

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH  
BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Katedra obchodu a cestovního ruchu**

---

**Studijní program:** N 6208 Ekonomika a management

**Studijní obor:** Obchodní podnikání

**PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO  
RUCHU V MIKROREGIONU PODĚBRADSKÉ  
POLABÍ**

**DIPLOMOVÁ PRÁCE**

**Vedoucí diplomové práce:**

RNDr. Blažena Gehinová

**Autor diplomové práce:**

Bc. Alena Černá

---

**2010**

**ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**  
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Alena ČERNÁ**

Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Předpoklady rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu  
Poděbradské Polabí**

**Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :**

**Cíl práce:**

Provést situační analýzu mikroregionu. Provést SWOT analýzu mikroregionu. Vymežit strategické předpoklady rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu Poděbradské Polabí.

**Metodický postup:**

1. Studium odborné literatury a zjišťování dat ze sekundárních zdrojů
2. Provést marketingový výzkum potřeb návštěvníků
3. Vyhodnocení marketingového výzkumu
4. Problémová analýza mikroregionu
5. Formulování strategických cílů rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu

**Rámcová osnova:**

1. Úvod 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metodika. 4. Vlastní výzkum a jeho vyhodnocení. 5. Situační analýza. 6. SWOT analýza. 7. Závěr. 8. Seznam literatury. 9. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah pracovní zprávy: **60 - 80 stran**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

- Foret, M., Floretová, V.: Jak se rozvíjí místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2004.  
Horner, S., Swarbrooke, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada Publishing, 2003.  
Kiráľová, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress, 2003.  
Kozel, R. a kol.: Moderní marketingový výzkum. Praha: Grada Publishing, 2005.  
Minář, P. a kol.: Technika, management a marketing v cestovním ruchu. Hradec Králové: Gaudeamus, 1996.  
Orieška, J.: Technika služeb cestovního ruchu. Praha: Idea Servis, 1999.  
Palatková, M.: Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Praha: Grada Publishing, 2006.  
Vlk, J. a kol.: Metodická příručka pro zpracování strategických rozvojových dokumentů mikroregionů. Brno: Ústav územního rozvoje, 2004.

Vedoucí diplomové práce: **RNDr. Blažena Gehinová**  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání diplomové práce: **15. března 2008**

Termín odevzdání diplomové práce: **30. dubna 2009**

  
prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.

děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
El.Š. Studentská 13 (25)  
370 05 České Budějovice

  
Ing. Kamil Pícha, Ph.D.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 29. října 2008

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Předpoklady rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu Poděbradské Polabí vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu použité literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění, souhlasím se zveřejněním diplomové práce v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách.

V Českých Budějovicích 29. dubna 2010

.....  
Alena Černá

## **Poděkování**

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucí diplomové práce paní RNDr. Blaženě Gehinové za její vedení, odbornou pomoc a cenné připomínky, které mi byly poskytnuty při zpracování diplomové práce. Zároveň bych chtěla poděkovat všem, kteří mi poskytli informace potřebné k vypracování diplomové práce.

# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod .....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Cíle a metodika práce .....</b>	<b>3</b>
2.1	Cíle práce .....	3
2.2	Metodika práce .....	3
<b>3</b>	<b>Literární přehled.....</b>	<b>5</b>
3.1	Cestovní ruch .....	5
3.2	Marketing.....	8
3.2.1	Marketingový mix cestovního ruchu .....	8
3.2.2	Cíle marketingu destinací .....	8
3.3	Marketingový výzkum .....	9
3.4	Destinace cestovního ruchu .....	12
3.5	Vymezení pojmu region.....	13
3.6	Rozvoj regionu.....	14
3.7	Strategické cíle rozvoje regionu .....	15
3.8	Mikroregion .....	15
3.9	Management destinace.....	17
3.10	Situační analýza .....	18
3.11	SWOT analýza.....	19
3.12	Problémová analýza.....	21
3.13	Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013.....	22
<b>4</b>	<b>Vymezení mikroregionu Poděbradské Polabí.....</b>	<b>23</b>
4.1	Středočeský kraj.....	23
4.2	Poděbrady .....	25
<b>5</b>	<b>Situační analýza mikroregionu Poděbradské Polabí.....</b>	<b>26</b>
5.1	Demografická situace, ekonomická situace a zaměstnanost .....	26
5.2	Analýza složek primární nabídky mikroregionu Poděbradské Polabí.....	26
5.2.1	Přírodní předpoklady .....	26
5.2.2	Kulturně – historické předpoklady .....	30
5.3	Analýza složek sekundární nabídky mikroregionu Poděbradské Polabí.....	33

5.3.1	Turistická suprastruktura cestovního ruchu .....	33
5.3.2	Infrastruktura cestovního ruchu .....	34
5.3.3	Dopravní infrastruktura.....	45
5.3.4	Občanská vybavenost .....	46
<b>6</b>	<b>Marketingové šetření mikroregionu Poděbradské Polabí a jeho vyhodnocení ..</b> .....	<b>49</b>
6.1	Cíl marketingového výzkumu.....	49
6.2	Sestavení plánu výzkumu .....	49
6.3	Shromáždění informací.....	50
6.4	Statistické zpracování informací a jejich analýza.....	50
6.5	Prezentace výsledků.....	51
6.5.1	Segment lázeňští hosté.....	51
6.5.2	Segment mladí lidé a rodiny s dětmi .....	60
6.5.3	Porovnání výsledků dotazníkového šetření .....	73
<b>7</b>	<b>SWOT analýza mikroregionu Poděbradské Polabí.....</b>	<b>74</b>
7.1	Analýza S – W .....	74
7.2	Analýza O – T.....	90
<b>8</b>	<b>Problémová analýza mikroregionu Poděbradské Polabí.....</b>	<b>96</b>
<b>9</b>	<b>Formulování strategických cílů rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu Poděbradské Polabí .....</b>	<b>98</b>
9.1	Vymezení strategických cílů rozvoje mikroregionu.....	100
<b>10</b>	<b>Závěr .....</b>	<b>106</b>
<b>11</b>	<b>Summary.....</b>	<b>108</b>
<b>12</b>	<b>Seznam literatury.....</b>	<b>109</b>
<b>13</b>	<b>Seznam tabulek a grafů</b>	
<b>14</b>	<b>Přílohy</b>	

# 1 Úvod

Ve světě je považován cestovní ruch za odvětví budoucnosti s ohledem na multiplikační efekt doprovázející jeho rozvoj. Často bývá označován za nejvýznamnější odvětví, ve kterém vzniká nejvíce pracovních příležitostí. Mimo zaměstnanosti ovlivňuje podstatným způsobem dalších zhruba pět oblastí: podílí se na tvorbě hrubého domácího produktu, pozitivně ovlivňuje platební bilanci státu, tvoří příjmy státního rozpočtu, má vliv na příjmy místních rozpočtů a jeho rozvoj podporuje investiční aktivity. Z toho všeho vyplývá i význam cestovního ruchu pro rozvoj regionů. [52]

Pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci je důležitá kvalitní nabídka, která je schopna přilákat návštěvníky a následně uspokojit jejich potřeby a požadavky. Nabídku cestovního ruchu je možné rozdělit na primární a sekundární. Komponenty primární nabídky cestovního ruchu jsou utvářejícími podmínkami pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace. Struktura, rozmístění a úroveň sekundární nabídky je určujícím faktorem využitelnosti destinace. [13]

I přesto, že má již Česká republika vybudovanou pozici mezi ostatními turistickými destinacemi, je nutné zabývat se dalším rozvojem cestovního ruchu, protože cestovní ruch čelí vysoké mezinárodní a regionální konkurenci.

Středočeský kraj má velmi dobrou geografickou polohu – obklopuje hlavní město a významné středisko cestovního ruchu v České republice – Prahu. Hlavní město je propojeno s krajem historicky, kulturně a ekonomicky. Poloha hlavního města je pro kraj nezanedbatelnou výhodou, protože je spádovým územím pro návštěvníky Prahy, ale i její obyvatele. Na druhou stranu však kraj tvoří jakousi periferii hlavního města, což je pro kraj nevýhodou. [74]

V posledním desetiletí se do popředí dostává problematika rozvoje mikroregionů, což jsou sdružení obcí, které většinou vznikají za dosažením určitého cíle nebo čerpání finančních prostředků z různých fondů.

Pro diplomovou práci bylo zvoleno téma „Předpoklady rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu Poděbradské Polabí“. Hlavním důvodem výběru dané destinace byla skutečnost, že pocházím z nedalekého města.



Řešený mikroregion Poděbradské Polabí vznikl v roce 2006 a později byl rozšířen o dnes již bývalý mikroregion Mezilesí. Centrem mikroregionu je nepochybně lázeňské město Poděbrady, které má nezbytnou infrastrukturu pro cestovní ruch. V současné době bohužel mikroregion nevyvíjí téměř žádnou iniciativu o svůj rozvoj.

## **2 Cíle a metodika práce**

### **2.1 Cíle práce**

Cílem diplomové práce je provést situační analýzu mikroregionu Poděbradské Polabí, provést SWOT analýzu mikroregionu a vymezit strategické předpoklady rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu Poděbradské Polabí.

### **2.2 Metodika práce**

Diplomová práce je orientována na vymezení strategických předpokladů rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu Poděbradské Polabí.

Pro zpracování práce a pochopení dané problematiky posloužily odborné prameny, internetové stránky a materiály dostupné v informačních centrech obcí mikroregionu.

Teoretická část diplomové práce byla sepsána na základě informací získaných z odborných literárních zdrojů dostupných především v Národní knihovně v Praze, Univerzitní knihovně v Českých Budějovicích a dat internetových stránek. Odborné zdroje byly zaměřeny především na pochopení problematiky cestovního ruchu, marketinkového výzkumu, situační analýzy, SWOT analýzy a problematiku mikroregionů.

Praktická část diplomové práce obsahuje situační analýzu, marketingové šetření potřeb návštěvníků mikroregionu Poděbradské Polabí, SWOT analýzu, problémovou analýzu a na závěr vymezení strategických předpokladů rozvoje mikroregionu.

Pro sestavení situační analýzy byly shromažďovány dostupné písemné a elektronické informace, které mají vazbu ke zkoumanému území. Jednalo se především o knižní publikace, regionální internetové stránky, webové stránky jednotlivých obcí mikroregionu, propagační materiály, turistické průvodce a mapy, statistické informace Českého statistického úřadu a statistické informace získané z dokumentů vydaných městy. Součástí získávání potřebných informací byly i návštěvy turistických informačních center.

Primární data použitá v diplomové práci byla získána z dotazníkového šetření, které proběhlo v roce 2009 především v období léta a podzimu. Vlastní marketingové šetření bylo orientováno na zjištění potřeb návštěvníků mikroregionu. Dotazníkové šetření bylo zaměřeno na dva cílové segmenty návštěvníků – lázeňští hosté a mladí lidé včetně rodin s dětmi. Celkem bylo osloveno 50 respondentů ze segmentu lázeňských hostů a 55 respondentů ze segmentu mladí lidé a rodiny s dětmi.

Dotazníkové šetření lázeňských hostů probíhalo v Poděbradech z části formou osobního dotazování a část lázeňských hostů byla dotazována písemně v místě ubytování. Dotazníkové šetření segmentu mladí a rodiny s dětmi probíhal formou osobního dotazování na různých místech mikroregionu.

Primární data získaná dotazníkovým šetřením byla následně zpracována v programu Microsoft Office Excel, převedena do procentuálního vyjádření a zobrazena pomocí grafů.

Vyhodnocení marketingového šetření tvoří důležitou součást práce a takto získaná data byla využita pro zpracování následující SWOT analýzy. Při zpracování SWOT analýzy byly na základě situační analýzy a získaných informací určeny silné a slabé stránky a příležitosti a hrozby mikroregionu.

Dále byla zpracovaná problémová analýza mikroregionu Poděbradské Polabí, která vychází z vypracované situační analýzy a SWOT analýzy. Byly vytipovány kritické oblasti, které mohou představovat bariéry rozvoje cestovního ruchu ve zkoumaném území.

Všechny získané a zpracované informace byly základem pro formulování strategických předpokladů rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu Poděbradské Polabí.

## 3 Literární přehled

### 3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je jedním z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa. Má vliv na zaměstnanost, na tvorbu hrubého domácího produktu, vytváření devizových rezerv státu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek, zvyšuje všeobecnou vzdělanostní úroveň obyvatelstva. [13]

Je nepochybné, že cestovní ruch přispívá k rozvoji místa. Na druhé straně však taky vyžaduje určitou úroveň služeb, zejména pro volný čas. Neobejde se bez kvalitních ubytovacích a stravovacích zařízení, bez potřebné infrastruktury (komunikace, dopravní dostupnost). [2]

Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu uspořádaná Světovou organizací cestovního ruchu v kanadské Ottavě v roce 1991 přinesla jasnější vymezení a klasifikaci používaných pojmů. Za cestovní ruch (tourism) se považuje činnost osoby, cestující na přechodnou dobu (u mezinárodního cestovního ruchu maximálně jeden rok, u domácího šest měsíců) do místa mimo své trvalé bydliště, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávat výdělečnou činnost v navštíveném místě (trvalý a přechodný pracovní poměr). Může se však jednat o služební, obchodní či jinak pracovně motivovanou cestu, jejíž zdroj úhrady vyplývá z pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště nebo v místě sídla firmy. Pro toto pojetí cestovního ruchu jsou podstatné tři skutečnosti:

- jedná se o změnu místa,
- dočasnost pobytu,
- jiný než pracovní, nevýdělečný charakter pobytu v navštíveném místě. [3]

Cestovním ruchem se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze uspokojit i mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na cestovním ruchu představuje vyšší stupeň jejich uspokojení. [17]

Definice cestovního ruchu mívají několik složek. Obecně se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. [9]

Horner a Swarbrooke uvádějí definici volného času dle Collina (1994), že volný čas je „časem, kdy můžete dělat, co chcete“. Tentýž autor definuje odvětví služeb pro využití volného času jako „firmy poskytující zboží a služby využívané lidmi během jejich volného času (dovolené, kina, divadla, zábavní parky atd.)“. [9]

Produktem cestovního ruchu (tourist produkt) je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jedná se o soubor hlavně služeb, které produkuje a nabízí cílové místo (primární nabídka) a podniky a instituce cestovního ruchu (sekundární nabídka). Z ekonomického hlediska je produkt cestovního ruchu souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou předmětem spotřeby účastníků cestovního ruchu. [5]

Produkt je všechno, jak výhodné, tak nevýhodné, co získáváme nějakou výměnou. Je to složitá kombinace hmotných a nehmotných prvků, včetně funkčních, sociálních a psychologických užitych hodnot. Produktem může být myšlenka, služba, zboží nebo jakákoli kombinace těchto tří kategorií. [9]

Produkty udržitelné turistiky jsou produkty, které fungují v souladu s místním životním prostředím, společností a kulturou tak, aby z nich životní prostředí, společnost a kultura měly požitek a aby se nestaly obětí rozvoje turistiky. [22]

Autoři Horner a Swarbrooke definují službu podle Kotlera (1994) jako „jakoukoli činnost nebo prospěch, které jedna strana může nabídnout druhé a které jsou v podstatě nehmotné a nevytvářejí vlastnictví čehokoli. Její produkce se může nebo nemusí vázat k fyzickému produktu“. [9]

Služby jsou rozhodující součástí produktu cestovního ruchu. Představují heterogenní soubor užitečných efektů určených na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Mají průřezový charakter, tj. produkují je nejen podniky, ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru. Mezi všeobecné znaky služeb patří nemateriálnost, vysoká spotřeba živé práce při jejich poskytování, začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb, soulad poskytování služeb s jejich spotřebou

a pomínutelnost služeb. Speciálními znaky služeb jsou časová a místní vázanost na primární nabídku cestovního ruchu, komplexnost a komplementarita, zastupitelnost, mnohooborový charakter a nevyhnutelnost jejich zprostředkování, dynamika a sezónnost poptávky po službách a nevyhnutelnost informací o službách včetně informací o jejich kvalitě. [5]

V cestovním ruchu se konkrétně setkáváme především s následujícími podobami služeb:

- ubytovací služby,
- stravovací služby a prodej nápojů,
- služby osobní dopravy (podle druhů dopravy, včetně lanovek a vleků),
- pomocné služby v osobní dopravě (nádraží, letiště, parkoviště),
- pronájem osobních dopravních prostředků,
- opravárenské služby osobních dopravních prostředků,
- informační, cestovní a průvodcovské kanceláře,
- kulturní služby (muzea, galerie, zoologické a botanické zahrady),
- rekreační a zábavné služby (sportovní areály, zábavní parky),
- různé služby pro turisty (směnárny, prodej jízdenek a pojištění). [3]

Dle Heskové a kol. lze rozdělit služby cestovního ruchu na služby cestovního ruchu a ostatní služby. Služby cestovního ruchu jsou takové, které výlučně nebo převážně uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu a produkují je podniky cestovního ruchu. Jde o služby výrobců služeb (dopravní, ubytovací, pohostinské, lázeňské, sportovní – rekreační a kulturně – společenské zařízení) a zprostředkovatelů služeb (cestovní kanceláře, cestovní agentury, turistické informační kanceláře, informační systémy a distribuční systémy). Ostatní služby, které produkují podniky s polyfunkčním charakterem, tj. část jejich produkce spotřebovávají účastníci cestovního ruchu, v rozhodující míře však uspokojují potřeby místního obyvatelstva. Jde o podniky poskytující specializované služby pro cestovní ruch (peněžní ústavy, pojišťovací, pasové a celní orgány) a služby místní infrastruktury v cílových místech (např. obchodní a komunální podniky, zdravotnická zařízení, policie, pošta a jiné). [5]

## 3.2 Marketing

Pro definování marketingu uvádějí Horner a Swarbrooke definici Philipa Kotlera (1994), který definuje marketing jako „společenský a řídicí proces, jehož pomocí jednotlivci a skupiny získávají to, co chtějí a potřebují, prostřednictvím vytváření a výměny výrobků a hodnot s druhými“.

Také uvádějí definici Lendrevica a Lindona (1990), kdy definují marketing jako „soubor metod a prostředků, které má organizace k tomu, aby zapůsobila příznivým dojmem na veřejnost a dosáhla svých cílů“. [9]

### 3.2.1 Marketingový mix cestovního ruchu

Hesková a kol. uvádějí v publikaci Cestovní ruch charakteristiku marketingového mixu cestovního ruchu. Marketingový mix cestovního ruchu je oproti klasickému marketingovému mixu 4P – Produkt (Product), Cena (Price), Místo – distribuce (Place), Marketingová komunikace (Promotion) – rozšířen na 8P, a to o prvky Lidé (People), Spolupráce (Partnership), Nabídka balíku služeb (Packiging) a Programová specifikace služeb (Programming).

Lidský faktor je pro všechny obory cestovního ruchu velmi významný. Člověk zde vystupuje ve dvou podobách, a to jako zaměstnanec a jako zákazník. Pro úspěšnou realizaci je rozhodující kvalita služby, ale i způsob chování pracovníků.

Bez vzájemné spolupráce organizací by nebylo možné realizovat některé typy produktů na trhu.

Na Packiging, který zohledňuje individuální přání zákazníka, specifických zákaznických segmentů, pomáhá zmírňovat výkyvy v nabídce a poptávce po službách, úzce navazuje Programming. [6]

### 3.2.2 Cíle marketingu destinací

Destinací můžeme rozumět celý kontinent či část kontinentu (pak je označován nejčastěji jako makroregion cestovního ruchu), jednotlivé země, oblasti, regiony nebo města. Cíle (přesněji možné cíle) jsou obecně zaměřeny na:

- zlepšení image místa/regionu,
- přilákání investorů,

- snížení sezónnosti,
- změna chování podnikatelů, místní komunity a návštěvníků.

Podle Horner – Swarbrooke (2003) „bývají cíle marketingu destinací komplikovanější, než u ostatních typů marketingu, v souvislosti s faktem, že jej provádějí spíše orgány veřejného sektoru než soukromé společnosti“. Orgány veřejného sektoru jej provádějí z řady důvodů, převážně nikoli jako vlastní cíl, ale jako prostředek k dosažení určitých cílů. [25]

### 3.3 Marketingový výzkum

Hlavním cílem marketingového výzkumu je poskytnout podstatné a objektivní informace o situaci na trhu. Především se jedná o informace o zákazníkovi. Vedle těch základních, kdo je (jeho osobní socioekonomické charakteristiky jako jsou vzdělání, místo bydliště, věk, ekonomická aktivita), kde a co nakupuje, také to, jak je spokojen či naopak nespokojen s nabídkou, co by chtěl nebo potřeboval. [1]

Zelenka uvádí definici marketingového výzkumu podle AAKera a Daye (1991) jako „kontinuální proces specifikace, sběru, analýzy a interpretace dat o prostředí, v němž se daný subjekt nachází, s cílem lepšího porozumění prostředí a dalšího rozvoje subjektu. Výzkum je nezbytnou součástí a v určitém ohledu nejvýznamnější součástí marketingu destinace“.

Marketingový výzkum (angl. marketing research) je systematické zkoumání a analýza různých aspektů trhu, marketingových aktivit vlastních i aktivit konkurence, chování spotřebitelů, distribučních kanálů apod. Často jsou kombinovány různé způsoby a metody marketingového výzkumu. [25]

Základními fázemi výzkumu vždy zůstávají identifikace a definice problému, průzkum informačních zdrojů, které jsou v danou chvíli k dispozici, stanovení výzkumného plánu, sběr dat, analýza dat a prezentace výsledků výzkumu. [18]

Kozel a kolektiv rozděluje proces marketingového výzkumu na dvě etapy, a to na přípravnou a realizační etapu. Přípravná etapa se skládá z definování problému/cíle, orientační analýzy situace a plánu výzkumného projektu. Realizační etapa se skládá ze sběru údajů, zpracování shromážděných údajů, analýzy údajů, interpretace výsledků výzkumu a závěrečné zprávy a její prezentace. [15]



Dle Foreta se každý konkrétní marketingový výzkum vyznačuje určitými zvláštnostmi, které vyplývají z jedinečné povahy řešených problémů. Obecně je lze přiblížit jako proces sestávající z následujících pěti kroků: definování marketingového problému a cílů výzkumu, sestavení plánu výzkumu, shromáždění informací, jejich statistické zpracování a analýza a prezentace výsledků, včetně praktických doporučení. [4]

Významný rozdíl mezi marketingovým výzkumem a výzkumem trhu však spočívá v tom, že první z nich se nesoustřeďuje pouze na zákazníka, ale na vše, co může pomáhat marketingu. [9]

Základní význam má rozlišení na primární a sekundární marketingový výzkum. Primární výzkum zahrnuje vlastní zjištění hodnot vlastností u samotných jednotek. Jedná se o tzv. sběr informací v terénu, ať už si jej realizátoři provádějí vlastními silami nebo si k tomu najmou spolupracující instituci – tazatele. [4]

Primární marketingový výzkum je typem primárního výzkumu ve společenských vědách, pro který je typické získávání informací a názorů od respondentů přímým kontaktem s nimi (užší pojetí – řízené rozhovory, vyplňování dotazníků apod.), resp. v širším pojetí přímým kontaktem s nimi a kontaktem zprostředkovaným přenosem přes různá média (telefon, pošta, e-mail atd.). V cestovním ruchu je primární výzkum zdrojem dat pro statistiku cestovního ruchu, pro marketingový výzkum (zjišťování preferencí návštěvníků, jejich spokojenosti, množství utracených peněz atd.). [25]

Sekundární marketingový výzkum naproti tomu znamená zpravidla dodatečné, další využití dat, která již dříve někdo shromáždil a zpracoval jako primární výzkum třeba pro jiné cíle a zadavatele. [4]

Primární výzkum prováděný v terénu lze členit na kvantitativní a kvalitativní. Kvantitativní výzkumy zkoumají rozsáhlejší soubory stovek i tisíců respondentů, chtějí postihnout dostatečně velký a reprezentativní vzorek. Snaží se zachytit názory (vědomí) i chování lidí co nejvíce standardizovaně. Získané poznatky zpracovávají pomocí statistických postupů a zobecňují je (indukují) na celý základní soubor (populaci). Mezi techniky kvantitativního výzkumu patří osobní rozhovory, pozorování, experiment

a písemné dotazování, ale také obsahová analýza textů a jiných symbolických vyjádření. [4]

Naproti tomu kvalitativní výzkumy umožňují hlubší poznání motivů chování lidí, odhalující povahu a souvislosti jejich názorů, preferencí a postojů, případně se snaží najít jejich příčiny. Základními technikami kvalitativního výzkumu jsou individuální hloubkové rozhovory a skupinové rozhovory. [4]

Nejtradičnějším typem dotazování je osobní dotazování. Osobní styk je založen na přímé komunikaci s respondentem (Face to Face). Dotazování se stává osobním vždy při osobním kontaktu a je jedno, zda dotazník vyplňuje tazatel či respondent. Rozdíl mezi osobním a písemným dotazováním je právě v kontaktu, v interakci mezi tazatelem a respondentem.

Písemné dotazování nebo také dotazování poštou patří mezi rozšířené typy dotazování. Dotazník je zpravidla doručen respondentovi poštou a stejnou cestou od něj dostaneme odpovědi. Případně může být dotazník přiložen k nějakému výrobku nebo je předán v rámci události – konference, výstava. [15]

Dotazníky jsou nejpoužívanějším nástrojem při sběru primárních údajů. Představují formuláře s otázkami, na něž respondenti odpovídají, případně obsahují také varianty jejich odpovědí.

Dotazníky je třeba důkladně sestavit vyzkoušet a zbavit se chyb před vlastním použitím, tzv. pilotáží.

Význam dotazníku spočívá ve čtyřech oblastech - získává informace od respondentů, poskytuje strukturu rozhovoru, tj. usměrňuje proces rozhovoru, zajišťuje standardní jednotnou matici pro zapisování údajů a za čtvrté ulehčuje zpracování údajů. [15]

V hlavičce dotazníku musí být uveden účel, za jakým má být vyplněn, způsob, jakým má být vyplněn, poděkování za vyplnění a datum vyplnění. Počet otázek by neměl přesáhnout 25, a to v pevně stanoveném pořadí, s výstižnou formulací.

Otázky mohou být otevřené, uzavřené nebo polootevřené.

Otázky v dotazníku se musí logicky odvíjet. Z hlediska pravdivosti vyplnění dotazníku je možné doporučit, aby respondentovi byla nabídnuta možnost zůstat v anonymitě. [13]

### 3.4 Destinace cestovního ruchu

Destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti – odlišné od jiných destinací. Podle WTO představuje destinace místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu, a které poskytovatelé přinášejí na trh.

Výkladový slovník cestovního ruchu pod pojmem destinace cestovního ruchu rozumí v užším slova smyslu cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu a v širším smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká a dlouhodobá koncentrace návštěvníků. [13]

Destinace je představována svazkem různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivitu) místa nebo oblasti. Atraktivita destinace tak představují podstatu destinace a hlavní motivační stimul návštěvnosti destinace. [18]

Kirářová uvádí šest komponentů podle D. Buhalise, které jsou charakteristické pro destinaci cestovního ruchu, nazývaných též „6 A“, a to:

- Attractions – primární nabídka cestovního ruchu, která množstvím, kvalitou a atraktivitou vyvolává návštěvnost (přírodní, kulturně – historický potenciál)
- Accessibility a ancillary services – všeobecná infrastruktura, která umožňuje přístup do destinace, pohyb za atraktivitami destinace, patří sem také služby využívané především místními obyvateli (telekomunikační, zdravotnické, bankovní, poštovní apod.)
- Amenities – suprastruktura a infrastruktura cestovního ruchu, které umožňují pobyt v destinaci a využití jejich atraktivit (ubytovací, hostinská, sportovně – rekreační, kulturně – společenská a jiná zařízení)
- Available packages – připravené produktové balíčky
- Activities – rozmanité aktivity.

Pro rozvoj cestovního ruchu je v destinaci důležitá kvalitní nabídka, která je schopna přilákat návštěvníky a následně uspokojit jejich potřeby a požadavky.

Nabídku cestovního ruchu lze rozdělit na primární a sekundární. Komponenty primární nabídky cestovního ruchu jsou utvářejícími podmínkami pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace; struktura, rozmístění a úroveň sekundární nabídky cestovního ruchu je určujícím faktorem využitelnosti destinace pro aktivity cestovního ruchu. [13]

### **3.5 Vymezení pojmu region**

Studium regionu je tradičním a současně vysoce moderním úkolem regionalistiky. Termín region, popř. rajón je používán již dlouhou dobu. Ovšem již dlouhá léta se odborníci bezúspěšně snaží o všeobecně přijatelnou definici pojmu region a v různých regionálních pracích je tento termín používán v různém smyslu. Tento problém lze překonat tím, že region chápeme jako komplex vznikající regionální diferenciací krajinné sféry. [14]

Nejjednodušším, i když ne zcela precizním způsobem, můžeme region definovat jako určitou část geografické sféry. Region je tedy výsledkem prostorové či územní diferenciacie geografické sféry a můžeme pro něj používat termín prostorová jednotka. Prostorová diferenciacie může být v zásadě učiněna na přírodním, politickém (administrativním), ekonomickém, sociálním či kulturním základě, případně může výše jmenované faktory kombinovat. [21]

Region lze také vymezit jako územní celek, který se vyznačuje společnou úrovní výskytu určitých znaků (atributů) nebo společnými procesy (vazbami). Region se může shodovat s vymezením destinace, vymezení může být i z pohledu administrativního, statistického nebo pro plánovací účely. [5]

Region může být definován jako více či méně omezený složitý dynamický prostorový systém, který vznikl na základě interakce přírodních a sociálně – ekonomických jevů a procesů, a který vykazuje určitý typ organizační jednotky, která jej odlišuje od ostatních regionů. [21]

Geografické regiony mohou být stanoveny buď politicky, jako administrativní jednotka, nebo mohou vzniknout přirozeně, jako kulturní, či národnostní nebo náboženský celek. Z různých hledisek tak existují regiony mnohé, často se překrývají.

Slovem region se označují územně-správní jednotky v mnoha zemích, tímto slovem se také překládá český termín kraj. [78]

Velmi důležitou vlastností regionů je jejich struktura. Na základě struktury jsou zpravidla rozlišovány dva základní typy geografických regionů, a to homogenní regiony, které se vyznačují stejnorodostí svých vlastností, a nehomogenní regiony (heterogenní, nodální, spádové, uzlové, funkční), které se vyznačují nestejnorodostí svých vlastností, ale funkční jednotností. [21]

### **3.6 Rozvoj regionu**

Rozvoj můžeme chápat jako proces změn, k nimž dochází postupně a které přinášejí narůstání efektivnosti a účelnosti, pokud jde o využívání zdrojů a uskutečňování (využívání) možností, podmiňujících pohyb z původního stavu do stavu žádoucího.

Spojujeme-li výklad pojmu rozvoj s územními celky, vyhovuje jeho výše uvedené základní pojetí, shrnuté do následujícího vymezení: Rozvoj představují pozitivně hodnocené změny, podmíněné efektivním využíváním zdrojů a probíhající v zájmu dosahování určitých cílů (více či méně specifikovaných). K těmto změnám může docházet i bez konkrétních záměrů. Nezřídka mají, ale nemusí mít, růstovou povahu. [14]

Směry rozvoje jsou způsoby, jejichž prostřednictvím je dosahováno strategických cílů. Ke každému cíli může existovat více než jeden strategický směr. Časový horizont jejich trvání může být různý, ale vždy v rámci časového úseku, pro který se strategie rozvoje mikroregionu připravuje. Je nutno zachovat přímou vazbu mezi strategickými směry a SWOT analýzou. [23]

### **3.7 Strategické cíle rozvoje regionu**

Strategický cíl (strategic goal) je žádoucí stav, jehož má být v určité budoucnosti dosaženo a který lze měřit příslušnými kvalitativními nebo kvantitativními ukazateli. [11]

Cíle rozvoje jsou chápány jako proklamace o budoucím stavu, kterého má být dosaženo, přičemž se rozlišuje v úrovni konkrétnosti jejich definování. [24]

Strategické cíle představují směrné ukazatele pro rozvoj regionu a informaci o stavu, kterého by mělo být dosaženo. Strategické cíle se odvozují od vize regionu o jeho budoucím vývoji a SWOT analýzy. Cíle by měly využívat silné stránky a eliminovat slabé stránky mikroregionu, dále by měly využívat příležitosti rozvoje a reagovat na ohrožení rozvoje mikroregionu.

Strategické cíle rozvoje mikroregionu musí být v souladu se strategickými cíli strategie rozvoje kraje. [23]

### **3.8 Mikroregion**

Mikroregiony jsou z hlediska teorie regionalistiky prostorové celky relativně malého rozsahu, kde jsou ale již relativně uzavřeny základní regionální procesy. Tj. v daném prostoru lze realizovat všechny základní vztahy a vazby mezi bydlištěm – pracovištěm a občanskou vybaveností. [19]

Mikroregion vymezený na základě společné kulturně – historické identity území může být chápán jako neformální útvar, jehož existence však ve svých důsledcích může vést k intenzivní spolupráci obcí a měst, tj. na základě přirozených potřeb a priorit bez integrace oficiálních státních orgánů a institucí.

