

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA

Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Strukturální politika EU a rozvoj venkova

D I P L O M O V Á P R Á C E

**Komparace nabídky služeb a jejich vliv na místní rozvoj
ve zvolených obcích – Český Krumlov, Vimperk**

Vedoucí diplomové práce:
Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autor diplomové práce:
Bc. Vlastislav Sýkora

České Budějovice

2011

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Vlastislav SÝKORA**
Osobní číslo: **E09745**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Strukturální politika EU a rozvoj venkova**
Název tématu: **Komparace nabídky služeb a jejich vliv na místní rozvoj ve zvolených obcích - Český Krumlov, Vimperk**
Zadávací katedra: **Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova**

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

Cíl práce:

Cílem práce bude hodnocení nabídky služeb cestovního ruchu vzhledem k aktuálním potřebám trhu, rozvoji obce v návaznosti na využití potenciálu cestovního ruchu. V práci budou použity analytické metody historické, logické a komparační s využitím analýzy statistických údajů a primárních dat získaných z dotazníkového šetření.

Metodika práce:

Diplomová práce je zaměřena na analýzu rozvoje dvou obcí na základě využití atraktivit v nabídce služeb cestovního ruchu. V rámci řešení práce budou hodnoceny současné služby, tj. vymezení nabídky a poptávky ve sledovaných obcích. Poslední analytická část se bude týkat dopadů podpor cestovního ruchu na produkci v regionu.

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Cíle a metodika, 3. Literární přehled, 4. Řešení problematiky, 5. Provedení analýzy, 6. Návrhová část, 7. Závěr, 8. Resumé, 9. Použitá literatura, 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **50 - 60**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

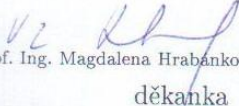
Seznam odborné literatury:

- JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M.: *Marketing služeb*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180s., ISBN 80-7169-995-0.
- KOTLER, P. - KELLER, K. L.: *Marketing Management*. Prentice Hall; 12 edition. 816 s. ISBN: 978-0131457577.
- PARMOVÁ, D.: *Řízení služeb: přednášky*. 1.vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta, 2004. 96 s., ISBN 80-7040-673-9.
- BERÁNEK, J. - KOTEK, P.: *Řízení hotelového provozu*. 3., přeprac. vyd.. Praha : MAG ConsultingGrada Publishing, 2003. 218 s. ISBN 80-86724-00-X.
- PARMOVÁ, D. - PARMOVÁ, D.: *Provoz služeb v cestovním ruchu*. 1. vyd.. - České Budějovice : Jihočeská univerzita, 2003 - 77, 84 s. ISBN 80-7040-611-9.
- KESNER a kol.: *Management kulturního cestovního ruchu*. Praha: MMR ČR 2008, 183 s., bez ISBN.
- HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : Grada, c2003 - 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
- COT Business (časopis)*


Vedoucí diplomové práce: **Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová**
Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova

Datum zadání diplomové práce: **18. února 2010**

Termín odevzdání diplomové práce: **16. dubna 2011**


prof. Ing. Magdalena Hrabanková, CSc., prof.h.c.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (1)
370 05 České Budějovice


doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 25. března 2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Komparace nabídky služeb a jejich vliv na místní rozvoj ve zvolených obcích – Český Krumlov, Vimperk“ vypracoval samostatně, na základě vlastních zjištění a za použití materiálů, které uvádím v seznamu literatury a zdrojů.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě Ekonomickou fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly, v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb., zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Poděbradech dne 28. dubna 2011

.....

Vlastislav Sýkora

Poděkování

Rád bych poděkoval paní Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za odborné vedení a cenné rady a připomínky, které mi pomohly při zpracování této práce. Dále děkuji pracovníkům turistických informačních center ve Vimperku a v Českém Krumlově za poskytnutí potřebných informací a v neposlední řadě děkuji všem dalším spolupracovníkům, kteří pomáhali s vypracováním této práce.

Zvláštní díky patří mé rodině a přátelům, kteří šli tuto životní etapu se mnou.

Abstrakt:

Předmětem diplomové práce je analyzovat rozvoj dvou obcí na základě využití atraktivit v nabídce cestovního ruchu. První část je zaměřena na hodnocení strany poptávky a strany nabídky služeb cestovního ruchu ve sledovaných obcích a jejich vliv na místní rozvoj na základě definovaných primárních a sekundárních potenciálů. Ve druhé části jsou popsány možnosti podpor cestovního ruchu pro sledované obce a jejich dopady na produkci v regionu včetně popisu úspěšně realizovaných či probíhajících projektů, které mají vliv na socioekonomický rozvoj obcí.

Klíčová slova:

Cestovní ruch, regionální rozvoj, multiplikátor cestovního ruchu, služby cestovního ruchu, financování cestovního ruchu, operační programy

Abstract:

The goal of this thesis is to analyse development of two municipalities through the usage of attractions in the tourism industry. The first part focuses on the evaluation of demand side and supply side of tourism services and their impact on local development based on defined primary and secondary potentials in selected municipalities. The second part describes the options of utilization of funding programmes for tourism industry in selected municipalities and their impact on production in the region, including description of successfully completed or on-going projects that have an impact on the socio-economic development of municipalities.

Keywords:

Tourism, regional development, tourism multiplier, tourism services, tourism funding, operational programmes

Obsah

I. ÚVOD.....	- 7 -
II. LITERÁRNÍ PŘEHLED.....	- 9 -
1. ANALÝZA PROBLEMATIKY CESTOVNÍHO RUCHU	- 9 -
1.1. CELOSVĚTOVÉ TRENDY VE VÝVOJI CESTOVNÍHO RUCHU	- 13 -
1.2. VÝZNAM CESTOVNÍHO RUCHU PRO NÁRODNÍ EKONOMIKU.....	- 18 -
1.3. POSTAVENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V EKONOMICE ČR.....	- 20 -
1.4. TRH V CESTOVNÍM RUCHU	- 22 -
2. SLUŽBY KOMUNÁLNÍ A SLUŽBY CESTOVNÍHO RUCHU	- 26 -
2.1. MARKETINGOVÝ PŘÍSTUP KE SLUŽBÁM.....	- 27 -
2.2. SLUŽBY CESTOVNÍHO RUCHU	- 28 -
3. REGIONÁLNÍ ROZVOJ A CESTOVNÍ RUCH.....	- 31 -
3.1. ZÁKLADNÍ POJMY	- 31 -
3.1.1. <i>Regionální (destinační) management</i>	- 31 -
3.1.2. <i>Regionální rozvoj</i>	- 33 -
3.2. POSTAVENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V REGIONU.....	- 35 -
3.3. POSTAVENÍ OBCE V KONKURENČNÍM PROSTŘEDÍ A URČENÍ POTENCIÁLU ČR.....	- 37 -
3.4. MOŽNOSTI FINANCOVÁNÍ CESTOVNÍHO RUCHU Z EVROPSKÝCH FONDŮ V LETECH 2007–2013 .-	38 -
3.4.1. <i>Integrovaný operační program (IOP)</i>	- 38 -
3.4.2. <i>Regionální operační programy (ROP)</i>	- 39 -
3.4.3. <i>Programy přeshraniční spolupráce</i>	- 39 -
3.4.4. <i>Program rozvoje venkova (PRV)</i>	- 40 -
3.5. STRATEGIE REGIONÁLNÍHO ROZVOJE ČESKÉ REPUBLIKY 2007-2013	- 40 -
3.6. KONCEPCE STÁTNÍ POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU	- 41 -
3.7. MULTIPLIKÁTOR CESTOVNÍHO RUCHU	- 42 -
III. METODIKA A CÍL PRÁCE	- 45 -
IV. VLASTNÍ PRÁCE	- 47 -
4. SITUAČNÍ ANALÝZA.....	- 47 -
4.1. VYMEZENÍ A POPIS REGIONU JIHOČESKÉHO KRAJE	- 47 -
4.2. CESTOVNÍ RUCH V JIHOČESKÉM KRAJI	- 48 -
4.3. MONITORING DOMÁCÍHO CESTOVNÍHO RUCHU	- 51 -

4.3.1. Šumava,	- 52 -
4.3.2. Jižní Čechy,	- 53 -
4.4. CHARAKTERISTIKA MĚSTA VIMPERK.....	- 55 -
4.5. ANALÝZA NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU VE VIMPERKU	- 55 -
4.6. CHARAKTERISTIKA MĚSTA ČESKÝ KRUMLOV.....	- 59 -
4.7. ANALÝZA NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉM KRUMLOVĚ.....	- 59 -
4.8. SWOT ANALÝZA SLEDOVANÝCH OBCÍ	- 63 -
4.9. ZHODNOCENÍ SITUACE CESTOVNÍHO RUCHU – VIMPERK.....	- 72 -
4.10. ZHODNOCENÍ SITUACE CESTOVNÍHO RUCHU – ČESKÝ KRUMLOV.....	- 73 -
5. PODPORY CESTOVNÍHO RUCHU VE SLEDOVANÝCH OBCÍCH.....	- 76 -
V. ZÁVĚR.....	- 86 -
VI. SUMMARY	- 90 -
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	- 91 -
SEZNAM OBRÁZKŮ.....	- 98 -
SEZNAM TABULEK.....	- 99 -
SEZNAM PŘÍLOH	- 100 -

I. Úvod

Cestovní ruch patří mezi klíčové prvky národní ekonomiky a zároveň patří mezi nejrychleji se rozvíjející ekonomická odvětví. Už dlouhou dobou není cestovní ruch pouze výsada bohatých vrstev, ale s růstem životní úrovně obyvatel, s přibývajícím volným časem a motivací cestovat se cestovní ruch stává stále přístupnější a atraktivnější pro širší okruh lidí. Cestování se stalo běžnou součástí životního stylu a s ohledem na předpokládaný růst životní úrovně, fondu volného času a k celkové očekávané ekonomické prosperitě dnes není pochyb o tom, že cestovní ruch je jeden z nejvýznamnějších fenoménů 21. století (ne-li ten nejvýznamnější). V cestovním ruchu tak panuje vysoká konkurence, ať už mezinárodní nebo místní, a vnější prostředí klade na poskytovatele služeb či provozovatele atraktivit vysoké požadavky. Pro turistické regiony je potřeba definovat jejich typický druh cestovního ruchu, který je bude odlišovat od jiných regionů a vytvoří tak jednotnou image a prezentaci pro marketingové účely. Pro regiony je pak také snazší konkretizovat priority a cíle cestovního ruchu a vytvářet strategie a plány.

Cestovní ruch je také nástroj, který přispívá k rozvoji regionů. Ovlivňuje příliv investic, podílí se na zlepšování infrastruktury, růstu zaměstnanosti, kvalifikaci pracovní síly, zlepšování ubytovacích a stravovacích zařízení, má vliv na utváření krajiny. Cestovní ruch jako odvětví národní ekonomiky je charakteristické tím, že vyvolává pozitivní a negativní efekty i v jiných oblastech, tzv. multiplikační efekt. Metodou pro identifikaci ekonomického významu cestovního ruchu v regionu je multiplikátor. Tato metoda vyjadřuje změnu sledované proměnné, která je vyvolaná změnou ve výdajích cestovního ruchu. Touto metodou se hodnotí převážně vliv investic v regionu v rámci cestovního ruchu.

Pokud existuje snaha ze strany soukromých či veřejných subjektů o rozvoj cestovního ruchu v regionu, je nezbytné, aby tento region měl určitý potenciál. V oblasti cestovního ruchu jde hlavně o ty faktory, které vyvolají zájem účastníka cestovního ruchu o návštěvu destinace. Tyto předpoklady jsou vhodný přírodní a kulturní potenciál tvořený antropogenními a přírodními atraktivitami.

Česká republika získala vstupem do Evropské unie možnost čerpat finance z evropských fondů, což představuje dnes již nepostradatelný nástroj a výhodu. A nejsou to jen finance z evropských fondů, ale i z rozpočtů obce a či státu, které motivují podnikatele v cestovním ruchu k vytváření investičních a neinvestičních projektů. Toto je významná příležitost jak pro celý stát (potažmo oblast cestovního ruchu), tak i pro veřejné a soukromé

subjekty. Tyto subjekty mohou získat předtím nedosažitelné množství finančních prostředků na realizaci svých projektů. Projekty přispívají k socioekonomickému rozvoji obce, regionu a celé země. Pomáhají zvyšovat regionální zaměstnanost, zkvalitňovat služby cestovního ruchu a celkově zlepšovat úroveň celého regionu.

Právě konkrétní porovnání multiplikačního efektu, dopadů podpor, kvality služeb cestovního ruchu, primárního a sekundárního potenciálu cestovního ruchu a jiných faktorů, které je součástí a cílem diplomové práce, dává možnost zhodnotit, jak jsou regiony, resp. dvě sledované obce schopné využívat potenciálu cestovního ruchu a dopadů podpor cestovního ruchu pro celkový místní rozvoj.

První část práce je věnována problematice cestovního ruchu s využitím aktuálních dat, které pomáhají předpovídat budoucí rozvoj a určovat nynější trendy v cestovním ruchu. Součástí je text o významu cestovního ruchu pro národní ekonomiku a také kapitola o trhu cestovního ruchu s popisem fungování nabídky a poptávky v cestovním ruchu, efektů cestovního ruchu na místní trh a faktorů ovlivňujících trh cestovního ruchu.

Druhá kapitola se zabývá službami komunálními a službami cestovního ruchu. Popisuje růst sféry služeb a její rozsáhlost, uvedena je zde základní klasifikace služeb. Následně je uvedena charakteristika potřeby a spotřeby v cestovním ruchu, komplexnost služeb cestovního ruchu a jejich další klasifikace.

Třetí část podrobně rozvíjí roli destinačního managementu v regionu, fungování regionálního managementu a formy a možnosti řízení regionu. Dále je důležitý popis postavení cestovního ruchu v regionu s odpověďmi na otázky, co podmiňuje vznik a rozvoj cestovního ruchu v regionu. Jsou zde také uvedeny možnosti financování cestovního ruchu z evropských fondů pro roky 2007–2013 a popis Strategie regionálního rozvoje České republiky 2007–2013 a v neposlední řadě detailnější pohled na multiplikační efekt cestovního ruchu.

Praktická část se věnuje situační analýze, vymezení a popisu Jihočeského kraje, turistických regionů Jižní Čechy a Šumava a konkrétněji se už věnuje sledovaným obcím Vimperk a Český Krumlov. Analyzuje stranu poptávky a nabídky v obou obcích a byla provedena podrobná S-W a O-T analýza pro obě města zvlášť a z jejich porovnání vyvozené závěry a doporučení.

Poslední kapitola se zabývá možnostmi čerpání a využívání dotačních programů jak EU, tak i jiných zdrojů s praktickým pohledem na dopady využívání finančních prostředků z těchto programů v obou sledovaných obcích.

II. Literární přehled

1. Analýza problematiky cestovního ruchu

Mnoho autorů při pokusu o definování cestovního ruchu používá slovo „fenomén“. Uvést lze příklad z definice od **CzechTourismu¹ (2003)**: *Cestovní ruch je fenoménem, který má mnoho vazeb na nejrůznější oblasti lidské činnosti.* **Hesková, M. (2006)** shrnuje tyto názory tím, že cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí.

Seifertová, V. (2003) předpovídá, že průmysl cestovního ruchu se v nejbližší době stane nejvýznamnějším odvětvím světové ekonomiky. Již dnes generuje významný podíl celosvětového hospodářského produktu, je zdrojem podnikatelských příležitostí, významný faktor zaměstnanosti, působí příznivě na rozvoj územních celků, regionů apod.

Francová, E. (2003) také chápe cestovní ruch jako významnou, dynamicky se rozvíjející součást světového hospodářství. Autorka si ovšem uvědomuje, že cestování také přináší celou řadu problémů, které lze označit za sociálně nežádoucí. V některých případech jsou cesty zaměřeny na snadnější získání alkoholu a drog. Turistika může v negativním smyslu ovlivňovat rozvoj hazardních her (kasino) či prostituce. V neposlední řadě dochází ke zneužívání místních výhod pramenících z lokálních nedostatků ekonomických (nízké ceny), sociálních (nezaměstnanost, nízká životní úroveň), legislativních (chybějící nebo špatné zákony v dané zemi).

Petrů, Z. (1999) a **Francová, E. (2003)** se shodují, že cestovní ruch, pokud jde o jeho původní význam, lze považovat za jiný výraz pro cestování. Cestovní ruch je postupně spojován s využitím volného času, s poznáváním a rekreací.

Pro upřesnění terminologie **Hesková, M. (2003)** upozorňuje na jiné pojmy, které se používají ve spojení s cestovním ruchem, např. zotavení, rekreace, turistika, případně další, které však nejsou synonymem pojmu cestovní ruch ani v případě, že jsou vykonávány ve volném čase a mimo místo trvalého bydliště. Synonymem pojmu cestovní ruch je však stále více používaný termín turismus, který téměř identicky používají světové jazyky.

¹ Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism je státní příspěvkovou organizací Ministerstva pro místní rozvoj České republiky. Byla zřízena v roce 1993 za účelem propagace České republiky jako atraktivní turistické destinace na zahraničním a od roku 2003 také na domácím trhu.

Petrů, Z. (1999) pokračuje v charakteristice předložením faktu, že vznik a další rozvoj cestovního ruchu je projevem hlavně dvou lidských potřeb, a to potřeby rekreace, tj. oddychu (odpočinku), a potřeby bezprostředního poznávání.

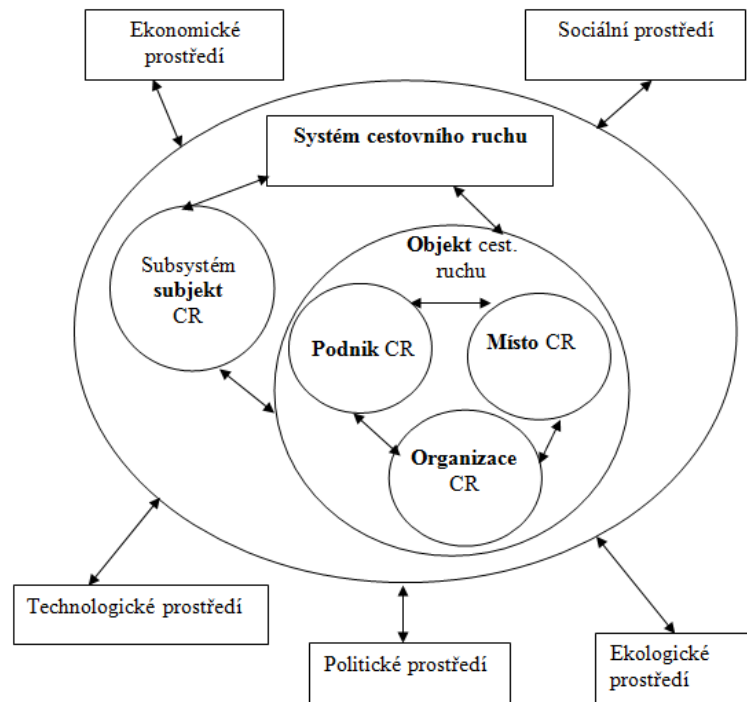
Cestovní ruch nevznikl tedy pouze z touhy člověka spatřit přírodní krásy a historické památky, ani v důsledku migračního pudu lidí; vznikl na základě určitého stupně vývoje, zejména materiálních podmínek života společnosti. Rozvoj výrobních sil s sebou nepřinesl pouze vznik potřeb vyvolávajících cestovní ruch, ale současně vytvořil i základní podmínky pro uspokojování těchto potřeb.

Houška, P. (2007) k debatě o rozvoji cestovního ruchu dodává, že na rozvoj cestovního ruchu působí především vnější vlivy, tj. faktory, které nesouvisí přímo s cestovním ruchem, ale do značné míry ovlivňují poptávku po cestovním ruchu. Tyto vnější vlivy se mohou rozdělit do několika základních oblastí: demografické a sociální vlivy, ekonomické vlivy, politické a legislativní vlivy, technické vlivy.

Parmová, D. (2003) doplňuje, že pod pojmem cestovní ruch se dnes rozumí celkový pobyt mimo stálé bydliště, který slouží především k odpočinku, návštěvě přírodních krás, kulturních památek, sportu nebo jiným požitkům a s tím spojené cestování. Tato zkrácená definice ze zákona o cestovním ruchu je dokladem, že člověk – subjekt cestovního ruchu – mění zcela dobrovolně a převážně pro své potěšení svůj pobyt a navštěvuje objekty cestovního ruchu mimo své obvyklé bydliště.

Hesková, M. (2006) a **Parmová, D. (2003)** se shodují na tom, že cestovní ruch lze chápat jako systém. Hesková, M. konkretizuje, že jde o otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystemy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu včetně vzájemných vazeb. Tyto vazby existují i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří okolí – vnější prostředí. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí.

Obrázek 1 - Struktura systému cestovního ruchu podle Clauda Kaspara (1986)



Zdroj: Parmová, D. *Provoz služeb v cestovním ruchu*. 1. vydání. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 2003. 175 s. ISBN 80-7040-611-9.

Subjekt cestovního ruchu reprezentuje účastník cestovního ruchu. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu.

Objektem cestovního ruchu je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je tak nositelem nabídky. **Hesková, M. (2006)**

Podle **Malá, V. (1999)** je však cestování nejen stále výraznější složkou spotřeby obyvatelstva, ale stále více se stává i výrazným ekonomickým fenoménem. Aby účast na cestovním ruchu mohla být vůbec realizována, je jí třeba zabezpečit širokou škálou ekonomických činností (služeb a zboží). To vyplývá ze skutečnosti, že účast na cestovním ruchu je realizována mimo trvalé bydliště. Do míst cestovního ruchu se lidé musejí přepravit, musí jim být vytvořeny podmínky pro jejich pobyt, i pro samotné využití volného času, které je vlastním motivem účasti na cestovním ruchu. Tím se cestovní ruch stává i důležitou oblastí podnikatelských příležitostí a zároveň i faktorem rozvoje regionálních celků, národních ekonomik i ekonomiky světové.

Z výše uvedeného vyplývá, že cestovní ruch je složitým sociálně ekonomickým jevem, který se dotýká celé řasy základních ekonomických i mimoekonomických procesů společnosti. Je jevem mnohostranným i průřezovým, který se stává stále významnější složkou

spotřeby obyvatelstva i stále důležitějším faktorem rozvoje národních ekonomik i ekonomiky světové.

Složitost, mnohooborovost a průřezovost cestovního ruchu pak podle **Malá, V. (1999)** činí obtížným i jeho přesné a z hlediska teorie i praxe jednotné definování. Celý dosavadní vývoj definování tohoto jevu je toho důkazem.

V průběhu vývoje cestovního ruchu jako společensko ekonomického jevu, se mění i přístup k jeho definování a vymezení.

Shrneme-li však podstatné stránky cestovního ruchu v dostatečné míře všeobecnosti (což jsou základní atributy jakékoliv definice), je nutno uvést alespoň tyto základní rysy cestovního ruchu:

- dočasnost změny místo bydliště a dočasnost pobytu mimo něj,
- nevýdělečný charakter cesty a pobytu (jsou obvykle realizovány ve volném čase),
- vztahy mezi lidmi, jež cestovní ruch vyvolává.

Hrabánková, M., Hájek, T. (2002) z jiného pohledu poznamenávají, že definice cestovního ruchu vždy ve svých různých variantách obsahuje:

- prostorové vymezení vůči obvyklému prostředí dané osoby (cestovní ruch vždy zahrnuje cestování)
- motivační vymezení (formy cestovního ruchu) a jevové vymezení z různých hledisek (druhy cestovního ruchu). Základními motivacemi cestovního ruchu jsou odpočinek, poznávání prostředí a kontakty s lidmi. Z hlediska druhové typologizace jmenujeme například CR organizovaný, neorganizovaný; individuální, skupinový; krátkodobý, dlouhodobý; domácí, zahraniční, mezinárodní; atd.
- vazbu na čas, a to ve dvojitým smyslu: na čas tzv. volný a na čas strávený mimo obvyklé prostředí účastníka cestovního ruchu

Malá, V. (1999) zakončuje výčet definic cestovního ruchu dnes tou nejpoužívanější, vytvořenou Mezinárodní organizací cestovního ruchu (WTO) na konferenci v Ottavě v roce 1991, kde byl cestovní ruch definován jako „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší než je stanoveno ², přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.^{3 4}“

² U mezinárodního cestovního ruchu tato doba činí 1 rok, u domácího 6 měsíců.

³ Jiný účel cesty než vykonávání výdělečné činnosti v definici znamená, že výdělečná činnost není v navštíveném místě založena na trvalém či přechodném pracovním poměru.

⁴ Pramen „definice: International Conference on Travel and Tourism Statistics, Conference Resolutions WTO, Madrid, July 1991.

Výše uvedená definice z pojmu cestovní ruch vylučuje:

- cesty v rámci místa trvalého bydliště
- pravidelné cesty do zahraničí
- dočasné přistěhování za prací
- dlouhodobé migrace

Hesková, M. (2003) doplňuje, že stanovenou dobou se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu šest měsíců. Výdělečná činnost není v navštíveném místě založená na trvalém nebo přechodném pracovním poměru, ale to nevylučuje služební, obchodní a podobné cesty s pracovní motivací hrazené z titulu pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště anebo firmy.

Pro toto pojetí cestovního ruchu je podstatné, že se jedná o změnu místa, dočasnost pobytu i o nevýdělečnou činnost v navštíveném místě.

Zmíněná konference také rozlišila tři kategorie cestovního ruchu:

1. Vnitřní (internal tourism), zahrnuje domácí cestovní ruch (domestic tourism), tj. cestování obyvatel v rámci vlastní země, a příjezdový cestovní ruch (inbound tourism), návštěvy cizinců v dané zemi.
2. Národní (national tourism), návštěvy obyvatel dané země v cizině.
3. Mezinárodní (international tourism), rozlišuje se příjezdový zahraniční cestovní ruch a výjezdový zahraniční cestovní ruch **Foret, M., Foretová, V. (2001)**.

Hesková, M. (1997) souhlasí s pozitivním výhledem rozvoje cestovního ruchu, upozorňuje ovšem na fakt, že cestovní ruch nedospěje k vysoké efektivnosti pouhým samospádem. Je třeba vytvářet strategicky optimální podmínky rozvoje CR, zejména u aktivního zahraničního turizmu, kde případnou prosperitu je nutno spojit s vydatnou konkurenční schopností, jež by měla pozice naší země v evropské a světové komerční nabídce výrazněji posílit.

Mezi podmínky budoucího rozvoje cestovního ruchu náleží na prvním místě materiální připravenost cestovního ruchu a hned za ní profesionální schopnost daný úsek účinně řídit.

1.1. Celosvětové trendy ve vývoji cestovního ruchu

Ročně vydávaná studie **UNWTO Tourism Highlights (2010)** popisuje, že díky postupnému otevírání se nových destinací které investovaly do rozvoje cestovního ruchu mění se tak moderní cestovní ruch na klíčovou hnací sílu socio-ekonomického rozvoje díky

vytváření nových pracovních míst a podnikatelských možností, modernizaci infrastruktury a ziskům z exportu. Příjezdový cestovní ruch se jako mezinárodně obchodovatelná služba stal jednou z nejhlavnějších obchodních kategorií. Celkové příjmy z vývozu vytvořené příjezdovým cestovním ruchem, včetně přepravy osob, překročily v roce 2009 jeden bilion dolarů, resp. tři miliardy dolarů denně. Vývozy z cestovního ruchu tvoří až 30% světového exportu komerčních služeb a 6% z celkového vývozu zboží a služeb. Jako vývozní kategorie se v celosvětovém měřítku cestovní ruch řadí na čtvrté místo za pohonné hmoty, chemikálie a výrobky automobilového průmyslu. Pro mnoho rozvojových zemí je cestovní ruch jedním z hlavních zdrojů devizových příjmů a stojí na prvním místě v exportu, vytvářející tolik potřebné pracovní místa a příležitosti pro rozvoj. Podíl cestovního ruchu na ekonomickou aktivitu celosvětově se odhaduje přibližně na 5 %. Příspěvek cestovního ruchu k zaměstnanosti je odhadován v řádu na 6 % – 7 % z celkového počtu celosvětových pracovních míst (přímé i nepřímé). Nejkomplexnější přístup, jak měřit ekonomický význam jak příjezdového, tak domácího cestovního ruchu v národním hospodářství, je přes satelitní účet cestovního ruchu (TSA – Tourism Satellite Account)⁵ jako doporučeného metodického rámce schváleného Statistickou komisí OSN.

