

Projekt „Analýza dopadu prodloužení komorovací sezony - Baťův kanál“ byl realizován za přispění prostředků státního rozpočtu ČR z programu Ministerstva pro místní rozvoj.



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR



ANALÝZA DOPADU PRODLOUŽENÍ KOMOROVACÍ SEZONY – BAŤŮV KANÁL

Leden 2023

economic
impact

KREIA
group

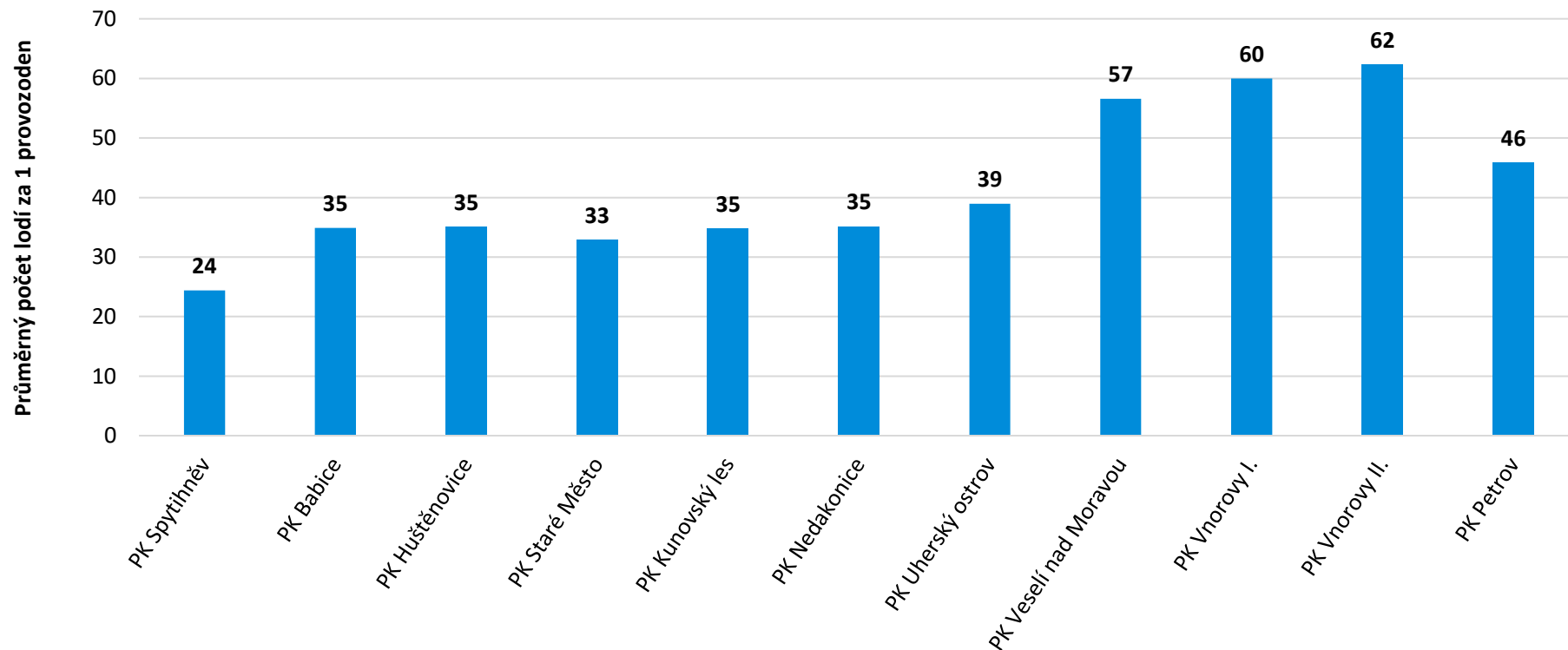
Zdroj: Region Slovácko

Vytíženost plavebních komor

Uvedený graf vyjadřuje **vytíženost 11 plavebních komor s obsluhou** na Baťově kanálu v červenci roku 2021. Vytíženost plavebních komor je v tomto případě definována jako **průměrný počet lodí, které propluly danou plavební komorou za 1 „provozoden“**, přičemž provozoden je definován jako den, kdy plavební komory byly v provozu.

Nejvytíženější komorou byly v červenci v roce 2021 **Vnorovy II.** (cca 62 lodí na 1 provozoden). Podobných hodnot dosahovaly i plavební komory **Vnorovy I.** (cca 60 lodí na 1 provozoden) a **Veselí nad Moravou** (cca 57 lodí na 1 provozoden). Naopak **nejméně vytíženou byla plavební komora Spytihněv** (cca 24 lodí za 1 provozoden).

Vytíženost plavebních komor na Baťově kanálu, červenec, 2021



Výstupy z workshopu se zástupci měst a obcí

V rámci přípravy analytické části studie byl 6. 9. 2022 realizován workshop se zainteresovanými městy a obcemi se zaměřením na rozvoj cestovního ruchu na Baťově kanálu. Diskutovány byly **bariéry rozvoje či dopady případného prodloužení komorovací sezóny**. Jednotliví zástupci měst a obcí se mohli k daným dopadům a bariérám vyjádřit pomocí barevných nálepek (zelená barva=souhlasím, červená=nesouhlasím). Každý měl k dispozici tři zelené a 1 červenou náleпку.

▪ Diskutovány bariéry rozvoje Baťova kanálu:

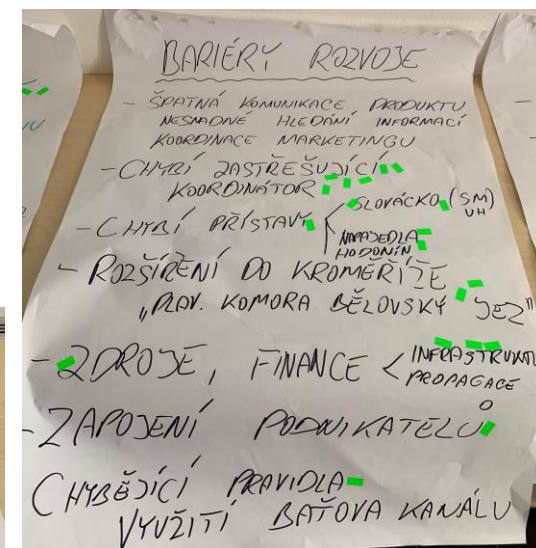
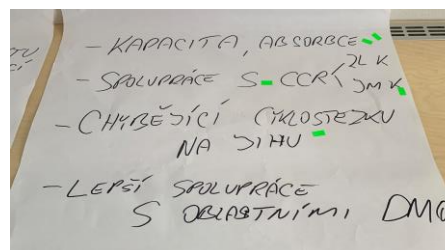
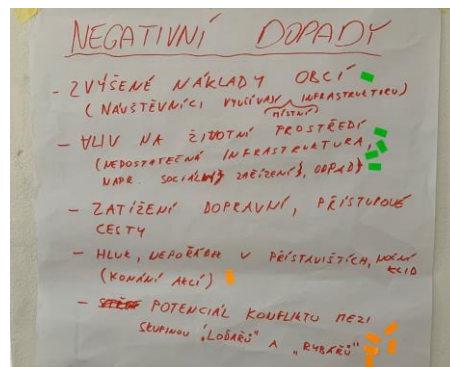
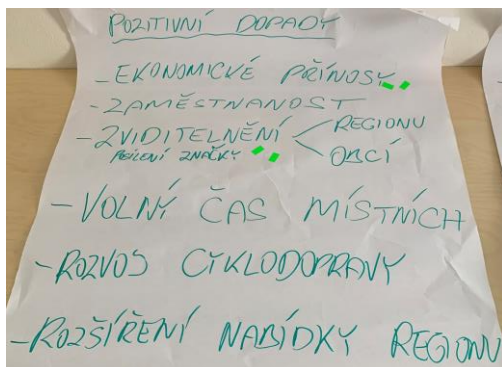
- Chybějící plavební komora Bělov, která by umožnila prodloužení splavného úseku Baťova kanálu do Kroměříže
- Chybějící plavební komora Rohatec, která by umožnila prodloužení splavného úseku Baťova kanálu do Hodonína
- Špatná infrastruktura – zejména chybějící či nevyhovující sociální zařízení
- Nedostatečná spolupráce s Centrálou cestovního ruchu a oblastními DMO (organizacemi destinačního managementu)
- Chybějící zastřešující koordinátor
- Nedostatek přístavů a přístavišť

