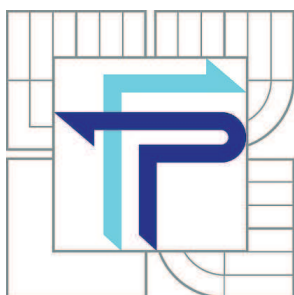


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV FINANCÍ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF FINANCES

ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V BESKYDECH A JEHO DOPAD NA PODNIKÁNÍ V OBLASTI

DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE BESKYDY AND ITS IMPACT ON BUSINESS

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

KRYSTYNA MUCKOVÁ

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. PAVEL MRÁČEK

BRNO 2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Mucková Krystyna

Daňové poradenství (6202R006)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Rozvoj cestovního ruchu v Beskydech a jeho dopad na podnikání v oblasti

v anglickém jazyce:

Development of Tourism in the Beskydy and its Impact on Business

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Cíle práce

Teoretická východiska práce

Analýza problému a současné situace

Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Seznam odborné literatury:

ALLGAYER, F., KALKA, J., Marketing podle cílových skupin. Computer Press a.s., 2007. ISBN 978-80-251-1617-3.

HORNER, S., SWARBROOKE, J. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9.

KIRAĹOVÁ, Alžběta. Marketing: destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress, 2003. ISBN 80-86119-56-4.

PALATKOVÁ, M. Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1014-5.

PETRŮ, Z. , Základy ekonomiky cestovního ruchu. Praha: Idea servis, 1999. 107s. ISBN 80-85970-29-5.

RYGLOVÁ, K. Cestovní ruch. KEY Publishing, 2009. ISBN 80-7418-028-6.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Pavel Mráček

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2009/2010.

L.S.

Ing. Pavel Svirák, Dr.
Ředitel ústavu

doc. RNDr. Anna Putnová, Ph.D., MBA

V Brně, dne 31.05.2010

Abstrakt

Bakalářská práce „Rozvoj cestovního ruchu v Beskydech a jeho dopad na podnikání v oblasti“ se zabývá posouzením podmínek pro rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Beskydy. Na základě analýzy současného stavu turistického ruchu, popisu nejvýznamnějších atraktivit regionu a možnostech financování jsou výstupem práce návrhy na rozvoj cestovního ruchu, s tím souvisejících podnikatelských aktivit a rozvoje regionu.

Klíčová slova

Cestovní ruch, marketing, marketingový mix, volný čas, ubytování, stravování, doprava, rekreace, dotace z EU.

Abstract

Bachelor thesis "Development of tourism in Beskydy and its impact on business in the region" deals with evaluation of conditions for developing tourism in the tourist district of Beskydy. Based on an analysis of current state of tourist movement, description of the most attractive places in the region and possibilities of financing, the outputs of the thesis are suggestions of development of tourism and related business activities and development of the region.

Keywords

Tourism, marketing, marketing mix, free time, accommodation, boarding, transportation, holiday, grant from EU.

Bibliografická citace bakalářské práce

MUCKOVÁ, K. *Rozvoj cestovního ruchu v Beskydech a jeho dopad na podnikání v oblasti*. Brno : Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2010. 83 s.
Vedoucí bakalářské práce Ing. Pavel Mráček.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Rozvoj cestovního ruchu v Beskydech a jeho dopad na podnikání v oblasti“ vypracovala samostatně pod vedením Ing. Pavla Mráčka a uvedla jsem v seznamu literatury veškerou použitou literaturu. Prohlašuji, že jsem ve své práci neporušila autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb. o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně, dne 2. června 2010

.....

podpis autora

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce panu Ing. Pavlu Mráčkovi za odborné vedení a jeho cenné rady a připomínky, které mi v průběhu zpracování bakalářské práce poskytoval.

Obsah

1	Úvod.....	7
1.1.	Cíle práce	7
2	Teoretická část	8
2.1.	Vymezení a význam cestovního ruchu	8
2.1.1.	Formy cestovního ruchu	9
2.1.2.	Trendy v cestovním ruchu	10
2.2.	Ekonomický význam cestovního ruchu	11
2.2.1.	Podnikání v cestovním ruchu.....	12
2.3.	Služby cestovního ruchu	15
2.3.1.	Cestovní kancelář.....	15
2.3.2.	Cestovní agentura	17
2.3.3.	Ubytovací služby	18
2.3.4.	Stravovací služby	19
2.4.	Účastníci cestovního ruchu	20
2.5.	Pozitivní a negativní dopady cestovního ruchu	21
2.5.1.	Pozitivní dopady cestovního ruchu.....	21
2.5.2.	Negativní dopady cestovního ruchu	22
2.6.	Marketingový mix.....	23
2.7.	Turistické regiony	25
2.7.1.	Turistický region Severní Morava a Slezsko	27
2.8.	Statistika v cestovním ruchu	28
2.8.1.	Satelitní účet cestovního ruchu	28
3	Analytická část.....	30
3.1.	Charakteristika oblasti Beskydy	30
3.1.1.	České území	31
3.1.2.	Polské území	31
3.1.3.	Slovenské území	32
3.1.4.	CHKO Beskydy	32
3.1.5.	Lysá Hora.....	32
3.1.6.	Klimatické podmínky	33
3.2.	Předpoklady destinace pro cestovní ruch.....	33
3.2.1.	Přírodní zajímavosti.....	34
3.2.2.	Kulturní a historické památky.....	35
3.2.3.	Kulturní akce a folklor.....	37
3.3.	Zařízení poskytující služby cestovního ruchu	37
3.3.1.	Cestovní kanceláře	37
3.3.2.	Informační centra	38
3.3.3.	Klub českých turistů	38
3.4.	Propagace regionu.....	38
3.5.	Turistika	40
3.5.1.	Pěší turistika.....	40
3.5.2.	Cykloturistika.....	41
3.5.3.	Vodní turistika	41
3.5.4.	Zimní sporty.....	42
3.5.5.	Golf	42
3.5.6.	Lázeňství, relaxace a wellnes.....	43

3.5.7.	Sport.....	43
3.6.	Dopravní infrastruktura.....	44
3.7.	Marketingová strategie rozvoje CR pro léta 2009 – 2013	44
3.8.	Možnosti financování cestovního ruchu	46
3.8.1.	Národní program podpory cestovního ruchu	47
3.8.2.	Regionální operační programy.....	48
3.8.3.	Program přeshraniční spolupráce ČR - PL 2007 – 2010	51
3.8.4.	Program přeshraniční spolupráce SR - ČR 2007 – 2013	52
3.8.5.	Dotace z krajského rozpočtu	52
3.9.	Souhrnné zhodnocení.....	53
4	Návrhová část	56
4.1.	Dopravní infrastruktura.....	57
4.2.	Železniční infrastruktura	57
4.3.	Ubytovací zařízení	59
4.4.	Lyžařská střediska.....	61
4.5.	Venkovská turistika	62
4.6.	Cykloturistika.....	64
4.7.	Možné produkty Beskyd.....	66
4.7.1.	Turistika v přírodě	66
4.7.2.	Cykloturistika.....	67
4.7.3.	Poznávací zájezdy	67
4.7.4.	Rekreace u vody.....	68
4.8.	Dopady na podnikání	69
4.9.	Hodnocení návrhů.....	71
5	Závěr	72
6	Seznam použité literatury	74
7	Seznam příloh	76
8	Seznam tabulek a obrázků	77
	Přílohy.....	78

1 Úvod

Cestovní ruch představuje dynamicky se rozvíjející segment ekonomiky. Patří mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví, neboť pomáhá vytvářet pracovní příležitosti v různých oblastech (stravování, ubytování, doprava, poradenství). Cestovní ruch také souvisí s rozvojem regionů a zvyšováním životní úrovně.

Díky neustálému vývoji v ekonomické, sociální i politické sféře, zvyšováním vzdělanosti a novým možnostem, které nabízí informační technologie se přetváří i podoba cestovního ruchu. Mění se požadavky turistů, a tak podnikatelé nabízející služby cestovního ruchu musí svou nabídku přizpůsobovat těmto novým trendům. Samozřejmě se stávají zájezdy „na míru“ zákazníkovi s veškerým komfortem služeb.

Stejně jako v ostatních odvětvích hospodářství se i v cestovním ruchu uplatňují metody průzkumu a cíleného ovlivňování trhu nabídky a poptávky. Do cestovního ruchu začínají pronikat marketingové přístupy, které přinášejí nutnost vypracování strategických rozvojových dokumentů na regionálních úrovních. Zaměřují se zejména na sladění místních zájmů, řešení zvolených priorit a vytváření podmínek pro rozvoj infrastruktury.

1.1. Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce je sestavení návrhů pro rozvoj cestovního ruchu v Beskydech a podpora podnikání v této oblasti s využitím různých možností financování jako jsou například dotace z EU nebo z krajských dotací.

Dílním cílem bude analýza současného stavu cestovního ruchu v této oblasti. Dále budou popsána významná centra turistického ruchu v oblasti Beskyd, příklady projektů, které bude kraj financovat.

2 Teoretická část

V této kapitole je vymezen pojem cestovní ruch. Je zde zmíněn jeho ekonomický význam, popsány služby a účastníci cestovního ruchu. V další části této kapitoly je definován pojem marketingový mix, dále se tato kapitola zabývá turistickými regiony a statistikami v cestovním ruchu.

2.1. Vymezení a význam cestovního ruchu

Cestovní ruch představuje komplexní hospodářsko-ekonomické odvětví, které významným způsobem ovlivňuje zaměstnanost, platební bilanci a rozvoj regionů, podílí se na tvorbě hrubého domácího produktu, má vliv na příjmy místních rozpočtů. Jeho nezastupitelnou úlohu v oblasti národní ekonomiky nejlépe vystihuje satelitní účet cestovního ruchu, který je postupně zaváděn v řadě států.

Cestovní ruch je významným prvkem národního hospodářství. U nás se podílí asi třemi procenty na HDP a je významným faktorem i v zaměstnanosti. V cestovním ruchu pracuje 5% (skoro 240 000 lidí) průběžného obyvatelstva v naší republice a dalších 50 000 aktivních subjektů v cestovním ruchu podniká.

Cestovní ruch naplňuje potřebu poznávání, setkávání se s kulturami, slouží k odpočinku, obnově sil a zdraví. Cestovní ruch má stovky podob. To, co platilo kdysi, je teď zastaralé, a to proto, že se jedná o jeden z nejdynamičtěji se rozvíjejících oborů současnosti.

Definice cestovního ruchu není přesně stanovená, každý autor vždy vyjadřuje svoje vlastní chápání teorie o podstatě a funkci cestovního ruchu. V počátcích vymezení pojmu cestovní ruch byla především snaha o odlišení od pojmu cestování.

Podle Petrů (1999) definice Světové organizace cestovního ruchu (WTO) nebo Organizace spojených národů (OSN), které jsou základem pro současnou statistiku světového cestovního ruchu, zahrnují do cestovního ruchu „aktivity osob, které cestují a

pobývají v místech mimo jejich obvyklé prostředí po dobu nepřesahující jeden rok za účelem vyplnění svého volného času, za obchodem nebo za jinými účely“. Z cestovního ruchu jsou vyloučeny pravidelné cesty do zahraničí, cesty v rámci místa trvalého bydliště, dočasné přistěhování za prací nebo dlouhodobá migrace.

Existují různé pohledy na definování cestovního ruchu:

- podle toho, která vědní disciplína cestovní ruch zkoumá,
- z hlediska účastníků a funkce cestovního ruchu,
- z hlediska instituce a odvětví cestovního ruchu jako jevu.

Na základě shrnutí názorů několika autorů a hlavních motivů pro účast na cestovním ruchu lze cestovní ruch definovat jako dočasnou změnu místa pobytu lidí, zpravidla ve volném čase, a to za účelem rekreace, poznávání, seberealizace či změny prostředí. Někteří nepovažují cestovní ruch za samostatné odvětví, ale vnímají ho jako výsledek služeb jiných odvětví jako jsou stravování, ubytování a doprava. (2)

Cestovní ruch soustřeďuje obyvatelstvo k dlouhodobým či krátkodobým pobytům do významných středisek nebo regionů, které nazýváme rekreační oblasti. Většinou se jedná o oblasti s příznivými přírodními podmínkami a minimálním narušením lidskou činností. Obecně lze říci, že cestovní ruch je realizován v rekreačních prostorech. (6)

2.1.1. Formy cestovního ruchu

Budeme-li klasifikovat cestovní ruch, setkáme se s pojmem formy cestovního ruchu. Jsou odvozeny zejména od motivace návštěvníků a vystihují charakter trávení volného času ze strany účastníka. Mezi formy cestovního ruchu tedy patří:

- rekreační (pobyt na jednom místě spojený s regenerací fyzických i duševních sil, včetně pobytů na chatě či na zahrádce),
- poznávací,
- kulturní (cílem jsou také kulturní prožitky),
- sportovně-turistický,

- léčebný (jeho funkcí je odstraňování chorob nebo jejich následků a také jejich prevence),
- venkovský,
- ekonomický (probíhá převážně v pracovní době účastníka a je spojen s jeho ekonomickými aktivitami),
- specifické formy cestovního ruchu (mototuristika, sociální turistika, návštěvy sportovních akcí, ...). (4)

2.1.2. Trendy v cestovním ruchu

Cestování se stále více stává součástí života, a proto se neustále změny ve společnosti, změny ekonomické či změny životního stylu projevují v cestovním ruchu. Nabídka služeb a produktů cestovního ruchu se vyvíjí a vznikají nové trendy.

Volunturismus - dobrovolnická turistika

Termín (z anglického „Voluntourism“) vznikl spojením slov volunteer (dobrovolník) či voluntary (dobrovolný) a turismus. Jde o spojení dovolené s aktivní pomocí navštíveným oblastem. V praxi znamená, že během týdne se pracuje a o víkendech je možnost poznávat danou zemi jako běžný turista.

Responsible Travel - zodpovědné cestování

Zodpovědné cestování vyjadřuje snahu minimalizovat negativní dopad cestovního ruchu na životní prostředí. Má aspekt ekologický, sociokulturní a ekonomický.

Agroturistika

Agroturistika nabízí možnost zapojit se přímo do chodu zemědělské usedlosti nebo farmy. Turisté mohou pomáhat s krmením zvířat nebo s prací na zahradě. Smyslem je poznání života zemědělců a venkova, blízký kontakt se zvířaty nebo zemědělskými plodinami.

CouchSurfing - bezplatné ubytování cestovatelů

CouchSurfing International je nezisková organizace, která vznikla v roce 2003 v USA za účelem zprostředkování bezplatného ubytování pro registrované uživatele. Cílem těchto projektů je navázání nových přátelství, šíření tolerance a zlepšení mezikulturního porozumění.

Asketická dovolená

Asketická dovolená je především pro ty, kteří hledají možnost, jak rozbít stereotypy, které ovládly jejich všední život a chtějí zažít nedostatek, deprivaci nebo dokonce bolest.

Diaspora tourism – cestování do bývalé domoviny.

Dark Tourism – cestování na místa katastrof a neštěstí. (19)

2.2. Ekonomický význam cestovního ruchu

Odvětví cestovního ruchu je významnou součástí národního hospodářství většiny států. Je to zejména díky tomu, že se pojí s řadou dalších ekonomických odvětví. Pozitivně ovlivňuje dopravu, stavebnictví či bankovníctví. Jeho přínos zachycuje satelitní účet cestovního ruchu (TSA), který vytvořila Světová rada cestování a turismu (WTTC). Ve většině zemí se cestovní ruch řadí mezi pět odvětví s největším podílem na vývozu zboží a pro dvě pětiny zemí světa pak představuje největší zdroj devizových příjmů. Cestovní ruch se z hlediska obrátu v mezinárodním obchodě nachází na třetím místě po obchodu s ropou a automobily.

V souvislosti s rozvojem a potřebami cestovního ruchu se rozvíjí návazná i podpůrná odvětví a rozvíjí se i kooperace mezi regiony. Ekonomické podmínky umožňují podnikatelským subjektům zvyšovat konkurenceschopnost na rozsáhlých trzích.

Cestovní ruch hraje důležitou roli v rozvoji většiny krajů České republiky. Infrastruktura vybudovaná pro účely cestovního ruchu přispívá k místnímu rozvoji, jsou vytvářeny pracovní příležitosti a to vše se odráží v ekonomickém růstu.

Z uvedeného vyplývá, že mezi hlavní ekonomické přínosy cestovního ruchu patří:

- zlepšení platební bilance státu prostřednictvím příjezdového cestovního ruchu,
- zvyšování zaměstnanosti,
- zvyšování příjmů státního i místních rozpočtů,
- stimulování investic do místní infrastruktury (vodovody, kanalizace, silniční a železniční síť,...),
- podpora malého a středního podnikání.

2.2.1. Podnikání v cestovním ruchu

Podnikání je v jakémkoli oboru lidské činnosti vymezeno jako soustavná činnost prováděna samostatně podnikatelem, a to za účelem dosažení zisku. Podnikatel musí mít k této činnosti podnikatelské oprávnění, v opačném případě se dopouští protizákonného jednání. Podnikatelem může být jak osoba fyzická, tak i osoba právnická. Uvedeným osobám právní řád přiznává práva a povinnosti.

Oprávnění k výkonu podnikatelské činnosti týkající se cestovního ruchu podléhá především režimu zákona o živnostenském podnikání. Další specifika cestovního ruchu jsou dále upravena v zákoně o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu.

Živnostenský zákon upravuje zejména činnosti související s provozováním cestovní kanceláře, cestovní agentury a průvodcovskou činností. Oblasti cestovního ruchu se dále týká provozování hostinské činnosti a poskytování ubytovacích služeb. (12)

2.2.1.1. Živnosti týkající se cestovního ruchu

Mezi živnosti týkající se cestovního ruchu patří provozování cestovní kanceláře, respektive cestovní agentury, průvodcovská činnost, hostinská činnost a poskytování ubytovacích služeb.

