

Bakalářský studijní program: **Ekonomika a management**

Studijní obor: **Marketing a management**

Analýza nabídky cestovního ruchu v regionu Valašsko

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Autor: **Zuzana URBANOVÁ**

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Lena MALAČKA

Znojmo, 2017

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Analýza nabídky cestovního ruchu v regionu Valašsko zpracovala samostatně pod odborným vedením vedoucí Ing. Leny Malačky bakalářské práce a že veškeré použité zdroje jsem uvedla v Seznamu použité literatury.

Ve Znojmě dne 30.11.2017

.....

Zuzana Urbanová

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala své vedoucí Ing. Leně Malačce za cenné rady a připomínky při zpracování této bakalářské práce.



ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor	Zuzana URBANOVÁ
Bakalářský studijní program	Ekonomika a management
Obor	Marketing a management
Název	Analýza nabídky cestovního ruchu v regionu Valašsko
Název (v angličtině)	Analysis of the tourism offer in the region of Wallachia

Zásady pro vypracování:

Cíl práce: Cílem práce je navrhnout opatření pro region Valašsko, která by měla přispět ke zvýšení atraktivity regionu, lépe zpřístupnit informace pro turisty a rozšířit a zkvalitnit portfolio dílčích produktů. V práci budou popsány především návrhy na zlepšení služeb v oblasti turistiky, cykloturistiky a hipoturistiky. Návrhy budou formulovány na základě výsledků provedených analýz a dotazníkového šetření.

Postup práce:

1. Zpracovat literární rešerši odborné literatury.
2. Vypracovat analýzu nabídky služeb cestovního ruchu v regionu.
3. Provést dotazníkové šetření a vypracovat SWOT analýzu.
4. Na základě zhodnocení získaných poznatků navrhnout vhodná řešení a produktové balíčky pro rozšíření nabídky cestovního ruchu na Valašsku.

Metody: literární rešerše, analýza, dotazníkové šetření, SWOT analýza

Rozsah práce: 40 - 55

Seznam odborné literatury:

1. HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.
2. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.
3. NEKUDA, Vladimír et al. *Okres Vsetín: Rožnovsko, Valašskomeziříčsko, Vsetínsko*. 1. vyd. Valašské Meziříčí: Hvězdárna Valašské Meziříčí, 2002. ISBN 80-86298-09-4.
4. PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.
5. PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

Datum zadání bakalářské práce: duben 2016

Termín odevzdání bakalářské práce: duben 2017



Zuzana URBANOVÁ
student

Ing. Lena MALACKA
vedoucí bakalářské práce

Ing. Martin PRIBYL, Ph.D.
garant studijního oboru

doc. Ing. Hana BŘEZINOVÁ, CSc.
rektorka SVŠE Znojmo

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou nabídky cestovního ruchu v regionu Valašsko. Práce je rozdělena do dvou částí, a to na teoretickou a praktickou. V teoretické části jsou vysvětleny základní pojmy cestovního ruchu, rozdělení cestovního ruchu, marketingový mix, nebo také management a marketing destinace cestovního ruchu.

Praktická část se věnuje analýze současného stavu cestovního ruchu v regionu Valašsko. Dále je provedeno dotazníkové šetření, kde z jeho výstupu je sestavena SWOT analýza. Na základě poznatků z výzkumu jsou na závěr práce uvedeny doporučení ke zvýšení cestovního ruchu v regionu Valašsko.

Klíčová slova: Cestovní ruch, region Valašsko, dotazník, SWOT analýza, destinace.

ABSTRACT

This bachelor thesis focuses on the tourism in the Wallachian region. This thesis is divided into two parts – theoretical part and practical part. The theoretical part deals with basic concepts which are connected to the tourism in general, then deals with the tourism distribution, marketing mix and finally with management and marketing of the tourism in the destination.

The practical part focuses on the analysis of the current state of tourism in the Wallachian region. In addition, a questionnaire survey is conducted where SWOT analysis is drawn up from its output. Based on knowledge from this research the recommendations for increasing the tourism in Wallachian region are mentioned.

Key words: Tourism, Wallachian region, questionnaire, SWOT analysis, destination.

OBSAH

1	ÚVOD	9
2	CÍL PRÁCE A METODIKA	10
3	TEORETICKÁ ČÁST	11
3.1	CESTOVNÍ RUCH.....	11
3.1.1	Vymezení základních pojmů	11
3.1.2	Typologie cestovního ruchu	12
3.1.3	Formy cestovního ruchu	13
3.1.4	Druhy cestovního ruchu	15
3.1.5	Předpoklady rozvoje cestovního ruchu	18
3.1.6	Trh cestovního ruchu	19
3.1.7	Poptávka cestovního ruchu.....	20
3.1.8	Nabídka cestovního ruchu	21
3.2	DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU	22
3.2.1	Management destinace	23
3.3	MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU	26
3.3.1	Marketingový výzkum.....	26
3.3.2	SWOT analýza.....	28
3.3.3	Marketingová strategie	30
3.3.4	Marketingový mix	30
3.4	MARKETING DESTINACE	33
4	PRAKTICKÁ ČÁST	34
4.1	PROFIL REGIONU VALAŠSKO.....	34
4.1.1	Historie	35
4.2	ANALÝZA PRIMÁRNÍ A SEKUNDÁRNÍ NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU NA VALAŠSKU ...	36
4.2.1	Primární nabídka	36
4.2.2	Sekundární nabídka	55
4.3	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	59
4.3.1	Vyhodnocení jednotlivých odpovědí.....	60
4.4	SWOT ANALÝZA	73
4.4.1	Silné stránky	73
4.4.2	Slabé stránky	74
4.4.3	Příležitosti.....	75
4.4.4	Hrozby	76
4.5	ZÁVĚREČNÁ SHRNUTÍ A DOPORUČENÍ	76
4.5.1	Shrnutí výsledků dotazníkového šetření a SWOT analýzy.....	76

4.5.2	Propagace.....	77
4.5.3	Agroturistika.....	78
4.5.4	Pobytové balíčky	79
4.5.5	Infrastruktura	81
4.5.6	Další návrhy a doporučení.....	82
5	ZÁVĚR	83
6	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	85
7	SEZNAM TABULEK, OBRÁZKŮ A GRAFŮ	90
8	PŘÍLOHY	91

1 ÚVOD

Cestovní ruch se stal v poslední době jedním z nejrychleji se rozvíjejícím odvětvím hospodářské ekonomiky a dá se o něm hovořit jako o světovém fenoménu. Cestovní ruch je prostředkem, skrz který se setkávají různé kultury a navzájem se obohacují, nebo také naopak se tvoří nesnášenlivost. Dokáže vnést život do zapomenutých destinací a následně je schopen dát lidem práci. Dále umožňuje cestovatelům poznat nová místa s jejich kulturou a historií a stal se také prostředek využití volného času, buď z důvodu poznávacího, odpočinkového, nebo například vzdělávacího. Touha po poznání se stala nedílnou součástí života mnoha lidí a je důležitým zdrojem příjmu do státního rozpočtu.

Česká republika díky svým dochovaným pamětihodnostem, přírodním bohatstvím a výbornou polohou země má ideální předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. V dnešní době již turisté nevyhledávají pouze velká a proslulá města, ale začínají vyhledávat také i různé odlehlejší regiony jako je třeba Valašsko.

Region Valašsko je specifický svou krásnou přírodou, lidovými tradicemi a osobitou kulturou ale také velkým počtem zajímavých turistických cílů. Valašsko leží na území Zlínského kraje a zasahuje do něj honosné pohoří Chráněné krajinné oblasti Beskydy, která je velkou chloubou této destinace. Region nabízí mnoho různých kulturních akcí založených na lidových tradicích a tím si uchovává svoji originalitu vůči ostatním regionům.

Tato bakalářská práce poskytne přehled primární i sekundární nabídky cestovního ruchu, kterou může region Valašsko návštěvníkovi nabídnout. Dále budou provedena různá šetření, které by měly poukázat na nedostatky destinace Valašsko. Závěrem budou vytvořena různá doporučení, na zlepšení těchto nedostatků, která by měla vést ke zvýšení atraktivity tohoto nádherného regionu.

2 CÍL PRÁCE A METODIKA

Hlavním cílem bakalářské práce na téma Analýza nabídky cestovního ruchu v regionu Valašsko je zanalyzovat současný stav cestovního ruchu a poté navrhnout doporučení, která by mohla přispět ke zvýšení atraktivity této destinace. K získání informací o destinaci bude použita odborná literatura a elektronické zdroje.

Bakalářská práce bude rozvrhnutá do dvou částí: teoretické části a části praktické. V teoretické části budou vysvětleny základní pojmy cestovního ruchu jako typologie a druhy cestovního ruchu, marketingový mix cestovního ruchu, SWOT analýza a marketing i management v destinaci cestovního ruchu.

Praktická část bude úzce navazovat na část teoretickou. Na začátku bude uvedena stručná charakteristika regionu Valašsko. Následně bude vytvořena analýza primární a sekundární současné nabídky cestovního ruchu v této lokalitě. Součástí této práce bude také zpracování dotazníkového šetření, z jehož výstupů bude sestavena SWOT analýza, která bude charakterizovat silné a slabé stránky a možné příležitosti či hrozby regionu. Praktická část bude zakončena shrnutím poznatků z výzkumu a závěrem budou uvedena doporučení ke zvýšení atraktivity cestovního ruchu na Valašsku.

3 TEORETICKÁ ČÁST

V teoretické části bude proveden průzkum odborných literárních zdrojů. Tyto zdroje se budou věnovat tématům cestovního ruchu a managementu či marketingu destinace. Tato část bakalářské práce slouží k základnímu seznámení s oblastí cestovního ruchu.

3.1 Cestovní ruch

Pro pochopení problematiky cestovního ruchu je nutné vysvětlit základní definici a pojmy, jež se vztahují k tématu. V odborné literatuře lze nalézt spousta definic cestovního ruchu. Malá a kol. (2002, s. 9) shrnula společné znaky více autorů, které jsou základními atributy každé definice. Podstatou cestovního ruchu tedy jsou:

- dočasnost změny místa trvalého bydliště a dočasnost pobytu mimo něj,
- nevýdělečný charakter cesty a pobytu (jsou obvykle realizovány ve volném čase) nebo vztahy mezi lidmi, jež cestovní ruch vyvolává.

V rozsáhlejší definici Hrala (2005, s. 9) uvádí, že cestovní ruch je „specifickou formou mechanického pohybu obyvatelstva, jejíž rozsah a intenzita roste. Týká se především obyvatelstva vyspělých zemí, kde se v souvislosti s růstem životní úrovně a rozšiřováním fondu volného času stává masovým jevem a ekonomicky i sociologicky důležitým fenoménem. Moderní cestovní ruch v různých formách soustřeďuje k dlouhodobým i krátkodobým pobytům obyvatelstva do významných středisek, zemí a oblastí“.

Definic cestovního ruchu je celá řada, nicméně v roce 1991 byla přijata oficiální definice cestovního ruchu na konferenci Světové organizace cestovního ruchu (ve zkratce WTO – World Tourism Organization) v Ottavě. Konference se zúčastnilo 250 představitelů z 91 zemí a výsledkem tohoto shromáždění bylo objasnění základních pojmů souvisejících s cestovním ruchem. Oficiálně schválená definice cestovního ruchu zní: „Cestovní ruch je definován jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“. (Indrová a kolektiv, 2009, s. 12)

3.1.1 Vymezení základních pojmů

V roce 1991 na konferenci Světové organizace cestovního ruchu byly také přesně vymezeny pojmy z oblasti cestovního ruchu. (Ryglová, 2009, s. 11–12)

Mezi tyto pojmy patří:

- **Průmysl cestovního ruchu** – jedná se o souhrn přímých podnikatelských aktivit, kde je zahrnuto vše od ubytovacích a stravovacích služeb, činnost cestovních kanceláří až po doprovodné služby (např. průvodcovské, animační nebo finanční služby).
- **Ekonomika cestovního ruchu** – lze ji pochopit jako rozšíření pojmu průmysl cestovního ruchu o veškeré nepřímé ekonomické aktivity, které souvisejí s realizací cestovního ruchu.
- **Turista** – je osoba, která stráví v zemi minimálně 24 hodin, tedy jedno přenocování. Nesmí přesáhnout dobu pobytu déle než jeden rok (v domácím cestovním ruchu pouze půl roku).
- **Výletník** – je to účastník cestovního ruchu, který se zdrží v dané zemi bez přenocování a nepřesáhne délku pobytu 24 hodin.
- **Rezident** – definuje se jako stálý obyvatel, který žije v dané zemi alespoň jeden rok.
- **Cestování** – tento pojem je rozsáhlejší než cestovní ruch díky spojení s dalšími motivy, které se nezařazují do cestovního ruchu (cesta do práce a jiné).
- **Turistika** – představuje jen část cestovního ruchu, která je spojena s pohybovou aktivitou (cykloturistika, horská turistika apod.).
- **Destinace** – cílová turistická oblast v daném regionu.
- **Satelitní účet cestovního ruchu** – je nástroj pro měření ekonomických přínosů a identifikování výkonů cestovního ruchu. Zaměřuje se na podíl cestovního ruchu na tvorbě HDP, vytváření pracovních míst nebo na spotřebě domácností. Mezinárodní označení pro satelitní účet je TSA.

3.1.2 Typologie cestovního ruchu

Je nutné podotknout, že odborníci mají na uspořádání jednotlivých kategorií rozdílné pohledy. Odborná literatura však nejčastěji dělí cestovní ruch podle toho, jak se projevuje v reálné konkrétní podobě, a to na **formy cestovního ruchu** a **druhy cestovního ruchu**. O formách cestovního ruchu lze hovořit tehdy, jestliže je klíčovým kritériem motivace účastníků nebo také účel, pro který cestují nebo přebývají na určitém místě. Zato druhy cestovního ruchu se zaměřují

na jevový průběh cestovního ruchu. Druhy cestovního ruchu zohledňují způsob realizace podle geografických, ekonomických nebo společenských podmínek a také jeho účinky. (Malá a kol., 2002, s. 15–16)

3.1.3 Formy cestovního ruchu

V odborné literatuře lze nalézt mnoho členění podle převažující motivace účasti na cestovním ruchu. Motivaci v cestovním ruchu představuje souhrn vnitřních i vnějších podnětů vedoucích k účasti na cestování. Cestovní ruch lze tedy tímto způsobem členit na tyto formy:

- **rekreační** – je realizovaný převážně v přírodním prostředí s cílem odpočinku, obnovení a zlepšení fyzické i psychické kondice. Nejedná se jen o pasivní odpočinek, bývá často spojován s aktivním pobytem v přírodě, se sportovními aktivitami, ale také s houbařením nebo kutilstvím. Specifickým typem rekreačního cestovního ruchu a v ČR velmi oblíbené jsou chataření a chalupaření,
- **kulturně-poznávací** – se soustřeďuje na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků vlastního i cizích národů. Primárně má výchovně-vzdělávací funkci. Podstatou je návštěva kulturně-historických památek (např. zámků, hradů), kulturních zařízení (muzea, knihovny), kulturních akcí nebo tzv. zkulturněné krajiny jako parky zahrady a jiné (Malá a kol., 2002, s. 16–20),
- **náboženský** – je orientovaný na návštěvu poutních míst, církevních památek nebo účast na církevních obřadech a událostech,
- **vzdělávací** – program cesty je výrazně přizpůsoben vzdělání nebo osvojení si nové dovednosti. Jedná se o zájezdy s výukou jazyků, zájezdy do kulturních či vědeckých míst s odborným vedením a studijními materiály, ale také například s jízdou na koni apod.,
- **společenský** – zaměřuje se na mezilidskou komunikaci a společenské styky, jako jsou návštěvy příbuzných, přátel nebo návštěvy společenských akcí a různých událostí. Vědomě utvořené skupiny, které mají společné záliby (sportovní, kulturní aj.), lze také zahrnout do této formy cestovního ruchu (Drobná a Morávková, 2004, str. 18–19),
- **zdravotní** – rehabilitace, zdravotní prevence, rekonvalescence, snižování nadváhy i lázeňský pobyt. Tohle všechno zahrnuje zdravotně orientovaný cestovní ruch. Zaměřuje se na posílení či obnovení fyzické a psychické kondice. Má rostoucí potenciál z důvodu trendu zdravého životního stylu. V České republice je k dispozici zhruba 23 tisíc ubytovacích lůžek s odbornou obsluhou,

- **sportovní** – nejedná se zde pouze o aktivní sportování, ale také diváctví, i když se jedná o pasivní účast na sportovních akcích. V této formě cestovního ruchu bývá uváděna například lovecká turistika, která je v poslední době velmi výnosná ale také rybaření (Foret a Foretová, 2001, s. 17),
- **za poznáním přírodního prostředí** – dominantním motivem této formy je hlubší poznání přírody a života v ní, tedy flóry a fauny daného prostředí. Může zahrnovat např. návštěvu přírodních rezervací, národních parků, velkolepých přírodních míst nebo i pralesů, safari a pouští. Patří sem i ekoturistika, která splňuje všechny výše uvedené aspekty, ale účastníci nijak nenarušují přírodní prostředí,
- **profesní** – převážně probíhá v pracovním čase účastníků, ale většinou obsahuje prvky cestovního ruchu, který je realizovaný ve volném čase. Řadí se sem obchodní cestovní ruch (např. služební cesty), kongresový cestovní ruch, cestovní ruch veletrhů a výstav, kde je cílem zaujmout účastníky různými produkty nebo informacemi. Jako poslední zde patří incentivní cestovní ruch, který bývá nazýván stimulační nebo motivační turistikou, a hlavní náplní je stimulovat zaměstnance k lepším výkonům, nebo odměna za dosažené výkony. Většinou pobyt z převážné části hradí zaměstnavatel,
- **specifický** – jeden z příkladů je nákupní cestovní ruch, kde účastníci cestují za výhodnými nákupy. Další specifická forma cestovního ruchu je politicky motivovaný cestovní ruch (cesty na shromáždění, mítinky aj). Zahraniční literatura uvádí i vojenský cestovní ruch jako cesty armádních příslušníků (Malá a kol., 2002, s. 16–20),
- **nové trendy v nabídce cestovního ruchu** – díky přeměně cestovního ruchu na globální fenomén se nabídka cestovního ruchu stále rozrůstá a můžeme poukázat na nové oblíbené trendy v cestování. Jedním z nich je **gastronomický cestovní ruch**, nebo také cestování za jídlem. Jídlo je nedílnou součástí kulturního dědictví a tradic, proto kulinářský cestovní ruch je na velkém vzestupu. Účastník často navštěvuje specializované gastronomické akce nebo zážitkové události spojené s konzumací. Další z nových trendů je **temný cestovní ruch**. Tato forma cestování se koncentruje na místa a destinace spojené se smrtí, utrpením, neštěstím nebo strachem. Hlavní motivy účastníků temného cestovního ruchu jsou uctění památky zesnulých, vzdělání, osobní požitek strachu či zábava. Pro příkladnou destinaci temného cestovního ruchu je koncentrační tábor Osvětim. Dynamicky se rozvíjejícím je také **dobrovolnický cestovní ruch**. Definuje se jako cestování osob za dobrovolnou pomocí, kde se snaží zmírnit materiální nedostatky skupin nebo obnovit určité prostředí. Jsou velmi spjaty

s místním obyvatelstvem. Organizace WWOOF (World Wide Opportunities on Organic Farms) zabezpečuje pobyty na ekologicky hospodařících farmách a je jedním ze vzorů dobrovolnického cestovního ruchu. (Kotíková, 2013, s. 37–39, 79–81, 115–116)

3.1.4 Druhy cestovního ruchu

Typologii druhů podle způsobu realizace cestovního ruchu můžeme rozdělit z různých hledisek následovně:

Z hlediska místa realizace

- **Domácí cestovní ruch** – cestování obyvatelstva na území vlastního státu.
- **Zahraniční cestovní ruch** – účastníci překračují státní hranice svého státu.
- **Výjezdový cestovní ruch** (pasivní) – občané vyjíždí za hranice svého státu.
- **Příjezdový cestovní ruch** (aktivní) – návštěvníci ze zahraničí přijíždí do určité země.
- **Tranzitní cestovní ruch** – průjezd cizích příslušníků jiného státu přes území země, kterou projíždějí za účelem dosažení svého cíle. (Drobná a Morávková, 2004, str. 18–19)

Z hlediska délky pobytu

Dle Drobné a Morávkové (2004, s. 19) je jednoduše rozdělen na:

- **Krátkodobý** – s dobou pobytu v místě zpravidla do tří přenocování.
- **Dlouhodobý** – délka pobytu je delší jak 3 dny, maximálně v domácím cestovním ruchu nesmí přesáhnout 6 měsíců, v zahraničním ne delší než 1 rok.

Podle zabezpečení cesty pobytu

- **Organizovaný** – cestu a pobyt včetně služeb zajišťují převážně cestovní kanceláře nebo různí zprostředkovatelé.
- **Neorganizovaný** – účastník si služby zařizuje sám bez závislosti na cestovních kancelářích. V cestovním ruchu má stále rostoucí charakter.

Podle počtu účastníků

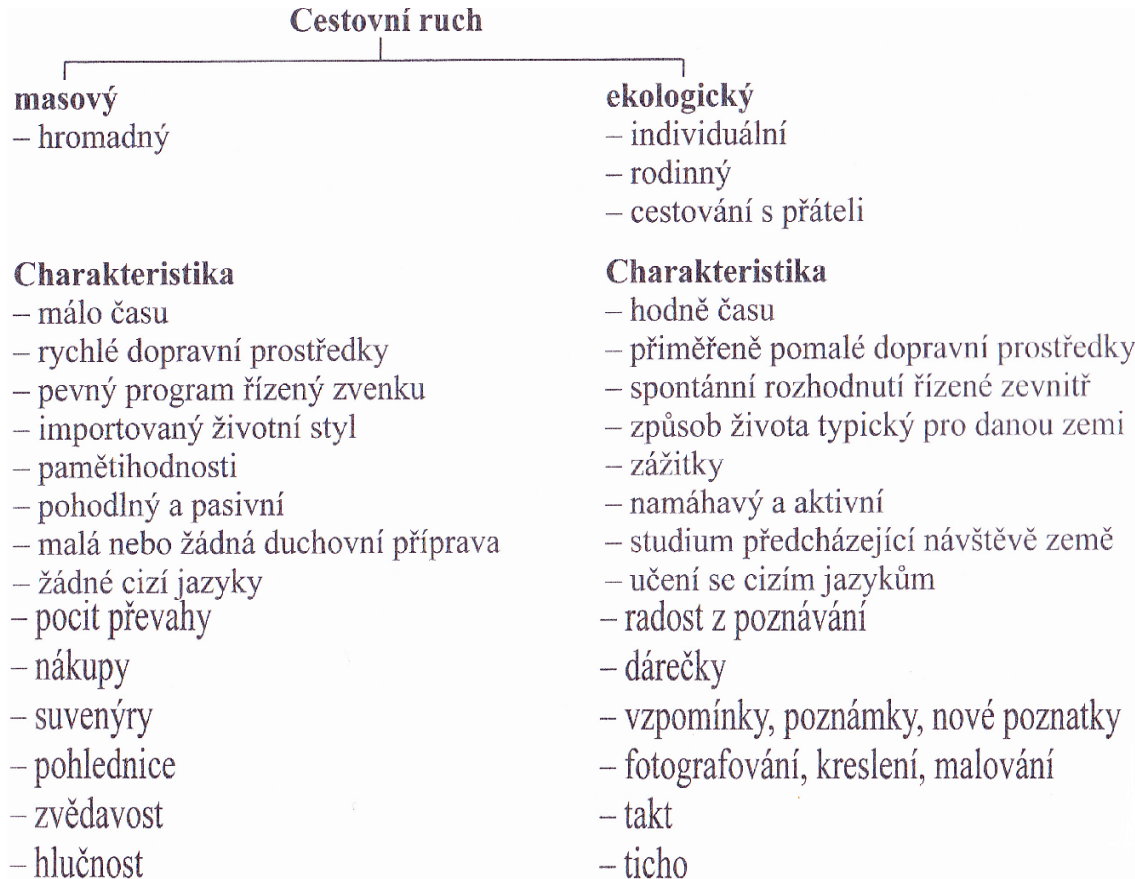
Hesková (2006, s. 26) rozdělila cestovní ruch podle počtu účastníků do 4 skupin:

- **Individuální** – účastník si organizuje cestu individuálně a cestuje sám nebo s malou skupinou lidí (rodinou).
- **Skupinový** – cesta na cílové místo a pobyt zde je zajišťován hromadně. Účastníci

často využívají různé výhody, např. slevu při přepravě, hromadnou slevu při návštěvě atrakcí aj. Může se jednat buď o organizovaný, nebo neorganizovaný cestovní ruch.

