

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu

Barbora Kuňáková

## ROZVOJOVÉ PROJEKTY OBCE SPYTIHNĚV

The Spytihněv Municipality Development Projects

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Jakub Trojan, MSc, MBA

Brno, 2015

# VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Ústav gastronomie, hotelnictví a cestovního ruchu

Akademický rok: 2014/2015

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Barbora Kuňáková

Osobní číslo: 5970022

Studijní program: GHT - Gastronomie, hotelnictví a turismus

Studijní obor: MHCR - Management hotelnictví a cestovního ruchu

TÉMA PRÁCE: Rozvojové projekty obce Spytihněv

TÉMA PRÁCE V AJ: The Spytihněv Municipality Development Projects

### Cíl stanovený pro vypracování BP

1. Teoretická část BP: *Teoretická část je věnována rešerši literatury a možnostem podpory cestovního ruchu ze strukturálních fondů EU v kontextu politiky hospodářské a sociální soudržnosti.*
2. Praktická část BP: *Praktická část analyzuje stávající rozvojové projekty obce Spytihněv s důrazem na atraktivitu Bařova kanálu.*
  - Analytická část představí a analyzuje rozvojové projekty modelové obce s důrazem na dopady do segmentu cestovního ruchu. Hlavní důraz bude kladen na projekty související s technickou památkou Bařova kanálu.
  - Návrhová část bude zaměřena na optimalizaci projektového managementu v obci s ohledem na doporučení související s realizací projektových záměrů v oblasti cestovního ruchu a okolí Bařova kanálu.



Při zpracování BP vycházejte z pomůcky vydané VŠOH Brno.

Rozsah bakalářské práce bez příloh: 2 AA

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná i elektronická

Seznam doporučené literatury:

[1] DOLEŽAL, J., MÁCHAL, P. a LACKO, B., 2012 Projektový management podle IPMA. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012, 526 s. ISBN 978-80-247-4275-5.

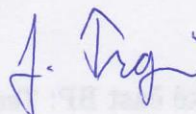
[2] JAROLÍMEK, M. a POLÁŠEK, J., 2013. Projektový management I a II. České Budějovice: Chance in Nature - Local Action Group, 2013, 116 s. ISBN 978-80-7394-407-0.

[3] KERZNER, H., 2009 Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling. 10th ed. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 2009, xxiv, 1094 s. ISBN 978-0-470-27870-3..

Další literatura dle doporučení vedoucí/ho bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Jakub Trojan

Ústav gastronomie, hotelnictví a cestovního ruchu  
podpis vedoucího BP



Datum zadání bakalářské práce: 1. května 2014

Termín odevzdání bakalářské práce: 17. dubna 2015

V Brně dne: 30. 04. 2014

VYSOKÁ ŠKOLA  
OBCHODNÍ A HOTELOVÁ s.r.o.  
Bosonožská 9, 625 00 Brno

L.S.

Doc. Ing. Jan Hrabě, Ph.D.  
Vedoucí ústavu

Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.  
prorektor pro vzdělávací činnost

Jméno a příjmení autora: Barbora Kuňáková  
Název bakalářské práce: Rozvojové projekty obce Spytihněv  
Název bakalářské práce v AJ: The Spytihněv Municipality Development Projects  
Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu  
Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Jakub Trojan, MSc, MBA  
Rok obhajoby: 2015

Anotace: Bakalářská práce se zabývá možnostmi podpory a rozvoje cestovního ruchu ze strukturálních fondů EU. Na praktickém příkladu již realizovaného projektu cestovního ruchu analyzuje stávající projekty obce Spytihněv se zaměřením na projekty související s lokalitou Baťova kanálu. V návrhové části se zaměřuje na optimalizaci projektů cestovního ruchu v obci a jejich budoucí plánování a využitelnost, především v souvislosti s rozvojem cestovního ruchu v okolí Baťova kanálu.

Annotation: This Bachelor thesis deals with the possibilities of promoting and developing tourism from the sources of EU structural funds. Using the practical example of the realized project, the thesis analyses the existing tourism projects in Spytihněv with a focus on the projects related to the locality of the Bata Canal. The proposal part of the thesis concentrates on the optimization of the tourism projects in the municipality and their future planning and applicability, especially in connection with the development of the tourism around the Bata Canal.

Klíčová slova: projektový management, strukturální fondy EU, Baťův kanál, rozvojové projekty cestovního ruchu

Key words: project management, EU structural funds , The Bata Canal , tourism development projects

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci *Rozvojové projekty obce Spytihněv* vypracovala samostatně pod vedením *RNDr. Jakuba Trojana, MSc, MBA* a uvedla v ní všechny použité literární a jiné odborné zdroje v souladu s aktuálně platnými právními předpisy a vnitřními předpisy Vysoké školy obchodní a hotelové.

V Brně dne 6. srpna 2015

vlastnoruční podpis autora

Na tomto místě bych ráda poděkovala panu RNDr. Jakubu Trojanovi, MSc, MBA za odborné vedení při zpracování bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat starostovi obce Sptyhněv, panu Mgr. Vítu Tomašíkovi, za poskytnutí všech potřebných materiálů a informací, které byly velkým přínosem při zpracování mé bakalářské práce.

# OBSAH

Obsah .....	7
Úvod .....	9
I. Teoretická část.....	10
1. Cestovní ruch.....	11
1.1 Přínosy cestovního ruchu .....	13
1.2 Místní specifika cestovního ruchu.....	15
2. Podpora cestovního ruchu .....	18
2.1 Vývoj politiky cestovního ruchu .....	18
2.2 Postavení vlády v odvětví cestovního ruchu .....	20
2.3 Cestovní ruch a fondy soudržnosti .....	21
3. Projekty a jejich řízení.....	26
3.1 Projekty a projektové řízení .....	26
3.2 Projektové řízení a jeho fáze .....	28
II. Praktická část.....	33
Praktická část.....	34
4 Historie a analýza obce a okolí .....	35
4.1 SWOT analýza obce Spytihněv.....	36
4.2 Historie a současnost Bařova kanálu .....	37
4.3 Cestovní ruch v okolí .....	38
4.4 Porterova analýza .....	40
4.5 Přínos pro obec.....	41

5	Dotazníkové šetření, Rozhovor .....	45
5.1.	Dotazníkové šetření .....	45
5.2	Rozhovor s provozovatelem půjčovny lodí na Baťově kanálu .....	53
6	Popis projektu .....	55
6.1	Projektová žádost .....	57
6.2	Studie proveditelnosti .....	60
	6.2.1 Vymezení konkurence aktivitám projektu .....	61
	6.2.2 Rozbor stavu a předpokládaného stavu .....	61
6.3	Realizace projektu – výběr nejvýhodnější nabídky pro stavební práce v areálu Na rejdě Baťova kanálu .....	63
6.4	II. etapa výstavby - možnosti dalšího rozvoje areálu .....	65
7	Analýza dat z cyklostezky jako ukazatele cestovního ruchu .....	67
	Shrnutí .....	70
	Závěr .....	72
	Použité zdroje .....	74
	Seznam tabulek, grafů a obrázků .....	76
	Přílohy .....	77



## ÚVOD

Bakalářská práce se zabývá rozvojovými projekty obce Spytihněv z hlediska cestovního ruchu. Zaměřuje se na již realizovaný projekt Turistické centrum Na rejdě Bařova kanálu ve Spytihněvi, na jeho další možný rozvoj a rozšíření služeb. Turistické centrum je situováno přímo u Bařova kanálu, jež je významnou technickou památkou a značnou mírou se podílí na objemu cestovního ruchu v obci i v širokém okolí. Vysoký podíl na zvyšování počtu návštěvníků má především vybudovaná cyklostezka a také vybudování přístavů a přístavišť po celé délce Bařova kanálu. Opětovné zprovoznění Bařova kanálu pro soukromou plavbu v kombinaci s cyklostezkou je tedy hlavní turistickou atraktivitou regionu.

Úvodní část práce je věnována teoretickému rozboru cestovního ruchu, jeho vývoje a dopadu na kvalitu regionu. Dále se pak teoretická část podrobněji věnuje čerpání dotací ze strukturálních fondů EU, způsobu jejich získávání a jednotlivým fázím realizace.

V praktické části je podrobně rozebrán proces získání konkrétní dotace na Turistické centrum Na rejdě Bařova kanálu a průběh jeho realizace. Hlavním cílem je zhodnocení stávající situace a možný rozvoj do budoucna. Obec Spytihněv má výhodnou polohu vzhledem k Bařově kanálu, okolí je tedy strategickým bodem pro rozvoj cestovního ruchu. V realizovaném dotazníkovém šetření je na areál nahlíženo především z hlediska účastníka cestovního ruchu. Cílem je především najít odlišnosti od ostatních areálů stejného typu a také navrhnout možná rozšíření tak, aby byla zajištěna konkurenceschopnost a jedinečnost poskytovaných služeb. Dalším cílem je zhodnocení návštěvnosti a kroky, které by bylo vhodné uskutečnit pro udržení a nárůst účastníků cestovního ruchu.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

# 1. CESTOVNÍ RUCH

První kapitola teoretické části bakalářské práce se zaměřuje na cestovní ruch a možnosti jeho rozvoje jako nástroje, který může pomoci s celkovým rozvojem daného regionu. Cestovní ruch se ukazuje jako odvětví, které je přístupné pro skutečně různorodé regiony. Dá se předpokládat, že i když nemá daný region, i když se jedná o malou obec, co nabídnout například z hlediska ekonomického, vždy je zde nějaký potenciál historický, kulturní, sportovní, apod., který je možné využít právě prostřednictvím cestovního ruchu, který alespoň částečně nahradí skutečnost, že zde jiné ekonomické možnosti nejsou. Vzhledem k tomu, jak se rozvíjí cykloturistika, ale i turistika obecně, je cestovní ruch skutečně možností k tomu, jak využívat místní specifika a těžit z nich finanční prostředky, které je možné následně využít pro rozvoj obce.

Pokud se zaměříme na cestovní ruch a jeho ekonomickou rovinu, je nutné na tento nahlížet ze dvou hledisek: „*Na jedné straně je cestovní ruch významnou oblastí spotřeby obyvatelstva. Účast na cestovním ruchu se stala v posledních padesáti letech jedním z měřítek životní úrovně, nezanedbatelnou součástí spotřeby dnes již většiny obyvatelstva vyspělých zemí světa. Na straně druhé se cestovní ruch stále více prosazuje i jako výrazná oblast podnikatelských příležitostí. Cestovní ruch se tak stává významnou součástí národní ekonomiky.*“<sup>1</sup> Když si lidé berou dovolenou, velmi často dochází k tomu, že tuto nechtějí strávit v místě svého bydliště, ale cestují někam jinam. Tím se stávají účastníky cestovního ruchu. Stávají se spotřebiteli toho, co je jim nabízeno v oblasti ubytování, stravování, ale také v oblasti kulturního, památkového, historického, sportovního a rekreačního vyžití. Je na osobách, které se v dané destinaci vyskytují, jaká odvětví podnikání zde budou provozovat nebo podporovat. Podle toho je následně možné z dané destinace vytvářet skutečně oblíbené místo. V podstatě se dá říct, že čím více je oblast schopna nabídnout, tím zajímavější se stává pro širší spektrum potenciálních turistů. Zajímavými destinacemi se pak stávají velká města nebo mořská letoviska, která využívají právě své polohy.

---

<sup>1</sup> MALÁ, V., a kol., 2002. *Základy cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola ekonomická, Fakulta mezinárodních vztahů, 2002, 98 s. ISBN 80-245-0439-1. S. 91.

V České republice je nemožné využívat polohu blízko moře, protože ta zde chybí. To ale neznamená, že je cestovní ruch v České republice natolik omezený, aby nebylo možné jej využívat jako účinné odvětví, díky němuž je možné zajistit rozvoj jednotlivých regionů, ať už z jejich vlastní iniciativy, anebo prostřednictvím různých fondů, které jsou pro tuto příležitost zajišťovány na státní, ale i na mezinárodní úrovni.

Dále je možné zaměřit se na to, jak je možné kvantifikovat cestovní ruch z hlediska ekonomického. I na těchto údajích je patrné, že je cestovní ruch skutečně velmi významným prvkem ekonomiky, je pouze potřeba se zaměřit na to, jak jej využívat a jak jej skutečně využít pro růst dané oblasti. Kvantifikovat cestovní ruch je možné prostřednictvím následujících ukazatelů:<sup>2</sup>

- počet účastníků cestovního ruchu, a to jak domácího, tak i zahraničního,
- podíl cestovního ruchu na využití volného času lidí,
- celkové výdaje obyvatelstva na cestovní ruch a jejich struktura,
- podíl výdajů na cestovní ruch na celkových výdajích obyvatelstva a na výdajích na služby.

Logicky se tak dochází k tomu, že čím více bude účastníků cestovního ruchu v daném regionu, tím větší budou výdaje těchto osob v tomto regionu, což nakonec pomůže regionu v jeho rozvoji, pokud jsou získané finanční prostředky vhodně investovány. Je potřeba ale zajistit, aby měli lidé zájem na tom věnovat svůj volný čas právě na cestovní ruch a ne na jiné aktivity, které jsou spojené s místy jejich trvalého pobytu. Z tohoto důvodu musejí destinace přicházet s takovými aktivitami a prvky, které zaujmou potenciální účastníky cestovního ruchu k tomu, aby se na krátkou dobu do dané destinace vydali a tyto její aktivity využily. V takovém případě se může navyšovat suma výdajů na cestovní ruch, které se mohou stát výrazným příjmem ekonomiky dané destinace.

I když existuje poměrně jasná představa o tom, co to znamená být součástí cestovního ruchu, zůstává zde určitý problém s jeho zařaditelností. Keller k tomuto tématu uvádí: *„Problém spočívá v tom, že cestovní ruch jako ucelené (i statisticky podchytitelné) odvětví národního hospodářství v podstatě neexistuje, naopak v různých podobách do většiny odvětví vstupuje. Cestovní ruch je tak pro svoji strukturální*

---

<sup>2</sup> MALÁ, V., a kol., 2002. *Základy cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola ekonomická, Fakulta mezinárodních vztahů, 2002, 98 s. ISBN 80-245-0439-1. S. 93.

*nejednoznačnost obtížně uchopitelným jevem a jeho vymezení vychází ze strany poptávky (specifická forma spotřeby produktů různých odvětví).“<sup>3</sup>*

Tato definice v podstatě odkazuje na to, že například doprava neslouží primárně cestovnímu ruchu, ale i dopravní odvětví se zaměřuje na to, aby bylo možné zajistit přesuny osob, které cestují do destinace nikoli proto, že tam denně pracují, ale proto, aby se tam krátkodobě rekreovali, případně prováděli jinou činnost, která je jako součást cestovního ruchu chápána. Cestovní ruch se tak stává činností, která prostupuje různými odvětvími. Například sport je možné chápat samostatně, ale stejně jako součást cestovního ruchu. Pokud skupina cykloturistů vyjede na výlet, je pravděpodobnost, že se někde budou chtít občerstvit, případně budou chtít navštívit zajímavé místo, které je na jejich trase. Pro takové potřeby je vhodné vytvářet projekty na podporu cestovního ruchu a snažit se o to, aby region získával finanční prostředky z fondů, které jsou pro tuto oblast určeny.

## **1.1 Přínosy cestovního ruchu**

O tom, že má cestovní ruch pozitivní účinky na region, není možné pochybovat, protože růst zájmu o cestovní ruch a jeho podpora jsou toho poměrně jasným důkazem. Je však nutné si uvědomit, že dopady na region jsou jak pozitivního charakteru, tak i případně charakteru negativního.<sup>4</sup> Regiony se logicky zaměřují na to, že jsou zde pozitivní efekty, negativní jsou přijímány jako určitá daň. Například může docházet ke ztrátě kulturní osobitosti daného regionu, i když zachování jedinečnosti by mohlo být právě zajímavým artiklem cestovního ruchu. Dochází ale k tomu, že jednotlivé destinace chtějí poskytovat podobné služby jako jinde, aby účastník cestovního ruchu dostal to, co očekává. Negativem může být i sezónnost cestovního ruchu.

Zůstaňme ale primárně u pozitivních dopadů cestovního ruchu. Přínosy jsou primárně to, proč jsou vytvářeny projekty pro cestovní ruch, proč lidé v cestovním ruchu začínají podnikat. Souvisí to například se skutečností, že daný region je obecně

---

<sup>3</sup> KELLER, P., 2004. *The Future of Small and Medium Sized Enterprises in Tourism* [online] StGallen: AIEST, 2004. [cit. 2015-01-12]. Dostupné z: <http://www.unibg.it/dati/corsi/44014/47865-The%20future%20of%20small%20and%20medium%20enterprises.pdf>

<sup>4</sup> GOELDNER, CH. R. a RITCHIE, J. R. B., 2008. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th ed. New York: Wiley, 2008, 648 s. ISBN 978-0-4700-8459-5.

nepříliš ekonomicky silný. Tím, že se v něm podporuje cestovní ruch, dochází k tomu, že se zvyšuje poptávka, která je jinak poměrně nízká. Cestovní ruch zajistí to, že region má co nabídnout, i když jinak by se do takové pozice nedostal. Tím, že se zvyšuje poptávka po statcích a službách daného regionu, projevují se díky cestovnímu ruchu další pozitivní efekty, které je možné shrnout jako:<sup>5</sup>

- zvyšování aktivního salda platební bilance,
- vytváření zaměstnanosti,
- zdroj příjmů,
- rozvoj místní ekonomiky.

Cestovní ruch sám o sobě tak může výrazně pomoci tomu, jak si daný region stojí, jaké jsou jeho schopnosti a možnosti vzhledem k ekonomickému růstu. Pokud je v regionu nezaměstnanost, cestovní ruch ji může pomoci snížit. S tím, jak se cestovní ruch v regionu vyvíjí, je zde potenciál i k tomu, aby se vyvíjela další odvětví, protože region se díky cestovnímu ruchu stává investičně zajímavějším a mohou se objevit organizace, které v oblasti budou chtít investovat, protože vidí její potenciál. Není možné tvrdit, že každý region, který se snaží rozvíjet cestovní ruch, se stane investičně zajímavým, ale každý region může cestovním ruchem přispět ke svému rozvoji.

Kromě toho, že zde existuje výše popsané vymezení základních ekonomických dopadů cestovního ruchu, je možné určit i další kategorie toho, jak cestovní ruch působí v místě, kde je realizován. Jedná se o efekty podle jejich vzniku:<sup>6</sup>

- **Přímé efekty** – jedná se především o výdaje, které jsou přímo vydány turisty v daném regionu, tyto efekty jsou tedy zejména finanční,
- **Nepřímé efekty** – tyto výdaje se týkají těch, kdo poskytují služby cestovního ruchu, ale sami musejí nakoupit určitý materiál, meziprodukt, který sami zpracovávají a následně poskytují účastníkovi cestovního ruchu – je tak patrné, že užitek z cestovního ruchu je meziodvětvový,
- **Efekty vyvolané** – jedná se o efekty, které jsou spojeny s tím, že cestovní ruch je natolik přínosný, že jsou zde volné finanční prostředky, které je dále možné

---

<sup>5</sup> GOELDNER, CH. R. a RITCHIE, J. R. B., 2008. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th ed. New York: Wiley, 2008, 648 s. ISBN 978-0-4700-8459-5.

<sup>6</sup> VANHOVE, N., 2010. *The Economics of Tourism Destinations*. Amsterdam: Elsevier, 2010, 327 s. ISBN 0-7506-6637-4. S. 112.

investovat, ať už do cestovního ruchu, anebo obecně do rozvoje v dané oblasti – multiplikují se tak jednotlivé efekty, které jsou cestovním ruchem dány.

Pokud je tedy cestovní ruch úspěšný, jedná se o odvětví ekonomiky, které jí prorůstává mnohem komplexněji, než by se na první pohled mohlo zdát. Je však nutné si uvědomit, že zde jednoduše omezení jsou. Je jasné, že například Strakonice nebudou mít nikdy takovou návštěvnost jako Praha, nemluvě pak o srovnání malých obcí s velkými městy. Důvod je poměrně jednoznačný – jednotlivé regiony mají různé možnosti toho, co mohou potenciálním účastníkům cestovního ruchu nabídnout. Existuje zde velká rozdílnost mezi jednotlivými regiony, což je ale také faktor, který činí cestovní ruch natolik zajímavým, a to jak pro poskytovatele, tak i pro cestovatele. Nemělo by smysl cestovat do různých destinací v případě, že by každá nabízela to samé. Cestovní ruch se díky odlišnostem (kulturním, historickým, společenským, památkovým, atd.) stává zajímavým pro všechny strany a téměř každý region má určité možnosti. Velký rozdíl pak bude především v tom, jaký bude objem účastníků cestovního ruchu a samozřejmě také konečné výdaje v dané destinaci.

