

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Cestovní ruch

ANALÝZA POTENCIÁLU CESTOVNÍHO RUCHU
VE MĚSTĚ VELKÉ MEZIŘÍČÍ

Bakalářská práce

Autor práce: Lukáš Brňák

Vedoucí práce: doc. Ing. Radoslav Kožiak, PhD.

Jihlava 2024

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce:	Lukáš Brňák
Studijní program:	Cestovní ruch
Obor:	Cestovní ruch
Garant studijního programu:	Ing. Ivica Linderová, PhD.
Název práce:	Analýza potenciálu cestovního ruchu ve městě Velké Meziříčí
Vedoucí práce:	doc. Ing. Radoslav Kožiak, PhD.
Cíl práce:	Na základě provedené analýzy vytyčit cílové skupiny turistů a nastínit možnosti dalšího rozvoje oblasti směrem k rozšíření turistické nabídky.

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá aktuální situací, analýzou potenciálu cestovního ruchu a návrhu produktů cestovního ruchu ve městě Velké Meziříčí a v jeho blízkém okolí. Teoretická část se věnuje rešerši dosavadních teoretických přístupů, popisu základních pojmů a hodnotících metod cestovního ruchu. Praktická část práce popisuje charakteristiku destinace, definuje potenciál cestovního ruchu a ten hodnotí v rámci SWOT analýzy. Cílem práce je zhodnocení současného potenciálu cestovního ruchu v kontextu aktuální nabídky produktů cestovního ruchu a také návrh možného dalšího rozvoje nabídky cestovního ruchu v destinaci. Výsledkem práce je porovnání a potvrzení výsledku zkoumání potenciálu cestovního ruchu města Velké Meziříčí od J. Bíny v jeho práci „Hodnocení potenciálu cestovního ruchu na území ČR“.

Klíčová slova

Analýza; cestovní ruch; město Velké Meziříčí a okolí; potenciál cestovního ruchu

Abstract

This bachelor's thesis deals with the current situation, the analysis of tourism potential and the design of tourism products in the city of Velké Meziříčí and its immediate surroundings. The theoretical part is dedicated to the research of existing theoretical approaches, description of basic concepts and evaluation methods of tourism. The practical part of the work describes the characteristics of the destination, defines the potential of tourism, and evaluates it in the framework of a SWOT analysis. The aim of the thesis is to evaluate the current potential of tourism in the context of the current offer of tourism products, as well as a proposal for the possible further development of the offer of tourism in the destination. The result of the work is a comparison and confirmation of the result of the investigation of the tourism potential of the city of Velké Meziříčí by J. Bína in his work "Evaluation of the potential of tourism in the territory of the Czech Republic “.

Keywords

Analysis; tourism; the city of Velké Meziříčí and its surroundings; tourism potential

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „AZ“).

Byl jsem seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje **AZ**, zejména § 60 (školní dílo).

Podle § 47b zákona o vysokých školách souhlasím se zveřejněním své práce podle Směrnice pro vedení, vypracování a zveřejňování závěrečných prací na VŠPJ, a to bez ohledu na výsledek obhajoby.

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mě požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do její skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Jihlavě dne 26. dubna 2024

.....

Podpis studenta/ky

Poděkování

Velké poděkování patří mému vedoucímu BP doc. Ing. Radoslavovi Kožiakovi PhD. za cenné rady při psaní této práce a vedení BP. Dále bych rád poděkoval své rodině za trpělivost a podporu po celou dobu mého studia.

Obsah

Seznam obrázků.....	7
Seznam tabulek	8
Seznam zkratk.....	9
Úvod	10
1 Teoretická část	11
1.1 Cestovní ruch a pojmy s ním spojené.....	11
1.2 Systémová teorie	14
1.3 Poptávka v CR	18
1.4 Nabídka v CR	19
1.5 Potenciál CR	21
1.6 Předpoklady pro rozvoj CR.....	25
1.7 Produkt CR	27
1.8 SWOT analýza	28
2 Praktická část	31
2.1 Cíl práce	31
2.2 Současný stav ve městě Velké Meziříčí	31
2.3 Vymezení oblasti města Velké Meziříčí a okolí.....	32
2.4 Analýza nabídky CR	35
2.5 Produkty CR v oblasti	44
2.6 Zhodnocení potenciálu CR	44
2.7 SWOT analýza	46
3 Aplikační část-návrhy možností využití území pro CR	50
3.1 Definování cílové skupiny	50
3.2 Marketingové nástroje propagace lokality.....	50
3.3 Produkt 1- Tři dny s císaři.....	51
3.4 Produkt 2: Elektrokošem vážně i nevážně	52
3.5 Produkt 3: Sportuj v Medřiči	52
Závěr	57
Seznam použité literatury	58

Seznam obrázků

Obr. 1: Vývoj obsahu definic CR	12
Obr. 2: Kasparův model systému CR	14
Obr. 3: Biegerův model systému CR	15
Obr. 4: Systém CR podle Gúčika	15
Obr. 5: Subjekt CR	16
Obr. 6: Objekt CR	16
Obr. 7: Předpoklady CR	25
Obr. 8: Ilustrační tabulka SWOT analýzy firmy	28
Obr. 9: Využití pozemků ve městě Velké Meziříčí (dle ČSÚ k 1. 1. 2019)	33
Obr. 10: Charakteristika chladné podoblasti MT5 a MT9	33
Obr. 11: Vyhlídková věž kostela sv. Mikuláše Velké Meziříčí.....	37
Obr. 12: SWOT analýza kultury ve Velkém Meziříčí.....	43

Seznam tabulek

Tab. 1: Bodové hodnoty atraktivit CR.....	23
Tab. 2: Bodové hodnoty ploch a linií ovlivňujících CR	24
Tab. 3: Potenciál CR v obvodech ORP.....	24
Tab. 4: Návštěvnost HUZ podle ve Velkém Meziříčí za rok 2022	39
Tab. 5: Návštěvnost HUZ podle ve Velkém Meziříčí za rok 2021	39
Tab. 6: Kapacita a návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení.....	45
Tab. 7: Stanovení potenciálu cestovního ruchu v jednotlivých ORP Kraje Vysočina.....	45
Tab. 8: Potenciál CR území ORP Velké Meziříčí	46
Tab. 9: SWOT analýza	48
Tab. 10: Seznam potenciálních partnerů projektu	53
Tab. 11: Metody propagace	55

Seznam zkratk

AIST	Mezinárodní sdružení expertů CR
CK	Cestovní kancelář
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EDPP	Elektronický digitální povodňový portál
MAS	Místní akční skupina
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
ORP	Obec s rozšířenou působností
SO	Správní oblast
TIC	Turistické informační centrum
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu

Úvod

Tato bakalářská práce pojednává o potenciálu CR v destinaci Velké Meziříčí. Potenciál cestovního ruchu je velmi důležitý z hlediska rozpoznání vhodných atraktivit území pro návštěvníky a také pomáhá v diverzifikaci finančních prostředků pro potřeby CR. Téma jsem si vybral z důvodu, že bydlím nedaleko, lokalita je mi blízká a líbí se mi. Dalším důvodem výběru je fakt, že bychom touto prací chtěli přispět ke zmapování potenciálu CR v dané lokalitě města a také chceme ze svého pohledu poskytnout několik kvalitních nápadů pro jeho další rozvoj. Celá práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část, následně v závěru jsou uvedeny návrhy rozvoje lokality a produktů CR. V teoretické části jsou popsány základní pojmy související s CR. Důraz je kladen na vysvětlení a popsání systémové teorie, produktu CR, poptávky CR, nabídky CR a potenciálu CR. V teoretické části je také podrobně vysvětlena SWOT analýza. Praktická část BP je rozdělena na 3 podkapitoly: charakteristiku Velkého Meziříčí, analytickou část a na produkty CR v oblasti. První kapitola popisuje ucelenou charakteristiku lokality. V další kapitole zanalyzujeme současnou situaci z pohledu CR. Tuto kapitolu jsme rozdělili na primární, sekundární a terciární nabídku CR. Primární nabídka popisuje atraktivitu destinace, sekundární nabídka obsahuje charakteristiky služeb CR jako je např. ubytování, stravování apod. A terciární nabídka popisuje fungování managementu CR ve Velkém Meziříčí. Součástí praktické části BP je také zhodnocení potenciálu pomocí SWOT analýzy a porovnání výsledků s hodnocením potenciálu od Bíny a kolektivu autorů VŠPJ. V závěru práce se věnujeme návrhům produktů CR ve Velkém Meziříčí, které by šly aplikovat pro zlepšení současné nabídky ve městě Velké Meziříčí.

1 Teoretická část

Teoretická část BP se věnuje CR z všeobecné roviny. Zpočátku zde budeme popisovat základní pojmy, poptávku a nabídku CR, potenciál CR, produkt CR a celý blok zakončíme předpoklady pro rozvoj CR a SWOT analýzou. Celá kapitola bude základním teoretickým rámcem pro druhou část práce – praktickou část. Naším zámyslem bylo zpracovat kapitoly vyčerpávající formou a kde to bylo možné, uvedli jsme několik pohledů na danou problematiku od více autorů. Primárním úkolem této části je z teoretické roviny vymezit a charakterizovat používané základní pojmy, které jsou nezbytné pro pochopení samostatné analýzy a závěrečného vyhodnocení potenciálu CR.

1.1 Cestovní ruch a pojmy s ním spojené

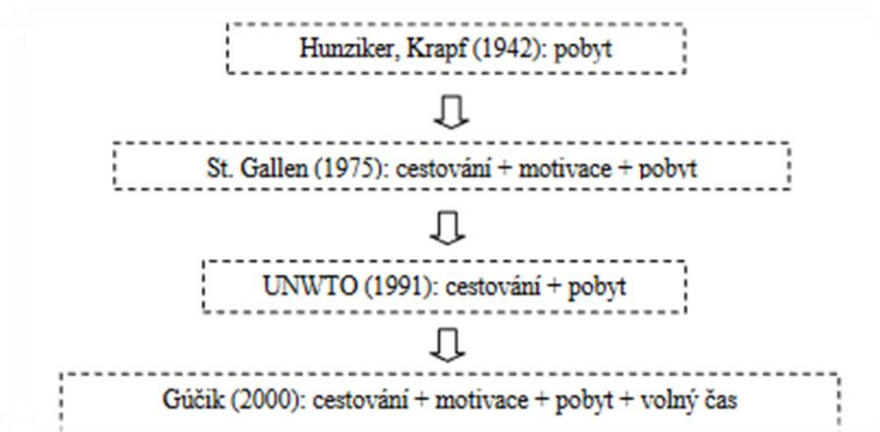
Do skupiny základních pojmů řadíme CR, základní podmínky rozvoje CR a účastníka CR. CR na první pohled působí, že se jedná o jednoduchou definici s jasnými pravidly. Ale opak je pravdou, respektive k dnešní nejrozšířenější teorii bylo potřeba mnoho výzkumů. Definice CR se dá vyložit několika odlišnými způsoby. Dle Ryglůvé a kolektivu jedna z prvních definic CR od F.W. Ogilvie (z roku 1933) popisuje CR jako „ekonomický jev spojený se spotřebou hmotných i nehmotných statků, které jsou hrazené z financí“. Jedná se zejména o teorii ekonomickou o spotřebě obyvatelstva, která je spojena s cestováním a turistikou. Definice je celá řada a výše zmíněná autorka (Ryglůvá a kolektiv) jich zmiňuje celou řadu. Za jako první moderní definici CR může být označena teorie od autorů Krapfa a Hunzikera z roku 1941, která umožňuje definovat CR jako „souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání“.

V dnešní době se jako nejpropracovanější definice CR uvádí definice UNWTO z roku 1995, jejíž přesné znění je: „CR je sociální, kulturní a ekonomický jev, který zahrnuje pohyb lidí do zemí nebo míst mimo jejich obvyklé prostředí za osobními nebo obchodními/profesionálními účely. Tito lidé se nazývají návštěvníci (což mohou být turisté nebo výletníci; rezidenti nebo nerezidenti) a CR má co do činění s jejich aktivitami, z nichž některé zahrnují výdaje na CR.“ (UNWTO, b.r.a)

Tato definice se dá pochopit tak, že je to aktivita (cestování – změna polohy mimo běžné místo), která trvá omezený časový úsek (nesmí být delší než jeden rok) a cílem účastníka této cesty není výdělečná činnost a koná se nejčastěji ve volném čase. Toto upřesnění je důležité, protože tím se nám okruh účastníků zredukuje o účastníky dojíždějící za prací, migrující obyvatelstvo a o cestování v rámci bydliště a další. Další rozšířenou definicí CR je definice dle AIST. Ta uvádí, že „CR je souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není místem bydlení a zaměstnání.“ (Ryglůvá, Burian, Vajčnerová, 2011, s.17-18)

Neméně důležitou definici od Gúčika zmiňuje doktorka Linderová (2015, s.14), ten CR definuje jako „soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Jejich cílem je odpočinek, poznávání, zdraví, rozptýlení a zábava, kulturní a sportovní vyžití, služební cesty, tj. získání komplexního zážitku“. Tato definice je v rámci československého prostředí nejnovější, detailní a vymezuje CR vyčerpávající formou. Jak je z uvedených definic patrné, základem definice CR je cestování účastníka mimo trvalé bydliště a jeho cesta by neměla být spojena s vykonáváním

výdělečné činnosti. Ale naopak je spojena s trávením volného času různými způsoby, viz Gúčík výše, zejména relaxačním.



Obr. 1: Vývoj obsahu definic CR

Zdroj: Linderová (2015, s. 13)

Na obr.1 je znázorněno, jak se postupem času vyvíjela teorie CR. Z počátku se CR definoval pouze jako pobyt. A postupem času se k této zásadní charakteristice přidaly další stěžejní elementy jako je cestování, motivace (proč) a nakonec volný čas. Dále je potřeba zmínit, že pro existenci CR je potřeba splnit několik základních podmínek:

- Zajištěný svobodný pohyb obyvatel
- Musí existovat volné disponibilní prostředky
- Existence volného času
- Existence potenciálu CR
- Vybudovaná infrastruktura a suprastruktura

(Palatková & Zichová, 2011, s. 13)

Dalšími důležitými pojmy jsou: turista, rezident, stálý obyvatel, návštěvník, výletník, destinace. Turista je návštěvník, který se dočasně zdrží alespoň 24 hodin (tzn. jednou přenocuje) v navštíveném místě, ale nezůstává více než 1 rok. A také je potřeba zmínit, že jeho hlavní účel pobytu je jiný než výdělečná činnost. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s.19)

Dle doktorky Linderové turistu dělíme také podle domácího a zahraničního CR. V domácím CR je to návštěvník trvale usazen v cílové zemi, který minimálně jednou přespí jakémkoliv ubytovacím zařízení, ale nezůstává déle než 6 měsíců. V zahraničním CR je to návštěvník, který cestuje do jiné země na dobu delší než jednoho přenocování, ale ne déle než na 1 rok. (Linderová, 2015, s.21)

Za rezidenta považujeme stálého obyvatele, který ve vztahu k dané zemi:

- v domácím CR žije v dané zemi nejméně 6 měsíců (jdoucích po sobě) před příjezdem do jiného místa na dobu kratší než 6 měsíců
- v mezinárodním CR žije v zemi alespoň 1 rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší než 1 rok

Za návštěvníka v domácím CR považujeme osobu, která trvale sídlí v dané zemi a cestuje na jiné místo (kde normálně nepobývá) na dobu kratší než 6 měsíců, a zároveň její účel cesty je jiný než výdělečná činnost. V mezinárodním CR tato osoba cestuje do jiné země než má trvalý pobyt na dobu ne více než 1 rok. A také zde účel cesty je jiný než výdělečná činnost. Za výletníka lze označit osobu, která cestuje na dobu kratší než 24 hodin a bez přenocování. (Palatková & Zichová, 2011, s. 12)

Pojem destinace lze jednoduše vysvětlit jako cílové místo návštěvníka- např. středisko CR, určitý region či stát. V rámci odborné literatury se destinace velmi přesně vymezuje dle konkrétního místa pobytu jako jsou např.: města, lázně, rekreační střediska či obce, ale také i chatové oblasti a výletního místa. Často se také uvádí rozdělení destinace dle Pearce, který rozděloval destinaci dle těchto přístupů:

- Území – nejčastěji se dělí z hlediska geografického nebo rajonu, tzn. produktu
- Konkurenční jednotka – V tomto případě je vnímána jako produkt, který nabízí řetězec služeb a zároveň uspokojuje potřeby i očekávání. Řetězec služeb je v tomto případě klíčový a zapojují se do něj účastníci destinace z veřejného, soukromého i neziskového sektoru.
- Sociální prostor sdílený návštěvníky i rezidenty– jedná se o komplexní přístup z pohledu nejen ekonomického, sociálně-kulturního a fyzického rozměru. Tyto 3 pilíře jsou označovány také jako pilíře udržitelnosti a zapojují rezidenty do vztahů uvnitř destinace.
- Síť (network)-v tomto případě se destinace uvažuje jako síťový systém, který se skládá z mnoha subjektů soukromého, veřejného a nevládního neziskového sektoru a rezidentů. A tomu odpovídá i složitost vztahů mezi nimi. V tomto kontextu lze tedy na destinaci pohlížet jako na vnitřní organizační síť mnoha volných skupin propojených dohromady anebo jako na souhrn mnoha uzlů a vzájemných vztahů v rámci destinace.

(Šauer a kol., 2015, s.123-124)

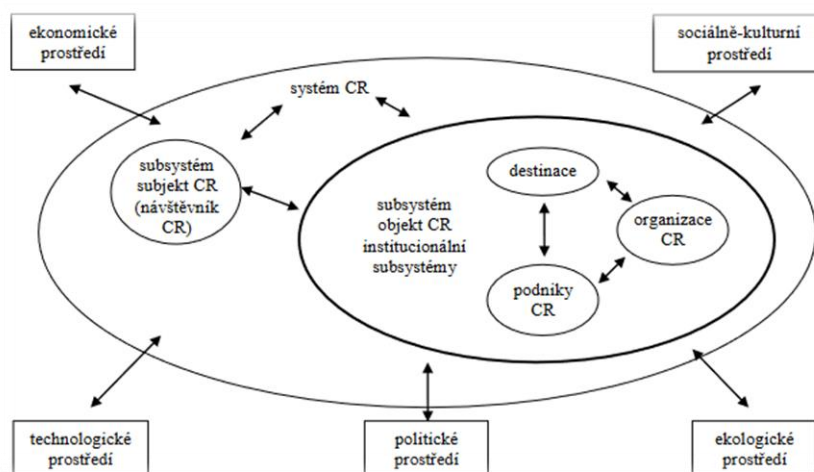
Destinace a její image láká turisty, motivuje je k návštěvě, a tím dodává energii celému systému CR. Lze ji také definovat jako cestovní trhovou oblast v geografické zóně či oblasti a jako nabídka nabízí veškeré služby, které turisté chtějí a potřebují. Téměř všechny turistické destinace se vyznačují společnými atributy:

- Atrakce (přírodní, umělá, účelově postavená a další)
- Dostupnost (dopravní systém)
- Vybavení (ubytovací a stravovací zařízení, maloobchod, další služby pro turisty)
- Dostupné balíčky CR
- Aktivita (všechny aktivity, které lze v destinaci provádět)
- Doplnkové služby (např. banky, nemocnice atd.)