- **Masový a ekologický cestovní ruch** – jedná se o protipóly. Jejich základní charakteristiky můžete vidět na následujícím schématu.

Obrázek 1: Základní charakteristiky masového a ekologického cestovního druhu



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

Z hlediska vlivu na platební bilanci

- **Aktivní cestovní ruch** znamená příjezdy zahraničních návštěvníků, kdy výdaje na produkty cestovního ruchu představují příliv devizových prostředků, a kladně tím působí na platební bilanci. Tento typ cestovního ruchu vzhledem k dopadu na platební bilanci bývá označován jako skrytý export.
- **Pasivní cestovní ruch** zahrnuje výjezdy obyvatel daného státu do zahraničí, a znamená tedy odliv devizových prostředků, což záporně ovlivňuje platební bilanci. Tento jev je podobný dovozu. (Indrová a kolektiv, 2011, s. 24)

Je důležité uvést, že tyto pojmy jsou pouze zjednodušující. Na platební bilanci má vliv daleko větší množství faktorů (investiční klima, změna závazků či pohledávek aj.). „Kromě toho celkový dopad zahraničního cestovního ruchu na vnější ekonomickou rovnováhu nezávisí pouze na počtu zahraničních turistů a jejich výdajích, ale také na míře, v jaké je daná země schopna uspokojit potřeby zahraničních návštěvníků domácí produkcí a v jaké míře je musí kryt dovozem,“ objasňují Palatková a Zichová (2011, s. 21).

Z hlediska způsobu financování cestovního ruchu

- **Volný cestovní ruch** – účastník si hradí cestovní výdaje v plném rozsahu ze svých zdrojů.
- **Vázaný cestovní ruch** – cestovatel musí splňovat určitá kritéria (členství v organizaci, pacient v lázeňském cestovním ruchu) a může mít nárok na úhradu nákladů na cestování ze společných fondů organizace. Patří sem i podniková rekreace, lázeňská péče či dětská rekreace.

Podle dopadu na životní prostředí

- **Měkký cestovní ruch** – cestování, které nenarušuje přirozené životní prostředí. Návštěvník respektuje tradiční způsob života v oblasti.
- **Tvrký cestovní ruch** – způsob cestování, který výrazně poškozuje a ovlivňuje životní prostředí a tradiční způsob života obyvatel v cílové destinaci. (Ryglová, 2009, s. 14–15)

Podle převažujícího místa pobytu

- **Městský cestovní ruch** – hlavním cílem je zážitek z návštěvy města, kde účastník může a nemusí přenocovat. Návštěva měst je realizována buď pracovní, nebo turisticky. Hlavní náplní je poznání kulturních a historických pamětihodností, architektonických a uměleckých děl, ale i současný život ve městech.
- **Venkovský cestovní ruch** – základem je integrace účastníků s příznivým životním prostředím. Venkovský cestovní ruch je forma cestování, která je spojena s návratem k přírodě s možností ubytování ve vesnických obydlích. Jednou z žádaných nabídek služeb je příprava vlastní stravy a možnost se zapojit do různých aktivit a prací spojených s pobytem na vesnici. Velkým podnětem k volbě účastníka pro tento typ cestovního ruchu je kvalitnější životní prostředí ve srovnání s městy (čistě ovzduší

či méně hluku).

- Specifickou formou venkovského cestovního ruchu je **agroturistika**, která se slučuje s netradičními zážitky a prací v zemědělském hospodářství nebo selské usedlosti. Hlavním smyslem je poznání života zemědělců a venkova, blízký kontakt se zvířaty (např. jízda na koni), seznámení se s řemesly a tradicemi dané destinace, zlepšení vztahu k půdě a přírodě, ale i posílení vlasteneckých pocitů.
- **Horský a vysokohorský cestovní ruch** – je soubor aktivit spojený s pobytem v horských a vysokohorských střediscích. Prioritní činností účastníků je pěší turistika, horolezectví, v zimě pak lyžování, sáňkování atd. Ubytování se mnohdy nachází ve špatně dostupném terénu (horská chata, horská bouda) a přístupnost k němu je často po pěší stezce nebo lanovkou.
- **Přímořský cestovní ruch** – je koncentrován do přímořských letovisek, kde účastníci mají sportovně-rekreační nebo společensko-zábavní využití. (Hesková, 2011, s. 29–31)

3.1.5 Předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Jakubíková (2012, s. 16) jednoduše vysvětlila, že hlavním předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu je volnost člověka v cestování. Další podmínkou je volný čas, dostatek peněžních prostředků a příznivá politická situace. Kdežto rozvoj cestovního ruchu v jednotlivých oblastech nebo místech ovlivňuje mnoho vnějších faktorů.

Drobná a Morávková (2004, s.21-22) je rozdělují do 3 skupin:

Selektivní předpoklady vyjadřují způsobilost společnosti dané oblasti či země podílet se na cestovním ruchu pasivně i aktivně, tzn. přijímat účastníky cestovního ruchu i stávat se jimi. Dělí se na objektivní a subjektivní. Objektivní faktory jsou zejména ty, které ovlivňují cestovní ruch v území, jako jsou politická nebo bezpečnostní stabilita v oblasti, životní úroveň populace, ekonomická síla obyvatel, životní prostředí apod. Zato subjektivní faktory mají vliv na rozhodování lidí k účasti na cestovním ruchu. Významnou roli zde mají zařazení k sociální a profesní skupině, poměry v rodině, ale i psychologické faktory. V pozadí rozhodování mohou být trendy jako módní návštěvy konkrétního střediska nebo oblasti, působení různých forem propagace cestovních kanceláří, ale i znalost nebo neznalost jazyků v dané oblasti.

Lokalizační předpoklady umožňují diferencovat krajinu na základě jejího potenciálu pro

cestovní ruch. Na předpokladu příznivých hodnot se určuje, kde a na jakém místě se může cestovní ruch rozvíjet. Rozděluje se následovně podle přírodních a kulturních atraktivit, kde vytváří předpoklady podnebí, povrch, vodstvo, flóra, fauna atd. Další rozdělení je z kulturního hlediska (kulturně – municipálního – historického), které tvoří výsledky tvořivé činnosti člověka a jsou spjaty s historií území. Jako hlavní předmět zájmu zde figurují památky jak architektonické, tak archeologické, muzea, galerie, technické památky nebo významné parky.

Realizační předpoklady zabezpečují uskutečňování různých nároků účastníků cestovního ruchu a realizaci cestování v oblastech a příznivých lokalitách. Umožňují dostupnost do těchto míst s využitím pobytu, rekreace apod. Rozděluje se na předpoklady dopravní a materiálně-technické. Dopravní předpoklady jsou základní podstatou cestovního ruchu. Oblast s kvalitní dopravní sítí je z hlediska přitažlivosti destinace klíčová. Materiálně-technické předpoklady tvoří ubytovací, stravovací, kulturní, sportovní a další zařízení, která vyhoví potřebám účastníka. Tato zařízení jsou limitována počtem návštěvníků, které mohou pojmout.

3.1.6 Trh cestovního ruchu

Trh lze obecně definovat jako místo, kde se setkává nabídka s poptávkou a dochází ke směně zboží a služeb za účelem uspokojení potřeb. Působením nabídky a poptávky se na trhu formuje cena. Na trh můžeme nahlížet taky z jiného pohledu jako na vztah mezi výrobcí (prodávajícími) nebo spotřebiteli (kupujícími). Trh cestovního ruchu má mnoho zvláštností vyplývajících z charakteru potřeb klienta.

Specifika cestovního ruchu (Jakubíková, 2012, s. 21):

- „rozvoj cestovního ruchu je podmíněn politicko-správními podmínkami,
- produkt cestovního ruchu nelze vyrábět na sklad,
- místní vázanost, bezprostřední spojitost s územím (místem), ve kterém se realizuje, zejména s kvalitou jeho přírodního prostředí,
- výrazná sezónnost,
- trh je silně determinován přírodními faktory a dalšími nepředvídatelnými vlivy,
- vysoký podíl lidské práce,
- těsný vztah nabídky a poptávky,
- poptávka je výrazně ovlivňována důchody obyvatelstva, fondem volného času, cenovou hladinou nabízených služeb, spotřebitelskými preferencemi, motivací,

módou a prestiží, celkovým způsobem života,

- nabídku silně ovlivňuje kvalita přírodního prostoru, kvalita lidských zdrojů a dále také rozvoj a využívání techniky a technologií (internet, informační a rezervační systémy jako Start-Amadeus, Galileo, Sabre)“.

Trh cestovního ruchu je vymezen subjekty a objekty cestovního ruchu. Subjekty cestovního ruchu jsou kupující, kteří cestují a potřebují uspokojit své potřeby. Další ze subjektů trhu jsou prodávající, nabízející služby jako přímí dodavatelé (ubytování, stravování a další služby) nebo zprostředkovatelé (cestovní kanceláře a cestovní agentury). Stát funguje také jako subjekt trhu cestovního ruchu a reguluje prostřednictvím právních norem fungování trhu.

Objekty tvoří hmotné a nehmotné statky, které jsou v cestovním ruchu předmětem směny či koupě nebo návštěvy. Patří zde služby (ubytovací, dopravní), zboží, které má hlavně doplňkový charakter (mapy, pohlednice, upomínkové předměty), a volné statky, které poskytuje příroda (čistý vzduch, skály, moře, léčivé prameny). (Drobná a Morávková, 2004, s. 53)

3.1.7 Poptávka cestovního ruchu

Poptávku v cestovním ruchu je dle Palátkové a Zichové (2011, s. 39) „možné chápat jako projev potřeb účastníka turismu podložený koupěschopností neboli ochotou účastníků turismu směnit určité množství peněz za statky turismu“, tedy předmětem poptávky jsou především služby cestovního ruchu podnětené potřebami a přáními zákazníků.

Specifika poptávky na trhu cestovního ruchu:

- komplexnost poptávky (zákazník většinou požaduje kombinaci více služeb),
- sezonní charakter poptávky,
- pružnost, rychlost a hojné změny,
- rozmanitost, která se přesně přizpůsobuje potřebám zákazníků, lidé vyhledávají nepřetržitě nové zážitky a dojmy.

Faktory ovlivňující vývoj poptávky cestovního ruchu:

- ceny nabízených produktů – poptávka je cenově velmi pružná a rychle se přizpůsobuje trhu.
- pestrost a úroveň nabídky – pokud je nabídka různorodá a je jí dostatečné množství,

má velký potenciál přilákat více zákazníků než jakákoli nabídka zaměřená na jeden zájezd,

- vývoj peněžních příjmů populace – poptávka je příjmově elastická, např. výzkum ukázal, že navýšení příjmů o 1 % podnítl nárůst výdajů na zahraniční cestovní ruch o 2–2,5 %,
- spotřební návyky lidí ovlivněné životním stylem, módou, volným časem,
- ekonomická, politická a sociální situace v zemi, kde účastníci žijí, nebo i v cílové oblasti, kterou chtějí navštívit. (Drobná a Morávková, 2004, s. 54–55)

3.1.8 Nabídka cestovního ruchu

Palátková a Zichová (2011, s. 58) definici nabídky cestovního ruchu shrnuly do jedné věty: „Předmětem nabídky v turismu jsou objekty představované souhrnem atraktivit, služeb, hmotných statků a užitečných efektů, které jsou v určitém místě a čase k dispozici pro uspokojení potřeb účastníků turismu a které prodávající chtějí na trhu realizovat“. Nabídka v cestovním ruchu má dvě zásadní části, na základě kterých ji můžeme členit. První z nich je členění dle atraktivity cílových míst (primární nabídka). Druhé rozdělení je podle vybavenosti cílových míst (sekundární nabídka).

Primární nabídka cestovního ruchu

Atraktivity cílových míst mají zásadní schopnost k motivaci a výběru cílové destinace. Atraktivity jsou primárním lákadlem pro účastníky cestovního ruchu a jsou obvykle rozděleny do čtyř konkrétních skupin:

- Přírodní atraktivity
- Kulturně-historické atraktivity
- Organizované aktivity
- Společenské atraktivity

Sekundární nabídka cestovního ruchu

Sekundární nabídku tvoří podmínky pro účelné uplatnění lokalizačních předpokladů a různých atraktivit. Patří sem vybavenost a služby dané destinace poskytující veškerý servis pro účastníky turismu, kteří skrze sekundární služby uspokojují své potřeby a přání. Svou mírou rozsahu musí být závislá na primárních atraktivitách, například respektování kapacit území, materiální předpoklady aj. Sekundární nabídku cestovního ruchu tvoří z pohledu vybavenosti

cílové destinace suprastruktura, infrastruktura a všeobecná infrastruktura. (Palátková a Zichová, 2011, s. 58–60). Toto rozdělení popisuje Királ'ová (2003, s. 42) následovně:

„Turistická suprastruktura, zahrnující ubytovací a hostinská zařízení, vytváří podmínky pro využívání primární nabídky cestovního ruchu a dlouhodobý pobyt návštěvníka v destinaci.

Turistickou infrastrukturu tvoří tour-operátoři, cestovní kanceláře a cestovní agentury, místní, regionální a národní informační kanceláře cestovního ruchu, směnárny, sportovně-rekreační zařízení, kulturně-společenská zařízení, rekreační doprava a záchraná služba.

Všeobecná infrastruktura zahrnuje dopravu a dopravní dostupnost, půjčovny automobilů, obchodní síť a síť služeb, technické sítě, zásobování vodou, elektřinou a plynem, a likvidaci odpadů“.

3.2 Destinace cestovního ruchu

Destinace cestovního ruchu je přirozený celek, jenž z hlediska rozvoje cestovního ruchu má takové vlastnosti, které jej diferencují od ostatních destinací. Podle Palátkové (2006, s.16) je destinace představována „jako svazek různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivitu) místa nebo oblasti“, dále dodává, že atraktivita slouží jako hlavní stimul pro výběr cílové destinace.

Dle výkladového slovníku cestovního ruchu je destinace definována v užším smyslu jako „cílová oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu, a v širším slova smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků. Pro mezinárodní návštěvníky je destinací buď celá navštívená země, nebo některý její region, případně město. (Királ'ová, 2003, s. 15).

Destinace cestovního ruchu je geografický prostor a cíl cesty účastníka pro trávení volného času mimo své bydliště. Destinace bývá vnímána účastníkem z toho pohledu, jaký obsah nabízí (produkt) a kde se nachází (lokalita) v rámci splnění potřeb či požadavků účastníka během pobytu. (Holešinská, 2012, s. 43)

Uvedené definice tedy říkají, že se jedná o určitý prostor, který má k dispozici atraktivitu, na

kteřé jsou navázány další služby cestovního ruchu a jsou vytvořeny za účelem uspokojení potřeb návštěvníků.

Řecký profesor Buhalise (2000, s. 98) pro destinaci cestovního ruchu charakterizoval 6 prvků, tzv. 6A, kterými by destinace měla disponovat:

Attractions (atraktivita) – díky svému množství a kvalitě atraktivit navyšují a vyvolávají návštěvnost destinace. Představují primární nabídku.

Accessibility (dostupnost) – je infrastruktura vedoucí do cílové destinace a umožňuje i pohyb v ní.

Amenities (vybavenost) – sekundární nabídka (stravovací, ubytovací, sportovně-rekreační služby aj.), která je klíčová k pobytu v destinaci a zahrnuje široké spektrum služeb, které je návštěvníkům při pobytu k dispozici.

Available packages (turistické balíčky) – vytvoření produktových balíčků, které může návštěvník využít.

Activities (aktivity) – nabídka by měla svou různorodostí uspokojit co nejširší tržní segment.

Ancillary services (doprovodné služby) – směnárny, zdravotnická zařízení, banky aj.

Podle Buhalise by se nemělo zapomínat také na kulturu dané destinace, kde je podstatnou součástí její historie, zvyky a obyčeje. Výraznou roli při rozhodování účastníků cestovního ruchu, kterou destinaci navštívit, hraje dlouhodobá image země, regionu či města.

3.2.1 Management destinace

V současnosti je management jedním z nejpodstatnějších oborů v oblasti řízení. Podle Nejdla (2011, s. 133) je management kombinace dílčích činností, kterými jsou organizování, rozhodování, kontrola, motivování a komunikace.

Management destinace je řízení určité destinace, která má za účel zlepšit organizaci cestovního ruchu. Kiráľová a Straka (2013 s. 12) vysvětlili pojem následovně: „Managementem destinace rozumíme soubor koordinovaných technik, nástrojů a opatření uplatňovaných při plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci za účelem dosažení jeho udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu“. Dále

dobávají, že dobrovolná spolupráce mezi soukromými a veřejnoprávními organizacemi je základ pro úspěšný management destinace. Efektivně jsou poté schopny návštěvníkům dané destinace nabídnout kvalitní zážitky a široké spektrum služeb.

Důležitost spolupráce mezi soukromým a veřejným sektorem popisují Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 164). Jako příklad uvádějí závislost podnikatelů na veřejných službách. Podnikatel poskytne ubytování, ale díky špatné příjezdové komunikaci návštěvníci nepřijedou, a tak nebude tvořit zisk. Stejně tak opačně, obce nebudou prosperovat bez podnikání malých subjektů, které poskytují služby cestovního ruchu. Ve vyspělých zemích se uplatňuje partnerská spolupráce na principu „3P“ – private, public, partnership.

Soukromý sektor (private) představují ubytovací, stravovací nebo rehabilitační zařízení, cestovní kanceláře a agentury nebo také poskytovatelé kulturních zařízení a služeb, jako jsou lanová centra, kina, lyžařské školy nebo organizátoři koncertů.

Veřejný sektor (public) reprezentují státní instituce jako ministerstva, Czech Tourism, horská služba nebo správa KRNAP. Dále také zde figuruje samospráva jako kraje, města a obce.

Soukromý nebo veřejný sektor (private or public) zastupují hlavně destinační agentury, turistická informační centra, muzea nebo organizátoři různých společenských akcí apod.

Dle Királ'ové a Straky (2013, s. 12) jsou úkoly managementu destinace tyto:

- tvorba koncepcí, strategií nebo realizace výzkumu trhu pro rozvoj cestovního ruchu,
- hledání udržitelné rovnováhy mezi ekonomickým užitekem, náklady na životní prostředí a sociálně-kulturními náklady, které budou mít pozitivní vliv na destinaci,
- zvýšení profitability z cestovního ruchu místních obyvatel,
- maximální uspokojení návštěvníků destinace,
- modernizace technologií,
- na základě styků s návštěvníky a partnery vytvořit design destinace, která bude aktivně prezentována na internetu, výstavách a veletrzích, začlenění se v národních oborových svazech, popřípadě i v nadnárodních sdruženích,
- tvorba souborného produktu a produktových řad včetně komponentů, následně i vytváření cenových strategií,
- komunikace s úřady.

Obecně lze říci, že uvedené úkoly managementu destinace potřebují silnou koordinaci zainteresovaných stran, kde v případě plnění těchto úloh je předpoklad rozvoje cestovního ruchu v dané destinaci.

Kiráľová (2003, s. 22–23) člení přínosy cestovního ruchu v destinaci zejména v oblasti ochrany životního prostředí, ekonomické oblasti a sociálně-kulturní oblasti. Tyto přínosy jsou důsledky dobrého managementu, který je pro rozvoj nezbytný. V oblasti ochrany životního prostředí jsou přínosem příjmy ze vstupného z národních parků, daně a poplatky například za rybářský lístek nebo lázeňské poplatky, které jsou prostředkem pro financování ochrany přírody nebo přírodních zdrojů. Cestovní ruch také přispívá k ochraně životního prostředí díky výchově veřejnosti a kladení důrazu na důležitost destinace. V ekonomické oblasti jsou tyto přínosy značné hlavně ve státním nebo místním rozpočtu nebo také v rozvoji malého či středního podnikání, které je pro cestovní ruch charakteristické. Velký přínos v oblasti zasažené cestovním ruchem je i v místní infrastruktuře – výstavba kanalizace, elektrifikace, silniční síť, letiště apod. Ve sféře sociálně-kulturní se kladné působení cestovního ruchu projevuje tvorbou pracovních míst a sociálním rozvojem nebo zlepšením životní úrovně místních obyvatel, neboť mohou také využívat atraktivitu destinace. Dále se jedná o zachování kulturních tradic, řemesel a historie, které napomáhají k ochraně přírodních a kulturních hodnot místních obyvatel.

Rozvoj cestovního ruchu může mít i stinné stránky, pak o to důležitější je úloha managementu destinace. Nejzásadnější problém vzniká s nadměrným přílivem turistů do destinace a životní prostředí nedokáže unést tento nápor. Může vést k oslabení životního prostředí nebo také k úplnému zničení. Uvádí se například kácení stromů kvůli výstavbě vleků a lyžařských tratí, lesní požáry díky nedbalým turistům nebo odpad na trekkingových stezkách v Andách a Nepálu, které získaly přezdívky „Coca-cola stezka“ nebo „Stezka toaletní papír“. Další negativní dopady může cestovní ruch způsobit také v oblasti sociálně-kulturní a ekonomické. Projevují se v případě, že se změní chování původních obyvatel, což vede k zániku původního způsobu života. Lokální tradice se stanou zbožím, kupříkladu náboženské rituály nebo obřady se stanou pouze výsadou pro návštěvníky, zanikne původní význam těchto tradic. V ekonomickém odvětví se negativa projevují ve skrytých nákladech rozvoje cestovního ruchu. Jedná se zvláště o výstavbu infrastruktury a letišť nebo také neviditelný import, to znamená, že návštěvník požaduje produkty ze zahraničí, které musí do destinace dovážet, a růst cen nemovitostí nebo služeb v důsledku popularity destinace.

Další negativa cestovního ruchu jsou například ekonomická závislost místních na cestovním

ruchu (dle podílu pracovní síly závislé na cestovním ruchu podle WTO (světová obchodní organizace) - až 83 % na Maledivách, 34 % na Jamajce), nebo koupě komplexních služeb all inclusive má za následek nulový profit z turistů pro místní obyvatele. (Királ'ová 2003, s. 22–26)

3.3 Marketing cestovního ruchu

V dřívějších dobách díky převisu poptávky nad nabídkou nebylo potřeba reklamy ani propagace výrobku nebo služby, proto vznik marketingu se datuje až do druhé poloviny 20. století. Marketing se zrodil ve Spojených státech, však významný rozkvět tohoto oboru nastal až po druhé světové válce. Definic marketingu bylo napsáno nespočet, dle Kotlera a Armstronga (2004, s. 30) zní následovně: „Marketing je společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot, při kterém společnosti vytváří hodnotu pro zákazníky a zároveň s nimi budují silné vztahy s cílem získat hodnotu od zákazníků na oplátku.“ Tato definice vysvětluje, že marketing nevytváří pouze oddělení marketingu či jednotlivce, ale je to směr či podnikatelská filozofie celého podniku. Je to soubor činností jako poznání, stimulování a uspokojení potřeb a požadavků zákazníka.

3.3.1 Marketingový výzkum

Boučková a kol. (2003, s 51) dávají důraz na marketingový výzkum a říkají, že: „Bez výzkumu trhu je marketing slepý!“ Výzkum je nepostradatelnou a v určitém směru nejdůležitější součástí marketingu destinace. Nyní je v marketingu rozhodující vlastnit informace než jiné artikly, protože konkurenti mohou napodobit postup nebo produkt, ale intelektuální kapitál napodobí jen velmi komplikovaně, vysvětluje Palátková (2006, s. 84).