## 1.2 Místní specifika cestovního ruchu

Cestovní ruch je pro region odvětvím, na které je vhodné se zaměřit především pak pro konkrétní dopady na místní ekonomiku. Právě to, že působí místně a to s ohledem na místní specifika, jedná se o velmi přínosné odvětví, protože si region přesně může určit to, v jaké oblasti chce cestovní ruch primárně provozovat, na co chce potenciální turisty zaměřit a čemu se chce hlavně věnovat. Konkrétní ekonomické přínosy samotné destinace, jsou pak následující:<sup>7</sup>

- výdaje účastníků cestovního ruchu a jejich přesunu z míst bydliště do míst cestovního ruchu,
- daňové příjmy a příjmy různých poplatků, které se stávají významnými zdroji místních rozpočtů,
- vytváření podnikatelských příležitostí a zaměstnanosti,

---

<sup>7</sup> MALÁ, V., a kol., 2002. *Základy cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola ekonomická, Fakulta mezinárodních vztahů, 2002, 98 s. ISBN 80-245-0439-1. S. 93.



- vytváření investičních příležitostí,
- zlepšování celkové úrovně infrastruktury a vybavenosti nejen pro účastníky cestovního ruchu, ale i pro místní obyvatelstvo,
- podněcování rozvoje řady ekonomických aktivit včetně místních řemesel, která do té doby mohla být spíše na ústupu nebo již nefungovala.

Možnosti toho, jak cestovní ruch posiluje ekonomiku, je poměrně hodně. Pro místní ekonomiku je pak přínosné, že v případě, že je cestovní ruch skutečně úspěšný a je o destinaci zájem, tyto efekty se většinou projevují společně, protože v cestovním ruchu jsou jednotlivé prvky a instituce natolik propojené, že musí dojít ke všem efektům, které jsou zde uvedeny. Rozdíl je pak primárně pouze v tom, jak moc je destinace zajímavá a kolik účastníků cestovního ruchu přiláká. Čím více, tím samozřejmě lépe, protože z většího počtu turistů přichází více příjmů a lepší možnosti rozvoje.

Cestovní ruch se pak stává přínosem pro místní oblast také proto, že může využít potenciál prvků, které by jinak zůstaly naprosto nevyužity. Například tradiční kultura (tance, zpěvy, slavnosti, kuchyně, apod.) ztrácely na významu, ale právě jejich jedinečnost je možné využít pro cestovní ruch jako atraktivní aktivity pro účastníky cestovního ruchu. Mohou tak i uměle vznikat nové zvyky, což může být kritizováno, na druhou stranu i tohle je ukázka toho, že v daném regionu jsou lidé, kteří jsou ochotni podpořit návštěvnost, a tak činí způsobem, který je velmi specifický. Pokud se tím vytváří nová tradice, která bude fungovat dlouhodobě, může cestovní ruch přispět i ke kulturnímu rozvoji regionu, který byl v tomto ohledu zaostalý.

Pokud se vrátíme k předchozím efektům, jak již bylo řečeno, dochází k rozdílům v jejich naplňování. Byly určeny jednotlivé faktory, které znamenají vznik rozdílů mezi jednotlivými destinacemi cestovního ruchu. V podstatě se dá říct, že čím více bude destinace analyzovat svůj cestovní ruch a bude do něj efektivně investovat, tím větší je předpoklad pro jeho pozitivní přínosy. Tyto faktory jsou:<sup>8</sup>

- vybavenost destinace atraktivitami a infrastrukturou cestovního ruchu (čím více aktivit a atrakcí, tím větší je pravděpodobnost, že destinace skutečně zaujme účastníky cestovního ruchu),

---

<sup>8</sup> VANHOVE, N., 2010. *The Economics of Tourism Destinations*. Amsterdam: Elsevier, 2010, 327 s. ISBN 0-7506-6637-4. S. 112.

- hodnota a intenzita výdajů na cestovní ruch (čím více se vloží, tím více by se mělo vrátit, ale velmi záleží na schopnosti odhadnout to, co bude účastníky cestovního ruchu lákat a zajímat),
- úroveň ekonomického rozvoje v destinaci (ekonomicky rozvinutější oblast bude mít obecně více možností pro cestovní ruch),
- velikost ekonomické základny destinace (souvisí především s počtem obyvatel a velikostí destinace),
- míra, ve které výdaje návštěvníků zůstávají v destinaci (v destinaci mohou působit podnikatelé, kteří mají ve skutečnosti sídlo jinde),
- míra, ve které destinace vyrovnává sezónnost turistické poptávky (některé destinace nabízejí turistické vyžití pro léto i zimu, ale některým to není jejich geografíí a možnostmi umožněno).

## 2 PODPORA CESTOVNÍHO RUCHU

Jak bylo popsáno v předchozí kapitole, cestovní ruch je odvětvím, které je pro ekonomiku země jako celku přínosné stejně, jako je přínosné pro jednotlivé regiony. Stát má zájem na tom, aby byl cestovní ruch v jednotlivých regionech podporován, protože pokud bude růst cestovní ruch v jednotlivých regionech, znamená to, že se bude postupně rozvíjet celá ekonomika. Růst všech regionů logicky povede k růstu celé ekonomiky, protože regiony jsou součástí většího celku. Z tohoto důvodu pak velmi záleží na tom, jaký je přístup státu k cestovnímu ruchu a k jeho rozvoji. V následující podkapitole je poukázáno na to, jaké byly směry rozvoje cestovního ruchu z hlediska národního přístupu.

### 2.1 Vývoj politiky cestovního ruchu

Pokud se týká politiky cestovního ruchu, primárně je potřeba se zaměřit na to, jak do cestovního ruchu bude zasahovat stát, případně jak moc je vhodné, aby do cestovního ruchu vůbec zasahoval. Stát do cestovního ruchu určitým způsobem zasahuje. Informační centra nevznikají vždy ze soukromých peněz, ale právě z peněz veřejných, mnohé památky jsou v majetku státu, stát se snaží podporovat města, různé akce, apod. Je vidět, že stát je schopen působit především pozitivně v tom smyslu, že zajistí marketing, případně vydá sám finanční prostředky na to, aby byla určitá aktivita zajištěna. Nelze ale mluvit jen o státu, je také třeba mluvit o kraji a o obci jako o nižších, samosprávních jednotkách, které se také podílejí na cestovním ruchu ve městě. Města i kraje se snaží o to, aby byl cestovní ruch živý, aby města měla čím přitáhnout, a sama na tom těží z různých poplatků a případně také z daní. Z hlediska regionálního rozvoje se tak velmi důležitým stává to, jak se samy regiony snaží, jak ony samy přistupují k cestovnímu ruchu na svém území.

Přístup k politice cestovního ruchu se v minulých letech výrazně lišil od toho, který je platný v současné době, kdy je velmi patrné, že mnoho obcí se snaží o to, aby měly svůj vlastní cestovní ruch, anebo aby se alespoň trochu zapsaly na mapu určité oblasti, aby bylo patrné, že je třeba se do obce stavět a něco zde vidět. Právě z tohoto důvodu je velmi důležité, aby regiony nejednaly pouze samostatně, ale snažily se o

spojení s dalšími regiony, protože společným postupem mohou využít synergického efektu, který takové vztahy budou mít. Jak je patrné z tabulky č. 1, toto se děje i na úrovni mezinárodní, kdy si státy uvědomují nezbytnost spolupracovat na poli cestovního ruchu, protože tím podpoří to, že turisté, pokud zavítají například do Evropy, nenavštíví pouze jednu zemi, ale pokusí se zemi projet více, protože jednotlivé země se na sebe navzájem snaží upozornit, chtějí spolupracovat. V tabulce jsou uvedena jednotlivá období od roku 1945, která jsou stručně popsána právě z hlediska přístupu státu k cestovnímu ruchu.

**Tabulka 1: Mezinárodní politika cestovního ruchu po 2. světové válce**

<b>Roky</b>	<b>Popis</b>
1945-1955	Jedná se o období, kdy se ekonomiky po válce teprve revitalizují a je nutné se zaměřit na základní potřeby a až následně se věnovat také rozvoji cestovního ruchu.
1956-1970	Státy si uvědomují, že je potřeba pomoci cestovnímu ruchu, a to především v oblasti marketingu, kdy jde o podporu rozvoje a růstu potenciálu cestovního ruchu.
1971-1985	V tomto období je cestovní ruch vnímán jako základní nástroj regionálního rozvoje, a tak se politika cestovního ruchu zaměřuje na podporu poskytovatelů služeb cestovního ruchu, tedy na stranu nabídky cestovního ruchu.
1986-2000	Cestovní ruch se více stává nástrojem regionální politiky, a to i v souvislosti se zaměřením na životní prostředí. Stát již tolik nezasahuje na nabídkovou stranu, ale snaží se o to, aby přímo zasahoval do trhu, a to v souladu se soukromým sektorem. Budují se obchodní sítě, vznikají spojení soukromého a veřejného sektoru.
Od 2000	Cestovní ruch se stává tématem mezinárodní politiky a mezinárodních vztahů, jedná se o téma, které je obecně velmi důležité a státy se snaží spolupracovat, aby se cestovní ruch vyvíjel co nejefektivněji. Vznikají například sesterská města.

Zdroj: Hall (2006)<sup>9</sup>

<sup>9</sup> HALL, C. M., 2007. *North-South Perspectives on Tourism, Regional Development and Peripheral Areas*. In MULLER, D. K. a JANSSON, B. *Tourism in Peripheries: Perspectives from the Far North*

Dochází tedy k postupnému vývoji směrem, kdy stát se stává v podstatě nezbytnou součástí cestovního ruchu, kdy jeho role se ale mění od pasivního účastníka, který se snaží o marketingovou podporu, až na účastníka, který je aktivní a sám se stará o to, aby byl cestovní ruch skutečně ekonomicky efektivní. Stát sám zakládá vlastní instituce a organizace, které se zaměřují na podporu cestovního ruchu, ale i přímo na služby cestovnímu ruchu. Některé jsou ponechány soukromému sektoru (především ubytovací a stravovací služby), ale některé (zejména informační) jsou velmi závislé na podpoře nebo přímo na zajištění ze strany veřejných rozpočtů.

## 2.2 Postavení vlády v odvětví cestovního ruchu

To, jaké je postavení vlády v cestovním ruchu, velmi záleží také na pohledu, tedy na ekonomickém přístupu. Jako jednu z možností, jaká by měla být pozice státu lze uvést: *„Stát musí zajistit, aby na trzích vládla „výkonová“ konkurence, a to nikoli přímým zásahem (tj. např. ex post hodnocením, jak firmy realizovaly svůj zisk), ale ex ante ustanovením a vynucováním pravidel hry. Soustava formálních a neformálních pravidel je tedy nezbytnou podmínkou jakýkoliv ekonomických procesů.“*<sup>10</sup> Tady je patrné, že stát by měl být tím, kdo tvoří pravidla hry, ale nutně není tím, kdo zasahuje přímo do trhu nebo ho dokonce utváří.

Určité negativní dopady státu na cestovní ruch je také možné vidět v oblasti toho, jak se státními zásahy mění trh: *„Díky rostoucí míře intervencionismu se cestovní ruch stává pro soukromé subjekty nelukrativní oblastí a tím dochází k jeho plné závislosti na financování z veřejných zdrojů. V důsledku toho není schopen reagovat na tržní impulsy.“*<sup>11</sup> Vychází se tedy z té premisy, že čím více stát zasahuje do soukromé sféry, tím se tato stává mnohem méně efektivní a mnohem méně pružnou. Je tedy otázkou, jak moc je možné zasahovat do oblasti, která je primárně určena pro soukromý

---

*and South*. Wallingford: CABI Publishing, 2007, 288 s. ISBN 1-8459-3177-7.

<sup>10</sup> GERŠL, A., 2006. Liberalismus, německý ordoliberalismus a hospodářská politika. *Merit Research Working ePaper*, 2006, č. 9. ISSN 1214-1402. S. 5.

<sup>11</sup> PAGE, S. J., 2009. *Tourism Management: Managing for Change*. Amsterdam: Elsevier/Butterworth-Heinemann, 2009, 578 s. ISBN 0-750-68205-1. S. 337.

sektor, ale přesto vykazuje určité neefektivnosti, které je vhodné přenést na sektor veřejný – soukromé společnosti se nevyplatí vytvářet infocentra, protože ta poskytují informace zadarmo. Je tedy vhodné vytvářet politiku cestovního ruchu takovým způsobem, aby byly soukromý sektor a veřejný sektor v určitém souladu a navzájem se podporovaly tak, aby nedošlo k výraznému narušení ekonomického fungování odvětví cestovního ruchu.

Vláda v případě ovlivňování cestovního ruchu může selhávat, a většinou se jedná o selhání, která jsou spojena s následujícími příčinami:<sup>12</sup>

- omezené informace,
- časové zpoždění v hospodářské politice,
- omezená kontrola reakcí soukromého sektoru,
- sledování vlastních zájmů,
- problém souvislosti politického a hospodářského cyklu,
- nevyužití politického kapitálu.

Pokud je vytvářena politika cestovního ruchu, je vhodné na tato omezení pamatovat, a to i v případě, že je vytvářen rámec pro různé projekty, které mají napomoci rozvoji cestovního ruchu v regionu anebo v celé zemi podle toho, o jaká opatření a na jaké úrovni se jedná. Důležité je pak vhodně alokovat finanční prostředky, aby šly skutečně na zajištění projektů, které jsou přínosné a nikoli na projekty nevhodné. V tomto směru je důležitá také Evropská unie a její postavení jako instituce, která se z vlastních prostředků snaží podporovat společnou politiku cestovního ruchu.

### **2.3 Cestovní ruch a fondy soudržnosti**

Financování cestovního ruchu v regionech není jednoduchou záležitostí, především proto, že návratnost takových investic nemusí být na první pohled viditelná – vrací se jiným subjektům a následně například prostřednictvím místních poplatků a daní – a také může být tato návratnost dlouhodobá. Nelze očekávat, že jestliže region zainvestuje do cestovního ruchu, okamžitě se to projeví v té dané sezóně. Větší projevy

---

<sup>12</sup> KOTLÁN, I. a KLIKOVÁ, Ch., 2003. *Hospodářská politika*. 1. vyd. Ostrava: Sokrates, 2003, 275 stran. ISBN 80-86572-04-8. S. 21.

investice se mohou dostavit až v následujících sezónách, kdy se destinace stane vyhledávanější a pro turisty přístupnější právě díky investici, která byla vytvořena před několika obdobími.

Z tohoto důvodu, že je návratnost investice dlouhodobá a v některých případech není ani jisté, zda se investice vrátí v plné výši, je vhodné využívat jiné formy financování, které jsou v současné době nabízeny. Česká republika v tomto smyslu „vydělala“ přistoupením k Evropské unii, která nabízí fondy soudržnosti, jež mohou být zdrojem finančních prostředků, které daný region potřebuje. Díky programům, které fondy soudržnosti nabízejí, je možné získat finanční prostředky, které lze využít právě i na projekty, které jsou spojené s cestovním ruchem a různými aktivitami, které jsou s cestovním ruchem spojeny. Region, pokud je v podávání projektu úspěšný, získává finanční prostředky, které nejsou vratné. Takové investice jsou pro region velmi výhodné, protože jiným způsobem je finanční prostředky velmi náročné získat, pokud podobný program nevyhlásí sám stát. Na základě fondů soudržnosti je možné podpořit region, kdy se předpokládá, že region, který poroste, dopomůže k tomu, aby rostl celý stát a následně i Evropská unie a její hospodářská síla. Podpora regionů se tak stává smyslem fondů soudržnosti.

Mezi fondy soudržnosti jsou v programovém období 2014-2020 zařazeny následující fondy:<sup>13</sup>

- **Evropský fond pro regionální rozvoj (EFRR/ERDF)** – zaměřeno na modernizaci a posilování hospodářství.
- **Evropský sociální fond (ESF)** – podpora aktivit v oblasti zaměstnanosti a rozvoje lidských zdrojů.
- **Fond soudržnosti (FS)** – fond, který je určen na podporu chudších států, nikoli pouze regionů.
- **Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova (EAFRD)** – jak název napovídá, jedná se o fond na podporu rozvoje venkova.
- **Evropský námořní a rybářský fond (EMFF)** – finanční nástroj na podporu rybolovu, který spadá do společné rybářské politiky EU.

---

<sup>13</sup> MMR ČR, 2014. *Informace o fonděch* [online] Ministerstvo pro místní rozvoj, 2014. [cit. 2015-01-21]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Informace-o-fondech-EU>



Každý fond má svá specifika, která jsou výše uvedena, ale je patrné, že primárně první dva fondy jsou určeny k tomu, aby docházelo k podpoře na regionální úrovni, tedy i k podpoře cestovního ruchu. K tomu je primárně určen Evropský fond pro regionální rozvoj, který je možné definovat takto: „*EFRR/ERDF se zaměřuje na podporu na investiční projekty: např. výstavba silnic a železnic, odstraňování ekologických zátěží, budování stokových systémů, výstavby poldrů a úpravy koryt řek, podpora inovačního potenciálu podnikatelů, podpora začínajícím podnikatelům, rozvoj a obnova sportovních areálů využitelných pro cestovní ruch, rekonstrukce kulturních památek, využívání obnovitelných zdrojů energie, výsadba regenerační zeleně, ekologické a energeticky efektivní sanace bytových domů, výstavba či oprava infrastruktury pro poskytování zdravotní péče, investice do dopravní a technické infrastruktury průmyslových zón, zavádění služeb elektronické veřejné správy, posilování spolupráce podnikatelů v příhraničních regionech, modernizace systému krizového managementu.*“<sup>14</sup>

Jak je na první pohled z definice patrné, cestovní ruch je jednou z důležitých oblastí, na které se tento fond zaměřuje. Obecně je možné shrnout, že jednotlivé investice, které je možné v rámci fondu využít, lze použít k tomu, aby se podporoval cestovní ruch – například výstavba silnic umožní, aby se region „dostal na mapu“ a bylo možné, aby se tam dostali i turisté. Podporu podnikatelů je také možné vztáhnout na cestovní ruch, stejně jako odstraňování ekologické zátěže – některé oblasti se tak stanou zajímavými právě pro svou čistou krajinu.

