

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ DÁLKOVÉ STUDIUM

2014-2015

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Veronika Svobodová

Marketing v Moravskom krase

Praha 2015

Vedúci diplomovej práce: Ing. et Mgr. Daniel Toth, Dr.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MAGISTER PART-TIME STUDIES

2014-2015

DIPLOM THESIS

Veronika Svobodová

Marketing in Moravian Karst

Prague 2015

The Diplom Thesis Work Supervisor:

Ing. et Mgr. Daniel Toth, Dr.

Prehlásenie:

Prehlasujem, že predložená diplomová práca je mojim autorským dielom, ktoré som vypracovala samostatne. Literatúru i ostatné zdroje, z ktorých som pri spracovaní čerpala, v práci riadne citujem a uvádzam v zozname použitých zdrojov.

Súhlasím s prezenčným sprístupnením svojej práce v univerzitnej knižnici.

V Prahe dňa.....

Veronika Svobodová

Anotácia

Diplomová práca sa v teoretickej časti zaoberá marketingom, analýzou dát, organizáciami spiatými s Moravským krasom a jeho prírodnými atraktivitami. Praktická časť je venovaná cestovnému ruchu v Moravskom krase, propagácií, gastronomickým a ubytovacím zariadeniam, dopravnej infraštruktúre a štatistike návštevnosti. Na základe získaných informácií vďaka dotazníku, swot analýzy a rozhovorov, je vypracovaný návrh zlepšenia do budúcnosti.

Kľúčové slová

Marketing, Moravský kras, gastronómia, propagácia, Punkevní jeskyne, propast Macocha, kvalita, cestovný ruch, prírodné pamiatky, prírodné rezervácie, turistika, doprava, infraštruktúra, ubytovacie zariadenia.

Annotation

This thesis deals with the theory of marketing, data analysis, organizations of Moravian Karst and natural attractions. The practical part is focussed to tourism in Moravian Karst, to promotion, gastronomic and accomodation facilities, traffic infrastructure and statistic of visit rate. Based on the information obtained through the questionnaire, swot analysis and interviews, draw up proposals for improvements in the future.

Key words

Marketing, Moravian Karst, gastronomy, promotion, Punkevní caves, Macocha gulf, quality, tourism, natural monuments, natural parklands, touring, traffic, infrastructure, accomodation facilities.

OBSAH

Úvod

1 TEORETICKÁ ČASŤ

1.1	Marketing.....	9
1.1.1	Marketingový management v cestovnom ruchu.....	10
1.2	Marketing služieb.....	11
1.3	Total Quality Management.....	12
1.4	Analýza dát.....	13
1.4.1	Analýza vonkajšieho prostredia.....	14
1.5	Konkurencie schopnosť zariadení v cestovnom ruchu.....	15
1.6	Kvalita a možnosti jej hodnotenia.....	17
1.7	ISO Norma 9001/2000.....	19
1.8	Asociácie hotelov a reštaurácií Českej republiky.....	20
1.9	Moravský kras.....	21
1.9.1	Správa CHKO Moravský kras.....	22
1.9.2	Mas Moravský kras.....	23
1.9.3	Organizácia Ponikva.....	24
1.9.4	Natura 2000.....	25
1.9.5	Moravský kras, regionálny produkt.....	26
1.10	Jaskyne Moravského krasu.....	27
1.10.1	Prírodné rezervácie a pamiatky Moravského krasu.....	28
1.11	Vplyv turistiky na prírodné atraktivity so zameraním na oblasť Punkevních jaskyní.....	31
1.11.1	Vplyvy cestovného ruchu na prírodné prostredie.....	32

2 PRAKTICKÁ ČASŤ

2.1	Cestovný ruch v Moravskom krase.....	35
2.2	Gastronomické a ubytovacie zariadenia v oblasti priepasti Macocha a Punkevních jaskyní.....	36

2.3 Propagácia.....	38
2.4 Jaskyne v zimnom období.....	40
2.5 Dopravná infraštruktúra.....	41
2.5.1 Železničná doprava.....	42
2.5.2 Krasobus.....	42
2.5.3 Cyklobus.....	43
2.6 Cykloturistika.....	44
2.7 Turistické trasy.....	45
2.8 Pozorovanie značenia prírodných atraktivít na komunikácií číslo 373.....	47
2.8.1 Zhodnotenie značenia prírodných atraktivít.....	50
2.9 Štatistika využívania ubytovacích zariadení Moravského krasu a jeho návštevnosti.....	51
2.10 SWOT analýza.....	54
2.11 Dotazník.....	62
Návrh.....	69
Záver.....	72
Zoznam použitých zdrojov.....	73
Zoznam obrázkov a tabuliek.....	80
Zoznam príloh.....	81

Úvod

Cestovný ruch je dôležitou súčasťou národného hospodárstva a predstavuje vysoký zdroj príjmov pre štát. Cestovania sa každým rokom zúčastňuje čoraz viac ľudí. I preto je cestovný ruch považovaný za najrýchlejšie rastúcim odvetvím. Avšak dopady cestovného ruchu môžu byť pozitívne i negatívne. Pozitívne vďaka novým pracovným príležitostiam, pre dané územie a negatívnym, pri poškodzovaní prírodných atraktivít a životného prostredia vôbec, spolu s ťažšími životnými podmienkami obyvateľov daných území. Moravský kras je súčasťou Jihomoravského kraje Českej republiky a je jednou z najznámejších krasových oblastí v Českej republike vôbec. Na jeho území je možné nájsť niekoľko typov krasových javov, živej i neživej prírody. V Moravskom krase je objavených viac než 1000 jaskynných systémov, z ktorých len 5 je verejnosti prístupných.

Je obľúbenou a veľmi často navštevovanou destináciou, tuzemskými, ale i zahraničnými turistami. Na základe vysokej návštevnosti, je potrebné dbať i na ochranu prírody. Moravský kras je pretkaný mnoha rôznymi cyklo trasami a trasami pre pešiu turistiku, ktorých koniec je vždy pri nejakej prírodnej či kultúrnej atraktivite a pamiatke Moravského krasu. Niektoré trasy prepájajú kras i s blízkym okolím. Moravský kras disponuje i niekoľkými náučnými stezkami, ktoré pre turistov ponúkajú mnoho informačných tabúl s predstavením okolnej prírody a rôznych žijúcich živočíchov a históriou územia.

1 TEORETICKÁ ČASŤ

1.1 Marketing

*Marketing je veda zameraná k uspokojovaniu potrieb zákazníkov, pri pomoci techník a metód marketingového výzkumu.*¹ Je to proces riadenia, ktorého výsledkom je predvídanie, ovplyvňovanie, poznávanie. V konečnej fáze marketingu, ide o uspokojovanie potrieb zákazníka výhodným a efektívnym spôsobom. Marketing bol mnoho krát definovaný. Philip Kotler marketing nazýva, ako spoločenský a riadiaci proces, ktorým jednotlivci i skupiny získavajú, čo potrebujú a vyžadujú, prostredníctvom ponuky, tvorby a zmien výrobkov s ďalšími. František Nahodil zase marketing definuje, ako najefektívnejší spôsob riadenia organizácie, spolu so zabezpečením optimálnych uspokojovaní potrieb a záujmov, ako spotrebiteľov, tak dodávateľov. Peter Drucker hovorí, že marketing nemôže byť považovaný za separatívnu funkciu, je akousi kompetentnou činnosťou, videnou na základe jej konečného výsledku, z hľadiska zákazníka. Marketing hovorí, že každý produkt má svoju životnú fázu. Prvý je výzkum a vývoj produktu, nasleduje uvedenie na trh, rast predaja, zralosť, nasýtenie trhu, pokles predaja. V marketingu je dôležitá spätná väzba, vzťah medzi firmou a zákazníkom, ale i zákazníkom a firmou.²

¹ PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinací*. Praha: Grada publishing, 2011, 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2.

² PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinací*. Praha: Grada publishing, 2011, 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2.

1.1.1 Marketingový management v cestovnom ruchu

Destinácie sa staly stredobodom záujmu a novými subjektami turizmu už od konca 80. rokov. Vtedy sa začali rozvíjať teoretické postupy pre marketingové riadenie určené pre uplatnenie v praxi. Destináciou je určené konkrétne miesto, ktoré sa úzko spája s cestovným ruchom. To sú najmä gastronomické zariadenia, ubytovacie zariadenia. Potom turistické atraktivity (prírodné úkazy, človekom vytvorené lákadlá,..). Destinácie svojmu zákazníkovi ponúkajú požadovaný produkt, ktorým uspokojujú jeho očakávania. Destinácia sa snaží o kvalitnú organizáciu svojho reťazca služieb. Turisti destináciu vnímajú ako celok, teda celkový zážitok z každej zažitej služby. Predávané sú kombinácie služieb za celkovú cenu, pričom poskytovanie služby presiahne jeden deň. Organizácie marketingového riadenia (Destinačný management Český Krumlov a Vysočina Tourism) boli z prvých v Českej republike, pri vytváraní balíčkov pre koncových zahraničných i domácich turistov. Tvorba produktu destinácie je kombináciou marketingových, ekonomických a legislatívnych pravidiel. Je to proces orientovaný na konečného klienta, návštevníka destinácie. Ide o skúmanie potrieb návštevníkov cieľovej destinácie, prieskum možnej konkurencie a podobne. Pri vytváraní produktu sa používajú analytické nástroje (SWOT analýza, analýza životného cyklu produktu). Je to akýsi kontinuálny proces, pričom je potreba zohľadniť vplyv špecifických vlastností služieb i vplyv psychiky a emócií. Ďalej je dôležitá tvorba ceny, určiť úroveň nákladov, konkurencie a podobne. V posledných rokoch prichádza ku zmene modelov marketingovej komunikácie. Klienti sa stávajú stále vo väčšej miere aktívnymi tvorcami komunikačných zdelení, teda majú dopad na marketingový mix a destinácie musia s aktívnym zapojovaním návštevníkov do tvorby produktu počítať.³

Trhový podiel je takzvaným kurzorom trhovej sily. Firma, ktorá má najväčší podiel na trhu, sa môže stať cenovým tvorcom. Znamená to stanovovanie maximálnej trhovej ceny. Konkurenčné firmy môžu ceny rôzne nastavovať, no zákazníci

³ PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinácií*. Praha: Grada publishing, 2011, 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2.

si vyberajú lacnejší tovar. Avšak zvýšenie objemu sa len zriedka rovná zvýšeniu zisku. Svoju rolu na trhu má segmentácia. Je to takzvané útočné krídlo, kde obchodník zabraňuje priamemu konfliktnému stretnutiu konkurenčných firiem na trhu. Vytvára príležitosti pre menšie firmy, ktoré plánujú vysoký trhový vzrast. Segmentácia pre firmy znamená rozdelenie všeobecného trhu na menšie diely, pričom sa firmy môžu priblížiť k zákazníkovi a lepšie porozumieť jeho potrebám. Na trhu sa rozlišujú medzera trhu a trhová medzera. Za trhovou medzeru sa označuje situácia, ak firmy nedokážu uspokojiť potreby zákazníka v ponúkaní služieb, či výrobkov. Príklad let balónom v oblasti Priepešť Macocha a podobne, kde zákazník hľadá jaskynné systémy. Za medzeru trhu sa považuje to, že zákazníci majú potreby, ktoré na trhu dosiaľ nie sú uspokojené. Dostupnosť trhu sa preukazuje komunikáciou firiem prostredníctvom výzkumu, marketingových informácií a propagácie.⁴

1.2 Marketing služieb

Marketing je kľúčový faktor pri rozlíšení úspešného a neúspešného podniku. Marketing tvoria tri základné komponenty. Marketingový mix, tržné sily a zladovací proces. S konkurenciou rastie i zmysel marketingu služieb. V marketingu platia rovnaké princípy a zásady. Služby nie je možné chrániť autorským právom, preto je dôležité vypracovať koncepciu, s ktorou môže podnik dosiahnuť jedinečnú tvár odlišnosti produktu od iných konkurenčných podnikov. Postupom času sa trhový výzkum a propagácia stali samostatnými odbornými funkciami, ktoré dnes podporujú rôzne ekonomické odvetvia. Pri definícii služieb, dnes dochádza k nejasnostiam v ich terminológii. Produkt znamená súhrn objektov, či procesov, ktoré zákazníkovi prinášajú určitú hodnotu, a služby sú akési subkategórie. Dnes v ekonomickej teórii nejstávajú žiadne platné úmluvy pri používaní týchto termínov a pravidelne sa stáva, že v jednom odvetví sa často výraz „produkt“ a služba akokoľvek zamieňajú.

⁴ RUSKIN-BROWN, I. *Marketing your service business*. London: Thorogood 2005. [online]. [cit. 2014-09-12]. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=162424>.

Služby sa na svoj tradičný sektor neobmedzujú. Napríklad v silne reprografickom a konkurenčnom prostredí sa služba doprovodná a kvalitná stáva faktorom odlišnosti a je nedeliteľnou súčasťou výsledného produktu, pričom je rozhodovacím faktorom nákupu. Rozhodovanie pri službách takzvané „na mieru“ je práve najkritickejším momentom strany ponuky. Podnikatelia sa usilujú o obmedzenie počtu možností, v podstate rôznorodostí svojich služieb. Cieľom, je definícia príkladového chovania dopytu v určitom čase, kde je potreba nájsť stratégie, ktoré majú možnosť zmeniť takého chovanie k prospechu poskytovateľa danej služby. Dôležitým kritériom je čo najväčšie pohodlie zákazníka, pričom distribúcia schováva veľa príležitostí pre vylepšenie. Služby sú úzko spiate s výrobným procesom. Z toho dôvodu mnoho výrobcov hľadá konkurenčné výhody v službách, ktorým ako tradičné podniky služieb, prikladajú rovnakú dôležitosť. Služby sú významným faktorom pre udržanie konkurencie schopnosti.⁵

1.3 Total Quality Management

Zväčša sa Total Quality Management neprekladá a používa sa skratka TQM (Total Quality Management), pričom *total* znamená úplné zapojenie všetkých pracovníkov, *quality* – princípy kvality v organizácií a *management*, kde sa princípy prelínajú všetkými úrovňami manažerských funkcií. TQM je metóda riadenia, ktorá sa zameriava na riadenie kvality vo všetkých organizáciách. Stáva sa metódou strategického riadenia a tak prekračuje rámec riadenia kvality. Princípy TQM sa uplatňujú vždy v rôznych zemiach na závislosti od kultúrnych, sociálnych, legislatívnych a podobných podmienkach. TQM je presadzovateľom používania všeobecných princípov managementu s uplatnením moderného alebo na služby orientovaného riadenia.⁶

⁵ PAYNE, A. *Marketing služieb*. Praha: Grada publishing. 1996. 247 s. ISBN 80-7169-276-X.

⁶ MANAGEMENTMANIA. *Total Quality Management (TQM)*. [online]. [cit. 2014-12-19]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/total-quality-management>.

„TQM je manažerský přístup určený pro organizaci, soustředěný na kvalitu, založený na zapojení všech jejích členů a zaměřený na dlouhodobý úspěch dosahovaný prostřednictvím uspokojení zákazníka a prospěšnosti pro všechny členy organizace i pro společnost.“⁷ Aby percento úspěšnosti tohoto systému bolo vysoké, je nutné dodržiavanie daných zásad. Sú to dôležitosti akýchsi medzi-zásad, pri priebehu výroby daného produktu, so zameraním na potreby zákazníka a zapojenia všetkých pracovníkov do tímu. Úlohou firmy je zdôrazňovať dlhodobú efektívnosť. Každý výrobok či služba, sa podľa TQM môže neustále zlepšovať. TQM definovalo mnoho významných ľudí. Cieľom TQM v implementovaní na konkrétny podnik, je dlhodobé zabezpečenie ekonomickej prosperity. Jeho úlohou, je podporiť dlhodobý rozvoj stratégie podniku, pomáhať reagovať na vzniknuté problémy, znižovať náklady (otvára dvere pre motiváciu a sebarealizáciu zamestnancov kvality), a komunikáciu so zákazníkmi.⁸

1.4 Analýza dát

Pri marketingovom výskume, sa dostávajú do kontaktu rôzne typy údajov a informácií, ktoré je potreba sprístupniť a spracovať. Inak je možné tieto dáta pomiešať a stratiť dôležitý prehľad o ich význame. V tejto situácii jestvujú rôzne štatistické metódy analýzy dát. Pri aplikácii týchto metód, je dôležité rešpektovať možnosti štatistického spracovania. Štatistika sa zaoberá hromadnými javmi a predpokladom je vymedziť súbor prvkov, z ktorých každý má odlišné vlastnosti. Tieto súbory sa nazývajú ako štatistické súbory. Prvky týchto štatistických súborov, sa nazývajú štatistické jednotky, ktoré sú charakterizovateľné množstvom rozličných znakov. Znaký sú vyjadrením konkrétnej vlastnosti. Triedenie štatistických znakov tvorí prirodzenú indikáciu, pri využívaní rôznych metód pri prieskume trhu.

⁷ MANAGEMENTMANIA. *Total Quality Management (TQM)*. [online]. [cit. 2014-12-19]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/total-quality-management>.

⁸ VYLETOVÁ, V. *TQM a jeho význam pro řízení podniků*. [online]. [cit. 2014-12-20]. Dostupné z: http://theses.cz/id/t8rv3b/downloadPraceContent_adipIdno_3497.

Je dôležité usporadúvať získané údaje do tabuliek, pre lepšiu prehľadnosť a porozumenie. Cieľom je neprehľadné materiály a dotazníky určitým spôsobom koncentrovať a získať dôležité poznatky z prieskumu analyzovaného problému. Toto usporiadanie do tabuliek môže byť neskôr nedostačujúce, pre hlbšiu analýzu. Preto je dôležité manipulovať s určitým systémom, ktorý dokáže ucelene vypovedať o kvantitatívnych vlastnostiach a tým umožní prehľadný spôsob a popis dát. Význam medzi charakteristikami kvantitatívnymi, je pri spracovaní dát prisudzovaná ich premenlivosť, z dôvodu možnej podobnosti, alebo naopak nepodobnosti. Techniky spolu so spôsobom výberu a získavania údajov, sú neoddeliteľnou časťou marketingového výskumu, teda predstavujú častú metódu, pri získavaní dát. Vychádzajú z matematicko-štatistických metód a umožňujú čo najobjektívnejšie vyhodnotiť výsledky prieskumov. Záverečnou fázou marketingového výskumu, je spracovanie záverečnej správy, ktorej cieľom, je za pomoci dosiahnutých výsledkov odpovedať na prvotný marketingový problém, ku ktorému bol výzkum zadaný. Ďalšou úlohou, je zoznámiť zamestnancov vrcholového managementu a iných odborníkov podniku s výsledkami a prípadnými prínosmi výskumu, pre ďalšie rozhodovanie a efekty realizácie marketingového riadenia podniku.⁹

1.4.1 Analýza vonkajšieho prostredia

Dôležitým aspektom pre ekonomické vonkajšie prostredie, je rast disponibilného príjmu. V dnešnej dobe je možné veľké nebezpečie, pretože krajina tvorí významný bod v cestovnom ruchu. Skutočnosťou je, že cestovný ruch si sám môže túto základňu zničiť. Ekologický aspekt tvorí dôležitú rolu pre sprístupnenie nových terénov a cieľových miest. Pri zkušaní zmien, platí zásada nevyhnutelnosti, s ktorými dochádza k negatívnym dôsledkom, pri riadení podniku. Je dôležité, aby dané oblasti a destinácie cestovného ruchu dbali na jej udržiavanie v takom stave,

⁹ PŘIBOVÁ, M. a kol. *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada publishing. 1996. 248. s. ISBN 80-7169-299-9.

aby vyhovovali potrebám prichádzajúcich turistov. Pri analýze vonkajšieho prostredia, je dôležité posúdenie odbytového trhu, teda z ktorej zeme prichádza turista, tak jej rozvoj cestovného ruchu. Dnes už neoddeliteľnou súčasťou prieskumu trhu, je pre trh riadený podnik. Analýza týchto odbytových trhov odpovedá na otázky, ktorá zem je najdôležitejšia pre prísun turistov do cieľovej destinácie, a ako narastá vývoj týchto miest z hľadiska cestovania, a aké dôležité umiestnenie na trhu získala a podobne. Po analýze vonkajšieho prostredia sa musí naskytnúť celkový obraz, kde je potrebné doplniť vyhliadky do budúcnosti, akési prognózy vzťahujúce sa na podnik a vonkajšie prostredie. K dosiahnutiu podnikového cieľa, je dôležitý výber najvhodnejších stratégií. Je podstatou, aby boli na trhu stratégie odvodené z výsledku analýzy podniku. Ide o dlhodobé pôsobiace opatrenia. Je potrebné porovnávať stratégie podnikov, so stratégiou vlastného podniku. Práve spolupráca je dôležitá najmä v marketingovom plánovaní. Plánovanie musí vychádzať zo silných a slabých stránok daného podniku. Na tomto základe, je možné dosiahnutie ľahko predajných služieb, či produktov.¹⁰