Zelenka (2010, s. 29) popisuje různé metody dělení marketingového výzkumu:

- **podle metody získávání informací** – je způsob, jakým bude výzkum proveden, a dále se člení na primární a sekundární marketingový výzkum,
- **podle zaměření a výstupů** – kvalitativní, kvantitativní nebo teoretický výzkum,
- **podle časového hlediska** – lze rozlišovat výzkum zaměřený na minulost (analýza úspěšnosti uvedení výrobku na trh), na současnost (např. současná segmentace zákazníků dle různých kritérií) a modelování a projekce do budoucna (např. vliv změny ceny na prodej apod.).

Primární marketingový výzkum

Primární marketingový výzkum bývá označován jako výzkum v terénu, který se vyznačuje získáváním potřebných informací přímým kontaktem s respondenty. Cíle primárního marketingového výzkumu bývají velmi rozdílné a jsou orientovány na (potenciální) účastníky cestovního ruchu (zkoumáním délky pobytu, spokojenosti zákazníků apod.). Mezi techniky marketingového výzkumu se řadí dotazníkové šetření, anketa, řízené rozhovory, vyhodnocení účinnosti reklamních kampaní atd. (Zelenka, 2010, s. 30)

Zelenka (2010, s. 30) uvádí i výhody a nevýhody marketingového výzkumu. Mezi výhody patří možnost konkrétního zacílení výzkumu na požadované charakteristiky a taky možnost výlučnosti výsledků, protože konkurence nemůže mít výsledky k dispozici. Mezi nevýhody se řadí vysoká spotřeba zdrojů, jako je například čas.

Dotazování je jedna z metod výzkumu, která je nejdéle a také nejvíce používaná. Dotazování se realizuje různými technikami a dotazovány jsou také různé segmenty. Mezi hlavní techniky dotazování patří ústní, telefonické, písemné, online a kombinované. Největší návratnost vyplněných dotazníků je u ústního, kde tazatel předčítá otázky a zaznamenává odpovědi. Zato zase online dotazování je rychlé a variabilní. Otázky v dotazníku můžou mít různou podobu i funkci. Otevřené otázky jsou pro tazatele náročné, protože mohou mít nároky na jeho paměť a většinou jsou neoblíbené. Uzavřené otázky nabízí pouze varianty odpovědí a měly by pokrýt mnoho možností včetně varianty „nevím“. Dále se dotazy dělí na přímé a nepřímé, kde přímá otázka se zaměřuje na podstatu věci, zato nepřímá otázka zastírá svou formulací vlastní smysl dotazu. Používá se v takových případech, kdy by tazatel mohl narazit na bariéry. (Boučková a kol. 2003, s 63–65)

Sekundární marketingový výzkum

Sekundární marketingový výzkum vychází z již dříve publikovaných údajů jak z placených či neplacených zdrojů, například analýzy statistických údajů nebo odborných článků. Mezi hlavní výhody sekundárního marketingového výzkumu patří jeho nízká cena a rychlé získání potřebných výsledků. Nevýhodami jsou dostupná data, jež nemusí být aktuální, nebo není přesně známá technika zpracovávání podkladů, která může vést k nevěrohodnosti výzkumu. Zelenka (2010, s. 34) rozděluje zdroje podkladů sekundárního marketingového výzkumu následovně:

Podle typu organizací/firem mimo jiné:

- státní instituce – ministerstva, Český statistický úřad,
- národní profesní asociace – v cestovním ruchu například asociace hotelů,
- mezinárodní asociace a organizace – asociace leteckých společností,
- poradenské firmy,
- konkurenční subjekty.

Podle typu média mimo jiné:

- odborné časopisy a odborné publikace,
- web,
- denní tisk,
- televize.

3.3.2 SWOT analýza

SWOT analýza slouží k základnímu rozboru aktuálního stavu firmy, organizace nebo také destinace cestovního ruchu. Shrnuje faktory mající vliv na účinnost marketingových aktivit a vede k dosažení stanovených cílů. Horáková (2003, s. 42) vysvětluje, že SWOT analýza „tvoří logický rámec vedoucí ke konkrétnímu systematickému zkoumání vnitřních předností a slabin, vnějších příležitostí a ohrožení i k vyslovení základních strategických alternativ, o kterých může podnik uvažovat“.

SWOT – začáteční písmena anglických termínů:

- Strengths – silné stránky
- Weaknesses – slabé stránky
- Opportunities – příležitosti
- Threats – hrozby

Silné stránky popisuje Horáková (2003, s.42) jako pozitivní faktory, které ovlivňují činnosti podniku nebo také jeho prosperitu. Jsou to různé schopnosti, dovednosti nebo zdroje, které má podnik k dispozici, které napomáhají mít výhodu vůči konkurenci nebo trhu. Mezi ty prospěšné silné stránky se řadí zejména ty věci, které nejdou okopírovat a dlouhou dobu budou přinášet zisk a jsou velkou konkurenční výhodou pro podnik.

Silné stránky destinace cestovního vůči konkurenci na trhu dle Királ'ové (2003, s. 38) mohou být také:

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

Slabé stránky jsou naprostým opakem a jsou to nevýhody oproti konkurenci. Je nezbytné je v co nejkratším čase odhalit a buď snížit jejich vliv na minimum, eventuálně zapracovat na jejich úplném odstranění. Avšak přehnané koncentrování se na určitý nedostatek může mít za následek oslabení silných stránek či postavení destinace na trhu cestovního ruchu. Királ'ová (2003, s. 38) vykládá tyto slabé stránky destinace:

- klimatické podmínky
- cena produktu
- zničené přírodní prostředí
- dostupnost informací
- špatný vztah obyvatel k návštěvníkům
- neznalost jazyka
- terorismus
- politická nestabilita apod.

Příležitosti jsou podle Királ'ové (2003, s. 49) možnosti podniku, kdy s jejich realizací se zvyšují vyhlídky na efektivnější využití zdrojů, které má podnik k dispozici, a taky účinnější realizaci vytyčených cílů. Tato příznivá situace může být velkou výhodou podniku vzhledem ke konkurenci. Výhody mohou pocházet buď z vnějšího prostředí destinace, nebo ze silných stránek destinace. Příležitosti jsou například:

- Rozšíření primární nebo sekundární nabídky
- Změny v legislativě aj.
- Objevení nového tržního segmentu

Hrozby vystupují převážně z externího prostředí. Jedná se o výrazně nepříznivou situaci v okolí podniku nebo destinace a jsou to překážky v činnosti a hrozba pro dobré postavení. Faktory ovlivňující prostředí mohou udeřit jednotlivě nebo v určité kombinaci a zapříčinit zhoršení pozice na trhu. Királ'ová (2003, s. 49) uvádí například tyto hrozby:

- Mezinárodní terorismus
- Směnný kurz měny
- Cena ropy apod.

3.3.3 Marketingová strategie

Marketingová strategie má za cíl dosáhnout cílových trhů nejefektivnějším způsobem. Základem je přesně specifikovat cílový trh, který se dá rozpoznat pomocí marketingového plánu. Marketingový plán umí poukázat na zacílené zákazníky a marketingové úsilí je dále nastaveno tím směrem, kde se cílový zákazník stane jasným středem pozornosti. Pokud organizace nemá přesně vytyčený cílový trh, marketingové úsilí organizace bude zbytečné. Marketingová strategie se opírá o všechny marketingové nástroje a každý z nástrojů může mít vlastní roli v souhrnné strategii. Jedním z nástrojů, který může vést k dosažení cílů, je marketingový mix. (Horáková 2003, s. 71)

3.3.4 Marketingový mix

Marketingový mix je soubor nástrojů, které jsou využívány k získání konkurenceschopnosti produktu nebo služby a také k prorazení na trhu. V marketingové literatuře jsou tyto nástroje rozděleny do čtyř charakteristik označovaných jako čtyři P – product (produkt), price (cena), place (místo) a promotion (propagace). Marketing cestovního ruchu ale obohacuje tuto základní formu marketingového mixu o další 4P – people (lidé), packaging (tvorba balíčku), programming (tvorba projektů) a partnership (spolupráce), uvádí Foret a Foretová (2001, s. 66).

Produkt se rozumí vše, co může být předmětem směny. V současnosti produkt není pouze vlastní zboží či služba, ale zahrnuje také aspekty z hlediska podporující distribuci jako image, obal, značka, nebo v souvislosti s dodávkou, spotřebou nebo likvidací (instalace, poprodejní servis apod.). Používá se také pro toto pojetí výraz slova totální produkt. (Zelenka 2010, s. 87)

Zelenka (2010, s. 88) dále vysvětluje, že v cestovním ruchu má image, značka organizace a destinace nebo atraktivita v ní největší vliv na výběr destinace. Produkt cestovního ruchu

znamená souhrn celé nabídky jak soukromých, tak veřejných organizací, buď přímo podnikajících v tomto odvětví, nebo pouze koordinujících. Patří sem zboží, jako jsou například knižní průvodce, mapy a suvenýry nebo služby, které zahrnují stravování, ubytování, služby průvodců apod.

Cena je dle Jakubíkové (2012, s 230) množství peněz, které je požadováno za přesun produktu od určitého dodavatele ke spotřebitelům. Je to jediná složka marketingového mixu, která tvoří příjem a lze ji velice rychle měnit. Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 115) objasňují, že zákazníci si často vytvářejí představu o destinaci, v které nikdy nebyli, podle cenové úrovně. Cena může na návštěvníky působit jak negativně, tak pozitivně, ale obecně platí, že zákazníci za danou cenu požadují stále větší hodnotu. Cenové nabídky mají významnou roli při podpoře prodeje a v reklamních kampaních. Na cenu mají vliv hlavně aspekty jako nabídka konkurence, výše a struktura nákladů nebo také úroveň poptávky. A co se týče cenových strategií, organizace cestovního ruchu často volí tyto alternativy:

- Diferencované ceny – dle segmentace návštěvníků nebo sezony,
- Cena, která respektuje návratnost investice – sestavení výše vstupného s ohledem na náklady,
- Strategie penetrace – cenový průnik na trh,
- Cenové balíčky – ceny za kompletní služby,
- Psychologické ceny – last nebo first minute, baťovské ceny (999) apod.

Místo a distribuci popisuje Jakubíková (2008, s. 188) jako způsob doručení produktu na místo, které je pro zákazníka nejlepší, v požadovaném čase, množství a kvalitě, dle požadavků a potřeb zákazníka. To je základní cíl distribuce. Vyžaduje také dlouhodobé a kvalitní plánování a rozhodování. Foret a Foretová (2001, s. 71) dodávají, že výše ceny se také projeví na formě distribuce, a to v závislosti na tom, zda daný produkt je prodáván velkými prodejci zájezdů nebo malými cestovními kancelářemi. Navíc vysvětlují, že v marketingu cestovního ruchu otázku místa v souvislosti s distribucí lze chápat nejméně ve třech podobách:

- **Jedná se o atraktivitu místa** – místo vyniká výjimečnými přírodními, léčebnými nebo kulturními podmínkami.
- **Místo je zajímavé svojí polohou** – nachází se na křižovatkách infrastruktury, nebo je úplně „mimo civilizaci“, je součástí velkých center, nebo naopak úplně mimo něj. Místo se nachází většinou nedaleko různých atraktivit.

- **Místo má zajištěnou dopravní dostupnost** – jak do destinace, tak v destinaci cestovního ruchu.

Propagaci vykládá Zelenka (2010, s. 107) jako marketingový nástroj, sloužící pro podporu prodeje nebo marketingovou komunikaci s potencionálním nebo stávajícím zákazníkem. V cestovním ruchu je specifická propagace v tom ohledu, že klade velký důraz na zážitek a emoce, spolehlivost a bezpečnost služeb a odlišnost nabídky. Hlavní složkou propagace je reklama, která je placená a představuje výrobek, myšlenku nebo službu, a je nejvíce viditelná. Další součástí propagace je public relations (ve zkratce PR), což znamená vztahy s veřejností a podpora prodeje, která zahrnuje stimuly působící na prodej. Jedná se především o snižování ceny nebo výhodné cenové nabídky apod. Jedním z hlavních způsobů propagace cestovního ruchu jsou veletrhy a workshopy, články v časopisech nebo internet.

Lidé a lidské zdroje jsou podstatou pro kvalitu cestovního ruchu. Lidé jsou úzce spojeni s nabízeným produktem. Základem úspěchu je vhodný výběr zaměstnanců, ale tak i zákazníků. Špatný zákazník může způsobit konflikty s jinými návštěvníky, a tím odradit mnoho dalších klientů. V destinačním managementu je nutné brát zřetel kromě hostů a zaměstnanců i na místní obyvatelstvo. To může rozvoj destinace a vyšší pohyb návštěvníků uvítat, ale také ne. (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011, s. 136)

Tvorbu balíčků specifikuje Jakubíková (2012, s. 283) jako sestavení komplexního souboru, kde se služby vzájemně doplňují dle potřeb a přání zákazníka pouze za jednu cenu. Balíčky mohou sestavovat hotely, stravovací zařízení, informační centra, ale také cestovní kanceláře. Balíček ve formě zájezdu obsahuje například dopravu, ubytování a stravování, ale může obsahovat mnoho dalších doplňkových služeb, jako je wellnes, animační programy apod. Prodejce balíčků nabízí často větší množství produktů za nižší cenu, než kdyby si položky klient kupoval jednotlivě.

Tvorba programů, vznik partnerství a propojení různých organizací mají za cíl společně vytvořit určitý produkt. Příkladem může být den otevřených dveří organizovaný městy, kde se zapojují galerie, divadla, hotely, ale i domácí obyvatelé a ukazují, co mohou návštěvníkům nabídnout. Projekty seznamují veřejnost s tím, co se chystá. Je potřeba často programy inovovat, aby neztratily na přitažlivosti a nezevšedněly. (Foret a Foretová, 2001, s. 72)

Spolupráce podle Jakubíkové (2012, s. 286) prezentuje krátkodobé nebo dlouhodobé sloučení

subjektů se společnými zájmy a záměry. Hlavním podnětem, proč dochází k uzavírání partnerství ve spolupráci, je výhoda, na kterou by samotný subjekt nedosáhl. Výhody mohou být různé, například snížení nákladů nebo uspokojení potřeb návštěvníků.

3.4 Marketing destinace

Marketing destinace cestovního ruchu uspokojuje potřeby a přání jeho účastníků prostřednictvím nabídky služeb. Marketing destinace je náročný proces koordinace zdrojů s potřebami trhu. V marketingu destinace je důležitá interakce mezi stranou nabídky a poptávky, dále spolupráce aktérů z veřejného a soukromého sektoru se zájmem o územní rozvoj a orientace na požadavky a potřeby návštěvníků (občanů, turistů) s cílem vybudovat společnou územní identitu. (Jakubíková, 2012, s. 39)

Palátková (2011, s. 20) dále vysvětluje, že marketing destinace čerpá ze zdrojů destinace a vhodnými postupy se snaží dosáhnout stanovených cílů a pozitivních výsledků. Je to proces plánování, analýzy, vytváření nových komunikačních strategií, stanovení cílů, využití marketingového mixu a snaha o propojení nabídky s poptávkou po destinaci za účelem uspokojení potřeb návštěvníků nebo zlepšení kvality života rezidentu v dané destinaci.

Dle Palátkové (2011, s. 19) lze marketing destinace vymezit níže uvedenými znaky:

- Uspokojování potřeb, přání a požadavků zákazníka,
- kontinuální proces (marketing není jednorázovým rozhodnutím, ale jedná se o plynulou činnost řízení),
- postup jednotlivých kroků v marketingu,
- marketingová filozofie musí být v zájmu všech v destinaci a nemůže mít výhradní odpovědnost jednoho oddělení,
- potřeby v budoucnu musejí být předpokládány a identifikovány – jedná se o zásadní role marketingového výzkumu,
- vzájemná kooperace subjektů v odvětví turismu a příležitosti ke spolupráci v destinaci,
- zacílení na zisk,
- marketing působí a ovlivňuje sociální a ekonomické oblast společnosti.

4 PRAKTICKÁ ČÁST

Tato část bakalářské práce bude úzce navazovat na část teoretickou. V úvodu bude popsána stručná charakteristika regionu Valašsko a popsána jeho historie. Další kapitola v této části se bude věnovat analýze současné primární a sekundární nabídky cestovního ruchu v této lokalitě. Následovat bude dotazníkového šetření, SWOT analýza a závěrečné vyhodnocení tohoto výzkumu. Budou také navržena různá doporučení, které by mohly vést ke zvýšení atraktivity této destinace.

4.1 Profil regionu Valašsko

Valašsko je jednou z nejosobitějších oblastí České republiky. Valašsko leží na části okresu Zlín a na území celého okresu Vsetín. Lze ho blíže vymezit územím okresu Vsetín, Rožnovem pod Radhoštěm, Frenštátem pod Radhoštěm, Valašským Meziříčím přes Vizovice až po Valašské Klobouky, kde celá oblast končí státní hranicí se Slovenskem. Území nelze vymezit zcela jednoznačně, vyjma východní hranice, která přiléhá ke Slovenské republice. Jako srdce Valašska je většinou pokládáno Vsetínsko, dále pak Valašskomeziříčsko, Rožnovsko, Horní Vsacko a Hornolidečsko. Existují různá hlediska, jak se dá rozsah Valašska ohraničit (dle nářečí, krojů atd.). Dříve bývalo Valašsko tam, kde se provádělo salašnictví. V dnešní době po úpadku salašnictví hraje hlavní roli identita obyvatel – Valašsko se nachází tam, kde se lidé za Valachy považují.

Obrázek 2: Mapa Valašska



Zdroj: Pavel Sušeň, Valašsko, příroda, fotografie, ©2008

4.1.1 Historie

Osídlování této oblasti je datováno od 14. století. Od 16. století do střední Evropy začali migrovat obyvatelé z rumunských Karpat nazývající se „Valaši“ a usídlili se v této kopcovité krajině. Díky těmto obyvatelům nese Valašsko svůj název. Rumuni se velmi rychle smísili s místním obyvatelstvem a přinesli nové způsoby salašnictví, chovu dobytka a hospodaření a založili vznik této tradice. Usedlosti, které vybudovali, se rozprostřely po horských pastvinách Valašska, a daly tak krajině specifický ráz.

Valaši se historicky často bouřili proti vrchnosti nebo víře. Například během třicetileté války došlo na Valašsku k povstání proti Habsburkům a v 18. století Valaši povstali proti katolické vrchnosti, protože většina obyvatel se klonila k evangelické církvi. Evangelická víra zakořenila na Valašsku tak, že je doteď mnoho vesnic s převažujícím evangelickým vyznáním a jsou zde k nalezení vesnice bez honosných katolických kostelů.

Druhá světová válka byla pro Valašsko dramatická. Vzhledem k hornaté krajině se zde začaly uchýlovat partyzánské oddíly a Valaši tyto odbojáře často skrývali ve svých obydlích na samotách. Na jaře roku 1945 okupanti odhalili několik partyzánských úkrytů a vypálili obce Prlov a Ploština, kde také vyvraždili tamní obyvatele. Zásadou obětavých Valachů však dokázal přežít partyzánský oddíl Jana Žižky, který byl největší v protektorátu. Obecně lze říci, že Valašsko bylo v minulosti velmi chudým krajem a lidé v něm museli přežít ve velmi tvrdých přírodních i hospodářských podmínkách.

Lidé na Valašsku povětšinou pracovali v zemědělství a pastevectví, které bylo hlavním způsobem obživy až do 19. století. Sloučením tradic migrantů z východu a původních obyvatel dalo vzniknout velmi specifické kultuře s tradiční hudbou a tanci, vyšívanými kroji, typickou valašskou architekturou a vlastním dialektem. (Štika 2007, s.146–147, 151)

Obrázek 3: Valašský kroj



Zdroj: Bartošův soubor, Valašský kroj, ©2017

4.2 Analýza primární a sekundární nabídky cestovního ruchu na Valašsku

Přítomnost předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu, které jsou hlavními aspekty, proč se do destinace cestuje, představuje primární nabídka, která je úzce spjata s jejím zázemím ve formě sekundární nabídky. Spojení těchto dvou pojetí, jejich rozsah, kvalita i důležitost formují míru atraktivity pro budoucí potenciální návštěvníky. Kapitola se v oblasti primární i sekundární nabídky orientuje výhradně na region Valašsko.

4.2.1 Primární nabídka

Primární nabídka představuje potenciál dané destinace, který má za cíl vzbudit zájem účastníka cestovního ruchu, a být tak hlavním podnětem pro návštěvu dané oblasti. Podkapitola blíže specifikuje individuální složky primární nabídky regionu Valašska. Rozebrány budou přírodní atraktivity, kulturně-historické atraktivity, kulturně-společenské či sportovní akce, ale také i sportovně-rekreační možnosti a využití.

4.2.1.1 Přírodní atraktivity

Mezi přírodní atraktivity patří krajina a její prostředí, které se mohou vyznačovat různými rysy od chráněných krajinných oblastí, skalních útvarů, vodstva přes klimatické poměry až po faunu a flóru nebo členitost terénu.

Území regionu Valašsko je plné hor, pahorků a kopců, mezi kterými se táhnou dlouhá údolí, kde protéká řeka Bečva a její rozvětvené přítoky. Horské území a pastevecký způsob života a kdysi opožděný průmyslový rozvoj zpomalily vliv lidské činnosti na zkulturnění krajiny, a hory si tak uchovaly na několika místech nezničené přírodní krásy. Regionem se táhne pohoří Moravskoslezských Beskyd, jež jsou od roku 1973 chráněnou krajinnou oblastí o rozloze 1 160 km². V této oblasti bylo vyhlášeno 59 maloplošných zvláště chráněných území, a to 7 národních přírodních rezervací, 28 přírodních rezervací a 24 přírodních památek. Mezi nejdůležitější přírodní prvky CHKO Beskydy patří především původní pralesovité porosty, kde se vyskytují vzácné karpatské druhy rostlin a živočichů.

Hlavní dominantou tohoto pohoří na území Valašska je hora Radhošť (1129 m n. m.). K této hoře se vážou kultovní tradice dávných Slovanů, kteří uctívali pohanské bohy. Radhošť je jednou z nejnavštěvovanějších turistických lokalit tohoto regionu. Na území se také rozprostírají Vsetínské, Hostýnské a Vizovické vrchy a do území Valašska také zasahuje horský masiv ze Slovenka Javorníky. (Agentura ochrany přírody a krajiny České republiky, © 2017)

Národní přírodní rezervace

Dle Správy CHKO Beskydy jsou na území Valašska čtyři národní přírodní rezervace. První z nich je přírodní rezervace Pulčín – Hradisko, která se nachází poblíž obce Francova Lhota v okrese Vsetín. Udělení titulu Národní přírodní rezervace lokalita dostala díky skalním útvarům a lesním společenstvím přirozené druhové skladby. Obec Pulčín, ke které NPR přiléhá, je také nejvýše položenou obcí na Valašsku ve výšce 650 m n. m. Další národní přírodní rezervace je již zmiňovaný Radhošť, který se nachází na severní straně stejnojmenné hory. Oblast je chráněná kvůli zachování množství významných rostlinných druhů. U obce Prostřední Bečva vznikl NPR Kněhyně – Čertův mlýn. Tato lokalita je význačná tím, že slouží jako ochrana reliéfu a přírodních ekosystémů Beskydských vrchů, kde také probíhá srovnávací výzkum s cílem zjistit, jak je krajina postihnutá imisemi. Poslední přírodní rezervace se nachází poblíž Velkých Karlovic na Vsetínsku. Jedná se o NPR Razula, která se vyznačuje výskytem porostu jedle a buku pralesovitého rázu nebo výskytem vzácných rostlin a živočichů. Oblast pralesa je i význačnou mykologickou oblastí. (Agentura ochrany přírody a krajiny České republiky, © 2017)

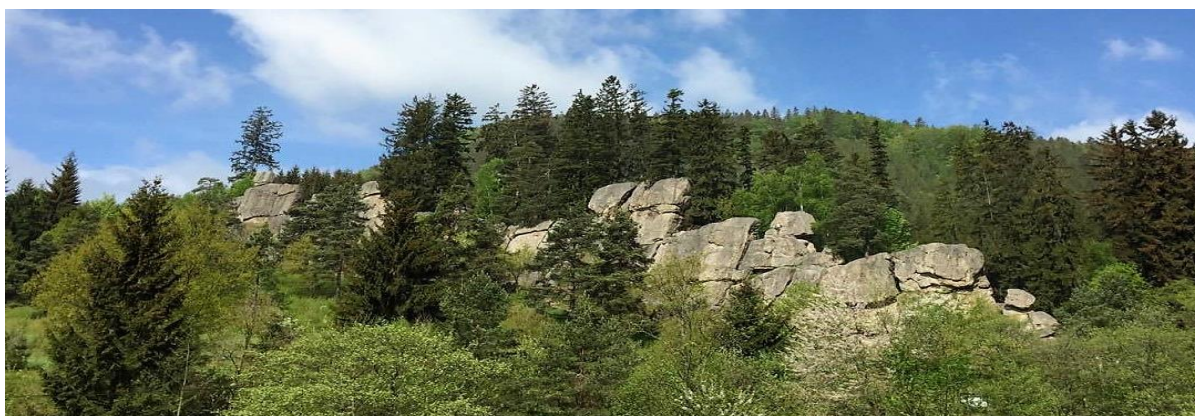
Skalní útvary

Pulčínské skály – nachází se v už zmiňovaném NPR Pulčín – Hradisko. Jsou to pískovcové skály s mnoha výklenky a dutinami. V Pulčínských skalách se nacházejí také pseudokrasové

jeskyně. Jedna z nich je například jeskyně Pod Kazatelnou o délce 30 m, která je ale z části zavalená zřícenými kameny skal. Místy má tento jeskynní prostor až 8 metrů na výšku, vstup do těchto jeskyní je však zakázaný, protože hrozí zřícení skalních bloků (Vencálek a kol. 1993, s. 21). V zimním období jsou nedaleko Pulčínských skal k vidění několikametrové ledové rampouchy, které jsou známé svou barevností. Jsou barevné z toho důvodu, že je zabarvuje mikroskopická řasa žijící v ledu a sněhu. Každoročně se můžou návštěvníci kochat touto ledovou krásou.