Provozování cestovní kanceláře

Provozováním cestovní kanceláře se rozumí nabízení a prodej zájezdů a jednotlivých služeb cestovního ruchu a jejich kombinací. Jednotlivými službami jsou zabezpečení dopravy, ubytování, stravování, průvodcovských služeb, prodej a rezervace letenek, jízdenek, lodních lístků, zprostředkování a zajištění účasti na sportovních a společenských akcích. V rámci této živnosti lze dále prodávat věci související s cestovním ruchem, a to vstupenky, jízdní řády, mapy, upomínkové předměty a tištěné průvodce. Jedná se o živnost koncesovanou, což znamená, že zájemce o provozování této činnosti musí požádat příslušný živnostenský úřad o vydání koncesní listiny, ve které musí doložit splnění odborné kvalifikace.

Provozování cestovní agentury

Cestovní agentura se od cestovní kanceláře liší tím, že zájezdy sama nesestavuje, ale pouze prodává zájezdy sestavené cestovní kancelář. Jedná se tedy o živnost vázanou.

Průvodcovská činnost

Průvodcovská činnost se pro účely živnostenského zákona dělí na:

- horskou průvodcovskou činnost,
- tělovýchovnou a sportovní průvodcovskou činnost,
- průvodcovskou činnost v oblasti cestovního ruchu.

Horskou průvodcovskou činností je činnost průvodce na horách, která spočívá v organizování a provádění jednotlivců nebo skupin v horském prostředí, s výjimkou oblastí ledovců, skal, kaňonů a terénů vyžadujících použití horolezecké techniky. V rámci této živnosti může průvodce poskytovat i poradenské a informační služby či půjčování výstroje.

Tělovýchovná a sportovní průvodcovská činnost zahrnuje realizaci pohybově rekreačních programů či programů pro redukci váhy.

Průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu je doprovázení skupiny osob, pro něž je poskytován výklad o historickém a přírodním dědictví dané lokality. Výklad se týká zejména informací o kultuře, životním prostředí nebo jednotlivých místech. S tím jsou spojené další nezbytné činnosti jako zajištění programu a obstarávání informací během cesty. Jedná se o živnost vázanou.

Hostinská činnost

Hostinská činnost spočívá v přípravě a prodeji pokrmů a nápojů. Může být provozována buď samostatně nebo společně s ubytovacími službami – hotely, motely, penziony. Je to živnost řemeslná.

Poskytování ubytovacích služeb

Touto živností se rozumí poskytování ubytování v zařízeních neposkytujících stravovací služby. Jsou to především turistické ubytovny, chatové osady a kempy. Jedná se o živnost volnou.

2.2.1.2. Specifika podnikání v cestovním ruchu

Nejvýznamnějším specifikem služeb v oblasti cestovního ruchu je to, že jsou vázány na:

- místo, kde se vyskytují atraktivity pro realizaci cestovního ruchu, za nimiž jde spotřebitel,
- časovost, neboť jejich tvorba, realizace i spotřeba je místně a časově propojena,
- pomíjivost, která souvisí s tím, že produkty cestovního ruchu, pokud nejsou spotřebovány v době, kdy jsou k dispozici, ztrácejí přínos jak pro podnikatele tak i pro zákazníka.

Důležité je také to, že služby cestovního ruchu mají charakter osobních služeb. Je to díky tomu, že jsou většinou nabízeny přímým prodejem a pro bezprostřední uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu.

2.3. Služby cestovního ruchu

Služby narozdíl od hmotných produktů mají specifické vlastnosti, kterými jsou nehmotnost, proměnlivost, pomíjivost a neexistence vlastnictví. Jsou lehce napodobitelné, a proto je to oblast, kde nejčastěji dochází k inovacím.

2.3.1. Cestovní kancelář

Cestovní kanceláře mají v cestovním ruchu významnou úlohu. Prodávají jednotlivé služby nebo jejich balíky většinou za jednu cenu. Jedná se o tvůrce a dodavatele produktu, který by nemohl existovat v současné podobě bez jejich organizátorské role.

Zákon 159/1999 Sb. o cestovním ruchu vymezuje pojem cestovní kancelář jako „podnikatele, který je na základě koncese oprávněn organizovat, nabízet a prodávat zájezdy“.

„V rámci živnosti může cestovní kancelář rovněž

- a) nabízet a prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu,
- b) organizovat kombinace služeb cestovního ruchu a nabízet je a prodávat jiné cestovní kanceláři za účelem jejího dalšího podnikání,
- c) zprostředkovávat prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu pro jinou cestovní kancelář nebo cestovní agenturu, případně pro jiné osoby (doprovce, pořadatele kulturních, společenských a sportovních akcí apod.),
- d) zprostředkovávat prodej zájezdu pro jinou cestovní kancelář; cestovní smlouva v těchto případech musí být uzavřena jménem cestovní kanceláře, pro kterou je zájezd zprostředkováván,
- e) prodávat věci související s cestovním ruchem, zejména vstupenky, mapy,

plány, jízdní řády, tištěné průvodce a upomínkové předměty.

Nejvíce cestovních kanceláří se zaměřuje na outgoing. To znamená, že svým klientům nabízejí zahraniční zájezdy. Některé se orientují na domácí cestovní ruch. Těch je méně a to z toho důvodu, že cesty po rodné zemi si lidé většinou plánují sami, a jen necelá 2% využije služeb cestovní kanceláře. Další vsadily na incoming, což je příjezdový cestovní ruch.

Produktů, které cestovní kanceláře svým klientům nabízejí je mnoho. Kromě zájezdů k moři nebo pobytu na horách organizují výlety, kulturní zájezdy a okružní prohlídky. Mohou ovšem nabízet i další sortiment zboží.

Z ekonomického hlediska jsou cestovní kanceláře důležitými obchodními partnery leteckých společností a ubytovacích zařízení, přes něž se realizuje většina výkonů těchto dodavatelů služeb.

2.3.1.1. Klasifikace cestovních kanceláří

Cestovní kanceláře lze kategorizovat podle počtu obslužených klientů, objemu tržeb a nebo počtu zaměstnanců na:

- velké (více než 50 zaměstnanců),
- střední (od 5 do 50 zaměstnanců),
- malé (do 5 zaměstnanců).

S velikostí cestovní kanceláře souvisí také specializace jejich obchodních operací. Podle pestrosti nabídky služeb je možné cestovní kanceláře roztrždit na:

- specializované na určité oblasti,
- s netradiční nabídkou zájezdů do zahraničí,
- luxusní cestovní kanceláře,
- velké cestovní kanceláře.

2.3.1.2. Pojištění cestovní kanceláře

Koupě turistických zájezdů je vždy spojena s rizikem, které by mohlo ohrozit zdraví nebo majetek zákazníka. V zemích Evropské unie vychází zákonná úprava podnikání v cestovním ruchu ze směrnice Rady evropského společenství z 13.6.1990 č. 90/314/EHS „o hotových programech na cesty, prázdniny a zájezdy“. Směrnice stanovuje povinnost pořadatelů zájezdů zajistit se pro případ konkurzů tak, aby byly zákazníkům vráceny peníze za neposkytnuté služby a zajištěna doprava zpátky z ciziny.

Každá cestovní kancelář v České republice musí být po celou dobu své činnosti pojištěna proti úpadku a je povinna o něm informovat v katalogu a na požádání jej předložit zákazníkovi před uzavřením cestovní smlouvy. Toto pojištění se musí vztahovat na všechny prodávané zájezdy. Pokud pojištění zanikne musí to být ohlášeno ministerstvu a to jak cestovní kanceláři, tak i pojišťovnou samotnou.

2.3.2. Cestovní agentura

První cestovní agentury byly založeny po listopadové revoluci a to především proto, že právě po revoluci nabídka zájezdů značně rozrostla. V roce 2008 bylo na trhu asi tisíc cestovních kanceláří a několik tisíc cestovních agentur.

Zatímco cestovní kanceláře sestavují a nabízejí zájezdy zákazníkům, cestovní agentura zájezdy pouze prodává. Sama je také zákazníkem cestovní kanceláře. Cestovní agentury působící v České republice nesmí prodat vlastní službu složenou z více složek, kterou by sama zorganizovala a zájezdy jsou složeny minimálně z dopravy a ubytování. Kromě prodeje zájezdů mohou nabízet i další služby související s cestovním ruchem, například rent a car, prodej vstupenek, map, tištěných průvodců či jízdních řádů.

Cestovní agentury prodávané zájezdy nepojišťují, a to proto, že zájezdy má ze zákona pojištěné cestovní kancelář a ona za ně nese odpovědnost.

Cestovní agentura je povinna předložit klientovi na jeho žádost doklad o tom, že je vybraná cestovní kancelář pojištěna proti úpadku. Dále musí v propagačních a

nabídkových materiálech uvádět, pro kterou cestovní kancelář prodej zprostředkovává a označit provozovnu slovy „cestovní agentura“. V případě prodeje zájezdu zahraniční cestovní kanceláře musí bezodkladně informovat Ministerstvo pro místní rozvoj. Hlavní povinností je ovšem dávat vždy na vědomí, že je pouhým zprostředkovatelem.

2.3.3. Ubytovací služby

Ubytovací služby jsou důležitou součástí služeb cestovního ruchu. Jedná se o poskytování přechodného ubytování pro osoby mimo jejich bydliště a jsou zajišťovány v ubytovacích zařízeních různých druhů a kategorií. Ubytovací zařízení by mělo také zabezpečovat aktivity spojené s využitím volného času a aktivity typu přístup na internet, faxování či jednací salonky.

Klasifikace ubytovacích zařízení České republiky:

- Hotel - ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služby s ním spojené (zejména stravovací).
- Hotel garni - hotel, který má vybavení jen pro omezený rozsah stravování (nejméně snídaně).
- Motel - ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, poskytující přechodné ubytování a služby s tím spojené pro motoristy.
- Penzion - ubytovací zařízení s nejméně 5 pokoji, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb, avšak s ubytovacími službami srovnatelnými s hotelem.
- Ostatní ubytovací zařízení - kemp, chatová osada, turistická ubytovna, hotel.

Podle požadavků na vybavení a poskytovaný servis se ubytovací zařízení dělí do tříd:

- Tourist *,
- Economy **,
- Standard ***,
- First Class ****,
- Luxusy *****.

Úkolem ubytovacích služeb je uspokojovat potřeby a požadavky hostů, zaměstnanců, vlastníků i veřejnosti nabídkou poskytovaných služeb v měnícím se podnikatelském prostředí.

Klasifikace podle světové organizace WTO je následující:

I.) hromadná ubytovací zařízení:

A) hotely a obdobná zařízení,

a) hotely (hotel, motel, horský hotel, apartment hotel),

b) obdobná zařízení (hotel garni, penzion).

B) specializovaná zařízení,

a) léčebná zařízení (zařízení zabezpečující léčebnou péči jako jsou sanatoria nebo lázně),

b) pracovní a prázdninové kempy,

c) veřejné dopravní prostředky (vlak, loď),

d) konferenční centra.

C) jiná hromadná ubytovací zařízení,

a) prázdninové ubytovací zařízení (chaty, sruby, bungalovy),

b) místa pro turistické kempování,

c) jiná hromadná zařízení.

II.) formy ubytování v soukromí:

A) vlastní příbytek (chaty, chalupy, domy užívané členy domácnosti),

B) bydlení pronajaté od soukromníků (apartmány, vily, domky, chaty),

C) ubytování zajišťované přáteli,

D) jiné typy individuálního ubytování.

2.3.4. Stravovací služby

Hlavní činností stravovacích služeb je příprava jídel, která se konzumují v zařízeních provozovatele stravovacích služeb. Stravování je rozhodujícím prvkem produktu destinací cestovního ruchu. Chceme-li charakterizovat stravovací služby, musíme si uvědomit, že jde o soubor hmatatelných výrobků v podobě pokrmů a nápojů a

nehmatatelných služeb zahrnujících atmosféru podniku, obsluhu či kulturu stolování. Jde o produkty, které se zpravidla nabízejí, poskytují i spotřebovávají na jednom místě.

Kategorizace hostinských zařízení:

Dělíme je na restaurace, bary a sezónní a odbytová střediska.

V **restauracích** převažuje prodej jídel a nápojů s možností různých forem společenské zábavy. Patří sem restaurace, bistra, rychlá občerstvení, železniční jídelní vozy.

Barům dominuje prodej nápojů s možností zakoupení studené kuchyně nebo cukrářských výrobků. Řadíme sem bary, noční kluby, vinárny, kavárny.

Do **sezónních a odbytových středisek** patří terasy, zahrádky, atria.

2.4. Účastníci cestovního ruchu

Podle definice Statistické komise Společenství národů se za účastníka cestovního ruchu považují osoby cestující do země jiné než je země jejich trvalého pobytu na dobu delší než 24 hodin, a to:

- a) pro zábavu nebo kvůli rodinným záležitostem,
- b) pro zúčastnění se různých akcí,
- c) za vyřizování určitých záležitostí.

V rámci zabezpečení porovnatelnosti statistických údajů o účastnících cestovního ruchu definovala mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu v Ottawě v roce 1991 čtyři kategorie účastníků.

Místní obyvatel – resident

V domácím cestovním ruchu je to osoba žijící alespoň šest po sobě jdoucích měsíců na jednom místě před příchodem do místa jiného na dobu kratší než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu je to osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příchodem do jiné země na dobu kratší než jeden rok.

Návštěvník – visitor

V domácím cestovním ruchu je to osoba, která cestuje na místo mimo běžného životního prostředí na dobu kratší než 6 měsíců. V zahraničním cestovním ruchu jde o osobu cestující do jiné země na dobu kratší než jeden rok. V obou případech je hlavní účel návštěvy jiný než vykonávání výdělečné činnosti.

Turista – tourist, short-term tourist

V domácím cestovním ruchu se jedná o návštěvníka, který cestuje na dobu minimálně jednoho přenocování, ale ne dobu delší než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu je to návštěvník, který cestuje do jiné země na dobu minimálně jednoho přespání, ale ne delší než jeden rok. Pokud turista přenocuje tři a více nocí jedná se o *turistu na dovolené – holidaymaker*.

Výletník – excursionist, same-day visitor

Návštěvník, který cestuje na dobu kratší než 24 hodin a bez přespání v navštívené destinaci. (4)

2.5. Pozitivní a negativní dopady cestovního ruchu

Cestovní ruch může být přínosem pro destinaci, a to například v oblasti ochrany životního prostředí, sociálně-kulturní či ekonomické oblasti. Királ'ová (2003) uvádí tyto dopady cestovního ruchu.

2.5.1. Pozitivní dopady cestovního ruchu

V oblasti ochrany životního prostředí jsou přínosem zejména:

- příjmy ze vstupného do národních parků nebo jeskyní použité na financování ochrany přírody,
- daně a poplatky (poplatky za rybářský a lovecký lístek, lázeňské poplatky, pronájem

- rekreačních zařízení),
- v uznání důležitosti ochrany životního prostředí veřejností,
 - při vytváření pracovních příležitostí a tím zabránění devastování prostředí místními obyvateli,
 - při regulování návštěvníků v chráněných území.

V sociálně-kulturní oblasti se působení cestovního ruchu projevuje:

- vytvářením pracovních míst a podporu sociálního rozvoje, zmírňováním chudoby, což má za následek posilování komunity v destinaci,
- prostřednictvím funkce cestovního ruchu jako mírotvorného činitele,
- zvyšováním životního standartu místních obyvatel, kdy mohou využívat zařízení zbudovaná pro návštěvníky destinace,
- prostřednictvím záchrany kulturních tradic, historie, tradičních řemesel.

V ekonomické oblasti je pozitivní vliv cestovního ruchu viditelný zejména:

- ve zlepšení platební bilance státu prostřednictvím aktivního cestovního ruchu,
- prostřednictvím daní a poplatků, které zvyšují příjmy rozpočtů jak místních, tak státního,
- v oblasti podpory rozvoje malého a středního podnikání,
- ve zvyšování zaměstnanosti,
- v oblasti stimulování investic do místní infrastruktury.

2.5.2. Negativní dopady cestovního ruchu

Negativní dopad cestovního ruchu na životní prostředí se projevuje především:

- erozí půdy způsobenou odlesňováním,
- zamořením ovzduší, půdy a vody zejména zplodinami vznikajícími v dopravě,
- hlukem z letecké či automobilové dopravy a rekreačních dopravních prostředků (snowmobily, sněžné a vodní skútry),
- vznikem lesních požárů vznikajících nedbalostí návštěvníků,
- estetickým znečištěním přírodního prostředí,
- vymíráním živočišných a rostlinných druhů.

Negativní dopad cestovního ruchu v sociálně-kulturní oblasti se projevuje:

- komercializací, kdy se místní tradice stanou jednou z komodit prodeje návštěvníkům,
- standardizací, kdy návštěvníci hledají známá zařízení v neznámém prostředí, jakými jsou hotely a fast-food restaurace a tím ztrácejí chuť zkoušet nové věci,
- ztrátou autenticity, kdy se místní obyvatelé snaží přizpůsobit turistům ve svých zvyklostech,
- střetem kultur,
- nerespektováním etických norem.

Negativní dopad cestovního ruchu v ekonomické oblasti se projevuje prostřednictvím:

- skrytých nákladů, které vznikají jako následek rozvoje cestovního ruchu,
- ekonomické závislosti lokální komunity na cestovním ruchu,
- sezónního charakteru práce, kdy období nízké turistické atraktivnosti přináší místním obyvatelům finanční nejistotu.