1.5 Konkurencie schopnosť zariadení v cestovnom ruchu

Globalizácia čoraz viac na trhu podnikov, zvyšuje konkurenciu produktov a služieb. Tuzemskí výrobcovia sú vystavení zahraničnému tlaku, z dovozu z trhov, kde prevláda nízka mzda, nízke odvody a podobne. Z toho dôvodu, zahraniční investori investujú, kde náklady nie sú tak vysoké (i čo sa týka zamestnancov), a kde je väčší zisk a odvádzajú sa nižšie dane. Konkurencieschopnosť sa určuje podľa schopnosti realizácie ponuky produktov a služieb, či už na tuzemskom, alebo medzinárodnom trhu s dosiahnutím ekonomického efektu. Konkurencieschopnosť zatiaľ nepozná žiadnu konkrétnu definíciu. Konkurencia je niečo ako vzťah medzi subjektami, na strane ponuky a dopytu. Teda ekonómia chápe vzťah medzi konkurentmi ako súťaživými podnikmi. Konkurencieschopnosti sa venujú taktiež regionálne, sociálne, ale i národohospodárske a ekologicky

¹⁰ NĚMČANSKÝ, M. *Analýza kalkulace v cestovním ruchu*. Karviná. 2001. ISBN 80-7248-094-4.

orientované vedné odbory. Konkurencieschopnosť podniku, je možné chápať ako konkurenčný potenciál podniku. Z prvu je dôležité, aby si podnik určil svoju konkurenčnú stratégiu, a až po tejto skutočnosti môže napredovať pred konkurenčnými podnikmi. V odvetviach cestovného ruchu je konkurencieschopnosť podporovaná najmä znižovaním nákladov, ďalej zvyšovaním odbornosti zamestnancov a okrem iného vytváraním prostredia uspokojeným k meraniu vlastných síl. Prosperita subjektov cestovného ruchu, je závislá na úrovni riadiacej práce a manažérskych prístupov k vedeniu ľudskej činnosti. Tvorba personálnych stratégií by mala byť kombináciou explicitných prístupov, ktoré predom určujú, čo má pracovník vykonať, s vymedzením presného priestoru, povinností a kompetencií. Prístup implicitný sa venuje cieľom, času a normám chovania či jednania s vytváraním priestoru pre samostatnosť.¹¹

Medzi najrozšírenejšie konkurenčné stratégie patria stratégie trhovej orientácie, stratégie diferenciálov podniku a stratégie minimálnych nákladov. Častým faktorom súperenia medzi podnikmi, býva cenová hladina ponúkaných produktov alebo služieb. V prípade zníženia cien u jedného podniku, vedie ku zníženiu cien i u ďalších podnikov, teda každému podniku zapríčiní zníženie zisku. Podniky sa usilujú o ponuku jedinečných a odlišných produktov. Stratégie odlišnosti uplatňujú najmä podniky malé a stredné, ktoré majú obmedzené zdroje, čo im nedovoľuje takzvaný boj medzi ostatnými (vedúcimi) podnikmi.¹²

Ministerstvo priemyslu a obchodu uverejnilo začiatkom roku 2014, viac-ročný program COSME, so zameraním na konkurencieschopnosť stredných a malých podnikov pre rok 2014 až 2020, v členských štátoch Európskej Únie. COSME, je komunitárnym európskym programom, ktorý sa zameriava na podporu konkurencieschopnosti podnikov v Európe. Tento národný program je financovaný

¹¹ MINÁŘ, P. a kol. *Technika, management a marketing v cestovném ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 1996. ISBN 80-7041-577-0.

¹² PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinací*. Praha: Grada publishing, 2011, 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2.

Európskou komisiou a to priamo z jej rozpočtu. Je realizovaný členskými štátmi Európskej Únie. COSME je nástupca programu Konkurencieschopnosť a inovácia.¹³

1.6 Kvalita a možnosti jej hodnotenia

K uspokojeniu turistov za pomoci služieb a produktov, stojí kvalita. Kvalitu vytvárajú pracovníci, ale aj úroveň turistickej destinácie (úprava okolia apod). Každý zákazník má určité požiadavky, ktoré je potreba vyplniť pre navýšenie percenta jeho spokojnosti. Aj z tohoto dôvodu je dôležitá kvalifikácia pracovníkov. Kvalifikácia predpokladá odbornú prípravu, praktické skúsenosti a normálnu úroveň jednotlivca. Kvalifikácia sa musí neustále doplňovať a zvyšovať jej úroveň, už len z dôvodu každodennej modernizácie informačných technológií. Záujem o kvalitu, sa tiahne už od dávnych dôb. Vo vzťahoch obchodných medzi dodávateľom a zákazníkom sa očakáva, že dodaný konečný produkt či služba, naplní zákazníkove predstavy a priania bez obcejšieho zdelovania zákazníkových požiadavkov. Následky z pocitov bývajú rôzne. Od náhrady až po ztratu dobrého mena. Kvalita je teda nástrojom konkurencieschopnosti a ako pojem je široký a subjektívny, čo pri riadení kvality v organizáciách a podnikoch spôsobuje rôzne problémy. V Českej republike je od roku 2011 používaná ISO norma 9001, kde sú základné normy pre management kvality. Do roku 2011 bol používaný len termín - akosť. Management kvality má na výkonnosť organizácií a podnikov priamy, ale i nepriamy dopad. Keďže manažéri svoje definície nerofmulujú, ich vnímanie obsahu kvality sa odráža v reálnom managemente. Z toho dôvodu sú výsledky podnikových výstupov tak odlišné. Preto by mal byť management kvality neoddeliteľnou súčasťou komplexného riadenia. Je realizovaný ako štruktúrov, tak procesmi a znamená

¹³ MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Program pro konkurencieschopnost podniků a malých a středních podniků 2014- 2020*. [online]. [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument146656.html>.

využívanie všetkých manažérskych funkcií, pre riadenie a plánovanie ľudských zdrojov.¹⁴

Ďalším aspektom je dôležitá organizácia na úrovni. Je predpokladom k úspešnému fungovaniu podniku. K tomu napomáhajú organizačné štruktúry, ktoré dokážu pružne reagovať na zmeny podmienok činností konkrétneho podniku, čím napomáhajú k vysokej kvalite poskytovaných služieb a produktov. Je nutné sledovať moderné trendy, tým aj prispôsobovať štýl riadenia zamestnancov a podnik celkovo. K celkovej kvalite služieb a produktov sa uplatňuje moderný prvok riadenia, a to Total Quality Management. Kontrola kvality je nedeliteľnou súčasťou riadenia kvality. Kritické hodnotenie a porovnávanie reality je podstatou kontroly. Kontrola kvality sa skladá z dvoch funkcií. Funkcia poznávacia (kedy riadiaci pracovník zisťuje rozdiely medzi stavom skutočným a žiadaným a získava informácie o priebehu podnikovej činnosti), a funkcia ovplyvňovacia (kde na základe skutočností, ktoré sa zistili, je snaha riadiaci subjekt ovplyvňovať tak, aby činnosti prebiehali žiadúcim smerom, ktorý je určený v pláne, alebo je potreba upraviť predošlé rozhodnutia podľa potreby). Kvalita (ako i kontrola), prechádza daným vývojom, pričom sa mení pohľad na jej význam, používané metódy a vlastný priebeh. Kvalita, sa určuje kontrolou a delí sa na vnútornú a vonkajšiu. Vnútorne praktikuje majiteľ či vedúci prevádzky, alebo i vlastní zamestnanci. Vnútorne kontrola je zameraná na zásady poctivosti – miera, váha, kontrola účtovania podľa jedálneho lístka a nápojového lístka, dodržiavanie hygieny a technologických postupov, kontrola spotreby, kvality a úplnosti evidencie predpisov, vyúčtovaní služieb a podobne. Vonkajšiu kontrolu vykonávajú rezortné orgány a zložky, ako Ministerstvá (hospodárstva Českej republiky, priemyslu a obchodu ČR, zdravotníctva ČR, miestneho rozvoja ČR). Kontrolu podnikateľov vykonávajú živnostenské úrady, Ministerstvo práce a sociálnych vecí a podobne. Hodnotenia sa zúčastňuje

¹⁴ KLAPALOVÁ, A. *Management kvality, ochrana spotrebiteľa v cestovnom ruchu a hotelnictví*. Brno: VŠOH, 2012. ISBN 978-80-873-26-8.

i zákazník/spotrebiteľ. Vo väčšine prípadov práve toto hodnotenie vedie k definitívnemu výberu konkrétneho zariadenia, či destinácie.¹⁵

1.7 ISO Norma 9001/2000

ISO (International Organization for Standardization), je medzinárodnou organizáciou zaoberajúcou sa tvorbou noriem. Medzi najznámejšie normy patrí ISO 9001, ktorá stanovuje požiadavky pre systémy riadenia kvality. V dnešnej dobe, je v praxi uplatňovaných niekoľko desiatok systémových noriem. ISO 9001 je možné uplatniť v rôznych odvetviach činnosti, so zameraním na produkciu kvalitných výrobkov/služieb.¹⁶

Jej systém vznikol už v 20. rokoch minulého storočia, ale samostatná norma pochádza z 80. rokov z Veľkej Británie, kedy sa rozšírila celou Európou. Vytvorila sa tým tradícia overovania, plnená nezávislými certifikačnými spoločnosťami. Na prelome roku 2000, bola väčšina (viac ako 60%), certifikovaných spoločností z Európy. Dnes pochádza väčšina certifikátov z Ázie.¹⁷

Norma funguje na princípe, kedy si vedenie firmy stanovuje ciele a plány (v oblasti kvality), predom. Tie sú pomocou nastavených procesov realizované. Procesná účinnosť, je monitorovaná a meraná, aby mohla spoločnosť prijať dané opatrenia potrebné k zmene. Norma sa zaoberá princípmi ľudských zdrojov, princípmi riadenia dokumentácie, infraštruktúrou, zavádza procesy komunikácie so zákazníkmi, meranie výkonnosti procesov, a tiež sa zaoberá internými auditmi, za účelom získania spätnej väzby. Jej prínos pre organizáciu, tkvie v udržovaní stále vysokej úrovne procesu výroby. Týka sa to i vysokej a stabilnej kvality ponúkaných služieb zákazníkom. Ďalej, za pomoci efektívne nastavených procesov, navyšuje služby i trhovú podiel,

¹⁵ INDROVÁ, J., P. HOUŠKA a Z. PETRŮ. *Kvalita ve službách cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 2011. 169 s. ISBN 978-80-245-1766-7.

¹⁶ INFO-ISO. *ISO 9001: Systém managementu kvality*. [online]. © 2006-2015 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: <http://www.info-iso.cz/index.php>.

¹⁷ TECHNICKÉ NORMY. *Zásady managementu kvality norem řady ISO 9001. Procesní přístup ISO 9001*. [online]. © 2000 – 2009 [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: http://www.iso-normy.cz/ISO_9001.html.

čím sa zvýši spokojnosť zákazníkov. S vysokou kvalitou produkcie, ponúka možnosť získania najnáročnejších zákazníkov s možnosťou získania nových, so zvyšovaním ich spokojnosti. Zlepšuje poriadok a zvýšenie výkonnosti organizácie.¹⁸

1.8 Asociácie hotelov a reštaurácií Českej republiky

Asociácia vznikla 25.10.2006, v hoteli Pyramida oreo hotels, so sídlom v Prahe. Je to nepolitická profesná organizácia, občanské združenie. Členov tvoria podnikatelia v ubytovacích a stravovacích službách, majitelia a prevádzkovatelia hotelov, penziónov, motelov, kaviarní, reštaurácií a podobne, kde firmy ponúkajú svoje produkty, pre ubytovacie a iné reštauračné prevádzky. Hlavným poslaním Asociácie hotelov a reštaurácií Českej republiky, je ochrana a napĺňanie záujmov a potrieb svojich členov na národnej a medzinárodnej úrovni. Tieto poslania sa plnia vďaka vyjednávaniu so zákonodarcami ČR, Európskym parlamentom a so spoluprácou s ostatnými orgánmi všetkých úrovní, najmä Ministerstvom pre miestny rozvoj, Českou centrálou pre cestovný ruch – Czechtourism, Zväzom obchodu a cestovného ruchu Českej republiky a mediálnymi partnermi presadzajúcimi legislatívne zmeny, ktoré sú potrebné pre rozvoj podnikania v odbore. Spolu s pôsobnosťou siete krajských sekcií Asociácie hotelov a reštaurácií ČR a všetkých krajoch ČR, rozvíjať spoluprácu na úroveň krajov, miest a obcí, v ich špecifických podmienkach. Presadzovať záujmy so spoluprácou s profesnými organizáciami v európskej organizácii HOTREC, a potreby hoteliérstva a gastronómie presahujúce rámec Českej republiky. Medzi ciele Asociácie hotelov a reštaurácií ČR, patrí vedenie členov k dodržovaniu Etického kodexu Asociácie, vo vzťahu k obchodným partnerom a verejnosti, pôsobením rôznymi formami činnosti na členov, ich viesť k zvyšovaniu kvality poskytovaných služieb a zachovania dobrého mena odboru, ďalej so spoluprácou s médiami propagovať činnosť asociácie a pozitívne príklady podnikateľských aktivít svojich členov. S účasťou v pracovných skupinách,

¹⁸ INFO-KVALITA. *ISO 9001*. [online]. © 2004 – 2015 [cit. 2015-01-29]. Dostupné z: http://www.info-kvalita.cz/iso_9001_zavedeni_a_certifikace/.

pre prípravu nových zákonných predpisov, presadzovať úpravy zákonných opatrení, ktoré prispejú k zlepšeniu podnikania v odbore hoteliérstva a gastronómie.¹⁹

1.9 Moravský kras

Moravský kras je úzky pruh devonských a spodnokarbonských vápencov o rozlohe 91,42 km². Je podcelkom Dražanskej vrchoviny. Plochý krasový povrch je v rovnakej výškovej úrovni, ako okolie, tvorí takzvanú plytkú zníženinu. Patria sem zvyšky tropického krasu, najmä závrty pri obci Rudice. Najvyšší bod je Neselov (546 m). Moravský kras bol vyhlásený ako CHKO (Chránená krajinná oblasť), v roku 1956 a je najväčším a najlepšie vyvinutým krasovým územím v Českej republike. Vďaka školnému lesnému podniku, Masarykov les, obsahuje mnohopočetné palúky s výsadbou okrasných drevín. V Moravskom krase je evidovaných 1133 jaskyní.²⁰

Nachádza sa na rozhraní Českej vysočiny a Karpatskej sústavy. Najznámejšie prírodné sústavy sú Macocha, Punkevní jeskyně, jeskyně Balcarka, Výpustek, Skalní Mlýn, Kateřinská jeskyně a iné, kde je možné spozorovať stalaktity, stalagnity, krápnikové stĺpy a mnohé iné zaujímavé prírodné javy staré niekoľko tisíc rokov. K jednej z najznámejších, Priepasti Macoche, sa viaže i povera o zlej Macoche (chcela svojho mladého syna hodiť do priepasti, no on sa zachytil na nízkych keroch na zraze, kde ho zachránili susedia a samú Macochu hodili do priepasti, ktorej sa dodnes hovorí Macocha). Krasom sa nazývajú jaskyne, ponorené rieky, krápniky, priepasti, závrty, ktoré spolu tvoria súbor porodných zjavov a tým sa hovorí kras. Kras je slovo slovinského pôvodu, čo v Českej republike zdomácnelo. Takzvanou bránou Moravského krasu je Skalní Mlýn, ktorý navštívi najviac turistov, za pomoci autobusovej dopravy. Blízko Skalního Mlýna sa nachádza jaskyňa Kateřinská, ktorá uchováva

¹⁹ ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČR. *Představení asociace*. [online]. © 2010-2015 [cit. 2015-01-27]. Dostupné z: <http://www.ahrcr.cz/predstaveni-asociace/>.

²⁰ BALÁTKA, B. *Zeměpisný lexikon ČR*. Brno: AOPK ČR, 2006, 580 s. ISBN 80-86064-99-9.

mnoho geologických krás. Zaujímavosťou tejto jaskyne je, že sa počas letnej sezóny uskutočňujú v jej prvom dome vysokom 8 metrov, koncerty známych českých kapiel, z dôvodu dobrej akustiky. Zbojnícka a Rytířská jaskyňa sa nachádzajú severovýchodne od Kateřinskej jaskyne, z Moravského krasu sú menej známe. Medzi najznámejšie patrí jaskyňa Balcarka. Nachádza sa u obce Ostrov a je jednou z najmladšie objavených jaskyní severného Moravského krasu. Ďalšia známa jaskyňa, ktorá sa nachádza severne od obce Ostrov, je Ostrovská vodní jeskyně, taktiež volaná Císařská, kde na svahu za jaskyňou, sú hranice Moravského krasu a dva ponorné závrtvy, ktoré možno spozorovať len pri dažďovom počasí a volajú sa U Domínky. Ďalšie známe jaskyne sú Sloupsko-Šosúvské. Sú najstaršie známe jaskyne Moravského krasu. Majú päť vchodov, z toho dva sú upravené. Sloupské sú na severe bližšie k obci Sloup, a Šosúvské na juhu. Punkevní jeskyně sú taktiež známe a zaujímavosťou je, že prehliadka jaskyne sa skladá z dvoch častí. Z polovice klasická pešia zóna a po nej nasleduje plavba lodičkami po rieke Punkve, až po koniec prehliadky. Zaujímavosťou je, že prehliadka vo vodnej časti na lodičkách, môže byť z dôvodu zvýšenia vodného stavu obmedzená-zkrátená, alebo dokonca zastavená. V tomto prípade sa mení i výška vstupného do jaskyne. Návštevník sa o tejto situácii dozvie pomocou informačnej služby v Skalnom mlyne.²¹

1.9.1 Správa CHKO Moravský kras

Na začiatku samostatného Československa, v roku 1918, už boli podávané návrhy k ochrane Moravského krasu. Neboli schválené. V rokoch 1930 a 1933 sa zriadili prvé rezervácie, a v roku 1956 bol Moravský kras vyhlásený ako Chránená krajinná oblasť. Po Českom raji, bol v poradí druhý. Moravský kras bol rozdielny od iných chránených území tým, že sa v ňom nezriadilo žiadne špecializované pracovisko, ktorého úlohou by bolo danú oblasť spravovať. Táto skutočnosť viedla k zničeniu a poškodeniu krasových javov, i prírodných pamiatok. Časť tejto činnosti spravovala

²¹ KUNSKÝ, J. *Macoča a Moravský kras*. Praha: Orbis. 1952. 268. s.

organizácia Moravský kras Blansko, ktorá v tej dobe prevádzkovala štyri verejne prístupné jaskyne. Vedecký výzkum organizovala Krasová komisia, ktorá bola zložená zo zástupcov akadémie vied. Na základe dohody medzi Ministerstvom kultúry ČSR a Rady Jihomoravského kraje v roku 1977, bola zriadená Správa CHKO Moravský kras. Dnes, táto Správa vykonáva činnosť na základe ustanovenia zo zákona o ochrane prírody a krajiny. Jedná sa o zákon č. 114/92 Sb. (Zákon České národní rady o ochrane prírody a krajiny). Správa CHKO Moravský kras, okrem činností, ako zaistovanie druhovej ochrany kriticky a silne ohrozených druhov živočíchov i rastlín, starosť o štátny majetok zverený v chránenom území, pôsobí i ako stredisko pre vzdelávanie ekologické a výchovu. Okrem iného usmerňuje pôsobnosť speleologických prieskumníkov, amatérov.²²

1.9.2 Mas Moravský kras

Pracuje na princípu metódy LEADER, a je určená k financovaniu projektov miestnych neziskových i komerčných subjektov vo vidieckych oblastiach. Účelom je oživenie aktivít v regióne, podporenie miestnej ekonomiky, služby, kultúrneho a spoločenského života spoločným postupom. Členom MAS Moravský kras je celkovo 25 zástupcov partnerov z podnikateľského sektoru, neziskového sektoru a jeden zástupca zastupuje samosprávu Spolku pre rozvoj vidieka Moravský kras. Na ustavujúcej valnej hromade, boli zvolené základné orgány združenia, a to Programový výbor, Kontrolná komisia a Výberová komisia. Činnosťou MAS Moravský kras, je i zisťovanie informácií a podnetov pre tvorbu Stratégie rozvoja regiónu.²³

Program LEADER, bol založený na prepožovanie akcií hospodárskeho rozvoja vidieka, teda Prepožovanie aktivít pre rozvoj ekonomiky vidieka. Je založený na miestnom partnerstve, jednotnej miestnej rozvojovej stratégií, má decentralizované

²² ŠTEFKA, L. *Moravský kras: chráněná krajinná oblast*. Blansko: Správa chráněných krajinných oblastí ČR. 1998.