Tato právně definovaná zájmová uskupení obcí jsou často zakládána v přirozených mikroregionech, nebo se svým vznikem mohou dokonce na vytvoření nového mikroregionu podílet. Přirozený mikroregion vymezuje v tomto případě území obcí, které dobrovolně vstupují do různých aktivit. Zájmová sdružení venkovských obcí vznikaly a rozvíjely svoji činnost v geograficky ucelených a společným životem místních obyvatel integrovaných územích, často bez ohledu na administrativní hranice okresů a nebo později krajů. [12]

V podmínkách České republiky je v zásadě vyvinuta dvoustupňová mikroregionální organizace.

Mikroregiony 1. stupně lze v podstatě přirovnat ke spádovým územím středisek osídlení obvodního významu. V mikroregionech 1. stupně je obvykle již zcela vyvinuta základní občanská vybavenost jako jsou základní (eventuálně i mateřská) škola, základní zdravotní zařízení, tj. ordinace dětského a praktického lékaře a stomatologa, základní administrativa, a to nejen v samotné působnosti obcí, ale i nejnižší úroveň přenesení působnosti administrativy státní správy (centra mikroregionů 1. stupně jsou v současném administrativním členění obvykle obce s pověřenou působností, tzv. „obce III. stupně“), základní vybavení obchodu a služeb místního významu (prodejny maloobchodu zpravidla v docházkové vzdálenosti obyvatel s prodejní plochou do 1 000 m<sup>2</sup> prodejní plochy se základním sortimentem potravinářského a drogistického zboží a dalšího rychloobrátkového zboží (oděvy, domácí potřeby apod.).

Mikroregiony 2. stupně lze v podstatě přirovnat k okresům. Vztahy mezi bydlištěm, pracovištěm a komplexem základních služeb jsou na tomto mikroregionálním stupni již zcela dominantní pro formování příslušných územních celků. Současně platí, že prostorová organizace těchto vztahů má až na vzácné výjimky nodální formu: vztahy typu středisko – zázemí (při úzkém vymezení středisek). Centra mikroregionů středisek 2. stupně jsou již také vybavena vyšší občanskou vybaveností jako jsou např. střední školy, kina, divadla, polikliniky event. nemocnice. V oblasti obchodu a služeb se již vyskytují „obchodní zařízení regionálního významu“ reprezentované zejména velkoplošnými, velkokapacitními zařízeními maloobchodu s prodejní plochou obvykle do 3 000 m<sup>2</sup> situovaných u kapacitní městské komunikace ve vnějším městském pásmu, které slouží jak obyvatelům tak i přilehlým obcím regionu (dojížděka do 20 minut). V oblasti služeb je již středisko mikroregionu 2. stupně rovněž plně vybaveno – zařízení výrobních i nevýrobních služeb, ubytovací kapacity apod.

Z pohledu veřejné správy se pod termínem mikroregionů můžeme setkat s celou řadou dalších výkladů, např. „V praxi se zpravidla jedná o účelové mikroregiony, sdružení obcí. V ČR jsou často vytvářeny za účelem získání společné podpory pro čerpání prostředků ze státních fondů a z fondů EU“. Nebo „Mikroregion nelze definovat jen jako území řádově menší než region. Mikroregion je skutečně často sdružením

pouhých několika obcí, nese však dále typický znak aktivního vzniku „zdola“, zpravidla za účelem dosažení určitého cíle.“ [19]

Mikroregion je sdružení několika obcí za účelem dosažení společného cíle. Typickým rysem takového svazku je vznik z vlastní iniciativy, nikoliv příkazem nadřízeného orgánu nebo ze zákona.

Spolupráce mezi obcemi se uskutečňuje:

- na základě smlouvy uzavřené ke splnění konkrétního úkolu
- na základě smlouvy o vytvoření dobrovolného svazku obcí podle zákona číslo 128/2000 Sb., o obcích
- zakládáním právnických osob podle Obchodního zákoníku dvěma nebo více obcemi. [19]

Nástroje spolupráce obcí prostřednictvím mikroregionů umožňují venkovským obcím dosahovat efektivních výsledků při rozvoji založeném na dobrovolné vůli jejich představitelů a solidaritě.

Společné úsilí a prostředky, kterými jsou aktivity mikroregionů převáděny do praktických dopadů lze rozdělit do dvou rovin, a to do úsilí o růst mikroregionů a snahy dosahování úspor prostřednictvím spolupráce obcí. [20]

### **3.9 Management destinace**

Managementem destinace rozumíme soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci za účelem dosažení jeho udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu.

Při kvalitním managementu je cestovní ruch přínosem pro destinaci především v oblasti ochrany životního prostředí, sociálně – kulturní a ekonomické oblasti. [13]

Management destinace je obvykle řízen samotnou organizační jednotkou, která je budována z hlediska věcného a prostorového. Ve věcné (organizační) rovině se jedná o lokální a regionální organizace cestovního ruchu (spolky, sdružení, destinační management). V prostorové (územní) rovině, jde o vymezení funkčních turistických regionů a oblastí apod.



Destinace vznikají zpravidla z regionů se silným potenciálem cestovního ruchu, tvořených ubytovacími kapacitami, podniky infrastruktury, cestovními kanceláři, informačními centry a dalšími podnikatelskými i nepodnikatelskými subjekty. [5]

Marketingový management destinace vychází přímo z politiky turismu v destinaci. Politika turismu v destinaci znamená stanovení rámcových podmínek pro fungování odvětví turismu, usnadňuje konsenzus o specifických záležitostech a poskytuje rámec pro diskusi veřejné a soukromé sféry. Politika turismu by měla propojovat průřezové odvětví turismu s ostatními odvětvími a měla by být v souladu s vizí destinace, která je zdrojem pro konkrétní plány.

Politika turismu v destinaci, a tedy i management destinace musí sledovat vývoj infrastruktury a suprastruktury cestovního ruchu, trhu pracovních sil, vývoj osídlení destinace, prolínání turismu s dalšími sektory a rovněž institucionální zajištění, tedy zřízení a fungování organizace destinačního managementu včetně finančního krytí. [18]

### **3.10 Situační analýza**

Situační analýza (situation analyse) je všeobecná metoda zkoumání jednotlivých složek a vlastností vnějšího prostředí (makroprostředí a mikroprostředí), ve kterém firma podniká, případně které na ni nějakým způsobem působí, ovlivňuje její činnost, a zkoumání vnitřního prostředí firmy, její schopnosti výrobky tvořit, vyvíjet a inovovat, produkovat je, prodávat a financovat programy.

Smyslem provádění situační analýzy je nalezení správného poměru mezi příležitostmi, jež přicházejí v úvahu ve vnějším prostředí a jsou výhodné pro firmu, a mezi schopnostmi a zdroji firmy. [11]

Zelenka shodně s Horákovou (Horáková, 2003) uvádí, že se v rámci analýzy faktorů vnějšího prostředí zjišťují ekonomické, demografické, sociální a kulturní, technické a technologické, politicko – legislativní a přírodní faktory (makroprostředí) a charakteristiky dodavatelů, distributorů, zákazníků, konkurence a veřejnost/zájmových skupin (mikroprostředí). [25]

Marketingová situační analýza (marketingový audit) je kritické, nestranné, systematické a důkladné:

- zkoumání vnitřní situace podniku (s důrazem položeným na marketingové činnosti),
- šetření postavení podniku v daném prostředí (s důrazem položeným na analýzu trhu).

Analýza se uskutečňuje ve třech časových horizontech. Je to:

- dosavadní vývoj (kde se podnik nacházel v minulosti),
- současný stav (pozice podniku v současnosti),
- odhad možného budoucího vývoje (kam chce podnik dospět v budoucnosti). [8]

### **3.11 SWOT analýza**

Tato moderní metoda je v evropských podmínkách již běžně používána v oblasti státní správy a územní samosprávy v regionálním rozvoji a plánování. Protože zde jsou základními složkami, od nichž se odvíjí celkové řešení rozvoje, vnitřní silné a slabé stránky hodnoceného subjektu (územní jednotky), do podvědomí se dostala jako SWOT analýza. [14]

SWOT analýza, jejíž název je odvozen od počátečních písmen anglický termínů (S – strengths, W – weaknesses, O – opportunities, T – threats), v překladu znamenající silné stránky (S), slabé stránky (W), příležitosti (O) a ohrožení (T).

SWOT analýza tvoří logický rámec vedoucí ke konkrétnímu systematickému zkoumání vnitřních předností a ohrožení i k vyslovení základních strategických alternativ, o kterých může podnik uvažovat.

SWOT analýza slouží k základní identifikaci současného stavu podniku – sumarizuje základní faktory působící na efektivnost marketingových aktivit a ovlivňující dosažení vytyčených cílů.

Silné a slabé stránky analýzy se vztahují k vnitřní situaci. Na základě jejich analýzy lze identifikovat faktory, které mohou být významné pro budoucí úspěchy nebo nezdary. Silné stránky představují pozitivní faktory, které přispívají k úspěšné činnosti

podniku, regionu, a ovlivňují jeho prosperitu. Oproti tomu slabé stránky znamenají určitá omezení nebo nedostatky a brání plnému efektivnímu výkonu.

Příležitosti a ohrožení vyplývají z vnějšího prostředí. Tyto faktory nelze aktivitami subjektu ovlivnit. Lze je vytipovat, zhodnotit a zaujmout stanovisko k jejich maximálnímu využití, odvrácení, omezení, zeslabení nebo alespoň zmírnit jejich důsledky. [8]

Podstatou této metody je odhalení a současně vzájemné porovnání vnitřních silných a slabých stránek zkoumaného objektu a možností a hrozeb, které na něj působí zvenčí. Smysl SWOT analýzy přitom samozřejmě spočívá v akceptování silných stránek a odstraňování (nebo alespoň omezování) stránek slabých, čímž se zvyšuje pravděpodobnost budoucí realizace příhodných možností a naopak se omezuje dopad takto pojmenovaných hrozeb. [14]

Cílem SWOT analýzy je identifikovat to, do jaké míry jsou současná strategie firmy a její specifická silná místa relevantní a schopná se vyrovnat se změnami, které nastávají v prostředí.

SWOT analýza neboli analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb se sestává z původně dvou analýz, a to analýzy SW a analýzy OT. Doporučuje se začínat analýzou OT – příležitostí a hrozeb, které přicházejí z vnějšího prostředí firmy, a to jak makroprostředí (obsahuje faktory politicko – právní, ekonomické, sociálně – kulturní, technologické), tak i mikroprostředí (zákazníci, dodavatelé, odběratelé, konkurence, veřejnost). Po důkladně provedené OT analýze následuje analýza SW, která se týká vnitřního prostředí firmy (cíle, systémy, procedury, firemní zdroje, materiální prostředí, firemní kultura, mezilidské vztahy, organizační struktura, kvalita managementu aj.). [11]

Formulačně se jedná o jednoduché (jednoduše stylizované), ale pregnantní a pokud možno objektivní, pojmenování vlastních předností a slabin a z nich vyplývajících pozitivních a negativních výsledků určitého vývojového procesu, tj. možností a hrozeb budoucího vývoje. Její úkol je také záludně jednoduchý – analyzovat současnou a očekávanou budoucí situaci, určit směr rozvoje a najít prostředky pro dosažení stanoveného poslání (cíle). [14]

### 3.12 Problémová analýza

Problémová analýza vychází ze situační analýzy a SWOT analýzy a pojmenovává hlavní problémy a bariéry rozvoje území mikroregionu. Je nezbytné určit kritické oblasti, u nichž je mikroregion schopen dosáhnout prostřednictvím potenciálně dostupných zdrojů zlepšení:

- a) definování odvětvových disparit a vymezení cílových skupin obyvatelstva se soustředěnou podporou, spolu s uvedením opatření, na něž bude podpora zaměřena,
- b) stanovení územních disparit.

Ve specifikaci příslušných opatření zaměřených na odstraňování neodůvodněných rozdílů bude pro odvětvové nerovnosti a územní disparity určeno geografické pokrytí a stanoveny cílové skupiny, pro které jsou rozvojové aktivity určeny nebo nasměrovány.

V ČR existují poměrně malé regionální rozdíly na úrovni krajů. Rozdíly však rostou na subregionální, tedy i na úrovni mikroregionů. Jde zejména o prohlubování odlišnosti venkovského prostředí vůči prostředí městskému a zaostávání ekonomické úrovně některých území, zejména příhraničních, výše položených a odlehlých částí.

Ve specifikaci příslušných opatření zaměřených na odstraňování neodůvodněných rozdílů bude proto určeno geografické pokrytí a stanoveny cílové skupiny, pro které jsou aktivity určeny. [23]

### **3.13 Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013**

Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013 představuje střednědobý strategický dokument, který vychází především z rozvojových možností cestovního ruchu v České republice a účinnými nástroji podněcuje jeho další rozvoj. Základním atributem Koncepce je rozvoj odvětví cestovního ruchu, který vychází z mobilizace zejména privátních zdrojů zaměřených na cestovní ruch a dále také rozvoj systémového a koncepčního přístupu veřejné správy na všech úrovních jako zdroje konkurenceschopnosti, zaměstnanosti a hospodářského růstu zejména v územích s vhodným potenciálem pro efektivní rozvoj tohoto odvětví.

Cílem zpracování Koncepce je harmonizace koncepční činnosti v oblasti cestovního ruchu s programovacím obdobím Evropské unie a vytvoření strategického materiálu, který bude účinným nástrojem podpory udržitelného rozvoje cestovního ruchu v ČR v příštím období a bude dostatečně reflektovat význam cestovního ruchu pro národní hospodářství České republiky.

**Hlavní strategické cíle Koncepce** jsou vyjádřeny v následujících čtyřech prioritách:

**Priorita 1:** Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu

**Priorita 2:** Rozšiřování a zkvalitnění infrastruktury a služeb cestovního ruchu

**Priorita 3:** Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů

**Priorita 4:** Vytváření organizační struktury cestovního ruchu

Systém priorit Koncepce vychází z předpokladu, že odvětví cestovního ruchu je jedním z mnoha nástrojů regionální politiky. Koncepce je rovněž východiskem pro zpracování Integrovaného operačního programu (IOP) a regionálních operačních programů (financovaných ze strukturálních fondů EU) v oblasti cestovního ruchu, jež tvoří významné nástroje její realizace. Současně bude sloužit k inovaci rozvojových programů cestovního ruchu v jednotlivých krajích ČR. [52]

## 4 Vymezení mikroregionu Poděbradské Polabí

Mikroregion Poděbradské Polabí se nachází v regionu Střední Čechy, ve východní části Středočeského kraje, v okrese Nymburk. Mikroregion spadá do turistické oblasti Střední Čechy – severovýchod – Polabí. Mikroregion leží asi 50 km východně od Prahy v Polabské nížině.

V roce 2006 vznikl dobrovolný svazek 15 obcí – mikroregion Poděbradské Polabí, který byl později rozšířen na současných 22 obcí. Hlavním účelem, proč mikroregion vznikl, je jeho rozvoj. Cílem tohoto mikroregionu je především podpora rozvoje cestovního ruchu, rozvoj destinačního managementu a také zvýšení prosperity oblasti. Mikroregion má své sídlo v městě Poděbrady.

Zakládajícími členy mikroregionu byly město Poděbrady a obce Činěves, Dobšice, Dymokury, Choťánky, Kouty, Křečkov, Městec Králové, Opočnice, Pátek, Sány, Senice, Sokoleč, Vlkov pod Oškobrhem a Záhornice. Později se k tomuto mikroregionu připojil i bývalý mikroregion Mezilesí, který tvořily obce Běrunice, Dlouhopolsko, Chotěšice, Chroustov, Kněžice, Kněžičky a Sloveč. [42, 70]

Úspěchem mikroregionu, ale hlavně obce Dobšice, bylo udělení ocenění Cena naděje pro živý venkov v soutěži Středočeská vesnice roku 2009. [56]

Hlavní atraktivitou a nejvýznamnějším centrem mikroregionu je bezpochyby lázeňské město Poděbrady. [50]

### 4.1 Středočeský kraj

Středočeský kraj leží uprostřed Čech. Velikostí, počtem obcí i obyvatel patří mezi největší kraje České republiky. S rozlohou 11 015 km<sup>2</sup> zabírá téměř 14 % území ČR. Kraj zcela obklopuje hlavní město Prahu a sousedí téměř se všemi českými kraji. Jeho reliéf je poměrně málo členitý. Sever a východ je rovinný, na jihu a jihozápadě převládají vrchoviny.

Území kraje se dělí na 12 okresů s 10 okresními městy. V roce 2007 bylo na území kraje 1 146 obcí.

K 31. 12. 2007 měl Středočeský kraj 1 201 827 obyvatel.

Poloha Středočeského kraje významně ovlivňuje jeho ekonomickou charakteristiku. Úzká vazba s hlavním městem, hustá dopravní síť, činí polohu kraje mimořádně výhodnou. Naopak zřejmá nevyváženost vztahu Prahy – metropole celorepublikového významu – a středních Čech – periferie Prahy – je pro kraj nevýhodou. Tato skutečnost, stejně jako absence krajského města jako správního centra regionu, do určité míry limituje rozvoj kraje. Kraj je pro Prahu významným zdrojem pracovních sil, doplňuje pražský průmysl, zásobuje Prahu potravinami, poskytuje Praze svůj rekreační potenciál.

Středočeský kraj má kromě Prahy nejhustší, ale také nejpřetíženější dopravní síť v republice. Zastoupení v kraji má i vodní doprava po Labsko-vltavské vodní cestě, jejíž přibližně 3/4 délky procházejí územím kraje.

Pro Středočeský kraj je charakteristická rozvinutá zemědělská i průmyslová výroba. Zemědělská výroba těží z vynikajících přírodních podmínek v severovýchodní části kraje, kraj vyniká hlavně rostlinnou výrobou, pěstováním pšenice, ječmene, cukrovky, v příměstských částech pěstováním ovoce, zeleniny a květin.

Stěžejními průmyslovými odvětvími jsou strojírenství, chemie a potravinářství. ŠKODA AUTO a.s. Mladá Boleslav je podnikem celostátního významu, pokračuje výroba malých aut v TPCA Czech, s.r.o. Kolín.

Průměrná hrubá měsíční mzda (fyzické osoby) dosáhla v kraji v roce 2007 výše 21 621 Kč, vzrostla proti předchozímu roku o zhruba 9 % a byla druhá nejvyšší v celé ČR.

Míra nezaměstnanosti je dlouhodobě nižší proti republikovému průměru. Existují výrazné rozdíly v nezaměstnanosti uvnitř kraje, ovlivněné opět blízkostí Prahy. K 31. 12. 2007 byla míra registrované nezaměstnanosti v kraji podle nové metodiky 4,25 %. Nejvyšší hodnoty v rámci kraje dosáhla v okrese Nymburk 6,19 %, nejnižší v okrese Praha – západ 1,64 %.

Na území Středočeského kraje se nachází množství významných historicky cenných památek a několik chráněných krajinných oblastí. Největší koncentrací památek se vyznačuje město Kutná Hora, které bylo zapsáno do Seznamu světového přírodního a kulturního dědictví UNESCO. V českém seznamu městských památkových rezervací středních Čech kromě Kutné Hory figuruje jen Kolín. [30]

Na území Středočeského kraje existuje přes 110 mikroregionů, mezi které jsou započítány jak svazky obcí, tak sdružení obcí, které byly založeny podle Občanského zákoníku (některé mikroregiony jsou stále ještě založeny podle původního zákona č. 367/1990 Sb., o obcích).

Nejvíce mikroregionů ve Středočeském kraji je složeno ze 6 – 10 obcí (cca 45 %). Poměrně hodně mikroregionů vzniká spojením pouhých 2 – 5 obcí (přibližně 26 %). Méně je již mikroregionů s 11 – 15 obcemi (cca 21 %), podíl mikroregionů sdružujících více než 16 obcí je přibližně 8 %. [75]

## 4.2 Poděbrady

Město Poděbrady leží v malebné Polabské nížině na řece Labi. Nadmořská výška 190 m n. m. řadí Poděbrady mezi nejteplejší místa v republice s nejstabilnějším počasím. Město má 13 400 obyvatel.

Historie Poděbrad sahá daleko před počátky českého státu. Původní osada "pode brody" vznikla v blízkosti brodu přes Labe. V druhé polovině 13. století získal Poděbrady český král Přemysl Otakar II., který v letech 1262 – 1268 zbudoval na strategickém místě nad řekou kamenný hrad. V pozdějších dobách a po četných úpravách byl přebudován na zámek. Největšího rozkvětu doznalo panství za pánů z Kunštátu. Významnou osobností tohoto rodu byl Jiří z Poděbrad, který byl v roce 1458 zvolen českým králem. V roce 1472 byly Poděbrady povýšeny na město a obdržely čestná práva a městský znak. [50]

Poděbrady jsou příjemné město bez velkého ruchu s klidným, tichým a pohostinným prostředím. Je to dáno lázeňskou atmosférou místa, ale i přírodními poměry.

V Poděbradech se pravidelně setkávají evropští umělci na festivalech a přehlídkách, podobně jako sportovci, zejména na chodeckých a běžeckých závodech. [16]

Hlavně díky úspěšnému lázeňství, bohatému kulturnímu a společenskému dění, sportovnímu životu a příznivému přírodnímu prostředí se staly Poděbrady vyhledávaným letoviskem, kam jezdí návštěvníci za účelem zlepšení svého zdraví a preventivní léčbou a kde se dá i velmi příjemně relaxovat. [47, 50, 67]



## **5 Situační analýza mikroregionu Poděbradské Polabí**

### **5.1 Demografická situace, ekonomická situace a zaměstnanost**

Celý Středočeský kraj měl ke konci roku 2007 1 201 827 obyvatel. Samotný mikroregion Poděbradské Polabí měl dle údajů Českého statistického úřadu k roku 2008 celkem 24 498 obyvatel. Z toho bylo 17 141 ve věku od 15 do 64 let. [28] (Příloha 4)

V roce 2008 dosahoval hrubý domácí produkt na obyvatele v paritě kupní síly na obyvatele Středočeského kraje 73,6 % průměru EU 27. Výkonem ekonomiky patří Středočeský kraj na třetí místo po hlavním městě Praze (172,5 %) a Jihomoravském kraji (73,9 %). [30]

Středočeský kraj se na tvorbě hrubého domácího produktu jako ukazatele vývoje ekonomiky v roce 2006 podílel 10,3 % a v roce 2007 10,8 %. [69] (Příloha 5)

Koncem října roku 2009 se míra nezaměstnanosti ve Středočeském kraji dostala na 6,4 %. Ve stejném období roku 2008 byla 1,6krát nižší. V okrese Nymburk byla míra nezaměstnanosti v říjnu loňského roku 8,5 %. (Příloha 6)

Volných pracovních míst bylo v období října 2009 v celém Středočeském kraji 4 212, z toho 219 v nymburském okrese. [31] (Příloha 7)

Průměrná míra nezaměstnanosti v mikroregionu činila k červenci 2008 6,6 %. Nejvyšší hodnoty míry nezaměstnanosti dosáhla obec Chotěšice a nejnižší obec Křečkov. (Příloha 8)

### **5.2 Analýza složek primární nabídky mikroregionu Poděbradské Polabí**

#### **5.2.1 Přírodní předpoklady**

Mikroregion Poděbradské Polabí, především město Poděbrady, patří k vyhledávaným destinacím v České republice pro tuzemské i zahraniční návštěvníky. Nabízí vhodné a příjemné přírodní prostředí, které je jedním z faktorů motivujících k návštěvě destinace.

### **Geomorfologické podmínky**

Mikroregion Poděbradské Polabí se nachází na území s úrodnou krajinou okolo Labe v severovýchodní části Středočeského kraje, který je součástí Českého masívu. Krajina kolem Poděbrad je označována za „zlatý prut Země české“ a patří mezi nejúrodnější oblasti země.

Povrch celého mikroregionu lze charakterizovat jako mírně zvlněný, rovinný kraj s nadmořskou výškou od 150 do 250 m nad mořem. Výjimečně na území vystupují kopce tvořené turonskými opukami (usazeniny z druhohorního moře), např. Oškobrh (285 m n. m.), který je i nejvyšším vrcholem mikroregionu.

Vzhledem k intenzivně využívané zemědělské půdě je na území mikroregionu minimální lesní porost. Zemědělská výroba vychází z výborných přírodních podmínek, pěstuje se zde především pšenice, ječmen, cukrovka, ale také ovoce a zelenina.

Mírný, rovinný a nenáročný terén vytváří ideální podmínky především pro pěší turistiku, cykloturistiku a in-line bruslení i pro méně zkušené sportovce nebo rodiny s dětmi a pro pěstování golfu. Podmínky destinace představují především pro lázeňské hosty možnost nenáročných procházek, což je vzhledem ke specializaci místních lázní na onemocnění srdce velice přínosné. [74, 81]

### **Klimatické podmínky**

Mikroregion Poděbradské Polabí se nachází na území, které patří mezi nejteplejší oblasti naší republiky. Podnebí v této oblasti je suché. Průměrná teplota v oblasti je 9° C.

Trvalejší sněhová pokrývka je v této oblasti vzácností, proto není mikroregion vhodný pro zimní rekreaci. Ovšem jaro začíná v této oblasti již v první polovině dubna a zima začíná později, počet letních dnů je cca 50 až 70. V mikroregionu je typická sezónnost cestovního ruchu, který je zde nejsilnější v letních měsících. Proto je mikroregion vhodný především pro letní rekreaci a rekreační sportovní aktivity. Ovšem lázeňství se svým celoročním charakterem sezónnost snižuje. [74, 81]

## **Hydrologické podmínky**

Nejvýznamnějším tokem mikroregionu je bezesporu řeka Labe, která se využívá pro vodní dopravu po labské vodní cestě, ale také pro rekreační dopravu.

Řeka Labe, která protéká Poděbrady blízko náměstí, představuje ohrožení pro město a okolní obce v podobě povodní, které již několikrát tuto oblast zasáhly.

Pro krajinu jsou charakteristické četné rybníky a vlhké polabské louky. Velice známou lokalitou, především mezi evropskými zoology, je Žehuňský rybník. Ostatní rybníky (např. Kopicácký rybník v Žehuňské oboře, rybníky Jakubský, Pustý nebo Komárovský u Dymokur) nemají pro oblast zásadní význam.

Vodní plocha koupaliště Jezero v Poděbradech, která vznikla po těžbě písku, je vhodná především pro koupání a provozování vodních sportů.

Určujícím faktorem pro rozvoj cestovního ruchu, především lázeňství v Poděbradech, bylo objevení pramene minerální vody na nádvoří zámku s výbornými léčivými účinky v roce 1905 „Poděbradky“. Poděbrady se řadí mezi města, kde se nachází jedna z nejlepších železitých vod. Díky minerálnímu pramenu se staly Poděbrady vyhledávaným lázeňským letoviskem nejen pro českou klientelu, ale i pro zahraniční návštěvníky.

Hydrologické podmínky umožňují rozvíjet lázeňský cestovní ruch a některé druhy vodních sportů. Přítomnost minerálního pramene je stěžejním faktorem, který z Poděbrad vytvořil navštěvovanou destinaci. [63, 74, 81]

## **Biologické podmínky**

Porost mikroregionu tvoří především smíšené lesy s četnými tůněmi. Návštěvníci oblasti se zde setkají s hojně zastoupenými druhy stromů (duby, olše, břízy a z jehličnatých převážně borovice) a květin (např. orsej jarní, kosatec žlutý, prvosenka jarní).

Součástí lázeňského města Poděbrady jsou udržované parky, které jsou častým cílem procházek nejen lázeňských hostů.

Milovníci fauny mohou v mikroregionu vidět mnoho živočichů z říše ptáků a zvířat žijících u vody. Řeky na území mikroregionu jsou bohaté na výskyt mnoha

druhů ryb (např. kapr obecný, štika obecná, úhoř říční, sumec velký, amur bílý, candát dravý atd.). Zajímavým přírodním jevem v oblasti jsou labská ramena a tůň.

Krajina v destinaci působí na nervový systém uklidňujícím dojmem a prostředí je vhodné pro lázeňské hosty, ale i pro rekreaci. Fauna, která se v destinaci vyskytuje, umožňuje především rybolov, ale i lov zvěře v blízkém okolí. [63, 73, 81]

Z přírodovědného hlediska patří k nejvýznamnějším územím Libický luh, Ptačí oblast Žehuňský rybník a obora Kněžičky a Vinný vrch.

### **Národní přírodní rezervace Libický luh**

Mezi nejvýznamnější přírodní rezervaci mikroregionu patří Libický luh, který se rozkládá na území okresu Kolín a Nymburk a leží na soutoku řek Cidliny a Labe. Jedná se o nejrozsáhlejší souvislou oblast lužních lesů v Čechách. Tato přírodní rezervace byla zařazena do evropské sítě Natura 2000 jako evropsky významná lokalita Libické luhy. Rezervace je protkána velkým množstvím tůní, mrtvých a slepých ramen Labe. Nachází se zde významná vodní a mokřadní fauna a flóra, díky které bylo území vyhlášeno národní přírodní rezervací. Rezervace je výjimečná především kvůli své druhové rozmanitosti rostlinstva i zvířeny. Do přírodních podmínek rezervace nepříjemně zasáhly výstavba dálnice a regulace vody na Labi v minulých letech. Rezervace je přístupná po červené turistické značce a nejvhodnějším obdobím pro její návštěvu je jaro, kdy rostliny vykvétají. [27, 38, 61]

### **Národní přírodní rezervace Ptačí oblast Žehuňský rybník a obora Kněžičky**

Tato ptačí oblast byla vyhlášena nařízením vlády, jedná se o jednu ze 41 dosud schválených oblastí tohoto typu v České republice. Jedná se o unikátní zoologickou, botanickou a mykologickou oblast, která má být chráněna před negativními vlivy činnosti člověka. Lokalita je ornitologicky zkoumána po více jak 100 let a bylo zde zaznamenáno přes 260 druhů ptáků. Oblast se nachází nedaleko Poděbrad mezi obcemi Dlouhopolsko a Žehuň, severně od dálnice D 11.

Jedná se o významné území rybníků, podmáčených luk, dubohabrovým lesním porostem, kde jsou zachovány příznivé přírodní podmínky pro velké množství rostlin

a živočichů. Nejvýznamnější je tato oblast pro ptáky, z nichž řada patří mezi ohrožené druhy (např. bukáček malý, chřástal kropenatý).

Zoologicky a botanicky je velice významný Žehuňský rybník (patří mezi deset největších rybníků v ČR) a Dlouhopolský rybník. V oboře se chovají především mufloni a daňci. Obora má i komerční využití, konají se zde např. střelecké závody. [54, 62, 68, 77]

### **Přírodní památka Vinný vrch**

Přírodní památka Vinný vrch má za cíl chránit význačná teplomilná rostlinná společenstva. Větší část území je zarostlá ovocnými a okrasnými stromy. V současné době je tato památka bez významnějšího využití a zarůstá stromy a keři. [59]

## **5.2.2 Kulturně – historické předpoklady**

Od přírodních předpokladů se kulturně – historické předpoklady odlišují tím, že vznikly tvůrčí činností člověka. Středočeský kraj disponuje významnými kulturně historickými předpoklady, ale oblast mikroregionu Poděbradské Polabí nemá výrazný potenciál i přes to, že Poděbrady a okolí jsou spojovány s jednou z nejvýznamnějších historických osobností – Jiřím z Poděbrad. Ale spojení příznivých přírodních předpokladů a kulturně – historických předpokladů představuje významný faktor rozvoje cestovního ruchu v regionu.

### **Městská památková zóna**

V roce 1992 byla v Poděbradech vyhlášena městská památková zóna, která má chránit historické centrum města včetně poděbradské kolonády. [66]

### **Hrady a zámky**

#### **Zámek v Poděbradech**

Zámek je nejstarší a nejvýznamnější památkou mikroregionu. Původní hrad byl údajně založen Přemyslem Otakarem II., později v polovině 16. století byl přestaven na renesanční rezidenci. V současné době je veřejnosti přístupná pouze památkově

upravená středověká kaple a s ní sousedící tzv. rodná síň krále Jiřího. Ovšem okolí zámku a obě nádvoří jsou návštěvníkům volně přístupná, což umožňuje alespoň prohlídku exteriéru zámku. Památník krále Jiřího v poděbradském zámku v roce 2007 navštívilo 7 004 návštěvníků. [26, 50, 80]

### **Zámek v Dymokurech**

Barokní zámek v Dymokurech je bohužel pro veřejnost nepřístupný, protože byl po revoluci vrácen do soukromého vlastnictví rodu Czerninů. [57]

Historicky významnou budovou v Poděbradech je stará radnice, která dnes slouží jako informační centrum a knihovna. Jedná se o památkově chráněný renesanční dům na náměstí. [50]

### **Sochy a památníky**

Historii v Poděbradech připomíná návštěvníkům především jezdecká socha krále Jiřího, protože za jeho vlády prožívaly Poděbrady „zlatý věk“, dále Mariánský sloup pořízený po morové epidemii se sochou Matky Boží a postavami čtyř světců. V mikroregionu se nacházejí i další památníky, sochy svatých a zvoničky, které nemají pro cestovní ruch v oblasti podstatný význam. [50, 81]

### **Sakrální památky**

#### **Havířský kostelík**

Mezi sakrální památky, které stojí v mikroregionu za návštěvu patří zejména Havířský kostelík v Poděbradech, který byl postaven na památku popravy deseti nevinných vůdců havířů, kteří se v 15. století vzbouřili. Původní dřevěná kaple byla v 17. století nahrazena kamennou stavbou. [50]

## **Kostel povýšení sv. Kříže**

Významnou památkou je v Poděbradech také Kostel povýšení sv. Kříže, má poměrně prostý vzhled s gotickým zdívem a novogotickým zařízením. Velice hodnotnou součástí kostela je renesanční křtitelnice a hlavní oltář z postříbřené mědi. [50]

Kostely jsou pro některé obce jedinou dominantou, např. v obcích Běrunice, Činěves, Dymokury, Chotěšice, Chroustov, Kněžice, Sány a Záhornice, ovšem z hlediska cestovního ruchu nemají podstatný význam.