2.6. Marketingový mix

Kotler uvádí následující definici marketingového mixu: „Marketingový mix je soubor taktických marketingových nástrojů - výrobové, cenové, distribuční a komunikační politiky, které firmě umožňují upravit nabídku podle přání zákazníků na cílovém trhu“. Marketingový mix představuje všechny kroky, které organizace dělá pro získání konkurenceschopnosti svého produktu a pro jeho prosazení se na trhu. Tvoří jej produkt, cena, distribuční cesty a způsob komunikace se zákazníky známé jako „4P“. Marketing cestovního ruchu rozšiřuje tuto základní podobu marketingového mixu o lidský faktor, a to proto, že právě lidé sehrávají v poskytování služeb v cestovním ruchu důležitou roli. (5)

Produkt je nejdůležitějším prvkem marketingu cestovního ruchu. Z pohledu návštěvníka určité destinace je produkt to, co uspokojuje jeho potřeby a požadavky. Toto tvrzení podporuje i fakt, že zážitek návštěvníka z navštívené oblasti nezávisí pouze na spotřebě služeb cestovního ruchu, ale především na atmosféře a prostředí. Kvalita

produktu je jedním z hlavních nástrojů budování pozice na trhu. Zejména v marketingu cestovního ruchu je kvalita výsledkem spolupráce mnoha partnerských subjektů. Výsledný produkt je tvořen vstřícností prodejce v kanceláři, spolehlivostí a bezpečností dopravy, čistoty a komfortu ubytování a úrovní stravování.

Cena je hodnota vyjádřená v penězích, za kterou se produkt prodává. Je to z hlediska účastníka cestovního ruchu nejviditelnější součástí marketingového mixu. Pro většinu zákazníků hraje cena při výběru služeb rozhodující roli. Při tvorbě ceny u produktů cestovního ruchu se používají různé metody. Dělí se do tří hlavních skupin:

- tvorba cen podle nákladů – cena výrobku nebo služby vychází z výrobní (nákladové) ceny, k níž se připočítává marže
- tvorba cen podle poptávky – ceny se zvyšují v případě zvyšování poptávky a naopak
- tvorba cen podle konkurence

Jednou ze základních vlastností produktu je dosažitelnost, která se realizuje prostřednictvím **distribučních cest**. Distribuční cesty umožňují, aby byl produkt ve správný čas na správném místě. Jejich důležitost podtrhuje také skutečnost, že přibližně 20 – 30% z ceny tvoří právě náklady na distribuci. Distribuce produktů cestovního ruchu (podobně jako u jiných produktů) má dvě formy:

- přímo od producenta k zákazníkovi,
- nepřímo od producenta k zákazníkovi přes jednoho nebo více zprostředkovatelů.

Zprostředkovatelé služeb cestovního ruchu jsou cestovní kanceláře a agentury a organizátoři konferencí a kongresů.

Komunikace se zákazníky souvisí s požadavkem informovat je o produktu. Návštěvník musí být informován tak, aby se o destinaci začal dále zajímat. Základním cílem komunikace se zákazníky je tedy vytvoření poptávky po určité lokalitě.

To se děje řadou metod, které se opírají o šest hlavních nástrojů:

- reklama – placená forma neosobní prezentace produktu v médiích,
- podpora prodeje – krátkodobé podněty pro zvýšení nákupu nebo prodeje produktu,
- public relations - vytváření a rozvíjení dobrých vztahů s veřejností
- osobní prodej - přímá osobní komunikace s jedním nebo i několika potenciálními zákazníky,
- direkt marketing,
- internet.

Také **lidé** jsou důležitou součástí marketingového mixu. Nejenže poskytují služby návštěvníkům, ale také s nimi sdílejí prostor, ve kterém žijí. Proto je třeba rozdělit je na dvě skupiny, a to zaměstnance a obyvatele destinace. Při výběru zaměstnanců je nutné věnovat pozornost jak jejich zručnosti, tak i schopnosti komunikovat s lidmi, jazykovým schopnostem a také asertivnímu chování.

2.7. Turistické regiony

Turistický region je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací. Jedná se o místo s atraktivitami a s nimi souvisejícími službami, které si účastník cestovního ruchu vybírá pro svou návštěvu. Pro region cestovního ruchu jsou důležité tyto vlastnosti:

- **Přitažlivost** – primární nabídka cestovního ruchu, která vyvolá návštěvnost (přírodní, kulturně – historický potenciál).
- **Přístupnost služeb** – všeobecná infrastruktura umožňující přístup do regionu, služby, které využívají i místní obyvatelé (zdravotnické, bankovní, poštovní,...).
- **Komfort** – infrastruktura umožňující pobyt v regionu (ubytovací, hostinská, kulturně – společenská, sportovně – rekreační,...).
- **Turistické produkty** – produktové balíčky.
- **Aktivity**.

Při regionalizaci cestovního ruchu České republiky v letech 1998 až 1999 iniciované Českou centrálou cestovního ruchu (agentura CzechTourism) byla hlavní kritéria pro rozdělení na turistické regiony v organizačně – ekonomických vazbách a v ochotě obcí a mikroregionů komunikovat a spolupracovat na společném marketingovém rozvoji cestovního ruchu.

Celkem bylo pomocí této rajonizace na území České republiky vymezeno 15 turistických regionů. Ovšem na začátku roku 2010 zveřejnila Česká centrála cestovního ruchu novou mapu turistických regionů. Původní rozdělení z roku 1999 již neodpovídalo potřebám, a proto byla na základě Strategii cestovního ruchu jednotlivých krajů pro léta 2007 až 2013 připravena mapa nová. Ta nově obsahuje 17 turistických regionů a 40 oblastí. Změnily se hranice a názvy některých regionů.

Obrázek 1: Turistické regiony České republiky



Zdroj: *Czech Tourism* [online]. 2005 - 2010 [cit. 2010-04-01]. Koordinátoři. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/pro-odborniky/komunikace-s-regiony/koordinatori/>>.

Tyto regiony většinou nekorespondují s územně právním členěním státu a vnitřně jsou dále členěny na menší území – turistické oblasti. Těch je celkem 43 a slouží zejména pro domácí cestovní ruch. V jejich rámci fungují tzv. turistické lokality.

Jejich hlavní význam spočívá především v možnosti ucelené prezentace země. Mají sloužit nejen k prezentaci České republiky v zahraničí, ale také k podpoře domácího cestovního ruchu.

V posledních letech ovšem dochází k výrazným změnám v oblasti organizace cestovního ruchu a tudíž i k marketingu jednotlivých území. To přináší určité problémy z hlediska celkové koordinace cestovního ruchu a díky tomu v současnosti neexistuje platný přístup k rajonizaci cestovního ruchu ani na státní ani na regionální úrovni.

2.7.1. Turistický region Severní Morava a Slezsko

Turistický region Severní Morava a Slezsko se nachází na severovýchodě České republiky. Jeho centrem je město Ostrava, třetí největší město v republice. Region je spojením nádherné přírody, množstvím kulturních i technických památek, ale také řady sportovních zařízení a relaxačních center. Svou rozlohou a počtem obyvatel je největší turistickou oblastí.

Severní Morava a Slezsko má největší koncentraci chráněných krajinných oblastí a přírodních parků v celé České republice. Rozkládají se zde Beskydy, Jeseníky a nejmladší česká CHKO Poodří. Celá oblast nabízí ideální podmínky jak pro pěší turisty, cyklisty, tak v zimě pro lyžaře a běžkaře.

Mezi nejnavštěvovanější místa se řadí zámky Hradec nad Moravicí, Raduň a Fryštát v Karviné, hrady Hukvaldy, Sovinec a Štramberská trúba, dále Valašské muzeum v Rožnově pod Radhoštěm nebo zoologická zahrada v Ostravě. Najdeme zde evropsky proslulou botanickou zahradu se vzácnými rostlinami z pěti světadílů - Arboretum Nový Dvůr u Opavy. Výskyt mnoha pramenů léčivých minerálních vod dal vzniknout lázeňským místům Jeseník (Priessnitzovy lázně), lázně Velké Losiny, Klimkovice a

Darkov. Za návštěvu stojí i bývalé hlavní město Českého Slezska Opava a nejmladší město v republice Havířov. (14)

2.8. Statistika v cestovním ruchu

Český statistický úřad se v oblasti cestovního ruchu zabývá dvěma typy statistických šetření, a to u podnikatelů a v domácnostech. U podnikatelů šetří hromadná ubytovací zařízení, a to jejich kapacity a návštěvnost. Domácností se ptají, kam jeli na dovolenou, jak dlouho tam byli a kolik je to stálo.

Obdobné otázky pokládají i zahraničním návštěvníkům. Toto zjišťování ale organizuje Ministerstvo pro místní rozvoj. Jeho hlavním úkolem je zjistit počet zahraničních turistů v České republice.

Souhrnné statistické údaje o cestovním ruchu poskytuje satelitní účet cestovního ruchu – TSA. Ten říká, zda je lepší podporovat ten či onen produkt cestovního ruchu, nebo ten či onen typ návštěvníků. Největší zájem je ovšem o ukazatel podílu cestovního ruchu na HDP.

2.8.1. Satelitní účet cestovního ruchu

Satelitní účet cestovního ruchu umožňuje podrobnou analýzu poptávky a nabídky cestovního ruchu a zhodnocení celkového přínosu cestovního ruchu pro ekonomiku dané země. Poskytuje informace a data o ekonomickém postavení odvětví cestovního ruchu. Kromě nejžádanějších informací o podílu cestovního ruchu na hrubém domácím produktu obsahuje i mnoho dalších podrobných dat. Z nich můžeme například vyčíst, která odvětví vázána na cestovní ruch se vyvíjí nejdynamičtěji.

Sestavování satelitního účtu cestovního ruchu v České republice započalo roku 1999. Na jeho přípravě spolupracují Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Český statistický úřad a Česká národní banka. Nejdříve byla potřeba zavést nová statistická šetření a poté ty

stávající přizpůsobit mezinárodním standardům TSA. Jako první splnily podmínky statistiky v oblasti domácího a výjezdového cestovního ruchu, a to roku 2004. Na straně příjezdového cestovního ruchu se pravidelné šetření zahájilo až roku 2005.

3 Analytická část

V analytické části bakalářské práce je charakterizována oblast Beskyd. Dále se zabývá cestovním ruchem v této oblasti, možnostmi jeho rozvoje v následujících letech a zároveň možným financováním rozvoje cestovního ruchu.

3.1. Charakteristika oblasti Beskydy

Beskydy jsou v oblasti cestovního ruchu synonymem přírody, poskytující krásné prostředí po celý rok. Nabízí mimo přírody také mnoho kulturních a historických aktivit. Jsou nejvýchodněji položený pohořím v České republice. Táhnou se z České republiky přes Slovensko daleko na východ až do Polska a tvoří tak vnější část dlouhého karpatského oblouku. Region Beskydy tvoří hory a podhůří v pohraniční oblasti na pomezí tří států – Moravskoslezské a Slezské Beskydy v Česku, které přecházejí do Polska jako Beskid Ślaski a na Slovensko jako Beskydy Kysucké.

Obrázek 2: Vymezení oblasti Beskydy



Zdroj: *CHKO Beskydy* [online]. 2005 [cit. 2010-03-22]. Charakteristika oblasti. Dostupné z WWW: <<http://www.beskydy.ochranaprirody.cz/index.php?cmd=page&id=111>>.

3.1.1. České území

Oblast Beskyd se nachází v severovýchodní části republiky podél hranic s Polskem a Slovenskem. Je tvořena Moravskoslezskými a Slezskými Beskydami a jejich podhůřím, Štramberskou vrchovinou a severní částí Vsetínských vrchů. Celé území je vymezeno městy, které spadají do okresů Vsetín, Nový Jičín, Frýdek-Místek a Karviná.

Nejvyšším pohořím v regionu Beskyd jsou Moravskoslezské Beskydy. Územím protékají tři významné řeky - Rožnovská Bečva dělící Moravskoslezské Beskydy od Vsetínských Vrchů, Ostravice rozdělující Moravskoslezské Beskydy na dva celky a řeka Olše, která dělí Moravskoslezské Beskydy od Slezských Beskyd. K dalším významným tokům patří také řeky Čeladenka, Lomná, Morávka a Ondřejnice.

Nejvyšším vrcholem na území Beskyd je Lysá hora (1323m). Dalšími významnými vrcholy jsou například Radhošť (1129 m), Tanečnice (1084 m), Kněhyně (1257 m), Travný (1203 m), Slavíč (1055 m), Smrčina (1015 m), Malý Polom (1061 m), Javorový (1032), Ostrý (1044 m), Skalka (835 m), Velký Polom (1067 m), Kozubová (982 m), Velká Čantoryje (995 m) a Gírová (840 m).

Rozloha vymezeného regionu Beskydy činí asi 2100 km² v Moravskoslezském a Zlínském kraji a žije zde na 390 000 obyvatel

3.1.2. Polské území

Polská část Beskyd je tvořena převážně pohořím Beskid Ślaski a jeho podhůřím, na jihu zčásti zasahuje do Jablunkovského mezihoří, na severu se rozkládá pahorkatina Těšínského pohoří a na východě Żywiecká kotlina. Region spadá do Slezského vojvodství a tří okresů - powiat Bielski, powiat Cieszyński a město Bielsko-Biała.

Nejvyššími vrcholy jsou Barania Góra (1220 m) a Klimczok (1117 m). Nejdůležitějším vodním tokem v oblasti je řeka Wisła. Oblast Slezských Beskyd se rozkládá na ploše celkem 627 km² a žije zde asi 286 000 obyvatel. Oblast Beskyd patří mezi turisticky nejnavštěvovanější místa v celém Polsku.

3.1.3. Slovenské území

Slovenská oblast Beskyd je tvořena pohořími Moravskoslezských Beskyd, Kysuckých Beskyd, Javorníků a Turzovské vrchoviny. Území je shodné s regionem Horních Kysúc, jež leží v severozápadní části Žilinského kraje a tvoří jej okresy Čadca a Kysucké Nové Město.

Nejvyšší horou v tomto regionu je Velká Rača (1236m), dalšími vrchy jsou Velký Polom (1067m), Malý Polom (1061m), Javorina (1118m) a Budkov (1032m). Celé území je odvodňováno řekou Kysuca – pravostranným přítokem Váhu. Mezi další toky patří řeky Oščadnica a Bystrica .

Rozloha okresu je přibližně 760 km². Žije zde asi 92 300 obyvatel. (16)

3.1.4. CHKO Beskydy

Výjimečné přírodní hodnoty Beskyd, zejména zbytky původních pralesů, výskyt vzácných druhů rostlin a živočichů či unikátní povrchové i podzemní pseudokrasové jevy vedly k vyhlášení Chráněné krajinné oblasti Beskydy (5. března 1973). Význam chráněné krajinné oblasti byl podtržen vyhlášením 50 maloplošných zvláště chráněných území. Patří mezi ně 7 národních přírodních rezervací (Kněhyně, Mazák, Mionší, Pulčín-Hradisko, Radhošť, Razula, Salajka), 20 přírodních rezervací a 23 přírodních památek. CHKO Beskydy se územně překrývá s mezinárodně významným ptačím územím (IBA) a s chráněnou oblastí přirozené akumulace vod.

Rozloha CHKO je 1160km² a nachází se v nadmořské výšce 350-1324m. Celá chráněná krajinná oblast byla navržena jako Evropsky významná lokalita v rámci budování evropské soustavy chráněných území Natura 2000. (20)

3.1.5. Lysá Hora

Lysá hora měří 1323 metrů a je nejvyšším vrcholem Beskyd. Nachází se nad obcí Ostravice a vodní nádrží Šance na západě. První zmínky o Lysé hoře se objevují již

v roce 1261, kde je označována jako Lissa huera. Její význam však vzrostl až koncem 19. století s rozvojem turistiky. První dřevěná lovecká bouda byla vybudována za arcivévody Albrechta někdy kolem roku 1870. V roce 1935 vznikla na vrcholu chata Klubu českých turistů nazvaná „Bezručova chata“, ačkoliv sám Petr Bezruč tuto chatu nikdy nenavštívil. V letech 1972 a 1978 obě chaty postupně vyhořely. V současnosti se na vrcholu nachází několik horských chat. Mezi nejvýznamnější patří Horská chata Lysá hora s restaurací a ubytováním, vedle vyhořelé Bezručovy chaty stojí občerstvení Šantán, jehož vlastníkem je Klub českých turistů a dále ubytovací zařízení SKI chata Lysá hora a Turistická ubytovna Kameňák. K dalším stavbám na Lysé hoře bezpochyby patří charakteristický radiotelekomunikační vysílač vysoký 78 metrů, který zde funguje od roku 1980. Dále meteorologická stanice, jejíž činnost byla zahájena 15. července 1897 a samozřejmě stanice horské služby. (15)

3.1.6. Klimatické podmínky

Různorodost klimatických poměrů, především v teplotách vzduchu a srážkových úhrnech je dána zejména členitým reliéfem, kdy rozdíl nejvyšších a nejnižších nadmořských výšek dosahuje až 1100m. Průměrné roční teploty se pohybují okolo 6 až 7°C. V oblastech dolních toků řek se nejvyšší teploty vzduchu pohybují nad 8°C. S rostoucí nadmořskou výškou teploty klesají. Na Lysé hoře je průměrná roční teplota pouhých 2,5°C. Roční úhrny srážek jsou také ovlivňovány nadmořskou výškou. Celá oblast je na srážky poměrně bohatá, a to z toho důvodu, že většina dešťových a sněhových srážek přichází od západu a Beskydy jsou tak na návětrné straně. Nejvyšší úhrny srážek dosahují hodnot nad 1400 mm. Nejdeštivějším místem v Beskydech a zároveň jedno z nejdeštivějších v ČR je Lysá hora, na které ročně spadne na 1532 mm srážek. Sněhová pokrývka zde vydrží déle než polovinu roku. Lysá hora je také největrnějším místem regionu. (16)

3.2. Předpoklady destinace pro cestovní ruch

Mezi předpoklady destinace pro cestovní ruch patří přírodní zajímavosti, kulturní a historické památky a kulturní akce a folklór

3.2.1. Přírodní zajímavosti

V Beskydech se nachází mnoho tzv. mrazových srubů, což jsou různě vysoké a rozsáhlé skalnaté srázy vzniklé mrazovým zvětráváním. Najít je můžeme například na Velkém Polomu, Súlově nebo Bílé. Dalším významným geografickým prvkem je pseudokras. Jsou to jevy podobné krasovým, ale vzniklé v nekrasových horninách.

