

## OBSAH

<b>Úvod</b>	<b>7</b>
<b>1. 2. Znamky jednotlivých obcí patřících do regionu Těšínských Beskyd</b>	<b>10</b>
<b>Literární rešerše, analýza regionu</b>	<b>11</b>
<b>2. 1. Historie regionu</b>	<b>11</b>
<b>2. 2. Průmysl, služby, cestovní ruch</b>	<b>12</b>
<b>2. 3. Přehled vybraných kulturních, folklorních, sportovních akcí nebo akcí s náboženskou tradicí</b>	<b>16</b>
<b>2. 4. Event „zážitkový“ marketing</b>	<b>19</b>
<b>2. 4. 1. Přehled volno-časových aktivit či akcí s využitím zážitkového marketingu</b>	<b>20</b>
<b>2. 5. SWOT analýza – generování strategických alternativ</b>	<b>22</b>
<b>Analytická část</b>	<b>23</b>
<b>3. 1. SWOT analýzy vybraných ukazatelů</b>	<b>23</b>
<b>3. 1. 1. Ubytování</b>	<b>23</b>
<b>3. 1. 2. Vybavenost výletních a odpočinkových míst na horách</b>	<b>25</b>
<b>3. 2. Analýza vybraných statistických údajů</b>	<b>27</b>
<b>3. 2. 1. Roční doba a návštěvnost kraje</b>	<b>27</b>
<b>3. 2. 2. Cenová politika kraje</b>	<b>27</b>
<b>3. 2. 3. Pestrůst ubytovacích zařízení v okresech kraje</b>	<b>28</b>
<b>3. 2. 4. Závěr</b>	<b>29</b>
<b>3. 3. Analýza dotazníkového šetření</b>	<b>30</b>
<b>3. 3. 1. Výsledky jednotlivých otázek a jejich následná interpretace</b>	<b>30</b>
<b>3. 3. 2. Závěr dotazníkového šetření</b>	<b>35</b>
<b>Strategická část – produkt první</b>	<b>36</b>
<b>4. 1. Výběr nového produktu</b>	<b>36</b>
<b>4. 2. Co může nový projekt nabídnout</b>	<b>36</b>
<b>4. 3. Alokace produktu</b>	<b>37</b>
<b>4. 3. 1. Stručný popis stávající usedlosti</b>	<b>40</b>
<b>4. 4. Strategie propagace produktu</b>	<b>41</b>
<b>Strategická část – produkt druhý</b>	<b>42</b>
<b>5. 1. Výběr nového produktu</b>	<b>42</b>
<b>5. 2. Co může nový projekt nabídnout</b>	<b>42</b>
<b>5. 3. Alokace produktu</b>	<b>43</b>
<b>5. 4. Strategie propagace produktu</b>	<b>43</b>
<b>Závěr</b>	<b>45</b>

<b>Summary</b>	<b>47</b>
<b>Přehled použité literatury</b>	<b>48</b>
<b>Seznam obrázků</b>	<b>49</b>
<b>Seznam příloh a přílohy</b>	<b>50</b>

# ÚVOD



**Těšínské Beskydy svérázný a výjimečný region na česko – polsko – slovenském pomezí.**

**Darovat zážitek znamená darovat něco výjimečného, účast a vzpomínky.**

Region Těšínské Beskydy jsou turistickou destinací. Její působnost vymezuje regionální sdružení s názvem „Regionální rada rozvoje a spolupráce“ se sídlem v Třinci.

Region Těšínské Beskydy je územně tvořen mikroregiony: Sdružení obcí „Jablunkovsko“, „Povodí obcí Stonávky“, dále pak městem Český Těšín a Třinec. Hlavní propagaci zajišťují na tomto území především informační centra.

V roce 2006 byly realizovány tři projekty, které měly za úkol nastartovat a rozvíjet další fáze propagace turistické destinace Těšínské Beskydy. Jejich úspěšnost zde posuzována nebude.

Cílem práce je zejména stanovení strategie nových produktů cestovního ruchu, který bude přizpůsoben podmínkám daného regionu, jako jsou specifika v Moravskoslezském kraji. Znamená to zejména provést situační analýzu vybraných produktů v dané oblasti. Jejich přizpůsobení místním podmínkám.

Poznat a analyzovat historický vývoj, abnormality, specifika typické pro Těšínské Beskydy.

## 1. 2. Znaky jednotlivých obcí patřících do regionu Těšínských Beskyd



Bocanovice



Bukovec



Bystřice nad Olší



Český Těšín



Dolní Lomná



Horní Lomná



Hrádek



Hřava



Jablunkov



Košařiska



Milíkov



Mosty



Návsí



Nýdek



Písečná



Písek



Třinec



Vendryně

# LITERÁRNÍ REŠERŠE, ANALÝZA REGIONU

## 2. 1. Historie regionu

Poloha na trojmezí silně ovlivnila tradice obyvatel. České, polské a slovenské. Obyvatelstvo si zachovalo svůj dialekt, pestré folklorní zvyky, tradiční křesťanské a pohanské svátky i osobitou gastronomii. Původní zvyky a obyčeje se dnes odrážejí ve známých folklorních přehlídkách a festivalech, které se za léta své existence rozvinuly do mezinárodních rozměrů. Znovu ožívají tradice jarmarků, vyhánění ovcí a mnoho dalších.

Bohatou historii Těšínských Beskyd připomínají zachovalé památky. Chotěbuz – Podoboř a pradávne osídlení. „Immaculata“ na Mariánském náměstí v Jablunkově. „Šance“, Mostecká vojenská pevnost chránící území před vpádem Turků. Dřevěné kostelíky v Gutech, Nýdku, Bystřici, Hřčavě.

### Vybraná historická data<sup>1</sup>:

<b>1155</b>	První písemná zmínka o Těšíně.
<b>1290</b>	Povýšení Těšína na město, sídlo Piastovců (linie těšínská).
<b>1353</b>	Založení Bukovce lokátorem Petrem Grosem.
<b>1444</b>	První písemná zmínka o Třinci.
<b>1529</b>	Budují se opevnění na Šancích.
<b>1583</b>	Privilegium města Jablunkova potvrzené Kateřinou Sidonií (13.7.)
<b>1655</b>	Na jablunkovském rynku postavena socha svatě „Immaculaty“.
<b>1869</b>	Třinecká huť zřídila pro třinecké děti jednotřídní polsko německou utrakvistickou základní školu.
<b>1870</b>	Zahájen provoz košicko – bohumínské dráhy

---

<sup>1</sup> Stará, A.: *Historie Jablunkova*, Jablunkov: Město Jablunkov, 2000

**1920** Na základě rozhodnutí ze dne 28.7., „Nejvyšší spojenecké rady ve Spa“ byl vyřešen spor o rozdělení Těšínská (Těšínského Slezska). Před tímto datem bylo Třinecko na polské straně dohodnuté demarkační linie. Území severně od řeky Olše připadlo Polsku, jižní část s košicko - bohumínskou dráhou, uhelným revírem a třineckými hutěmi připadlo Československu.

**1931** Povýšení Třince na město

**1938** Mnichovskou konferencí bylo rozhodnuto o připojení české části Těšínského Slezska k Polsku.

**1939** Hitlerovým rozhodnutím bylo Těšínské Slezsko připojeno k Německé říši. Český Těšín a Cieszyn byly spojeny v jedno město.

**1945** 2., 3., 4., května. Osvobození Těšínského Slezska sovětskými vojsky. Byla ustanovena státní hranice stejným způsobem, jako rozhodnutím ze dne 28.7. „Nejvyšší spojenecké rady ve Spa“.

## **2. 2. Průmysl, služby, cestovní ruch**

Město Třinec je významným průmyslovým místem České republiky. Třinecké železářny patří k průmyslovým podnikům s nejdelsí tradicí hutní výroby v České republice. Byly založeny v roce 1839 Těšínskou komorou. Počátky hutní výroby jsou spojeny s výrobou surového železa v dřevouhelné vysoké peci. V současné době jsou Třinecké železářny moderním podnikem s uzavřeným hutním výrobním cyklem, jehož hlavní výrobní program tvoří dlouhé válcované výrobky.



**Obrázek 1 - Třinecké železářny v 19. stol. Pohlednice, autor neznámý**

Český Těšín se stal v osmdesátých letech známý zejména jako **středisko papírenského a polygrafického průmyslu**.



**Obrázek 2 - Těšínské muzeum. Fotografie Henrika Wawreczky, rok 2004**

Jablunkov leží na prastaré obchodní stezce. Ta vedla od Středozemního moře přes jižní Evropu k Jablunkovskému průsmyku, odtud k řece Odře a dále do Szczecina na Baltském pobřeží. Cestu využívali již kupci za doby starého Říma. Jako svědectví slouží velké množství nalezených mincí z tohoto období. Stezka byla také nazývána měděnou. Převážela se měděná ruda ze středozemských Thurzovsko-Fugerovských dolů až do Vratislavi. Veliký význam měla také obchodní cesta vedoucí přes Jablunkov do Haliče. Ležela směrem k městu Żywiec, pokračovala dále do Krakova. Jablunkov se stal místem odpočinku mnoha kupeckých karavan. Řada měšťanů tento fakt využila a začala se zabývat kupectvím. Jablunkov se stával stále známějším, což se odráželo v bohatosti trhu a jarmarků, na které se do Jablunkova scházelo obyvatelstvo z blízkého i dalekého okolí. Tím zároveň vznikaly příznivé podmínky pro rozvoj řemesel.

Za hlavní atraktivitu Těšínských Beskyd lze považovat vedle kvalitního přírodního prostředí považovat historické památky a kulturní akce folklorního, společenského i sportovního druhu. Předností tohoto regionu by se mohl stát vzrůstající zájem o trávení volného času v zachovalém přírodním prostředí v kombinaci s návštěvou historických památek, kulturních akcí.

Těšínské Beskydy mohou těžit ze své výhodné dopravní polohy. Křižovatka cest do tří zemí. Významnými komunikacemi jsou silnice I. třídy č. 11, č. 68, č. 48, které patří do evropské sítě dálkových silnic pod označením E 75 (č. 11), E 462 (č. 48, která navazuje na již vybudovaný úsek rychlostní komunikace R48).



Dále Těšínskými Beskydy procházejí silnice II. a III. třídy, které jsou velmi frekventované, tvoří základ dopravní sítě v regionu. Tyto komunikace dopravně spojují všechny obydlené lokality a přinášejí základní podmínky pro život a podnikání obyvatel v každé z obcí regionu. Lepší a rychlejší dostupnost a prostupnost regionem se zlepšuje stavbou rychlostní komunikace E 75. Tzv. přeložka od Mostů u Jablunkova okolo Jablunkova do Hrádku, jinak také obchvat města, který by měl významně ovlivnit kamionovou dopravu jež v současnosti proudí skrze samotné centrum města Jablunkova (náměstí) a dále pak skrze vybudované nové části města (70. – 80. léta 20. stol.). Dále pak vybudováním hraničních přechodů i pro pěší turisty v průběhu 90. let.. Vstupem do tzv. „Schengenského prostoru“ se prostupnost hranic ještě zvýší.

Železniční tratí, která prochází regionem Těšínských Beskyd, je trať číslo 320 (Bohumín – Český Těšín – Čadca). Jedná se o dvojkolejnou trať mezinárodního významu. Slouží jak pro mezinárodní rychlíkovou přepravu osob a nákladů, tak k dojíždění do zaměstnání či škol. V současnosti probíhají jednání o výstavbě tzv. koridoru, čímž by došlo k optimalizaci tratě a její rozšíření na tříkolejnou. Je rovněž významným turistickým dopravním spojením jak do regionu Těšínských Beskyd, tak na Slovensko, do Polska. Další tratí procházejí regionem je neelektrifikovaná trať č. 322 (Český Těšín – Střítež – Frýdek – Místek), která má však význam pouze regionální, avšak pro využití v cestovním ruchu je považována jako velmi významná.

Autobusová doprava (veřejná) je pro větší část obcí v regionu, v případech kdy obyvatelé využívají individuální automobilovou dopravu, jednou z možností dopravního spojení (pokud do této obslužnosti zahrneme i vlakovou dopravu) v regionu. Od 90. let došlo, stejně jako v na celém území České republiky (mimo velkých měst a jejich satelitů), k útlumu veřejné autobusové dopravy (zejména omezení počtu linek). U velké části obcí regionu bylo zachováno pouze základní autobusové spojení (pokud srovnáme se stavem před rokem 1991).