Čertovy skály – asi 5 km od Pulčínských skal v obci Lidečko jsou k vidění 150 m dlouhé mohutné pískovcové útvary, které připomínají skalní zed' či hradbu. Čertovy skály jsou chráněné zákonem jako přírodní památka. (Beskydy, © 2015)

Obrázek 4: Čertovy skály



Zdroj: Autor

Vodstvo

Na území Valašska je hojně rozvětvená soustava tekoucích vod, které vévodí řeka Bečva, táhnoucí se celým územím. Na Valašsku se nenalézá mnoho stojatých vodních ploch. V této oblasti se nenachází ani žádná jezera, ale umělých vodních přehrad je zde několik. Největší vodní plocha je zásobárna pitné vody Stanovnice, která zásobuje Vsetínsko i Zlínsko. K rekreačnímu využití slouží přehrada Bystřička, vodní nádrž Balaton u Nového Hrozenkova, nebo přehradní nádrž na Dolní Bečvě a Všemině. Mimo ně je v oblasti ještě několik vodních údolních nádrží nebo i rybníků.

Flóra a fauna

Flóra na Valašsku je velmi bujará a takřka 50 % území pokrývají pouze lesy. Převládají zde jehličnaté lesy skládající se hlavně ze smrku, jedle a borovice. Jsou zde k nalezení vzácné druhy orchidejí a Valašsko je jediná přirozená oblast v ČR, kde se vyskytuje šafrán bělokvětý. „Tato rostlina roste nejbližší našemu území v Alpách,“ uvádí Nekuda (2002, s. 50). Fauna v této lokalitě je také velmi bohatá. V regionu lze spatřit mnoho druhů ptactva a přirozené lesní zvěře jako prase divoké, srny, zajíce, ale také jeleny. Na území se také vyskytují všechny tři největší šelmy českých hor, a to rys, vlk i medvěd.

4.2.1.2 Kulturně-historické atraktivity

Městské a vesnické památkové zóny – podle Národního památkového ústavu se na území Valašska nachází 5 městských památkových zón. Patří sem památková zóna ve Valašském Meziříčí, dvě památkové zóny v Brumově-Bylnici, dále ve Valašských Kloboukách a Vizovicích. Na území jsou také vesnické památkové zóny. Toto označení si vysloužily zejména díky dochovaným stavením prvkům se specifickou lidovou architekturou. Vesnické památkové zóny jsou v obcích Kychová u Huslenek, ve Velkých Karlovicích-Podřatém a ve Zděchově. Na území Valašska se nenachází žádné objekty, které jsou zapsány v seznamu světového dědictví UNESCO. (Národní památkový ústav, © 2015)

Zámky

Zámek Vsetín – dominantou Vsetína je čtyřkřídlý renesanční zámek s téměř 60 metrů vysokou věží a vnitřním arkádovým dvorem, který je umístěn na Horním městě po pravém břehu Bečvy. Je také nejstarší budovou města Vsetína. Zámek prošel několika úpravami a rekonstrukcemi často po ničujících požárech, během kterých přibyl i rozsáhlý zámecký park. V současnosti je zámek kulturním centrem a sídlem Muzea regionu Valašsko. Muzeum spravuje obsáhlé historické, etnografické a umělecké sbírky. (Muzeum regionu Valašsko, © 2017)

Obrázek 5: Zámek Vsetín



Zdroj: Autor

Vizovický zámek – zámek Vizovice vznikl v 16. století přestavbou zaniklého kláštera a tato renesanční stavba dostala jméno Nový Smilheim. Na konci 18. století ho nechal majitel zámku Heřman Hanibal z Blumegan zbourat a na jeho místě vznikl nynější barokní zámek. V 18. století ještě k zámku přibyla zámecká kaple. Návštěvníky láká především monumentální architektura slohu Ludvíka XVI. s hojným vnitřním vybavením, nebo francouzský a anglický park s rybníčkem, které zdobí sochy gladiátorů. (Město Vizovice, © 2017)

Obrázek 6: Zámek Vizovice



Zdroj: Autor

Zámek Kinských – je jedním ze dvou zámků ve Valašském Meziříčí. Původně barokní sídlo správy bylo v 19. stol. přebudováno v empírové panské sídlo, jež bylo majetkem rodů Žerotínů a Kinských. V roce 1949 se do prostor zámku přemístilo valašskomeziříčské muzeum. V současnosti je na zámku stálá expozice s ukázkou bydlení v zámeckém okruhu na přelomu 19. a 20. století nebo expozice skla a gobelínů. K zámku přiléhá přes 6 hektarů rozlehlý park se vzácnými dřevinami, založený na přelomu 18. a 19. století. (Muzeum regionu Valašsko, © 2017)

Zámek Žerotínů – zámek nechal vybudovat v roce 1538 Jan z Pernštejna v renesančním stylu. V 18. století byl kompletně barokně upraven nynějšími majiteli, rodem Žerotínů. K severnímu křídlu přiléhá velmi hodnotný kamenný portál s jejich znakem. Do roku 1815 byl zámek v majetku Žerotínů a následně rodu Kinských, kteří ho roku 1854 prodali rakouskému státu, který ze zámku vytvořil na mnoho desetiletí ženskou věznici. Nyní se v jeho prostorách nachází divadelní sál, který slouží k mnoha významným akcím. (Kulturní zařízení Valašského Meziříčí, © 2017)

Hrady a zříceniny

Na území Valašska se nedochoval žádný z hradů ve své původní podobě. Buď byly dobyty, nebo se na nich podepsal zub času. Ze zřícenin, které se nacházejí na tomto území, jsou:

Zřícenina hradu Brumov-Bylnice – hrad Brumov plnil od počátku svého vzniku významnou strážní a obrannou funkci a první písemná zmínka o něm pochází z 13. století. Zřícenina je pozůstatkem královského hradu, jehož úkolem v minulosti bylo střežit důležitou cestu Vlárským průsmykem. O tomto hradu toho není známo mnoho. V 18. a 19. století se ztratily dokumenty z archivu a poznatky o dějinách hradu vycházejí hlavně z archeologického výzkumu nebo jiných archivů. V roce 1820 hrad zažil již několikátý požár v pořadí a od té doby se z něho stala ruina. Zřícenina hradu nabízí přístup do bývalých sklepních i nadzemních prostor, kde sídlí expozice o historii hradu. (Hrad Brumov, © 2017)

Hrad Lukov – tato zřícenina hradu je zasazena do malebné přírody Hostýnských vrchů nedaleko stejnojmenné obce Lukov. První zmínky o jeho založení sahají do začátku 13. století, což z něj dělá jeden z nejstarších hradů na Moravě. Před hradem bylo vystavěno velké předhradí a hrad Lukov prošel renesanční úpravou. Hrad byl několikrát dobyt a obsazen. Pevnost se také dostala do rukou Švédů, kteří ji v roce 1643 vypálili. Důležitost hradu Lukov postupem času upadala, až se z něho stal zdroj levného stavebního materiálu. Díky dlouholeté práci

dobrovolníků se hrad proměnil ve vyhledávaný turistický cíl. V roce 2016 bylo hradu uděleno vyznamenání Památka roku České republiky. (Hrad Lukov, © 2015)

Hradisko – komplex ostatků zdí, příkopů, hradeb. Brána a střílny připomínají hrad původně vybudovaný ve 14. stol. u Rožnova pod Radhoštěm. Hrad se skládal z dvojice paláců propojených hradbami, příkopy a valy a sloužil především jako ochrana před uherskými nájezdníky. Hradního sídla se zmocnil loupeživý rytíř a v první polovině 16. století byl na příkaz císaře rozbořen. (Východní Morava, © 2017)

Církevní památky

Kostel Nanebevzetí Panny Marie – kostel se tyčí ve Vsetíně v části Horního města vedle vsetínského zámku. Katolický kostel Nanebevzetí Panny Marie vznikl přestavbou nového zámku v 17. století. Interiér kostela se pyšní malbou Cyrila a Metoděje mezi Valachy. (Informační centrum Vsetín, © 2017)

Evangelický kostel Dolního sboru – zachovalá empírová kostelní stavba z 18. století prošla zásadní změnou v 19. století rukou stavitele Michala Urbánka podle návrhu Dušana Jurkoviče. Ve Vsetíně stojí dva kostely Českobratrské církve evangelické. V těsné blízkosti byl po rozdělení evangelické církve postaven evangelický kostel Horního sboru. (Informační centrum Vsetín, © 2017)

Kostel Navštívení Panny Marie – tento barokní kostel je dominantou obce Zašová, pocházející z 18. stol. V jeho interiéru je jednotné barokní vybavení a vážený obraz Navštívení Panny Marie s dítětem. Kostel měl mnoho využití. Sloužil jako fara, dílna na gobelíny, soukromá dívčí škola, dívčí internát a od roku 1985 je využíván ústavem sociální péče. (Hrady, © 1995–2017)

Kostel Nejsvětější Trojce – je z části roubená renesanční stavba z 16. století. Kostel se nachází nedaleko zámku Žerotínů ve Valašském Meziříčí. Dnešní vzhled kostel získal v 18. století díky jeho rozšíření. Hodnotnými díly jsou renesanční náhrobek nebo barokní sousoší Kalvárie. (Muzeum regionu Valašsko, © 2017)

Kostel Panny Marie Sněžné – je dřevěný roubený kostel v barokním stylu postavený místními tesaři v letech 1752–1754 po půdorysu řeckého kříže. Zajímavostí je, že při stavbě se nepoužil

žádný hřebík, pouze dřevěné kolíky. Nad středem svatyně dominuje barokní věž se dvěma zvony. Karlovský kostel je označován za nejkrásnější církevní stavbu na Moravě. Kostel je chráněn jako kulturní památka České republiky a denně se zde konají bohoslužby. (Velké Karlovice, © 2012)

Kaple Cyrila a Metoděje – tato kaple stojící na hoře Radhošť je ve své výšce 1129 metrů nejvýše položenou církevní stavbou v České republice. Byla postavena v roce 1898, ale současný vzhled dostala až v první polovině 20. století, kdy kaple byla obložena šindelem a byla dostavena zvonice. Interiér zdobí sedm oken, na kterých je zobrazen život věrozvěstů. Před kaplí bylo v roce 1931 instalováno sousoší Cyrila a Metoděje z bronzu spolu se sochou pohanského boha Radegasta vzdáleného zhruba 2 km od kaple směrem na Pustevny. Z hory Radhošť pochází také jeden ze základních kamenů Národního divadla. (Stoklasa, 2011, s. 9)

Obrázek 7: Kaple Cyrila a Metoděje



Zdroj: Autor

Rozhledny

Jurkovičova rozhledna – nad Rožnovem pod Radhoštěm se tyčí unikátní Jurkovičova rozhledna, která byla otevřena veřejnosti v roce 2012. Tento architektonický skvost je 31 metrů vysoký ve výšce 480 m n. m. a veškeré práce na rozhledně byly prováděny ručně tradičními metodami. Rozhledna byla postavena podle návrhu architekta Dušana Jurkoviče, který plán stavby nakreslil už v roce 1896. Jurkovič je autorem mnoha pro Valašsko typických staveb jako například chalup Maměnka a Libušín na Pustevnách. (Východní Morava, © 2000–2017)

Rozhledna Vartovna – rozhlednu lze najít mezi Vsetínem a Vizovicemi na nejvyšší hoře Vizovických vrchů. Rozhledna vysoká 37 metrů má tvar moderní kovové spirály s točitým schodištěm. Vrchol Vartovna dříve soužil jako strážná hora, kde vojáci zapalovali ohně před blížícím se nebezpečím, a nyní je protkaná mnoha turistickými trasami. Při jasném počasí lze vidět horu Radhošť, Lysou horu, Malou Fatru a při výborné viditelnosti i Tatry. (Vartovna, © 2009)

Valašská architektura

Valašské muzeum v přírodě – se nachází v Rožnově pod Radhoštěm a jedná se o nejstarší a největší skanzen ve střední Evropě. Jeho výjimečnost tkví v tom, že se zaměřuje na zachování lidových staveb nebo udržování místních tradic a obyčejů, ale snaží se i o záchranu původních živočichů a rostlin. Valašské muzeum v přírodě bylo založeno v roce 1925 a skládá se ze tří částí: Dřevěné městečko, Valašská dědina a Mlýnská dolina.

Dřevěné městečko je nejstarší částí skanzenu. Byly zde přemístěny domy z rožnovského náměstí, Velkých Karlovic nebo Ústí u Vsetína. Součástí areálu jsou obytné domy i hospodářské objekty, hospody (v hospodě U Vašků je možné ochutnat valašskou kyselici nebo frgály), radnice, pálenice či zvonice a další.

Valašská dědina je vyobrazením původního života obyvatel na vesnici. Stojí zde 30 staveb jako kovárna z Lutoniny, koliba z Nedašova nebo fojtství z Lidečka. Interiéry těchto domů zachycují život a podobu bydlení od poloviny 19. století. Vedle těchto objektů jsou i malá políčka, na kterých se pěstují původní plodiny. Při prohlídce se může návštěvník setkat s různými zvířaty jako koňmi nebo stádem ovcí.

Mlýnská dolina je nejmladší areál otevřený až v roce 1982. Nachází se zde věrná kopie mlýna,

pily a valchy, která existovala v polovině 19. století ve Velkých Karlovicích. Je zde také lisovna oleje ze 17. století a ke zhlédnutí jsou unikátní mechanismy poháněné lidskou i vodní silou. (Stoklasa, 2011, s. 66)

Obrázek 8: Stavení ve Valašské dědině



Zdroj: Autor

Karlovské muzeum – vedle kostela Panny Marie Sněžné ve Velkých Karlovicích se tyčí roubená fara s chlévem pro dobytek a kupecký Barvičův dům, který je napůl zděný a napůl kamenný. V současnosti slouží jako Karlovské muzeum s exponáty popisující způsob života v tomto rázovitém koutu Valašska. V muzeu je vystaveno salašnické a zemědělské nářadí, lidové kroje a nářadí ke zpracování vlny. Nachází se zde i galerie, kde se konají výstavy. (Velké Karlovice ©2017)

Mikulaščíkovo fojtství – roubená budova fojtství nacházející se v obci Jasenná z poloviny 18. století se řadí k nejhodnotnějším lidovým památkám jihovýchodní Moravy. Usedlost rodiny Mikulaščíků je velká patrová stavba s pavlačí a součástí fojtství je 5 světnic s dochovaným typickým zařízením. Toto fojtství je vzorem sociální nerovnosti ve vesnici, kde fojt měl ojedinelé postavení, dohlížel na chod vesnice a plnění povinností a nepracoval. Interiér se pyšní původním vybavením, zdobeným sklem, kroji a je zde situována i pamětní síň obce. Mikulaščíkovo fojtství je největší soukromé muzeum na celém území ČR. (Obec Jasenná, ©2017)

Zachovalý soubor dřevěnic v Račkově – Račkov je součástí města Karolinka a dochovalo se zde 26 objektů lidové architektury na původním místě. Stavby byly jednotlivě budovány postupně od 18. století. Jedná se o cenný soubor rodového shluku několika chalup doplněný

komorami, stodolami, chlívem, ovčínem, kamenným sklepem a dřevníkem. Nedávno byl areál rozšířen o tři převezené objekty a stylovým roubeným šenkem. Podobný shluk původních chalup se nachází i v obci Rusava v Hostýnských vrších. Tyto roubené stavby byly vybudovány v chudém jihovalašském stylu, nicméně po roce 1945 byly některé stavby necitlivě přestavěny nebo úplně zmizely. (Turistika, © 2007–2017)

Pustevny – jsou turistické centrum na horském sedle mezi horami Radhošť a Tanečnice. Řadí se k nejznámějším a nejnavštěvovanějším střediskům v Beskydech. V roce 1891 tu členové Pohorské jednoty Radhošť otevřeli útulnu zvanou Pústevňa a již v roce 1899 byly vybudovány ikonické objekty Pusteven – Maměnka a Libušín. Tyto skvostné stavby byly dílem Dušana Jurkoviče a na výzdobě interiéru chaty Libušín se podílel také Mikoláš Aleš. V roce 1997 Maměnka i Libušín prošly rekonstrukcí a následně byly prohlášeny za národní kulturní památku. Libušín v roce 2014 vyhořel kvůli špatně opraveným kamnům a následně byl celý stržen. Na jeho místě se nyní staví nová chata ze sbírky pořádané Valašským muzeem v přírodě. Pustevny jsou výchozím bodem k výšlapu na horu Radhošť, kde se tyčí socha Radegasta, nebo ke kapli Cyrila a Metoděje. Pustevny jsou také velkou turistickou křižovatkou a je zde také možnost využít zapůjčení koloběžek, elektro-koloběžek a v zimním období sněho-běžek. K tomuto turistickému centru vede silnice 3. třídy, lanovka z Trojanovic nebo mnoho turistických tras. (Stoklasa, 2011, s. 16)

Obrázek 9: Pustevny, chaty Maměnka a Libušín



Zdroj: Itras, to nej z české krajiny, © 2009–2017

Památník Ploština – v blízkosti Valašských Klobouků je místo zvané Ploština, kde až do roku 1945 stávala pasekářská osada. Na sklonku války v dubnu roku 1945 byla osada vypálena německými okupanty jako odplata za skrývání a poskytnutou podporu partyzánům. Smrt zde našlo 24 obyvatel. V roce 1975 byl zde postaven památník obětem tragédie na Ploštině a je tu k vidění stálá expozice věnována historii protifašistického odboje ve Zlínském kraji. Ploština byla prohlášena národní kulturní památkou. Nedaleko Ploštiny je další nacisty vypálená osada Vařákovy paseky. Na tomto místě je vzpomínková tabule a zachovaly se základy vypálených domů. Byla vypálena také obec Prlov, kde bylo zavražděno 15 lidí, a v obci Leskovec vypálen mlýn, kde příslušníci SS vyvraždili rodinu Juříčkovu včetně tří dětí. Všude ve výše zmíněných místech obyvatelé schovávali odbojáře. (Muzeum Jihovýchodní Moravy, © 2011)

Ballnerova hvězdárna – tato technická památka z roku 1929 je nejstarší svého druhu na Moravě. Od roku 1994 probíhala rekonstrukce historického objektu hvězdárny a od roku 2001 je Ballnerova hvězdárna součástí nové hvězdárny ve Valašském Meziříčí. Nyní je hvězdárna otevřena veřejnosti. (Valašské Meziříčí, © 2016)

Rožnovské pivní lázně – původně Rožnovský pivovar byl v roce 2010 rozšířen o pivní lázně. Historie pivovaru sahá až do roku 1712. Pivovar vlastnily významné šlechtické rody jako Žerotínové nebo rod Rothschildů. Pivovar je vybudován z hradního zdiva hradu Hradisko. Jeho areál byl v průběhu staletí různě rozšiřován a modernizován, ale po znárodnění byla měděná varna piva rozřezána a sešrotována. Tradice vaření piva byla obnovena až v roce 2010 spolu s otevřením pivovarských lázní v centru Rožnova. V nabídce jsou široce rozsáhlé služby alternativního léčení i klasických lázeňských procedur včetně koupelí v pivu. Návštěvníci mohou také zavítat do pivovarské restaurace, čerstvě ohodnocené třemi hvězdami od známého šéfkuchaře Zdeňka Pohlreicha. (Stoklasa, 2011, s. 74)

4.2.1.3 Kulturně-společenské atraktivity

Valašsko je velmi bohatá oblast na kulturně-společenské atraktivity a události. Téměř v každé obci se konají různé tradiční akce typické pro tuto lokalitu. Pravidelné kulturní akce, ke kterým patří například koncerty, jarmarky, festivaly apod., mohou příznivě rozvíjet cestovní ruch v dané oblasti. Níže uvedu nejvýznamnější z nich.

Rožnovské slavnosti – je mezinárodní folklórní festival, který se koná v rožnovském muzeu v přírodě a má svoji tradici téměř 40 let. Trvá tři dny a během nich vystoupí přes 800 českých i zahraničních účinkujících.

Na programu jsou hudební i taneční vystoupení v jedinečném prostředí Valašské dědiny. Festival se koná většinou začátkem července.

Liptálské slavnosti – taktéž se jedná o folklórní festival v obci Liptál nedaleko Vsetína. Historie těchto slavností sahá až do roku 1970, kdy byla v Liptále postavena bysta akademického malíře Jana Kobzáně a při této příležitosti „ogaři a cěrky“ souboru Lipta uspořádali taneční program. Akce měla takový úspěch, že se každoročně opakuje a účinkující představují svým návštěvníkům tradice, písně a tance z celého světa. Na pódiu se pravidelně objevují taneční soubory z Kostariky, Indie, Mexika nebo Gruzie. Podobná akce se pořádá také ve Vsetíně pod názvem Valašský krpec ve dvouletých intervalech vždy začátkem června.

Jánošíkův dukát – Valašské muzeum v přírodě v Ronově pod Radhoštěm pořádá festival slovenského folklóru. Je to taktéž třídní akce. Vrcholem této akce je mistrovství Valašského království ve stloukání másla, které se těší velké oblibě. Součástí festivalu je i jarmark lidových řemesel. Janošův dukát se koná každoročně vždy začátkem srpna.

Gulášfest ve Valašském Meziříčí – je dvoudenní akce, kde mohou návštěvníci ochutnat na 30 druhů gulášů a těšit se z bohatého hudebního programu. Pravidelně zde vystupují hvězdy typu No Name nebo Monkey Business. Rodiny s dětmi uvítají lunapark nebo tradiční klání o největšího jedlíka. Koná se vždy v prázdninových měsících.

Valašské záření ve Vsetíně – je tradiční kulturní akce napříč mnoha žánry, určená pro všechny generace, kde se Vsetiňané loučívají s létem. Jsou to tři dny plné koncertů, divadel, filmových projekcí a zábavy.