K nejvýznamnějším chráněným územím patří původní pralesovité porosty, ve kterých se vyskytují vzácné druhy rostlin a živočichů. Dochovaly se i přes lesnickou rekultivaci původních bučin na smrkové monokultury, které v současnosti tvoří většinu lesních porostů.

Mezi největší a nejvýznamnější pralesovitý porost nejen v Beskydech, ale v celé České republice patří **Národní přírodní rezervace Mionší**. Rozkládá se na ploše téměř 170 ha na území obcí Dolní a Horní Lomná u Jablunkova. Porost tvoří jedlobukový prales se stromy vysokými až 60 m a starými až 250 let. Je domovem asi 110 druhů obratlovců. Dřívější naučná stezka byla zrušena a rezervace byla od 1.ledna 1988 nepřístupná veřejnosti. Roku 2005 byla opět zpřístupněna nová stezka, avšak vcházet lze pouze s kvalifikovaným průvodcem.

Národní přírodní rezervace Mazák je území o ploše asi 93 ha, které se nachází na západních svazích pod vrcholem Lysé hory. Jedná se o jedlobukové pralesy s klimaxovými smrčínami na sutích a balvanitých půdách. Tato oblast je jedním z mála stanovišť rýsa ostrovida v Beskydech. Přístupná je pouze po vyznačených turistických trasách.

Národní přírodní rezervace Čantoria se nachází na hřebeni a západních svazích hory Velká Čantoria a přechází i na polské území. Plocha rezervace je 39,45ha a vyhlášena byla v roce 1988. Bukojedlový prales je místem výskytu posledních tisů na území Beskyd.

Jeskyňě **Šipka** je nejznámějším podzemním útvarem štramberského krasu. V roce 1880 zde byla při archeologickém výzkumu nalezena spodní čelist neandrtálského dítěte. Při dalším průzkumu byla objevena v jeskyni krápníková výzdoba, která je však dnes již z velké části zdevastována. Na stěně jeskyňě je umístěna pamětní deska připomínající významnou práci archeologa Karla Josefa Mašky.

Pseudokrasové jevy vznikly při vrásnění Beskyd, kdy se vrstvy pískovců deformovaly a lámaly. Takto rozrušené bloky pískovců sjížděly do údolí a vznikaly systémy puklinových chodeb a jeskyň. Beskydský pseudokras patří v kategorii pískovců k největším na světě. Nejdelší pseudokrasovou jeskyní je jeskyňě Cyrilka na Pustevnách, která je dlouhá 370 metrů. Nejhlubší pseudokrasovou jeskyní je Kněhyňská jeskyňě, která je hluboká 57,5 metrů.

Bučací potok je jedinečný svými kaskádami s vodopády a výskytem chráněných a ohrožených druhů rostlin a živočichů. Je zde jeden z největších vodopádů v Beskydech. V roce 2004 zde byla vyhlášena přírodní rezervace Bučací potok.

3.2.2. Kulturní a historické památky

Hrad Starý Jičín je jeden z nestarších šlechtických hradů v České republice. První písemná zmínka o hradu je z 14. července 1240. Konec hradu přinesla třicetiletá válka, kdy byl hrad velmi poškozen a žádný z majitelů již nechtěl investovat do oprav.

Zřícenina hradu Hukvaldy je největší hradní zříceninou na Moravě. Rozsáhlý hradní areál byl založen kolem poloviny 13. století. Během třicetileté války byl několikrát neúspěšně obléhán a zničil ho až požár roku 1762. V současné době je hrad významnou kulturní památkou, kde se konají zajímavé akce jako Mezinárodní hudební festival Janáčkovy Hukvaldy nebo Středověké rytířské slavnosti. V Hukvaldech se také nachází rodný dům hudebního skladatele Leoše Janáčka.

Štramberský hrad byl založen koncem 13. století. Nachází se v malém městečku Štramberk, které je památkovou rezervací. Přesto, že byl hrad obydlen, nebyl udržován,

a proto roku 1783 došlo ke zřícení přední části hradu. Roku 1903 byla zastřešena věž a upravena jako rozhledna, která dodnes slouží turistům a je z ní nádherný výhled do okolí. Ve městě Štramberk můžete také najít jedinečný Městský pivovar, který svou tradici obnovil po 150 letech. Dnes se zde vaří světlý nefiltrovaný ležák plzeňského typu – Trubač a tmavý nefiltrovaný ležák flekovského typu – The Troobacz. Specialitou Štramberku jsou známé Štramberské uši, perníkové pečivo ve tvaru kornoutu z mouky, cukru, vajec, medu a směsi koření. Tento výrobek je chráněn ochrannými známkami a zeměpisným označením v EU.

Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm bylo založeno v roce 1925 sourozenci Jaroňkovými a je nejstarším muzeem svého druhu ve střední Evropě. Unikátní muzeum pod širým nebem umožňuje návštěvníkům seznámit se s tradičními řemesly a původními stavbami. Celý areál je rozdělen do tří tématických okruhů. Dřevěné městečko prezentuje způsob života v malém městečku v období od poloviny 19. století až po první čtvrtinu 20. století. Mlýnská dolina sdružuje dodnes funkční technické stavby převážně na vodní pohon. Ve Valašské dědině jsou hospodářské usedlosti, salašské stavby, mlýn a kovárna a připomíná mnohé vesnice na úbočích Beskyd.

Areál staveb na **Pustevnách** je tvořen objekty Libušín, Maměnka, Pustevenka a Valašská zvonice. V letech 1897-1899 byly tyto stavby včetně interiéru zrealizovány podle návrhů architekta Dušana Sama Jurkoviče.

Kamenná mohyla Ivančena je postavená na památku skautů umučených v době 2. světové války. Mohyla je symbolem vlastenectví, statečnosti a přátelství.

Dřevěný kostel v Gutech se nachází nedaleko Třince a je to jeden z nejstarších a zároveň nejmalebnějších kostelů v Podbeskydí. Byl postaven přibližně v roce 1563.

Kořeny **Hostýnu** sahají až do roku 1567, kdy zde bylo dolováno zlato a stříbro a byla postavena první kaple. V roce 1721 byl zbudován Kostel Nanebevzetí Panny Marie a po 27 letech bylo místo vysvěceno. Chrám byl několikrát zničen, ale poutní tradice trvá až dodnes. V současnosti je to jedno z nejvýznamnějších mariánských poutních míst na Střední Moravě.

3.2.3. Kulturní akce a folklor

Významný potenciál představují kulturní akce a folklor. Každoročně se v Beskydech koná řada festivalů. Mezi nejvýznamnější patří především Janáčkovy Hukvaldy, Beskydské Veselíto, Folklorní festival Slezské dny v Dolní Lomné, Frenštátské slavnosti nebo Mezinárodní folklórní setkání Gorolski Świato v Jablunkově.

3.3. Zařízení poskytující služby cestovního ruchu

Mezi zařízení, která poskytují služby v cestovním ruchu patří zejména cestovní kanceláře, cestovní agentury a turistická informační centra.

3.3.1. Cestovní kanceláře

Cestovní kanceláře existují v České republice od 30. let minulého století, ale jejich počet za posledních dvacet let astronomicky vzrostl.

Velkým problémem je malé množství cestovních kanceláří, které se zaměřují na incoming do oblasti Moravskoslezského kraje. Asociace cestovních kanceláří sdružuje 46 cestovních kanceláří, které se zabývají příjezdovým cestovním ruchem do České republiky. V Moravskoslezském kraji můžeme najít incomingové cestovní kanceláře (nemusí mít ve své nabídce výhradně incoming), kterými jsou například CK Atis, CK Favorit, CK Juhász, CK Rekrea Ostrava, CK Vítkovice Tours. Mezi ty, které nabízejí pobyty v Beskydech, patří například známá CK Čedok nebo Turistická CK Adrenalin Centrum.

3.3.2. Informační centra

Informační centra jsou pro návštěvníky velice důležitá. Informují o regionu a poskytují služby, které zajišťují cestovní ruch. Informační turistická centra sdružuje A.T.I.C. ČR (Asociace turistických informačních center České republiky).

Beskydské informační centrum (BIC) je zřízeno městem Frýdek-Místek a spolupracuje s městy, obcemi a podnikatelskými subjekty v Regionu Beskydy. Zajišťuje informační servis o službách cestovního ruchu, poskytuje informace o kulturních i sportovních akcích, o turistických trasách nebo gastronomických službách. (10)

3.3.3. Klub českých turistů

Klub českých turistů byl založen dne 11. června 1888 v Praze. Za předsedu byl zvolen známý cestovatel a milovník přírody Vojta Náprstek. Dnes má klub necelých 40 tisíc členů. Základní organizační jednotkou Klubu českých turistů jsou odbory, které se sdružují do 14 oblastí totožných s hranicemi krajů. Členové organizují každoročně přes tisíc akcí pro zájemce o všechny druhy turistiky. Klub českých turistů je členem několika mezinárodních institucí např. Světové organizace lidového sportu (IVV), Evropské turistické asociace či Mezinárodní ligy chodců (IML).

V roce 1889, tj. po založení Klubu českých turistů, začal vycházet klubový časopis, tehdy pod názvem Časopis turistů. Přes další názvy jako Turistika se nakonec ustálil na dnešní podobě **Turista**. Jeho náplní je informování o turistických akcích, přináší zajímavosti z domova i ze světa a dává náměty na výlety a zájezdy. (13)

3.4. Propagace regionu

Hlavním aktérem marketingu celého Moravskoslezského kraje je Krajský úřad a jeho **Odbor regionálního rozvoje a cestovního ruchu**. Mezi jeho aktivity patří tvorba strategických dokumentů, poskytování dotací jednotlivým subjektům v kraji či tvorba a

aktualizace sekce „cestovní ruch“ na webových stránkách Moravskoslezského kraje. Dále realizuje značení kulturních a turistických cílů na silnicích a dálnicích v kraji a poskytuje dotace Klubu českých turistů na údržbu značení pěších tras, cyklotras a běžeckých lyžařských tratí. Spolupracuje se subjekty v kraji, turistickými informačními centry a také s agenturou CzechTourism a Ministerstvem pro místní rozvoj.

Agentura pro regionální rozvoj a.s. vytváří projekt 3D modelu ortofotomapy Moravskoslezského kraje, díky kterému jsou na internetovém portálu prezentovány atraktivita cestovního ruchu regionu na 3D modelu.

Klub českých turistů má v této oblasti přes 4800 členů. Organizuje turistické akce, vydává turistické mapy a především se stará o značení turistických cest.

V dílčích turistických regionech působí celá řada subjektů, které mají za úkol propagaci a marketing těchto jednotlivých oblastí. Děje se tak prostřednictvím internetu, tištěnou formou i prezentacemi na veletrzích cestovního ruchu. Beskydy byly prezentovány na několika významných veletrzích jako například Regiontour v Brně, SlovakiaTour v Bratislavě, Holiday World v Praze nebo Dovolená a Region v Ostravě.

V létě i v zimě vychází pravidelně propagační noviny Beskydy Tourist Info, které informují o ucelené nabídce akcí, aktivit a zajímavostí pro nadcházející turistickou sezonu. K dalším časopisům, ve kterých se objevují informace a prezentace Beskyd, patří Turistický magazín KAM po Česku, Turistický informační magazín TIM, časopis Turista nebo magazín Turisimo.

V oblasti propagace Beskyd působí zejména **Agentura Beskydy-Valašsko**, která zajišťuje marketing a propagaci formou tištěných materiálů, internetové prezentace a v rámci veletrhů a akcí, dále pořádá odborné semináře na téma cestovního ruchu. Dále se na propagaci podílí **Euroregion Beskydy**. Ten má v rámci propagace přeshraniční dopady na beskydské regiony v Polsku a na Slovensku. Mezi další objekty, které se podílí na propagaci řadíme Relax v podhůří Beskyd, Lašská brána Beskyd, Beskydhost a Beskydské informační centrum.

3.5. Turistika

V Beskydech je mnoho možností pro turistiku veškerých forem. Jsou zde možnosti pro aktivní pěší turistiku, cykloturistiku, turistiku zaměřenou na poznávání historických památek i tradic. Beskydy mají také dostatečný potenciál pro provozování letních i zimních sportů.

3.5.1. Pěší turistika

Pěší turistika patří k nejrozšířenějším turistickým aktivitám a je to nejpřijatelnější forma pohybu v přírodě. Součástí pěší turistiky a značených turistických tras jsou i naučné stezky.

Naučná stezka je turistická trasa vedoucí chráněnými územími, lesy, městy apod., jejímž cílem je vzdělat a přinést informace těm, kteří jí procházejí. K tomu využívá informační panely nebo tištěné průvodce. K největším výhodám naučných stezek patří seznámení návštěvníků s ucelenými částmi přírody, historie a krajiny. Vybudování naučné stezky je poměrně drahá záležitost. Nákladná je i následná údržba.

Nejdůležitější je kvalitní vyznačení naučné stezky. Nejčastěji se takové trasy značí bílým čtvercem o velikosti 10x10 cm s úhlopříčným zeleným pruhem vedeným z levého horního do pravého dolního rohu. Naučné stezky mají různou tematiku. Mohou být lesnické, geologické, vlastivědné, městské nebo přírodně ochranné.

Informační panely jsou nejviditelnější částí naučné trasy. Na každém takovém panelu musí být uveden název naučné stezky, pořadové číslo a název zastávky a plánek stezky. Text na panelu musí být co nejkratší a srozumitelný. (17)

V Beskydech nalezneme celou řadu naučných stezek, a to jak pro rekreační turisty a rodiny s dětmi, tak pro náročnější návštěvníky. V příloze č. 3 jsou vyjmenovány některé z nich.

3.5.2. Cykloturistika

Cyklistika se v posledních letech stala velmi oblíbenou aktivitou, a proto také přibývá stezek určených právě cyklistům. Cykloturistika představuje spojení relativně šetrného způsobu pohybu v přírodě s poznáváním území. Beskydy jsou přitažlivé místo pro provozování všech forem cykloturistiky a to nejen svou přírodou, ale také příjemným lesním terénem. Je zde vytvořena hustá síť cyklostezek vedoucích, jak na známá místa na vrcholech, tak městskými rezervacemi. Některé konkrétní cyklotrasy jsou vyjmenovány v příloze č. 4.

3.5.3. Vodní turistika

Údolní nádrže v Beskydech jsou většinou zdroje pitné vody pro obyvatele okolních měst, a proto nejsou využívány pro rekreaci. I přesto se zde nachází několik přehrad vhodných pro koupání. Jedná se například o přehrady Horní Bečva, Baška, Bystřička a Olešná, kde je nově vybudován komplex aquaparků s tobogany, skluzavkami nebo pravidelnými hodinami aqua-aerobiku. Ke sportovnímu vyžití slouží koupaliště, kryté bazény nebo aquaparky v Kopřivnici, Frenštátě pod Radhoštěm, Příboře, Valašském Meziříčí nebo v Jablunkově.

Koupaliště v Příboře nabízí od května 2009 jako jediné místo v České republice netradiční adrenalinové zážitky – ZORB-BALL (kroužení z kopce v průhledné plastové kouli) a AQUAZORBING (chůze po vodní hladině). V Ostravici můžete najít Horské vyhřívané koupaliště Sluníčko, jedno z nejvýše položených koupališť.

V Beskydech se nachází 2 sjízdné řeky, a to Morávka a Ostravice.

3.5.4. Zimní sporty

Důvodem, proč navštívit Beskydy v zimě, jsou především vyhlášená zimní střediska. Beskydy nabízí lyžařské areály různých kvalit i náročností. Mezi nejvyhledávanější patří Pustevny, Bílá, Velké Karlovice, Soláň a Mosty u Jablunkova. Zájemci mohou také využít lyžování na nejvyšším vrcholu Beskyd na Lysé hoře. Sportovní centra nabízí i jiná vyžití mimo lyžování a jízdu na snowboardu. Ve Velkých Karlovicích a Třanovicích je v provozu snowtubing, což je jízda na upravené dráze a na speciálních člunech.

Pro milovníky běžeckého lyžování skýtají Beskydy mnoho tras, které jsou značené a pravidelně upravované.

3.5.5. Golf

Golf se stává stále větším fenoménem. V Beskydech byla vystavěna dvě kvalitní golfové hřiště poskytující také řadu doprovodných služeb.

Sportovně – rekreační resort **Prosper Golf Resort Čeladná** se nachází na rozloze 140 ha v malebné obci Čeladná. Svou rozlohou patří mezi největší golfové hřiště v České republice Jeho součástí jsou dvě mistrovská osmnácti jamková hřiště s klubovnou a stylovou restaurací.

Další golfové hřiště se nachází v **Ropici**. Toto osmnácti jamkové hřiště bylo dostavěno na konci roku 2006. Svými parametry vyhovuje i požadavkům na konání náročných mistrovských turnajů.

3.5.6. Lázeňství, relaxace a wellnes

Beskydské rehabilitační centrum Čeladná se nachází na úpatí horského masivu Ondřejníku. Díky mimořádně příznivým klimatickým podmínkám a vysoké úrovni rehabilitační péče je vyhledávaným zdravotnickým zařízením s vynikající pověstí. Navázalo na léčebnou tradici založenou již v r. 1902 věhlasným lékařem Dr. Janem Mayem. Beskydské rehabilitační centrum, spol. s.r.o., bylo založeno v roce 2000. Na podzim roku 2007 se novou dominantou areálu Lázní Čeladná stal Apartmánový dům Lara s možností ubytování a wellnes služeb v nadstandardní kvalitě.

GIFF Aréna Frýdlant nad Ostravicí je sportovní a relaxační centrum, které nabízí širokou škálu aktivit. Mezi nejzajímavější patří plavání kojenců a dětí a těhobic, což je vodní aerobik pro těhotné ženy. K vybavení patří mimo jiné bazén s vodopádem nebo protiproudem, dále sauna, solárium, squashové kurty nebo venkovní beachvolejbalové hřiště.