Většina spojů je soustředěna do ranních a odpoledních hodin a slouží pro dopravu lidí do zaměstnání, škol, k lékaři a zpět. Avšak autobusová doprava je díky směnnému provozu v Třineckých železárnách, ve srovnání s některými regiony v České republice na velmi vysoké úrovni. Přesto značná část obyvatel využívá vlastní automobilovou dopravu. O sobotách a nedělích je provoz omezen jen na několik opravdu málo spojů, většinou se jedná o spoje pro pracovníky pracující v již výše zmíněném výrobním podniku.

Těšínské Slezsko je obklopeno půvabnými horami Moravskoslezských a tzv. Slezskými Beskydy „Beskid Śląski i Żywiecki“ s vrcholy Javorový, Ostrý, Čantoryjí. Nadmořská výška se pohybuje okolo 1000m.n.m. Široká nabídka lyžařských areálů. Možná chvíli potrvá, než si vyberete. Na vrch Javorový vede z místní části Třince (Oldřichovice) sedačková lanová dráha s celoročním provozem na další vrcholy sjezdovek s kvalitními lyžařskými vleky. Na vrcholu Javorového je turistická chata s možností ubytování, lyžařský areál se sněhovými děly. Provozuje se zde také paragliding a létání na rogalech. Na většině vrcholů jsou turistické chaty s možností ubytování či noclehu. Další možností jsou „běžky“. Plejáda více než sta kilometrů pravidelně upravovaných a mnohdy i osvětlených běžeckých stop. V blízkém okolí měst jsou malebná údolí lákající pěší turisty, cyklisty na horských kolech, v zimě lyžaře na sjezdových i na běžeckých lyžích.

Pro milovníky přírody, jako průzkumníky vzácných druhů je flora zastoupena karpatskými typy se vzácnými druhy jako je lýkovec jedovatý (*Daphne mezereum*), lilie zlatohlávek (*Lilium martagon*), měsíčnice vytrvalá (*Lunaria rediviva*), udatna lesní (*Armikus silvatica*) a celá řada našich orchidejí jako např. ze vstavačů - vstavač bezový (*Orchis satybucina*). Mnohé druhy jsou jedovaté nebo mají léčivé účinky. Patří sem vraní oko čtyřlísté (*Paris quadrifolia*), kýchavice bílá Lobelova (*Veratrum album Lobelianum*), rulík zlomocný (*Atropa bella donna*). Lesy tvoří převážnou část Těšínských Beskyd. Jsou zastoupeny převážně smrkem, méně jedlí, místy modřínem a ojediněle borovicí. Listnaté stromy nejhojněji zastupuje buk, méně jasan, javor, jilm, ojediněle dub. Zvířecí říše je zastoupena dravci jako jsou káně lesní, včelojed lesní, krahujec obecný a luňák červený. Sovy jsou druhově zastoupeny puštíkem obecným, sycem rousným, kulíškem nejmenším a výrem velkým. Z lovné ptactvo zastupuje tetřev hlušec, jeřábek lesní, v nižších polohách bažant a ojediněle koroptev polní. Lesní zvěř je hojně zastoupena jelením a srnčím. Hojně je rozšířeno prase divoké a zajíc, kuna lesní a kuna skalní, liška a také se objevuje vydra. Poslední vlk byl střelen v Těšínských Beskydech roku 1914. Velmi řídké je na území Lomné (východní část Těšínských Beskyd) spatřen rys ostrovid, a medvěd hnědý. Ten se objevuje zejména v horní části Jablunkovského průsmyku, migrací z západních částí Velké Fatry a Západních Tater. Naposledy byl medvěd spatřen v Mostech u Jablunkova v 90. letech 20. století, jeho preparát je vystaven ve Slezském muzeu v Opavě.

Zvýšení atraktivity a povědomosti o regionu Těšínských Beskyd a vznik nových pracovních příležitostí v oblasti cestovního ruchu je jedním z faktorů v posílení cestovního ruchu a tomu příslušných služeb, což může být chápáno jako jeden z důležitých impulsů pro další rozvoj celého regionu.

Rozvoji cestovního ruchu v Těšínských Beskydech, jako turistické destinaci napomáhají výborné přírodní a přijatelné kulturní i historické předpoklady. Přírodní předpoklady nabízejí mnoho možností pro pěší turistiku, cykloturistiku a řadu dalších sportovních i odpočinkových aktivit spojených s pobytem v přírodě. Kulturní předpoklady pak nabízejí velké množství festivalů (i mezinárodních), sportovních akcí, folklórních záležitostí. Historické předpoklady se v regionu nezdají být jako primární zdroj cestovního ruchu. Jelikož historických pozůstatků není dostatek, jako v jiných regionech České republiky, je zapotřebí se více orientovat na ostatní předpoklady cestovního ruchu, které by se daly rozvíjet.

### 2. 3. Přehled vybraných kulturních, folklorních, sportovních akcí nebo akcí s náboženskou tradicí:<sup>2</sup>

<i>Název:</i>	<i>Stručný popis:</i>
<b>Bal Gorolski</b>	Tradiční gorolský bál.
<b>Běh na Kozubovou</b>	Český pohár v běhu do vrchu pod záštitou hejtmana Moravskoslezského kraje Ing. Evžena Tošenovského.
<b>Beskydská lyže</b>	Tradiční závod pro děti ZŠ regionu Jablunkovska v běžeckém a sjezdovém lyžování.
<b>Beskydský duatlon</b>	Mezinárodního závod v běhu a cyklistice. (běh - 7km, cyklistika - 30km, běh 3km). Akce je určena široké veřejnosti (7 kategorií).
<b>Cyklistický výlet k pramenům Olzy</b>	Jedná se o mezinárodní vícegenerační cyklistický výlet Jablunkov - Ganczorka (PL) a zpět. Cílem trasy je úpatí hory Ganczorka v Polsku. Následuje pěší výstup k pramenům Olzy
<b>Cyrlometodějská pouť</b>	Tradiční hrčavská pouť s velkou návštěvností veřejnosti, každoročně konaná ve svátek Cyrila a Metoděje s obřady v místním dřevěném kostelíku

<sup>2</sup> Zdroj: Internetové stránky: <http://info.tesin.cz/?nomn=1>, <http://www.tesinske-beskydy.cz/index.php?d=10&sek=zar&idk=15>

<b>Festival na Pomezí</b>	Tradiční mezinárodní folk - country festival s účastí mnoha hvězd tohoto hudebního žánru.
<b>Festyn na Filipce</b>	Tradiční letní zábava v krásné horské přírodě s živou dechovou hudbou a bohatým domácím občerstvením.
<b>Gírman a Jadwiga</b>	Lze v sedle bicyklu opravdu vyjet až na vrch Gírovou 840m.n.m.? Soutěžní odpoledne pro širokou sportovní i nesportovní veřejnost, pořádané na chatě Gírová 800m.n.m.
<b>Gorolski Święto</b>	Mezinárodní přehlídka folklórních souborů z České republiky, Slovenska, Polska, aj.
<b>Hornolomňanská pout'</b>	Křesťanská pout'
<b>Jablunkovský TRILOBEAT</b>	Festival rockové a současné populární hudby.
<b>Léto s Blafem na Kamenitém</b>	Po roce skupina Blaf opět na vrchu Kamenitém. Plus ochutnávka vín z Lechovic.
<b>Mánesovou stezskou</b>	Turistický a cykloturistický přechod (přejezd) Beskydami s trasami 12 - 52km pro pěší; 25, 45, 65km pro cyklisty u příležitosti konání Slezských dnů v Dolní Lomné.
<b>Mezinárodní divadelní festival „BEZ HRANIC“</b>	Festival jako most sbližující národy dvou sousedních zemí vznikl v roce 1990, jako společná akce Polsko-Česko-Slovenské Solidarności a tehdejšího občanského fóra v Českém Těšíně.
<b>MIYSZANI ŁOWIEC</b>	Ukázka vyhánění ovcí na salaš spojená s přehlídkou tradičních a unikátních lidových hudebních nástrojů spojená s „Koszarzyszczańskim Jarmarkym“ na Košařiskách. Ukázka lidových řemesel a rukodělných prací spojená s možností vlastnoručního vyzkoušení a zakoupení hotových výrobků. Nechybí výroba ovčího syra s ochutnávkou, možnost vyzkoušení stříhání a dojení ovcí a zajímavé soutěže - např. „Ło najlepszigo łowczorza“, „Ło miodulym jak brzítwym“, „Ło kapuśnik jak brusek“.
<b>Pivní slavnosti Nýdek BIERFEST 2007</b>	Letní slavnost s hudebním programem a ochutnávkou různých druhů piva a místních specialit.
<b>Pout' sv. Anny</b>	Tradiční pout' s možností přístupu na rozhlednu kaple sv. Anny na vrchu Koubové.
<b>Pout' sv. Hedviky</b>	Tradiční pout' v obci u příležitosti svátku sv. Hedviky, patronky místního kostela ukončená populární zábavou „Jadwigovkou“.

<b>Slavnostní otevření lávky na Trojmezí</b>	Setkání příznivců turistiky na společném bodě ČR - SR - PL. Vystoupení folklorních souborů z obcí Čierné, Istebna a Hrčava.
<b>Slezské dny</b>	Mezinárodní přehlídka folklorních souborů z České republiky, Slovenska a Evropy.
<b>Stavění máje na Trojmezí</b>	Tradiční setkání před 1. květnem, na Trojmezí s hudebním programem.
<b>Svátek tří bratří</b>	Svátek tří bratří představuje lidové slavnosti, konající se na náměstích a určené pro širokou veřejnost, folklorní programy, přehlídky dechových orchestrů a programy křesťanských církví, ale také literární, historické soutěže a výstavy v obou částech Českého Těšína a polského Czeszyna.
<b>Těšínský Jazzový festival</b>	Tradiční jazzový festival, který je pořádán v Českém Těšíně již od roku 1973.
<b>Zjazd gwiazdzisty</b>	Tradiční závody ve sjezdovém a běžeckém lyžování pro děti ze ZŠ s polským jazykem vyučovacím.

## 2. 4. Event „zážitkový“ marketing<sup>3</sup>

Někdo kdysi prohlásil, že event marketing je jako svatba. Jelikož se jedná o méně známou formu marketingové komunikace je nutné položit si otázky ke třem základním hypotézám:

### **Deskriptivní**

Jakým způsobem fungují společnosti zabývající se event marketingem v dané oblasti, jsou jejich zaměstnanci proškoleni, či neví vůbec na jakém principu je event marketing založen a vůbec jej nevyužívají? Jsou opravdu klienti těchto společností tak specifictí a vyžadují takové jednání, které vyžaduje schopnosti dané emocemi v marketingové komunikaci?

### **Vysvětlovací**

Jakým způsobem mohou společnosti zabývající se tímto typem marketingové komunikace, zaujmout větší podíl na trhu (i lokálním), jak budou na změnu komunikace nahlížet jejich, i potencionální klienti. Proč využívat tuto metodu komunikačního mixu firmy a nepoužívat osvědčených „starých“ nástrojů mixu?

### **Prediktivní**

Po změně komunikace s klienty, jak se tedy změní jejich postoj ke společnosti? Budou se v návaznosti na změnu komunikace a stanovení nové strategie event marketingu zvyšovat ekonomické ukazatele společnosti, bude tento nárůst okamžitý nebo zde bude určité přechodné období. V případě, že nastane, jak bude dlouhé, kolik finančních prostředků, lidských a materiálových zdrojů to bude danou společností stát. Jaká bude předpokládaná návratnost do nové strategie?

---

<sup>3</sup> Zdroj: Šindler, P.: Event marketing: Jak využít emoce v marketingové komunikaci. Praha: Grada Publishing, 2003, strana 23 - 41

## 2. 4. 1. Přehled volno-časových aktivit či akcí s využitím zážitkového marketingu



Zkuste Těšínské Beskydy na kole



Ráj pro horská kola



Dřevěná krása



Nenuď(ť)te se, aktivní zábava pro celou rodinu



Prales Mionší



Slunce vychází nad Trojmezím



Já se těším, ty se těšíš, sejdem se v Těšíně



Kdybych se narodil před sto lety...