V rámci programového období 2014-2020 je možné podávat projekty v několika operačních programech, kterými jsou:<sup>15</sup>

- OP Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost
- OP Výzkum, vývoj a vzdělávání
- OP Zaměstnanost
- OP Doprava
- OP Životní prostředí
- Integrovaný regionální operační program

---

<sup>14</sup> EURACTIV.CZ, 2014. *Strukturální fondy* [online] EU-Media, 2005-2014. ISSN 1803-2486. [cit. 2015-01-21]. Dostupné z: <http://www.euractiv.cz/strukturalni-fondy>

<sup>15</sup> EURACTIV.CZ, 2014. *Strukturální fondy* [online] EU-Media, 2005-2014. ISSN 1803-2486. [cit. 2015-01-21]. Dostupné z: <http://www.euractiv.cz/strukturalni-fondy>

- OP Praha - pól růstu ČR
- OP Technická pomoc
- OP Rybářství 2014-2020
- Program rozvoje venkova
- OP přeshraniční spolupráce mezi Českou republikou a Polskou republikou
- OP přeshraniční spolupráce mezi Slovenskou republikou a Českou republikou
- OP přeshraniční spolupráce mezi Rakouskou republikou a Českou republikou
- OP přeshraniční spolupráce mezi Svobodným státem Bavorsko a Českou republikou,
- OP přeshraniční spolupráce mezi Svobodným státem Sasko a Českou republikou,
- Program nadnárodní spolupráce Central Europe 2020
- OP nadnárodní spolupráce Danube
- OP meziregionální spolupráce
- ESPON 2020
- Operační program INTERACT III

Jak již bylo uvedeno, na základě jednotlivých programů, je možné vytvářet takové projekty, které jako druhotný efekt mohou mít vliv na cestovní ruch v regionu, ale je zde primárně jeden konkrétní operační program, který se může zaměřit na cestovní ruch jako na základní prvek toho, jak region podpořit. Tímto programem je Integrovaný regionální operační program, který je v rámci programového období 2014-2020 definován následujícím způsobem:

*„Prioritou Integrovaného regionálního operačního programu je umožnění vyváženého rozvoje území, zlepšení veřejných služeb a veřejné správy a zajištění udržitelného rozvoje v obcích, městech a regionech. Cíle programu bude dosaženo snížením územních rozdílů, zkvalitněním infrastruktury a posílením konkurenceschopnosti v regionech. Dále pak posílením veřejných služeb, zaměstnanosti a podpory vzdělanosti, jako jednoho z pilířů zvyšování kvality života obyvatel, a posílením institucionální kapacity veřejné správy.“<sup>16</sup>*

---

<sup>16</sup> MMR ČR, 2014. *Integrovaný regionální operační program* [online] Ministerstvo pro místní rozvoj, 2014. [cit. 2015-01-21]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy/Integrovaný-regionální-operacní-program>

Regiony, nejen v České republice, tak mají díky fondům soudržnosti velkou možnost, jak se začít rozvíjet, jak podpořit obecně ekonomickou aktivitu v daném regionu. Je na obcích, jak tuto možnost budou využívat a jak následně budou úspěšné v rámci schvalovacího procesu jednotlivých projektů. Pokud má obec nebo větší region projekt, který by chtěly využít, je tak možné učinit. Vzhledem k tomu, že zde fondy soudržnosti jsou a jsou dostupné, regiony by se na ně měly zaměřit a měly by se alespoň pokusit o to získat nějaký projekt. Jedná se o náročnější záležitost, která je problematická hlavně z hlediska administrativního, ale díky tomu, že je součástí projektů také kalkulace nákladů, jedná se v tomhle příjmu o přínos pro region, protože je možné lépe si uvědomit, jaké jsou skutečně jeho možnosti a zda je možné získat dodatečné finanční prostředky i jinak, než pouze jako úvěry z bank. Fondy soudržnosti jsou pro regiony nesmírně přínosné a ve chvíli, kdy se obci podaří finanční prostředky získat, se region stává silnějším. Je však důležité, aby byly projekty následně skutečně využity tak, jak se předpokládalo a jak je pro region co nejefektivnější. Projekty, které nemají využití, ale na které jsou skutečně získány finanční prostředky, se mohou stát pouze přínosem do pokladny regionu, ale nikoli pro region samotný. V tomto ohledu může existovat určitý problém v tom, jak jsou projekty regulovány a ve skutečnosti tak nemusí dojít ke schválení projektů, které jsou skutečně přínosné, a to pouze díky administrativní chybě v podání projektu, ale přitom projdou projekty, které ve skutečnosti k regionálnímu rozvoji až tak velký přínos nemají. Pokud bude odstraněn tento problém, což je poměrně náročné vzhledem k množství projektů, které do Evropské unie plynou, jedná se o náročný úkol, ale aby bylo možné skutečně hovořit o tom, že projekty v rámci fondů soudržnosti jsou efektivní a jsou také využitelné z hlediska podpory cestovního ruchu v jednotlivých regionech, které o podporu žádat mohou.

## 3 PROJEKTY A JEJICH ŘÍZENÍ

Projekty jsou základem k tomu, aby bylo možné získat finanční prostředky z fondů soudržnosti, ale jsou i základem provedení pozitivní změny, které jsou pro rozvoj regionu nezbytné. Projekty jsou součástí komplexního projektového řízení, které bude v této poslední kapitole teoretické části popsáno.

### 3.1 Projekty a projektové řízení

Základem toho, aby bylo možné rozvíjet obec prostřednictvím cestovního ruchu, je projekt. Tento projekt nemusí být zrovna projekt, který je určen pro nějaký operační program fondů soudržnosti, ale jedná se o jakýkoli projekt. V rámci práce ale je primárně zaměřeno právě na projekty pro Evropskou unii. Projekt jako takový je možné definovat například takto: „*Projekt je časem a náklady omezená operace za účelem realizovat množinu definovaných výstupů, a to vše dle standardů a požadavků kvality.*“

17

Jak je z definice patrné, skutečně se nemusí jednat o projekt, který je jakkoli spojen s Evropskou unií. Základem projektu je skutečnost, že se jedná o určitou činnost, která má časové rozhraní, budou na ni vynaloženy určité finanční prostředky a předpokládá se, že se projekt bude řídit určitými pravidly. Na projekty Evropské unie je toto rozhodně možné vztáhnout, protože metodika podávání projektů je zde poměrně komplexní a rozsáhlá, což také může vést k tomu, že jsou v projektech a v žádostech o ně určité chyby, pro které projekt nemusí uspět ve schvalovacím řízení. Z hlediska cestovního ruchu může být projektem vytvoření infocentra, rekultivace krajiny, která je nějakým způsobem zajímavá, vytvoření naučné stezky, apod.

Projekt je určitý výsledek, je to výstup kroků, které za sebou nějakým způsobem logicky následují. Jedná se o postupné kroky, které jsou součástí většího celku, tzv. projektového řízení. Projektové řízení je komplexní soubor těchto jednotlivých kroků, které nakonec vedou k vytvoření projektu a případně jeho realizování a kontrole této realizace, pokud je projekt schválen. Teorie definuje projektové řízení například

---

<sup>17</sup> DOLEŽAL, J., MACHAL, P. a LACKO, B., 2012. *Projektový management podle IPMA*. 2. aktualizované a doplněné vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, 526 s. ISBN 978-80-247-4275-5. S. 15.

následujícím způsobem: „*Souhrn aktivit spočívajících v plánování, organizování, řízení a kontrole zdrojů společnosti s relativně krátkodobým cílem, který byl stanoven pro realizaci specifických cílů a záměrů.*“<sup>18</sup>

Samotný projekt je tedy pouze částí celého procesu, kdy není smyslem samotné vytvoření projektu, ale jeho realizování. Pokud se hovoří o projektovém řízení, musí se jednat o řízení, které má určitý cíl, které je konáno v tom smyslu, aby něco vzniklo. To, co má vzniknout již nijak zásadně specifikovat nelze, protože projekt je možné vytvářet na skutečně různé aktivity. Do jisté míry lze tvrdit, že se při vytváření projektu fantazii meze nekladou, i když výsledkem by měl být jednoznačně projekt, který je nějakým způsobem prospěšný, ať už ekonomicky nebo například společensky.

V tom, jaká je definice projektového řízení se různé zdroje shodnou, jak je patrné i z druhé definice, která je zde uvedena: „*Řízení projektu zahrnuje plánování, organizaci, sledování a kontrolu všech aspektů projektu, a dále řízení a vedení všech zainteresovaných proto, abychom dosáhli cílů projektu bezpečně a v rámci dohodnutých podmínek pro čas, náklady, obsah/rozsah, výkonnost a kvalitu.*“<sup>19</sup> V případě této definice je vhodné zdůraznit skutečnost, že samotné vytvoření projektu není cílem, ale následně se pokračuje dále a na činnost do vytvoření projektu a na následnou realizaci, navazuje také kontrola, která má zjistit, jestli vše, co bylo naplánováno, bylo opravdu uskutečněno, případně jaké zde byly rozdíly v čase, kvalitě, apod.

Projekt může skončit nezdarem, což znamená, že výsledek není takový, jak bylo očekáváno. Pokud je projekt ukončen ještě před tím, než je skutečně realizován, jedná se o pozitivnější variantu, i když i tak byly do vytvoření projektu vloženy finanční prostředky, čas a úsilí. Pokud se zjistí, že projekt nelze uskutečnit, ukončí se, a to z několika možných důvodů. Kritéria pro hodnocení projektů jsou různá, ale mezi nejzásadnější je možné zařadit následující:<sup>20</sup>

- funkčnost projektu,
- splnění požadavků zadavatele,

---

<sup>18</sup> KERZNER, H., 2009. *Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling*. 10th ed. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 2009, xxiv, 1094 s. ISBN 978-0-470-27870-3. S. 3.

<sup>19</sup> DOLEŽAL, J., MACHAL, P. a LACKO, B., 2012. *Projektový management podle IPMA. 2.* aktualizované a doplněné vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, 526 s. ISBN 978-80-247-4275-5. S. 16.

<sup>20</sup> DOLEŽAL, J., MACHAL, P. a LACKO, B., 2012. *Projektový management podle IPMA. 2.* aktualizované a doplněné vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, 526 s. ISBN 978-80-247-4275-5. S. 36.

- uspokojení očekávání zúčastněných stran,
- včasné uvedení produktu projektu,
- dodržení plánované ceny,
- splnění pravidel vytváření projektu, pokud jsou zadána,
- ukončení doby, po kterou byla možnost projekty zadávat, a další.

Projekt a jeho realizace tak jednoznačně nejsou jistou věcí, v některých případech se dokonce rozhoduje mezi několika variantami projektů a toho, který bude realizován. V případě projektů, které jsou podávány jako žádosti na finanční prostředky z Evropské unie, se o varianty nejedná a vždy se podává pouze jedna varianta projektu, který buď bude schválen a finanční prostředky budou vyplaceny, anebo schválen nebude, tudíž je nutné jej ukončit, anebo změnit takovým způsobem, aby schválen být mohl. V následující části je popsáno, jak je možné získat projekty v rámci Evropské unie a jaký je celý proces, který je s projektovým řízením spojen.

### 3.2 Projektové řízení a jeho fáze

Na úvod podkapitoly se hodí následující citace: *„Je třeba si připomenout, že v oblasti projektů existují dvě velké skupiny, které se od sebe poměrně zásadně liší. První skupinou projektů jsou ty, jejichž náklady nejsou dotovány z veřejných zdrojů. Příkladem takového projektu je třeba stavba rodinného domu. Druhou skupinou projektů jsou projekty, které jsou realizovány s pomocí dotací z veřejných zdrojů. Tyto projekty mají všechny atributy nedotovaných projektů (první skupina), ale navíc jsou zatíženy činnostmi, které vyžaduje poskytovatel dotace. Je logické, že více činností přináší více problémů realizátorům, a tak se není čemu divit, když si příjemci dotací stěžují na příliš velkou složitost a příliš mnoho administrativních povinností.“<sup>21</sup>*

Projektové řízení pro získání projektů je náročné, ale je nutné si uvědomit, že je možné takovým způsobem získat finanční prostředky, které nejsou úvěrového charakteru, ale charakteru dotačního, což znamená, že osoba, která dotaci přijme, ji

---

<sup>21</sup> JAROLÍMEK, M. a POLÁŠEK, J., 2013. *Projektový management I a II*. České Budějovice: Chance in Nature – Local Action Group, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta, 2013, 116 s. ISBN 978-80-7394-407-0. S. 16.

nemusí vracet, samozřejmě za předpokladu, že jsou splněny všechny podmínky, které se k poskytnutí dotace váží. Žadatel o projekt, například tedy žadatel o vytvoření informačního centra nebo žadatel o rekonstrukci sportoviště, musí projít jednotlivými fázemi, které jsou také předem známy a předem stanoveny. Jejich struktura je ale dána logikou toho, aby bylo možné projekty efektivně vybrat, kvalitně zhodnotit a následně také upravit systém dotací, aby byl co nejeftivnější i pro následující období.

Pokud se vytvářejí projekty v rámci Evropské unie, je poměrně jasně dána struktura, kterou není možné narušit. Pokud chce žadatel realizovat úspěšný projekt, znamená to, že se musí pravidly řídit a musí podstoupit celý proces tak, jak je nastaven. Na začátku takového procesu je **programování**, které není doménou těch, kdo projekty podávají, ale jedná se o určení jednotlivých dotačních programů. Programování je fází, která je na orgánech Evropské unie a na orgánech jednotlivých zemí, které jsou součástí Evropské unie a které chtějí finanční prostředky dostávat. Při vytváření by měly být dodržovány následující zásady programování:<sup>22</sup>

- Vybírat témata, která řeší problémy, jež byly zjištěny analýzou.
- Vložit dostatečný objem finančních prostředků do programu.
- Zpracovat přesná pravidla pro zpracování a podávání projektů.
- Nastavení kontrolních mechanismů.

Po fázi programování následuje fáze **identifikace**, kdy je na jednotlivých subjektech, které chtějí žádat o podporu z projektů, aby si uvědomili, jestli mají něco konkrétního, co chtějí v regionu zlepšit, anebo na základě toho, jak jsou jednotlivé programy vypsány, navrhnou projekt, který záměrům programů odpovídá a tento projekt bude pro region prospěšný. Žadatelé o finanční podporu tak vlastně identifikují svoje záměry a určí si, který program budou chtít využít, který se ztotožňuje s jejich potřebami nebo možnostmi. Následuje příprava projektů.

**Příprava projektů** je fází hlavní, kdy zabere nejvíce času a nejvíce úsilí. *„Dochází k podrobnému rozpracování záměru do podoby, kterou vyžaduje poskytovatel, a k doplňování záměru o potřebné přílohy, které jsou poskytovatelem označeny jako*

---

<sup>22</sup> JAROLÍMEK, M. a POLÁŠEK, J., 2013. *Projektový management I a II*. České Budějovice: Chance in Nature – Local Action Group, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta, 2013, 116 s. ISBN 978-80-7394-407-0. S. 16.



*povinné, popřípadě nepovinné.*“<sup>23</sup> Specifikem projektů pro fondy soudržnosti je tedy skutečnost, že jsou sice plánovány, ale již během plánování je nutné si uvědomit, že mohou být předány pouze v jasně dané podobě a konkrétní formou. To vede k tomu, že plánování je tím zásadně ovlivněno, ale mělo by tomu tak být ve smyslu, že se zvýší pravděpodobnost toho, že projekt bude úspěšně realizován.

Plánování je v rámci přípravy nejdůležitější činností, protože projekt musí být dostatečně naplánován, aby byl smysluplný a aby měla smysl jeho realizace. Pro plánování je možné určit následující základní důvody:<sup>24</sup>

- eliminace a snížení nejistoty,
- vylepšení efektivity činností,
- lepší pochopení cílů,
- poskytnutí možnosti monitorování a kontroly práce.

Tohle jsou faktory, které jsou následně využity i pro další činnosti, které v rámci procesu projektového řízení v Evropské unii fungují. Hned následující fází je **výběr projektů**. Dochází ke schvalování toho, které projekty nakonec dostanou finanční prostředky na to, aby byly realizovány. Dostatečně naplánované a připravené projekty vedou k tomu, že je zde větší pravděpodobnost toho, že budou skutečně vybrány k realizaci. Zde je proto důležité plánovat takovým způsobem, aby nebyla narušována pravidla, která jsou metodikou Evropské unie dána. Čím více bude žadatel metodiku Evropské unie dodržovat, tím spíše zajistí, že nebudou ve výběrovém procesu následovat další problémy. Hodnotí se pak na základě předem stanovených kritérií, což je pro žadatele určitou výhodou, protože lze projekty připravit takovým způsobem, aby daným kritériím co nejvíce vyhovovaly. Výsledkem výběrového řízení je pak seznam projektů, které budou finančně podpořeny, a také projektů, které podpořeny nebudou.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> JAROLÍMEK, M. a POLÁŠEK, J., 2013. *Projektový management I a II*. České Budějovice: Chance in Nature – Local Action Group, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta, 2013, 116 s. ISBN 978-80-7394-407-0. S. 18.

<sup>24</sup> KERZNER, H., 2009. *Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling*. 10th ed. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 2009, xxiv, 1094 s. ISBN 978-0-470-27870-3. S. 414.

<sup>25</sup> JAROLÍMEK, M. a POLÁŠEK, J., 2013. *Projektový management I a II*. České Budějovice: Chance in Nature – Local Action Group, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta, 2013, 116 s. ISBN 978-80-7394-407-0. S. 18.

V té chvíli je rozhodnuto, který projekt získá finanční prostředky, ale celkový proces stále není u konce.

Následuje tedy proces **realizace**, kdy se primárně ukazuje, jestli byl projekt skutečně smysluplný. Pro Evropskou unii je důležité, zda byly finanční prostředky skutečně využity na daný projekt, ale z hlediska místa realizace je důležité, jestli s sebou nese požadované přínosy pro daný region. Pokud je například projektem vytvoření informačního centra, bude neúspěchem skutečnost, že není infocentrum navštěvováno. V takovém případě je nutné se zaměřit na to, jestli nebyly do projektu zavedeny procesy, které byly podceněny, anebo takové, které jsou pro celou realizaci negativní. Při realizaci je možné dodržovat určité zásady, které jsou v teorii popisovány. Jednou z nich je například tato: „*Byla prokázána statistická závislost příčin a důsledků, jejíž interpretace zní tak, že za 80% důsledků může 20% příčin.*“<sup>26</sup> V podstatě to znamená, že je pouze 20 % procesů, které mají dopad na 80 % výsledku, a proto je nutné mít ještě před realizací určeno, o které procesy se při realizaci může jednat, a na ně se pak zaměřit. Díky podobným pravidlům je pak možné docílit toho, že realizace proběhne lépe a efektivněji než v případě, kdy je navržen sám projekt, ale konkrétní prvky realizace a její průběh jsou podceněny.

Poslední fází celého procesu je **vyhodnocení**, které není méně důležité než ostatní fáze. „*Účelem hodnocení je systematicky a co nejobektivněji posoudit připravované, probíhající nebo ukončené projekty, programy a koncepce, zhodnotit návrhy, realizaci či výsledky projektů, programů a koncepcí; posoudit význam projektu, plnění cílů programu, efektivnost a účelnost vynakládaných prostředků, sociální a ekonomické dopady a udržitelnost projektů.*“<sup>27</sup> Na základě hodnocení je možné určit, zda jsou projekty skutečně efektivní a smysluplné pro společnost, ale zároveň se jedná o výstupy, které mohou být přínosné pro osoby, jež o projekty žádají. Z hodnocení je možné se poučit při snaze získat finanční prostředky pro podobné projekty v budoucnu.

Projektové řízení je procesem, který zabírá poměrně velký časový úsek, kdy se může protáhnout i do několika let. Záleží na tom, jak dlouho trvá příprava a také

---

<sup>26</sup> DOLEŽAL, J., MACHAL, P. a LACKO, B., 2012. *Projektový management podle IPMA. 2.* aktualizované a doplněné vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, 526 s. ISBN 978-80-247-4275-5. S. 200.

<sup>27</sup> JAROLÍMEK, M. a POLÁŠEK, J., 2013. *Projektový management I a II.* České Budějovice: Chance in Nature – Local Action Group, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta, 2013, 116 s. ISBN 978-80-7394-407-0. S. 19.

realizace, ostatní kroky v celkovém procesu jsou dány Evropskou unií a ta se stará o to, aby byly co nejdříve dovršeny. V tomto směru jsou termíny dány a nejedná se o termíny v řádu let. V případě realizace je možné, že trvá několik let, stejně jako je možné, že některé projekty se budou připravovat celé programové období a budou zaslány až například v posledním roce tohoto období.

Projekty, které jsou podporovány Evropskou unií, jsou primárně určeny k tomu, aby docházelo k rozvoji regionu, případně větších celků. Z tohoto důvodu je nutné mít na paměti, již při samotném vytváření takových projektů, jak mohou prospět regionu a jak mohou přispět k jeho růstu, především pak v oblasti ekonomické, což se následně může projevit i v oblastech dalších. S ekonomickým rozvojem je možné město rozvíjet v dalších oblastech, stejně tak ale kulturní, sociální a například sportovní oblasti mohou dopomoci k tomu, aby se rozvíjela ekonomika regionu. Díky projektům financovaným z fondů soudržnosti je možné zajistit komplexní rozvoj regionu, a to například prostřednictvím cestovního ruchu, který, jak bylo v teoretické části poznamenáno, má dopady i na další ekonomická odvětví.