▪ Pozitivní dopady z hlediska prodloužení komorovací sezóny:

- Ekonomické přínosy
- Vznik nových pracovních míst
- Zviditelnění regionu, potažmo obcí (posílení značky)
- Rozšíření nabídky regionu

▪ Negativní dopady z hlediska prodloužení komorovací sezóny:

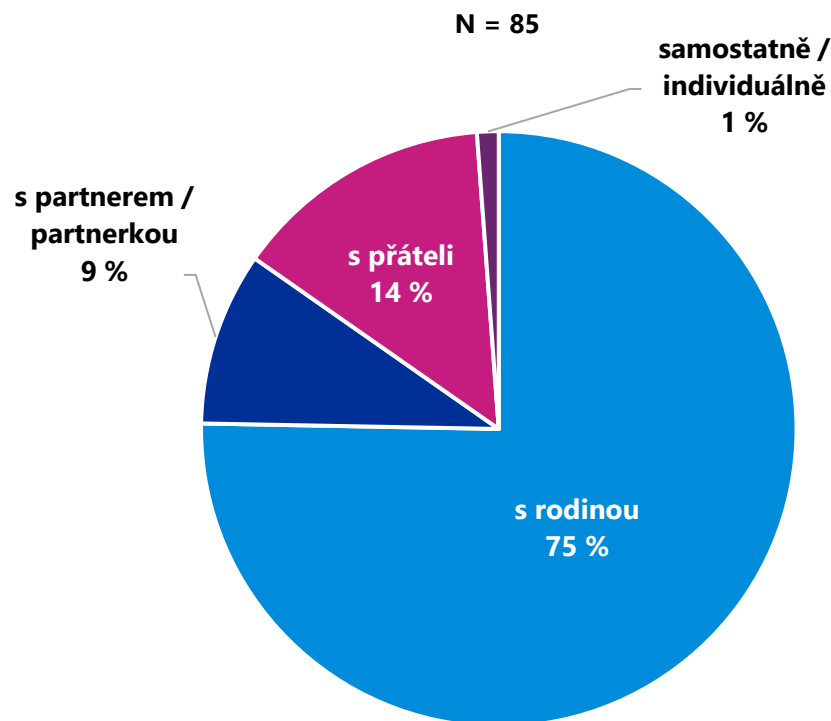
- Zvýšení nákladů obcí – využívání místní infrastruktury i návštěvníky Baťova kanálu
- Vliv na životní prostředí (např. sociální zařízení, odpad)



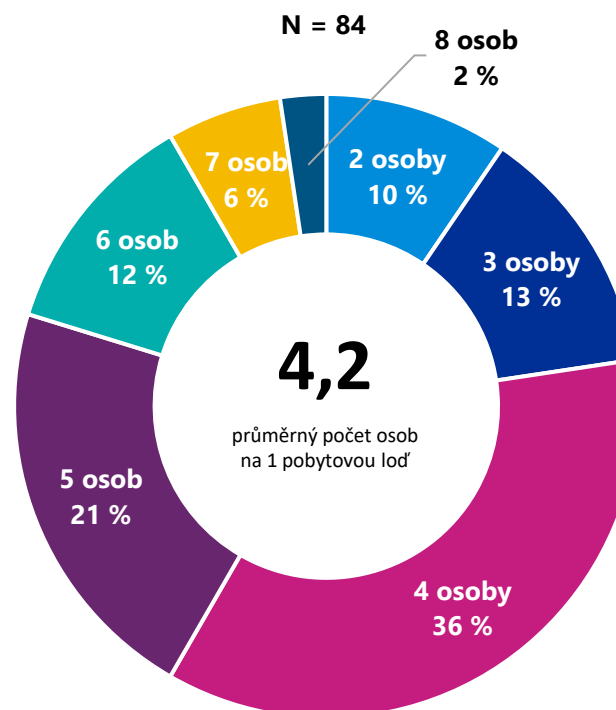
Výstupy z výzkumné ankety pro pobytové lodě

Tři čtvrtiny respondentů se plavby po Baťově kanále zúčastnily s rodinou, zhruba 14 % s přáteli a asi jedna desetina respondentů s partnerem či partnerkou. Průměrný počet osob na 1 pobytovou loď činí 4,2 osob, přičemž ve 36 % případech se jednalo o 4 osoby na 1 pobytovou loď, v pětině případů o 5 osob na 1 pobytovou loď a ve 13 % šlo o 3 osoby na 1 pobytovou loď.

S kým jste přijel/a na Baťův kanál?



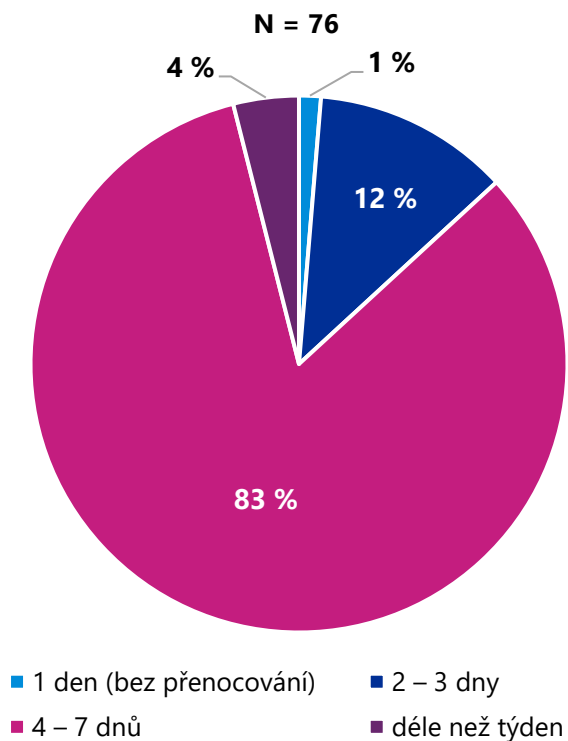
Počet osob ve skupině, která si vypůjčila pobytovou loď