Archeopark - život našich předků



Eldorado sjezdového lyžování pro celou rodinu



Těšínské Beskydy v bílé stopě



Ráj pro turisty, aneb Putování z chaty na chatu



Putování za poznáním



Voda a wellness



Mňamky naší mamky



Barvitý folklór v Těšínských Beskydech



Místo kontrastů Třinec – Historie hutnictví



Zveme Vás na golf



Těšínské Beskydy z koňského hřbetu

Zdroj: internetové stránky: <http://www.tesinske-eskydy.cz/index.php?sek=tn>



## 2. 5. SWOT analýza – generování strategických alternativ

Generování strategických alternativ nebo také jinak řečeno navrhování či vytváření postupů řešení vzniklých problémů. Samotné generování alternativ má tyto fáze:

a) určení rámce problému. Vlastní potřeba změny dosavadní strategie je stanovena jistou pocitovou potřebou tzn. pocitem, že organizace má před sebou potenciální problém, SIP (strategický inflexční bod) případně nějakou příležitost. Z tohoto důvodu je nutné definovat rámec problému tj. získat potřebné informace o problému samotném, o jeho příčinách a dále také posoudit jeho závažnost a stanovit nutnost hledání nových alternativ řešení.

b) generování souboru alternativ. Při vlastním procesu volby strategie je nutné, aby management navrhnul několik alternativ těchto strategií. Při generování souboru alternativ má vedení podniků obavy s tzv. paralýzy analýzou. To znamená, že vedení musí najít kompromis mezi dobou analyzování problémů a nezbytností jejich rychlého řešení. Příliš urychlené řešení problému však může vést k automatickému přijímání jednoho jediného problémového kontextu a v samém konci tak znemožňuje vytváření takových alternativ, které by vedly k originálním strategiím. Velikost a různorodost souboru alternativ závisí na problému a jeho složitosti.

c) zúžení souboru alternativ. Soubor alternativ bývá obvykle co do počtu značně rozsáhlý. Proto není možné a ani účelné dále rozpracovávat všechny navržené alternativy. Přistupujeme ke zúžení původního souboru alternativ s využitím klíčových kritérií, která vycházejí s omezení určenými velikostí disponibilních zdrojů nebo s obecně stanovených cílů.

# ANALYTICKÁ ČÁST

## 3. 1. SWOT analýzy vybraných ukazatelů

### 3. 1. 1. Ubytování

#### a) Hodnocení stránek

##### Silné stránky

1. Zachovalé přírodní podmínky
2. Dobrá dopravní infrastruktura
3. Dobrá dostupnost regionu
4. Cena za ubytování je nižší oproti celorepublikovému průměru

##### Slabé stránky

1. Nedostačující kapacity příslušných hotelových kategorií
2. Nedostačující reklamní kampaň, či propagace v ostatních regionech České republiky a Evropy
3. Nízká povědomost o regionu
4. Nedostačující kvalifikace některých manažerských funkcí i liniových pracovníků v oboru cestovního ruchu

##### Příležitosti

1. Možnost oslovit potenciální nové klienty pomocí bannerů na internetových stránkách
2. Zlepšit vybavení ubytovacích zařízení, vylepšení jejich úrovně
3. Vylepšit zázemí jednotlivých ubytovacích zařízení, spolupráce mezi jednotlivými subjekty a vzájemné doplňování se
4. Jazyková vybavenost jednotlivých pracovníků v ubytovacích zařízeních

##### Ohrožení

1. Klimatické změny

2. Nedostatečné a pomalé reagování jednotlivých subjektů na potřeby klientů
3. Vylidňování venkova a odliv nových pracovníků do jiných regionů, nedostatek kvalitních pracovníků

## **b) Možnosti řešení**

### **1. Hledání**

- Jak již bylo řečeno v SO strategii, je zapotřebí pomocí plošné kampaně pozvednout povědomost o regionu na tu míru, aby se slabá stránka stala využitou příležitostí. Vylepšením vybavenosti jednotlivých subjektů ubytovacích služeb, je zde možnost zaměřit se nejen na kategorii mladých obyvatel do 25 let věku, ale také na již produktivní část obyvatelstva, které má rádo komfort po práci a ve volném čase. Dále pak jejich spolupráce mezi sebou může taktéž omezit dopad slabých stránek tím, že kvalitní pracovníci mohou být využíváni mezi jednotlivými subjekty a to v případě, že daný liniový pracovník není pracovně využit.

### **2. Využití**

- Na základě zjištění možnosti trávit dovolenou v přírodním prostředí, které se značně od roku 1989 zlepšilo. Může být pomocí různých propagačních akcí plošného typu využita příležitost se dostat do podvědomí obyvatel ostatních regionů či států. Jejich postupným zvyšováním úrovně poskytovaných služeb a přiměřenou cenou může být dosaženo myšleného cíle.

### **3. Vyhýbání**

- Bohužel klimatické změny lokálně ovlivnit nelze. Je zde možnost však ovlivnit další ohrožující prvky, jako je reakce na potřeby klientů a to zejména vytvářením různých analýz, možností dalšího vzdělávání pracovníků v ČR, tak aby nedocházelo k odlivu do jiných regionů.

### **4. Konfrontace**

- Odvrátit hrozbu lze držením odpovídajících cen v regionu (cen, které odpovídají kvalitě služeb). Udržováním dobré dopravní infrastruktury a zejména

udržováním přírodního dědictví v takovém stavu, aby bylo tzv. konkurence schopné s jinými regiony. Tím že zde bude pak v návaznosti na předchozí i dostatek klientů, využívajících těchto služeb, nebude v budoucnu docházet k odlivu pracovníků a obyvatel z oblasti do jiného regionu.

### **3. 1. 2. Vybavenost výletních a odpočinkových míst na horách**

#### **a) Hodnocení stránek**

##### **Silné stránky**

1. Velký výběr míst
2. Dobré grafické značení cest KČT
3. Na většině vrchů jsou umístěny zařízení hostinského typu
4. Dobrá dopravní dostupnost

##### **Slabé stránky**

1. Vandalství
2. Vybavenost zařízení
3. Funkčnost zařízení

##### **Příležitosti**

1. Stále větší obliba sportovních aktivit jako odpočinku
2. Vybavení zařízení - rozšíření služeb
3. Větší specifikace jednotlivých zařízení
4. Lepší propagace jednotlivých zařízení a celku

##### **Ohrožení**

1. Klimatické změny a rozmary počasí
2. Možnost sportovat v jiných zařízeních a oblastech
3. Větší požadavky klientů, jejich větší náročnost a specifikace na určitou oblast

## **b) Možnosti řešení**

### **1. Hledání**

- Rozšířením služeb můžeme krátkodobě překonat funkčnost nebo nedostatečné vybavení zařízení, je však do budoucna potřeba zajistit lepší vybavenost a zajistit funkčnost zařízení. Tím že také bude lépe propagován region, bude dozajista také stoupat počet klientů, kteří budou daný region navštěvovat. Také určitou specifikací na jeden nebo menší množství aktivit mohou být atraktivněna rozmanitá zařízení.

### **2. Využití**

- V propagaci regionu jako celku se mohou podílet takové údaje, jako velmi dobrá dopravní dostupnost regionu i v regionu samotném. Dále pak rozmanitost míst, která mohou návštěvníci navštívit a jejich dobré značení. Ať už se jedná o grafické značení turistických cest, tak také značení jednotlivých zařízení.

### **3. Vyhýbání**

- Tím že se budeme snažit o lepší vybavenost a funkčnost zařízení jednotlivých míst dojde také k určitému posunu v rámci plnění přání více náročných klientů. Dojde také k výraznému posunu ve spokojenosti klientů. Je také zapotřebí uzpůsobit region tak aby poskytoval různou škálu aktivit. Ne všechny, ale různorodostí se dá pokrýt větší množství přání jednotlivých klientů.

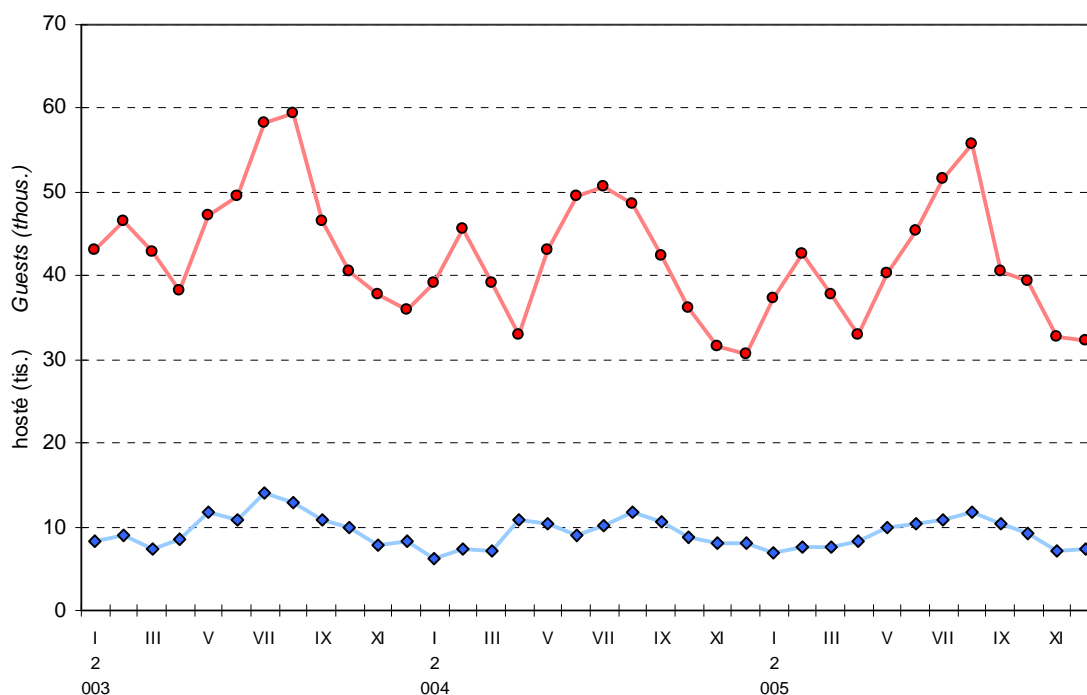
### **4. Konfrontace**

- Dobrou dopravní dostupností jak do regionu tak i v regionu se dá předejít určitým formám ohrožení ze strany jiných regionů blíže k bydlišti klienta, avšak s horší dopravní dostupností. Bohužel žádná silná stránka nemůže ovlivnit klimatické změny a rozmary počasí. Je však známo, že poloha regionu může být chápána jako silná stránka.

## 3. 2. Analýza vybraných statistických údajů

### 3. 2. 1. Roční doba a návštěvnost kraje

Červeně jsou zaznačeni residenty, modře pak neresidenti. Jak lze vidět na předchozím grafu návštěvnosti kraje v ubytovacích zařízeních, lze konstatovat, že nejoblíbenější dobou návštěvníků jsou období měsíce červen až srpen, dále pak leden až březen. Tyto informace mohou být ovlivněny i jinými faktory, těmi největšími je pak fakt, že kraj je specializován spíše na sportovní aktivity. Jak zimní, kdy je zde dostatek areálů, tak letních. Možnost využívat spoustu turistických tras, také velký výběr z rekreačních středisek, kde je možné trávit jak letní období, tak období zimní. Dalším tvrzením o horší propagaci celého kraje, či jejích částí slouží fakt, že největší podíl návštěvníků, tvoří sami obyvatelé kraje. Jedná se tedy o dostačující podmínky pro rezidenty kraje.