²³ BLANENSKO. *Místní akční skupina Moravský kras*. [online]. © 2003-2006 [cit. 2015-02-22].
Dostupné z: http://www.blanensko.info/article_read.php?article=815.

riadenie i financovanie. Bol vytvorený pre podporu miestneho partnerstva a dlhodobého rozvoja potenciálu vidieka, ďalej podporu uplatňovania integrovaných, miestnych a špecificky zameraných stratégií trvale udržiteľného rozvoja. Podporuje spoluprácu, výmenu skúseností medzi regiónmi a nové formy zlepšovania kvality života a miestnej produkcií a inovatívnymi prístupmi.²⁴

1.9.3 Organizácia Ponikva

Ponikva. Základná organizácia Českého zväzu ochrancov prírody. Je skupinka ľudí, ktorí sa zaoberajú ochranou prírody, tradičným spôsobom hospodárenia i vytvárania komunitnej spoločnosti. Svoje aktivity sústredí predovšetkým v oblasti Moravský kras, povodie rieky Svitavy a oblasť Dražanskej vrchoviny. Ponikva organizuje vychádzky, s výkladom lektorov a odborníkov na živú/neživú prírodu. Sú to akési exkurzie po krasovom území, financované Európskym sociálnym fondom. Pri organizácii exkurzií/vychádzok, Ponikva spolupracuje s Miestnou akčnou skupinou Moravský kras a správou CHKO. Najviac aktivít Ponikvy sa uskutočňuje v regióne spojenom s pozemkovým spolkom Ponikva. Súčasťou je i menšie hospodárstvo, obnášajúce asi dva tucty oviec, ktoré sú chované spolu so spoločnosťou Zemspol Sloup. Pomáha najmä v zimnom období, kedy sú ovce umiestnené v inak nevyužitých priestoroch. Časť činnosti Ponikvy, sa opiera o projekty zamerané na komunikáciu s verejnosťou. Súčasťou projektu je vytváranie komunitnej spoločnosti. Ďalšou činnosťou, je propagácia dobrovoľnickej činnosti, teda okrem zapojovania členov združenia, i zapojovanie verejnosti.²⁵

²⁴ MAS MORAVSKÝ KRAS. *Program LEADER*. [online]. © 2008 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.mas-moravsky-kras.cz/program-leader/>.

²⁵ BOSKOVICKO. *Z regionu*. [online]. [cit. 2015-02-24]. Dostupné z: http://stare.boskovicko.cz/cislo.phtml?section=2&iss_id=228#art_7609.

1.9.4 Natura 2000

Tvorí sústavu chránených území v celej Európskej Únii, do ktorej je začlenený i Moravský kras. Natura 2000 odráža ako historické, tak i súčasné ľudské vplyvy, ale tiež miesta, ktoré sa udržali v ich prirodzenom stave. Je potrebné zohľadniť skutočnosť, že ľudský zásah má hlavnú úlohu v dosahovaní cieľov ochrany mnoha miest. Cieľom tejto sústavy, je ochrana rôznych druhov živočíchov i druhov rastlín, ktoré sú z Európskeho pohľadu najcennejšie a svojím výskytom veľmi vzácne. Jej účelom je ochrana prírodných pamiatok s minimálnym ľudským zásahom.²⁶

Cena Nature 2000 je udeľovaná za úspechy v ochrane európskeho kultúrneho dedičstva v sústave území Natura 2000. Sústava Natura 2000, obsahuje dva najdôležitejšie právne predpisy Európskej únie, pre ochranu prírody. A to smernice 2009/147/ES smernica o ochrane voľne žijúcich vtákov (smernica o vtákoch), a smernice 92/43/EHS smernica o ochrane prírodných stanovišťa (smernica o stanovišti). V rámci dopĺňovania sústavy Nature, sa vyhodnocujú problematické lokality, kde je nutné upraviť pôvodné hranice. Na dopĺňovanie národného zoznamu, sa podieľajú Riaditeľstvo AOPK ČR a Regionálne pracovisko AOPK ČR. Za celú sústavu Nature 2000 v Českej republike zodpovedá Ministerstvo životného prostredia, s poverením prípravy odborných podkladov Agentúry ochrany prírody a krajiny.²⁷

²⁶ NATURA 2000. *Aktuality. Guidelines on Wilderness in Natura 2000 – nová príručka Európskej komise*. © 2006 [cit. 2015-02-13]. Dostupné z: <http://www.nature.cz/natura2000-design3/sub-text.php?id=6834>.

²⁷ NATURA 2000. *Co je natura 2000*. [online]. © 19.9.2006 [cit. 2015-02-13]. Dostupné z: <http://www.nature.cz/natura2000-design3/sub-text.php?id=2102>.

1.9.5 Moravský kras, regionálny produkt



Tento systém funguje od roku 2007. Je to systém označovania miestnych výrobkov, ktorý garantuje skutočný pôvod, i to, že výrobky prešli prísny procesom certifikácie. K označeniu výrobku touto certifikáciou, musí nielen prispievať k dobrému menu Moravského krasu, ale i kvalitou. Nesmie poškodzovať životné prostredie a certifikovaný výrobok musí byť jedinečný, vyrobený tradičnou technológiou z miestnych surovín a byť výnimočný vysokou kvalitou. Splnenie všetkých kritérií hodnotí certifikačná komisia. Kvapka, tvorí logo regionálneho produktu Moravského krasu. Voda, sa podiela na charakteristike krajiny Moravského krasu s krápnikovými jaskyňami. Práve nepravidelná kontúra v logu, označuje ručné práce a historickú patinu, čo je známka kvality a dlhodobého používania. Túto značku udeľuje MAS Moravský kras, a to prírodným produktom, hospodárskym a remeselným výrobkom. Toto označovanie výrobkov, môže byť cestou k spojeniu ochrany prírody a hospodárenia ľudí. Cieľom tejto značky je zviditeľnenie Moravského krasu ako regiónu s pomocou pre miestnych výrobcov. Značka môže prispieť k lepšej orientácii turistov, pre kúpu pravého suveníru z Moravského krasu, so značkou pôvodu.²⁸

Do certifikovaných výrobkov patria ovčie a mohérové výrobky z Otínovsi, ovocné pálenky a likéry z Jedovnic, loutky a loutkové divadlá z Ruprechtova, sviečky Ševčík z Šošůvky, Punkevní pstruh z Blanska a tak ďalej. Do regionálneho produktu Moravského krasu, patria aj certifikované služby ako reštaurácia Barachov v Jedovnicích, hotel Stará škola v Sloupe, penzion u Hraběny v Petroviciach, zámok Křtiny v Křtinách a tak podobne. Z certifikovaných zážitkov sem patrí Speleo ferata v Moravskom krase v Ostrove u Macochy a Víťanie svätého Martina v Blansku.²⁹

²⁸ MORAVSKÝ KRAS regionální produkt. *O značce*. [online]. © 2010-2014 Asociace regionálních značek [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.regionalni-znacky.cz/moravsky-kras/cs/o-znacce/>.

²⁹ MORAVSKÝ KRAS regionální produkt. *Katalog certifikovaných produktů*. [online]. © 2010-2014 Asociace regionálních značek [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.regionalni-znacky.cz/moravsky-kras/cs/certifikovane-produkty/?k=produkty>.

1.10 Jaskyne Moravského krasu

Už na prelome 19. a 20. storočia, bol o Moravský kras veľký turistický záujem. Práve sprístupňovacie práce závažne a nenávratne narušili podzemný reliéf jaskyní v Moravskom krase. Ide už o vykonané diela, ako sú úpravy vodnej plavby, zmena vodného toku rieky Punkvy a podobne. Turistická prevádzka prináša i ďalšie poškodzovanie, najmä čo sa týka krápnikovej výzdoby. Dnes všetky verejne prístupné jaskyne spravuje Správa jaskyní Českej republiky. Speleologickým prieskumom sa venujú amatérsky jaskyniari z Českej speleologickej spoločnosti. Preto majú v názve niektoré jaskyne Moravského krasu slovo amatérska jaskyňa. Správa Chránenej krajiny oblasti Moravský kras nad ním vykonáva dozor.³⁰

Zaujímavosťami jaskyní Moravského krasu sú napríklad dozrievanie syrov v Jaskyni Michalka pri Holštejne, kde zreli v jaskynných priestoroch syry, až do roku 2004. V niektorých jaskyniach (napríklad Kateřinská jaskyňa), sa konajú rôzne koncerty v podzemných koncertných sáloch (jaskynných dómoch), vďaka výbornej akustike, avšak len pár krát v roku, kvôli narušovaniu jaskynných netopierov. Císařská jaskyňa (taktiež nazývaná ako Moravské Lurdy), je známa svojou speleoterapiou (liečebná metóda, ktorá využíva klíma podzemných/jaskynných priestorov). Každý rok sa v nej lieči okolo 700 detí ročne, s problémami typu astma a ochoreniami dýchacích ciest. Císařská jaskyňa v minulosti bývala i pútnym miestom, kde každým rokom okolo 25. Októbra putovalo niekoľko nábožensky založených, veriacich ľudí.³¹

V roku 2013 bola objavená nová jaskyňa s názvom, Matalova Vymodlená, pri obci Lipovec. Jaskyňa je dlhá asi 30 metrov, s bohatou krápnikovou výzdobou a všetkými známymi druhmi krápnikov a záclon. Považuje sa za najväčší speleologický objav v roku 2013. Jej tvar pripomína gotickú chodbu, kde priestor je tak veľký,

³⁰ HROMAS, J. a kol. *Jeskyně. Chráněná území ČR*. Praha, 2009. svazek XIV. ISBN 978-80-87051-17-7.

³¹ BLANENSKO A MORAVSKÝ KRAS. *Pout' do císařské jeskyně*. [online]. © 2011 Město Blansko [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: <http://www.blansko.cz/clanky/detail/pout-do-cisarske-jeskyne.htm>.

že sa v nej postaví dospelý človek. Pomenovanie jaskyne vychádza z mena člena skupiny, Antonína Matala, ktorý dal podnet pre začiatok výkopu jaskyne.³²

1.10.1 Prírodné rezervácie a pamiatky Moravského krasu

Moravský kras tvoria celkovo štyri národné prírodné rezervácie, dve národné prírodné pamiatky a prírodné pamiatky, a jedenásť prírodných rezervácií. Vintoky, Balcarova skála je prírodná rezervácia ležiaca pri obci Ostrov u Macochy.³³

Do najjužnejšej a zároveň najstaršej Národnej prírodnej rezervácie patrí Hádecká planinka. Rezerváciou bola vyhlásená už v roku 1950. Naväzuje na lom Hády a nachádza sa pri obci Ochoz u Brna. Najvýznamnejšou a zároveň najväčšou rezerváciou, je Národná prírodná rezervácia Vývěry Punkvy (1997). Je rozľahlou oblasťou, tiahnucou sa cez šesť obcí katastrálneho územia. Je významná množstvom podzemných i povrchových krasových javov, a priepasťou Macocha. Jej súčasťou je najdlhší jaskynný systém v Českej republike. Systém Amatérskej jaskyne (dlhá 34 km, spolu s naväzujúcimi jaskynnými systémami – Punkevní a Kateřinská jeskyně). Priepasť Machocha je známa nie len v Česku, ale i vo svete. Jej hĺbka presahuje 130 m, a vo svojom druhu je najväčšou, v celej strednej Európe. Medzi najvýznamnejšie pamiatky patrí zrúcanina hradu Blansek. Národná prírodná rezervácia Habrúvecká bučina, je tvorená z lažáneckého vápenca. Je významným výskytom mnoho početných zkamenelín (ježovky, amonity). Do jej krasových javov, patrí skupina závrto v Bařinách. V roku 2004 bola vyhlásená najmladšia národná prírodná rezervácia, Býčí skála. Je umiestnená v údolí Křtinského potoka a patrí medzi najväčšie rezervácie Moravského krasu (190 hektárov). Nachádzajú sa tu jaskyne Jáchymka, Sobolova jaskyňa a Býčí skála. Nemá krápnikovú výzdobu,

³² CHARVÁT, J. Doma v Moravském krasu. *Jeskyně doslova Vymodlená*. 2014, jaro – léto, s. 1.

³³ MACKOVČIN, P. a kol. *Chráněná území ČR: Brněnsko*. Praha: AOPK ČR. 2007. ISBN 978-80-87051-16-0.

je sprístupnená verejnosti len niekoľko krát v roku, nie len z dôvodu narušovania života netopierov.³⁴

Najhodnotnejšou časťou tejto prírodnej rezervácie je jaskyňa Balcarka, a to už od 20. storočia je sprístupnená verejnosti. Jej silnou stránkou sú krápnikové výzdoby tvoriace najkrajšiu jaskyňu Moravského krasu. Prešla generálnou rekonštrukciou, ktorá trvala od roku 2007 až do roku 2009, pri ktorej boli odstránené staré betónové chodníky a schody, rôzne ocelové konštrukcie, osvetlenie a podobne. Všetky materiály boli z jaskyne odvázané vlastnoručne (celkom 2100 ton). Vďaka tejto radikálnej zmene, sa v jaskyni objavilo niekoľko ďalších častí, ktoré boli schované, a umožňujú ďalšie možné objavy nových priestorov. Vďaka rekonštrukciám boli vybudované nové chodníky, zábradlie i osvetlenie. Zaujímavosťou je, že bolo použité prvý krát osvetlenie LED, ktoré bolo zároveň prvým použitým v jaskyni vo Východnej Európe. Jaskyňa Balcarka bola vyhlásená ako prírodná rezervácia v roku 1998. Je známa i Šamalíkovými jaskyňami, či Vintockou priepasťou (75 m).³⁵

Najmenšou prírodnou rezerváciou Moravského krasu je Mokřad pod Tipečkom. Ako rezervácia bola vyhlásená roku 1998. Je charakteristická svojimi rastlinnými a živočíšnymi spoločenstvami. Nachádza sa pri obci Křtiny a Jedovnice. Do najnavštevovanejších, patria Sloupsko-Šošúvské jaskyne a sú zároveň prírodnou rezerváciou (vyhlásená v roku 2004). Ich unikátnosťou je až 80 m hlboká priepasť a dvojposchodové jaskynné systémy. Je známa svojou skalnou stenou (hrebenačom), ktorý pripomína stĺp. Podľa neho je i pomenovaná obec, Sloup.³⁶

Pri obci Křtiny, je prírodná rezervácia s názvom U Výpustku. Bola vyhlásená v roku 2002. Jej najznámejšia časť je jaskyňa Výpustek. Najskôr z nej bola ťažená fosfátová hlina, neskôr, počas 2. svetovej vojny, si z nej nacisty vybudovali podzemnú továreň Flugmotorwerke Ostmark (výroba leteckých motorov), pri nasadení 1320 pracovníkov. Koncom vojny bola továreň zničená, čím bola jaskyňa veľmi poškodená, prakticky zničená. V 60. rokoch v nej bol vybudovaný prísne tajný

³⁴ MACKOVČIN, P. a kol. *Chráněná území ČR: Brněnsko*. Praha: AOPK ČR. 2007. ISBN 978-80-87051-16-0.

³⁵ SPRÁVA JESKYNÍ MORAVSKÉHO KRASU. *Jeskyňě Balcarka*. [online]. 2007 [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: <http://www.cavemk.cz/jeskyne-balcarka/>.

³⁶ MACKOVČIN, P. a kol. *Chráněná území ČR: Brněnsko*. Praha: AOPK ČR. 2007. ISBN 978-80-87051-16-0.

a strážený protiatómový kryt a veliteľské stanovisko (fungovalo až do roku 2001). Bolo strážené niekoľkými vojakmi, pričom vojaci nevedeli, čo sa vnútri nachádza. Jaskyňa bola sprístupnená v roku 2008 a nikdy nebola využitá, ako kryt.³⁷

Do prírodných rezervácií ešte patria: rezervácia Bílá voda (2000), Březinka, Čihadlo (1976), Dřínová (1973), u Brněnky (1973), Velký Hornek (2003), Zadní hády (1973). Najrozsiahljšou oblasťou Moravského krasu sú Údolí říčky (vyhlásené v roku 1995). Patrí medzi najcennejšie, čo sa týka botaniky a výskytu mnohých chránených a ohrozených druhov rastlín i živočíchov. Do národných prírodných pamiatok patrí jaskyňa Pekárna (1993), a Rudické propadání (1990). Do prírodných pamiatok patrí, U staré Vápenice (1990), čo je lesnou rezerváciou; Kněžnice (1973), je chránená, na základe prirodzených lesných porastov; Velká Klajdovka a Kavky (boli vyhlásené za účelom ochrany teplomilných spoločenstiev živočíchov a rastlín; Obřanská stráň (1987).³⁸

Jaskyňa Pekárna je cenená ako archeologická lokalita. Boli v nej nájdené nálezy magdalénskej kultúry. Nachádza sa v juhovýchodnej časti Moravského krasu. Rudické propadání, vzniklo prepadosm Jedovnického potoka. Nachádza sa na území obce Jedovnice a Rudice. Je najhlbším krasovým prepadaním vôd v Českej republike, kde sa voda prepadá až do 86 m, pokračuje jaskynným systémom a vyviera až pri jaskyni Býčí skála.³⁹

³⁷ MORAVSKÝ KRAS. *Jeskyně Výpustek*. [online]. © 2005-2014 [cit. 2015-12-12]. Dostupné z: <http://www.moravskykras.net/jeskyne-vypustek.html>.

³⁸ BALÁK, I. a kol. *Údolí Říčky v Moravském krasu*. Blansko: Reprocentrum a. s.. 2001.

³⁹ MACKOVČIN, P. a kol. *Chráněná území ČR: Brněnsko*. Praha: AOPK ČR. 2007. ISBN 978-80-87051-16-0.

1.11 Vplyv turistiky na prírodné atraktivity so zameraním na oblasť Punkevních jeskyní

Priepasť Macocha vznikla pravdepodobne zosypaním jaskynného stropu, ktorého zvyškom je suťový kužel. Dnom preteká rieka Punkva. Moravské krasové podzemie bolo dlho neprebádanou oblasťou. V minulom storočí, sa bádáním zaoberal Karel Absolon (1887-1960), ktorý je známy svojimi objavmi jaskynných systémov nielen u nás, ale i v zahraničí na Balkáne. K bádaniu ho naviedol jeho otec Jindřich Wankel, pôsobil ako blanenský lekár a ako prvý sa venoval archeologickým výzkumom Moravského krasu. Nebezpečný faktor vplyvu cestovného ruchu na Moravský kras, je znečisťovanie vôd a vodných tokov. Už nárastom obyvateľstva, sa Moravský kras postupom času neustále poškodzuje. V porovnaní kvality Křtinského potoka a výver pod jaskyňou Kostolík, preukázal pokles baktérie E.coli zo 100 tisíc na 4 jednotky. Je to z dôvodu znečistených vôd, ktoré sa pri obciach strácajú do podzemia a prietokom krasovým prostredím sa ich kvalita (najmä ohľadne baktérií), zlepšuje. Avšak táto samočistiaca schopnosť nie je nevyčerateľná. Niektoré krasové toky sú zdrojom pitnej vody (Rudické propadání, a zdroj Jaskyňa Štajgrovce). Výnimkou sú časti obcí Rudice, Ostrov u Macochy a Sloup, ktoré sú napojené na čističky odpadových vôd. Nápravou môže byť vybudovanie ďalších čističiek pri hlavných zdrojoch znečistenia. V Moravskom krase prináša i likvidácia pevného odpadu, či toxického a inak škodlivého pre prírodnú oblasť problém. V Moravskom krase sa vyžaduje omnoho prísnejšie hospodárenie s odpadmi a režim, než v inom type krajiny. Už v roku 1989, bol zistený v hydrogeologických vrtoch pri hľadaní pitnej vody, vysoký obsah toxických a ropných látok z výroby firmy so sídlom v Adamove, kde je odpad uložený vo vápencovom lome pri obci Babice a tento odpad môže byť v budúcnosti príčinou vzniku ekologickej katastrofy. Najviac navštevovanými prírodnými atraktivitami, sú Punkevní jeskyne a priepasť Macocha. Ročne ich navštívi okolo pól milióna návštevníkov. Patrí i medzi miesta, kde už mnoho ľudí prišlo o život. Od 30. rokov v nej zahynulo už okolo 90 ľudí. Najvyššia návštevnosť

je zaznamenaná v letnej sezóne a to už od Mája do Septembra. I z dôvodu vysokej až nadmernej návštevnosti, sa údaje o znečisťovaní najmä v týchto mesiacoch zvyšujú. Prispieva k tomu hlavne automobilová doprava. V najobľúbenejšej časti Moravského krasu, patrí Suchý a Pustý žleb. Sú uzatvorené pre všetku automobilovú dopravu, už od konečného presadenia v rokoch 1993 - 1995, z negatívnych dôvodov na dopad prírody. Namiesto toho, je pre návštevníkov ekologická varianta dopravného prostriedku, a to v podobe vláčika a kabinovej lanovky. Takéto príčiny automobilovej dopravy, môžu spôsobiť prírodné škody živých foriem prírody. Najväťšími atraktivitami, sú jaskyne. Vysoká návštevnosť prináša i veľké škody. V Punkevních jaskyniach bolo v roku 1978 úmyslné poškodenie, kde návštevníci odlomili krápnikovú výzdobu takzvanú záclonu s váhou 3,4 kilogramu (obvinení boli uväznení na 2,5 a 3,5 roku spolu s pokutou vo výške 27.000 Kčs). Preto je dôležité návštevníkov upozorňovať a dbať na zvýšené budovanie zátaras a podobne, aby k takýmto podobným udalostiam v budúcnosti nedochádzalo.⁴⁰

1.11.1 Vplyvy cestovného ruchu na prírodné prostredie

Téma problematiky dopadu cestovného ruchu na prírodné prostredie, bola najskôr v zahraničí predmetom odborných článkov a diskusií hlavne zo strany geografov, ďalej ekonómov a podobne, už v 70. rokoch. V tomto storočí, boli publikované burcujúce práce s názvami obsiahnutými, či cestovný ruch je alebo nie je požehnaním či skázou. Texty zaoberajú vplyvy cestovného ruchu, kde bola vykonaná klasifikácia a boli uvedené spôsoby ich monitorovania. Vplyvy cestovného ruchu na geografické prostredie, je možné charakterizovať podľa geografického meradla ich pôsobnosti na národný, globálny, regionálny i lokálny krátko i dlhodobo pôsobiaci komplexnejší prehľad kritérií. Cestovný ruch pôsobí okrem prostredia danej destinácie i na tranzitné oblasti a to uzlové body, koridory a dopravnú infraštruktúru.⁴¹

⁴⁰ MUSIL, R. *Moravský kras. Labyrinty poznání*. Adamov: J. Bližňák, 1993. 336 s.