Z historického hlediska má svůj význam Židovský hřbitov v Městci Králové založený v roce 1899. Na ploše 812 m<sup>2</sup> se nalézá pouhých 27 náhrobků, které pocházejí z let 1906 – 1948. U vchodu hřbitova stojí márnice, která byla zrekonstruovaná v roce 2003. Hřbitov je bohužel uzamčen a není zde žádná informace o možnosti návštěvy. [36]

V obci Sány mohou turisté vidět zbytky valů a příkopů, které zde zbyly po tvrzišti ze 14. století. [60]

## **Muzea**

### **Polabské muzeum**

Na území mikroregionu stojí za návštěvu jedno z nejvýznamnějších muzeí ve Středních Čechách – Polabské muzeum, známé především díky svému zakladateli, lékárníkovi Janu Hellichovi. Hlavním sídlem muzea jsou Poděbrady, kde se nachází hlavní budova a Památník krále Jiřího na zámku. Muzeum nabízí návštěvníkům významné sbírkové celky archeologické, numismatické, uměleckohistorické, ale i přírodovědecké. Podle zprávy o činnosti Polabského muzea navštívilo v roce 2007 muzeum celkem 6 290 návštěvníků. [64, 65]

### **Muzeum Keltů v Dobšicích**

Muzeum nabízí návštěvníkům ke shlédnutí stálou expozici keltského národa, který žil na území Dobšic ve 4. – 3. století před naším letopočtem. [56]

## **Technické památky**

### **Sánský kanál**

V obci Sány se nalézá umělý kanál, jehož úkolem bylo odvádět vodu a zásobovat rozsáhlou rybníční soustavu na Poděbradsku. [60, 37]

## **5.3 Analýza složek sekundární nabídky mikroregionu Poděbradské Polabí**

### **5.3.1 Turistická suprastruktura cestovního ruchu**

#### **Hromadná ubytovací zařízení**

Návštěvníci destinace mají možnost ubytovat se v Poděbradech v některém z lázeňských hotelů a penzionů. Lázně Poděbrady, a.s. disponují v současné době přes 800 lůžky, která jsou určena pro rekreaci a léčbu klientů.

Celkový počet hromadných ubytovacích zařízení mikroregionu v roce 2008 byl dle oficiálních statistik Českého statistického úřadu 26 včetně lázeňských hotelů, z toho se 24 nachází v Poděbradech a 2 zařízení v obci Kněžičky. Ubytovací zařízení disponují celkem 1003 pokoji s 2045 lůžky. Počet míst pro stany a karavany byl v mikroregionu celkem 100.

V mikroregionu se ovšem nalézá více hromadných ubytovacích zařízení, především penzionů, méně hotelů, které nebyly do oficiální statistiky zařazeny.

Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v roce 2008 v Poděbradech byl 46 289 a počet přenocování 294 410.

Ubytovací suprastruktura je v mikroregionu rozvinuta především v centru mikroregionu v Poděbradech, ovšem chybí zde více hotelů s vyšším standardem služeb, většina hotelů spadá do kategorie tří hvězd. [32, 44, 81]



Tab. č. 1 - Ubytovací zařízení v mikroregionu Poděbradské Polabí

<b>Obec</b>	<b>Kategorie</b>	<b>Počet zařízení</b>	<b>Počet lůžek</b>
<b>Poděbrady</b>	Hotel ****	2	-
	Hotel ***	8	632
	Hotel **	1	-
	Pension	7	382
	Kemp	1	-
	Ostatní jinde neuvedená zařízení	5	707
<b>Kněžičky</b>	Hotel **	1	-
	Ostatní jinde neuvedená zařízení	1	-
<b>Celkem</b>		<b>26</b>	<b>2 045</b>

Zdroj: zpracováno dle [32]

### **Stravovací zařízení**

Při návštěvě mikroregionu mohou turisté využít stravovací zařízení, která nabízejí různé druhy kuchyní. Především v Poděbradech lze vybírat z nabídky zařízení s českou, mezinárodní, mexickou, italskou, čínskou a etnickou kuchyní. Nabídka stravování zahrnuje i různá wellness menu a dietní programy připravované na míru. Některé obce mikroregionu nabízejí také stravovací služby, ovšem nabídka již není velká, jedná se především o hostince.

Stravovací služby nabízejí také hotelová zařízení v Poděbradech.

Součástí stravovacích zařízení v Poděbradech je také velké množství kaváren a cukráren. Na území mikroregionu lze využít také nabídku jídelen, rychlého občerstvení nebo čajovny v Poděbradech.

Stravovací zařízení jsou zastoupena v mikroregionu v dostatečném počtu s rozmanitou kuchyní, ovšem v některých případech kvalita neodpovídá ceně služeb, jak uváděli někteří respondenti dotazníkového šetření. [43]

### **5.3.2 Infrastruktura cestovního ruchu**

#### **Cestovní kanceláře a cestovní agentury**

Cestovní kanceláře a cestovní agentury jsou umístěny pouze v centru mikroregionu a cestovního ruchu – v Poděbradech. Nachází se zde několik cestovních kanceláří, více však cestovních agentur, které nabízejí zájemcům své služby. Kanceláře a agentury se zaměřují na incoming a nabízejí služby zahraničním klientům, na firemní

turistiku, pobytové a poznávací zájezdy, cykloturistiku, zajistí nákup letenek, lodních lístků a rezervaci ubytování.

Mezi nejznámější kanceláře patří v mikroregionu CK Petr Matoušek, CK Livia a Cestovní agentura Blanka Horáková – Horatia Travel. [43, 81]

### **Turistická informační centra**

Zařízením, kde mohou získat návštěvníci mikroregionu informace o destinaci a službách týkajících se cestovního ruchu, jsou právě informační centra, která mají v destinaci nezastupitelnou roli. V Poděbradech jsou umístěna tři informační centra. Jedná se o Kulturní a informační centrum Poděbrady na I. nádvoří zámku, nově vybudované Informační středisko na Jiřího náměstí a Informační centrum v budově staré radnice. Informační centra jsou provozována městem Poděbrady. Tato centra nejsou členem asociace turistických a informačních center A.T.I.C. ČR. Místní informační centra poskytují především informace o regionu, o ubytování, pomáhají zájemcům při plánování výletů, nabízejí propagační materiály, pohledy, mapy, turistické známky, možnost využít internet a Kulturní a informační centrum nabízí možnost zakoupení nebo rezervace vstupenek na akce konané ve městě. Službu zajišťování průvodců nenabízejí zařízení přímo vzhledem k malé poptávce, ale v případě zájmu jsou schopna tuto službu zajistit. Informační centra jsou otevřena po celý rok každý den v týdnu. I některé další obce mají své informační centrum umístěné např. v obecním domě, ale nabízené služby jsou omezené. [43]

### **Propagace a organizace mikroregionu**

Město Poděbrady má své oficiální stránky města, další informace lze získat na Oficiálním informačním portálu regionu Poděbradsko, Poděbrady – informační portál města a Městečko Poděbrady.

Oficiální webové stránky ostatních obcí mají obce Běrunice, Činěves, Dlouhopolsko, Dobšice, Dymokury, Choťánky, Chroustov, Kněžice, Kněžičky, Křečkov, Městec Králové, Opočnice, Pátek, Sány, Senice, Sokoleč, Vlkov pod Oškobrhem, tedy kromě čtyř obcí mají internetové stránky všechny obce mikroregionu.

Město Poděbrady se pro svou propagaci účastní např. veletrhu Holiday World, Lázeňského veletrhu v Lysé nad Labem a výstavy Regiony ČR v Lysé nad Labem.

Mikroregion Poděbradské Polabí nemá vlastní webové stránky nebo jiné společné propagační materiály. O jeho vzniku a existenci informují pouze Oficiální informační portál regionu Poděbradsko a portál Regionálních informačních serverů, popř. zprávy v tisku.

V mikroregionu není založena organizace destinačního managementu, která by zajistila řízení, organizaci, koordinaci, strategické plánování a kooperaci poskytovatelů služeb a mikroregionů a také využívání prostředků z podpůrných fondů. [5]

### **Směnárny**

Směnárenské služby turistům i místním obyvatelům poskytují v Poděbradech Hotel Bellevue – Tlapák, Hotel Libuše, Hotel Libenský, Komerční banka a Česká spořitelna. [43, 81]

### **Lázeňské služby v cestovním ruchu**

Již v 17. století vznikly v Poděbradech malé lázně, nazývané „železité lázničky“. Pověsti o léčivém prameni se šířily a přilákaly nemocné trpící různými chorobami. Nejvýznamnějším rokem pro novodobé dějiny města byl bezpochyby rok 1905, kdy pruský proutkař Karel Bülow na přání tehdejšího vlastníka poděbradského zámku knížete Hohenlohe označil místo na vnitřním nádvoří zámku, kde po složitém a nákladném hloubení vytryskl 1. srpna z hloubky 96,7 m silný pramen minerální vody. Kníže Hohenlohe 5. června roku 1908 nechal slavnostně vysvětit Knížecí lázně.

Zahajovací lázeňská sezóna přinesla nečekaný úspěch, který byl předzvěstí nového "zlatého" věku města. Později lázně přešly do správy města a v roce 1919 byla za účasti České banky v Praze založena "Akciová společnost Uhličité lázně a zřídla v Poděbradech" V roce 1926 lázeňská společnost koupila hotel U krále Jiřího a proměnila ho v "První vyšetřovací a léčebný ústav" specializovaný na nemoci srdce. V té době zde působil prof. dr. Václav Libenský, zakladatel a první prezident České kardiologické společnosti, jehož zásluhou ústav získal velké renomé po celé Evropě.

Rozvoj lázní zpomalila II. světová válka. V lednu 1941 se v Poděbradech usadili němečtí vojáci a na jaře 1945 byly všechny větší lázeňské objekty přeměněny na lazarety čekající na vězně z koncentračních táborů a vojáky z front. Po konci války, v roce 1948 byly lázně zestátněny a jejich hlavním provozovatelem se stala státní zdravotní správa. V roce 1992, po změně režimu, byla ustavena akciová společnost pod názvem "Lázně Poděbrady", která po 44 letech navázala na tradici úspěšné akciové společnosti z první republiky.

Díky lázeňství, příjemnému prostředí a strategické poloze uprostřed republiky nedaleko Prahy byly a jsou Poděbrady vyhledávaným městem pro mnoho návštěvníků, včetně významných osobností. Za všechny, kteří v minulosti trávili čas v Poděbradech lze jmenovat dr. T. G. Masaryka, dr. E. Beneše, dr. Kramáře, V. Havla, F. Křížika, F. Halase, S. K. Neumana, F. Kafku, M. Formana, E. Destinovou, R. Naskovou, V. Buriana, H. Růžičkovou a další.

Lázně jsou tím slovem, které téměř každého napadne jako první, když se vysloví Poděbrady. Předcházení civilizačním chorobám je v současnosti jedním z klíčových úkolů moderní lázeňské péče, což platí i pro Poděbrady. Sloganem lázeňského města Poděbrady je: „Na srdce jsou Poděbrady“.

Lázně Poděbrady jsou zaměřeny na léčbu nemocí srdce a cév, diabetu, rizikových faktorů aterosklerózy a nemocí pohybového ústrojí. V současné době je kapacita balneoprovozu 1500 pacientů denně. Lázně Poděbrady, a. s. mají v současnosti přes 800 lůžek.

Lázně využívají účinků léčebných procedur při poskytování lázeňské péče dospělým nemocným převážně s chorobami srdce a cév (stavy po operacích ischemické choroby srdeční – koronární bypassy, stavy po operacích srdečních chlopní, stavy po invazivních výkonech na koronárním řečišti, stavy po transplantacích srdce a jiných srdečních operacích, stavy po prodělaném infarktu srdečního svalu, pacientům s chronickou formou ischemické choroby srdeční, s vysokým krevním tlakem I. – II. stupně, kardiomyopatiemi, vrozenými či získanými srdečními vadami, ischemickou chorobou dolních končetin, stavy po zánětech žil, chronické žilní a lymfatické choroby). Jako první lázně v České republice začaly Lázně Poděbrady provádět takzvané "časné rehabilitace po srdečních operacích" – přímo překladem z lůžka kardiologických

klinik. Dále je zde poskytována lázeňská léčebná péče nemocným s diabetem mellitem (cukrovkou – nově zjištěnou, edukační pobyty a léčba přidružených komplikací cukrovky). V lázeňském komplexu se nachází také pediatrická ambulance s velmi dobrou pověstí, využívaná nejen léčenými pacienty s cukrovkou. Také jsou zde léčeni nemocní s postižením pohybového aparátu.

Lázně Poděbrady respektují zásady současné moderní kardiorehabilitace za využití základního léčebného prostředku. Koupel v poděbradské přírodní vodě, je klasifikována jako silně mineralizovaná kyselka (ph 5,83) hydrogenuhličitanochlorido-sodno-vápenatého typu, studená (14°C), hypotonická se zvýšeným obsahem alkálií. Základní účinek je odvozen od chemického působení CO<sub>2</sub> na organismus ve smyslu rozšíření cév, zvýšení celkového prokrvení, poklesu krevního tlaku a snížení tepové frekvence. Její dlouhodobější působení vede k výraznému zlepšení energetických poměrů srdečního výkonu.

Nabízeny jsou mimo jiné antistresové pobyty, antikuřácké pobyty, pobyty pro snižování nadváhy, relaxační lázeňské pobyty zaměřené na ženy i na muže, programy pro seniory, wellness pobyty a speciální pobyty pro léčbu cukrovky. Lázně nabízejí také možnost připravit pobyt přímo na míru zákazníka.

Lázně nabízejí pobyt pro komplexní, příspěvkové hosty a hosty samoplátce. Pobyt začíná odborným vyšetřením u odborného lékaře. Na základě zhodnocení zdravotního stavu je předepsána nutričním terapeutem účinná dieta odpovídající povaze onemocnění pacienta. V současné době zajišťují odbornou lékařskou pomoc čtyři lékaři s atestací z kardiologie, dvě lékařky s atestací z diabetologie a metabolismu a další lékaři se specializací ve vnitřním lékařství a rehabilitaci a balneoterapii.

Z rehabilitačních procedur jsou využívány pohybové aktivity jako např. cvičení v tělocvičně, trénink na rotopedu, vycházky po stanovených okruzích, cvičení v bazénu a mnohé další. Mezi nejvíce využívané lázeňské procedury patří všechny druhy koupelí, zejména v přírodní uhličitě minerální vodě, perličkové koupele nebo podvodní masáže a rovněž suché uhličitě a plynové koupele. Jako další tradiční lázeňské procedury jsou prováděny masáže klasické i reflexní, masáže lymfatické, elektroléčba, pulzní magnetické pole, solux, parafinové a rašelinové obklady, inhalace a plynové injekce.

Minerální voda „Poděbradka“ se využívá k léčebným i pitným kúram a je rozváděna do balneoprovozu pro léčebné účely a k odběrovým místům v lázeňských domech. Ve městě se nacházejí veřejné výtokové kohouty na Riegrově náměstí a v parku u nádraží.

Lázeňské centrum se ukrývá v zeleni upravených a udržovaných parků, které prošly v minulých letech rekonstrukcí. Místní prostředí nabízí klidnou atmosféru a možnost procházek.

Lázně se angažují i do společenského a kulturního života. Pořádají skupinové autobusové zájezdy, koncerty vážné, populární i dechové hudby, taneční večery, plesy apod.

Kromě tuzemských pacientů, kteří přijíždějí do poděbradských lázní, stále více roste počet zájemců ze zahraničí, zvláště z německy, rusky a arabsky mluvících zemí. K tomu přispívá nejen tradice lázní, ale i charakter města.

Podle serveru Denik.cz zaznamenaly Lázně Poděbrady v roce 2009 příliv tuzemských klientů. Server uvádí, že „Poděbradské lázně letos vykázaly 190.000 takzvaných lůžkodnů, což je počet osob vynásobený počtem přenocování. Bylo to o téměř 20.000 lůžkodnů více než loni. Samoplátců bylo letos 7840, tedy o 1000 více než loni.“ [16, 33, 44, 47, 50, 67, 81]

### **Sportovně – rekreační zařízení**

Rovinný terén mikroregionu vytváří výborné podmínky pro nezáteřžové sportování a nabídka je hodně nadstandardní. Podmínky jsou vhodné pro golfisty, cyklisty, chodce a in-line bruslaře. V nabídce mikroregionu je i další sportovní vyžití. [16]

### **Solná jeskyně**

V září roku 2006 byla rozšířena nabídka léčebných metod o solnou jeskyni. Jedná se o použití kamenné soli a soli z Mrtvého moře za účelem rekondice, rehabilitace, prevence a ochrany zdraví. Bakteriologicky čistý vzduch je nasycen částicemi minerálů a stopových prvků, které mají příznivý vliv na psychiku a zdraví dospělých. [46]

### **Golf klub Poděbrady**

Poděbrady jsou sportovci vyhledávané kvůli osmnáctijamkovému golfovému hřišti. Hřiště se nachází na břehu řeky Labe. Je zajímavé množstvím přírodních vodních překážek. [35]

### **Jezdecké kluby**

Návštěvníci se zájmem o jezdeckví mohou využít služeb Jezdeckého klubu Poděbrady, který nabízí krytou halu a dvě přilehlá kolbiště a Jezdeckého klubu Kněžičky, který byl založen za účelem podpory jezdeckého sportu a chovu koní. [40, 41]

### **Sportovní centrum Linhart**

Nejvýznamnějším sportovním areálem mikroregionu je Sport centrum Linhart, kde si lze zahrát tenis, bowling, beachvolejbal, petanque. Návštěvníci mohou využít i služby místní kavárny. Centrum v celoročním provozu nabízí 3 antukové kurty, které jsou v období zimy zakryté přetlakovou halou, 2 hřiště na volejbal, 2 bowlingové dráhy, hřiště na petanque. [72]

### **Cykloturistika**

Poděbrady a blízké okolí s rovinným terénem jsou vhodné pro cykloturistiku. Nacházejí se zde dvě cyklistické stezky. Cyklostezka č. 0024 prochází krajinou Polabí po levém břehu Labe. Začíná v Nymburce u „Tyršáku“ (sportovní areál), přes lužní les a alej kolem kostelíka v Kovanicích, okolo rybníka a obce Chvalovice, přes dvě slepá ramena Labe do Poděbrad až k hydroelektrárně. Odtud lze pokračovat na poděbradské jezero nebo po cyklistické lávce do Libice nad Cidlinou. Druhou možností je vrátit se po opačné straně Labe do Nymburka. Stezka je asfaltová a je hojně využívána také inline bruslaři. Druhá stezka č. 0019 je součástí Labské trasy budované z Pardubic do Magdeburgu. Vede po pravém břehu Labe. Délka trasy z Libice nad Cidlinou do obce Byšičky je cca 40 km a má hladký asfaltový povrch. Vyhledávané poděbradské cyklostezky po obou březích Labe v roce 2002 spojila moderní lávka. Místní

cyklostezky jsou využívány k jízdě na kole, na kolečkových bruslích nebo pro vydatné procházky podél Labe. [7, 16, 43]

### **Naučná stezka**

Pro procházku podél Labe lze využít Naučnou stezku v Poděbradech od slepého ramene Labe zvaného Skupice, přes lužní les po pravém břehu Labe proti proudu až k soutoku Labe s Cidlinou. Zde je možné pokračovat podél Cidliny ke Slavníkovskému hradu do Libice nad Cidlinou. Druhou významnější stezkou je Naučná stezka Pustý rybník u Dymokur, která se nachází asi 1 km od obce Dymokury. Je dlouhá 2 km, nenáročná, vede po rovině lesní cestou nedaleko břehu Pustého rybníka a končí na hrázi Jakubského rybníka. Seznamuje s faunou, flórou a geologickou stavbou okolí rybníční soustavy. [50, 73]

### **Koupaliště Jezero**

V letních dnech slouží ke koupání a vodním sportům Koupaliště Jezero, jedná se o vodní plochu vzniklou po těžbě písku s travnatými a písčitými plážemi a pozvolným vstupem do vody, takže je vhodné i pro rodiny s malými dětmi. Koupaliště se nachází asi 5 minut chůze od centra města Poděbrady na levém břehu Labe. V oddělené části koupaliště je umístěna nudistická pláž. Areál koupaliště poskytuje skvělé podmínky pro sportovní vyžití – k dispozici je volejbalové hřiště, nohejbalové hřiště, hřiště pro petanque, stolní tenis a minigolf. Dále je zde možnost zapůjčení lodiček a šlapadel a využití nabídky aquazorbingu a aquarolleru. Pro děti jsou v areálu umístěny skluzavky a prolézačky. Pro návštěvníky je k dispozici i několik sprch. Parkoviště u koupaliště má kapacitu asi pro 150 vozidel. [39]

Pro další sportovní vyžití v Poděbradech lze využít např. minigolfové hřiště v areálu léčebného domu Mír, skate park, tenisovou halu, tenisové kurty, squash, střelnici, zimní stadion, fitness, bowling, Městskou sportovní halu, půjčovny kol a bazén v Lázních nebo v hotelu Bellevue – Tlapák.



Ve městě se nalézá i několik fitnesscenter, např. Fitness studio L., Fitness centrum Limit, Fitness klub Zdravíčko, Fit klub Avie. V Městci Králové lze pro sport využít otevřený stadion. [43]

### **Kulturně společenská zařízení**

Nejvýznamnějšími společenskými zařízeními v Poděbradech jsou zámecké divadlo Na Kovárně a Zámecký biograf, která nabízejí svým návštěvníkům pravidelná představení. Kino lze navštívit i v Městci Králové.

Kongresové a kulturní centrum Lázeňská kolonáda ve středu města nabízí hostům mikroregionu koncerty – převážně dechové hudby, výstavy, společenské večery atp.

Dalšími zařízeními v Poděbradech, které nabízejí různé výstavy jsou Galerie Regis a výstavní síň Ludvíka Kuby.

Návštěvníci mohou navštívit v Poděbradech diskotéku Xanadu (Savoy) nebo Inferno, dále hudební klub Kartouza. V obci Běrunice lze navštívit diskotéku Music Bar Běrunice. [43, 45, 55]

### **Kulturní a společenské akce**

Kultura je synonymem plnohodnotného lázeňského života. Kulturní a společenský život je především v Poděbradech velmi bohatý. Konají se zde časté a prestižní festivaly a přehlídky. Poděbrady se staly hlavním městem básníků a recitátorů, ale své místo zde mají i multižánrové hudební festivaly, sjíždějí se sem divadelní ochotníci z celé republiky, pořádají se zde mezinárodní přehlídky dechových orchestrů, folklóru, televizních dokumentárních a publicistických filmů. [16]

### **Společenské akce**

Společenské akce jsou pro návštěvníky, ale i obyvatele destinace připravovány především v Poděbradech. V ostatních obcích mikroregionu se konají akce, které mají většinou pouze lokální význam.

Mezi nejvýznamnější kulturní akce, které pořádá město Poděbrady, patří Den Poděbrad. Jedná se o společenskou akci v březnu, která je oslavou povýšení Poděbrad

na město. Akce se již zařadila mezi významné akce, které se opakují každý rok. Součástí oslav je hudební doprovod, rytíři v dobových kostýmech a ukázka řemesel.

Pro milovníky motorismu se v dubnu koná akce Vítání jara. Jedná se o jízdu motorkářů z Prahy na poděbradskou kolonádu, kterou pořádá Pražský klub Harley – Davidson.

Pro odborníky i širokou veřejnost se na jaře koná v kongresovém sálu kolonáda soutěž učňovských škol s mezinárodní účastí Gastro Poděbrady.

Mezi další pravidelné akce patří celostátní festival uměleckého přednesu Poděbradské dny poezie, folklórní a společenská akce na oslavu významné historické osobnosti Slavnosti krále Jiřího a přehlídka zábavného divadla v provedení ochotnických souborů Letní divadelní slavnosti. V nepravidelných intervalech se v květnu koná Den záchranářů, kde profesionální i dobrovolní hasiči, policie, záchranáři a další složky integrovaného záchranného systému ukazují veřejnosti svou techniku, vybavení a předvádějí svou činnost.

Celorepubliková akce – Muzejní noc, která se koná v květnu ve středních Čechách a vrcholí v červnu Pražskou muzejní nocí, proběhla v Dobšicích jako prohlídka Muzea Keltů při svíčkách. [43, 56]

## **Festivally**

V mikroregionu se také pravidelně konají festivaly s různým zaměřením. Každé dva roky se koná v červnu v Poděbradech mezinárodní televizní festival Křišťálové srdce a k tomuto festivalu patří i doprovodné akce, kde se návštěvníci mohou setkat s umělci, navštívit doprovodné výstavy aj.

Červencový hudební festival Barvy léta se pravidelně koná v sousedství areálu poděbradského jezera.

V Poděbradech a souběžně v Praze se konal 5. ročník mezinárodního festivalu folklorního tance Dance2009Bohemia. Poděbradský festival je zahájen průvodem souborů kolonádou města a pokračuje vystoupeními na pódiu u kolonády.

Další ročník divadelní přehlídky amatérského divadla FEMAD – Salón odmítnutých je festival, který probíhá v září a je koncipován jako celostátní přehlídka ochotnických souborů, které nepostoupily na národní nebo celostátní přehlídku.

Každý rok v měsíci říjnu nabízí město Poděbrady Mezinárodní přehlídku rozhlasové tvorby vyhlášené a pořádané Českým rozhlasem Prix Bohemia Radio. Festival je doprovázen bohatým kulturním a společenským programem, který je určený pro obyvatele Poděbrad, návštěvníky města i lázeňské hosty.

Mezi pravidelné akce mikroregionu se zařadil i Festival Mýtina Sokoleč. Jedná se o festival trempske, country, folkové a bluegrassové hudby. Akce probíhá na opravdové mýtině asi 1 km od obce Sokoleč. [43, 71]

### **Sportovní akce**

Pro zájemce o sport a sportovní vyžití připravují Poděbrady několik zajímavých sportovních akcí. První se koná v květnu – Tour de Poděbrady – a je určena pro pěší turisty s nabídkou trasy o délce 5, 15, 20 a 30 km a pro cyklisty s trasami 40 a 60 km.

Pro běžce je určen Běh Krále Jiřího s tratí o délce 10 km, která je vedena v na rovině po asfaltovém povrchu v lázeňském středu Poděbrad a jemu přilehlých okolních částech města.

Třetí významnější akcí je říjnová sportovně – zdravotní akce Polabím za zdravím, která nabízí i bohatý doprovodný program. [43]

### **Kongresy**

Kongresové a kulturní centrum Lázeňská Kolonáda se nachází v lázeňském parku. Centrum je oblíbené pro svou lokalizaci ve středu města v klidném prostředí. V objektu se nalézají dva velké sály, restaurace, foyer a dva konferenční salony. Lázně Poděbrady, a.s. nabízejí v oblasti kongresové turistiky komplexní zajištění stravovacích, ubytovacích a zprostředkovatelských služeb. V prostorách se pro zájemce pořádají různě tématicky zaměřené konference, např. na téma Ischemická choroba srdeční od dětského věku a Diabetologická konference. [45]

### **Rekreační doprava**

Pro vyjížďku po Labi je k dispozici v Poděbradech Výletní a restaurační loď Král Jiří. Projížďky se konají pravidelně od úterý do neděle a směřují po Labi z Poděbrad na soutok Labe s Cidlinou, nebo směrem do Nymburka, Mělníka a Kladruhu.

V nabídce jsou také celodenní výlety do Mělníka a do Kladru nad Labem. Lze si také zajistit plavbu na objednávku do Kolína, Lysé nad Labem, Brandýsa nad Labem aj.

Další možnost vyjížďky v Poděbradech a okrajových částech města nabízí vyhlídkový vláček. Jízdy jsou pro zájemce připraveny v období turistické sezóny každý den. Nástupním místem je Park u Zdymadla a trasa vede krásným prostředím města Poděbrad podél řeky Labe. Zastávky vláčku jsou na Čábelně, u Kempu, u Golfového hřiště a na soutoku Labe s Cidlinou. [43, 48, 49, 81]

### **5.3.3 Dopravní infrastruktura**

#### **Silniční doprava**

Pro celý Středočeský kraj je charakteristická úzká vazba s hlavním městem prostřednictvím husté dopravní sítě, což činí polohu kraje i mikroregionu výhodnou. Ovšem silniční síť je poměrně zastaralá. Od hlavního města je doprava do celého kraje řešena paprskovitě, větším problémem je propojení středočeských měst navzájem. Z pohledu dostupnosti pro turisty je však díky husté síti silnic nižší třídy mikroregion dobře dostupný. Významná pro mikroregion je především dálnice D 11, která byla v roce 2006 prodloužená až do Hradce Králové. Jízda z Prahy do Poděbrad trvá automobilem po dálnici cca půl hodiny. Z Poděbrad je dobrá dopravní dostupnost i k okolním městům jako je Hradec Králové, Kolín, Mladá Boleslav, Jičín.

Silniční doprava je v mikroregionu velmi využívána. Město Poděbrady nemá dosud vybudovaný obchvat, který by snížil dopravní zátěž města a snížil by ruch způsobený automobily projíždějící městem. [74, 81]

#### **Železniční doprava**

Mikroregion a především Poděbrady mají vytvořené dobré podmínky pro příjezdový cestovní ruch železniční dopravou díky poloze hlavního města v centru Středočeského kraje. Nadregionální význam s provozem vlaků vyšší třídy mají pro destinaci dálkové železniční tahy zajišťující mezinárodní spojení Plzeň – Zdice – Beroun – Praha – Čelákovice – Lysá n. L. – Nymburk – Poděbrady – Velký Osek –

Česká Skalice – Náchod (Wróclaw). Regionální význam má spojení Praha – Poděbrady – Kolín.

Pro přepravu mezi obcemi destinace není železniční doprava stěžejní, protože zastávky vlaku se nacházejí pouze v několika obcích. [74]

### **Autobusová doprava**

Autobusová doprava zajišťuje spojení mezi obcemi mikroregionu a jeho centrem Poděbrady, popřípadě i okolními městy. Využití autobusové dopravy pro turisty je nevhodné – jezdí v nevhodných časech a často pouze v pracovní dny. Hlavní význam autobusové dopravy v Poděbradech mají především linky mezi hlavním městem a linky do Městce Králové. [76]

### **Letecká doprava**

Pro leteckou dopravu má rozhodující význam dobře vybavené mezinárodní letiště Praha – Ruzyně, jehož poloha ve středu kraje je pro rozvoj cestovního ruchu velkou výhodou. [74]

### **Vodní doprava**

Vodní doprava je relativně rozvinutá díky labské vodní cestě. Její význam je nejenom národohospodářský, ale i turistický.

## **5.3.4 Občanská vybavenost**

### **Obchodní síť**

V Poděbradech je kompletní síť obchodů a služeb. Potravinářské zboží je v Poděbradech dobře dostupné. Nalézá se zde supermarket Albert v obchodním domě Slon, diskontní řetězec PENNY Market a COOP družstvo v sousedství nádraží. Ve městě fungují menší obchody s potravinami, řeznictví, prodej ovoce a zeleniny a pekařství.

Dobře dostupné je zde i nepotravinářské zboží. Pro nákupy se využívá především obchodní dům Slon, kde jsou umístěny drogerie, květinářství, oděvy atp.

V centru města se nacházejí opět menší obchody, které se zaměřují na prodej oděvů, sportovního náčiní, drogerie, látek a textilu, zlata, sklářských výrobků, dále lékárny, květinářství apod.

Přímo ve městě Poděbrady má otevřeno ochody i velké množství vietnamských obchodníků.

Služby jako holičství a kadeřnictví, pošta, banky, fotoslužby, optika, čistírna, fotoslužby apod. jsou v Poděbradech také dobře dostupné

Menší obce okolo Poděbrad mají k dispozici prodejny se základním zbožím, především potravinářským, popř. drogistickým.

V případě zájmu o zapůjčení automobilu funguje přímo v Poděbradech Autopůjčovna Pavel Faltys. [81]

### **Veřejné služby**

Poštovní služby mohou návštěvníci a místní obyvatelé využít v Poděbradech, Běrunicích, Dymokurech, Kněžicích, Městci Králové, Opočnici a Sánech.

Pro místní obyvatele je mikroregion dobře vybaven mateřskými školami, základními školami, střední vzdělání je zajištěno několika školami v Poděbradech. Poděbrady jako významné centrum cestovního ruchu nabízí vzdělání na střední Hotelové škole a Vyšší odborné škole hotelnictví a turismu Poděbrady, která již několik let čeká na udělení akreditace na provoz vysoké školy se zaměřením na turismus.