Fojtáčková, H. (2005) doplňuje o určení hlavního důvodu pro zavedení satelitního účtu, jímž je zjištění přínosu cestovního ruchu pro jednotlivá odvětví národního hospodářství. Cestovní ruch zahrnuje např. i určitou část zemědělské výroby, protože produkuje suroviny pro výrobu potravin pro turisty, cestovní ruch přispívá i odvětvím jako je stavebnictví, doprava nebo telekomunikace. Díky cestovnímu ruchu je celková produkce těchto odvětví mnohem větší.

UNWTO *Tourism Highlights* (2010) upozorňuje na fakt, že ačkoliv mnoho zemí přijalo opatření k implementaci satelitního účtu, relativně málo z nich má k dispozici kompletní, porovnatelné výsledky. Znalosti a zkušenosti získané při výkonu zavádění satelitního účtu jistě přispěly k mnohem lepšímu pochopení významu cestovního ruchu v národních ekonomikách a umožňuje orientační aproximaci klíčových indikátorů. Na základě v současné době stále nekompletních informací ze zemí s dostupnými údaji se odhaduje, že cestovní ruch přispívá celosvětově k hrubému domácímu produktu přibližně 5%. Pro pokročilé, diverzifikované ekonomiky platí, že se podíl cestovního ruchu na HDP pohybuje přibližně od 2% u zemí s malým sektorem cestovního ruchu, až k více než 10% u zemí, kde

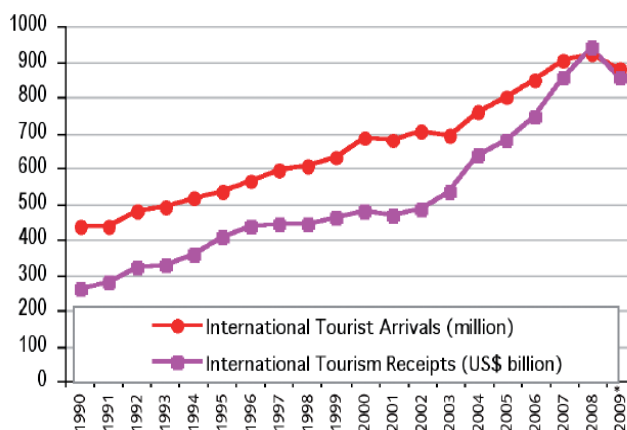
⁵ „Turistický satelitní účet je způsob statistického výkaznictví, který umožňuje získat celkový přehled o vlivu cestovního ruchu na ekonomiku státu v rovnováze s jinými odvětvími národního hospodářství.“ Definice podle UNWTO.

je cestovní ruch důležitým pilířem hospodářství. Význam cestovního ruchu je ještě větší na malých ostrovech a v rozvojových zemích, nebo ve specifických místních a regionálních destinacích, kde je cestovní ruch jedním z klíčových hospodářských odvětví.

Globální ekonomická recese zhoršená o nejistotu okolo pandemie chřipky A(H1N1) změnila rok 2009 na jeden z nejtěžších roků pro odvětví cestovního ruchu. Příjezdy zahraničních turistů za obchodem, odpočinkem a za jinými účely činily tento rok 880 milionů, což odpovídá celosvětovému poklesu o 4,2%. Nárůst se objevil v posledním čtvrtletí roku 2009 po 14 měsících negativních výsledků. Dvouprocentní vzestup zaregistrovaný v posledním čtvrtletí roku 2009 kontrastuje s poklesy o 10%, 7%, resp. 2% zaznamenanými v prvních třech čtvrtletích. Regiony Asie a Tichomoří a Blízký východ zaznamenaly návrat k pozitivnímu růstu už během druhé poloviny roku 2009.

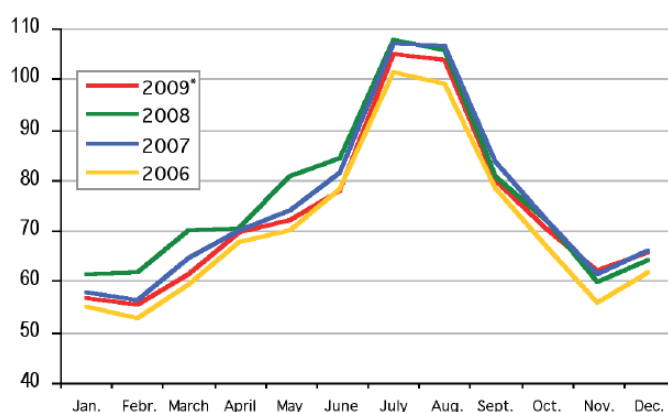
S výjimkou Afriky, která se vymykala celosvětovému trendu díky 3 % nárůstu, zažily všechny zbylé regiony negativní trend. Nejpostiženějšími regiony byly Evropa (-6%), Blízký východ (-5%) a Severní a Jižní Amerika (-5%). Asie a Tichomoří dosáhly nejpůsobivějšího oživení ze 7 % poklesu mezi lednem až červnem na 4% nárůst ve druhé polovině roku, končící tak celoroční bilanci s 2 % poklesem.

Obrázek 2 - Příjezdový cestovní ruch 1990 - 2009



Zdroj: Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO)

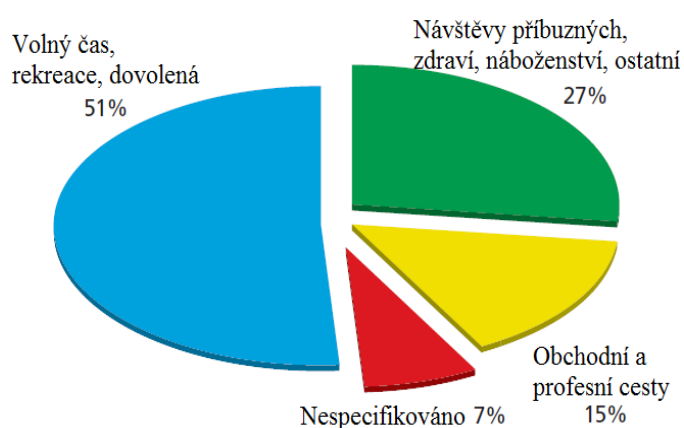
Obrázek 3 - Příjezdový cestovní ruch měsíčně (v milionech)



Zdroj: Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO)

UNWTO (2010) dále pokračuje popisem, že cestování za volným časem, rekreací a strávení dovolené představovaly téměř polovinu všech příjezdů zahraničních turistů v roce 2009 (51%, 446 milionů příjezdů). Asi 15% mezinárodních turistů hlásilo cestování pro obchodní a profesní účely a dalších 27% cestovalo pro specifické účely, jako jsou návštěvy přátel a příbuzných, náboženské důvody a poutě, zdravotní péče, atd. Cíle návštěvy u zbývajících 7% nebyly specifikovány. Mírně přes polovinu cestujících dorazilo na místo letecky (53%), zatímco zbytek cestoval po povrchu (47%) – po silnici (39%), železnici (3%) nebo po vodě (5%). V průběhu doby se trend využívání letecké dopravy zvyšoval rychlejším tempem než u pozemní dopravy, což znamená, že se podíl cest letadlem postupně stále zvyšuje.

Obrázek 4 - Příjezdový cestovní ruch podle účelu návštěvy, 2009

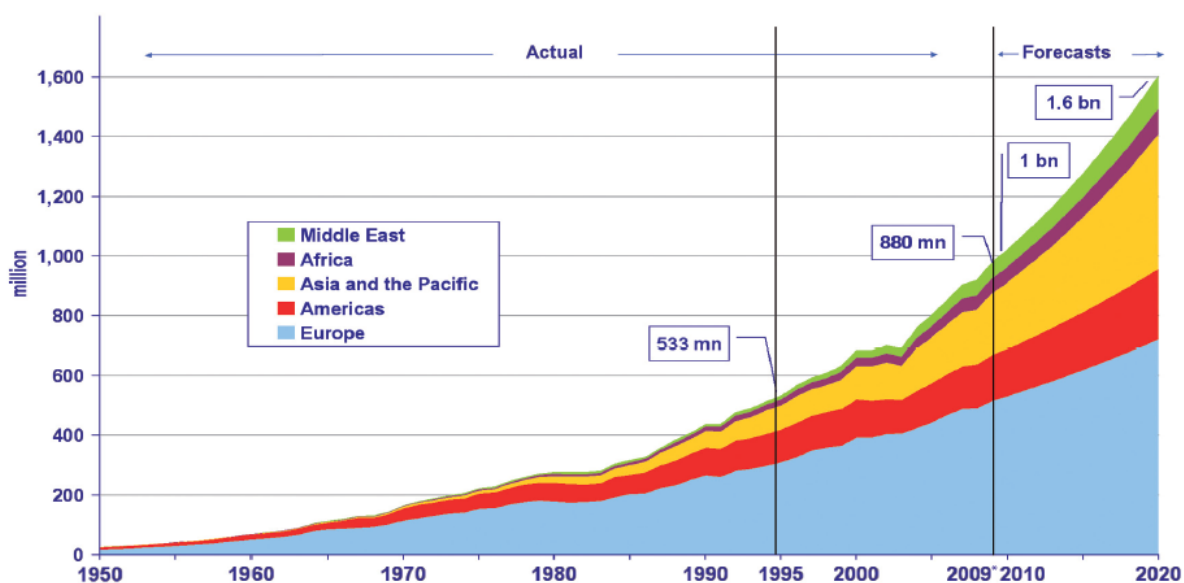


Zdroj: vlastní zpracování, data: Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO)

Vize Tourism 2020 Vision zpracovaná UNWTO do roku 2020 předpovídá, že mezinárodní příjezdy do roku 2020 dosáhnou téměř 1,6 miliard. Z těchto bude 1,2 miliardy

intraregionálních a 0,4 miliard cest na větší vzdálenost. V regionech Asie a Tichomoří, Jižní Asie, Blízký východ a Afrika se očekává růst o více než 5% ročně, ve srovnání s celosvětovým průměrem 4,1%. Pro vyspělejší regiony Evropy a obě Ameriky se počítá s podprůměrným růstem. Evropa bude udržovat největší podíl světových příjezdů, ačkoli se tento podíl bude snižovat z 60% v roce 1995 na 46% do roku 2020. Počet celkových příjezdů turistů v roce 2020 ukazuje, že na prvních třech místech bude Evropa (717 milionů turistů), východní Asie (397 milionů) a obě Ameriky (282 milionů), následovanými Afrikou, Blízkým východem a jižní Asií. www.unwto.org (13.11.2010)

Obrázek 5 - Mezinárodní příjezdy podle regionu (v milionech)



Zdroj: Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO)

Pravidelně vydávaný dokument *Barometr cestovního ruchu UNWTO (2010)* předkládá informaci o výsledcích za měsíc říjen roku 2010 o mezinárodních příjezdech turistů, které potvrzují, že mezinárodní cestovní ruch pokračuje ve svém zotavování se z úpadku činícího -4,2%, který jej zasáhl jako důsledek finanční krize. Počet mezinárodních příjezdů dosáhl stejného vrcholu, jako ve stejném období před krizí v roce 2008. Na základě měsíčních a čtvrtletních dat dostupných ze 150 zemí je odhadováno 642 milionů mezinárodních příjezdů za období mezi lednem a srpem roku 2010. Toto číslo představuje 7 % nárůst (o 40 milionů) za stejné období v roce 2009 a o jeden milion vyšší, než v roce 2008 (opět za stejné období). Na základě nynějších trendů se předpovídá vzrůst mezinárodních příjezdů o v rozmezí 5%-6% za celý rok. V roce 2011 se předpokládá nadálý růst ve zmíněném tempu průměrně o 4%.

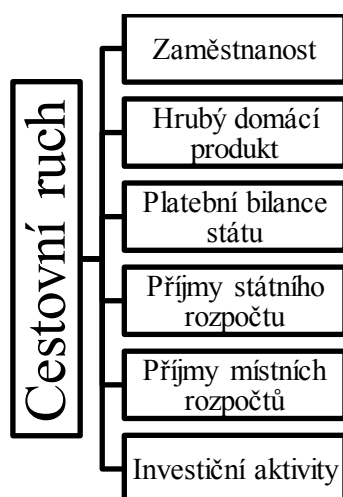
Zábranská, V. (2010) z CzechTourismu doplňuje tuto zprávu o fakt, že ačkoli je zde dobře patrné zlepšení oproti špatným výsledkům z roku 2009, je třeba brát v potaz, že porovnáváme s jedním z nejslabších období, které v průběhu krize nastalo. Celkově dosáhl počet příjezdů za první dva měsíce roku 119 miliónů, což představuje růst o 7% oproti roku 2009, ale přesto je toto číslo o 2% menší než za stejné období v roce 2008.

Barometr (2010) dále uvádí, že s ohledem na postupnou regeneraci mezinárodního cestovního ruchu zažívají rozvíjející se ekonomiky nejrychlejší nárůst příjmů z mezinárodního cestovního ruchu s vedoucí Brazílií (+54%), Ruskem (+26%) a Čínou (+22%). Příjmy ve vyspělých ekonomikách jsou střídmejší, přesto je zaznamenán mírný nárůst v USA (+3%), Itálii (+3%), Německu (+2%) a ve Francii (+2%), stejně tak narostly o 8% výdaje japonských turistů v zahraničí.

1.2. Význam cestovního ruchu pro národní ekonomiku

Podle **Houšky, P (2007)** je cestovní ruch ve světě považován 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.

Obrázek 6 - Působení cestovního ruchu na ekonomiku



Zdroj: vlastní zpracování

Hesková, M. (1997) potvrzuje významnost turizmu pro ekonomiku ve spojení cestovního ruchu s exportem. Cestovní ruch působí na vyrovnaní obchodní bilance státu.

Autorka dále tvrdí, že investice do cestovního ruchu jsou účinným nástrojem k vytváření většího počtu pracovních míst v mnoha odvětvích ekonomiky, např. komunikace, doprava, finance a informační technologie. Cestovní ruch vytváří pracovní příležitosti bez velkých investic. Díky tzv. multiplikačnímu efektu, každé pracovní místo vytvoří v průměru 1,5 až 2 pracovní příležitosti pro jeho potřeby (v rozvojových zemích dokonce okolo 4 až 6 pracovních míst).

Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007–2013 (2007) udává, že cestovní ruch je průřezovým odvětvím, které zahrnuje nejružnější služby a je napojeno na mnoho dalších hospodářských činností. Má dopad na taková odvětví jako je doprava, stavebnictví, kultura, maloobchod a na mnohá další odvětví, která vytváří produkty související s poskytováním služeb týkajících se volného času. Přestože v tomto odvětví působí i několik velkých podniků, převládají v něm především malé a střední podniky. Jedná se o odvětví sektoru služeb, který v ekonomikách některých států představuje až dvoutřetinový podíl na HDP. I v rámci služeb, které jako celek vykazují vysokou dynamiku, patří cestovní ruch k rychle rostoucím.

Dokument dále uvádí, že v 83 % zemí světa se odvětví cestovního ruchu řadí mezi pět odvětví s největším podílem na vývozu zboží a pro 38 % zemí světa pak představuje odvětví cestovního ruchu největší zdroj devizových příjmů.

Foret, M., Foretová, V. (2001) spatřují význam cestovního ruchu pro obec či region nejen ve známých přínosech *ekonomických*, ale také v obvykle méně uvědomovaných *komunikačních*.

- Druhotným produktem propagace cestovního ruchu je budování image města v očích návštěvníků i domácích obyvatel.
- Cestovní ruch pomáhá oslovení potenciálních investorů prostřednictvím místních památek, událostí a kulturních hodnot, činí z těchto hodnot významné nástroje hospodářského rozvoje a tím je vlastně ekonomicky zhodnocuje.
- Cestovní ruchu pomáhá oslovit potenciální zákazníky či spolupracovníky místních subjektů (nejen podniků, ale například i vysokých škol), napomáhá realizaci a prosazení rozvojových aktivit a projektů.

Cestovní ruch hraje důležitou roli v rozvoji většiny evropských regionů i krajů ČR. Infrastruktura vybudovaná pro účely cestovního ruchu přispívá k místnímu rozvoji a městské

obnově, jsou vytvářeny či udržovány pracovní příležitosti dokonce i v oblastech, kde dochází k úpadku průmyslu či venkova. Potřeba zvýšit přitažlivost regionů je pro stále více destinací a zúčastněných stran podnětem k zaměření se na udržitelnější a ekologičtější postupy a politiky. Udržitelný cestovní ruch hraje důležitou roli při zachování a posílení kulturního a přírodního dědictví ve stále větším počtu oblastí, od umění k místní gastronomii, řemeslům či ochraně biologické rozmanitosti. To vše má kladný dopad na vytváření pracovních příležitostí a přispívá k ekonomickému růstu. **Koncepce, (2007)**

K tématu udržitelnosti cestovního ruchu se také vyjadřují **Zelenka, J., Pásková, M. (2003)**, když tvrdí, že Cestovní ruch se především během 20. století stal masovým fenoménem a jeho masovost, působení industriálnějších kultur na kultury méně zaměřené na hmotné statky a s tím související způsoby spotřeby hmotných statků v cílových destinacích návštěvníky i doprava na stále rostoucí vzdálenosti a/také s rostoucí frekvencí vedly a povedou v budoucnu, pokud nedojde k zásadní změně v mnoha procesech s cestovním ruchem souvisejících, k výrazně nežádoucím globálním i lokálním vlivům na životní prostředí.

1.3. Postavení cestovního ruchu v ekonomice ČR

Česká republika má mimořádné předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu vzhledem ke svému kulturnímu a přírodnímu bohatství. Z hlediska mezinárodního cestovního ruchu hraje důležitou úlohu i její poloha ve středu Evropy a sousedství se zeměmi EU.

Význam cestovního ruchu můžeme podle **Koncepce (2007)** také deklarovat na výši devizových příjmů ČR z aktivního zahraničního (příjezdového) cestovního ruchu. V roce 2006 již počtvrté tyto příjmy překročily hranici 100 mld. Kč, nicméně se stále nedostaly na úroveň roku 2000, resp. 2001. Devizové příjmy z cestovního ruchu pozitivně ovlivňují platební bilanci ČR, zejména bilanci služeb. Pozitivní saldo devizových příjmů z cestovního ruchu (53 mld. Kč v roce 2006) zajišťuje kladnou bilanci služeb (podíl devizových příjmů z cestovního ruchu ve stejném roce činil 38 % všech devizových příjmů ze služeb) a přispívá tak k nižšímu deficitu platební bilance (na exportu se devizové příjmy z cestovního ruchu podílejí 5,3 %).

Nepopíratelný je význam cestovního ruchu na HDP země. Česká republika je v pořadí 66. ze 181 zemí ve výši podílu cestovního ruchu na HDP. Podíl cestovního ruchu na hrubém domácím produktu vykazuje od roku 2004 mírnou klesající tendenci, v rozmezí let 2003

až 2007 došlo v České republice ke snížení podílu cestovního ruchu na HDP z 3,4% na 2,9% **Nimrichterová, R. (2010).**

Dle odhadů World Travel&Tourism Council⁶ bude v roce 2010 cestovní ruch v České republice přispívat k tvorbě HDP 1,8% (týká se přímých vlivů cestovního ruchu) a 10,4% (přímé i nepřímé vlivy cestovního ruchu) **www.wttc.org (11.11.2010).**

Nimrichterová, R. (2010) dodává, že tento pokles je pravděpodobně dopadem ekonomické krize, která se na trhu cestovního ruchu začala projevovat teprve začátkem roku 2009. Díky ní došlo k poklesu návštěvnosti České republiky a počtu přenocování. Do České republiky přijelo v roce 2009 o 10% méně zahraničních turistů než v roce 2008, počet přenocování se v tomtéž období snížil o 11% a příjmy ze zahraničního cestovního ruchu klesly oproti předchozímu roku o 7%.

Houška, P. (2007) doplňuje, že pro národní ekonomiku je rovněž významný domácí cestovní ruch. Dle údajů ČSÚ byly dlouhodobě výdaje českých turistů cestujících do zahraničí na vyšší úrovni než jejich výdaje při cestování v ČR. Další zvýšení výdajů českých turistů na domácí cestovní ruch zvyšuje příjmy podnikatelského sektoru na úkor pasivního cestovního ruchu a pozitivně tak ovlivňuje platební bilanci ČR.

WTTC odhaduje, že cestovní ruch v České republice vytvoří v roce 2010 473.000 pracovních míst (v úvahu jsou brána i navazující odvětví na cestovní ruch), což činí 9,8% celkové zaměstnanosti a do roku 2010 se očekává vývoj zaměstnanost na 511.000 pracovních míst. **www.wttc.org (11.11.2010)**

Nimrichterová, R. (2010) odkazuje na Evropskou komisi, která uvádí, že v posledních letech byl růst zaměstnanosti v odvětví cestovního ruchu výrazně vyšší než v ostatních odvětvích ekonomiky. Cestovní ruch tak úspěšně napomáhá k naplnění lisabonského cíle, který spočívá ve vytváření více lepších pracovních míst. Tento strategický cíl Lisabonské strategie se Česká republika zavázala plnit v září roku 2005.

Hesková, M. (1997) v rozporu se současnými pozitivními předpoklady upozorňuje na stále trvající značné rezervy v aktivním cestovním ruchu, kde naše země zatím nedokázala cizím turistům důrazněji nabídnout i jiné zajímavé regionální lokality, kromě lokalit tradičních (Praha, Karlovy Vary, Karlštejn, Krkonoše atd.). Někdy není tato nabídka připravena na dostatečné kvalitativní úrovni z hlediska materiálního, ale za jisté omezení je třeba pokládat i fakt, že tato nabídka není připravena na adekvátní profesionální úrovni, zejména z hlediska prezentace produktivity a reklamy.

⁶ Dále jen WTTC

Přehled vývoje zájmu o Českou republiku ozřejmují **Foret, M., Foretová, V. (2001)**. Podle nich zatímco klesá počet a podíl návštěvníků Prahy, která stále zůstává naším nejčastěji navštěvovaným místem, zvyšují se jejich počty a podíly v ostatních krajích, zejména ve východních Čechách a na severní Moravě.

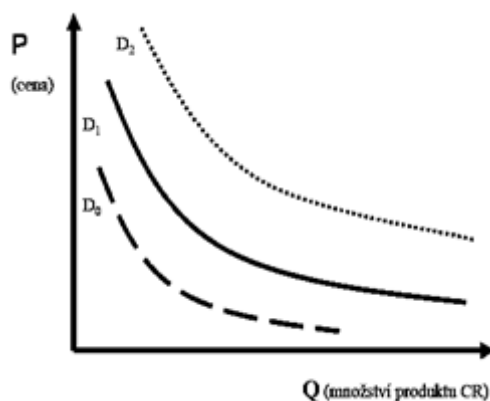
Pozitivní na zájmu o Českou republiku je, že narůstají příjmy z cestovního ruchu a prodlužuje se doba pobytu návštěvníků.

1.4. Trh v cestovním ruchu

Orieška, J. (1999) trhem cestovního ruchu rozumí souhrn směnných vztahů mezi subjekty prodávajícími zboží a služby cestovního ruchu (představujícími nabídku) a subjekty kupujícími zboží a služby cestovního ruchu (představujícími poptávku). Tentýž autor dále pokračuje, že trh cestovního ruchu je specifickou, relativně samostatnou součástí trhu zboží. Jeho zvláštností je, že se na něm prodávají především služby.

Autoři zabývající se problematikou trhu cestovního ruchu se shodují na tom, že jednoduše charakterizovat trh tak rozsáhlého odvětví je nesmírně obtížné. **Zelenka, J. (2004)** proto upozorňuje, že níže uvedené je nutné chápat pouze jako uvedení některých význačných rysů a trendů. Pro CR je charakteristický obecně (nemusí platit pro vybrané destinace a nejzatíženější letecké spoje) výrazný převis nabídky nad poptávkou, což lze sledovat např. v obsazenosti ubytovacích zařízení, míře využití zájezdů a šíři nabídky zájezdů v poslední moment. Obecně je závislost ceny na množství poptávaného zboží vystižena na obr. 7 – cena zboží klesá s jeho nabízeným množstvím.

Obrázek 7 - Závislost ceny na množství poptávaného množství



Zdroj: Zelenka, J. (2004), převzato z: ZELENKÁ J., PÁSKOVÁ M.: Výkladový slovník cestovního ruchu, ÚUR 2002

Seifertová, V. (2003) určuje příčiny vyvolávající změny jak na straně nabídky, tak na straně poptávky. Mezi trendy, které nejvíce ovlivňují **poptávku**, patří:

- měnící se věková struktura obyvatelstva, stárnutí populace,
- změny ve struktuře domácností, nástup ženského fenoménu až po celkové změny v životním stylu. Lidé věnují stále větší pozornost a důraz celkové kondici, vzhledu, zdravému životnímu stylu, sportovnímu vyžití, návratu k přírodě, relaxaci atd. To vše ovlivňuje formování stále náročnější poptávky po specializovaných možnostech cestování.

K výrazným trendům na straně **nabídky** patří:

- vytváření nejrůznějších balíčků služeb, nabízejících stimulační cestování, víkendové pobyty a tzv. minidovolené, orientace na cestující ženy, důraz na kondici a zdravou výživu, pobyty umožňující vzdělávání, vyšší nároky na komfort poskytovaných služeb.

Hesková, M. (2006) doplňuje k analýze poptávky (a samozřejmě i nabídky), že trh cestovního ruchu je značně diferencován. Poptávka po cestovním ruchu představuje ochotu účastníků cestovního ruchu zaměnit určité množství produktů cestovního ruchu za určité množství peněz, tj. nakoupit tyto produkty za peníze. Trh cestovního ruchu se spojuje s jevem označovaným jako cenová elasticita. Výzkumné studie ukazují, že zákazníci spojují vyšší ceny s vyšší kvalitou služeb a zařízení. Platí to především v případě, když zákazníci nemají dostatečné informace nebo předchozí zkušenosti, služby vnímají jako komplex, někdy mohou podléhat i tzv. snobismu či společenské prestiži. V případě malých cenových rozdílů zákazník při výběru služby inklinuje ke službě dražší.