(WIWEKA, Kadek a ARCANA,2019)

1.2 Systémová teorie

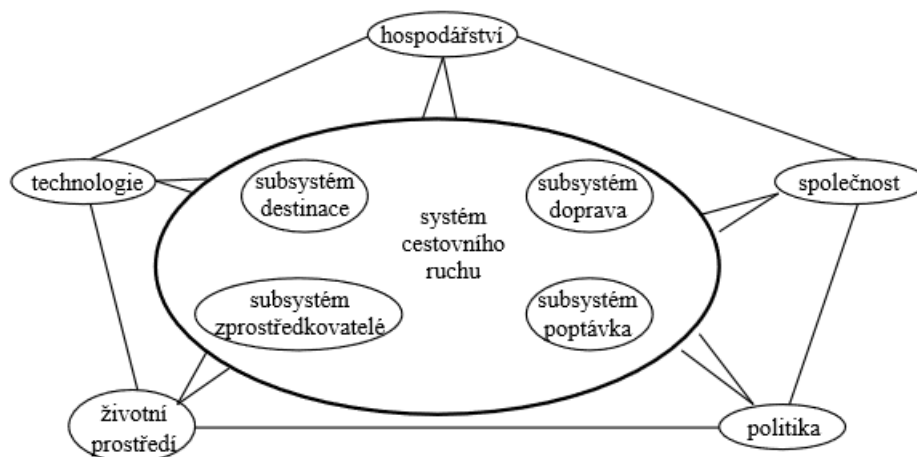
Na CR se dá také nahlížet jako na systém a tento pohled se nazývá „systémová teorie“. Je to výsledek modelování CR z hlediska ekonomického. Na systém CR lze ale také pohlížet jako na model teritoriální, prostorový, časový nebo kulturní. Je třeba si ale uvědomit, že se jedná o částečné zjednodušení reality. Jako u definice CR, i zde je množství autorů, kteří se zabývali systémovou teorií a my bychom chtěli popsat několik nejzajímavějších modelů. Složky CR lze jednoduše rozdělit na subjekty a objekty CR. Jsou tedy jejími základními prvky. V následujících podkapitolách podrobně charakterizujeme jednotlivé podsystémy a prvky, které jsou součástí jednotlivých modelů. Už první teorie systému CR poukazují na teorii jako na dopravní proces, kde se navzájem ovlivňuje mnoho faktorů jako je např. politika, hospodářství, kultura a další. A v centru teorie je člověk jako subjekt CR a objektem je destinace, instituce a zařízení CR. V modelu Kaspara se jedná o vzájemnou jednotu vztahů a rozhodnutí v CR. Kaspar model rozděluje na 2 podsystémy: návštěvníka CR (subjekt) a na cílové místo (objekt), které doplňuje vnější prostředí. Subjekt spotřebovává statky a služby CR a objekt je poskytuje. (Linderová, 2015, s.15)



Obr. 2: Kasparův model systému CR

Zdroj: Linderová (2015, s. 16)

Jak je z obr.č.2 patrné, jsou zde ještě další důležité prvky ovlivňující prostředí modelu. Nazýváme je vnějšími vlivy neboli okolím systému CR, jež budou rozvedeny v následujících kapitolách. Dalším zajímavým modelem systému CR je model od Biegera, který systém CR vysvětluje jako 4 základní podsystémy (destinace, doprava, zprostředkovatel a poptávka), reagující s vnějším prostředím (hospodářství, společnost, příroda, technologie a politika).



Obr. 3: Biegerův model systému CR

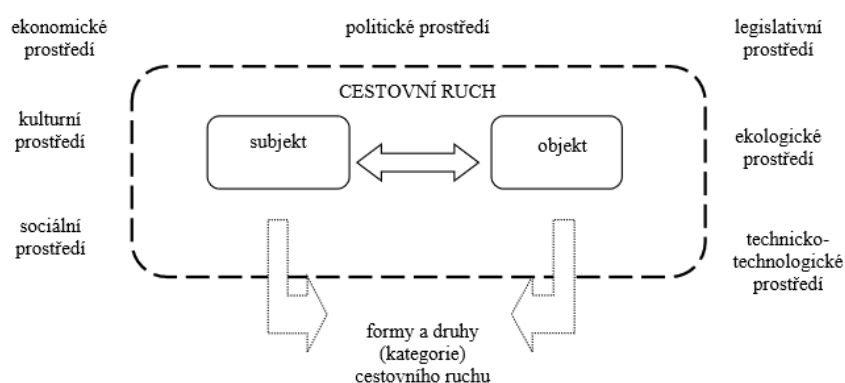
Zdroj: Linderová (2015, s. 17)

Z jeho teorie lze odvodit několik důležitých poznatků a to zejména:

- Systém je otevřený a dynamicky se vyvíjí
- Lze na něho pohlížet jako na jednotu vztahů
- Skládá se ze dvou podsystémů – subjekt a objekt CR
- Návštěvník jako subjekt je nositelem poptávky a je spotřebitelem
- Destinace, podniky a organizace CR jsou objektem CR a jsou poskytovatelé služeb CR
- Prvky objektu CR jsou nuceni spolupracovat
- Existuje zde soustava vazeb nejen mezi hlavními podsystémy ale i mezi okolními prvky

(Linderová, 2015, s.17)

Poslední námi zmíněná systémová teorie je od Gúčika a ta obohacuje modely o prvky formy a druhy CR.



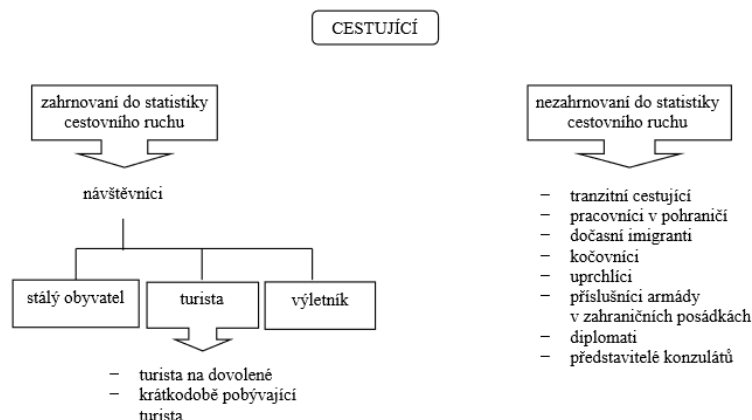
Obr. 4: Systém CR podle Gúčika

Zdroj: Linderová (2015, s. 18)

1.2.1 Subjekt CR

Jedná se o nositele poptávky, tzn. se jedná o každého, kdo během cestování a pobytu mimo své místo trvalého bydliště uspokojuje své potřeby (spotřebovává statky CR). Jedná se tedy o cestující-návštěvníky, které dále můžeme dělit na stálého obyvatele, turistu a výletníka. Cestující

se definuje jako každý, kdo cestuje nejméně mezi 2 lokalitami bez ohledu na použitý dopravní prostředek. (Linderová, 2015, s.18)



Obr. 5: Subjekt CR

Zdroj: Linderová (2015, s. 19)

Z obr. č.6 je patrné, že ne každý cestující je zahrnován do CR. Ze statistik CR jsou vyjmuti cestující, kteří nesplňují výše uvedenou podmínku pro subjekt CR.

1.2.2 Objekt CR

Jedná se o nositele nabídky a produkují statky CR pro uspokojení poptávky návštěvníků. Dělíme je na podniky a instituce CR. Jsou to tedy destinace, které vyvíjejí činnosti pro CR.



Obr. 6: Objekt CR

Zdroj: Linderová (2015, s. 22)

1.2.3 Vnější vlivy CR

Dle systémové teorie se jedná o vnější systémy CR a uvažujeme je jako systémy nadřazené. Jedná se o tyto prostředí:

- Technicko/technologické – dopravní a ubytovací infrastruktura, technická a informačně technologická vybavenost. Řadíme sem také dopravní síť, která je pro CR zásadní. V případě masově navštěvovaných turistických center je potřeba plynulá doprava ve všech aspektech. Nejdynamičtěji se rozvíjející doprava je automobilní a na dostatečnou kapacitu je potřeba v rozvoji CR myslet.
- Ekonomické – ekonomický růst, míra inflace a nezaměstnanosti, stabilita měny, a úroková míra. Může být pozitivní či negativní. Tyto faktory velmi souvisí s potřebami lidí, které jsou: statky existenční potřeby, vyšší potřeby (kulturní) a statky luxusní potřeby.

- Kulturní – vzájemný vztah návštěvníků a místních obyvatel
- Legislativní – různé předpisy, nařízení, zákony a vyhlášky
- Sociální – ovlivňuje rozdělování HDP, pracovní a mimopracovní podmínky, sociální politiku státu a další a také chování, jednání a myšlení lidí. Rekreace je pro lidi velmi důležitá z hlediska odpočinku a v efektivnosti v pracovním prostředí.
- Ekologické – přírodní prostředí, jeho nedotčenost či naopak znečištění. Rozvoj CR s sebou přináší značné důsledky pro přírodu. Z toho důvodu je potřeba okolní přírodu chránit a také rozvíjet lokalitu šetrným způsobem pro udržení atraktivnosti produktu/destinace. Z toho důvodu je velmi doporučován šetrný rozvoj turistiky s ohledem na okolní přírodní prostředí.
- Politické – oficiální státní politika, hmotná a kulturní vyspělost obyvatelstva, fond volného času. Sociální politika státu vytváří vhodné podmínky pro rozvoj turismu a zejména pro masový turismus. CR je motivován životních úrovní obyvatelstva a uspokojením primárních potřeb (bydlení, stravování, podmínky zaměstnání, zdravotní péče, délce pracovního času, růst reálných mezd a další), až po naplnění těchto potřeb je možné naplňování sekundárních potřeb, kam řadíme i CR. Z tohoto hlediska je zejména důležitá velikost volného času a disponibilních peněžních prostředků pro jeho trávení.

(Vystoupil, Šauer, 2006, s.19-26)

1.2.4 Formy a druhy CR

Nejčastěji se CR rozděluje dle formy a druhu, kde forma zkoumá motivaci účasti lidí a druh definuje způsob realizace. Základní rozdělení forem CR:

- Rekreační CR – je to odpočinková forma, hlavním motivem je odpočinek a regenerace. Nejčastěji je to pobyt na jednom místě mimo obvyklé prostředí návštěvníka. Často je rekreace aktivní, sportovní a v přírodě.
- Kulturně poznávací CR – jedná se především o poznávání kulturně-historických památek, parků, zařízení či krajiny.
- Sportovně-turistický CR – je zaměřen na posílení fyzického stavu člověka. Člení se na turistiku pěší, horskou, vodní a také na cykloturistiku. Také se sem řadí i cesty diváků na různé sportovní akce jako např. cesta na Olympijské hry apod.
- Zdravotně orientovaný CR – jsou to zejména cesty do lázní nebo také do rekreačních center za účelem zlepšení zdravotního stavu, kde se využívají léčebné procedury nebo důvodem je pobyt v příznivém prostředí. Můžeme zde nalézt lázeňský CR.
- Přírodní CR-zde je hlavním motivem pobyt v přírodě a její poznávání, např. přírodních rezervací, národních parků apod. Významný je zde ekoturismus – pobyt v přírodě, který nenarušuje přirozené prostředí.
- Venkovský CR – jsou to vícedenní pobyty s rekreačními aktivitami na venkově. Ubytování je soukromé nebo v menších zařízeních. Tato forma je brána jako určitá alternativa k masovému CR. Dalšími formami venkovského CR je agroturismus (pobyt na farmách i účast na zemědělských činnostech) a ekoagroturismus (vyšší forma, alternativní zemědělství). Pro ČR je typická venkovská forma chataření a chalupaření.
- Vzdělávací CR – motivací je zde získání znalostí a pobyt je tomu plně přizpůsoben
- Kongresový CR – zde se jedná o setkávání odborníků a sdílení znalostí
- CR se společenskými motivy – hlavním motivem je zde navázání dalších kontaktů s lidmi

- Další členění vycházející z motivace účasti je náboženský, profesní, etnický, dobrodružný, kosmický, zážitkový či nákupní CR

Podle způsobu realizace CR dělíme podle:

- Území, kde probíhá – domácí, zahraniční, který se dále dělí na výjezdový, příjezdový a tranzitní CR
- Délky pobytu – krátkodobý (do tří dní) a dlouhodobý
- Vlivu na platební bilanci státu – aktivní (příliv deviz) a pasivní CR (odliv deviz)
- Způsobu zabezpečení cesty a pobytu – organizovaný (pomocí CK apod., účastník si kupuje celý soubor služeb-zájezd) a neorganizovaný CR (účastník si vše zařizuje sám)
- Příslušnosti účastníků ke skupině – individuální a skupinový CR
- Způsobu financování – dělíme na:
 - komerční (volný) CR – účastník si vše hradí z vlastních zdrojů
 - sociální (vázaný) CR – část výdajů je hrazena z jiných zdrojů a je vázaná na splnění určitých podmínek, např. příslušnost k firmě, či pojišťovně apod.
- Dopadu na životní prostředí – dělí se na:
 - měkký – minimálně narušuje životní prostředí a využívá co nejvíce místních zdrojů
 - tvrdý CR – působí výrazné změny v původním životním prostředí a negativně využívá zdroje lokality
- další členění může být z hlediska věku, použitého dopravního prostředku apod.

(Drobná, Morávková, 2004, s. 16-20)

Mimo výše zmíněné formy CR v současné době vznikají i nové formy CR jako např. mykotický (cestování za sběrem hub), svatební, glampingový (stanování se zachováním komfortu hotelu), námořní, eventový a mnohé další. Tyto nové formy CR souvisí se zvyšující se potřebou lidí cestovat a poznávat nové kultury. (Oliverira, Silva, Silva, 2021, s.279-284)

1.3 Poptávka v CR

Poptávku lze charakterizovat jako souhrn veškerého množství služeb a zboží, (tzn. statků), které chtějí spotřebitelé koupit za konkrétní cenu. Poptávka v CR je agregátní (celkový trh-poptávka všech účastníků), individuální (pouze jediný kupující nebo poptávka po produkci pouze jednoho výrobce) anebo dílčí (poptávka po jednom konkrétním výrobku). Obecně se poptávající snaží maximalizovat svůj užitek. A ten je omezen výší spotřebitelova důchodu, cenou poptávaného statku a cenou ostatních statků. Užitek není pouze o ceně, ale zejména o preferencích a osobního vnímání poptávajícího. (Palatková & Zichová, 2011, s. 38)

V CR je poptávka specifická několika faktory, tzn. je:

- Komplexní – většinou ve formě celého balíku služeb
- Sezonní – omezené časové úseky v průběhu roku, není rovnoměrně rozložena
- Velmi pružná – často se mění
- Rozmanitá – potřeby zákazníků jsou velmi obsáhlé, neustále se vyvíjí a mění

Poptávka je také ovlivněna:

- Cenami jednotlivých produktů – je pružná
- Úrovní nabídky
- Důchodem/příjmy obyvatelstva
- Spotřebními zvyklostmi lidí- např. módnost destinace, životní styl apod.
- Politickou, sociální a ekonomickou situací v cílové i domácí destinaci zákazníků

(Drobná, Morávková, 2004, s. 55)

Poptávka po destinaci je z velké části určena následujícími faktory:

- Ekonomická vzdálenost – vztahuje se k nákladům a k času nutnému k cestování z výchozí pozice do lokality a zpět. Limitujícím faktorem je cena dopravy. Čím příznivější jsou ekonomické náklady na cestu do destinace, tím vyšší je poptávka. Současnému CR velmi pomáhá rozvinutá letecká doprava, která významně snížila náklady na dopravu.
- Kulturní vzdálenost – označujeme tím rozdílnost kultur turistů a místního obyvatelstva. Obecně se uvádí, že čím větší je kulturní vzdálenost, tím větší je obtížnost cesty. Ale na druhou stránku tento fakt může být přínosným pro turisty hledající CR méně masový.
- Ceny služeb – při vysokých cenách je obecně nižší poptávka
- Kvalita služeb – pro spoustu turistů je to zásadní parametr. Tento parametr je velmi subjektivní a do popředí se zde dostává marketing destinace, který má tendence potenciálním zákazníkům vsugerovat kladné pocity ze služeb v oblasti.
- Roční období – sezónnost záleží na aktivitách destinace. Pro lyžařský areál bude jiná než pro resort specializující se na rekreační účely.

(Goeldner, Ritchie, Brent, 2014, s.324-325)

Poptávka je také ovlivněna změnou klimatu, respektive růstem teploty a nové výzkumy signalizují, že v severněji položených regionech se trend poptávky v následujících letech bude zvyšovat, a naopak poptávka v jižněji položených regionech se bude snižovat. Zároveň se v těchto regionech významně mění sezónnost poptávky. Závěrem jedné z těchto studií je i to, že nejvíce budou ovlivněny pobřežní lokality, respektive že jsou ke změně poptávky z důvodu změny teploty nejnáchylnější. Nejvýznamnější dopad změny klimatu na poptávku po CR se predikuje pro pobřežní regiony, např. pokles až o 9,12 % na řeckých Jónských ostrovech a nárůst o téměř 16 % v západním Walesu podle scénáře s nejvyššími emisemi. (Matei a kol., 2023)

1.4 Nabídka v CR

Jedná se o objekty CR představující souhrn služeb, hmotných statků a užitečných efektů, které je možné v určitém časovém úseku a místě nabídnout pro uspokojení potřeb turistů (účastníků CR) a které jsou na prodej. Nabídka se dělí stejně jako poptávka, tj. na agregátní, individuální a dílčí. Subjekt nabídky je nejčastěji firma, jejímž cílem je maximalizovat zisk. Skládá se zejména z atraktivity a vybavenosti cílové destinace. Atraktivita destinace je dominantní složkou nabídky a představuje největší lákadlo pro příjezd turistů. Mezi vybavenost řadíme suprastrukturu a infrastrukturu. Nabídka se také dělí na primární, sekundární a terciární.

Atraktivity cílových destinací (primární nabídka CR)

- Primární přírodní – klimatické, morfologické a hydrologické podmínky; fauna a flora

- Primární vybudované/organizované a jsou výsledkem činnosti člověka – nejsou primárně určené pro CR, ale jsou tímto odvětvím využívány; dělí se na atraktivitu:
 - Architektonické a technické (hrady, zámky, památníky, lidová architektura a další)
 - Vybudované přírodní (parky, zahrady, botanické a zoologické zahrady a další)
 - Kulturní a sportovní (muzea, galerie, festivaly, sportovní utkání a další)
 - Sociální (tradice, obyčej, regionální gastronomie a další)
- Účelově vybudované/organizované – tematické parky, lázeňská střediska, kongresové akce a další

Atraktivita jsou kapacitně i místně omezeny, a tím pádem je oproti jiným odvětvím CR velmi určován právě nabídkou.

Vybavenost destinace (sekundární nabídka CR)

- Suprastruktura
 - Ubytovací služby komerční/nekomerční
 - Služby stravování
 - Další služby – bankovní, směnárenské, pojišťovací, maloobchodní a další
- Infrastruktura
 - Dopravní obslužnost – železniční, silniční, letecká doprava a veřejná doprava atd.
 - Veřejné služby – vodovody, osvětlení, odvoz odpadů, telekomunikace atd.
 - Zařízení sportovně-rekreační charakteru
 - Zařízení sociálních služeb a místní infrastruktura

(Palatková & Zichová, 2011, s. 57-60)

Terciární nabídka CR

- Aktivita managementu destinací (environmentální, výchovné apod.)

(Vystoupil, Šauer, 2006, s.76)

Složky nabídky se také dají dělit na 4 široké kategorie:

- Přírodní zdroje a životní prostředí – je to základní měřítko nabídky. Jsou to přírodní zdroje, které má lokalita k dispozici. Patří sem ovzduší, geografie regionu, podnebí, vlastnosti terénu, fauna a flóra, přírodní krásy apod. Jedná se tedy o přírodní faktory a jejich kombinaci. Důležitý parametr je sezónnost v rozdílných teplotních zónách a z toho vyplývající využití. Čím širší je nabídka aktivit v průběhu roku, tím pro region lépe. Neméně důležitá je lokalita/ umístění. Větší poptávka je v oblastech s rekreační materiálně technickou základnou blízko k potenciálním trhům. Výjimkou jsou jedinečné lokality, kde nezáleží na blízkosti ubytovacích rekreačních oblastí. Samozřejmostí je ochrana lokalit pro trvalé udržení vysoké poptávky.
- Umělé prostředí – zahrnuje materiálně technickou základnu CR a rozvinutost lokality. Základem je infrastruktura regionu (zásobování vodou, rozvod energií, odpadové hospodářství, silnice, komunikační sítě, další komerční objekty apod.) a infrastruktura pro účely CR (letišť, železnice, silnice, parkoviště, parky, přístavy, nádraží, nákupní centra, muzea apod.). Umělé prostředí lze definovat i jako infrastrukturu služeb, služby pro motoristy a odpočinková parkoviště. Všechny tyto prvky jsou dílem člověka a slouží k rozvoji a podpoře CR.

- Operační sektory – tím se myslí CR. Nejvýznamnější je zde sektor dopravy a ten se skládá z autokarových společností, aerolinek, služeb taxi, MHD, lodní dopravy, dále stravování, distribuce apod. Mezi druhy dopravy patří letecká přeprava (patří k nejvyužívanější dopravu turistů do cílových destinací), dálkové autobusy, lodě, železnice, služby MHD a taxi. U všech těchto prvků je třeba brát zřetel na pohodlí a komfort přepravovaných.
- Pohostinnost a kulturní zdroje – zde se jedná o společenský základ daného regionu jako je kultura (jazyk, místní pokrmy, zvyklosti apod.) a kulturní bohatství (výtvarné umění, historie, literatura, hudba atd.). Velmi důležitou součástí je pohostinnost místního obyvatelstva, tedy jaký postoj místní obyvatelstvo k turistům zaujímá. K podpoře pohostinnosti jsou důležité kulturní programy. Nakupování je velmi důležitou částí CR a základním prvkem nabídky. Turisté nakupují základní potřeby, ale také rádi navštěvují místní tržště. Jedním z negativních faktorů CR jsou rozdílné ceny výrobků a služeb pro turisty. Nejvhodnější zábavou pro turisty je aktivita typická pro danou oblast. V mimosezónním období je vhodné implementovat mimořádné akce pro přilákání více turistů. Mezi další turistické atrakce můžeme také zařadit umělecké galerie a muzea. Ve spoustu lokalitách se jedná o nejnavštěvovanější místa CR. Sportovní vyžití je také často primárním cílem turistů.