Karlovský gastrofestival – je svátkem všech milovníků valašské gastronomie a regionálních produktů. Konají se zde soutěže frgálů a klobásek, kuchařská show či farmářský trh. K této příležitosti bývají pozváni i kuchaři ocenění michelinskou hvězdou. Karlovský gastrofestival se během předešlých let zařadil mezi největší gastro akce svého druhu v ČR.

Mikulášský jarmek ve Valašských Kloboukách – jarmek plný krásných lidových tradic, starodávných zvyků a řemesel, skvělých valašských specialit, mikulášských průvodů a pestrých kulturních vystoupení. Každoročně jej navštíví tisíce lidí.

Vánoce na dědině v Rožnově pod Radhoštěm – návštěvníci zde mohou zakusit kouzlo minulých časů vánočních. Valašské muzeum v přírodě pravidelně připravuje dobové vánoční pokrmy, ukázky starých řemesel i to, jak se dříve trávily Vánoce na Valašsku. Zaměstnanci

muzea se promění v dobové statkáře a hospodyňky a k vidění je i živý betlém. Prostředí působí jako oáza klidu v uštvaném předvánočním čase.

Masters of Rock – je největší rock-metalová událost v České republice konaná v areálu likérky Rudolfa Jelínka ve Vizovicích. Na tomto festivalu účinkují slavné metalové kapely z celého světa jako Scorpions, Helloween apod. a navštíví jej desetitisíce lidí. V tomto areálu se také koná akce Vizovické trnkobraní.

Sklářský jarmark – součástí této akce je ukázka sklářských výrobků a prohlídka skláren v Karolince. Karolinská sklárna má více než 140letou tradici a byla po celá léta hlavním zdrojem obživy pro mnoho lidí ve městě. Mistrovská díla zdejších sklářů byla známá i za hranicemi České republiky. Jarmark se koná každoročně v srpnu.

Ledové sochy na Pustevnách – výstava soch z ledu, která zaujme malého i velkého návštěvníka. Sochy jsou k nalezení ve dvou stanech a v každém z nich s jinou tematikou. V loňském roce to byl podmořský svět a život brouků. Na Pustevnách také vyrůstají sochy ze sněhu, ledový bar, ale také spousta atrakcí pro děti.

4.2.1.4 Sportovně-rekreační možnosti a využití

Cykloturistika

Valašsko je ráj pro všechny milovníky cyklistiky. Členitost regionu umožňuje využít přes 700 km dlouhé cyklotrasy napříč celým Valašskem. Návštěvníci si mohou vybrat jak trasy náročné, vedoucí z údolí na hřebeny hor, tak trasy jednodušší, které lemují údolí, například cyklostezka Bečva. Povrchy tras jsou rozdílného charakteru, od pevných cest až po těžké horské terény. Cyklotrasy zavedou návštěvníka do typické valašské krajiny mezi malebné louky, hluboké lesy a roztroušené valašské chalupy na samotách.

Nejvýznamnější cyklostezkou v regionu Valašsko je cyklostezka Bečva. Tato cyklostezka se skládá ze tří částí a je téměř 153 km dlouhá.

Obrázek 10: Cyklostezka Bečva



Zdroj: Cyklo Přerov, © 2015

První část cyklostezky se nazývá Vsetínská (Velké Karlovice – Vsetín – Valašské Meziříčí) a táhne se podél řeky Bečvy, tento úsek měří 57 km. Převýšení na trati dosahuje 359 výškových metrů, ale přesto je trasa kvalifikována jako lehká. Trasa je z 95 % asfaltová, proto zde najdou využití i in-line bruslaři a rodiny s dětmi. Na trase může návštěvník obdivovat krásnou přírodu, lidovou architekturu a může ochutnat místní speciality v hospůdkách podél cyklotrasy. Na Novém Hrozenkově je také možnost koupání v místním oblíbeném přírodním koupališti „Balaton“.

Druhá část cyklostezky je pojmenovaná Rožnovská (Horní Bečva – Rožnov pod Radhoštěm – Valašské Meziříčí) a lemuje rožnovskou větev řeky Bečvy a je 31 km dlouhá. Je to opět nenáročná trasa s převýšením 254 metrů a z převážné části zpevněná asfaltem. Cyklostezka vede kolem Valašského muzea v přírodě, kde je pro cyklisty k dispozici úschovna kol. Následně se návštěvník může zchladit v přírodním koupališti v Horní Bečvě nebo i obci Zubří na místním koupališti. Je vhodná pro rodiny s dětmi.

Třetí úsek (Valašské Meziříčí – Tovačov) je nejdelší o délce 65 km a s nejmenším převýšením, jen 97 m. Tato část cyklostezky však pod území Valašska již nespadá.

Další oblíbená cyklotrasa nese název Velká podkova (Vsetín – Vsacký Cáb – Soláň – Kasárna

– Portáš – Makyta – Huslenky – Vsetín). Délka cyklotrasy je 90 km a převýšení 731 výškových metrů. Trasa je řazena jako velmi náročná a nenachází se na ní téměř žádné zpevněné cesty. Tato trasa je vhodná pouze pro horská kola a velmi zdatné cyklisty. Po celé trase jsou k dispozici restaurace s občerstvením a mnoho sestupových tras do údolí řeky Bečvy, kterou lemuje stejnojmenná cyklostezka.

Další oblíbené cyklotrasy na Valašsku:

- Velký okruh na Pustevny a Soláň (délka 65 km, náročná trasa)
- Malá podkova (délka 57 km, středně náročná)
- Okolo Vsetína (délka 38 km, náročná trasa)
- Z Velkých Karlovic na Soláň (délka 27 km, středně náročná) aj.

Valašsko je každoročně i dějištěm různých cyklistických závodů, jeden z nich je Valašský krpál, kdy závodníci musejí na třináctikilometrové trase zdolat převýšení 542 metrů za co nejkratší čas, nebo závody horských kol Valašský pohár.

Pěší turistka

Na Valašsku se nachází tras, procházející nádhernou krajinou plnou historických památek této lokality. Lze tu najít nespočet lehkých a středně náročných hřebenových tras s krásnými výhledy, nebo i několik náročných tras pro několika denní túry. Destinace Valašsko lze rozčlenit do tří celků dle pohoří, které do lokality zasahuje, a to na Moravskoslezské Beskydy, Vsetínské vrchy a Javorníky.

Moravskoslezské Beskydy mají mnoho krásných a nejfrekventovanějších turistických tras a naučných stezek regionu. Síť tras je hustá a dobře značená. Jsou zde buď hřebenové lehčí trasy nebo značení výstupové trasy na vrcholy hor. Nejvyhledávanější turistickým cílem je hora Radhošť a Pustevny, k čemuž pomáhá nedaleké, často turisty vyhledávané město Rožnov pod Radhoštěm a lanovka z města Trojanovice.

Nachází se zde základní tři hřebenové trasy:

- Pustevny – Kněhyně – Horní Čeladní s délkou 10 km se řadí ke středně náročným trasám.
- Pindula – Pustevny – Třeštík je středně náročná trasa o délce 28 km.
- Pustevny – Ráztoka – lanovka – Frenštát p. R je lehká trasa o délce 9 km vhodná pro

rodiny s dětmi

Další naučné stezky v okolí hory Radhošť jsou:

- Naučná stezka Radhošť, trasa měří 4,5 km a vede z Pusteven ke kapli na Radhošti
- Naučná stezka Čertův mlýn je trasa lehká o délce 7 km. Trasa vede od Martiňáku přes skalní útvar na hřebeni Čertova mlýna a jezírko Mořské oko na Pustevnách. Na Martiňáku, kde nyní stojí chata s občerstvením, byla za války byla jedna z hlavních partyzánských základen.

Vsetínské vrchy nabízejí turistům trasy různého typu a náročnosti. Značené turistické trasy vedou prakticky ze všech obcí této lokality. Vsetínské vrchy mají i několik turistických chat jako chata Soláň, chata na Cábě nebo koliba na Čartáku, které návštěvníkům nabízejí občerstvení i přenocování.

Vsetínské vrchy mají tři základní trasy:

- Vsetín – Bystřička – Velká Lhota – Rožnov pod Radhoštěm měří 28 km a je nenáročná.
- Huslenky – Cáb – Rožnov pod Radhoštěm je náročná trasa o délce 23 km.
- Vsetín – Soláň – Bumbálka je základní hřebenová trasa, která dosahuje délky 44 km o středně náročnosti.

Ve Vsetínských vrších se každý rok v květnu pořádá Valašský špacír. Je to pěší závod s cílem ujít 100 km po valašských kopcích za 24 hodin, startující i končící ve Vsetíně. Účastní se ho kolem 250 startujících.

Javorníky jsou dobře přístupná oblast údolí Vsetínské Bečvy. Turistické trasy po hřebenech Javorníků zasahují až za hranice Slovenské republiky. Často se mluví o hřebenovce napříč Javorníky jako o nejkrásnější v České republice. Výchozím bodem do Javorníků jsou Velké Karlovice, Halenkov, Hovězí nebo Vsetín.

Páteřní turistické trasy Javorníků:

- Bumbálka – Velký Javorník – Kohútka – Halenkov je trasa dlouhá 38 km se střední náročností.
- Střená – Pulčínské skály – Valašská Kyčera je mírně obtížná trasa o délce 17 km a

navazuje na první část základní turistické trasy přes Javorníky.

Lyžování

V zimním období je Valašsko jedním z nejvyhledávanějších regionů České republiky zejména pro široké zázemí sjezdového nebo běžecké lyžování. Ideální podmínky pro tyto sporty nabízí prakticky celá centrální oblast destinace. Po celém Valašsku se nachází bezmála 50 lyžařských středisek. Některá střediska jsou vybavena sedačkovými lanovkami a nabízejí i další služby jako lyžařské školy a školky, večerní lyžování, půjčovnu lyží a snowboardů nebo sánkařské tratě.

Nejnámější a nejnavštěvovanější jsou v okolí Velkých Karlovic, Prostřední a Horní Bečvy a Kohútky a Pusteven. Velkou výhodou je, že lyžařské areály jsou od sebe vzdáleny maximálně 20 minut jízdy autem a návštěvníci si mohou zakoupit skipas s volným vstupem do všech areálů.

Valašsko je rájem i pro vyznavače běžeckého lyžování. V zimních měsících se na cyklostezkách a cyklotrasách strojově upravuje běžecká stopa a návštěvníci mají k dispozici přes 200 km běžeckých tras zimní valašskou krajinou. Mezi nejkrásnější trasy se řadí 17 km dlouhá trasa kolem Vsackého Cábu a mezinárodní hřebenovka Javorníky. Oblíbené jsou i okruhy v lokalitě Velké Karlovice nebo běžkařské stezky na Pustevnách.

Koupání

Po náročné túře nebo zdolání některých z vrcholů na kole jsou koupaliště vyhledávaným cílem turistů. Návštěvníci se v letních měsících mohou zchladit v některých z již už jmenovaných přírodních koupališť. Nejvyhledávanějším místem ke koupání je vodní nádrž Balaton u Nového Hrozenkova, kde mohou návštěvníci také využít moderní areál s písčítým hřištěm na plážový volejbal nebo akrobatický můstek pro skoky do vody. K odpočinku a vodním sportům lákají i další vyhledávané vodní nádrže Horní Bečva a Bystřička či Všemina. Na všech místech je vybudováno zázemí s bohatým občerstvením a vodní nádrže jsou situovány do malebného prostředí valašských kopců.

V regionu lze nalézt také několik koupališť nebo městské lázně. Největší městské lázně jsou ve Valašském Meziříčí, které disponují prvky aquaparku, a ve Vsetíně s množstvím atrakcí pro děti.

Golfová hřiště

Valašsko nabízí několik možností pro příznivce golfu. Mezi venkovní golfové hřiště patří Golfový klub Kouty ve Valašském Meziříčí, Golf Club Horal ve Velkých Karlovicích, Valašský golfový klub v Rožnově pod Radhoštěm nebo Búrov Golf Club ve Valašské Bystřici.

Agroturistika

Agroturistika je v dnešní době vyhledávaný nástroj k rozvoji cestovního ruchu v regionu Valašsko. Bohužel při zadání do internetového vyhledávače pojem agroturistika na Valašsku nebyla k nalezení žádná komplexní stránka, kde by byl přehled těchto zařízení. Po hlubším bádání na internetu lze najít pouze dva objekty v celé lokalitě, které poskytují služby agroturistiky. První z nich je penzion Severka ve Valašské Senici, kde může návštěvník vyzkoušet pasení oveček, hospodáře na zkoušku, projížďku na koních či ponících nebo také uzení masa.

Další je Dvůr u Kříža ve Velkých Karlovicích. Zde je možné vyzkoušet péči o koně a stáj, pasení oveček či sečení kosou. Tato zemědělská usedlost se zaměřuje převážně na jízdu na koni a má k dispozici tři kobylinky.

Na Valašsku je větší měrou rozšířená hipoturistika. Chov koní má v této lokalitě dlouhou tradici. Valašsko je kolébkou dostihového sportu díky panu Holčákovi, který svými výbornými trenérskými schopnostmi vytrénoval několik dostihových šampiónů. Rozvoj hipoturistiky na Valašsku podporuje organizace Hyje.cz, který nabízí návštěvníkům okruh Valašskem z koňského hřbetu. Tato forma turistiky na koni má v současné době finanční podporu od Zlínského kraje, neboť si uvědomuje příznivých přírodních podmínek této destinace pro růst této volnočasové aktivity.

Na serveru Hyje.cz jsou uvedeny tyto stáje, které poskytují služby hipoturistiky. Prvním z nich je jezdecká stáj s názvem Dvůr na Hradisku v Rožnově pod Radhoštěm. Tato stáj nabízí jak soukromé lekce výuky jízdy na koni, tak vyjížďky valašskou krajinou. Tato jezdecká stáj poskytuje svým hostům také ubytování přímo v areálu. Stejně služby poskytuje také již už zmiňovaný Dvůr u Kříža ve Velkých Karlovicích, Penzion pod přehradou v Horní Bečvě nebo ranč Bučiska také v Rožnově pod Radhoštěm. Pouze jezdecké služby bez možnosti ubytování poskytuje farma Vystrkov v Poličné a asi největším jezdeckým zařízením je Jezdecký klub Valašsko na Dolní Bečvě, kde je ustájeno na 50 koní a nabízí služby jezdecké školy nebo vyjížďky s průvodcem.

Relax a wellness

Náročná klientela se může na Valašsku ubytovat v nadstandartních hotelech jako Wellness hotel Horal, hotel Galik, Horský hotel Soláň, Spa hotel Lanterna, Hotel Duo na Dolní Bečvě, Wellness hotel Energetic v Rožnově pod Radhoštěm nebo Hotel Abácie ve Valašském Meziříčí a využít mimo základních služeb i doplňkové wellness služby. V posledních letech se úroveň wellness služeb velmi zlepšila a Valašsko je nyní vyhledávanou turistickou destinací i díky vysoké úrovni těchto služeb. Výše jmenované hotely disponují převážně také tenisovými kurty, bazény i možnostmi využití různých gastronomických zážitků.

Další sportovně rekreační využití

Lanové centrum – má název Gibon park a je vhodným místem pro aktivní odpočinek v lesoparku v Rožnově pod Radhoštěm. Nabízí adrenalinové zážitky v podobě lanového centra, obří padesátimetrové skluzavky, trampolínového pole nebo trenažéru býka.

Pro vyznavače pasivního sportu Valašsko poskytuje také mnoho vyžití. Například ve Vsetíně je velmi oblíbený hokej, který svého času vyhrával nejvyšší extraligové soutěže, ale fandit se na Vsetíně nepřestalo dodnes a zpravidla na každý zápas je vyprodaný třítisícový stadion. Dále již neodmyslitelně patří na Valašsko automobilová rallye. Vyznavači silných motorů a adrenalinové jízdy si nenechají ujít březnovou Valašskou Rally nebo Barum Rally konající se v srpnu. Na Valašsku se jezdí nejnáročnější, ale také nejkrásnější automobilové závody v České republice.

4.2.2 Sekundární nabídka

4.2.2.1 Ubytování

Nabídka ubytovacích zařízení v oblasti Valašska je různorodá. Návštěvník si může vybrat z různých typů zařízení jako hotely, penziony, chaty, turistické ubytovny i objekty v soukromém vlastnictví. Ubytovací zařízení jsou většinou soustředěována kolem turistických center, jako je Rožnov pod Radhoštěm, Velké Karlovice a okresní město Vsetín, a do horských oblastí regionu. V destinaci Valašsko se však nachází mnoho vesnic, ve kterých turista ubytování nenajde. Menší hotely a penziony nenabízí mnoho doplňkových služeb a často jsou zacíleny na jednodenní turisty. Tyto hotely jsou často levné, avšak na úkor ceny se návštěvník setká s nmoderním a zastaralým nábytkem a nesetká se s žádnými propagačními aktivitami,

kteře by nvstevnka motivovaly zůstat v daném hotelu či penzionu více dn. Na druhou stranu může nvstevnk využit nabídky ubytovacích zařizení velkých horských hotelů s vysokou rovn služeby. Nejvtší a nejznámější hotelov resort je hotel Horal ve Velkých Karlovicích. Nabízí vynikjc wellness služeby, m sv vlastní golfov hřste, tenisov kurty a je vbornm vychozm bodem pro turistiku, cykloturistiku a lyžování. Další je hotel Tatra otevřen v létě letošního roku. Tento luxusn tyřhvzdičkov hotel nabízí totožn služeby jako hotel Horal a jsou od sebe vzdáleny pouze 10 km. Další vyhledvan hotel je Hotel Eropln v Rožnově pod Radhostem a Wellness Resort Energetic. Pro klientelu, kter vyhledává spíše klid a vtší spojen s přírodou, je v nabídce také mnoho penzionů, horských chat, kempů nebo chalup k pronájmu.

Nadcházející tabulka íslo 1 popisuje nabídku ubytovacích kapacit v oblasti regionu Valašsko. Nabídka ubytovacích zařizení je velmi rznorod, coē je také velice dležit pro pozitivn rozvoj cestovního ruchu. Tato rozmanit nabídka m také potenciál oslovit a přlkat cílovou skupinu s různými požadavky a nároky.

Tabulka 1: Rozložení nabídky ubytovacích kapacit v regionu Valašsko

Hromadn ubytovací zařizení celkem	Hotely *****	Hotely *****	ostatn	Penziony	Kempy	Chatov osady a ubytovny	Ostatn
164	X	6	41	53	9	20	35

Zdroj: S ročenka Zlínský kraj,  2017, vlastní zpracování

Tabulka íslo 2 uvádí využití kapacit hromadných ubytovacích zařizení v destinaci Valašsko v roce 2015. Z této tabulky vyplývá, že jeden nvstevnk destinace v lokalitě strávil v přmeru 2,3 noci.

Tabulka 2: Přehled kapacit ubytovacích zařizení v rámci regionu

Kapacity hromadných ubytovacích zařizení				Host		Přenocování	
zařizení	pokoje	lůžka	z toho seznn	celkem	z toho nerezidenti	celkem	z toho nerezidenti
164	3 026	8 848	2 351	244 187	34 774	570 545	68 995

Zdroj: S ročenka Zlínský kraj,  2017, vlastní zpracování

4.2.2.2 Stravování

Rozsah stravovacích zařizení na Valašsku je velmi pestr. Nvstevnk zde může nalézt

restaurace a zařízení různého typu jako třeba vegetariánské restaurace, restaurace vařící převážně z bio potravin, různé bary, cukrárny, pivnice atd. Velkou výhodou pro cestovní ruch v této lokalitě je tradice místních specialit, kterými je Valašsko vyhlášené.

Následující tabulka číslo 3 poskytuje přehled restauračních zařízení podle oblastí Valašska. S největším počtem se může návštěvník setkat v oblasti Vsetínsko. Tento počet je ale přímá úměra velikosti území a oblast Vsetínsko je nejrozsáhlejší v regionu. Přesto ve Vsetíně a jeho okolí může návštěvník narazit na kvalitní stylové restaurace, ale i na klasické hostince u cesty či motoresty. Další oblast s největší počtem stravovacích zařízení je Rožnovsko. V této oblasti je nejvíce kulturně-historických památek a hustě pokrytá oblast restauracemi je nedílnou součástí pro rozvoj cestovního ruchu. Na Karlovicku je 32 celoročně otevřených restaurací, ale v zimní sezóně se tato oblast o 6 až 8 restaurací rozroste díky lyžařskému využití destinace. Ve Valašském Meziříčí a jeho okolí je k nalezení 30 restauračních zařízení, ve Valašských Kloboukách a okolí 31 a na Vizovicku 13. Počet restaurací je vždy úměrně k poměru počtu atraktivit dané lokality, proto Vizovicko nedisponuje takovým počtem jako třeba atraktivní Rožnovsko. Celkem se na území regionu Valašsko nachází 205 restauračních zařízení.

Tabulka 3: Počet restauračních zařízení na Valašsku

Analyzované oblasti	Vsetínsko	Valašsko Meziříčsko	Rožnovsko	Karlovicko	oblast Valašské klobouky	oblast Vizovice a okolí
Počet restauračních zařízení	55	30	44	32	31	13

Zdroj: Vlastní zpracování

4.2.2.3 Dopravní infrastruktura

Rozvoj dopravní infrastruktury a silniční sítě ve Zlínském kraji je hlavní prioritou, protože oblast poté bude pro investory zajímavější, a tím zlepší i ekonomickou situaci v této destinaci. Valašský region má slabou dopravní infrastrukturu. Regionem neprochází žádná dálnice nebo mezinárodní silnice. Letecká doprava zde nemá také své zastoupení a nejbližší letiště je 60 km vzdálené.

Na území tohoto regionu jsou pouze dvě silnice I. třídy. Ředitelství silnic a dálnic uvádí, že Valašsko disponuje 69 kilometry silnic I. třídy, a to na trase Vsetín – Vizovice a Valašské Meziříčí – Brumov-Bylnice. Na území se dále vyskytují převážně silnice II. a III. třídy. Více než polovina silnic v region jsou právě silnice III. třídy. Stav těchto silnic není zpravidla tak

špatný jako ještě před nedávnem byl, ale i tak je tato situace pro oblast velmi nepříznivá a je jedním z faktorů zpomalující rozvoj destinace, zvláště v oblasti cestovního ruchu a ekonomiky.

Železniční doprava na Valašsku je díky své poloze měst Vsetína a Valašského Meziříčí na trati Praha – Žilina dobře situovaná, co se týče spojení s hlavním městem či Slovenskem. Vzhledem k dalším tratím a propojení měst v regionu železnicemi je tato situace špatná. Do Rožnova pod Radhoštěm vede jednokolejka z Valašského Meziříčí, taktéž jako do Velkých Karlovic ze Vsetína. Tyto tratě by mohly pokračovat dále na Slovensko, ale tyto projekty se nikdy nerealizovaly. Stejně tak propojení dvou měst Velké Karlovice a Rožnov pod Radhoštěm železnicí. Zato město Vizovice je úplně odříznuto od valašských železnic, do Vizovic vede pouze jednokolejka ze Zlína. I když stav vlakového spojení na Valašsku není zcela příznivý, České dráhy mají pro návštěvníky přijíždějící do Valašského Meziříčí v nabídce příjemnou službu. Jedná se o půjčovnu kol přímo v železniční stanici. Návštěvník se tedy nemusí trmácet s kolem vlastním a za rozumnou cenu si může kolo vypůjčit od Českých drah.

4.2.2.4 Doplnkové služby

Turistická informační centra jsou nedílnou součástí každého regionu a mohou poskytnout návštěvníkům a místním obyvatelům cenné informace o lokalitě a nabídce služeb. Turisté zde mohou dostat mapu regionu nebo také si mohou zakoupit různé suvenýry či turistické průvodce. V oblasti Valašsko jsou turistická centra v každém městě této lokality, ale také různě u zajímavých atraktivit destinace. Zde je přehled informačních center na území Valašska:

- IC Vsetín
- IC Valašské Meziříčí
- IC Rožnov pod Radhoštěm
- IC Přehrada Bystřička
- IC Nový Hrozenkov
- IC Velké Karlovice
- IC Valašská Bystřice
- IC Zvonice Soláň
- IC Karolinka
- IC Pulčín
- IC Valašské Klobouky
- IC Vizovice

4.3 Dotazníkové šetření

Pro analýzu nabídky cestovního ruchu v regionu Valašsko bylo zvoleno dotazníkové šetření a dotazníky v papírové podobě. Průzkum byl realizován na vrcholu letní sezóny, a to v termínu 25. srpna 2017 v turistickém centru Pustevny a 30. srpna v turistickém centru Kohútka. Dále byly dotazníky umístěny v období od 21. září do 9. října roku 2017 v Informačním centru Vsetín. Z celkového počtu 160 rozdaných dotazníků se vrátilo 127 řádně a správně vyplněných. Celkově se jedná o 79% návratnost.