O efektech, které má cestovní ruch na místní trh, píše **Žerníčková, I. (2009)**. Tyto efekty jsou buď pozitivní, nebo negativní. Autorka čerpá ze studie *Economic Impacts of Tourism* od Stynese, D. (1997). Ten rozděluje efekty cestovního ruchu na dvě skupiny:

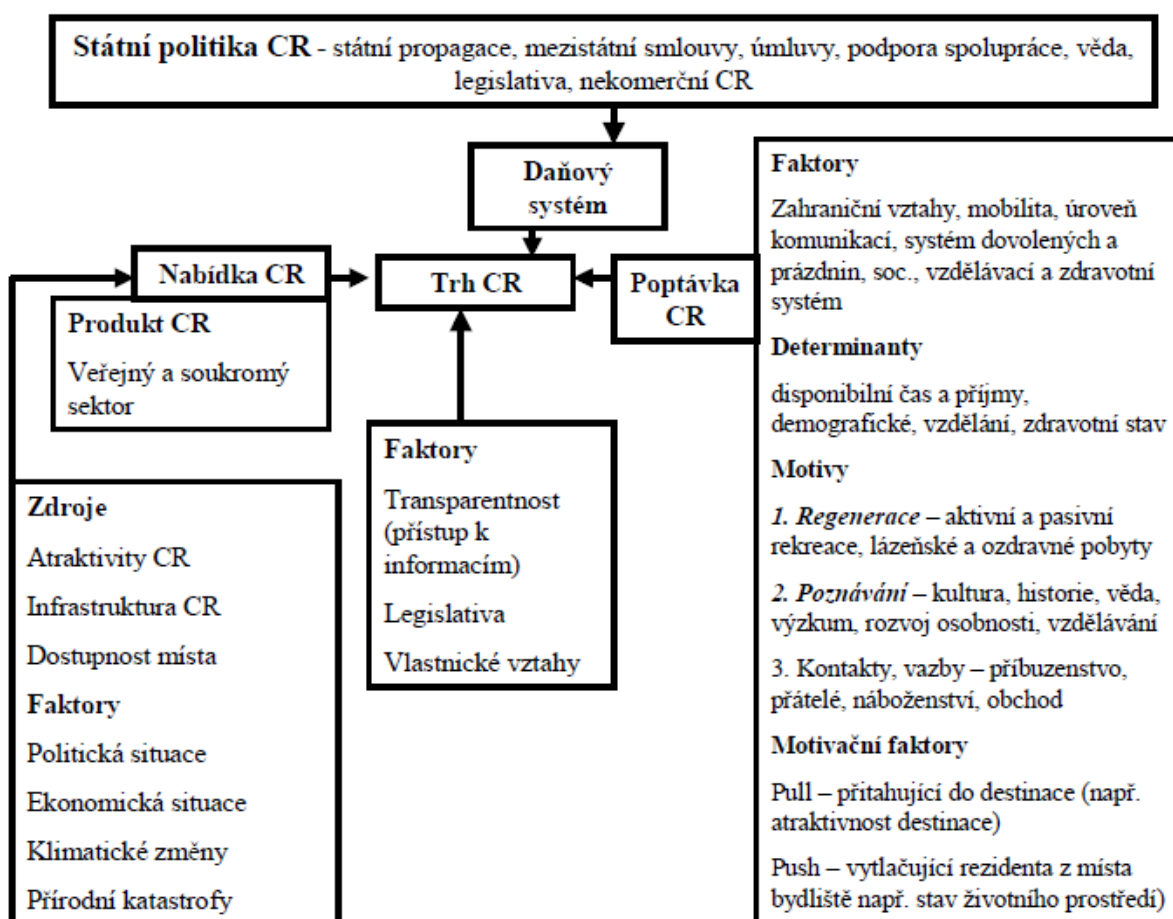
- **Primární** (přímé efekty) znamenají změnu produkce spojenou s bezprostřední změnou výdajů v cestovním ruchu. Např. pokud se zvýší počet turistů přenocujících v hotelu, zvýší se i hotelové tržby. Přírůstek tržeb, mezd nebo daně z příjmu označujeme za primární (přímé) efekty.
- **Sekundární** (nepřímé a vyvolané efekty)
 - *Nepřímé* efekty jsou změny v produkci v jiných odvětvích, od kterých subjekty na straně nabídky nakupují statky a služby. Za nepřímé efekty můžeme označit

např. změny v tržbách, mzdách nebo daních v těchto odvětvích. V podnicích dodávající produkci do těchto odvětví vznikají nepřímé efekty dalšího kola.

- *Vyvolané efekty* představují změnu v ekonomické aktivitě plynoucí ze spotřeby domácností, jejichž nárůst příjmu je přímo či nepřímo způsoben výdaji turistů. Příjmy, jako výsledek zvýšených nákupů domácností, nazýváme vyvolané efekty.

Trh CR je složitě ovlivňován mnoha faktory, jak je vystiženo na obr. 8. Významný je vliv státní politiky CR, neboť vytváří rámec pro selektivní podporu různých aktivit (granty, stanovení daní a další ovlivňování podnikatelského prostředí) **Zelenka, J. (2004)**.

Obrázek 8 - Ekonomie cestovního ruchu, základní faktory ovlivňující trh CR



Zdroj: Zelenka, J. (2004), převzato z: ZELENKA J., PÁSKOVÁ M.: Výkladový slovník cestovního ruchu, ÚUR 2002

Hesková, M. (2006) doplňuje Zelenkův model o charakteristiku trhu cestovního ruchu, který podle ní tvoří podniky cestovního ruchu různých velikostí od globálních

společností po malé podnikatelské organizace místního významu. Národní trhy zahrnují tři typy cestovního ruchu: trh směřující dovnitř, trh směřující ven a domácí trh.

Trh cestovního ruchu se skládá z celé řady společně působících organizací: prodejci zájezdů, dopravní společnosti, komerční ubytovací zařízení, stravovací zařízení, návštěvnické atraktivity, zábavní parky.

Je to trh, který se velmi dynamicky mění. Působí na něj řada objektivních i subjektivních faktorů: politické a společenské změny, právní úpravy, vývoj ekonomiky a ekonomická situace různých společenských skupin, demografická struktura populace, technologický pokrok zejména v dopravě, v informatice a komunikacích, móda, změny životního stylu, množství volného času, rozvoj materiálně-technické základny atd.

2. Služby komunální a služby cestovního ruchu

Vhodným úvodem do této kapitoly je příspěvek o pozitivním trendu ve vývoji služeb, který ve své studii předkládá **Lacina, K. (2008)**. Ten říká, že jednu z dlouhodobých vývojových tendencí evropské ekonomiky představuje skutečnost, že odvětví služeb zaznamenává dramatický nárůst. Lze učinit závěr, že především západoevropská ekonomika je dnes hlavně ekonomikou služeb. Mohutný růst sféry služeb současně s poklesem tradiční výroby vedl k tomu, že na toto odvětví připadá dnes ve většině západoevropských zemí více než 60 % celkových příjmů.

Janečková, L. (1996) a Parmová, D. (2004) se shodují, že služby jsou velice heterogenní činností a lze rovněž pochopit, že neexistuje jednoduchá, všeobecně přijímaná definice služeb. Proto je zde předkládáno několik definic:

1. Poskytování nehmotných statků k uspokojování potřeb za úplatu (rozdíl mezi výrobkem a službou).
2. Činnosti, výhody nebo uspokojení nabízené na prodej nebo poskytované v souvislosti s prodejem zboží.
3. Z hlediska výrobního podniku jsou služby doplňkem nabídky jeho výrobků a vytvářejí jeho konkurenční výhodu či jedinečnost jeho nabídky.

Janečková, L. (1996) zdůrazňuje, že všechny tyto definice sdílí zdůraznění nehmotné povahy služeb.

Sektor služeb je nesmírně rozsáhlý. Nejvíce služeb poskytuje téměř ve všech zemích stát. Jedná se o vzdělávání, služby z oblasti zákonodárství a výkonu práva, zdravotní služby, obranu státu, a bezpečnost občanů. Stát rovněž provádí správu veřejných financí, tedy finanční služby, sociální služby, dopravní služby a některé informační služby **Vašítková, M. (2008) a Janečková, L. (1996)**.

V současné době vysvětlují podstatu služeb nejlépe američtí autoři Kotler a Armstrong: služba je jakákoliv činnost nebo výhoda, kterou jedna strana může nabídnout druhé straně, je v zásadě nehmotná a jejím výsledkem není vlastnictví. Produkce služby může, ale nemusí být spojena s hmotným produktem **Vašítková, M. (2008)**.

Vašítková, M. (2008) doporučuje při objasňování specifických vlastností služeb dále vycházet z definice služeb, jak ji uvádí Americká marketingová asociace: služby jsou samostatně identifikovatelné, především nehmotné činnosti, které poskytují uspokojení potřeb a nemusí být nutně spojovány s prodejem výrobku nebo jiné služby. Produkce služeb může,

ale nemusí vyžadovat užití hmotného zboží. Je-li však toto užití nutné, nedochází k transferu vlastnictví tohoto hmotného zboží.

Na základní klasifikaci služeb se shodují **Vašítková, M. (2008)** a **Janečková, L. (1996)** na následujícím rozdělení služeb:

- Terciální: restaurace a hotely, holičství a kadeřnictví, kosmetické služby...
- Kvartérní: doprava, obchod, komunikace, finance a správa. Charakteristickým rysem těchto služeb je usnadňování, rozdělování činností a tím i zefektivnění práce.
- Kvinterní: zdravotní péče, vzdělávání a rekreace. Hlavním rysem tohoto sektoru je, že poskytované služby své příjemce mění a určitým způsobem zdokonalují.

2.1. Marketingový přístup ke službám

Všichni výše zmínění autoři se shodují na tom, že k rozlišení zboží a služeb se používá značný počet vlastností. Mezi nejběžnější charakteristiky služeb patří:

1. nehmotnost služby,
2. neoddělitelnost (služeb od producenta služeb),
3. heterogenita služby,
4. zničitelnost služby,
5. nemožnost vlastnictví.

Lacina, K. (2008) ve své studii přibližuje, že každá z výše uvedených charakteristik vyžaduje určitý strategický přístup. Poskytovatelé služeb musí v první řadě hledat způsob, jehož prostřednictvím budou schopni nehmotnost služeb spojit s hmotnými atributy. Dalšími jejich strategickými úkoly jsou zvyšování kvality služeb a sladování služeb v poptávkových špičkách a mimo ně.

Nástin podobnosti služeb cestovního ruchu a běžných služeb dává **Houška, P. (2007)**. Cestovní ruch podle něj v zásadě obsahuje tři hlavní oblasti, tj. dopravu, ubytování a turistické zařízení či atraktivitu. Spotřebitelé kupují podstatnou část produktů cestovního ruchu, aniž by měli možnost si je nejprve prověřit. Kromě toho kupní cena je placena před dodáním produktu. Tato situace je zvláště obvyklá v oblasti dopravy a ubytování.

Ve spojitosti s marketingem služeb cestovního ruchu lze čerpat z publikace autorů **Horner, S., Swarbrooke, J. (2003)**, kteří se zabývají otázkou, do jaké míry roste vzájemné překrývání služeb cestovního ruchu, služeb pro využití volného času a ubytovacích a stravovacích služeb. Pro ilustraci nabízí řadu příkladů, některé z nich jsou:

- Rekreční komplexy nabízejí ubytovací a hostinské služby a zábavní zařízení na jedné lokalitě, pod vlastnictvím jedné organizace.
- Zábavní parky stále častěji nabízejí ubytování přímo na místě, aby tam návštěvníci mohli strávit více času a tím i utratit více peněz.
- Mezi hotely ve většině evropských zemí existuje trend budovat domácí zařízení pro využití volného času, jako jsou tělocvičny a plavecké bazény.

Stírání hranic mezi těmito sektory je podle těchto autorů celoevropským jevem. Ačkoli mezi jednotlivými zeměmi existuje rozdíl. Snad nejzřetelnější a nejvíce rozvinutou formou integrace těchto tří sektorů je pojem rekreačního komplexu.

2.2. Služby cestovního ruchu

Službami cestovního ruchu rozumíme všechny služby, které zabezpečují potřeby vzniklé v rámci cestovního ruchu. Vedle všeobecných znaků služeb mají služby cestovního ruchu některé další charakteristické rysy, odlišující je od služeb ostatních odvětví:

- jsou výsledkem činností mnoha odvětví,
- jsou převážně službami osobními,
- jsou vázány na místo,
- poskytování služeb, jejich tvorba, realizace a spotřeba jsou místně a časově spojeny,
- mají převážně sezónní charakter,
- požadavky na rozsah, strukturu a charakter služeb cestovního ruchu jsou značně diferencované **Malá, V. (1999)**.

Němčanský, M (1995) a **Orieška, J. (1999)** se shodují, že služby cestovního ruchu představují činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společensky užitečný efekt. Individuální efekt je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu a společenský efekt zpravidla podmiňuje nebo umožňuje dosažení individuálního efektu.

Oba autoři dále pokračují v popisu struktury služeb, jimiž se uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu, která je různorodá a uspokojuje dvě skupiny potřeb. Jde jednak o **primární** – cílové potřeby účastníků cestovního ruchu, jednak potřeby **sekundární** – realizační, které podmiňují efektivní uspokojování cílových potřeb. Z uvedeného vyplývá, že význam služeb cestovního ruchu během pobytu mimo místo trvalého bydliště vzrůstá,

protože kromě každodenních existenčních potřeb účastník cestovního ruchu chce, respektive musí uspokojovat i další potřeby, vyvolané rekreačními aktivitami.

Rozsah uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu vyjadřuje spotřeba. Spotřeba v cestovním ruchu úzce souvisí s kategorií životní úrovně **Orieška, J. (1999)**.

Malá, V. (1999) upozorňuje na potřebu uvědomění si, že jako spotřebitelé služeb v místech cestovního ruchu nevystupují jen účastníci cestovního ruchu, ale i místní obyvatelstvo. Většina služeb není produkována jen pro cestovní ruch, ale slouží i dalším spotřebitelům.

Tato autorka dále ve stejné publikaci doplňuje, že charakteristickým rysem potřeb uspokojovaných v rámci cestovního ruchu je jejich komplexnost. Jejím ekonomickým odrazem je i požadavek na komplexnost uspokojování těchto potřeb, především na komplexnost služeb.

Uvedená komplexnost, respektive vzájemné doplňování se služeb, se nazývá komplementaritou služeb cestovního ruchu **Orieška, J. (1999)**.

Jak dále tentýž autor uvádí, z uvedeného vyplývá, že komplexnost služeb cestovního ruchu je předpokladem uspokojení potřeb jeho účastníků na odpovídající úrovni tehdy, jestliže účinnost působení vlastností rekreačního prostoru je v souladu s rozsahem a kvalitou služeb poskytovaných jednotlivými zařízeními služeb cestovního ruchu v závislosti na funkci a významu daného rekreačního prostoru, ročního období a podmínek, za nichž dochází k uspokojení účastníků cestovního ruchu.

Služby je možno podle **Oriešky, J. (1999)** a **Němčanského, M (1995)** charakterizovat a klasifikovat z několika hledisek. Často se podle významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu rozlišují na služby **základní**, tj. služby spojené s přemístěním účastníků cestovního ruchu z místa trvalého bydliště do místa rekreačního prostoru a zpět a služby spojené s pobytem v rekreačním prostoru a **doplňkové** (komplementární), které jsou spojeny s využíváním atraktivit. Podle charakteru spotřeby se služby cestovního ruchu dělí na **osobní** (užitný efekt se dostaví přímo) a **věcné** (prostřednictvím hmotného statku). Z hlediska ekvivalentnosti výměny při poskytování služeb jde o služby **placené** a **neplacené**. Z prostorového hlediska se služby cestovního ruchu člení na služby poskytované v místě trvalého bydliště, během přepravy do rekreačního prostoru a zpět a služby v rekreačním prostoru. S územním hlediskem úzce souvisí časové hledisko, podle kterého jde o služby poskytované v sezónním, resp. mimosezónním období, o sezónní služby v letní či zimní sezóně. Podle způsobu zabezpečení služeb jde o služby **vlastní** nebo **zprostředkované**.

Nejčastěji se služby cestovního ruchu klasifikují podle jejich funkcí ve vztahu k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Jde např. o služby **dopravní, ubytovací, stravovací, lázeňské, směnářské, průvodcovské**, atd.

Při debatě o službách cestovního ruchu nelze zapomínat na kvalitu. Tématem kvality poskytovaných služeb v cestovním ruchu se zabývá **Houška, P. (2007)**. Tato kvalita podle něj vytváří vhodné prostředí pro další rozvoj cestovního ruchu. Investování do kvality je důležité a záslužné, i když tato snaha není automaticky odměněna růstem v počtech návštěvníků. Autor přidává definici kvality uvedenou UNWTO: kvalita v cestovním ruchu představuje „uspokojení všech legitimních požadavků a očekávání klienta v rámci akceptované ceny, zahrnující určující kvalitativní faktory jako bezpečnost, hygiena, dosažitelnost služeb cestovního ruchu, harmonie s lidským a přírodním prostředím“.

3. Regionální rozvoj a cestovní ruch

3.1. Základní pojmy

Region je podle dokumentů EU strukturální jednotka NUTS II s dekompozicí na nižší teritoriálně statistické jednotky. Současně je územím, které má historicky danou určitou společenskou, ekonomickou, urbanistickou a kulturní identitu, tvořící určitý integrující prvek **Hrabánková, M. (2002)**.

Destinace je cílové místo, které může označovat turistickou lokalitu, region, stát, skupinu zemí a dokonce kontinent. Produktem destinace jsou atributy, jako ubytování, stravování, doprava, průvodcovské činnosti etc. **Hájek, T. (2002)**.

Organizace destinačního managementu je profesionální společností, jejímž hlavním účelem je organizace a řízení v destinaci. Bývá podporována a financována nejsilnějšími partnery destinace **Fellegiová, E. (2008)**.

3.1.1. Regionální (destinační) management

Ježek, J. (2005) ve svém příspěvku na VIII. mezinárodním kolokviu o regionálních vědách (2005) charakterizuje regionální management jako velmi mladý přístup k regionálnímu rozvoji, který se nachází stále ještě ve fázi diskuse různých názorů a přístupů. Dále cituje M. Dannhäußera (2001, s. 26): „*Regionální management je natolik komplexním procesem, že se všeobecně platná definice hledá velmi složitě.*“

Ježek definuje regionální management jako „institucionalizovanou spolupráci regionálních aktérů, která umožňuje prosazení rozvojových koncepcí, generuje nové projektové myšlenky a vytváří úspěšnou pozici podnikajícího regionu a jeho produktů v meziregionální konkurenci“.

Dále tento autor zahrnuje pod pojem regionální management jako instituci okruh osob (subjektů), které se zabývají výkonem manažerských funkcí a cílů.

Fellegiová, E. (2008) upozorňuje, že v destinaci však nejde jen o kooperaci mezi poskytovateli služeb. Organizace destinačního managementu organizuje kooperaci tzv. PPP – Public-Private-Partnership.

Jiným pohledem na regionální management nahlízejí **Hrabánková, M., Vosejpková, M. (2002)**. Podle nich lze regionální management chápat zejména jako vytváření souborů

a dokumentů, mezi něž v současné době patří zvláště dokumenty Evropské unie, a které souvisí s oblastí hospodářská a sociální soudržnost – regionální politika. Na management v regionálním pojetí lze nahlížet jako na účinné a účelové řízení na úrovni regionů, kterým je uplatňována regionální politika.

Adamčík, S. (2003) s výše uvedeným souhlasí a doplňuje, že regionální management neznamena „vedení“ regionu a řízení jeho aktérů v hierarchickém smyslu top-managementu. Spíše je tím myšlena procesní souhra regionálních aktérů, která umožňuje prosazení rozvojových konceptů, generuje nové projektové myšlenky a úspěšnou pozici „podnikajícího regionu“ a jeho produktů v mezinárodní konkurenci.

Rozdíly mezi podnikovým a regionálním managementem popisuje **Adamčík, S. (2003)** takto: **cíle** jsou u podnikového managementu dosažení rentability vložených prostředků, konkurenceschopnost, vládnutí trhu, zisk, zatímco regionální management se soustředí na prospěch a rozvoj regionu, obce a města, uspokojování zájmů a potřeb obyvatelstva a jeho skupin. Jako **aktéři** v podnikovém managementu vystupují podnik, vnitropodnikové útvary, apod. U regionálního managementu jsou to starostové, rady, zastupitelé apod. regionů, obcí a měst. Dalším rozdílem je přeměna podnikových **postupů** ve spojení s marketingovými přístupy v sociální techniky pro zjišťování potřeb a zájmů obyvatelstva.

Hájek, T. (2002) na předešlé navazuje konkrétněji na příkladu turistické destinace upozorněním, že tato potřebuje být odpovídajícím způsobem řízena, to znamená, že potřebuje profesionální management, který by ji řídil. Autor doporučuje marketingově orientovaný management na základě skutečnosti, že se v naší republice postupně rozvíjí tržní ekonomika, úzce spojená s marketingem. Úkolem destinačního managementu je koordinace činností jednotlivých subjektů tak, aby byly naplněny cíle rozvoje cestovního ruchu v destinace, vybudována a trvale rozvíjena pozitivní image destinace. **Fellegiová, E. (2008)** cíle destinačního managementu konkretizuje na zjišťování zájmů jednotlivých subjektů destinace, formulování společného zájmu destinace a především formulovat zásadní odpověď na otázku co z toho bude mít destinace a co každý její prvek.

Autoři publikací o dané problematice se shodují s názorem, který formulovali **Bábík, J., Dančo, V., Tůma, Z. (2008)**, a to že řízení destinace je nejen hledání, formulace a ověřování strategie destinace, ale jde především o platformu pro spolupráci a koordinaci jednotlivých prvků (atraktivit a podnikatelských subjektů) destinace a to včetně spolupráce soukromého a veřejného sektoru.

Destinaci tedy řídí ten, kdo je schopen účelně a ve shodě spojovat aktéry služeb cestovního ruchu, veřejnou správu daného místa a atraktivitu, na kterých je destinace postavena. Destinace je tedy řízena na těchto hlavních úrovních:

- Spolupráce mezi podnikatelskými subjekty.
- Spolupráce veřejného a soukromého sektoru.
- Spolupráce mezi veřejnoprávními obcemi (například mezi obcemi, svazky obcí, městem a svazkem okolních obcí, mikroregiony apod.).

Ježek, J. (2005) předkládá dvě roviny působení regionálního managementu: uvnitř samotného regionu a v jeho vnějším okolí. V regionu samotném se snaží o podporu endogenních faktorů regionálního rozvoje. Usiluje o zapojení obyvatel do rozvoje regionu, čímž zvyšuje svoji akceptaci zevnitř, o vytvoření regionální identity, o kreativní vnitřní klima v regionu, tedy o kooperaci v rámci regionu. Ve vztahu k vnějšmu okolí realizuje regionální marketing, pomocí něhož se snaží dosáhnout úspěšné pozice regionu a jeho produktů v meziregionální konkurenci.

Jednou ze slabín destinací cestovního ruchu v České republice je absence produktově orientovaného přístupu k cestovnímu ruchu. Zlatým pravidlem v obchodu je spokojený spotřebitel a proto je úkolem destinačního managementu představit správné produkty správným cílovým trhům. Předpokladem je tedy pečlivá segmentace trhu **Hájek, T. (2002)**.

Ježek, J. (2005) zakončuje diskuzi tím, že má smysl o regionálním managementu hovořit pouze tehdy, když regionální aktéři vzájemně spolupracují a koordinují svoji činnost.

3.1.2. Regionální rozvoj

Hrabánková, M. (2002) regionální rozvoj chápe především z hlediska trvalého zabezpečování vyváženého rozvoje státu, resp. území, jeho regionů a územních obvodů nově zřízených krajů a obcí. Půjde o koordinaci působnosti orgánů veřejné správy a samosprávy, která s využitím principů hospodářské a sociální soudržnosti bude trvale přispívat ke snižování rozdílů mezi regiony podle předem stanovených cílů a priorit s upřednostněním zaostávajících regionů.

Za základní faktory rozvoje regionů, které intenzitu cestovního ruchu mohou ovlivnit, lze podle téže autorky považovat:

- přírodní faktory;
- lidské, sociální a demografické faktory;
- ekonomické faktory.

Wokoun, R. (2005) na základě socioekonomické analýzy a návazně SWOT analýzy provedených pro strategii regionálního rozvoje České republiky identifikuje hlavní problémy ovlivňující regionální rozvoj a prvky v oblastech silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení. Ukázalo se, že základní prvky ve všech oblastech, a to jak v pozitivním, tak i negativním směru ve vztahu k regionálnímu rozvoji, jsou již několik let stabilní a jejich změny jsou pouze v omezeném rozsahu.

- Silné stránky:
 - kvalifikovaná a i nadále relativně levná pracovní síla,
 - rozvoj výrobních kapacit spojených s realizací přímých zahraničních investic,
 - kulturní dědictví a přírodní potenciál.
- Slabé stránky:
 - komplikace spojené se zahájením podnikatelských aktivit,
 - nedostatky v různých oblastech infrastruktury, např. dopravní či komunikační,
 - fungování trhu práce,
 - celkově nízká úroveň podpory rozvoje vědy a výzkumu, spolupráce výzkumných institucí a podnikatelských subjektů a znalostní ekonomiky obecně.
- Příležitosti:
 - rozvoj podnikatelských aktivit, odstranění stávajících překážek a omezení,
 - podpora subjektů zaměřených na inovační podnikání,
 - podpora užší spolupráce mezi podnikatelským sektorem a vědeckovýzkumnou sférou,
 - podpora rozvoje vzdělávání a provedení reforem spojených s fungováním trhu práce a sociálního systému obecně,
 - využívání místních zdrojů a možností jednotlivých regionů a měly by být provázány s realizací programových dokumentů v oblasti udržitelného rozvoje.
- Ohrožení:
 - posílení negativních trendů na trhu práce,
 - pokračování v nedostatečně rychlém rozvoji jednotlivých infrastrukturních prvků,
 - prohloubení se rozdílů mezi ekonomickým vývojem na venkově a ve městech.

3.2. Postavení cestovního ruchu v regionu

V příspěvku na konferenci v Banské Bystrici uznává **Sládek, G. (2000)** cestovní ruch, jeho podniky, zařízení a vybavenost za klíčové odvětví pro rozvoj regionu. Z regionů cestovního ruchu však ekonomicky nejsilnějšími budou ty, které na svém území soustředují nejhodnotnější nabídku z hlediska celostátního, případně i nadnárodního.

Gučík, M. (2000) dále rozvádí to, že cestovní ruch se rozvíjí tam, kde se nachází vhodná primární nabídka, tj. kde jsou objekty rekreačních a kulturních aktivit cestovního ruchu. V takovémto prostoru obvykle nejsou významnější ekonomické aktivity těžebního a zpracovatelského průmyslu, případně intenzivní zemědělská výroba. Čím je primární nabídka cestovního ruchu atraktivnější, tím významnější bude i postavení cestovního ruchu v hospodářství daného regionu jako nástroj jeho hospodářského rozvoje.

Sládek, G. (2000) dále vysvětluje, že vybavenost regionu pracovním kapitálem, pracovními silami a konkurenceschopným produktem cestovního ruchu umožňuje dosáhnout vysokého **exportního** koeficientu, tj. skutečnosti, že přidaná hodnota v regionu se produkuje pro spotřebitele mimo region a reprodukce se zabezpečuje převážně z **importované** kupní síly. To výrazně zvyšuje ekonomický význam regionu i v rámci ekonomiky státu.

Pozici cestovního ruchu mezi ostatními odvětvími v regionu hodnotí v dokumentu *Vytváření organizací cestovního ruchu (OCR) v turistických regionech*, připraveném pro CzechTourism, **Kirářová, A. (2005)**. Cestovní ruch v regionu podle ní může být považován za polarizující, indukované, případně neutrální odvětví.

Polarizujícím (hnacím) odvětvím se cestovní ruch v regionu stává v případě, že má bezprostřední vliv na hospodářský a sociální rozvoj regionu, výrazně ovlivňuje zaměření i jiných ekonomických aktivit a stává se tak určujícím faktorem ekonomické činnosti. Region se stává předmětem nabídky na mezinárodních trzích cestovního ruchu (Krkonoše, Šumava, Český Krumlov, Karlovy Vary, Český ráj apod.).

V regionu, kde má cestovní ruch na hospodářský a sociální rozvoj jen zprostředkovaný vliv, je **indikovaným** (hnaným) odvětvím. Znamená to, že rozvoj regionu stimuluje, ale není jejím dynamickým odvětvím (Praha, Jižní Morava, Český sever, apod.).

V případě, že cestovní ruch nemá v region vliv na její hospodářský a sociální rozvoj, ale je jeho důležitým doplňkem, je pro region **neutrálním** odvětvím (Severozápadní Čechy, Plzeňsko, apod.).