⁴¹ PÁSKOVÁ, M. *Udržiteľnosť cestovného ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. ISBN 978-80-7435-329-1.

Zdrojové oblasti sú do danej miery relatívne, pretože skoro každá destinácia je taktiež zdrojovou oblasťou. Teda vzájomná väzba princípov kumulovaných príčin, sa vývojom posiluje, a prostriedky z aktívneho cestovného ruchu miestny obyvatelia môžu okrem iného využiť i pre zvýšenú účasť pasívneho cestovného ruchu. Neregulovaný cestovný ruch k životnému prostrediu, spotrebovávajú hlavne neobnoviteľné a jedinečné zdroje, prostredníctvom nešetrnej a intenzívnej formy nadmerného tempa rozvoju. Tento prejav pôsobenia neregulovaného rozvoja cestovného ruchu, sa označuje ako efekt turistickej pastí, v ktorom vďaka existencii trhových externalít nepracujú autoregulačné mechanizmy trhového systému, ako by pracovať mali. V prípade cestovného ruchu tieto externality predstavujú kľúčové zdroje destinácie. Takéto nežiadúce dopady cestovného ruchu nie sú obmedzené na destinácie s vysokou mierou návštevnosti, ani na exotické destinácie, avšak sú typické pre také destinácie, kde cestovný ruch tvorí významnejší podiel ľudských aktivít, ktorých životný štýl sa väčšinou líši od životného štýlu návštevníkov. V prípade globálnych lokalít môžu mať dôsledky nadmernej záťaže za následok dokonca spochybnenie, ale i vyradenie zo zápisu v zozname dedičstva ľudstva. Dopady cestovného ruchu na geografické prostredie, sú spôsobené okrem návštevnických aktivít i realizáciou skutočných, či predpokladaných požiadaviek spolu s importom odlišného životného štýlu návštevníka do destinácie, spolu s rôznymi návykmi na komfort. Vplyv cestovného ruchu na zložky prírodného prostredia v zastúpení druhov flóry a fauny, sú z dôvodu cestovného ruchu dlhodobo analyzované, napríklad emisie. Cestovný ruch, je zdroj práve emisií priamo, a to hlavne z dopravy, leteckej, automobilovej a podobne, alebo rôznych offroad udalostí cestovného ruchu, zábavné parky, obchodné centrá a tak ďalej. V miestach vysokej návštevnosti s nepripravenou infraštruktúrou, sa tiež prejavuje na znečistení vody. Pri takejto situácii, vzniká i poškodenie rôznych skalných útvarov alebo iných prírodných útvarov, na základe nápisov spôsobených vyrytím, či grafitmi. Vedie to ku kumulácii a poškodzovaní hodnôt a funkcií krajiny vôbec, znižovaniu rozmanitosti a estetickej hodnoty.⁴²

⁴² LEDECKÝ, V., PYKA, J. *Management turistické destinace*. Karviná, 2001. ISBN 978-80-7248-637-3.

Nová prevádzková budova v priepasti Macocha

Pre turistov je pripravovaná výstavba novej prevádzkovej/vstupnej budovy v Punkevních jaskyniach. Jej výstavba prebieha od Júna 2014. Plánovaný koniec je daný na Júl roku 2015. Finančné zdroje sú zaistené vďaka operačnému programu Životné prostredie. To znamená i obmedzený návštevný harmonogram, iný vstup do jaskyní, než normálne, i iné obmedzenia, čo sa týka prevádzky Skalného mlyna. Ako náhradu za uzavreté Punkevní jaskyne, sa uvádza návšteva jaskyní Sloupsko-šošůvských a jaskyne Výpustek. V rámci uzatvorenia jaskyní pre verejnosť z dôvodu výstavby, je v období od Januára, do konca Februára mimoriadne otvorená Kateřinská jaskyňa. Pri výstavbe inžinierskych sietí bude uzatvorený vchod do Skalného mlynu, avšak do Punkevních jaskyní i Kateřinskej bude možné sa dostať z Priepasti Macocha, pešo či lanovou dráhou.⁴³

Táto modernizácia má za úlohu splňovať požiadavky, ktoré dosavadná budova, postavená v rokoch 1947, nesplňovala. Ide o požiadavky cestovného ruchu, ako hygiena, zaistenie bezpečnosti pracovníkov i návštevníkov budovy.

⁴³ SPRÁVA JESKYNÍ MORAVSKÉHO KRASU. *Aktuality*. [online]. © 2007 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.cavemk.cz/aktuality/>.

2 PRAKTICKÁ ČASŤ

2.1 Cestovný ruch v Moravskom krase

Medzi najmladšie dejiny zprístupňovania atraktívnych jaskýň pre verejnosť, patria Punkevní jaskyne, Blacarka, Kateřinská jaskyňa, Sloupsko-šošůvské a iné. S následkom totálnej devastácie sintrovej kôry, zmenou mikroklímy, hydro charakteru lokality a podobne. Množstvo školských výletov, individuálnych návštevníkov a rodín, každoročne smerujú do Moravského krasu. Najmä do oblasti Priepasti Macoche a Punkevními jaskyniam. Vybudovanie ciest v krasových kaňónoch v začiatku 20. storočia, tak umožnilo prízjazd turistov priamo k jaskyniam. Z toho dôvodu vzniklo v inverzných polohách krasových žľabov, k hromadeniu výfukových plynov, s negatívnym dopadom na okolnú prírodu. Vylúčenie tejto dopravy, sa uskutočnilo až v rokoch 1993 až 1995. K ďalšiemu vážnemu problému, z hľadiska ochrany prírody, patrí i devastácia krápnikových výzdob, týkajúca sa prístupných i verejne neprístupných jaskyní. Po porovnaní stavu krápnikovej a výzdoby vôbec, sa zistilo v niektorých stavoch až 50% úbytok pôvodnej výzdoby. Ďalej presvetlenie jaskyní denným svetlom, umožnilo rast takzvaným lampenflorám, zeleným rastlinám. Na základe týchto zistení, Správa chráneného krajinného územia, stanovila limity návštevnosti prístupných jaskyní, a pri rekonštrukciách elektrického vybavenia, sa obmedzila intenzivita žiarenia osvetlenia, i z dôvodu ochrany netopierov a ich zimných stanovišok, sú v zimnej sezóne uzavreté tri z verejne prístupných jaskyní, okrem Punkevními jaskyní. Verejnosti neprístupné jaskyne, boli uzatvorené uzamykateľnými mrežami Českou speleologickou spoločnosťou. V Moravskom krase je rozvinutá i individuálna rekreácia v chatkách, najmä v jeho južnej časti. Na základe výstavby mnoha rôznorodých objektov, boli zdevastované významné krajinné časti, ako škrapová stráň Ochoze u Brna, lesnaté Údolí Říčky a podobne. To znamená, pre krajinnú oblasť výrazné zhoršenie rekreačného potenciálu. Turistiku v Moravskom krase umožňuje osem náučných steziak a mnoho turistických ciest. Moravský kras

ponúka i iné možnosti turistiky, ako aktívnych foriem a to horolezectvo, cykloturistiku, speleológiu. Tieto aktivity a ich podmienky sú stanovené s ohľadom na cenné časti územia Správou chráneného krajinného územia.⁴⁴

Cestovný ruch má i kladný vplyv na takéto územia, čo sa môže prejavovať napríklad zakladaním národných parkov a rezervácií, zachovaním a archeologickou rekonštrukciou pamiatok. Cestovný ruch prináša i finančné prostriedky pre uskutočňovanie rôznych zásahov, zvyšuje sa kvalita infraštruktúry, architektúra a design nových budov v chránených oblastiach a podobne. Naopak negatívny cestovný ruch, môže mať za následok znečistenie prostredia, na základe automobilovej dopravy – splodiny, znečistenie vodných tokov, devastácia fauny a flóry, poškodzovanie pamiatok, zvyšovanie množstva odpadov a podobne.⁴⁵

2.2 Gastronomické a ubytovacie zariadenia v oblasti priepasti Macocha a Punkevních jeskyní

Pri priepasti Macocha, sa nachádza niekoľko gastronomických zariadení. V budove chaty Macocha, sú dve reštaurácie. Jedna disponuje i letnou záhradkou s obsluhou, patrí k ubytovaciemu zariadeniu chaty Macocha, teda zabezpečuje i raňajky a ostatné denné jedlá, pre ubytovaných, ale i neubytovaných hosťov. Druhá reštaurácia (umiestnená z druhej strany budovy), má takisto letnú záhradku, ale bez obsluhy. Obsluhuje sa vo vnútorných priestoroch reštaurácie. Reštaurácie ponúkajú, ako hotové jedlá, tak i minútkové a rôzne alkoholické i nealkoholické nápoje. Reštaurácia a chata Macocha, sú otvorené celoročne. Avšak druhá reštaurácia, ktorá je súčasťou budovy Macocha, je v prevádzke, len v letnej sezóne, kedy je vyšší dopyt.

Chata Macocha, bola nedávno rekonštruovaná, a vďaka tomu získala štýl švajčiarskej horskej chaty. Jej ubytovacia kapacita je 60 lôžok. Reštaurácia je zariadená tmavým dreveným nábytkom. Stoly sú pokryté značkovými obrusmi pivovarov.

⁴⁴ MACKOVČIN, P. a kol. *Chráněná území ČR: Brněnsko*. Praha: AOPK ČR. 2007. ISBN 978-80-87051-16-0.

⁴⁵ TRNKOVÁ, O. *Území a cestovní ruch*. Praha: Vysoká škola ekonomická. 1995. ISBN 80-7079-123-3.

Je to turistická chata. Súčasťou budovy, je informačné centrum a požičovňa horských bicyklov. Za chatou, sa nachádza lanová dráha.

Obrázok 1: Chata Macocha



Zdroj: autor práce, 2015

Ďalej v budove, ktorá slúži i pre predaj lístkov do Punkevních jaskyní, a je umiestnená oproti chaty Macoche bližšie smerom k parkovisku, je i fastfood s ponukou rýchlych jedál (párky, klobásky, hranolky, vyprážaný syr, a podobne), kde sú pod prístreškom budovy, priamo u vydávacieho pultu, umiestnené drevenné lavice. V letnej sezóne je pri týchto laviciach otvorený stánok s rôznymi hračkami, hrami a drobnými vecami pre najmä detského zákazníka. Suveníry sú súčasťou už spomínanej budovy, a spolu s fastfoodom a obchodom s drobnými vecami, sú otvorené najmä cez letnú sezónu, kedy je v tejto oblasti najväčší rozmach turistov.

Pri Punkevních jaskyniach, je momentálne vo výstavbe nová správna budova, ktorá bude dokončená v roku 2015. Budova bude spĺňať hygienické a bezpečnostné požiadavky. V oblasti Skalného mlyna, je k dispozícii reštaurácia, ktorá je súčasťou ubytovacieho zariadenia, hotela Skalný mlyn, a je otvorená celoročne. Pár metrov od tohto zariadenia, sú občerstvovacie fastfood stánky s ponukou podobných jedál, ako vo fastfoode, pri chate Macocha. Pri Skalnom mlyne, je i konečná stanica vláčika,

ktorý turistov rozváža od Punkevních jaskyní a lanovej dráhy ku Skalnému mlynu a späť. Pri Kateřinskej jaskyni, je umiestnená budova s predajom vstupeniek do jaskyne, no občerstvenie a ponuka jedál patrí k reštaurácií v Skalnom mlyne. Budova ponúka len sociálne zariadenia pre návštevníkov a drobný predaj suvenírov.

Hotel Skalní mlýn***, je zapojený v organizáciách, ako Asociácia hotelov a reštaurácií Českej republiky, Hotelstars union, Sodexo (služby pre kvalitný život), a Edendred s motiváciou pre zamestnancov. Hotel ponúka celkovo 42 izieb. Okrem reštaurácie, má i piano bar (večernú reštauráciu), letnú terasu s pravidelným grilovaním, zmenáreň, internetový kút a vlastné parkovisko. V hoteli je daná doporučená ponuka pre návštevu iných atraktivít Moravského krasu. Pre turistov sú taktiež pripravované rôzne ubytovacie balíčky, ktorých súčasťou je návšteva Punkevních jaskyní. Pri hoteli, je požičovňa kolobežiek, pričom ubytovaný hosť, či už v hoteli Skalní mlýn, alebo chate Macocha, má zníženú cenu kaucie za zapožičanie kolobežky. V hoteli je možné usporiadať i rôzne firemné akcie.

Penzión Macocha***, sa nachádza v Punkevním údolí, pri Jakubovmu jazeru. Jaskyne a priepasť Macocha, sú od neho vzdialené približne jeden kilometer. Penzión požičiava bicykle, má vlastné parkovisko, a podobne.

Penzión u Balcarky***, má strategické miesto, hneď pri hlavnom ťahu z priepasti Macocha, k ďalšej prírodnej pamiatke, jaskyni Balcarka, po pravej strane. Jeho kapacita je 25 lôžok. Reklama tohto penziónu, je pri nepovšimnutí jednej cedule, slabá. Ostatné ubytovacie zariadenia sa zväčša nachádzajú v meste Blansko a okolí.

2.3 Propagácia

V rámci propagácie jaskyní Moravského krasu, sú najviac navštevované Punkevní jaskyne, Balcarka a Sloupsko-šošůvské jaskyne. Ostatné jaskyne nie sú natoľko známe a navštevované. Preto je dôležité zvýšiť propagáciu a vôbec návštevnosť týchto jaskyní. Ochozská jaskyňa je najväčšou, v južnej časti Moravského krasu. Je otvorená len dva krát do roka, z dôvodu záplav, i života netopierov. Ďalšími známymi jaskyňami

Moravského krasu sú Rytířská a Zbojnícka jaskyňa. Rytířská jaskyňa, nachádza sa v blízkosti Suchého žľabu. Ľuďmi bola obývaná už v dobe paleolitu. V stredoveku bola jaskynným hradom, čo je jediným úkazom jaskynného hradu vôbec v Českej republike. Pri jej výzkupe v 60. rokoch, v nej boli objavené nálezy, ako keramika, nože, udice a podobne. Podľa zistení, tento jaskynný hrad pravdepodobne plnil strážnu a vojenskú funkciu. Portál jaskyne, patrí k najväčším z celého Moravského krasu (široký 16 m, vysoký 15 m). Do jaskyne prúdi denné svetlo, teda jej časť je pokrytá vegetáciou.⁴⁶ Jaskyňa je takmer 50 metrov dlhá. Jej dno bolo narušené amatérskymi výkopmi, preto je bližšia poloha hradu neznáma. Rytířská jaskyňa je prístupná smerom od Skalného mlyna ku Kateřinskej jaskyni, kde pokračuje stezka označená zelenou turistickou značkou. Jaskyňu z údolia nemožno vidieť, trasa je jednou z náročnejších, do svahu. Pohyb mimo vyznačenú trasu, nie je povolený. Do jaskyne sa neplatí vstupné, je voľne prístupná všetkým turistom.⁴⁷

Zbojnícka jaskyňa sa nachádza vyššie (cca 10 m) od Rytířskej jaskyne. Jej vchod je vysoký 6 metrov. Končí balvanovitým zásypom. Celé jej dno je pokryté balvanmi. Jaskyňa Mastný flek, sa nachádza pár stoviek metrov od Kateřinskej jaskyne severovýchodne. Objavy na Mastnom fleku začli už v roku 1939. Na jej začiatku je jazierko skapovej vody. Chodba smeruje do dómu s bohatou krápnikovou výzdobou. Dóm pravdepodobne vznikol zrúcaním stropu, dokladom je suťový kužel, nad ktorým je asi 40 metrový komín. Jaskyňa je zaplavená nánosmi, je dlhá asi 300 metrov a verejnosti je neprístupná. Do budúca by bolo vhodné túto jaskyňu amatérskymi jaskyniarimi sprevádzkovať a sprístupniť budúcim záujemcom.⁴⁸

Vrámcí propagácie bola pripravovaná, dnes už funkčná mobilná aplikácia pre chytré telefóny so systémom Android. Je to katalóg sprievodcov po sprístupnených jaskyniach nielen Moravského krasu, ale celej Českej republiky. Aplikácia ponúka audionahrávky i zaujímavé informácie, či slovník pojmov, mapu Českej republiky

⁴⁶ CESTOVÁNÍ. *SKRYTÉ KRÁSY MORAVSKÉHO KRASU, TURISTŮM ZAPOVĚZENÉ*. [online]. © 1999_2015 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: http://cestovani.idnes.cz/skryte-krasy-moravskeho-krasu-turistum-zapovezene-fy7-/typy-na-vylet.aspx?c=A110602_143115_igcechy_tom.

⁴⁷ HRADY V ČECHÁCH, NA MORAVĚ A VE SLEZSKU. *Rytířská jaskyně*. . [online]. © 2000-2015 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: http://www.hrady-zriceniny.cz/hrad_rytirska_jeskyne.htm.

⁴⁸ STRÁNKY CESTOVATELE TOMA. *Severní část Moravského krasu*. . [online]. [cit. 2015-02-23]. Dostupné z: <http://www.kras.unas.cz/mksever/such.htm>.

s vyznačenými sprístupnenými jaskyňami, popis a mapu každej jaskyne. Audionahrávky sú zatiaľ dostupné len v českom jazyku. Ďalšie mutácie sú vo fázi pripravovania.⁴⁹

2.4 Jaskyne v zimnom období

Väčšinou, bývajú jaskyne v zime uzatvorené z dôvodu nenarušovania života netopierov. Avšak, pre veľký záujem a návštevnosť jaskyní Moravského krasu, je možné uskutočňovať výlety do jaskyní i v zimnom období. Otvorené sú jaskyne Sloupsko-šošůvské (avšak len šošůvská časť, práve z dôvodu života netopierov a ich narušovania je sloupská časť uzatvorená), ďalej sú otvorené Kateřinská jaskyňa a jaskyňa Výпустek. Sloupsko-šošůvské jaskyne ponúkajú najväčší podzemný komplex v Českej republike a s tým i niekoľko typov prehliadky, ako napríklad prehliadka (s vlastnými) baterkami, ďalej klasickú prehliadku a zážitkovú prehliadku nazvanú „*Po stopách Nagela*“⁵⁰, ktorá bola prvý raz uskutočnená v roku 2012. Je to prehliadka, pri ktorej sa jaskynný komplex prebáda tak, že turista si skúsi rolu jaskyniara. Zaujímavá je i tým, že sa kus trasy ide po kolenách a po dlhom rebríku. Pri tejto prehliadke, je nutná rezervácia predom. Prehliadky v zimnom období, sú čím ďalej atraktívnejšie a obľúbenejšie. Preto každým rokom, Moravský kras navštívi viac turistov, nie len tuzemských, ale i zahraničných. Prehliadka *Po stopách Nagela*, vytvára nový zaujímavý typ prehliadky jaskynného systému, a turista si na vlastnej koži vyskúša prejsť jaskyňu, skoro ako keď pracujú jaskyniari.

⁴⁹ SPRÁVA JESKYNÍ MORAVSKÉHO KRASU. *Aktuality*. [online]. © 2007 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.cavemk.cz/aktuality/>.

⁵⁰ KUDYZNUDY.CZ. *Moravský kras láká i v zimě, vydejte se do tajemných jeskynních komplexů*. [online]. © 2014 Czechtourism [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktuality/Moravsky-kras-laka-i-v-zime,-vydejte-se-do-tajemny.aspx>.