Dotazník se skládal z 19 otázek, z toho 14 uzavřených nebo polouzavřených a 5 otevřených. Obecně jsou otevřené otázky v dotaznících neoblíbené, ale i přes tento fakt návštěvníci destinace uvedli hodně podnětů ke zpracování. Dotazníky jsou anonymní.

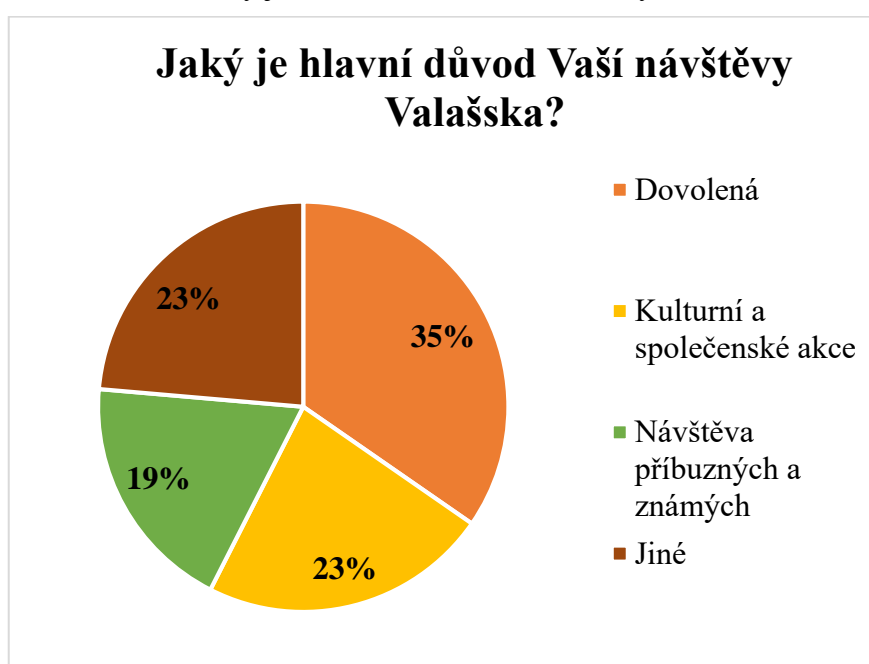
Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, zda návštěvníci region Valašsko navštěvují opakovaně a účel nebo důvod jejich návštěvy. Dále byly otázky koncipovány na zjištění spokojenosti s nabízenými službami v cestovním ruchu a dotazování bylo také směřováno ke zjištění návrhů na zlepšení služeb či návrhů ke zvýšení cestovního ruchu v destinaci. Dalším cílem šetření bylo zjistit názory respondentů na cenovou úroveň, nebo které atraktivity mají v plánu navštívit či již navštívili. Záměr byl také se dozvědět, jakou formu ubytování respondenti zvolili a poslední 4 otázky jsou identifikační.

4.3.1 Vyhodnocení jednotlivých odpovědí

Otázka č. 1:

Níže uvedený graf poukazuje na nejčastější účely cest do destinace Valašsko. Z důvodu trávení dovolené přijelo do destinace 35 % respondentů. Stejnou měrou přijeli do lokality kvůli návštěvě kulturní nebo společenské akce a návštěvě příbuzných, a to v počtu 23 % dotázaných. Do kategorie Jiné respondenti uvedli například pracovní cesty, návštěva wellness nebo sbírání hub.

Graf 1: Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy Valašska?

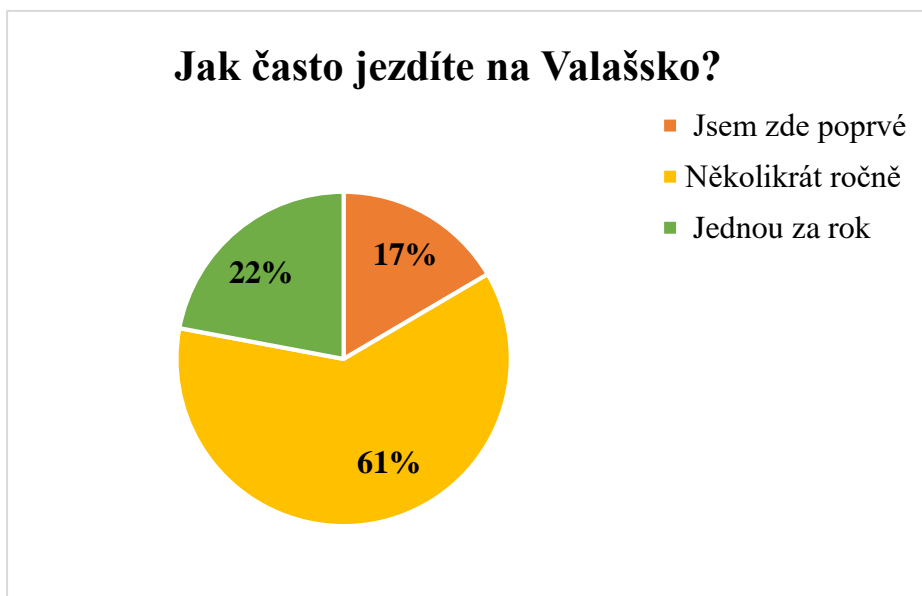


Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 2:

Na otázku, jak často jezdíte na Valašsko, odpovědělo 61 % dotázaných, že navštěvují destinaci několikrát do roka. Tento fakt je velmi pozitivní. Poprvé v destinaci bylo pouze 21 dotázaných respondentů, to je 17 % z celkového počtu a tento údaj je také velmi kladný. A 22 % respondentů vedlo, že Valašsko navštěvují jednou za rok.

Graf 2: Jak často jezdíte na Valašsko

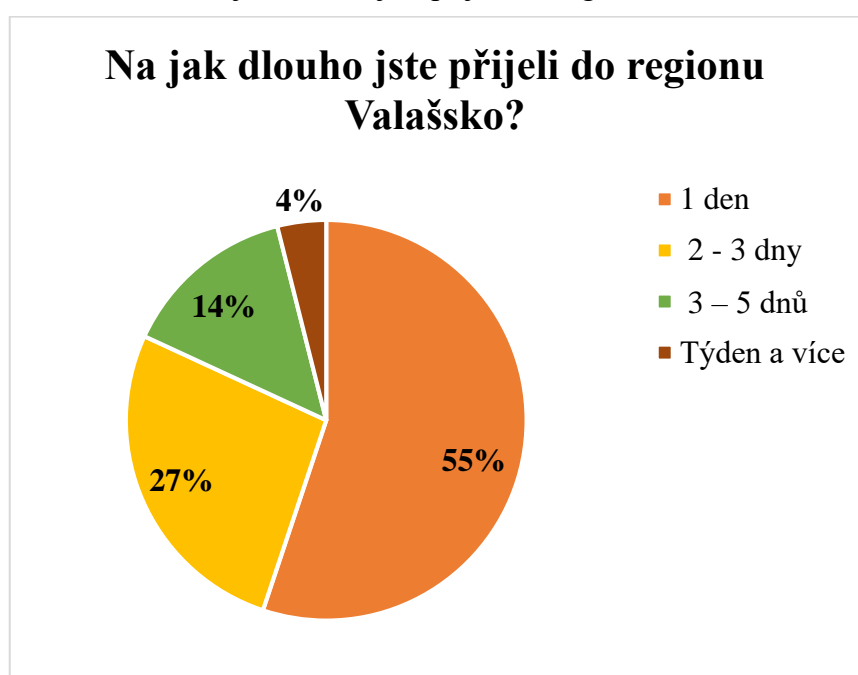


Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 3:

Z šetření vyplývá, že nejčastější délka pobytu v regionu je jeden den. Může se jednat o jednodenní výlet s návštěvou některých atraktivit nebo využití cyklotrasy Bečva. Tento údaj je překvapivý, protože výzkum byl prováděn v letních měsících a v tuto dobu lidé nejčastěji čerpají dovolenou a je předpoklad, že v destinaci přenocují. Dále 27 % respondentů uvedlo, že se v destinaci zdrží 2–3 dny. Jedná se s největší pravděpodobností o víkendové pobyty. Delší dobu se v destinaci zdrží 14 % návštěvníků a nejméně se vyskytuje odpověď týden a více, pouze 4 % z celkového počtu.

Graf 3: Na jak dlouho jste přijeli do regionu Valašsko?

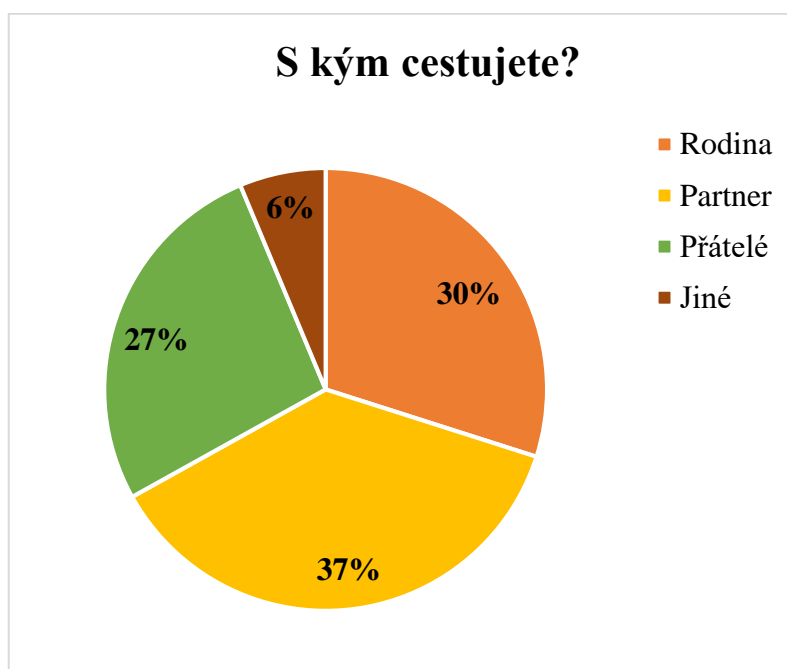


Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 4:

Nejčastěji dotazovaní respondenti cestovali se svým partnerem (37 %) nebo rodinou (30 %). Na třetí pozici byli přátelé a známí a 6 % dotázaných zakroužkovalo variantu Jiné. Do této kategorie respondenti dále uváděli, že cestují sami nebo se svým zvířecím mazlíčkem.

Graf 4: S kým cestujete?



Zdroj: Vlastní zpracování.

Otázka č. 5:

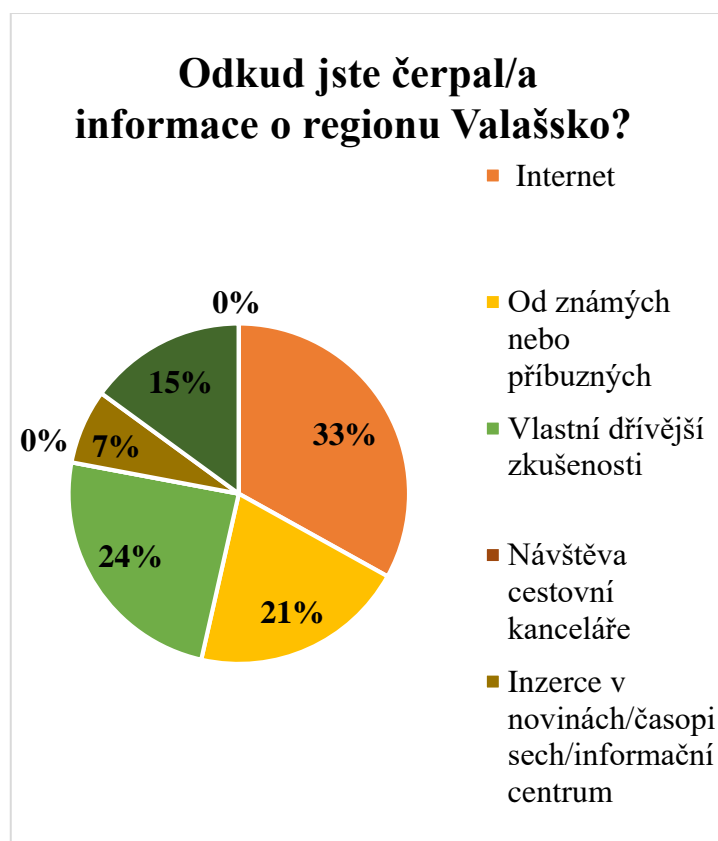
Proč jste si vybral/a pro Vaši návštěvu region Valašsko

Valašsko je známé díky své krásné krajině a specifické kultuře. Tento fakt se potvrdil i z výsledků zpracovaných odpovědí. Tato otázka probíhala formou otevřené odpovědi a respondenti uváděli často více jak jeden důvod. Celkový počet vyplněných odpovědí byl 127. Odpovědi se často opakovaly. Nejvíce odpovědí bylo formulováno na krásnou krajinu a Beskydy. Tuto odpověď v různém znění uvedlo 83 respondentů. S druhým největším počtem 66 z uvedených odpovědí byla odpověď typu tradice, folklór a specifická kultura nebo zvyky a obyčejy a také následovala verze odpovědi typu památky (uvedlo 58 respondentů, z toho 31 specifikovalo skanzen). Dále 51 respondentů uvedlo, že si region Valašsko vybrali díky cykloturistice nebo pěší turistice. Následně 29 dotazovaných uvedlo, že hlavní motiv návštěvy bylo setkání s rodinou a 17 dotazovaných uvedlo, že je oblast příznivá pro rodiny s dětmi. Často se také dalo setkat s odpovědí, že Valašsko je blízko (36 respondentů převážně ze Zlínského a Moravskoslezského kraje) a že je cenově dostupné – 18 odpovědí. Několik reakcí bylo typu wellness služby, specifická gastronomie nebo houbaření či koupání. Tři uvedli velmi odlišnou odpověď od ostatních, že důvod jejich návštěvy jsou hezké holky v oblasti Valašska a jeden napsal pití valašské slivovice.

Otázka č. 6:

Respondenti měli opět na výběr z více možných odpovědí. Nejčastěji dotazovaní čerpali informace z internetu. Následně 21 % respondentů odpovědělo, že se o regionu dozvědělo od známých nebo příbuzných a přijelo zde na jejich doporučení. Mnoho dotázaných v celkovém počtu 42 čerpalo z dřívější zkušenosti, což znamená, že se do destinace opakovaně vrací a pro rozvoj cestovního ruchu je tato skutečnost velmi příznivá. Další v pořadí jsou sociální sítě s 15 % a se 7 % využití inzerce v novinách, článků v časopise nebo služeb informačního centra. Naopak nikdo z celkového počtu 127 dotazovaných nečerpal informace o destinaci prostřednictvím cestovní kanceláře.

Graf 5: Odkud jste čerpal/a informace o regionu Valašsko?

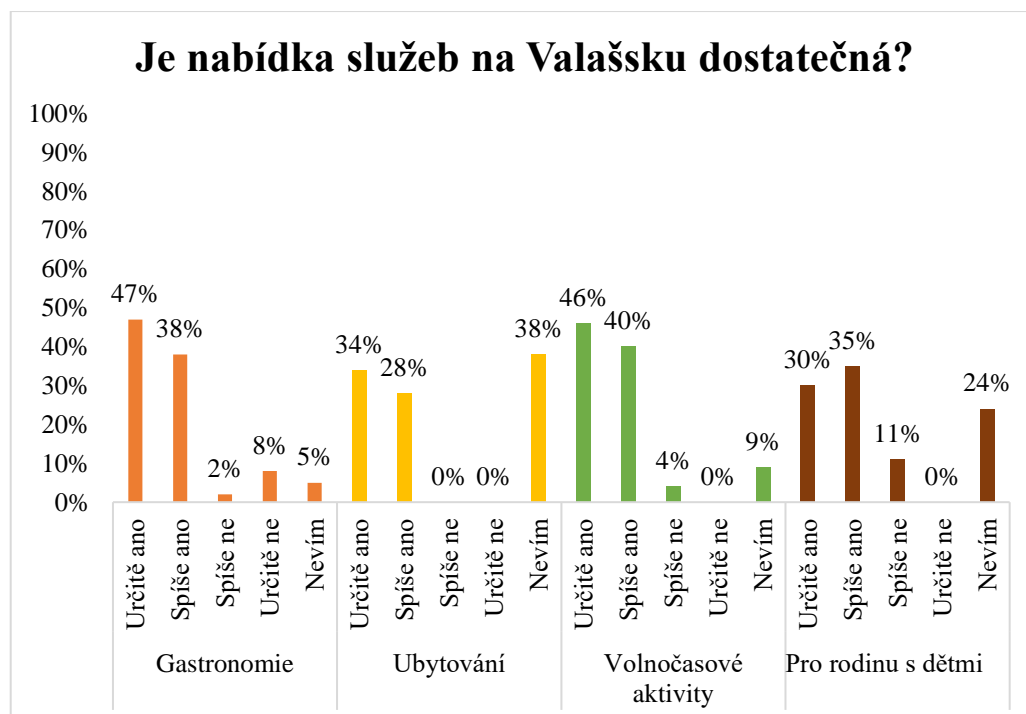


Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 7:

Hodnocení služeb bylo známkované škálou pěti odpovědí od „určitě ano“ až po „určitě ne“ a „nevím“. První byly hodnoceny služby gastronomie na Valašsku a 60 respondentů uvedlo, že jsou určitě služby stravování dostačující, dále 48 odpovídá variantu „spíše ano“. Spíše nespokojeni byli jen 3 respondenti a 10 nemohlo posoudit. U ubytování nedokázala spousta dotázaných službu posoudit, protože strávili v regionu pouze jeden den bez ubytování, přesto se 43 respondentů vyjádřilo, že bylo maximálně spokojeno s nabídkou ubytování a „spíše ano“ zvolilo 36 návštěvníků. Hodnocení nabídky volnočasových aktivit nabylo předpoklad, a téměř polovina respondentů byla určitě spokojena s nabídkou a 51 uvedla možnost „spíše ano“. Nabídku služeb pro rodiny s dětmi ohodnotilo 38 dotázaných velmi kladně a zvolili odpověď „určitě ano“. „Spíše ano“ zvolilo 44 respondentů. Negativně ohodnotilo nabídku služeb pro rodiny s dětmi 14 dotázaných, jeden z faktorů může být například horská oblast a její náročné turistické trasy, které nejsou pro děti zcela ideální. Odpověď „nevím“ uvedlo 31 dotázaných, což lze pochopit z množství mladých lidí do věku 25 let, který dotazník vyplnili. Tito mladí lidé potomky mají jen zřídka a služby pro rodiny s dětmi je nezajímají.

Graf 6: Je nabídka služeb na Valašsku dostatečná?

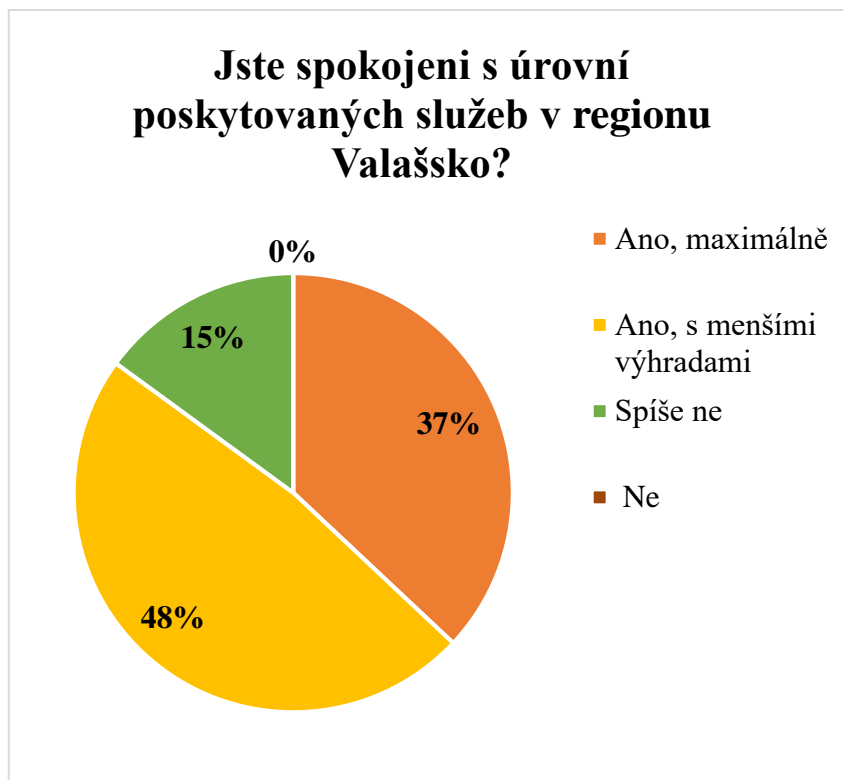


Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka číslo 8:

U této otázky respondenti hodnotili kvalitu nabízených služeb. Největší podíl získala odpověď „Ano, s menšími výhradami“, kterou zvolilo bezmála půlka dotázaných. Maximální spokojenost s úrovní služeb projevilo 37 % osob z celkového počtu. Spíše nebylo spokojeno s úrovní poskytovaných služeb 15 % a respondenti se dále mohli vyjádřit v následující otázce.

Graf 7: Jste spokojeni s úrovní poskytovaných služeb v regionu Valašsko?



Zdroj: Vlastní zpracování

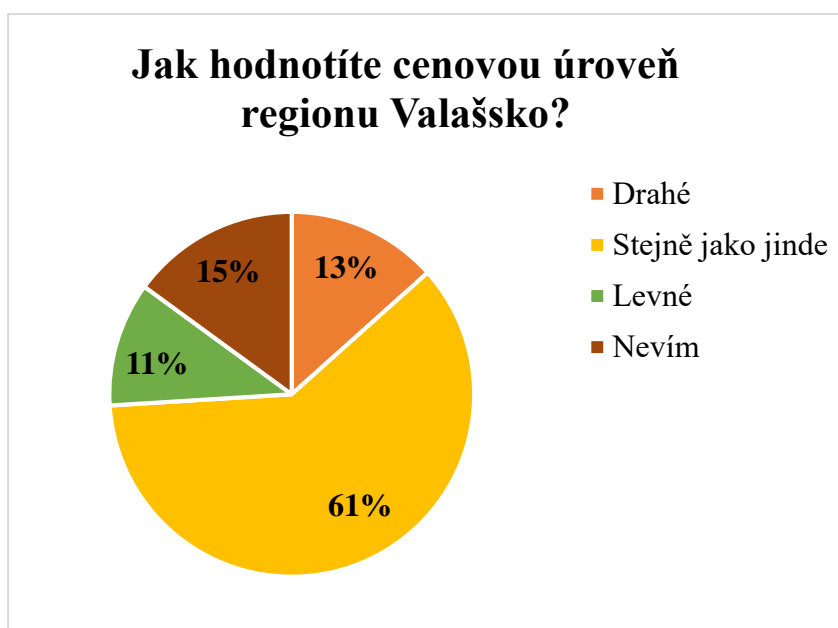
Otázka č. 9: Pokud nejste spokojeni, co by se mělo zlepšit?

V předchozí otázce odpovědělo 19 návštěvníků, že nejsou spokojeni s úrovní poskytovaných služeb a z tohoto počtu odpovědělo pouze 11 respondentů. Čtyři z nich uvedli, že je nedostatek kvalitní gastronomie v této oblasti. Tři respondenti považovali malé využití pro děti – absence aquaparků a dětských koutků v restauracích. Dva respondenti uvedli, že nebyli spokojeni s poskytnutím informací v místě ubytování, personál jim nebyl schopný zodpovědět jejich otázky ohledně atraktivit na Valašsku.