Hlídané a placené parkoviště se v centru města Poděbrady nalézá např. u obchodního domu Slon nebo lze využít centrální parkoviště u zámku. Jiné větší parkoviště, popř. parkovací dům se na území nenalézají.

Policejní stanice jsou v mikroregionu pouze dvě – v Poděbradech a Městci Králové.

V mikroregionu funguje v případě nutnosti záchranná služba Městec Králové, jinak lze využít nejbližší záchranné služby v Nymburce. Přímo v Poděbradech působí velké množství lékařů rozmanitého zaměření.

Kvalitní péči zajišťují lázeňským hostům během jejich pobytu odborní lékaři a sestry. V centru Poděbrad je umístěno odborné lázeňské zařízení, kde se nacházejí ordinace a vyšetřovny. Zde se věnují především pacientům s diabetem.

Za komunální služby v Poděbradech jsou odpovědné Technické služby města Poděbrad, s.r.o., jejichž posláním je zlepšování životního prostředí, udržování a úprava vzhledu veřejné zeleně a osvětlení. Činnost zahrnuje také oblast nakládání s odpady a výpravu komunikací. Mikroregion nemá pro svoz komunálního odpadu k dispozici vlastní skládku, proto se veškerý odpad odváží na skládku v Radimi u Kolína.

V roce 2007 získala prestižní Evropskou cenu za energetickou efektivnost obec Kněžice díky programu „Energeticky soběstačná obec Kněžice“. Program zahrnuje soustavu centrálního zásobování teplem s rozvodem tepla, jíž jako zdroj slouží centrální kotelna na biomasu a bioplynová stanice, která celoročně vyrábí elektřinu a teplo. Zařízení využívá obnovitelné zdroje energie. Obec se stala díky tomuto zařízení energeticky soběstačná. Velký význam má vysoká ochrana životního prostředí. [34, 43, 45, 50]

## **6 Marketingové šetření mikroregionu Poděbradské Polabí a jeho vyhodnocení**

Marketingový výzkum byl zpracován podle postupu uvedeného v pěti krocích v publikaci Marketingový průzkum od M. Foreta (2008). [4]

### **6.1 Cíl marketingového výzkumu**

Cílem marketingového výzkumu mikroregionu Poděbradské Polabí je provést výzkum potřeb jeho návštěvníků.

Potřebu můžeme definovat jako subjektivně pocíťovaný nedostatek něčeho nezbytného a při dlouhodobém nenaplnění potřeby dochází k deprivaci. [79]

Návštěvníka můžeme chápat jako osobu, která v domácím cestovním ruchu cestuje na jiné místo v zemi svého trvalého bydliště na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu cestuje do jiné země na dobu nepřesahující jeden rok s tím, že hlavní účel cesty je v obou případech jiný než výkon výdělečné činnosti. [5]

Pro seznámení s prostředím zkoumaného území byla sestavena situační analýza mikroregionu Poděbradské Polabí. Pro její sestavení byly využity převážně sekundárních data z webových stránek, publikací a propagačních materiálů.

### **6.2 Sestavení plánu výzkumu**

Výzkum potřeb návštěvníků mikroregionu poskytuje také informace o struktuře návštěvníků, důvodech návštěvy destinace a jejich spokojenosti s nabídkou služeb a jejich kvalitou.

Marketingový výzkum potřeb návštěvníků byl realizován formou dotazníkového šetření v mikroregionu Poděbradské Polabí. Vlastní šetření bylo zacíleno na dva dominantní segmenty mikroregionu. Jedná se o segment lázeňských hostů a segment mladých lidí včetně rodin s dětmi.

Na jaře 2009 proběhl předvýzkum na vzorku 10 respondentů, jehož cílem bylo dotazník vyzkoušet a případně odstranit jeho nedostatky.

Dotazníkové šetření proběhlo v roce 2009 v období léta a podzimu.



Statistické zpracování získaných primárních údajů bylo provedeno v programu Microsoft Office Excel.

### **6.3 Shromáždění informací**

Marketingový výzkum potřeb návštěvníků byl realizován formou dotazníkového šetření v mikroregionu Poděbradské Polabí. Vlastní dotazníkové šetření bylo zaměřeno na dva segmenty, které mají v rámci mikroregionu dominantní postavení, což bylo zjištěno při zpracování bakalářské práce týkající se města Poděbrad. Vzhledem k tomu, že jsou Poděbrady lázeňské město, jedním segmentem jsou lázeňští hosté (Vzor dotazníku – Příloha 1). Druhý dotazník byl sestaven pro mladé lidi a návštěvníky, kteří přijíždějí do destinace s rodinou (Vzor dotazníku – Příloha 2).

Pro každý sledovaný segment byl vytvořen individuální dotazník. Dotazník lázeňských hostů obsahoval 23 otázek a dotazník pro mladé lidi a rodiny s dětmi obsahoval 27 otázek. Otázky v dotazníku byly otevřené i uzavřené. Bylo využito nominální škály pro výčet různých důvodů návštěvy a postojové škály pro měření postojů, vyjádření souhlasu či nesouhlasu. [10]

Dotazníkové šetření proběhlo v roce 2009 v období léta a podzimu. Celkem bylo osloveno 105 respondentů, 50 ze segmentu lázeňských hostů a 55 ze segmentu mladí lidé včetně rodin s dětmi.

Dotazování lázeňských hostů probíhalo v Poděbradech. Část tohoto segmentu byla dotazována formou osobního dotazování a druhá část segmentu byla dotazována písemně v místě jejich ubytování.

Dotazníkové šetření mladých lidí a rodin s dětmi probíhalo formou osobního dotazování na různých místech mikroregionu.

### **6.4 Statistické zpracování informací a jejich analýza**

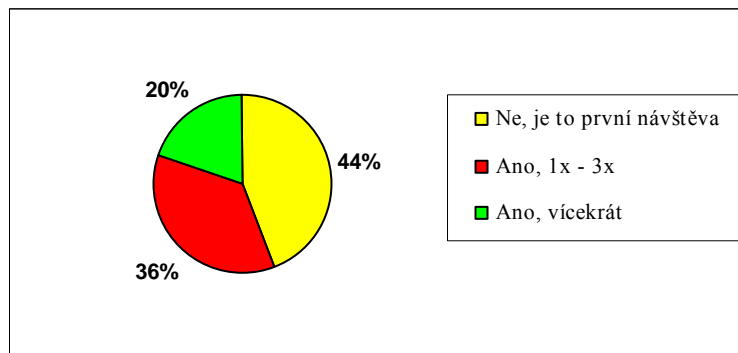
Statistické zpracování získaných primárních údajů bylo provedeno v programu Microsoft Office Excel, kam byla zanesena data získaná dotazníkovým šetřením. Data byla převedena do procentuálního vyjádření a přehledně zobrazena pomocí grafů.

## 6.5 Prezentace výsledků

### 6.5.1 Segment lázeňští hosté

Otázka č.1 Už jste někdy navštívil/a Poděbrady a blízké okolí?

Graf č. 1 – Počet návštěv Poděbrad a blízkého okolí

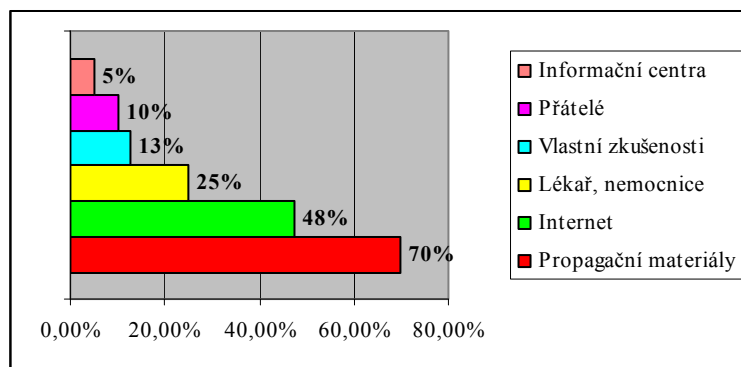


Zdroj: Vlastní šetření

Poděbrady a blízké okolí navštívila téměř polovina dotázaných lázeňských hostů poprvé. Ovšem ostatní již destinaci někdy navštívili, což je důkazem toho, že se do destinace vrací.

Otázka č.2 Čerpali jste před návštěvou destinace informace o regionu? Pokud ano, z jakých zdrojů?

Graf č. 2 – Zdroje informací o destinaci



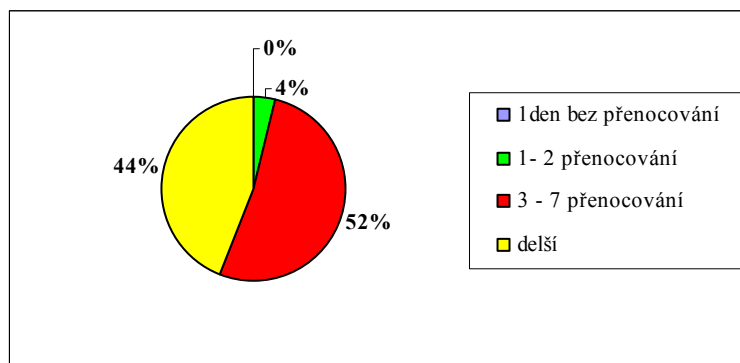
Zdroj: Vlastní šetření

Celých 80 % návštěvníků sledovaného segmentu čerpalo před návštěvou mikroregionu informace.

Tito návštěvníci nejvíce využívali informace z propagačních materiálů, z internetu a informace získané od lékařů nebo nemocnic.

Otázka č.3 Jak dlouhý bude Váš pobyt v destinaci?

Graf č. 3 Délka pobytu v destinaci

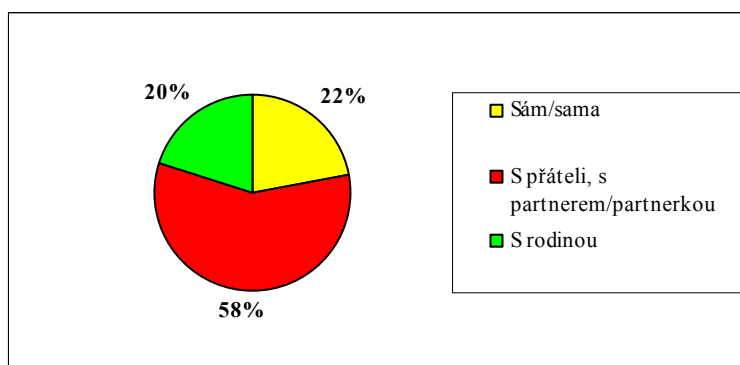


Zdroj: Vlastní šetření

Pobyt lázeňských hostů v destinaci trvá nejvíce 3 – 7 přenocování, což lze zdůvodnit vzrůstající poptávkou po pobytech v lázních samoplátcí a vzrůstajícím trendem péče o fyzické zdraví. Necelá polovina návštěvníků tráví v lázních více jak jeden týden, což jsou většinou pobyty předepsané lékařem, které hradí zdravotní pojišťovna. Návštěvníci s 1 – 2 přenocováními jsou pravděpodobně hosté využívající nabídky pobytů sestavených na míru nebo např. dámských víkendů.

Otázka č.4 S kým jste přijel/a?

Graf č. 4 – Doprovod do destinace



Zdroj: Vlastní šetření

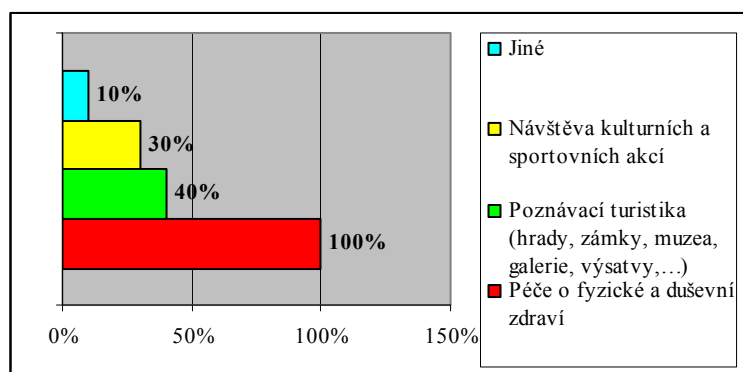
Více jak polovina lázeňských hostů uvedla, že přicestovala do destinace s partnerem/partnerkou. Ovšem toto číslo je zavádějící, vzhledem k tomu, že někteří návštěvníci uvedli manžela/manželku jako partnera/partnerku a někteří je zahrnuli do skupiny rodina, se kterou přijelo 20 % respondentů. Je zde i neopomenutelná skupina hostů trávících pobyt sám.

Otázka č. 5 Můžete uvést hlavní důvod Vaší návštěvy?

Hlavním motivem pro návštěvu destinace byl pro 90 % návštěvníků pobyt v lázních a zlepšení zdravotního stavu, což vychází z podstaty sledovaného segmentu. Hlavním motivem návštěvy pro zbytek respondentů bylo poznání destinace. Tyto odpovědi uváděli nejvíce návštěvníci, kteří dělali doprovod při lázeňském pobytu svým blízkým.

Otázka č.6 Které aktivity jsou pro Vás v destinaci nejlákavější?

Graf č. 5 – Nejlákavější aktivity v destinaci

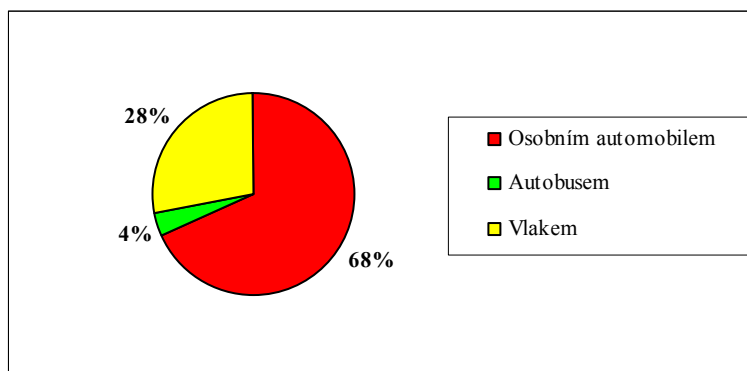


Zdroj: Vlastní šetření

U této otázky bylo možné uvést více odpovědí, maximálně však tři. Pro všechny návštěvníky segmentu lázeňští hosté je nejlákavější aktivitou v destinaci péče o fyzické a duševní zdraví, velkou část návštěvníků láká také poznávací turistika a návštěva především kulturních akcí. Část hostů využívá prostředí lázeňského města především k procházkám po městě, udržované lázeňské kolonádě a v zeleni lázeňského parku, popř. po nejbližším okolí.

Otázka č. 7 Jak jste sem přicestovali?

Graf č. 6 – Druh dopravního prostředku k dopravě do mikroregionu



Zdroj: Vlastní šetření

Nejvyužívanějším dopravním prostředkem do destinace byl osobní automobil, což ukazuje, že návštěvníci preferují individuální dopravu. Poděbrady leží na nadregionálně i regionálně významném železničním tahu, proto někteří respondenti využili pro dopravu do destinace vlak. Autobusová doprava byla využita malou skupinou dotázaných, pro které byla destinace takto dobře dostupná, ovšem jinak jsou Poděbrady dobře dostupné autobusem hlavně pro návštěvníky z Prahy.

Otázka č. 8 Jak jste spokojeni s dopravní dostupností destinace?

Z pohledu dostupnosti destinace pro turisty je mikroregion pro 96 % dotázaných dobře dostupný. Pouhá 4 % jsou s dopravní dostupností spokojena spíše špatně.

Otázka č. 9 Kde jste ubytován/a po dobu pobytu?

Jak vyplynulo z otázky č. 4, jeden den bez přenocování jako svou odpověď neuvedl žádný z respondentů, tudíž návštěvníci využili možnost ubytování v destinaci. Všichni lázeňští hosté byly během svého pobytu ubytovány v hotelu nebo v penzionu.

Otázka č. 10 Pokud byste měli možnost, co byste změnili na ubytovacích službách?

Většina lázeňských hostů – 84 % – byla s ubytováním v hotelu nebo penzionu naprosto spokojena. Mezi nejčastější odpovědi na otevřenou otázku, co by se mělo na ubytovacích službách změnit, patřily snížení cen, modernizace vybavení, odhlučnění pokojů kvůli silnému ruchu způsobeného automobily a nočnímu ruchu, zlepšení parkovacích prostor – jak kapacitně, tak vzhledově, rekonstrukce prostor hotelů a také klimatizace na pokojích.

Otázka č. 11 Kde se stravujete během Vašeho pobytu?

Lázeňští hosté se převážně stravují pouze v hotelu (88 %), kde jsou ubytováni. Zde mají možnost výběru z menu nebo mají během pobytu předepsané léčebné stravování. Při komplexních léčebných pobytech hradí stravování lázeňským hostům zdravotní pojišťovna. Část návštěvníků (12 %) využívá i stravování v restauracích, pravděpodobně především v případech, kdy nemají zajištěnou plnou penzi.

Otázka č.12 Jste spokojen/a s úrovní stravovacích služeb? Pokud nejste spokojen/a se stravovacími službami, můžete se vyjádřit konkrétněji?

Úroveň stravovacích služeb vyhovuje téměř všem návštěvníkům. Části (8 %) návštěvníků nevyhovuje kvalita jídla, která dle několika názorů neodpovídá cenám, a nízký počet obsluhujícího personálu.

Otázka č. 13 Vyhovuje Vám vybavenost destinace zařízeními jako jsou kavárny a cukrárny?

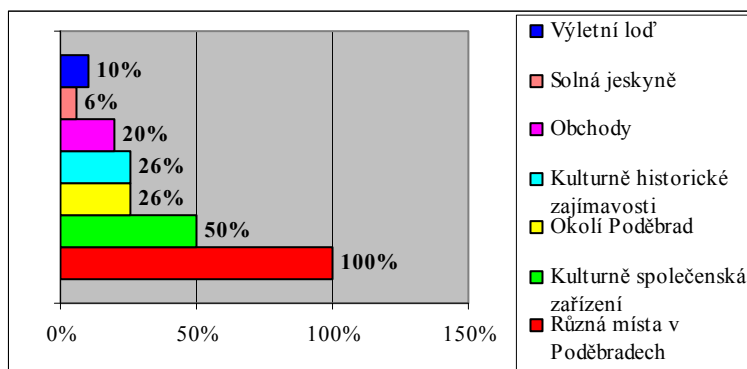
Kavárny a cukrárny lázeňským hostům zpříjemňují pobyt v destinaci, navštěvují je hojně během procházek po městě a lázeňské kolonádě. Oslovení hosté vyjádřili naprostou spokojenost s vybavením destinace těmito zařízeními.

Otázka č. 14 Máte nějaké připomínky k úrovni personálu ve službách cestovního ruchu?

Drtivá většina respondentů vyjádřila naprostou spokojenost s úrovní personálu. Připomínky k personálu ve službách se v 8 % týkaly pouze nízké aktivity v péči o zákazníka a malé ochotě personálu.

Otázka č. 15 Která místa nebo akce jste během Vašeho pobytu navštívil/a?

Graf č. 7 – Návštěvnost míst a akcí mikroregionu



Zdroj: Vlastní šetření

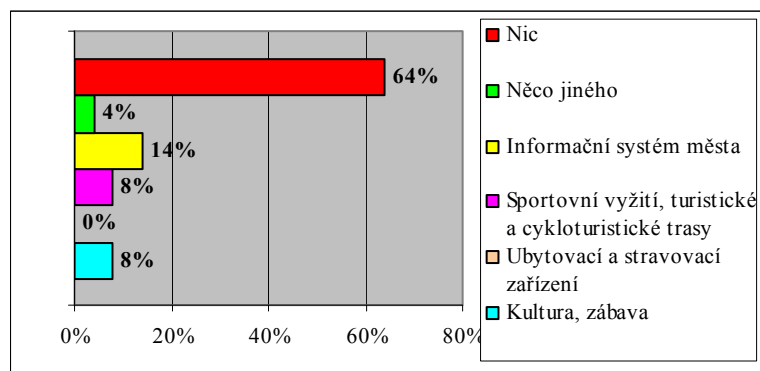
Mezi nejnavštěvovanější místa v Poděbradech patří místní kolonáda, kterou lázeňští hosté využívají k procházkám a posezení na lavičkách v udržovaném parku. Většina hostů navštíví také centrum města a projde se po březích Labe. Návštěvníci využívají rovněž nabídky kulturně společenských zařízení. Nejvíce navštěvují hudební představení pořádané v Kongresovém a kulturním centru Lázeňská kolonáda, dále divadelní představení v zámeckém divadle Na Kovárně a Zámecký biograf v Poděbradech, který nabízí pravidelná představení. Nejnavštěvovanějšími kulturně historickými zajímavostmi jsou v Poděbradech místní zámek a Polabské muzeum. Turisté také vyrážejí do blízkého okolí, aby navštívili jiná města, např. Kutnou Horu. Část respondentů využívá pobyt i k návštěvě místních obchodů, dopřejí si vyjížďku výletní lodí Král Jiří nebo navštíví solnou jeskyni.

Otázka č. 16 Vidíte nějaké nedostatky Vámi navštívených míst nebo akcí?

Většina návštěvníků, celých 92 %, je s navštívenými místy nebo akcemi spokojena. Pokud byly shledány nedostatky, jednalo se zejména o nízkou propagaci konaných akcí. Několik respondentů si konkrétně stěžovalo na koncert holandského orchestru, který proběhl bez českého uvedení.

Otázka č. 17 Co v destinaci dle Vašeho názoru chybí?

Graf č. 8 – Nedostatky destinace



Zdroj: Vlastní šetření

Více jak polovina lázeňských hostů je s nabídkou destinace spokojena. Pokud něco v destinaci postrádali, jednalo se nejvíce o informační systém města, méně o kulturu a zábavu a sportovní vyžití. V odpovědích zařazených do skupiny „Něco jiného“ se objevilo přání menšího provozu a hluku způsobeného dopravními prostředky.

Otázka č. 18 Navštívili jste turistické informační centrum? Pokud ano, byly nějaké informace, které jste se nedozvěděli?

Turistické informační centrum má pomoci účastníkům cestovního ruchu orientovat se v navštívené destinaci a poskytnout informace související s cestovním ruchem, aby byly uspokojeny jeho potřeby. Více jak polovina turistů ze sledovaného segmentu navštívila během svého pobytu turistické informační centrum, které jim poskytlo veškeré požadované informace.

Otázka č. 19 Jste spokojeni s orientačním značením v destinaci (směrovky, tabule)?

Úkolem orientačního značení v destinaci je poskytnout turistům informace, které jim usnadní orientaci v dané destinaci. S orientačním značením v mikroregionu jsou spokojeni téměř všichni návštěvníci (96 %), pouhá 4 % jsou se značením spíše nespokojena.

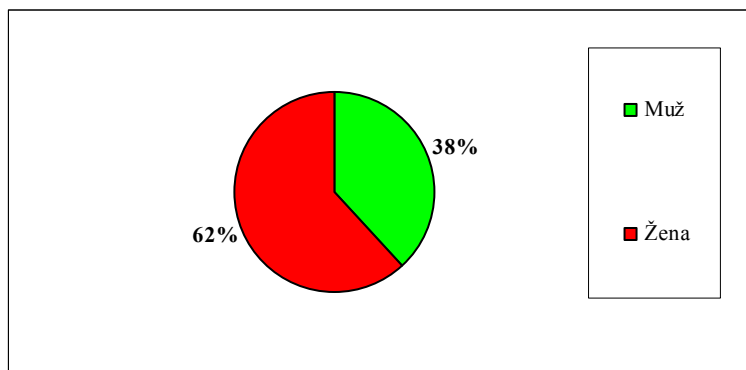


Otázka č. 20 Jak hodnotíte péči o životní prostředí v destinaci?

Péče o životní prostředí má za úkol chránit prostředí před negativními vlivy. Všichni turisté hodnotí péči o životní prostředí v destinaci dobře.

Otázka č. 21 Jste

Graf č. 9 – Zastoupení pohlaví

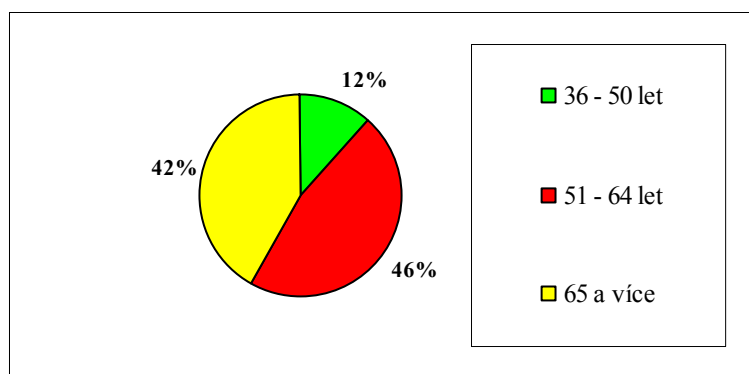


Zdroj: Vlastní šetření

Současný trend péče o fyzické a duševní zdraví se týká obou pohlaví, proto lázně kromě klasických léčebných pobytů vytvářejí a nabízejí relaxační a léčebné pobyty zaměřené na konkrétní segment určený podle pohlaví. Mezi dotazovanými návštěvníky lázní nepatrně převažovali ženy nad muži.

Otázka č. 22 Věk

Graf č. 10 – Věková struktura návštěvníků

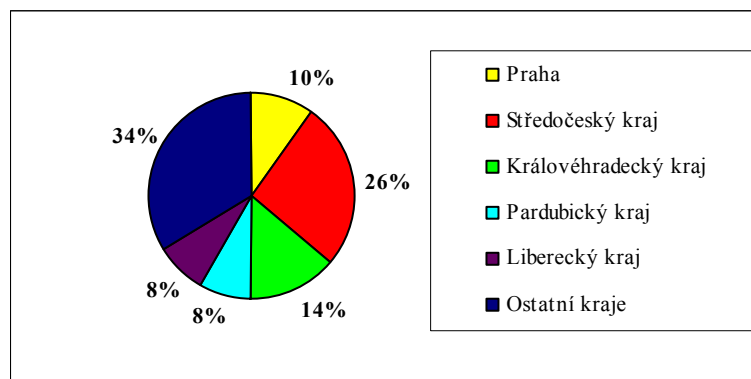


Zdroj: Vlastní šetření

Do lázní v Poděbradech přijíždějí hosté převážně vyššího věku. Nezanedbatelné je procento návštěvníků mladšího věku, kteří chtějí investovat do péče o své zdraví.

Otázka č. 23 Odkud pocházíte? (okres, stát)

Graf č. 11 – Struktura respondentů podle místa trvalého bydliště



Zdroj: Vlastní šetření

Nejvíce lázeňských hostů přicestovalo do destinace ze Středočeského kraje, dále z Prahy a z Královéhradeckého kraje. Výraznější zastoupení má ještě Pardubický a Liberecký kraj. Ostatní kraje, které byly uvedené v odpovědích (Vysočina, Jihočeský kraj, Plzeňský kraj, Ústecký kraj, Karlovarský kraj, Moravskoslezský kraj, Olomoucký kraj a Jihomoravský kraj) mají mezi návštěvníky zastoupení pohybující se mezi 2 % až 4 %.

### Výsledky dotazníkového šetření v segmentu lázeňští hosté

Lázeňští hosté jsou nejvíce lidé ve věku 51 a výše, kteří tráví v destinaci více dní nebo i týdnů. Do lázní přijíždějí nejčastěji v doprovodu svých blízkých osobním automobilem. Nejvíce návštěvníků přicestovalo ze Středočeského kraje, dále s malým rozdílem z Královéhradeckého kraje a Prahy.

Hlavním motivem pro návštěvu destinace je pro drtivou většinu pobyt v lázních a zlepšení zdravotního stavu, což vychází z podstaty tohoto segmentu. Mimo návštěvu lázní je v destinaci nejlákavější poznávací turistika a návštěva kulturních akcí.

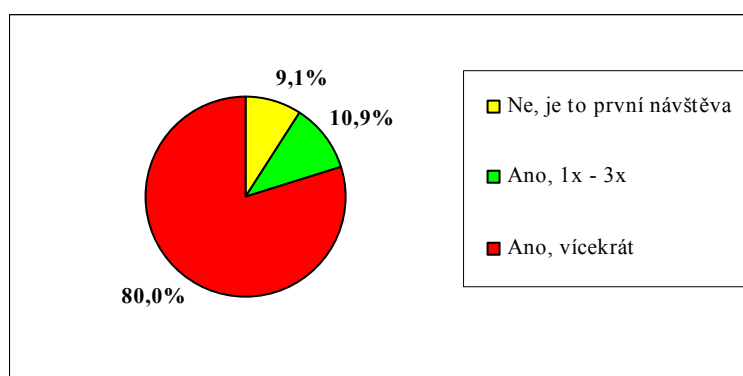
Pro ubytování využívají návštěvníci nabídky místních hotelů a penzionů, kde se i stravují, popř. využívají ještě stravování v restauracích.

Lázeňští hosté v Poděbradech navštěvují místní kolonádu k procházkám v udržovaném parku, prohlédnou si město a okolí Labe. Rovněž využívají nabídky kulturně společenských zařízení, kulturně historických zajímavostí a obchodů. Více jak polovina segmentu navštíví během svého pobytu turistické informační centrum pro získání informací.

### 6.5.2 Segment mladí lidé a rodiny s dětmi

Otázka č. 1 Už jste někdy navštívil/a Poděbrady a blízké okolí?

Graf č. 12 – Počet návštěv Poděbrad a blízkého okolí

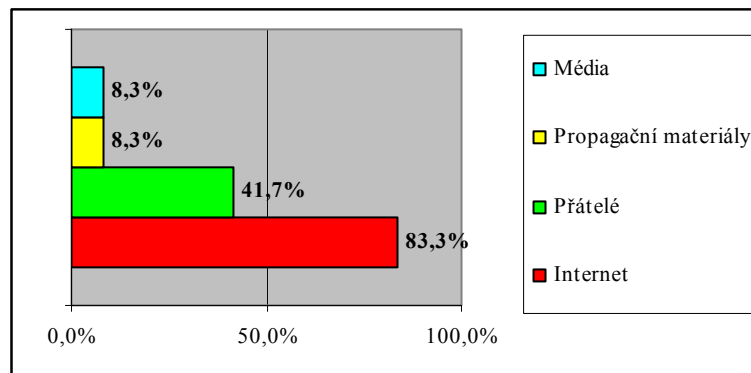


Zdroj: Vlastní šetření

Ze segmentu mladí lidé a rodiny s dětmi navštívila Poděbrady a blízké okolí převážná část respondentů již vícekrát, což je důkazem, že se návštěvníci do destinace vrací. Zbytek dotazovaného segmentu navštívilo destinace poprvé.

Otázka č.2 Čerpali jste před návštěvou destinace informace o regionu? Pokud ano, z jakých zdrojů?

Graf č. 13 – Zdroje informací o destinaci

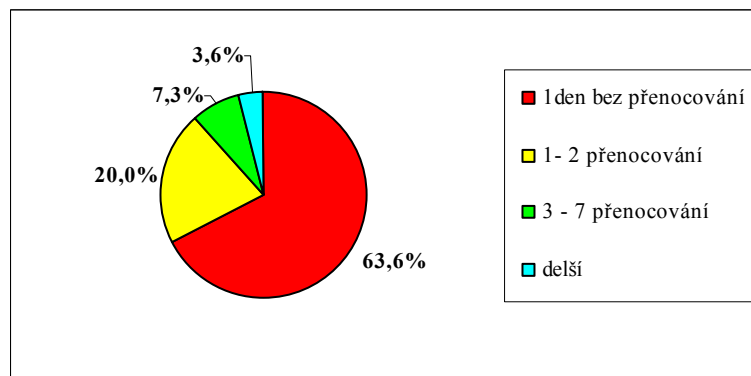


Zdroj: Vlastní šetření

Většina návštěvníků (78,2 %) nečerpala žádné informace před návštěvou regionu, důvodem může už jistá znalost destinace a její opakovaná návštěva, jak vyplývá z otázky č. 1. Pokud informace návštěvníci čerpali, pak byl nejvyužívanějším zdrojem internet a dále přátelé.

Otázka č. 3 Jak dlouhý bude Váš pobyt v destinaci?

Graf č. 14 – Délka pobytu v destinaci

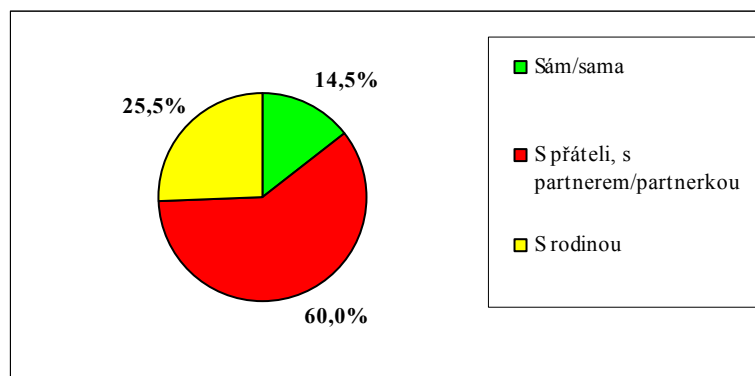


Zdroj: Vlastní šetření

Mladí lidé a rodiny s dětmi tráví v destinaci nejvíce jeden den bez přenocování. To vyplývá z povahy hlavního důvodu návštěvy uvedeného v otázce č. 5, kterým je nejčastěji zábava a návštěva známých a příbuzných. Tito návštěvníci přijíždí do destinace hlavně z blízkého okolí mikroregionu.