2.5 Dopravná infraštruktúra

Moravský kras nedisponuje veľkým množstvom trás, určených pre automobilovú dopravu. Infraštruktúra Moravského krasu, sa skladá z ciest II. a III. triedy. Chránená oblasť Moravského krasu nie je príliš zaťažovaná. Najdôležitejšou trasou, je cesta č. 373 (II. triedy), ktorá vedie smerom od Brna, cez obce Ochoz u Brna, Březina, Křtiny, Jedovnice, Vilémovice, Ostrov u Macochy a Sloup. Táto trasa naväzuje z frekventovanej diaľnice D1, čo zaisťuje jednoznačný cieľ cesty, teda je vhodná pre automobilové spojenie všetkých prírodných a iných atraktivít Moravského krasu, čo splňuje i druhá komunikácia číslo 374. V zime býva udržiavaná, väčšinou za pomoci odhrňovacích vozidiel. Soľný posyp toto územie nedovoľuje, z dôvodu možného narušenia prírody a na základe chráneného územia. Všetky prírodné atraktivity sú dostatočne označené dopravnými značkami. Avšak autom je možné sa dostať maximálne na platené parkoviská pred jaskyňami, alebo, ako je pri Punkevních jaskyniach parkovanie na Skalnom mlyne, alebo pri priepasti Macocha. Pri jaskyniach, ako Balcarka a ďalších, je taktiež platené parkovisko, zväčša pri hlavnom ťahu. K Punkevním jaskyniam vedie z priepasti Macocha obojstranná kabinová lanovka. Z parkoviska Skalní mlýn k Punkevním jaskyniam zabezpečujú prepravu turistov dve cestné vlakové súpravy, ktoré pravidelne premávajú podľa tradičného jazdného rádu. Teda Punkevní jaskyne a priepasť Macocha sú vhodné ako pre rodiny s deťmi, tak pre zdravotne postihnutých, ako i pre dôchodcov. Najpoužívanejší prístup do tejto lokality vedie cez Skalní mlýn, kde sa nachádza i informačné centrum, hotel, reštaurácia a taktiež známa Kateřinská jaskyňa.

2.5.1 Železničná doprava

Čo sa týka železničnej dopravy, z Brna vedie cez Blansko a Boskovice, teda Moravský kras, hlavný železničný ťah smerom na Prahu. Prekonáva rôzne terény za pomoci mostov a tunelov. Po tejto trati, sa premávajú nielen tuzemské, ale i medzinárodné spoje. Trať je maximálne vyťažovaná. Teda železničná doprava, je vhodnou pre cestovanie a pre turistov, obľubujúcich tento spôsob dopravy, vďaka ktorej, je možné sa dostať i na nadväzujúce iné dopravné spoje, pri nevyužití automobilovej dopravy, do zaujímavých miest Moravského krasu s ďalšou návaznosťou autobusových liniek dopravnej spoločnosti.⁵¹

Trať bola vybudovaná v roku 1849, pričom jej kompletne dokončenie trvalo šesť rokov. Patrí k najstarším a najobtiažnejším úsekom železníc Českej republiky. Zastávky a stanice sú vhodné pre turistiku v okolí, kde sú cesty značené turistickým označením. Zo železničnej zastávky v Blansku, vedie turistická trasa, po ktorej je možné dostať sa až ku Skalnému mlynu, a tiež známej priepasti Macoche a ďalším iným prírodným atraktivitám Moravského krasu.⁵²

2.5.2 Krasobus

Je takzvaná sezónna okružná linka pre turistov smerujúcich do Moravského krasu. Názov Krasobus vznikol na základe internetového hlasovania verejnosti. Zaisťuje pohodlné, bezbariérové a najmä častejšie dopravné spojenie z Blanska (čo je mesto nazývané ako vstupná brána do Moravského krasu), do Moravského krasu. Zo začiatku jazdil len od Júna do Septembra, teda v hlavnej sezóne, avšak dnes už jazdí celoročne, pričom nie je súčasťou bežných autobusových liniek.⁵³

⁵¹ MORAVSKÝ KRAS. *Doprava v Moravském krasu*. [online]. © 2005-2014 [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.moravskykras.net/doprava.html>.

⁵² ČD. *Do srdce Moravského krasu*. [online]. © 2009 [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.cd.cz/zazitky/kamna-vylet/544-do-srdce-moravskeho-krasu>.

⁵³ HOTEL SKALNÍ MLÝN. *Krasobus*. [online]. © 2009 [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://www.skalnimlyn.cz/novinka/krasobus.html>.

Behom zimného obdobia slúži krasobus ako skibus, na základe záujmu o bežecké lyžovanie. Cestovné lístky je možné zakúpiť priamo u šoféra. Výhodou je, pri kúpe pamätného spiatočného cestovného lístku, zľava na vstupné a turistické služby v Blansku a Moravskom krase. Trasa Krasobusu je dlhá približne 17 kilometrov, a zastavuje i v centre Blanska, narozdiel od klasických autobusových liniek, ktorých cieľom sú autobusové stanice. Táto linka vznikla už v roku 2011, na základe zvýšeného záujmu o Moravský kras a má umožniť rozvoj turistického cestovného ruchu práve i v meste Blansko, ktoré (napriek názvu vsutpná brána Moravského krasu), neodpovedá vysokou návštevnosťou. Už v roku 2013 musela spoločnosť IDS JMK, zvýšiť počet spojov, pre jeho veľký záujem.⁵⁴

Krasobus zastavuje na miestach, ktoré sú označené špeciálnym logom, kde je vyznačený i jazdný harmonogram spoja. Zastávky sú v blízkosti Aquaparku Blansko, zámku, zaujímavom drevennom kostolíku zo 17. storočia a hlavne na Skalnom mlyne. Krasobus zaistuje pohodlnú prepravu turistov z Blanska okružnou linkou do najznámejšej a najnavštevovanejšej prírodnej pamiatky Moravského krasu. Cieľom zastávky v meste Blansko, je nabudenie zvýšenia záujmu turistov, o navštívenie nových miest a získanie nových príležitostí cestovného ruchu.⁵⁵

2.5.3 Cyklobus

Moravský kras je vhodným miestom pre cyklistiku. Obsahuje hustú sieť cyklotrás, ktoré lákajú turistov vďaka rozmanitej a kopcovitej krajine. Sú vhodné i pre rodiny s deťmi, ktoré v prípade potreby vyvezie cyklobus cez náročnejšie a nebezpečnejšie úseky do ďalšej zastávky, čo umožňuje lepšie prechádzanie pre menej skúsenejších cyklistov a vôbec. Prevádzka cyklobusu akciovej spoločnosti ČAD Blansko, vznikol v roku 2013. Cyklobus premáva cez víkendy i cez sviatky,

⁵⁴ MĚSTO BLANSKO. *Linka Krasobus rozširuje na léto počet spojů*. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://www.blansko.cz/clanky/2013/06/linka-krasobus-rozsiruje-na-letu-pocet-spoju>.

⁵⁵ ČAD BLANSKO. *Krasobus*. [online]. © 02.06.2014 [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: http://www.cadblansko.cz/cze/c_krasobus.phtml

teda vo všetkých nepracovných dňoch v pravidelných intervaloch. Jeho zastávkami sú Dražanské vrchoviny, Sloup, Vyškov, i Sloupsko-šošůvské jaskyne, i v oblasti obidvoch žlabov Moravského krasu. Informácie o odjazdoch cyklobusu je možné získať na internetových stránkach idos, kde je možné nájsť i praktické informácie pri cestovaní cyklobusom. Prakticky sa cyklobus využíva následovne. Pri nastupovaní turistov s bicyklom, oznámia vodičovi prepravu bicykla. Pri dohľade vodiča, si turista bicykel sám umiestni na cyklo-vozič, s pomocou samozaist'ujúcich páskov. Pri vystupovaní taktiež vodič dohliada na správne vytiahnutie bicykla z cyklo-voziču. Cestovný lístok je možné zakúpiť jednorázový, ale i celodenný. Kapacita týchto cyklo-vozičov je 22 bicyklov. Nástup a výstup s bicyklom, je možný len na označených zastávkach symbolom. Sú to zastávky Blansko, Rudice, Jedovnice námestie, Senetářov, Lipovec, Studnice, Sloup, Suchý Benešov, Skalice nad Svitavou, Jevíčko a Olešnice. Bicykle nie je možné prepravovať vnútri v autobuse. I keď požičiavanie bicyklov nie je toľko obľúbené, nahrádza to požičiavanie elektrobicyklov. Tie sa tešia čoraz väčšej obľube, teda sa i rozširujú požičovne, pričom sa rozširujú i dobíjacie miesta.⁵⁶

2.6 Cykloturistika

Cyklotrás sa v Moravskom krase nachádza mnoho, a to so začiatkom trasy takmer z každej strany. Delia sa na rôzne okruhy a ciele (Boskovický westernový okruh, cca 50 kilometrov, so strednou náročnosťou; Jedovnické možnosti s dĺžkou necelých 60 kilometrov; Krásy Moravského krasu, ktorý patrí do skupiny obtiažnych cyklotrás; taktiež Malý a veľký cyklistický pamätníkový okruh, z Blanska za kovbojmi, i Zámok, rozhľadňa a múzeum v jednom, patria do obtiažnych trás s priemernou dĺžkou okolo 60 kilometrov. Patria sem i ďalšie trasy s názvami, ako Za výhľadom k Babylonu, Z Letovic do Blanska po prúde Punkvy, Z Brna na sever, z Boskovic

⁵⁶ ČAD BLANSKO. *Cyklobusy*. [online]. © 14.04.2014 [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: <http://www.cadblansko.cz/cze/cyklobusy.phtml>.

do Rájca obkľukou, Poklady a krásy lesov nad Brnom, Merida bike tour maraton I.a II. a iné ďalšie, ktoré je možné ľahko vyhľadať na internete).⁵⁷

Všetky cyklotrasy vedú cez prírodné pamiatky a krásy Moravského krasu. Sú vzájomne prepojené. Návštevník má možnosť výberu z ľahkých, či až obtiažnych náročných, i viac kilometrových cyklotrás. Každá cyklotrasa, má svoje číselné označenie. Väčšina trás, je vhodná najmä pre trekkingové alebo horské bicykle, z toho dôvodu, že časť trasy môže viesť prírodnou cestou lesom, ale i po ceste II. či III. triedy. Jedna cyklotrasa, obvykle spája viacej prírodných atraktivít a rôznych iných atraktivít, než len jednu. Sú vhodné pre všetky typy segmentov, teda rodiny s deťmi, aktívnych seniorov, mládež. Slúžia i pre pešiu turistiku, či prechádzku nordicwalking. V určitých obciach sú taktiež cykloservisy, otvorené pre náhodné opravy, prípadne vypožičanie bicyklov a iných cyklistických potrieb, kde je možné si vypožičať i kolobežky či elektrobicykle. S obľúbenosťou rastú i požičovne štvorkoliek, subway i iných športových potrieb.

2.7 Turistické trasy

Delia sa na náučné trasy, s vlastným pomenovaním. Trasy sú niekoľko kilometrové s niekoľkými zastávkami. Náučná trasa Macocha má 6 kilometrov, spolu s 13 zastávkami. Jej začiatok je v Skalnom mlyne, s pokračovaním po ceste ku Kateřinskej jaskyni. Od Kateřinskej jaskyne vedie smerom na vyhlíadku Steňa, smerom k Suchému žlabu. Popri Korálovom závrte pokračuje k ďalšej pamiatke, Srnčej jaskyni a ďalej k priepasti Macoche. Pokračuje k vyhlíadke na Koňský spád a ďalej k Pustému žlabu, čo je pri dolnej stanici kabinovej lanovej dráhy a vchode do Punkevních jaskyní s prístaviskom lodičiek. Je to okružná trasa, teda končí v Skalnom mlyne. Je možné pokračovať vláčikom, alebo pešo po rovnakej trase. Náučná trasa Rudické propadání, má 9 kilometrov spoločne s 13 zastávkami.

⁵⁷ VÝLETNÍK.CZ. *Cyklotrasy, cyklostezky*. [online]. [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.vyletnik.cz/cyklotrasy/jizni-morava/moravsky-kras-a-okoli/>. ISSN 1802-1786.

Začína v obci Jedovnice na námestí. Prechádza sa pri rybníku Olšovec, k rybníku Budkovan a ďalej ku kraju obce Jedovnice a rybníku Dymák. Odtiaľ trasa pokračuje údolím Jedovnického potoka, cez Salmovu huť priamo k Rudickému prepadaníu. Následuje skalný amfiteáter a známe archeologické nálezisko Kolíbky. Trasa pokračuje k zastávke Větrný mlýn, s múzeom a geoparkom. Cestou cez Klímové závrtý, pokračuje trasa k cieľu okruhu, obci Jedovnice. Náučná trasa Josefov má 9 kilometrov spolu s 24 zastávkami. Jej začiatok je v priemyselnom meste Adamov a koncom pri prírodnej pamiatke Byčí skále. Josefovské údolie je známe existenciou podzemných vojnových tovární. Ďalej sa prechádza prírodným bludiskom jaskyne Jáchymka. Pri vývere Jedovnického potoka, sa nachádza koniec trasy. Trasa späť vedie cez Malú Macochu a Alexandrovu rozhľadňu, alebo cez Máchův památník a Nový hrad. Ďalej, je náučná trasa Říčky, ktorá má 3,5 kilometra s 10 zastávkami. Trasa prechádza cez južnú časť Moravského krasu, údolím Říčky. Do roku 1990, tu bola prístupná piata jaskyňa Moravského krasu, Ochozská jaskyňa. Avšak z dôvodu častého zavodňovania jaskyne, bola uzavrená. Dnes, sa Ochozská jaskyňa otvára dva-krát do roka, kedy nie je zaplavená vodov. Trasa Říčky začína pod dedinou Ochoz u Brna, pri rekreačnom zariadení s rybníkom, Hádek. Trasa vedie popri údolia potoka smerom k Ochozskej jaskyni a jaskyni Pekárna. Pokračuje stúpaním k Hostenickému prepadaníu a údolím vedie trasa naspäť k jej začiatku, Hádku.⁵⁸

Ku Skalnému mlynu, vedie turistická trasa značená zelenou farbou. Vedie z Blanska so začiatkom pri železničnej stanici. Žltou farbou značená turistická trasa, vedie z obce Sloup, teda Sloupsko-šošůvských jaskyní s cieľom pri priepasti Macocha, kde taktiež vedie červenou farbou značená turistická trasa, so začiatkom v obci Rudice.

59

⁵⁸ MORAVSKÝ KRAS. *Turistické stezky Moravského krasu*. [online]. © 2005-2014 [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.moravskykras.net/stezky.html>.

⁵⁹ MĚSTO BLANSKO. *Praktické rady pro návštěvníky MK*. [online]. [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.blansko.cz/turistika/moravsky-kras>.

2.8 Pozorovanie značenia prírodných atraktivít na komunikácií číslo 373

Punkevní jeskyně a propast Macocha sú už od Brna veľmi dobre značené, na komunikácií číslo 373, dopravnými značkami. Od obce Ochoz u Brna, sa komunikácia mierne zhoršuje. V obci Křtiny, dopravné značky na priepasť Macocha, vedú turistov cez úsek (zvaný Křtiňák), ktorý začína asi v strede obce a v zime nie je upravovaný. To môže viesť ku zmätku a neistote v správnom smere trasy, no pri pokračovaní obcou i po hlavnej ceste, je na jej konci opäť značená priepasť Macocha. Na komunikácií číslo 373, je niekoľko odbočiek na ďalšie prírodné atraktivity a rezervácie, ako arboretum Křtiny, odkiaľ z parkoviska vedie i turistická stezka do arboreta Menedlovej univerzity, zemédskej fakulty – Schindlerova i sluneční stezka, a je značená žltou turistickou značkou, s podporou Lesov Českej republiky. Ďalej trasou po komunikácií číslo 373, vedie stezka na Rudické (nazývané i Jedovnické) propadání, za městysom Křtiny. Následuje městys Jedovnice (ďalšie smerujúce značenie priepasti Macocha), Vilémovice, za ktorými je prvé označenie vôbec Sloupsko-šošůvských jaskyní. Kateřinská jaskyňa, je označená len smerom od priepasti Macocha. Za Ostrovom u Macochy, sa po pravej strane nachádza detská liečebňa speleoterapiou. Ďalej jaskyňa Balcarka, nie je od priepasti Macocha vôbec značená. Avšak na základe jej umiestnenia, v obci Ostrov u Macochy, na hlavnom ťahu a smerom ďalej do Moravského krasu, je hneď po pravej strane približne jeden kilometer od križovatky k priepasti Macoche, čo zaručuje jej návštevu.

Priepasť Macocha. V tomto období nie je priveľa navštevovaná, najmä z dôvodu výstavby nových budov a uzavretých Punkevních jaskyní. Nepremáva ani lanová dráha. Z cesty od plateného parkoviska k priepasti, je po ľavej strane prebieha výstavba nových budov, na mieste, kde stáli sociálne zariadenia (už nevyhovujúce dnešným hygienickým a iným podmienkam). Sú to celkovo dve budovy, z ktorých v prvá bude plniť práve sociálnu funkciu a v druhej bude informačné centrum s drobným predajom. Pri priepasti Macocha sú tri budovy. Prvá slúži, ako predaj vstupeniek do jaskyní, predaj suvenírov, a jej súčasťou je i bufet, drevené stoly pod prístreškom a v letnom

období prebieha predaj rôznych hračiek a iných vecí najmä pre detských turistov. Druhá budova je Chata Macocha, ktorá ponúka ubytovanie (celkovo 60 lôžok), pričom súčasťou chaty je reštaurácia s letnou terasou s ponukou miestnych špecialít. Súčasťou chaty, je ďalšia reštaurácia s ponukou jedál a nápojov hlavne v letnej sezóne. Pri priepasti Macocha, je niekoľko informačných tabulí o priepasti a podobne, ku ktorým pribudla nedávno nová tabuľa, s rozbitými zrkadlami oddelenými na štyri sekcie a z novín vystrihnutých a zlepených písmen, s nápisom „ztracený, rozbitý, slepený život má také smysl“, spolu s linkou dôvery.

Obrázok 2: Tabuľa pri priepasti Macocha



Zdroj: autor práce, 2015

Je určená pre ľudí, ktorí zamýšľajú na Macoche ukončiť život. Od priepasti Macocha, vedie niekoľko turistických trás i cyklotrás, i s trasou na dolný mostek priepasti, ktoré sú podporované opäť Lesami ČR. (Príloha B - Informačná tabuľa - autor, Príloha C - Informačná tabuľa - autor). Priepasť Macocha je prírodná rezervácia Vývěry Punkvy, územie krasových kaňónov, priepastí a jaskyní.

Jaskyňa Balcarka. Je značená iba smerom od priepasti Macocha. Nachádza sa približne jeden kilometer od križovatky na Macochu. Parkovisko k jaskyni Balcarka, je hneď pri ceste II. triedy, pri ktorom sa nachádza budova s pokladňou, suvenýrmi i sociálnym zariadením. Jaskyňa Balcarka je prírodnou rezerváciou Balcarova skála – Vintoky, vápencové skalnaté hřbety. Vstup do jaskyne, vedie mierne stúpajúcou cestičkou, približne 120 metrovou, ku vchodu do jaskyne, ktorý je schovaný za skalným výbežkom.

Velká dohoda, sa nachádza cestou od Ostrova u Macochy. Je areálom bývalého kameňolomu, kde sa nachádza stará budova vápenky a iné správne budovy. Areál ponúka horolezectvo, ferraty, detský lanový park, lanovku a rôzne ďalšie atrakcie.

Pri odbočke z hlavnej cesty číslo 373, je i obec, kde sa nachádza ďalšia pamiatka, zrúčenina hradu Holštejn.

Sloupsko-šošůvské jaskyne. Vstup sa nachádza na začiatku obce Sloup. Parkovisko je hneď v obci pri ceste II. triedy, kde sú rôzne informačné tabule a dve budovy. Jedna spolu so sociálnym zariadením a občerstvením, v druhej budove je pokladňa, predaj suvenýrov. Jaskyne sú otvorené od 9 do 3 mesiaca od 10-13h, od 4 do 8 mesiaca od 9-16h a v 10 mesiaci sú otvorené od 9-14h. K vstupu do jaskyní je zabezpečené cestičkou, popri skalnatých útvaroch, pričom jeden, sa každým rokom prepadne o pár centimetrov do zeme, na základe podmáčanej zeme. Pri tejto skale, je i prepádanie potoka do zeme (Príloha D – prepádanie – autor). Ďalej, sa na nej nachádzajú dve voľne prístupné jaskyne, pričom na okolitých skalách, sú upevnené karabiny, pre horolezcov. Prírodná rezervácia, je Sloupsko-šošůvské jaskyně - Ponorná oblasť Sloupského potoka.

2.8.1 Zhodnotenie značenia prírodných atraktivít

Na základe vlastného pozorovania, sa všetky organizácie týkajúce Moravského krasu, snažia o propagáciu miest Moravského krasu, rôznych gastronomických zariadení a ubytovacích zariadení. Avšak reklamy, na takéto zariadenia v miestach jaskyní a po podrobnom precestovaní cestou číslo 373, chýbajú. Propagácia ostatných jaskyní, okrem priepasti Macocha, a prípadne Kateřinskej jaskyne, je v skutočnosti veľmi slabá. I čo sa týka miest (Jedovnice, Blansko), po prechádzke na najrušnejších miestach, nie je propagácia prírodných pamiatok vo veľkej miere obsadená. To môže byť práve následkom malého prívahu turistov do požadovaných pamiatok. Ďalšie jaskyne Moravského krasu, ako Balcarka, Sloupsko-šošůvské a ostatné voľne prístupné, a iné pamiatky Moravského krasu (prepadanie a podobne), nie sú v skutočnosti vôbec propagované. Z časti dopravným označením, ale až po trase z priepasti Macocha, ktorá je stále najviac navštevovanou prírodnou pamiatkou. Čo sa týka miest a iných destinácií Moravského krasu, o ktoré doteraz nie je veľký záujem, by sa mala vylepšiť propagácia na práve najviac navštevovaných miestach, teda Macocha a Skalní mlýn, prípadne Kateřinská jaskyňa. Z toho dôvodu, by sa mali pridať rôzne informačné tabule, fotky a iné lákadlá, viac propagačných letákov v informačných centrách, video tabulí, aby práve turistov zaujali a nalákali na ich návštevu. Práve touto cestou sa majú poberať organizácie (Správa CHKO, Mas Moravský kras a podobne), ktoré plánujú zlepšenie turistického ruchu v mestách a iných prírodných pamiatkach, no skutočnosť zatiaľ nedokazuje zmeny a snahu, o ich lepšiu propagáciu.