Obrázek 3 - Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních Moravskoslezského kraje v letech 2003 - 2005<sup>4</sup>

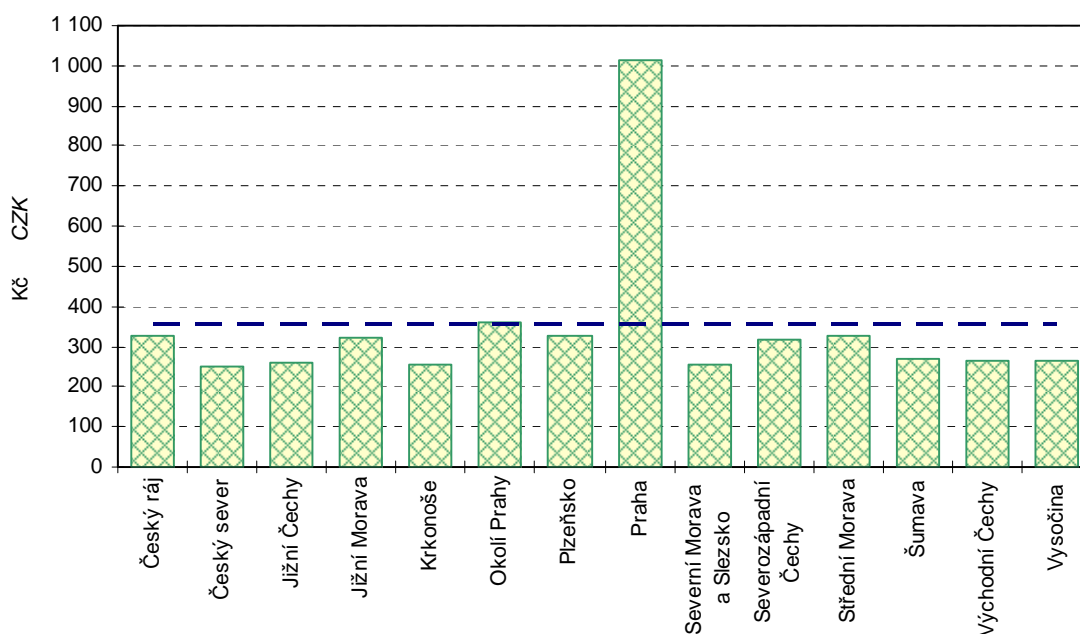
### 3. 2. 2. Cenová politika kraje

Jak je jistě známo nejdražší oblasti České republiky jsou Praha a její okolí, dále pak příhraniční oblast s Spolkovou republikou německo. Kraj Moravskoslezský je pak

<sup>4</sup> Zdroj:

[http://www.czso.cz/xt/edicniplan.nsf/973ba1931bf7dedbc1256c6b00305e13/fd41f1d3ef51fbc2c12572440041f882/\\$FILE/g08\\_02.xls](http://www.czso.cz/xt/edicniplan.nsf/973ba1931bf7dedbc1256c6b00305e13/fd41f1d3ef51fbc2c12572440041f882/$FILE/g08_02.xls)

na stejné cenové hladině jako Krkonoše a dokonce pod průměrnou cenovou hladinou Jižních Čech. Cenová politiky může být ovlivněna i jinými faktory, jako jsou větší nezaměstnanost úzká specializace kraje na výrobní a hutní průmysl než služby. Může to být ale také konkurenční výhodou oproti jiným regionům, když je vždy nejlepší aby cena odpovídala nabízeným a poskytovaným službám. Je také velmi dobře známo, že špatně kalkulovaná cena může odradit klienta i v případě, že je moc nízká či naopak moc vysoká. Cena za jednotku ubytování by v tomto případě se měla pohybovat kolem průměru v daném oboru a oblasti. Jakákoliv velká odchylka znamená možnost ohrožení. Možnost akčních slev se nevylučuje, ale platí více z střednědobého či dlouhodobého hlediska. Jak bylo ale již předesláno v minulé otázce, tím že většinou jsou návštěvníci kraje sami její residenty, pak i cenová politika se řídí platovými podmínkami kraje.



Obrázek 4 - Průměrná cena za ubytování podle turistických regionů v roce 2005<sup>5</sup>

### 3. 2. 3. Pestrost ubytovacích zařízení v okresech kraje

Okres Frýdek – Místek, kam region Těšínských Beskyd spadá, je jedním z nejvíce vybavených okresů kraje. Je velmi pozoruhodné, že největší podíl tvoří ostatní zařízení. Co si pod tímto pojmem představit. Většinou se jedná o ubytování v soukromí nebo o již dobře známá rekreační střediska, patřící v minulém režimu výrobním

<sup>5</sup> Zdroj:

[http://www.czso.cz/xt/edicniplan.nsf/973ba1931bf7dedbc1256c6b00305e13/f805649d7f62f3efc12572440041f7c5/\\$FILE/g08\\_01.xls](http://www.czso.cz/xt/edicniplan.nsf/973ba1931bf7dedbc1256c6b00305e13/f805649d7f62f3efc12572440041f7c5/$FILE/g08_01.xls)

podnikům, dnes již v soukromých rukách. Dále pak je zde velká pestrost penzionů, které jsou zahrnuty do kategorie hromadných ubytovacích zařízení, kterých je dokonce více než samotných tzv. rekreačních středisek. Bohužel co v okrese chybí je možnost ubytování v hotelu vyšší kategorie a které mimo jednoho nejsou žádné. Většinou pro hosty kongresového cestovního ruchu je zapotřebí mít tato zařízení, ale také se předpokládá větších prostor pro konání jak konferencí tak i seminářů pro další vzdělávání pracovníků jednotlivých společností.

Kraj, okresy <i>Region, districts</i>	Hromadná ubytovací zařízení celkem <i>Collective accommodation establishments, total</i>	v tom							
		hotely a podobná zařízení celkem <i>Hotels and similar establishments, total</i>	v tom			ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem <i>Other collective accommodation establishments, total</i>	v tom		
			hotely ***** <i>Hotels *****</i>	hotely **** <i>Hotels ****</i>	ostatní hotely a penziony <i>Other hotels and boarding houses</i>		kempy <i>Tourist campsites</i>	chatové osady a turistické ubytovny <i>Holiday dwellings and hostels for tourists</i>	ostatní zařízení jinde nespecifikovaná <i>Other establishments n.e.s.</i>
<b>Moravskoslezský kraj</b>	<b>470</b>	<b>247</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>239</b>	<b>223</b>	<b>14</b>	<b>80</b>	<b>129</b>
Bruntál	147	79	-	1	78	68	1	31	36
<b>Frýdek-Místek</b>	<b>164</b>	<b>65</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>64</b>	<b>99</b>	<b>9</b>	<b>32</b>	<b>58</b>
Karviná	24	17	-	-	17	7	-	1	6
Nový Jičín	57	33	-	1	32	24	1	10	13
Opava	45	25	1	-	24	20	3	5	12
Ostrava-město	33	28	-	4	24	5	-	1	4

**Obrázek 5 - Hromadná ubytovací zařízení cestovního ruchu podle kategorie a okresů k 31. 12. 2005<sup>6</sup>**

### 3. 2. 4. Závěr

Největším zdrojem financí v cestovním ruchu v kraji znamenají příjmy samotných residentů a to nejvíce v měsících, kdy jsou školní prázdniny nebo v období zimním, kdy se využívají střediska zimních sportů. Cenová politika ubytovacích zařízení kraje se pohybuje pod celorepublikovým průměrem, jsou zde však zahrnuty platové možnosti residentů kraje. Je zde také velké množství rekreačních zařízení, která jsou spojena s sportovními aktivitami. Chybí zde možnost ubytování v hotelových zařízeních vyšších kategorií s čímž je také spojen i kongresový cestovní ruch a možnost firemních seminářů a školení.

<sup>6</sup> Zdroj: [http://www.czso.cz/xt/edicniplan.nsf/t/3E004997B6/\\$File/81010810.xls](http://www.czso.cz/xt/edicniplan.nsf/t/3E004997B6/$File/81010810.xls)



### 3. 3. Analýza dotazníkového šetření

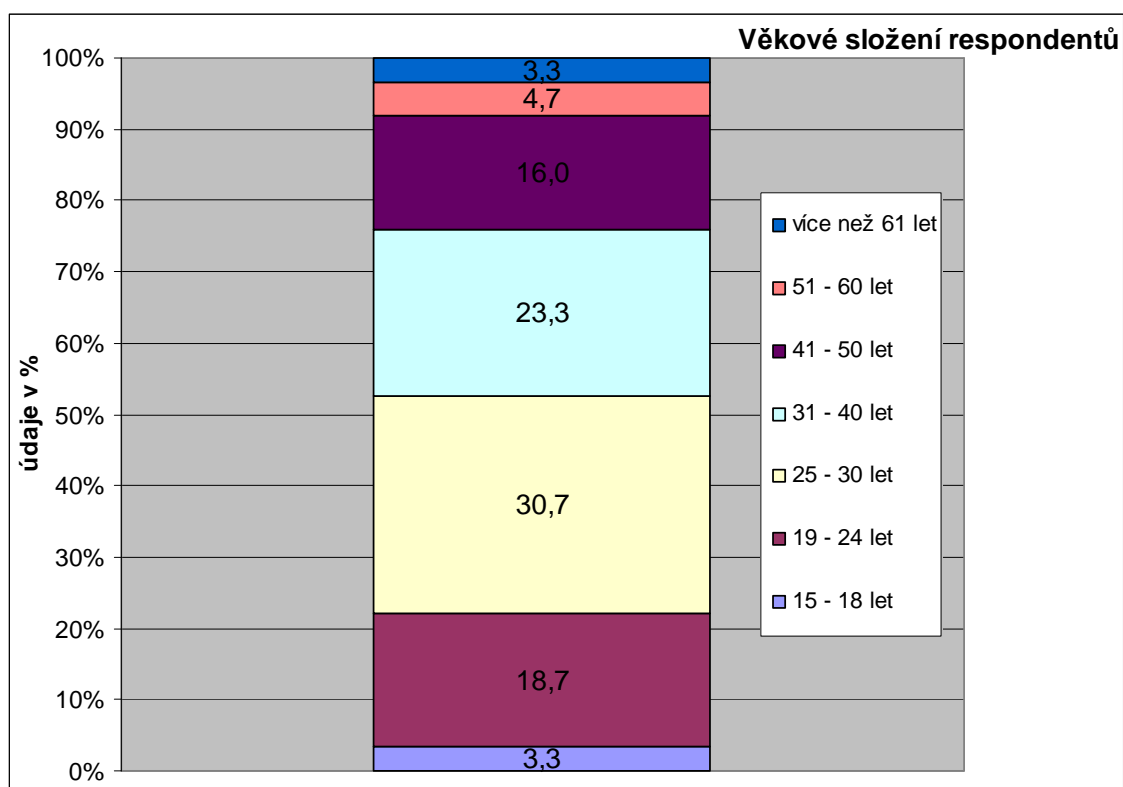
Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit všeobecné povědomí o regionu Těšínských Beskyd.

Šetření probíhalo formou přímého dotazování po celé České republice v období leden až duben 2007.

Jak je známo dotazníkové šetření většinou nemá dobrou návratnost, potvrdila se tato skutečnost i v případě tohoto šetření.

Z celkového počtu 500 ks rozeslaných dotazníků, bylo zpět zasláno vyplněných 150 dotazníků. Návratnost činí 30%.

#### 3. 3. 1. Výsledky jednotlivých otázek a jejich následná interpretace

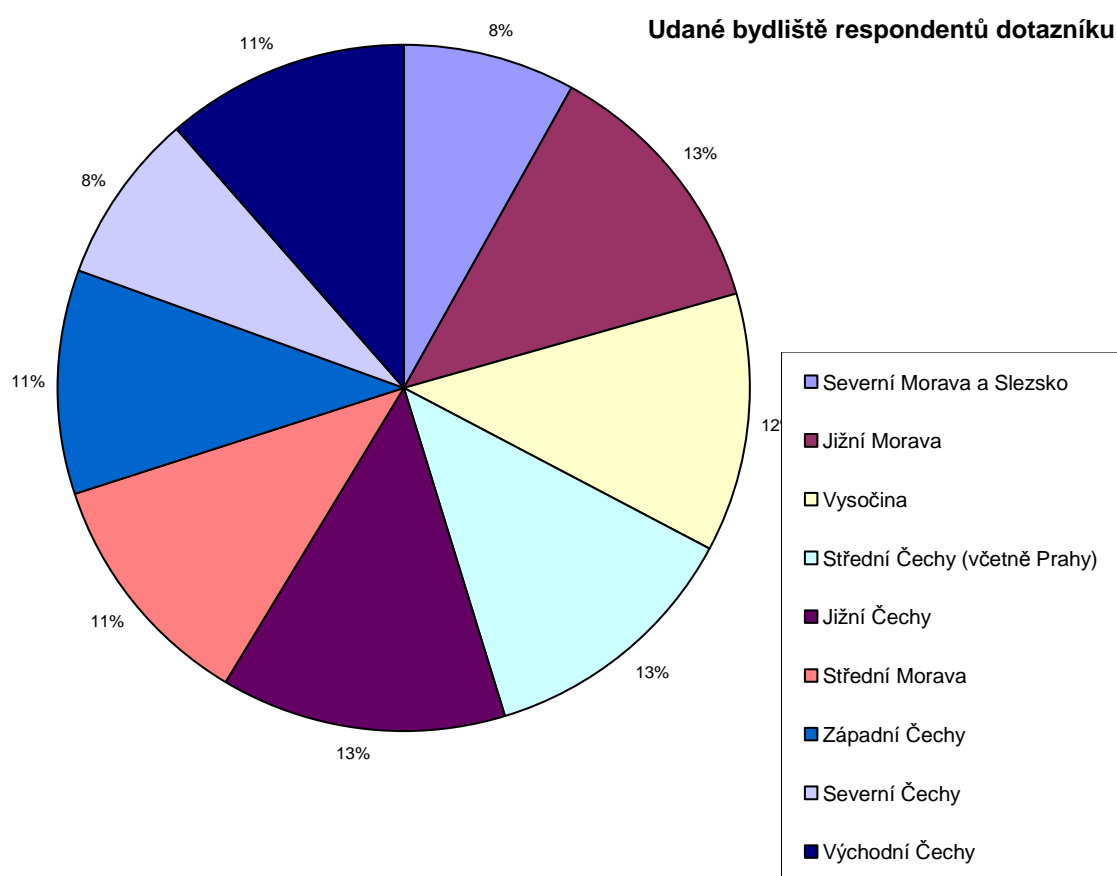


Obrázek 6 - Věkové složení respondentů<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Jak je viditelné na grafu, nejpočetnější skupinou respondentů je věková skupina od 25 do 30 let. Celkem 30,7% respondentů. Jsou to především respondenti, u kterých je předpoklad, že jsou již ekonomicky samostatní, jsou většinou „singles“. Což ukázala i otázka o počtu členů domácnosti, kde 1 člen domácnosti tvořil celkem 48% odpovědí respondentů. Mají zájem o cestování, dobrodružství i v rámci svých zaměstnání.