(Goeldner, Ritchie, Brent, 2014, s.298-314)

Podniky CR se neustále snaží snížit náklady a zvýšit svůj podíl na trhu. To sebou přináší poskytování vysoké kvality produktu a služeb a také potřebu efektivní spolupráce s dalšími subjekty. Nabídka CR je založena na produkci náročné na pracovní sílu, využívání distribučních kanálů v marketingu a samotná spotřeba CR probíhá současně s produkcí, tzn. turistický produkt je složeným produktem (zahrnuje ubytování, stravování a další doplňkové služby). A právě tyto hlavní faktory odlišují strukturu dodavatelského řetězce CR od struktur dodavatelských řetězců v jiných odvětvích. Dodavatelský řetězec CR je velmi složitá struktura a tato struktura pokrývá veškeré úsilí související s výrobou dodáním konečného turistického produktu nebo služby od dodavatele k zákazníkovi. Složitost dodavatele řetězce CR lze vysvětlit vícefázovým dodavatelským řetězcem, protože výrobní skupiny zapojené do tohoto řetězce podléhají svým vlastním dodavatelům. Také je třeba zmínit, že struktura dodavatelského řetězce CR je obecně zahrnuta v dodavatelských surovin a služeb, turistických zařízeních, CK a CA apod. Podniky zapojené do tohoto řetězce CR velmi často spolupracují. Spolupráci je možné provádět horizontálně (v rámci odvětví) a vertikálně (spolupráce mezi odvětvími). (SÖNMEZ, Pelit, 2023)

1.5 Potenciál CR

Potenciál CR zhodnotila ve své práci velmi dobře doktorka Linderová a je možno ho definovat několika způsoby. Na základě regionalizace CR v ČR lze tento pojem chápat jako souhrn veškerých podmínek a předpokladů pro CR v dané lokalitě. Je také ovlivněn dalšími faktory jako je vzdálenost center či dopravní obslužnost a jiné. Paní doktorka cituje slova Gúčika, podle kterého potenciál CR z ekonomického hlediska představuje kapacitu, strukturu a využívání infrastruktury pro CR (struktura ubytovacích, pohostinských a jiných zařízení), a také její kapacity zejména v sezónní i v mimosezónní době. Z hlediska geografického se jedná o vhodnost lokality poskytnout podmínky pro rozvoj CR. Je to tedy soubor lokalizačních podmínek a předpokladů pro rozvoj CR a navzájem tvoří komplikovaný systém. Vstupují do něj také hlediska přírodního

prostředí, projevy lidské činnosti a hodnoty kulturně-historického dědictví. Je to souhrnná hodnota všech předpokladů CR, které jsou bodově ohodnocené. (Linderová, 2015, s.55)

Podle výkladového slovníku potenciál CR je možno rozdělit z ekonomického a geografického hlediska. Pod pojmem ekonomické hledisko uvádí kapacitu, strukturu a využití infrastruktury CR a z geografického se jedná o přírodní potenciál a potenciál vytvořený člověkem. (Gúčík a kol., 2006, s.134)

Potenciál CR zpracoval ve své práci „Aktualizace potenciálu cestovního ruchu v ČR“ RNDr. Jan Bína, CSc. Podstatou jeho práce je zjednodušení potenciálu CR a rozdělení celku na měřitelné segmenty. Jednotlivé prvky se hodnotí z pohledu přínosu a využitelnosti pro CR. Segmenty rozdělil do dvou kategorií:

- Potenciál atraktivit CR – atraktivitu popisuje jako reálné vyjádření cílů návštěvníků, jako je např. zámek, lázeňská místa či přírodní pozoruhodnosti. Některé cíle definuje jako tzv. bodové (zámky) a další jako územně komplexní cíle (jádro historického města apod.). Zařazením atraktivit do seznamu UNESCO významně zvyšuje přidanou hodnotu atraktivit.
- potenciál ploch a linií ovlivňujících CR – zde se jedná o vyjádření, že různé plochy mají různý obecný význam CR. Plochu definuje jako krajinný typ, kde každý typ má rozdílný potenciál CR, např. horský typ je pro turisty přitažlivější více než nížinný bezlesý typ. Také zde zmiňuje omezující vlivy na CR, např. okolí areálů hnědouhelných dolů. Příznivější potenciál CR v oblasti je v lokalitách s vyšším výskytem ploch s obecně podporujícím vlivem na CR a s málo plochami s vlivem omezujícím. U některých ploch definuje i známý vyšší status, jako např. národní parky či chráněné krajinné oblasti. Linie vyjadřují podmínky relativně snadné dopravní dostupnosti území.

(Bína, 2010a)

Metodika vyhodnocení potenciálu CR spočívá v diferencování atraktivit podle jejich významu pro CR do 2 či 3 kategorií – A, B a C. A poté jsou jednotlivé kategorie bodově ohodnoceny. Důležitý omezující parametr je významnost atraktivit. V ČR je totiž velké množství atraktivit lokálního významu, které nebývají turistickým cílem (např. zámečky, památníky, řopíky, menší přírodní výtvoř apod.).

Pro příklad uvedeme několik hodnocení atraktivit CR a jejich významových stupňů:

- Přírodní pozoruhodnosti
 - A – celostátně a mezinárodně proslulé přírodní pozoruhodnosti (skalní útvary, jeskyně, propasti, nejhodnotnější rašeliniště s naučnými chodníky apod.)
 - B – jiné významné přírodní výtvoř (krasové kaňony, skalní útvary, rašeliniště apod.)
- Hrady, tvrze, zříceniny
 - A – hrady, zříceniny se statutem národní kulturní památky
 - B – hrady, tvrze, zříceniny s průvodcovskými prohlídkami nebo upravené pro prohlídku
 - C – jiné významné hrady, tvrze, zříceniny
- Muzea, galerie

- A – muzea, galerie celostátního významu, popř. se statutem národní kulturní památky
- B – muzea, galerie oblastního významu, popř. s turisticky atraktivním zaměřením
- C – ostatní muzea, galerie

Plochy a linie ovlivňující CR jsou hodnoceny podobně, jen se zde více definuje obecný význam pro rozvoj CR, který může být podporující či omezující. Hodnocení vychází z procentuálního zastoupení ploch a linií. Opět uvedeme několik příkladů hodnocení ploch a linií:

- Rekreční a turistická krajina typ II
 - *Vymezení*: je to členitá vrchovinová krajina s lesy, loukami a pastvinami, s četnými vyhlídkovými body, s relativně drobným osídlením nebo krajina s plochým reliéfem, ale s vysokou estetikou danou střídáním lesů, luk a rybníků a je velmi vhodná pro cykloturistiku nebo krajina monumentálních izolovaných sopečných vrchů s vysoce kvalitními rozhledovými místy nebo krasová krajina s méně vyvinutými povrchovými tvary
 - *Obecný vliv na CR*: podporující
 - *Intenzitní stupně* (podíl na rozloze ORP): A–75 % a více, B–50 až 74 %, C–25 až 49 %, D–10 až 24 %, E–9 % a méně
- Délka silnic I. třídy
 - *Vymezení*: délka silnic I. třídy
 - *Obecný vliv na cestovní ruch*: podporující
- *Intenzitní stupně* (hodnoty indexu $\frac{\text{délka silnic I. třídy v km}}{\text{rozloha obvodu ORP v km}^2} \times 1000$): A–100 a více, B–75 až 99, C–50 až 74, D–25 až 49, E–24 a méně

(Bína, 2010a)

Na závěr hodnocení se každé kategorii přiřadí odpovídající počet bodů. Samotné vytvoření bodového ohodnocení byl velmi komplikovaný proces, a ne vždy odpovídá realitě.

Tab. 1: Bodové hodnoty atraktivit CR

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Nediferencováno
	A	B	C	
Přírodní pozoruhodnost	60	20		
Historický městský soubor	60	30		
Historický vesnický soubor	40	20		
Zámek	65	45	15	
Hrad, tvrz, zřícenina	60	40	15	
Křesťanská sakrální památka	60	40	15	
Židovská památka	60	40	15	
Vojenská památka	55	25		
Pietní památník	50	20		
Technická památka	55	25	10	
Archeologická památka	40	20		
Historické podzemí				40
Muzeum, galerie	50	25	10	
Muzeum v přírodě, skanzen	60	30		
Lázeňské místo	75	25		
Zoologická zahrada, zoopark	60	35		
Botanická zahrada, arboretum	60	25		
Aquapark, plavecký bazén	50	25		
Golfové hřiště				35
Farma pro hipoturistiku				35
Vinařský věhlas				25
Pivovarnický věhlas				25
Jiná atraktivita cestovního ruchu	50	20		
Turistické informační centrum				15
Přidaná hodnota: památka UNESCO				100

Zdroj: Bína (2010a)

Tab. 2: Bodové hodnoty ploch a linií ovlivňujících CR

Plocha, linie	Intenzitní stupeň				
	A	B	C	D	E
Rekreační a turistická krajina typ I	350	280	210	140	70
Rekreační a turistická krajina typ II	200	160	120	80	40
Rekreační a turistická krajina typ III	nehodnoceno				
Rekreační a turistická krajina typ IV	-150	-120	-90	-60	-30
Urbanizovaný prostor	-100	-80	-60	-40	-20
Průmyslový a těžební prostor	-300	-240	-180	-120	-60
Areál dálniční dostupnosti typ I	150	120	90	60	30
Areál dálniční dostupnosti typ II	75	60	45	30	15
Délka břehů vodních ploch typ I	250	200	150	100	50
Délka břehů vodních ploch typ II	125	100	75	50	25
Délka řek vhodných pro splouvání	150	120	90	60	30
Délka silnic I. třídy	100	80	60	40	20
Délka železnic typ I	100	80	60	40	20
Délka železnic typ II	50	40	30	20	10
Přidaná hodnota: národní park	200	160	120	80	40
Přid. hodnota: chráněná krajinná oblast	100	80	60	40	20

Zdroj: Bína (2010a)

Po součtu bodů z obou tabulek vznikne potenciál CR pro jednotlivé obvody ORP. Pro příklad opět uvedeme seznam několika ORP.

Tab. 3: Potenciál CR v obvodech ORP

Obvod ORP	Potenciál CR v bodovém vyjádření		
	celkový	atraktivit	ploch a linií
Hlavní město Praha	6120	5785	335
<i>Středočeský kraj:</i>			
Benešov	1615	1075	540
Beroun	1340	910	430
Brandýs n.L.-Stará Boleslav	920	790	130
Čáslav	475	355	120
Černošice	1235	755	480
Český Brod	365	175	190
Dobříš	800	240	560
Hořovice	830	420	410
Kladno	960	790	170
Kolín	760	635	125

Zdroj: Bína (2010a)

Velmi zajímavé je grafické znázornění potenciálu CR v ČR, kde jsou přehledně barevně rozlišeny jednotlivé obvody ORP dle svého potenciálu CR.

Potenciálem CR se také zabývají soukromé firmy, příkladem je společnost GlobalData, která vytváří Index turistického potenciálu (TPI), což je kvantitativní měřítko přitažlivosti CR daného regionu. TPI se určuje na základě několika charakteristik, jako je turistika, makroekonomie, infrastruktura a rozvoj destinace, atraktivita a také rizika spojená s destinací. TPI vyvinutý touto společností nabízí komplexní hodnocení vyhlídek růstu v odvětví CR na 60 předních rozvinutých a rozvíjejících se trzích po celém světě.

TPI vychází z klíčových pilířů:

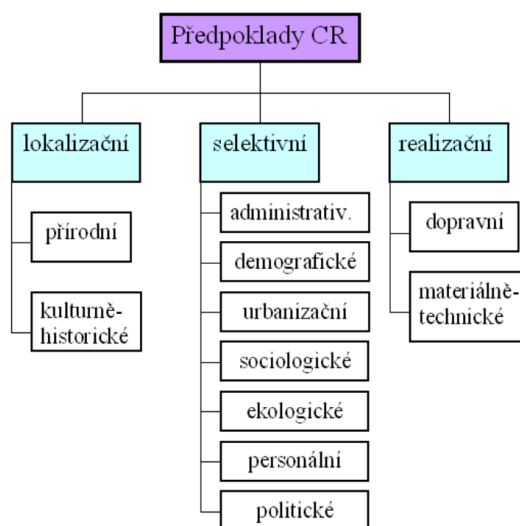
- Turistická aktivita- velikost trhu, poptávka a toky CR, vzorce výdajů na CR, projekty výstavby a CR přímé zahraniční investice

- Makroekonomie- zaměstnanost v CR, příspěvek CR k HDP, kapitálové investice do cestování a CR, cenová dostupnost a další
- Riziko- makroekonomická rizika, politické prostředí, právní prostředí, demografická a sociální struktura, technologie, infrastruktura a životní prostředí
- Infrastruktura a rozvoj

(GlobalData, 2023)

1.6 Předpoklady pro rozvoj CR

Předpoklady velmi ovlivňují existenci a rozvoj CR, také jejich obecné zákonitosti i uplatnění v konkrétních oblastech a střediscích. Obecně se dělí na lokalizační, selektivní a realizační předpoklady.



Obr. 7: Předpoklady CR

Zdroj: Drobná, Morávková (2004, s. 21)

1.6.1 Lokalizační předpoklady

Pro rozvoj CR mají ve vztahu k jeho rozvoji druhotný význam a rozhodují o funkčním využití konkrétní lokality pro CR hlediska jejich přirozených možností, charakteru a kvality společenských podmínek a aktivit. (Ryglová, 2007, s.22)

Obecně dávají možnost umístění aktivit CR do určitého místa. Umožňují příznivý rozvoj CR a dělí se na předpoklady:

- Přírodní a přírodní atraktivita- tj. podnebí, vodstvo, zemský povrch, flóra, fauna a další)
- Kulturní (nebo též jinak kulturně-municipální-historický) - vyplývají z výsledků činností lidí a týkají se historického vývoje lokality, tj. architektonické a technické památky, galerie a muzea, významné parky a také památky lidové architektury.

(Drobná, Morávková, 2004, s.21)

1.6.2 Selektivní předpoklady

Nazývají se také stimulačními faktory a stimulují vznik a zejména rozvoj CR ve funkci poptávky. Rozlišují se na objektivní a subjektivní faktory. Mírové podmínky jsou základem rozvoje CR.

Objektivní faktory se dělí na:

- Politické faktory – základní politické prostředí místního a světového významu (mír či války ve světě, stabilita vnitropolitické situace), charakter politického systému (teror, systém politických stran, kriminalita, frekvence střídání vlád a další)
- Ekonomické předpoklady – rozvoj CR ovlivňuje zejména směnitelnost měny, výše reálné mzdy, podpora podnikání v CR, ale také výše nerealizované kupní síly obyvatelstva. Kvantifikovaný vztah mezi CR a ekonomikou se vyjadřuje několika ukazateli, jako je např. podíl služeb CR na tvorbě HDP, výdaje obyvatelstva na služby CR, výše devizových příjmů a další.
- Demografické skutečnosti – počet obyvatel, střední délka života, mobilita a ekonomická aktivita. Lidský faktor je v CR jako pracovní síla i jako subjekt CR.
- Ekologické podmínky – masový rozvoj CR může ohrozit kvalitu přírody v lokalitách velké koncentrace CR, péče státu o životní prostředí, uplatňování zásad trvale udržitelného rozvoje ekonomiky a také rozvoje (obnovy) kvality venkovského prostředí
- Administrativní podmínky – zákony a vyhlášky o CR (celní a devizové podmínky), právní předpisy o CR, pasové a vízové podmínky, daňová legislativa atd.
- Sociální vlivy – životní styl obyvatel, dosažená životní úroveň, fond volného času
- Technické vlivy – rezervační systémy, rozvoj informačních technologií, úroveň dopravy, obchod, ubytování, stravování, obchod, sportovní aktivity a další

Subjektivní faktory

Je to řada psychologických faktorů a dalších pohnutek, které jsou ovlivněné kulturní úrovní obyvatel, reklamou apod. Řadíme sem psychologické vlivy a ty souvisí se spotřebitelským chováním, které je přímo ovlivněno základními psychologickými faktory člověka: motivace, vnímání, učení a postoje. A právě znalost a pochopení těchto faktorů činí možnou efektivnější marketingovou segmentaci. (Ryglová, 2007, s.20-21)

1.6.3 Realizační předpoklady (podmínky)

Realizační předpoklady umožňují realizovat potřeby účastníků CR ve střediscích s příznivými lokalizačními podmínkami. Dělí se na dopravní a materiálně-technické předpoklady. (Drobná, Morávková, 2004, s.22)

Také mají dominantní postavení pro konečnou fázi forem CR. Obecně dávají možnost využívání materiálně technické základny pomocí dopravy. Pod pojmem materiálně technická základna si představujeme ubytovací a sportovně rekreační zařízení, účelová zařízení, CK a veřejné stravování. (Ryglová, 2007, s.22)

1.7 Produkt CR

Je to cokoliv, co je možné na trhu nabídnout a co zároveň může sloužit ke spotřebě a uspokojení potřeb subjektů CR. V rámci turismu je to nejčastěji destinace nebo služba. Pro potřeby definování produktu je nutné definovat i poptávku po destinaci a nabídku destinace. Nabídka destinace je souhrn veškerých služeb, zboží a volných statků, které poskytuje destinace aneb realizuje na trhu CR. Produkt destinace je tedy to, co je subjekty destinace nabízeno a návštěvníky destinace v místě poptáváno, nakupováno a nakonec spotřebováno. (Palatková, 2011, s.51)

Produkt CR je velmi obtížně definovatelný. Nemá stálou definici a dá se určit několika pohledy. Z ekonomického pohledu se jedná o cokoliv, co je někým vlastněno a je směřováno na trhu za peníze. Z dalších pohledů zmíním pohled destinace jako celku. V tomto případě je produkt CR komplexním řetězcem služeb nebo výrobků navázaných na atraktivitu CR, suprastrukturu i infrastrukturu CR. V největší šíři je produkt chápán z hlediska samotného návštěvníka, který produkt vnímá od okamžiku, kdy opustí své místo obvyklého pobytu až do doby svého návratu. Zmíněný časový úsek může začít i před odjezdem (rezervace) a končit až po příjezdu (dodatečné benefity, vyvolání fotek apod.). (Palatková & Zichová, 2011, s. 63)

Je to také hlavní částí destinačního managementu a dá se na něj také nahlížet jako na Gunnův model, ten rozděluje produkt na komplex služeb informačního, dopravního, ubytovacího charakteru a na atraktivitu. Tyto služby se poskytují návštěvníkům během pobytu. (Šauer a kol., 2015, s.401)

Produkt CR také velmi přesně definuje UNWTO: „je to kombinace hmotných a nehmotných prvků, jako jsou přírodní, kulturní a člověkem vytvořené zdroje, atrakce, zařízení, služby a aktivity v okolí konkrétního centra zájmu, které představuje jádro destinace. Marketingový mix a tvoří celkovou zkušenost návštěvníka včetně emocionálních aspektů pro potenciální zákazníky. Produkt CR je oceňován a prodáván prostřednictvím distribučních kanálů a má svůj životní cyklus“. Dále produkt CR definujeme v následujících formách CR:

- Venkovský CR – zkušenost návštěvníka je spojena s produkty obecně spojenými s přírodními aktivitami (zemědělství, venkovský životní styl nebo kultura, rybaření, prohlídka památek a další)
- Gastronomie a vinařská turistika – jedinečné místní a regionální nehmotné kulturní dědictví
- Horská turistika – odehrává se ve vymezené lokalitě jako jsou kopce či hory s typickými vlastnostmi a atributy. Zahrnuje širokou škálu outdoorových volnočasových a sportovních aktivit.
- Městská turistika – aktivita odehrávající se v městském prostoru s nezemědělskou ekonomikou. Nabízí kulturní, architektonické, technologické, společenské a přírodní zážitky a produkty pro volný čas.
- Sportovní turistika – cestování za hraním a soutěžemi (velké sportovní události, jako jsou olympijské hry a různé šampionáty)
- Nákupní turistika – cestování za nákupy

(UNWTO, b.r.b)

1.8 SWOT analýza

Jedná se o završení strategické analýzy vnitřního a vnějšího prostředí daného podniku/instituce apod., tj. diagnózu silných a slabých stránek, hrozeb a příležitostí. Je zde důležité určit hlavní konkurenční výhody a klíčové faktory úspěchu. Její podstatou je hodnocení faktorů a skutečností, které pro objekt zkoumání neboli hodnocení představují výše zmíněné silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Nazýváme je klíčovými faktory a nejčastěji se zapisují do tabulky SWOT. Samotná zkratka se skládá z prvních písmen anglických slov:

- **S**trenght
- **W**eakness
- **O**pportunities
- **T**hreats

(Hanzelková, Keřkovský a Vykypěl, 2017, s.137)

Slabé a silné stránky organizace jsou o zkoumání prvků uvnitř prostředí a příležitosti a hrozby jsou definovány zkoumáním prvků vnějších. SWOT analýza je nástroj strategického plánování, interpretuje užitečné informace pro shodu se zdroji organizace a schopností prostředí, kde organizace působí. Silné stránky a příležitosti pomáhají dosáhnout cílů, a naopak slabosti a hrozby jim brání či nějakým způsobem omezují dosáhnout cílů. Dá se tedy říct, že silné stránky a příležitosti jsou pro organizaci výhodné a slabé stránky s hrozbami nevýhodné. Hlavním výstupem je tedy vyvážit slabé a silné stránky organizace ve světle příležitostí a hrozeb. (C R, Sharath Kumar & K.B, Praveena, 2023)

	Pozitivní	Negativní
Interní faktory ve vaší firmě	Silné stránky (Strengths) S • Co děláme dobře? • Co nám řekli naši zákazníci nebo partneři, že se jim na nás líbí? • V čem jsme lepší než naše konkurence? • Co je na našem podnikání, produktech nebo službách jedinečného? • Jaká aktiva vlastníme (intelektuální vlastnictví, vyvinuté technologie, kapitál)?	Slabé stránky (Weaknesses) W • Co můžeme zlepšit? • S čím jsou naši zákazníci nebo partneři nespokojeni? • Kde zaostáváme za našimi konkurenty? • Jaké nám chybí znalosti nebo zdroje?
Externí faktory mimo vaší firmu	Příležitosti (Opportunities) O • Jaké nové trendy můžeme využít? • Které z našich silných stránek mohou být cenné pro potenciální partnery? • Do jakých sousedních trhů bychom mohli zasáhnout? • Existují geografické oblasti s menší konkurencí?	Hrozby (Threats) T • Co dělá naše konkurence? • Jak by nás naše slabé stránky mohly negativně ovlivnit? • Na jaké trendy trhu nejsme připraveni? • Jaké ekonomické nebo politické problémy by mohly ovlivnit naše podnikání?