Otázka č. 10:

Návštěvníci lokality Valašsko si dle níže uvedeného šetření převážně myslí, že cenová úroveň je stejná jako v jiných destinacích. Pouze 13 % uvedlo, že je destinace drahá a 11 % dotázaných vyplnilo, že je destinace levná. Ale část návštěvníků nevěděla, do jaké cenové hladiny mají Valašsko zařadit. V každém případě tento trend relativně podobných cen jako jinde by měli místní podnikatelé držet co nejdéle.

Graf 8: Jak hodnotíte cenovou úroveň regionu Valašsko?

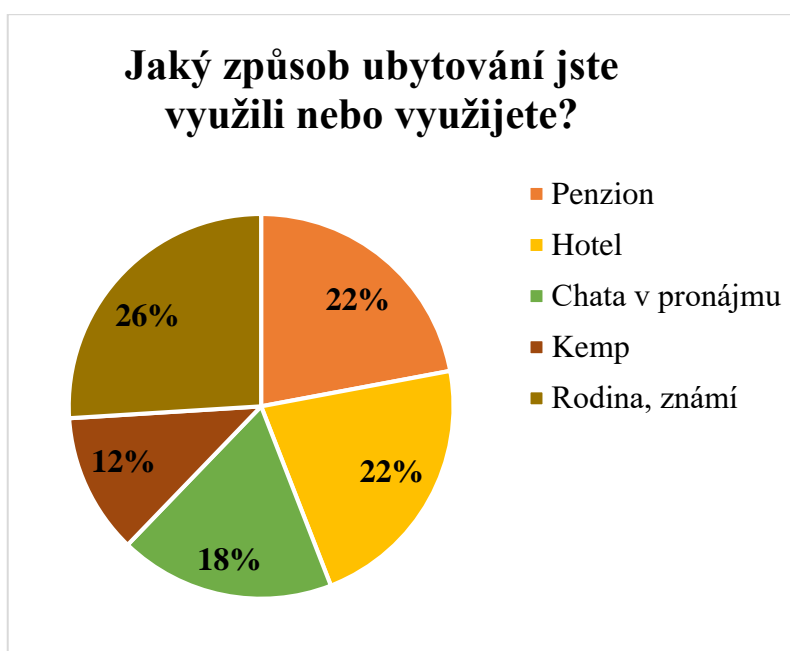


Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 11:

Na tuto otázku odpověděli pouze ti respondenti, kteří se rozhodli strávit v této oblasti aspoň jednu noc. Největší počet hlasů získalo ubytování u rodiny, které uvedlo 15 respondentů. Se stejným počtem odpovědí se setkaly varianty hotel a penzion s 22 %, ale také několik dotázaných bydlelo v chatkách k pronájmu a patrný zlomek z celého počtu byl ubytovaný v kempu.

Graf 9: Jaký způsob ubytování jste využili nebo využijete?



Zdroj: Vlastní zpracování

12. Co se chystáte na Valašsku navštívit, případně co už jste navštívili?

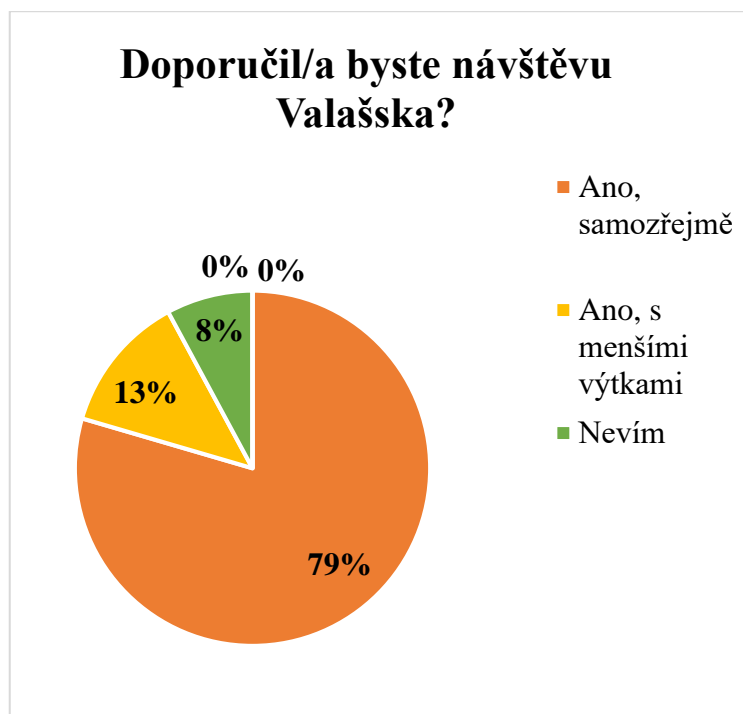
U této otevřené otázky opět dotazovaní respondenti odpovídali mnohočetně a na tuto otázku odpovědělo 115 respondentů. Většina dotazovaných návštěvníků – 88 % v počtu 102 – se chystala navštívit nebo již navštívila Valašské muzeum v přírodě. Na druhém místě vedly Pustevny a Radhošť s počtem hlasů 78. Další atraktivitu, kterou respondenti zmiňovali, bylo turistické centrum Kohútka (44 % osob) a 31 % osob se chystalo navštívit vodní nádrže v regionu. Dalších 38 hlasů získala cyklostezka Bečva a 37 respondentů se chystalo navštívit nebo již navštívilo Velké Karlovice. Také přírodní památky nezahálely a návštěvu skal buď Pulčínských, nebo Čertových volilo 26 respondentů a CHKO uvedlo 42 osob. Nakonec 11

dotazovaných si vybralo Pivní lázně v Rožnově pod Radhoštěm a 10 návštěvníků zmínilo hrady a zámky Valašska a několik odpovědí byly rozhledny této oblasti.

Otázka č. 13:

Drtivá většina respondentů by doporučila návštěvu regionu. Jen 16 respondentů by mělo k destinaci Valašsko menší výtky a 8 % na tuto otázku nemělo odpověď.

Graf 10: Doporučil/a byste návštěvu Valašska?



Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 14: Pokud ne, tak proč ne?

Tuto otázku zodpověděli pouze dva respondenti. Jeden z nich uvedl, že jsou hezčí místa v České republice, než je Valašsko, a druhý respondent napsal, že je destinace velmi vzdálená od Prahy, proto tuto lokalitu nedoporučuje.

Otázka č. 15: Doporučujete něco regionu Valašsko pro zvýšení cestovního ruchu, případně co?

Na tuto otázku odpovědělo 27 osob. Odpovědi byly různorodé, ale 14 respondentů se shodlo na tom, že region Valašsko má špatnou propagaci. Někteří z nich uvedli, že by mělo mít Valašsko komplexní stránku, kde návštěvník vyhledá veškeré památky, akce na Valašsku, ale i přehled služeb. Dále 4 dotazovaní uvedli, že je nedostatek parkovacích míst v blízkosti atraktivit. Tři respondenti navrhli, že by se měl zlepšit stav silnic regionu a také napsali, že absence dálnic a rychlostních komunikací brzdí rozvoj tohoto regionu. Další tři návštěvníci uvedli, že v lokalitě Valašsko chybí aquapark. Zajímavou radou také bylo, že návštěvníkům chybí nabídka vícedenních programů – produktové balíčky. Respondenti také radili, že v případě špatného počasí nemá na Valašsku návštěvník vyžití a uvítali by rozšíření těchto míst. Jedna respondentka doporučila vystavět nákupní centrum, které na Valašsku není, a jeden senior navrhoval parkovací místa pro důchodce v blízkosti památky či atraktivity.

Otázka č. 16:

Z grafu je patrné, že většina dotázaných má bydliště ve Zlínském kraji. Odpovědi jsou celkově z 9 krajů České republiky. Prvenství Zlínského, Moravskoslezského a Olomouckého kraje není překvapivé. Moravskoslezský kraj je od lokality Rožnov pod Radhoštěm vzdálený pouze 13 km a Olomoucký kraj jen 24 km. Díky dotazování, které se realizovalo na česko–slovenské hranici v turistickém centru Kohútka, byli někteří respondenti i ze Slovenské republiky.

Graf 11: Z jakého kraje pocházíte?



Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 17: Máte v regionu Valašsko trvalé bydliště?

Cílem výše uvedené otázky bylo zjistit, zda respondenti v regionu Valašsko mají trvalé bydliště. Pouze 40 respondentů z celkových 127 uvedlo, že jsou rezidenty regionu Valašsko.

Otázka č. 18: Vaše pohlaví

Ženy byly celkově ochotnější podělit se o svůj názor a dotazníky vyplnit. Dotazníky vyplnilo pouze 45 mužů a 82 žen, což muže přesahuje o dvě třetiny.

Otázka č. 19: Věk

U návštěvníků byla největší věková skupina respondentů do 25 let, která tvořila 34 %. Následovala ji skupina ve věku 26–39 let s hodnotou 27 % a věková skupina 40–50 let s hodnotou 19 %. Nejmenší zastoupení měly skupiny ve věkovém rozmezí 51–65 let, a to 12 %, a nad 65 let bylo pouze 8 % dozovaných. Žádný z respondentů nebyl mladší 18 let.

4.4 SWOT analýza

SWOT analýza se zaměřením na cestovní ruch v regionu Valašsko byla sestavena na základě výsledků dotazníkového šetření a ze zdrojů a materiálů použitých v předchozích kapitolách.

4.4.1 Silné stránky

- Valašsko má výborné přírodní dispozice díky CHKO Beskydy - 7 národně přírodních rezervací, 28 přírodních rezervací a 24 přírodních památek.
- Další silnou stránkou jsou lidové tradice, folklór, specifická kultura, která je v ČR unikátní.
- Valašsko je výborný region pro cykloturistiku, má nespočet cyklotras a královnu mezi cyklostezkami Cyklostezku Bečvu.
- Na relativně malém území se nachází 50 lyžařských středisek.
- Valašsko je ráj pro turisty, turistické trasy jsou rozvětveny do tří pohoří – CHKO Beskydy, Javorníky a Vsetínské vrchy. Mnoho naučných stezek.
- Vhodná lokalita pro hipoturistiku, v nabídce je 6 stájí, které poskytují jízdu na koních Valašskou krajinou.
- Osobitá gastronomie (frgály, kyselice atd.) je další silnou stránkou.
- Hustě pokrytá síť stravovacích zařízení, na území regionu si turista může vybrat z 205 restaurací.

- Velké množství informačních center, návštěvník je může najít nedaleko každé atraktivity nebo také v centrech měst.
- Bohaté wellness služby, které mají stále rostoucí potenciál a tyto wellness služby začínají být standardem v každém hotelovém zařízení.
- Kvalitní životní prostředí díky horskému terénu, které zamezilo zkulturňování krajiny.
- Široká nabídka letních i zimních sportů (sjezdové i běžecké lyžování, turistika, golf, koupání v přírodě, tenis, jezdeckví aj.).
- Vhodná poloha regionu pro turisty ze Slovenska.
- Bezpečnost destinace s malou kriminalitou.
- Pestrá nabídka atraktivit na malém území. Na Valašsku jsou k nalezení různé shluky jak kulturních, tak přírodních památek – viz. Pustevny a okolí.
- Možnost rekreace pro všechny věkové kategorie. Všechny atraktivity dostupné dopravním prostředkem a region nabízí také krátké a nenáročné naučné stezky pro děti či důchodce.
- Přátelská mentalita místních lidí, Valaši jsou velmi srdeční a pohostinní lidé.
- Nízká nezaměstnanost díky přílivu investorů ze zahraničí a výstavbě velkých firem.
- Levná a dostupná destinace.

4.4.2 Slabé stránky

- Nepřítomnost dálnic a rychlostních komunikací, v některých částech regionu poškozené silnice.
- Nízká propagace regionu, nekomplexní webové stránky.
- Nízká nabídka agroturistiky, Valašsko nabízí pouze 2 farmy poskytující služby agroturistiky, informace o agroturistice se na webu velmi špatně hledají.
- Nízká nabídka atraktivit při špatném počasí.
- Dotazníkové šetření poukázalo na malou odbornost personálu v ubytovacích zařízeních (malý přehled o regionu a neschopnost zodpovědět otázky ohledně atraktivit).
- Nedostatek parkovacích míst v blízkosti památek v hlavní sezóně, např. na Pustevnách, ve Valašském muzeu v přírodě.
- Malá návštěvnost turistů ze vzdálenějších krajů, pravděpodobně za to můžou

konkurenční regiony jako Jižní Morava či Jeseníky, turisté volí bližší destinace taktéž s velkým počtem zajímavostí, než aby přijeli až na Valašsko.

- Jednodenní pobyty turistů, region má malou schopnost udržet návštěvníka více dní.
- Špatná infrastruktura železnic, zastaralé železniční stanice.
- Nemoderní hotely či ubytovny, stále jsou v tomto regionu k nalezení staré hotely a s nemoderním vybavením.
- Vzdálenost od Prahy a jiných velkých měst.
- Omezené nákupní možnosti, chybí nákupní centrum.
- Chladnější klima díky horskému prostředí.
- Obce v regionu bez nabídky ubytovacích služeb.
- Absence aquaparku, v regionu pouze městské lázně s prvky aquaparku.

4.4.3 Příležitosti

- Lepší způsob propagace Valašska na webu a formou brožurek v místě ubytování.
- Stavba silnic I. Třídy, napojení okrskových silnic na hlavní tahy, rekonstrukce poškozených silnic.
- Rozvoj agroturistiky, příští rok je bude nový dotační program pro rozvoj venkova v oblasti agroturistiky.
- Nalákání návštěvníky ze vzdálenějších krajů formou kvalitního webu, jehož odkazy budou umístěny na velkých cestovatelských portálech.
- Rekvalifikace pracovníků ve službách cestovního ruchu.
- Výstavba rozsáhlejšího nákupního centra, na celém území Valašska se žádné nenachází.
- Vybudování ubytovacích zařízení v obcích, kde chybí. Také možnost využití dotačních programů pro toto podnikání.
- Snaha o udržení návštěvníka více jak 1 den v destinaci.
- Tvorba programových balíčků pro různé věkové kategorie
- Využití dotací či grantů k rozvoji cestovního ruchu
- Výstavba nové cyklostezky směr Vsetín – Horní Lideč.

4.4.4 Hrozby

- Zničení přírody nebo památek v důsledku velké návštěvnosti.
- Negativní vnímání turistů místními domorodci.
- Špatná kvalifikace a odbornost zaměstnanců v cestovním ruchu.
- Malá údržba silnic a zhoršení dopravní obslužnosti.
- Nízká propagace regionu, nekomplexní webové stránky.
- Sílicí konkurenční regiony, např. Jižní Morava.
- Ztráta dodržování tradic, zvyků a kultury místních obyvatel, staří lidé, kteří tyto zvyky mají zažité umírají, a mladí lidé se je neučí.
- Poškození památek živly (např. případ Libušín).
- Snížení přílivu dotací.

4.5 Závěrečná shrnutí a doporučení

4.5.1 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření a SWOT analýzy

Zhodnocení nabídky cestovního ruchu se váže na provedené dotazníkové šetření a následnou SWOT analýzu. Primární a sekundární nabídka cestovního ruchu se dá ohodnotit jako velmi dobrá. Pestré množství atraktivit nabízí možnost zacílení na více turistických skupin a věkových kategorií ale i celoroční využití. Dalšími zásadními výhodami je velmi silná tradice, folklór, specifická kultura a gastronomie, ale hlavně kvalitní přírodní prostředí s úchvatnou krajinou. Na základě výsledků SWOT analýzy lze nepochybně říci, že dopadla pozitivně, neboť silné stránky mají převahu nad stránkami slabými a také převládají příležitosti nad hrozbami.

Přes velký turistický potenciál, který pochází z množství atraktivit a služeb, je Valašsko jako destinace nevyužívá naplno. Destinace neoplývá dostatečnou propagací regionu, což vyplynulo z dotazníkového šetření nebo i vlastního pozorování. Webové stránky by měly více propagovat tento region a vyvolat v návštěvníkovi pocit, že dané místo musí navštívit, neboť má co nabídnout. Stránky regionu Valašsko mají několik nedostatků v nabídce dílčích služeb regionu.

Region nabízí dobré využití pro milovníky koní, v lokalitě se nachází 6 stájí, ale naopak velmi zaostává v agroturistice. Na celém území jsou pouze 2 farmy, které tuto službu poskytují. K hlavním nedostatkům také patří krátké pobyty návštěvníků, nepřesahující jeden den. Rovněž

neaktivní přístup podnikatelských subjektů, například v oblasti stravování a ubytování může působit negativně na návštěvníka a může ho ovlivnit při rozhodování o délce pobytu.

V oblasti turistiky a cykloturistiky není nic zásadního, co by se dalo regionu vytknout, nabídka těchto dvou aktivit je tak intenzivní a kvalitní, že ani dotazníkové šetření ani SWOT analýza neodhalila nic zásadního. Za jednu z nejslabších stránek lze považovat infrastrukturu, konkrétně špatný stav silnic a indispozice dálnic, nebo rychlostních silnic do regionu. Je pravděpodobné, že tento fakt také může odradit návštěvníky od cesty do této oblasti. Níže je uvedeno několik návrhů a doporučení na zlepšení současné úrovně cestovního ruchu v oblasti propagace a agroturistiky. Také je v následující kapitole popsáno doporučení, jak návštěvníka udržet v tomto regionu více jak jeden den.

4.5.2 Propagace

Valašsko má několik webových stránek, které prezentují tuto destinaci, avšak žádná není vytvořena tak, že by na ní návštěvník našel veškerou škálu služeb, atraktivit a využití, které Valašsko nabízí. Region postrádá komplexní webové stránky, které by ho propagovaly.

Webové stránky by měly být rozděleny do několika sekcí. První úsek by měl charakterizovat Valašsko a podat základní informace o regionu. Další úsek by měl podat přehled o přírodních i kulturně historických památkách spolu s fotkami a stručným popisem, jak se k památkám dostat. Další sekce by popisovala sportovní využití regionu a bylo by vhodné také rozdělit na letní i zimní využití a poskytnou přehled všech sportů, které jsou na Valašsku v nabídce. Budou se tam vyskytovat i popisky turistických tras a cyklotras, přírodní či umělé koupaliště, golfová hřiště, lyžařská střediska, běžkařské trasy a jezdeckví. V neposlední řadě také horolezectví, protože na území Valašska se nachází několik velkých skalních útvarů. V této sekci by neměl chybět také odkaz na agroturistiku v regionu či odkaz na lanové centrum v Rožnově pod Radhoštěm. Další sekce bude obsahovat relaxační a wellness centra, s komplexní nabídkou všech těchto zařízení v regionu. Ubytování a stravování je také nedílnou součástí cestovního ruchu a bude tvořit také samostatnou sekci. Poslední úsek by měl být věnovaný událostem v regionu, které budou často aktualizovány a doplňovány.

Odkazy na tyto webové stránky budou umístěny na velkých cestovatelských portálech.

Toto doporučení je určeno destinačním společenstvem. Tento projekt by mohla realizovat konkrétně Destinační společnost Valašsko, která byla vytvořena pro podporu rozvoje

cestovního ruchu v rámci turistické oblasti Valašsko.

Jiří Lekeš, majitel společnosti JJWeb, která se specializuje na tvorbu webových stránek na míru, podal vysvětlení ohledně kalkulace nákladů na webové stránky o Valašsku. Objasnil, že cenu za vytvoření tak obsáhlého webu, nedokáže zcela s přesností říct. Vše by se vytvářelo na základě konzultací a cenu by ovlivňovalo mnoho faktorů, jako je například design stránek, funkčnost stránek, množství obsahu a zda obsah bude dodán zadavatelem nebo ne, zda zadavatel bude chtít web administrovat sám a také jestli bude web cizojazyčný. Cenu ovlivňuje také poplatek za registraci domény.

Obecně lze říci, že by se cena pohybovala v rozsahu od 50 do 100 000 Kč.

Další formou internetové propagace, která má téměř nulové náklady je vytvoření stránky o Valašsku na Facebooku, kde by byly zveřejňovány aktuality z regionu, různé akce, památky nebo fotografie.

Další doporučenou propagací by byly knižní brožurky, které by byly umístěny do hotelů a penzionů, ale i některých stravovacích zařízení na území Valašska. Tyto brožurky by mohly doplnit informace, které personál nedokáže zodpovědět. Turista by v něm našel stručný přehled památek, turistické trasy a cyklotrasy ale také nápady k navštívení zajímavých míst. Toto doporučení by mohla realizovat opět Destinační společnost Valašsko, s tím, že by brožurky aktivně nabízela soukromým podnikatelům v cestovním ruchu. Cena 1- ti stránkových barevných brožurek dle tiskárny Copycentrum Vsetín by byla od 39 Kč, v minimálním počtu výtisku 100 kusů.

4.5.3 Agroturistika

Agroturistika v posledních deseti letech v České republice nabyla na velké oblibě. Jako šetrná forma cestovního ruchu je ideálním prostředkem rozvoje venkova. Největší klad agroturistiky spočívá v respektu k přírodě, tradicím a folklóru, jejichž zachování a pokračování v těchto činnostech je pro kulturně vyspělou společnost nezbytné.

Analýza nabídky agroturistiky však poukázala na velmi omezenou nabídku těchto služeb na Valašsku. Návštěvník může využít služby pouze dvou farem Dvůr u Kříže a Penzion Severka, kde si může vyzkoušet pasení oveček, péči o dobytek, sbírání ovoce nebo různá tradiční valašská řemesla. Informace o těchto zařízeních jsou velmi špatně dohledatelné na internetu.

Tento nedostatek v nabídce cestovního ruchu sebou nese velký potenciál pro místní drobné podnikatele. Na jaře roku 2018 Ministerstvo zemědělství bude realizovat projekt na podporu agroturistiky na venkově. Výše podpory je uhrazení až 45 % výdajů spojené s rekonstrukcí zemědělských farem, výstavbou malokapacitních ubytování, zakoupení zařízení či tvorbou nových pracovních míst. Toto opatření pro rozvoj podnikatelské činnosti v agroturistice by mohlo být uvedeno na nových facebookových stránkách regionu Valašsko, nebo také na webových stránkách o Valašsku. Uvedené doporučení je určeno soukromým subjektům a drobným podnikatelům, kteří podnikají v oblasti zemědělství nebo ubytovacích službách. (eAgri, © 2009-2017)

4.5.4 Pobytové balíčky

Hlavním cílem rozvoje cestovního ruchu je přesvědčit návštěvníka, aby si zvolil náš region před jinými konkurenčními regiony. Aby tomu tak bylo, je důležité sestavit celistvou nabídku programů a akcí, jenž může být vhodnější než nabídka individuálních služeb. Sestavování produktových balíčků je jeden z nástrojů marketingového mixu a slouží k efektivní propagaci regionu.

Dotazníkové šetření poukázalo na mnoho jednodenních turistů v regionu Valašsko. Nabídka produktových balíčků by mohla být nápomocná ke zmírnění tohoto jevu. Jedna ze základních funkcí produktových balíčků je podpora pobytu v určité lokalitě.

Při vytváření produktových balíčků by měl být brán zřetel na cílového zákazníka a jeho charakteristiku. Pobytové balíčky by měli být sestaveny na míru každé cílové skupině. Balíčky budou vytvářet soukromé subjekty jako hotely nebo penziony. Koncept těchto sestavených balíčků by měl být nabízen formou letáčků umístěných v informačních centrech, letáčky by měly být také umístěny na webových a facebookových stránkách nebo různých propagačních materiálech regionu.