Pivní lázně Písek u Jablunkova nabízí jedinečnou proceduru s léčivými účinky. Její součástí je finská sauna, koupel s přísadami, ze kterých se vaří pivo, regenerace organismu na lůžku z ovesné slámy a odpočinek u sauny, kdy se vstřebávají kladné účinky z pivních procedur.

3.5.7. Sport

Horský lanový park Tarzanie je největší horský lanový park v České republice a nachází se 5km od Frenštátu pod Radhoštěm v obci Trojanovice. Lanové překážky jsou zavěšeny na stromech ve výšce 4-12 metrů nad zemí. Park je určen pro návštěvníky každého věku.

Ski Areál v Mostech u Jablunkova je unikátní areál nabízející celoroční volnočasové aktivity. Během letní sezóny je v provozu bobová dráha, lanové centrum, lezecké stěny, dětský zábavní park, sjezd na horských koloběžkách nebo sjezd na laně – Gorolszus. Je zde také stylová restaurace ve srubovém Hotelu Grůň.

Beskydská škola létání nabízí kurzy paraglidingu pro všechny přes začátečníky až po pokročilé.

3.6. Dopravní infrastruktura

Jednou ze zásadních překážek pro rozvoj cestovního ruchu v této oblasti je nekvalitní dopravní infrastruktura, zejména stav silniční sítě a napojení celého kraje na českou i mezinárodní dálniční síť. Napojení na Českou republiku obstarávají silnice 1. třídy. Stav silnic 1.-3. třídy je v kraji velice špatný a může být jedním z faktorů, který odrazuje turisty od návštěvy.

Naproti tomu železniční síť poskytuje obstojné spojení jak s Českou republikou, tak i se zahraničím. Velká část tratí se modernizuje a tím se také zlepšuje dostupnost celé oblasti.

Nejbližším spojením s leteckou sítí je Letiště Leoše Janáčka v Ostravě-Mošnově, které poskytuje spojení s Prahou, Vídní, Mnichovem či Splitem. V roce 2007 byla otevřena nová odletová hala.

3.7. Marketingová strategie rozvoje CR pro léta 2009 – 2013

Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji byla zpracována na popud Moravskoslezského kraje ve dnech 4. července 2008 až 31. července 2009. Projekt byl vytvořen Agenturou pro regionální rozvoj se sídlem v Ostravě.

Tato marketingová strategie má reagovat zejména na změny, které se staly od dokončení předchozí strategie v roce 2005. Přepracována je analytická část dokumentu v oblasti předpokladů kraje pro cestovní ruch, statistických dat, a také poptávky a nabídky. Je upřesněn systém řízení cestovního ruchu v oblasti a značka

Moravskoslezského kraje pro potřeby propagace. Samostatnou částí strategie jsou investiční příležitosti pro zájemce o investice v cestovním ruchu v kraji.

Hlavními cíly marketingové strategie jsou:

1. meziroční růst návštěvnosti o 5% a jeho udržení,
2. loajalita návštěvníků min. 80%,
3. spokojenost návštěvníků min. 80%,
4. zvýšení průměrné doby pobytu návštěvníků o 2 dny.

Strategie doporučuje územní podporu cestovního ruchu v turisticky významných lokalitách s vysokou koncentrací infrastruktury a služeb cestovního ruchu. Investice do těchto území by měly vést k vytvoření konkurenčních výhod celého kraje. Podporovány budou především aktivity, které povedou k významnému odlišení a dosažení vyšší kvalitativní úrovně vybraných lokalit.

Na základě faktorů jako dopravní dostupnost, ubytovací zařízení vyšší kategorie, turistické atraktivity či vyžití v zimních měsících, které jsou pro návštěvníky oblasti důležité, byly vybrány tři prioritní lokality, které mohou čerpat prostředky z ROP Moravskoslezsko. Jedná se o území obcí Karlova Studánka a Malá Morávka, území obcí Ostravice a Staré Hamry a území obcí Jablunkov, Hřava, Písečná, Bukovec, Písek a Dolní Lomná.

V následujícím schématu jsou popsány základní prioritní osy a priority strategie, které byly vytvořeny na základě SWOT analýz a syntéz.

Tabulka 1: Prioritní osy a priority strategie

1. prioritní osa Spolupráce	2. prioritní osa Marketing	3. prioritní osa Realizační předpoklady CR
1. priorita Management destinace	1. priorita Domácí klientela	1. priorita Moravskoslezský kraj
	2. priorita Zahraniční klientela	2. priorita TO Jeseníky
		3. priorita TO Opavské Slezsko
		4. priorita TO Ostravsko
		5. priorita TO Těšínské Slezsko
		6. priorita TO Poodří – Moravské Kravařsko
		7. priorita TO Beskydy - Valašsko

Zdroj: Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013

3.8. Možnosti financování cestovního ruchu

Mezi možnosti financování cestovního ruchu řadíme národní program podpory cestovního ruchu, regionální operační programy dále pak programy přeshraniční spolupráce mezi Českou republikou a Polskem a Českou republikou a Slovenskou republikou. Poslední z možností financování pak jsou dotace z krajského rozpočtu

3.8.1. Národní program podpory cestovního ruchu

Na základě Rozhodnutí ministra pro místní rozvoj č. 25/2010 ze dne 10. února 2010 byl schválen Národní program podpory cestovního ruchu pro rok 2010. Toto rozhodnutí obsahuje i **podprogram Cestovní ruch pro všechny**. Cílem tohoto podprogramu je především podpora tvorby nových produktů domácího cestovního ruchu, která má také pomoci snížení sezónnosti. Dále se snaží vytvářet podmínky pro zajištění pracovních míst v podnicích cestovního ruchu a zachování zaměstnanosti v tomto odvětví. Dílčím cílem je taktéž začlenění nových cílových skupin do cestovního ruchu, zejména těch, pro které je účast na cestovním ruchu obtížná.

Příjemci těchto dotací mohou být podnikatelské subjekty splňující tyto podmínky:

- právnická nebo fyzická osoba provozující činnost v kategoriích ubytování, stravování a pohostinství a činnost cestovních kanceláří a agentur,
- musí prokázat alespoň 2 letou praxi v oboru, na který žádá finanční podporu.

Podpora je poskytována ve formě dotace a není na ni právní nárok. Je přísně účelová a její čerpání je vázáno pouze na financování akce, na kterou byla daná dotace poskytnuta.

Výše dotace dosahuje maximálně 50% z celkových výdajů na akci. Avšak minimální výše celkových způsobilých výdajů je 1 000 000 Kč a maximální výše je 5 000 000 Kč.

Hodnocení předložených žádostí probíhá ve dvou fázích. V první fázi se hodnotí formální náležitosti žádosti a přijatelnost akce ve druhé kvalitativně akce, a to na základě stanovených kritérií.

Tabulka 2: Hodnotící kritéria - podprogram Cestovní ruch pro všechny

Hodnotící kritérium	Maximální počet bodů
1. Kvalita akce	60 bodů
1.1 Prokázání potřebnosti akce pro cílové skupiny	15 bodů
1.2 Komplexnost vytvořeného produktu v rámci akce a reálnost realizace	15 bodů
1.3 Realizace akce prokazatelně přispěje k tvorbě nových, případně zachování stávajících pracovních míst	10 bodů
1.4 Způsob propagace produktu vytvořeného v rámci akce s ohledem na cílovou skupinu ve vztahu k cestovnímu ruchu pro všechny	10 bodů
1.5 Výsledky akce jsou dlouhodobě udržitelné	5 bodů
1.6 Jsou zohledněna možná rizika	5 bodů
2. Finanční a ekonomické hodnocení akce	20 bodů
2.1 Rozpočet akce je jasně strukturovaný do kategorií, dostatečně podrobný a jsou patrné náklady	10 bodů
2.2 Rozpočet akce je přiměřený, reálný a dostatečně hospodárný	10 bodů
3. Jaké je období využitelnosti realizovaného záměru	10 bodů
3.1 Specifikace období využitelnosti akce (mimosezóna, sezóna, po celý rok)	10 bodů
4. Horizontální kritéria akce	10 bodů
4.1 Akce má pozitivní vliv na udržitelný rozvoj cestovního ruchu (ekonomický, sociální a environmentální pilíř)	5 bodů
4.2 Projekt podporuje princip rovných příležitostí ve vztahu k cestovnímu ruchu pro všechny	5 bodů
Celkem	100 bodů

Zdroj: *Cestovní ruch pro všechny* [online]. 2010 [cit. 2010-05-06]. Národní program podpory cestovního ruchu. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=146b4baf-799b-4e81-91ed-07e4666d1900>>.

3.8.2. Regionální operační programy

V programovacím období 2007 – 2013 se hlavním finančním zdrojem v oblasti cestovního ruchu stalo sedm regionálních operačních programů a to ROP NUTS II Severozápad, ROP NUTS II Severovýchod, ROP NUTS II Střední Čechy, ROP

NUTS II Jihozápad, ROP NUTS II Jihovýchod, ROP NUTS II Moravskoslezsko, ROP NUTS II Střední Morava.

Jsou řízeny příslušnými Regionálními radami daného regionu soudržnosti. Celkově je v těchto programech alokováno cca 981,9 mil. EUR, a to včetně národních a soukromých zdrojů. V rámci ROP mohou být financovány zejména tyto aktivity:

- výstavba a rekonstrukce ubytovacích zařízení,
- výstavba a rekonstrukce turistických cest,
- rekonstrukce kulturních památek a technických zajímavostí,
- rozvoj a obnova sportovních areálů,
- rozvoj lázeňství,
- rozvoj marketingových kampaní,
- rozvoj informačních a komunikačních technologií.

3.8.2.1. ROP NUTS II Moravskoslezsko

Regionální operační program NUTS II Moravskoslezsko je určen pro region soudržnosti Moravskoslezsko, totožný s Moravskoslezským krajem. Zaměřuje se zejména na zlepšování dopravní dostupnosti regionu a modernizace prostředků veřejné dopravy, zlepšování podmínek života v obcích a na venkově, přípravu podnikatelských ploch a podporu rozvoje služeb cestovního ruchu.

O podporu mohou žádat obce, dopravci zajišťující veřejnou dopravu, státní podniky, školy, neziskové organizace, podnikatelé i občané.

ROP Moravskoslezsko je financován z Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF). Je pro něj vyčleněno 716,09 mil. EUR, což je asi 2,68% veškerých prostředků z fondů EU pro Českou republiku. Z českých veřejných zdrojů má být navíc poskytnuto dalších 126,37 mil. EUR. (21)

Obrázek 3: Prioritní osy ROP NUTS II Moravskoslezsko

Regionální operační program NUTS 2 Moravskoslezsko 2007-2013				
Prioritní osy	1. Regionální infrastruktura a dostupnost	2. Podpora prosperity regionu	3. Rozvoj měst	4. Rozvoj venkova
Oblasti podpory	1.1 Rozvoj regionální silniční dopravní infrastruktury	2.1 Infrastruktura veřejných služeb	3.1 Rozvojové póly regionu	4.1 Rozvoj venkova
	1.2 Rozvoj a dostupnost letiště Ostrava	2.2 Rozvoj cestovního ruchu	3.2 Subregionální centra	
	1.3 Rozvoj dopravní obslužnosti	2.3 Podpora využití brownfields		
	1.4 Infrastruktura integrovaného záchranného systému a krizového řízení	2.4 Marketing regionu		

Zdroj: *Dobrá rada : Komplexní informační servis pro klienty regionální rady Moravskoslezsko* [online]. 2007-2010 [cit. 2010-05-01]. Možnosti finanční podpory. Dostupné z WWW: <<http://www.rr-moravskoslezsko.cz/moznosti-financni-podpory>>.

Oblast podpory **Rozvoj cestovního ruchu** se zaměřuje na tyto akce:

- Obnova a zpřístupnění kulturních památek a technických zajímavostí.
- Podpora výstavby sportovních areálů, zařízení pro relaxaci a lázeňství.
- Podpora vybraných objektů při postupu žádosti o zařazení na seznam UNESCO.
- Modernizace lyžařských areálů.
- Zvyšování úrovně ubytovacích zařízení.
- Rekonstrukce doprovodné infrastruktury pro cestovní ruch.
- Podpora tvorby nových turistických produktů a produktových balíčků.
- Komplexní propagace cestovního ruchu regionu.

Regionální rada regionu soudržnosti Moravskoslezsko

Hlavním cílem podpory rozvoje cestovního ruchu je zvýšení atraktivity regionu. Projekty jsou zaměřeny na domácí i zahraniční turisty, kteří na území regionu stráví

více než jeden den. Podporována je výstavba a rekonstrukce ubytovacích zařízení a rozvoj jejich doprovodných služeb a rozvoj nových a stávajících turistických informačních center.

Typy některých podporovaných projektů:

- Výstavba, revitalizace a modernizace turistické infrastruktury, doprovodných služeb a atraktivit cestovního ruchu
 - o rozvoj přírodních, kulturních a industriálních památek, technických zajímavostí a kulturního dědictví,
 - o zkvalitňování doprovodné infrastruktury v rámci těchto památek,
 - o výstavba či obnova vybavenosti v oblasti sportu, rekreace a lázeňství,
 - o zvýšení kvality ubytování.
- Zvýšení kvality turistických informačních center
 - o modernizace vybavení, vzdělávání zaměstnanců, náklady na základní propagaci. (18)

3.8.3. Program přeshraniční spolupráce ČR - PL 2007 – 2010

Operační program Přeshraniční spolupráce Česká republika - Polsko je určen pro kraje Liberecký, Královéhradecký, Pardubický, Olomoucký a Moravskoslezský. Z polské strany se jedná o regiony jeleniogórsko-wałbrzyského, opolského, rybnicko-jastrzębského a bielsko-bialského. Řídícími orgány jsou Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky a Ministerstvo pro regionální rozvoj Polské republiky.

Operační program je financován z Evropského fondu pro regionální rozvoj. Celkově je pro tento program vyčleněno 219,46 mil. EUR doplněných o dalších 38,73 mil. EUR z českých a polských veřejných zdrojů. OP je rozdělen na 4 prioritní osy:

- Posilování dostupnosti, ochrana životního prostředí a prevence rizik.
- Zlepšení podmínek pro rozvoj podnikatelského prostředí a cestovního ruchu.
- Podpora spolupráce místních společenství.
- Technická pomoc. (21)

3.8.4. Program přeshraniční spolupráce SR - ČR 2007 – 2013

Operační program Přeshraniční spolupráce Česká republika - Slovensko je určen pro české kraje Jihomoravský, Moravskoslezský a Zlínský a slovenské kraje Trenčínský, Trnavský a Žilinský. Řídícími orgány jsou Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky a Ministerstvo výstavby a regionálního rozvoje Slovenské republiky.

Operační program je financován z Evropského fondu pro regionální rozvoj. Z fondů EU je pro něj vyčleněno 92,74 mil. EUR, které jsou z českých a slovenských veřejných zdrojů doplněny o 16,37 mil. EUR. Operační program obsahuje 3 prioritní osy:

- podpora sociokulturního a hospodářského rozvoje přeshraničního regionu a spolupráce,
- rozvoj dostupnosti přeshraničního území a životního prostředí,
- technická pomoc. (21)

3.8.5. Dotace z krajského rozpočtu

Podporu rozvoje cestovního ruchu na krajském úřadě Moravskoslezského kraje má na starosti odbor regionálního rozvoje a cestovního ruchu. Odbor vyhláší dotační programy, které mají různé cíle a v rámci nichž může potencionální příjemce požádat o finanční dotaci na svůj projekt. Projekty i žadatel musí vyhovovat podmínkám jednotlivých dotačních programů a také musí splňovat předem stanovené požadavky. O poskytnutí dotace rozhoduje zastupitelstvo kraje. O dotace může zažádat fyzická i právnická osoba, která nemá žádné nezaplacené závazky vůči kraji ani jiným územním samosprávným celkům nebo nedoplatky na daních.

3.9. Souhrnné zhodnocení

SWOT analýza navazuje na předchozí vymezení předpokladů turistické oblasti Beskydy pro rozvoj cestovního ruchu. Slouží k přehlednému třídění silných a slabých stránek destinace a staví proti nim možné příležitosti a potenciaální hrozby. Usnadňuje také určování konkurenční pozice Beskyd.

V tabulce 3 jsou uvedeny silné a slabé stránky oblasti Beskyd SWOT analýzy.

Tabulka 3: Silné a slabé stránky oblasti Beskydy

Silné stránky	Slabé stránky
Možnost celoročního využití oblasti	Neuspokojivý stav místních komunikací
Dobré železniční spojení s většími městy jako Ostrava, Frýdek-Místek	Dopravní dostupnost některých atraktivit
Blízkost příhraničních oblastí Polska a Slovenska a jejich spolupráce	Chybějící parkovací plochy
V zimním období je k dispozici velké množství lyžařských areálů a možnosti pro běžecské lyžování	Značení a navigace k některým památkám
Možnosti pro stále oblíbenější venkovskou turistiku	Úroveň některých lyžařských středisek
Golfové zázemí na vysoké úrovni (Čeladná, Ostravice)	Chátrání některých památek
Velké množství středisek pro relaxaci a wellness	Nekvalitní ubytovací zázemí v některých oblastech
Množství areálů pro volnočasové aktivity (Ski areál Mosty u Jablunkova, Lanový park Tarzanie)	Většina cyklostezek není vedena po samostatných trasách
Možnosti provozování vodních sportů (koupaliště, přehrady)	Nízké propojení nabídek – chybí produktové balíčky
Rozlehlá síť cyklostezek	Nedostatečná informovanost o oblasti mimo jeho území
Ideální podmínky pro horskou turistiku	Nízká návštěvnost zahraničními turisty
Četné historické a kulturní památky – poznávací turistika	Málo internetových prezentací
Poměrně vysoký počet ubytovacích a stravovacích zařízení	Velmi nízká nabídka u cestovních kanceláří
Cenová dostupnost turistických služeb	Průměrná doba pobytu klientely je stále nižší
Dostatečná síť turistických informačních center	Absence návštěvních statistik a jiných statistických dat
Rozvíjející se autobusové linky pro přepravu cyklistů - cyklobusy	

Zdroj: Vlastní zpracování

V tabulce 4 jsou uvedeny příležitosti a hrozby SWOT analýzy oblasti Beskyd.