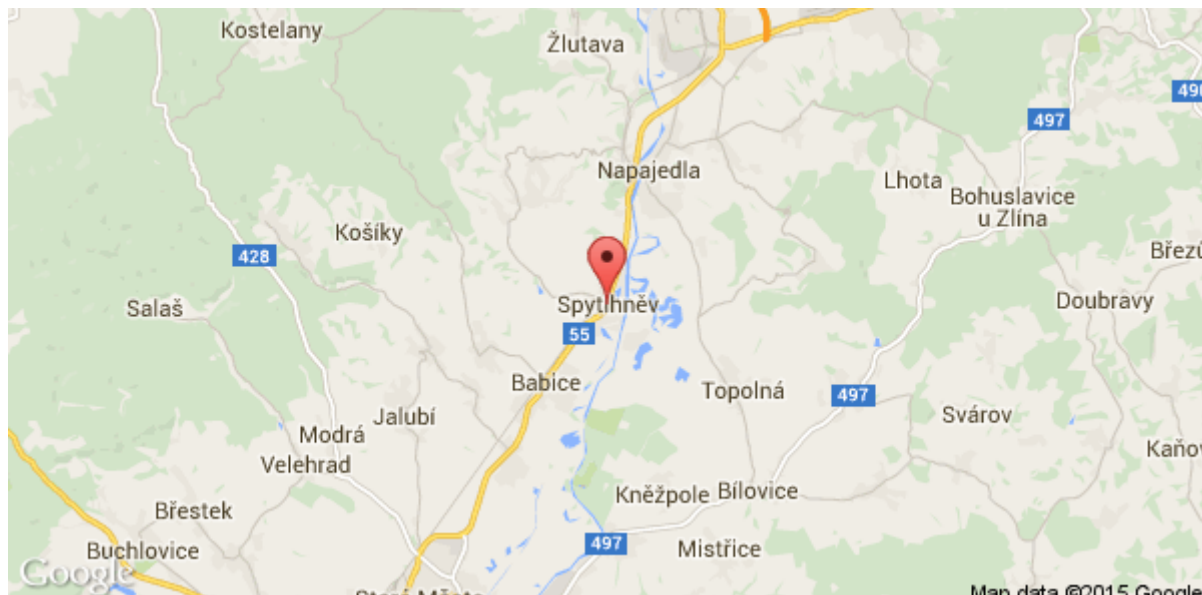
## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## PRAKTICKÁ ČÁST

Výjimečnost prostředí s přístavem a plavební komorou Bařova kanálu, jezem a vodní elektrárnou, meziválečnou architekturou hrází domků jako součástí obslužného systému plavebního kanálu Otrokovice-Rohatec, vybudovaného ve třicátých letech minulého století Zemskou vládou a firmou Bařa, vytváří neopakovatelnou atmosféru, která přitahuje návštěvníky z blízkých i vzdálenějších regionů. Tato oblast začala být ožívována v roce 1995, jednalo se zejména o vodní cestu, cyklistickou stezku a pořádání nekonformních kulturních a společenských událostí. Událostí velkého významu pro Bařův kanál představoval projekt na vybudování nového přístaviště-mola, který představoval nedílnou součást projektu turistického centra.<sup>28</sup>

Praktická část bakalářské práce je zaměřena na rozvojový projekt města Spytihněv s názvem Turistické centrum Na Rejdě Bařova kanálu, Spytihněv. Cílem projektu, který byl realizován z operačního programu ROP Střední Morava, bylo vytvoření turistického centra pro návštěvníky Bařova kanálu, využívající lodní dopravu (sportovní i výletní), cykloturistiku, bruslení a společenská setkání v oblastech kultury a sportu.

*Obrázek 1 Lokalizace obce Spytihněv*



*Zdroj: Google maps*

<sup>28</sup> Webové stránky obce Spytihněv [online]. [cit. 2015-07-20]. Dostupné z: <http://www.spytihnev.cz/>

## 4 HISTORIE A ANALÝZA OBCE A OKOLÍ

Obrázek 2 Logo a foto obce



*Zdroj: webové stránky obce Spytihněv*

Obec Spytihněv měla k 31. 12. 2013 celkem 1 719 obyvatel. Svou polohou se jedná o okrajovou obec zlínského okresu a také nejsevernější obcí Slovácka. Obyvatelé Spytihněvi dodržují folklorní zvyky a tradice, kdy každoročním vrcholem kulturního života jsou Slovácké hody konající se pravidelně druhou říjnovou nedělí.<sup>29</sup>

V obci funguje základní a mateřská škola, sbor dobrovolných hasičů, FC Slovácká Sparta, rybářský spolek, Český zahrádkářský svaz, mužský pěvecký sbor Chlapčiska a ženský pěvecký sbor Babčice. Obec dále nabízí služby obecní knihovny, pečovatelské služby, kulturní dům, školičku a virtuální univerzitu 3. věku.<sup>30</sup>

Obec Spytihněv dosahovala svého největšího postavení a významu na počátku minulého tisíciletí. Byla založena knížetem Břetislavem v letech 1028 – 1030, spolu s Opavou. Název tehdejšího města Spytihněv byl městu dán podle jména nejstaršího syna knížete Břetislava I. Spytihněva II.<sup>31</sup>

<sup>29</sup> Webové stránky obce Spytihněv [online]. [cit. 2015-07-20]. Dostupné z: <http://www.spytihnev.cz/>

<sup>30</sup> Webové stránky obce Spytihněv [online]. [cit. 2015-07-20]. Dostupné z: <http://www.spytihnev.cz/>

<sup>31</sup> CEKOTA, V. *Spytihněv – dějiny obce*. Spytihněv: Obecní úřad, 1990, 90 s.

Na levém břehu mezi meandry řeky Moravy se v minulosti rozkládalo spytihněvské hradiště, které představuje nejvýznamnější nález, kdy se dochovalo asi 160 m nížinného opevnění, vysokého asi 3 metry s patrnými stopami příkopu.

Významnou stavbou Spytihněvi byl spytihněvský kostel, jehož zbytky základů byly nalezeny při regulačních pracích ve 30. letech minulého století. Spytihněv tak byla jedním ze šesti arcijáhensství na Moravě, kdy další bylo v Olomouci, Přerově, Břeclavi, Brně a Znojmě. Významného postavení Spytihněv dosáhla v polovině 12. Století, kdy její kostel byl střediskem církevní správy a „hrad“ představoval vojenské centrum a středisko soudní a politické správy.<sup>32</sup>

#### 4.1 SWOT analýza obce Spytihněv

Tabulka 2 SWOT analýza obce Spytihněv

Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- pořádání kulturních a sportovních akcí,</li> <li>- dobré hospodaření obce,</li> <li>- důraz na kulturní tradice obce (hody, svátek Spytihněva) a sportovní vyžití,</li> <li>- investice do turistiky (Bařův kanál, cyklostezka podél Bařova kanálu),</li> <li>- pořádání koncertů, rybářských závodů, besed v knihovně, koštování vína ad.</li> <li>- důraz na rozvoj obce pro zlepšování kvality života obyvatel – např. projekty novostavby sportovní haly, komplexní revitalizace centra obce, rozvoj školního dvora, zateplení</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- poloha na břehu řeky Moravy nevýhodná z hlediska rizika záplav,</li> <li>- vysoká míra nezaměstnanosti (12,53 % v roce 2010)<sup>33</sup>,</li> <li>- málo pracovních příležitostí pro obyvatele obce</li> <li>- malá možnost urbanistického rozvoje obce</li> </ul>

<sup>32</sup> CEKOTA, V. *Spytihněv – dějiny obce*. Spytihněv: Obecní úřad, 1990, 90 s.

<sup>33</sup> Indikátory udržitelného rozvoje na místní úrovni. Indikatory.eu [online]. Dostupné z: <http://www.indikatory.eu/zlinsky/zlin/spytihnev/soc1-%E2%80%93-socialne-demograficka-struktura-v-obci-spytihnev>



hasičské zbrojnice ad., - zkušenosti s realizací projektů financovaných z fondů EU.	
<b>Příležitosti (O)</b>	<b>Hrozby (T)</b>
- financování rozvoje obce z finančních prostředků EU, - rozvoj turistiky v obci, - podpora investičních a podnikatelských příležitostí v obci, - využití turistického potenciálu polohy u břehu řeky Moravy.	- zvýšení v současné době již vysoké míry nezaměstnanosti, - stárnutí obyvatel a s tím spojená vyšší potřeba sociálních služeb, - snižování počtu žáků v základní a mateřské škole.

*Zdroj: autor*

Z provedené SWOT analýzy vyplývá, že silnými stránkami obce je zejména pořádání kulturních a sportovních akcí, dodržování tradic obce a investice do turistiky. Obec má zkušenosti s čerpáním dotací z Evropské unie, které představují příležitost pro její další rozvoj. Turistické využití Baťova kanálu představuje příležitost, která může snížit hrozby spočívající ve vysoké míře nezaměstnanosti, odlivu a stárnutí obyvatel.

## 4.2 Historie a současnost Baťova kanálu

Baťův kanál představuje přírodní a technickou památku. Název kanálu nese jméno Tomáše resp. Jana Antonína Bati, neboť myšlenka regulace řeky Moravy zaujala již velkopřumyslníka Tomáše Baťu, ale byla realizována až jeho nástupcem Janem Antonínem Baťou. Výstavba kanálu byla významná pro firmu Baťa, neboť umožnila přepravu lignitu z dolu v Ratíškovicích do továren a tepláren v Otrokovicích a došlo k vybudování melioračního systému v okolí řeky Moravy.

Stavba Baťova kanálu proběhla v letech 1934 až 1938. Celková délka plavební trasy činila 51,8 km, trasa začínala v přístavu v Otrokovicích a končila u Rohatce. Přes Baťův kanál se kromě lodí s lignitem plavila i výletní loď Mojena, která byla předchůdcem dnešního turistického využití této vodní cesty. Kanál byl poškozen během

2. světové války německými vojsky a po válce došlo ke znárodnění Baťových závodů. Pro nerentabilitu byla nákladní přeprava ukončena na počátku 60. let 20. století. První snahy o opětovné zprovoznění Baťova kanálu se objevily v polovině 90. let 20. století a v roce 1996 vznikla díky iniciativě obcí v okolí Baťova kanálu Agentura pro rozvoj turistiky na Baťově kanálu.<sup>34</sup>

### 4.3 Cestovní ruch v okolí

#### Analýza konkurence

Ve smyslu aktivit projektu Baťova kanálu lze konkurenci rozdělit do dvou skupin:

- a) blízké regiony disponující turistickou nabídkou v různých podobách,
- b) regiony s obdobnými turistickými nabídkami podobných parametrů.

Ad a) Zařízení veřejných služeb tak, jak je formulováno v projektu, nemá jako komplex v regionu konkurenci. Mezi aktivity okolních obcí a měst, které by mohly v budoucnu být konkurencí v oblasti turistiky aktivit navrhovaných v projektu, se řadí:

- město Otrokovice – disponuje sportovním veslařským oddílem, projekt turistického centra byl vedením města prozatím odložen,
- město Napajedla – připravuje občerstvení pro cyklisty ve spolupráci s podnikatelem, disponuje malým muzeem fauny a flóry řeky Moravy situované v informačním centru města,
- obec Babice – projekt zimního přístavu ve fázi přípravy,
- Huštěnovice – soukromý rybník nabízející aktivity pro sportovní rybáře,
- Staré Město – půjčovna lodí, přístavní restaurace
- město Uherské Hradiště – disponuje přístavištěm bez navazující infrastruktury,
- obec Kostelany – taktéž nabízí přístaviště bez navazující infrastruktury.

Ad b) Mezi regiony, které nabízí obdobnou turistickou nabídku, založenou na využití vodních cest, se řadí:

---

<sup>34</sup> CEKOTA, V. *Spytihněv – dějiny obce*. Spytihněv:

Obecní úřad, 1990, 90 s.

- Vodní cesty na Moravě, zejména pak menší nádrže (např. novomlýnské nádrže či řeky umožňující vodní dopravu); tyto se však vyznačují řadou omezení a nepředstavují klasické vodní cesty s dostatečnou délkou a nedisponující dostatečným kulturním potenciálem, často s sebou nesou problémy typické pro malé vodní cesty spočívající ve snížené kvalitě vody v letních měsících;
- Dunajská vodní cesta, která představuje větší vodní cestu zaměřenou zejména na nákladní dopravu s omezeným provozem individuální turistiky; za konkurenční projekty tudíž mohou být považovány projekty zaměřené na využití bočních ramen toků situované v přírodně atraktivních lokalitách, jako např. Dunajská delta vzdálená cca 1200 km či oblast Wachau vzdálená 250 km, jež je vyhlášena krajinou UNESCO; oblasti disponují podobnými propagačními prvky jako jsou kultura, příroda, voda a víno;
- Velkoměstské regiony, jako např. Bratislava, Praha, Budapešť, Vídeň ad. nabízející oblasti s intenzivní vodní turistikou; jejich návštěvní charakteristika je jiná než návštěvní charakteristika Baťova kanálu, kdy využívají turistický potenciál metropolí a nabízí spíše krátkou plavbu v turisticky nejatraktivnějším plavebním úseku či vytváří rekreační oblast pro své obyvatele;
- Vodní cesty ve venkovských oblastech Polska, které se však zatím nevyužívají pro účely intenzivnější turistiky

Ačkoliv Baťův kanál nemá v širokém okolí konkurenci, je nezbytné, aby využíval v dostatečné míře prostředky propagace a vytvářel si neustále svou klientelu, neboť pouze takto může disponovat dostatečně velkým turistickým potenciálem tohoto projektu.

Za jistou nevýhodu území, ve kterém se Baťův kanál nachází, je prostředí, které je typickým venkovským regionem bez metropole většího významu v okolí. Je proto třeba, aby region kladl důraz na svou přidanou hodnotu, kterou je nově vybudovaná trasa cyklostezky podél řeky Moravy a Baťova kanálu.

## 4.4 Porterova analýza

V rámci Porterovy analýzy je provedena analýza cestovního ruchu v okolí Baťova kanálu. Bude prognózován vývoj v oblasti cestovního ruchu v okolí Baťova kanálu na základě odhadu možného chování následujících subjektů:

- Stávajících konkurentů, kdy mezi stávající konkurenty lze zařadit buď konkurenci v podobě regionů blízkých Baťově kanálu s turistickou nabídkou v různých podobách, nebo regiony s obdobnými turistickými nabídkami jako má Baťův kanál. Bylo zjištěno, že Baťovu kanálu do jisté míry konkurují Vodní cesty na Moravě a Dunajská vodní cesta, kdy se jedná zejména o turistické využití bočních ramen Dunaje. Turistické atrakce blízké Baťově kanálu nepředstavují v současné době konkurenci, neboť žádné z nich nenabízí aktivity nabízející využití vodní cesty ani soubor turistických aktivit obdobného rozsahu jako Baťův kanál.
- Potenciálních konkurentů – hrozba nově vstupujících firem provozujících atrakce pro turisty v odvětví cestovního ruchu není příliš vysoká, neboť vybudování cyklostezky či vodní cesty představuje projekt vyžadující velmi vysoké investice. Nové služby v oblasti cestovního ruchu v blízkém okolí Baťova kanálu naopak přispějí k růstu atraktivity tohoto turistického komplexu.
- Dodavatelů – turistický komplex Baťova kanálu nepociťuje v oblasti dodavatelů nadprůměrné vyjednávací síly či vlivy, firmy podnikající v komplexu mají s dodavateli vytvořeny převážně dobré a dlouhodobé vztahy poskytující oboustranné výhody oběma smluvním stranám. Určité riziko představuje provozovatel půjčovny lodí, kdy v případě, že by neinvestoval do obnovy lodí či zvýšil ceny tak, že by byly pro turisty neatraktivní, mohlo by dojít k odlivu turistů vodních sportů.
- Kupujících – zákazníci nedisponují velkou vyjednávací silou; cílem je vytvořit natolik atraktivní nabídku, aby ani silní zákazníci nebyli schopni tuto nabídku odmítnout.
- Substitutů – substituty komplexu Baťova kanálu do jisté míry existují, ale Baťově kanálu vzdálené - jedná se např. o využití bočních ramen Dunaje či vodní cesty ve venkovských oblastech Polska; žádný z výše uvedených

substitutů však neposkytuje turistům tak komplexní turistickou nabídku jako Bařův kanál.

Z Porterovy analýzy vyplývá, že Bařův kanál představuje zcela jedinečný projekt, který nemá ve svém rozsahu a komplexnosti v širokém okolí konkurenci. Taktéž vliv dodavatelů ani kupujících nelze považovat za významný, což představuje pozitivní skutečnost. Potenciální konkurence ve smyslu vzniku nových turistických komplexů vč. vodní cesty či cyklostezky by vyžadovala investice velkého rozsahu, proto ani v budoucnu není atraktivita Bařova kanálu ohrožena.

#### **4.5 Přínos pro obec**

Realizace projektu výstavby turistického centra Na Rejdě Bařova kanálu s sebou přinesla pro obec větší množství přínosů. Přínosy lze rozdělit do několika oblastí:

- a) sportovní plavba,
- b) pobytová plavba,
- c) pravidelná plavba,
- d) školní výlety,
- e) bruslaři,
- f) cyklisté,
- g) rybáři,
- h) amfiteátr,
- i) návštěvníci muzea.

Díky realizaci projektu a vybudování nového turistického centra došlo k navýšení počtu turistů a sportovců ve všech výše uvedených oblastech, tj. od sportovní plavby, přes cyklisty až po návštěvníky amfiteátru a muzea.

Ad a) Došlo k navýšení počtu turistů v oblasti sportovní plavby, kdy podle statistických údajů provozovatele půjčovny lodí na přístavišti u Rejdy Spytihněv navštívilo před realizací projektu (v roce 2009) areál Rejdy 4 900 osob.

Ad b) V oblasti pobytové plavby dosahoval počet návštěvníků podle statistických údajů před realizací projektu (v roce 2009) celkem 1 200 osob, které prokazatelně navštívily areál Rejdy ve Spytihněvi. Realizací projektu bylo očekáváno, že počet návštěvníků

pobytové platby vzroste na plánovanou hodnotu 2 000 osob, kdy bylo vycházeno z neustále vzestupné tendence této cílové skupiny od roku 1996.<sup>35</sup>

Ad c) Pravidelné plavby se před realizací projektu (v roce 2009) účastnilo celkem 6.500 osob. Podkladem je množství prodaných palubních lístků a soukromých pronájmů plavidla. Hodnota byla zaevidována provozovatelem půjčovny lodí na přístavišti u Rejdy Spytihněv; jedná se o osoby, které prokazatelně navštívily areál Rejdy ve Spytihněvi. Díky realizaci projektu byl očekáván nárůst účastníků pravidelné plavby na 6800 osob, kdy bylo vycházeno z praktických zkušeností provozovatele lodě Morava od roku 2008, kdy každým rokem dochází k pravidelnému nárůstu počtu účastníků plavby o 100 osob.

Ad d) Před realizací projektu (v roce 2009) se školních výletů, které začínaly a končily na Rejdě ve Spytihněvi, účastnilo 600 osob (údaj vychází ze statistik provozovatele půjčovny lodí na přístavišti u Rejdy Spytihněv). Účastníky výletů byli školáci blízkých základních a mateřských škol. Realizací projektu bylo plánováno, že počet účastníků školních výletů vzroste na 900 osob, kdy bylo vycházeno ze záměru rozšiřovat nabídku školních výletů základním a mateřským školám v širší spádové oblasti. S rostoucím počtem účastníků školních výletů souvisí vybudování parkoviště, sociálního zázemí a stavebních úprav.

Ad e) Před realizací projektu (v roce 2009) využívalo turistického areálu Rejdy ve Spytihněvi celkem 2 200 bruslařů. Údaj vychází z monitorování počtu bruslařů před realizací projektu, které bylo provedeno během tří náhodně zvolených dnů (dvou víkendových a jeden běžný pracovní den), kdy získané hodnoty byly vynásobeny počtem sezónních dnů.

Ad f) Před realizací projektu (v roce 2009) využívalo turistického areálu Rejdy ve Spytihněvi celkem 13 500 cyklistů. Údaj vychází z monitorování počtu cyklistů, které bylo provedeno během tří náhodně zvolených dnů (dvou víkendových a jeden běžný pracovní den), kdy získané hodnoty byly vynásobeny počtem sezónních dnů. Realizací projektu bylo očekáváno, že dojde k nárůstu počtu cyklistů na 15 580 osob, kdy se očekávalo, že strmý nárůst podpoří dokončení cyklostezky na podzim roku 2009. Údaj

---

<sup>35</sup> Aktuální a očekávané stavy před zahájením realizace projektu. Projektová dokumentace projektu CZ.1.12/3.2.00/17.00931.

byl konfrontován s měřením, které probíhalo na úseku Napajedla. V roce 2014 se cyklostezka (dále jen CS) Bařův kanál stala nejnavštěvovanější v České republice, kdy CS Bařův kanál (Huštěnovská komora) využilo 276 848 cyklistů a CS Bařův kanál (Napajedla) pak 233 499 cyklistů.<sup>36</sup>

Ad g) Před realizací projektu (v roce 2009) využívalo turistického areálu Rejdy ve Spytihněvi celkem 100 rybářů. Po realizaci projektu se díky nově vybudovanému parkovišti a sociálnímu zázemí očekával růst počtu rybářů na 120 osob.