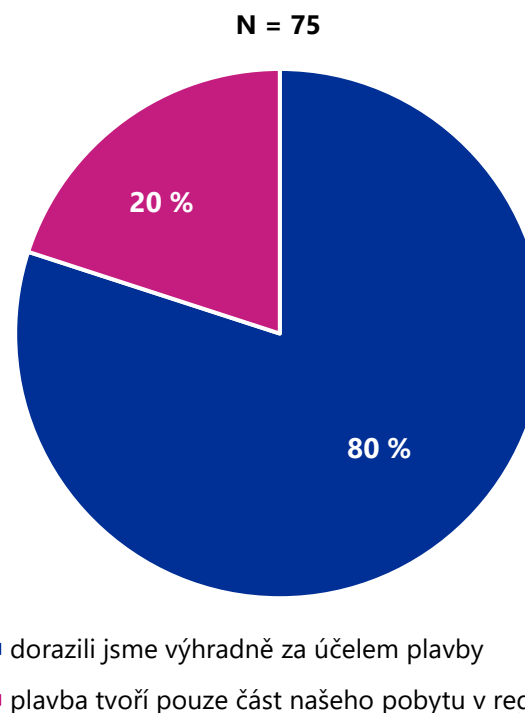
Výstupy z výzkumné ankety pro pobytové lodě

První graf zobrazuje **celkovou délku pobytu** respondentů, přičemž **většina z nich (83 %) přijela** na Baťův kanál či do jeho okolí **na 4-7 dnů**, **12 % respondentů přijelo na 2-3 dny**. Zároveň **80 % všech respondentů dorazilo do regionu výhradně za účelem plavby**. Pro zbylou pětinu respondentů tvoří plavba po Baťově kanálu pouze část jejich pobytu v regionu.

Jaká je celková délka Vašeho pobytu na Baťově kanálu a v jeho okolí?



Je plavba po Baťově kanále jediným důvodem návštěvy regionu nebo jde o součást delšího rekreačního pobytu?

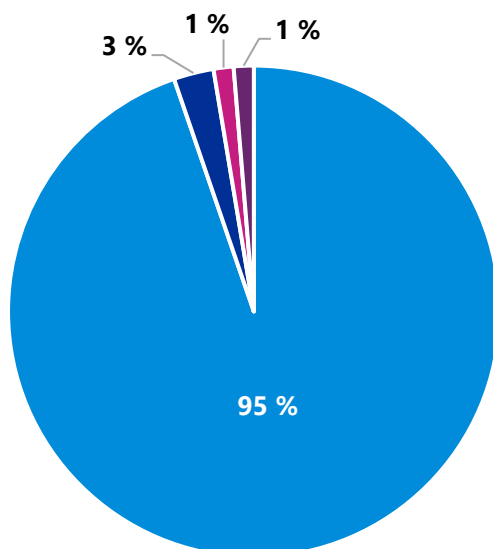


Výstupy z výzkumné ankety pro pobytové lodě

Další otázky se týkaly **přenocování a stravování**, přičemž **95 % účastníků plavby přespávalo na lodích**. Pouhých 5 % respondentů zvolilo jinou možnost, a to buď přespání v ubytovacím zařízení (např. kemp, chata, hotel, penzion) nebo doma, jelikož se jednalo o místní. **Téměř polovina respondentů** rovněž uvedla, že **se během plavby stravuje převážně ze svých vlastních zdrojů** a částečně v restauračních zařízeních. **Naopak 39 % respondentů se stravuje převážně v restauracích a pouze částečně ze svých zdrojů.**

Kde v rámci pobytu přespáváte?

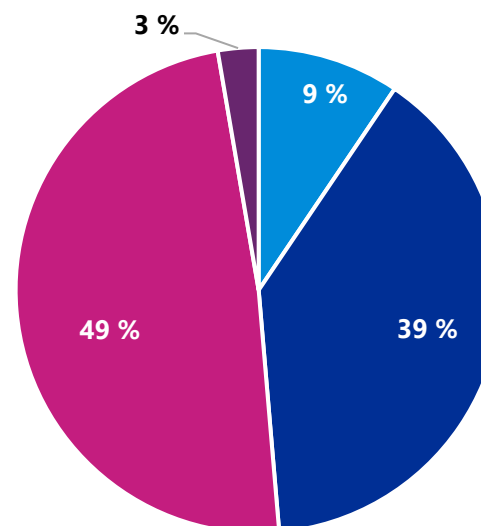
N = 76



- přespáváme pouze na lodi
- v ubytovacím zařízení typu kemp, chata, chalupa atd.
- v ubytovacím zařízení typu hotel, penzion, hostel, ubytovna atd.
- přespáváme doma (jsme místní)

Jakým způsobem se během plavby po Baťově kanálu stravujete?

N = 74



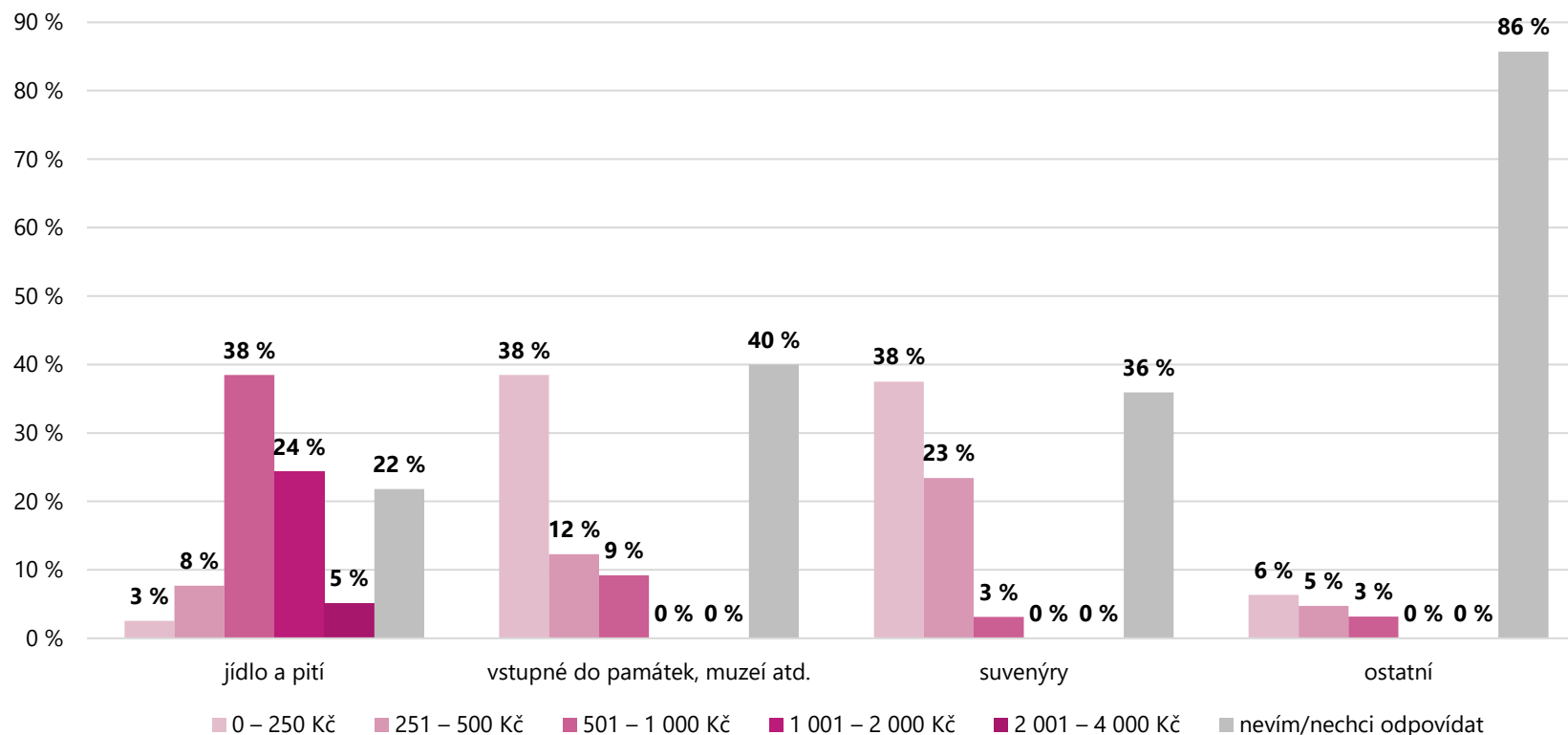
- téměř výhradně v restauračních nebo pohostinských zařízeních
- převážně v restauračních nebo pohostinských zařízeních a částečně z vlastních zdrojů
- převážně z vlastních zdrojů a částečně v restauračních nebo pohostinských zařízeních
- téměř výhradně z vlastních zdrojů