Obr. 8: Ilustrační tabulka SWOT analýzy firmy

Zdroj: Marketingppc (2004)

SWOT analýza se dělí na tzv. vnitřní (uvnitř sledované firmy/podniku/destinace) a vnější (mimo subjekt) faktory.

1.8.1 Interní a externí faktory

Interní faktory jsou charakteristiky, které subjekt může ovlivnit a jsou vnitřně uchycené v jeho procesech a struktuře. Zahrnují zejména lidské a finanční zdroje, efektivitu provozu a také hmotný a nehmotný majetek. Silnou stránkou v rámci firmy (nebo destinace) může např. být pověst značky, kvalifikovaný tým, kvalitní technologie, efektivní procesy anebo jedinečná odbornost. Za slabou stránku označujeme zastaralou technologii, nedokonalý tým zaměstnanců, neefektivní procesy a nedostatečné lidské či finanční zdroje. Pro správné zhodnocení těchto částí tabulky je důležité si zvolit správné otázky hodnocení vnitřních stránek.

Příklady otázek pro definování silných stránek

- Co děláme dobře? Co pozitivního o nás řekli zákazníci?
- V čem jsme úspěšnější než konkurence?
- Co je na našich produktech/službě jedinečného?
- Jaká aktiva nám patří? (kapitál, zdroje, technologie)

Příklady otázek pro definování slabých stránek

- V čem naši zákazníci nebo partneři spatřují slabiny? S čím jsou nespokojeni?
- Co můžeme zlepšit? Kde jsme pozadu za naší konkurencí?
- Jaká aktiva/ zdroje nám chybí?

Externí faktory jsou naopak vnější vlivy jako hrozby a příležitosti, které přicházejí z okolního prostředí a tím pádem nejsou pod kontrolou subjektu zkoumání. Příležitostmi jsou měnící se společenské trendy, nové mezery na trhu (které můžeme vyplnit), technologický i jiný pokrok, pozitivní legislativní změny a rozvíjející se trhy. Mohou pozitivně přispět k růstu firmy. Za hrozby považujeme zejména agresivní konkurenci, měnící se legislativu, změny v chování spotřebitelů, rušivé technologie či různé ekonomické vlivy (např. recesi a inflaci). Je vhodné vypracovat si akční plány pro řešení případných hrozeb. Pro definování vnějších faktorů se velmi osvědčil tzv. brainstorming, tedy společná diskuse a přijímání podnětů od všech zainteresovaných zaměstnanců.

Příklady otázek pro definování příležitostí:

- Do jakých trhů bychom mohli expandovat/zasáhnout?
- Existují lokality/oblasti našeho podnikání s menší konkurencí?
- Jaké nové trendy můžeme využít?
- Které z našich silných stránek mohou být hodnotné pro naše partnery?

Příklady otázek pro definování hrozeb:

- Na jaké trendy nejsme připraveni? Co dělá naše konkurence?
- Jak by nás mohly ovlivnit naše slabé stránky?
- Jaké politické či ekonomické vlivy by mohly negativně ovlivnit naše podnikání?

(Marketingppc, 2024)

1.8.2 Proces vytváření SWOT analýzy

Samotná analýza je procesem, který začíná vytvořením cíle analýzy, která se skládá z několika kroků. Může to být např. zda představit nový produkt či zda expandovat na nový trh. Pro kvalitní SWOT analýzu je nutné sestavit vhodný tým jak z obchodní části firmy, tak i z výrobní. Také je potřeba zrevidovat již známá data. Následný krok spočívá ve vytvoření vhodných otázek pro každou skupinu SWOT analýzy. Poté je nutné zrevidovat vytvořené otázky dle určených priorit, které definuje vyšší management. Posledním krokem je vytvoření přehledné tabulky a převedení seznamu otázek na konkrétní strategický plán. (Marketingppc, 2024)

2 Praktická část

V této části BP zpracuji analýzu potenciálu CR ve městě Velké Meziříčí a jeho blízkého okolí. Důraz věnuji na samotnou charakteristiku města a okolí, zmapování území, analýze aktuální nabídky CR (rok 2024), kterou Velké Meziříčí v současné době disponuje a poté zhodnotím samotný potenciál CR ve Velkém Meziříčí. Nabídku rozdělím na primární, sekundární a terciární. Primární nabídka se specifikuje jako přírodní a kulturně historické atraktivity a organizované kulturní akce pro veřejnost. Sekundární nabídka je rozdělena na infrastrukturu a suprastrukturu. Terciární nabídka obsahuje výčet organizací, které se významně podílejí na existenci a rozvoji CR ve městě Velké Meziříčí. Další část praktické části věnuji SWOT analýze, jedné vlastní a druhé, které si nechalo zpracovat město v minulých letech. SWOT analýza vyplývá z analýzy potenciálu CR a na jejím základě navrhnu možnosti dalšího využití území a také jeho potenciálu.

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem práce je na základě provedené analýzy vytyčit cílové skupiny turistů a nastínit možnosti dalšího rozvoje oblasti směrem k rozšíření turistické nabídky. Sekundárním cílem práce je zodpovědět výzkumné otázky, které jsem si definoval již v samém počátku zpracování této práce. Výzkumné otázky jsou:

- Jaká je současná situace v oblasti?
- Jaká je cílová skupina turistů?
- Jakým směrem by mohl probíhat budoucí rozvoj města v souvislosti s CR?

2.2 Současný stav ve městě Velké Meziříčí

Tematikou analýzy potenciálu města Velkého Meziříčí se již zabývalo několik autorů ve svých závěrečných pracích a také v některých strategických dokumentech města.

KOŠÁBKOVÁ, Karolína. *Analýza a možnosti rozvoje kulturního prostředí ve Velkém Meziříčí* [online]. Brno, 2021 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/ni5mj/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Jan ŠPAČEK.

POSPÍŠILOVÁ, Andrea. *Potenciál cestovního ruchu ve Velkém Meziříčí* [online]. Jihlava, 2012 [cit. 2024-03-21]. Available from: <https://theses.cz/id/0hvo3i/>. Bachelor's thesis. College of Polytechnics Jihlava.

ANDĚLOVÁ, Andrea. *Hodnocení potenciálu cestovního ruchu pro zdravotně postižené návštěvníky ve Velkém Meziříčí a okolí* [online]. Jihlava, 2019 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/tbgusp/>. Bakalářská práce. Vysoká škola polytechnická Jihlava.

RAŠOVSKÁ, Tereza. *Analýza potenciálu cestovního ruchu v mikroregionu Velkomeziříčsko -- Bítešsko* [online]. Brno, 2016 [cit. 2024-03-21]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/48pu7k/>. Bakalářská práce. Mendelova univerzita v Brně, Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií. Vedoucí práce PhDr. Dana Hübelová, Ph.D.

RAABOVÁ, Tereza, Jakub DEML a Ondřej ŠPAČEK. KONCEPCE ... 2021–2025 (s výhledem do r. 2030) [online]. In: CULTURE MATTERS S.R.O. 2021 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: www.velkemezirici.cz/images/stories/2021/12/Koncepce_kultury_VelMez_final.pdf

2.3 Vymezení oblasti města Velké Meziříčí a okolí

Z původně malé osady vzniklo město, které bylo ve 13. a 14. století centrem velkého panství. Město jako významné centrum mělo silné opevnění a také městskou bránu. Po třicetileté válce Velké Meziříčí ztratilo většinu svých práv a svobod. Další rozvoj města začal ve druhé polovině 18. století díky řemeslům a v 19. století se zde objevily první továrny. (Eprogres s.r.o., © 1999-2024)

Město Velké Meziříčí se nachází na soutoku dvou řek, Oslavy a Balinky. První zmínky o městě pochází z konce 13. století a počátkem 15. století obdrželo plná městská práva. Největšího rozmachu dosahovalo v 16. století, kdy dobudovalo hradby i opevnění hradu. Dominantou města je 60metrová věž kostela sv. Mikuláše, který se nachází na Komenského náměstí. Ve městě je i zámek, který je velmi oblíbený u turistů. Dále zde můžeme nalézt zachovalou židovskou čtvrť a přímo ve městě se nachází Fajtův kopec, kde je možno lyžovat. SO Velké Meziříčí se nachází ve východní části kraje Vysočina v přímé blízkosti dálnice D1. Správní území obsahuje celkem 57 obcí a podílí se 7 % na velikosti území i počtu obyvatel kraje. Jeho sousedi na severu jsou SO Bystřice nad Pernštejnem, SO Nové Město na Moravě a SO Žďár nad Sázavou. Na jihu sousedí s SO Náměšť nad Oslavou a SO Třebíč. Západ je ohraničen SO Jihlava a východ sousedí již s jihomoravským krajem. K Velkému Meziříčí náleží tyto městské části: Lhotky, Kúsky, Dolní Radslavice, Mostiště, Olše nad Oslavou, Hrbov a Svařenov. Celkovou rozlohu má 4 066 ha a nadmořská výška oblasti je v rozmezí od 425 do 480 m n. m. Kolem města se nachází převážně jehličnaté lesní porosty a v ORP se také nachází přírodní chráněné oblasti Balinské údolí a Nesměř. K 31.12.2022 žilo ve městě a jeho přilehlých částech 11 134 lidí. Bohužel zde dochází k trvalému poklesu počtu obyvatel, i když se ještě nejedná o kritický stav. Zajímavostí je, že vedení města si problém nepřipouští a myslí si, že pouze ubývá rezidentů, ale nikoliv obyvatel. (ČSÚ, 2024b)

2.3.1 Geomorfologická charakteristika

Z hlediska geomorfologického oblast spadá do provincie České Vysočiny, soustavy Česko – Moravské a dále do podsoustavy Českomoravské Vrchoviny. Území města je zařazeno do celku Křižanovské vrchoviny, která se pak dále definuje jako Bítešská vrchovina. Ta je plochá se střední nadmořskou výškou 517 m n. m. U města vzniká kupovitý povrch. Nejvyšším bodem oblasti je Harusův kopec neboli „Harusák“ s výškou 741 m n. m. Území také náleží do další hornaté oblasti – Velkomeziříčská pahorkatina. Je to členitá pahorkatina, která je protkaná údolími řeky Oslavy. Střední výška této pahorkatiny je kolem 500 m n. m. Z hornin zde můžeme nejvíce nalézt granit, ortorulu a v malém množství i amfibolit, aplit a pegmatit. Dále je potřeba zmínit, že celá oblast se řadí do oblasti Moldanubika a z půdních typů je zde nejvíce kambizem mesobazická a v nivách řek lze nalézt fluvizem glejovou. Z celkové plochy 4066 ha je přes 40 % orná půda, lesní půda je zastoupena 20 % a trvalé travní porosty zaujímají 14,5 %. Kolem 3 % je vodních ploch. (EDPP, 2019)

Druh pozemku	Plocha	Zastoupení
Orná půda	1 728,1 ha	42,5 %
Chmelnice	0 ha	0 %
Vinice	0 ha	0 %
Zahrady	171,1 ha	4,2 %
Sady	5,2 ha	0,1 %
Trvalé travní porosty	591,1 ha	14,5 %
Lesní půda	814,6 ha	20 %
Vodní plochy	116,1 ha	2,9 %
Zastavěné plochy	127,8 ha	3,1 %
Ostatní plochy	512,5 ha	12,6 %
Celková výměra k.ú.	4 066,4 ha	100 %

Obr. 9: Využití pozemků ve městě Velké Meziříčí (dle ČSÚ k 1. 1. 2019)

zdroj: EDPP (2019)

Nejvýznamnější řeka oblasti je Oslava, která odvodňuje svými přítoky téměř celou oblast. Hlavním přítokem je Balinka, na které jsou četné jezy a dolní část toku je vyhlášena jako „Přírodní park Balinského údolí“. V oblasti se také nachází mnoho rybníků a největšími jsou Netínský, Sklenský a Rudský rybník. Na Oslavě je postavena přehradní nádrž Mostišť. Sypaná hráz je zde vysoká 34 metrů a zadržovaná voda je důležitým zdrojem vody pro širokou oblast včetně Třebíče. (ČSÚ, 2024a)

2.3.2 Klima, biota, fauna a flóra

Klima je zde mírné a podle Quittovy klimatické klasifikace se většina oblasti města řadí do oblasti MT9 (mírně teplá klimatická oblast 9) a malá část pak do MT5. Podnebí je tedy charakteristické teplým, suchým a dlouhým létem a mírně teplým podzimem. Zima je krátká a mírná a jaro bývá mírně teplé. Počty dnů mrazivých a s teplotou nad 10 Celsia je zde zhruba stejně, tzn. po 140 dnech v roce. (EDPP, 2019)

Charakteristika	MT5	MT9
Počet letních dnů	30 - 40	40 - 50
Počet dnů s průměrnou teplotou 10 °C a více	140 - 160	140 - 160
Počet mrazových dnů	130 - 140	110 - 130
Počet ledových dnů	40 - 50	30 - 40
Průměrná teplota v lednu [°C]	-4 - (-5)	-3 - (-4)
Průměrná teplota v červenci [°C]	16 - 17	17 - 18
Průměrná teplota v dubnu [°C]	6 - 7	6 - 7
Průměrná teplota v říjnu [°C]	6 - 7	7 - 8
Průměrný počet dnů se srážkami 1 mm a více	100 - 120	100 - 120
Srážkový úhrn ve vegetačním období [mm]	350 - 450	400 - 450
Srážkový úhrn v zimním období [mm]	250 - 300	250 - 300
Počet dnů se sněhovou pokrývkou	60 - 100	60 - 80
Počet zamračených dnů	120 - 150	120 - 150
Počet jasných dnů	50 - 60	40 - 50

Obr. 10: Charakteristika chladné podoblasti MT5 a MT9

zdroj: EDPP (2019)

Okolí Velkého Meziříčí spadá do mírně teplé oblasti a vyskytují se zde půdy vlhké a zemědělsky zpracované (původně zde byly bučiny, smíšené lesy a přirozené smrčiny). Půda se zde nejvíce využívá jako půda orná a nejvíce se zde pěstuje lilek, brambory, pšenice, žito a kukuřice. Dost často se zde vyskytují velké balvany a množství skeletu. Půda je zde mělká a hůře se obdělává, a tak zde převažují lesy. Je zde málo luk, pastvin a mokřadů. V oblasti také bývá méně srážek a podnebí je zde drsnější. Nadmořská výška je zde od 400 m do 600 m n. m, a tak flóru a faunu dělíme do 4 oblastí podle prostředí, ve kterém se vyskytují:

- Biota lesů
- Biota rašelinišť a vlhkých luk
- Biota rybníků a vodních toků
- Biota kulturních luk, polí a v okolí lidských sídel

Významným krajinným prvkem oblasti Velkého Meziříčí jsou lesy. Původní lesy se skládaly z buků a jedlí. V současnosti jsou ale zachovány jen výjimečně a z 90 % zde převažují smrkové monokultury. Okolo vodních toků a ploch jsou velmi druhově rozmanité porosty jako např. rákos obecný či orobinec úzkolistý. Je zde běžné zastoupení fauny a za zmínku stojí výskyt vzácných živočichů jako je čolek horský, mlok skvrnitý, netopýr ušatý, zmije obecná či hraboš mokřadní. V nejčistějších (nejzachovalejších) oblastech můžeme nalézt i raka říčního a mihuli potoční. (Balounová, 2006)

2.3.3 Průmysl

V okolí města je mnoho podniků, kde jsou zaměstnáni obyvatelé města. Blízkost dálnice D1 také umožňuje dojíždění do větších měst, např. do Jihlavy či Brna. Nezaměstnanost byla v únoru roku 2023 pouze 3,3 % (což je pod celorepublikovým průměrem) a evidováno bylo Úřadem práce pouze 212 volných míst. Celkový počet práceschopných obyvatel (15-64 let) byl 17 568 osob a bez práce bylo pouze 581 z nich. Ze statistiky je zřejmé, že počet uchazečů o zaměstnání téměř třínásobně přesahuje dostupný počet volných pracovních pozic. (Městys Křižanov, 2023)

Mezi největší zaměstnavatele ve Velkém Meziříčí a v blízkém okolí patří:

- ITW PRONOVIA, s.r.o.- Velká Bíteš, automobilový průmysl, počet zaměstnanců 1183
- Draka Kabely, s.r.o.- Velké Meziříčí, elektrotechnický průmysl, počet zaměstnanců 390
- JOPP Automotive s.r.o.- Velké Meziříčí, automobilový průmysl, Počet zaměstnanců 286
- VEZEKO s.r.o. - Velké Meziříčí, automobilový průmysl, počet zaměstnanců 235
- SANBORN a.s.- Velké Meziříčí, kovozpracující průmysl, počet zaměstnanců 204
- Agados, spol. s r.o.- - Velké Meziříčí, automobilový průmysl, počet zaměstnanců 190
- Lisovna plastů, spol. s r.o.- Velké Meziříčí, plastikářský průmysl, počet zaměstnanců 180
- POEX Velké Meziříčí, a.s.- Velké Meziříčí, výroba potravin, počet zaměstnanců 188
- VÝTAHY, s.r.o.- Velké Meziříčí, strojírenství, počet zaměstnanců 170
- POEX Velké Meziříčí, a.s.- Velké Meziříčí, výroba potravin, počet zaměstnanců 188
- AGRO-Měříň, obchodní společnost, s.r.o.- výroba potravin, počet zaměstnanců 120
- Wiegel CZ žárové zinkování s.r.o.- Velké Meziříčí, kovozpracující průmysl, počet zaměstnanců 90
- LACRUM Velké Meziříčí, s.r.o.- výroba potravin, počet zaměstnanců 84

- ALPA, a.s.- Velké Meziříčí, chemický průmysl, počet zaměstnanců 75
- EUROWAGON, s.r.o.- Velké Meziříčí, automobilový průmysl, počet zaměstnanců 50
- PBS ENERGO, a.s.- Velká Bíteš, kovozpracující průmysl, počet zaměstnanců 51

Pak je zde ještě samozřejmě významný zaměstnavatel stát, respektive jeho podřízené orgány jako jsou úřady, školy, zdravotnictví, Policie apod. Z uvedeného výčtu vyplývá, že nejvíce podniků se orientuje v automobilovém, kovozpracujícím a potravinářském průmyslu. (Kraj Vysočina, 2020)

2.4 Analýza nabídky CR

V této kapitole prozkoumáme aktuální nabídku CR a zanalyzujeme potenciál CR ve Velkém Meziříčí a v jeho blízkém okolí. Tato kapitola je praktickou částí bakalářské práce. Celá kapitola je rozdělena na tři podkapitoly, tj. na primární, sekundární a terciární nabídku.