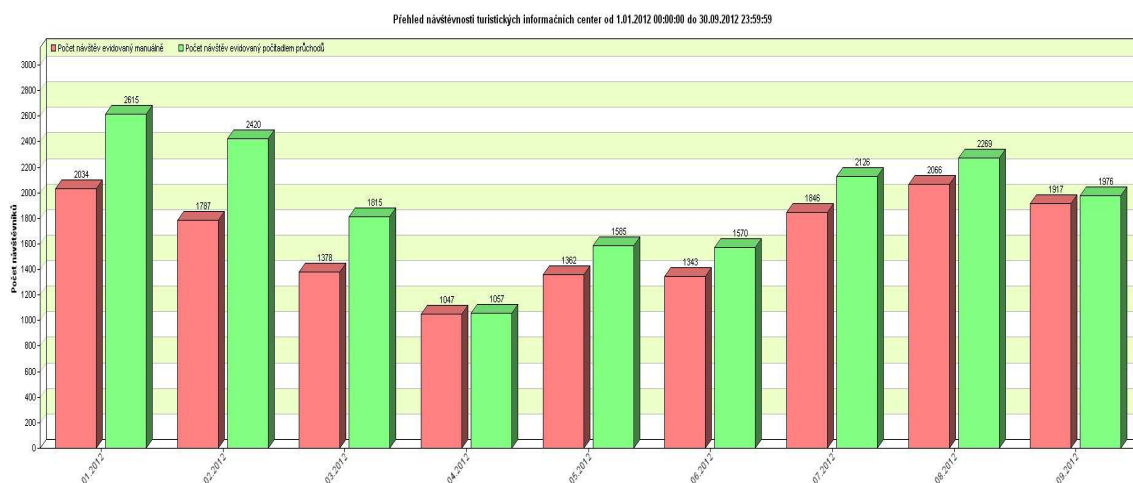
2.9 Štatistika využívania ubytovacích zariadení Moravského krasu a jeho návštevnosti

Podľa zistených štatistík Českého štatistického úradu v roku 2012, v Moravskom krase pri návšteve, využilo ubytovacie zariadenia skoro 87 tisíc českých turistov. Počet prenocovaní, za rok 2012 v Moravskom krase, je necelých 234 tisíc turistov. Z toho väčšina turistov pochádza z Českej republiky. To znamená, že turisti, najmä rodiny s deťmi, majú záujem o viac dňovú návštevu Moravského krasu a pritom využijú ponuky ubytovacích zariadení. Počet prízjazdov hostí celkovo (i zahraničných), do Moravského krasu, bolo v roku 2012 necelých 109 tisíc. V roku 2013, sa počet prízjazdu hostí zvýšil na 113 tisíc. Z Českej republiky, z tohto počtu pochádza takmer 90 tisíc turistov. Toto číslo poukazuje na vysoký záujem obyvateľov Českej republiky, o návštevu tuzemských prírodných atrakcií a pamiatok vôbec. Počet prenocovaní v ubytovacích zariadeniach Moravského krasu, vzrástol len o dve tisíc turistov, narozdiel od roku 2012. A z toho, skoro 194 tisíc prenocovaní, patrí českým turistom, za rok 2013. Na základe týchto výsledkov Českého štatistického úradu je, že český turista, má záujem o návštevy tuzemských prírodných pamiatok a iných atrakcií. Avšak číslo návštevnosti zahraničných turistov, je na nízkej úrovni. Z toho dôvodu, by sa mala propagácia Moravského krasu zamerať práve na tento daný segment, s tým sú spojený i tlačení sprievodci v rôznych jazykových mutáciách, zistených podľa štatistiky návštevnosti podľa národnosti turistov. Do roku 2011, Moravský kras navštevovalo najviac cudzincov pochádzajúcich z Holandska. V roku 2012, prvenstvo dostali zahraniční turisti z Poľska, ďalej zo Slovenska, z Nemecka, pobaltských zemí. V posledných rokoch, sa zvýšil výskyt turistov, pochádzajúcich z Ruska, na základe pravidelných leteckých spojov, z Brna do Ruska a propagácií Jihomoravského kraja vôbec, so zameraním na ruských turistov. Na základe tejto

skutočnosti, musia byť pripravované nové jazykové mutácie tlačенých sprievodcov, informačných tabúl a podobne, pre vysokú mieru spokojnosti zahraničných turistov.⁶⁰

Podľa štatistiky návštevnosti od 1.1.2012 do 30.9.2012, získanej na základe sledovania z informačných centier Moravského krasu, je možné podľa grafu konštatovať, že najvyšší rozmach turistov v Moravskom krase, je stále v období prázdnin, teda v letných mesiacoch – Júl, August, September už má klesajúcu tendenciu. Najnižšia návštevnosť je v roku 2012, nameraná v mesiaci Apríl. Tento výsledok, je možné priradiť k častému sa meneniu podnebia v danom období, čo môže spôsobiť prekáženie plánovaných návštev turistov a následné prehodnotenie ich prízjazdu. V grafe o štatistike návštevnosti, sú hodnoty v rôzovej farbe namerané podľa počtu návštev evidovaných manuálne a zelené stĺpce označujú hodnoty návštev namerané evidovaním počtu priechodov, na základe automatického systému, umiestnenom v informačných centrách.

Graf 1: Štatistika návštevnosti v Moravskom krase podľa mesiacov



Zdroj:⁶¹

⁶⁰ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Návštevnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v turistických oblastech*. [online]. © ČSÚ [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislatab=CRU9011PU_TO&q_rezim=1&vo=null&q_text=&stranka=0&kapitola_id=39.

⁶¹ BLANENSKO. *Přehled návštěvnosti turistických informačních center od 1.1.2012 do 30.9.2012 23:59:59*. [online]. © 2011 Město Blansko [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.blansko.cz/clanky/detail/turisticka-sezona-2012-ocima-informacniho-centra.htm>.

Na základe tohto grafu, je možné poukázať, že Moravský kras je neustále najviac navštevovaný v letnom období. Na základe vysokého vzrastu počtu priechodov v informačných centrách mesiacoch Január a Február, je z toho dôvodu, že informačné centrá predávajú i vstupenky na iné podujatia (plesy, divadelné predstavenia a podobne). Obľúbenosť letného cestovania, pramení z dôvodu letných prázdnin školákov a študentov, teda je výhodnejšie pre rodiny s deťmi.

V roku 2014 sa návštevnosť prírodných piatich jaskyní v Moravskom krase, sprístupnených pre verejnosť, zvýšila o takmer 25 tisíc turistov, v porovnaní s výsledkami s rokom 2013, rovnakého obdobia. Vysoká návštevnosť, je na základe lepšieho podnebia, než v minulom roku. Nižšia návštevnosť, bola nameraná v Punkevních jaskyniach, z dôvodu začiatku výstavby novej prevádzkovej budovy a obmedzenia otváracích intervalov prehliadok jaskyne.⁶²

⁶² EKOLIST. *Letos se výrazně zvýšila návštěvnost jeskyní Moravského krasu.* [online]. © 17.12.2014 [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/letos-se-vyrazne-zvysila-navstevnost-jeskyni-moravskeho-krasu>. ISSN 1802-9019

2.10 SWOT analýza Moravského krasu

Tabuľka 1: SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - Vysoká atraktivita regiónu, z hľadiska CR - Kvalitné podmienky pre letnú i zimnú rekreáciu - Vysoká úroveň spoločenského a kultúrneho života - Propagácia Punkevných jaskýní a priepasti Macocha 	<ul style="list-style-type: none"> - Kapacita ubytovacích zariadení a ich propagácia - Nevyhovujúci stav technickej infraštruktúry (cesty II. a III. triedy) - Malá ponuka turistických aktivít v zimnom období
Príležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> - Rozvoj a z kvalitňovanie služieb CR (tvorba regionálnych a oblastných produktov CR) - Zvýšený záujem o domáci CR - Využitie masových návštev - Zkvalitnenie dosavadnej a rozšírenie novej turistickej infraštruktúry - Predĺžiť priemernú dobu pobytu návštevníkov v kraji - Zvyšovať celkovú pozitívnu image v kraji i Českej republike - Marketing kraju a jeho oblastí s dôrazom na propagáciu 	<ul style="list-style-type: none"> - Ochranné pásma a podmienky ochrany územia a zdrojov limitujúci rozvoj CR - Jazykové bariéry (negatívny vplyv na zahraničných turistov) - Cena za prírodné atraktivity

Zdroj: autor práce, 2015

Silné stránky:

Vysoká atraktivita regiónu, z hľadiska cestovného ruchu.

To znamená, vysoká obľúbenosť a tým i návštevnosť prírodných atraktivít návštevníkmi nie len tuzemskými, ale i obľúbenosť zahraničných turistov. Atraktivitou, sa myslia jaskynné systémy otvorené pre verejnosť, i voľne prístupné jaskyne. Ďalej, sú to rôzne kultúrne pamiatky, početné rozhľadne, pútnické miesta (Křtinský Mariánský chrám), rybníky, prepádanie vodných tokov a podobne. Počas roku, je množstvo usporiadaných rôznych akcií v Moravskom krase, a to napríklad zahájenie turistickej sezóny, európsky deň parkov, noc kostolov, historický jarmark, medzinárodné závody motorových člnov, concentus moraviae, rudické slavnosti, pól maratón Moravským krasom, hudba na blanenskom zámku a tak ďalej, ktoré vždy prilákajú množstvo turistov.

Kvalitné podmienky pre letnú i zimnú rekreáciu.

Čo sa týka ubytovacích zariadení, v Moravskom krase, je v ponuke mnoho rôznych chatiek, penziónov, hotelov i kempov vhodných pre letnú i zimnú rekreáciu. Väčšina z nich, je moderných, zapadajúcich do oblasti i vhodnou architektúrou a moderným vybavením. Na internete, je možné nájsť hneď niekoľko typov ubytovacích zariadení, z ktorých si vyberú, ako rodiny s deťmi, tak seniori i mládež. Sú to rôzne chatky, penzióny, chalupy, hotely i rekreačné strediská. Ubytovacie zariadenia, sa nachádzajú najmä pri atraktívnych prírodných pamiatkach, ale i v mestách, mestysoch a dedinách Moravského krasu. Každá ubytovacia jednotka, disponuje určitými výhodami. Pre hubárov, ponúkajú napríklad blízky vstup do lesa a podobne. Športové vyžitie, je taktiež podporované (požičovňa bicyklov, kolobežiek, športového náčinia – badminton rakety, a podobne). Pokiaľ ubytovanie nedisponuje konkrétnym vybavením, v mnohých prípadoch, jej ponuka obsahuje doporučenie pre návštevu blízkej náhrady. V zimnom období sa propagujú bežkárске trasy a ďalšie zimné športy, ktorým disponuje väčšina ubytovacích zariadení v Moravskom krase.

Vysoká úroveň spoločenského a kultúrneho života.

To znamená množstvo uskutočňovaní spoločenských akcií v Moravskom krase, ako uskutočňovanie plesov, večerných zábav, filmov v kine, zábavné vyžitia, ako bowling, rôzne športy, ktoré môžu turisti, ako tuzemský tak zahraniční, využiť pre zábavu po návšteve prírodných a iných pamiatok Moravského krasu. V jaskyni Výpustek, pri obci Křtiny, a na zámku Rájec-Jestřebí sa konajú každoročne divadelné predstavenia. Medzi ďalší typ spoločenského a kultúrneho života, patrí i netradičné prehliadky jaskyní (oživenie prehliadok jaskyne Balcarka, atď). Ďalej pochody po Moravskom krase (zahájenie turistickej sezóny v Moravskom krase v podobe pešieho výletu, či vojenský pochod z Jedovnic, a podobne).

Propagácia Punkevních jaskyní a priepasti Macocha.

Čo sa týka propagácie Punkevních jaskyní a priepasti Macocha, v skutočnosti je dostačujúca. I keď k priepasti Macocha patrí i mnoho samovrahov, nemá to vplyv na jej celkovú návštevnosť. Mnoho turistov prichádza s cieľom navštíviť práve tieto destinácie. Patria k najviac navštevovaným atraktivitám Moravského krasu vôbec.

Slabé stránky:

Kapacita ubytovacích zariadení a ich propagácia.

Ponuka ubytovacích zariadení (chaty, hotely, penzióny, rekreačné zariadenia), je momentálne dostačujúca. Avšak do budúca sa plánuje zvýšenie počtu turistov v mestách a na menej navštevovaných pamiatkach, čo môže mať za následok nedostačujúce počty ubytovacích miest. Propagácia zariadení tohto typu, je dnes na nízkej úrovni. V miestach najviac navštevovaných prírodných atraktivít (priepasť Macocha, Punkevní jeskyně,...), sa nachádza len zopár tabulí a reklám pre ubytovanie, ale na internete, je možné nájsť oveľa väčšie množstvo rôznych chat, penziónov a podobne. Je dôležité propagovať tieto zariadenia i v miestach väčšieho výskytu turistov.

Malá ponuka turistických aktivít v zimnom období.

I rámci ponuky športov, turistických aktivít v zimnom období, by mohol byť dopyt po týchto službách stále vyšší, teda je dôležité rozširovať ponuky zimných športov a turistického vyžitia všeobecne v Moravskom krase, ako i v letnom období a prilákať turistov i v zimnom období.

Nevyhovujúci stav technickej infraštruktúry (cesty II. a III. triedy).

Využívanie potenciálu cestovného ruchu, je v niektorých častiach Moravského krasu, podviazané zlou dopravnou infraštruktúrou. Zlý stav komunikácií, ciest (a i napríklad brnenskej železničnej stanice), pôsobí negatívne pre faktor rozvoja cestovného ruchu. Je dôležité presadzovanie budovania konkrétnych dopravných stavieb, ktoré môžu podporiť budúcnosť cestovného ruchu. Pre príjazd návštevníkov do Moravského krasu, dominuje individuálna automobilová doprava, teda je nutné venovať sa infraštruktúre celkovo (cesty i železnice), ktoré smerujú do cieľovej destinácie. Je dôležité venovať sa i infraštruktúre, takzvane vnútornej (parkovacie miesta, apod.), z dôvodu komfortu pre príjazd turistov. Úlohou je zvýšiť komfort cestovania do destinácie, spolu s krátením cestovnej doby, do vybraných turistických oblastí destinácie.

Príležitosti:

Rozvoj a zkvalitňovanie služieb cestovného ruchu (tvorba regionálnych a oblastných produktov cestovného ruchu).

S rastúcim dopytom po nových možnostiach trávenia voľného času (cykloturistika, iné športy), je nutné zaistiť i odpovedajúcu kvalitu služieb v oblastiach, so zohľadnením i zavádzaním nových technológií. Pre rozvoj cestovného ruchu, je potrebné poznať názory návštevníkov a prispôbovať ich požiadavkom jednotlivé služby, teda i zavádzanie nových informačných technológií, pravidelne analyzovať názory návštevníkov kraja, prispôbovať ponuku ich požiadavkom, zlepšovať úroveň služieb pre motoristov, cyklistov i pešiu turistiku. Pre kvalitnú propagáciu územia Moravského krasu, je dôležité realizovať rôzne marketingové aktivity, ale i vytvárať

ucelené produkty, ktoré jednak zvýšia atraktivitu územia pre návštevníkov a jednak môžu prispieť k predĺženiu doby pobytu. Pre tvorbu produktov, je dôležitá spolupráca viacerých subjektov. Produkty by mali byť vyrábané, podľa jednotlivých cieľových skupín. Na základe rozšírenia ponuky produktov na regionálnej úrovni, je dôležité vytvárať produkty podľa špecifik jednotlivých segmentov.⁶³

Zvýšený záujem o domáci cestovný ruch.

V posledných rokoch, nastal rozmach domáceho cestovného ruchu, teda zvýšenie návštevnosti kultúrnych, historických, prírodných a iných významných pamiatok obyvateľmi Českej republiky. S týmto rozmachom rastie i dôležitosť rozvoja konkrétnych oblastí a ich modernizácií a kvality, čo sa týka všetkých faktorov (infraštruktúra, gastronomické zariadenia, ubytovacie zariadenia a podobne). Cieľom destinácií je, aby sa v budúcnosti návštevník stále vracal na známe miesta s pocitom dobrej kvality a zážitku a trávil na určitých miestach viac času, ako len pár hodín, či jeden deň. To znamená pre Moravský kras a Jihomoravský kraj celkovo, nárast ekonomiky a cestovného ruchu i rozvoj konkrétnych regiónov v budúcnosti, teda kvalitnejšie podmienky pre turistov, vhodné produkty a služby.

Využitie masových návštev.

Na základe konania rôznych druhov veľtrhov, v Brne na výstavisku, i v rámci konania Velkej ceny motorkárskych závodov na okruhu Grand Prix, a podobných akcií v Brne vôbec, je možné takzvané nalákať týchto záujemcov i do iných regiónov cestovného ruchu, za pomoci propagácie regiónov v mieste konaní, čo by smerovalo k ďalšiemu rozvoju cestovného ruchu všeobecne i v konkrétnom kraji a jeho ďalší rozmach do budúcnosti.

⁶³ JIHOMORAVSKÝ KRAJ. *Cestovní ruch*. [online]. [cit. 2015-12-2]. Dostupné z: <http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?ID=39410&TypeID=12>.

Zkvalitnenie dosavadnej a rozšírenie novej turistickej infraštruktúry.

V poslednej dobe, sa ponuka ubytovania prispôsobuje forme dopytu, najmä vyššej kvalite ubytovacích a stravovacích zariadení. V prípade tohto dopytu, je nutné neustále zvyšovať kvalitu ponúkaných služieb a zlad'ovať ich s ponukou. Novým trendom, je poskytovanie viacerých služieb v jednej prevádzke, ktoré súvisia nie len s trávením voľného času a dovoleniek, ale i športom, a to najmä v turisticky atraktívnych lokalitách, i zázemí miest a priamo v mestách. Prispôsobená obsluha turistickou dopravou (krasobus, cyklobus), spoločne s ponúkaním kvalitných služieb, môže zároveň pre turistov predstavovať určitý cieľ a motiváciu pre návštevu konkrétneho miesta. Je dôležité zvyšovať kvalitu ubytovacích kapacít, zlepšiť kvalitu gastronomických prevádzok, spolu s podporou ponuky regionálnych produktov, budovať nové zariadenia podľa súčasných a budúcich trendov, ako zábavné parky, interaktívne múzeá, zážitkové priestory, zvýšiť podiel bezbariérových atraktivít, nové informačné centrá, pre ďalší segment turistov a posilíť možnosti návštevy prírodných i iných atraktivít pre ďalšie znevýhodnené turistické skupiny.

Predĺžiť priemernú dobu pobytu návštevníkov v kraji.

Pre väčšiu návštevnosť nie len prírodných atraktivít, ale i obcí, mestysov a miest, je dôležitá propagácia vo forme rozšírenia informačných centier v dedinách, informačných tabulí a podobných vecí, a prípadná výstavba budovy, so zámerom propagácie Moravského krasu ako celku, ktorá by plnila propagačnú funkciu, čo by mohlo vylepšiť návštevnosť práve obcí a ďalších miest, ktoré majú malé percento návštevnosti a predlžovať pobyty turistov v tomto území, so zámerom zlepšenia návštevnosti i iných dostupných atraktívnych miest Moravského krasu.

Zvyšovať celkovú pozitívnu image v kraji i Českej republike.

Predpokladom efektívnej marketingovej aktivity je jej image. Je dôležité propagovať image regiónu ako celku, ale i jednotlivých turistických oblastí, v ktorých väčšinou tieto aktivity dosiaľ neboli vyskúšané. Pre budovanie značiek, by mali byť využité miestne a regionálne jedinečnosti, špecifiká a symboly.

Pre základnú tvorbu image, je potrebný branding, ktorého základným cieľom je posilovanie značky a oblastí na cieľových trhoch, spolu so všetkými potrebnými segmentami (logo, stratégia, metodická podpora).⁶⁴

Marketing kraju a jeho oblastí s dôrazom na propagáciu.

V oblasti marketingových aktivít, je dôležité propagovať širšie územie, nie len jednotlivé prírodné atraktivity. Je potrebné prehĺbovať propagáciu kraju i jeho území v rámci kraju i v Českej republike, i v zahraničí. Pred samotnou realizáciou marketingových aktivít, by mali byť jednotlivé aktivity diferenciovane, podľa hlavných cieľových skupín návštevníkov. Poloha Moravského krasu vytvára vhodné podmienky pre spoločnú propagáciu s okolnými regiónmi. Takéto aktivity, by v budúcnosti mali byť súčasťou významných akcií (expo). Dôležité, je skvalitnenie i rozšírenie informácií pre návštevníkov Moravského krasu, budovaním nových informačných centier.⁶⁵

Hrozby:

Ochranné pásma a podmienky ochrany územia a zdrojov limitujúci rozvoj cestovného ruchu.