Výstupy z výzkumné ankety pro pobytové lodě

Uvedený graf zobrazuje **průměrnou útratu respondentů** za jídlo a pití, vstupné do památek či muzeí, suvenýry a ostatní **za 1 den plavby** na Baťově kanále. Co se týče **jídla a pití**, průměrná útrata respondenta za 1 den plavby je zde **jednoznačně nejvyšší** – až **40 % respondentů utratí cca 501 až 1000 Kč denně, čtvrtina respondentů dokonce 1001 až 2000 Kč denně**. Za vstupné do památek či za koupi suvenýrů utratí většina respondentů do 250 Kč za den.

Průměrná útrata skupiny na Baťově kanálu či v jeho okolí za 1 den plavby

N = 68

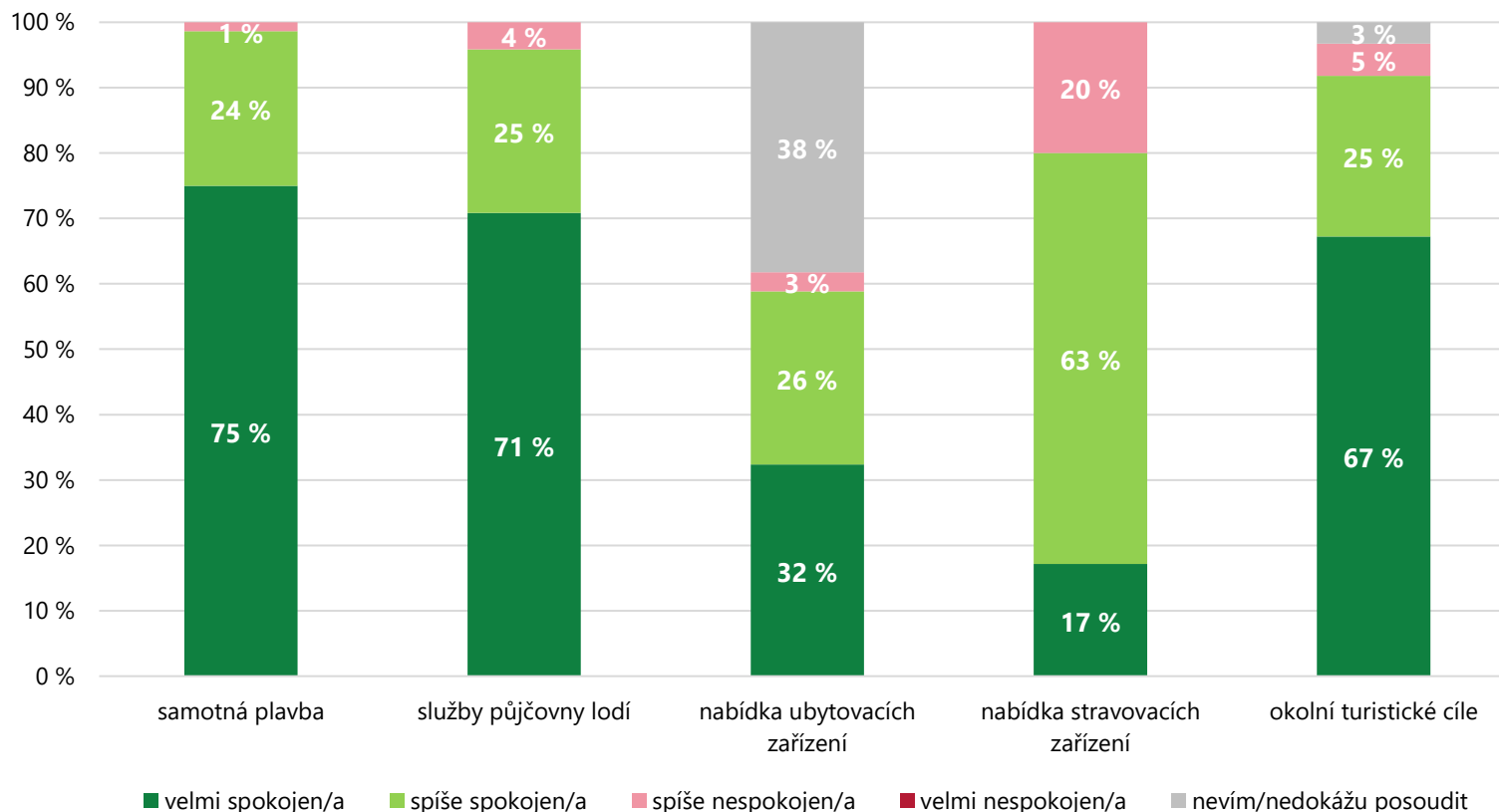


Výstupy z výzkumné ankety pro pobytové lodě

Uvedený graf zobrazuje **míru spokojenosti respondenta** s plavbou po Baťově kanále. **Se samotnou plavbou** byly **tři čtvrtiny respondentů velmi spokojeny**. Stejně tak **přes 70 % respondentů** bylo **velmi spokojeno se službami půjčoven lodí**. U nabídky **stravovacích zařízení** bylo ovšem **pouze 17 % respondentů velmi spokojeno**, 63 % pak spíše spokojeno a **jedna pětina spíše nespokojena**. Z hlediska turistických cílů a atraktivit byla většina respondentů velmi spokojena.