Postupů k vytvoření produktových balíčků je mnoho, závisí pouze na nápadu autora balíčků a jeho cenám za balíček, které jsou schopni návštěvníků nabídnout. Cena balíčků hraje zásadní roli při jeho výběru. Zde jsou navrženy dva produktové balíčky pro různé cílové skupiny:

Balíček č. 1 – cílová skupina rodiny s dětmi

Název balíčku: Aktivní dovolená s dětmi na Valašsku

Charakteristika balíčku: 3 denní pobyt se zaměřením na rodiny s dětmi v oblasti Rožnov pod Radhoštěm

Balíček obsahuje:

Ubytování: v Hotelu Wellness hotel Energetic v Rožnově pod Radhoštěm

Stravování: formou polopenze v hotelu

Doprava do destinace: vlastní

Náplň pobytu: nenáročná horská túra v okolí Pusteven, návštěva Valašského muzea v přírodě a lanového centra Gibon

- 1. den – Příjezd, ubytování, návštěva Valašského muzea v přírodě, večere v hotelu
- 2. den – Snídaně, návštěva turistického centra Pustevny, lehká hřebenová túra kolem sochy boha Radegasta ve směru Kaple Cyrila a Metoděje, kde jsou nezapomenutelné vyhlídky na celý region, večere v hotelu
- 3. den – Snídaně, adrenalinový den v lanovém centru Gibon v Rožnově pod Radhoštěm

Cena balíčku pro čtyřčlennou rodinu je 3 499 Kč, cena nezahrnuje vstupné do skanzenu a lanového centra, z důvodu změny programu pobytu v závislosti na počasí.

Balíček č. 2 – cílová skupina jsou mladí sportovně založení lidé

Název balíčku: Valašsko ze hřbetu koně a cykloturistika

Charakteristika balíčku: 4 denní pobyt v oblasti Velkých Karlovic se zaměřením na mladé sportující lidi a milovníky koní

Balíček obsahuje:

Ubytování: v penzionu Dvůr u Kříža ve Velkých Karlovicích

Stravování: snídaně

Doprava do destinace: vlastní

Náplň pobytu: jezdění na koních, poznání památek Velkých Karlovic a Valašského muzea v přírodě, poznání cyklotrasy Bečvy

- 1. den – Příjezd, ubytování, návštěva Valašského muzea v přírodě
- 2. den – Snídaně, cyklovýlet po cyklostezce Bečva směr Vsetín a zpět, v odpoledních hodinách hodinová jízda na koních v místě ubytování
- 3. den – Snídaně, krátký cyklovýlet směr Soláň a zpět, na Soláni jsou krásné výhledy do okolí a kaple, po návratu do Velkých Karlovic návštěva historického dřevěného kostelíka Panny Marie Sněžné, odpoledne další hodinová jízda na koni již po kopcích nad Velkými Karlovicemi a večerní odpočinek v sauně.
- 4. den – Snídaně, prohlídka historického shluku v Raťkově, odjezd

Návštěvník může využít půjčovnu kol, kterou poskytuje 2 km vzdálený hotel Galik.

Cena pobytu pro dvě osoby je 2 999 Kč, v ceně balíčku je i jízda na koni.

4.5.5 Infrastruktura

Jak prokázalo dotazníkové šetření, velkou slabinou pro celé Valašsko je špatná dopravní infrastruktura. Je tedy důležité pro rozvoj cestovního ruchu v této lokalitě zlepšit nejen stav silnic a jejich značení, ale také zajistit více variant k napojení na hlavní tahy, popřípadě výstavba silnic nových. Vlastníkem místních komunikací II. a III. třídy je buď sama obec nebo Zlínský kraj. O údržbu těchto silnic se stará buď Ředitelství silnic a dálnic Zlínského kraje nebo obce. Opravy a výstavba komunikací jsou velmi nákladné položky. Je důležité vytvořit návrh oprav a úprav a zpracovat celý záměr. Tyto návrhy by měly podávat samotná města a obce, nebo i Destinační společnost Valašsko, která by v zájmu zvyšování cestovního ruchu v destinaci měla být v tomto problému iniciativní.

Stále závažnějším problémem je také počet parkovacích míst v blízkosti atraktivit. Nedostatek parkovacích míst je citelný hlavně v letní sezóně, ale i v zimě u lyžařských areálů začíná být těchto míst nedostatek. Realizace výstavby nových parkovacích míst v této destinaci by měla být uskutečněna v příštích letech díky rostoucímu trendu návštěvnosti. Toto doporučení je směřováno hlavně na organizace, které vedou správu památek jako Valašské muzeum v přírodě, a také soukromým subjektům, které vlastní lyžařské areály atd.

4.5.6 Další návrhy a doporučení

- Rozvoj ubytovacích zařízení v menších obcích Valašska. Možnost využití také dotačních programů v roce 2018 zmíněných výše v sekci agroturistika. Rekonstrukce zastaralých penzionů a hotelů.
- Výstavba nové cyklostezky ve směru Vsetín – Horní Lideč.
- Výstavba většího nákupního centra. Příležitost tady bude v tom, že se zde může návštěvník Valašska zabavit v případě špatného počasí.

5 ZÁVĚR

Tato bakalářská práce byla zaměřena na analýzu cestovního ruchu v regionu Valašsko. Tato destinace má velký potenciál k rozvoji cestovního ruchu, který spočívá v čistém a kvalitním životním prostředí, hojném počtu historických i kulturních památek a široké nabídce služeb. Nelze opomenout také ideální podmínky k cykloturistice, pěší turistice a zimním sportům jako sjezdové či běžecké lyžování.

Přesto, že má analyzovaná oblast cenné předpoklady k rozvoji cestovního ruchu, jsou zde také nedostatky, které destinaci brání k maximalizaci rozvoje a využití potenciálu. Největším nedostatkem zjištěným v provedených analýzách je propagace regionu na webu a sociálních sítích. Dalším velkým nedostatkem je málo služeb agroturistiky v regionu, který má obrovský potenciál v této oblasti. Dotazníkové šetření poukázalo i na to, že mnoho turistů tráví na Valašsku pouze jeden den, a to může být považováno také za jeden ze zásadních problémů. Proto byly navrženy produktové balíčky, které by měly za cíl udržet turistu v destinaci více dní. Balíčky by byly ušity na míru každé cílové skupině a návštěvníci by měli za jednotnou cenu ucelený program, který byl různě zaměřený na památky Valašska nebo nejruznější sportovní vyžití.

Mezi další návrhy na zlepšení také patří doporučení v oblasti agroturistiky v regionu. Na jaře roku 2018 se otevírá nový dotační program na podporu podnikatelů v této oblasti podnikání. Tento dotační program je velká příležitost k rozvoji tohoto druhu turistiky. Další doporučení pojednávalo také o vytvoření nových komplexních webových stránek, které by byly rozděleny do různých sekcí, a ty by návštěvníkovi daly možnost získat přehled o všech atraktivitách Valašska, možnostech sportovního využití, o kulturních akcích v lokalitě nebo také o službách wellness. Zároveň by bylo vhodné, vytvořit také facebookové stránky a propagační brožurky do ubytovacích a stravovacích zařízeních, které by mohly pomoci při neschopnosti personálu zodpovědět otázky turistů.

Z dotazníkového šetření dále vyplynulo, že návštěvníci postrádají rychlostní silnice a dálnice na území Valašska a poukazují na špatný stav silnic. Tento problém však nelze řešit v rámci regionu, ale musí být řešen v rámci celého Zlínského kraje.

Nakonec byla zmíněna ještě další doporučení, která by měla přispět k rozvoji cestovního ruchu v destinaci:

- Rozvoj ubytovacích zařízení v menších obcích Valašska.
- Výstavba nové cyklostezky ve směru Vsetín – Horní Lideč.
- Výstavba většího nákupního centra.

Cíl této bakalářské práce, který byl specifikován v úvodu byl splněn, a tato práce může být přínosem nejen pro subjekty cestovního ruchu na Valašsku, ale i pro potenciální návštěvníky a turisty této lokality.

6 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie

BOUČKOVÁ, Jana, 2003. *Marketing*. Praha: C.H. Beck. 65 s. ISBN 80-7179-577-1.

BUHALIS, Dimitrios, 2000. *Marketing the Competitive Destination of the Future*. London: Tourism Management. 98 s. ISBN 80-8055-337-8.

DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ, 2004. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. 1. vyd. Praha: Fortuna. 55 s. ISBN 80-7168-901-7.

FORETOVÁ, Věra a Miroslav FORET, 2001. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada. 71 s. ISBN 802470207x.

HESKOVÁ, Marie, 2006. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna. 28 s. ISBN 80-7168-948-3.

HESKOVÁ, Marie, 2011. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd. Praha: Fortuna. 31 s. ISBN 978-80-7373-107-6.

HOLEŠINSKÁ, Andrea, 2012. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita. 43 s. ISBN 978-802-1058-477.

HORÁKOVÁ, Helena, 2003. *Strategický marketing*. 2. aktualiz a rozš. vyd. Praha: Grada. 71 s. ISBN 80-247-0447-1.

HRALA, Václav, 2005. *Geografie cestovního ruchu*. 3. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická. 9 s. ISBN 80-245-0858-3.

INDROVÁ, Jarmila a kol., 2009. *Cestovní ruch: (základy)*. 2. vyd. přeprac. Praze: Oeconomica. 24 s. ISBN 978-80-245-1569-4.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2009. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 21 s. ISBN 978-80-247-3247-3.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2012. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. 286 s. ISBN 978-80-247-4209-0.

KIRÁLOVÁ, Alžbeta, 2003. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress. 42 s. ISBN 80-86119-56-4.

KIRÁLOVÁ, Alžbeta a Ivo STRAKA, 2013. *Vliv globalizace na marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress. 49 s. ISBN 978-80-86929-99-6.

KOTÍKOVÁ, Halina, 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu: nové produkty z hlediska motivace účastníků cestovního ruchu, nové trendy v nabídce turismu pro specifické skupiny, názorné příklady ze zahraničí i z České republiky*. Praha: Grada Publishing. 116 s. ISBN 978-80-247-4603-6.

KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG, 2004. *Marketing*. Praha: Grada. 30 s. ISBN 80-247-0513-3.

MALÁ, Vlasta a kol., 2002. *Základy cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Oeconomica. 20 s. ISBN 80-245-0439-1.

NEJDL, Karel, 2011. *Management destinace cestovního ruchu*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 133 s. ISBN 97-88073576738.

NEKUDA, Vladimír, 2002. *Okres Vsetín: Rožnovsko, Valašskomeziříčsko, Vsetínsko*. 1. vyd. Hvězdárna Valašské Meziříčí. 50 s. ISBN 80-86298-09-4.

PALATKOVÁ, Monika, 2006. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada. 16 s. ISBN 80-247-1014-5.

PALATKOVÁ, Monika, 2011. *Marketingový management destinací*. 1. vyd. Praha: Grada, 20 s. ISBN 978-80-2473749-2.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2011. *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. 1. vyd. Praha: Grada. 60 s. ISBN 978-80-247-3748.

STOKLASA, Radovan, 2011. *To nejlepší z Valašska*. Rožnov pod Radhoštěm: Radovan Stoklasa, 2011, 143 s. ISBN 978-80-905472-3-0.

ŠTIKA, Jaroslav, 2007. *Valaši a Valašsko: o původu Valachů, valašské kolonizaci, vzniku a historii moravského Valašska a také o karpatských salaších*. V Rožnově pod Radhoštěm:

Valašské muzeum v přírodě. 151 s. ISBN 978-80-254-0836-0.

RYGLOVÁ, Kateřina, 2009. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 1. vyd. rozš. Ostrava: Key Publishing. 15 s. ISBN 978-80-7418-028-6.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ, 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada. 164 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

ZELENKA, Josef, 2010. *Marketing cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského. 107 s. ISBN 978-80-86723-95-2.

VENCÁLEK, Jaroslav, 1993. *Valašsko, geografie místního regionu pro základní školy*. 1. vyd. Kroměříž: Školský úřad Kroměříž. 96 s.

Elektronické zdroje

AGENTURA OCHRANY PŘÍRODY A KRAJINY ČESKÉ REPUBLIKY, © 2017.

Charakteristika oblasti. *Beskydyochranaprirody.cz* [online]. [cit. 2017-11-04]. Dostupné z: <http://beskydy.ochranaprirody.cz/charakteristika-oblasti/>

AGENTURA OCHRANY PŘÍRODY A KRAJINY ČR, © 2017. Maloplošná chráněná území. *Beskydyochranaprirody.cz* [online]. [cit. 2017-11-04]. Dostupné z: http://www.ochranaprirody.cz/lokality/?filter_ko=0&filter_rp=0&filter_vzchu=82&filter_ko=0&filter_text=

BESKYDY, © 1998–2017. Přírodní památka Čertovy skály v Lidečku. *Beskydy.cz* [online]. [cit. 2017-11-05]. Dostupné z: <https://www.beskydy.cz/content/beskydy-prirodni-zajimavosti-chranena-uzemi-pp-certovy-skaly-u-lidecka.aspx>

CYKLO PŘEROV, © 2015. Cyklostezka Bečva. *cykloprerov.cz* [online]. [cit. 2017-11-11]. Dostupné z: <http://www.cykloprerov.cz/cz/turisticky-pruvodce/cyklostezka-becva>

CYKLOSTEZKA BEČVA, © 2017. O cyklostezce. *Cyklostezkabecva.com* [online]. [cit. 2017-11-12]. Dostupné z: <http://cyklostezkabecva.com/o-cyklostezce/>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, © 2017. Statistická ročenka Zlínského kraje – 2016. *Czso.cz* [online]. [cit. 2017-11-19]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/16-cestovni-ruch-739du2q3m4>

EAGRI, © 2009-2017. Podpora agroturistiky. *Eagri.cz* [online]. [cit. 2017-11-15]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/program-rozvoje-venkova-na-obdobi-2014/opatreni/m06-rozvoj-zemedelskych-podniku-a/x6-4-2-podpora-agroturistiky/>

HRADY, © 1995–2017. Kostel navštívení Panny Marie. *Hrady.cz* [online]. [cit. 2017-11-09]. Dostupné z: <http://www.hrady.cz/?OID=5440>

HRAD BRUMOV, © 2017. Historie hradu. *Hradbrumov.cz* [online]. [cit. 2017-11-07]. Dostupné z: <http://www.hradbrumov.cz/historie-hradu/>

HRAD LUKOV, © 2017. O hradu. *Hradlukov.cz* [online]. [cit. 2017-11-08]. Dostupné z: http://www.hradlukov.cz/index.php?sekce=o_hradu

HYJÉ KONĚ. Hipoturistika na Východní Moravě. *hyje.cz* [online]. [cit. 2017-11-14]. Dostupné z: <http://www.hyje.cz/sluzba/?lokalita=20>

INFORMAČNÍ CENTRUM VSETÍN, © 2017. Kostel ČCK Dolního sboru. *Ic-vsetin.cz* [online]. [cit. 2017-11-09]. Dostupné z: <http://www.ic-vsetin.cz/kostel/kostel-cce-horniho-sboru-12-11/>

INFORMAČNÍ CENTRUM VSETÍN, © 2017. Římskokatolický kostel Nanebevzetí Panny Marie. *Ic-vsetin.cz* [online]. [cit. 2017-11-09]. Dostupné z: <http://www.ic-vsetin.cz/kostel/rimskokatolicky-kostel-nanebevzeti-panny-marie/>

IRAS, TO NEJLEPŠÍ Z ČESKÉ KRAJINY, 2009-2017. Pustevny. *Iras.cz* [online]. [cit. 2017-11-18]. Dostupné z: <http://itras.cz/pustevny/galerie/>

KULTURNÍ ZAŘÍZENÍ VALAŠSKÉ MEZIŘÍČÍ, © 2017. Zámek Žerotínů a kulturní zařízení. *Kzvalmez.cz* [online]. [cit. 2017-11-08]. Dostupné z: <http://www.kzvalmez.cz/o-kulturnim-zarizeni/historie/>

MĚSTO VIZOVICE, © 2017. Zámek Vizovice. *Mestovizovice.cz* [online]. [cit. 2017-11-08]. Dostupné z: <http://www.mestovizovice.cz/turista/historicke-pamatky/zamek-vizovice/>

MUZEUM JIHOVÝCHODNÍ MORAVY VE ZLÍNĚ, © 2011. NKP Ploština. *Muzeum-zlin.cz* [online]. [cit. 2017-11-12]. Dostupné z: <http://www.muzeum-zlin.cz/cs/objekty/nkp-plostina/vseobecne-informace/>

MUZEUM VALAŠSKO, © 2017. Historie zámku. *Muzeumvalassko.cz* [online]. [cit. 2017-11-08]. Dostupné z: <http://www.muzeumvalassko.cz/objekty/zamek-vsetin/historie-zamku/>

MUZEUM VALAŠSKO, © 2017. Kostel nejsvětější trojice. *Muzeumvalassko.cz* [online]. [cit. 2017-11-08]. Dostupné z: <http://www.muzeumvalassko.cz/objekty/lapidarium-trojice>

MUZEUM VALAŠSKO, © 2017. Zámek Kinských Valašské Meziříčí. *Muzeumvalassko.cz* [online]. [cit. 2017-11-08]. Dostupné z: <http://www.muzeumvalassko.cz/objekty/zamek-kinskych/>

NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV, © 2015. Památkový katalog. *Pamatkovykatalog.cz* [online]. [cit. 2017-11-08]. Dostupné z: <http://www.pamatkovykatalog.cz/>

OBEC JASENNÁ, © 2017. Mikulaščíkovo fojtství. *Jasenna.eu* [online]. [cit. 2017-11-8]. Dostupné z: <http://www.jasenna.eu/pamatky/mikulastikovo-fojtstvi/>

BARTOŠŮV SOUBOR, © 2017. Valašský kraj. *Bartosuvsoubor.cz* [online]. [cit. 2017-11-19]. Dostupné z: <http://www.bartosuvsoubor.cz/bartosuv-soubor/kroje>

TURISTIKA, © 2007–2017. Karolinka – zachovaný soubor dřevěnic v Račkově. *Turistika.cz* [online]. [cit. 2017-11-12]. Dostupné z: <https://www.turistika.cz/mista/karolinka-zachovaly-soubor-drevenic-v-ratkove/detail>

VALAŠSKÉ MEZIŘÍČÍ, © 2016. Hvězdárna. *Valasskemezirici.cz* [online]. [cit. 2017-11-12]. Dostupné z: <http://www.valasskemezirici.cz/hvezdarna/gs-4551>

VARTOVNA, © 2009. O rozhledně. *Vartovna.cz* [online]. [cit. 2017-11-10]. Dostupné z: <http://www.vartovna.cz/o-rozhledne/>

VELKÉ KARLOVICE, © 2012. Karlovský kostel. *Velkekarlovice.cz* [online]. [cit. 2017-11-10]. Dostupné z: <http://www.velkekarlovice.cz/zajimavosti-karlovsky-kostel>

VÝCHODNÍ MORAVA, © 2000–2017. Jurkovičova rozhledna v Rožnově pod Radhoštěm. *Vychodni-morava.cz* [online]. [cit. 2017-11-11]. Dostupné z: <http://www.vychodni-morava.cz/cil/2205>

VÝCHODNÍ MORAVA, © 2000–2017. Zřícenina Hradisko. *Vychodni-morava.cz* [online]. [cit. 2017-11-09]. Dostupné z: <http://www.vychodni-morava.cz/cil/685>

7 SEZNAM TABULEK, OBRÁZKŮ A GRAFŮ

Tabulky

Tabulka 1: Rozložení nabídky ubytovacích kapacit v regionu Valašsko	55
Tabulka 2: Přehled kapacit ubytovacích zařízení v rámci regionu.....	56
Tabulka 3: Počet restauračních zařízení na Valašsku.....	57

Obrázky

Obrázek 1: Základní charakteristiky masového a ekologického cestovního druhu	16
Obrázek 2: Mapa Valašska	34
Obrázek 3: Valašský kroj	36
Obrázek 4: Čertovy skály	38
Obrázek 5: Zámek Vsetín.....	40
Obrázek 6: Zámek Vizovice	40
Obrázek 7: Kaple Cyrila a Metoděje	43
Obrázek 8: Stavení ve Valašské dědině.....	45
Obrázek 9: Pustevny, chaty Maměnka a Libušín	46
Obrázek 10: Cyklostezka Bečva.....	50

Grafy

Graf 1: Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy Valašska?.....	60
Graf 2: Jak často jezdíte na Valašsko	61
Graf 3: Na jak dlouho jste přijeli do regionu Valašsko?	62
Graf 4: S kým cestujete?.....	63
Graf 5: Odkud jste čerpali/a informace o regionu Valašsko?.....	65
Graf 7: Je nabídka služeb na Valašsku dostatečná?	66
Graf 8: Jste spokojeni s úrovní poskytovaných služeb v regionu Valašsko?	67
Graf 9: Jak hodnotíte cenovou úroveň regionu Valašsko?	68
Graf 10: Jaký způsob ubytování jste využili nebo využijete?	69
Graf 11: Doporučil/a byste návštěvu Valašska?.....	70
Graf 12: Z jakého kraje pocházíte?	72

8 PŘÍLOHY

Dotazník

Vážená paní, vážený pane,

jsem studentka Soukromé vysoké školy ekonomické ve Znojmě a dovoluji si Vás požádat o vyplnění dotazníku, který bude sloužit jako podklad pro vypracování mé bakalářské práce. Cílem bakalářské práce je analýza nabídky cestovního ruchu na Valašsku a dotazník slouží pouze k akademickým účelům. Vyplnění dotazníku Vám zabere několik málo minut.

Vaše anonymita bude respektována. Prosím Vás, o pravdivé odpovědi.

Mnohokrát děkuji za ochotu

Zuzana Urbanová

Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo

1. Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy Valašska?

- a) Dovolená
- b) Kulturní a společenské akce
- c) Návštěva příbuzných a známých
- e) Jiné,.....

2. Jak často jezdíte na Valašsko?

- a) Jsem zde poprvé
- b) Několikrát ročně
- c) Jednou za rok

3. Na jak dlouho jste přijeli do regionu Valašsko?

- a) 1 den
- b) 2 – 3 dny
- c) 3 – 5 dnů
- d) Týden a více

4. S kým cestujete?

- a) Rodina

- b) Partner
- c) Přátelé
- d) Jiné

5. Proč jste si vybral/a pro Vaši návštěvu region Valašsko?

.....

6. Odkud jste čerpal/a informace o regionu Valašsko?

- a) Internet
- b) Od známých nebo příbuzných
- c) Vlastní dřívější zkušenosti
- d) Návštěva cestovní kanceláře
- e) Inzerce v novinách/časopisech/informační centrum
- f) Sociální sítě
- d) Jiné

7. Je nabídka služeb na Valašsku dostatečná?

Gastronomie	určitě ano	spíše ano	spíše ne	určitě ne	nevím
Ubytování	určitě ano	spíše ano	spíše ne	určitě ne	nevím
Volnočasové aktivity	určitě ano	spíše ano	spíše ne	určitě ne	nevím
Pro rodinu s dětmi	určitě ano	spíše ano	spíše ne	určitě ne	nevím

8. Jste spokojeni s úrovní poskytovaných služeb v regionu Valašsko?

- a) Ano, maximálně
- b) Ano, s menšími výhradami
- c) Spíše ne
- d) Ne

9. Pokud nejste spokojeni, co by se mělo zlepšit?

.....

10. Jak hodnotíte cenovou úroveň regionu Valašsko?

- a) Drahé
- b) Stejně jako jinde

- c) Levné
- d) Nevím

11. Jaký způsob ubytování jste využili nebo využijete?

- a) Penzion
- b) Hotel
- c) Chata v pronájmu
- d) Kemp
- e) Rodina, známí

12. Co se chystáte na Valašsku navštívit, případně co už jste navštívili?

.....

13. Doporučil/a byste návštěvu Valaška?

- a) Ano, samozřejmě
- b) Ano, s menšími výtkami
- c) Nevím
- d) Ne
- e) Určitě ne

14. Pokud ne, tak proč ne?

.....

15. Doporučujete něco regionu Valaško pro zvýšení cestovního ruchu, případně co?

.....
.....
.....

16. Z jakého kraje pocházíte?

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

17. Máte trvalé bydliště v regionu Valašsko?

- a) Ano
- b) Ne

18. Vaše pohlaví

- a) Žena
- b) Muž

19. Věk

- a) Do 25let
- b) 26 – 39let
- c) 40 – 50 let
- d) 51 – 65 let
- e) Nad 65 let

Děkuji Vám za vyplnění