2.4.1 Primární nabídka

Tato část BP podrobně popisuje atraktivitu CR ve městě Velké Meziříčí a v jeho blízkém okolí. Jde vlastně o hlavní možné cíle turistů, kvůli kterým se turisté do města Velké Meziříčí vydávají. Kapitulu si rozdělím na přírodní atraktivitu, kulturně historické atraktivitu a také na organizované kulturní akce pro veřejnost.

• Přírodní atraktivita

Jsou součástí lokalizačních předpokladů CR a jsou jejími rozhodujícími faktory pro většinu aktivit CR, zvláště pro jeho pobytové formy. Je to zejména krajina, přírodní zdroje a útvary, vodstvo, ale i klima, fauna a flóra. (Šauer a kol., 2015, s.78)

Ve Velkém Meziříčí žádné významné přírodní atraktivity nenalezneme, ale v jeho blízkém okolí se nachází Balinské údolí. Tento přírodní park byl zřízen již v roce 1984 a od roku 2008 je zde naučná stezka s infopanely, ze kterých zjistíme informace o místní fauně a flóře. Celý park se rozkládá na ploše 440 ha mezi Velkým Meziříčím, Balinami, Oslavicemi a Uhřínovem. Celá lokalita Balinského údolí je důležitá a cenná zvláště z krajinářského hlediska. Krajina je krásná, malebná a je podél toku říčky Balinky. Žije zde vydra říční, datel černý i ledňáček říční. Z rostlin zde najdeme lýkovec jedovatý, kociánek dvoudomý a další. Přírodní památka Rasuveň se nachází u obce Bory a má rozlohu 20,5 ha. Je to zbytek bukového lesa starého přes 200 let, který byl kdysi v oblasti dominantní. Je to jediné chráněné lesní území v ORP města. Ochranu zde nacházejí ohrožení živočichové jako např. holub doupňák, kulíšek nejmenší, výr velký, čáp černý či krkavec velký. Další zajímavou přírodní atraktivitou je přírodní památka Šeběň. Nachází se u obce Dobrá voda a Cyrilov. Zde najdeme jeden z největších komplexů mravenišť v ČR, zejména druhu Formica polyctena, ale také další druhy jako mravenec loupeživý a obrovský. Do roku 2022 zde bylo zhruba 1000 mravenišť, bohužel ale kůrovcová kalamita osídlení mravenců téměř zničila a v současné době jich je zde výrazně méně. Celková rozloha této přírodní památky je 136 ha. (Turistický portál Velké Meziříčí, © 2024)

- *Vybudované/organizované atraktivity*

- *Zámek Velké Meziříčí*

V samém centru města se nachází zámek Velké Meziříčí, kde je i umístěno místní muzeum. Je to původně románský hrad vybudovaný v první polovině 13. století a je na skalním ostrohu nad řekou Oslavou. Původně pozdní románský hrad byl v průběhu 16.století přestaven na renesanční zámek a po požáru v první polovině 18.století byl opět přestaven v barokním stylu. Z jednotlivých slohů zde zůstala zachována goticko-renesanční lodžie, renesanční vstupní brána a barokní hlavní budova. V držení hradu a později zámku se od 13.století vystřídalo 13 významných šlechtických rodů a v současnosti jsou majitelé rodina Podstatzkých-Lichtensteinů. (Turistický portál Velké Meziříčí, © 2024)

- *Muzeum Velké Meziříčí*

Velkomeziříčské muzeum vzniklo již koncem 19.století při příležitosti Všeobecné krajinské výstavy. Předměty z této výstavy se staly základem místních sbírek. Původně bylo umístěno na radnici města a až roku 1948 se stěhovalo do prostor zámku, a tak se sbírky rozšířily o zámecký mobiliář. Jsou zde expozice Zámek a Muzeum. Expozice Zámek se skládá ze Sarajevského salonu, Orientálního salonku, Tanečního sálu, vestibulu, jídelny a pánského kuřáckého salonku. V expozici Muzeum nalezneme části: Ve znamení sedmi per, Kubistický nábytek, přírodovědné expozice, oddělení pozemních komunikací a expozici o letci Janu Čermákovi. Zajímavostí je expozice o stavbě dálnic a silnic v ČR, která je motivována místním dálničním mostem. V muzeu můžeme ještě spatřit další zajímavosti jako kapesník s krví Františka Ferdinanda d'Este, který potřísnil během císařských manévřů v roce 1909, stůl francouzské královny Marie Antoinetty a smuteční náhrdelník patřící kdysi císařovně Marii Terezií. (ITS BESKYDY, S.R.O, b.r.)

Rozhledna Fajtův kopec

Jednou z dominant města je rozhledna šroubovicového typu, která je vysoká 36 metrů a byla postavena v roce 2015 na Fajtově kopci, který je přímo ve městě. Zajímavostí je zapomenuté dílo Lyžosaňky a dvojité hrábě od českého génia Járy Cimrmana. Je v těsné blízkosti lyžařského areálu „Fajťák“, který je velmi oblíben a přes zimní období velmi vytížen. Zdejší zimní středisko je vybudováno ve výšce 550 m n. m. a jedná se o moderní areál, kde se nacházejí 3 sjezdovky včetně jedné dětské. Je zde parkoviště s 200 místy, skibar alpského stylu, a i nově zrekonstruovaná restaurace. Délka svahu je 450 metrů a maximální převýšení 85 metrů. Středisko má velkou výhodu z výborné dopravní dostupnosti díky blízkosti dálnice D-1. (SKI KLUB VELKÉ MEZIŘÍČÍ S.R.O., ©2024)

- *Vyhlídková věž kostela sv. Mikuláše*

Další oblíbenou památkou je vyhlídková věž kostela sv. Mikuláše. Samotný kostel je nejstarším kostelem ve městě a má 64 metrů vysokou věž. Poprvé byl v písemnostech zmíněn již v roce 1317. Během staletí kostel prošel několika zásadními úpravami až do dnešní podoby. Do konce padesátých let věž sloužila jako zvonice a strážní věž. Uvnitř se nachází byt pro zvoníka a je zde 6 zvonů. V dnešní době je na vrcholu vyhlídková část a je z ní vidět celé město. Také zde můžeme nalézt několik expozic: byt věžníka, chlév s kozou, 3D model města a výstava o městě. Raritou jsou její hodiny, jejichž průměr je přes 4 metry a jsou tím pádem největšími prosvětlenými hodinami ve střední Evropě. (Turistický portál Velké Meziříčí, © 2024)



Obr. 11: Vyhlídková věž kostela sv. Mikuláše Velké Meziříčí

Zdroj: Turistický portál Velké Meziříčí, (© 2024)

- *Židovské památky*

Další zajímavostí je židovská historie města. Židovské obyvatelstvo je s Velkým Meziříčím spjato již od 15. století. Zvláštností je, že v 16. století se zde židé nevyskytovali. Ve velkém se zde začali vyskytovat až po třicetileté válce a osudným se jim stala až 2. světová válka, kdy se ze 71 místních židovských obyvatel vrátilo pouhých 7 osob. Nalezneme zde zejména velmi ceněnou židovskou čtvrť se 61 domy, které jsou postaveny ve stylu renesančním a barokním (tedy ceněné křesťanské období). Významnou budovou ve městě je Stará synagoga z konce 17. století, kde je stálá židovská expozice. Dále je zde pak Nová synagoga v novogotickém stylu a Malá synagoga (která je nejspíše nejstarší) a také židovský hřbitov. (Turistický portál Velké Meziříčí, © 2024)

- *Přehrada Mostiště*

V nedalekém okolí v severní části Českomoravské vrchoviny se také nachází přehrada Mostiště v nadmořské výšce 448 m n. m. V této oblasti se také nachází několik přírodních parků – např. V Bukách. V okolí je také téměř 200 rybníků. Zdejší hráz je 29 m vysoká, kamenitá a délka v koruně je 292 m. Je to také rezervoár pitné vody pro blízká města včetně Velkého Meziříčí, Třebíče či Žďáru nad Sázavou. (Turistický portál Velké Meziříčí, © 2024)

- *Naučná stezka podél řeky Oslavy*

Poslední námi jmenovaná atraktivita je naučná stezka podél Oslavy zbudovaná přímo ve Velkém Meziříčí. Měří 8,5 km a je vhodná pro všechny pěší turisty, včetně cyklistů i rodin s kočárky. Stezka začíná v Podhradí (tzn. je napojená na další hlavní atraktivitu). Stezka je atraktivní díky panelům, které jsou zároveň poučné i motivační. Motivace spočívá v návodu na jednoduché cviky. Inspirací pro tuto přidanou hodnotu je kondiční program zvaný „bootcamp“, který vychází z tréninkových plánů americké armády. Kromě klasických zastavení jsou zde i stanoviště s QR kódy, které poskytují zajímavosti o konkrétních místech. (CZECHTOURISM. © 2024)

Velké Meziříčí není velké město, a tak z toho důvodu je nabídka akcí pro širší veřejnost omezená. Regionální akce jsou zde zastoupené ale ve velké míře. Jedná se zejména o divadelní představení, nabídku kina, místní výstavy, různé trhy, koncerty, plesy a mnohé další aktivity. Přímo město provozuje web velkemezirici.cz, kde v podsekcí události najdeme seznam vyšších desítek akcí v oblasti města. Z tohoto hlediska (regionální dosah) vyčnívají některé zajímavé koncerty a zejména dvě akce s celorepublikovým přesahem: Císařské manévry a hudební festival Fajtfest.

- *Císařské manévry*

V první polovině září roku 1909 se v okolí Velkého Meziříčí konaly tzv. Císařské manévry – jednalo se o vojenské cvičení, kterého se zúčastnilo na 60 000 vojáků. Na akci také dorazil sám císař František Josef I., následník trůnu arcivévoda František Ferdinand d'Este (byl vrchním velitelem vojsk) a manévry se také zúčastnili zástupci mnoha zemí, např. zástupci Německa, Bulharska, Anglie, Francie, Ruska, Japonska a dalších. Při těchto manévrech se velkým využívaly automobily, rychlopalné pušky, motorky, kola, dálkové telefonní i telegrafní spojení a také balóny či polní kuchyně. V mnoha ohledech byly tyto manévry pro císařskou armádu revoluční. (Muzeum, 2023)

A právě na památku těchto manévry se zde co dva roky konají slavnosti, které tuto významnou regionální událost připomínají. V loňském roce manévry přilákaly fanoušky historie z celé republiky a slavnosti bývají širokou i odbornou veřejností hodnoceny velmi kladně. Komorný orchestr zde vyhrával dobové valčíky, na nádvoří zámku byla k dispozici dobová kuchyně v rámci historického hostince a byla zde také ukázka historického ležení. Po celý víkend byl k dispozici zajímavý program a bylo zde velké množství nadšenců dobové historie. Návštěvníci měli také možnost zhlédnout divadelní představení, dobové módní přehlídky a také hudební vystoupení. Samozřejmě byla možnost prohlédnout si vojenské ležení včetně armádní výzbroje té doby a také ochutnávka vojenských pokrmů servírovaných při tehdejších manévrech. Zajímavostí byly prohlídky zámku v dobových kostýmech a střelba ve flobertkové střelnici. Akce se účastnilo velké množství historických klubů z celé ČR, které předváděly nástupy a historické ukázky. (Saadouni, 2023)

- *Hudební festival Fajtfest*

Tento festival vznikl již v roce 2009 a z malého festivalu pro několik set lidí se postupem času vypracoval až na střední typ festivalu pro několika tisíc lidí. Tento hudební festival je zaměřený převážně na hardcore, metalcore, nu-metal a samozřejmě metal. Hudební styly jsou tedy úzkoprofilové a nejsou pro každého návštěvníka. Tzn. patří do omezené nabídky festivalů tohoto typu. V posledních letech se pořadatelům daří pozvat i velmi známá jména, letos je to např. P.O.D.. Samotný festival se koná přímo ve městě na Fajtově kopci, proto je zde výjimečně dobrá

dopravní dostupnost a materiálně-technická základna ski areálu pro potřeby festivalu postačuje. (FAJT FEST.CZ S.R.O., © 2024)

2.4.2 Sekundární nabídka

Tento pojem obecně znamená vybavenost destinace. Dle kapitoly v teoretické části sekundární nabídku dělíme na suprastrukturu a infrastrukturu. Do suprastruktury řadíme služby ubytovací, stravovací a další (bankovní, směnárenské, pojišťovací, maloobchodní apod.). Infrastruktura obsahuje dopravní obslužnost, veřejné služby, zařízení sportovně-rekreačního charakteru a také zařízení sociálních služeb a místní infrastruktura.

Suprastruktura

- Ubytovací služby

Podle ČSÚ bylo k roku 2022 v ORP Velké Meziříčí evidováno 19 ubytovacích zařízení s celkovou kapacitou 1045 lůžek. (ČSÚ, 2024b)

V současné době (rok 2024) se přímo ve městě nachází 9 ubytovacích zařízení a ceny se pohybují v rozmezí 900–2600 Kč za noc dle zvoleného ubytovacího zařízení. Je zde Hotel pod zámek, který nabízí ubytování v těsné blízkosti zámku v elegantních pokojích. V blízkosti zámku nalezneme i hotel Jelínkova vila a ten poskytuje historické pokoje i moderní apartmány. Dominantou Velkého Meziříčí je OC Panorama, kde se nachází i místní diskotéka a oblíbená restaurace s vyhlídkou. Vířivku má hotel Relax Lounge, který je spíše vhodný pro ubytování spojené s odpočinkem. Ubytování také poskytuje Hotel u Bílého koníčka, který se také nachází v blízkosti centra města. Další ubytování poskytují místní penziony jako např. Ubytování u koupaliště, Ubytování Osové, Penzion Letná a také je zde možnost ubytování v chatách The Houses, které jsou v těsné blízkosti sjezdovky. (Booking.com, © 1996–2024)

Jak z tab.č.4 vyplívá, v roce 2022 se ve Velkém Meziříčí ubytovalo 11 675 hostů a šlo o 21 182 přenocování celkem, tzn. průměrný počet přenocování je téměř dvě noci. V současné době je zvyšující se trend počtu hostů v oblasti (viz tab.4)

Tab. 4: Návštěvnost HUZ podle ve Velkém Meziříčí za rok 2022

obec		Území: Velké Meziříčí (okres Žďár nad Sázavou)					
	Hosté celkem	v tom		Přenocování celkem	v tom		Průměrný počet přenocování (noci)
		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti	
Hromadná ubytovací zařízení celkem	11 675	7 130	4 545	21 182	13 646	7 536	1,8
v tom Hotel *****	.	.	.	.	.	.	.
Hotel, motel, hotel *****	.	.	.	.	.	.	.
Hotel, motel, hotel ***	9 437	5 896	3 541	16 039	10 013	6 026	1,7

Zdroj: ČSÚ (2024a)

Tab. 5: Návštěvnost HUZ podle ve Velkém Meziříčí za rok 2021

obec		Území: Velké Meziříčí (okres Žďár nad Sázavou)					
	Hosté celkem	v tom		Přenocování celkem	v tom		Průměrný počet přenocování (noci)
		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti	
Hromadná ubytovací zařízení celkem	6 836	5 083	1 753	13 176	9 900	3 276	1,9
v tom Hotel *****	.	.	.	.	.	.	.
Hotel, motel, hotel *****	.	.	.	.	.	.	.
Hotel, motel, hotel ***	5 918	4 290	1 628	10 481	7 525	2 956	1,8

Zdroj: ČSÚ (2024a)

Ve městě se nachází i ubytovny, např. ubytovna Karlov, Horácko a ubytování VM.

- Stravovací služby

Ve Velkém Meziříčí se nachází více než 20 zařízení určených ke stravování. Pro potřeby práce uvedeme stravovací zařízení, která jsou nejvíce využívána a jsou nejznámější. Většina z nich jsou samostatná a některá jsou spojena s ubytovacím zařízením. Dle Tripadvisor jsou nejoblíbenější restaurace tyto:

- Jelínkova vila – jedná se o vyhlášenou restauraci s rybími specialitami, která je sice dražší, ale poskytuje vysoký komfort kvality jídla
- Dvojka – tato restaurace se nachází pod hradbami a nabízí zde kvalitní českou kuchyni připravovanou netradičním způsobem
- Cukrářství u Hvězdy – návštěvníky je hodnocena jako velmi příjemná a luxusní cukrárna
- McDonald – tento podnik se nachází na blízké dálnici, ale v takové blízkosti, že je velmi hojně využívána i místními
- Hostinec u Studny – nabízí klasickou českou kuchyni

(TRIPADVISOR, INC., © 2023)

V samém centru města se také nachází velmi dobře hodnocená asijská restaurace Phở 89. Nalezneme zde klasická jídla asijské kuchyně. (Rewieeuro, © 2019–2024)

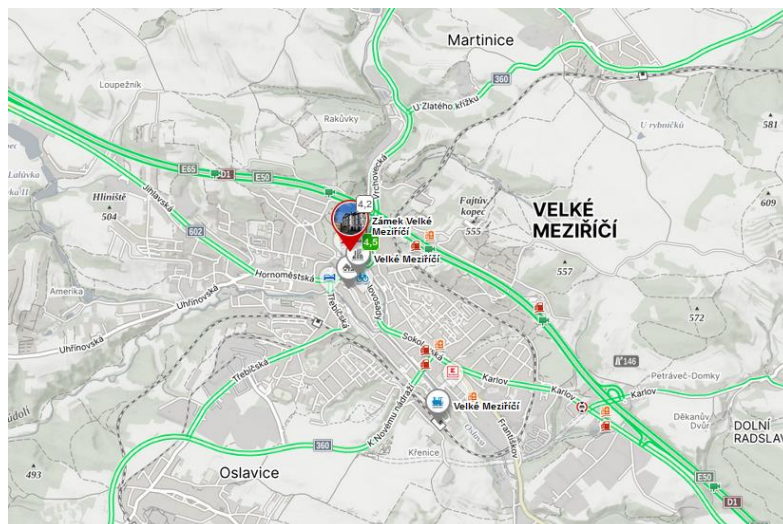
- Další služby

Velké Meziříčí je sice menší město, ale poskytuje velké množství služeb maloobchodního charakteru. Nachází se zde velké supermarkety (Kaufland, Penny – zajímavostí je poloha dvou Penny naproti sobě) a pak také velké množství menších obchodů s potravinami. Nabídka maloobchodního prodeje pokrývá kompletní nabídku potřeb od stavebnin, železářství, obchodů s oblečením až po obchody s hračkami a mnohé další. Bankovní služby jsou zastoupené bankami: Česká spořitelna, Komerční banka, Moneta money bank a ČSOB. Směnárenské služby zde poskytují zejména banky, ale nachází se zde i směnárna.

Infrastruktura

- Dopravní obslužnost

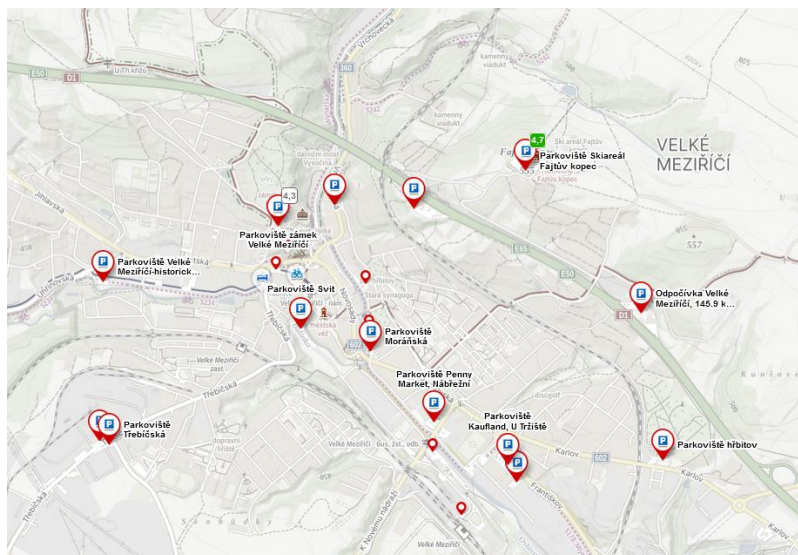
Velké Meziříčí má velkou výhodu (a zároveň i nevýhodu) v těsné blízkosti dálnice D1. Nájezdy jsou téměř ve městě, a to městu poskytuje nepokrytou výhodu v dopravní dostupnosti pro potencionální turisty i pro místní obyvatele. Ale v případě komplikací na dálnici nastává ve městě kolaps, jelikož objízdné trasy vedoucí na Brno, Třebíč či Žďár nad Sázavou vedou zpočátku přímo přes město a doprava v těchto situacích kolabuje. Město má i velmi dobrou dostupnost i na směr Třebíč, kam vede velmi dobře udržovaná pozemní komunikace (až na krátkou výjimku za Rudíkovem – v současnosti zde probíhají přípravné práce na opravu komunikace). Téměř celým městem také vede jedna hlavní komunikace a ta též bývá zdrojem dopravních komplikací v případě jakékoliv uzavírky.