Otázka č. 4 S kým jste přijel/a?

Graf č. 15 – Doprovod do destinace

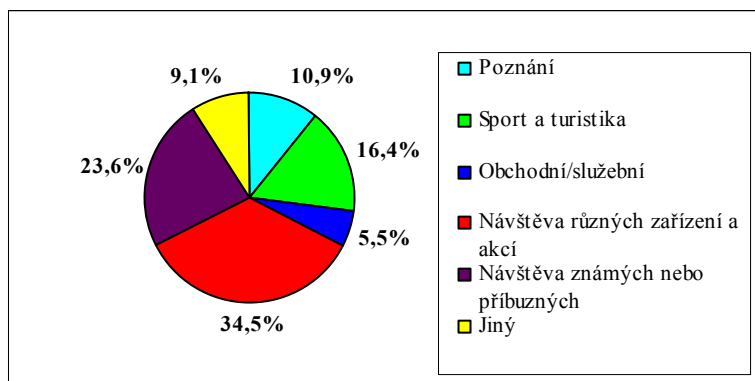


Zdroj: Vlastní šetření

Více jak polovina respondentů sledovaného segmentu přicestovala do mikroregionu s přáteli, s partnerem/partnerkou, čtvrtina přicestovala s rodinou a zbylí respondenti přicestovali bez doprovodu. Návštěvníci, kteří přicestovali s rodinou, nejčastěji přijeli do mikroregionu navštívit své známé a příbuzné.

Otázka č. 5 Můžete uvést hlavní důvod Vaší návštěvy?

Graf č. 16 – Důvod návštěvy destinace

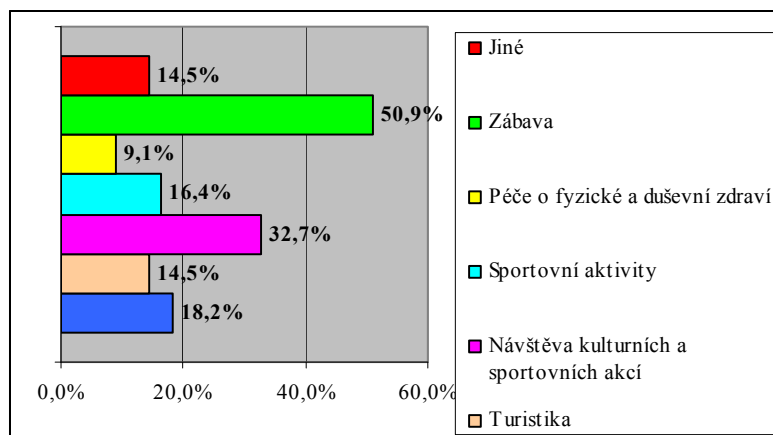


Zdroj: Vlastní šetření

Hlavním důvodem pro návštěvu zkoumaného mikroregionu byla návštěva různých zařízení a akcí, dále návštěva známých nebo příbuzných a sport a turistika. Respondenti, jejichž hlavním důvodem bylo něco jiného, nejčastěji uváděli posezení v kavárně nebo v restauraci, rybaření, studium, popř. mikroregionem pouze projížděli.

Otázka č.6 Které aktivity jsou pro Vás v destinaci nejlákavější?

Graf č. 17 – Nejlákavější aktivity v destinaci

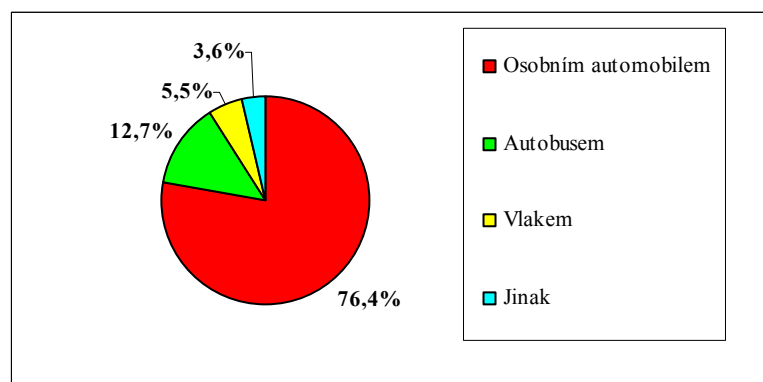


Zdroj: Vlastní šetření

U této otázky měli respondenti možnost uvést více odpovědí, maximálně však tři. Nejlákavější aktivitou v destinaci byla pro polovinu návštěvníků zábava, tedy návštěva různých zařízení jako restaurace, diskotéky a bary, následně návštěva kulturních a sportovních akcí. O ostatní aktivity je mezi návštěvníky poměrně vyrovnaný zájem. Další aktivity, které přilákaly dotazované, byly především procházky po Poděbradech a okolí, rybaření nebo střelecké závody na střelnici v obci Kněžičky.

Otázka č. 7 Jak jste sem přicestovali?

Graf č. 18 – Druh dopravního prostředku k dopravě do mikroregionu



Zdroj: Vlastní šetření

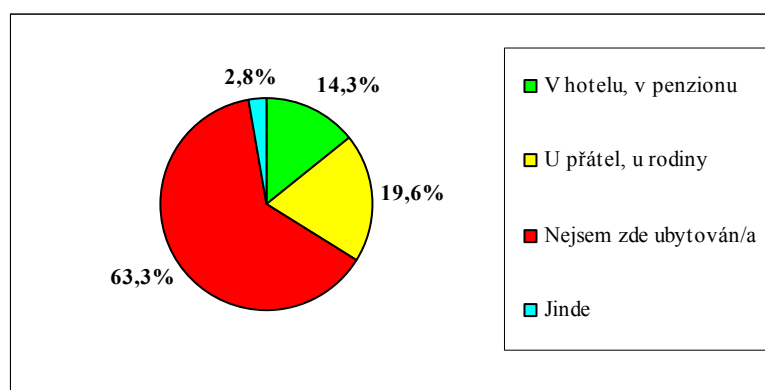
Největší procentuální zastoupení v dopravě do regionu ve sledovaném segmentu měl osobní automobil, kterým se lze pohodlně dopravit do regionu i po něm cestovat. Menší část návštěvníků přicestovala autobusem a vlakem. Pokud byl zvolen jiný dopravní prostředek, jednalo se o motocykl a kolo.

Otázka č. 8 Jak jste spokojeni s dopravní dostupností destinace?

Dopravní dostupnost mikroregionu vyhovuje 87,3 % návštěvníků, zbylí hodnotili dostupnost spíše špatně.

Otázka č. 9 Kde jste ubytován/a po dobu pobytu?

Graf č. 19 – Místo ubytování



Zdroj: Vlastní šetření

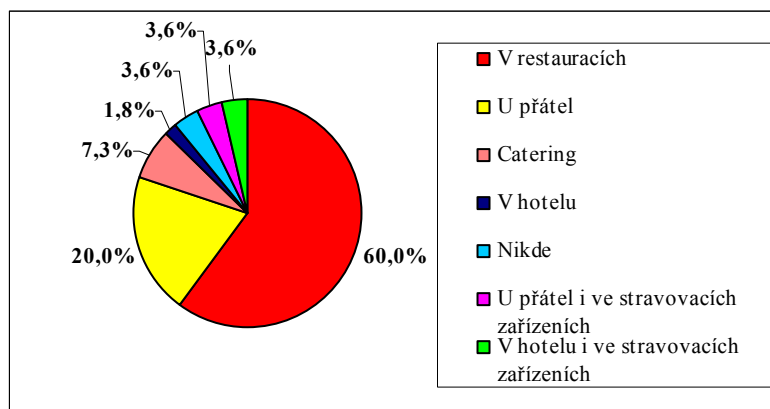
Návštěvníci, kteří do destinace přijeli na jeden den, tvoří více jak polovinu segmentu a nejsou zde tudíž ubytováni. Pětina respondentů využívá možnosti ubytování u svých přátel nebo rodiny. Tito turisté nepřinášejí do destinace žádné příjmy plynoucí z ubytování. Ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních využilo během svého pobytu v destinaci přes 14 % návštěvníků. Pokud byla zvolena odpověď na místo ubytování „jinde“, jednalo se o ubytování v kempech.

Otázka č. 11 Pokud byste měli možnost, co byste změnili na ubytovacích službách?

Připomínky k ubytovacím službám byly uvedeny pouze v případě těch návštěvníků, kteří byli ubytováni v kempech. Pokud by návštěvníci mohli něco změnit, jednalo by se o zlepšení hygienické situace v umývárkách a na toaletách kempu.

Otázka č. 10 Kde se stravujete během Vašeho pobytu?

Graf č. 20 – Místo stravování během pobytu



Zdroj: Vlastní šetření

Nabídky stravovacích možností mikroregionu během své návštěvy využila více jak polovina dotázaných. 20 % návštěvníků mikroregionu využívá možnosti stravování u přátel, popř. u přátel i ve stravovacích zařízeních. Části respondentů zajišťoval stravování během pobytu catering.

Otázka č.11 Jste spokojen/a s úrovní stravovacích služeb? Pokud nejste spokojen/a se stravovacími službami, můžete se vyjádřit konkrétněji?

Úroveň stravovacích služeb vyhovuje převážné většině návštěvníků (92,7 %). Pokud byli návštěvníci nespokojeni, pak si stěžovali na malou kapacitu restaurací, nízkou rozmanitost kuchyní, nenápadité menu a nízkou kvalitu jídel.

Otázka č. 12 Vyhovuje Vám vybavenost destinace zařízeními jako jsou kavárny a cukrárny?

Kavárny a cukrárny jsou návštěvníky využívány k posezení a odpočinku, kde si dospělí dopřejí kávu a děti zmrzlinu nebo jinou oblíbenou sladkost. Vybavenost destinace těmito zařízeními vyhovuje většině respondentů (90,9 %) sledovaného segmentu.

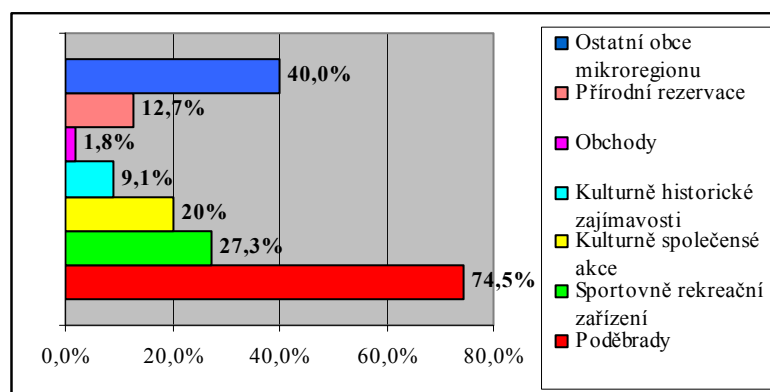


Otázka č. 13 Máte nějaké připomínky k úrovni personálu ve službách cestovního ruchu?

Připomínky k úrovni personálu ve službách cestovního ruchu vyjádřilo pouze 3,6 % dotázaných. Připomínky se týkaly malé ochoty personálu a pomalé obsluhy v restauracích.

Otázka č. 14 Která místa nebo akce jste během Vašeho pobytu navštívil/a?

Graf č. 21 – Návštěvnost míst a akcí mikroregionu



Zdroj: Vlastní šetření

Mladí lidé a rodiny s dětmi v mikroregionu nejčastěji navštívili samotné město Poděbrady, známou kolonádu, centrum města a využili možnosti procházky po břehu Labe. Pro sportovní a rekreační vyžití je v tomto sledovaném segmentu nejvíce využívána cyklostezka v Poděbradech, naučná stezka v Poděbradech a již méně naučná stezka Pustý rybník. Nejnavštěvovanějšími společensko kulturními akcemi byly Vítání jara Pražským klubem Harley – Davidson, Festival Mýtina Sokoleč 2009 a Setkání italských vozů. Několik málo návštěvníků se zúčastnilo konference nebo přehlídky. Pro tento segment byl nejpřitažlivější kulturně historickou zajímavostí v mikroregionu zámek v Poděbradech nebo jeho nádvoří a muzeum Keltů v Dobšicích. Oblíbenou přírodní rezervací mezi respondenty byla Žehuňská obora a obora Kněžičky, kde se někteří návštěvníci zúčastnili místních střeleckých závodů.

V ostatních obcích mikroregionu byla dotazována necelá polovina respondentů. Jednalo se o návštěvníky, jejichž motivem návštěvy byla převážně návštěva známých a příbuzných. Tito dotazovaní navštívili akce místního významu jako např. pouť

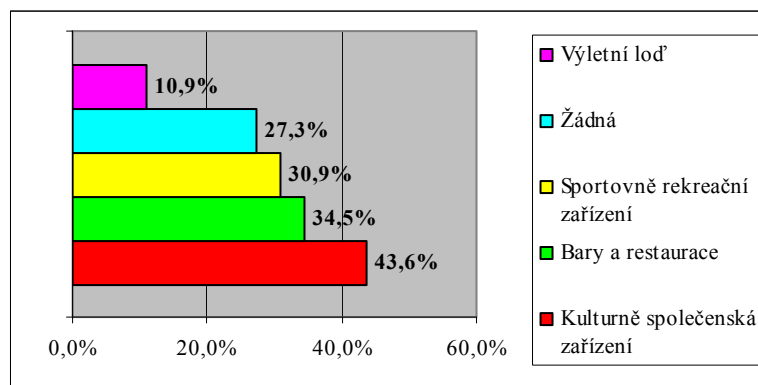
v Městci Králové, posvícení v Běřunicích, jarmark v Dobšicích nebo sraz Velorexů v obci Pátek.

Otázka č. 15 Vidíte nějaké nedostatky Vámi navštívených míst nebo akcí?

Respondenti shledali na navštívených místech nebo akcích nějaké nedostatky v 14,5 %. Jednalo se především o malé množství akcí pro mladé, vysoké ceny, malý počet parkovacích možností a málo informací o konání akcí. Menší obce mikroregionu nemají téměř žádné akce a návštěva těchto míst je pro turisty nezajímavá.

Otázka č. 16 Která zařízení pro volný čas jste v mikroregionu navštívili?

Graf č. 22 – Návštěvnost zařízení pro volný čas



Zdroj: Vlastní šetření

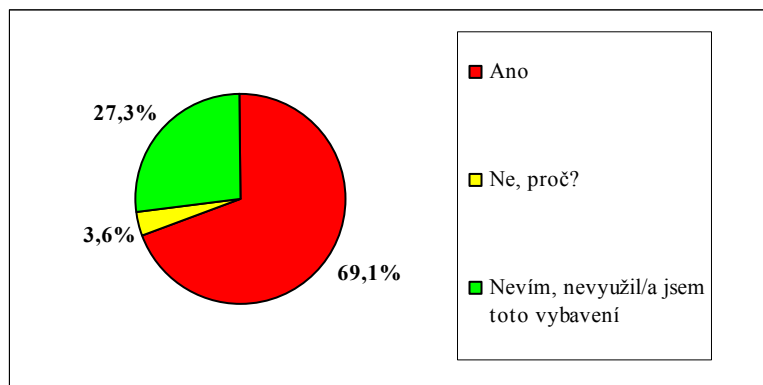
V segmentu mladí lidé a rodiny s dětmi patří mezi nejnavštěvovanější zařízení pro volný čas kulturně společenská zařízení. Jedná se především o Zámecký biograf v Poděbradech, diskotéky, divadlo Na Kovárně. V mikroregionu je velmi oblíbená návštěva barů a restaurací. Respondenti, kteří navštívili sportovně rekreační zařízení nejčastěji uvedli návštěvu sportovního centra nebo fitness, bowlingu a golfového hřiště. Část sledovaného segmentu využila nabídky na vyjížďku Výletní a restaurační lodí Král Jiří.

Otázka č. 17 Můžete uvést, co by zvýšilo Vaši spokojenost s návštěvou těchto zařízení?

Se zařízeními pro volný čas je spokojeno 76,4 % návštěvníků. Spokojenost ostatních návštěvníků by zvýšila především vyšší kapacita zařízení jako je kino nebo diskotéka, nižší ceny, větší počet akcí a informací o akcích konaných v jednotlivých zařízeních, lepší dostupnost vzdálenějších míst (např. fotbalové hřiště v Poděbradech) nebo jejich lepší přístupnost pro chodce. Návštěvníci by také uvítali více parkovacích možností a klimatizaci v některých zařízeních.

Otázka č. 18 Jste spokojeni s vybavením destinace pro turistiku a cykloturistiku?

Graf č. 23 – Spokojenost návštěvníků s vybavením pro turistiku a cykloturistiku



Zdroj: Vlastní šetření

Návštěvníci, kteří využili možnost turistiky a cykloturistiky, jsou převážně s tímto vybavením spokojeni. Nespokojenost byla založena na místy špatné kvalitě cyklostezky a velkém množství jejich návštěvníků.

Otázka č. 19 Jste spokojeni s orientačním značením v destinaci (směrovky, tabule)?

S orientačním značením v destinaci, které usnadňuje orientaci na území mikroregionu, je spokojeno 90,9 % respondentů, spíše nespokojeno je 5,5 % a 3,6 % je se směrovkami a tabulemi nespokojeno.

Otázka č. 20 Navštívili jste poděbradské koupaliště? Pokud ano, byli jste spokojeni nebo Vám zde něco scházelo?

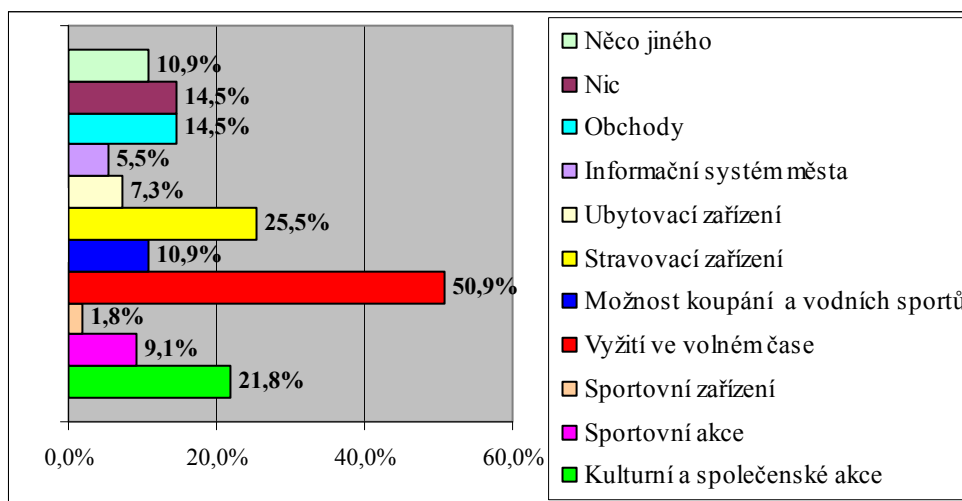
Poděbradské koupaliště navštívilo během svého pobytu 23,6 % návštěvníků. Z těchto návštěvníků bylo 61,5 % spokojeno, ostatním nevyhovovala špatná kvalita vody, neudržované prostředí v okolí koupaliště a parkoviště a vysoká cena (vzhledem ke kvalitě vody a prostředí).

Otázka č. 21 Jste spokojeni s nabídkou zábavy a společenského vyžití v destinaci?

S nabídkou společenského vyžití v destinaci není spokojeno 50,9 % dotázaných. Nespokojenost se týkala jak samotného města Poděbrad, tak i společenského vyžití v ostatních obcích mikroregionu.

Otázka č. 22 Co v destinaci dle Vašeho názoru chybí?

Graf č. 24 - Nedostatky destinace



Zdroj: Vlastní šetření

V destinaci dle názorů návštěvníků nejvíce chybí vyžití ve volném čase, dále stravovací zařízení, což se týkalo především menších obcí, a kulturní a společenské akce. Návštěvníci by v Poděbradech konkrétně uvítali větší nákupní centrum, aquapark a více akcí pro mladé, více dětských hřišť a větší pořádek především v menších obcích.

Otázka č. 23 Navštívili jste turistické informační centrum? Pokud ano, byly nějaké informace, které jste se nedozvěděli?

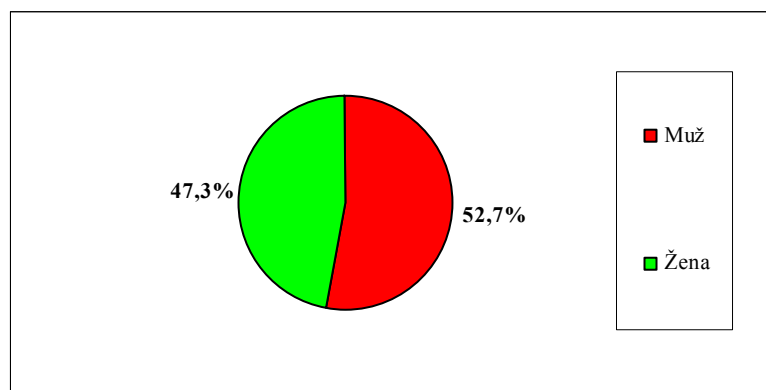
Turistické informační centrum poskytující turistům informace o navštívené destinaci využilo pouhých 9,1 % respondentů ze sledovaného segmentu. Důvodem může být znalost navštíveného místa z předchozích návštěv nebo využití informací uveřejněných na internetu. Ovšem veškeré žádané informace byly zájemcům poskytnuty.

Otázka č. 24 Jak hodnotíte péči o životní prostředí v destinaci?

Ochranu životního prostředí před negativními vlivy hodnotí dobře 83,6 % návštěvníků, 16,4 % situaci hodnotí spíše špatně.

Otázka č 25 Jste

Graf č. 25 – Zastoupení pohlaví

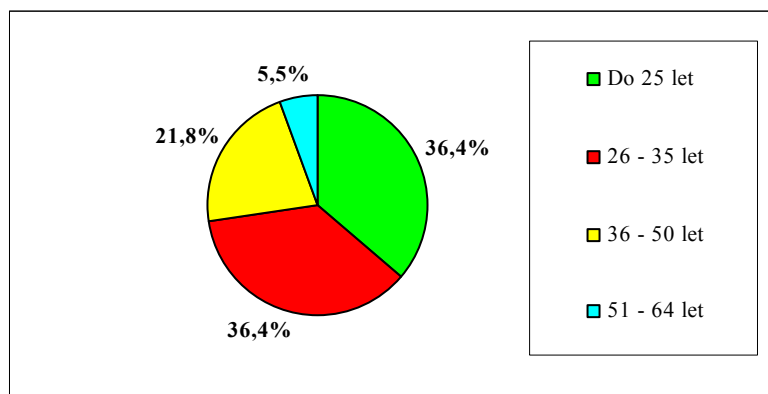


Zdroj: Vlastní šetření

V segmentu mladí lidé a rodiny s dětmi je zastoupení pohlaví mezi respondenty vyrovnané.

Otázka č. 26 Věk

Graf č. 26 – Věková struktura návštěvníků

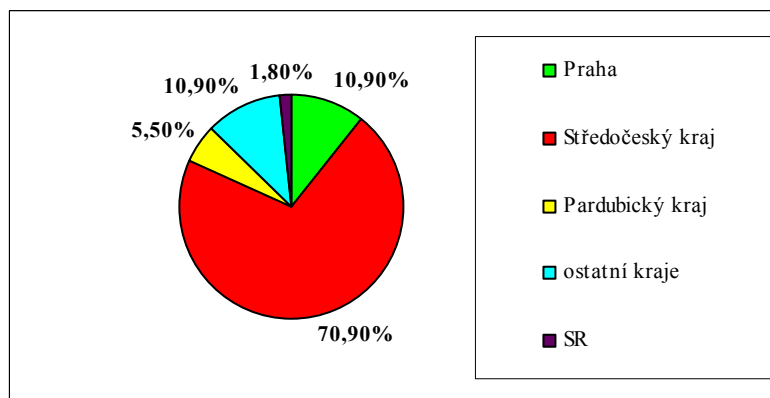


Zdroj: Vlastní šetření

Jak vyplývá z povahy segmentu, věkový průměr je zde nižší než u lázeňských hostů. Největší zastoupení mezi návštěvníky mikroregionu má věková skupina do 25 let a skupina 26 – 35 let. Podstatnou část tvoří skupina 36 – 50 let, což jsou převážně návštěvníci, kteří přicestovali do sledovaného mikroregionu s rodinou a dětmi.

Otázka č. 27 Odkud pocházíte? (okres, stát)

Graf č. 27 – Struktura respondentů podle místa trvalého bydliště



Zdroj: Vlastní šetření

Nejvíce návštěvníků přicestovalo do destinace z okresů Kolín, Nymburk a Praha, což ukazuje, že do destinace přijíždějí návštěvníci v segmentu mladí a rodiny s dětmi hlavně z blízkého okolí a jejich návštěvy jsou často opakované (viz. otázka č.1).

Největší zastoupení má tedy mezi kraji Středočeský kraj a Praha. Ostatní kraje, které byly uvedeny v odpovědích (Vysočina, Jihočeský kraj, Liberecký kraj, Jihomoravský kraj a Královéhradecký kraj) mají zastoupení v rozmezí 1,8 % až 3,6 %.

### **Výsledky dotazníkového šetření v segmentu mladí lidé a rodiny s dětmi**

Segment mladí lidé a rodiny s dětmi jsou převážně lidé do 35 let, kteří přicestovali do destinace na jeden den, pouze část segmentu zde přenocuje, ale pouze krátce. Do destinace přijíždějí nejčastěji s přáteli a partnerem/partnerkou nebo s rodinou, a to osobním automobilem. Návštěvníci nejčastěji pocházejí ze Středočeského kraje, a to z nejbližšího okolí, tedy okresu Nymburk a Kolín.

Hlavním důvodem návštěvy destinace je rozptýlení ve volném čase, zábava, tedy návštěva různých zařízení jako jsou restaurace, bary a diskotéky. Dále také návštěva známých a příbuzných nebo sport a turistika. Kromě hlavního motivu návštěvy je lákavá pro tento segment také návštěva kulturních a sportovních akcí, poznávací turistika a sportovní aktivity.

Velká část tohoto segmentu zde nebyla ubytována, pokud však návštěvníci tohoto segmentu využili možnosti ubytování, jednalo se o ubytování u známých nebo v hotelu či penzionu. Pro stravování nejvíce návštěvníci využili nabídky restaurací, popř. stravování u přátel.

Mladí lidé a rodiny s dětmi nejčastěji v mikroregionu navštěvují samotné město Poděbrady, různá sportovně rekreační zařízení a kulturně společenské akce. Návštěvníci dotázaní mimo Poděbrady motivovala k cestě především návštěva známých nebo příbuzných.

### 6.5.3 Porovnání výsledků dotazníkového šetření

Jak již vyplývá z podstaty sledovaných segmentů, věková struktura bude odlišná. Lázeňští hosté jsou oproti druhému segmentu vyššího věku.

Lázeňští hosté, kteří přijeli kvůli péči o své zdraví, tráví v destinaci více dní i týdnů s několika přenocováními, oproti segmentu mladí a rodiny s dětmi, u nichž jsou nejčastější jednodenní návštěvy bez přenocování.

Oba sledované segmenty přijíždějí do mikroregionu se svými blízkými a nejčastěji využívají pro dopravu osobní automobil.

Středočeský kraj v němž je mikroregion lokalizován je místem, odkud nejčastěji návštěvníci přijíždějí do destinace, ale u mladých a rodin s dětmi je tento kraj dominantnější, nejvíce návštěvníků pochází z nejbližšího okolí mikroregionu, zatímco lázeňští hosté pocházejí z různých částí kraje i České republiky.

Mezi segmenty je zjevná odlišnost v hlavním motivu pro návštěvu destinace. Lázeňští hosté přijíždějí za pobytem v lázních a zlepšením zdravotního stavu. Segment mladých lidí a rodin s dětmi hledají v destinaci především zábavu, jak již bylo uvedeno, jedná se především o návštěvu zařízení jako restaurace, bary a diskotéky. Dále přijíždějí navštívit známé a příbuzné nebo využít možnosti sportu a turistiky. Lázeňští turisté spojují pobyt v destinaci i s poznávací turistikou a návštěvou kulturních akcí.

Mladí lidé a rodiny s dětmi tráví v destinaci nejvíce jeden den bez přenocování, ovšem pokud zde přenocují, využijí ubytování u známých či přátel, nebo v hotelu či penzionu. Lázeňští hosté tráví v destinaci delší dobu, proto využívají ubytování v hotelích a penzionech.

Lázeňští hosté se během pobytu stravují převážně v místě ubytování, druhý sledovaný segment preferuje stravování v restauracích.

Oba segmenty v destinaci navštěvují nejvíce samotné město Poděbrady. Lázeňští hosté navštěvují kulturně společenská zařízení, zajímají se o kulturně historické zajímavosti, zatímco druhý segment preferuje návštěvu sportovních zařízení a společenských akcí.

Segment lázeňských hostů využívá výrazně více služeb turistického informačního centra, které během pobytu v destinaci navštíví.



## 7 SWOT analýza mikroregionu Poděbradské Polabí

Provedení SWOT analýzy v práci bylo založeno na metodě uvedené v publikaci Strategický marketing od H. Horákové (2001). [8]

Pro posouzení silných a slabých stránek řešeného území – analýzy S – W – byly vytipovány faktory, které naplňují podstatu silných a slabých stránek mikroregionu. Zdrojem pro určení jednotlivých faktorů analýzy byla předchozí situační analýza mikroregionu Poděbradské Polabí a dotazníkové šetření jeho návštěvníků. Faktory uvedené v tabulce byly posouzeny z hlediska současného stavu (výkonnosti) a z hlediska jeho závažnosti (důležitosti) pro mikroregion. Pro posouzení byla zvolena třístupňová stupnice, pro výkonnost dobrý, průměrný, špatný, pro závažnost vysoká, průměrná, nízká.

Pro posouzení příležitostí a hrozeb – analýzy O – T – byla rovněž využita matice – matice příležitostí a ohrožení. Nevýhodou při analýze příležitostí a ohrožení mikroregionu je fakt, že tyto skutečnosti nemůže mikroregion ovlivnit. Ale díky jejich analýze může příležitosti využít a ohrožení odvrátit nebo zmírnit. Při posouzení příležitostí se faktor hodnotí z hlediska pravděpodobnosti úspěchu a míry přitažlivosti. Kritériem pro hodnocení hrozeb byla pravděpodobnost jejich výskytu a míra závažnosti ohrožení. Pro analýzu byla zvolena dvoustupňová stupnice. Identifikace faktorů příležitostí a ohrožení vycházela z dotazníkového šetření mikroregionu a z příležitostí a ohrožení, které byly identifikovány v již zpracované SWOT analýze pro město Poděbrady uvedené v dokumentu Strategický plán rozvoje města Poděbrady do roku 2025. [81]

### 7.1 Analýza S – W

Faktory, které naplňují podstatu silných a slabých stránek mikroregionu, byly uspořádány do jednotlivých tabulek. Tyto faktory byly pro vyhodnocení výkonnosti a závažnosti následně přeneseny do matic závažnost/výkonnost.

Faktory uvedené v matici v levém horním kvadrantu potřebují z hlediska výkonnosti posílit kvůli vysoké důležitosti. V pravém horním kvadrantu se nacházejí

faktory, které jsou nejvýznamnější pro prosperitu mikroregionu. Na tyto faktory se musí mikroregion soustředit, aby si udržely svou pozici. V levém dolním kvadrantu jsou obsaženy faktory, které nejsou pro mikroregion příliš důležité a v pravém dolním kvadrantu jsou faktory s nízkou důležitostí, na které mikroregion vynakládá zbytečné úsilí.