Další ryze statistický ukazatel je udané bydliště respondentů. Mojí snahou bylo, co nejvíce rovnoměrně pokrýt všechny oblasti České republiky. Pouze pro porovnání viz následující graf.



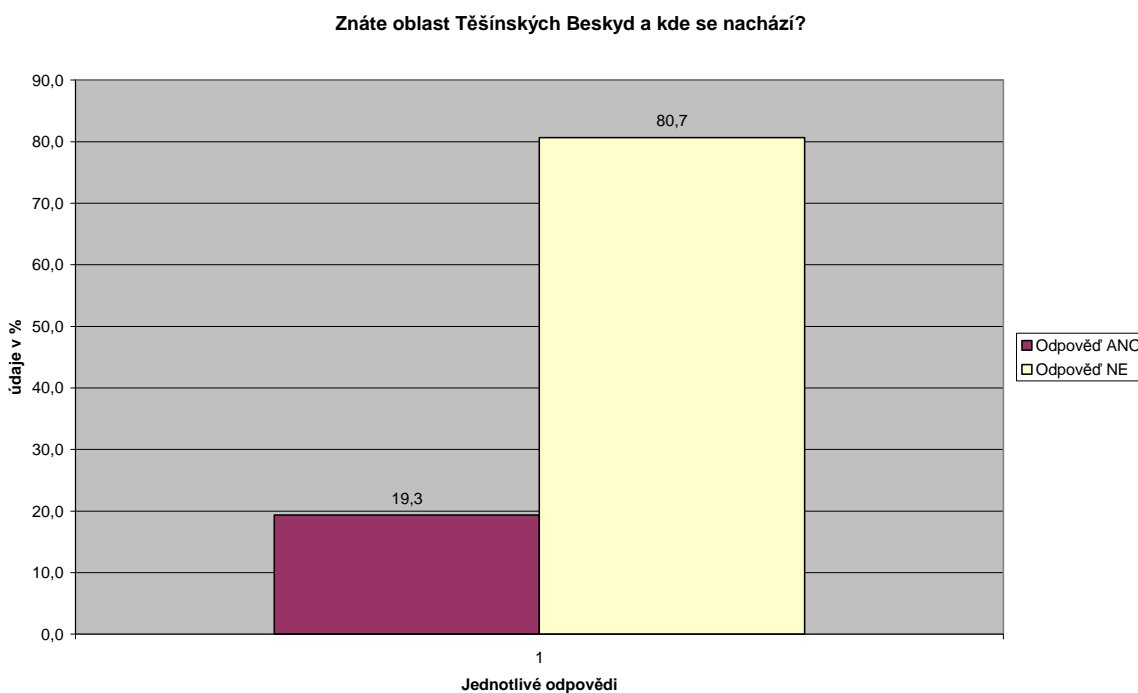
**Obrázek 7 - Bydliště repondentů<sup>8</sup>**

Jak bylo již řečeno, cílem dotazování bylo všeobecné povědomí a znalost oblasti Těšínských Beskyd. Jak je vidět na následujícím grafu, základní znalost geografických území a měst není nijak valná. Celkem pouhých 19,3% respondentů mělo představu, kde daná oblast leží. Jako nejčastější odpovědi na otázku: „V případě odpovědi ano,

<sup>8</sup> Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

prosím stručně uveďte zeměpisnou polohu“, byly tyto odpovědi, seřazeny sestupně dle četnosti výskytu.

Severní Morava  
 Jablunkovsko  
 Třinecko  
 pomezí Slovenské a České republiky



**Obrázek 8 - Otázka č.1, poloha oblastí<sup>9</sup>**

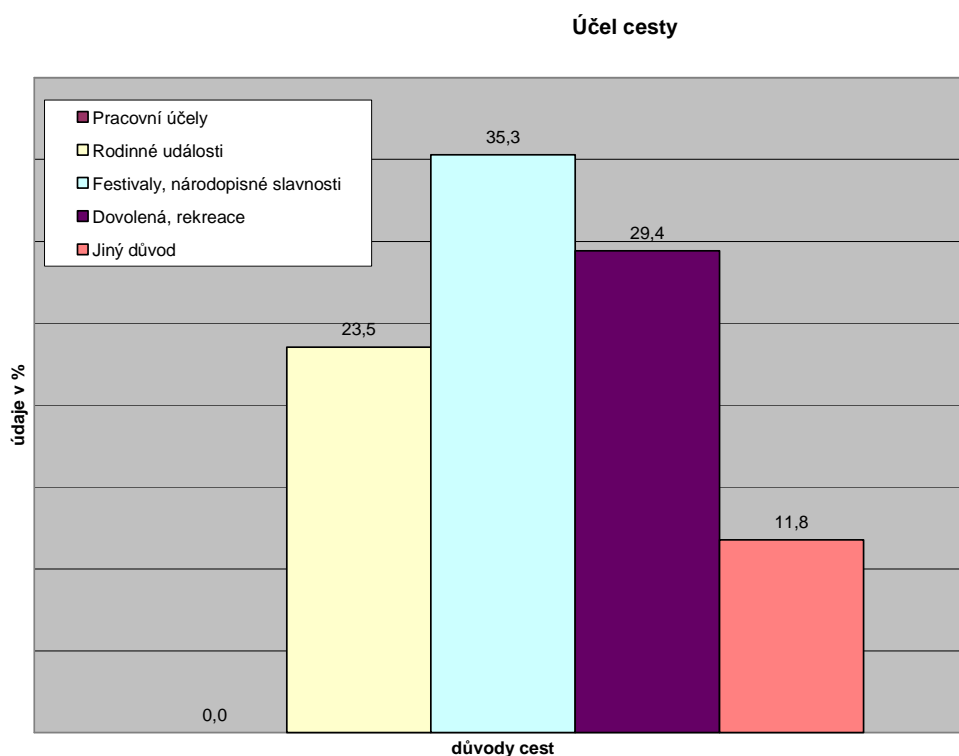
Jak uvozuje první otázka, druhou otázkou kladenou respondentům byla, „Navštívil jste někdy nějaké místo z této oblasti?“, v této otázce tazající se na návštěvu dané oblasti odpovědělo 17 respondentů, celkem tedy 11,3% kladných odpovědí. Z návaznosti na předchozí otázku, tedy vyplývá, že 59% respondentů, kteří odpověděli na první otázku kladně a vypsali stručnou polohu, také tuto oblast navštívili. Jako nejčastější odpovědi na otázku: „Která místa jste navštívil/ la, prosím uveďte“, byly tyto odpovědi, seřazeny sestupně dle četnosti výskytu.

Horní Lomná  
 Prales Mionší  
 Jablunkov  
 Český Těšín  
 Třinec

<sup>9</sup> Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Mosty u Jablunkova  
Čantoryje  
Velký Polom  
Grůň

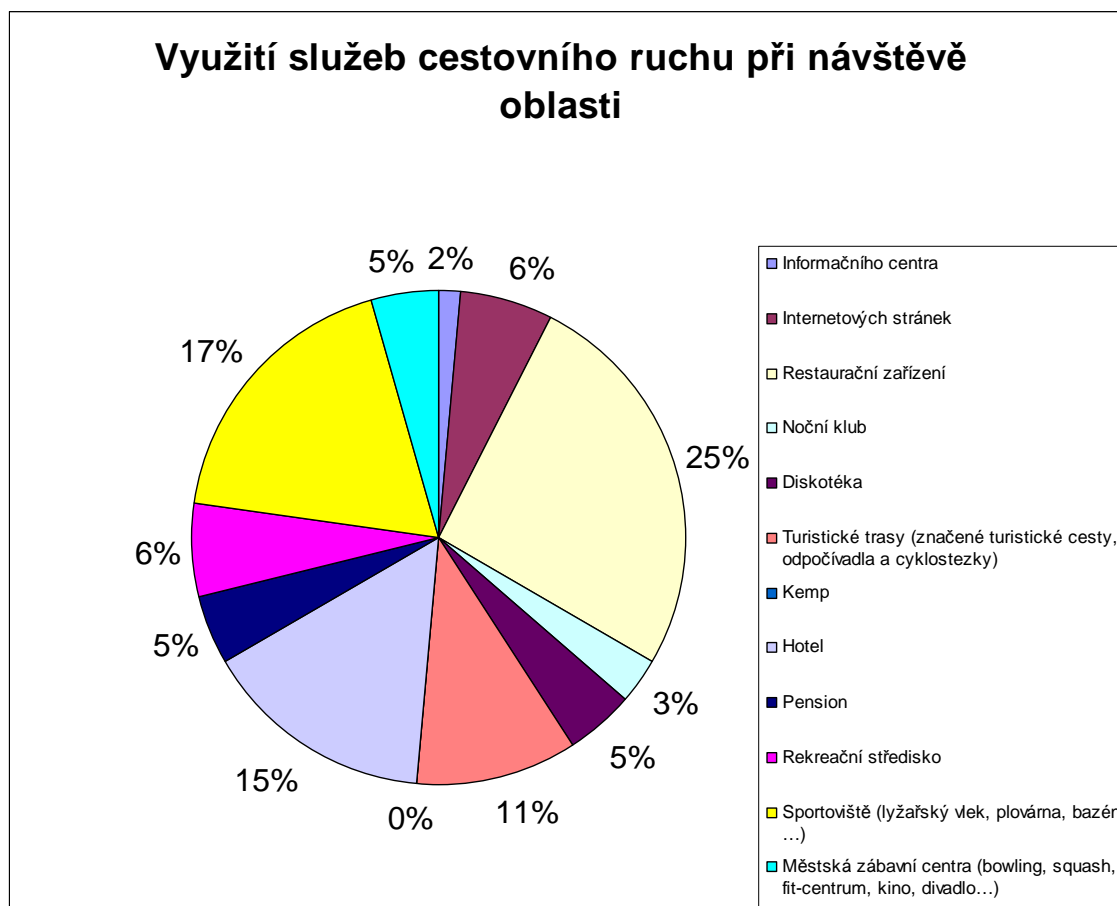
Z odpovědi na další otázku, „Za jakým účelem jste tuto uváděnou oblast navštívil?“, v případě těch respondentů, kteří na předchozí otázku odpověděli záporně, tuto otázku nezodpověděli. Budeme se tedy zabývat těmi 11,3% respondentů, kteří oblast navštívili. Největším procentem zde byla zastoupena kategorie festivalů a národopisných slavností či jiných kulturních akcí. Celkem tedy 35,3% respondentů. Zajímavostí je, že žádný z respondentů nenavštívil oblast z pracovních důvodů, přestože je zde silně rozvinut hutní průmysl. Další kategorií, zastoupenou vysokým procentem (29,4% respondentů), je dovolená či rekreace. Jak je známo, chalupářství a chatařství, je jedním z největších koníčků obyvatel, bývalé politické éry. I v této oblasti je několik rekreačních oblastí a zároveň velká spousta chatařských a chalupářských oblastí obyvatel okolí větších měst, jako Karviná, Havířov, ale i Český Těšín, Třinec. Nesmíme zapomínat na Ostravu, která je spíše zastoupena okrajově.