Spokojenost respondenta s pobytem na Baťově kanálu

N = 72

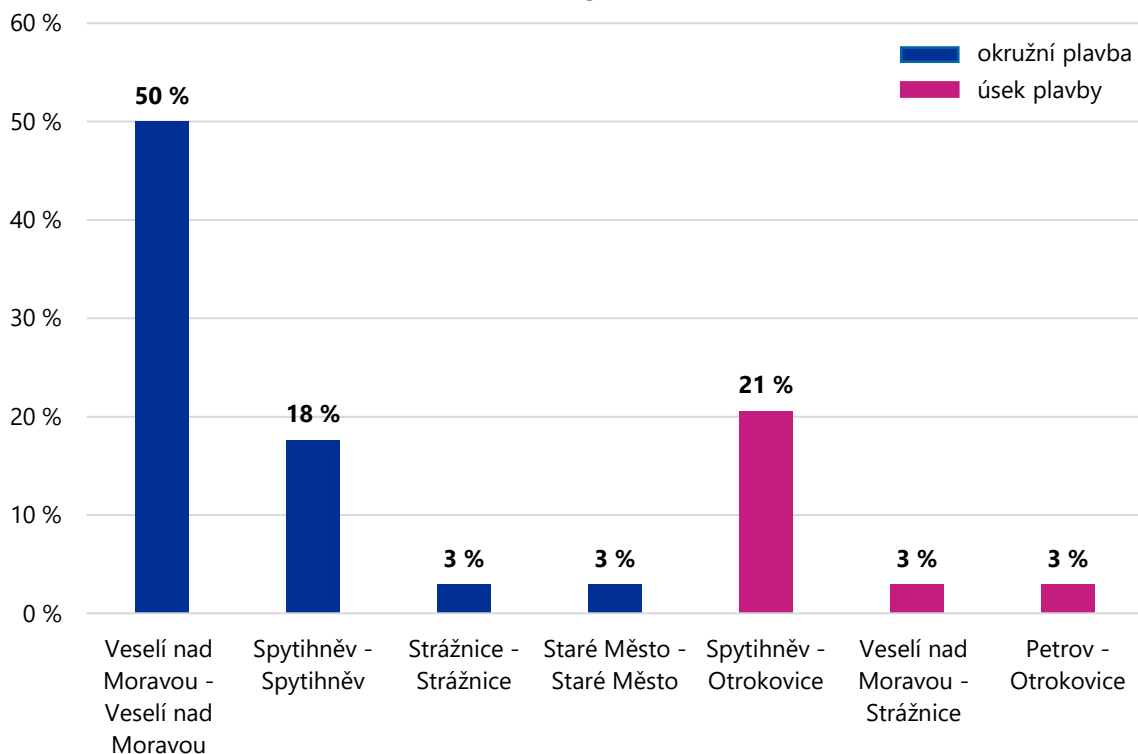


Výstupy z výzkumné ankety pro výletní lodě

Uvedené grafy zobrazují nejčastější **okružní plavby**, respektive **úseky plavby, na výletních lodích na Baťově kanálu**. Polovina respondentů si vybrala **okružní plavbu Veselí nad Moravou – Veselí nad Moravou**. Téměř jedna pětina respondentů zvolila okružní plavbu **Spytihněv – Spytihněv**. Nejčastějším úsekem plavby na výletních lodích je úsek **Spytihněv – Otrokovice**. Těmto údajům rovněž odpovídá i četnost počátečního a koncového místa plavby – v obou případech se nejčastěji jedná o Veselí nad Moravou.

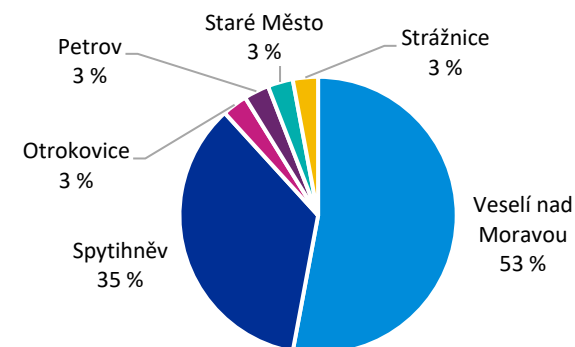
Nejčastější okružní plavby a úseky plavby na výletních lodích na Baťově kanálu

N = 34



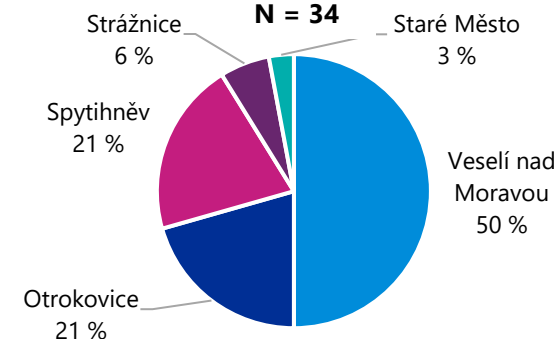
Počáteční místo plavby

N = 34



Koncové místo plavby

N = 34

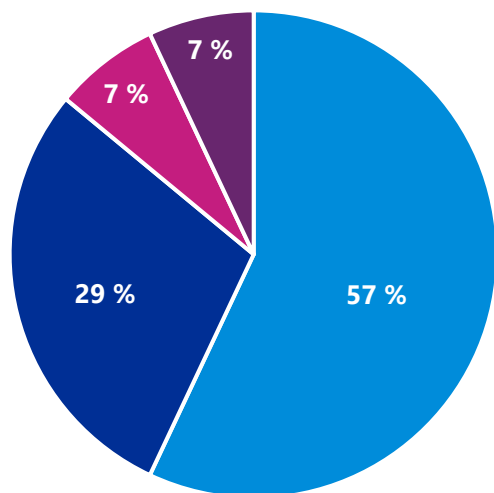


Výstupy z výzkumné ankety pro výletní lodě

Dané grafy ukazují četnosti odpovědí respondentů na dvě níže uvedené otázky. První graf zobrazuje relativní zastoupení odpovědí týkajících se přespání v rámci pobytu, kdy **většina respondentů (57 %) přenocovala v ubytovacím zařízení typu hotel, penzion, hostel nebo ubytovna**, zatímco 29 % respondentů přenocovalo u příbuzných či známých. Druhý graf zobrazuje způsob stravování respondentů během plavby, přičemž **jedna třetina respondentů (32 %) se stravovala výhradně v restauračních nebo pohostinských zařízeních** a další **třetina respondentů (32 %) převážně v restauračních nebo pohostinských zařízeních a částečně z vlastních zdrojů**.

Kde v rámci pobytu přespáváte?

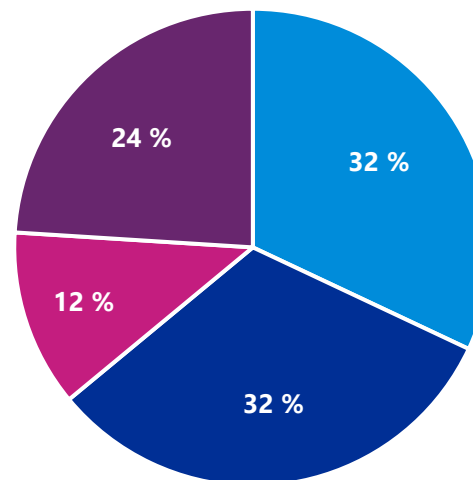
N = 14



- v ubytovacím zařízení typu hotel, penzion, hostel, ubytovna atd.
- u příbuzných/známých
- v ubytovacím zařízení typu kemp, chata, chalupa atd.
- na lodi

Jakým způsobem se během plavby po Baťově kanálu stravujete?