Tab. č. 2 - Analýza S – W přírodních podmínek

Hodnocené faktory – Přírodní podmínky	Posouzení stavu (výkonnosti)			Závažnost		
	dobrý	průměrný	špatný	vysoká	průměrná	nízká
<b>1 Geomorfologické podmínky</b>						
1a Mikroregion se nachází v jedné z nejurodnějších oblastí země	•			•		
1b Mírně zvlněný, rovinný kraj, nenáročný terén	•			•		
<b>2 Klimatické podmínky</b>						
2a Jedna z nejteplejších oblastí republiky, příznivé a mírné klima	•			•		
2b Vzácná sněhová pokrývka - nevhodné pro zimní rekreaci			•	•		
2c Klimatické podmínky vhodné pro letní rekreaci	•			•		
<b>3 Hydrologické podmínky</b>						
3a Rekreční doprava po Labi		•		•		
3b Četné rybníky		•			•	
3c Koupaliště Jezero		•		•		
3d Absence více vhodných ploch pro rekreaci u vody			•		•	
3e Pramen minerální vody Poděbradky	•			•		
<b>4 Biologické podmínky</b>						
4a Rozmanitá fauna a flóra		•			•	
4b Udržované parky v Poděbradech	•			•		
4c Možnost rybaření		•			•	
<b>5 Národní přírodní rezervace a přírodní památky</b>						
5a Libický luh	•			•		
5b Ptačí oblast Žehuňský rybník a obora Kněžičky	•			•		
5c Stav PP Vinný vrch			•		•	

Matice výkonnosti a závažnosti – Přírodní podmínky

		<b>výkonnost</b>		
		nízká		vysoká
závažnost	vysoká	2b	3a, 3c	1a, 1b, 2a, 2c, 3e, 4b, 5a, 5b
		3d, 5c	3b, 4a, 4c	
	nízká			

Tab. č. 3 Příznivé a nepříznivé faktory – Přírodní podmínky

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
<b>Vnitřní</b>	<p style="text-align: center;"><b>Silné stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ mikroregion se nachází v jedné z nejúrodnějších oblastí země</li> <li>✓ mírně zvlněný, rovinný kraj, nenáročný terén</li> <li>✓ jedna z nejteplejších oblastí republiky, příznivé a mírné klima</li> <li>✓ pramen minerální vody Poděbradky</li> <li>✓ udržované parky v Poděbradech</li> <li>✓ Libický luh a jeho druhová rozmanitost fauny a flóry</li> <li>✓ Ptačí oblast Žehuňský rybník a obora Kněžičky</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Slabé stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ pro vzácnou sněhovou pokrývku je oblast nevhodná pro zimní rekreaci</li> </ul>

Přírodní podmínky jsou pro mikroregion převážně příznivým faktorem. Poloha v jedné z nejúrodnějších oblastí České republiky, vhodný terén především pro pěší turistiku, cykloturistiku, in-line bruslení a golf a příznivé mírné klima jsou utvářejícími podmínkami především pro letní rekreaci. Nejvýznamnějším faktorem, který vytvořil z Poděbrad významnou a vyhledávanou destinaci cestovního ruchu, bylo objevení minerálního pramene, díky němuž zde vznikly známé lázně. Lázeňství může vzhledem

k nevhodnosti destinace pro zimní rekreaci snížit sezónnost cestovního ruchu. V mikroregionu jsou lokalizovány dvě významné přírodní rezervace – Libický luh se svou druhovou rozmanitostí fauny a flóry a Ptačí oblast Žehuňský rybník a obora Kněžičky, což je jedna z poměrně malého počtu oblastí tohoto druhu, které jsou veřejnosti přístupné.

Tab. č. 4 Analýza S – W kulturně – historických předpoklady

Hodnocené faktory – Kulturně – historické předpoklady	Posouzení stavu (výkonnosti)			Závažnost		
	dobry	průměrný	špatný	vysoká	průměrná	nizká
<b>6 Hrady a zámky</b>						
6a Osobnost krále Jiřího z Poděbrad	•			•		
6b Zámek v Poděbradech je nejvýznamnější památka		•		•		
6c Přístupnost pouze dvou míst Zámku			•	•		
6d Zámek v Dymokurech je nepřístupný veřejnosti			•		•	
<b>7 Sochy a památníky</b>						
7a Socha krále Jiřího a Mariánský sloup	•				•	
<b>8 Sakrální památky</b>						
8a Havířský kostelík a Kostel povýšení sv. Kříže jsou dvě významnější sakrální památky		•			•	
8b Kostely v obcích mikroregionu mají pouze místní význam			•			•
<b>9 Muzea</b>						
9a Polabské muzeum nabízející významné sbírkové celky	•			•		
9b Muzeum Keltů nabízející expozici o životě Keltů		•		•		

Maticе výkonnosti a závažnosti – Kulturně - historické předpoklady

		<b>výkonnost</b>		
		nízká		vysoká
<b>závažnost</b>	vysoká	6c	6b, 9b	6a, 9a
		6d		7a
	nízká	8b		

Tab. č. 5 Příznivé a nepříznivé faktory – Kulturně – historické předpoklady

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
<b>Vnitřní</b>	<p><b>Silné stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ mikroregion je spojen s významnou historickou osobností krále Jiřího z Poděbrad</li> <li>✓ Polabské muzeum nabízející významné sbírkové celky</li> </ul>	<p><b>Slabé stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ přístupnost pouze dvou míst Zámku</li> </ul>

Silnou stránkou mikroregionu v oblasti kulturně – historických předpokladů je především osobnost krále Jiřího z Poděbrad, se kterým je oblast neodmyslitelně spjata. Nejvýznamnější památkou v destinaci je Zámek v Poděbradech, bohužel přístupná je pouze kaple a rodná síň krále Jiřího. Dominantou Jiřího náměstí v Poděbradech jsou socha krále Jiřího a Mariánský sloup připomínající významnou historickou osobnost a historii města. Jedno z nejvýznamnějších středočeských muzeí se nachází právě na území mikroregionu – Polabské muzeum, které nabízí k vidění významné sbírkové celky.



Tab. č. 7 Příznivé a nepříznivé faktory – Turistická suprastruktura cestovního ruchu

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
<b>Vnitřní</b>	<b>Silné stránky</b> ✓ dostatečná kapacita ubytovacích zařízení ✓ dostatek stravovacích zařízení	<b>Slabé stránky</b> ✓ chybí hotely s vyšším standardem služeb

Příznivým faktorem pro cestovní ruch je dostatečná kapacita ubytovacích zařízení a dostatek stravovacích zařízení. Ovšem někteří návštěvníci vyjádřili v dotazníkovém šetření nespokojenost s kvalitou ubytovacích a stravovacích zařízení. Některým ubytovacím zařízením by prospěla rekonstrukce a modernizace a stravovací zařízení by měla věnovat pozornost kvalitě podávaných jídel. Také v destinaci chybí více hotelů v vyšším standardem služeb.

Tab. č. 8 Analýza S – W infrastruktury cestovního ruchu

Hodnocené faktory – Infrastruktura cestovního ruchu	Posouzení stavu (výkonnosti)			Závažnost		
	dobrý	průměrný	špatný	vysoká	průměrná	nízká
<b>12 Cestovní kanceláře a cestovní agentury</b>						
12a Dostatečné zastoupení CK a CA na území mikroregionu		•			•	
<b>13 Turistická informační centra</b>						
13a V Poděbradech fungují tři informační centra	•			•		
13b Návštěvníci v informačním centru získají veškeré požadované informace	•			•		
13c Malé využívání služeb informačního centra návštěvníky destinace		•		•		
13d Mikroregion není propagován jako destinace cestovního ruchu			•	•		
13e Neexistují propagační materiály a logo pro celý mikroregion			•	•		
13f Není vytvořena strategie rozvoje mikroregionu			•	•		
13g Není vytvořena organizace destinačního managementu			•	•		

Matice výkonnosti a závažnosti – Infrastruktura cestovního ruchu

		<b>výkonnost</b>		
		nizká		vysoká
<b>závažnost</b>	vysoká	13d, 13e, 13f, 13g	13c	13a, 13b
			12a	
	nizká			

Tab. č. 9 Příznivé a nepříznivé faktory – Infrastruktura cestovního ruchu

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
<b>Vnitřní</b>	<p><b>Silné stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ v Poděbradech fungují tři informační centra</li> <li>✓ návštěvníci v informačním centru získají veškeré požadované informace</li> </ul>	<p><b>Slabé stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ mikroregion není propagován jako destinace cestovního ruchu</li> <li>✓ neexistují propagační materiály a logo pro celý mikroregion</li> <li>✓ není vytvořena strategie rozvoje mikroregionu</li> <li>✓ není vytvořena organizace destinačního managementu</li> </ul>

Silnou stránkou Poděbrad jsou tři informační centra umístěná v centru města a tudíž dobře dostupná – informační centrum na nádvoří zámku, na Jiřího náměstí a v budově staré radnice. Návštěvnost informačních center je odlišná v rámci jednotlivých segmentů (viz. Marketingové šetření mikroregionu), ale pozitivní stránkou je dostupnost veškerých požadovaných informací. Nepříznivé faktory ve sledované oblasti se týkají propagace a organizace mikroregionu. Náležitou propagaci má město Poděbrady, které se jako významné centrum cestovního ruchu účastní výstav a veletrhů. Kromě čtyř obcí mikroregionu mají ostatní obce vytvořeny internetové stránky obce. Mikroregion Poděbradské Polabí není dosud propagován jako destinace cestovního



ruchu i přes to, že vznikl již v roce 2006. Mikroregion nemá vytvořeny propagační materiály, logo mikroregionu, nemá zpracovanou strategii rozvoje mikroregionu nebo jiný dokument. V mikroregionu není také založena organizace destinačního managementu, která by zajistila řízení, organizaci, koordinaci, strategické plánování a kooperaci poskytovatelů služeb a mikroregionů a také využívání prostředků z podpůrných fondů.

Tab. č.10 Analýza S –W sportovně – rekreačních zařízení

Hodnocené faktory – Sportovně – rekreační zařízení	Posouzení stavu (výkonnosti)			Závažnost		
	dobry	průměrný	špatný	vysoká	průměrná	nizká
<b>14 Sportovně – rekreační zařízení</b>						
14a 18-ti jamkové golfové hřiště	•			•		
14b Sportovní centrum Linhart	•			•		
14c Vhodný terén pro cykloturistiku a in – line bruslení	•			•		
14d Špatná kvalita povrchu cyklostezek v některých částech			•	•		
14e Cyklostezky nepropojují mikroregion			•	•		
14f Naučné stezky jsou nenáročné a vhodné k procházkám a poznání místní fauny a flory		•		•		
14g V mikroregionu nejsou cyklostezky, které by vedly městem			•		•	
14h Koupaliště Jezero	•			•		
14ch Nabídka jezdeckví v mikroregionu	•				•	

Matice výkonnosti a závažnosti – Sportovně – rekreační zařízení

		<b>výkonnost</b>			
		<b>nízká</b>		<b>vysoká</b>	
<b>závažnost</b>	<b>vysoká</b>	↓	14d, 14e	14f	14a, 14b, 14c, 14h
			14g, 14ch		
	<b>nízká</b>	↓			

Tab. č. 11 Příznivé a nepříznivé faktory – Sportovně – rekreační zařízení

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
<b>Vnitřní</b>	<p style="text-align: center;"><b>Silné stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 18-ti jamkové golfové hřiště</li> <li>✓ sportovní centrum Linhart s širokou nabídkou služeb a možností sportovního využití</li> <li>✓ vhodný terén pro cykloturistiku a in – line bruslení</li> <li>✓ koupaliště Jezero</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Slabé stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ špatná kvalita povrchu cyklostezek v některých částech</li> <li>✓ cyklostezky nepropojují mikroregion</li> </ul>

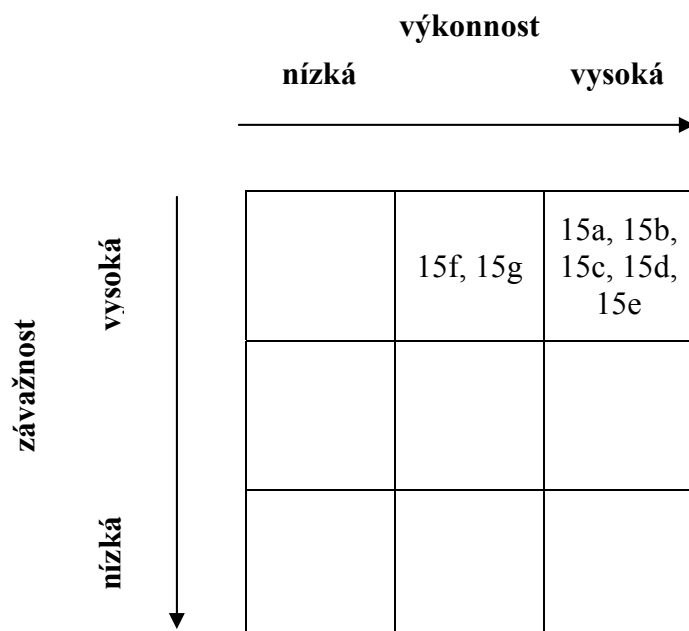
Rovinný a nenáročný terén představuje vhodné podmínky pro pěstování sportů jako je cykloturistika, turistika, in-line bruslení a golf. V mikroregionu se nacházejí dvě cyklistické stezky, z nichž je jedna součástí Labské trasy budované z Pardubic do Magdeburgu. Povrch obou stezek je asfaltový, ale v některých jejich částech má povrch špatnou kvalitu, což je problém především pro in-line bruslaře. Obě stezky vedou podél Labe a neexistují zde jiné cyklostezky, které by procházely celým mikroregionem nebo alespoň jeho částmi. V Poděbradech se nachází 18-ti jamkové golfové hřiště, které je jediné v blízkém okolí. Sportovní centrum Linhart disponuje širokou nabídkou služeb a možností sportovního využití. Centrum může částečně vyvážit

nižší zájem o trávení volného času v destinaci v zimním období, vzhledem k jeho celoročnímu provozu. Koupaliště Jezero nedaleko centra Poděbrad s pozvolným vstupem do vody a atrakcemi pro děti je vhodné pro rodiny s dětmi, ale i pro provozování vodních sportů a rozmanitých sportovních aktivit.

Tab. č. 12 Analýza S – W lázeňství

Hodnocené faktory – Lázeňství	Posouzení stavu (výkonnosti)			Závažnost		
	dobry	průměrný	špatný	vysoká	průměrná	nizká
<b>15 Lázeňství</b>						
15a Výskyt minerálního pramene	•			•		
15b Tradice lázeňství	•			•		
15c Vybudovaná lázeňská infrastruktura	•			•		
15d Nabídka pobytů s různým zaměřením	•			•		
15e Rovinatý terén vhodný pro procházky lázeňských hostů	•			•		
15f Zvyšující se počet návštěvníků lázní		•		•		
15g Zanedbaná lázeňská infrastruktura		•		•		

Matice výkonnosti a závažnosti – Lázeňství



Tab. č. 13 Příznivé a nepříznivé faktory – Lázeňství

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
Vnitřní	<p><b>Silné stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ výskyt minerálního pramene</li> <li>✓ tradice lázeňství</li> <li>✓ vybudovaná lázeňská infrastruktura</li> <li>✓ nabídka pobytů s různým zaměřením</li> <li>✓ rovinatý terén vhodný pro procházky lázeňských hostů</li> </ul>	<p><b>Slabé stránky</b></p>

Tradice lázeňství v Poděbradech sahá do 17. století, kdy zde fungovaly malé lázničky, později počátkem 19. století byl objeven pramen minerální vody na zámeckém nádvoří. Aby lázeňství mohlo úspěšně v destinaci fungovat, musela být vybudována odpovídající infrastruktura, kterou lze v dnešní době považovat za zanedbanou a zasloužila by si modernizaci. Hlavním zaměřením Lázní Poděbrady je léčba nemocí srdce, vedle toho nabízejí lázně i široké spektrum pobytů s různým zaměřením. Rovinatý terén destinace a existence udržovaného parku jsou vhodnými podmínkami pro procházky lázeňských hostů.

Tab. č. 14 Analýza S – W kulturně společenských zařízení a akcí

Hodnocené faktory – Kulturně společenská zařízení a akce	Posouzení stavu (výkonnosti)			Závažnost		
	dobry	průměrný	špatný	vysoká	průměrná	nizká
<b>16 Kulturně společenská zařízení</b>						
16a Zámecké divadlo Na Kovárně a Zámecký biograf	•			•		
16b Malá kapacita zařízení		•			•	
16c Hudební představení pořádaná v Lázeňské kolonádě		•			•	
<b>17 Kulturní a společenské akce</b>						
17a Široká nabídka prestižních festivalů a přehlídek různého zaměření	•			•		
17b Sportovní akce	•			•		
17c Možnosti pořádání menších kongresových akcí		•			•	
17d Výletní a restaurační loď	•			•		
17e Akce obcí mikroregionu mají pouze místní význam			•			•
17f Malé množství akcí zaměřených na mladé lidi			•	•		

Matice výkonnosti a závažnosti – Kulturně společenská zařízení a akce

		<b>výkonnost</b>	
		<b>nízká</b>	<b>vysoká</b>
<b>závažnost</b>	<b>vysoká</b>	17f	16a, 17a, 17b, 17d
		16b, 16c, 17c	
	<b>nízká</b>	17e	

Tab. č. 15 Příznivé a nepříznivé faktory – Kulturně společenská zařízení a akce

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
Vnitřní	<p style="text-align: center;"><b>Silné stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ pravidelná představení v zámeckém biografu Na Kovárně a Zámeckém biografu</li> <li>✓ široká nabídka prestižních festivalů a přehlídek různého zaměření</li> <li>✓ sortovní akce pro pěší turisty a běžce s nabídkou tras o různé náročnosti</li> <li>✓ Výletní a restaurační loď Král Jiří</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Slabé stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ malé množství akcí zaměřených na segment mladších návštěvníků</li> </ul>

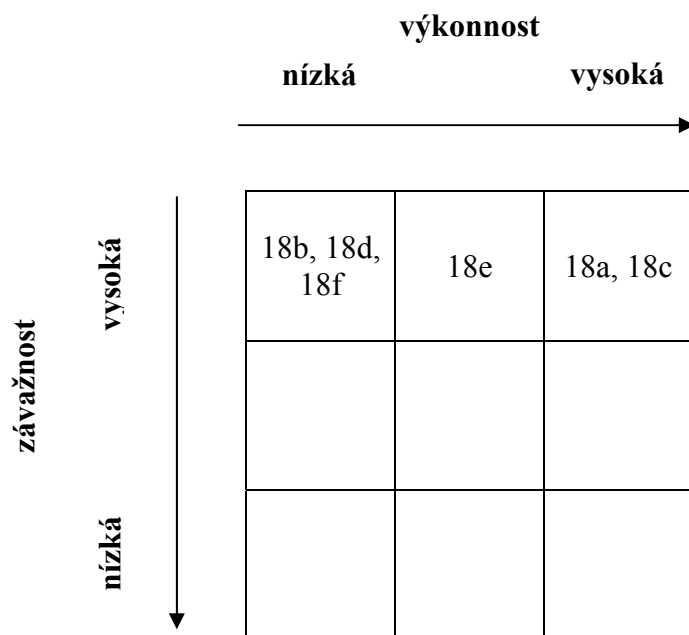
Pro návštěvníky Poděbrad jsou v zámeckém biografu Na Kovárně a v Zámeckém biografu připravena pravidelná představení. Vstupenky na tato představení si lze rezervovat a zakoupit v Kulturním a informačním centru na zámeckém nádvoří. Společenské akce jsou pořádány především v Poděbradech, akce v ostatních obcích mikroregionu mají pouze lokální význam. Během roku jsou v nabídce společenských akcí připraveny prestižní festivaly a přehlídky různého zaměření. Poděbrady jako město zaměřené na zdraví pořádá také sportovní akce pro

pěší turisty a běžce s nabídkou tras o různé náročnosti. Přes velké množství akcí někteří návštěvníci postrádají akce zaměřené na mladé lidi. Osobnost krále Jiřího připomíná v Poděbradech Výletní a restaurační loď král Jiří, která pořádá pravidelné vyjížďky.

Tab. č. 16 Analýza S – W dopravní infrastruktury

Hodnocené faktory – Dopravní infrastruktura	Posouzení stavu (výkonnosti)			Závažnost		
	dobry	průměrný	špatný	vysoká	průměrná	nizká
<b>18 Dopravní infrastruktura</b>						
18a Dobrá dostupnost mikroregionu díky husté síti silnic a dálnici D 11	•			•		
18b Silný provoz způsobující ruch v Poděbradech			•	•		
18c Dobrá dostupnost mikroregionu díky nadregionální a regionální železniční síti	•			•		
18d Autobusové spojení			•	•		
18e Blízkost mezinárodního letiště Praha – Ruzyně je významná pro rozvoj cestovního ruchu		•		•		
18f Neexistence obchvatu Poděbrad			•	•		

Matice výkonnosti a závažnosti – Dopravní infrastruktura



Tab. č. 17 Příznivé a nepříznivé faktory – Dopravní infrastruktura

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
<b>Vnitřní</b>	<p><b>Silné stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ dobrá dostupnost mikroregionu díky husté síti silnic a dálnici D 11</li> <li>✓ dobrá dostupnost mikroregionu díky železniční síti</li> </ul>	<p><b>Slabé stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ silný provoz způsobující ruch v Poděbradech</li> <li>✓ autobusové spojení</li> <li>✓ neexistence obchvatu Poděbrad</li> </ul>

Mikroregion Poděbradské Polabí je velice dobře dostupný díky husté silniční síti a dálnici D11. Dostupnost je také velmi dobrá díky železniční dopravní síti, která má nadregionální i regionální význam. Problémem především v Poděbradech je nárůst automobilové dopravy. Hlavní silniční trasa pro průjezd městem je vedena přes Jiřího náměstí a s tím souvisí vysoký počet vozidel projíždějících městem. Tento problém by částečně vyřešil obchvat města. Autobusové spojení mezi městy mikroregionu a blízkého okolí je v nevhodných časech a často autobusové spojení funguje pouze v pracovních dnech.

Tab. č. 18 Analýza S – W občanské vybavenosti

Hodnocené faktory – Občanská vybavenost	Posouzení stavu (výkonnosti)			Závažnost		
	dobry	průměrný	špatný	vysoká	průměrná	nizká
<b>19 Obchodní síť</b>						
19a Poděbrady disponují kompletní sítí obchodů a služeb		•		•		
19b V mikroregionu se nenachází větší nákupní centrum			•		•	
19c Velké množství vietnamských obchodníků			•	•		
<b>20 Veřejné služby</b>						
20a Nedostatečný počet parkovacích míst			•	•		
20b Neexistence parkovacího domu			•		•	
20c Program „Energeticky soběstačná obec Kněžice“ má velký význam pro ochranu životního prostředí	•			•		
20e Absence skládky na území mikroregionu	•				•	
20f Neexistence VŠ hotelnictví a turismu			•	•		

Matice výkonnosti a závažnosti – Občanská vybavenost

		<b>výkonnost</b>		
		nízká		vysoká
<b>závažnost</b>	vysoká	19c, 20a, 20f	19a	20c
	nizka	19b, 20b		20e

Tab. č. 19 Příznivé a nepříznivé faktory – Občanská vybavenost

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
<b>Vnitřní</b>	<p><b>Silné stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Program „Energeticky soběstačná obec Kněžice“ má velký význam pro ochranu životního prostředí</li> </ul>	<p><b>Slabé stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Velké množství vietnamských obchodníků</li> <li>✓ Nedostatečný počet parkovacích míst</li> <li>✓ Neexistence VŠ hotelnictví a turismu</li> </ul>

S nárůstem automobilové dopravy souvisí i potřeba parkování. Dvě větší parkoviště ve městě a menší parkovací plochy u jednotlivých ubytovacích zařízení v Poděbradech jsou pro potřeby návštěvníků nedostačující. Tento problém by mohlo vyřešit vybudování parkovacího domu. Poděbrady mají kompletní síť obchodů a služeb, ovšem v posledních letech se začal rozšiřovat počet vietnamských obchodů především v centru města. Poděbrady jako centrum cestovního ruchu nabízí vzdělání v oblasti hotelnictví a turismu, ale již několik let čeká udělení akreditace na provoz VŠ se zaměřením na turismus. Příznivým faktorem pro mikroregion bylo zapojení obce



Kněžice do programu „Energeticky soběstačná obec Kněžice“, což ukazuje ostatním obcím možnost využívání obnovitelných zdrojů.

## 7.2 Analýza O – T

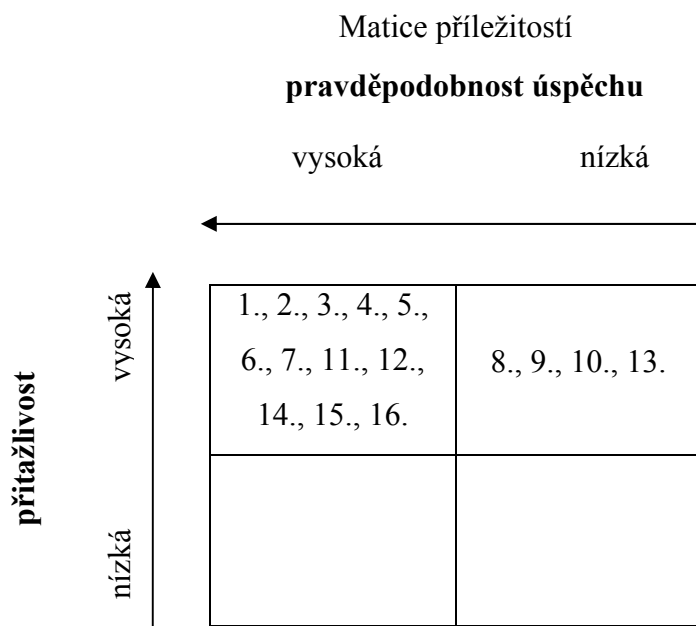
### Analýza příležitostí

Pro hodnocení příležitostí mikroregionu Poděbradské Polabí byly vytyčeny následující příležitosti, které byly zaneseny do tabulky a posouzeny z hlediska přitažlivosti a pravděpodobnosti úspěchu.

Tab. č. 20 Analýza příležitostí

Hodnocené faktory	Přitažlivost		Pravděpodobnost úspěchu	
	nízká	vysoká	nízká	vysoká
1. geograficky atraktivní poloha mikroregionu, blízkost Prahy		•		•
2. změna přístupu obyvatelstva ke zdraví, trend péče o tělesné a duševní zdraví a kondici		•		•
3. zájem o rekreaci a trávení dovolených v tuzemsku		•		•
4. zájem o kongresovou a incentivní turistiku		•		•
5. vhodné podmínky cykloturistiky a in – line bruslení		•		•
6. možnost čerpání finančních prostředků z národních a mezinárodních fondů		•		•
7. zájem o cestování a volnočasové aktivity		•		•
8. autobusové spojení		•	•	
9. zájem o agroturistiku a venkovskou turistiku		•	•	
10. zájem o hippoturistiku		•	•	
11. potenciál segmentu seniorů v cestovním ruchu		•		•
12. popularita jednodenních výletů do destinace		•		•
13. existence kategorizace turistických informačních center		•	•	
14. destinační management		•		•
15. poptávka po kvalitních službách		•		•
16. internet		•		•

Výše uvedené příležitosti byly zaneseny do matice příležitostí, kde horizontální osa představuje pravděpodobnost úspěchu a na vertikální ose je míra přitažlivosti.



V levém horním kvadrantu se nacházejí nejlépe využitelné příležitosti. Oproti tomu pravý dolní kvadrant obsahuje příležitosti nejméně vhodné, které v tomto případě nebyly identifikovány. Atraktivní, ovšem těžce realizovatelné, příležitosti se nalézají v pravém horním kvadrantu.

Atraktivní poloha mikroregionu představuje pro destinaci značnou výhodu. Návštěvníci Prahy, ale i její obyvatelé, jsou také potenciálními návštěvníky mikroregionu vzhledem ke vzdálenosti cca 50 km, dostupnosti mikroregionu po dálnici a železničnímu spojení.

Lidé se v současné době stále více začínají zajímat o své zdraví a životní styl, péči o fyzické, ale i duševní zdraví. Poděbrady a okolí mají pro péči o zdraví vhodné podmínky – místní lázně nabízející množství pobytů, wellness, příjemné a klidné prostředí lázeňského parku a okolních lesů, možnost sportovního i kulturního vyžití – to vše působí pozitivně na lidské zdraví i psychiku.

Cestování je pro mnoho lidí stále oblíbeným způsobem trávení volného času. S tím je spojen i zájem o různé volnočasové aktivity závislé na konkrétním jedinci. Návštěvníci mikroregionu, především samotných lázní, jsou tuzemští i zahraniční hosté. Nejvíce návštěvníků Lázní Poděbrady jsou účastníci domácího cestovního ruchu, hlavní zdrojovou zemí je pro tyto lázně Německo. Pro všechny návštěvníky mikroregionu

je nezbytné zajistit kvalitní služby, aby byly uspokojeny jejich potřeby prostřednictvím kvalitní sekundární nabídky. Motivace pro cestování je různorodá a představy o aktivitách ve volném čase závisí na konkrétním jedinci. [80]

Kongresová a incentivní turistika je jednou z oblastí cestovního ruchu, která se rychle rozvíjí. Poděbrady disponují vhodným zázemím pro pořádání kongresových akcí, seminářů, školení a přednášek menšího rozsahu. Výhodou je zde opět i blízkost hlavního města a příjemné prostředí lázeňského města.

Rovinatý terén celého mikroregionu je vhodný pro cykloturistiku a in-line bruslení, které se v posledních letech stalo velice oblíbeným sportem. Zlepšení kvality a rozšíření cyklostezek, které by propojily mikroregion, je předpokladem pro pohodlnou jízdu a lepší sportovní vyžití v mikroregionu.

Čerpání finančních prostředků z národních a mezinárodních fondů představuje pro mikroregion možnost, jak zajistit jeho rozvoj, zvýšit atraktivitu a konkurenceschopnost vůči ostatním regionům.

Demografický trend stárnutí populace zvyšuje počet turistů – seniorů. Pro tento segment jsou v Poděbradech příznivé podmínky v podobě léčebných a relaxačních pobytů. Ale je důležité zajistit i kvalitní a odpovídající nabídku aktivit pro udržení fyzické kondice a pro aktivní odpočinek.

Jednodenní výlety do destinace má v oblibě segment mladých lidí a rodin s dětmi (viz. Marketingové šetření), proto je nezbytné zajistit kvalitní nabídku volnočasových aktivit, aby byly uspokojeny jejich požadavky.

Destinace, které nabídnou ucelenou, rozmanitou a vyváženou koncepci, mají větší šanci uspět u návštěvníků. S tím souvisí potřeby řízení, organizace, plánování a jiných činností, které by zajistila organizace destinačního managementu.

Mnoho turistů si vyhledává informace o navštívené destinaci na internetových stránkách (viz. Marketingové šetření). Proto je důležité, aby informace o mikroregionu, jeho zajímavostech, možnostech vyžití ve volném čase, ubytování a stravování byly na webových stránkách dobře dostupné.

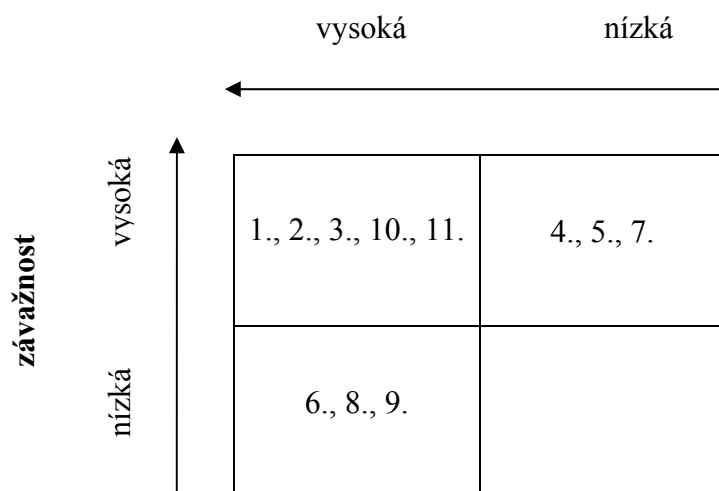
## Analýza ohrožení

Pro analýzu ohrožení bylo vytipováno několik faktorů, které mohou negativně ovlivnit zkoumaný mikroregion. Faktory byly opět uspořádány do tabulky a následně zaneseny do matice ohrožení, kde je na horizontální ose uvedena pravděpodobnost výskytu a na vertikální ose je znázorněna míra závažnosti ohrožení.

Tab. č. 21 Analýza ohrožení

Hodnocené faktory	Pravděpodobnost výskytu		Závažnost	
	nízká	vysoká	nízká	vysoká
1. konkurence jiných lázeňských destinací v České republice a středoevropských regionů		•		•
2. zájem o zimní dovolené		•		•
3. zvyšování dopravy a potřeby parkování		•		•
4. černé skládky	•			•
5. kvalita vody koupaliště	•			•
6. preference individuální dopravy		•	•	
7. riziko povodní	•			•
8. nezájem o hippoturistiku a agroturistiku		•	•	
9. vietnamští obchodníci		•	•	
10. sezónnost cestovního ruchu		•		•
11. konkurence mikroregionů ve Středočeském kraji		•		•

### Matrice ohrožení pravděpodobnost výskytu



Faktory zobrazené v levém horním kvadrantu představují nejzávažnější hrozby pro mikroregion. Hrozby v pravém horním kvadrantu nepředstavují bezprostřední ohrožení mikroregionu, ale nelze je podcenit kvůli vývoji v budoucnosti. Ohrožení s nízkou závažností se nacházejí v pravém a levém dolním kvadrantu.

Konkurence jiných lázeňských destinací představuje pro mikroregion velké ohrožení. Proto je nezbytné zajistit odbornou péči, kvalitní infrastrukturu, reagovat na poptávku po pobytech s různým zaměřením a lákat návštěvníky. Ohrožení představují i středoevropské regiony, kdy se v loňském roce projevila např. konkurence levnějších polských lázní. [33] Konkurencí jsou i mikroregiony především ve Středočeském kraji, které mají vytvořenou jednotnou koncepci a mohou tak přilákat návštěvníky.