Postavením cestovního ruchu v regionu se mimo jiné zabývá **Hrabánková, M. (2002)**, když při analýze problémů venkovských regionů, ve kterých dochází k prokazatelnému

úbytku lidských zdrojů, nalézá obecně platné řešení situace ve zvýšení investičních aktivit, a to i zahraničních, rozvoji malého a středního podnikání, povzbuzení cestovního ruchu vytvořením potřebného zázemí služeb a reklamě regionálním specifikám. To totiž tvoří nabídku regionu. Tato **nabídka regionu** by měla být základem pro rozvoj cestovního ruchu. Rozvoj marketingu na straně nabídky je předpokladem toho, aby cestovní ruch působil jako rozvojový faktor, a to ve všech svých složkách.

Sládek, G. (2000) odpovídá na otázku, co podmiňuje vznik a rozvoj cestovního ruchu v regionu. Základním faktorem zůstávají přírodní podmínky. Přičemž ostatní složky, jako je infrastruktura, kvalifikovaní pracovníci, sociální a kulturní zařízení jsou výhodou.

Gúčik, M. (2000) určuje limitující faktor rozvoje cestovního ruchu v regionu, kterým je kapacita primární nabídky, její funkční využití a význam. Kapacita je daná např. počtem denních návštěvníků, počtem ubytovaných turistů. Funkční využití je východiskem specializace regionů/cílových míst s ohledem na charakter nabídky. Každý typ cílového místa může mít místní, oblastní, celostátní až mezinárodní význam, v závislosti na stupni atraktivity primární nabídky.

Výše zmíněné vlivy cestovního ruchu na prosperitu území shrnuje **Petera, J. (2002)** ve svém příspěvku na Kolokviu „Ostrava 2002“, mezi kterými uvádí zvýšení DPH, zlepšení platební bilance, rozvoj zaměstnanosti, rozpočtové příjmy, rozvoj investic, výrazný rozvoj služeb, využití skrytých možností, uplatnění místních zvláštností, posílení místní identity.

Podle Petery je velmi důležité zpracovat charakteristiky turistické destinace a její znaky pro to, aby bylo umožněno vymezit určité specifické a zatím dosud nedocenené možnosti.

Petera dále hovoří o komplexním vlivu cestovního ruchu na rozvoj území a vymezuje mimo jiné následující perspektivy:

- zvýšení návštěvnosti oblasti, střediska, lokality,
- multiplikační efekt, nárůst zaměstnanosti,
- rozvoj profesního uplatnění,
- navýšení příjmů, rozpočtových, individuálních,
- možnosti investic,
- posílení vědomí identity,
- celkově kladné ovlivnění rozvoje regionu.

Autor zdůrazňuje nutnost kvalitního odborného posouzení východisek pro uplatnění cestovního ruchu a přijetí takových odborných opatření, která povedou efektivně k dosažení požadovaných výsledků.

S tímto souhlasí **Gúčík, M. (2000)**, který vyzdvihuje nutnost koordinace vývoje cestovního ruchu v regionu. To je úloha orgánů státní správy a místní samosprávy a místních a regionálních sdružení cestovního ruchu. V opačném případě může cestovní ruch způsobit rozpad místního průmyslu, vyvolat nekontrolovanou výstavbu rozličných zařízení cestovního ruchu, vést k rozprodeji půdy, poškozovat přírodu a krajinu apod.

3.3. Postavení obce v konkurenčním prostředí a určení potenciálu CR

Základní vymezení pojmu obec definují **Janečková, L., Vašítková, M. (1999)** jako soubor různých produktů, především služeb. Analýzy vztahů mezi službami a lidmi, kterým jsou poskytovány, je předmětem segmentace a zaujetí tržního postavení na „trhu“ měst a obcí, kterému odborně říkáme positioning. Autorky tento pojem vnímají jako proces hledání tržního postavení. Promítá se v něm image obce, ale i její vize a vyjádření klíčových hodnot obce. Vymezení se vůči zákazníkům, např. jako turistická oblast

Pásková, M., Zelenka, J. (2005) označují potenciál území pro rozvoj cestovního ruchu jako schopnost primárních zdrojů na území destinace přitahovat určitý objem návštěvnosti a podporovat určitý objem rozvoje cestovního ruchu na jejím území. Jedná se v podstatě o lokalizační faktory, které vytvářejí nabídku primárních zdrojů cestovního ruchu. Potenciál je autory označován za latentní stav, přičemž do značné míry záleží na úrovni a strategii destinačního managementu, jakým způsobem a tempem je aktivován.

Na základě několika nezávislých výzkumů tvrdí **Foret, M., Foretová, V. (2001)**, že u nás se lépe prezentují regiony, které spojuje nějaký dobře známý přírodní, geografický útvar jako na příklad Šumava či Vysoké Tatry, který i přes určité vnitřní nejasnosti a organizační nedostatky je schopen potenciální návštěvníky jasně a srozumitelně oslovit.

Pásková, M., Zelenka, J. (2005) dále upozorňují, že v praxi i teorii často dochází ke ztotožňování termínu „předpoklady území pro rozvoj cestovního ruchu“ a „potenciál území pro rozvoj cestovního ruchu“. Za předpoklady území pro rozvoj cestovního ruchu lze označit souhrn přírodních a antropogenních aspektů daného území včetně jejich mnohoúrovňových a synergicky působících vazeb, které vytvářejí podmínky pro rozvoj a realizaci cestovního ruchu. Ve srovnání s potenciálem území pro rozvoj cestovního ruchu tedy jde o širší pojem zahrnující vnitřní i vnější podmínky pro aktivaci potenciálu cestovního ruchu daného území.

Orieška, J. (1999) a další autoři se shodují, že objekt (destinace, region, ale i jednotlivé atraktivita) je členěn na **nabídku primární**, vyvolávající zájem (kulturní

a přírodní potenciál) a **sekundární**, umožňující realizaci cestovního ruchu (ubytovací, stravovací, dopravní a jiné služby).

Janečková, L., Vašítková, M. (1999) v souvislosti s positioningem hovoří o důležitosti obce vymezit se vůči zákazníkům. Tedy že se nabízí např. jako turistická oblast, středisko rozvoje průmyslu, středisko rozvoje služeb, nákupní centrum atd. Autorky dále dodávají nezanedbatelný fakt, že pokud se týče přilákání kapitálu do obce, může v současných podmínkách globálního trhu jakákoliv obec soutěžit v tomto smyslu o kapitál v mezinárodním měřítku. Jde pouze o to, aby si tuto možnost plně uvědomila a dokázala ji vhodnými prostředky využít.

3.4. Možnosti financování cestovního ruchu z evropských fondů v letech 2007–2013⁷

Pro cestovní ruch jsou v Programovacím období 2007–2013 relevantní tyto programy: Integrovaný operační program (IOP), Regionální operační programy (ROP), Programy přeshraniční spolupráce a Program rozvoje venkova (PRV). Jednotlivé programy v současné době představují hlavní nástroje realizace Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007–2013.

3.4.1. Integrovaný operační program (IOP)

Tento program je obecně zaměřen na zefektivnění fungování veřejné správy a lepší využití potenciálu území prostřednictvím národních systémových intervencí, přičemž cestovní ruch je zde chápán jako jedna z těchto intervencí. Řídícím orgánem IOP je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a cestovní ruch je zde podporován v rámci prioritní oblasti č. 4 – Národní podpora cestovního ruchu. Tato prioritní oblast je koncipována jako vícecílová, a tak všechny aktivity mohou být realizovány na celém území ČR, včetně hlavního města Praha. Celkem je v IOP alokováno, včetně národních zdrojů, cca **77,5 mil. eur**. Konečnými příjemci z programu jsou MMR, CzechTourism, NNO a profesní sdružení s přesně vymezenou působností.

⁷ Kapitola zpracována na základě informací z ročenky *Cestovní ruch v České republice 2008* vydané Ministerstvem pro místní rozvoj ČR.

3.4.2. Regionální operační programy (ROP)

Hlavním finančním zdrojem v oblasti cestovního ruchu se v programovacím období 2007– 2013 stalo celkem sedm regionálních operačních programů (ROP), jež jsou samostatně řízeny příslušnou regionální radou daného regionu soudržnosti. Celkově je v ROP alokováno na cestovní ruch včetně národních a soukromých zdrojů cca **981,9 mil. eur**. ROP mají na cestovní ruch určenou většinou jednu prioritní osu, v níž je pokryto široké spektrum oblastí podpory. Konečnými příjemci jsou téměř všechny subjekty v oblasti cestovního ruchu. V rámci regionálních operačních programů mohou být financovány zejména aktivity zaměřené na vybudování nebo obnovu základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu. Další oblasti podpory jsou určeny na marketing cestovního ruchu.

3.4.3. Programy přeshraniční spolupráce

Programy na podporu přeshraniční spolupráce na všech hranicích ČR pro období 2007- 2013 s 85% finanční podporou EU jsou určeny pro neziskový sektor. Na každé státní hranici se finanční prostředky obou sousedních stran slučují do jedné společné částky, celkově určené pro obě přilehlé části pohraničí, které jsou pro účely programu sloučené do společně vymezené oboustranné pohraniční oblasti. Podíly podpory cestovního ruchu jsou zde diferencované dle jednotlivých společných pohraničních území. Celkově bude v těchto programech na cestovní ruch společně využitelných cca **190 mil. eur** finančních prostředků, které budou postupně využívány na jednotlivé projekty. V tomto programovacím období jsou k dispozici tyto operační programy přeshraniční spolupráce:

OP Bavorsko – Česká republika

Prioritní osa 1 – Hospodářský rozvoj, lidské zdroje a sítě; Oblast podpory – Cestovní ruch, volný čas a rekreace;

OP Sasko – Česká republika

Prioritní osa 2 – Rozvoj hospodářství a cestovního ruchu;

OP Rakousko – Česká republika

Prioritní osa 1 – Socioekonomický rozvoj, cestovní ruch a transfer know-how;

OP Slovensko – Česká republika

Prioritní osa 1 – Podpora sociokulturního a hospodářského rozvoje přeshraničního regionu a spolupráce;

OP Česká republika – Polsko

Prioritní osa 2 – Zlepšení podmínek pro rozvoj podnikatelského prostředí a cestovního ruchu.

3.4.4. Program rozvoje venkova (PRV)

Program rozvoje venkova je samostatně financován v rámci společné zemědělské politiky EU z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova. Řídícím orgánem programu je Ministerstvo zemědělství. Cestovní ruch je v tomto programu chápán jako příležitost pro diverzifikaci ekonomických aktivit na venkově, čímž významně přispívá k rozvoji nezemědělské produkce. Celkově je na podporu rozvoje cestovního ruchu v tomto programu alokováno v opatření 1.3 Podpora cestovního ruchu, včetně veřejných a soukromých zdrojů, cca **144,8 mil. eur**, ze kterých budou podporovány projekty zaměřené zejména na budování rekreační infrastruktury a zajištění služeb pro pěší a vodní turistiku, lyžování, budování vinařských stezek a hiposteze.

3.5. Strategie regionálního rozvoje České Republiky 2007-2013

Cílem strategie je formulování témat a aspektů významných pro podporu regionálního rozvoje a zahrnutí regionální dimenze do těchto politik tam, kde je to účelné a potřebné. Strategie regionálního rozvoje tak představuje strategickou orientaci pro budoucí programy regionálního rozvoje na centrální i regionální úrovni. **Wokoun, R. (2005).**

Strategie regionálního rozvoje tvoří základní dokument politiky regionálního rozvoje pro období 2007-2013 a plynule navazuje na SRR z roku 2000. Cílem aktualizace SRR ČR je implikace nových nařízení EU v oblasti politiky hospodářské a sociální soudržnosti do strategie, priorit a opatření české regionální politiky a také formulace témat a aspektů významných pro podporu regionálního rozvoje a zahrnutí regionální dimenze do těchto politik tam, kde je to účelné a potřebné **www.businessinfo.cz (1.12.2010).**

Wokoun, R. (2005) udává, že strategie regionálního rozvoje ČR vychází z celé řady dokumentů zpracovaných ústředními správními úřady a případně schválených vládou ČR. Především se jedná v současnosti o zásadní dokumenty jako je „Strategie hospodářského růstu“ a „Strategie udržitelného rozvoje České republiky“. V oblasti politiky hospodářské a sociální soudržnosti naváže Strategie regionálního rozvoje ČR na její základní programové dokumenty na národní úrovni, tzn. "Národní rozvojový plán ČR pro období 2007-2013" a „Národní strategický referenční rámec“.

Autor dále upozorňuje na důležité, že strategie regionálního rozvoje není dokumentem, na jehož základě budou bezprostředně rozdělovány prostředky ze strukturálních fondů, ale je východiskem pro přípravu regionálních programů rozvoje a pro formulaci regionálních přístupů v rámci sektorových a odvětvových politik a programů včetně operačních programů strukturálních fondů.

3.6. Koncepce státní politiky cestovního ruchu

Vaško, M. (2002) uvádí, že koncepce státní politiky cestovního ruchu je základním koncepčním dokumentem, který analyzuje a stanovuje možnosti dalšího perspektivního rozvoje cestovního ruchu. Snaží se řešit situaci rozvoje nejen z pohledu dílčích úkolů, ale snaží se hledat i vhodné zdroje pro jejich finanční zabezpečení.

Usnesením č. 1239 ze dne 7. listopadu 2007 vláda ČR schválila Koncepci státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007–2013 www.mmr.cz (1.12.2010).

V Koncepci státní politiky cestovního ruchu (2007, dále jen „Koncepce“) stojí, že Koncepce na období 2007 – 2013 navazuje na Koncepci státní politiky cestovního ruchu na období 2002 – 2007.

Koncepce (2007) představuje střednědobý strategický dokument, který vychází především z 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, 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 www.mmr.cz (1.12.2010).

Základní priority pro dosažení strategických cílů **Koncepce (2007)** jsou:

- 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.

3.7. Multiplikátor cestovního ruchu

Na působení cestovního ruchu na ostatní odvětví v regionu poukazuje **Sládek, G. (2000)** když říká, že do území vhodného pro cestovní ruch by se měly lokalizovat ekonomické aktivity zaměřené na přípravu a realizaci konkurenceschopného produktu cestovního ruchu. Z uvedeného vyplývá, že podniky a zařízení cestovního ruchu v regionu tvoří klíčový soubor ekonomických aktivit, které vyvolávají množství podnětů a aktivit v regionu i mimo region. Tyto aktivity a podniky cestovního ruchu mají velký vliv na zaměstnanost, protože přímo vytvářejí pracovní příležitosti a formují strukturu zaměstnanosti v regionu.

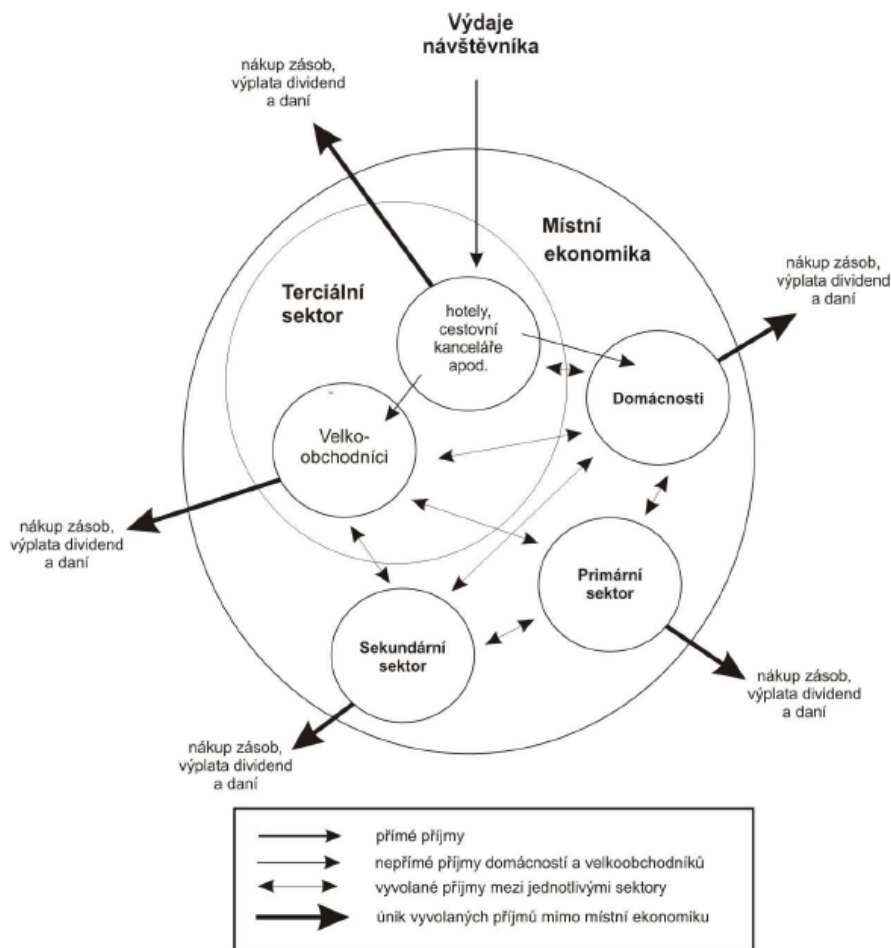
Cyklus, který vyvolávají počáteční výdaje na cestovní ruch, mající vliv na místní ekonomiku a který představuje multiplikační efekt cestovního ruchu, velice výstižně popisuje **Nimrichterová, R. (2010)** když předtím ještě uvádí, že multiplikátor cestovního ruchu měří aktuální ekonomickou výkonnost cestovního ruchu a krátkodobé ekonomické dopady změn v úrovni a struktuře výdajů na cestovní ruch. Vyjadřuje změnu klíčové proměnné (zaměstnanost, produkce, vládní výdaje a další) vyvolané změnou ve výdajích cestovního ruchu. Jak již bylo uvedeno výše, multiplikační efekt je vyvolán výdaji v rámci cestovního ruchu, které jsou důvodem vzniku přímých, nepřímých a vyvolaných efektů. Prvotní výdaj turisty se v rámci působení multiplikačního efektu štěpí na několik částí. Jednou z nich je přidaná hodnota či faktor odměny, jenž plyne prvnímu příjemci tohoto výdaje. Další část výdajů plyne díky příjemci výdaje do místní ekonomiky (místním obchodníkům), část výdajů je použita na zaplacení daní a jiných poplatků, tedy na místní, regionální nebo národní vlády. Poslední část má podobu úniků, které mají formu dovozu zboží a služeb, plateb zaměstnancům či organizacím mimo daný region či zemi, přímých a nepřímých daní, v případě, že daňový výnos není příjmem daného regionu či země, a úspor. Součet všech těchto vlivů představuje celkové příjmy.

Faktory, které mají vliv na velikost multiplikačního efektu, jsou:

- velikost regionu či země. Platí, že čím větší bude rozloha daného regionu/země, tím vyšší bude multiplikační efekt.
- soběstačnost regionu či země. Platí, že čím vyšší je soběstačnost regionu/země, tím vyšší bude multiplikační efekt.
- rozsah ekonomických úniků. Platí, že čím nižší bude jejich hodnota, tím vyšší bude multiplikační efekt výdajů v regionu/zemi.
- omezení dodávek do regionu/země. Platí, že čím vyšší bude toto omezení, tím vyšší bude multiplikační efekt regionu/země.

Žerníčková, I. (2009) souhlasí s již výše uvedeným, že příjmy v cestovním ruchu jsou jako v jiných odvětvích multiplikovány a doplňuje, že multiplikátor závisí na sklonu ke spotřebě (čím vyšší sklon ke spotřebě, tím vyšší multiplikátor příjmů) a objemu importu (čím menší objem importu, tím vyšší multiplikátor příjmů).

Obrázek 9 - Multiplikační efekt cestovního ruchu



Zdroj: Page (1995), in Žerníčková, I. (2009)

Žerníčková, I. (2009) při odhadování vzorce ekonomických účinků cestovního ruchu vychází ze Stynese, D. (1997):

$$\text{Ekonomický dopad CR} = \text{počet turistů} \times \text{průměrné výdaje/os} \times \text{multiplikátor}$$

Dopady cestovního ruchu jsou pro účely zhodnocení investice zaznamenávány v ekonomických analýzách. Autorka opět čerpá ze Stynese (1997), který rozeznává následující typy ekonomických analýz: finanční analýza, analýza poptávky, analýza nákladů a výnosů, studie proveditelnosti zhodnotí, hodnocení dopadů na okolní prostředí, analýza

ekonomických dopadů, analýza, která sleduje vliv cestovního ruchu na rozpočet státu, krajů a obcí.

Výhody a nevýhody modelu na závěr této kapitoly shrnuje **Nimrichterová, R. (2010)**. Model multiplikátoru je podle této autorky výhodný zejména pro tvůrce politik k vysvětlení určitého jevu či jako podklad pro tvorbu rozhodnutí týkajících se hospodářství nebo cestovního ruchu v daném regionu. Je dobrou volbou pro hodnocení dopadu veřejných a soukromých projektů a investic. Avšak důležitou podmínkou pro úspěšnost modelů multiplikátoru je správné vymezení jeho předpokladů, nerealisticky stanovené předpoklady povedou k nerealistickým výsledkům. Problémem většiny modelů je nedostatek adekvátních dat.

III. Metodika a cíl práce

Diplomová práce je zaměřena na analýzu rozvoje dvou obcí na základě využití atraktivit v nabídce služeb cestovního ruchu. Hlavním cílem je hodnocení a porovnání nabídky služeb cestovního ruchu vzhledem k aktuálním potřebám trhu, rozvoji obce v návaznosti na využití potenciálu cestovního ruchu. Vlastní část práce zahrnuje především část analytickou.

Analytická část zahrnuje dvě subanalýzy, první z nich je analýza strany poptávky ve sledovaných obcích. Strana poptávky byla analyzována na základě četnosti návštěv, délka pobytu resp. vytížení kapacit, provenience turistů či návštěvníků, důvod jejich návštěvy a využití služeb. Využita byla dostupná statistická data. Největší pomůckou byl dlouhodobě prováděný průzkum CzechTourismu, zjišťující profil návštěvníků v turistických regionech ČR a monitorující celou řadu ukazatelů. Z tohoto důvodu jsem nepovažoval za nutné provádět další metodu osobního dotazování. Dalším zdrojem dat byly informace podané přímo turistickými informačními centry, poskytovateli služeb a provozovateli atraktivit v obou sledovaných obcích.

Následovala analýza nabídky. Strana nabídky byla analyzována na základě potenciálů cestovního ruchu, a to primárních i sekundárních. Primárními potenciály jsou geografická poloha, hydrologie, atraktivita vhodná pro využití v cestovním ruchu a chráněná území. Sekundární potenciály představují ubytovací kapacity, stravovací kapacity, doprava a vybavenost území dalšími rekreačními kapacitami pro doplňkové služby. Pro zpracování této analýzy bylo potřeba využít větší množství zdrojů dat. Významným pramenem byla literatura odborná i regionální, statistické ročenky, průvodci, mapy, publikace a brožury vydané turistickými informačními centry, provozovateli atraktivit nebo úřady ve sledovaných obcích. Proto byla převážná část atraktivit cestovního ruchu a provozovatelů služeb cestovního ruchu navštívena osobně autorem této práce.

Poslední část týkající se vymezení podpor cestovního ruchu na produkci regionu byla zpracována analýzami využití Regionálního operačního programu Jihozápad, případně jiných operačních programů, eventuálně dalších druhů podpor. Území byla sledována z hlediska rozdělení podpor a výše příspěvků z mimorozpočtových zdrojů a následovalo zhodnocení vlivu podpor cestovního ruchu na produkci ve sledovaných obcích.

K řešení problematiky byla využita celá řada metod, mezi nimiž hlavní jsou metody historické, logické, komparační s využitím analýz statistických údajů a primárních dat získaných z osobního dotazování a pozorování.

Součástí práce formulace SWOT analýzy, jejíž výstupy jsou konkretizovány v analýze S-W a v O-T analýze.

Pro dosažení cíle práce byly stanoveny následující hypotézy, které byly v závěru práce potvrzeny nebo vyvráceny.

Předpokládají se následující skutečnosti:

Hypotéza 1 – Limitujícím faktorem rozvoje obce Vimperk je mimojiné nedostatečná úroveň služeb a nedostačující propagace jak služeb cestovního ruchu, tak obce jako samostatného celku.

Hypotéza 2 – Obec Vimperk nedostatečně využívá kulturně-historický a přírodní potenciál pro rozvoj cestovního ruchu.

Hypotéza 3 – Pokud návštěvník nemá specifické požadavky a motivy návštěvy, vždy raději upřednostní návštěvu Českého Krumlova před návštěvou Vimperka.

Hypotéza 4 – Obec Vimperk nemá potenciál, aby se v blízké době vyrovnal svou primární i sekundární nabídkou služeb a jejich využití turisty a návštěvníky stejným ukazatelům v případě obce Český Krumlov.

IV. Vlastní práce

4. Situační analýza

4.1. Vymezení a popis regionu Jihočeského kraje

Obecná charakteristika kraje je detailně popsána např. v **Programu rozvoje Jihočeského kraje (2008)**. Jihočeský kraj leží při jižní hranici České republiky s Rakouskem (Horní a Dolní Rakousko) a Spolkovou republikou Německo (Bavorsko). Má rozlohu 10 057,3 km², což je 12,8 % rozlohy České republiky. Převážná část území leží v nadmořské výšce 400 - 600 m. n. m. V kraji žije 631 434 obyvatel (stav ke dni 30. 6. 2007), hustota obyvatel je nejnižší v ČR (62,6 osob/km²)⁸. Jihočeský kraj se sídlem v Českých Budějovicích je vymezen územím okresů České Budějovice, Český Krumlov, Jindřichův Hradec, Písek, Prachatice, Strakonice a Tábor.

Jihočeský kraj patří v rámci České republiky mezi málo urbanizovaná území; v současnosti má celkem 623 obcí, z toho 52 se statutem města⁹. Ve venkovských oblastech, v nichž došlo k omezení nebo ukončení ekonomických aktivit a jsou dopravně obtížně dostupné, dochází k postupnému vyliďňování nebo změně funkce sídla.

Jihočeský kraj se svou ekonomickou vyspělostí, měřenou HDP na obyvatele, řadí mezi průměrné regiony ČR, míra nezaměstnanosti je však dlouhodobě nižší. Na tvorbě hrubého domácího produktu v České republice se kraj podílí pouze 5,5 %.

Jihočeský kraj je dlouhodobě vnímán především jako zemědělská oblast s rozvinutým rybníkářstvím a lesnictvím. Zemědělství, které je tradičním a charakteristickým odvětvím hospodářství Jihočeského kraje, se významně podílí na údržbě a tvorbě krajiny. Lesní hospodářství plní v kraji významnou ekonomickou, krajinnotvornou a rekreační funkci, která vytváří podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Fenomémem Jihočeského kraje je také rybářství s dlouholetou tradicí.

Cestovní ruch v Jihočeském kraji je podmíněn bohatou a rozmanitou strukturou přírodního i kulturního dědictví a opírá se o již fungující produkty, jako je především lázeňství, různé formy zimní i letní turistiky, městské a venkovské památkové rezervace, jedinečná lidová architektura, tradiční slavnosti a výstavy, různé formy gastroturistiky. Rozvoj cestovního ruchu je územně diferencovaný s výraznou sezóností, přičemž

⁸ Údaje za r. 2006, zdroj: Statistická ročenka JK 2007

⁹ Údaje za r. 2006, zdroj: Statistické ročenka JK 2007

je limitován nedostatečně rozvinutou základní a doplňkovou infrastrukturou, nevyhovující dopravní dostupností, omezeným rozsahem a kvalitou služeb atd.