N = 34



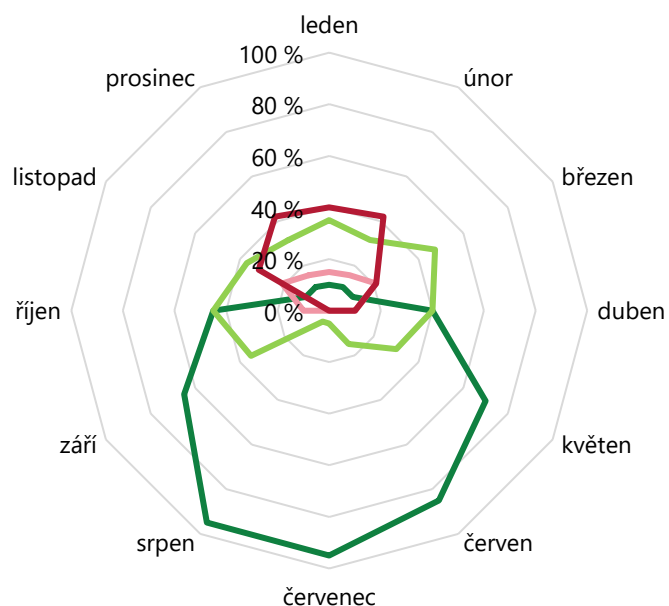
- téměř výhradně v restauračních nebo pohostinských zařízeních
- převážně v restauračních nebo pohostinských zařízeních a částečně z vlastních zdrojů
- převážně z vlastních zdrojů a částečně v restauračních nebo pohostinských zařízeních
- téměř výhradně z vlastních zdrojů

Výstupy z výzkumné ankety pro motorové čluny

Uvedené grafy vyjadřují **podíl atraktivnosti Baťova kanálu z hlediska kalendářních měsíců a provozní doby plavebních komor**. Nejvyšší procento respondentů za **jednoznačně atraktivní měsíc** pro plavbu na Baťově kanálu označilo **červenec a srpen** (téměř 100 %), dále jsou jednoznačně atraktivními měsíci **květen, červen a září**. Spíše atraktivní jsou březen, duben a říjen. Jednoznačně neatraktivní je z hlediska plavby prosinec, leden a únor. Pokud jde o provozní dobu, **jednoznačně atraktivní je časový úsek 8:30 až 20:00**.

Atraktivita Baťova kanálu z hlediska kalendářních měsíců

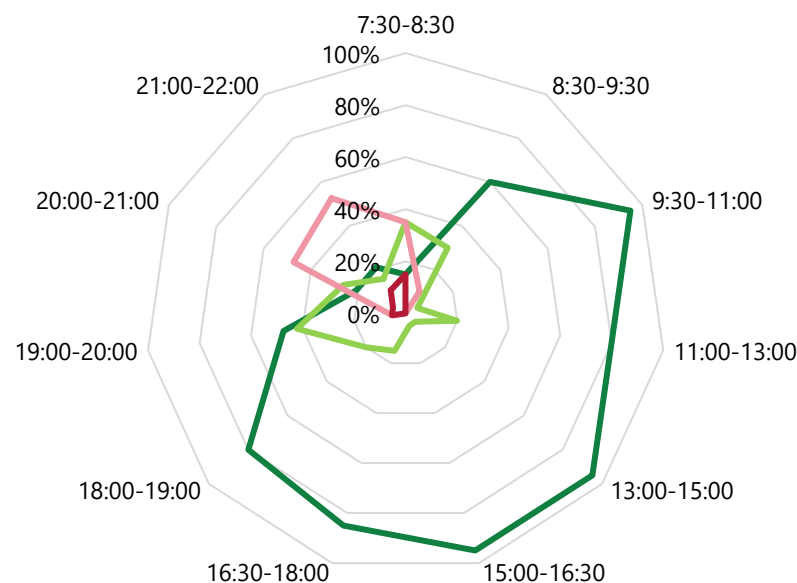
N = 20



— Jednoznačně atraktivní — Spíše atraktivní
— Spíše neatraktivní — Jednoznačně neatraktivní