V rámci návštevnosti Moravského krasu a jeho prírodných a iných atraktivít, je dôležitá ochrana pásiem, rastlín a živočíchov v tomto území, teda obmedzenie vrámci cestovného ruchu. Vďaka stále väčšej obľúbenosti a návštevnosti Moravského krasu, je potrebné dbať na ochranu prírody. Nadmerná návštevnosť, môže mať za následok jej nenávratné poškodenie. Preto je Moravský kras vyhlásený ako CHKO (1956), práve z dôvodu jeho ochrany. Presnejšie krasových javov, flóry a fauny, živej i neživej prírody celkovo. Pri nadmernej návštevnosti sa znečisťujú i toky riek a ovzdušie. Z toho dôvodu sa napríklad v Punkevních jaskyniach obmedzila automobilová doprava priamo k jaskyniam. Už niekoľko rokov, sú vytvorené parkoviská (pri priepasti Machocha a Skalní mlýn), z dôvodu znečisťovania ovzdušia

⁶⁴ JIHOMORAVSKÝ KRAJ. *Cestovní ruch*. [online]. [cit. 2015-12-2]. Dostupné z: <http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?ID=39410&TypeID=12>.

⁶⁵ JIHOMORAVSKÝ KRAJ. *Cestovní ruch*. [online]. [cit. 2015-12-2]. Dostupné z: <http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?ID=39410&TypeID=12>.

výfukovými splodinami a narušovania prírody. Pre návštevnosť jaskyní, sú dané podmienky, teda obmedzený počet návštevnych skupín i denných termínov, kedy v prestávkach sa vypína osvetlenie v jaskyniach. Prebiehanie inštalácie kamerového vybavenia, z dôvodu sledovania prípadného porušovania príkazov a bezpečnostných opatrení. Pre rozvoj oblastí, je vhodné rozširovať rôzne stravovacie zariadenia a iné, ďalej od najnavštevovanejších pamiatok s cieľom priviesť turistov i do iných menej navštevovaných miest Moravského krasu.⁶⁶

Jazykové bariéry (negatívny vplyv na zahraničných turistov).

Jazykové bariéry sa týkajú najmä neznalosti jazykov, vrámci zamestnancov cestovného ruchu, teda predajcov vstupeniek, zamestnancov reštaurácií a zamestnancov všeobecne, ktorí musia ovládať aspoň jeden cudzí jazyk, z dôvodu porozumenia a slovného kontaktu, so zahraničnými hosťami a cudzincami celkovo. Pokiaľ tento faktor fungovať nebude, môže znamenať pokles spokojnosti zahraničných turistov a zlé doporučenia pre Moravský kras v budúcnosti. Dôležité, sú rôzne jazykové kurzy, ktorých sa zamestnanci pri nevedomosti cudzieho jazyka musia zúčastňovať, alebo pri výberovom riadení, dbať na jazykové znalosti záujemcov.

Cena za prírodné atraktivity.

To znamená výšku cien, za jaskynné prehliadky a rôzne iné prírodné atraktivity v Moravskom krase. Ceny sa neustále zvyšujú i z dôvodu inflácie. Je dôležité, aby boli ceny rovnaké pre domácich i zahraničných turistov a najmä dostupné, pre všetky segmenty (dôchodci, rodiny s deťmi, mládež), a udržiavali svoju hladinu, v pomere cena a kvalita.

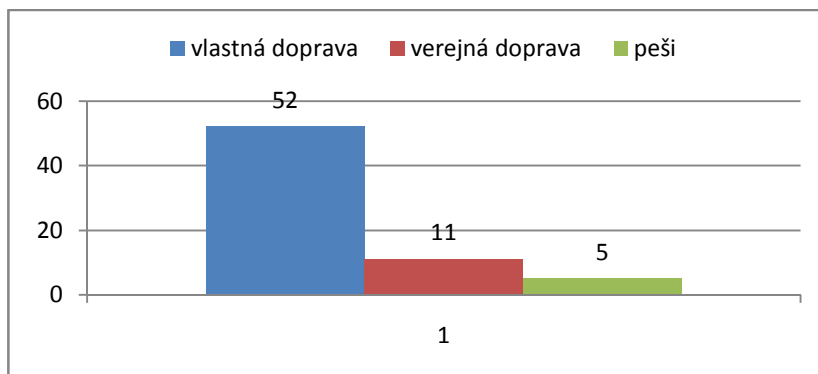
⁶⁶ JIHOMORAVSKÝ KRAJ. *Cestovní ruch*. [online]. [cit. 2015-12-2]. Dostupné z: <http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?ID=39410&TypeID=12>.

2.11 Dotazník

Dotazníkové šetrenie prebiehalo v oblasti priepasti Macocha a Punkevních jaskyní v období, na prelome Novembra a Decembra, v roku 2014, na základe vytlačeného dotazníku a rozhovoru s turistami. Dotázaných respondentov bolo celkovo 68, keďže v tomto období, už nie sú spomínané prírodné atraktivity natoľko navštevované. Väčšina dotazovaných turistov, pochádzala z Českej republiky, rôznych oblastí. Najďalej umiestnené bydlisko dotazovaných, boli Krkonoše. Z cudzincov, to boli najviac zo Slovenskej republiky a len dvaja dotázaný z Poľska, inak všetci tuzemský.

Prvá otázka sa týkala dopravy. Akým spôsobom sa turisti dostali do konečnej destinácie. Najviac turistov, sa do oblasti priepasti Macocha dopravili za pomoci vlastnej dopravy. Odpovede, turisti odôvodňovali, na základe jednodňovej návštevy Moravského krasu a z ďalekých bydlísk, sa im zdalo časovo náročné a zložité, cestovať za pomoci verejnej dopravy. Pešo prišli turisti, ktorí bývali neďaleko týchto miest, a využili prechádzku po trasách Moravského krasu, s cieľom na priepasti Macoche.

Obrázok 3: Aký typ dopravy turisti využili pri návšteve Moravského krasu

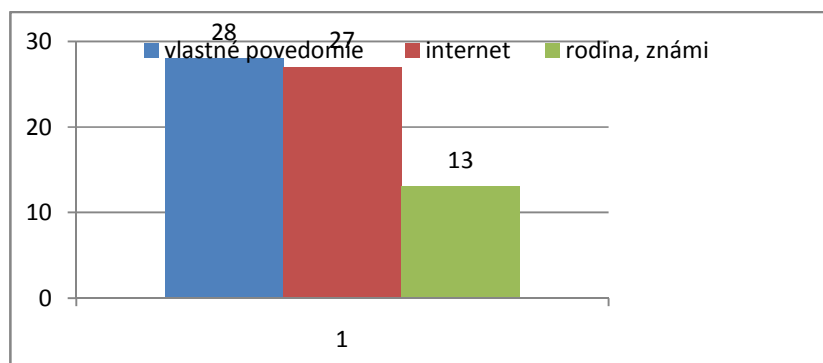


Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Druhá otázka, nadväzuje na znalosť informácií o Moravskom krase, odkiaľ návštevníci čerpali. Najviac odpovedí získalo vlastné povedomie. Vďaka tomuto výsledku, je možné skonštatovať, že obyvatelia Českej republiky vedia o existencii Moravského krasu. Avšak rozdiel medzi odpoveďou vlastné povedomie a odpoveďou

internet, je len jeden človek, teda je možné zhodnotiť, že množstvo výletov a trás, je vyhľadávaných za pomoci internetu. Na internete, je možné nájsť mnoho informácií o Moravskom krase. Na doporučenie od rodiny a známych prišlo len pár ľudí.

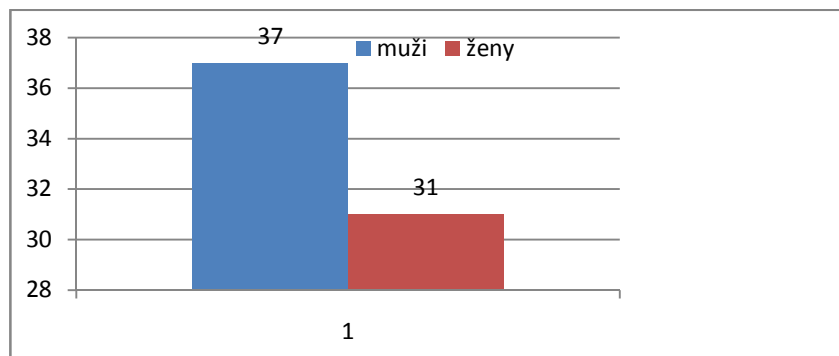
Obrázok 4: Odkiaľ turisti čerpajú informácie o Moravskom krase



Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Tretia otázka, sa venovala pohlaviu. Z dotázaných respondentov, to boli najviac páry, a rodiny s deťmi. Preto je výsledok takmer rovnaký.

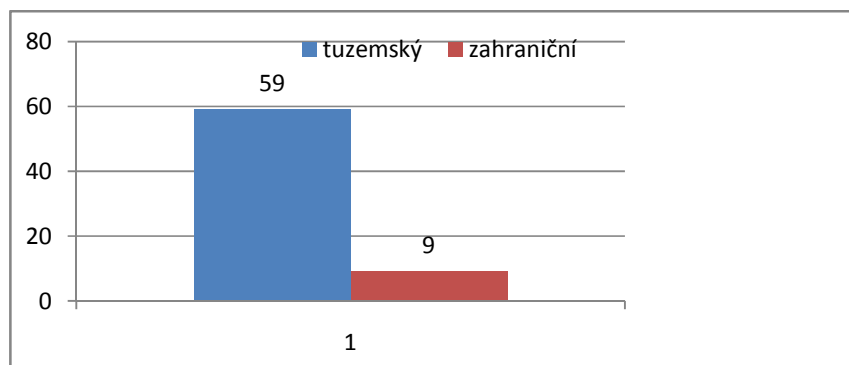
Obrázok 5: Pohlavie respondentov



Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Štvrtá otázka dotazníku, je zameraná na národnosť. Najviac dotázaných turistov pochádzalo z Českej republiky. Je možné konštatovať, že obyvatelia Českej republiky majú záujem o návštevu tuzemských prírodných atrakcií a pamiatok. Zahraniční turisti, pochádzali zo Slovenskej republiky, dvaja boli poľskej národnosti.

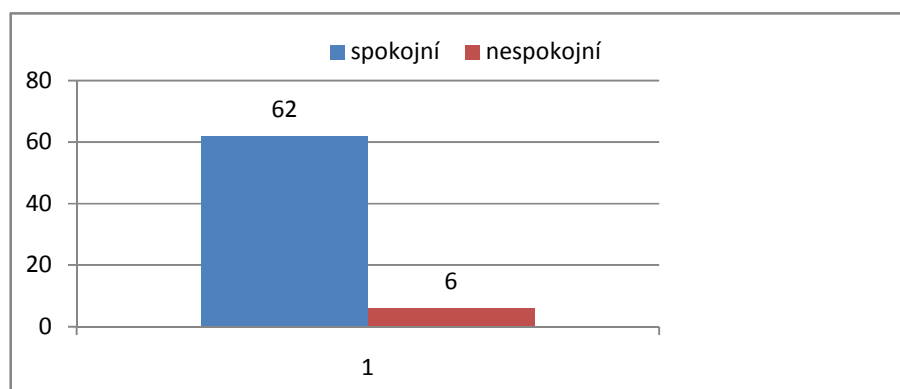
Obrázok 6: Národnosť turistov



Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Piata otázka, sa týka spokojnosti turistov, ako hostí v gastronomických prevádzkach v oblasti priepasti Macocha a Punkevních jaskyniach. Väčšina turistov bola so službami v reštauráciách spokojná. Nespokojnosť pramenila z nie dobre pripraveného jedla, ochoty zamestnancov a z nevedomosti zákazníkov o kvalite obsluhy a gastronomického zariadenia vôbec. Keďže počet nespokojných návštevníkov je nízky, je možné konštatovať, že gastronomické zariadenia, sú v miestach priepasti Macocha a Punkevních jaskyniach na dobrej úrovni.

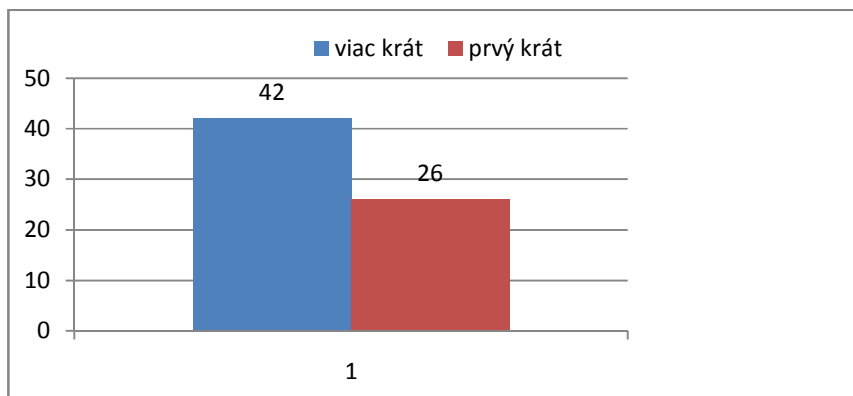
Obrázok 7: Spokojní a nespokojní turisti



Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Šiesta otázka sa zaujíma, koľko krát už turista navštívil Moravský kras. Turistov s odpoveďou viac krát, bolo viac. To znamená, že turisti radi prichádzajú do Moravského krasu, i na základe predošlých návštev a sú spokojní s ponúkanými službami.

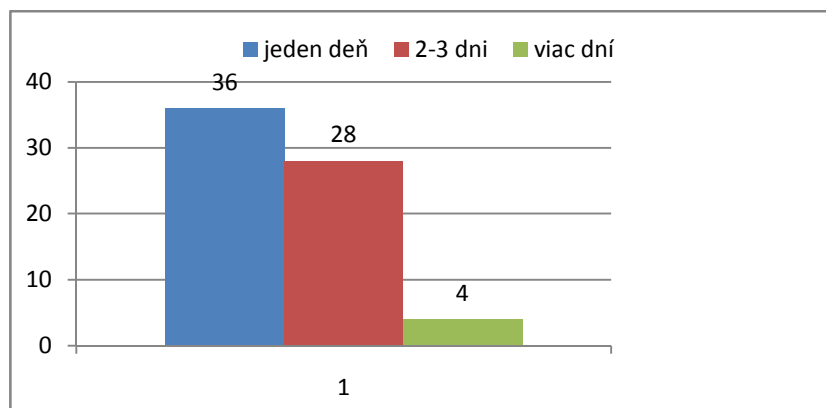
Obrázok 8: Počet dosavadných návštev Moravského krasu



Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Siedma otázka je, koľko dní turisti strávili v Moravskom krase. Najviac turistov, sa v Moravskom krase zdrží len jeden deň. Z dotazovaní prečo, sa v odpovedi často objavovalo, z dôvodu neznalosti o iných jaskyniach, alebo prenechaní návštevy Moravského krasu, na iné ročné obdobie. Z dotázaných, sa turisti zdržiavali i viac dní, presnejšie, dva až tri dni. Väčšinou turisti navštevovali hneď niekoľko pamiatok, a podnikali pešiu či cyklo turistiku, v oblastiach Moravského krasu a návštevu rodiny.

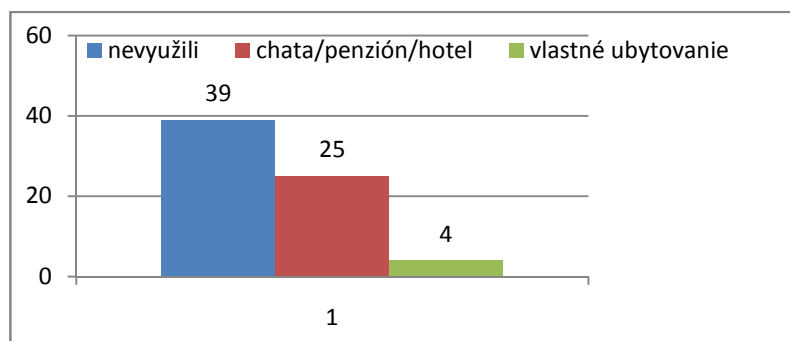
Obrázok 9: Koľko dní turisti strávia v Moravskom krase



Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Ôsma otázka je zameraná, aký typ ubytovacieho zariadenia turisti pri pobyte Moravského krasu využili. Najviac turistov ubytovacie zariadenia nevyužilo. Na druhom mieste využili, po väčšinou penzióny, chaty alebo hotely v okolí navštevovaných pamiatok, a len štyria prišli s vlastným ubytovaním – karavanom.

Obrázok 10: Využitie ubytovacích zariadení

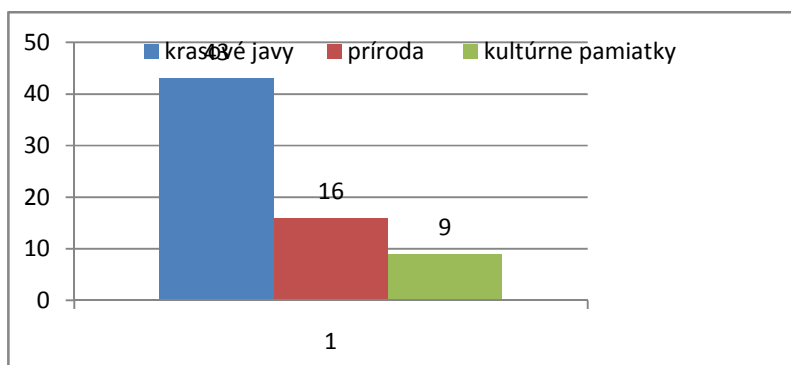


Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Deviata otázka zisťuje, ktoré prírodné a iné pamiatky turistov najviac zaujali. V Moravskom krase, sú najatraktívnejšie krasové javy, teda najviac jaskynné systémy. Kvôli nim, do Moravského krasu prichádza najviac turistov. Ďalej, dotazovaných zaujímala prírodná stránka tejto destinácie, z dôvodu prevádzkovania turistiky,

či už pešej alebo cykloturistiky. Malé zastúpenie majú kultúrne pamiatky Moravského krasu. Z dotazovaného počtu, navštívilo takéto atraktivity len deväť turistov.

Obrázok 11: Najnavštevovanejšie atraktivity Moravského krasu

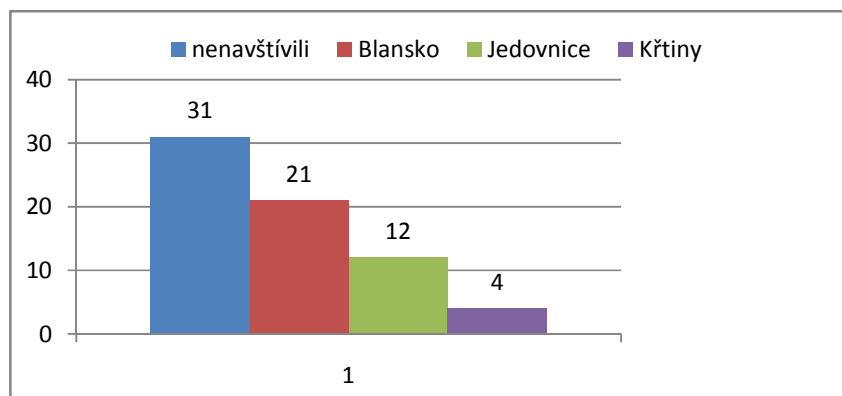


Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Desiata otázka, či by návštevníci Moravského krasu doporučili návštevu rodine a známym. Všetci dotazovaní odpovedali, že návštevu Moravského krasu, by určite doporučili.

Jedenásta otázka sa týkala návštevy okolitých miest Moravského krasu. Najviac dotazovaných turistov, odpovedalo, že žiadne mesto nenavštívilo. Prvým najviac navštevovaným bolo mesto Blansko, ďalej mesto Jedovnice, pri ktorom sa najviac spomínali Jedovnické rybníky, ako Olšovec a podobne. A ďalším spomenutým navštíveným miestom, bol mestys Křtiny, najmä z dôvodu návštevy barokného pútneho Kostola Jména Panny Marie.

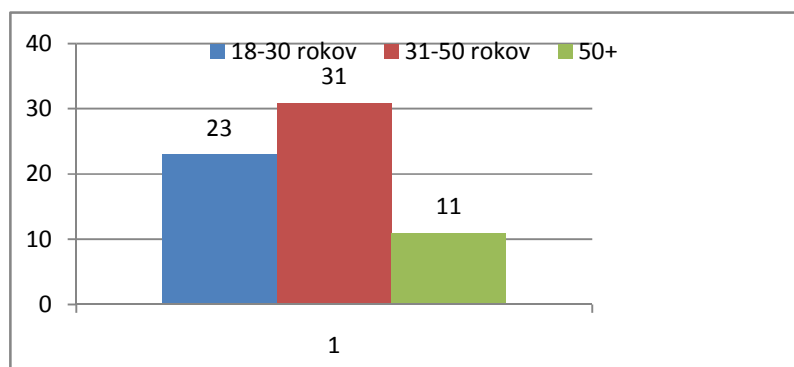
Obrázok 12: Návšteva okolitých miest v Moravskom krase



Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Posledná otázka sa týkala veku dotazovaných respondentov. Najviac z nich bolo medzi 31-50 rokov, ďalej pokračuje skupina 18-30 rokov a najmenej turistov v tomto období bolo nad 50 rokov.