Ad h) Před realizací projektu se koncertů a divadel účastnilo minimálně 300 osob, kdy bylo vytvořeno pouze provizorní posezení pomocí přivezených laviček. Jednalo se o tradiční společenské akce, jako Divadlo na řece, Koncert na řece, Otvírání a zavírání sezóny na Bařově kanále – těchto událostí se účastnilo 1 100 osob. Realizací projektu bylo očekáváno, že dojde k udržení stávajících tradic a navíc k nim přibudou další, a to: Letní kina, Folklorní festival, pravidelné koncerty a vystoupení v letní sezóně. Projektová kapacita amfiteátru je 300 osob. Po realizaci projektu je tudíž očekávána návštěvnost ve výši 1 900 osob.<sup>37</sup>

Ad i) Vzhledem ke skutečnosti, že muzeum vzniklo jako výstup realizace projektu, byl před realizací projektu počet návštěvníků muzea rovný nule. Realizací projektu bylo plánováno, že muzeum navštíví celkem 2 000 osob za rok. Lze očekávat zvýšený zájem z řad místních obyvatel i obyvatel přilehlých obcí. Při odhadu počtu návštěvníků muzea bylo vycházeno ze skutečnosti, že při pravidelných galeriích a výstavách, které se týkají historie obce je účast obyvatel obce Spytihněv ve výši cca 700 osob. Zbylých 1 300 obyvatel bylo vypočteno jako hrubý odhad cca 1/8 obyvatel přilehlých obcí a měst a dále pak návštěvníků a turistů Bařova kanálu.<sup>38</sup>

Zdrojem informací, které měly přispět k vyčíslení přínosů pro obec bylo: vlastní šetření zpracovatele projektu CZ.1.12/3.2.00/17.00931, statistika dobrovolného

---

<sup>36</sup> *Monitoring návštěvnosti Cyklostezky Bařův kanál. Zpráva za období 1.1. – 31. 12. 2014.* Nadace partnerství lidé a příroda. Dostupné z: <http://www.partnerstvi-ops.cz>

<sup>37</sup> Aktuální a očekávané stavy před zahájením realizace projektu. Projektová dokumentace projektu CZ.1.12/3.2.00/17.00931.

<sup>38</sup> Aktuální a očekávané stavy před zahájením realizace projektu. Projektová dokumentace projektu CZ.1.12/3.2.00/17.00931.

vstupného, monitoring na cyklostezce a statistika OPS Baťova kanálu, SOM pro rozvoj Baťova kanálu.

Došlo k vytvoření zázemí pro odpočinek, zábavu, sport a kulturu a s tím souvisejícímu růstu návštěvnosti počtu turistů, cyklistů, bruslařů ad. Přínosy pro obec jsou velice významné, neboť díky růstu počtu turistů vznikají nové pracovní příležitosti pro obyvatele obce.



## 5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ, ROZHOVOR

Dotazníkové šetření se řadí mezi metodu kvantitativního výzkumu. Představuje jednu z nejčastějších metod sběru dat. Jeho výhodou je nízká časová a finanční náročnost; mezi další výhody se řadí skutečnost, že zajišťuje jistou míru anonymity, opakované použití dotazníků v případě potřeby.<sup>39</sup>

### 5.1. Dotazníkové šetření

Prvním krokem bylo stanovení cíle dotazníkového šetření. Byla vytvořena hypotéza, která byla dotazníkovým šetřením ověřena. Pro dotazníkové šetření byly stanoveny následující hypotézy:

Hypotéza č. 1: **„Nejčastějším důvodem návštěvy areálu Na rejdě Baťova kanálu byla návštěva cílené akce (koncert, divadlo)“**

Hypotéza č. 2: **„Respondenti se o areálu Na rejdě Baťova kanálu nejčastěji dozvěděli od známých“**

Dotazníkové šetření probíhalo formou jak tištěných, tak on-line dotazníků. Tištěné dotazníky byly umístěny v muzeu a v půjčovně lodí v areálu Na rejdě Baťova kanálu, neboť tato místa byla vyhodnocena jako nejvhodnější z důvodu velké koncentrace návštěvníků areálu. Dále byla vytvořena online verze, která byla prostřednictvím webové stránky [www.survio.com](http://www.survio.com) distribuována respondentům. Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 117 respondentů.

#### **Poznámky k metodice konstrukce dotazníkového výzkumu:**

V dotazníku bylo celkem 7 otázek, z toho 6 otázek otevřených a 1 otázka uzavřená.

V otázce č. 2, zaměřené na zjištění častosti návštěvy areálu neměli respondenti možnost vybrat si jinou odpověď, než jaká jim byla nabízena. Tvůrce dotazníků předpokládal, že si respondent vybere odpověď, která bude nejbližší skutečnosti. Cílem zvolení omezeného počtu odpovědí bylo snazší vyhodnocení odpovědí.

---

<sup>39</sup> HAVLÍČKOVÁ, D. Metodika – Kompetence, Kvalita, Kvalifikace, (sebe)Koncepce pro neformální vzdělávání. MŠMT.

Taktéž otázka č. 5, zaměřená na způsob, jakým se respondenti dozvěděli o areálu, neumožňovala respondentům odpovědět jinak, než vybrat z nabízených odpovědí, přičemž výčet nebyl úplný. Toto vyplývá ze skutečnosti, že primárním cílem této otázky bylo zjistit, zda se respondenti o areálu dozvěděli z propagačních materiálů či webových stránek, nebo jiným způsobem.

### Znění otázek dotazníkového šetření

- 1) Jaký je důvod vaší návštěvy?
- 2) Jak často toto místo navštěvujete?
- 3) Spokojenost se službami – prosím ohodnoťte na stupnici 1-5
- 4) Jakou novou službu/y nebo program byste zde uvítali do budoucna, co vám zde chybí?
- 5) Jak jste se dozvěděli o turistickém informačním centru, muzeu a půjčovně lodí ve Spytihněvi?
- 6) Máte v plánu místo znovu navštívit?
- 7) Ve kterém z krajů máte trvalé bydliště?

### Výsledky dotazníkového šetření:

#### Ad 1) Důvod návštěvy areálu Na Rejdě, Spytihněv.

*Graf 1 Důvod návštěvy areálu Na rejdě Bařova kanálu, Spytihněv*

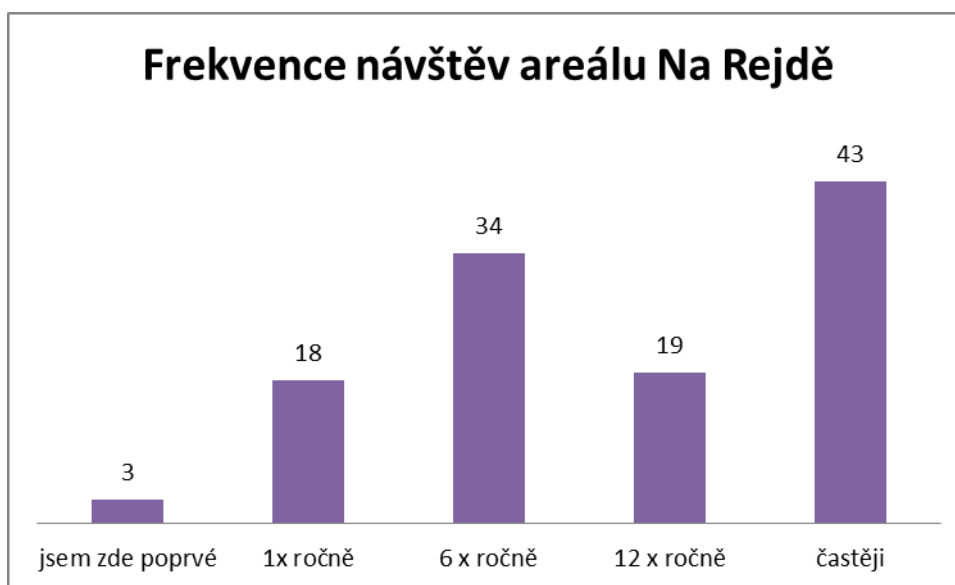


*Zdroj: dotazníkové šetření*

Cílem otázky č. 1 bylo zjistit, jaký byl důvod návštěvy areálu Na Rejdě Bařova kanálu. Dotazníkovým šetřením bylo zjištěno, že pro dvě třetiny respondentů (66 %) bylo důvodem návštěvy návštěva známých a posezení s přáteli, pro téměř 40 % respondentů pak návštěva areálu Na Rejdě představovala cílenou akci spočívající v účasti na koncertu, divadelním představení apod.

## Ad 2) Frekvence navštěvování areálu Na Rejdě.

Graf 2 Frekvence návštěv areálu Na Rejdě

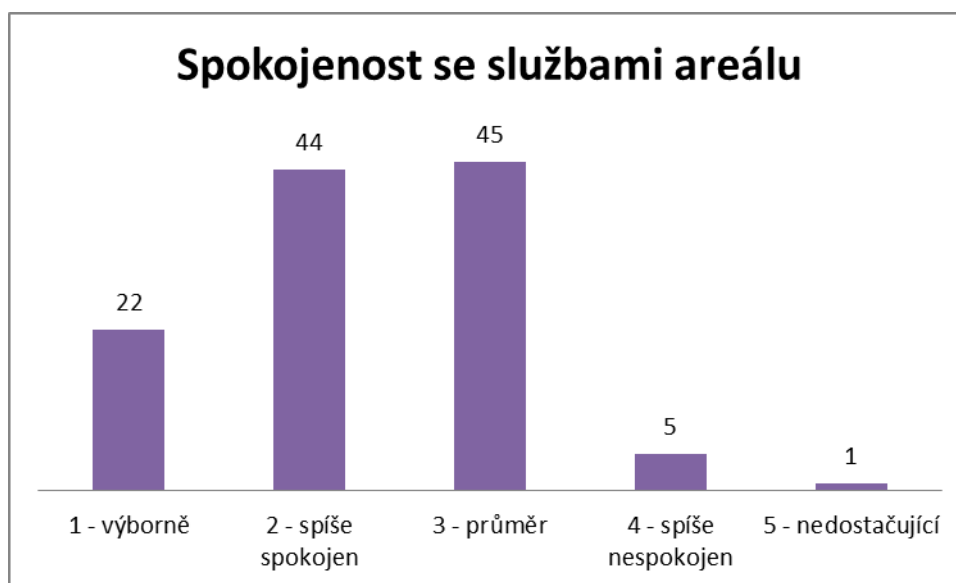


Zdroj: dotazníkové šetření

Nejvíce respondentů (37 %) odpovědělo, že areál navštěvují častěji než 12krát ročně, druhá největší skupina respondentů areál navštěvuje 6krát ročně a přibližně 16 % respondentů navštěvuje areál 12krát ročně. Poprvé areál navštívilo 3 % respondentů.

### Ad 3) Spokojenost se službami areálu Na Rejdě.

Graf 3 Spokojenost se službami areálu



Zdroj: dotazníkové šetření

Nejvíce respondentů (38 %) ohodnotilo služby areálu jako průměr (známka 3) a spíše spokojen (známka 2). Téměř pětina respondentů (19 %) ohodnotila služby areálu na výbornou (známka 1). Nespokojeni či spíše nespokojeno bylo se službami areálu celkem 5 % respondentů. Důvod menší spokojenosti či co respondentův v areálu schází, zjišťovala otázka číslo 4.

### Ad 4) Jakou novou službu nebo program by uvítali návštěvníci do budoucna

Na tuto otázku odpovídali respondenti velice rozdílně. Na otázku neodpověděl každý z respondentů a také se stávalo, že jeden respondent vyjmenoval více věcí, které by v areálu uvítal do budoucna.

Např. jeden z respondentů odpověděl, že mu schází zábava pro dospělé. Například venkovní kuželky. Respondent dále postrádá kulturní akce, které by více lákaly lidi z okolí. Líbí se mu naopak plavby po Moravě s ochutnávkou vína; chybí mu zábava pro děti.

## Shrnutí:

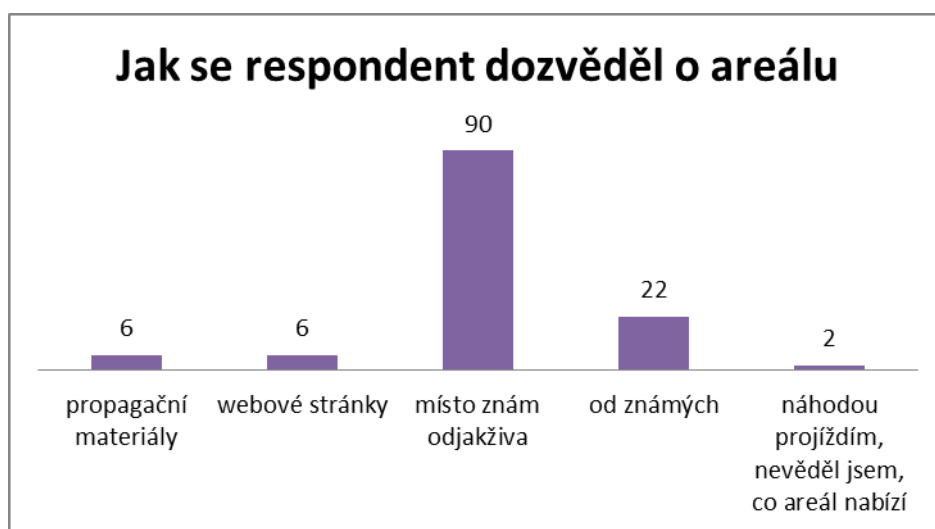
Respondenti by uvítali:

- více „domácí atmosféry“,
- kulturní akce
- zábava pro děti
- lepší zázemí při nepřízní počasí
- větší výstavka o historii kanálu a sofistikovaného průvodce,
- lepší vybavení turistického centra
- krytá kvalitnější restaurace
- možnost dobít telefon či navigaci pro cykloturisty,
- možnost zapůjčení náradí na základní opravu kola,
- lepší expozice v muzeu vč. historie obce, kroje,
- lepší propagace akcí a areálu (např. přímý odkaz na areál ze stránek obce).

Ve velké většině případů se odpovědi respondentů neopakovaly, kromě jedné odpovědi, a to požadavku na lepší expozici v muzeu včetně dobře vyškoleného průvodce.

**Ad 5) Jak se respondenti dozvěděli o turistickém informačním centru, muzeu a půjčovně lodí ve Sptyhněvi.**

*Graf 4 Jak se respondenti dozvěděli o areálu:*



*Zdroj: dotazníkové šetření*

Největší skupina respondentů – více než 3/4 (77 %) zná místo odjakživa, téměř pětina respondentů (19 %) se o areálu dozvěděla od známých, 5 % respondentů se o areálu dozvědělo díky propagačním materiálům či webovým stránkám a 2 % respondentů areál navštívili náhodně, neboť náhodou projížděli kolem.

#### **Ad 6) Má respondent v plánu místo znovu navštívit**

*Graf 5 Mají respondenti v plánu areál znovu navštívit*



*Zdroj: dotazníkové šetření*

Záporně se nevyjádřil žádný z respondentů. Téměř všichni respondenti (91 %) odpověděli, že mají v plánu areál znovu navštívit, pouze 9 % respondentů odpovědělo, že neví. Z vysoké míry kladných odpovědí lze jednoduše vyvodit vysokou míru spokojenosti s areálem, jednak také skutečnost vyplývající ze složení respondentů, kdy se z velké části jednalo o místní obyvatele, kteří mají v úmyslu areál navštěvovat z důvodu jeho blízkosti i v budoucnu.

## Ad 7) Kraj, ve kterém má respondent trvalé bydliště

Tabulka 3 Kraj, ve kterém má respondent trvalé bydliště

<i>Kraj, ve kterém má respondent trvalé bydliště</i>	<i>Počet osob</i>	<i>% vyjádření</i>
Zlínský kraj	96	82,05%
Karlovarský kraj	0	0,00%
Středočeský kraj	0	0,00%
Hlavní město Praha	0	0,00%
Plzeňský kraj	1	0,85%
Jihočeský kraj	2	1,71%
zahraniční návštěvník	3	2,56%
Jihomoravský kraj	6	5,13%
Moravskoslezský kraj	3	2,56%
Olomoucký kraj	1	0,85%
Kraj Vysočina	4	3,42%
Královehradecký kraj	1	0,85%
Pardubický kraj	0	0,00%
Liberecký kraj	0	0,00%
Ústecký kraj	0	0,00%

*Zdroj: dotazníkové šetření*

### **Shrnutí**

Z dotazníkového šetření, kterého se zúčastnilo 117 respondentů, vyplynuly následující závěry. Nejčastějšími návštěvníky areálu Na rejdě Bařova kanálu byli obyvatelé Zlínského kraje, kteří tvořili více než 80 % návštěvníků, přibližně 5 % respondentů tvořili obyvatelé Jihomoravského kraje a 3,4 % návštěvníků pak obyvatelé kraje Vysočina; mezi respondenty byli tři zahraniční návštěvníci, a to obyvatelé Slovenska a Rakouska.

Důvodem návštěvy téměř dvou třetin respondentů je návštěva známých a posezení s přáteli, pro téměř 40 % respondentů je to pak cílená akce, jako je koncert nebo divadlo, třetí největší skupina návštěvníků (15,4 %) pouze projíždí (např. na cyklostezce); dalšími důvody návštěvy areálu je cykloturistika a návštěva památek v okolí (13,7 % respondentů), využití služeb půjčovny lodí (pro 12,8 % respondentů) či dovolená (11,1 % respondentů). Z výše uvedeného vyplývá, že podíl návštěvníků, kteří areál navštívili cíleně – s cílem dovolené, návštěvy cílené akce je nižší než důvod návštěvy známých či posezení s přáteli. Lze z toho usuzovat na nízkou míru propagace areálu.

Co se týče frekvence návštěv, nejvíce respondentů (cca 37 %) navštěvuje areál častěji než 12krát ročně, 29 % respondentů pak 6krát ročně a 16 % respondentů 12krát ročně. Nejvíce respondentů je tudíž tvořeno místními obyvateli, kteří areál navštěvují s cílem posezení se známými a přáteli, a to více než 12krát ročně.

V oblasti spokojenosti se službami areálu vyjádřilo průměrnou spokojenost 39 % respondentů, spíše spokojeno bylo 38 % respondentů a areál jako výborný označilo 19 % respondentů. Převážná většina respondentů je tedy se službami areálu spokojená, existují ale oblasti, ve kterých by se dal areál více vylepšit.

S cílem zjistit, co by respondenti v areálu uvítali do budoucna resp., co jim chybí, bylo zjištěno, že respondentům zejména chybí lepší expozice v muzeu, sofistikovaný průvodce, atrakce pro děti ad.

Co se týče způsobu, jakým se respondenti o areálu dozvěděli, převážná více než 3/4 respondentů (77 %) zná toto místo odjakživa, neboť se jedná o obyvatele obce, jejího blízkého okolí či rodáka. 19 % respondentů se o areálu dozvědělo od známých. Pouze okolo 5 % respondentů se o areálu dozvědělo prostřednictvím propagačních materiálů či webových stránek. Z výše uvedeného vyplývá, že publicita areálu je stále nízká a převážnou většinu návštěvníků tvoří obyvatelé obce, jejího blízkého okolí či rodáci.



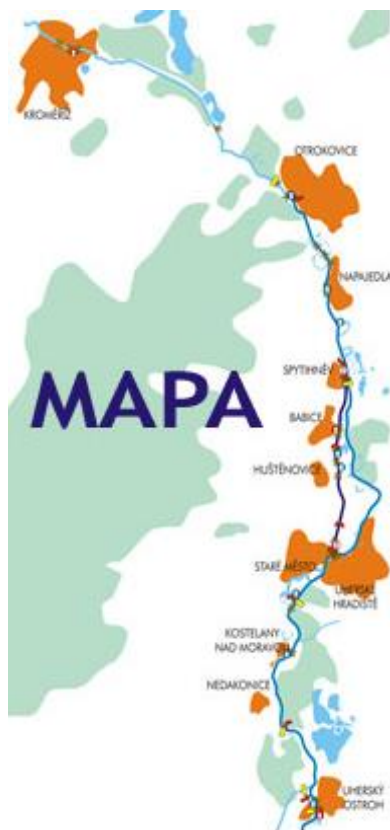
## 5.2 Rozhovor s provozovatelem půjčovny lodí na Baťově kanálu - se Stanislavem Hampalou

Kromě dotazníkového šetření byl pro sběr informací realizován rozhovor s provozovatelem půjčovny lodí na Baťově kanálu – se Stanislavem Hampalou, který půjčovnu lodí ve Spytihněvi založil v roce 1997 a v témže roce zde otevřel výčep pro turisty.