Obrázek 9 – Otázka č.4, účely cest<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Dalším velmi cenným zjištěním je, u respondentů, kteří oblast navštívili, doby po jakou v oblasti trávili svůj volný čas. Převládá zde velmi krátká návštěva oblasti. Může to také znamenat přejezd do vzdálenější destinace s přestávkou v dané oblasti. Je to pouhá spekulace, avšak jedna z možných variant. Další variantou, velmi oblíbenou, je sběr lesních plodin. Zejména u starší generace. Pak jsou zde respondenti, kteří zde trávili cca 1 týden. Žádný z respondentů netrval v oblasti dobu delší 6 ti dnů. Rozdělení návštěv do ročních období, zde je největší zastoupení zimy a jara, což svědčí o oblíbenosti oblasti jako sportovní destinace, zejména pak zimních radovánek. Celkem tedy shodně jaro a zima po 29,4% respondentech. Méně už pak je zde zastoupeno léto, které je v těsném závěsu za předchozími s 23,5% respondentů a podzim, který je dle odpovědí respondentů nejméně oblíben a to s 17,6% respondentů. Dostatek rekreačních středisek a možností k letním pobytům vypovídá o téměř stejné oblíbenosti tohoto období, nejen díky dětských školním prázdninám. Což navazuje také na otázku následující, která mapuje zjištění: „Jakých služeb cestovního ruchu jste využil při Vaší návštěvě regionu?“ zjištění jsou velmi zajímavá jak ukazuje graf.



Obrázek 10 – Otázka č. 8, využití služeb CR v oblasti<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Jsou zde zajímavé poznatky. Žádný z respondentů, který oblast navštívil, nikdo nevyužil kempů, dalším překvapujícím zjištěním je že pouze 1 respondent využil služeb a pomoci informačního centra. Ostatní většinou při zjišťování používají internetu jako informačního zdroje. Jak už bylo řečeno, tím že za bývalé politické éry bylo zvykem mít rekreační středisko u každého většího výrobního podniku, je tato síť, dnes již v soukromém vlastnictví, velmi rozsáhlá a ve většině případů také velmi dobře vybavena. Hotely využilo nejvíce respondentů, i přesto že síť těchto ubytovacích zařízení je o mnoho nižší než síť rekreačních středisek, v některých případech se jedná o „hotel“, ale vybudovaný z bývalého rekreačního střediska. To je také zapotřebí brát v potaz. Co se pensionů týká, většinou se jedná o ubytování v soukromí než o typický pension, byť rodinného typu. Co vypovídá o oblíbenosti oblasti zejména jako destinace více zaměřena sportovně jsou čísla o využívání sportovišť. Ať už se jedná o zimní sportoviště (vleky, běžecké trasy, snow park) nebo o tzv. letní radovánky (bazény, koupaliště, přírodní koupání). Dalším znakem je velké využívání značených turistických a cyklistických tras. O využívání hostinských zařízení není třeba hovořit.

### **3. 3. 2. Závěr dotazníkového šetření**

Jak bylo již na počátku zmíněno. Šetření probíhalo od 02/2007 do 04/2007, kdy bylo rozesláno 500 dotazníků. Jejich návratnost byla 30%.

Povědomost o Těšínských Beskydách má přibližně 19,5% respondentů. Z celkového počtu pak navštívilo 17 respondentů danou oblast, tzn. že je to přibližně 60% respondentů, kteří vědí kde se tato oblast nachází. Nejoblíbenějším obdobím je zima a jaro, následuje léto. Ve většině případů převažuje velmi krátká doba pobytu nebo do 5 dnů. Většinou se návštěvníci zaměřují na festivaly a jiné kulturní akce nebo rekreaci a trávení dovolené. Jsme považováni dle využití služeb jako oblast více zaměřená na sport s hojně využívanými sportovišti a dobrým zázemím na jednotlivých rekreačních střediscích, které jsou velmi navštěvovány.

Bohužel je zde také fakt, že přibližně 80% respondentů nezná oblast a nikdy ji nenavštívilo. Tento závěr by mohl být námětem na zlepšení v marketingové propagaci a plošnému zviditelnění této oblasti jako turistické destinace, což je cíl za jakým byla tato oblast pojmenována a jsou na ní prováděny jednotlivé projekty.

## STRATEGICKÁ ČÁST – PRODUKT PRVNÍ

### 4. 1. Výběr nového produktu

Na základě provedených analýz bylo vyhodnoceno, že mnohé projekty jsou na trhu již delší čas a jsou dobře zavedené. Další projekty jsou ve stádiu prvních kroků realizace nebo jsou ve stádiu projektu, mým cílem v této práci je návrh nového produktu. Jak bylo již řečeno, jedná se o návrh nového produktu, produkty cestovního ruchu, které ještě nejsou vůbec rozvinuté, či existují pouze v inspirativní formě.

Zejména také fakt, že spousta obyvatel začíná svůj volný čas trávit sportovními aktivitami, přibývají také turisté jdoucí tzv. po zážitcích. Tento trend je hodně ovlivněn zejména firemní kulturou, která ve většině větších společností má rozvojový a motivační plán, který zahrnuje nejen semináře a školení či účasti na kongresech, ale také některé z nich poskytují tzv. nadstandard v podobě víkendových celo firemních akcí či divizních akcí, kde se snaží o utužení kolektivu „teambuilding“, ale také poskytují svému zaměstnanci zážitky.

Na základě inspirací zejména ze zahraničí, ale i městských oblastí České republiky, jsem se rozhodla o návrh tzv. zemědělské farmy pro všechny věkové kategorie s možností vyzkoušet si práci zemědělce a chovatele. Rozhodla jsem se pro tento produkt také proto, že většina městských dětí a mládeže, ale bohužel i dospělých si neuchovává tradice svých předků a dále pak také fakt, že nemají možnost si „prohlédnout a osahat“ domácí zvířenu, která se běžně chovala.

Nutností také bude časem splňovat určitá kritéria uznaných mezinárodních či republikových norem. Ať už v oblasti kvality zpracovávaných produktů ekologického zemědělství, tak v kvalitě managementu a jakosti poskytovaných služeb. Jedná se zejména o normy ČSN ISO 9000:2001 nebo ČSN ISO 9000:2000, dále pak TQM jako značka kvality vedení společnosti, dále pak o placenou a mnohem více zaručující značku kvality výrobků A Klasa nebo BIO výrobek ekologického zemědělství.

### 4. 2. Co může nový projekt nabídnout

Jak žili naši předkové? Co bylo jejich denní prací? Jaký měli jídelníček? Jak si zajišťovali jídlo? Jaký dobytek a domácí zvířata chovali? Jak si upravovali obilí? Jak se mlela mouka? Jaké zemědělské plodiny pěstovali, aby si mohli utkat látku na košile?

Jak zpracovávali vlnu z ovčí? Jak se v zimě drhalo peří? Jaké měli zvyky o Vánocích , Velikonocích aj..? Jak je tehdejší život naplňoval? Jak dokázali rozumět přírodě a zvířatům? Co očekávali od života a jejich životní orientace? Nabízí možnost trávit volný čas nejen na dané usedlosti ale také v jiných aktivitách, které se v okolí nacházejí. Je zde také budoucnost lázní, jelikož dva léčivé prameny s kvalitní léčivou vodou srovnatelnou s léčivou vodou v lázních Karviná – Darkov, nalezené na protilehlé straně řeky Olše, jsou velkým potenciálem pro celý region. Bohužel se stále nenašel investor, který by tak nákladnou investici byl schopen a ochoten projektovat a financovat.

#### **4. 3. Alokace produktu**

Výběrem vhodného místa pro nově navrhovaný produkt, se nejen získá větší podpora obyvatel oblasti, ale také kvalitní dostupností na ostatní další zájmové činnosti pořádané v regionu mohou zajistit větší zájem klientů o poskytované služby.

Pomyslným středem regionu se na základě geografického šetření jeví oblast vesnic Milíkov a Košařiska. Milíkov ze své horší dopravní dostupnosti těžit nemůže. Pro lokalitu Košařiska hovoří zejména nejen lepší dopravní dostupnost, ale také fakt že se zde pořádá již výše uvedená akce s názvem MIYSZANI ŁOWIEC, která navazuje na starou tradici a je ve spojení i s našim navrhovaným produktem. Je zde také více možností uplatnit rekonstrukci jedné z místní usedlostí nebo vybudovat zcela novou usedlost. Informace byly získány z Obecního úřadu Bystřice, kam tato obec spadá a má zde státní samosprávou.

Další možností je renovace stávajících objektů zemědělských usedlostí v regionu, kterých je zároveň velký dostatek. Je zapotřebí rozhodnout se nejen podle jednotlivých kritérií a ukazatelů, ale také navázat na tradice, které v tomto regionu mají své místo. Možnost vybudovat zcela novou zemědělskou usedlost tohoto typu by zcela jistě byla mnohem méně finančně nákladná, avšak navázat na staré tradice, to je to, co prodává zážitky jako takové.

Rozhodla jsem se tedy alokovat takový typ zážitku do již existující usedlosti s rozsáhlými pozemky. Není sice v pomyslném středu regionu, svou dopravní obslužností a dalším rozvojem obce mi je velmi blízká. Umístění bylo zvoleno v obci Písek, ve stávající usedlosti s bohatou zemědělskou a chovatelskou tradicí, č. p. 27. Jelikož je usedlost v soukromých rukách, může se stávající majitel rozhodnout zda



využije tohoto projektu nebo se bude jednat jen o čistě hypotetický projekt nového produktu.

Obec Písek se nachází v oblasti nejvýchodnějšího výběžku území Moravskoslezského kraje. Leží v nadmořské výšce 410 metrů v Jablunkovské brázdě na pravém břehu řeky Olše. Ze severu zasahuje na území obce masiv Slezských Beskyd s nadmořskou výškou kolem 900 metrů, po jehož hřebeni se táhne státní hranice s Polskem. Jižní hranici obce tvoří rovněž horský masiv. Je jím Jablunkovské mezihoří s dominantní vyhlídkovou horou Gírovou vysokou 840 metrů. Na východě Písek sousedí s obcí Bukovec, nejvýchodnější lokalitou celé České republiky. Západně od obce leží spádové město celého regionu Jablunkov. Obec Písek má celkem 1800 obyvatel, které tvoří nejen Češi, ale i významná národnostní menšina Poláků., Centrem obce vede regionálně významná komunikace spojující Jablunkovsko s polskou oblastí kolem Istebne. Část obyvatel obce žije rovněž v malebných pohorských usedlostech a samotách. Obec má rozlohu 1545 hektarů, z toho nejrozsáhlejším druhem pozemku jsou lesy, které zabírají až 56 % uvedené plochy. 37 % rozlohy připadá na zemědělskou půdu, ale pouze její jedna pětina je orná a zbytek tvoří louky využívané především jako pastviny.

Významným činitelem ve vývoji obce byla i jeho poloha v okrajové části Slezska poblíž hranic dalších historických zemí, a to Uherska, Moravy a sousedního Polska. Tyto země udržovaly čilé obchodní kontakty. Tradičním způsobem obživy obyvatel bylo zemědělství. Šlo především o pastevectví, chov dobytka a pěstování brambor jako základní plodiny. V zimním období, kdy zemědělské práce ustaly, se lidé věnovali ručnímu zpracování vlny, lnu a výrobě oblečení pro vlastní potřebu. Některé domácnosti vlastnily tkalcovský stav, a věnovaly se tudíž tkaní plátna. Výrobky, které sami nespotřebovali, mohli prodat na pravidelných trzích v nedalekém Jablunkově. Lidé si mohli přivydělat také prací v okolních lesích. Zejména gazdové se svými potahy často odjížděli do lesa stahovat klády vytěžených stromů. Tradičním řemeslem v obci, spjatým se starým mlýnem a zmiňovaném již v urbáři z roku 1692, bylo mlynářství. Nová pracovní příležitost se obyvatelům Písku i celého širokého okolí naskytlá poté, co byly roku 1839 založeny železárny v Třinci. Podnik se rychle rozrůstal a mohl zaměstnávat stále více dělníků. Tradiční způsob obživy se tak pro mnohé dělníky stal už jen doplňkovou činností.

Současná obec skýtá svým obyvatelům i návštěvníkům řadu služeb. Písek nabízí standardní občanskou vybavenost: síť maloobchodů s potravinami a smíšeným zbožím,

poštu, butiky s oděvy, řadu pohostinství, kadeřnictví, prodej květin a keramiky, železářství a podobně. V obci pracuje i soukromá pekárna a své výrobky distribuuje do místních i okolních prodejen.