Vybavenost kraje infrastrukturou se postupně zlepšuje, přesto je úroveň a kvalita infrastruktury v rámci ČR spíše na podprůměrné úrovni. Stále není dosaženo stavu plného využití relativně výhodné dopravní polohy kraje a existence evropských dopravních tras. Splavnění řeky Vltavy z Českých Budějovic do Třebenic a též rozvoj železnice na Šumavě (Rybník-Lipno nad Vltavou, prodloužení o úsek Lipno nad Vltavou-Černá v Pošumaví) přispěje k dalšímu rozvoji cestovního ruchu.

Stav životního prostředí je uspokojivý, mj. i díky existenci velkoplošných a maloplošných chráněných území. Přestože se kraj vyznačuje stabilní a rozmanitou krajinou, stále existuje řada problematických oblastí s nutností jejich komplexního řešení. Podíl vodních ploch na celkové rozloze Jihočeského kraje je nejvyšší v ČR. Ovzduší je označováno jako nejčistší v ČR.

4.2. Cestovní ruch v Jihočeském kraji

Dělení území České republiky z pohledu cestovního ruchu na turistické regiony popisuje Český statistický úřad na svých webových stránkách www.czso.cz (31.1.2011). Ty jsou definovány jako území, pro něž je typický určitý druh cestovního ruchu, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje a sjednocuje, ale zároveň i odlišuje od ostatních regionů. Hlavní myšlenkou vzniku turistických regionů je možnost ucelené prezentace té které oblasti, a to nejen ve vztahu k zahraničí. Výsledkem jednání v regionech v letech 1998 – 1999 bylo území České republiky rozčleněno na 15 turistických regionů. Tyto regiony se mohou dále členit na turistické oblasti, které tvoří nižší územní celky. Turistické regiony ani oblasti pak většinou nekorespondují s územněsprávním členěním státu.

Tabulka 1 - Turistické regiony Jižní Čechy a Šumava

Turistický region	Turistická oblast	Kraj	Počet obcí	Rozloha v ha
Jižní Čechy	Jižní Čechy	Jihočeský	512	706 682
Šumava	Šumava - východ	Jihočeský	111	299 008
		Plzeňský	95	193 954
	Chodsko	Plzeňský	86	114 013

Zdroj: Český statistický úřad, <http://www.czso.cz/xl/redakce.nsf/i/0207005>, (31.1.2011)

Na popis Jihočeského kraje z pohledu cestovního ruchu se mimo jiné zaměřuje **Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009 – 2013 (2009)**, (dále jen Strategie rozvoje CR v JK). Podle ní je Jihočeský kraj považovaný za jeden z turisticky nejatraktivnějších regionů České republiky. Počet statisticky vykázaných přenocování domácích i zahraničních turistů v Jihočeském kraji i přesto dlouhodobě klesá. V roce 2008 činil pokles počtu přenocování meziročně 5,3 % u domácích turistů a 6,3 % u zahraničních turistů. U domácího cestovního ruchu tak došlo k určité stabilizaci po drastickém propadu v roce 2007 (více než 19% pokles v počtu přenocování domácích turistů). V době ekonomické recese, která negativně působí na vývoj segmentu cestovního ruchu, může Jihočeský kraj těžit z pověsti tradičního místa pro spokojenou dovolenou a z faktu, že lze očekávat návrat tuzemských turistů, kteří budou v menší míře cestovat za drahou dovolenou do zahraničí.

Zahraníční turisté se podílejí na celkovém počtu přenocování přibližně 32 %, nejčastějšími návštěvníky jsou turisté z Německa, Rakouska, Nizozemí, Slovenska a USA. Významným faktorem, který ovlivňuje návštěvnost kraje, je sezónnost – hlavní turistická sezóna začíná přibližně v polovině června a končí v polovině září.

Materiál *Cestovní ruch v regionech České republiky (2003)* zhotovený pro CzechTourism uvádí, že významnou složkou jihočeského potenciálu cestovního ruchu jsou historické památky a kulturní atraktivity. Pro návštěvníky jsou přitažlivá historicky významná města s rozsáhlými soubory památkových objektů (např. Český Krumlov, Jindřichův Hradec, Písek, Tábor, České Budějovice, Třeboň, Slavonie). Třeboň, Bechyně a Vráž u Písku mají lázeňskou tradici. Velmi navštěvované jsou jihočeské hrady, zámky, tvrze a zříceniny. Specifickým kulturním bohatstvím jižních Čech jsou lidové zvyky, slavnosti, tradice, řemesla a architektura. Zajímavá a atraktivní je i nabídka technických památek.

Strategie rozvoje CR v JK nachází brzdu v rozvoji cestovního ruchu v kraji ve špatné dopravní infrastruktura a podinvestovaná infrastruktura cestovního ruchu, ale také nedostatečná kvalita lidského kapitálu, marketing cestovního ruchu a malý důraz na spolupráci mezi veřejným a soukromým sektorem.

Jižní Čechy nemají mnoho unikátních, od jiných regionů výrazně se odlišujících turistických atraktivit. Svou profilaci by proto měl region postavit na propagaci unikátního mixu přírodního, kulturního a historického bohatství, které vytváří velmi dobré předpoklady pro využití cestovního ruchu ke všeobecnému rozvoji regionu.

Strategie rozvoje CR v JK dále doplňuje, že Jihočeský kraj je po Praze a Středočeském kraji považován za třetí turisticky nejatraktivnější region České republiky. Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu jsou zde oproti jiným regionům České republiky nadstandardní –

zejména díky bohatému propojení přírodního, kulturního a historického bohatství (včetně lázeňské tradice).

Zvláštní pozornost je ve Strategii rozvoje CR v JK věnována infrastruktuře cestovního ruchu je v Jihočeském kraji, která je obecně jednou z bariér dalšího rozvoje. Kromě dopravní infrastruktury (chybějící napojení na dálniční síť ČR, absence vlakového koridoru), která je obecně centrem stížností podnikatelů v cestovním ruchu, jsou však rezervy také na straně nabídky těchto provozovatelů. Silnou stránkou kraje je infrastruktura pro cykloturistiku, rozvinutá síť značených turistických stezek, značené příhraniční trasy a řada hraničních přechodů s Rakouskem a Německem. Rovnoměrně rozvinutá je síť informačních center, která pomáhají turistům s plánováním dovolené. Dlouhodobě se zlepšuje kvalita ubytovacích kapacit a spektrum vybavení pro volnočasové aktivity.

Přírodní předpoklady území Jihočeského kraje jsou zčásti limitujícím faktorem pro rozvoj zimních sportů a aktivit. Zejména v důsledku nižší nadmořské výšky horských center nedokáže jihočeská zimní nabídka konkurovat jiným centrům v ČR ani v blízkém zahraničí (výjimku tvoří snad jen rekonstruovaný Skiareál Lipno). V porovnání se zahraniční konkurencí je omezená také nabídka aktivit pro trávení volného času v případě nepříznivého počasí (kryté bazény, wellness a zábavní centra, sportovní haly). V oblasti kongresové turistiky chybí prostory pro organizování „velkých kongresů“ pro několik stovek účastníků. Nerovnoměrné je pokrytí území Jihočeského kraje ubytovacími kapacitami vyššího standardu (4* a výše) pro náročnou klientelu.

Obrázek 10 - Turistické regiony České republiky



Zdroj: CzechTourism, <http://www.czechtourism.cz/pro-odborniky/mapa-turistickych-regionu-a-oblasti/> (12.1.2011)

4.3. Monitoring domácího cestovního ruchu

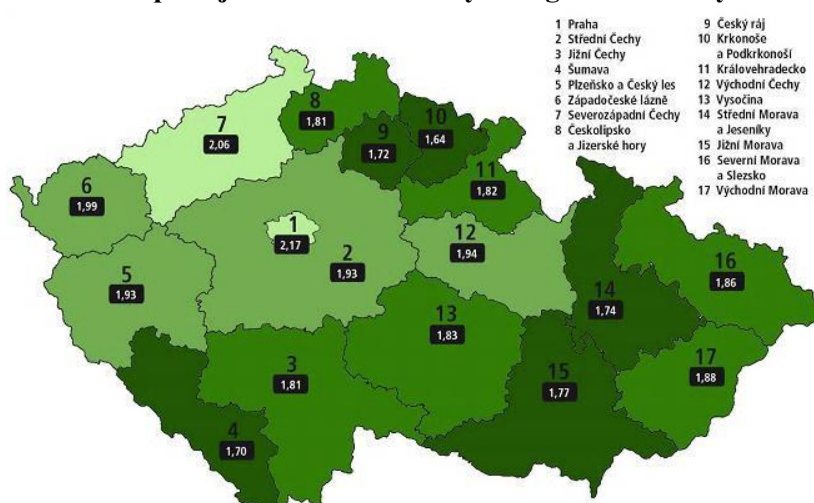
Pro analýzu návštěvnosti v jednotlivých turistických oblastech a regionech České republiky velice dobře poslouží kontinuální průzkum CzechTourismu, který je součástí projektu „Realizace výzkumu zaměřeného na domácí cestovní ruch“. V polovině července 2010 byly vyhodnoceny výsledky první etapy (zima 2009/10) tohoto projektu. Výzkum se kromě návštěvnosti zaměřuje na zjištění skladby návštěvníků, způsob trávení volného času, jejich spokojenost s nabídkou cestovního ruchu, vybavením regionu, kvalitou poskytovaných služeb a zájem region v budoucnu opět navštívit.

Projekt je realizován od roku 2010 do roku 2014 vždy ve dvou vlnách ročně (zimní a letní), na vzorku zhruba 50 tisíc respondentů ročně.

V rámci Výzkumu zaměřeného na domácí cestovní ruch bylo za zimní etapu 2010 (únor až březen 2010) dotázáno 25 224 návštěvníků České republiky v 17 turistických regionech. Rozdělení turistických regionů a lokalit odpovídá novému rozložení turistických regionů uvedenému níže a zveřejněné agenturou CzechTourism na svých webových stránkách ke dni 29. 1. 2010. www.czechtourism.cz (12.1.2011).

Důležitým kritériem spokojenosti je pro tuzemské turisty kvalita ubytovacích služeb. Vedoucí oddělení výzkumu a trendů Markéta Vogelová z agentury CzechTourism na webových stránkách komentuje: „Celková spokojenost návštěvníků s pobytem v regionu je u nás velmi vysoká. Podíl spokojených návštěvníků dosahuje 97 procent. U návštěvníků Šumavy vyšplhala míra spokojenosti dokonce na 100 procent.“ www.czechtourism.cz (12.1.2011).

Obrázek 11 - Spokojenost dle turistických regionů – služby Léto 2010



Zdroj: CzechTourism, <http://www.czechtourism.cz/media/tiskove-zpravy/nejspokojenejsi-turiste-jsou-na-sumave.html> (12.1.2011)

Projekt „Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch“ nyní poskytuje výsledky z dotazování návštěvníků turistických regionů České republiky z etap léto 2010 a zima 2010. Pro diplomovou práci jsou relevantní dva turistické regiony, z nichž se skládá Jihočeský kraj:

4.3.1. Šumava^{10,11}

I. Charakteristiky pobytu:

V letním období přijíždějí návštěvníci na Šumavu obvykle na 3-7 dní s partnerem či přáteli. Nejčastěji volí dopravu osobním automobilem, a to pravděpodobně proto, že pochází z velké části z oblastí vzdálených více než 100 km. Průměrná útrata za den pobytu bývá maximálně 1 000 Kč na osobu. Většina turistů se v průběhu pobytu aspoň z části stravuje v restauračních zařízeních. Pokud návštěvníci využijí ubytování, jedná se nejčastěji o penzion, popřípadě kemp/tábořiště. Nejčastěji lidé přijíždí na Šumavu za sportem a turistikou, dále pak za relaxací nebo poznáním – mezi nejlákavější aktivity regionu patří poznávací a pěší turistika, popřípadě cykloturistika a koupání. Naprostá většina návštěvníků je se svým pobytem na Šumavě spokojena, a tři čtvrtiny návštěvníků dokonce přijíždějí do tohoto regionu opakovaně. Naprostá většina všech návštěvníků se sem plánuje opět vypravit, necelá třetina pak v brzké době (do půl roku). Šumava je obecně považována za jeden z upřednostňovaných regionů v souvislosti s výletem/pobytem.

Průzkum v zimním období vykázal velice podobné charakteristiky, kromě délky pobytu, kdy návštěvníci přijíždějí na Šumavu obvykle pouze na jeden den s partnerem či přáteli. Nejčastěji volí dopravu osobním automobilem, a to i v případě, že pochází z oblastí vzdálených více než 100 km. Průměrná útrata za den pobytu je stejně jako v létě maximálně 1 000 Kč na osobu.

II. Hodnocení regionu:

V regionu Šumavy je nejlépe hodnocena přátelskost místních lidí, spolu s rozsahem a dostupností ubytovacích, popřípadě stravovacích, kapacit. Dále je velmi dobře vnímána kvalita orientačních značení a péče o památky, turistické atraktivity a životní prostředí.

¹⁰ Zdroj informací pro období léto 2010: Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch, vyhodnocení etapy léto 2010, Šumava.

¹¹ Zdroj informací pro období zima 2010: Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch, vyhodnocení etapy zima 2010, Šumava.

Kromě ubytovacích služeb žádná další oblast výrazně neovlivňuje celkovou spokojenost návštěvníků. Ubytovacím službám je tedy potřeba věnovat pozornost a udržovat jejich kvalitu.

III. Informační zdroje:

Nejběžnějším zdrojem informací o Šumavě je internet, dále jsou to informace od příbuzných a známých a informace z propagačních materiálů nebo z turistických center. Téměř pětina návštěvníků zaznamenala před svým příjezdem propagaci regionu formou venkovní reklamy, další pětina pak viděla reklamu na internetu.

4.3.2. Jižní Čechy^{12,13}

I. Charakteristiky pobytu:

Do Jižních Čech v letním období přijeli návštěvníci nejvíce ze vzdálenosti nad 100 km. Přicestovali převážně s partnerem/přáteli (73 % v létě, 42 % v zimě) a malými dětmi (19 % v létě). Nejčastějším dopravním prostředkem byl automobil, případně vlak nebo autobus. V létě většinou tráví v regionu buď jeden den (bez noclehu), nebo 3-7 dní a ubytovávají se nejčastěji v penzionech, u známých (případně na vlastní chatě) nebo využívají služeb kempu či tábořišť. V zimním období tráví v regionu jeden den (bez noclehu), pokud zde přespávají, pak je jejich pobyt obvykle v délce jedné či dvou nocí a jsou ubytováni v hotelu *** nebo u známých/chalupě.

Téměř všichni návštěvníci se stravují v restauračních zařízeních (v létě 34 % dokonce téměř vždy, v zimě 32 %), jejich náklady na den v průměru u většiny nepřekročí více než 1 000 Kč. Důvody návštěvy Jižních Čech byly zejména poznání, relaxace, turistika a sport. Jihočeský region láká návštěvníky zejména možnostmi poznávací a pěší turistiky, koupání a vodních sportů, cykloturistiky a horské cyklistiky.

Návštěvníci Jižních Čech jsou typičtí svou „věrností“ tomuto regionu. Téměř všichni se plánují do této oblasti vrátit, ve velmi blízké době, je tomu tak u 30 % návštěvníků dotázaných v letním období a v zimě dokonce u 54 % dotázaných, kteří se plánují vrátit

¹² Zdroj informací pro období léto 2010: Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch, vyhodnocení etapy léto 2010, Jižní Čechy.

¹³ Zdroj informací pro období léto 2010: Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch, vyhodnocení etapy zima 2010, Jižní Čechy.

do půl roku. Tento region patří pro více než polovinu návštěvníků k velmi preferovaným oblastem.

II. Hodnocení regionu:

Návštěvníci Jižních Čech byli se svým výletem/pobytem spokojeni (54 % je „velmi spokojeno“, 45 % v zimě). Při svém výletě/pobytu oceňují přátelskost místních, péči o turistické památky a atraktivitu, péči o čistotu a pořádek a drobný prodej. Naopak určité zlepšení by bylo vhodné v oblasti dopravní infrastruktury a v oblasti služeb pro motoristy.

Mezi parametry, které je třeba dále rozvíjet nebo alespoň udržovat, patří ubytovací služby obecně a úroveň personálu ve službách.

III. Informační zdroje:

Mírná většina (52 % v létě, 48% v zimě) všech dotázaných návštěvníků zaznamenala reklamu na Jižní Čechy, šlo převážně o reklamy na internetu a venkovní reklamy, dále pak reklamy v tisku a v rádiu. Klíčové byly pro návštěvníky informace z internetu, od příbuzných a z propagačních materiálů. Nejméně se návštěvníci informovali v cestovních kancelářích a agenturách.

4.4. Charakteristika města Vimperk

Autoři průvodce Prachatickem a Vimperskem **David, P., Soukup, V. (1999)** uvádějí, že Vimperk je druhým největším městem prachatického okresu, ležící v údolí řeky Volyňky na významné komunikaci z vnitrozemí k hraničnímu přechodu ve Strážném. Podle archeologických nálezů zde existovala obchodní cesta patrně již v době předslovanské. Původní hrad na ochranu Zlaté stezky¹⁴ byl založen snad již v r. 1195. Kromě toho, že město leží na hranici CHKO Šumava na severním úbočí vrchu Boubína, je také sídelním místem správy CHKO a NP Šumava **www.jiznicehy.org (3.4.2011)**. Ve Vimperku jsou soustředěny služby pro návštěvníky, město má také bohatou historii se slavnými tradicemi sklářství a tiskařství.

Práce je zaměřena na analýzu služeb, konkrétně služeb cestovního ruchu, proto je důležité uvést, že i na Vimpersku dnes převažuje zaměstnanost ve službách. Zvyšuje se tak i zaměstnanost v terciárním sektoru, což má za následek snížení zaměstnanosti v primárním a sekundárním sektoru. Tento fakt je z části ovlivněn i tím, že se celá oblast orientuje na sektor cestovního ruchu a dále také příhraničním umístěním, které umožňuje nabízet služby i obyvatelům německého příhraničí. Tito návštěvníci ovšem požadují takovou kvalitu služeb, na kterou jsou zvyklí z domova. Vybavenost města z hlediska potřeb cestovního ruchu nejen díky tomuto stoupá. Přesto stále poptávka výrazně převyšuje nabídku. Kapacita ubytovacích zařízení ovšem není takový problém, jako jejich kvalita.

Výzkum pracovníků Ústavu ekologie krajiny AV ČR publikovaný v roce 2001 zjistil, že s možnostmi stravování a občerstvení je velmi spokojena většina návštěvníků, podobně je tomu se značením turistických cest a s informačními službami. Menší spokojenost je s vybaveností veřejnými parkovišti (spojeno je jen 40 % respondentů), se sítí cyklostezek (40 % respondentů) a s půjčovnami a opravami sportovního vybavení (20 % respondentů) **Novotná, (2001)**. Po deseti letech od výzkumu je situace obdobná.

4.5. Analýza nabídky cestovního ruchu ve Vimperku

Od května 2004 je v nově zrekonstruovaném měšťanském domě č. 8 na náměstí otevřeno Minimuzeum Zlaté stezky, zasvěcené vimperské větvi této středověké obchodní cesty. Expozice obsahuje mnoho z historie Zlaté stezky i Vimperka, k vidění jsou originální

¹⁴ Jako Goldener-Salzteig (Zlatá či Solná stezka) najdeme přímo v terénu vyznačenou stezku, po které se od Pasova do Prachatic dopravovala na hřbetech soumarů sůl i další zboží, především drahé sukno, hedvábí, víno, mořské ryby, ovoce, koření. V opačném směru pak putovalo obilí, chmel, pivo či proslulá prachatická kořalka. **David, P., Soukup, V. (1999)**.

středověké předměty a také názorné modely jako „Tážení vojska vimperských Kaplířů ze Sulevic v roce 1458 po Zlaté stezce do Pasovska“.

Strategický plán rozvoje města Vimperk pro období 2009 – 2014 (2008) připomíná i řadu akcí, kterými žije Vimperk od jara po zimu a které lákají nejednoho hosta z okolí i z daleka. Za mnohé stačí uvést např. Staročeský masopust, Vycházky po Vimpersku, Letní šermířské arkády nebo Historický víkend na vimperském zámku. Vlajkovou lodí vimperské kultury je Léto pod Boubínem, který nabízí více jak čtyři desítky kulturních a společenských akcí od koncertů, divadelních představení pro malé i velké, přes keltské slavnosti a harmonikářský sraz až třeba po tradiční šumavské trhy. Nezapomenutelné jsou také nostalgické jízdy zvláštních vlaků pořádané vimperským Stifterovým pošumavským železničním spolkem při různých příležitostech na šumavských tratích (oslavy výročí tratí nebo již tradiční silvestrovské jízdy na Kubovu Hut' a zpět.

Tabulka 2 - Vimperské památky

Vimperské památky	
• Zámek	• Dům čp. 8
• Haselburg	• Měšťanské domy na náměstí
• Městské opevnění a Černá brána	• Fara čp. 46
• Městská zvonice	• Steinbrenerův dům čp. 3
• Kostel Navštívení Panny Marie	• Srubové domy čp. 11, 16, 18
• Kostel Sv. Bartoloměje	• Dům U jelena čp. 61
• Kaple 14 svatých pomocníků	• Secesní vila čp. 180
• Kostel Nejsvětějšího srdce Páně	• Hotel Anna čp. 168
• Křížová cesta	• Hotel Hvězda čp. 103
• Socha sv. Anny	• Pivovary
• Kašny na náměstí	• Klášterecký viadukt

Zdroj: vlastní zpracování, Vimperk – oficiální informační systém města, <http://www.vimperk.cz/420/cz/normal/vimperske-pamatky/> (3.4.2011)

Dominantní památkou je zámek, sestávající ze tří částí – vlastního hradu (Horní zámek), Dolního zámku a původně předsunuté pevnůstky Haselburku s okrouhlou věží. Nejstarší částí hradu je dvoupatrová Vlčková zeď s 3,5 m silnými zdmi. Na ni navazuje gotická obvodová hradba. V průběhu 18. a 19. stol. bylo po obvodu Haselburku postaveno několik chalup. **David, P., Soukup, V. (1999).**

Od devadesátých let 20. století se v areálu zámku provádějí úpravy, ale v ohromném a členitém objektu nejsou jejich výsledky příliš patrné. Zámek potřebuje rozsáhlou rekonstrukci a po ní nějaké trvalejší, nejlépe společensko-kulturní využití, které by staré

panské sídlo znovu naplnilo životem. Vimperku by se tak vrátila jeho historická celistvost, neboť po podzámčí by ožil i zámek. www.vimperk.cz (3.4.2011).

V areálu jsou v současné době výstavní místnosti muzea se stálou expozicí věnovanou sklářství, knihtisku, šumavské přírodě a dějinám města.

V současné době má zámek otevřeno od 1. května do 31. října všechny dny mimo pondělí. Otevírací hodiny jsou v květnu, červnu, září a říjnu v rozmezí 9:00 až 16:00 a v červenci a srpnu od 9:00 do 18:00. Podrobnosti o vstupném a programové nabídce viz příloha č. 5.

Tabulka 3 - Návštěvnost zámku Vimperk

Návštěvnost zámku Vimperk		
Rok	Počet návštěvníků	Změna oproti min. roku
2005	12205	
2006	10482	-14,12 %
2007	11711	11,72 %
2008	12376	5,68 %
2009	17624	42,40 %
2010	11675	-33,76 %

Zdroj: vlastní zpracování, TIS Vimperk

Návštěvnost zámku Vimperk je relativně konstantní. Za pozornost stojí rok 2009 s nárůstem o 42,4 %. Důvodem vzrůstu návštěvnosti je otevření zámeckého okruhu, kde si návštěvníci mohou prohlédnout další prostory zámku. Propad o rok později má patrně souvislost s celosvětovou ekonomickou recesí s následujícím snížením výsledků příjezdového cestovního ruchu. Paní Milena Smolová, vedoucí muzea na zámku Vimperk, dodala, že tento propad nastal hlavně díky menšímu počtu turistů ze zahraničí, zejména z Německa. V následujících obdobích ovšem lze očekávat návrat většího počtu návštěvníků, jak domácích, tak i zahraničních.

Tabulka 4 - Návštěvnost TIS Vimperk

Návštěvnost TIS Vimperk		
Rok	Počet návštěvníků	Změna oproti min. roku
2005	6928	
2006	6657	-3,91 %
2007	9168	37,72 %
2008	12212	33,20 %
2009	19267	57,77 %

Zdroj: vlastní zpracování, TIS Vimperk

Z tabulky návštěvnosti TIS ve Vimperku lze vyčíst nárůst zájemců o služby střediska, zejména v posledních čtyřech letech. Přesná data za rok 2010 se nepodařilo zjistit, středisko poskytlo informaci, že se návštěvnost pohybovala v rozmezí mezi 15 000 až 16 000, což opět potvrzuje snížení oproti předchozímu roku. Šlo převážně o Čechy, Němce a Holanďany.

Středisko nabízí standardní služby, jako je prodej map, suvenýrů, průvodců, kreseb Vimperka a okolí, internet pro veřejnost, kopírování, vázání, skenování, laminování, infobox, informace o památkách a akcích, možnosti ubytování a stravování, průvodcovskou činnost v Minimuzeu Zlaté stezky a Městské zvonici na Náměstí, dětský koutek. Zajímavým faktem, svědčící mimojiné o sezónnosti destinace je, že mimo sezónu (říjen až květen) je středisko zavřeno. Během sezóny od 25.6 do 11.9 je v pondělí otevřeno jen do 12:00, o víkendu je otevřeno.

Tabulka 5 - Návštěvnost Minimuzea

Návštěvnost Minimuzea Zlaté stezky		
Rok	Počet návštěvníků	Změna oproti min. roku
2005	312	
2006	605	93,91 %
2007	550	-9,09 %
2008	408	-25,82 %
2009	438	7,35 %

Zdroj: vlastní zpracování, TIS Vimperk

Vstupné pro návštěvníky Minimuzea Zlaté stezky je 20 Kč za dospělého, studenti a důchodci zaplatí 10 Kč. Zvýhodněné rodinné vstupné je 40 Kč. Počet návštěvníků Minimuzea je oproti jiným atraktivitám ve Vimperku malý a konstantní. Minimuzeum si zaslouží větší propagaci, což by mělo mít na starosti TIS. Prohlídka Minimuzea by mohla sloužit jako jeden z prvních cílů v harmonogramu vícedenních návštěvníků Vimperska. Získané informace potom mohou sloužit jako jeden z podkladů pro plánování výletů do okolí.

Data za rok 2010 opět nejsou konkrétní, je dostupná pouze informace o rozmezí mezi 300 až 500 návštěvníky.

4.6. Charakteristika města Český Krumlov

Křivolaké uličky, romantická zákoutí a unikátní komplex měšťanských domů s impozantní dominantou zámku nad meandrem Vltavy, vynikající výstavy umělců světoznámých jmen, koncerty, hudební festivaly, divadelní představení, hospůdky, kavárny i středověké krčmy, pestrá směs turistů z celého světa, to vše je Český Krumlov - malé ale zároveň kosmopolitní město s jedinečnou atmosférou, obklopeno neporušenou, krásnou přírodou. Od roku 1992 je zapsáno na seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. www.ckrumlov.info (5.4.2011).

K 1.1.2010 žilo v Českém Krumlově 13 728 obyvatel, o to pozoruhodnější je počet návštěvníků, který ročně přesahuje 1 000 000 turistů, přijíždějících z celého světa. Na tak malé město, jakým Český Krumlov je, jsou další čísla pro mnohá podobná konkurenční města z hlediska nabídky cestovního ruchu nepřekonatelná: přes 300 památkově chráněných objektů v centru, 7 muzeí, 4 galerie, 3 divadla, 1 divadelní a 1 filmový festival. Dále cca 3 500 lůžek v cca 200 ubytovacích zařízeních různých kategorií, cca 5 000 míst ve 135 gastronomických zařízeních, cca 2 300 míst ve 20 konferenčních a seminárních sálech, 40 parkovacích míst pro autobusy a 700 pro osobní automobily.