Tabulka 4: Příležitosti a hrozby oblasti Beskydy

Příležitosti	Hrozby
Dostavba rychlostní silnice R48	Zhoršování technického stavu dopravní sítě
Rozvoj silných lokalit jako Čeladná, Ostravice nebo Mosty u Jablunkova	Nedostatek finančních zdrojů na opravy a modernizaci komunikací
Využití koloritu oblasti	Zanedbání rozvoje významných atraktivit
Potenciál pro tvorbu produktových balíčků	Stagnace výstavby hotelů vyšší kvality
Tvorba turistických produktů orientovaných na konkrétní cílové skupiny (studenti, rodiny s dětmi, senioři,...)	Neschopnost čerpat finanční prostředky z programů na podporu rozvoje cestovního ruchu
Potenciál pro rozvoj venkovské turistiky, agroturistiky	Neúčinná marketingová strategie
Zařazení některých atraktivit do seznamu kulturního a přírodního dědictví UNESCO (městská památková rezervace Štramberk)	Nevyužití potenciálu Lysé hory ve spojení s přírodními podmínkami a ochranou životního prostředí
Rozvoj a modernizace lyžařských středisek a tras pro běžecké lyžování	Neexistence statistických dat za turistické oblasti
Blížkost polských a slovenských hranic a příležitosti plynoucí z členství v EU	Ekologické škody způsobené přílivem turistů
Využití vazeb na polskou a slovenskou klientelu	Preference moře jako letní cílové destinace
Napojení pěších stezek a cyklotras na trasy v Polsku a Slovensku	Lhostejnost poskytovatelů turistických služeb při zlepšování kvality těchto služeb
Rozšíření využití hromadné a alternativní dopravy pro pohyb turistů v oblasti	Nevlídlost místních obyvatel vůči turistům
Zahrnutí konkrétních ubytovacích zařízení do nabídky s různými atraktivitami	
Jako vhodný nástroj propagace využít cestovní kanceláře, média a různé propagační materiály	
Zdůraznění cenové dostupnosti	
Spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem při rozvoji cestovního ruchu	

Zdroj: Vlastní zpracování

Jelikož Beskydy jsou oblastí s možností celoročního vyžití, je zde potenciál pro tvorbu tématických produktových balíčků. Díky neustále rostoucímu zájmu o golf a poměrně vysoké kvalitě golfových hřišť v oblasti se nabízí příležitost lákat návštěvníky právě na tuto atraktivitu. Kdyby se některé památky dostaly na seznam UNESCO, zvýšila by se tím atraktivita oblasti. Po modernizaci lyžařských středisek a tras pro běžecké lyžování se zvyšuje možnost přílivu milovníků zimních sportů. Podnikatelé mají

příležitosti v rozvoji autobusových linek pro cyklisty a díky ideálním podmínkám pro horskou turistiku i v oblasti průvodcovských a ubytovacích služeb.

Vytváření vazeb nebo integrací je výhodné ve všech oblastech lidského života a cestovní ruch není výjimkou. Kooperace a koordinace činností důležitých pro management destinace značným způsobem přispívá k rychlejšímu rozvoji cestovního ruchu. Spolupráce mezi Českou republikou, Polskem a Slovenskem také napomáhá v rozkvětu oblasti a díky propagaci ve všech příhraničních oblastech i k přílivu návštěvníků. Nejdůležitější pro zvýšení návštěvnosti Beskyd je zkvalitnění dopravní dostupnosti oblasti. To by se mohlo zlepšit po dostavění rychlostní silnice R48.

4 Návrhová část

Cestovní ruch jako jedna z důležitých oblastí hospodářství s sebou přináší jak příjmy z ubytování a návštěvnosti turistických atraktivit, tak výdaje na údržbu přírodních a kulturních památek. Příjmy připadají zejména na soukromý sektor, zatímco většina výdajů je hrazena ze sektoru veřejného – obce, kraje nebo organizace veřejné správy. K dispozici jsou ale dotační programy, a to nejen ze zdrojů České republiky, ale i zahraničních, především Evropské unie.

Důležité je danou destinaci propagovat. Jednou z možností je vytvoření informačního balíčku, který bude obsahovat informace o dané lokalitě, její atraktivitě i možnosti ubytování a stravování. Do propagace mohou být zapojeni i prodavači upomínkových předmětů nebo mohou být organizovány různé slavnosti (pivní slavnosti, horalské slavnosti, jarmarky).

Aby si oblast udržela svou návštěvnost, je třeba zavádět opatření, která by vedla ke větší oblibě a zamezila by snižování zájmu návštěvníků. Proto je důležité přicházet s novinkami jak v oblasti volného času a sportu, tak i v oblasti ubytování a stravování. Také by se měla posilovat návštěvnost v obdobích mezi hlavními sezónami.

Cílem návrhů na rozvoj cestovního ruchu v Beskydech by mělo být efektivní využití potenciálu krajiny pro cestovní ruch. Hostům musí být nabízeno prožití aktivní dovolené spojené s poznáváním přírodního a kulturního bohatství Beskyd. K hlavním aktivitám, které mohou být nabízeny v této oblasti, patří zejména pěší turistika a cykloturistika v létě, v zimě pak lyžování a běh na lyžích.

Jedním z dobrých řešení je sestavit nabídku s konkrétním programem pro konkrétní skupiny návštěvníků a ne nabízet jednotlivé oblasti samostatně. Také je velmi důležité vytvořit „značku“ Beskyd. Měla by v turistech evokovat určitou představu o destinaci, odrážet pozitivní zážitky z předchozí návštěvy a hlavně by měla mít funkci odlišení od konkurenčních oblastí.

4.1. Dopravní infrastruktura

Jak již bylo zmíněno, mezi největší problémy rozvoje cestovního ruchu v Beskydech patří dopravní infrastruktura, a to jak dostupnost některých lokalit tak stav silnic. V současné době je ve výstavbě úsek dálnice D1 z Bohumína do Bílovce, který by měl zajistit napojení na důležité dopravní tepny. V roce 2010 se také plánuje dokončení rychlostní silnice R48.

Důležité je tedy napojení oblasti Beskyd na celostátní silniční síť, čímž se zajistí dopravní dostupnost. Rekonstrukce silnic včetně odstranění největších dopravních závad na silniční síti, které zvýší bezpečnost a plynulost dopravy, by také mohlo přispět v růstu zájmu o destinaci. Tyto projekty má na starosti ministerstvo dopravy a ředitelství silnic a dálnic České republiky, kteří tyto stavby rovněž financují.

4.2. Železniční infrastruktura

Navrhuji opravy a modernizace železničních nádraží. Pro turisty cestující vlakem je právě nádraží prvním místem, na které narazí, a proto by na mě mělo udělat dobrý dojem. Mělo by se dbát na to, aby byla nádražní hala čistá a upravená, byla zde možnost získat informace o dané lokalitě a někdy také možnost zakoupit občerstvení. Financování těchto akcí by mohly zabezpečit České dráhy, které v současné době plánují investovat nejméně 1,5 miliardy korun do obnovy vozového parku a nádražních budov v Moravskoslezském kraji.

V následujícím textu jsou některé konkrétní železniční stanice, u kterých navrhuji rekonstrukci nebo modernizaci.

Železniční stanice Karolinka

V současné době není stanice vybavena žádnými službami, není zde přepážka pro výdej jízdenek ani WC. Proto navrhuji celkovou rekonstrukci včetně vybudování nových ostrovních nástupišť mezi kolejemi. Za důležité považuji především výstavbu sociálních zařízení, dále pak vybudování přepážky pro výdej jízdenek, což také vytvoří pracovní

místa pro občany z této obce. Pro cestující by se také měla vystavět čekárna, ta je vhodná zejména za nepříznivého počasí. V neposlední řadě navrhuji umístění informačních tabulí s odjezdy a příjezdy vlaků.

Při srovnání s obdobnými investicemi, které byly vydány na rekonstrukce nádražních budov, jsem zjistila, že takovýto projekt by mohl stát až 10 milionů korun. Financování by měly zajistit České dráhy. O celkový vzhled nádraží (květinové záhony, chodníky kolem budovy,...) a zajištění minimálně 10 parkovacích míst u stanice by se mohla postarat obec Karolinka.

Železniční stanice Velké Karlovice

Železniční stanice Velké Karlovice je vybavena službami jako je výdej jízdenek, výdej in-karet i WC. Zcela zde ale chybí veřejné parkoviště nebo například čekárna pro cestující. Jejich výstavba je proto určitě přínosem. Dále by bylo vhodné zajistit bezbariérový vstup na nástupiště i do nádražní haly samotné.

Tento projekt by mohla financovat obec za přispění dotací od Ministerstva dopravy České republiky, konkrétně z operačního programu Doprava. Tato rekonstrukce by si mohla vyžádat přibližně 7,5 milionu korun, a to při srovnání s podobnými investicemi do modernizací železničních nádraží.

Železniční stanice Čeladná a Kunčice pod Ondřejníkem

U těchto železničních nádraží navrhuji modernizaci ve smyslu výměny oken, nové fasády, rekonstrukce prostor pro cestující a sociálních zařízení, opravení střechy, případně zajištění bezbariérového přístupu pro imobilní občany do haly a na nástupiště. Tyto akce by mohly být financovány danými obcemi a mohly by si vyžádat až 5 milionů korun každá. Obce mohou využít dotací poskytovaných v rámci ROP Moravskoslezsko.

4.3. Ubytovací zařízení

Oproti roku 2008, kdy v Moravskoslezském kraji bylo 468 ubytovacích zařízení jeho počet v roce 2009 klesl na 447. V posledních letech celkově počet zařízení stagnuje. Ovšem podstatnější než absolutní počty je pro potřeby marketingu důležitější jejich kvalitativní úroveň. Celkově vzato jsou ubytovací kapacity v této oblasti slabinou cestovního ruchu. Většina z nich má zastaralé vybavení a problémem je také špatná úroveň vzdělání personálu a nízká úroveň poskytovaných služeb. V současné době nenalezneme v MSK pětihvězdičkový hotel. Těch čtyřhvězdičkových je zde 19 a tříhvězdičkových je 97. Vzhledem k tomu, že roste poptávka po ubytování ve vícehvězdičkových hotelích, tzn. 3 hvězdičky a více, není oblast na tuto situaci dostatečně připravena. Počty těchto zařízení sice zatím rostly, ale tento trend nemusí být stálý. Zlepšení stávající situace by mohlo nastat v období od roku 2013, kdy bude možné čerpat finanční prostředky z Regionálního operačního programu Moravskoslezsko (Oblast podpory 2.2.1 Rozvoj a zvyšování úrovně ubytovacích zařízení).

Důležitý je tedy další rozvoj hotelů tří hvězdiček a více a stále oblíbenějších penzionů. Zejména bych navrhovala lokality jako Dolní a Horní Lomná, Dolní Bečva, Bílá, nebo Mosty u Jablunkova. Hotely a penziony přinesou nejen ubytovací kapacity pro potenciální návštěvníky, ale také nová pracovní místa, což je v této oblasti jeden z kritických bodů.

Hotel Bezruč** v Malenovicích se nachází pod nejvyšší horou Beskyd - Lysou horou poblíž města Frýdlant nad Ostravicí. Je situován na dobrém místě, protože právě z Malenovic vede jedna z turistických tras na Lysou horu, což by mohla být jedna z konkurenčních výhod. Pokud by ale majitel hotelu zvýšil úroveň nejen vybavení, ale také služeb, mohla by stoupnout návštěvnost a tím i tržby hotelu. Celková kapacita 290 lůžek by se měla zvýšit alespoň na 320 lůžek. Připojení na internet by se mělo kromě recepce zavést do všech pokojů. Televize, které jsou na pokojích, by se měly vyměnit za novější modely a měly by být zavedeny ve všech pokojích. Hotelové placené služby jako je bazén, sauna, kulečnick, šipky, stolní fotbal nebo ruské kuželky by pro hosty hotelu měly být bezplatné. Webové stránky hotelu jsou dle mého názoru

dostačující, jsou přehledné a také je zde možnost virtuálních prohlídek jak interiéru, tak okolí hotelu, což je v současné době pro potencionální návštěvníky jedna z podmínek při výběru hotelu. Důležité je také zvýšit pohodlí handicapovaných návštěvníků, a proto by se většina hotelových prostor měla vybavit bezbariérovým přístupem. Po splnění určitých kritérií by se z dvouhvězdičkového hotelu mohl stát tříhvězdičkový. Realizace takových rekonstrukcí se pohybují v rozmezí mezi 20 až 90 miliony korun. Cena této přestavby by se mohla pohybovat až přes 35 mil. Kč a platit by ji mohl majitel hotelu s možností využití dotace z Evropské unie.

Horský hotel Čeladenka ležící v blízkosti obce Čeladná je ideální pro skupinové pobyty všech kategorií, a to nejen proto, že leží na křižovatce cyklistických tras ale také proto, že nabízí využití pro milovníky koupání a relaxace. Jeho kvalitativní úroveň je však poměrně nízká a tím zájem o něj může klesat. V současné době je k dispozici 74 lůžek v hotelu, 7 čtyřlůžkových chat, 45 lůžek v apartmánech, celková kapacita hotelu je tedy 144 lůžek. Kapacita hotelu by byla dostačující, problémem je sociální zařízení – sprchy a toalety. To je bohužel společné na patře. Pro většinu návštěvníků je to poměrně velkou překážkou při výběru hotelu. Proto jako jednu z nejdůležitějších návrhů pro toto ubytovací zařízení považuji kompletní přestavbu pokojů s tím, že by v každém pokoji bylo vlastní sociální zařízení. Toto doporučuji také u chatek, kde je pouze WC a sprchy jsou k dispozici v hotelu. Dále si myslím, že by majitel měl obnovit internetové stránky, které jsou v současné době sice přehledné, ale nezaujímají. Dnešní zákazník se rozhoduje na základě webových prezentací hotelů, a proto je tento problém nutné řešit. Při srovnání s investicemi do oprav hotelů jsem zjistila, že tato rekonstrukce by mohla stát až 55 mil. korun a investorem by mohl být majitel horského hotelu s přispěním dotace z Evropské unie.

Stále větší roli hraje ekologie, a proto by podnikatelé, kteří podnikají v ubytování, měli právě na šetrnost k životnímu prostředí klást velký důraz. To znamená, že by měli své ubytovací zařízení stavět nebo zrekonstruovat tak, aby jejich provoz byl co nejekologičtější. Existují totiž turisté, kteří vyhledávají právě ekologicky šetrné hotely. Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest je státní příspěvková organizace podřízená Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR a zajišťuje dotace pro malé a střední podnikatele. Program EKO – ENERGIE je cílený na snížení výdajů za energie

nebo na obměnu starých technologií za úspornější. Podnikatelé, kteří svůj projekt chystají mimo Prahu, mohou požádat o finanční podporu.

4.4. Lyžařská střediska

V regionu se kvalita služeb v jednotlivých střediscích sice zlepšuje, ale v porovnání s konkurenčními oblastmi jako jsou Alpy nebo Slovensko je celková úroveň stále velmi nízká. V Beskydech je jen jedno středisko se speciálně upravenou lanovkou pouze pro lyžaře, a to na Bílé. Celkově je zde přes 30 lyžařských areálů.

Proto navrhuji výstavbu nových lyžařských areálů, která by byla využitelná i přes letní sezónu. Nová střediska by přinesla pracovní místa a více milovníků lyžování z nejbližšího okolí i ze vzdálenějších měst. Důležitá je také rekonstrukce a modernizace těch stávajících.

Ski areál Bílá je jedním z nejnavštěvovanějších lyžařských areálů v Beskydech. V zimních měsících je areál využíván denně, v letních měsících je ale v provozu pouze jedna lanovka, a to jen velmi omezeně (pátky, soboty, neděle a svátky od 9 hod. do 16 hod.). Proto navrhuji rozšíření služeb pro letní sezónu jako je například sjezd na terénních koloběžkách nebo kárách, bike park s půjčovnou horských kol, areál na paintball včetně půjčovny zbraní a ochranných pomůcek, lukostřelba nebo půjčovna pomůcek pro Nordic walking. Tyto služby by mohly být zajišťovány místními podnikateli. Ti by si pro již zmíněné půjčovny mohli od majitele areálu pronajmout prostory využívané pouze v zimních měsících. Pro paintball by se mohlo vybudovat zázemí ve formě menší budovy, ve které by byla jak půjčovna pomůcek, tak pokladna.

Lyžařské středisko Grůň spadá do oblasti Lysé hory a klimatické podmínky jsou vhodné zejména pro zimní rekreaci. Díky dobré dopravní dostupnosti s možností parkování se areál stal jedním z nejnavštěvovanějších v Beskydech. Navrhovala bych ovšem, aby se přebudovalo středisko využitelné během celého roku a ne pouze v zimních měsících. Doporučila bych zřídit půjčovnu horských kol nebo vybudovat lanové centrum pro děti. Tyto služby by opět jako v předchozím návrhu mohli zajistit

podnikatelé. Beskydské informační centrum by zde mohlo zřídit svou menší pobočku, kde by se turisté mohli informovat o zajímavostech v oblasti, kde by jim byly doporučeny jak pěší trasy pro horskou turistiku, tak cyklotrasy a dále by zde byla možnost zakoupení map. Taková pobočka by mohla zajistit až 2 pracovní místa. V blízkosti areálu se také nachází hotel s možností ubytování. Jeho kvalitativní úroveň je ale poměrně nízká, proto navrhuji rekonstrukci hotelu. Nejdůležitější je vybavit všechny pokoje vlastním sociálním zařízením. Finanční prostředky na tyto projekty by mohl zajistit kraj svými dotacemi.