V obci je po celou sezónu čilý turistický ruch. Okolní hory totiž skýtají svým návštěvníkům mnoho míst k odpočinku, aktivní rekreaci, sportu i zábavě. Vnímavým návštěvníkům odhalí i mnohá krásná a romantická zákoutí. Nejvýznamnějšími centry rekreace jsou střediska Bahenec a Polanka. Chata Bahenec leží v nadmořské výšce 770 metrů a nabízí komplexní rekreační vybavení jako restauraci, bazén, tenisové kurty, minigolf a v zimě také upravovanou sjezdovku s lyžařským vlekem. Atraktivitu místa zvyšuje krásný výhled na Moravskoslezské Beskydy, Malou Fatru a při velmi dobré viditelnosti i na Západní Tatry. Středisko Polanka nabízí spolu s tradičními i mnohé nadstandardní služby jako například vyhřívaný venkovní bazén, bowling a tři lyžařské vleky. Má rovněž několik dobře upravených tenisových kurtů, zasazených do svahu kopce v těsné blízkosti lesa. Všechny rekreační objekty jsou propojeny značenými pěšími i cyklistickými stezkami euroregionu Těšínské Slezsko.

Významnou lokalitou obce je přírodní rezervace Plenisko, jejíž území bylo chráněno již od roku 1922 a za rezervaci vyhlášeno 4.7.1956. Jedná se o pozůstatek jedlo-bukového karpatského pralesa, typického pro tuto oblast. V roce 1998 byla rezervace rozšířena z původních 16,25 na 24,32 hektarů s padesátimetrovým ochranným pásmem. Rezervace je významným biotopem lesní fauny a chráněné nebo vzácnější lesní flóry (např. hořce tolitovitého, žebrovice různolisté, pižmovky mošusové nebo kyčelnice žláznaté). Četné jsou velmi staré jedle, buky, javor klen a smrky. Pramení zde hraniční potok Bystrý. Rezervace slouží k lesnickému výzkumu, ale je po značených naučných stezkách přístupná i veřejnosti.

Koncem osmdesátých let byl v obci pomoci vrtu objeven zdroj termální vody s vysokým obsahem soli. Jeho případné lázeňské využití dává obci dobrou perspektivu dalšího rozvoje.

Svou polohou, vybaveností a přírodními podmínkami má obec všechny předpoklady stát se oblíbeným a vyhledávaným střediskem.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Zdroj: rozhovor s Josefem Byrtusem, kronikář obce Písek

### 4. 3. 1. Stručný popis stávající usedlosti

Jedná se o zemědělskou usedlost na levém břehu řeky Olše (Olzy). Je dobře přístupná po silnici III.třídy, která vede k jednomu z rekreačních středisek v oblasti Polanka.

Pozemky této usedlosti jsou také v blízkosti tohoto rekreačního objektu, který v nedávné době prošel rekonstrukcí a rozšířením zázemí, zejména o sportoviště (hřiště na tenis, volejbal, nohejbal, letní bazen, sauna, bowling). Další výhodou umístění je také vrch Gírová s návazností na obec Hřčavu a trojmezí, vrch Bahenec jež má návaznost na lázeňská střediska ve Wisle, Ustroni a plicním sanatoriem na Kubalonce v Polsku. Jsou velmi turisticky oblíbené jak místními obyvateli, tak ostatními návštěvníky, zejména turisty, hlavně z Polska z nížinných oblastí Mazur a oblastí od moře - Baltu.

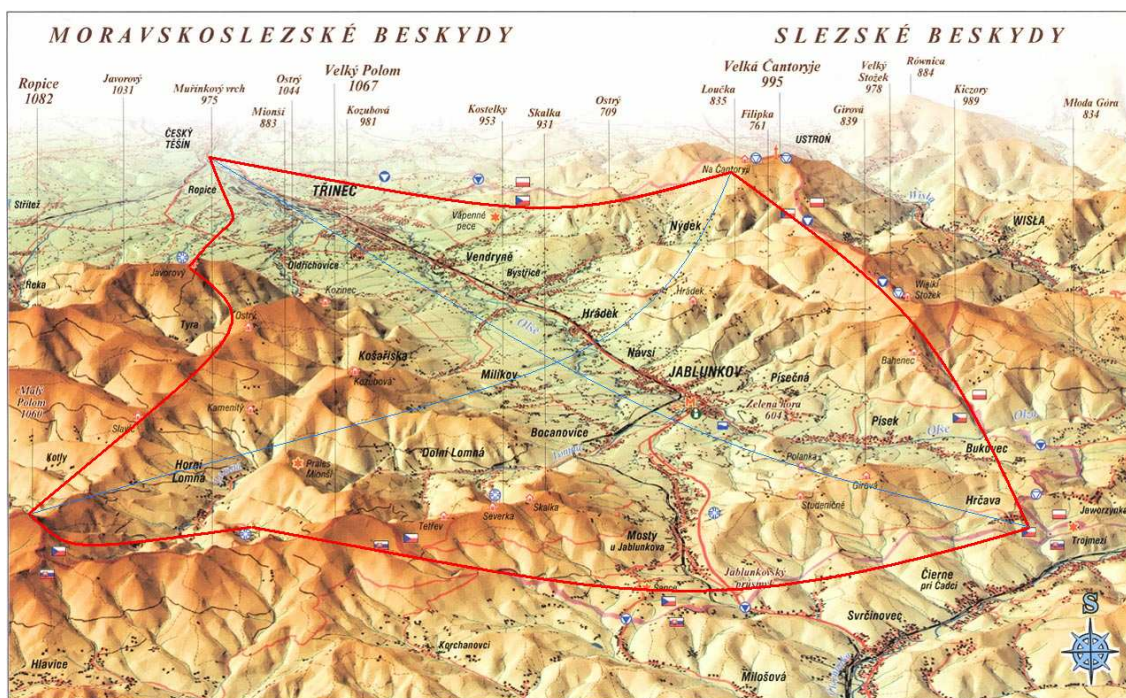
Po jeho renovaci může usedlost jak poskytnout zázemí pro rodinu zemědělce, tak celkem 10 pokojů typu:

- a. 6 double room (může sloužit také jako single junior suite)
- b. 4 family suite (může sloužit také jako 3 až 4 lůžkový pokoj)

Všechny pokoje jsou vybaveny dobovým dřevěným vyřezávaným nábytkem s automatickou výměnou ložního prádla a tradiční výplní matrací – sláma z žita vymláčená ručně pomocí cepu, podlahy dřevěné ze smrkového dřeva, společná jídelna je vybavena dobovým masivním dřevěným nábytkem s mramorovými pracovními plochami, stoly a židle jsou rovněž z masivního dřeva vyřezávané, dominantou každého pokoje jsou původní kachlová kamna v modré barvě, také za dobové pro autentičnost. Jediným moderním prvkem, s dobovým vybavením, jsou koupelny, které jsou součástí pokojů. Všechny pokoje splňují hygienické požadavky a specifikace třídy luxusu v kategorickém hodnocení hotelů.

Samozřejmostí pobytu jsou sezónní práce spojené v létě se sečením trávy, obracením sena a jeho ukládání do tzv.“ostrevků“ a pak svážením suchého sena pomocí dřevěného vozu se zapřaženými koni do stodoly, kde se ručně pomocí vidlí ukládá pod střechu na zimu. Ranní a večerní ruční dojení krav, krmení domácích zvířat a dobytka, zpracování mléka na máslo, tvaroh, kozí a ovčí sýr, pomocné práce při vaření tradičních místních specialit, jež jsou náročné na pracovní sílu a čas. V zimním období je důležitou součástí domácích prací jako je drhání husího peří, přebírání koukolu od obilí připraveného k jarnímu setí, zpracovávání ovčí vlny – praní, kartáčování, předení na kolovrátku, stáčení vlny na vřeteno, barvení vlny a vlastní pletení.

Pro děti je to návrat k přírodě a prostor na seznámení se s domácími zvířaty, počínaje kočkami, psy, domácí drůbeží, ovce, kozami, krávy a koni. Letní ranní vycházky na houby, sběr lesních plodů – borůvky, maliny, ostružiny. Poznávání lesních bylin, keřů a stromů na naučné stezce v pralese Mionší.



#### 4. 4. Strategie propagace produktu

Jak bylo uvedeno již analytické části, povědomí v ostatních regionech o možnosti trávit volný čas v tomto regionu jsou velmi chabé.

Jako nejvhodnější, jak časově tak finančně, se pak jeví, vystavit informace o produktu na internetových stránkách dané oblasti ([www.jablunkovsko.cz](http://www.jablunkovsko.cz), [www.trinec.cz](http://www.trinec.cz), [www.tesinske-beskydy.cz](http://www.tesinske-beskydy.cz) atp.).

Další možností je pak přímo v oblasti zařadit produkt do registru ubytovacích zařízení, která vlastní informační centra a jsou pak nabízena v katalogích ubytování vydávané centry nebo jsou také vystaveny v Silesionu (Beskydsko-Slezský informační systém), který využívá infoboxy. „Informační kiosky“, obsahující dotykové obrazovky, které poskytují také informace o jednotlivých akcích, a ubytovacích zařízeních. Jedná se o 24 hodin přístupné informační panely.

Větší propagace na výstavách např. VVB Brno – cestovní ruch.

## STRATEGICKÁ ČÁST – PRODUKT DRUHÝ

### 5. 1. Výběr nového produktu

Na základě provedených analýz bylo vyhodnoceno, že mnohé projekty jsou na trhu již delší čas a jsou dobře zavedené. Další projekty jsou ve stádiu prvních kroků realizace nebo jsou ve stádiu projektu, mým cílem v této práci je návrh nového produktu. Jak bylo již řečeno, jedná se o návrh nového produktu, produkty cestovního ruchu, které ještě nejsou vůbec rozvinuté, či existují pouze v inspirativní formě.

Obliba tzv. archeo-parků, kde jsou přibližovány naše či dějiny jiných států a národů, jsou velmi navštěvované, populární. Zejména proto, že se zde dějiny „žijí a plynou“. Na základě inspirací zejména ze zahraničí, ale i městských oblastí České republiky, jsem se rozhodla o návrh tzv. archeo-parku nebo spíše obnovení starých mosteckých Šancí, které byly velmi důležitou obranou baštou proti nájezdům Turků. Jednak se zde mohou konat jak středověké bitvy, tak zde mohou být propagovány další, již zapomenutá, řemesla. Dále pro tento produkt uzrává i čas, který chtějí klienti a lidé trávicí volný čas mimo domov, po nových zážitcích, historické památky a pamětihodnosti se nemění, stojí na jednom místě.

Nutností také bude časem splňovat určitá kritéria uznaných mezinárodních či republikových norem. V oblasti kvality managementu a jakosti poskytovaných služeb. Jedná se zejména o normy ČSN ISO 9000:2001 nebo ČSN ISO 9000:2000, dále pak TQM jako značka kvality vedení společnosti.

### 5. 2. Co může nový projekt nabídnout

Jaký byl život ve středověku? Co obnášelo být zbrojnošem či žoldákem? Jak se vedly tehdejší bitvy? Jaká byla výzbroj? Jak si zajišťovali zásoby potravin a vody? Jak je tehdejší život naplňoval? Jak dokázali rozumět přírodě a zvířatům? Co očekávali od života a jejich životní orientace? Jaká práce byla spojena s žoldákem? Nabízí možnost trávit volný čas nejen na dané vojenské baště, vyzkoušet si ve skutečnosti tíhu brnění či meče. Zkusit, jak se bojovalo s palcátem, velkým prakem, pěchovat zbraně a také se utkat v souboji. Nejen tyto atrakce, ale také možnost vyzkoušet si jídlo té doby, navštívit místní krčmu, poznat jak tehdy chutnalo. Možností jak trávit čas nejen v archeoparku, je mnoho. Také v jiných aktivitách, které se v okolí nacházejí. Tři

lyžařské areály, několik desítek turistických a cyklistických tras. Možnost navštívit lanové centrum, bobovou dráhu. Ubytovat se ve stylovém srubu.

### **5. 3. Alokace produktu**

Jelikož, již dnešní zřícenina, bašty Šance se nezměnila. Její poloha na dnešních hranicích se Slovenskou republikou. Šance se jim říká proto, že to znamenalo val, valy. Dneska je tak pojmenována i obec, Mosty – Šance. Místní lidé ale používají název na „tunelu“, protože při stavbě bohumínsko-košické dráhy, zde byly vybudovány železniční tunely k částečnému vyrovnání velmi prudkého stoupání. Je to také nejvyšší bod Jablunkovského průsmyku.