Destinace je vzhledem ke vzácné sněhové pokrývce a rovinatému terénu nevhodná pro zimní dovolené, o které mají lidé zájem. Kvalitní infrastruktura a lázeňství může přilákat návštěvníky i zimním obdobím a také může snížit sezónnost cestovního ruchu.

Zvyšující se doprava s sebou přináší zvýšenou potřebu parkování, zvýšené znečištění životního prostředí, hluk z dopravních prostředků, ale i riziko ohrožení cyklistů a chodců.

Pro přehledný výsledek provedené SWOT analýzy byly faktory, které naplňují podstatu silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení, zaneseny do tabulky.

Tab. č. 22 SWOT analýza cestovního ruchu

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
<b>Vnitřní</b>	<p><b>Silné stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ geografická poloha mikroregionu s nenáročným terénem, příznivým klimatem a přírodním prostředím</li> <li>✓ pramen minerální vody dal vzniknout místnímu lázeňství a s tím související infrastruktuře s nabídkou rozmanitých léčebných a wellness pobytů</li> <li>✓ osobnost krále Jiřího z Poděbrad</li> <li>✓ významné Polabské muzeum</li> <li>✓ dostatečná kapacita ubytovacích zařízení a dostatek stravovacích zařízení</li> <li>✓ informační centra s kvalitními službami</li> <li>✓ 18-ti jamkové golfové hřiště</li> <li>✓ kulturní, společenské a sportovní vyžití v destinaci</li> <li>✓ výletní a restaurační loď Král Jiří</li> <li>✓ dobrá dostupnost mikroregionu</li> <li>✓ program „Energeticky soběstačná obec Kněžice“ má velký význam pro ochranu životního prostředí</li> </ul>	<p><b>Slabé stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ pro vzácnou sněhovou pokrývku je oblast nevhodná pro zimní rekreaci</li> <li>✓ chybí hotely s vyšším standardem služeb</li> <li>✓ přístupnost pouze dvou míst zámku</li> <li>✓ propagace mikroregionu</li> <li>✓ organizace mikroregionu</li> <li>✓ špatná kvalita povrchu cyklostezek v některých částech</li> <li>✓ cyklostezky nepropojují mikroregion</li> <li>✓ malé množství akcí zaměřených na segment mladších návštěvníků</li> <li>✓ silný provoz</li> <li>✓ autobusové spojení</li> <li>✓ neexistence obchvatu Poděbrad</li> <li>✓ velké množství vietnamských obchodníků</li> <li>✓ nedostatečný počet parkovacích míst</li> <li>✓ neexistence VŠ hotelnictví a turismu</li> </ul>
<b>Vnější</b>	<p><b>Příležitosti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ geograficky atraktivní poloha mikroregionu, blízkost Prahy</li> <li>✓ změna přístupu obyvatelstva ke zdraví, trend péče o tělesné a duševní zdraví a kondici</li> <li>✓ zájem o rekreaci a trávení dovolených v tuzemsku</li> <li>✓ zájem o kongresovou a incentivní turistiku</li> <li>✓ vhodné podmínky cykloturistiku a in – line bruslení</li> <li>✓ možnost čerpání finančních prostředků z národních a mezinárodních fondů</li> <li>✓ zájem o cestování a volnočasové aktivity</li> <li>✓ potenciál segmentu seniorů v cestovním ruchu</li> <li>✓ popularita jednodenních výletů do destinace</li> <li>✓ destinační management</li> <li>✓ poptávka po kvalitních službách internet</li> </ul>	<p><b>Ohrožení</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ konkurence jiných lázeňských destinací v České republice a střeoevropských regionů</li> <li>✓ zájem o zimní dovolené</li> <li>✓ zvyšování dopravy a potřeby parkování</li> <li>✓ sezónnost cestovního ruchu</li> <li>✓ konkurence mikroregionů ve Středočeském kraji</li> </ul>

## 8 Problémová analýza mikroregionu Poděbradské

### Polabí

Problémová analýza je analýza hlavních problémů a bariér rozvoje cestovního ruchu ve zkoumaném území. Problémová analýza vychází z vypracované situační analýzy a SWOT analýzy mikroregionu. V rámci analýzy se určují kritické oblasti, u kterých může mikroregion dosáhnout zlepšení, definováním odvětvových disparit a územních disparit. Disparitu chápeme jako nerovnost, rozdílnost. [23]

Silné stránky mikroregionu lze do budoucna rozvíjet, ale současně je nutné slabé stránky zlepšit nebo, pokud je to možné, odstranit.

V mikroregionu bylo vytipováno několik kritických oblastí pro rozvoj cestovního ruchu:

- Přesto, že mikroregion vznikl již před několika lety, dosud neexistuje žádná propagace mikroregionu jako celku, propagační materiály ani logo destinace.
- Mikroregion není ve své činnosti aktivní, z pohledu cestovního ruchu neexistuje žádné propojení mikroregionu jako celku, neexistuje zde žádný společný produkt cestovního ruchu, který by byl motivací k návštěvě nejen Poděbrad, ale i ostatních obcí.
- Mikroregion doposud nevytvořil žádný strategický dokument, který by byl výchozí pro rozvoj mikroregionu.
- V mikroregionu není vytvořena organizace destinačního managementu, která by zajistila marketingové aktivity mikroregionu, komunikaci mikroregionu, organizaci klíčových produktů, vytvoření jednotného informačního a rezervačního systému, podporovala partnerství mezi subjekty.
- Mikroregion, především město Poděbrady, disponuje rozsáhlou nabídkou hromadných ubytovacích zařízení, ovšem chybí zde více hotelů, které by zajistily návštěvníkům vyšší standard služeb.

- V mikroregionu se nachází přírodní koupaliště, ale jinak není k dispozici větší bazén pro širokou veřejnost, který lze využít v případě nepříznivého počasí nebo v zimním období.
- I přes výskyt četných rybníků na zkoumaném území zde chybí vodní plochy vhodné pro rekreaci u vody.
- Mikroregion je vybaven infrastrukturou pro turistiku, cykloturistiku, ale jejich kvalita v některých částech nevyhovuje především potřebám pro in-line bruslení, které se stalo velice populárním.
- Mikroregion je dobře dostupný po dálnici a železnici. Díky velkému využívání individuální dopravy a neexistenci obchvatu je na území (především centrum lázeňského města) vysoká vytíženost dopravou a nedostatečná kapacita parkovacích ploch.
- Nabídka společenských a kulturních akcí není zaměřena na segment návštěvníků nižšího věku.
- Obce mikroregionu nejsou pro návštěvníky destinace atraktivní.



## **9 Formulování strategických cílů rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu Poděbradské Polabí**

Strategické cíle rozvoje byly určeny na základě informací ze situační analýzy, marketingového šetření potřeb návštěvníků, zpracované SWOT analýzy a problémové analýzy.

Předpoklady rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu Poděbradské Polabí byly vymezeny v 5 klíčových oblastech. Strategické cíle mikroregionu vycházejí, a v některých případech se shodují, z již zpracovaného Strategického plánu rozvoje města Poděbrady do roku 2025 (dále SPR). SPR má vazbu na vyšší programové dokumenty na národní a na krajské úrovni. Na národní úrovni se jedná o Národní strategický referenční rámec (dále NSRR) a Koncepti státní politiky cestovního ruchu v ČR, na krajské úrovni se jedná o strategické rozvojové dokumenty Středočeského kraje.

Program rozvoje Středočeského kraje se zaměřuje na oblasti v kompetenci kraje. Program preferuje intervence do postižených oblastí, tedy na řešení regionálních disparit, a vymezuje prioritní oblasti z pohledu regionální a z pohledu cílových skupin. Průniky SPR a Programu rozvoje Středočeského kraje jsou především v oblasti podpory podnikatelů v cestovním ruchu, podpory rozvoje destinačního managementu, rozvoji cestovního ruchu v oblasti Polabí a v oblasti lidských zdrojů, což se týká lázeňství, wellness, aktivního cestovního ruchu v turistické oblasti Polabí a vysokoškolského vzdělání v Poděbradech.

Priority strukturálních fondů, kterými jsou koheze a konkurenceschopnost, staví destinaci mimo jejich alokaci. Pro prioritu koheze, nebo-li posílení oblastí s výraznou regionální disparitou, destinace nepatří do výrazně postižené oblasti. Pro druhou prioritu, kterou je podpora inovací a pracovních míst s vysokou přidanou hodnotou, Poděbrady nepočítají se zásadním posílením role hitech průmyslu ve městě. Třetí priorita – mezinárodní spolupráce se SPR dotýkají částečně. Pro Poděbrady je prioritou rozvoj cestovního ruchu, vzdělávání a kvalita života. Tyto oblasti jsou v rámci Evropské unie vnímány spíše doplňkově. Regionální operační program odvozený od NSRR

je významný pro alokaci využitelnou pro cestovní ruch a především pro Poděbrady, které jsou významnou destinací cestovního ruchu a mohou zde dosáhnout pomoci. V rámci Regionálního operačního programu lze financovat udržitelné formy veřejné dopravy, infrastrukturu cestovního ruchu, propagaci cestovního ruchu a rozvoj měst. [81]

### **Celková vize města Poděbrady**

Město Poděbrady ve SRP rozsáhle popisuje vize města do roku 2025. Podstatou této vize je, že budou Poděbrady půvabné, klidné, komorně laděné, čisté a bezpečné, lázeňské město, plně udržované zeleně, opravených památek i zajímavé moderní architektury. Budou vyhlášeným centrem zdraví s osobitou atmosférou a oblíbenou turistickou destinací.

Návštěvníci i obyvatelé všech věkových kategorií zde budou moci využívat řadu velmi kvalitních služeb a příležitostí pro vyžití ve volném čase během celého roku. Město i okolí s hezkou a čistou přírodou budou skýtat řadu příležitostí pro oddych a dobrou rekreaci. Město i jeho okolí bude propojeno sítí cyklostezek včetně kompletního cyklistického servisu.

Město bude dobře dopravně dostupné a bude vyřešena vnitřní doprava včetně parkování a tranzitní doprava bude zcela odkloněna.

Podnikání bude soustředěno na služby s důrazem na oblast lázeňství, komplexní regeneraci, cestovní ruch, volný čas a rekreaci se zaměřením na jednotlivé cílové skupiny. [81]

## 9.1 Vymezení strategických cílů rozvoje mikroregionu

Strategické cíle mikroregionu byly rozděleny do 5 oblastí, v jejichž rámci byly vymezeny priority pro daný cíl.

Přehled strategických cílů rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu Poděbradské Polabí:

Cíl 1 Lázeňství a cestovní ruch

Cíl 2 Spolupráce veřejného a privátního sektoru mikroregionu

Cíl 3 Propagace mikroregionu

Cíl 4 Turistická infrastruktura

Cíl 5 Udržitelný rozvoj cestovního ruchu

### Cíl 1 Lázeňství a cestovní ruch

#### Priority:

- Zkvalitnění lázeňských služeb
- Rozšíření a zkvalitnění lázeňské infrastruktury
- Zvýšení úrovně stravovacích zařízení
- Zajištění kvalitních služeb a kvalitního personálu ve službách cestovního ruchu
- Zpřístupnění a využití více zámeckých prostor
- Zajištění dostatečného množství parkovacích míst
- Zajištění kvalitní autobusové obslužnosti mikroregionu
- Zajištění vysokoškolského vzdělání v destinaci

Strategické cíle týkající se oblasti lázeňství a cestovního ruchu korespondují s cíli uvedenými ve SPR. Míra spokojenosti lázeňských hostů je závislá na lidském faktoru, proto je důležité zajistit systematické vzdělávání kvalifikovaných sil pro lázeňství, ale i pro ostatní oblasti cestovního ruchu. Kvalitní a dostatečná lázeňská infrastruktura a kvalitní stravování určuje také spokojenost klientů. Modernizace a rekonstrukce lázeňských prostor a zvýšení úrovně a kategorizace ubytovacích a stravovacích zařízení by spokojenost klientů zvýšila, což vyplývá i z dotazníkového šetření lázeňských hostů. Ubytovací a stravovací zařízení by se měla také přizpůsobovat požadavkům na stanovené standardy kvality. Zvýšení lůžkové kapacity v kvalitě

minimálně čtyř hvězdiček by bylo řešením současné absence více hotelů s vyšším standardem služeb.

Prostory poděbradského zámku mají omezenou přístupnost i přes to, že je to nejvýznamnější památka v mikroregionu. Lepší využití zámku by zajistilo zpřístupnění dalších prostor a rekonstrukce objektu, popř. i komerční využití zámku.

Pokrytí potřeby parkování především v Poděbradech by zajistilo vybudování parkovacích domů v centru města a v části města Žižkov, na okraji města by to byla záchytná parkoviště. V centru města by bylo parkování zpoplatněné a koncipované jako krátkodobé.

Počet autobusových spojů by se měl rozšířit, především v hodinách, kdy cestuje nejvíce lidí a o víkendech a svátcích, kdy je autobusová doprava nedostačující a mohou ji využívat i návštěvníci destinace.

Udělením akreditace na provoz vysoké školy zaměřené na cestovní ruch a turismus v Poděbradech by lázeňské město vytvářelo kvalitní odborníky nejen pro tuto destinaci. Podmínkou je současně zajistit kvalitní zdroje pro vzdělání. Absolventi vysoké školy by mohli najít uplatnění přímo v destinaci a jejich zásluhou by se mohla zvýšit kvalita nabízených služeb a cestovního ruchu v destinaci.

## **Cíl 2 Spolupráce veřejného a privátního sektoru mikroregionu**

### **Priority:**

- Vytvoření organizace destinačního managementu
- Zpracovaná marketingové strategie rozvoje cestovního ruchu mikroregionu
- Tvorba společných produktů a tvorba programů

Aby se mikroregion stal přitažlivou destinací pro návštěvníky, musí být určitým způsobem řízen. Organizace cestovního ruchu, která v turistické oblasti funguje, se jmenuje Zlatý pruh Polabí, o.p.s., ovšem zastřešuje celou turistickou oblast Polabí. Konkurenční výhodou destinace nebo-li hlavní formou cestovního ruchu a klíčovým produktem je v destinaci lázeňství, které má stálé klienty a kteří si destinaci s tímto produktem spojují, proto je nutné, aby město Poděbrady spolupracovalo se společností Lázně Poděbrady, a.s. Spolupráce subjektů by měla zajistit nabídku společných

produktů a programů, které by byly pro potenciálního zákazníka již kompletně připravené.

Na území by měla vzniknout lokální turistická organizace, která by zajistila řízení destinace v souladu s principy trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu a zajistila by i zvýšení konkurenceschopnosti destinace. Na řízení destinace by měly spolupracovat subjekty z veřejné i soukromé sféry, aby mohla být destinace nabízena na trhu jako jeden celek.

Organizace destinačního managementu by zajistila marketingové aktivity města, resp. mikroregionu, komunikaci, koordinaci, využívání prostředků z podpůrných fondů a další aktivity. Organizace by zastřešovala cestovní ruch v Poděbradech, resp. i v obcích v zázemí města, které se staly členy mikroregionu Poděbradské Polabí a spolupracovala by s již fungující organizací Zlatý pruh Polabí.

Součástí práce organizace destinačního managementu může být i vytvoření marketingové strategie rozvoje cestovního ruchu, která by měla být zpracována ve spolupráci členů mikroregionu a poskytovatelů služeb cestovního ruchu v destinaci a určovala by budoucí směr rozvoje mikroregionu. Kvalitně zpracovaná strategie rozvoje by měla zajistit i rozvoj cestovního ruchu v ostatních obcích mikroregionu. Organizace destinačního managementu může zajistit i vytvoření jednotného informačního a rezervačního systému mikroregionu.

### **Cíl 3 Propagace mikroregionu**

#### **Priority:**

- Vytvoření společného informačního a rezervačního systému mikroregionu
- Propagace mikroregionu jako destinace cestovního ruchu

Mezi aktivity, které může organizace destinačního managementu zajistit, patří i vytvoření jednotného informačního a rezervačního systému mikroregionu. Tento systém je určen pro zabezpečení vyšší informovanosti turistů o zajímavých místech destinace a pořádaných akcích a usnadnění rezervace mezi zákazníky, zprostředkovateli a poskytovateli služeb cestovního ruchu. Tyto systémy by měly být integrovány do systému turistické oblasti Polabí a Středočeského kraje. Mikroregion není dosud propagován jako destinace cestovního ruchu. V současnosti je internet součástí

každodenního života mnoha lidí. Předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu je vytvoření webových stránek a prezentace mikroregionu. Webové stránky by měly informovat návštěvníky i občany města o činnosti mikroregionu, poskytovat základní informace o mikroregionu, informace o historii, zajímavostech, památkách a odkazech na turistické informace. Mikroregion by měl být prezentován na různých turistických informačních serverech. S prezentací na internetu souvisí i aktualizace podávaných informací. Součástí propagace mikroregionu je i vytvoření propagačních materiálů jako jsou prospekty, letáky, brožury, kalendáře, prezentační CD apod. s jednotným designem. Propagační materiály, by měly být distribuovány přes informační centra v mikroregionu, informační centra blízkých měst, stojany umístěné na městských úřadech, ubytovací a stravovací zařízení. Aby byl mikroregion zapamatovatelný jako destinace cestovního ruchu, měl by mít vytvořenou destinační image a logo. Součástí prezentace mikroregionu by měla být účast na veletrzích cestovního ruchu a komunikace s médii. [80]

#### **Cíl 4 Turistická infrastruktura**

##### **Priority:**

- Vybudování sítě bezpečných a propojených cyklostezek v mikroregionu a okolí
- Zajištění lepší kvality současných cyklostezek
- Zajištění kvalitního prostředí v areálu koupaliště
- Využití možností hippoturistiky v mikroregionu
- Vybudování veřejného bazénu
- Zajištění modernizace a rekonstrukce sportovních zařízení
- Zajištění rozmanitých kulturních a společenských akcí zaměřených na jednotlivé cílové segmenty
- Zajištění dostatečné propagace a kvalitní organizace pořádaných akcí

Mikroregion disponuje rovinným a nenáročným terénem, který má potenciál pro rozvoj cyklostezek. Dvě cyklostezky v mikroregionu kopírují koryto řeky Labe, ovšem do mikroregionu cyklostezky dále nezasahují. Propojení mikroregionu cyklostezkami by zajistilo rozvoj cestovního ruchu i v ostatních obcích. Součástí cyklostezek by mělo být i odpovídající zázemí pro cykloturistiky jako jsou odpočívadla, stojany na kola,

směrovky, zajištění servisu, parkoviště pro cyklobusy, občerstvení a další doprovodné služby. Pro zvýšení spokojenosti uživatelů existujících cyklostezek je nezbytné soustavně stezky udržovat a opravovat. Rozvoj cyklostezek a jejich zkvalitnění odpovídá vypracovanému Generelu cyklistických tras a cyklostezek na území Středočeského kraje.

Aby mohl být areál koupaliště navštěvován místními obyvateli i návštěvníky destinace, je nezbytné zabezpečit kvalitní a moderní prostředí. Jedná se především o udržování pořádku, dostavbu moderních WC, šaten a udržování sportovišť. To zajistí vyšší míru spokojenosti uživatelů tohoto areálu.

V mikroregionu se nacházejí dvě jízdárny – v Poděbradech a v obci Kněžičky. Vytvoření nabídky pro různé segmenty a odpovídajících tras pro hippoturistiku je předpokladem pro rozvoj tohoto druhu turistiky, ke kterému má mikroregion potenciál.

Mezi sportoviště, která by mohla být využívána místními obyvateli i návštěvníky města a v mikroregionu se nenachází, patří veřejný bazén. Bazén může být součástí nově vybudovaného sportovního centra, které rozšíří stávající nabídku sportovního vyžití v destinaci.

Sportovní infrastruktura, aby mohla kvalitně uspokojit potřeby a požadavky různých segmentů, musí být pravidelně udržována a obnovována.

Kulturní a společenské akce, představení v kulturních zařízeních by měly být zaměřeny na jednotlivé cílové segmenty, nabídka by měla být pestrá, aby pokryla potřeby všech věkových kategorií. Akce pořádané v destinaci by měly mít zajištěnou dostatečnou propagaci a kvalitní organizační zajištění, což návštěvníci destinace shledávali často jako nedostatečné. S tím souvisí i zajištění kvalifikovaných sil při pořádání jednotlivých akcí.

Cíle týkající se vybudování cyklostezek, koupaliště Jezera, vybudování veřejného bazénu, zajištění modernizace a rekonstrukce sportovních zařízení a akcí korespondují s cíli uvedenými ve SPR. [81]

## **Cíl 5 Udržitelný rozvoj cestovního ruchu**

### **Priority:**

- Zajištění kvalitní zeleně v městských parcích
- Zajištění kvalitní úrovně přírodního prostředí, ve kterém se vyskytují rozmanité druhy rostlin a živočichů
- Využívání obnovitelných zdrojů energie
- Snížení dopravní zátěže města
- Vybudování obchvatu města Poděbrady

Město jako lázeňské centrum s příjemným prostředím a parky musí zajistit péči o stávající zelené plochy. Na ochraně přírodního prostředí a druhové biodiverzity v mikroregionu by měli spolupracovat občané, návštěvníci, zájmová sdružení i ostatní subjekty mikroregionu. Pro zvýšení ochrany přírodního prostředí by mělo být využíváno obnovitelných zdrojů energie veřejnými i soukromými subjekty.

Aby hladina hluku ve městě nenarušovala charakter klidného lázeňského místa a doprava neznečišťovala ovzduší, musí dojít ke snížení dopravní zátěže. Jedná se především o snížení tranzitní dopravy. Řešením dopravní zátěže je především vybudování obchvatu města Poděbrad.

Uvedené cíle jsou zformulovány dle cílů vymezených v SPR. [81]



## 10 Závěr

Cílem diplomové práce bylo provést situační analýzu mikroregionu Poděbradské Polabí, provést SWOT analýzu mikroregionu a vymezit strategické předpoklady rozvoje cestovního ruchu ve zkoumaném mikroregionu.

Diplomová práce obsahuje nejprve teoretickou část, která je obecným základem pro řešené téma. Dále je představen mikroregion Poděbradské Polabí pomocí situační analýzy, která zkoumala primární a sekundární nabídku řešeného území a umožnila komplexnější pohled na podmínky v destinaci. Pro zjištění potřeb návštěvníků destinace byl realizován marketingový výzkum pomocí dotazníkového šetření. Výsledky těchto metod posloužily jako základ pro sestavení SWOT analýzy cestovního ruchu mikroregionu a zpracování problémové analýzy mikroregionu. Všechny získané a zpracované informace byly základem pro formulování strategických předpokladů rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu Poděbradské Polabí.

Mikroregion Poděbradské Polabí je významnou destinací především díky svému centru – lázeňskému městu Poděbrady. Právě objevení minerálního pramene zde zajistilo, aby se Poděbrady staly vyhledávaným centrem cestovního ruchu. Zmíněné lázeňství je klíčovým produktem destinace. Mikroregion těží především z výhodné geografické polohy, příznivého klimatu a terénu, lázeňství, historie a pestré nabídky sportovního a společenského dění. Návštěvníky tohoto mikroregionu jsou zejména lázeňští hosté, kteří do destinace přicestovali za účelem zlepšení zdraví, jedná se obzvláště o návštěvníky vyššího věku, proto se také Poděbradům říká „město důchodců“. Druhý významný segment návštěvníků tvoří mladí lidé a rodiny s dětmi. Tento segment přijíždí do destinace převážně za zábavou, návštěvou příbuzných a sportem. Tyto krátkodobé návštěvy mikroregionu nepodléhají výrazně sezónním výkyvům.

Přes to, že zkoumaný mikroregion vznikl již v roce 2006, je toto uskupení obcí ve své činnosti velmi neaktivní. Hlavní nedostatky mikroregionu se týkají především spolupráce veřejného a privátního sektoru mikroregionu a jeho propagace. Pro tyto oblasti bylo stanoveno několik strategických cílů rozvoje týkající se destinačního

managementu – založení organizace destinačního managementu, zpracování strategie rozvoje cestovního ruchu mikroregionu a jeho propagace.

V ostatních oblastech, pro které byly vymezovány strategické cíle, se jednalo o cíle lázeňství a cestovního ruchu. Pozitivní přístup obyvatelstva ke zdraví je významnou příležitostí pro lázeňské město. Spokojenost návštěvníků zajistí především kvalitní infrastruktura, kvalitní ubytování a stravování a kvalifikovaný personál ve všech službách cestovního ruchu. Další stanovené cíle rozvoje cestovního ruchu se týkají turistické infrastruktury jako jsou cyklostezky, společenské akce a jejich propagace a sportovních zařízení. Cíle související s udržitelným rozvojem cestovního ruchu jsou zaměřeny na kvalitní přírodní prostředí a parkovou zeleň v mikroregionu, včetně snížení dopravní zátěže města Poděbrad.

Stanovené cíle určují hlavní předpoklady rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu Poděbradské Polabí. Určení směrů rozvoje mikroregionu s sebou přináší i příležitost pro získání finančních prostředků z různých fondů a externích zdrojů. V oblasti cestovního ruchu představují cíle možnost, jak zajistit destinaci atraktivitu pro návštěvníky a kvalitní uspokojení jejich potřeb a požadavků. Cíle jsou také zaměřeny na kvalitní infrastrukturu cestovního ruchu – síť ubytovacích a stravovacích zařízení a na ně navazujících doplňkových služeb a kvalitní infrastrukturu pro volnočasové aktivity.

## 11 Summary

The aim of this diploma thesis was to carry out the situation analyse of microregion Poděbradské Polabí, to carry out the SWOT analyse and to define the strategic goals of tourism development in choosen region.

The work contains theoretical part at first, which is general principle of questions about tourism. Introduction of the mikroregion is in the next chapters. Those chapters investigated primary and secondary offer in the region. This analyse enabled comprehensive view on the destination. Next chapter contains marketing research, which was centenate on needs of tourists. Those results were the principle for compilation of SWOT analyse and problem analyse. Those information served to define the strategic goals of development of tourism development in region.

Microregion is famous because of its center – spa town called Poděbrady. Spa is the key produkt of the destination. Advantages of this destination are profitable position, favourable climate and terrain, spa, history and varied offer of sports and social happening. Visitors of this destination are mostly spa visitors, then there are young people a families with childern.

Main defects of the microregion are concerned on organization and publicity. For those problemes were determinated strategic goals of destination management development.

Another spheres, for which were determinaed strategic goals, were spa and tourism. Satisfaction of tourist is based on first rate infrastructure, fist rate hotels and restaurants and qualified staff in all toruism services. Next strategic goals were determinated for tourism infrastructure as cycling, social events a its publicity and sports facilities. Strategic goals of environment are intented on first rate environment, parks in destination and reduction of traffic.

Detrminated strategic goals establish the main premise sof tourism development in destination.

## 12 Seznam literatury

### Knižní publikace

- [1] Bednarčík, Z.: Marketingový výzkum. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, 2008.
- [2] Foret, M., Foretová, V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2001.
- [3] Foret, M., Turčinková, J.: Cestovní ruch. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, 2005.
- [4] Foret, M.: Marketingový průzkum Poznáváme svoje zákazníky. Brno: Computer Press, 2008.
- [5] Hesková, M. a kol.: Cestovní ruch. Praha: Fortuna 2005.
- [6] Hesková, M.: Marketingová komunikace součást marketingového mixu, VŠE Praha 2001.
- [7] Hlaváček, R.: Okolí Prahy Kokořínsko, Polabí. Praha: Nakladatelství Freytag & Bernát, 2008.
- [8] Horáková, H.: Strategický marketing. Praha: Grada Publishing, 2001.
- [9] Horner, S., Swarbrooke, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času, Grada Publishing, Praha 2003.
- [10] Chovancová, M., Pilík, M.: Marketing II. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2008.
- [11] Jakubíková, D.: Strategický marketing. Praha: Grada Publishing, a. s., 2008.
- [12] Kadeřábková, J., Trhlínová Khendriche, Z.: Region a regionální vědy. Praha: EU Press., 2008.
- [13] Királ'ová, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress, 2003.
- [14] Kolektiv autorů: Úvod do regionálních věd a veřejné správy. Plzeň: Aleš Čeněk, 2008.
- [15] Kozel, R. a kol.: Moderní marketingový výzkum. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006.

- [16] Langr, L.: Poděbradská abeceda. Lázně Poděbrady, a.s., 2008.
- [17] Oriška, J.: Technika služeb cestovního ruchu. Praha: IDEA SERVIS, 1999.
- [18] Palatková, M.: Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006.
- [19] Pápol, T., Pavlas, M.: Problémy mikroregionů při tvorbě společných projektů. Hradec Králové: Civitas per Populi, 2006.
- [20] Škrabal, I.: Metodika zavádění managementu rozvoje mikroregionů. Přerov: Centrum pro komunitní práci, 2006.
- [21] Toušek, V., Kunc, J., Vystoupil, J. a kol.: Ekonomická a sociální geografie. Plzeň: Aleš Čeněk, 2008.
- [22] Vaško, M.: Cestovní ruch a regionální rozvoj. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Oeconomica, 2002.
- [23] Vlk, J. a kol.: Metodická příručka pro zpracování strategických rozvojových dokumentů mikroregionů. Brno: Ústav územního rozvoje, 2004.
- [24] Vystoupil, J. a kol.: Metody pro tvorbu strategických a programových dokumentů cestovního ruchu. Brno: Masarykova univerzita, 2007.
- [25] Zelenka, J.: Marketing cestovního ruchu. Hradec Králové: Gaudeamus, 2007.

### **Elektronické dokumenty**

- [26] *Atlas Česka* [online]. 2007-2009 [cit. 2009-08-26]. Zámek Poděbrady. Dostupné z WWW: <<http://www.atlasceska.cz/stredocesky-kraj/zamek-podebrady/>>.
- [27] *Botany.cz* [online]. 2008 [cit. 2009-09-24]. Libický luh - národní přírodní rezervace. Dostupné z WWW: <<http://botany.cz/cs/libicky-luh/>>.
- [28] *Český statistický úřad* [online]. 2008 [cit. 2009-11-10]. Malý lexikon obcí ČR. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/publ/1302-08-2008>>.
- [29] *Český statistický úřad* [online]. 2009 [cit. 2009-05-26]. Charakteristika střeďočekého kraje. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/xs/redakce.nsf/i/charakteristika\\_kraje](http://www.czso.cz/xs/redakce.nsf/i/charakteristika_kraje)>.

- [30] *Český statistický úřad* [online]. 2009 [cit. 2009-10-12]. ČSÚ Středočeský kraj. Dostupné z WWW: <[http://www.kvary.czso.cz/xs/redakce.nsf/bce41ad0daa3aad1c1256c6e00499152/17a3842161d813f5c1257681004f9d35/\\$FILE/HDP\\_Stc.pdf](http://www.kvary.czso.cz/xs/redakce.nsf/bce41ad0daa3aad1c1256c6e00499152/17a3842161d813f5c1257681004f9d35/$FILE/HDP_Stc.pdf)>.
- [31] *Český statistický úřad* [online]. 2009 [cit. 2009-12-20]. Míra nezaměstnanosti v říjnu 2009. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/xs/redakce.nsf/i/mira\\_nezamestnanosti\\_v\\_rijnu\\_2009](http://www.czso.cz/xs/redakce.nsf/i/mira_nezamestnanosti_v_rijnu_2009)>.
- [32] *Český statistický úřad* [online]. 2009 [cit. 2010-02-28]. Kapacita hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie ubytovacího zařízení v roce 2008. Dostupné z WWW: <[www.czso.cz/eng/csu.nsf/i/tab\\_08\\_1\\_cruuc/.../cruuccr100209\\_081.xls](http://www.czso.cz/eng/csu.nsf/i/tab_08_1_cruuc/.../cruuccr100209_081.xls)>.
- [33] *Deník.cz* [online]. 2009 [cit. 2010-02-01]. Lázně Poděbrady zaznamenaly příliv klientů z Česka. Dostupné z WWW: <<http://www.denik.cz/ekonomika/lazne-podebrady-zaznamenaly-priliv-klientu-z-ceska.html>>.
- [34] *EnviWeb* [online]. 2007 [cit. 2010-09-24]. Obec Kněžice získala Evropskou cenu za energetickou efektivnost. Dostupné z WWW: <<http://www.enviweb.cz/clanek/energie/66608/obec-knezice-ziskala-evropskou-cenu-za-energetickou-efektivnost>>.
- [35] *Golf Poděbrady* [online]. 2008 [cit. 2009-10-12]. Golf Club Poděbrady. Dostupné z WWW: <<http://www.golfpodebrady.cz>>.
- [36] *Hrady.cz* [online]. 2009 [cit. 2009-06-10]. Židovský hřbitov Městec Králové. Dostupné z WWW: <<http://www.hrady.cz/index.php?OID=7351>>.
- [37] *Info Česko* [online]. 2004 [cit. 2009-03-24]. Vodní Sánský kanál u Poděbrad. Dostupné z WWW: <<http://zajimavosti.infocesko.cz/content/stredni-cechy-jihovychod-technicke-zajimavosti-vyznamne-stavby-vodni-sansky-kanal-u-podebrad.aspx>>.
- [38] *Infoweb* [online]. 2007 [cit. 2010-09-24]. Středočeský kraj - Příroda. Dostupné z WWW: <<http://www.centralbohemia.cz/addressBookLang.asp?thema=306747&item=66760>>.