4.7. Analýza nabídky cestovního ruchu v Českém Krumlově

Český Krumlov jako sídlení město české šlechty si zachoval na 300 památkově chráněných objektů v historickém centru, druhý největší hradní a zámecký komplex v České republice, unikátní barokní divadlo na světě. Nově otevřená muzea, galerie a prohlídkové objekty dotváří širokou nabídku atraktivit.

Tabulka 6 - Českokrumlovské atraktivy a památky, muzea

Českokrumlovské atraktivy a památky	Muzea
<ul style="list-style-type: none"> • Státní hrad a zámek Český Krumlov <ul style="list-style-type: none"> ○ Zámecké divadlo v Českém Krumlově ○ Zámecké lapidárium v Českém Krumlově ○ Zámecká věž ○ Zámecká zahrada v Českém Krumlově ○ Václavské sklepy ○ Medvědí příkop na zámku Český Krumlov 	<ul style="list-style-type: none"> • Regionální muzeum v Českém Krumlově
<ul style="list-style-type: none"> • Kostel sv. Víta ve městě Český Krumlov 	<ul style="list-style-type: none"> • Wax muzeum
<ul style="list-style-type: none"> • Minoritský klášter ve městě Český Krumlov 	<ul style="list-style-type: none"> • Muzeum Loutek - Pohádkový dům
<ul style="list-style-type: none"> • Synagoga 	<ul style="list-style-type: none"> • Muzeum útrpného práva
<ul style="list-style-type: none"> • Egon Schiele Art Centrum 	<ul style="list-style-type: none"> • Muzeum marionet
<ul style="list-style-type: none"> • Grafitový důl 	<ul style="list-style-type: none"> • Muzeum stavebních dějin a řemesel v Českém Krumlově
<ul style="list-style-type: none"> • Exkurze v pivovaru Eggenberg 	<ul style="list-style-type: none"> • Museum Fotoateliér Seidel

Zdroj: vlastní zpracování, *Sales Guide Český Krumlov 2010* [online]. Destinační management Český Krumlov, 2010.

Součástí nabídky je i řada kulturních akcí, mezi nejhlavnější patří prvomájový Kouzelný Krumlov, Krumlovský masopust, Rallye Český Krumlov, Slavnosti pětileté růže (které obsadily první místo mezi akcemi v soutěži Ceny Kudy z nudy 2010, www.toleti.cz, 8.4.2011), dále divadelní představení pod širým nebem na otáčivém hledišti, Festival Komorní hudby, Mezinárodní hudební festival Český Krumlov, Svatováclavské slavnosti, Dny evropského dědictví, EKOFILM, Advent a Vánoce v Českém Krumlově a mnoho dalších.

Tabulka 7 - Stálé expozice v Českém Krumlově

Rok	Státní hrad a zámek	Změna oproti min. roku	Egon Schiele Art Centrum	Změna oproti min. roku	Regionální muzeum (bez pobočky v Horní Plané)	Změna oproti min. roku
2000	299 430	87,0 %	69 758	-0,6 %	13 016	-5,8%
2001	297 534	-0,6 %	71 863	2,9 %	11 560	-12,6%
2002	235 427	-20,9 %	56 030	-28,3 %	12 655	8,65%
2003	292 103	24,1 %	70 800	20,9 %	15 081	16,00%
2004	329 133	12,7 %	70 000	-1,1 %	16 702	9,70%
2005	336 216	2,2 %	50 906	-37,5 %	13 528	-23,5%
2006	340 478	1,3 %	45 393	-12,1 %	19 160	29,4%
2007	344 548	1,2 %	50 478	10,1 %	12 394	-54,6%
2008	338 305	-1,8 %	40 321	-25,2 %	11 422	-8,5%
2009	311 230	-8,0 %	40 100	-0,6 %	0	
2010	292 684	-6,0 %	41 007	2,2 %	6788	

Zdroj: Destinační management Český Krumlov

Klíčovou a zároveň nejnavštěvovanější atraktivitou je bezpochyby Státní hrad a zámek Český Krumlov. 87% nárůst návštěvnosti v roce 2000 je zapříčiněn tím, že zámek toho převzal provozování věže. Propad o 21 % v roce 2002 byl v důsledku srpnových povodní. Zajímavostí může být pokles o 8 % v roce 2009, přestože tento rok představoval velkolepé slavnosti k příležitosti 700 let od založení města. Návštěvnost zámku sice v posledních letech klesá, předpokládá se ovšem pozvolný návrat k růstu návštěvnosti v době, kdy pomine celosvětová ekonomická krize.

Co se týká Regionálního muzea v Českém Krumlově, tak to bylo od roku 2009 do června roku 2010 rekonstruováno.

Další stálé expozice:

- Václavské sklepy - cca 20 000 návštěvníků ročně;
- Grafitový důl – cca 15 000 návštěvníků ročně;
- WAX museum – cca 35 000 až 40 000 návštěvníků ročně;
- Museum tortury – cca 40 000 až 45 000 návštěvníků ročně.

Tabulka 8 - Kulturní akce v Českém Krumlově

Festival Jihočeské divadelní léto - otáčivé hlediště				Slavnosti pětileté růže	
Rok	Počet návštěvníků	Počet představení	Změna oproti min. roku	Počet návštěvníků	Změna oproti min. roku
2000	30 512	61	-17,5 %	15 369	4,2%
2001	39 000	63	21,8 %	19 431	20,9%
2002	36 317	57	-7,4 %	17 791	-9,2%
2003	35 735	57	-1,6 %	24 434	27,2%
2004	44 226	75	19,2 %	20 314	-20,3%
2005	47 135	79	6,2 %	22 741	10,7%
2006	51 042	84	7,7 %	22 499	-1,1%
2007	53 856	86	5,2 %	22 302	-0,9%
2008	55 476	89	2,9 %	25 346	12,0%
2009	57 546	93	3,6 %	22 574	-12,3%
2010	51 614	87	-11,5 %	20 432	-10,5%

Zdroj: Destinační management Český Krumlov

Dvě nejvýznamnější kulturní a společenské akce přitáhnou pozornost každoročně přes 70 000 návštěvníků, v součtu s ostatními akcemi pak hovoříme o číslu až téměř 100 000 návštěvníků ročně. Vytíženost otáčivého hlediště, jakožto jednoho ze symbolů Českého Krumlova dokládá fakt, že už několik měsíců před zahájením sezóny (09.06.2011 – 11.09.2011) jsou vstupenky na většinu představení beznadějně vyprodané. Stejně tak Slavnosti pětileté růže patří neodmyslitelně k Českému Krumlovu. Nejen mezi místními obyvateli je oblíbená tato velkolepá třídní přehlídka renesančního života, zahrnující rytířské turnaje, řemeslné trhy, pouliční divadla, šermířské souboje a vše na konci zakončující historický kostýmovaný průvod.

Ve městě mimo Infocentra působí ještě zásadní společnost, a to Destinační management Český Krumlov. Je jedním z "oddělení" oficiální marketingové organizace. Společně s Infocentrem Český Krumlov a Oficiálním informačním systémem Český Krumlov úzce spolupracuje s vedením města a v těsné koordinaci s pracovníky kanceláře starosty zajišťuje oficiální management cestovního ruchu města. Úkoly plní v souladu se svým posláním: koordinace, podpora a rozvoj cestovního ruchu v Českém Krumlově a okolí.

Činnost Destinačního managementu je financována z rozpočtu města Český Krumlov, z rozpočtu Českokrumlovského rozvojového fondu, z grantových programů a finanční podpory partnerů.

Pro města, jejichž rozvojová strategie je založena na cestovním ruchu, mezi které se řadí i Český Krumlov, je existence destinačního managementu (DM) samozřejmostí. DM je pak automaticky předpokládaným partnerem ve všech aspektech týkajících se cestovního ruchu. DM komunikuje se subjekty cestovního ruchu, iniciuje tvorbu společných produktů, vytváří image Českého Krumlova a v neposlední řadě vytváří oficiální marketingovou a komunikační strategii destinace v dlouhodobém horizontu. **www.business.ckrumlov.info** (5.4.2011). DM Český Krumlov pro potřeby diplomové práce poskytl velice podrobné statistiky také o ubytování, které jsou součástí přílohy č. 7.

4.8. SWOT analýza sledovaných obcí

Janečková, L. a Vašítková, M. (1999) o SWOT analýze uvádějí, že se jedná o analýzu silných a slabých stránek obce, příležitostí a hrozeb, přicházejících především z vnějšího prostředí obce, ale i obce samotné a subjektů působících na jejím území. Je základním nástrojem situační analýzy a odpovídá na otázku „kde se obec vlastně nachází a kam směřuje“.

Podkladem pro vytvoření SWOT analýzy nabídky služeb cestovního ruchu a potenciálu rozvoje na základě multiplikačního efektu cestovního ruchu v obou sledovaných obcích byly teoretické poznatky, vlastní pozorování, výstupy z dotazníkového výzkumu a SWOT analýza Jihočeského kraje, která je součástí Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009-2013. Pro každou ze dvou obcí byla vytvořena vlastní SWOT analýza. Následující provedení SWOT analýzy bylo provedeno na základě teoretických poznatků uvedených v publikaci Strategický marketing od Horákové, H. (2003) a faktory, naplňující podstatu silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení, byly z části převzaty z diplomové práce Kulturně historický potenciál rozvoje cestovního ruchu na Telčsku od Ripperové, L. (2009). Tabulky č. 9 – č. 20 byly vypracovány samostatně autorem této diplomové práce.

Horáková, H. (2003) uvádí, že tímto způsobem podnik/obec vytipuje nejen silné stránky, ale zároveň specifikuje i oblasti, ve kterých může hledat příležitosti i ohrožení. Je to podnět k zamyšlení jak rozvinout silné stránky tak, aby bylo možné využít příležitosti a odstraněním slabých stránek minimalizovat hrozby.

Faktory silných a slabých stránek byly hodnoceny z hlediska výkonnosti a závažnosti při třístupňové hodnotící škále. V následující tabulce je matice závažnosti/výkonnosti, znázorňující hodnocení faktorů pro S-W analýzu.

Tabulka 9 - Český Krumlov - hodnocení výkonnosti a závažnosti

Hodnocené faktory		Hodnocení výkonnosti (stavu)			Hodnocení závažnosti		
		dobrá	průměrná	špatná	vysoká	průměrná	nízká
Primární nabídka							
<i>Kulturně-historický potenciál</i>							
1	Architektonické památky (světové)	X			X		
2	Architektonické památky (církevní)		X		X		
3	Muzea, galerie	X			X		
4	Historie regionu	X			X		
5	Kulturní a společenské akce		X		X		
6	Tradice lidových řemesel, zvyků a kultury		X		X		
<i>Přírodní potenciál</i>							
7	Geografická poloha	X			X		
8	Klimatické podmínky		X			X	
9	Vodní plochy a toky		X		X		
10	Kvalita životního prostředí		X		X		
11	Přírodní atraktivita		X			X	
Sekundární nabídka							
<i>Ubytovací a stravovací služby</i>							
12	Ubytovací zařízení – kapacita		X		X		
13	Ubytovací zařízení – kvalita	X			X		
14	Stravovací zařízení – kapacita		X		X		
15	Stravovací zařízení – kvalita	X			X		
<i>Dopravní infrastruktura</i>							
16	Parkování		X		X		
17	Dopravní dostupnost (veřejná doprava)		X			X	
18	Stav komunikací	X				X	
<i>Turistická infrastruktura</i>							
19	Informační služby	X			X		
20	Venkovní značení		X		X		
21	Vybavenost pro zábavu		X		X		
22	Vybavenost pro pěší turistiku	X			X		
23	Vybavenost pro cykloturistiku		X			X	
24	Vybavenost pro další aktivity		X			X	

Tabulka 10 – Český Krumlov - matice závažnosti/výkonnosti

		Výkonnost	
		vysoká	nízká
Závažnost	vysoká	3,1 7,4,19,22 15,13,14,12 9,6,5,2 18,11,8,10	16 20 21 23,17,24
	nízká		

Maticice závažnosti/výkonnosti nabízí čtyři základní alternativy. Levý horní kvadrant obsahuje nejdůležitější faktory, kterým je třeba věnovat největší pozornost, protože mají největší vliv na budoucí prosperitu obce. Jsou to především muzea, galerie a světské architektonické památky a dále také geografická poloha a historie regionu. Důležité je zde poznamenat, že se jedná o faktory primární nabídky. Faktory, jejichž potenciál lze lépe a snadněji zhodnotit pro cestovní ruch, se nacházejí v sekundární nabídce a v tomto kvadrantu to jsou hlavně informační služby a vybavení pro pěší turistiku. Faktory v pravém horním kvadrantu potřebují výkonnostně posílit, jelikož mají vysoký potenciál, který je zatím nevyužitý. Jsou to parkování, venkovní značení a vybavenost pro zábavu. V případě Českého Krumlova nebyly zjištěny faktory vyskytující se v dolních kvadrantech. Je to dáno tím, že Český Krumlov je město s vysokým potenciálem pro cestovní ruch a zároveň je to hojně navštěvované město jak rezidenty, tak i zahraničními návštěvníky. Na výkonnost faktorů, která je průměrná až nadprůměrná, působí kromě kvality služeb i goodwill města a ostatní aspekty, které v návštěvníkovi vytvářejí dojem nadstandardního uspokojení potřeb. Stejně tak i závažnost faktorů neklesá pod úroveň průměru. Je to dáno tím, že Český Krumlov, jako dobře známá a navštěvovaná turistická destinace, klade velký důraz na kvalitu služeb cestovního ruchu a využití potenciálu faktorů rozvoje cestovního ruchu a pro udržení, resp. progresi kvality služeb i celkové atraktivity destinace jsou tyto faktory klíčové.

Základem pro analýzu okolních vlivů prostředí (O-T analýza) je sestavení tabulky příležitostí plynoucích z posílení silných a eliminace slabých stránek a tabulka ohrožení opět vycházející se zhoršení slabých a propadu silných stránek. **Ripperová, L. (2009).**

Při analýzách okolních vlivů využíváme pro grafické vyjádření významu jednotlivých faktorů matice příležitostí a matice ohrožení, ve kterých se faktory dostávají do jednotlivých kvadrantů na základě své síly působení a pravděpodobnosti možného výskytu. **Kozel, R. (2006).**

Tabulka 11 - Český Krumlov - možné příležitosti

Hodnocené faktory		Pravděpodobnost úspěchu			Přitažlivost		
		vysoká	průměrná	nízká	vysoká	průměrná	nízká
Primární nabídka							
1	Prodloužení sezóny		X		X		
2	Prodloužení doby pobytu		X		X		
3	Využití kulturně-historických atraktivit	X			X		
4	Zachování čistého životního prostředí	X			X		
5	Goodwill města	X			X		
Sekundární nabídka							
6	Zvýšení kvality služeb CR		X		X		
7	Informace, informační služby		X		X		
8	Zlepšení stavu komunikací			X		X	
9	Parkovací kapacity		X			X	
10	Vybavenost pro další aktivity	X				X	
11	Hlubší spolupráce subjektů		X			X	
12	Rozvoj realizačních předpokladů pro CR		X		X		
13	Rozvoj terciálního sektoru		X			X	

Tabulka 12 - Český Krumlov - matice příležitostí

		Pravděpodobnost úspěchu	
		vysoká	nízká
Přitažlivost	vysoká	3,4 5 10	1,2 6,7,12 9,11
	nízká		13

V levém horním kvadrantu se nacházejí nejlépe využitelné příležitosti. Český Krumlov, jakožto historické město tak nejvíce těží z přítomnosti kulturně-historických atraktivit, které jsou největším lákadlem pro návštěvu, a je nutné stále udržovat jejich vysoký potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Dalším faktorem, který obsahuje vysokou atraktivitu, je image obce, čemuž napomáhá fakt, že je historické centrum města zařazeno na seznam památek UNESCO. Toto přináší vysokou konkurenční výhodu. Pravý horní kvadrant reprezentuje atraktivní příležitosti, které jsou obtížně realizovatelné a pravděpodobnost, že jejich využití a zlepšení zvýší městu atraktivitu, je nízká. Levý dolní kvadrant ukazuje příležitosti bez potřebné atraktivity, v tomto konkrétním případě je zde zařazen rozvoj

terciárního sektoru jako celku. Tento faktor ovšem stojí na rozhraní hned několika kvadrantů. Atraktivita je samozřejmě vysoká, cestovní ruchu je součástí terciárního sektoru, ovšem realizovatelnost je velice složitá a v konkrétním případě Českého Krumlova se jedná o obzvláště složitý proces. Město má vysoce vyvinutý terciární sektor a je otázkou, zda lze tento ještě více posílit, aby při tom nedocházelo ke ztrátám z nadměrného objemu služeb. Pravý horní a levý dolní kvadrant je dobré sledovat, jelikož přitažlivost a pravděpodobnost se mohou se časem měnit. Nejméně vhodné příležitosti se nacházejí v pravém dolním kvadrantu.

Tabulka 13 - Český Krumlov - možná ohrožení

Hodnocené faktory		Pravděpodobnost výskytu			Závažnost		
		vysoká	průměrná	nízká	vysoká	průměrná	nízká
Primární nabídka							
1	Zkracování doby pobytu	X			X		
2	Růst konkurenčních destinací			X	X		
3	Nedostatečná ochrana historického a kulturního dědictví		X		X		
4	Ekologická zátěž		X		X		
Sekundární nabídka							
5	Stagnace/pokles kvality služeb a produktů CR		X		X		
6	Nedostatečná podpora prodeje produktů CR			X		X	
7	Omezení investic do rozvoje dopravní infrastruktury a infrastruktury doplňkových služeb		X			X	
8	Neefektivní využití příležitostí		X			X	
9	Malá spolupráce subjektů CR		X			X	

Tabulka 14 - Český Krumlov - matice ohrožení

		Pravděpodobnost výskytu	
		vysoká	nízká
Závažnost	vysoká	1 3,4	5 2 6
	nízká		

Nejvýraznější hrozby jsou v levém horním kvadrantu a je dobré se na ně zaměřit v co nejkratším čase. Českému Krumlovu hrozí trend zkracování doby pobytu. Město nenabízí dostatek atraktivit a příležitostí k využití volného času, aby turisté zůstávali déle, než v průměru dvě noci, což se rovná prodlouženému víkendů. Ostatní faktory ohrožení se nacházejí v pravém horním kvadrantu. Tyto faktory sice bezprostředně obec neohrožují, ale vzhledem k budoucímu vývoji je nelze podceňovat a je vhodné je neustále monitorovat. Pokud by existovaly ohrožení v pravém dolním kvadrantu, nebyly by příliš podstatné.

Stejná metoda zhodnocení faktorů pro analýzu vnitřních stránek a analýzu okolních vlivů prostředí jako v případě Českého Krumlova, byla aplikována i na obec Vimperk. Následují grafické vyjádření doplněné komentářem.

Tabulka 15 - Vimperk - hodnocení výkonnosti a závažnosti

Hodnocené faktory		Hodnocení výkonnosti (stavu)			Hodnocení závažnosti		
		dobrá	průměrná	špatná	vysoká	průměrná	nízká
Primární nabídka							
<i>Kulturně-historický potenciál</i>							
1	Architektonické památky (světové)		X		X		
2	Architektonické památky (církevní)			X		X	
3	Muzea, galerie		X		X		
4	Historie regionu		X		X		
5	Kulturní a společenské akce		X			X	
6	Tradice lidových řemesel, zvyků a kultury			X			X
<i>Přírodní potenciál</i>							
7	Geografická poloha	X			X		
8	Klimatické podmínky		X		X		
9	Vodní plochy a toky			X		X	
10	Kvalita životního prostředí		X		X		
11	Přírodní atraktivita		X		X		
Sekundární nabídka							
<i>Ubytovací a stravovací služby</i>							
12	Ubytovací zařízení – kapacita		X		X		
13	Ubytovací zařízení – kvalita		X		X		
14	Stravovací zařízení – kapacita		X		X		
15	Stravovací zařízení – kvalita		X		X		
<i>Dopravní infrastruktura</i>							
16	Parkování			X	X		
17	Dopravní dostupnost (veřejná doprava)		X			X	
18	Stav komunikací			X			X
<i>Turistická infrastruktura</i>							
19	Informační služby		X		X		
20	Venkovní značení			X	X		

Hodnocené faktory		Hodnocení výkonosti (stavu)			Hodnocení závažnosti		
		dobrá	průměrná	špatná	vysoká	průměrná	nízká
21	Vybavenost pro zábavu			X	X		
22	Vybavenost pro pěší turistiku		X		X		
23	Vybavenost pro cykloturistiku		X			X	
24	Vybavenost pro další aktivity			X		X	

Tabulka 16 - Vimperk - matice závažnosti/výkonnosti

		Výkonnost	
		<i>vysoká</i>	<i>nízká</i>
Závažnost	<i>vysoká</i>	7 3,1 8,10,11	15,13, 16 14,19,12,20 4,22,21 23,17,5 6 24
	<i>nízká</i>		18 9

Největší pozornost vyžadují faktory v levém horním kvadrantu. Vimperk může nejvíce těžit z výhodné geografické polohy, protože je často označován jako brána Šumavy. Blízkost Šumavského národního parku, Boubínské pralesy a dalších památek nabízejících využití jak v létě, tak v zimě vytváří konkurenční výhodu. S tímto úzce souvisí další faktory – výhodné klimatické podmínky, přírodní atraktivita a kvalita životního prostředí. Pozornost vyžaduje fakt, že v tomto kvadrantu se nevyskytuje ani jeden faktor ze sekundární nabídky cestovního ruchu. Ty se ve většinové míře nacházejí v levém horním kvadrantu, což znamená, že jde o důležité prvky, ale je potřeba zvýšit jejich výkonnost. Stejně jako v Českém Krumlově by to mělo být prioritně parkování a dále ve srovnání s Českým Krumlovem nedostačující služby turistického informačního centra. V levém dolním kvadrantu se nacházejí faktory, které nejsou pro budoucí rozvoj prioritní. Jedná se hlavně o stav komunikací, který stojí na pomezí kvadrantů, protože zlepšení stavu rozhodně napomůže pozitivnímu vývoji obce, ale na zvýšení návštěvnosti města má minimální podíl.

Tabulka 17 - Vimperk – možné příležitosti

Hodnocené faktory		Pravděpodobnost úspěchu			Přitažlivost		
		vysoká	průměrná	nízká	vysoká	průměrná	nízká
Primární nabídka							
1	Prodloužení sezóny		X		X		
2	Prodloužení doby pobytu	X			X		
3	Využití kulturně-historických atraktivit		X			X	
4	Zachování čistého životního prostředí	X			X		
5	Goodwill města		X		X		
Sekundární nabídka							
6	Zvýšení kvality služeb CR	X			X		
7	Informace, informační služby		X		X		
8	Zlepšení stavu komunikací			X		X	
9	Parkovací kapacity	X			X		
10	Vybavenost pro další aktivity	X			X		
11	Hlubší spolupráce subjektů		X			X	
12	Rozvoj realizačních předpokladů pro CR		X		X		
13	Rozvoj terciálního sektoru		X			X	

Tabulka 18 - Vimperk - matice příležitostí

		Pravděpodobnost úspěchu	
		vysoká	nízká
Přitažlivost	<i>vysoká</i>	4,9,2 6,10 7,12,5 3 11	8
	<i>nízká</i>	13	

Matice příležitostí města Vimperk je velice podobná matici pro Český Krumlov s tím rozdílem, že Vimperk má oproti druhému městu nedostačující možnosti parkování, proto je tento faktor více atraktivní pro zlepšování jeho stavu. A dále se posunul faktor značící zvýšení kvality služeb po ose x více doleva, znamenající větší pravděpodobnost úspěchu, což se rovná zvýšení atraktivity nabídky služeb cestovního ruchu i města jako celku. Faktor číslo 13, zastupující rozvoj terciálního sektoru, má také poněkud jinou vypovídající hodnotu, než v případě Českého Krumlova. Pro Vimperk by rozvoj tohoto sektoru zaznamenal markantnější úspěch a podíl na rozvoji, protože město nemá stejně rozvinuté služby (včetně služeb cestovního ruchu), jako Český Krumlov.

Tabulka 19 - Vimperk - možná ohrožení

Hodnocené faktory		Pravděpodobnost výskytu			Závažnost		
		vysoká	průměrná	nízká	vysoká	průměrná	nízká
Primární nabídka							
1	Zkracování doby pobytu	X			X		
2	Růst konkurenčních destinací		X		X		
3	Nedostatečná ochrana historického a kulturního dědictví		X			X	
4	Ekologická zátěž		X			X	
Sekundární nabídka							
5	Stagnace/pokles kvality služeb a produktů CR	X			X		
6	Nedostatečná podpora prodeje produktů CR		X		X		
7	Omezení investic do rozvoje dopravní infrastruktury a infrastruktury doplňkových služeb		X			X	
8	Neefektivní využití příležitostí		X			X	
9	Malá spolupráce subjektů CR	X			X		

Tabulka 20 - Vimperk - matice ohrožení

		Pravděpodobnost výskytu	
		vysoká	nízká
Závažnost	vysoká	1,5 9	6 2 3,4 7,8
	nízká		

Stejně jako Český Krumlov, i Vimperk je ohrožen trendem zkracování doby pobytu. Opět zde není dostatečné využití, které by turisty motivovalo zůstat na vícedenních pobytech. I přesto, že Č. Krumlov a Vimperk nabízejí poněkud odlišné atraktivitu a možnosti využití. K tomuto faktoru se ovšem přidává hrozba stagnace nebo i dokonce poklesu kvality nabízených služeb a produktů CR. Toto je společná starost jak provozovatelů služeb a atraktivit cestovního ruchu, tak i městského úřadu a jeho odborů, vytvářejících strategický plán a další rozvojové dokumenty. V neposlední řadě hrozí i možnost nedostatečné spolupráce subjektů CR, která se převážně objevovala v nedávné minulosti, kdy byl cestovní ruch v České republice teprve v raném vývoji, ovšem nedostatky se v některých destinacích

objevují i nadále. Řešením je zvyšování kvalifikace a informovanosti poskytovatelů služeb CR. Ostatní faktory je nadále dobré sledovat se zaměřením hlavně na dostatečnou propagaci Vimperka jako destinace cestovního ruchu a snahu informovat veřejnost např. na veletrzích cestovního ruchu nebo přes média a tištěné dokumenty.

4.9. Zhodnocení situace cestovního ruchu – Vimperk

Vimperk je nástupním místem do Národního parku a Chráněné krajinné oblasti Šumava. Vimperk slouží jako regionální centrum a vedle Sušice je největším městem v celé oblasti NP a CHKO Šumava. Ekonomický potenciál města je možné spatřovat především v oblasti cestovního ruchu, zejména po vybudování potřebné infrastruktury a zázemí. Město má potenciál pro rozvoj malého podnikání. Potenciál pro základní i vyšší služby občanské vybavenosti je přiměřený, přesto však nabídka zaostává za standardem současnosti. Výrazná rezerva je spojená s nabídkou sportovních a volno časových zařízení přímo ve Vimperku.

Šumava, jež je z Vimperka dobře dostupná, vytváří velice dobré podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. V samotném Vimperku však dosud chybí infrastruktura a silné atraktivity, které by návštěvníci Šumavy preferovali před ubytováním v samotných horských střediscích.

Město se snaží vytvářet takové podmínky a zázemí pro rekreační aktivity, které ve spojení s existujícím potenciálem Šumavy vytvoří atraktivní nabídku pro domácí i zahraniční návštěvníky. Vimperk si klade za cíl vybudovat z destinace rekreační zónu na hranici NP Šumava a přitáhnout návštěvníky i přímo z centrální Šumavy. Chce také systémově řešit zlepšení image města a zvýšení informovanosti o městě a jeho atraktivitách, a to jak ve vztahu k potenciálním turistům, tak ve vztahu k stávajícím i potenciálním obyvatelům.