Stanislav Hampala začínal se dvěma laminátovými pramicemi. V současné době půjčovna disponuje čtyřmi pramicemi a třemi kánoemi, dále dvěma malými plavidly s vlastním strojním pohonem pro 12 osob a osmi obytnými loděmi pro využití v půjčovně.

Za největší zlomy považuje rok 2008, kdy byla na řeku Morava spuštěna výletní loď Morava.

Obrázek 3 Mapa zobrazující trasu Baťova kanálu



Financování a realizace byly zajištěny Sdružením obcí pro rozvoj turistiky na Baťově kanále Zlínského kraje.

Dalším zlomovým bodem bylo otevření cyklostezky, kdy návštěvnost vzrostla o 200 procent.

Taktéž skupinové zájezdy lodí ze Spytihněvi do Napajedla (na zámek Napajedla, Hřebčín) využívají školy, kdy se velmi osvědčila inzerce např. v Učitelských listech.

Stanislav Hampala věří, že přínosem pro rozvoj vodní turistiky na Baťově kanálu by bylo:

- zlepšení infrastruktury přístaviště tak, aby umožňovala trvalé kotvení,
- servisní hala pro lodě,

- čerpací stanice pohonných hmot,
- dále všeobecně pro využití střediska by bylo vhodné zvýšení propagace, zlepšení expozice v muzeu.

Za plusy považuje originalitu regionu Slovácko a možnost spojení areálu se jménem Baťa.

Jako zajímavost uvádí stavbu a zprovoznění lodě se specifickým využitím tzv. divadelní lodě „Pierot“, kterou pan Hampala sám postavil v rámci přeshraniční spolupráce s euroregionem Bílé – Biele Karpaty.<sup>40</sup> Tato loď se využívá jak pro divadlo, tak pro koncerty.

---

<sup>40</sup> Webové stránky Euroregionu Bílé – Biele Karpaty [online]. Dostupné z: <http://www.regionbilekarpaty.cz/wp/o-nas/>

## 6 POPIS PROJEKTU

Obrázek 4 Podrobné informace o projektu

<b>Oficiální název projektu</b>	<b>Turistické centrum Na Rejdě Bařova kanálu, Spytihněv</b>
<b>Číslo projektu</b>	CZ.1.12/3.2.00/17.00931
<b>Programové období</b>	Strukturální 2007-2013
<b>Prioritní osa</b>	3 Cestovní ruch
<b>Oblast podpory</b>	3.2 Veřejná infrastruktura a služby
<b>Příjemce</b>	Obec Spytihněv
<b>Adresa</b>	Spytihněv 329, 763 64 Spytihněv
<b>Výdaje projektu celkem</b>	10 116 400 Kč
<b>Dotace ROP Střední Morava</b>	8 093 120 Kč
<b>Doba realizace projektu</b>	1. 6. 2011 – 31. 7. 2012
<b>Kontakt</b>	<a href="http://www.batacanal.cz">www.batacanal.cz</a> ; <a href="http://www.spytihnev.cz">www.spytihnev.cz</a>

*Zdroj: MACHOVSKÝ, J.: Turistické centrum Na Rejdě Bařova kanálu, Spytihněv.*

*Mujprojekt.eu [online]. Dostupné z: <http://www.mujprojekt.eu/dr-cs/637-turisticke-centrum-na-rejde-batova-kanalu-spytihnev.html>*

Cílem projektu bylo vytvoření turistického centra pro lodní dopravu (výletní i sportovní), cykloturistiku a společenská setkání kulturního a sportovního charakteru. Turistický areál by měl po dobudování tvořit zázemí pro odpočinek, zábavu, sport a kulturu návštěvníkům, jejichž cílem je samotný areál Na rejdě, volná sportovní plavba po Bařově kanále a řece Moravě, výletní plavba na lodi Morava pro 50 - 60 cestujících,

cykloturistům projíždějícím po cyklostezkách v okolí řeky Moravy a Bařova kanálu, vybudované v délce cca 60 km.<sup>41</sup>

Díky realizaci projektu došlo k vytvoření nového turistického areálu, který poskytuje zázemí pro zábavu, sport, kulturu ale i odpočinek návštěvníkům areálu Na Rejdě ale i účastníkům sportovní plavby po Bařově kanále a řece Moravě, výletních plaveb a cykloturistům, jeř projíždějí po cyklostezkách po okolí Bařova kanálu či řeky Moravy. Díky realizaci projektu došlo k vytvoření dvou nových expozic, 3 410 m<sup>2</sup> venkovní nové či zrekonstruované plochy a 279,37 m<sup>2</sup> vnitřní nové či zrekonstruované plochy.<sup>42</sup>

Přístaviště v obci Spytihněv na Bařově kanálu doplnilo síť dalších dvanácti přístavišť. Od ostatních se však odlišuje tím, že je současně také i kulturní bodem, neboť disponuje amfiteátreem s možností pojmout až 300 diváků. Délka přístaviště je 70 metrů, z toho 45 metrů slouží pro stání plavidel a 25 metrů jako čekací stání pro plavební komoru. Turistické centrum je vytvořeno v původních hrázních domcích v bařovském stylu z konce 30. let 20. století. Cílem expozice je ukázat historii obce Spytihněv a Bařova kanálu.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> MACHOVSKÝ, J.: *Turistické centrum Na Rejdě Bařova kanálu, Spytihněv*. Mujprojekt.eu [online]. Dostupné z: <http://www.mujprojekt.eu/dr-cs/637-turisticke-centrum-na-rejde-batova-kanalu-spytihnev.html>

<sup>42</sup> MACHOVSKÝ, J.: *Turistické centrum Na Rejdě Bařova kanálu, Spytihněv*. Mujprojekt.eu [online]. Dostupné z: <http://www.mujprojekt.eu/dr-cs/637-turisticke-centrum-na-rejde-batova-kanalu-spytihnev.html>

<sup>43</sup> Spytihněv otevřela nové přístaviště na Bařově kanálu. Ceskatelevize.cz [online]. 16. 6. 2012 [2015-07-21]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/zpravodajstvi-brno/zpravy/182192-spytihnev-otevrela-nove-pristaviste-na-batove-kanalu/>

## 6.1 Projektová žádost

Žadatel o dotace z Operačního programu ROP Střední Morava je povinen odevzdat projektovou žádost vč. povinných příloh. Projektová žádost je zpracovávána v aplikaci Benefit, kdy má stanovenou strukturu oddílů a pro každý oddíl stanoven maximální počet znaků. Aplikace Benefit je dostupná z webových stránek <https://www.eu-zadost.cz/uvod.aspx>

Graf 6 Informační systém Benefit 7 pro tvorbu projektových žádostí



Zdroj: webové stránky informačního systému Benefit 7. Dostupné z: <https://www.eu-zadost.cz/uvod.aspx>

Žadatel si v Benefitu zřídí svůj účet, následně zvolí, do jakého programu bude podávat projektovou žádost. Součástí projektové žádosti jsou povinné přílohy.

Následně, je-li projektová žádost v 1. kole schválena, je žadatel vyzván v určité lhůtě k dopracování projektové žádosti.

Dopracování je požadováno v následujících kritériích:

1. Hodnocení žadatele
  - Ekonomika žadatele
  - Partnerství

- Personální a organizační zajištění projektu
2. Hodnocení kvality a proveditelnosti projektu
- Harmonogram projektu
  - Posouzení ekonomické a finanční analýzy projektu
  - Popis technického a technologického řešení
  - Rozpočet projektu
  - Majetkové vztahy
  - Udržitelnost projektu
  - Neexistence zásadních změn v projektu
3. Hodnocení horizontálních témat
- Udržitelný rozvoj
  - Rovné příležitosti

Projektová žádost žadatele a následně také příjemce dotace – obce Spytihněv byla vybrána k financování. Smlouva s poskytovatelem dotace – Regionální radou regionu soudržnosti Střední Morava byla podepsána dne 12. 9.2011.

Celkové náklady projektu byly vyčísleny na 10 119 400 Kč. Poskytovatel se zavázal příjemci poskytnout, při splnění všech podmínek stanovených ve Smlouvě dotaci ve výši maximálně 80 % z celkových způsobilých výdajů projektu, maximálně však částku 8 095 520,00 Kč. Příjemce byl povinen zajistit úhradu zbývajících částí způsobilých a všech nezpůsobilých výdajů.

Příjemce se ve Smlouvě zavázal, že budou naplněny indikátory z projektové žádosti o dotaci. Konkrétně bude naplněn indikátor s názvem „Zvýšení atraktivity podpořených měst a obcí“ z původní hodnoty 30 % na cílovou hodnotu 90 %. Indikátor bude závazně splněn k 11. 11. 2012.

Příjemce v průběhu realizace projektu odevzdával poskytovateli monitorovací zprávy, ve kterých ho informoval o průběhu realizace projektu a o plnění monitorovacích indikátorů.

## Harmonogram realizace projektu

V projektové žádosti a ve Smlouvě o poskytnutí dotace byl stanoven následující harmonogram realizace projektu:

Datum zahájení projektu	29. 10. 2010
Datum zahájení fyzické realizace	01. 06. 2011
Datum ukončení fyzické realizace projektu	14. 11. 2011
Datum ukončení projektu	14. 11. 2011

Pro realizaci projektu byly stanoveny následující klíčové aktivity:

- Zpracování žádosti včetně všech povinných příloh (od 01. 12. 2009 do 21. 01. 2010),
- Zpracování projektové dokumentace (od 02. 11. 2009 do 07. 09. 2010),
- Výběrová řízení na projekční činnosti, zhotovitele stavby a technický dozor (od 26. 02. 2010 do 15. 05. 2011),
- Realizace stavby (od 01. 06. 2011 do 14. 11. 2011),
- Zpracování dokumentace skutečného provedení stavby (od 01. 11. 2011 do 14. 11. 2011),
- Kolaudační rozhodnutí a zahájení provozu (od 01. 11. 2011 do 14. 11. 2011),
- Závěrečné vyhodnocení projektu (od 10. 11. 2011 do 14. 11. 2011).

## **6.2 Studie proveditelnosti**

Projekt je zaměřen na vodní turisty, cyklisty, bruslaře, milovníky kultury a přírody a spočívá v kulturním, společenském, odpočinkovém a hygienickém zařízení, které je doplněno stanovišti pro lodě, automobily, kola a sportovní potřeby. Projekt reaguje bezprostředně na poptávku po kvalitním turistickém zázemí, spočívající ve velmi oblíbených cyklotrasách a ve vodních cestách. Důvodem realizace projektu je pro turisty nevyhovující a neúplný stávající stav této turistické oblasti. Z tohoto důvodu je tržní pozice projektu v rámci teritoria i regionu jistá.

### **6.2.1 Vymezení konkurence aktivitám projektu**

#### **Analýza poptávky z pohledu nabídek konkurenčních regionů**

Za konkurenční regiony lze považovat jednak významná turistická centra disponující vodními cestami v ČR, tak také v Německu či zejména v Rakousku.

Region Střední Moravy představuje pro Rakousko, jako významné turistické destinaci západní Evropy konkurenční oblast, přičemž lze sledovat tendence Rakouska spíše k izolování.

Region Střední Moravy je svou základní charakteristikou, spočívající ve folklóru a vínu, velmi podobný jiným regionům ve východní Evropě vč. Rakouska. Disponuje turistickou pověstí zejména v rámci České republiky jako celku.

### **6.2.2 Rozbor stavu a předpokládaného stavu**

Projekt komplexu turistického centra byl rozdělen do pěti stavebních objektů:

- rekonstrukce a dostavba hrázních domků,
- amfiteátr pro koncerty a divadelní představení,
- komunikační napojení areálu a parkoviště,
- domovní kanalizace a čistírna odpadních vod,



- tepelné čerpadlo.

Oba objekty hrázních domků představují doklad originální baťovské architektury. Cílem bylo zbavit je všech dodatečných prvků a dostaveb a vrátit je zpět do původní architektonické podoby. V prvním hrázním domku byla zřízena expozice o historii Baťova kanálu, malé vodní elektrárny a historii obce, která se řadí mezi nejstarší ve Zlínském kraji. Expozice byla doplněna o místnost pro průvodce (informátora) s možností prezentace digitálních programů ve vztahu k expozici. V druhém hrázním domku byly vytvořeny plochy pro úschovu sportovních potřeb (cyklistických kol, lodních motorů apod.), v druhém nadzemním podlaží byla vybudována odpočívárna určená zejména pro individuální vodní turisty. Projektem byl dále vybudován krček spojující oba hrázní domky, jež turistům a návštěvníkům areálu nabízí sanitární zařízení v členění: ženy, muži, bezbariérové WC a sprcha. Vzniklo tak **turistické informační centrum**, které je umístěno v rámci muzea. Zaměstnává jednoho zaměstnance; poskytuje poradenské služby, nabízí možnost využití PC s internetem pro turisty, mapy ad.<sup>44</sup>

Výčet rozsahu prací zahrnoval: odstranění přístavků a demontáž stanové střechy na hrázním domku 2 a zateplení plochých střech, odstranění omítek a renovaci původního režného zdiva, drobné dispoziční úpravy, výměnu výplní okenních a dveřních otvorů, repasi a doplnění podlah, nové elektroinstalace a rozvody topení, realizaci expozici Baťova kanálu, historie obce, návrh a realizaci vnitřního i vnějšího informačního systému, vybavení místnosti informátora digitálním prezentačním zařízením.<sup>45</sup>

Vybudování amfiteátru představovala druhou klíčovou stavbu po rekonstrukci hrázních domků. Cílem vybudování amfiteátru bylo zvýšení komfortu diváků koncertů a vážné hudby a divadelních představení na vodě horní rejdy plavebního kanálu. Stavba spočívala ve čtyřech betonových stupních pro sedící diváky, byly vytvořeny tři křídla hlediště, mezi kterými bylo vybudováno schodiště, jehož účelem je současně přístup k přístavišti. Kapacita hlediště je 300 sedících diváků. Variantně je možné výhledově uvažovat se zřízením nadzemní tribuny jako pokračováním tribuny na terénu, která by

---

<sup>44</sup> BERGMANN, I. *Zastavovací a objemová studie*. Obec Spytihněv.

<sup>45</sup> BERGMANN, I. *Zastavovací a objemová studie*. Obec Spytihněv.

kapacitu diváků zdvojnásobila na 400 míst. Dále je možno doplnit betonové stupně komfortnějšími sedačkami. Základní řešení spočívalo v betonové konstrukci kotvené do zemního tělesa hráze. Nadstavba nadzemní konstrukce z ocele a dřeva.<sup>46</sup>

V rámci projektu došlo taktéž ke komunikačnímu napojení areálu a parkoviště, kdy plocha parkoviště byla zvýšena dosypáním na úroveň hráze, část dosypu byla opatřena opěrnou stěnou, byl realizován sjezd na stávající komunikaci a byla vytvořena zpevněná plocha parkoviště pro 23 osobních vozů a 2 autobusy, byly vybudovány chodníky a zpevněné plochy pro pěší provoz s umístěním stojanů pro kola a uložišť sportovních lodí.

Projekt dále vyřešil problém neexistence kanalizace ve stávajícím areálu a poměrně značnou vzdálenost od zastavěného území. Byly navrženy 2 varianty odkanalizování: První varianta řešila napojení objektů výtlakem splaškové kanalizace čerpací stanice s napojením do stávající šachty severně od areálu ve vzdálenosti cca 360 metrů, dešťová voda je vyústěna přes odlučovač ropných látek z parkoviště do plavební komory. Druhá varianta navrhovala čistírnu odpadních vod s jednotným vyústěným objektem (včetně dešťové kanalizace) také do vodoteče. Vodovodní přípojka byla v obou variantách řešena stejně, a to napojením na stávající vodovodní řad novou přípojkou.<sup>47</sup>

V neposlední řadě bylo v I. etapě projektu vyřešen systém vytápění objektů, kdy bylo nutno skloubit koexistenci technických děl na řece s přírodním rázem krajiny. Vytápění reagovalo na skutečnost, že objekty musí být v zimním období temperovány, aby neztrácely užitnou hodnotu a bylo možno prodloužit návštěvnickou sezónu. Studie uvažovala o kombinaci solárních panelů instalovaných na ploché střeše hrázního domku a tepelného čerpadla, pravděpodobně na bázi voda-voda. Předpokládaný rozsah technického vybavení zahrnoval: vrty, instalaci tepelného čerpadla, osazení solárních panelů, instalaci topných těles.<sup>48</sup>

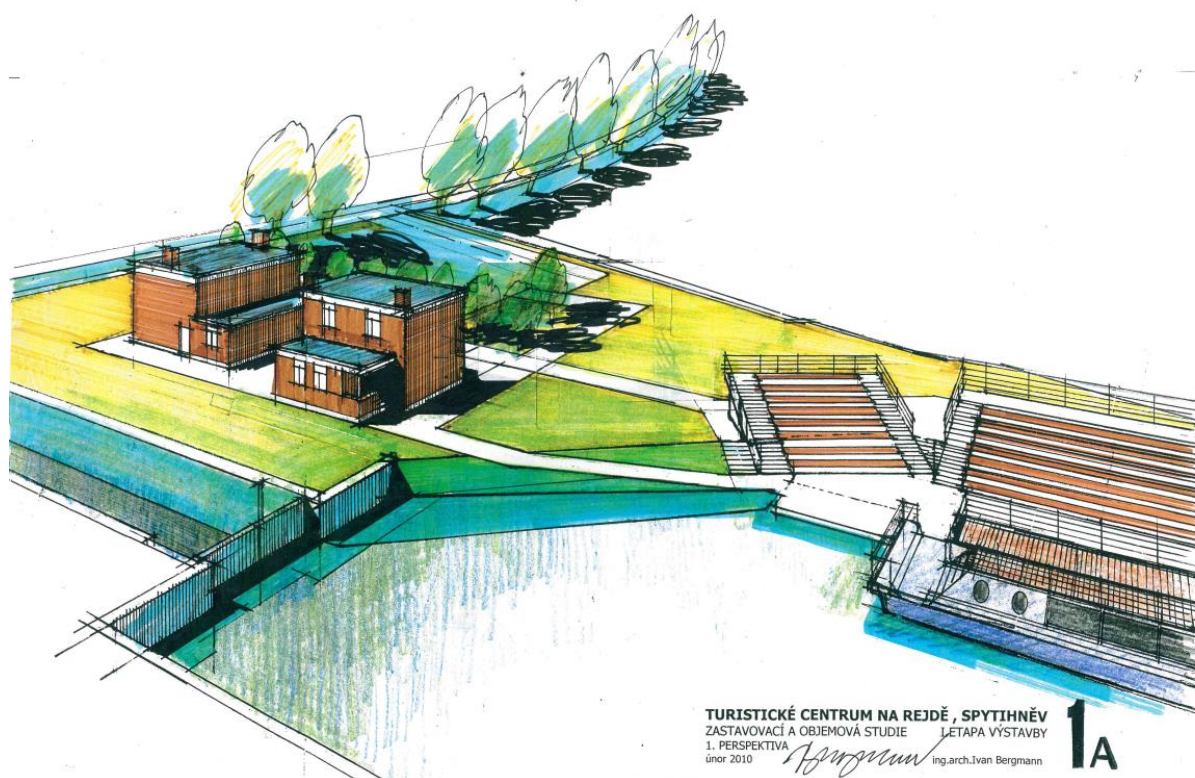
---

<sup>46</sup> BERGMANN, I. *Zastavovací a objemová studie*. Obec Spytihněv.

<sup>47</sup> BERGMANN, I. *Zastavovací a objemová studie*. Obec Spytihněv.

<sup>48</sup> BERGMANN, I. *Zastavovací a objemová studie*. Obec Spytihněv.

Obrázek 5 Turistické centrum Na Rejdě, Spytihněv - I. etapa



*Zdroj: Bergmann, Ivan, ing. arch.*

### **6.3 Realizace projektu – výběr nejvýhodnější nabídky pro stavební práce v areálu Na rejdě Bat'ova kanálu**

Zadání zakázky bylo z rozhodnutí zadavatele provedeno v souladu s § 21 a § 27 zákona č. 137/2006 Sb. o veřejných zakázkách ve znění platných právních předpisů otevřeným zadávacím řízením.