Oblíbené jsou také běžecké trasy. Z ankety na webových stránkách Beskydy.cz vyplývá, že by si lidé přáli mít upravenější běžecké stopy. Proto by se měla zajistit jejich pravidelná údržba v zimních měsících. O tyto úpravy by se mohli postarat místní podnikatelé, kteří by si mohli podél tras umístit reklamy na své firmy.

Finanční prostředky na tyto akce může kraj čerpat z Regionálního operačního programu NUTS II Moravskoslezsko, konkrétně z oblasti podpory Rozvoj cestovního ruchu, který se mimo jiné zaměřuje na výstavbu a modernizaci lyžařských areálů.

4.5. Venkovská turistika

Venkovská turistika se stává stále oblíbenější formou trávení dovolené obyvatel měst, kteří chtějí „utéci“ od městského chaosu a davů. Beskydy jsou vhodnou destinací pro rozvoj tohoto odvětví cestovního ruchu, proto si myslím, že jsou zde výborné podmínky pro podnikatele, kteří by v tomto oboru chtěli podnikat.

Cílený rozmach venkovské turistiky u nás začal na počátku devadesátých let. Důvody proč lidé opouštějí města během dovolené jsou stále stejné, ovšem změnami musí projít všichni poskytovatelé služeb ve venkovské turistice. Už nestačí nabídnout hostům domácí postel a domácí stravu, dnešní turista je totiž náročný.

Podnikatelé, kteří v tomto oboru chtějí začít podnikat jsou přínosné nejen speciální kurzy a literatura, ale také cesty do zahraničí, kde je venkovská turistika na vysoké

úrovni a důležité je snažit se tento standart dosáhnout i v našich podmínkách. Hlavní je, aby se začínající podnikatel příliš nezadlužoval, ale svou podnikatelskou činnost vybudovával postupně.

Venkovskou turistiku lze provozovat v jakékoli lokalitě, která může výjimečnosti venkovského života nabídnout. Právě podle diferencovaných nabídek si také lidé vybírají, kde dovolenou stráví. Vybírají se nejen podle lokality, ale také podle nabídky zajímavého typu ubytování. Proto se podnikatelé musí zajímat o úroveň kvality této služby. Existují doporučení o ubytovacích standardech, které vydaly Asociace hotelů a restaurací České republiky, Svaz venkovské turistiky, Klub českých turistů a Živnostenské společenství provozovatelů kempů a chatových osad. V něm je podrobně popsáno jak velké mají být pokoje pro hosty, co nesmí ve vybavení pokoje chybět, kolik hostů připadá na jedno sociální zařízení nebo také která ubytovací zařízení musí zajišťovat i stravování.

Velice důležitým kritériem pro výběr dovolené na venkově je způsob trávení volného času. Potencionální návštěvníci si vybírají nejčastěji jízdu na koni nebo kanoi, koupání, rybolov či myslivost, cyklistiku nebo jen relaxaci. Mnoho turistů si také chce užít venkovské tradice a slavnosti jako jsou dožínky, masopusty či vinobraní. V Beskydech je nejznámější slavností Gorolski swieto, které je každoročně pořádáno v Jablunkově. Původním záměrem "Gorolskigo Święta" byla prezentace folklórních souborů z okolí Jablunkova, postupně se ale soubor účinkujících rozšířil na soubory nejen z celé České republiky, ale také z Polska a Slovenska. Tato slavnost vždy přiláká tisíce diváků. Zachovává tradice polské etnické skupiny žijící na Těšínsku a takto přispívá k upevnění dobrých vztahů s ostatními národnostmi. Další významnou akcí je Festival na Pomezí konaný v Dolní Lomné. Jedná se o tradiční mezinárodní folk-country festival s účastí mnoha hvězd tohoto hudebního žánru.

Nezbytnou součástí pronájmu ubytovacích kapacit je samozřejmě **propagace**. Základem jsou webové stránky, které obsahují veškeré potřebné informace a kvalitní fotodokumentaci. Reklama, zejména na začátku podnikání, je nejdůležitější nehmotnou investicí. Kromě webových prezentací a snahy dostat se do médií není marná inzerce v tiskovinách vydávaných alespoň v kraji nebo českou centrálou cestovního ruchu.

Z novin a časopisů by to mohly být například Beskydy Tourist Info, turistický magazín KAM po Česku nebo časopis Turista. Informace o svých aktivitách může provozovatel nabídnout také do oficiálního turistického produktu České republiky – Prázdniny na venkově. Druhou možností jak zdarma získat propagaci je na portále Czech tourismu – Kudy z nudy.

Venkovská turistika jakožto odvětví cestovního ruchu nabývá stále na významu a je podporována veřejnou správou. Rozvoj venkovské turistiky je například jednou z priorit programu Rozvoj venkova, zaštitěného Ministerstvem zemědělství a regionálního operačního programu. Pro získání dotace na stavbu nebo rekonstrukci ubytovacího zařízení jsou dvě cesty, obě z evropských dotací. První možností je program Rozvoje venkova, kde je možné žádat o finance na projekty do 10 milionů korun, podmínkou je umístění ubytování v obci do 2000 obyvatel. Další možností je ROP Moravskoslezsko, kde je možné žádat o podporu i na větší projekty, je to vhodné jak pro podnikatele, tak pro obce i neziskové organizace.

4.6. Cykloturistika

Cykloturistika, jako odvětví cestovního ruchu, vyžaduje investice nejen na výstavbu cyklotras, ale také na jejich propagaci. V současné době je ve výstavbě páteřní cyklotrasa mezi Ostravou s Beskydami. Právě na ni by se v budoucnosti měly postupně napojovat další cyklotrasy spojující okolní obce. Jak jsem již zmínila, v Beskydech je vybudována hustá síť cyklostezek. Doporučila bych ovšem rekonstrukce a modernizace stávajících tras a hlavně jejich další rozvoj, zejména výstavbu nových tras, které by spojovaly významná místa v oblasti, jako například trasa Lysá hora – Radhošť – Pustevny – Smrk nebo trasa vedoucí z vrcholu Javorový před Kozubovou na Gírovou. Podél cyklotras by se dále měly vybudovat odpočívadla ve formě zastřešených posezení a informační tabule o zajímavostech daného místa. Občerstvení by zajistily horské chaty na jednotlivých vrcholech.

Při výstavbě cyklostezek by se nemělo zapomínat na související služby. U horských chat by se měly vybudovat stojany na kola, zajistit zapůjčení základního nářadí

pro jednoduché opravy kol a také by měl být k dispozici seznam ubytovacích možností v oblasti, které jsou vhodné pro cyklisty, v hotelích a penzionech by se mohly prodávat cyklistické a turistické mapy okolí a poskytovat letáky o nabídce doporučených jednodenních výletů na kole v okolí. Současná nabídka cyklobusů je dle mého názoru dostačující a trasy těchto autobusů pokrývají nejhlavnější místa, ze kterých se dá napojit na cyklostezky.

Neméně důležitá je ovšem propagace těchto cyklotras. Doporučila bych tedy zejména tvorbu informačních materiálů, které by obsahovaly nejen mapy, ale upozorňovaly by na významné objekty a místa, která se na trase vyskytují. Takové materiály by turistům měly být k dispozici jak v informačních centrech, tak v hotelích a penzionech. Důležitá je také kvalitní internetová prezentace jednotlivých stezek, které by měly být rozděleny podle stupně obtížnosti i podle toho, na jakou cílovou skupinu jsou zaměřeny.

Také navrhuji, aby se podnikatelé z okolí zapojili do pořádání cyklistických soutěží. Mohla by se například konat „Jízda po Beskydských vrcholech“, do které by se mohli přihlásit zájemci všech věkových kategorií od mladých cyklistů přes rodiny s dětmi až po starší milovníky kol. Trasa by proto neměla být příliš náročná, ale měla by vést především po hřebeni. Pořadatelem takové akce by mohlo být Beskydské informační centrum za podpory místních podnikatelů, kteří by se tak mohli zviditelnit. Pro podnikatele by to mohla být příležitost jak představit svoji činnost, například půjčovny kol, servisy kol, prodejny sportovního oblečení nebo prezentace horských hotelů a penzionů. Propagace takového závodu by mohla probíhat formou reklamy v rádiu, a to nejen v regionálním jako je rádio Orion, ale také na celorepublikových stanicích, dále by mohly být vyvěšeny plakáty v okolních obcích a městech, na železničních nádražích a rovněž inzerce v časopisech.

Na výstavbu cyklostezek má Moravskoslezský kraj vyčleněno 120 milionů korun, ale i přesto počítá s možností kofinancování evropskými penězi. Všechny obce, přes které daná trasa povede, by se musely podílet na předfinancování stavby a ze svých prostředků by také musely zaplatit náklady nad rámec dotací. Jde hlavně o vykoupení pozemků pod cyklostezkou a po jejím zprovoznění také o náklady na provoz a údržbu.

4.7. Možné produkty Beskyd

Beskydy nabízí především přírodu, tzn. horskou turistiku, venkovskou turistiku, cykloturistiku či lyžování v zimním období. Přírodní atraktivita ovšem nemohou být nabízeny jako finální produkt. Lze je chápat jako silnou stránku oblasti, která slouží k přilákání turistů. Těm jsou pak nabízeny produkty ve formě balíčků služeb, a to jak tematických, tak takových, které jsou vázány na určité místo. Je třeba brát v úvahu skladbu návštěvníků Beskyd a produkty zaměřit na různé cílové skupiny, jako jsou rodiny s dětmi, mladí lidé (studenti), senioři či zahraniční turisté, to z důvodu nalákání co nejvíce potencionálních návštěvníků. Hlavním těžištěm nabídky turistické oblasti Beskydy by se měla stát turistika. Především turistika pěší, venkovská a cykloturistika.

4.7.1. Turistika v přírodě

Beskydy nabízí překrásnou přírodu, která vybízí k procházkám v lesích a pěším túrám na známé vrcholy. Jedná se o pohoří, které je vhodné pro širokou škálu cílových skupin. Na své si přijdou jak mladí lidé, tak i rodiny s dětmi, kteří zde hledají odpočinek. Na většinu vrcholů se dá vyjet autem, což je výhodné zejména pro ty, co nemohou nebo nechtějí jít po svých a všechny trasy pro pěší jsou dobře a viditelně značeny. Navrhla jsem několik možností jak by mohly být sestavovány produktové nabídky v oblasti pěší turistiky.

Tabulka 5: Turistika v přírodě

Cílové skupiny	<u>Rodiny s dětmi</u> (věková kategorie 25 - 35 let), <u>Mladí lidé - studenti</u> (věková kategorie 15 - 25 let) <u>Senioři</u> (věková kategorie nad 60 let)
Jednotlivé nabídky	<u>Tematické pěší trasy</u> - pohádkové trasy, legendy Beskyd, zvířátka v lese, pivní stezka <u>Turistické trasy spojené s návštěvou zajímavých a významných míst</u> – dřevěné kostelíky, trasy za turistickými známkami, výlet na Pustevny a Radhošť
Propagace	Informační letáky v turistických centrech, plakáty v obcích, inzerce do schránek, reklama na internetových stránkách zaměřených na cestovní ruch, slevové kupony na občerstvení nebo vstupy v časopisech o cestovním ruchu

Zdroj: Vlastní zpracování

4.7.2. Cykloturistika

Cyklisté jsou v současnosti častými návštěvníky hor. V Beskydech existují cyklostezky jak pro vyznavače náročných tras, tak pro ty, co si vyjeli do hor za relaxací. V současnosti se mezi mladými rozšiřuje zájem o tzv. bike parky, a proto si myslím, že by se kromě dvou stávajících měly ještě další vybudovat. Dle mého názoru je důležité vytvářet možnosti také pro občany se zdravotním postižením a cyklostezky propagovat. Navrhuji tedy několik možností, které Beskydy nabízejí.

Tabulka 6: Cykloturistika

Cílové skupiny	<u>Zahraníční návštěvníci</u> – Polsko, Slovensko (věková kategorie 30 - 45 let) <u>Mladí cestovatelé</u> (věková kategorie 15 – 30 let) <u>Milovníci adrenalinových sportů</u>
Jednotlivé nabídky	<u>Bike parky</u> – v současné době ve Velkých Karlovicích a na Morávce <u>Cyklostezky v horách</u> – na Lysou horu, trasy po nejznámějších vrcholech <u>Cyklostezky městskými rezervacemi</u> – trasy vedoucí přes Nový Jičín, Štramberk, Příbor <u>Cyklostezky pro nevidomé a slabozraké</u> – v současnosti existují tři tandemové trasy o celkové délce 80 km a vedou méně frekventovanými oblastmi a bezpečnějšími lokalitami <u>Pořádání cyklistických soutěží</u>
Propagace	Inzerce na internetových stránkách a v časopisech věnovaných cykloturistice, informační letáky v turistických centrech, mapy s vyznačenými cyklotrasami na autobusových a železničních nádražích, prezentace Beskyd jako oblasti vhodné pro cykloturistiku na veletrhu cyklistiky For Bikes

Zdroj: Vlastní zpracování

4.7.3. Poznávací zájezdy

Beskydy nabízí řadu významných kulturních památek, které stojí za návštěvu. Takovéto návštěvy by ale měly být delší než jednodenní. Proto navrhuji některé tematické pobyty zejména pro rodiny s dětmi a zahraniční turisty, kteří se chtějí spíše dovědět něco o historii a kultuře zdejších obyvatel než prožít aktivní dovolenou spojenou s pěšími túrami nebo jízdou na kole v horách.

Tabulka 7: Poznávací zájezdy

Cílové skupiny	<u>Rodiny s dětmi</u> (věková kategorie 25 - 35 let) <u>Mladí lidé</u> - studenti (věková kategorie 15 - 25 let) <u>Senioři</u> (věková kategorie nad 60 let)
Jednotlivé nabídky	<u>Víkendové pobyty spojené s návštěvou nejznámějších zřícenin a jejich okolí</u> – ubytování v penzionu a návštěva Hradu Starý Jičín, zříceniny hradu Hukvaldy a zříceniny hradu Štramberk a Hostýn a jeskyně Šipky <u>Cesty za dřevěnými kostelíky</u> – ubytování v penzionu nebo rodinném hotelu a návštěvy kostelíků v Nýdku, Albrechticích, Sedlišti, na Bílé
Propagace	Informační letáky do schránek, inzerce v novinách a časopisech, nabídky v katalozích cestovních kanceláří, nabídky na internetových stránkách zaměřených na prodej zájezdů a stránkách pro turisty

Zdroj: Vlastní zpracování

4.7.4. Rekreace u vody

V letních měsících se mnoho občanů vydává na dovolenou zejména tam, kde jsou možnosti pro koupání. Také Beskydy nabízí různé druhy pro toto využití volného času. Jsou zde vodní nádrže určené k rekreaci, řeka, která je sjízdná pro vodáky či nově vybudované koupaliště i kryté bazény. Jednodenní výlety jsou určeny spíše pro obyvatelé okolních měst a obcí, naproti tomu pobytové zájezdy jsou vhodné pro zájemce z jiných krajů. V tabulce 8 jsou vyjmenovány některé z možností, které Beskydy nabízí v letních měsících.

Tabulka 8: Rekreace u vody

Cílové skupiny	<u>Rodiny s dětmi</u> (věková kategorie 25 - 35 let), <u>Mladí lidé</u> - studenti (věková kategorie 15 - 25 let)
Jednotlivé nabídky	<u>Pobytové zájezdy za účelem koupání</u> – pobyty v kempu u přehrady Žermanice nebo Horní Bečva, pobyt v penzionu Sluníčko***, kde je koupaliště s tobogány a dalšími atrakcemi, pobyt v hotelu Duo s krytým i venkovním bazénem <u>Jednodenní výlety za koupáním</u> – návštěva pláže u vodní nádrže Bystřička s půjčovnou loděk, koupání ve vodní nádrži Větrkovice <u>Sjíždění řeky Ostravice</u>
Propagace	Nabídky v katalogích cestovních kanceláří zaměřených na tuzemský cestovní ruch, reklamy v časopisech, slevové kupony na vstupy do bazénů a koupališť, propagace na veletrzích cestovního ruchu

Zdroj: Vlastní zpracování

4.8. Dopady na podnikání

V polovině května 2010 se Moravskoslezským krajem prohnala ničivá povodeň. To samozřejmě cestovní ruch v této oblasti ovlivní. Voda poničila velké množství silnic a tím ztížila přístup do regionu. Proto se nemůže očekávat, že by se návštěvnost výrazně zvýšila. Spíše bude klesat. Subjekty podnikající v cestovním ruchu budou muset vynakládat finanční prostředky na odstraňování škod a nebudou mít příliš velký prostor na svůj rozvoj. Paradoxně by tato místa mohla být zajímavá pro určitou cílovou skupinu – zájemci o tzv. dark tourism neboli cestování na místa katastrof.

Také hospodářská krize se na cestovním ruchu projevuje. Její průběh a dopad je možno demonstrovat na údajích o návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení. V Moravskoslezském kraji v roce 2009 oproti roku 2008 klesla návštěvnost přibližně o 10%. Celorepublikově se také snižují počty zahraničních turistů. Také snížení tržeb cestovních kanceláří a agentur slouží k ilustraci celkového vývoje cestovního ruchu. Cestovní ruch je totiž odvětví, kde lidé začínají šetřit nejdříve.

Podnikatelské subjekty mohou na svou činnost čerpat finanční prostředky jak ze strukturálních fondů Evropské unie, tak například z krajských rozpočtů. Pro jejich vznik a rozvoj je to velice důležité. V listopadu 2009 byl rozšířen Program Záruka

za provozní úvěry pro malé a střední podnikatele o činnosti v oblasti velkoobchodu a maloobchodu, vzdělání a cestovní ruch. Podnikatelé v cestovním ruchu tak mají větší šanci získat úvěr na své aktivity.