Atraktivita Baťova kanálu z hlediska provozní doby plavebních komor

N = 20

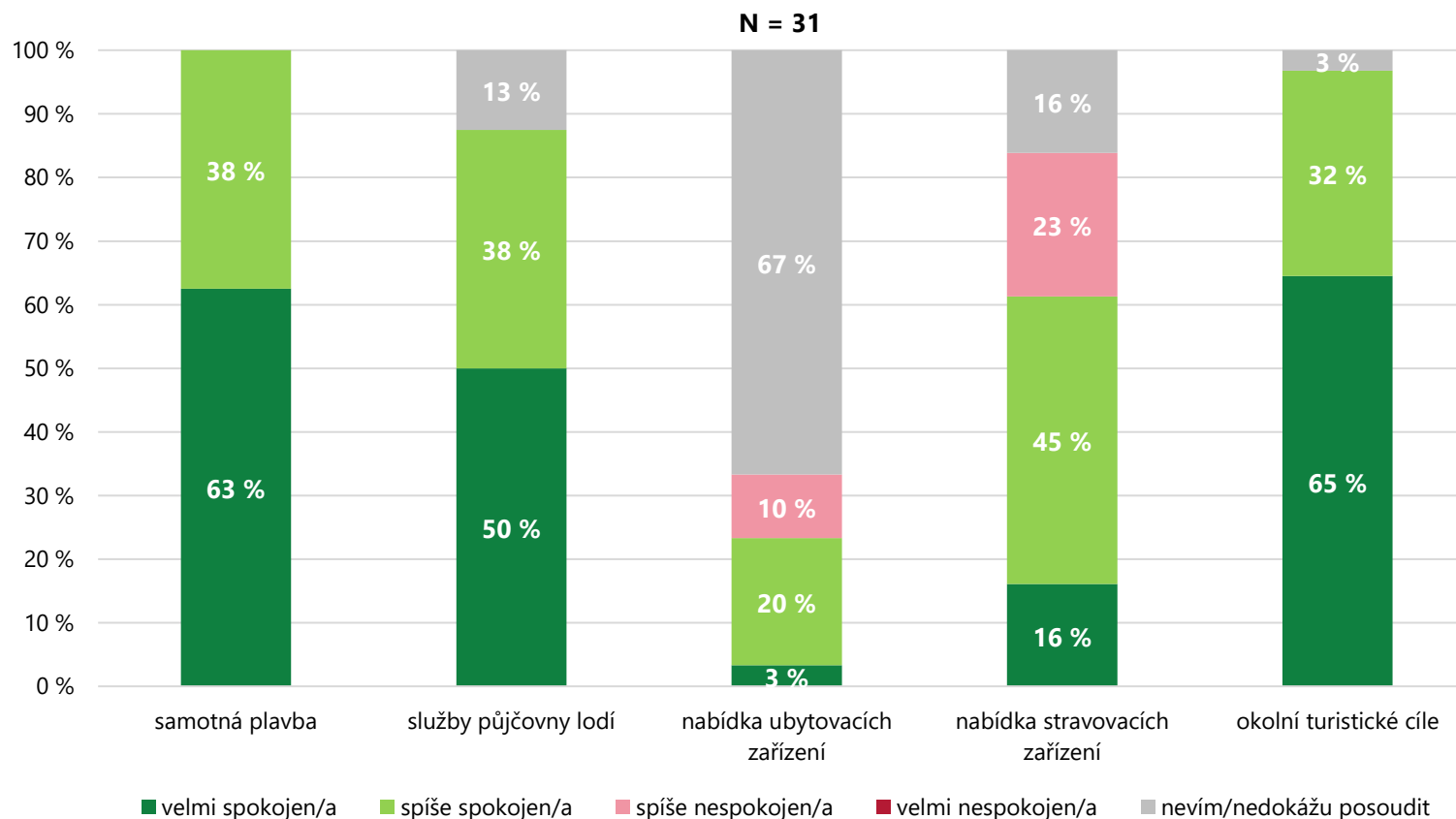


— Jednoznačně atraktivní — Spíše atraktivní
— Spíše neatraktivní — Jednoznačně neatraktivní

Výstupy z výzkumné ankety pro veřejnost

Uvedený graf vyjadřuje spokojenost respondenta se samotnou plavbou, službami půjčoven lodí, nabídkou ubytovacích a stravovacích zařízení a s okolními turistickými cíli. Téměř u všech proměnných byl **respondent z velké části velmi či spíše spokojen**, pouze **u nabídky ubytovacích zařízení byla desetina respondentů spíše nespokojena**, přičemž **u nabídky stravovacích zařízení byla spíše nespokojena necelá čtvrtina respondentů**.

Spokojenost respondenta s pobytem na Baťově kanálu



Výstupy z výzkumné ankety pro veřejnost

Ve výzkumné anketě pro veřejnost byly také položeny otázky ohledně toho, co se respondentům na Baťově kanále nejvíce a naopak nejméně líbilo. **V pozitivních odpovědích** převažovala **příroda** v okolí Baťova kanálu, **samotný Baťův kanál, možnost vypůjčení plavidla, zdymadla a cyklostezky**. **V negativních odpovědích** byl nejčastěji zmíněn **nedostatek a špatný stav sociálních zařízení, nedostatek stravovacích zařízení či přístavních mol nebo také hustý provoz a dlouhé fronty před plavebními komorami**.

Co se Vám na Baťově kanále nejvíce líbilo a mělo by zůstat zachováno?

- Příroda v okolí Baťova kanálu
- Samotný Baťův kanál a možnost vypůjčení plavidla
- Plavební komory (zdymadla)
- Cyklostezky v okolí

Co se Vám na Baťově kanále naopak nelíbilo a mělo by se změnit?

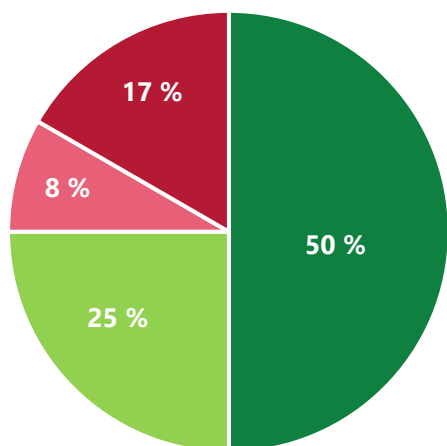
- Nedostatek a špatný stav sociálních zařízení
- Nedostatek stravovacích zařízení
- Hustý provoz a čekání ve frontách u plavebních komor
- Nedostatek přístavních mol a špatný stav přístavišť

Výstupy z výzkumné ankety pro poskytovatele služeb

Odpovědi respondentů na níže uvedenou otázku byly opět klasifikovány **do 3 skupin podle druhu podnikatelské činnosti respondenta**. Respondenti, kteří zastupují půjčovny lodí a sportovního vybavení, by o provozu v prodlouženém režimu v případě prodloužení provozu Baťova kanálu **z většiny (75 %) uvažovali**. Co se týče respondentů, kteří podnikají v oblasti stravování a ubytování, opět by **tři čtvrtiny o provozu v prodlouženém režimu uvažovali**. Zhruba 10 % respondentů nevědělo nebo nechtělo opovědět. U poslední skupiny respondentů by 2 třetiny o prodlouženém režimu spíše nebo vůbec neuvažovaly.

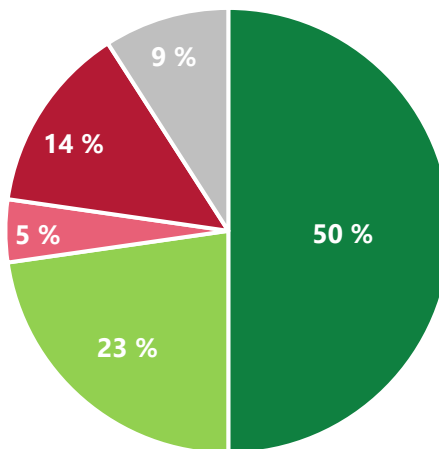
V případě prodloužení provozu Baťova kanálu, provozovali byste svoji činnost v prodlouženém režimu?

Druh podnikatelské činnosti:
půjčovny lodí a sportovního vybavení
N = 12



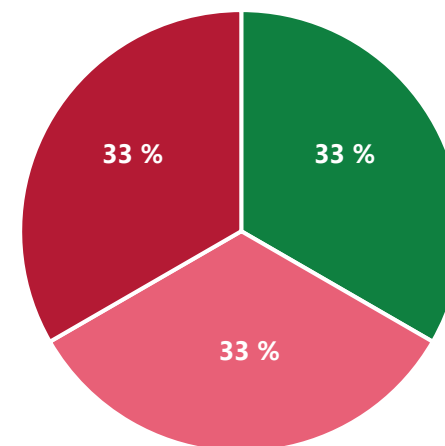
- určitě ano
- spíše ano
- spíše ne
- určitě ne

Druh podnikatelské činnosti:
stravovací a ubytovací zařízení
N = 22



- určitě ano
- spíše ano
- spíše ne
- určitě ne
- nevím / nechci odpovědět

Druh podnikatelské činnosti:
informační centra + provoz turistických cílů
N = 3



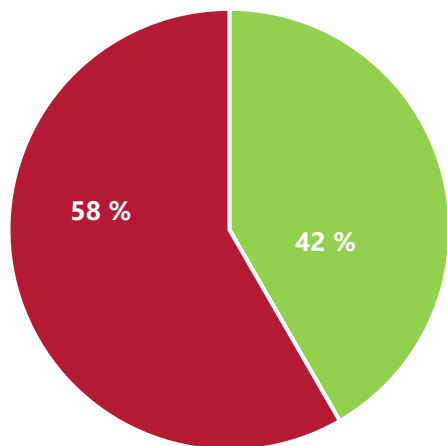
- určitě ano
- spíše ano
- spíše ne
- určitě ne

Výstupy z výzkumné ankety pro poskytovatele služeb

Odpovědi na danou otázku byly rozděleny do 3 skupiny podle druhu podnikatelské činnosti respondenta. Z údajů vyplývá, že více než polovina respondentů podnikajících v oblasti **půjčoven lodí či sportovního vybavení** by prodloužení provozu Baťova kanálu **finančně nepodpořila**. Zbylí respondenti by prodloužení podpořili pouze symbolickou částkou. **U stravovacích a ubytovacích služeb by respondenti** opět z necelé poloviny prodloužení provozu **podpořili pouze symbolickou částkou**. U podnikatelské činnosti týkající se informačních center či provozu turistických cílů by respondenti prodloužení provozu finančně nepodpořili.