Obr. 14: Mapa dopravní obslužnosti ve Velkém Meziříčí

Zdroj: mapy.cz (2024)

Jak je z obr.č. 14 patrné, jižní část města u obce Oslavice má vybudovaný obchvat, který velmi pomáhá zejména v odklonění dopravy směrem na Třebíč. Podél dálnice vede komunikace, která směřuje v jednom směru do Jihlavy a v druhém do Brna, což poskytuje alternativní cestu do těchto měst. Dle údajů z webu mapy.cz, je parkování ve městě řešeno primárně několika bezplatnými parkovišti a pak také několika placenými, které jsou zejména v místech s vyšším pohybem lidí s potřebou regulace dopravy. Kapacita parkovišť je vzhledem k potřebě města dostačující a bezplatná parkoviště jsou v pochůzkové vzdálenosti od všech možných turistických cílů.



Obr. 15: Mapa parkovišť ve Velkém Meziříčí

Zdroj: mapy.cz (2024)

Město také v některých částech města poskytuje tzv. parkovací karty pro rezidenty. Ty můžou být buď přenosné (cena 9 000 Kč/rok), anebo nepřenosné (3 000 Kč/rok). Ceny pro veřejnost na placených parkovištích jsou 10 Kč/1 hod a 150 Kč/den. (KAMINARAS, Ing.arch. Jaroslav a Martin KAMAN, 2023)

Autobusová a železniční doprava je ve městě na uspokojivé úrovni. A zejména autobusy poskytují dopravu po okolních obcích i do vzdálenějších větších měst (Třebíč, Jihlava, Brno). Železniční doprava je zde provozována zejména lokálním způsobem a nenachází se na žádné velké hlavní trati ČR. Město poskytuje 3 linky MHD a obhospodařuje jimi zejména potřeby města a blízkého okolí. Cena jízdného je symbolických 10 Kč/dospělý a 3/Kč děti a mladiství. (Fencel, 2024)

V okolí Velkého Meziříčí se také nachází několik cyklistických tras, po kterých cestujeme zejména okolní přírodou.

- Veřejné služby

Veřejné služby jsou obecně provozovány a nabízeny v obvyklém standartu v ČR.

- Zařízení sportovně-rekreační charakteru

Město Velké Meziříčí disponuje bohatou nabídkou sportovních zařízení a volnočasového vyžití. Většinu sportovních zařízení využívají primárně místní obyvatelé (sportovci, diváci), ale pár z nich mohou být důvodem cestování do Velkého Meziříčí. Nejvýznamnějším areálem z tohoto hlediska je v této práci již několikrát zmíněný Ski club Velké Meziříčí. Ve městě se také nachází sportovní hala, fotbalové hřiště a mnohé další. Velkou výhodou místních je ucelená nabídka městských sportovišť na webu sportvm.cz a následná možnost rezervace sportovišť dle zvoleného sportu ve vyhledávači. Výpis sportovních subjektů je opravdu obsáhlý a pro příklad uvedu: aerobic, box, alpinning, basketbal, tenis a další. Ve Velkém Meziříčí se také dále nachází 4 fitness centra, několik kurtů a posiloven, ledová plocha na bruslení, bike park i koupaliště, discogolfové hřiště a další. V několika hotelech se nachází wellness či bazén, a proto o tuto oblíbenou aktivitu zde není nouze. (Málek, © 2012–2024)

- Zařízení sociálních služeb a místní infrastruktura

Na území města se nachází celkem osm mateřských, šest základních a čtyři střední školy. Je zde také Dům dětí a mládeže a Základní umělecká škola. Všechny tyto školská zařízení jsou zřizovány státem. Nejvýznamnější střední školou je Hotelová škola Světlá a Střední odborná škola řemesel Velké Meziříčí spolu s gymnáziem. Sociální službu zde reprezentuje zejména Domov důchodců, pečovatelská služba, chráněné bydlení či azylový dům, chráněná dílna, kontaktní centrum a poradna a další. Město samo o sobě má velmi dobře fungující systémy sociální péče o obyvatelstvo a má funkční téměř všechny možné programy fungující napříč celou republikou. Dům zdraví zajišťuje zdravotní péči ve městě a jedná se o polikliniku, která poskytuje veškerou potřebnou základní péči pro obyvatelstvo, včetně lékárny. Ve Velkém Meziříčí působí také několik zdravotních center, které portfolium nabízených zdravotních služeb posilují. (Městský úřad Velké Meziříčí, © 2024)

- Ostatní služby

Pro cestovní ruch je významné turistické informační centrum, které se nachází přímo v centru města na náměstí. TIC poskytuje celou škálu služeb jako např. informace o městě, co se kde děje a vstupenky, kde se ubytovat či se najíst, vhodné turistické cíle, dopravní informace, ale také veřejný internet, propagační materiály, půjčení disků na discogolf a další. (Turistický portál Velké Meziříčí, © 2024)

2.4.3 Terciární nabídka

Město Velké Meziříčí není členem žádné společnosti destinačního managementu. Bylo sice základajícím členem Koruny Vysočiny, ale po několika letech z této organizace vystoupilo (údajně z důvodu nespojenosti s poskytovanými službami). V současnosti CR ve městě rozvíjí město samo pomocí turistického portálu turistikavm.cz a úspěšně spolupracuje s Vysočina Tourism. Turistický portál je velmi dobře zpracovaný a najde velké využití jak pro rezidenty, tak i pro nerezidenty. Velké Meziříčí má zpracovaný strategický dokument „Koncepce rozvoje kultury města Velké Meziříčí na roky 2021–2025 (s výhledem do r. 2030)“. Je vypracován v listopadu 2021 soukromou firmou Culture Master s.r.o. a obsahuje analytickou a návrhovou část. Návrhová část obsahuje SWOT analýzu a konkrétní návrhy realizací. (RAABOVÁ, DEML a ŠPAČEK, 2021)

SWOT analýza kultury ve Velkém Meziříčí

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
- Město disponuje 4 příspěvkovými organizacemi a 1 s.r.o., které se podílejí na zajištění aktivit a nabídky v oblasti kultury a volného času - Město provozuje vlastní TIC a má kvalitní Turistický portál - Ve městě se koná mnoho kulturních akcí pořádaných městem, městskými organizacemi i nezávislými subjekty - Odbor kultury organizuje vlastní akce - Město má zavedený grantový systém pro kulturu	- Nedostatečné nebo vyhovující prostory městských organizací - Městské organizace nemají zpracované strategické či rozvojové plány - Problematické nastavení grantového systému a nízký počet žadatelů - Koncepce kultury 2014–2020 byla naplněna jen částečně, řada klíčových opatření zůstává nedořešených - Nedostatečný přístup ke kulturnímu dědictví města - Chátrající významné historické stavby a památky - Chybí funkční mechanismy zapojení nezřizované scény do rozvoje kultury a města
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
- Získání Nové Synagogy do vlastnictví města a nalezení vhodného modelu provozu - Nové programové období strukturálních fondů EU a Národní plán obnovy jako příležitost pro obnovu nevyužitých staveb pro kulturu - Větší napojení kultury a kult. dědictví na cestovní ruch - Cílené využití kultury k podpoře "návrátové politiky" (návrat rodáků z velkých měst zpět do VM) - Provázání kultury na územní rozvoj (revitalizaci náměstí a nábřeží řek. brownfieldů). - Větší aktivní zapojení škol do kulturního dění	- Globální krize způsobená pandemií COVID-19 (útlum kulturních a společenských akcí, ekonomická krize) - Snížení příjmů města z veřejných rozpočtů vlivem snížení daní a zvýšení státních výdajů na zdravotnictví, nezaměstnanost aj. - Odliv schopných lidí do větších měst - Končící nájemní smlouva Muzea VM s majiteli zámku - Nevratná ztráta kulturních památek v případě jejich dalšího chátrání

Obr. 12: SWOT analýza kultury ve Velkém Meziříčí

Zdroj: Raabová, Deml a Špaček (2021)

Ve městě také působí místní agenda 21: Zdravé město Velké Meziříčí. Tato agenda zejména primárně sleduje zdravý a udržitelný rozvoj města s důrazem pro zachování kvalitních podmínek pro život i pro další generace. Město je také od roku 2001 zapojeno do Národní sítě Zdravých měst ČR. V rámci této sítě se spolupracuje s veřejností a to např. formou diskusí či společenských akcí, které propagují zdravotní životní styl. Zdravé město organizuje mnoho akcí pro veřejnost, jako příklad uvedeme: Vánoční bruslení, Evropský týden mobility, Den zdraví, ukázka záchranných složek a další. (Městský úřad Velké Meziříčí, © 2024)

Velké Meziříčí je také členem MAS MOST Vysočiny o.p.s. Tato obecně prospěšná organizace vznikla v roce 2004 a již od svého začátku respektuje principy MAS jako společenství občanů, neziskových organizací, soukromé podnikatelské sféry a také veřejné správy. Tyto složky spolupracují na rozvoji venkova, zemědělství a také při získávání finanční podpory z Evropské unie a z národních programů pro svůj region. V této MAS působí 31 členů a je zde celkem 59 obcí. Má vlastní strategii „Kvalita života II“, která vychází ze záměrů dlouhodobého udržitelného rozvoje území. (MMR, ©2024)

Další významnou organizací pro podporu kultury ve městě je Club Jupiter. Probíhají zde zejména divadelní představení, koncerty, promítání kina ale i přednášky apod. Jupiter také poskytuje zázemí několika veřejným spolkům a nabízí pronájem různých typů sálů.

2.5 Produkty CR v oblasti

Ve Velkém Meziříčí se nevyskytují komplexní balíčky-produkty CR. Ale pod pojmem produkt CR si můžeme představit atraktivitu, která je aktivně nabízena a propagována. V našem případě jsou to primární atraktivity jako je Muzeum a zámek Velkého Meziříčí, pozůstatky židovského osídlení ve městě, lyžování na „Fajťáku“ a také naučná stezka Balinským údolím. Všechny tyto atraktivity jsou propagovány agenturou Vysočina Tourism spadající pod Czechtourism na webové adrese www.vysocina.eu.

Město provozuje web turistikavm.cz, pomocí něhož nabízí ucelenou nabídku turistického vyžití ve Velkém Meziříčí. Tento web je velmi dobře a přehledně zpracovaný. Nabídka je zde rozdělena na několik hlavních částí:

- To NEJ ve městě – vizitky největších atraktivit ve městě, např. zámecký areál, židovské památky a další
- Na kole a pěšky – souhrn pěších a cyklistických tras
- Volný čas-souhrnný seznam volnočasových aktivit ve městě včetně sportovišť
- Ubytování – propagace ubytování a rekreačních středisek ve městě
- Stravování – seznam restaurací, barů, cukráren apod.
- Kam dál ve městě-doplnění turistických cílů
- Kam na výlety po okolí – mapa zajímavých turistických cílů
- Přírodou Velkomeziříčska – doporučení přírodních turistických cílů

2.6 Zhodnocení potenciálu CR

Město Velké Meziříčí je městem regionálního významu s několika atraktivitami přesahující regionální rámec. Nejnavštěvovanější atraktivitou je zejména městské muzeum se zámkem, Ski areál „Fajťák“ a městské slavnosti „Císařské manévry“. Tyto atraktivity každoročně (Císařské manévry se nekonají každý rok) přilákají nejvíce turistů do města a nazval bych je jako hlavní primární nabídku. Návštěvnost této primární nabídky se pohybuje v řádu tisíců návštěvníků za rok. Nejvíce návštěvníků v roce 2022 bylo v Muzeu Velké Meziříčí a to přesně 7613 návštěvníků. Je to ale téměř 2x tolik, co v roce předešlém. (NIPOS, ©2024)

Fajťfest a Císařské manévry se ve statistikách nevyskytují a lze tedy předpokládat, že návštěvnost těchto událostí nepřesáhla 5 000 lidí (statistika se zveřejňuje od 5 000 výše). Velké Meziříčí se nachází v blízkosti větších regionálních center (Třebíč, Jihlava, Žďár nad Sázavou) a z tohoto důvodu lze tedy usuzovat, že jeho primární nabídka není tak využívána a potencionální návštěvníci dávají přednost větším městům. Dle kapitol výše je zřejmé, že město a jeho okolí disponuje primární a sekundární nabídkou, která je sice s porovnáním s jinými městy a lokalitami menší, ale pro potřeby místních obyvatel a menšího počtu turistů je dostačující a poskytuje vše potřebné. Jako příklad menšího rozsahu služeb lze zmínit fakt, že na 100 obyvatel ORP Velkého Meziříčí (celkem 37 205 v roce 2022) připadají necelé 4 lůžka v HUZ (z celkové počtu 1045 lůžek). (ČSÚ, 2024b)

Když si statistiku upřesníme přímo na město, tak dle tabulky č.6 je přímo ve městě 276 lůžek na 11 134 obyvatel města, tzn. na 100 obyvatel necelé 3 lůžka.

Tab. 6: Kapacita a návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení

	2020	2021	2022
Počet zařízení	8	8	9
pokoje	114	115	119
lůžka	257	261	276
Hosté	6 261	6 836	11 675
z toho nerezidenti	1 477	1 753	4 545
Přenocování	13 577	13 176	21 182
z toho nerezidenti	3 089	3 276	7 536
Průměrný počet přenocování (noci)	2,2	1,9	1,8

Zdroj: ČSÚ (2024a)

Z této tabulky lze také vyčíslit rozsah poskytovaných ubytovacích služeb pro turisty a kolik z nich do města přijelo (nerezidenti). To potvrzuje spíše regionální a nízký rozsah služeb, kde na 4 545 nerezidentů je 7356 přenocování. Potenciál CR je hodnocen v rámci „Analýza potenciálu cestovního ruchu v kraji Vysočina a míra jeho využití“, který byl sestaven z několika ukazatelů, které zahrnují přírodní složky, turistické atraktivity a kapacitu ubytovacích zařízení. Toto hodnocení provedl tým z VŠPJ v roce 2014 a je tedy aktuálnější než velmi známé hodnocení potenciálu CR od J. Bíny. Město Velké Meziříčí je dle tohoto hodnocení hodnoceno velmi podprůměrně. Pro pochopení tabulky č.7 je potřeba osvětlit některé pojmy:

- P – potenciál přírodních složek (zastoupení jednotlivých typů krajiny)
- A – potenciál atraktivit cestovního ruchu (počet atraktivit cestovního ruchu na km²)
- L/R – počet lůžek na km
- SP – celkový potenciál (P + A + L/R)

Tab. 7: Stanovení potenciálu cestovního ruchu v jednotlivých ORP Kraje Vysočina

SO ORP	P	A	L/R	SP
Nové Město na Moravě	2,72	4,23	13,82	20,78
Telč	1,58	10,88	4,91	17,38
Humpolec	1,51	2,33	9,29	13,13
Žďár nad Sázavou	2,75	5,04	4,95	12,74
Třebíč	0,92	5,71	3,5	10,13
Světlá nad Sázavou	2,15	3,94	3,68	9,77
Jihlava	1,53	4,4	3,41	9,34
Pelhřimov	1,44	3,31	3,04	7,8
Bystřice nad Pernštejnem	2,16	2,97	2,11	7,25
Náměšť nad Oslavou	0,88	4,17	1,41	6,46
Pacov	1,34	3,38	1,55	6,27
Havlíčkův Brod	0,62	3,11	2,34	6,07
Velké Meziříčí	1,2	2,16	2,4	5,76
Chotěboř	1,37	0,62	2,67	4,66
Moravské Budějovice	0,08	2,86	1,67	4,61

Zdroj: Rux a kol. (2014)

RNDr. Jan Bína, CSc. ve své práci „Využití potenciálu cestovního ruchu v České republice“, respektive aktualizaci z roku 2010, hodnotí potenciál CR ve Velkém Meziříčí hodnotou 720 a řadí ji do stupně 3, což znamená středně velký potenciál a střední úroveň kvality.

Tab. 8: Potenciál CR území ORP Velké Meziříčí

Atraktivity CR	A	B	C	Body
Přírodní pozoruhodnosti				
Historické městské soubory		2		60
Historické vesnické soubory				
Zámky			2	30
Hrady, tvrze, zříceniny				
Křesťanské sakrální památky			4	60
Židovské památky			1	15
Vojenské památky				
Pietní památníky				
Technické památky				
Archeologické památky				
Historické podzemí				
Muzea, galerie		1	2	45
Muzea v přírodě, skanzeny				
Lázeňská místa				
Zoologické zahrady, zooparky				
Botanické zahrady, arboreta				
Aquaparky, plavecké bazény				
Golfová hřiště				
Farmy pro hipoturistiku				
Vinařský věhlas				
Pivovarnický věhlas				
Jiné atraktivity cestovního ruchu				
Turistická informační centra	2			30
Přidaná hodnota: památka UNESCO				
Úhrn				240

Plochy a linie	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina I						
Rekreační a turistická krajina II	•					200
Rekreační a turistická krajina IV						
Urbanizovaný prostor						
Průmyslový a těžební prostor						
Dálniční dostupnost I	•					150
Dálniční dostupnost II						
Břehy vodních ploch I						
Břehy vodních ploch II						
Řeky vhodné pro splouvání						
Silnice I. třídy			•			60
Železnice I			•			60
Železnice II					•	10
Přidaná hodnota: národní park						
Přid.hodnota: chráněná krajinná oblast						
Úhrn						480

Potenciál cestovního ruchu území ORP	720
--------------------------------------	-----

Zdroj: Bína (2010a)

Jak z tabulky č.8 vyplývá, nejlépe je ohodnocena dálniční dostupnost a rekreační a turistická krajina I a také TIC. Což potvrzuje i mé závěry.

2.7 SWOT analýza

Základem kvalitní SWOT analýzy je vypracování analýzy odborníky a SWOT analýzu si nechalo město zpracovat v rámci „Koncepce rozvoje kultury města Velké Meziříčí na roky 2021–2025 (s výhledem do r. 2030)“. A tato koncepce je rozdělena na analytickou a návrhovou část. A právě součástí analytické části je i „SWOT analýza kultury ve Velkém Meziříčí“. Kultura s CR velmi úzce souvisí, a proto bych ji zde rád interpretoval a popsal. Poté bych uvedl vlastní analýzu potenciálu CR. SWOT analýza kultury je rozdělena na:

- Silné stránky
 - 4 městské příspěvkové organizace a 1 s.r.o.
 - vlastní TIC a kvalitní městský turistický portál
 - mnoho konaných akcí městem i soukromými subjekty
 - zavedený grantový systém pro kulturu

- Slabé stránky
 - velmi omezený počet vhodných prostor městských organizací
 - žádné zpracované strategické nebo rozvojové plány
 - nastavení grantového systému je problematické a nízký počet žadatelů
 - pouze částečně naplněna Koncepce kultury 2014-2020
 - nedostatečný přístup ke kulturnímu dědictví města a z toho vyplývající chátrání významných památek města
 - absence funkčních mechanismů zapojení nezřizované scény do rozvoje kultury města
- Příležitosti
 - získání Nové Synagogy do vlastnictví města a vhodný model provozu památky
 - nové programové období strukturálních fondů EU a Národní plán obnovy jako příležitost pro obnovu nevyužitých staveb pro kulturu
 - větší napojení kultury a také kulturního dědictví na CR
 - cílené využití kultury k podpoře tzv. „politiky návratů“ (návrat rodáků z velkých měst zpět)
 - kultura je provázána s územním rozvojem (revitalizaci náměstí a nábřeží řek, brownfieldů).
 - školy jsou více zapojeny do kulturního dění
- Hrozby
 - útlum kulturních a společenských akcí kvůli pandemii Covid-19 a s tím související ekonomické krize
 - redukce příjmů města z veřejných rozpočtů z důvodu snížení daní a zvýšení státních výdajů na jiné segmenty
 - odchod schopných lidí do větších měst
 - nájemní smlouva Muzea Velkého Meziříčí s majiteli zámku končí a nemusí být prodloužena
 - další chátrání kulturních památek a s tím související jejich možná nevratná ztráta

(Raabová, Deml a Špaček, 2021)

Z uvedené analýzy můžeme posoudit, že pro lokální úroveň dostupnosti kultury jsou nastavené mechanismy dostačující a město kulturu rozvíjí. Potýká se ale s problémy nedostatku vhodných prostor a nevhodně nastaveného grantového systému, který není moc využíván i když je hodnocen jako silná stránka. Je zde naopak více městských historických staveb, ve kterých Velké Meziříčí zanedbává údržbu. Město také není schopné splnit cíle z předchozích let a celkově to na nás působí, že město postrádá vzájemnou kooperaci mezi všemi subjekty a jejich řízení. Tzn. velmi limitujícím faktorem je absence organizace destinačního managementu, která zde reálně chybí. Dále následuje SWOT analýza města Velké Meziříčí, kterou jsme zpracovali na základě této práce a zejména průzkumu nabídky a potenciálu CR ve Velkém Meziříčí.