Podnikatelské subjekty nemohou očekávat samočinné oživení, ale musí se do procesu rozvoje cestovního ruchu aktivně zapojit. Vyžaduje to zejména zvýšení kvality služeb, která by se měla přiblížit standartům, jaké jsou obvyklé v sousedních zemích, dále inovace v managementu i provozu. Podnikatelé mají v roce 2010 možnost zapojit se do Národního programu podpory cestovního ruchu „pro všechny“, jehož cílem je především podpora tvorby nových produktů domácího cestovního ruchu.

Nejvíce příležitostí při rozvoji cestovního ruchu mají podnikatelé. Mohou podnikat v různých oborech, zejména v poskytování služeb souvisejících právě s cestovním ruchem. Jedná se zejména o hotelnictví, stravovací služby, půjčovny sportovních pomůcek a vybavení nebo prodej upomínkových předmětů. Stávající podnikatelé by se měli zaměřit především na svůj rozvoj.

Dle mého názoru je v tomto oboru nejdůležitější propagace. Služby v cestovním ruchu jsou v mnohém specifitější nežli jiné oblasti služeb. Jelikož se jedná prakticky o nabídku založenou na zprostředkování zážitků, jsou tyto služby spojeny s činnostmi ovlivňujícími pozitivní emoce lidí. To znamená, že propagační materiály musí působit pozitivně a měly by evokovat příjemné pocity. Firmy by neměly omezovat finanční prostředky na marketing, naopak by mohly přicházet o tržby z důvodu, že o jejich službách nikdo neví. Podnikatelé by se měli zaměřit na to, aby přilákali více turistů, a to jak z řad domácích, tak i zahraničních návštěvníků. Nejvhodnějším místem na propagaci je v současnosti internet. Právě zde si nejvíce potencionálních návštěvníků vybírá, kde stráví svoji dovolenou. Mezi hlavní kritéria výběru hotelu nebo penzionu se poslední dobou stává možnost virtuálních prohlídek okolí objektu. Dále je důležité aby internetové stránky nabídly všechny možné informace, které zákazník vyžaduje. Jsou to například fotografie pokojů, jídelní lístek restaurace, zajímavé turistické cíle v okolí apod. Další možností jsou prezentace na veletrzích cestovního ruchu konaných například v Brně nebo Praze. Někteří podnikatelé dávají přednost tištěným materiálům,

které jsou k dispozici v turistických centrech nebo na recepcích hotelů. Také reklamy v časopisech určených pro turisty jsou vhodnou formou jak upozornit na svou činnost.

4.9. Hodnocení návrhů

Myslím si, že tyto návrhy na rozvoj cestovního ruchu v oblasti Beskyd může přinést nejen více návštěvníků, ale také větší příjmy do krajského rozpočtu a pracovní místa. Pokud se zajistí rekonstrukce hotelů a u některých přechod z hotelu** na hotel ***, měla by se zvýšit také doba pobytu v tomto kraji, jelikož dle mého názoru byla právě kvalita ubytovacích zařízení jednou z překážek v rozvoji pobytových zájezdů v Beskydech. Dále si myslím, že po úpravách stávajících a vybudování nových cyklostezek začne být oblast zajímavá pro aktivní turisty, kteří vyhledávají dovolenou strávenou na kolech. Beskydy také nabízejí výborné podmínky pro rozvoj venkovské turistiky a agroturistiky, která se stává stále oblíbenější formou trávení volného času. Proto si myslím, že pro podnikatele vznikají vhodné příležitosti pro jejich rozvoj v tomto odvětví. Po modernizacích lyžařských areálů a důkladnějších úpravách běžeckých stop se v zimních měsících se může zvýšit počet návštěvníků lyžařských středisek. Navrhla jsem také možnosti pro sestavení produktových balíčků, které v oblasti chybí.

Mé návrhy by měly přinést příležitosti pro podnikatele podnikající v odvětví cestovního ruchu, zvýšení zájmu o celou oblast Beskyd a tím i zvýšení návštěvnosti. Modernizace a rekonstrukce nejen hotelů a penzionů, ale také dopravní a železniční infrastruktury by měly mít za následek zvýšení kvality služeb v tomto regionu. Více propagace povede k tomu, že se destinace dostane do vědomí občanů také z jiných krajů.

5 Závěr

Bakalářská práce se zabývala rozvojem cestovního ruchu a s tím souvisejících podnikatelských aktivit. Cílem této práce bylo navrhnout možná řešení pro rozvoj cestovního ruchu v oblasti Beskydy a zjistit jeho dopady na podnikání v této lokalitě.

Teoretická část práce popisuje cestovní ruch, jeho formy a trendy, ekonomický význam, dále se zabývá službami cestovního ruchu a subjekty působícími v těchto službách a v neposlední řadě vyjmenovává druhy podnikání v cestovním ruchu.

Ze získaných informací jsem zpracovala analytickou část, která popisuje turistickou destinaci Beskydy. Je zde charakterizována oblast Beskydy, její předpoklady pro cestovní ruch, zejména přírodní a kulturně – historické památky a dále jmenuje subjekty působící v cestovním ruchu na tomto území. V neposlední řadě zde najdete možnosti financování cestovního ruchu a jeho rozvoje, jako jsou Regionální operační programy nebo dotace z krajského rozpočtu. Z těchto podkladů jsem poté vycházela při zpracovávání souhrnné analýzy celé oblasti, kde jsem popsala jak silné a slabé stránky destinace, tak její příležitosti a hrozby.

Na základě analytické části jsem poté vypracovala návrhy na rozvoj cestovního ruchu v Beskydech. Navrhuji zejména zlepšení v oblasti dopravní dostupnosti do oblastí, které je v současné době nevyhovující a zvýšení kvality ubytovacích služeb. Dále si myslím, že je důležité upravit některá lyžařská střediska tak, aby byla využitelná i během letních měsíců a také je vhodné zlepšit podmínky pro cykloturistiku, zejména výstavbou nových cyklostezek a vybudováním doprovodných služeb pro tyto návštěvníky. Dle mého názoru je jedním z důvodů proč jsou Beskydy méně navštěvovanou lokalitou její malá propagace. Návštěvníci především ze zahraničí tuto oblast příliš neznají a to by se mělo změnit. Proto také navrhuji více propagovat Beskydy, jak na českých a zahraničních veletrzích, tak umístit více reklam na billboardy a na internetové stránky.

Celkově by mé návrhy měly přinést lepší a kvalitnější služby cestovního ruchu a tím větší zájem o tuto destinaci. Podnikatelé mají mnoho příležitostí pro podnikání v tomto odvětví.

Cíle mé bakalářské práce byly splněny. Pokud se mé návrhy uvedou do praxe, mohly by mít pro rozvoj cestovního ruchu v oblasti Beskyd velký přínos.

6 Seznam použité literatury

KNIHY

1. ALLGAYER, F., KALKA, J., *Marketing podle cílových skupin*. Computer Press a.s., 2007. 392 s. ISBN 978-80-251-1617-3.
2. HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9
3. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha : Grada, 2009. 288s. ISBN 978-80-247-3247-3.
4. KIRAĽOVÁ, Alžběta. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
5. KOTLER, P. *Marketing podle Kotlera: Jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Praha : Management Press, 2000. 258 s. ISBN 80-7261-010-4.
6. PALATKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2006. 224 s. ISBN 80-247-1014-5
7. PETRŮ, Z. , *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 1999. 107s. ISBN 80-85970-29-5.
8. RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch*. KEY Publishing, 2009. 210 s. ISBN 80-7418-028-6.
9. TUREK, Jakub. *Beskydy a Javorníky*. Praha: Grada, 2007. 120 s. ISBN 978-80-247-2021-0.

ELEKTRONICKÉ ZDROJE

10. *Beskydské informační centrum* [on-line]. [citováno 2010-02-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.beskydy-info.cz/>>.
11. *Beskydy.cz* [on-line]. 1998-2010 [citováno 2010-01-12]. Dostupný z WWW: <<http://beskydy.cz/Content/default.aspx>>.
12. BOHUTÍNSKÁ, Jana. *Podnikání v cestovním ruchu: Ne vždy je třeba vzdělání a praxe* [on-line]. 2008 [citováno 2010-01-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.podnikatel.cz/clanky/podnikani-v-cestovnim-ruchu/>>.

13. *Klub českých turistů* [on-line]. 2005-2009 [citováno 2009-12-17]. Dostupné z WWW <<http://www.kct.cz/>>.
14. *Kudy z nudy – Severní Morava a Slezsko* [on-line]. 2007 [citováno 2010-02-03]. Dostupné z WWW: <<http://www.kudyznudy.cz/cs/regiony/severni-morava-a-slezsko/index.html>>.
15. *Lysá hora* [on-line]. 2008 [citováno 2009-12-17]. Dostupný z WWW: <<http://www.lysahora.cz/tema/tema.phtml?id=353>>.
16. *O regionu – Beskydy* [on-line]. 2008 [citováno 2009-12-17]. Dostupné z WWW: <http://www.risy.cz/o_regionu_beskydy_cz>.
17. *Obecně o stezkách* [on-line]. 2003-2010 [citováno 2010-02-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.stezky.info/ns/obecne-o-stezkach>>.
18. *Regionální rada regionu soudržnosti Moravskoslezsko* [on-line]. 2007-2010 [citováno 2010-02-24]. Dostupný z WWW: <<http://www.rr-moravskoslezsko.cz/>>.
19. *Seriál: Světové trendy v cestovním ruchu* [on-line]. Vydáno: 2008 [citováno 2010-01-22]. Dostupné z WWW: <<http://www.cestovatel.cz/serialy/svetove-trendy-v-cestovnim-ruchu/>>.
20. *Správa CHKO Beskydy* [on-line]. [citováno 2009-12-17]. Dostupný z WWW: <<http://www.beskydy.ochranaprirody.cz/>>.
21. *Strukturální fondy EU – Programy 2007 - 2013* [on-line]. [citováno 2010-02-24]. Dostupný z WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2007-2013>>.

ZÁKONY

Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu

7 Seznam příloh

- Příloha 1: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie ubytovacího zařízení v roce 2008
- Příloha 2: Počet pracovních míst a zaměstnaných osob v cestovním ruchu v ČR podle odvětví v roce 2006
- Příloha 3: Naučné stezky v Beskydech
- Příloha 4: Cyklostezky v Beskydech
- Příloha 5: Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle zemí v Moravskoslezském kraji v letech 2007 - 2009
- Příloha 6: Počet hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie ubytovacího zařízení v turistickém regionu Severní Morava a Slezsko
- Příloha 7: Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v turistickém regionu Severní Morava a Slezsko

8 Seznam tabulek a obrázků

TABULKY

Tabulka 1: Prioritní osy a priority strategie	46
Tabulka 2: Hodnotící kritéria - podprogram Cestovní ruch pro všechny	48
Tabulka 3: Silné a slabé stránky oblasti Beskydy.....	53
Tabulka 4: Příležitosti a hrozby oblasti Beskydy	54
Tabulka 5: Turistika v přírodě	66
Tabulka 6: Cykloturistika	67
Tabulka 7: Poznávací zájezdy.....	68
Tabulka 8: Rekreace u vody	69

OBRÁZKY

Obrázek 1: Turistické regiony České republiky	26
Obrázek 2: Vymezení oblasti Beskydy.....	30
Obrázek 3: Prioritní osy ROP NUTS II Moravskoslezsko.....	50

Přílohy

Příloha 1: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie ubytovacího zařízení v roce 2008

Území	Celkem	v tom podle kategorie					
		hotely	penziony	kempy	chatové osady	turistické ubytovny	ostatní jinde neuvedená
		hosté					
Česká republika	12 835 886	8874222	1 214 054	882 307	131 948	308 975	1 424 380
Severní Morava a Slezsko	1 029 747	413255	188 407
Beskydy - Valašsko	.	186386	.	29 158	7 460	.	.
		přenocování					
Česká republika	39 283 474	23941925	3 484 915	2 417 874	621 389	1 015 534	7 801 837
Severní Morava a Slezsko	3 336 932	905707	1 246 744
Beskydy - Valašsko	.	387220	.	76 720	23 677	.	.
		průměrný počet přenocování					
Česká republika	3,1	15,9	2,9	2,7	4,7	3,3	5,5
Severní Morava a Slezsko	3,2	4,4	6,6
Beskydy - Valašsko	.	6,5	.	2,6	3,2	.	.
		průměrná doba pobytu					
Česká republika	4,1	21,9	3,9	3,7	5,7	4,3	6,5
Severní Morava a Slezsko	4,2	9,6	7,6
Beskydy - Valašsko	.	9,5	.	3,6	4,2	.	.

Zdroj: ČSÚ

Příloha 2: Počet pracovních míst a zaměstnaných osob v cestovním ruchu v ČR podle odvětví v roce 2006

Odvětví cestovního ruchu	Počet pracovních míst (celkem)	Počet zaměstnaných osob (celkem)
1 – Hotely a podobná zařízení	39 025	39 339
2 – Vlastnictví druhých domovů	x	x
3 – Restaurace a podobná zařízení	70 606	72 349
4 – Osobní železniční doprava	7 367	7 366
5 – Osobní silniční doprava	15 725	15 658
6 – Osobní lodní doprava	87	87
7 – Osobní letecká doprava	4 397	4 419
8 – Doplňkové služby osobní dopravy	1 536	1 526
9 – Pronájem zařízení pro osobní dopravu	151	151
10 – Cestovní agentury a podobná zařízení	15 519	15 232
11 – Kulturní služby	12 188	12 786
12 – Sportovní a ostatní rekreační služby	2 213	2 278
Charakteristická odvětví CR	168 815	171 191
Související odvětví CR	57 625	58 980
Nespecifická odvětví CR	9 305	9 293
Odvětví cestovního ruchu celkem	235 744	239 465

Zdroj: ČSÚ

Příloha 3: Naučné stezky v Beskydech

- Naučná stezka Lysá hora (délka 16,5km)
- Naučná stezka Frýdecký les (délka 3,5km)
- Naučná stezka Prameny řeky Morávky (délka 14km)
- Naučná stezka Kamenec
- Naučná stezka Hůrky (délka 12,5km)
- Naučná stezka kpt. J. Otiska
- Naučná stezka Čertův Mlýn (délka 8,2km)
- Naučná stezka Radegast (délka 7,5km)
- Naučná stezka Rytířská (9,45km)
- Naučná stezka Šance – Lysá hora (délka 5,8km)
- Naučná stezka Gruň – Bílý Kříž (délka 10km)
- Naučná stezka Mionší (délka 7km)
- Lašská naučná stezka Štramberk (délka 6km)
- Lašská naučná stezka Kopřivnice (délka 16km)

Příloha 3: Cyklostezky v Beskydech

- Hřebenovka Vsetín - Velké Karlovice
- Lysá hora a hřeben Gruně (délka 45,65km)
- Morávka - Visalaje – Pražmo (délka 27,55km)
- Na Javorový a Ostrý (délka 56,85km)
- Na Pustevny a Radhošť (délka 54,35km)
- Nad přehradou Šance (délka 46,7km)
- Okolo Lysé hory (délka 40,1km)
- Po beskydských hřebenech (délka 54,2km)
- Travný a hřeben na Prašivou (délka 54,85km)
- Údolími Beskyd (délka 43,5km)

Příloha 4: Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle zemí v Moravskoslezském kraji v letech 2007 – 2009

stát \ rok	2007	2008	2009
Belgie	1 457	1238	1093
Bulharsko	984	848	715
Dánsko	1 259	936	699
Finsko	1 427	1 471	1 016
Francie	3 233	2 923	2 810
Chorvatsko	691	904	873
Irsko	459	333	390
Itálie	4 047	4 081	3 335
Německo	17 246	17 990	14 540
Nizozemsko	2 205	2 142	1 740
Norsko	487	530	859
Polsko	17 941	21 021	15 175
Rakousko	3 679	3 700	3 320
Rusko	10 404	17 437	10 245
Řecko	384	642	584
Slovensko	27 669	26 362	23 721
Spojené království	3 848	3 394	2 898
Španělsko	1 035	1 147	1 119
Švédsko	1 742	1 706	1 372
Švýcarsko	989	767	636
Kanada	555	411	635
USA	3 152	2 506	3 155
Mexiko	160	175	81
Čína	260	538	498
Japonsko	630	611	640
JAR	60	70	100
Austrálie	349	239	205

Zdroj: ČSÚ

Příloha 5: Počet hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie ubytovacího zařízení v turistickém regionu Severní Morava a Slezsko

rok	2006	2007	2008	2009
Celkem	841	847	848	802
Hotely*****	-	-	-	-
Hotely****	10	12	16	19
Hotely***	83	90	03	97
Hotely**	56	50	39	35
Hotely*	36	33	31	30
Hotely garní	4	7	7	7
Pensiony	232	243	241	231
Kempy	30	31	28	27
Chatové osady	23	25	25	24
Turistické ubytovny	131	125	130	113
Ostatní jinde neuvedená	236	231	238	219

Zdroj: ČSÚ

Příloha 6: Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v turistickém regionu Severní Morava a Slezsko

Rok / Měsíc		Severní Morava a Slezsko					
		Počet hostů	nerezidenti	rezidenti	Počet přenocování	nerezidenti	rezidenti
2005		957 570	159 532	798 038	3 607 312	480 824	3 126 488
2006		1 021 643	171 384	850 259	3 703 559	520 748	3 182 811
2007		1 040 145	178 832	861 313	3 575 867	487 171	3 088 696
2008		1 029 747	184 639	845 108	3 336 932	467 892	2 869 040
2009		931 736	149 883	781 853	3 146 068	372 997	2 773 071
2010	1	63 508	9 825	53 683	199 812	24 125	175 687
	2	70 538	8 854	61 654	252 055	25 382	226 673
	3	62 416	10 312	52 104	207 086	22 564	184 522

Zdroj: ČSÚ