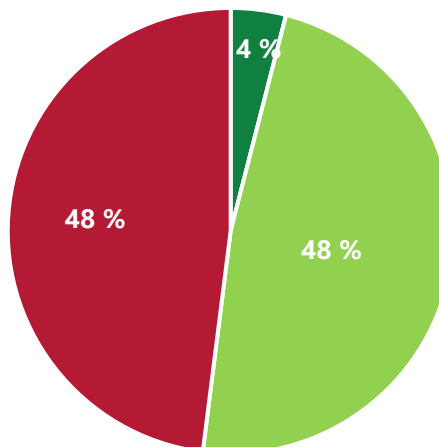
Byli byste ochotni finančně podpořit prodloužení komorovacích hodin a/nebo sezony na Baťově kanálu?

Druh podnikatelské činnosti:
půjčovny lodí a sportovního vybavení
N = 12



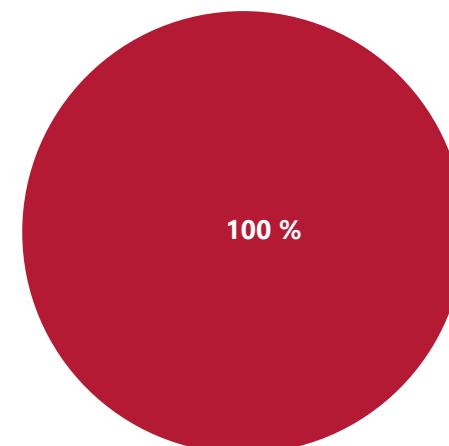
■ ano, ale spíše symbolickou částkou
■ ne

Druh podnikatelské činnosti:
stravovací a ubytovací zařízení
N = 21



■ ano, prodloužení by nám velmi pomohlo
■ ano, ale spíše symbolickou částkou
■ ne

Druh podnikatelské činnosti:
informační centra + provoz turistických cílů
N = 3



■ ne

Hlavní závěry z výzkumných anket

Výzkumná anketa pro účastníky plavby na pobytových lodích

- V případě pobytových lodí respondenti nejčastěji uváděli jako místo svého bydliště Středočeský a Moravskoslezský kraj a hlavní město Prahu. Jde tedy naopak o lokality vzdálenější Baťově kanálu, čemuž odpovídá právě i volba pobytových lodí a možnosti přespání na nich. Pro většinu respondentů byla plavba Baťovým kanálem hlavním důvodem návštěvy regionu a nejčastěji v něm strávili 4 až 7 dnů. Nejvyšší podíl respondentů přijel s rodinou, čemuž odpovídá poměrně vysoké zastoupení dětí mezi účastníky plavby. Dle odpovědí z ankety je průměrný počet osob na 1 pobytovou loď 4,2. Téměř polovina respondentů se stravovala převážně z vlastních zdrojů, i přesto však nejvyšší průměrná útrata za 1 den plavby byla zaznamenána u jídla a pití.

Výzkumná anketa pro účastníky plavby na výletních lodích

- Nejčastěji respondenti uváděli jako místo svého bydliště Zlínský, Jihomoravský nebo Moravskoslezský kraj a Slovensko. Jedná se tedy o lokality poměrně blízké Baťově kanálu s dobrou dojezdovou vzdáleností. Pro dvě pětiny respondentů nebyla plavba po Baťově kanálu primárním důvodem návštěvy regionu, ale pouze součást delšího pobytu. Většina respondentů přijela s rodinou nebo přáteli a převážně se stravovali v restauračních či pohostinských zařízeních.

Výzkumná anketa pro účastníky plavby na motorových člunech

- Co se týče ankety zaměřené na plavbu na motorových člunech, nejvíce respondentů uvedlo jako místo bydliště Zlínský kraj, Moravskoslezský kraj, Prahu a Slovensko. Nejčastěji si respondenti vypůjčili motorový člun na 3 až 4 hodiny a průměrný počet osob byl 5,4 na 1 motorový člun. Téměř dvě třetiny respondentů v regionu strávili více dnů a pro více než polovinu respondentů byla plavba Baťovým kanálem pouze součástí delšího pobytu. Respondenti se stravovali převážně v restauračních a pohostinských zařízeních.

Hlavní závěry z výzkumných anket

Výzkumná anketa pro veřejnost

- Nejvíce respondentů pochází ze Zlínského, Jihomoravského a Olomouckého kraje. Více než tři čtvrtiny respondentů Baťův kanál a možnosti plavby na něm znají. Tři čtvrtiny respondentů, kteří již po Baťově kanálu pluli, mají zkušenost s plavbou na výletní lodi. U respondentů, kteří dosud plavbu nevyzkoušeli, ale mají o ní zájem, je hlavním důvodem neúčasti nedostatek času. Ze zkušeností respondentů vyplývá, že sociální zařízení v přístavech či přístavištích jsou mnohdy ve špatném stavu a je jich nedostatek. Rovněž chybí stravovací zařízení a nemilou zkušenost mají respondenti také s dlouhým čekáním před plavebními komorami. Cyklostezky či okolní přírodu respondenti naopak chválí.

Výzkumná anketa pro poskytovatele služeb

- Nejvyšší podíl respondentů podniká v oblasti ubytování, pronájmu lodí a stravování. Na provozu Baťova kanálu jsou nejvíce závislé půjčovny lodí (včetně půjčoven sportovního vybavení), čtvrtina respondentů podnikajících v tomto odvětví však prodloužení provozu Baťova kanálu nepovažuje za žádoucí. Ostatní podnikatelské subjekty by prodloužení provozu uvítaly. V případě již zmiňovaného prodloužení provozu by o prodlouženém režimu pracovní doby uvažovaly tři čtvrtiny půjčoven lodí a sportovního vybavení, zatímco podnikatelské subjekty v podobě informačních center či provozovatelů turistických center by v prodlouženém režimu nefungovaly. Z hlediska finančního příspěvku na prodloužení provozu Baťova kanálu by symbolickou částkou přispěla pouze menšina poskytovatelů služeb.

Společné závěry z výzkumných anket

- Ve všech uskutečněných výzkumných anketách byly položeny dvě otázky na atraktivitu Baťova kanálu z hlediska kalendářních měsíců a provozní doby. Téměř všichni respondenti (bez ohledu na zaměření výzkumné ankety) považují za jednoznačně atraktivní měsíce pro plavbu Baťovým kanálem květen až září, za spíše atraktivní měsíce jsou považovány duben a říjen, naopak listopad až březen je pro respondenty neatraktivní. Co se týče provozní doby, pak je za atraktivní považováno časové rozmezí 8:30 až 20:00. Pozdější či dřívější hodiny nejsou pro respondenty příliš atraktivní.