Tab. 9: SWOT analýza

2024	POMOCNÉ (k dosažení cíle)	ŠKODLIVÉ (k dosažení cíle)
	VNITŘNÍ (atributy organizace)	VNĚJŠÍ (atributy prostředí)
	STRENGTHS (silné stránky) • Muzeum a zámek • Areál Fajťák, Císařské manévry • Pozůstatky židovského osídlení • Kvalitní TIC a web • Dopravní obslužnost • Zachovalá příroda • Vybudovaná infrastruktura pro potřeby CR • Sportovní vybavenost • Strategický dokument • Koncepte kultury	WEAKNESSES (slabé stránky) • Absence podniku nejvyšší kvality • Nedostatečná propagace • Absence organizace DMO • Absence produktu CR • Nízká rozvinutost cyklotras
	OPPORTUNITIES (příležitosti) • Propagace lokality • Vytvoření produktů CR • Spolupráce provozovatelů služeb a subjektů v rámci DMO • Rozvoj cykloturistiky • Vytvoření DMO	THREATS (hrozby) • Pandemie COVID • Snížení příjmů města a z toho vyplývající snížená podpora rozvoje CR • Ztráta kvalitního personálu • Trvalé poškození kulturních památek

Zdroj: vlastní zpracování (2024)

Silné a slabé stránky:

Ze zpracované SWOT analýzy plyne, že Velké Meziříčí disponuje celou řadou silných i slabých stránek. Ve městě se nachází zámek s muzeem a je to velké lákadlo pro turisty. Festival Fajťák a Císařské manévry jsou stabilními zavedenými akcemi ve městě. Město má také velkou výhodu v možnosti lyžování přímo ve městě a také je v blízkosti dálnice. Důležitou součástí silných stránek je také kvalitní TIC a s tím i rozsah poskytovaných služeb. Mezi slabé stránky patří zejména absence DMO organizace. Město má naopak zpracovaný strategický dokument o kultuře v následujících letech (Koncepte rozvoje kultury města Velké Meziříčí na roky 2021–2025 (s výhledem do r. 2030)) a v rámci kraje Vysočina je zpracován dokument: Strategie rozvoje CR

na období 2017-2025. V porovnání s jinými městy ve Velkém Meziříčí chybí podniky nejvyšší kategorie a celkově chybí komplexní produkt CR.

Příležitosti a hrozby:

Velkou příležitostí pro rozvoj CR by mohlo být vytvoření organizace DMO či se připojit k některé stávající. Určitý potenciál je i v současné síti cyklotras. Další příležitostí může být komplexnější propagace města a vytváření image města jako např. města Císařských manévru. Město by se díky tomu mohlo více zviditelnit a v CR lépe prosadit. Nejzávažnější hrozbou každé destinace CR je nedostatek finančních prostředků pro další rozvoj CR. Poškození či zničení památek a atraktivit by mohlo velmi ohrozit rozvoj CR a další pandemie může CR opět velmi poškodit.

3 Aplikační část-návrhy možností využití území pro CR

Tato kapitola obsahuje několik návrhů na zlepšení lokality v rámci rozvoje CR. Při vytváření produktů budeme vycházet z klíčové charakteristiky cílové skupiny a také z určení jejich hlavního cíle cestování do lokality. A také bychom navrhli několik marketingových aktivit pro zvýšení počtu turistů v lokalitě.

3.1 Definování cílové skupiny

V první řadě je potřeba určit vhodnou cílovou skupinu. Dnešní turisté se totiž dnes nespokojí čistě s ubytováním či kvalitní stravou, ale každá potencionální cílová skupina turistů má jiné potřeby a vyžaduje naprosto odlišné doplňkové služby. Z toho důvodu je vhodné zaměření destinace na určitou skupinu či skupiny turistů a dle toho vytvářet produkty CR. Na základě analýzy nabídky a potenciálu CR v této práci město Velké Meziříčí dle našeho názoru disponuje atraktivitami spíše pro mírně aktivnější lidi a pro lidi zvědavé, anebo pro turisty vyžadující aktivní odpočinek a kteří zároveň ocení menší pohyb turistů v lokalitě. Ve Velkém Meziříčí a jeho okolí je také několik atraktivit mající celorepublikový význam (specializace muzea, mraveniště, Císařské manévry), zachovalá příroda v okolí města, sjezdovka ve městě a také může plně využít blízkost dálnice D1 a zejména blízkost velkých měst jako je Brno či Jihlava. Na první pohled se to může zdát jako nevýhoda, ale když se podaří zaujmout potencionální návštěvníky např. z Brna, kde je dojezdová vzdálenost cca 35 min, tak to již může být pro spoustu lidí velmi atraktivní. Cílovou skupinu bychom tedy definovali jako aktivní seniory a také páry středního věku. A jejich motivací by byl zejména aktivní odpočinek a poznání. Nepředpokládali bychom republikový přesah, takže by se jednalo o domácí CR. Nerezidenty by v našem případě šlo zaujmout jen velmi těžko. U aktivních seniorů, a i u párů středního věku bychom předpokládali poptávku po kvalitním ubytování s možností nadstandartních služeb a nerušeného odpočinku. Zároveň očekáváme, že by ocenili ubytování v centru města. Lze také předpokládat, že během svého pobytu budou chtít navštívit historické památky, anebo podnikat výlety do okolí například na elektrokolech, která jsou v posledních letech velmi oblíbená.

3.2 Marketingové nástroje propagace lokality

Velké Meziříčí je menší regionální město v blízkosti regionálních center, což vytváří výhodu dojezdové vzdálenosti obyvatel těchto měst. Tyto potencionální turisty je potřeba nalákat. Navrhovali bychom reklamní kampaň typu: *Víte, kde...*? Jedná se o vytipování nejzajímavějších a zároveň unikátních informací o Velkém Meziříčí a tyto informace by se následně propagovali v rámci marketingové kampaně. Zároveň s informací by byl návrh cesty/výletu do lokality Velké Meziříčí. Např.:

Víte, kde:

- jsou největší osvětlené hodiny v ČR?
- je muzejní expozice o vývoji cest od středověku až po současnost či kde vystavují kapesník s krví Františka Ferdinanda d'Este?
- Mají sjezdovku přímo ve městě a zároveň 3 minuty jízdy z dálnice?

Správná odpověď je VELKÉ MEZIŘÍČÍ!! Město je pouhých 30 minut jízdy autem/1 hodina autobusem z Brna či Jihlavy. Vyrazíš ráno, večer seš doma, přespíš v jednom z malebných hotýlků, anebo v některém z hotelů s wellness.

Další možností by mohlo být využití blízkosti dálnice a nabídnutí atraktivit projíždějícím řidičům, kteří chtějí někde zastavit či si odpočinout. V tomto případě bychom navrhli vytvořit plakát na billboard, který by zval řidiče na kvalitní oběd do vytipované místní restaurace spojenou se zvýhodněnou návštěvou místních atraktivit. Interiér restaurace by měl být atraktivní a důraz bychom navrhovali dát na propagaci městských atraktivit. Naše představa je taková, že cesta z dálnice by byla lemována několika menšími billboardy, na kterých by byly znázorněny atraktivity města a pozvánka do restaurace. Samotná restaurace by byla vybavena propagačními materiály města a návštěvníkům restaurace by byla nabídnuta významná sleva na vstupném.

3.3 Produkt 1- Tři dny s císaři

Cílem tohoto balíčkového produktu je zpracování 3denního pobytu ve Velkém Meziříčí včetně návrhu programu výletů spjatých s historií města.

Název: Historie Velkého Meziříčí

Zaměření produktu: 3denní pobyt ve Velkém Meziříčí pro aktivní seniory

Služby:

- ubytování: Hotel Pod Zámkem
- stravování: snídaně k ubytování zdarma, obědy a večeře ve vlastní režii či v hotelové restauraci
- doprava: vlastní
- poplatky – stravování, vstupy do atraktivit
- nadstandardní služby hotelu – vlastní pivo Harrach, rybí speciality v restauraci, wellness, historické apartmány

Program:

- 1.den – příjezd do Velkého Meziříčí, ubytování, prohlídka centra města a procházka podél řeky Oslavy – tento den bude dle vlastního uvážení, tzn. volný program – bude poskytnut propagační materiál a mapa s doporučenými turistickými cíli ve městě, včetně zajímavostí v památkové zóně
- 2. den – návštěva muzea a zámku Velkého Meziříčí – komentované prohlídky, procházka na Fajtův kopec, samostatná prohlídka židovského města
- 3. den – odjezd z ubytování, procházka přírodním parkem Balinského údolí

Ubytování v hotelu Jelínkova vila je zvoleno z důvodu vysoké úrovně služeb (včetně sauny) a také vyhlášené restaurace, která servíruje rybí speciality. Tento hotel se nachází téměř v centru města ve vzdálenosti do 500 m od centra města i zámku s muzeem. Zároveň se jedná o klidnou část města, kde je bezproblémové parkování. Hotelová restaurace nabízí vlastní pivní speciály a výše zmíněnou výběrovou kuchyni. Součástí služeb je samozřejmě kvalitní Wi-Fi připojení, bezplatné parkování, snídaně v ceně a také historické i moderní apartmány. I když je v ceně pouze snídaně, doporučujeme obědovat i večeřet zde. Součástí balíčku bude možnost koupit zlevněné vstupenky do muzea, zámku, a i do dalších městských turistických památek. Sleva bude 40 % po předložení

potvrzení o ubytování. Cílem balíčku je zatraktivnit pamětihodnosti města, zajistit přenocování a navýšit návštěvnost stravovacích zařízení. Produkt by mohl být modifikován a popřípadě by mohl být zvolen jiný hotel, např. Hotel pod zámek.

3.4 Produkt 2: Elektrokolem vážně i nevážně

Tento produkt by byl zaměřen hlavně pro aktivní páry středního věku a koncipován by byl jako společný romantický výlet. Důraz bude dán romantickou a klidnou stránku produktu, využití elektrokol, vynikající kuchyni a luxusní ubytování. Tento produkt by byl opět lokalizován v hotelu Jelínkova vila z důvodu možnosti ubytování v historických apartmánech, atypické kuchyně a krásnému prostředí s možností relaxu ve wellness. Program bude vytvořen jako prodloužený víkend, tzn. od čtvrtka do neděle či dle vlastního uvážení turistů. Od firmy Skissport Drápela by bylo zajištěno zvýhodněné půjčení kvalitních elektrokol. Pro potřeby tohoto produktu se využijí již existující programy/trasy pro cyklisty. S ohledem na aktuální datum by byly poskytnuty 2 vstupenky na vybranou kulturní událost s 50% slevou a také slevové poukázky do místních stravovacích zařízení pro jejich podporu. Pro potřeby cyklovýletů by se vytvořily přehledné brožurky s trasami a zejména se zajímavostmi, které lze cestou navštívit. Součástí by byla i drobná mapa s vyznačenými cíli pro případ, že by zvolené trasy byly krátké a nedostačující. Během celého pobytu je k dispozici sauna i možnost masáží.

Program:

- 1.den – příjezd do Velkého Meziříčí, ubytování, krátká prohlídka centra města, převzetí kol a krátká projížďka údolím Oslavy a celková trasa by byla necelých 30 km, tento den bude spíše pro aklimatizaci a bude připraven v klidném režimu
- 2. den – tento den se pojede již zavedená trasa „Po stopách koní okolím Velkého meziříčí“ o celkové délce 57 km a cca 4 hodin jízdy, na trase lze navštívit turistické podniky agro typu
- 3. den – naplánovaná trasa měří 37 km a povede Balinským údolím, okolo Uhřínova a Netína, a také rozhledna na Fajtově kopci, v rámci dne bude možné navštívit městské muzeum a zámek s výraznou slevou na vstupném
- 4. den – odjezdový den

3.5 Produkt 3: Sportuj v Medříči

Celý název by zněl: *Sportuj v Medříči aneb Festival místních sportovních klubů – nevíte kde sportovat, kam dát sportovat své dítě? Tak to je akce přímo pro Vás.* Tato akce bude zejména lokálního rozsahu pro propagaci místních klubů s primárním cílem navýšit jejich členské základny a také by byla koncipována jako produkt CR pro regionální obyvatelstvo. Vytvoří se stanoviště pro jednotlivé sporty, kde by se mohly vyzkoušet. Akce by byla součástí preventivního programu pro zlepšení fyzické i psychické kondice dětí i dospělých. Cílovou skupinou jsou jednoznačně děti předškolního i školního věku. Děti se zapojí se svými rodiči, stráví zde kvalitní rodinný čas a rodiče budou mít možnost přihlásit své děti do zvolených kroužků za zvýhodněné ceny a sekundárním přínosem bude možnost propagace regionálních produktů CR a také města samotného. Počet potenciálních návštěvníků by šlo navýšit např. vystoupením populárního interpreta pro děti,

známých sportovců apod. Pro potřeby produktu jsme zpracovali obecný souhrn projektu, které jsme rozčlenili do následných podkapitol.

Seznam potencionálních partnerů projektu

Tito partneři by měli v rámci projektu možnost vlastní prezentace.

Tab. 10: Seznam potenciálních partnerů projektu

Partner	Schopnosti, kompetence	Specifikace zapojení
Město Velké Meziříčí	Obecné zajištění	Hlavní partner
Policie ČR	Bezpečnost	Zajištění bezpečnosti
Záchranná služba	Zdravotnictví	Zdravotní zabezpečení
Sportovní kluby v oblasti	Sport	Prezentace, ukázky
Národní sportovní agentura	Sport	Propagace
Ministerstvo školství	Vzdělání, sport	Propagace
Zástupci zdravotních pojišťoven	Zdravotnictví	Propagace preventivních programů
Obchody se sportovními potřebami/výživou	Sportovní zabezpečení, materiál	Propagace, partnerství
Český olympijský tým	Sport	Propagace, přednášky
Ski klub Velké Meziříčí	Sport, areál	Propagace, areál, občerstvení
Infrastruktura zabezpečení	Toalety, občerstvení	Toalety, občerstvení

Zdroj: vlastní zpracování (2024)

Účel projektu / inovativnost v řešení problematiky / přidaná hodnota projektu

Přidaná hodnota projektu spočívá zejména v jeho lokálním charakteru – místní akce pro místní obyvatele. Pro váhavé děti (a jejich rodiče) je to ideální příležitost vyzkoušet si různé sporty v krátkém čase na jednom místě. Bude zde možnost propagovat velké množství produktů a programů. Po realizaci projektu se očekává naplnění některých členských základů sportů a v případě hladkého průběhu je zde také možnost realizovat tento projekt v jiných městech

Výchozí situace a zdůvodnění potřeby projektu

Současná situace ve městě Velké Meziříčí, co se týče sportovního vyžití, není vysloveně špatná. Na stránkách města lze nalézt informace o městských klubech, které působí v této oblasti. Působí jich zde celá řada a na stránkách města jich můžeme nalézt téměř 20. Jediný problém, který jsme vyzorovali je ten, že některé kluby nemají aktualizované webové stránky a odkazy na některé kluby nefungují. V případě zájmu o participaci do některého ze sportů zájemce nalezne pěkně zpracovaný web města, ale posléze je potřeba si daný tým samostatně vyhledat. Můžeme zde nalézt sporty od fotbalu, boxu až k šachům. Další týmy lze nalézt v databázi sportvokoli.cz, kterou spravuje Český olympijský tým společně se Sazkou. Tato akce by mohla mít celorepublikový potenciál – respektive tento koncept může být realizován v každém městě a pouze přizpůsoben velikosti oblasti. V případě správného uchopení příležitosti je velká pravděpodobnost pozitivního přijetí dětmi a jejich rodiči. V oblasti chceme (město Velké Meziříčí) zvýšit členské základny sportovních oddílů a tím pádem mít více sportujících lidí. V případě méně zaplněných sportů by bylo záhodno nabídnout výhodné ekonomické podmínky pro členství. Např. půl roku zdarma a poté první rok za zvýhodněných podmínek. O celkové náklady by se dalo podělit s partnery či Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy. Počáteční náklady by z dlouhodobého hlediska nebyly až tak významné, protože sportující populace je méně nemocná a čím větší je členská základna, tím větší je pravděpodobnost nalezení talentů. Představením sportů dojde i k

seznámení rodičů s finančními podmínkami jednotlivých sportů. Sportovní vyžití také přináší další benefity ve formě utužení zdraví, zvýšení psychické odolnosti, snížení výskytu obezity či omezení sedavých činností jako je hraní počítačových her apod.

Sportovní vystavovatelé

V oblasti na území města působí celkem 19 sportovních klubů, které aktuálně nabírají: atletika, basketbal, box, thaibox, fotbal, handicap sport, hasičský sport, házená, hokej, karate, kulturistika, lyžování, motokros, stolní tenis, střelba, volejbal, tenis, kuželky, šachy.

Sporty bychom rozdělili do několika kategorií dle možnosti vystavovatelů pro ukázky.

Aktivní ukázky – možnost vyzkoušení

- Hasičský sport – zde je možné vytvořit hřiště, kde mohou probíhat ukázky sešraného týmu, je zde možnost se detailně seznámit s pravidly a také zde samozřejmě lze vyzkoušet si jednotlivé úseky tratě
- Box, thaibox – ukázky, seznamovací tréninky s profi trenéry i žáky, boxovací pytle (i rekreační s ukazatelem použité síly)
- Fotbal – malé hřiště, dovednostní hry s míčem, střelba na branku, kličkování mezi figurínami
- Karate – ukázky, seznamovací tréninky
- Stolní tenis – seznámení, tréninková hra, ukázka profi zápasu
- Šachy – vysvětlení pravidel, samotná hra a exhibice hráčů
- Basketbal – malé hřiště, hod na koš, vysvětlení pravidel
- Handicap sport – představení možných sportů, ukázky, diskuse s hendikepovanými sportovci
- Střelba – bezpečná střelba vzduchovkou, představení zbraní a vysvětlení soutěží

Pasivní ukázky – zde by se jednalo o představení a ukázkou náčiní, popř. pouštění propagačních videí či tréninkové postupy: atletika, házená, lyžování (pouze ukázka suché přípravy a úspěchů), motokros, kuželky

Místo dopadu/realizace projektu

Ideální místo pro konání akce se nachází v areálu Ski klubu Velké Meziříčí na Fajtově kopci. Je zde dostatek parkovacích míst, zázemí restaurace i dostatek prostoru pro všechny vystavovatele. Také zde mají zkušenosti s pořádáním velké kulturní akce – Fajtfest. Areál se nachází v širším centru města s výbornou dostupností a lokalita je všeobecně známa.

Hlavní přínos akce by spočíval v:

Prezentace sportovních klubů

- Jednotlivé kluby obdrží vymezený prostor dle svých požadavků, který si následně upraví dle svých možností pro nejvhodnější propagaci
- Členové vystavovatelů budou zajištěni jak po materiální stránce (toalety, parkování, strava), tak i po stránce nemateriální (koordinátor)
- Vlastní prezentace a společná aktivita s návštěvníky
- Osobním setkáním, rozhovorem a dotazníkem by se zjistila zpětná vazba na úspěšnost akce

Finanční zvýhodnění členských poplatků

- Uhrazení ¼ členských poplatků na půl roku pro nové členy
- Hlavní výhoda pro poskytovatele – jednoznačně zvýšení členské základny, protože to bude více výhodné pro rodiče, více potencionálních talentů, více finančních prostředků pro chod klubu

- Hlavní výhody pro děti/ rodiče – finanční zvýhodnění

Propagace státních institucí

- Prostor pro propagaci města, kraje, ministerstva školství, Národní sportovní agentury, Českého olympijského výboru a zdravotních pojišťoven
- Instituce budou zajištěny jak po materiální i po nemateriální stránce

V rámci tohoto projektu může vzniknout manuál pro pořádání této aktivity i v dalších městech a Po skončení projektu/akce bude vytvořena trvalá spolupráce se zainteresovanými kluby, aby se zajistilo naplnění primárních cílů. V případě nevyčerpání prostředků by pak bylo možno vytvořit následnou mediální kampaň pro kluby s nejmenší členskou základnou. V případě potřeby by byly zapojeny zejména prostředky města – marketingové možnosti.