#### **5. 3. 1. Stručný popis stávající historické památky**

Jedná se o zříceninu původní bašty na levém břehu řeky Olše (Olzy). Je dobře přístupná po silnici I. a III. třídy, která vede jak k mezinárodnímu hraničnímu přechodu Mosty u Jablunkova nebo k hraničnímu přechodu Šance, kterými se dá přejet do slovenské vesnice Milošová, ta je využívána zejména místními lidmi při nákupech, které jsou stále oblíbeny, zejména v Žilině. Památka se nachází ve velmi špatném technickém stavu, jeví se jako neschůdnější její nové vybudování. V minulosti docházelo k rozebírání ochranných zdí z důvodu využití při stavbách sídel místních obyvatel. Dále pak k dovybudování zázemí z místních materiálů a materiálů používaných v té době.

### **5. 4. Strategie propagace produktu**

Jak bylo uvedeno již analytické části, povědomí v ostatních regionech o možnosti trávit volný čas v tomto regionu jsou velmi chabé.

Jako nejvhodnější, jak časově tak finančně, se pak jeví, vystavit informace o produktu na internetových stránkách dané oblasti ([www.jablunkovsko.cz](http://www.jablunkovsko.cz), [www.trinec.cz](http://www.trinec.cz), [www.tesinske-beskydy.cz](http://www.tesinske-beskydy.cz) atp.).

Další možností je pak přímo v oblasti zařadit produkt do programu propagace Těšínských Beskyd, které byly vyhlášeny jako turistická destinace. Další možností jsou informační kiosky, které poskytují také informace o jednotlivých akcích, a ubytovacích zařízeních. Jedná se o 24 hodin přístupné informační panely.

Větší propagace na výstavách např. VVB Brno – cestovní ruch v rámci celého projektu turistické destinace Těšínských Beskyd.

## ZÁVĚR

Turistická destinace Těšínské Beskydy. Projekt který má za úkol představit a vytvořit strategii propagace, vybudovat možnost seznámit se s regionem, poskytnout dostatek informací.

Je zřejmé, že potenciál regionu je velký. Není dán historickými památkami, ale přírodními podmínkami, které vytvářejí možnosti, jak využívat aktivně volný čas. Velké množství různorodých aktivit dávají regionu velkou šanci uspět v konkurenci s jinými regiony. Nevýhodou tohoto regionu, jak vyplynulo z vlastního šetření, tak z statistických zdrojů. Region není známý v jiných regionech, oblastech České republiky. Co je až zarážející, je fakt, že většina lidí, dle dotazníkového šetření ani nezná polohu oblasti. Nejoblíbenějším obdobím je zima a jaro, následuje léto. Ve většině případů převažuje velmi krátká doba pobytu nebo do 5 dnů pobytu v regionu. Většinou se návštěvníci zaměřují na festivaly a jiné kulturní akce nebo rekreaci a trávení dovolené. Jsme považováni dle využití služeb jako oblast více zaměřená na sport s hojně využívanými sportovišti a dobrým zázemím na jednotlivých rekreačních střediscích, které jsou velmi navštěvovány. Je zde velmi rozvinut systém produktů s využitím zážitku a zážitkového marketingu. Mohu říci, že je více regionů, kde tento marketing nebo spíše produkty, na bázi eventu jsou mnohem méně zastoupeny než ve zkoumaném regionu.

Bohužel, jak již bylo řečeno, je zde také fakt, že přibližně 80% respondentů nezná oblast a nikdy ji nenavštívilo. Tento závěr by mohl být námětem na zlepšení v marketingové propagaci a plošnému zviditelnění této oblasti jako turistické destinace, což je cíl za jakým byla tato oblast pojmenována a jsou na ní prováděny jednotlivé projekty.

Největším zdrojem financí v cestovním ruchu v kraji znamenají příjmy samotných residentů a to nejvíce v měsících, kdy jsou školní prázdniny nebo v období zimním, kdy se využívají střediska zimních sportů.

Cenová politika ubytovacích zařízení kraje se pohybuje pod celorepublikovým průměrem, jsou zde však zahrnuty platové možnosti residentů kraje.

Je zde také velké množství rekreačních zařízení, která jsou spojena s sportovními aktivitami. Chybí zde možnost ubytování v hotelových zařízeních vyšších



kategorií s čímž je také spojen i kongresový cestovní ruch a možnost firemních seminářů a školení.

Cílem práce bylo zejména stanovení strategie nových produktů cestovního ruchu, který bude přizpůsoben podmínkám daného regionu, jako jsou specifika v Moravskoslezském kraji. Poznat a analyzovat historický vývoj, abnormality, specifika typické pro Těšínské Beskydy.

Myslím, že se mi podařilo celkem obsažně popsat daný region, který není příliš známý, i tím, že je to můj rodný region, ve kterém jsem měla možnost vyrůstat. Dále zjištěná čísla či fakta mohou pomoci při dalším rozvoji regionu o který již více než deset let snaží spousta organizací zabývajících se jak hospodářským rozvojem, tak rozvojem cestovního ruchu. V regionu je vidět velký skok dopředu, zejména v chápání volno-časových aktivit, spojení cestovního ruchu a pracovních záležitostí.

Mohu říci, že na tak malý region, je zde mnoho aktivit, které jsou spojeny s event marketingem. Bohužel zázemí tvoří pouze hostinská či rekreační nebo hotelová zařízení na nižší, spíše uživatelské úrovni. Možnost vybudování lázní, která zde je by mohla do budoucna přinést i další rozvoj kongresového cestovního ruchu a vyšší standard pro firemní klientelu či starší generaci klientů.

Hlavním cílem regionu by mělo v současnosti být zapracování na plošném zviditelnění oblasti.

## **SUMMARY**

**Těšínské Beskydy - a distinctive and extraordinary region of the Czech - Polish – Slovak borderland.**

Těšínské Beskydy is established as a tourist destination within projects of the travel industry including marketing of all types, publishing guidebooks and brochures. The region is located in the North-Eastern part of the Czech Republic and includes eight-teen towns and villages around the Jablunkovsky Pass.

The main point of the bachelor thesis is to make proposals for new travel industry products using event marketing.

The travel industry as well as steel industry are the main representative industries. Following the analysis of surveys conducted around the Czech Republic, some very interesting results have arisen. The region is not well known, even though children are taught about the area. Sixty-eight percent of the respondents did not know about the region. Almost all of the affirmative responses to the same question came from people who had previously visited the region. Also, in answer to the question of which tourist services you have used during the time of your visits to the region, only two respondents answered that they had used the tourist information centre. Other research has brought more information of the travel industry products. There are many such products using event marketing which was a very surprising answer. My expectations were more negative than it has come to be shown.

I have devised two new products for the travel industry. The first product is an old-farmers-style boarding house to demonstrate the old style of life of country inhabitants. Events, work, habits. The second product is a reconstruction of an old fortification against the raids of Turks in the Middle Ages and Antiquity.

Recommendations, there are just a few. To get more staff into the travel industry with higher qualifications. To not focus on one type of product of only chosen seasons. Focusing on chosen activities means fewer clients and more risks in business.

### **Key words:**

Event Marketing – new product – strategy – historical specifics – travel industry conditions

## PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY

- Boučková a kolektiv: *Marketing*. Praha: HC Beck, 2002
- Cichá, I.; Ondraszek, B.; Jaworski, K.; Stalmachová, B.: *Od pramene Olzy*.  
Č.Těšín: Region Silesia s.r.o. 2000. ISBN 802386081X
- Cichá, I.; Ondraszek, B.; Tesarczyk, J.: *Okolím beskydského průmysku*.  
Č.Těšín: Sdružení regionálních vydavatelů, 2003. ISBN 8023916521
- Hesková, M.: *Marketingová komunikace a případové studie*. Jindřichův Hradec:  
VŠE FM 2004
- Hesková, M. a kolektiv: *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006.
- Kaleta, K.: *Beskydy, hory a lidé*. Třinec: Wart Třinec, 2003. ISBN 8023916394
- Korbelář, J.; Peter, V.; Wawreszka, H.; Žáček, R.: *Beskydy a pobeskydí 1895-1939*. Třinec: Wart Třinec 2002. ISBN 8023875892
- Payne, A.: *Marketing služeb*. Praha: Grada, 1996
- Stará, A.: *Historie Jablunkova*, Jablunkov: Město Jablunkov, 2000
- Szpyrc, A.: *Jablunkov 1939- 1989*. Č.Těšín: Proprint s.r.o., 2002. ISBN  
8023881469
- Szpyrc, A.: *Jablunkov*. Č.Těšín: Proprint s.r.o., 1999,
- Šindler, P.: *Event marketing: Jak využít emoce v marketingové komunikaci*.  
Praha: Grada Publishing, 2003.
- Wawreszka, H.: *Třinec a okolí v proměnách času*. Třinec: Wart Třinec, 1997
- Přehled kulturních a sportovních akcí v regionu*, [cit. 2007-04-03] dostupné z:  
<<http://www.tesinske-beskydy.cz/index.php?d=10&sek=zar&idk=15>>
- Přehled kulturních akcí Těšína*, [cit. 2007-04-03] dostupné z:  
<<http://info.tesin.cz/?nomn=1>>
- Přehled kulturních a sportovních akcí s využitím event marketingu*, [cit. 2007-04-03] dostupné z: <<http://www.tesinske-eskydy.cz/index.php?sek=tn>>
- ČSÚ, *Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních Moravskoslezského kraje v letech 2003 – 2005*, [cit. 2007-04-13] dostupné z:  
<[http://www.czso.cz/xt/ediciplan.nsf/973ba1931bf7dedbc1256c6b00305e13/fd41f1d3ef51fbc2c12572440041f882/\\$FILE/g08\\_02.xls](http://www.czso.cz/xt/ediciplan.nsf/973ba1931bf7dedbc1256c6b00305e13/fd41f1d3ef51fbc2c12572440041f882/$FILE/g08_02.xls)>

ČSÚ, *Průměrná cena za ubytování podle turistických regionů v roce 2005*, [cit. 2007-04-13] dostupné z:

<[http://www.czso.cz/xt/edicniplan.nsf/973ba1931bf7dedbc1256c6b00305e13/f805649d7f62f3efc12572440041f7c5/\\$FILE/g08\\_01.xls](http://www.czso.cz/xt/edicniplan.nsf/973ba1931bf7dedbc1256c6b00305e13/f805649d7f62f3efc12572440041f7c5/$FILE/g08_01.xls)>

ČSÚ, *Hromadná ubytovací zařízení cestovního ruchu podle kategorie a okresů k 31. 12. 2005*, [cit. 2007-04-13] dostupné z:

<[http://www.czso.cz/xt/edicniplan.nsf/t/3E004997B6/\\$File/81010810.xls](http://www.czso.cz/xt/edicniplan.nsf/t/3E004997B6/$File/81010810.xls)>

## SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obrázek 1 - Třinecké železářny v 19. stol. Pohlednice, autor neznámý</i>	11
<i>Obrázek 2 - Těšínské muzeum. Fotografie Henrika Wawreczky, rok 2004</i>	12
<i>Obrázek 3 - Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních Moravskoslezského kraje v letech 2003 - 2005</i>	26
<i>Obrázek 4 - Průměrná cena za ubytování podle turistických regionů v roce 2005</i>	27
<i>Obrázek 5 - Hromadná ubytovací zařízení cestovního ruchu podle kategorie a okresů k 31. 12. 2005</i>	28
<i>Obrázek 6 - Věkové složení respondentů</i>	29
<i>Obrázek 7 - Bydliště respondentů</i>	30
<i>Obrázek 8 - Otázka č.1, poloha oblasti</i>	31
<i>Obrázek 9 – Otázka č.4, účely cest</i>	32
<i>Obrázek 10 – Otázka č. 8, využití služeb CR v oblasti</i>	33

## SEZNAM PŘÍLOH A PŘÍLOHY

*Příloha č. 1* \_\_\_\_\_ *Dotazník*

*Příloha č. 2* \_\_\_\_\_ *Vyhodnocení dotazníkového šetření*

*Příloha č. 3* \_\_\_\_\_ *Vybrané statistické údaje*

*Příloha č. 4* \_\_\_\_\_ *SWOT analýzy*