Tohoto cíle lze dosáhnout zvýšením posilováním dobré image města za využití několika marketingových prostředků a nástrojů, systematickou podporou malého a středního podnikání i v oboru cestovního ruchu a zvýšenou péčí o historické a kulturní dědictví a přírodního prostředí.

Vimperk není v očích veřejnosti vnímán jako příliš lákavý turistický cíl, je proto potřeba zlepšit marketingovou a komunikační strategii města, na jejímž základě dojde ke zlepšení image města, ke zvýšení informovanosti o nabídce aktivit a celkovému vytvoření lepšího obrazu města.

Je potřeba také zkvalitnit a rozšířit služby TIS Vimperk za účelem zvýšení standardu služeb pro návštěvníky města. Také je potřeba zkvalitnit informační a propagační materiály. Důležité je také prodloužení otevírací doby během turistické sezóny.

Výše bylo několikrát popsáno, že Vimperk nedostatečně využívá potenciálu cestovního ruchu. Pro zlepšení současného stavu je potřeba podporovat rozvoj turistických atraktivit, kterými město disponuje, ale které zatím nejsou dostatečně využívány ze strany turistů a návštěvníků. Důvodem jejich nedostatečného využívání je slabá propagace jejich existence a významnosti a v některých případech jejich špatný technický stav nebo obtížná přístupnost. Mnoho návštěvníků neví, že mohou nalézt řadu atraktivních míst přímo ve městě.

Vimperk také musí rozvíjet nové produkty cestovního ruchu, pro které má město vhodné předpoklady (produkty ve vazbě na přírodní prostředí Šumavy nebo agroturistika, aktivní rekreace, adrenalinové sporty atd.).

Vimperk dostatečně netěží ze své výhodné polohy a vysokého potenciálu Šumavy. V tomto směru je nezbytná spolupráce se Správou NP a CHKO Šumava. Pro rozvoj cestovního ruchu je také nutné zkvalitnit služby v cestovním ruchu, ubytování a gastronomii.

Městu také překvapivě chybí koncepce rozvoje cestovního ruchu a další významné dokumenty jako marketingový plán, neexistují newslettery, Sales guide, zprávy o cestovním ruchu, podrobné statistiky návštěvnosti, kapacity a využití hromadných ubytovacích zařízení, katalogy atd. Vimperku chybí společnost destinačního managementu, která by sejmula z městského úřadu a TIS řadu povinností, které nejsou z důvodu chybějícího nebo nedostatečného využití lidského potenciálu vykonávány na nejvyšší úrovni. Příklad si v tomto případě město Vimperk může brát právě z Českého Krumlova.

4.10. Zhodnocení situace cestovního ruchu – Český Krumlov

Český Krumlov je na rozdíl od Vimperka už dlouhodobě renomovanou destinací s mezinárodním významem. Cestovní ruch je zde pečlivě řízen a stává se tak nedílnou součástí ekonomické a sociální prosperity. Město spolu s dalšími organizacemi cestovního ruchu hraje aktivní úlohu ve společných projektech na krajské, celostátní a mezinárodní úrovni. Český Krumlov má uchovaný svůj „genius loci“ a památky vhodně využívá pro cestovní ruch a kulturní vyžití. Svou bohatou a atraktivní nabídkou kulturních a společenských událostí dokáže uspokojit široké spektrum návštěvníků i vlastních obyvatel. Ve městě je dostatečná infrastruktura a prostory pro aktivity a potřeby kultury a cestovního ruchu.

Největším problémem rozvoje cestovního ruchu ve městě je nízký podíl vícedenních turistů, kteří v Českém Krumlově přenocují. Mimo hlavní sezónu je navíc stejně jako ve Vimperku kapacita ubytovacích zařízení málo vytížená. Charakter města, jakožto kulturně-historické destinace, předurčuje hlavní nabídku k jednoznačnému zacílení. Tato tak není dostatečně diferencována jak z hlediska rozložení během roku, tak z hlediska uspokojení širšího spektra cílových skupin (věk, preference, finanční možnosti...). Obraz města jako atraktivního historického města podporuje příliv návštěvníků, na druhou stranu ale nevzbuzuje zájem o návštěvu města u některých důležitých cílových skupin.

Spolupráce orgánů veřejné správy a subjektů cestovního ruchu je v rámci celorepublikového porovnání již na vysoké úrovni, proto se snaha na vylepšení cestovního ruchu zaměřuje spíše na maximální zefektivnění této součinnosti. Toho by mělo být docíleno vznikem sítě profesních sdružení ze zástupců veřejné správy a podnikatelských a neziskových subjektů, ve které by se jednotliví účastníci podíleli na plánování a rozhodování v oblasti cestovního ruchu.

Výše byla popsána slabá stránka v nabídce destinace, a to výrazná sezónnost. Prioritou by tedy měl být rozvoj nových služeb a produktů cestovního ruchu i v okolí Českého Krumlova, což by mohlo problém částečně vyřešit, respektive přispět k větší motivaci návštěvníků k vícedennímu pobytu. Zvýšení počtu přenocování může být vyřešeno orientací na vícedenní návštěvníky a podporou vícedenních a pravidelně se opakujících akcí.

Město má předpoklady stát se vyhledávanou destinací pro incentivní turistiku, proto dalším doporučením je orientovat budoucí rozvoj právě na oblast konferenčních a diplomatických akcí. Město mimojiné musí podporovat nové trendy v cestovním ruchu. Dříve popsaný problém nedostatečné diferenciaci nabídky a zacílení poptávky na cílové skupiny pomohou vyřešit pravidelné výzkumy návštěvníků, na jejichž výstupech lze programovat a sestavovat nové služby.

Město výrazně těží z dobrého jména, toto by mělo být tedy nadále podporováno vytvořením komunikační strategie. Český Krumlov již propaguje svou nabídku na internetu, veletrzích, odborných workshopech, v médiích, fám a press tripech atd. Město se snaží naplňovat marketingový plán a zapojovat nabídku atraktivit do marketingových aktivit.

Kontinuální zvyšování kvality služeb je klíčové pro každou destinaci cestovního ruchu, Český Krumlov nemůže být výjimkou. Destinační management v Českém Krumlově tak už nabízí aktivní spolupráci s odbornými školami cestovního ruchu (stáže, praxe atd.) jako způsob zvyšování lokálního potenciálu lidských zdrojů. Další způsob jak zvýšit kvalitu

je samozřejmě přes dostatečné množství peněžních prostředků, které jsou efektivně čerpány i z externích zdrojů.

Český Krumlov je tolik oblíbenou destinací hlavně díky mimořádné koncentraci kulturních a historických hodnot. Historické centrum a hradní a zámecký komplex jsou zapsány na Seznamu světového dědictví UNESCO, historické centrum je městskou památkovou rezervací a městskou památkovou zónou. Město si tak nemůže dovolit špatný způsob ochrany a nedostatečnou péči o tyto památky. Existuje zde metodicky propracovaný způsob ochrany, výzkumy a průzkumy památkového fondu, přesto intenzivní a využívání kulturních a historických hodnot může jejich uchování ohrozit. Je proto zapotřebí existence managementu v oblasti ochrany a hospodaření s kulturními a historickými hodnotami, vzájemná spolupráce města a subjektů cestovního ruchu a samozřejmě také dodatečné získávání externích finančních prostředků na rekonstrukce, restaurace atd. Klíčové je najít konsenzu v oblasti využívání a ochrany památek mezi městem, památkovými institucemi a vlastníky.

5. Podpory cestovního ruchu ve sledovaných obcích

V současné době je vhodné využívat dotačních programů EU a financovat tak rozvojové aktivity na základě projektového záměru a zpracované žádosti o finanční prostředky. Nejen podnikatelské subjekty mohou využívat těchto prostředků, ale finance z EU jsou i hojně čerpány samotnými veřejnoprávními subjekty nebo neziskovými organizacemi.

Pro získání dotace z některého programu je potřeba nejprve zjistit, zda vhodný dotační program existuje nebo zdali vůbec odpovídá projektovému záměru. Také je potřeba ověřit, zda žadatel nejen odpovídá předem daným požadavkům, ale zda je i vhodným příjemcem.

Obecně mají všechny subjekty možnost čerpat nejen ze zdrojů Evropské unie, které jsou poskytovány především prostřednictvím resortních ministerstev, ale i z prostředků krajů, měst a obcí a také ze zdrojů mimo EU. Možností je také státní rozpočet, který má řadu stabilních dotačních programů, jež fungují dlouhodobě.

Existuje šest základních zdrojů, ze kterých lze čerpat dotace:

- města a obce – nemají povinnost vyhlášovat dotační programy. Čím větší je obec, tím větší by měl být vlastní rozpočet a tím větší je šance, že rozvojové aktivity budou podporovány z rozpočtu obce,
- kraje – jednotlivé krajské úřady vypisují dotační programy směřované do různých oblastí státního hospodářství. Mimo podpory venkova, životního prostředí, regionálního rozvoje a dalších se také jedná o podporu oblasti kultury a cestovního ruchu,
- státní rozpočet – rezortní ministerstva vypisují každoročně dotační programy dle svých oblastí působnosti. Kromě toho mají některá ministerstva zřízené fondy, které administrují a přerozdělují určité typy dotací. Např. Státní fond dopravní infrastruktury nebo Státní zemědělský a intervenční fond,
- Evropská unie – 3 cíle, 8 tematických operačních programů + 2 operační programy pro Prahu, 7 regionálních operačních programů, 7 Operačních programů v cíli Evropská územní spolupráce + ESPON 2013 a INTERACT II,
- ostatní finanční mechanismy – EHP Norsko, EHP Švýcarsko,
- nadace a nadační fondy – určeny zejména pro neziskové projekty.

Veřejnoprávní subjekty a neziskové organizace mají výhodu oproti podnikatelským subjektům v tom, že jejich dotační možnosti jsou v rozsahu až 85 % z celkových nákladů projektu (někdy až 100%, zejména u projektů sociálního charakteru).

Tato práce se zabývá cestovním ruchem, proto budou uvedeny možnosti konkrétní dotace právě pro tuto oblast. Na cestovní ruch je výhradně zaměřen Integrovaný operační program, Regionální operační program (dle regionu), OP Přeshraniční spolupráce a Program rozvoje venkova, okrajově zaměřen je OP Mezinárodní spolupráce a Evropský rybářský fond a okrajově pro tuto oblast lze využít OP Nadnárodní spolupráce.

Po obecném úvodu následuje praktický pohled na využívání dotací ve dvou sledovaných obcích a hodnocení jejich dopadů na rozvoj. Konkrétní problémy a návrhy jejich řešení popisované v předchozí kapitole mohou obě města financovat hned z několika zdrojů:

- městský rozpočet,
- rozpočet kraje,
- dotace a granty Jihočeského kraje,
- ROP Jihozápad,
- OP ČR – Bavorsko,
- OP ČR – Rakousko,
- Integrovaný operační program,
- dotace MMR,
- dotace MK,
- komunitární programy EU (Culture, Town Twinning, apod.),
- soukromé,
- Jihočeská hospodářská komora,
- Českokrumlovský rozvojový fond, spol. s r.o. (platí pro Český Krumlov).

Sledovaná města mohou využívat grantů a příspěvkových programů Jihočeského kraje, který pravidelně zveřejňuje výzvy na podávání žádostí. Rok 2011 je pro mnoho obcí v Jihočeském kraji důležitým obdobím, kdy probíhá tzv. Rožmberský rok.

V roce 2011 uplyne 400 let od úmrtí posledního mužského potomka jednoho z nejvýznamnějších šlechtických rodů Rožmberků Petra Voka. Po celý rok budou odkaz tohoto rodu připomínat dvě výstavy v Praze, speciální výstavy a akce na jihočeských hradech a zámcích, rožmberské expozice muzeí zřizovaných Jihočeským krajem, slavnosti jihočeských měst a obcí, divadelní představení ze života Rožmberků a mnoho dalších akcí. Projekt Rožmberský rok 2011 si klade za cíl připomenout široké veřejnosti rozmanitými formami význam tohoto výjimečného českého rodu, a vzdát mu tak patřičný hold. **www.rozmerskyrok.cz (9.4.2011).**

Obě sledované města se tohoto projektu účastní a berou ho jako jednu z forem, jak přitáhnout větší počet návštěvníků do města. Jihočeský kraj poskytuje dotace pro tyto aktivity v rámci **grantového programu Rožmberský rok**. Vimperk se k tomuto celoročnímu projektu připojuje vydáním série propagačních materiálů, pořádáním 11. ročníku setkání dřevosochařů, projektem Rožmberské trhy a dalšími aktivitami. Město Vimperk a subjekty cestovního ruchu ve městě podaly žádosti na dotace pro následující projekty související právě s Rožmberským rokem schválenými zastupitelstvem Jihočeského kraje v hodnotě **267 740 Kč**, zatímco schváleno bylo **125 000 Kč**:

Tabulka 21 - Schválené projekty pro Vimperk – Rožmberský rok 2011

Příjemce dotace/žadatel	Právní forma	Název projektu/účel	Celkové plán. náklady	Pož. prostř.	Schvál. prostř.
Město Vimperk	Obec	Rožmberkové - série propagačních materiálů pro veřejnost	34 600	24 220	0
Město Vimperk	Obec	11. ročník rožmberského setkání dřevosochařů ve Vimperku	53 600	37 520	35 000
Městské kulturní středisko Vimperk	Příspěvková organizace	Vimperský kašpárek v rožmberských zahradách	81 000	56 000	0
Městské kulturní středisko Vimperk	Příspěvková organizace	Rožmberský Vimperk	214 800	150 000	90 000

Zdroj: Průvodní list dotačního titulu č. 600073, projekty schválené ZK, Rožmberský rok 2011

Záměrem projektů je buď zvýšení povědomosti o šlechtickém rodu Rožmberků, rozšíření nabídky akcí věnovaných výročí Rožmberků nebo prostřednictvím daného výročí představit Vimperk z pohledu působení Rožmberků a toto téma využít posílení zájmu o město.

Český Krumlov se do projektu Rožmberský rok zapojuje obohacením své nabídky kulturních a společenských akcí, expozic, tematických výstav a interaktivních programů

zaměřených na různé aspekty rožmberského kulturního dědictví. Město Český Krumlov a subjekty cestovního ruchu ve městě podaly žádosti na dotace pro deset projektů vztahující se ke slavnostem Rožmberského roku schválenými radou kraje (celá tabulka viz příloha č. 8), z nichž většinu podaly zájmová sdružení nebo obecně prospěšné společnosti, za účelem podpořit Rožmberský rok 2011 a aktivit s ním souvisejících, přispět k hlubšímu povědomí o významnosti rožmberského rodu, přiblížit kulturu rožmberského období, připomenutí tohoto kulturního dědictví co nejširší veřejnosti anebo rozšíření nabídky speciálních produktů v rámci Rožmberského. Celkové požadované prostředky na projekty v rámci grantového programu Rožmberský rok byly v částce **1 142 617 Kč**, rada Jihočeského kraje schválila dotace v celkové hodnotě **480 000 Kč**.

Město Vimperk kromě programů Jihočeského kraje také využívá prostředků z **Dispozičního fondu**, který je součástí Programu přeshraniční spolupráce Cíl 3, ČR – Svobodný stát Bavorsko 2007 – 2013. **Brožura DF (2011)** uvádí, že cílem fondu je zejména zmírnění okrajového charakteru těchto oblastí a tím zlepšit kvalitu života a vytvořit spolupracující systémy na obou stranách hranice, podporovat další rozvoj hospodářského potenciálu příhraničních regionů posilováním stávajících struktur, zvyšováním soutěživosti českých a bavorských subjektů a oživováním celkového hospodářství na obou stranách hranice, zvláště pak využitím potenciálu cestovního ruchu. Celkové výdaje projektu mohou činit maximálně 25 000 eur. Výše minimální dotace je 1 000 eur a maximální 21 250 eur. Podrobnosti o Dispozičním fondu viz příloha č. 10.

Příkladem úspěšného projektu z minulých let může být projekt *Šumavské řemeslné trhy*, jehož žadatelem o dotaci bylo Městské kulturní středisko Vimperk. Projekt byl realizován od srpna 2009 do prosince 2009. Celkové náklady projektu vystoupaly na 4 607 euro, přidělená dotace z Dispozičního fondu byla **3 177 euro**. Tradiční vimperské řemeslné trhy začínají každoročně historickým průvodem městem a pokračují na zámku, kde je připraveno řemeslné tržiště s ukázkami pro region charakteristickými řemesly, doprovodným programem zaměřeným na historii a prostorem pro setkávání. Návštěvníci využít nejen zámecká nádvoří, ale i většinu zámeckých prostor s komentovanými prohlídkami během dne. Tečkou za celým ročníkem byla noční prohlídka s živými obrazy a večerní countrybál. Týden nato se konala podobná akce v partnerském bavorském městě Freyung. Cílem tohoto projektu je aktivní spolupráce mezi občany a spolky obou měst.

Další možnost čerpání finančních prostředků pro projekty ve Vimperku je díky **Regionálnímu operačnímu programu NUTS II Jihozápad**. ROP JZ spadá mezi regionální operační programy v cíli Konvergence a je pro něj vyčleněno téměř 17 mld. Kč.

ROP JZ obsahuje 4 prioritní osy, které rozdělují operační program, a ty jsou dále konkretizovány prostřednictvím tzv. oblastí podpory, které vymezují, jaké typy projektů mohou být v rámci příslušné prioritní osy podpořeny. Na rozvoj cestovního ruchu se zaměřuje prioritní osa č. 3. Oblasti podpory v této ose jsou:

- 3.1. rozvoj infrastruktury cestovního ruchu,
- 3.2. revitalizace památek a využití kulturního dědictví v cestovním ruchu,
- 3.3. rozvoj služeb cestovního ruchu, marketingu a produktů cestovního ruchu.

Úspěšně realizovaným projektem z prostředků ROP JZ je projekt *Rekonstrukce a rozšíření sportovně-rekreačního areálu Vodník ve městě Vimperk* z oblasti podpory 3.1 rozvoj infrastruktury cestovního ruchu. Projekt byl zahájen 1.8.2008 a termín ukončení byl naplánován na 30.6.2010. Stavební realizace projektu byla ukončena dne 21.5.2010. V rámci projektu byla provedena rekonstrukce sociálního zařízení, prodloužení rozvodů veřejného osvětlení, rekonstrukce přístřešku na technické zázemí areálu a výstavba nové in-line dráhy v celkové délce 988 m, která bude sloužit na jaře, v létě a na podzim převážně pro in-line bruslení, kolečkové běžkování, běh, cyklistiku, jízdu na skateboardu apod. či jiné alternativní sporty pro osoby s tělesným zdravotním postižením, v zimě potom pro běžkování. Tento projekt s celkovými způsobilými náklady **9,742 mil. Kč** získal finanční podporu z Evropského fondu pro regionální rozvoj ve výši **90%** z celkových způsobilých nákladů projektu.

Dotace jsou nedílnou částí městského rozpočtu a jsou součástí celkových příjmů. V následující tabulce jsou tyto příjmy i s výdaji číselně uvedeny. Hlavním zdrojem příjmů jsou ovšem daňové příjmy. Přijaté dotace činily 133,6 mil, většina z nich je ovšem tzv. průtokových, které nejsou určeny přímo pro potřeby města, ale například na vyplácené sociální dávky. Od jiných rozpočtů město Vimperk získalo v roce 2009 transfery v celkové výši 129,9 mil. Kč (rozpis přijatých dotací a jejich čerpání je uveden v příloze č. 12), rozpočtové hospodaření města za rok 2009 skončilo ztrátou v částce 2 949 218,27 Kč.

Tabulka 22 – Vimperk, údaje o plnění příjmů a výdajů za rok 2009 (v tis. Kč)

Ukazatel	Upravený rozpočet	Plnění k 31.12.2009	% plnění k upravenému rozpočtu
Třída 1 - Daňové příjmy	89 362,8	83 067,6	92,96
Třída 2 - Nedaňové příjmy	24 649,8	32 073,9	130,12
Třída 3 - Kapitálové příjmy	11 350,0	14 164,9	124,80
Třída 4 - Přijaté dotace	133 590,0	133 590,0	100,00
Příjmy celkem	258 952,6	262 896,4	101,52
Třída 5 - Běžné výdaje	205 217,3	191 997,0	93,56
Třída 6 - Kapitálové výdaje	94 875,0	73 848,6	77,84
Výdaje celkem	300 092,2	265 845,6	88,59
Saldo: Příjmy - Výdaje	-41 139,6	-2 949,2	7,17

Zdroj: Závěrečný účet Města Vimperk za rok 2009

Pro porovnání jsou následující tabulce uvedeny údaje o plnění příjmů a výdajů za rok 2009 ve městě Český Krumlov

Tabulka 23 - Český Krumlov, plnění příjmů a výdajů za rok 2009 (v tis. Kč)

	Upravený rozpočet 2009	Plnění rozpočtu	% plnění k upravenému rozpočtu
celkové příjmy	423 841	419 901	99,1
celkové výdaje	426 698	404 166	94,7
celkové saldo	-2 857	15 735	
Běžný rozpočet			
daňové příjmy, nedaňové příjmy, neinvestiční dotace	369 598	365 580	98,9
běžné výdaje	367 805	355 758	96,7
saldo běžného rozpočtu	1 793	9 822	
Kapitálový rozpočet			
kapitálové příjmy a investiční dotace	54 243	54 321	100,1
kapitálové výdaje	58 893	48 408	82,2
saldo kapitálového rozpočtu	-4 650	5 913	

Zdroj: Plnění rozpočtu, 2009, Český Krumlov

V průběhu r. 2009 byl schválený rozpočet výdajů 414 705 tis. Kč upravený až na 426 698 tis. Kč, tzn. navýšení rozpočtu o 11 993 tis. Kč. Rozpočet příjmů byl celkově snížený o 20 tis. Kč a financování bylo navýšeno o 12 013 tis. Kč. Skutečné příjmy pak činily 419 901 tis. Kč, skutečné výdaje 404 166 tis. Kč (včetně daně z příjmů ve výši 11 553 tis. Kč, kterou město platí samo sobě) a saldo hospodaření 15 735 tis. Kč.

Z výroční zprávy města Český Krumlov pro rok 2009 lze vyčíst, že hlavním zdrojem rozpočtu byly daňové příjmy, tzn. daňové výnosy převáděné městu finančním úřadem a správní a místní poplatky vybírané přímo městským úřadem v celkové výši 152,5 milionů Kč. Přijaté dotace ze státního rozpočtu, z rozpočtu kraje nebo ze státních fondů činily 158,6 milionů Kč, přičemž zhruba 71 % dotací je průtokových. Skutečně přijaté investiční dotace činily 1,65 milionů Kč. Nedaňové příjmy, tzn. příjmy z pronájmu majetku, přijaté pokuty, příjmy z úroků a prodeje nekapitálového majetku, byly ve výši 56,2 milionů Kč. Kapitálové příjmy z prodeje bytů, budov a pozemků byly ve výši 52,7 milionů Kč.

Pomocí několika vlastních grantových schémat město podpořilo i řadu místních spolků, klubů, pořadatelů a institucí. Z programů na podporu kultury, sportu, ekologické výchovy, volnočasových aktivit a bezpečnosti, sociálních služeb a komunitního plánování nebo zahraniční spolupráce byly podpořeny projekty částkou přes 9 milionů Kč. Zastupitelstvo města Český Krumlov každoročně vyhláší tyto programy podpory jednotlivých oblastí, popřípadě je administruje. Na rok 2011 jsou zastupitelstvem vyhlášeny následující programy, z nichž mohou žadatelé (resp. příjemci) čerpat finanční zdroje:

- Program podpory ekologické výchovy ve městě Český Krumlov,
- Program podpory kultury,
- Program podpory sociálních služeb - komunitní plán,
- Program podpory sportu ve městě Český Krumlov,
- Program podpory volnočasových aktivit dětí a mládeže ve městě Český Krumlov,
- Program podpory zahraniční spolupráce města Český Krumlov.

Pravidla pro poskytování dotací z rozpočtu města Český Krumlov ustanovují základní zdroj dotací na podporu oblastní, jímž je rozpočet města. Díky Programu podpory kultury je např. z Opatření I. Zájmová činnost místních kulturních organizací, souborů, spolků působících celoročně na území města financována částkou 15 000 Kč (42% spoluúčast) celoroční činnost Krumlovského komorního orchestru. Z Opatření III. Kulturní projekty

dlouhodobě se opakující, tradiční je financován 25. Festival komorní hudby (24.6 – 4.7.2011) částkou 300 000 Kč z celkových nákladů 2 198 650 Kč.

V roce 2009 město Český Krumlov hledalo finanční prostředky i prostřednictvím mimorozpočtových zdrojů. Městský úřad Český Krumlov podal celkem 36 žádostí o dotace na aktivity, jejichž celkové náklady přesahují **631 milionů Kč**. Žádosti o dotace byly směřovány do rekonstrukce technické infrastruktury města, na zlepšení prostředí na panelovém sídlišti, do oblasti rekonstrukcí kulturních památek a v neposlední řadě také na zkvalitňování služeb poskytovaných úřadem města. V sedmnácti případech bylo žádostem o dotaci vyhověno, a město tak získalo více než **24 milionů Kč** na realizaci projektů za 31 milionů Kč. V roce 2009 byla podána žádost na Ministerstvo kultury ČR na získání finančních prostředků ve výši 300 milionů Kč z IOP na projekt „*Revitalizace areálu klášterů Český Krumlov*“.

Přípravná fáze tohoto projektu byla zahájena 3. prosince 2007, celkové výdaje projektu jsou 325 314 692 Kč a celková výše podpory je **323 249 692 Kč**. Projekt je financován z IOP, Priorita 6.5 Národní podpora územního rozvoje - Cíl Konvergence, Opatření 6.5.1 Národní podpora využití potenciálu kulturního dědictví. Projekt je stále v realizaci, termín ukončení realizace je v roce 2014.

Předmětem projektu je unikátní areál dvojklášterů z 14. století ležící uprostřed území historického jádra Českého Krumlova, které je zapsané na Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Historie a dispozice areálu tak mají velký potenciál využití pro uchování a prezentaci kulturního dědictví spjatého nejen s městem, ale i s významnými obdobími našich dějin. Dnes je areál zchátralý a téměř nevyužívaný. Kvůli nákladnosti je projekt IOP jedinou možností jeho obnovy a využití. Plánované programové činnosti jsou určeny různým skupinám odborné a laické veřejnosti. Díky tomu v areálu vznikne kulturně vzdělávací centrum s celoroční nabídkou nových, moderních kulturních a vzdělávacích služeb s rozmanitou náplní, které zatraktivní historické jádro pro obyvatele a celé město pro návštěvníky a investory. **www.risy.cz (13.4.2011)**.