Tab. 11: Metody propagace

Metoda	Cílová skupina	Specifikace
Inzeráty v novinách a na internetu u vydavatelů spojených s městem	Čtenáři – rodičové	Mediální listy, NovinyVM.cz, Velkomeziříčsko-noviny, zaostrenovm.com
Reklamní plochy městských autobusů	Pasažéři – děti	plakát
Oběžník v městských školách	studenti	Informace ve školách pro děti + informace od škol rodičům
Další kanály dle partnerů	všichni	ČOV, MŠMT, Zdravotní pojišťovny, NSA, kluby

Zdroj: vlastní zpracování (2024)

Pro úsporu nákladů by se primárně využily městské PR cesty již zavedené, jak je uvedeno výše. Jednotlivé plakáty by vytvořil buď člen realizačního týmu zodpovědný za PR, anebo by se potřebný materiál zadal specializované firmě. Při vytváření potřebného materiálu je nutné se zaměřit na tyto oblasti, které musí být na první pohled z materiálu zjevné:

- Místo, vstupné, datum a čas
- Které sporty si můžou děti vyzkoušet
- Finanční zvýhodnění členských poplatků
- Doprovodný program (interpret či známá osobnost)

Pro zdárné završení celé akce je potřeba minimálně hlavního koordinátora, který by pod sebou měl zhruba dalších 4-5 podřízených manažerů. Jednotlivé funkce by se daly kumulovat (přeci jen se jedná o akci lokálního významu). Hlavní koordinátor bude mít hlavní rozhodovací pravomoc. Odhadem je potřeba cca 10 lidí pro hladký průběh akce. Pro úsporu nákladu bychom doporučili ve větším měřítku zapojit zaměstnance města, zejména z Odboru školství a kultury.

Finanční náklady se rozdělí na náklady:

- Přímé – ohodnocení realizačního týmu, věcné (spotřební materiál), vybavení na projekt, cestovní, externí dodavatelé
- Nepřímé – místo konání (pronájem)
- Občerstvení – stánky, toalety (TOI-TOI)
- Financování členství v klubech

V prvé řadě je potřeba určit přímé náklady na projekt. Tzn. náklady na platy, areál, spotřebu, služby, propagaci a další. Celkové námi odhadované náklady je součet všech níže uvedených položek a bude kolem 360 000 Kč. Nejvyšší výdaj je myšlen na finanční pobídku pro nové členy. Očekává se návštěvnost kolem 300-500 dětí + podobný počet rodičů, očekáváme tedy účast kolem 800–1000 lidí. Kdybychom dali symbolické vstupné pro dospělé 50 Kč, mohli bychom

očekávat příjem ve výši zhruba 20 000 Kč. A kdybychom z městských zdrojů zajistili občerstvení, mohli bychom ušetřit dalších 80 000 Kč a zároveň vydělat na prodeji. Tyto kalkulace jsou ale závislé na přímé velké účasti, kterou nemůžeme zaručit. Ale v tomto případě bychom rozhodně eliminovali případnou ztrátu. V případě pozvání nějakého známého interpreta bychom zajistili vysokou návštěvnost za dodatečné náklady (cca 40-60 000 Kč) a zároveň bychom mohli navýšit vstupné. Např. dospělý 120 Kč a dítě od 4 let 50 Kč. Tím bychom zaplatili zejména interpreta, ale očekávali bychom dodatečný příjem cca 30 000 Kč. Když to shrneme, výsledný odhad celkových nákladů by se změnil na zhruba 230 000 Kč. Takže bychom hledali alokaci ve výši 300 000 Kč. Náš projekt splňuje základní formu všech zmíněných programů. U těchto programů není zveřejněna minimální či maximální možná částka. Obecně se dá říci, že programů dotací je velmi mnoho a bylo by potřeba vyhledat ten správný, u kterého by se dalo žádat o celou částku.

Rizika projektu

Hlavních rizik je zde několik:

- Nedostatečný počet vystavovatelů/sportovních klubů-řešilo by se dodatečným pozváním klubů sídlících ve větší vzdálenosti (Jihlava, Třebíč, Brno)
- Nedostatečný počet návštěvníků nelze ovlivnit, pouze v případě zajištění zajímavého interpreta by se tomu dalo předejít
- Příliš mnoho lidí – extrémní situace, na kterou se nesmí zapomenout z důvodu kapacity toalet a občerstvení. Je dobré mít připravené materiální zálohy.
- Nedostatek členů organizačního týmu (např. nemoc) – mít připravené personální zálohy
- Špatné počasí – řešilo by se v souladu s předpovědí počasí a v případě špatného počasí by se akce přesunula do městské sportovní haly nebo na zimní stadion či do tělocvičny

Dopad realizace projektu na rovné příležitosti a na udržitelný rozvoj

Projekt má jednoznačně pozitivní dopad na společnost a na sportovně-kulturní vyžití v oblasti. Program je koncipován tak, aby každý bez ohledu na pohlaví měl stejné příležitosti pro zapsání se do zvoleného klubu. Životního prostředí se projekt dotýká pouze okrajově, i když se předpokládá pozitivní environmentální vnímání prostředí kolem sebe. Pořádání akce by bylo organizováno s důrazem na ochranu životního prostředí a bylo by zajištěno ekologické využívání prostoru včetně dělených nádob na odpad.

Výstupy projektu

Výstupem bude zejména navýšení členských základů sportovních klubů a zdravotní a sportovní osvěta mezi obyvatelstvem. Pro návštěvníky bude krátký dotazník s několika otázkami typu: Odkud jste? Máte děti? Přihlásili jste je někam? Vyzkoušeli jste si něco? Která aktivita se Vám líbila nejvíce? Co byste ještě uvítal? Pro vystavovatele by dotazník byl již více konkrétní a byl by součástí rozhovoru – osobní návštěva klubu je nutná. Výsledné informace by byly prezentovány pro návrh na další ročníky a pro ověření splnění hlavních cílů.

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo na základě provedené analýzy vytyčit cílové skupiny turistů a nastínit možnosti dalšího rozvoje oblasti směrem k rozšíření turistické nabídky. Tuto práci jsme si rozdělili do teoretické a praktické části. V kapitole teoretická část jsme vymezili základní pojmy, které s CR a zvoleným tématem všeobecně souvisejí a jsou nutné pro pochopení celé zkoumané problematiky. V praktické části jsme první zpracovali vymezení zkoumaného území a jeho základní charakteristiku. Následovala analýza současné nabídky CR Velkého Meziříčí v roce 2024. Nabídku CR jsme rozčlenili do podkapitol primární, sekundární a terciární nabídka CR. Na základě této analýzy jsme zpracovali SWOT analýzu (a zároveň uvedli i jednu již zpracovanou) pro zjištění slabých a silných stránek. Město Velké Meziříčí má potenciál pro CR, i když není rozvinut na významné úrovni, a je také zčásti využit. V některých případech by se dal ale využít lépe. Zkoumaná oblast zejména vyhovuje pro potřeby kulturně-poznávacího a aktivního CR. Přírodní atraktivity zde nejsou nikterak významné. V lokalitě se nachází několik významných atraktivit. Jde zejména o muzeum a zámek ve Velkém Meziříčí. Významným prvkem CR je areál na Fajtově kopci, kde je lyžařský areál a rozhledna. Také se zde koná významný regionální festival Fajtfest. Město sice není členem žádné organizace DMO, ale má velmi dobře zpracovaný turistický portál, který z části tuto absenci nahrazuje. Město a přidružené organizace také organizuje velký počet kulturních akcí pro veřejnost, včetně představení, koncertů i festivalů a dalších. V okolí Velkého Meziříčí je tedy vhodné kulturní zázemí zvláště pro regionální vyžití a také se zde v okolí nachází dostatek pěších a cyklistických tras. Stezky pro pěší turistiku jsou často koncipovány jako naučné stezky. Stanovili jsme si několik výzkumných otázek, které jsme chtěli pomocí této práce zodpovědět. Jednalo se o otázky:

- Jaká je současná situace v oblasti? – Dle prezentované a zpracované SWOT analýzy je současná situace pro lokální potřeby CR dostačující. Město se ale potýká s řadou problémů jako je např. nedostatek vhodných prostor, zanedbaná údržba památek, absence organizace destinačního managementu a další. Za hlavní klady lokality lze považovat turistické atraktivity (zámek, muzeum, Fajtov kopec a další), kvalitní TIC a webové stránky, zachovalá příroda a další.
- Jaká je cílová skupina turistů? – Dle kapitoly 3.1 jsou cílovou skupinou senioři a páry středního věku. Cílová skupina by se také dala dále charakterizovat jako mírně aktivnější lidé s touhou po poznání.
- Jakým směrem by mohl probíhat budoucí rozvoj města v souvislosti s CR? – Budoucí rozvoj destinace by se měl ubírat zejména ve zlepšení propagace města, vybudování DMO či se připojit k některé stávající organizaci a ve vytváření vhodných produktů CR pro definovanou cílovou skupinu.

Tyto otázky jsme nyní schopni zodpovědět, tzn. cíl práce byl naplněn. Primární a sekundární nabídka CR města Velkého Meziříčí sice nenabízí služby nejvyšší kvality a není tak rozmanitá a obsáhlá jako v jiných lokalitách, ale pro potřeby místního CR a turisty je dostačující. V této práci jsme také charakterizovali cílovou skupinu, na kterou bychom se zaměřili a také jsme navrhli několik marketingových strategií, které by mohly navýšit poptávku CR a zároveň zatraktivnit nabídku CR v destinaci. A poslední návrhová část obsahuje 3 produkty CR, které navrhujeme k realizaci.

Seznam použité literatury

- BALOUNOVÁ, Mirka. *Příprava přírodovědné ... Velkého Meziříčí* [online]. Brno, 2006, 89 s. [cit. 2024-02-16]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/r6rar/>. Diplomová práce. MASARYKOVA UNIVERZITA PEDAGOGICKÁ FAKULTA. Vedoucí práce Doc. RNDr. Svatopluk Novák, CSc.
- BÍNA, CSC., RNDr. Jan. *Aktualizace potenciálu cestovního ruchu v České republice. Závěrečná zpráva úkolu B.10/CR*. Česká republika, Ústav územního rozvoje, Brno. 2010a.
- BÍNA, CSC., RNDr. Jan. *Tabulky a kartogramy ORP – Kraj Vysočina* [online]. Ústav územního rozvoje, Brno, 2010b [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://www.uur.cz/media/nhxnnqrw/10-potencial-cr-vysocina.pdf>
- BOOKING HOLDINGS INC. *Booking* [online]. © 1996–2024 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: [booking.com](https://www.booking.com)
- C R, Sharath Kumar & K.B, Praveena. 2023. SWOT ANALYSIS. International Journal of Advanced Research. 11. 744-748. 10.21474/IJAR01/17584.
- CZECHTOURISM. *Naučná stezka podél Oslavy ve Velkém Meziříčí*. Online. Praha, © 2024. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/naucna-stezka-podel-oslavy-ve-velkem-mezirici>. [cit. 2024-04-11].
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD [ČSÚ]. *Návštěvnost HUZ podle kategorie za vybrané území. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD | ČSÚ. Český statistický úřad* [online]. 2024a [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&katalog=31743&pvo=CRUD003-R&str=v155&c=v3~8__RP2021&u=v155__VUZEMI__43__597007
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD [ČSÚ]. *Vše o území: Velké Meziříčí (okres Žďár nad Sázavou)* [online]. In: ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD | ČSÚ. 2024b [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xj/charakteristika_so_orp_velke_mezirici
- DROBNÁ, Daniela a MORÁVKOVÁ, Eva. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-901-7
- ELEKTRONICKÝ DIGITÁLNÍ POVODŇOVÝ PORTÁL [EDPP]. *Charakteristika zájmového území* [online]. 2019 [cit. 2024-02-16]. Dostupné z: https://www.edpp.cz/vem_charakteristika-zajmoveho-uzemi/
- EPROGRESS S.R.O. *Velké Meziříčí*. Online. Liberec, © 1999-2024. Dostupné z: <https://velke-mezirici.czech-mountains.eu/>. [cit. 2024-04-14].
- FAJTFEST.CZ S.R.O. *Fajtfest* [online]. © 2024 Fajtfest [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://www.fajtfest.com>
- FENCL, Martin. *Plán dopravní obslužnosti města Velké Meziříčí 2021–2025* [online]. In: . [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: https://www.velkemezirici.cz/images/stories/Pl%C3%A1n_dopravn%C3%AD_obslu%C5%BEnosti_m%C4%9Bsta_Velk%C3%A9_Mezi%C5%99%C3%AD%C4%8D%C3%AD.pdf

- GLOBALDATA. *Tourism Potential Index (TPI) – ...2023* [online]. Londýn, 2023 [cit. 2024-04-11]. Dostupné z: https://www-globaldata-com.translate.goog/store/report/tourism-potential-ranking-analysis/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=cs&_x_tr_hl=cs&_x_tr_pto=sc
- GOELDNER, Charles R. a RITCHIE, J. R. Brent. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 9788025125953
- HANZELKOVÁ, Alena; KEŘKOVSKÝ, Miloslav a VYKYPĚL, Oldřich. *Strategické řízení: teorie pro praxi*. 3. přepracované vydání. C.H. Beck pro praxi. V Praze: C.H. Beck, 2017. ISBN 978-80-7400-637-1
- ITS BESKYDY, S.R.O. *Muzeum Velké Meziříčí* [online]. Frýdlant nad Ostravicí, b.r. [cit. 2024-04-11]. Dostupné z: <https://www.infocesko.cz/content/vysocina-kultura-muzea-muzeum-velke-mezirici.aspx>
- KAMINARAS, Ing.arch. Jaroslav a Martin KAMAN. *Ceník* [online]. In: . 2023 [cit. 2024-04-11]. Dostupné z: https://www.velkemezirici.cz/images/stories/2023/6/Nov%C3%BD_cen%C3%ADk_parkovn%C3%A9ho_2023.pdf
- KIRYAKOVA-DINEVA, Teodora & Vasenska, Ivanka & Koyundzhiyska-Davidkova, Blagovesta. 2021. New Forms of Tourism: A Matter of Neologism Formation or a Reality in the Tourism Practice.
- KRAJ VYSOČINA. *Katalog významných firem ... Vysočina*. Jihlava: Kraj Vysočina, 2020. ISBN 978-80-87521-42-7. Dostupné také z: https://extranet.kr-vysocina.cz/download/pdf/edice/katalog_firem_KV_fin.pdf
- LINDEROVÁ, PHD., Ing. Ivica. *Cestovní ruch – Základy a právní úprava*. Idea Servis, 2015.
- MÁLEK, Tomáš. *Katalog sportovních subjektů ve Velkém Meziříčí a okolí* [online]. © 2012–2024 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <http://www.sportvm.cz/katalog/kategorie/sportoviste>
- MAPY.CZ [online]. In: SEZNAM.CZ. [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://mapy.cz/dopravni?q=veke%20mezirici&source=base&id=1703079&ds=2&x=16.0034030&y=49.3552243&z=14>
- MARKETINGPPC. *Jak využít SWOT analýzu pro růst vaší firmy* [online]. 2024 [cit. 2024-02-12]. Dostupné z: https://www.marketingppc.cz/marketing/analiza-swot/#Jak_vytvorit_SWOT_analyzu
- MATEI A KOL., Nicoleta Anca. *Regional impact of climate change on European tourism demand* [online]. Luxembourg: Regional impact of climate change on European tourism demand, 2023 [cit. 2024-03-25]. ISBN 9789268039250. Dostupné z: doi:10.2760/899611
- MĚSTSKÝ ÚŘAD VELKÉ MEZIŘÍČÍ. *Město Velké Meziříčí*. Online. © 2024. Dostupné z: <https://www.velkemezirici.cz/o-meste/zdrave-mesto-a-ma21>. [cit. 2024-04-14].
- MĚSTYS KŘIŽANOV. *Nezaměstnanost v obcích k 28.2.2023* [online]. Křižanov, 2023 [cit. 2024-04-11]. Dostupné z: <https://www.krizanov.cz/storage/content/Aktuality/Nezamestnanost-v-obcich-k-28.02.2023.pdf>
- MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR [MMR]. *MAS Most Vysočiny, o.p.s.* [online]. ©2024 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://mmr.gov.cz/cs/ministerstvo/regionalni->

[rozvoj/informace,-aktuality,-seminare,-pracovni-skupiny/psur/vyzva-c-2/mas/mas-most-vysociny,-o-p-s](#)

MUZEUM. Císařské manévry: Jak to tehdy bylo. Velkomeziříčsko [online]. 2023 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://www.velkomeziricsko.cz/vsehochut/11830-cisarske-manevry-jak-to-tehdy-bylo>

NÁRODNÍ INFORMAČNÍ A PORADENSKÉ STŘEDISKO PRO KULTURU [NIPOS]. Návštěvnost muzeí a galerií v krajích v roce 2022: 2022: Kulturní dědictví. In: PRAHA. [online]. ©2024 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://www.vysocina.eu/vyhledavani?searchword=velk%C3%A9%20mezi%C5%99%C3%AD%C4%8D%C3%AD&searchphrase=all>. Str.28.

OLIVERIRA, Prof Monica, Prof Candida SILVA a Prof Susana SILVA. Proceedings of the 4th International Conference on Tourism Research ICTR 2021 : Hosted By The School of Hospitality and Tourism (ESHT) [online]. Reading: Academic Conferences International Limited, 2021 [cit. 2024-03-25]. ISBN 978-1-912764-92-1. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/356981735_New_Forms_of_Tourism_A_Matter_of_Neologism_Formation_or_a_Reality_in_the_Tourism_Practice/citation/download

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Praha: Grada, 2011. ISBN 9788024737492

RAABOVÁ, Tereza, Jakub DEML a Ondřej ŠPAČEK. KONCEPCE ... 2021–2025 (s výhledem do r. 2030) [online]. In: CULTURE MATTERS S.R.O. 2021 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: www.velkomezirici.cz/images/stories/2021/12/Koncepce_kultury_VelMez_final.pdf

REWIEVEURO. *Pho 89 Asian Restaurace*, <https://cz.revieweuro.com/kraj-vysocina/pho-89-asian-restaurace-1359943>. Online. Revieweuro. © 2019 - 2024. Dostupné z: <https://cz.revieweuro.com/kraj-vysocina/pho-89-asian-restaurace-1359943>. [cit. 2024-04-14].

RUX, CSC, RNDr. PaedDr. Jaromír, RNDr. Eva JANOUŠKOVÁ, PH.D, Ing. Ivica LINDEROVÁ, PH.D. a PaedDr. František SMRČKA, PH.D. *ANALÝZA POTENCIÁLU CESTOVNÍHO RUCHU V KRAJI VYSOČINA A MÍRA JEHO VYUŽITÍ* [online]. Jihlava, 2014 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: https://archiv.kr-vysocina.cz/assets/File.ashx?id_org=450008&id_dokumenty=4062758

RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: (soubor studijních materiálů)*. Vyd. 2., (1. v nakl. Key Publishing). Economie (Key Publishing). Ostrava: Key Publishing, 2007. ISBN 978-80-87071-44-1

RYGLOVÁ, Kateřina; BURIAN, Michal a VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 9788024740393.

SAADOUNI, Štěpánka. Setkání císařů ve Velkém Meziříčí: nechyběli muži v uniformách a dobová kuchyně. VLTAVA LABE MEDIA A.S. Žďárský deník [online]. 2023 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: https://zdarsky.denik.cz/zpravy_region/setkani-cisar-velke-mezirici-frantisek-josef-vilem-historicke-slavnosti-202309.html

- SKI KLUB VELKÉ MEZIŘÍČÍ S.R.O. *Ski areál Fajtův kopec* [online]. Velké Meziříčí, ©2024 [cit. 2024-04-11]. Dostupné z: <https://www.skivm.cz/ski-areal/o-ski-arealu>
- SÖNMEZ, Neslihan Kan a PELIT, Elbeyi. An Evaluation on Supply Chain Structure in the Tourism Industry. Online. *WSB Journal of Business and Finance*. 2023, roč. 57, č. 1, s. 1-11. ISSN 2657-4950. Dostupné z: <https://doi.org/10.2478/wsbjbf-2023-0001>. [cit. 2024-03-25].
- ŠAUER, PH.D. A KOL, Ing. Martin. *Cestovní ruch – učební text*. Brno: Masarykova Univerzita, 2015.
- TRIPADVISOR, INC. *Triadvisor* [online]. © 2023 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://www.tripadvisor.com>
- TURISTICKÝ PORTÁL VELKÉ MEZIŘÍČÍ. *Turistické informační centrum Velké Meziříčí*. Online. Velké Meziříčí, © 2024. Dostupné z: <https://www.turistikavm.cz/>. [cit. 2024-04-14].
- UNWTO. *Glossary of tourism terms* [online]. Madrid, b.r.a [cit. 2024-04-10]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- UNWTO. *Product Development* [online]. Madrid, b.r.b [cit. 2024-04-11]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/tourism-development-products>
- VYSTOUPIL, Jiří a ŠAUER, Martin. *Základy cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2006. ISBN 80-210-4205-2
- WIWEKA, Kadek a ARCANA, Komang Trisna Pratiwi. RETHINKING THE THEORY OF TOURISM: WHAT IS TOURISM SYSTEM IN THEORETICAL AND EMPIRICAL PERSPECTIVE? Online. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*. 2019, roč. 5, č. 2, s. 318-336. ISSN 2527-6921. Dostupné z: <https://doi.org/10.22334/jbhost.v5i2.176>. [cit. 2024-03-23].
- ZICHOVÁ, Jitka. *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-802-4737-485.