Obrázok 13: Vek dotazovaných respondentov



Zdroj: autor práce, 2015 (vlastné šetrenie)

Návrh

Na základe získaných informácií, s pomocou použitých metód analýzy dát, čo sa týka propagácie Moravského krasu, ako celku, je výsledok primeraný. Avšak cieľ nielen organizácií, čo sa Moravským krasom zaoberajú, propagovať nie len konkrétne prírodné atraktivity, ale i mestá a obce všeobecne, pre zvýšenie ich celkovej návštevnosti. Návrhom je budovanie nových informačných centier, ako už prebieha v súčasnej dobe v oblasti priepasti Macocha. Ďalej umiestnenie informačných tabúľ, do najviac navštevovaných prírodných atraktivít, ktorou sú podľa zistení Punkevní jaskyne a priepasť Macocha. Zvýšiť propagáciu i ostatných jaskyní ukrývajúcich rozdielne krápnikové výzdoby, ako napríklad jaskyňa Balcarka, Sloupsko-šošůvské jaskyne, i čo sa týka jaskyne Výпустek s vybudovaným atómovým krytom. Mestá a obce Moravského krasu, dosiaľ nedisponujú vysokou návštevnosťou. Nutná je i propagácia iných krasových javov (napríklad volne prístupné jaskyne, prepádanie potokov), alebo propagácia otvorených dní, inak uzavretých jaskyní (Ochozská jaskyňa, jaskyňa Byčí skála), ktoré svojou výzdobou a inými javmi, majú turistom čo ponúknuť.

Dôležité je i zameranie sa na zahraničných turistov. Podľa zistení, sa zvyšuje i výskyt ruských a ázijských turistov. Je dôležité reagovať a pripravovať nové jazykové mutácie tlačených sprievodcov, mobilných prekladov, informačných tabúľ a podobne, ako napríklad úpravu jedálnych a nápojových lístkov v reštauráciách, pre ich lepšiu orientáciu s docielením maximálnej spokojnosti turistov. S tým spojená, je i propagácia ubytovacích zariadení v okolí navštevovaných prírodných atraktivít, ktorá po zistení, v určitých lokalitách (Punkevní jaskyne, priepasť Macocha, jaskyňa Balcarka, Sloupsko-šošůvské jaskyne), je veľmi nízka s porovnaním s internetovými stránkami a ponukou ubytovacích zariadení na internete. Preto, je dôležité zamerať sa na propagáciu týchto zariadení, zase v najviac navštevovaných miestach, za pomoci informačných letákov, prípadne vizitiek, ktoré budú základom, pre následné predĺženie návštevnosti v iných lokalitách, ktoré sú menej navštevované. Podľa zistených informácií z dotazníkového šetrenia, ohľadom kvality ponúkaných služieb, sú zákazníci

vo väčšine prípadoch s ponúkanými službami gastronomických a ubytovacích zariadení spokojní. Kvôli neustálemu sa zvyšovaniu návštevnosti v Moravskom krase, je nutné poukázať i na ochranu prírody a prírodných atraktivít s tým spjatých. Čo sa týka prehliadok jaskynných systémov, musí byť obmedzený daný počet návštev denne, i počet návštevníkov jednotlivých prehliadkových skupín, z dôvodu možného ustrázenia krasových javov v jaskynných systémoch i do budúcnosti. Pri rozmachu turistiky cyklo, či pešej, je potrebné vystavať na určité miesta i odpadkové koše, pre ubránenie prírody voči životnému prostrediu znečisťovania ľudským faktorom.

Vrámci získanej štatistiky počtu príchodu a prenocovaní turistov v Moravskom krase, je možné pozorovať, že Moravský kras má neustále rastúcu tendenciu v jeho návštevnosti. Z väčša sa jedná o tuzemských turistov. Je nutné dostať Moravský kras, do povedomia i zahraničným turistom, a to pomocou propagačných materiálov umiestnených v hoteloch, reklám na internete, či reklamných billboardoch. Turistika v Moravskom krase, je rozšírená a obľúbená. Kvalita cyklo a peších trás, je dostačujúca, miestami opotrebovanejšia. Príhodné by bolo tieto miesta z hľadiska ochrany turistov neustále sledovať a opravovať, najmä čo sa týka drevených mostekov a podobne.

Na základe dotazníku sa zistilo, že Moravský kras je navštevovaný všetkými segmentami turistov. Rodiny s deťmi, seniori i mladí. Výhodou je, že priepasť Macocha i príchod do Punkevních jaskyní, je vhodný i pre imobilných, zdravotne postihnutých ľudí, vďaka lanovej dráhe a uspošobenom teréne.

V zimnom období Moravský kras ponúka i bežkárске trasy, vybudované na miestach peších steziiek, pri vhodnom podnebí, čo je vhodným faktorom, pre zvýšenie rozmachu turistov a návštevnosti i v zimnom období. Mesto Blansko a ďalšie iné, ktoré sú súčasťou Moravského krasu, ponúkajú i kultúrne a spoločenské vyžitie pre všetky vekové kategórie turistov.

Čo sa týka infraštruktúry, Moravský kras pretínajú dve komunikácie číslo 373 a 374, ktoré sú hlavnou spojku Moravského krasu. Kvalita infraštruktúry, je na určitých miestach rôzna. Dopravné označenie prírodných atraktivít, je najviac označovaná na trase číslo 373, priepasť Macocha. Ostatné jaskyne a prírodné

atraktivity, nie sú značené až do príjazdu priepasti Macocha vôbec. Je dôležité túto skutočnosť napraviť, a označiť i ostatné prírodné atraktivity Moravského krasu, s cieľom zvýšenia ich návštevnosti a následne i iných miest a obcí. S cieľom výstavby nových informačných centier, a iných typov propagácie, by mala tendencia návštevnosti vzrastajúcu budúcnosť.

Záver

Zo získaných informácií, za pomoci metód analýzy dát, je Moravský kras obľúbenou destináciou a každým rokom, sa jeho návštevnosť zvyšuje. Je dôležitá práve propagácia menej navštevovaných miest, z dôvodu zdržania turistov v danej oblasti, na čo najdlhšiu možnú dobu. Moravský kras, je obľúbený i z hľadiska zahraničných turistov, no s porovnaním počtu príchodiacich tuzemských turistov, je toto percento nízke. Je potrebné zamerať sa i na tento segment, a dať do povedomia Moravský kras i v zahraničí. Dopravná infraštruktúra zaisťuje pohodlnú dopravu, ku všetkým prírodným atraktivitám, s vlastnými dopravnými prostriedkami, ale i za pomoci niekoľkých typov verejnej dopravy. Pri záujme o vypožičanie športových zariadení, Moravský kras vychádza vpred turistom, vďaka rôznym požičovniam, ako samostatných, tak i v ubytovacích zariadeniach. Moravský kras, ako destinácia ponúka mnoho rozličných príležitostí a spôsobov využitia voľného času aktívne, pre všetky segmenty turistov. Je dôležité, zamerať sa i na ochranu životného prostredia, ktoré narastaním návštevnosti trpí, aby prírodné pamiatky a atraktivity mohli ponúkať svoje krásy i v ďalekej budúcnosti, s predchádzaním ich poškodzovania.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

Zoznam použitých českých zdrojov

ABSOLON, K. *Moravský kras I*. Academia, Praha. 1970. 416 s.

ABSOLON, K. *Moravský kras II*. Academia, Praha. 1970. 348 s.

CHARVÁT, J. Doma v Moravském krasu. *Jeskyně doslova Vymodlená*. 2014, jaro – léto, s. 1.

BALATKA, B. *Zeměpisný lexikon ČR*. Brno: AOPK ČR, 2006, 580 s. ISBN 80-86064-99-9.

BALÁK, I. a kol. *Údolí Říčky v Moravském krasu*. Blansko: Reprocentrum a. s.. 2001.

BALÁK, I. a kol. *Blansko – brána Moravského krasu*. Městská knihovna Blansko. 1998. 172 s.

HAVEL, H. *Přehled průzkumných prací a jejich výsledků v historii Moravského krasu*. Knihovna České speleologické společnosti, Praha. 1989. 132 s.

HROMAS, J. a kol. *Jeskyně. Chráněná území ČR*. Praha, 2009. svazek XIV. ISBN 978-80-87051-17-7.

INDROVÁ, J., P. HOUŠKA a Z. PETRŮ. *Kvalita ve službách cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 2011. 169 s. ISBN 978-80-245-1766-7.

KLAPALOVÁ, A. *Management kvality, ochrana spotřebitele v cestovním ruchu a hotelnictví*. Brno: VŠOH, 2012. ISBN 978-80-873-26-8.

KOTLER, F. *Marketing od a do z. Osmdesát pojmů, které by měl znát každý manažer*. Management Press, 2003, 203s. ISBN – 80-7261-082-1.

KUBÍČEK, J. a kol. *Nemovité kulturní památky jižní Moravy. Okres Blansko*. Brno. 1999. 102 s.

KUNSKÝ, J. *Macocha a Moravský kras*. Praha: Orbis. 1952. 268. s.

LEDECKÝ, V., PYKA, J. *Management turistické destinace*. Karviná, 2001. ISBN 978-80-7248-637-3.

NĚMČANSKÝ, M. *Analýza kalkulace v cestovním ruchu*. Karviná. 2001. ISBN 80-7248-094-4.

MACKOVČIN, P. a kol. *Chráněná území ČR: Brněnsko*. Praha: AOPK ČR. 2007. ISBN 978-80-87051-16-0.

MINÁŘ, P. a kol. *Technika, management a marketing v cestovním ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 1996. ISBN 80-7041-577-0.

MUSIL, R. *Moravský kras. Labyrinty poznání*. Adamov: J. Bližňák, 1993. 336 s.

PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinací*. Praha: Grada publishing, 2011, ISBN 978-80-247-3749-2.

PÁSKOVÁ, M. *Udržitelnost cestovního ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. ISBN 978-80-7435-329-1.

PAYNE, A. *Marketing služeb*. Praha: Grada publishing. 1996. 247 s. ISBN 80-7169-276-X.

PŘIBOVÁ, M. a kol. *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada publishing. 1996. 248. s. ISBN 80-7169-299-9.

PŘIBYL, J. a kol. *Přehled údajů o jeskyních Moravského krasu*. Brno. 1984. 98 s.

ŠTEFKA, L. *Moravský kras: chráněná krajinná oblast*. Blansko: Správa chráněných krajinných oblastí ČR. 1998.

TRNKOVÁ, Olga. *Území a cestovní ruch*. Praha: Vysoká škola ekonomická. 1995. ISBN 80-7079-123-3.

VAHALA, M. a kol. *Moravský kras*. Praha. 1963. 203 s.

Zoznam zahraničných zdrojov

RUSKIN-BROWN, I. *Marketing your service business*. London: Thorogood 2005. [online]. [cit. 2014-09-12]. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=162424>.

Zoznam použitých internetových zdrojov

ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČR. *Představení asociace*. [online]. © 2010-2015 [cit. 2015-01-27]. Dostupné z: <http://www.ahrcr.cz/predstaveni-asociace/>.

BLANENSKO. *Místní akční skupina Moravský kras*. [online]. © 2003-2006 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.blanensko.info/article_read.php?article=815.

BLANENSKO. *Přehled návštěvnosti turistických informačních center od 1.1.2012 do 30.9.2012 23:59:59*. [online]. © 2011 Město Blansko [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.blanensko.cz/clanky/detail/turisticka-sezona-2012-ocima-informacniho-centra.htm>.

BLANENSKO A MORAVSKÝ KRAS. *Pouť do císařské jeskyně*. [online]. © 2011 Město Blansko [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: <http://www.blanensko.cz/clanky/detail/pout-do-cisarske-jeskyne.htm>.

BOSKOVICKO. *Z regionu*. [online]. [cit. 2015-02-24]. Dostupné z: http://stare.boskovicko.cz/cislo.phtml?section=2&iss_id=228#art_7609.

CESTOVÁNÍ. *Skryté krásy Moravského krasu, turistům zapovězené*. [online]. © 1999_2015 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: http://cestovani.idnes.cz/skryte-krasy-moravskeho-krasu-turistum-zapovezene-fy7-/tipy-navylet.aspx?c=A110602_143115_igcechy_tom.

CZECHTOURISM. *Moravský kras láká i v zimě*. [online]. © 2015 [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktuality/Moravsky-kras-laka-i-v-zime,-vydejte-se-do-tajemny.aspx>.

ČAD BLANSKO. *Cyklobusy*. [online]. © 14.04.2014 [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: <http://www.cadblansko.cz/cze/cyklobusy.phtml>.

ČAD BLANSKO. *Krasobus*. [online]. © 02.06.2014 [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: http://www.cadblansko.cz/cze/c_krasobus.phtml

ČD. *Do srdce Moravského krasu*. [online]. © 2009 [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.cd.cz/zazitky/kam-na-vylet/544-do-srdce-moravskeho-krasu>.

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Návštevnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v turistických oblastech*. [online]. © ČSÚ [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislatab=CRU9011PU_TO&q_rezim=1&vo=null&q_text=&stranka=0&kapitola_id=39.

HOTEL SKALNÍ MLÝN. *Krasobus*. [online]. © 2009 [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://www.skalnimlyn.cz/novinka/krasobus.html>.

HRADY V ČECHÁCH, NA MORAVĚ A VE SLEZSKU. *Rytířská jeskyně*. . [online]. © 2000-2015 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: http://www.hrady-zriceniny.cz/hrad_rytirska_jeskyne.htm.

INFO-ISO. *ISO 9001: Systém managementu kvality*. [online]. © 2006-2015 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: <http://www.info-iso.cz/index.php>.

INFO-KVALITA. *ISO 9001*. [online]. © 2004 – 2015 [cit. 2015-01-29]. Dostupné z: http://www.info-kvalita.cz/iso_9001_zavedeni_a_certifikace/.

JIHOMORAVSKÝ KRAJ. *Cestovní ruch*. [online]. [cit. 2015-12-2]. Dostupné z: <http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?ID=39410&TypeID=12>.

KUDYZNUDY.CZ. *Moravský kras láká i v zimě, vydejte se do tajemných jeskynních komplexů.* [online]. © 2014 Czechtourism [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktuality/Moravsky-kras-laka-i-v-zime,-vydejte-se-do-tajemny.aspx>.

NATURA 2000. *Aktuality. Guidelines on Wilderness in Natura 2000 – nová příručka Evropské komise.* © 2006 [cit. 2015-02-13]. Dostupné z: <http://www.nature.cz/natura2000-design3/sub-text.php?id=6834>.

NATURA 2000. *Co je natura 2000.* [online]. © 19.9.2006 [cit. 2015-02-13]. Dostupné z: <http://www.nature.cz/natura2000-design3/sub-text.php?id=2102>.

MAS MORAVSKÝ KRAS. *Program LEADER.* [online]. © 2008 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.mas-moravsky-kras.cz/program-leader/>.

MĚSTO BLANSKO. *Linka Krasobus rozšiřuje na léto počet spojů.* [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://www.blansko.cz/clanky/2013/06/linka-krasobus-rozsiruje-na-leto-pocet-spoju>.

MĚSTO BLANSKO. *Praktické rady pro návštěvníky MK.* [online]. [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.blansko.cz/turistika/moravsky-kras>.

MORAVSKÝ KRAS. *Doprava v Moravském krasu.* [online]. © 2005-2014 [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.moravskykras.net/doprava.html>.

MORAVSKÝ KRAS. *Jeskyně Výpustek.* [online]. © 2005-2014 [cit. 2015-12-12]. Dostupné z: <http://www.moravskykras.net/jeskyne-vypustek.html>.

MORAVSKÝ KRAS, regionální produkt. *Katalog certifikovaných produktů*. [online]. © 2010-2014 Asociace regionálních značek [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.regionalni-znacky.cz/moravsky-kras/cs/certifikovane-produkty/?k=produkty>.

MORAVSKÝ KRAS regionální produkt. *O značce*. [online]. © 2010-2014 Asociace regionálních značek [cit. 2015-02-14]. Dostupné z: <http://www.regionalni-znacky.cz/moravsky-kras/cs/o-znacce/>.

MORAVSKÝ KRAS. *Turistické stezky Moravského krasu*. [online]. © 2005-2014 [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.moravskykras.net/stezky.html>.

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU: *Program pro konkurenceschopnost podniků a malých a středních podniků 2014- 2020*. [online]. [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument146656.html>.

SPRÁVA JESKYNÍ MORAVSKÉHO KRASU. *Aktuality*. [online]. © 2007 [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.cavemk.cz/aktuality/>.

SPRÁVA JESKYNÍ MORAVSKÉHO KRASU. *Jeskyně Balcarka*. [online]. 2007 [cit. 2015-02-08]. Dostupné z: <http://www.cavemk.cz/jeskyne-balcarka/>.

STRÁNKY CESTOVATELE TOMA. *Severní část Moravského krasu*. . [online]. [cit. 2015-02-23]. Dostupné z: <http://www.kras.unas.cz/mksever/such.htm>.

MANAGEMENT MANIA: *Total Quality Management (TQM)*. [online]. [cit. 2014-12-19]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/total-quality-management>.

VYLETOVÁ, V. *TQM a jeho význam pro řízení podniků*. [online]. [cit. 2014-12-20]. Dostupné z: http://theses.cz/id/t8rv3b/downloadPraceContent_adipIdno_3497.

TECHNICKÉ NORMY. *Zásady managementu kvality norem řady ISO 9001. Procesní přístup ISO 9001.* [online]. © 2000 – 2009 [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: http://www.iso-normy.cz/ISO_9001.html.

ZOZNAM OBRÁZKOV A TABULIEK

Zoznam obrázkov

Obrázok 1: Chata Macocha.....	36
Obrázok 2: Tabuľa pri priepasti Macocha.....	47
Obrázok 3: Aký typ dopravy turisti využili pri návšteve Moravského krasu.....	58
Obrázok 4: Odkiaľ turisti čerpajú informácie o Moravskom krase.....	59
Obrázok 5: Pohlavie respondentov.....	59
Obrázok 6: Národnosť turistov.....	60
Obrázok 7: Spokojní a nespokojní turisti.....	60
Obrázok 8: Počet dosavadných návštev Moravského krasu.....	61
Obrázok 9: Koľko dní turisti strávia v Moravskom krase.....	62
Obrázok 10: Využitie ubytovacích zariadení.....	62
Obrázok 11: Najnavštevovanejšie atraktivity Moravského krasu.....	63
Obrázok 12: Návšteva okolitých miest v Moravskom krase.....	65
Obrázok 13: Vek dotazovaných respondentov.....	65

Zoznam grafov

Graf 1: Štatistika návštevnosti v Moravskom krase podľa mesiacov.....	51
---	----

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1: SWOT analýza.....	50
------------------------------	----

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha A - Dotazník.....	I
Príloha B – Informačná tabuľa.....	III
Príloha C – Informačná tabuľa.....	IV
Príloha D – Prepadanie.....	V

Príloha A - Dotazník

1. Aký typ dopravy ste využili pri návšteve Moravského krasu?
 - vlastná doprava - verejná doprava - peši

2. Odkiaľ turisti čerpali informácie o Moravskom krase?
 - vlastné povedomie - internet - rodina, známami

3. Aké bolo pohlavie turistov?
 - muži - ženy

4. Národnosť turistov?

5. Miera spokojnosti turistov s gastronomickými službami v oblasti priepasti Macocha a Punkevních jaskyní?
 - spokojní - nespokojní

6. Koľko krát už turista navštívil Moravský kras?
 - prvý krát - viac krát

7. Koľko dní turisti strávia v Moravskom krase?
 - jeden deň - dva až tri dni - viac dní

8. Aký typ ubytovacieho zariadenia dotazovaní využili?
 - nevyužili - chata/penzión/hotel - vlastné ubytovanie

9. Ktoré prírodné atraktivity Moravského krasu najviac turistov zaujali?
 - krasové javy - príroda - kultúrne pamiatky

10. Doporučili by ste návštevu Moravského krasu rodine a známym?

- doporučili - nedoporučili

11. Aké mestá ste počas návštevy Moravského krasu navštívili?

- nenavštívili - Blansko - Křtiny - Jedovnice

12. Vek dotazovaných turistov?

- 18 až 30 rokov - 31 až 50 rokov - 50 a viac rokov

Príloha B – Informačná tabuľa



Príloha C – Informačná tabuľa



Príloha D – Prepadanie



BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Meno autora: Veronika Svobodová

Odbor: Management cestovního ruchu

Forma štúdia: kombinované studium

Názov práce: Marketingový výzkum Moravského krasu

Rok: 2015

Počet strán textu: 81

Celkový počet strán příloh: 5

Počet titulov českých použitých zdrojov: 26

Počet titulov zahraničných použitých zdrojov: 1

Počet internetových zdrojov: 34

Vedúci práce: Ing. et Mgr. Daniel Toth, Dr.