- [39] *Jezero Poděbrady* [online]. datum neznámé [cit. 2009-08-24]. Jezero Poděbrady. Dostupné z WWW: <<http://www.jezeropodebrady.cz/>>.
- [40] *JK Kněžičky* [online]. 2009 [cit. 2009-12-20]. JK Kněžičky. Dostupné z WWW: <[www.jkknezicky.cz](http://www.jkknezicky.cz)>.
- [41] *JK Poděbrady* [online]. 2009 [cit. 2009-12-20]. Jezdecký klub Poděbrady. Dostupné z WWW: <[www.jkpodebrady.cz/](http://www.jkpodebrady.cz/)>.
- [42] KUČERA, Petr. *Profit.cz* [online]. 2006 [cit. 2009-02-05]. Profit. Dostupné z WWW: <<http://www.profit.cz/vznikl-mikroregion-podebradske-polabi/19787.html>>.
- [43] *Kulturní a informační centrum* [online]. datum neznámé [cit. 2009-05-26]. Kulturní a informační centrum. Dostupné z WWW: <<http://www.ipodebrady.cz/>>.
- [44] *Lázně Poděbrady, a.s.* [online]. datum neznámé [cit. 2009-03-24]. Historie Lázeňství - Lázně Poděbrady,a.s. Dostupné z WWW: <<http://www.lazne-podebrady.cz/cz/historie.php?pageID=2007>>.
- [45] *Lázně Poděbrady, a.s.* [online]. datum neznámé [cit. 2009-06-10]. Kongresové a kulturní centrum Lázeňská Kolonáda. Dostupné z WWW: <<http://www.lazne-podebrady.cz/cz/kongresy.php?pageID=2022>>.
- [46] *Lázně Poděbrady, a.s.* [online]. datum neznámé [cit. 2009-06-10]. Solná jeskyně Lázně Poděbrady, a.s. Dostupné z WWW: <<http://www.lazne-podebrady.cz/cz/pobyty-2006-nove.php?pageID=2086>>.
- [47] *Lázně Poděbrady, a.s.* [online]. datum neznámé [cit. 2009-05-15]. Lázně Poděbrady. Dostupné z WWW: <<http://www.lazne-podebrady.cz/>>.
- [48] *Lod' Král Jiří* [online]. datum neznámé [cit. 2009-05-26]. Lod' Král Jiří. Dostupné z WWW: <<http://www.kraljiri.cz/>>.
- [49] *Městečko Poděbrady* [online]. 2006 [cit. 2009-08-26]. Městečko Poděbrady. Dostupné z WWW: <<http://mestecko-podebrady.unas.cz/>>.
- [50] *Město Poděbrady* [online]. 2005 [cit. 2009-05-27]. Město Poděbrady - Oficiální stránky města. Dostupné z WWW: <<http://www.mesto-podebrady.cz/>>.
- [51] *Město Poděbrady* [online]. datum neznámé [cit. 2009-08-26]. Poděbrady. Dostupné z WWW: <<http://mesta.obce.cz/podebrady/kultura.htm>>.

- [52] *Ministerstvo pro místní rozvoj* [online]. 1999 [cit. 2009-15-11]. Věstník Ministerstva pro místní rozvoj. Dostupné z WWW: <<http://www.obce.cz/mmr/vestniky/vestnik99-03/9903v04.htm>>.
- [53] *Ministerstvo pro místní rozvoj* [online]. 2007 [cit. 2009-02-05]. Koncepce státní politiky v ČR na období 2007-2013. Dostupné z WWW: <[www.mmr.cz/koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-cr-na-obdobi-2007-2013](http://www.mmr.cz/koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-cr-na-obdobi-2007-2013)>.
- [54] *Natura 2000* [online]. datum neznámé [cit. 2009-05-24]. Ptačí oblasti v České republice. Dostupné z WWW: <[http://www.nature.cz/natura2000-design3/web\\_lokality.php?cast=1804&akce=karta&id=1000030521](http://www.nature.cz/natura2000-design3/web_lokality.php?cast=1804&akce=karta&id=1000030521)>.
- [55] *Obec Běrunice* [online]. 2009 [cit. 2009-03-19]. Běrunice. Dostupné z WWW: <<http://berunice.webnode.cz/>>.
- [56] *Obec Dobšice* [online]. 2007 [cit. 2009-05-24]. Dobšice - oficiální internetové stránky. Dostupné z WWW: <<http://obcecr.cz/dobsice/>>.
- [57] *Obec Dymokury* [online]. 2009 [cit. 2009-03-19]. Obec Dymokury - Historie. Dostupné z WWW: <<http://www.dymokury.cz/?sek=2>>.
- [58] *Obec Dymokury* [online]. 2009 [cit. 2009-03-19]. Obec Dymokury. Dostupné z WWW: <<http://www.dymokury.cz/>>.
- [59] *Obec Opočnice* [online]. 2009 [cit. 2009-03-19]. Opočnice - Oficiální stránky obce . Dostupné z WWW: <[www.ouopocnice.cz/](http://www.ouopocnice.cz/)>.
- [60] *Obec Sány* [online]. 2009 [cit. 2009-05-24]. Oficiální stránky obce Sány. Dostupné z WWW: <[http://obecsany.cz/rsone/index/maincontent/parent\\_id/204](http://obecsany.cz/rsone/index/maincontent/parent_id/204)>.
- [61] *Ochrana přírody a krajiny v České republice* [online]. datum neznámé [cit. 2009-09-24]. Národní přírodní rezervace Libický luh. Dostupné z WWW: <[http://www.cittadella.cz/europarc/index.php?p=index&site=NPR\\_libicky\\_luh\\_cz](http://www.cittadella.cz/europarc/index.php?p=index&site=NPR_libicky_luh_cz)>.
- [62] *Ochrana přírody a krajiny v České republice* [online]. datum neznámé [cit. 2009-09-24]. Národní přírodní rezervace Žehuňský rybník. Dostupné z WWW: <[http://www.cittadella.cz/europarc/index.php?p=index&site=NPR\\_zehunsky\\_rybnik\\_cz](http://www.cittadella.cz/europarc/index.php?p=index&site=NPR_zehunsky_rybnik_cz)>.



- [63] *Poděbradsko region* [online]. 2009 [cit. 2009-04-29]. Oficiální informační portál regionu Poděbradsko. Dostupné z WWW: <<http://www.podebradsko-region.cz/>>.
- [64] *Poděbradsko.com* [online]. 2009 [cit. 2010-02-01]. Polabské muzeum Poděbrady. Dostupné z WWW: <<http://podebradsko.com/polabske-muzeum>>.
- [65] *Polabské muzeum* [online]. 2009 [cit. 2010-02-01]. Polabské muzeum v Poděbradech. Dostupné z WWW: <<http://polabskemuzeum.cz/?ID=3>>.
- [66] *Portalpodebrady.cz* [online]. 2008 [cit. 2010-03-24]. Poděbrady - informační portál města. Dostupné z WWW: <<http://www.portalpodebrady.cz/>>.
- [67] *Pragap Tour, s.r.o.* [online]. 2007 [cit. 2009-05-27]. Lázně Poděbrady. Dostupné z WWW: <<http://www.pragap.com/cs/lazne/lazne-podebrady/>>.
- [68] *Ptačí oblast Žehuňský rybník – Obora Kněžičky* [online]. 2008 [cit. 2009-05-24]. Ptačí oblast Žehuňský rybník – Obora Kněžičky. Dostupné z WWW: <<http://zehunskyrybnik.webnode.cz/>>.
- [69] *Regionální informační servis* [online]. 2008 [cit. 2009-09-24]. Srovnání makroekonomických ukazatelů. Dostupné z WWW: <<http://www.risy.cz/index.php?pid=202&sid=1130&mid=238#o1>>.
- [70] *Regionální informační servis* [online]. datum neznámé [cit. 2009-04-21]. Mikroregion Poděbradské Polabí. Dostupné z WWW: <<http://www.risy.cz/vyskakovaci/mikroregiony.php?id=895&idkraj=>>.
- [71] *Sdružení Mýtina* [online]. 2009 [cit. 2009-05-24]. Stránky folk a country festivalu Mýtina. Dostupné z WWW: <<http://www.mytina.ic.cz/>>.
- [72] *Sport Centrum Linhart* [online]. 2006 [cit. 2009-03-19]. Sport Centrum Linhart. Dostupné z WWW: <[www.sportcentrumlinhart.cz](http://www.sportcentrumlinhart.cz)>.
- [73] *Stezky.info* [online]. 2003 [cit. 2009-06-13]. Naučná stezky. Dostupné z WWW: <<http://www.stezky.info/naucnestecky/>>.
- [74] *Středočeský kraj* [online]. 2006 [cit. 2009-03-24]. Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji. Dostupné z WWW: <<http://www.kr-stredocesky.cz/portal/instituce/dokumenty/detail.htm?id=148>>.
- [75] *Středočeský kraj* [online]. 2008 [cit. 2010-20-02]. Mikroregiony. Dostupné z WWW: <<http://www.kr-stredocesky.cz/portal/stredocesky-kraj/mikroregiony/>>.

- [76] TOMAN, Martin. *Gymnázium Nymburk* [online]. 2006-2007 [cit. 2010-01-02]. Místní krajina Nymburska. Dostupné z WWW: <[http://www.gym-nymburk.cz/projekty/zemepis/sociogeograf/socio\\_doprava.htm](http://www.gym-nymburk.cz/projekty/zemepis/sociogeograf/socio_doprava.htm)>.
- [77] *Východočeská pobočka České společnosti ornitologické* [online]. 2008 [cit. 2009-09-24]. Ptačí oblast Žehuňský rybník a obora . Dostupné z WWW: <[http://www.vpcso.cz/index.php?option=com\\_content&view=article&id=25&Itemid=37](http://www.vpcso.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=25&Itemid=37)>.
- [78] *Wikipedia* [online]. 2009 [cit. 2010-02-01]. Region. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Region>>.
- [79] *Wikipedia* [online]. 2010 [cit. 2010-02-28]. Potřeba. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Pot%C5%99eba>>.
- [80] *Zdravé město Poděbrady* [online]. 2005 [cit. 2009-02-05]. Marketingová strategie města Poděbrad 2005-2010. Dostupné z WWW: <<http://www.strplan.mesto-podebrady.cz/clanek.php?ID=50>>.
- [81] *Zdravé město Poděbrady* [online]. 2008 [cit. 2009-05-24]. Strategický plán rozvoje města Poděbrady do roku 2025. Dostupné z WWW: <<http://www.strplan.mesto-podebrady.cz/>>.

## 13 Seznam tabulek a grafů

### Seznam tabulek

- Tab. č. 1 Ubytovací zařízení v mikroregionu Poděbradské Polabí (s. 34)
- Tab. č. 2 - Analýza S – W přírodních podmínek (s. 75)
- Tab. č. 3 Příznivé a nepříznivé faktory – Přírodní podmínky (s. 76)
- Tab. č. 4 Analýza S – W kulturně – historických předpoklady (s. 77)
- Tab. č. 5 Příznivé a nepříznivé faktory – Kulturně – historické předpoklady (s. 78)
- Tab. č. 6 Analýza S – W turistické suprastruktury cestovního ruchu (s. 79)
- Tab. č. 7 Příznivé a nepříznivé faktory – Turistická suprastruktura cestovního ruchu (s. 80)
- Tab. č. 8 Analýza S – W infrastruktury cestovního ruchu (s. 80)
- Tab. č. 9 Příznivé a nepříznivé faktory – Infrastruktura cestovního ruchu (s. 81)
- Tab. č. 10 Analýza S – W sportovně – rekreačních zařízení (s. 82)
- Tab. č. 11 Příznivé a nepříznivé faktory – Sportovně – rekreační zařízení (s. 83)
- Tab. č. 12 Analýza S – W lázeňství (s. 84)
- Tab. č. 13 Příznivé a nepříznivé faktory – Lázeňství (s. 85)
- Tab. č. 14 Analýza S – W kulturně společenských zařízení a akcí (s. 85)
- Tab. č. 15 Příznivé a nepříznivé faktory – Kulturně společenská zařízení a akce (s. 86)
- Tab. č. 16 Analýza S – W dopravní infrastruktury (s. 87)
- Tab. č. 17 Příznivé a nepříznivé faktory – Dopravní infrastruktura (s. 88)
- Tab. č. 18 Analýza S – W občanské vybavenosti (s. 88)
- Tab. č. 19 Příznivé a nepříznivé faktory – Občanská vybavenost (s. 89)
- Tab. č. 20 Analýza příležitostí (s. 90)
- Tab. č. 21 Analýza ohrožení (s. 93)
- Tab. č. 22 SWOT analýza cestovního ruchu (s. 95)

## **Seznam grafů**

- Graf č. 1 – Počet návštěv Poděbrad a blízkého okolí (s. 51)
- Graf č. 2 – Zdroje informací o destinaci (s. 51)
- Graf č. 3 – Délka pobytu v destinaci (s. 52)
- Graf č. 4 – Doprovod do destinace (s. 52)
- Graf č. 5 – Nejlákavější aktivity v destinaci (s. 53)
- Graf č. 6 – Druh dopravního prostředku k dopravě do mikroregionu (s. 54)
- Graf č. 7 – Návštěvnost míst a akcí mikroregionu (s. 56)
- Graf č. 8 – Nedostatky destinace (s. 57)
- Graf č. 9 – Zastoupení pohlaví (s. 58)
- Graf č. 10 – Věková struktura návštěvníků (s. 58)
- Graf č. 11 – Struktura respondentů podle místa trvalého bydliště (s. 59)
- Graf č. 12 – Počet návštěv Poděbrad a blízkého okolí (s. 60)
- Graf č. 13 – Zdroje informací o destinaci (s. 61)
- Graf č. 14 – Délka pobytu v destinaci (s. 61)
- Graf č. 15 – Doprovod do destinace (s. 62)
- Graf č. 16 – Důvod návštěvy destinace (s. 62)
- Graf č. 17 – Nejlákavější aktivity v destinaci (s. 63)
- Graf č. 18 – Druh dopravního prostředku k dopravě do mikroregionu (s. 63)
- Graf č. 19 – Místo ubytování (s. 64)
- Graf č. 20 – Místo stravování během pobytu (s. 65)
- Graf č. 21 – Návštěvnost míst a akcí mikroregionu (s. 66)
- Graf č. 22 – Návštěvnost zařízení pro volný čas (s. 67)
- Graf č. 23 – Spokojenost návštěvníků s vybavením pro turistiku a cykloturistiku (s. 68)
- Graf č. 24 – Nedostatky destinace (s. 69)
- Graf č. 25 – Zastoupení pohlaví (s. 70)
- Graf č. 26 – Věková struktura návštěvníků (s. 71)
- Graf č. 27 – Struktura respondentů podle místa trvalého bydliště (s. 71)

## **14 Přílohy**

Příloha 1 – Vzor dotazníku pro segment lázeňských hostů

Příloha 2 – Vzor dotazníku pro segment mladých a rodin s dětmi

Příloha 3 – Grafická prezentace výsledků dotazníkového šetření

Příloha 4 – Informace o obcích mikroregionu

Příloha 5 – Podíl regionu na tvorbě HDP v ČR v %

Příloha 6 - Vývoj míry nezaměstnanosti (v %)

Příloha 7 – Vývoj počtu volných pracovních míst

Příloha 8 – Nezaměstnanost v obcích mikroregionu (červenec 2008)

Příloha 9 – Středočeský kraj

Příloha 10 – Fotogalerie mikroregionu Poděbradské Polabí

## **Příloha 1 – Vzor dotazníku pro segment lázeňských hostů**

Dobrý den,

dovoluji si Vás požádat o vyplnění dotazníku, který je součástí výzkumu destinace mikroregionu Poděbradské Polabí. Cílem dotazníku je určit předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v dané destinaci a zjistit potřeby návštěvníků destinace. Získané údaje budou použity pro potřeby závěrečné diplomové práce studijního oboru OPN - CR v Českých Budějovicích. Děkuji za spolupráci a vyplnění dotazníku, Alena Černá.

**1. Už jste někdy navštívil/a Poděbrady a blízké okolí?**

- a) Ne, je to první návštěva
- b) Ano, 1x – 3x
- c) Ano, vícekrát

**2. Čerpali jste před návštěvou destinace informace o regionu?**

- a) Ano
- b) Ne

**Pokud ano, z jakých zdrojů? (médiá, internet, propagační materiály, informační centra apod.)**

---

**3. Jak dlouhý bude Váš pobyt v destinaci?**

- a) 1 den bez přenocování
- b) 1 – 2 přenocování
- c) 3 – 7 přenocování
- d) Delší

**4. S kým jste přijel/a?**

- a) Sám/sama
- b) S přáteli, s partnerem/partnerkou
- c) S rodinou

**5. Můžete uvést hlavní důvod Vaší návštěvy? (uved'te pouze 1 odpověď)**

- |                       |                                     |
|-----------------------|-------------------------------------|
| a) Lázeňský/zdravotní | e) Zábava                           |
| b) Poznání            | f) Návštěva známých nebo příbuzných |
| c) Sport a turistika  | g) Jiný: _____                      |
| d) Obchodní/slужеbní  |                                     |

6. **Které aktivity jsou pro Vás v destinaci nejlákavější?** (uved'te max. 3 odpovědi)
- a) Péče o fyzické a duševní zdraví
  - b) Poznávací turistika (hrady, zámky, muzea, galerie, výstavy, církevní památky)
  - c) Návštěva kulturních akcí
  - d) Jiné: \_\_\_\_\_

7. **Jak jste sem přicestovali?**
- a) Osobním automobilem
  - b) Autobusem
  - c) Vlákem
  - d) Na kole, pěšky
  - e) Jinak: \_\_\_\_\_

8. **Jak jste spokojeni s dopravní dostupností destinace?**
- a) Dobře
  - b) Spíše špatně
  - c) Špatně

9. **Kde jste ubytován/a po dobu pobytu?**
- a) v hotelu, v penzionu
  - b) u přátel, u rodiny
  - c) nejsem zde ubytován/a
  - d) jinde: \_\_\_\_\_

10. **Pokud byste měli možnost, co byste změnili na ubytovacích službách?**
- 

11. **Kde se stravujete během Vašeho pobytu?**
- a) V restauracích
  - b) V hotelu
  - c) Jinde: \_\_\_\_\_

12. **Jste spokojen/a s úrovní stravovacích služeb?**
- a) Ano
  - b) Ne

**Pokud ne, můžete se vyjádřit konkrétněji?**

13. **Vyhovuje Vám vybavenost destinace zařízeními jako jsou kavárny a cukrárny?**
- a) Ano
  - b) Ne

14. **Máte nějaké připomínky k úrovni personálu ve službách cestovního ruchu?**
- 

15. **Která místa nebo akce jste během Vašeho pobytu navštívil/a?**
-

16. Vidíte nějaké nedostatky Vámi navštívených míst nebo akcí?
17. Co v destinaci dle Vašeho názoru chybí?
- |   |                            |
|---|----------------------------|
| a) Kultura, zábava                                      | d) Informační systém města |
| b) Ubytovací a stravovací zařízení                      | e) Něco jiného: _____      |
| c) Sportovní vyžití, turistické a cykloturistické trasy |                            |
18. Navštívili jste turistické informační centrum?
- |        |       |
|--------|-------|
| a) Ano | b) Ne |
|--------|-------|
- Pokud ano, byly nějaké informace, které jste se nedozvěděli?
- |                     |
|---------------------|
| a) Ne               |
| b) Ano, jaké: _____ |
19. Jste spokojeni s orientačním značením v destinaci (směrovky, tabule)?
- |        |             |       |
|--------|-------------|-------|
| a) Ano | b) Spíše ne | c) Ne |
|--------|-------------|-------|
20. Jak hodnotíte péči o životní prostředí v destinaci?
- |          |                 |           |
|----------|-----------------|-----------|
| a) Dobře | b) Spíše špatně | c) Špatně |
|----------|-----------------|-----------|
21. Jste
- |        |         |
|--------|---------|
| a) Muž | b) Žena |
|--------|---------|
22. Věk
- |                  |
|------------------|
| a) Do 25 let     |
| b) 26 – 35 let   |
| c) 36 – 50 let   |
| d) 51 – 65 let   |
| e) 65 let a více |
23. Odkud pocházíte (okres, stát)
- 

Děkuji za Váš čas a přeji příjemný pobyt.

Alena Černá



## **Příloha 2 – Vzor dotazníku pro segment mladých a rodiny s dětmi**

Dobrý den,

dovoluji si Vás požádat o vyplnění dotazníku, který je součástí výzkumu destinace mikroregionu Poděbradské Polabí. Cílem dotazníku je určit předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v dané destinaci a zjistit potřeby návštěvníků destinace. Získané údaje budou použity pro potřeby závěrečné diplomové práce studijního oboru OPN - CR v Českých Budějovicích. . Děkuji za spolupráci a vyplnění dotazníku, Alena Černá.

**1. Už jste někdy navštívil/a Poděbrady a blízké okolí?**

- a) Ne, je to první návštěva
- b) Ano, 1x – 3x
- c) Ano, vícekrát

**2. Čerpali jste před návštěvou destinace informace o regionu?**

- a) Ano
- b) Ne

**Pokud ano, z jakých zdrojů? (médiá, internet, propagační materiály, informační centra apod.)**

---

**3. Jak dlouhý bude Váš pobyt v destinaci?**

- a) 1 den bez přenocování
- b) 1 – 2 přenocování
- c) 3 – 7 přenocování
- d) Delší

**4. S kým jste přijel/a?**

- a) Sám/sama
- b) S přáteli, s partnerem/partnerkou
- c) S rodinou

**5. Můžete uvést hlavní důvod Vaší návštěvy? (uved'te pouze 1 odpověď)**

- |                       |                                     |
|-----------------------|-------------------------------------|
| a) Poznání            | e) Zábava                           |
| b) Sport a turistika  | f) Návštěva známých nebo příbuzných |
| c) Lázeňský/zdravotní | g) Jiný: _____                      |
| d) Obchodní/slужеbní  |                                     |

6. **Které aktivity jsou pro Vás v destinaci nejlákavější?** (uved'te max. 3 odpovědi)

- a) Poznávací turistika (hrady, zámky, muzea, galerie, výstavy...)
- b) Turistika
- c) Návštěva kulturních a sportovních akcí
- d) Sportovní aktivity
- e) Péče o fyzické a duševní zdraví
- f) Zábava
- g) Jiné: \_\_\_\_\_

7. **Jak jste sem přicestovali?**

- a) Osobním automobilem
- b) Autobusem
- c) Vlákem
- d) Na kole, pěšky
- e) Jinak: \_\_\_\_\_

8. **Jak jste spokojeni s dopravní dostupností destinace?**

- a) Dobře
- b) Spíše špatně
- c) Špatně

9. **Kde jste ubytován/a po dobu pobytu?**

- a) v hotelu, v penzionu
- b) u přátel, u rodiny
- c) nejsem zde ubytován/a
- d) jinde: \_\_\_\_\_

**Pokud byste měli možnost, co byste změnili na ubytovacích službách?**

---

---

10. **Kde se stravujete během Vašeho pobytu?**

- a) Ve stravovacích zařízeních
- b) Jinde: \_\_\_\_\_

11. **Jste spokojen/a s úrovní stravovacích služeb?**

- a) Ano
- b) Ne

**Pokud ne, můžete se vyjádřit konkrétněji?**

12. **Vyhovuje Vám vybavenost destinace zařízeními jako jsou kavárny a cukrárny?**

- a) Ano
- b) Ne

13. **Máte nějaké připomínky k úrovni personálu ve službách cestovního ruchu?**

---

14. **Která místa nebo akce jste během Vašeho pobytu navštívil/a?**

---

15. Vidíte nějaké nedostatky Vámi navštívených míst nebo akcí?  
\_\_\_\_\_
16. Která zařízení pro volný čas jste navštívili? (diskotéka, kino, divadlo, sportovní zařízení, golf...)  
\_\_\_\_\_
17. Můžete uvést, co by zvýšilo Vaši spokojenost s návštěvou těchto zařízení?  
\_\_\_\_\_
18. Jste spokojeni s vybavením destinace pro turistiku a cykloturistiku?  
a) Ano  
b) Ne. Proč? \_\_\_\_\_
19. Jste spokojeni s orientačním značením v destinaci (směrovky, tabule)?  
a) Ano                      b) Spíše ne                      c) Ne
20. Navštívili jste poděbradské koupaliště?  
a) Ne    b) Ano

**Pokud ano, byli jste spokojeni nebo Vám zde něco scházelo?**

21. Jste spokojeni s nabídkou zábavy a společenského vyžití v destinaci?  
a) Ano    b) Ne
22. Co v destinaci dle Vašeho názoru chybí?  
a) Kulturní a společenské akce  
b) Sportovní akce  
c) Sportovní zařízení  
d) Vyžití ve volném čase  
e) Možnost koupání a vodních sportů  
f) Stravovací zařízení  
g) Ubytovací zařízení  
h) Turistické a cykloturistické trasy  
i) Informační systém města  
j) Obchody  
k) Něco jiného: \_\_\_\_\_
23. Navštívili jste turistické informační centrum?  
a) Ano    b) Ne
- Pokud ano, byly nějaké informace, které jste se nedozvěděli?**  
a) Ne    b) Ano, jaké
- \_\_\_\_\_

24. Jak hodnotíte péči o životní prostředí v destinaci?  
a) Dobře                      b) Spíše špatně                      c) Špatně

25. **Jste**  
a) Muž  
b) Žena
26. **Věk**  
a) Do 25 let  
b) 26 – 35 let  
c) 36 – 50 let  
d) 51 – 65 let  
e) 65 let a více
27. **Odkud pocházíte (okres, stát)**
- 

**Děkuji za Váš čas a přeji příjemný pobyt.**

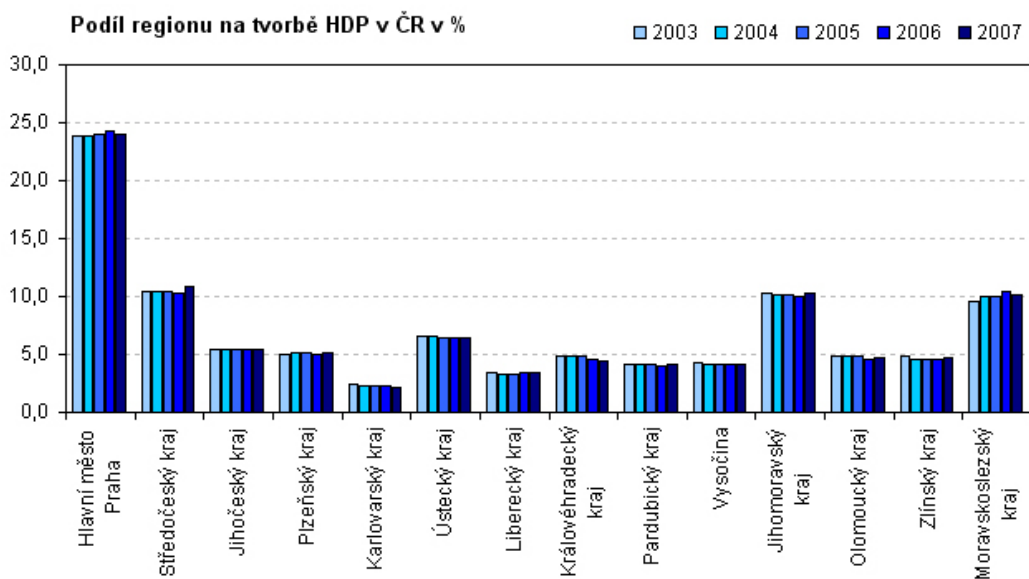
**Alena Černá**

#### Příloha 4 – Informace o obcích mikroregionu

Název obce	Počet částí	Počet katastrů	Katastr. výměra v ha	Počet obyvatel		Narození	Zemělí	Přistěhovalí	Vystěhovalí	Přírůstek přirozený	Přírůstek migrační	Přírůstek celkový
				Celkem	Ve věku 15 - 64 let							
Běrunice	5	5	2 673	906	621	9	17	20	31	-8	-11	-19
Činěves	1	1	1 444	486	344	3	5	26	9	-2	17	15
Dlouhopolsko	1	1	209	226	148	-	2	6	7	-2	-1	-3
Dobšice	1	1	668	193	133	-	3	16	4	-3	12	9
Dymokury	3	3	1 465	815	575	6	5	35	24	1	11	12
Choťánky	1	1	403	411	311	6	5	12	15	1	-3	-2
Chotěšice	5	5	2 251	327	207	2	4	15	14	-2	1	-1
Chroustov	2	2	745	208	147	2	1	7	12	1	-5	-4
Kněžice	3	3	1 958	505	333	7	10	5	7	-3	-2	-5
Kněžičky	1	1	1 187	175	125	-	2	6	5	-2	1	-1
Křečkov	1	1	513	342	247	2	3	14	29	-1	-15	-16
Městec Králové	3	2	1 988	907	2 065	22	34	112	81	-12	31	19
Opočnice	1	1	1 092	431	309	8	10	8	22	-2	-14	-16
Pátek	1	1	691	574	408	3	6	24	15	-3	9	6
Poděbrady	9	5	3 370	495	9 383	162	158	724	435	4	289	293
Sány	1	1	947	467	350	6	8	10	3	-2	7	5
Senice	1	1	447	181	125	3	3	6	2	-	4	4
Sloveč	3	3	1 250	549	365	5	4	10	24	1	-14	-13
Sokoleč	1	1	627	825	591	9	9	28	15	-	13	13
Vlkov pod Oškobrhem	1	1	142	156	119	2	-	14	39	2	-25	-23
Záhornice	2	1	1 707	319	235	6	-	14	11	6	3	9

Zdroj: zpracováno dle [28]

## Příloha 5 – Podíl regionu na tvorbě HDP v ČR v %



Zdroj: [69]

## Příloha 6 - Vývoj míry nezaměstnanosti (v %)

Vývoj míry nezaměstnanosti (v %)												
Území	Rok 2009											
	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
<b>Středočeský kraj</b>			6,4	6,4	6,2	6,0	5,7	5,6	5,6	5,6	5,3	4,9
Nymburk			8,5	8,7	8,6	8,2	7,9	7,9	7,9	8,1	8,0	7,7
	Rok 2008											
<b>Středočeský kraj</b>	4,5	4,0	3,9	4,0	3,9	3,9	3,6	3,6	3,7	4,0	4,2	4,4
Nymburk	7,1	6,4	5,7	5,8	5,7	5,5	5,2	5,1	5,3	5,6	6,0	6,2

Zdroj: zpracováno dle [31]

## Příloha 7 - Vývoj počtu volných pracovních míst

Vývoj počtu volných pracovních míst												
Území	Rok 2009											
	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
<b>Středočeský kraj</b>			4 212	4 486	4 585	4 864	4 831	5 271	5 833	6 631	8 376	8 169
Nymburk			219	260	275	301	335	313	383	446	523	411
Rok 2008												
<b>Středočeský kraj</b>	11 399	13 442	16 347	17 487	17 749	18 798	19 549	19 404	19 314	20 496	21 287	20 268
Nymburk	749	806	975	909	825	1 052	1 054	1 129	1 331	1 208	1 200	1 120

Zdroj: zpracováno dle [31]

## Příloha 8 – Nezaměstnanost v obcích mikroregionu (červenec 2008)

Obec	Míra nezaměstnanosti
Běrunice	7,0%
Činěves	6,6%
Dlouhopolsko	7,4%
Dobšice	5,1%
Dymokury	7,7%
Choťánky	5,3%
Chotěšice	14,5%
Chroustov	-
Kněžice	5,3%
Kněžičky	9,3%
Kouty	5,8%
Křečkov	4,1%
Městec Králové	5,7%
Opočnice	8,9%
Pátek	7,9%
Poděbrady	4,3%
Sány	4,8%
Senice	6,8%
Sloveč	7,0%
Sokoleč	4,8%
Vlkov pod Oškobrhem	5,3%
Záhornice	4,7%

Zdroj: [81]

## Příloha 9 - Středočeský kraj



Zdroj: [63]

## Příloha 10 – Fotogalerie mikroregionu Poděbradské Polabí

Zámek v Poděbradech



Zdroj: [51]



## Stará radnice v Poděbradech



Zdroj: [43]

## Socha krále Jiřího



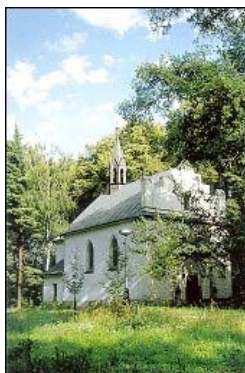
Zdroj: [51]

Mariánský sloup



Zdroj:[51]

Haviřský kostelík



Zdroj: [51]

Kostel povýšení sv. Kříže



Zdroj:[50]

## Lázeňský park



Zdroj: [43]



Zdroj: [43]

## Koupaliště Jezero



Zdroj:[50]

## Golfové hřiště



Zdroj: [43]

## Jízdárna Poděbrady



Zdroj: [43]

## Solná jeskyně



Zdroj: [43]

## Výletní a restaurační loď Král Jiří



Zdroj: [43]

## Vítání jara Pražským klubem Harley - Davidson



Zdroj: Vlastní

## Logo Lázně Poděbrady, a.s.



Zdroj:[43]