Oprávněnou osobu jednat jménem zadavatele byl Mgr. Vít Tomašík, starosta obce.

Do výběrového řízení podaly nabídky 4 společnosti:<sup>49</sup>

*Tabulka 4 Společnosti, jež podaly nabídky do výběrového řízení*

<b>Číslo nabídky</b>	<b>Obchodní firma/název/jméno, příjmení dodavatele</b>	<b>IC dodavatele</b>	<b>Datum podání nabídky</b>	<b>Čas podání nabídky</b>
1	HOCHTIEF CZ a.s., Plzeňská 16/3217, Praha 5	46678468	9. 5. 2011	8: 04
2	TUFÍR, spol. s r.o., Na Drahách 881, 686 04 Kunovice	26263718	9. 5. 2011	8:06
3	BERGER BOHEMIA a.s., Klatovská 410, 320 64 Plzeň	45357269	9. 5. 2011	8:17
4	PaPP, spol. s r.o., Za Tratí 1154, 686 01 Uherské hradiště	00207608	9. 5. 2011	8:45

*Zdroj: Zpráva o posouzení a hodnocení nabídek*

Ze zadávacího řízení byla hodnotící komisí vyřazena nabídka společnosti TUFÍR, spol. s r.o., Na Drahách 881, 686 04 Kunovice, IČ 26263718. Důvodem byla skutečnost, že tato nabídka nesplnila podmínky § 53 odst. (1), neboť neobsahovala prohlášení dle písm. a) a b). Komise rozhodla jednomyslně o vyřazení nabídky ze zadávacího řízení.

Do hodnocení nabídek tedy postoupily tři společnosti: HOCHTIEF CZ, a.s., BERGER BOHEMIA a.s. a PaPP, spol. s r.o. Základním hodnotícím kritériem pro zadání veřejné zakázky byla nejnižší nabídková cena za zhotovení stavby, která je předmětem veřejné zakázky. Komise seřadila nabídky podle výše nabídkových cen.

<sup>49</sup> Zpráva o posouzení a hodnocení nabídek.

Tabulka 5 Výsledek hodnocení - pořadí nabídek

Číslo nabídky	Obchodní firma/název/jméno, příjmení dodavatele	IC dodavatele	Cena vč. DPH
1	BERGER BOHEMIA a.s., Klatovská 410, 320 64 Plzeň	45357269	8 153 102,66
2	PaPP, spol. s r.o., Za Tratí 1154, 686 01 Uherské hradiště	00207608	9 147 492,00
3	HOCHTIEF CZ a.s., Plzeňská 16/3217, Praha 5	46678468	10 198 563,34

Zdroj: Zpráva o posouzení a hodnocení nabídek

V průběhu jednání komise nedošlo k žádným nesrovnalostem nebo k protichůdným názorům či postojům při posouzení a hodnocení nabídek.

Zpráva o posouzení a hodnocení nabídek byla předána zadavateli dne 9. 5. 2011

#### 6.4 II. etapa výstavby - možnosti dalšího rozvoje areálu

V rámci dalšího rozvoje areálu je plánováno vyřešit nedostačující kapacitu parkoviště, která se projevuje zejména v rámci jednorázových kulturních a společenských akcí, která je v současné době řešena provizorně. Pro zvětšení parkoviště je nezbytné jednat s vlastníky sousedních soukromých parcel o možnosti jejich využití pro zvětšení parkovací kapacity areálu.

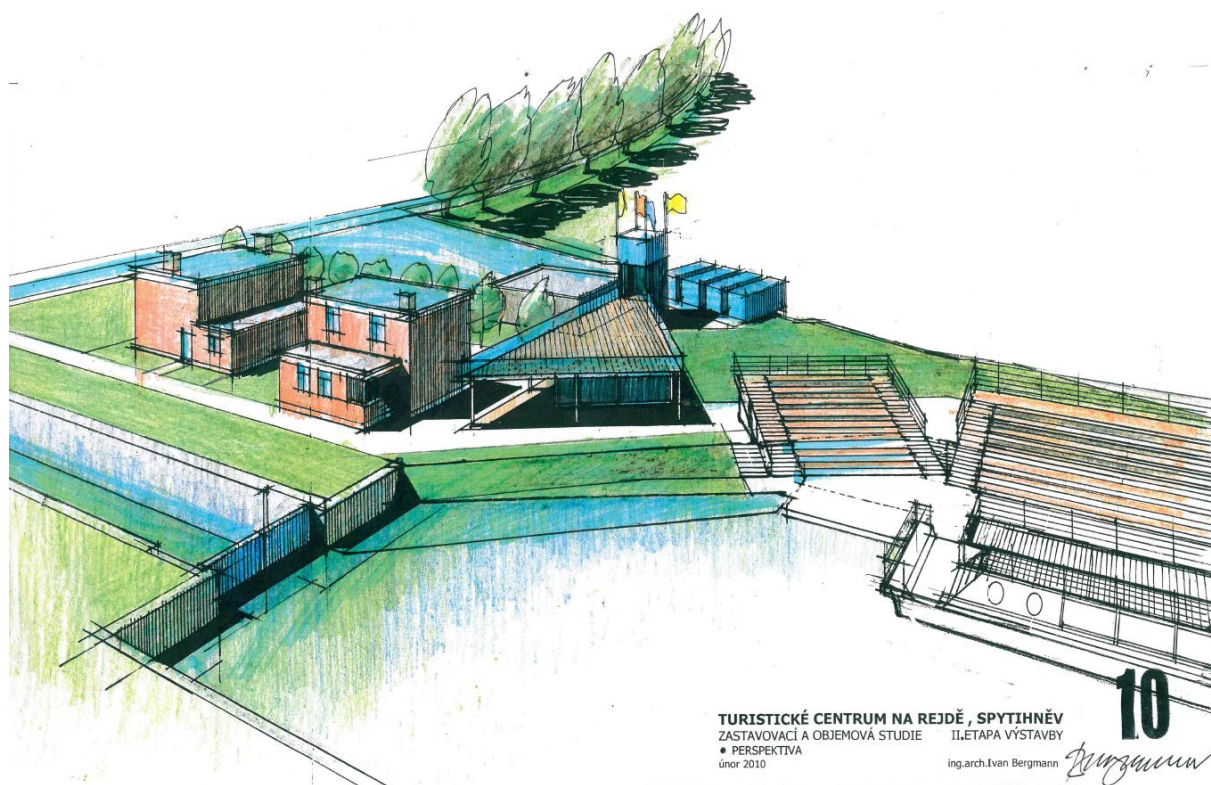
Taktéž stávající řešení občerstvení není dostačující. Aby se areál stal opravdovým turistickým magnetem, je nezbytné zajistit komerční služby, proto je výhledově počítáno s objektem letní sezonní restaurace a prostory pro provozování a servisu lodní dopravy. Objekt zahradní restaurace s terasou má mít sezónní charakter gastronomického zařízení (bufet s rychlým občerstvením, teplé a studené nápoje, jednorázové dovozy a výdeje jídel cateringového typu). Zázemí a příslušenství personálu má být situováno v přízemním objektu, návštěvníci budou využívat sanitární

zařízení vybudované v rámci druhé etapy. Schodišťová věž na terasu je koncipována jako výškový bod areálu s vlajkovými stožáry.<sup>50</sup>

Kancelář rejdaře, sklad lodních motorů, dílna a další potřebné prostory včetně sanitárního vybavení pro jednorázové akce v amfiteátru budou situovány ve čtyřech námořních kontejnerech, které budou vybaveny potřebným zařízením. Počet kontejnerů může být variabilní dle rozsahu poskytovaných služeb. Použití námořních kontejnerů se jeví jako výhodné z hlediska variability a ceny, jejich vzhled dává místu specifickou atmosféru, evokující říční plavbu.<sup>51</sup>

Projektovou dokumentaci s názvem Turistické centrum Na rejdě Bařova kanálu zpracoval Ing. arch. Ivan Bergmann, Ing. Pavel Srba č. autorizace u ČKAIT 1301566. Rozhodnutí o umístění stavby „turistické centrum Na rejdě Bařova kanálu“ vydal dne 3. 6. 2011 Městský úřad Napajedla, odbor stavební úřad, č. j. SÚ/11/16415-10K.

*Obrázek 6 Turistické centrum Na Rejdě, Spytihněv, II. etapa*



<sup>50</sup> BERGMANN, I. *Zastavovací a objemová studie*. Obec Spytihněv..

<sup>51</sup> BERGMANN, I. *Zastavovací a objemová studie*. Obec Spytihněv..

## 7 ANALÝZA DAT Z CYKLOSTEZKY JAKO UKAZATELE CESTOVNÍHO RUCHU

Předmětem monitoringu byla cyklostezka v délce více než 80 km, která lemuje Baťův kanál a na kterou navazují stezky a trasy okolí, včetně Moravských vinařských stezek. Cyklostezka je vhodná jak pro dálkové cyklisty, tak pro in-line bruslaře či pro tělesně postižené, neboť křížení všech silnic a železničních tratí je řešeno mimoúrovňově.

Pro analýzu dat byly využity automatické sčítače Eco-counter a vyhodnocení dat. Níže uvedená analýza dat zahrnuje výsledky za období od 1. 1. do 31. 12. 2014. Návštěvnost byla monitorována ve dvou lokalitách, a to v lokalitě Huštěnovské komory a Napajedel. Byl sledován pohyb cyklistů, pěších a in-line bruslařů s cílem dlouhodobého sledování počtu toku uživatelů v jednotlivých lokalitách v čase. V obou dvou místech měření byl asfaltový povrch, šířka průchodu byla 3 metry, rozlišení typů uživatelů bylo prováděno kalibračním sčítáním s rozlišením směru pohybu (IN/OUT).<sup>52</sup>

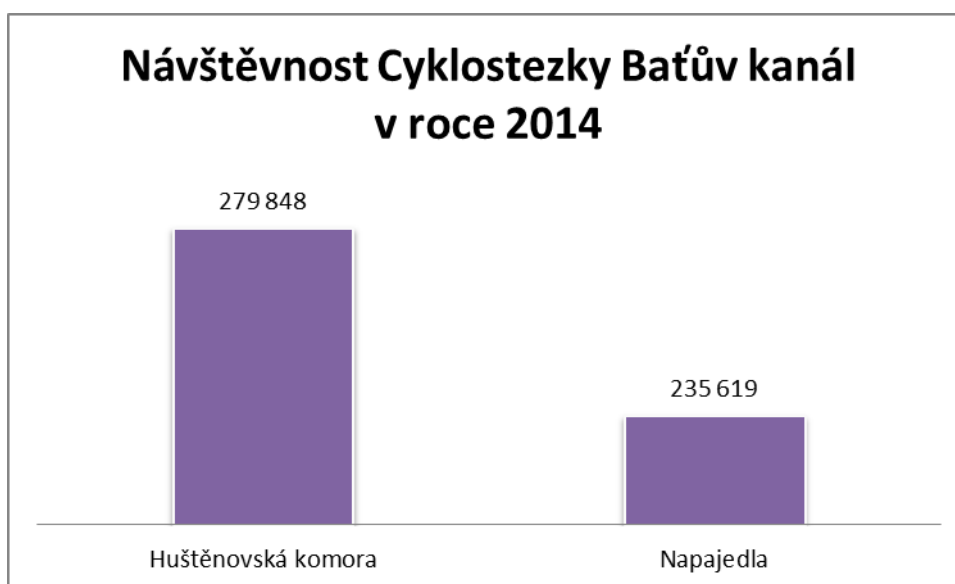
Sběr dat probíhal prostřednictvím pyroelektrických senzorů, které se využívají pro monitoring pěších a indukčních smyček instalovaných pod povrch komunikace v případě cyklistů a automobilů. Záznam dat probíhal v hodinových intervalech, a to 24 hodin denně, nepřetržitě, po celý rok. Pro ošetření širokých cest, kde nebylo možné dosáhnout zúžení a zachytit tak přesný počet průchozích (neboť mohou být zaznamenány dvě osoby jdoucí vedle sebe jako jedna) byl využit tzv. přepočítací poměr reálného počtu turistů a záznamů automatického sčítače, který byl nastaven empirickým šetřením. Poměr dosahuje obvyklých hodnot 1,0 až 1,5. Kalibračními koeficienty byly vynásobeny hodinové záznamy z jednotlivých lokalit a pro vyhodnocení jednotlivých lokalit byla využita již kalibrovaná data.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> *Monitoring návštěvnosti Cyklostezky Baťův kanál*. Zpráva za období 1. 1. – 31. 12. 2014. Dostupné z: <http://www.partnerstvi-ops.cz>.

<sup>53</sup> *Monitoring návštěvnosti Cyklostezky Baťův kanál*. Zpráva za období 1. 1. – 31. 12. 2014. Dostupné z: <http://www.partnerstvi-ops.cz>.

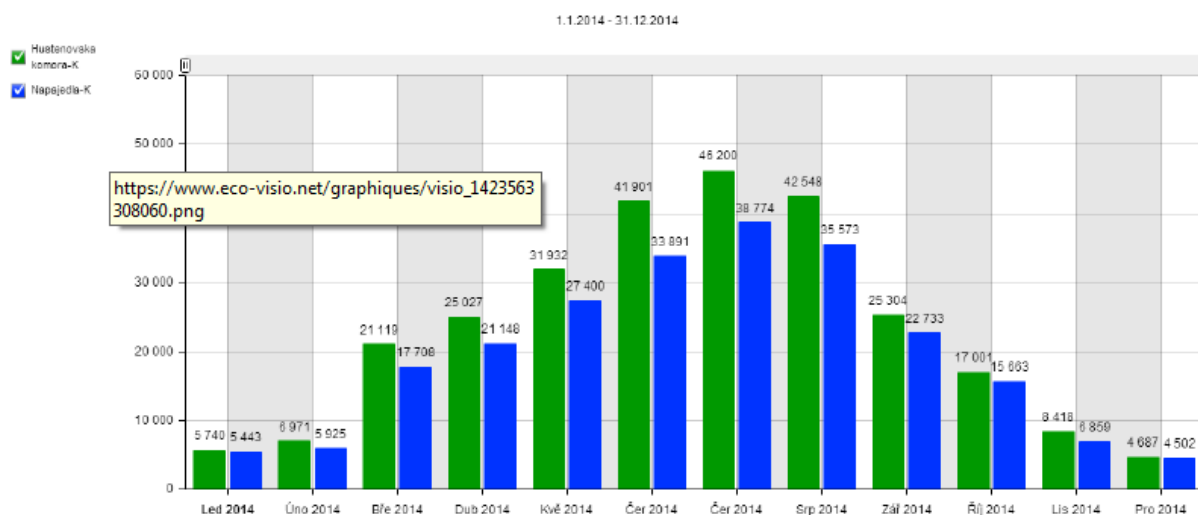
Tabulka 2 Návštěvnost Cyklostezky Bařův kanál v roce 2014



Zdroj: Monitoring návřtěvnosti Cyklostezky Bařův kanál

Roční návřtěvnost lokality Huřtenovská komora činila po přepočtení kalibračním koeficientem 279 848 osob, lokality Napajedla pak 235 619 osob. Návřtěvnost lokality Napajedla je tedy o cca 15 % nižřší než lokality Huřtenovská komora.

Tabulka 7 Návřtěvnost lokalit Cyklostezky Bařův kanál v průběhu roku 2014



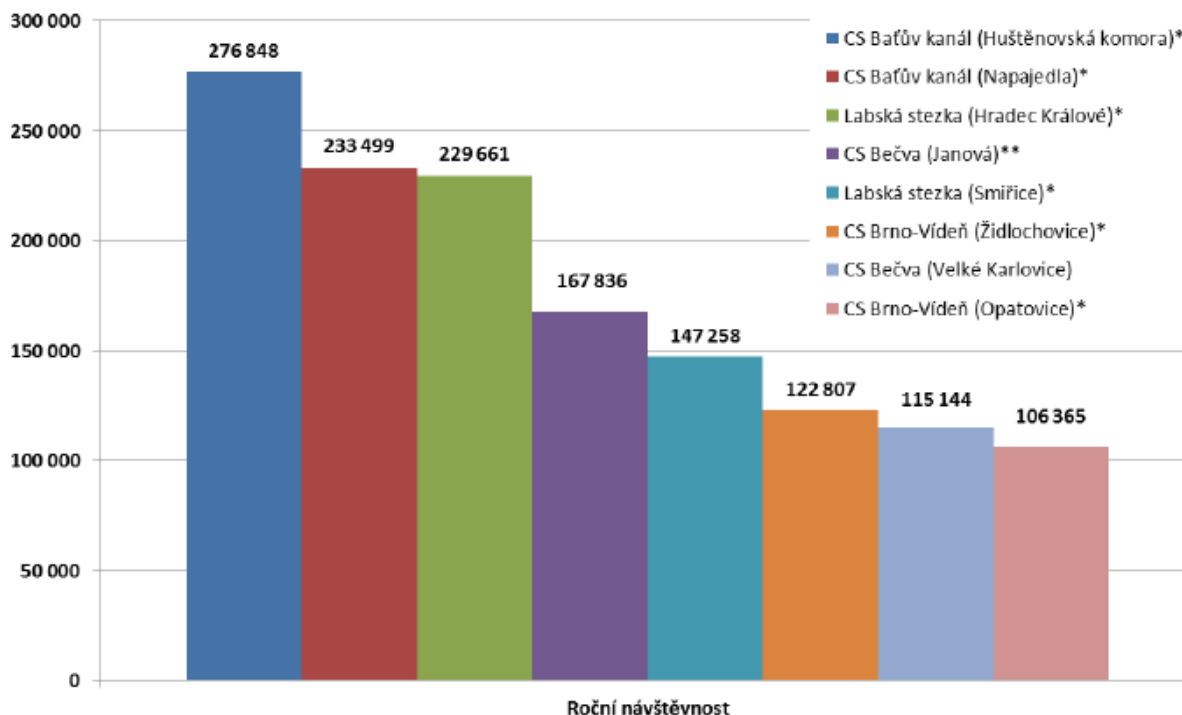
Zdroj: Monitoring návřtěvnosti Cyklostezky Bařův kanál



Z výše uvedeného grafu je patrné, že největší počet uživatelů cyklostezky byl v období letních prázdnin, kdy návštěvnost obou měřených míst činila přibližně 1/3 roční návštěvnosti. Dalšími měsíci, ve kterých byl zaznamenán výrazný nárůst byly měsíce březen a červen.

### Srovnání návštěvnosti Cyklostezky<sup>54</sup> Bařův kanál s návštěvností vybraných dálkových tras v ČR v období roku 2014

Tabulka 8 Návštěvnost Cyklostezky Bařův kanál a vybraných vodních cest v ČR v roce 2014



Zdroj: Monitoring návštěvnosti Cyklostezky Bařův kanál

Z výše uvedeného grafu je patrné, že v roce 2014 Cyklostezka Bařův kanál (resp. Huřtěnovská komora) dosáhl nejvyšší návštěvnosti, a to 276 848 osob, na druhém místě se umístila Cyklostezka Bařův kanál (Napajedla) a na třetím místě Labská stezka (Hradec Králové) s 229 661 návštěvníky. S výrazným rozestupem je následovaly CS Bečva se 167 836 návštěvníky, Labská stezka (Smiřice) se 147 258 návštěvníky, CS Brno-Vídeň (Židlochovice), CS Bečva (Velké Karlovice) a CS Brno-Vídeň (Opatovice).

<sup>54</sup> Zkratka „CS“

## SHRNUTÍ

Areál Na rejdě Bařova kanálu v obci Spytihněv představuje osobitou turistickou atrakci, která se díky dotacím z fondů Evropské unie stala turisticky atraktivnějším místem pro trávení volného času ať již sportovními nebo kulturními aktivitami. Došlo k rekonstrukci a dostavbě hrázních domků, které nyní slouží jako informační centrum a expozice historických souvislostí Bařova kanálu, ke komunikačnímu napojení areálu a parkoviště, vznikl amfiteátr pro koncerty a divadelní představení a byla vybudována domovní kanalizace a čistírna odpadních vod a bylo zajištěno vytápění objektů tepelným čerpadlem. Byla realizována I. etapa projektu.

Jednalo se o velmi významný projekt, který obnovil historický význam Bařova kanálu a zatraktivnil klíčovou turistickou atrakci regionu, která nutně vyžadovala investice do obnovy a rekonstrukce. Tímto došlo k socioekonomickému rozvoji kraje a posílení infrastruktury cestovního ruchu v okolí Bařova kanálu. Přístaviště v obci Spytihněv je jedinečné v tom, že na rozdíl od ostatních přístavišť na trase Bařova kanálu představuje současně díky amfiteátru také významný kulturní bod.

Díky projektu s názvem Turistické centrum Na rejdě Bařova kanálu došlo prokazatelně ke zvýšení návštěvnosti všemi skupinami turistů navštěvujících areál. Podle Monitoringu návštěvnosti Cyklostezky Bařův kanál bylo zjištěno, že CS Bařův kanál se ve srovnání s ostatními cyklostezkami v České republice stala nejnavštěvovanější. Taktéž došlo k navýšení počtu turistů využívajících vodní cesty i turistů navštěvujících areál pro kulturu či návštěvu muzea.

V rámci bakalářské práce bylo realizováno dotazníkové šetření, jehož cílem bylo ověřit hypotézy stanovené v úvodu. Hypotéza č. 1: „Nejčastějším důvodem návštěvy areálu Na rejdě Bařova kanálu byla návštěva cílené akce (koncert, divadlo)“ nebyla ověřena, neboť bylo zjištěno (otázka č. 1), že nejčastějším důvodem návštěvy areálu byla návštěv známých či posezení s přáteli. Hypotéza č. 2: „Respondenti se o areálu Na rejdě Bařova kanálu nejčastěji dozvěděli od známých“ byla potvrzena, neboť ačkoliv nejčastější odpovědí bylo, že respondent zná místo odjakživa (místní obyvatel), v oblasti způsobu, jak se o areálu respondent dozvěděl, zvítězila s 19 % hlasy odpověď „od známých“.

Z výsledků provedeného výzkumu vyplývá, že informovanost veřejnosti o existenci areálu a nabídce služeb není dostatečná. Nejčastějšími návštěvníky areálu totiž byly osoby, které bydlí v blízkosti Bařova kanálu. Důvodem nízké informovanosti je dle mého názoru nízká míra propagace turistického centra Bařova kanálu. Z tohoto důvodu navrhuji následující opatření: využívání reklam na pořádané akce v širším spektru komunikačních prostředků, včetně sociálních sítí a facebooku, které představují dle mého názoru nedoceněný propagační prostředek; informování o pořádaných akcích s větším časovým předstihem; tvorbu nových webových stránek pouze pro areál Na rejdě Bařova kanálu (tyto stránky by měly být propojeny s webovými stránkami obce Spytihněv a s webovými stránkami Bařova kanálu, o.p.s.).

Co se týče zjišťování spokojenosti s vybavením areálu Na rejdě Bařova kanálu, navrhuji v další etapě zakomponovat více vybavení pro aktivity dětí (např. hřiště), servis a půjčovnu kol, možnost bezplatného dobíjení elektroniky a lepší restauraci.

Areál Na rejdě Bařova kanálu představuje v současné době turistické centrum, které nabízí široké možnosti využití ve výjimečném prostředí s přístavem a plavební komorou Bařova kanálu, navíc s nádechem meziválečné architektury, s jezem a vodní elektrárnou.

Obec Spytihněv si je však vědoma, že areál by pro plné zatraktivnění a modernizaci potřeboval další investice. Vznikla tak II. etapa projektu, která zahrnuje novou restauraci; tato etapa je zatím ve fázi přípravy, kdy obec Spytihněv čeká příležitost získat finanční prostředky pro tento účel, kdy nejpravděpodobnějším zdrojem těchto prostředků budou opět dotace z fondů Evropské unie.

Bakalářskou prací byla dále zjištěna nedostatečná propagace areálu a byly navrženy kroky k jejímu zlepšení. Propagace by neměla být podceňovanou aktivitou a provozovatelé služeb v areálu, vedení Obce i Bařova kanálu, o.p.s. by měli vynaložit personální i finanční zdroje na zlepšení propagace. Umožní totiž i s málem dobře namířených finančních prostředků prudké zvýšení povědomí o existenci areálu Na rejdě Bařova kanálu a specifických atrakcích, které nabízí.

## ZÁVĚR

Dotace z fondů Evropské unie, zejména pak dotace z regionálních operačních programů, přispívají velkou měrou k rozvoji regionů, a to zejména regionů venkovských a regionů s nízkou mírou zaměstnanosti. Velký přínos mají dotace pro rekonstrukci a výstavbu silnic, v oblasti cestovního ruchu či pro projekty naplňující integrované plány rozvoje měst.

Obec Spytihněv realizovala více než deset projektů zaměřených na rozvoj infrastruktury města, které byly spolufinancovány z fondů EU. Vzhledem k významu rozvojových projektů pro obec jsem se zaměřila na rozvojový projekt s názvem Turistické centrum Na rejdě Bařova kanálu. Realizace projektu umožnila obci vytvořit areál, který turistům nabízí rekreační výletní i sportovní lodní dopravu, cykloturistiku, bruslení a možnost účastnit se četných kulturních a společenských akcí.

Projektu Turistické centrum Na rejdě Bařova kanálu byla věnována praktická část bakalářské práce, kde byl analyzován projekt jako celek, jeho cíl, harmonogram, projektové aktivity, přínos pro obec a region, byl proveden rozhovor s provozovatelem půjčovny lodí a dotazníkové šetření mezi návštěvníky Bařova kanálu. Získané informace byly analyzovány a byly z nich vyvozeny závěry. Došlo taktéž k ověření hypotéz stanovených v úvodu práce.

Provedenou analýzou bylo zjištěno, že realizace projektu přispěla k nárůstu počtu turistů využívajících tento areál, k nárůstu frekvence návštěv jak místních obyvatel, tak turistů.

Obec Spytihněv klade vysoký důraz na dodržování kulturních tradic a na pořádání kulturních a sportovních akcí, si je vědoma významu Bařova kanálu pro svůj rozvoj. Z tohoto důvodu provádí veškeré kroky k tomu, aby byl areál Na Rejdě Bařova kanálu pro turisty ještě atraktivnější a uživatelsky komfortnější. Obec má zájem areál dále zatraktivňovat, kdy již vytvořila plány na II. etapu realizace rozvoje areálu Bařova kanálu; v současné době však nedisponuje potřebnými finančními prostředky. Možnost, jak tyto finanční prostředky získat představují pro obec opět fondy z EU a nové výzvy v rámci nového programovacího období 2014 až 2020, kdy obec využije existujících zkušeností s realizací projektů dotovaných z Evropské unie.

Cílem je rozvoj Spytihněvi a okolních obcí, posílení kulturních tradic, jedinečnosti areálu Na Rejdě Bařova kanálu a turistické atraktivnosti regionu. Díky posílení turistického ruchu se předpokládá zvýšení zaměstnanosti místních obyvatel a snížení jejich odlivu do velkých měst.

## POUŽITÉ ZDROJE

1. DOLEŽAL, J., MACHAL, P. a LACKO, B., 2012. *Projektový management podle IPMA*. 2. aktualizované a doplněné vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, 526 s. ISBN 978-80-247-4275-5.
2. EURACTIV.CZ, 2014. *Strukturální fondy* [online] EU-Media, 2005-2014. ISSN 1803-2486. [cit. 2015-01-21]. Dostupné z: <http://www.euractiv.cz/strukturalni-fondy>
3. GERŠL, A., 2006. Liberalismus, německý ordoliberalismus a hospodářská politika. *Merit Research Working ePaper*, 2006, č. 9. ISSN 1214-1402.
4. GOELDNER, CH. R. a RITCHIE, J. R. B., 2008. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th ed. New York: Wiley, 2008, 648 s. ISBN 978-0-4700-8459-5.
5. HALL, C. M., 2007. *North-South Perspectives on Tourism, Regional Development and Peripheral Areas*. In MULLER, D. K. a JANSSON, B. *Tourism in Peripheries: Perspectives from the Far North and South*. Wallingford: CABI Publishing, 2007, 288 s. ISBN 1-8459-3177-7.
6. JAROLÍMEK, M. a POLÁŠEK, J., 2013. *Projektový management I a II*. České Budějovice: Chance in Nature – Local Action Group, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta, 2013, 116 s. ISBN 978-80-7394-407-0.
7. KELLER, P., 2004. *The Future of Small and Medium Sized Enterprises in Tourism* [online] StGallen: Aiest, 2004. [cit. 2015-01-12]. Dostupné z: <http://www.unibg.it/dati/corsi/44014/47865-The%20future%20of%20small%20and%20medium%20enterprises.pdf>
8. KERZNER, H., 2009. *Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling*. 10th ed. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 2009, xxiv, 1094 s. ISBN 978-0-470-27870-3.
9. KOTLÁN, I. a KLIKOVÁ, Ch., 2003. *Hospodářská politika*. 1. vyd. Ostrava: Sokrates, 2003, 275 stran. ISBN 80-86572-04-8.
10. MALÁ, V., a kol., 2002. *Základy cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola ekonomická, Fakulta mezinárodních vztahů, 2002, 98 s. ISBN 80-245-0439-1.

11. MMR ČR, 2014. *Informace o fonděch* [online] Ministerstvo pro místní rozvoj, 2014. [cit. 2015-01-21]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Informace-o-fondech-EU>
12. MMR ČR, 2014. *Integrovaný regionální operační program* [online] Ministerstvo pro místní rozvoj, 2014. [cit. 2015-01-21]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy/Integrovaný-regionální-operacni-program>
13. PAGE, S. J., 2009. *Tourism Management: Managing for Change*. Amsterdam: Elsevier/Butterworth-Heinemann, 2009, 578 s. ISBN 0-750-68205-1.
14. VANHOVE, N., 2010. *The Economics of Tourism Destinations*. Amsterdam: Elsevier, 2010, 327 s. ISBN 0-7506-6637-4.
15. BERGMANN, I. *Zastavovací a objemová studie*. Obec Spytihněv.
16. CEKOTA, V. *Spytihněv – dějiny obce*. Spytihněv: Obecní úřad, 1990, 90 s.
17. Aktuální a očekávané stavy před zahájením realizace projektu. Projektová dokumentace projektu CZ.1.12/3.2.00/17.00931.
18. Monitoring návštěvnosti Cyklostezky Bařův kanál. Zpráva za období 1. 1. – 31. 12. 2014. Dostupné z: <http://www.partnerstvi-ops.cz>
19. HAVLÍČKOVÁ, D. *Metodika – Kompetence, Kvalita, Kvalifikace, (sebe)Koncepce pro neformální vzdělávání*. MŠMT.
20. MACHOVSKÝ, J.: Turistické centrum Na Rejdě Bařova kanálu, Spytihněv. *Mujprojekt.eu* [online]. Dostupné z: <http://www.mujprojekt.eu/dr-cs/637-turisticke-centrum-na-rejde-batova-kanalu-spytihnev.html>
21. Webové stránky obce Spytihněv [online]. [cit. 2015-07-20]. Dostupné z: <http://www.spytihnev.cz/>

# SEZNAM TABULEK, GRAFŮ A OBRÁZKŮ

## Seznam tabulek

<i>Tabulka 1 Mezinárodní politika cestovního ruchu po 2. světové válce .....</i>	<i>19</i>
<i>Tabulka 2 SWOT analýza obce Spytihněv.....</i>	<i>36</i>
<i>Tabulka 3 Kraj, ve kterém má respondent trvalé bydliště.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabulka 4 Společnosti, jež podaly nabídky do výběrového řízení.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabulka 5 Výsledek hodnocení - pořadí nabídek .....</i>	<i>65</i>
<i>Tabulka 6 Návštěvnost Cyklostezky Bařův kanál v roce 2014 .....</i>	<i>68</i>
<i>Tabulka 7 Návštěvnost lokalit Cyklostezky Bařův kanál v průběhu roku 2014 .....</i>	<i>68</i>
<i>Tabulka 8 Návštěvnost Cyklostezky Bařův kanál a vybraných vodních cest v ČR v roce 2014.....</i>	<i>719</i>

## Seznam grafů

<i>Graf 1 Důvod návštěvy areálu Na rejdě Bařova kanálu, Spytihněv .....</i>	<i>46</i>
<i>Graf 2 Frekvence návštěv areálu Na Rejdě .....</i>	<i>47</i>
<i>Graf 3 Spokojenost se službami areálu .....</i>	<i>48</i>
<i>Graf 4 Způsob, jakým se respondenti dozvěděli o areálu .....</i>	<i>49</i>
<i>Graf 5 Mají respondenti v plánu areál znovu navštívit.....</i>	<i>50</i>
<i>Graf 6 Informační systém Benefit 7 pro tvorbu projektových žádostí.....</i>	<i>57</i>

## Seznam obrázků

<i>Obrázek 1 Lokalizace obce Spytihněv .....</i>	<i>34</i>
<i>Obrázek 2 Logo a foto obce .....</i>	<i>35</i>
<i>Obrázek 3 Mapa zobrazující trasu Bařova kanálu .....</i>	<i>53</i>
<i>Obrázek 4 Podrobné informace o projektu .....</i>	<i>55</i>
<i>Obrázek 5 Turistické centrum Na Rejdě, Spytihněv - I. etapa .....</i>	<i>63</i>
<i>Obrázek 6 Turistické centrum Na Rejdě, Spytihněv, II. etapa .....</i>	<i>66</i>



# PŘÍLOHY

## Seznam příloh

Příloha 1 Mapa s vyznačením lokalit monitoringu návštěvnosti Cyklostezky Bařův kanál....	78
Příloha 2 Podrobné informace o výzvě a programu .....	79
Příloha 3 Dotazník.....	80
Příloha 4 Přístaviště Bařův kanál Spytihněv .....	83
Příloha 5 Hrázní domek– Turistické centrum Na rejdě Bařova kanálu Spytihněv.....	83
Příloha 6 Expozice muzea- Turistické centrum Na rejdě Bařova kanálu Spytihněv.....	84
Příloha 7 Amfiteátr- Turistické centrum Na rejdě Bařova kanálu Spytihněv .....	84



## **Příloha 2 Podrobné informace o výzvě a programu**

Projekt byl realizován na základě Regionálního operačního programu (dále jen ROP) Střední Morava, prioritní osy 3 Cestovní ruch, oblasti podpory 3.2 Veřejná infrastruktura a služby.

Cílem ROP Střední Morava je zvýšení ekonomické vyspělosti, zlepšení konkurenceschopnosti regionu a životní úrovně jeho obyvatel. Cílem prioritní osy 3 je zlepšení atraktivnosti regionu soudržnosti Střední Morava pro účely cestovního ruchu zlepšením jeho infrastruktury, služeb, informovanosti a propagace. Cílem oblasti podpory 3.2 je zvýšení atraktivnosti území prostřednictvím zkvalitnění infrastruktury pro rozvoj cestovního ruchu na území, které se nevyznačuje vysokou koncentrací infrastruktury služeb. Cíl může být naplněn prostřednictvím následujících činností: zkvalitnění infrastruktury pro rozvoj kulturně-poznávací formy cestovního ruchu, lázeňství a výstavnictví; rozvoje a obnovy infrastruktury pro aktivní formy cestovního ruchu včetně vybudování či rozvoje vybavenosti pro účely sportu a rekreace; stavebních úprav kulturních a technických památek a zajímavostí, jež přispějí ke zvýšení atraktivity území pro cestovní ruch; vybudování a rozvoje doplňkové a návazné infrastruktury využívané pro cestovní ruch.

Cílem je zaměřit se na rozvoj a budování klíčových aktivit v místech s odpovídajícím potenciálem, které přispějí ke zvýšení atraktivnosti území v oblasti cestovního ruchu, tímto ke zvýšení návštěvnosti, k rozvoji podnikání, ke zvýšení soukromých investic a k tvorbě a udržení pracovních míst. Cíle má být dosaženo prostřednictvím rozvoje aktivit v rámci infrastruktury v oblasti cestovního ruchu s důrazem na celoroční zvýšení návštěvnosti.

**Oprávněnými žadateli resp. příjemci** mohli být:

- kraje podle zákona č. 129/2000 Sb., o krajích,
- dobrovolné svazky obcí podle § 46 a násl. zákona č. 128/2000 Sb., o obcích,
- obce podle zákona č. 128/2000 Sb., o obcích,
- organizace zřizované nebo zakládáné kraji a obcemi podle § 23 a násl. zákona č. 250/2000 Sb.,
- nestátní neziskové organizace podle zákona č. 83/1990 Sb.,

- zájmová sdružení právnických osob.

Obec Spytihněv splnila podmínku oprávněného žadatele, neboť je obcí podle zák. č. 128/200 Sb., o obcích.

### **Podmínky pro zpracování a předložení projektové žádosti**

Při zpracování projektové žádosti musí žadatel respektovat podmínky pro zpracování a předložení projektové žádosti, které jsou uvedeny v konkrétní výzvě pro podávání žádostí o podporu.

Ve výzvě ROP Střední Morava, jež byla vyhlášena dne 23. 11. 2009, museli žadatelé vč. obce Spytihněv respektovat následující podmínky:

Žadatel byl oprávněn v rámci výzvy předložit pouze jednu projektovou žádost.

Výzva žadatelům umožnila podpořit i vybudování:

- návazné/doplňkové infrastruktury cestovního ruchu, zejména pak komunikace, které vedou k objektům cestovního ruchu včetně parkovišť,
- zajištění propagace v návaznosti na výše uvedené aktivity do stanoveného limitu Metodickým pokynem s názvem Způsobilé výdaje,
- tato výzva není vhodná pro projekty, u kterých cílová skupina zasahuje území většího rozsahu a její dopad je neregionální – např. se jedná o golfová hřiště, kongresová centra, aquaparky apod., neboť tyto projekty budou financovány v rámci specifické prioritní osy „Cestovní ruch“

Jako nevhodné byly označeny aktivity, které by byly zaměřeny pouze na obměnu stávajícího vybavení za vybavení stejné kvality a technologické úrovně.

### Příloha 3 Dotazník

Vážený pane, vážená paní,

prosím o vyplnění krátkého dotazníku. Výsledky budou sloužit k analýze v bakalářské práci zabývající se cestovním ruchem v okolí Baťova kanálu v obci Spytihněv.

Děkuji předem za vyplnění.

1) Jaký je důvod vaší návštěvy:

- a) cílená akce (koncert, divadlo)
- b) dovolená
- c) pouze projíždím (cyklostezka)
- d) cykloturistika a návštěva památek v okolí
- e) půjčovna lodí
- f) návštěva známých
- g) jiný (prosím vypište) :

2) Jak často toto místo navštěvujete:

- a) jsem zde poprvé
- b) 1 x ročně
- c) 6 x ročně
- d) 12 x ročně
- e) častěji

3) Spokojenost se službami - prosím ohodnoťte na stupnici 1 -5 ( 1- výborné, 2- spíše spokojen, 3 – průměr, 4 – spíše nespokojen, 5- nedostačující ) :

1            2            3            4            5

4) Jakou novou službu/y nebo program byste zde uvítali do budoucna, co vám zde chybí (prosím vypište) :

5) Jak jste se dozvěděli o turistickém informačním centru, muzeu a půjčovně lodí ve Spytihněvi:

- a) propagační materiály
- b) webové stránky
- c) místo znám odjakživa (obyvatel obce nebo blízkého okolí, rodák)
- d) od známých
- e) náhodou projíždím, nevěděl jsem, co areál nabízí

6) Máte v plánu místo znovu navštívit:

- a) ano
- b) ne
- c) nevím

7) Z kterého kraje pocházíte (prosím zakroužkujte) :

Zlínský kraj

Jihomoravský kraj

Moravskoslezský kraj

Olomoucký kraj

Kraj Vysočina

Královehradecký kraj

Pardubický kraj

Liberecký kraj

Ústecký kraj

Karlovarský kraj

Středočeský kraj

Hlavní město Praha

Plzeňský kraj

Jihočeský kraj

-zahraniční návštěvník (prosím uveďte zemi) :

Děkuji za vyplnění.



#### **Příloha 4 Přístaviště Baťův kanál Spytihněv**



*Zdroj: autor*

#### **Příloha 5 Hrázní domek – Turistické centrum Na rejdě Baťova kanálu Spytihněv**



*Zdroj: autor*

## Příloha 6 Expozice muzea- Turistické informační centrum Na rejdě Bat'ova kanálu Spytihněv



*Zdroj: autor*

## Příloha 7 Amfiteátr - Turistické informační centrum Na rejdě Bat'ova kanálu Spytihněv



*Zdroj: autor*