Jiným projektem, demonstrujícím snahu města mimojiné o rozvoj atraktivitu města a cestovního ruchu, stejně tak jako o vyrovnávání městského rozpočtu dotacemi z mimorozpočtových zdrojů, je projekt *Stavební úpravy městského parku a jižních teras v Č. Krumlově - I. etapa*, Priorita 14.2 Stabilizace a rozvoj měst a obcí, Opatření 14.2.2 Rozvojové projekty spádových center. Žádost o dotaci podána v roce 2008 do III. výzvy ROPu. Smlouva o podmínkách poskytnutí dotace byla podepsána v únoru 2009, přičemž

zahájení realizace projektu z hlediska poskytovatele dotace nastalo po jejím podepsání. Celkové náklady projektu jsou ve výši 27 823 117 Kč, z toho příspěvek EU **23 649 649 Kč**, z národní veřejných rozpočtů jsou čerpány prostředky ve výši 4 173 468 Kč (z rozpočtu regionální rady 2 086 734 Kč, z rozpočtu obce 2 086 734 Kč). Projekt je nyní (duben 2011) ve druhém měsíci realizační fáze, jeho ukončení je naplánováno na říjen 2011. Cílem projektu je revitalizace městského parku tak, aby mohl zcela plnit funkci veřejného prostranství a prostoru pro celoroční krátkodobou rekreaci obyvatel a návštěvníků města. Projekt je jedinečnou a vlastně jedinou možností záchrany této kulturní památky a zachování kulturně-historického a ekologického potenciálu lokality. Stavební práce první etapy projektu zahrnují sanaci a revitalizaci nevyhovujícího stavu zeleně, cestního systému, instalaci nového systému veřejného osvětlení, kamerového systému, oplocení a rekonstrukci unikátních architektonických prvků. Součástí parku bude kvalitní prostor pro setkávání a relaxaci obyvatel a města, zejména rodin s dětmi a seniorů. Dále pak bude tento prostor využíván pro vzdělávací a kulturní akce a to zejména se zaměřením na kulturu a historii regionu, přírodní dědictví a ekologii. **www.risy.cz, www.obcan.ckrumlov.info (13.4.2011).**

K 30.11.2010 město Český Krumlov a jeho subjekty podaly 19 žádostí o dotaci, z toho úspěšných bylo 13, jak lze vyčíst z následující tabulky (přehled projektů, na něž byla získána dotace v roce 2010 z výzev Regionálního operačního programu regionu soudržnosti NUTS II Jihozápad je uveden v příloze č. 13.):

Tabulka 24 - Český Krumlov, přehled dotací za období 2007–2010

Rok	Počet podaných žádostí o dotaci	Objem celkových nákladů předkládaných projektů v Kč	Počet úspěšných žádostí o dotaci	Objem získaných finančních prostředků v Kč
2007	27	106 472 875	14	28 256 356
2008	23	195 851 618	10	21 971 642
2009	37	627 274 671	17	49 072 719
2010	19	16 868 885	13	344 779 026

Zdroj: Souhrnný přehled dotačních projektů – stav k 30.11.2010 [online]. Český Krumlov, 2010 [cit. 2011-04-13]

Rok 2009 je z pohledu čerpání dotací v Českém Krumlově specifický tím, že došlo k podání žádosti na projekt Revitalizace areálu klášterů Český Krumlov do IOPu, celkové náklady projektu jsou výše zmíněny (325 314 692 Kč.). Zároveň některým projektům, jako např. Stavební úpravy parku a jižních teras v Českém Krumlově – I. etapa, byly odsouhlaseny Smlouvy o podmínkách poskytnutí dotace až v roce 2009, zatímco žádosti o dotaci byly předkládány už v roce 2008. Malý počet podaných žádostí o dotaci v roce 2010 byl způsoben

nepředvídatelnými okolnostmi, kdy byly zrušeny plánované výzvy na rok 2010 a zároveň došlo k přehodnocování žádostí o dotace předkládaných do V. a VI. výzvy ROPu, která byla vyhlášena v roce 2009.

V. Závěr

Hlavním cílem diplomové práce bylo provést analýzu rozvoje dvou obcí – Vimperk a Český Krumlov – na základě využití atraktivit v nabídce služeb cestovního ruchu formou hodnocení a porovnání nabídky služeb cestovního ruchu vzhledem k aktuálním potřebám trhu a rozvoji obce v návaznosti na využití potenciálu cestovního ruchu. Zkoumány byly především přírodní i kulturně-historické atraktivity, a také podniky poskytující služby cestovního ruchu, vytvářející stranu nabídky a za stranu poptávky byly studovány motivy k návštěvě dvou sledovaných destinací, počty návštěv turistických atraktivit, délka pobytu návštěvníka v destinaci.

Cestovní ruch v Jihočeském kraji se může opírat o již fungující produkty, jako je především lázeňství, různé formy zimní i letní turistiky, městské a venkovské památkové rezervace, jedinečná lidová architektura, tradiční slavnosti a výstavy, různé formy gastroturistiky a je podmíněn bohatou a rozmanitou strukturou přírodního i kulturního dědictví. Jižní Čechy se kvůli malému množství unikátních turistických atraktivit a přirozenému potenciálu výrazně neodlišují od jiných regionů. Avšak předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu jsou zde oproti jiným regionům České republiky nadstandardní – zejména díky bohatému propojení přírodního, kulturního a historického.

Cestovní ruch v Jihočeském kraji je územně diferencovaný s výraznou sezónností. Je limitován nedostatečně rozvinutou základní a doplňkovou infrastrukturou, nevyhovující dopravní dostupností, omezeným rozsahem a kvalitou služeb, nedostatečnou kvalitou lidského kapitálu, marketingem a malým důrazem na spolupráci mezi veřejným a soukromým sektorem. V důsledku nižší nadmořské výšky horských center nedokáže jihočeská zimní nabídka konkurovat jiným centrům v České republice ani v blízkém zahraničí. Omezená je také nabídka aktivit pro trávení volného času v případě nepříznivého počasí a v oblasti kongresové turistiky chybí větší prostory.

Významnou složkou jihočeského potenciálu cestovního ruchu jsou historické památky a kulturní atraktivity. Specifickým kulturním bohatstvím jižních Čech jsou lidové zvyky, slavnosti, tradice, řemesla a architektura.

Provedená situační analýza v obou sledovaných městech potvrdila dostatečně velký kulturně historický potenciál. Jelikož je využití těchto dispozic v cestovním ruchu výrazně limitováno sekundární nabídkou, analýza potvrdila také to, že Vimperk výrazně zaostává za Českým Krumlovem z pohledu využití potenciálu cestovního ruchu, nejvíce zřejmé

to je v oblasti ubytovacích a stravovacích služeb a v absenci doplňkových služeb cestovního ruchu.

Komparace Vimperku a Českého Krumlova z hlediska služeb byla obtížná z toho důvodu, že při metodě porovnávání dvou veličin je důležité definovat shodné prvky, a ty bylo v tomto konkrétním případě složité hledat. Vimperk jako turistická destinace se výrazně liší od Českého Krumlova nejen primárním, ale i sekundárním potenciálem cestovního ruchu. Obě města mohou těžit ze zcela odlišných geografických poloh. V tomto případě má Vimperk jednoznačnou výhodu, jelikož leží v těsné blízkosti NP a CHKO Šumava a je tak výchozím bodem pro uskutečňování výletů do této oblasti. Šumava tak vytváří velice dobré podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. V samotném Vimperku však dosud chybí infrastruktura a silné atraktivity, které by návštěvníci Šumavy preferovali před ubytováním v samotných horských střediscích.

Pro to, aby Vimperk přeměnil potenciál na skutečně hmatatelný stav, snaží se vytvářet takové podmínky a zázemí pro rekreační aktivity, které ve spojení s existujícím potenciálem Šumavy vytvoří atraktivní nabídku pro domácí i zahraniční návštěvníky. Pro dosažení cíle, kterým je vybudovat z destinace rekreační zónu na hranici NP Šumava, lze dosáhnout zvýšením posilováním dobré image města za využití několika marketingových prostředků a nástrojů (městu také překvapivě chybí koncepce rozvoje cestovního ruchu, marketingový plán, neexistují newslettery, Sales guide, zprávy o cestovním ruchu, statistiky, katalogy atd.), systematickou podporou malého a středního podnikání i v oboru cestovního ruchu a zvýšenou péčí o historické a kulturní dědictví a přírodního prostředí.

Hypotéza 1 – Limitujícím faktorem rozvoje obce Vimperk je mimojiné nedostatečná úroveň služeb a nedostačující propagace jak služeb cestovního ruchu, tak obce jako samostatného celku byla potvrzena.

SWOT analýza zjistila, že Vimperk nedostatečně využívá potenciálu cestovního ruchu. Město disponuje turistickými atraktivitami, které zatím nejsou dostatečně využívány ze strany turistů a návštěvníků. Zjištěným důvodem je slabá propagace jejich existence a významnosti, někdy také špatný technický stav a obtížná přístupnost. Město má předpoklady pro rozvoj nových produktů (ve vazbě na přírodní prostředí Šumavy nebo agroturistika, aktivní rekreace, adrenalinové sporty atd.).

Přestože město má ideální polohu, nedokáže tuto výhodu dostatečně využít, je proto zapotřebí zavést spolupráci se Správou NP a CHKO Šumava. Pro rozvoj cestovního ruchu je také nutné zkvalitnit služby v cestovním ruchu, ubytování a gastronomii.

Hypotéza 2 – Obec Vimperk nedostatečně využívá kulturně-historický a přírodní potenciál pro rozvoj cestovního ruchu byla potvrzena.

Významným faktorem, proč Vimperk nedosahuje takového stupně rozvoje cestovního ruchu jako v Českém Krumlově, lze také nalézt v neexistenci společnosti destinačního managementu, která by zpracovávala marketingovou strategii, plánovala by strategii rozvoje cestovního ruchu a vytvářela by takovou programovou nabídku a balíky služeb, které by za prvé oslovily širší spektrum potenciálních návštěvníků a za druhé by systematicky a efektivně zvyšovaly kvalitu služeb navzájem propojených a zároveň by řešily problém sezónnosti a jednodenních návštěv, který Vimperk oslabuje v rozvoji.

Komparace dvou měst byla složitá z dalšího důvodu, a tím je ten, že Český Krumlov je na rozdíl od Vimperka dlouhodobě renomovanou destinací s mezinárodním významem. Ve městě působí destinační management, který pečlivě cestovní ruch řídí a dělá tak z této oblasti neoddělitelnou součást prosperity. Město si roli cestovního ruchu dobře uvědomuje a spolu s dalšími organizacemi hraje úlohu ve společných projektech na krajské, celostátní a mezinárodní úrovni. Město svou bohatou a atraktivní nabídkou kulturních a společenských událostí dokáže uspokojit široké spektrum návštěvníků i vlastních obyvatel.

Stejný problém jako ve Vimperku – nízký podíl krátkodobých návštěv – sužuje i Český Krumlov. Turisté zde část jen přenocují a mimo hlavní sezónu je navíc stejně jako ve Vimperku kapacita ubytovacích zařízení málo vytížená. Tomuto stavu však Český Krumlov předurčuje charakter destinace, jakožto atraktivní historické město. Hlavní prioritou je tedy rozvoj nových služeb a produktů cestovního ruchu i v okolí Českého Krumlova. To by mohlo přispět k větší motivaci návštěvníků k vícedennímu pobytu. Zvýšení počtu přenocování může být vyřešeno orientací na vícedenní návštěvníky a podporou vícedenních a pravidelně se opakujících akcí.

Již bylo zdůrazněno, že městský úřad si uvědomuje významnost spolupráce veřejné správy se subjekty cestovního ruchu, tato je zde proto na vyšší úrovni, než ve Vimperku a probíhá zde, spíše než o navázání vztahů, snaha o maximální zefektivnění této součinnosti formou vzniku sítě profesních sdružení ze zástupců veřejné správy a podnikatelských a neziskových subjektů.

Z analýzy dále vyplynulo, že Český Krumlov má dostatečné předpoklady pro to stát se vyhledávanou destinací pro incentivní turistiku, snaha o rozvoj by se tady také měla orientovat na právě na oblast konferenčních a diplomatických akcí. Město mimojiné musí podporovat nové trendy v cestovním ruchu.

Ve srovnání s Vimperkem má Český Krumlov neoddiskutovatelnou výhodu ve formě věhlasu, dobrého jména, který sahá až za hranice státu. Na toto tak může navazovat ve své komunikační strategii. Český Krumlov již propaguje svou nabídku na internetu, veletrzích, odborných workshopech, v médiích, fám a press tripech atd. Město se snaží naplňovat marketingový plán a zapojovat nabídku atraktivit do marketingových aktivit.

Hypotéza 3 – Pokud návštěvník nemá specifické požadavky a motivy návštěvy, vždy raději upřednostní návštěvu Českého Krumlova před návštěvou Vimperka, byla potvrzena.

Z porovnání SWOT analýz obou obcí vyšlo najevo, že nejdůležitější pro Vimperk je v současné době aktivace nevyužitého turistického potenciálu, investice do infrastruktury a hledání způsobu, jak přilákat větší počet návštěvníků, kteří budou motivováni k dlouhodobějšímu pobytu, což platí i pro Český Krumlov. Současně se města musí snažit udržet současnou poptávku. Ve městě Vimperk je to poznávací cestovní ruch a poptávka po ubytovacích službách, v případě Českého Krumlova platí to samé s rozšířením na kvalitní služby pro zahraniční návštěvníky, kteří jsou zvyklí na vyšší standard služeb.

Z textu diplomové práce je možné porovnat i využívání podpor cestovního ruchu na území sledovaných obcí. Obě města a jejich subjekty mají stejné možnosti zdrojů financí. Rozpočet města Český Krumlov počítá s vyššími příjmy a výdaji, než rozpočet Vimperka. Český Krumlov každoročně vyhlašuje programy podpory jednotlivých oblastí, z nichž mohou žadatelé (resp. příjemci) čerpat finanční zdroje. Tento systém Vimperk nemá vypracovaný, rozpočet města s ním nepočítá a tak mají žadatelé o dotace zúžený výběr dotačních programů.

Obě města však dotačních programů kontinuálně využívají a v současné době je na území obcí v realizační fázi hned několik větších i menších projektů, které napomůžou k socio-ekonomickému rozvoji měst nebo k zachování technického stavu historických památek.

Hypotéza 4 – Obec Vimperk nemá potenciál, aby se v blízké době vyrovnal svou primární i sekundární nabídkou služeb a jejich využití turisty a návštěvníky stejným ukazatelům v případě obce Český Krumlov nebyla potvrzena.

VI. Summary

The goal of this thesis is to analyse development of two municipalities – Vimperk and Český Krumlov – through the usage of attractions in the tourism industry by evaluating and comparing the supply of tourism due to current market needs and the development of municipalities in relation to the potential of tourism. The study primarily focuses on natural and culture-historical attractions, as well as businesses providing tourism services, creating the supply side. Motives for visiting two monitored destinations, number of tourist attractions visits and length of stay at destination were observed on the demand side.

The first part is devoted to the issue of travel industry using current data to help predict the future development and identify actual trends in tourism. There is also the text about the importance of tourism to national economy and also the chapter focusing on the tourism market with a description how supply and demand side works in tourism and describes effects of tourism on local market and factors affection tourism market.

The second chapter deals with public services and tourism services. It describes the growth of service sector and its comprehension and there is a fundamental set of classification of services. Furthermore, characteristic of the need and the consumption in tourism, the complexity of tourism services and their further classification is described in the next chapter.

The third chapter deals with the role of destination management in the region, how this management works and describes forms and options of regional management, as well. Description of the position of tourism is important to find the answer to questions such as what determines the emergence and development of tourism in the region. There are also mentioned the possibilities of funding tourism from European funds for the years 2007-2013 and a description of the Strategy of Regional Development of the Czech Republic 2007-2013, and last but not least, detailed look at the tourism multiplier effect.

The practical part deals with the situational analysis, identification and description of the South Bohemian region, tourist regions of South Bohemia and Bohemian Forest, and further it deals specifically with the case of Vimperk and Český Krumlov municipalities. It analyses demand and supply side in both towns and there was implemented the detailed SW and OT analysis for both municipalities separately and by their comparing there were drawn conclusions and recommendations.

The last chapter focuses on the possibilities of utilization and usage of both European Union and other sources funding programmes with a practical look at the impact of funds utilization from these programmes in both municipalities.

Seznam použitých zdrojů

Publikace

- 1) ADAMČÍK, S. *Regionální politika a management regionů, obcí a měst*. 1. vydání. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2003. 140 s. ISBN 80-7078-837-2.
- 2) DAVID, P.; SOUKUP, V. a kol. *Šumava - Prachaticko a Vimpersko*. 1. vyd. Praha: Soukup & David, 1999. 152 s. Průvodce po Čechách, Moravě, Slezsku, svazek 19. ISBN 80-86050-39-4.
- 3) FELLEGIOVÁ, E. *Destinační management: Příležitost i pro váš region*. Vydání první. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2008. 27 s. ISBN 978-80-7394-102-4.
- 4) FORET, M.; FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.
- 5) FRANCOVÁ, E. *Cestovní ruch*. 1. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003. 119 s. ISBN 80-244-0719-1.
- 6) GÚČIK, M. Cestovní ruch v regionálním rozvoji a jeho manažment. In *Cestovní ruch a regionální rozvoj: Zborník z vedeckej konferencie*. Vydání první. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 2000. s. 30-36. ISBN 80-8055-366-1.
- 7) HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Jindřichův Hradec: Fakulta managementu JU, 1997. 57 s. ISBN 80-7040-233-4.
- 8) HESKOVÁ, M., et al. *Cestovní ruch: Pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. První vydání. Praha: Nakladatelství Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948
- 9) HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. 2., rozšířené a aktualizované. Praha: Grada Publishing, 2003. 204 s. ISBN 80-247-0447-1.
- 10) HORNER, S.; SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.
- 11) HOUŠKA, P., et al, *Klasifikace ubytovacích zařízení jako způsob podpory kvality služeb v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007. ISBN 978-80-87147-00-9.
- 12) HRABÁNKOVÁ, M.; HÁJEK, T. *Management cestovního ruchu*. 1. vydání. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 2002. 82 s. ISBN 80-7040-580-5.
- 13) HRABÁNKOVÁ, M.; VOSEJPKOVÁ, M. *Regionální management*. 1. vydání. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 2002. 80 s. ISBN 80-7040-564-3.

- 14) JANEČKOVÁ, L. *Marketing služeb*. První vydání. Karviná: Slezská univerzita, Obchodně podnikatelská fakulta, 1996. 157 s. ISBN 80-85879-34-4.
- 15) JANEČKOVÁ, L.; VAŠTIKOVÁ, M. *Marketing měst a obcí*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 1999. 178 s. ISBN 80-7169-750-8.
- 16) KOLEKTIV AUTORŮ. *Atlas cestovního ruchu České republiky*. 1.vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006. 157 s. ISBN 80-239-7256-1
- 17) KOZEL, R., et al. *Moderní marketingový výzkum*. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X.
- 18) MALÁ, V. *Cestovní ruch: Vybrané kapitoly*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů, 1999. 83 s. ISBN 80-7079-443-7.
- 19) NĚMČANSKÝ, M. *Management cestovního ruchu*. První vydání. Karviná: Slezská univerzita, Obchodně podnikatelská fakulta, 1995. 226 s. ISBN 80-85879-18-2.
- 20) ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Idea servis, 1999. 244 s. ISBN 80-85970-27-9.
- 21) PARMOVÁ, D. *Provoz služeb v cestovním ruchu*. 1. vydání. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 2003. 175 s. ISBN 80-7040-611-9.
- 22) PARMOVÁ, D. *Řízení služeb: Přednášky*. 1. vydání. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 2004. 96 s. ISBN 80-7040-673-9.
- 23) PETERA, J. Možnosti vlivu cestovního ruchu na rozvoj regionu. In *Sborník příspěvků z kolokvia "Ostrava 2002"*. 1. vydání. Ostrava: VŠB-Technická univerzita Ostrava, 2002. s. 68-72. ISBN 80-248-0188-4.
- 24) PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Idea servis, 1999. 107 s. ISBN 80-85970-29-5.
- 25) RIPPEROVÁ, L. *Kulturně-historický potenciál rozvoje cestovního ruchu na Telčsku*. České Budějovice., 2009. 92 s. Diplomová práce (Ing.). Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Ekonomická fakulta
- 26) SEIFERTOVÁ, V. *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. Vydání první. Praha: VŠ CRHL, 2003. 120 s. ISBN 80-86592-00-6.
- 27) SLÁDEK, G. *Cestovní ruch v regioně jako akcelerátor ekonomického rozvoje*. In *Cestovní ruch a regionální rozvoj: Zborník z vedeckej konferencie*. Vydání první. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 2000. s. 5-9. ISBN 80-8055-366-1.
- 28) VAŠTIKOVÁ, M. *Marketing služeb efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

- 29) VAŠKO, M. *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. Vydání první. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002. 96 s. ISBN 80-245-0445-6.

Internetové zdroje

- 30) BÁBÍK, J.; DANČO, V.; TŮMA, Z. *Propagace destinace z pohledu veřejné správy* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008 [cit. 2011-04-05]. Dostupné z WWW: <http://vyzkumy.czechtourism.cz/download.php?type=analyzy&file=0477_.pdf>.
- 31) *Bilance poločasu 2010: Cíl 3 – program přeshraniční spolupráce Česká republika – Svobodný stát Bavorsko 2007-2013* [online]. Mnichov: Bavorské státní ministerstvo hospodářství, infrastruktury, dopravy a technologie, 2010 [cit. 2011-04-14]. Dostupné z WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Files/fc/fc765ff3-0417-473c-9ce6-a25c6bd90664.pdf>>.
- 32) *Brožura DF* [online]. Klatovy: Euroregion Šumava – jihozápadní Čechy, 1.4.2011 [cit. 2011-04-14]. Dostupné z WWW: <http://www.euregio.cz/euregio/spolecne/download_soubor.php?ids=191>.
- 33) *BusinessInfo* [online]. 04.10.2007 [cit. 2010-12-01]. Strategie regionálního rozvoje České republiky 2007-2013. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/rozvoj-regionu/strategie-regionálního-rozvoje-cr-07-13/1001179/46051/>>.
- 34) *Cestovní ruch - současnost a budoucnost: Vymezení cestovního ruchu. Cestovní ruch v regionech České republiky* [online]. 2003, [cit. 2010-11-17]. Dostupný z WWW: <http://www.czechtourism.cz/files/regiony/rozvoj/cestovni_ruch.pdf>.
- 35) *Cestovní ruch v České republice 2008* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2009 [cit. 2011-01-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=7ccfec52-e70f-4a09-ab9f-c4d79caae1b0>>.
- 36) *Cestovní ruch v regionech České republiky*. Ostrava: Pro Českou centrálu cestovního ruchu – CzechTourism zhotovil na základě materiálů, zpracovaných zhotoviteli pro jednotlivé kraje a turistické regiony Enterprise plc, s.r.o., 2003. [cit. 2011-03-27]. Dostupné z WWW: <http://www.czechtourism.cz/files/regiony/rozvoj/cestovni_ruch.pdf>.
- 37) *CzechTourism* [online]. 25.11.2010 [cit. 2011-01-12]. Nejspokojenější turisté jsou na Šumavě. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/media/tiskove-zpravy/nejspokojenejsi-turiste-jsou-na-sumave.html>>.
- 38) *Český statistický úřad* [online]. © ČSÚ, 2011, Aktualizováno dne: 13. 5. 2009 [cit. 2011-01-31]. Turistické regiony a oblasti. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/xl/redakce.nsf/i/0207005>>.

- 39) FOJTÁCHOVÁ, H. *Význam cestovního ruchu pro Českou republiku*. [online]. Leden 2005, [cit. 2010-11-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/mezinarodni/vyznamCR.pdf>>.
- 40) International Tourist Arrivals back at 2008 pre-crisis peak level. *UNWTO World Tourism Barometer* [online]. 2010, Volume 8, No. 3, [cit. 2010-11-11]. Dostupný z WWW: <http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom10_3_en_excerpt.pdf>. ISSN 1728-9246.
- 41) JEŽEK, J. Regionální management. Teoretické vymezení a shrnutí dosavadních praktických poznatků. In *VIII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách* [online]. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2005 [cit. 2010-11-24]. s. 73-78. Dostupné z WWW: <<http://is.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/4884317/Sbornik2005.pdf?lang=cs>>.
- 42) *JIŽNÍ ČECHY A ŠUMAVA* [online]. [cit. 2011-04-03]. *JIŽNÍ ČECHY A ŠUMAVA - zámek Vimperk*. Dostupné z WWW: <<http://www.jiznicechy.org/cz/index.php?path=zam/vimperk.htm>>.
- 43) KIRÁLOVÁ, A. *Vytváření organizací cestovního ruchu (OCR) v turistických regionech*. *CzechTourism*, [online]. Praha 2005, [cit. 2010-11-24]. Dostupný z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/files/regiony/destin/organizacecrvregionech.pdf>>.
- 44) *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007-2013*. [online]. [cit. 2010-12-01]. Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na->>.
- 45) LACINA, K. *Regionální partneři cestovního ruchu*. [online]. 2008, [cit. 2010-11-23]. Dostupný z WWW: <<http://www.mmr-vyzkum.cz/INFOBANKA/DownloadFile/10137.aspx>>.
- 46) MÁNEK, J. *Strategický plán rozvoje města Vimperk pro období 2009 - 2014* [online]. Tychon, v.v.i., listopad 2008 [cit. 2011-04-03]. Dostupné z WWW: <http://www.mesto.vimperk.cz/Strategicky_plan/plan1.pdf>.
- 47) NIMRICHTEROVÁ, R. *Ekonomický význam cestovního ruchu v regionu* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2010. 76 s. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Ekonomicko-správní fakulta. Dostupné z WWW: <http://is.muni.cz/th/135046/esf_m/final_verze_DP.pdf>.
- 48) NOVOTNÁ, M. *Vimpersko - geografická analýza příhraničního regionu* [online]. Plzeň: ZČU v Plzni, 2001 [cit. 2011-04-03]. Dostupné z WWW: <<http://www.kge.zcu.cz/veda/misc/novotna/vi/texty.pdf>>. ISBN 80-7082-746-7.
- 49) *Oficiální informační systém Český Krumlov* [online]. Město Český Krumlov, © 2006 - 2011 [cit. 2011-04-05]. Český Krumlov. Dostupné z WWW: <<http://www.ckrumlov.info/docs/cz/zakinf.xml>>.

- 50) *Oficiální informační systém Český Krumlov* [online]. Město Český Krumlov: © 2006 - 2011 [cit. 2011-04-09]. Destinační management Český Krumlov. Dostupné z WWW: <http://business.ckrumlov.info/docs/cz/b2b_dm.xml>.
- 51) *Oficiální informační systém Český Krumlov* [online]. Město Český Krumlov, © 2006 - 2011 [cit. 2011-04-13]. Městský park v Českém Krumlově. Dostupné z WWW: <<http://obcan.ckrumlov.info/docs/cz/mestskypark.xml>>.
- 52) PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Vybrané teoretické aspekty rozvoje cestovního ruchu a optimálního využívání přírodních a kulturních památek*. [online]. 2005, [cit. 2011-03-21]. Dostupný z WWW: <<http://www.mmr-vyzkum.cz/INFOBANKA/DownloadFile/9991.aspx>>.
- 53) *Plnění rozpočtu* [online]. Český Krumlov: Odbor financí, 2009 [cit. 2011-04-14]. Dostupné z WWW: <http://obcan.ckrumlov.info/docs/dokumenty/rozpocet09/Plneni_rozpocetu_plnicka_le-den-prosinec_2009.xls>.
- 54) *Pravidla pro poskytování dotací z rozpočtu města Český Krumlov* [online]. Český Krumlov : Oddělení kancelář starosty, 22.10.2009 [cit. 2011-04-14]. Dostupné z WWW: <http://obcan.ckrumlov.info/docs/dokumenty/dotace/Pravidla_dotace_mesta_2010-final.pdf>.
- 55) *Program podpory kultury města Český Krumlov 2011 : Výsledky 1. výzvy s uzávěrkou 31.1.2011* [online]. Český Krumlov: Oddělení strategického rozvoje, 2011 [cit. 2011-04-14]. Dostupné z WWW: <<http://data.ckrumlov.cz/files/510-kultura-vysledky-1-vyzva.pdf>>.
- 56) *Program rozvoje Jihočeského kraje* [online]. [s.l.] Jihočeský kraj – Krajský úřad, odbor regionálního rozvoje, územního plánování, stavebního řádu a investic, 2008 [cit. 2011-01-31]. Sociálně-ekonomický profil kraje, kapitola číslo 2. Dostupné z WWW: <[http://www.kraj-jihocesky.cz/file.php?par\[id_r\]=35270&par\[view\]=0](http://www.kraj-jihocesky.cz/file.php?par[id_r]=35270&par[view]=0)>.
- 57) *Programová nabídka 2010* [online]. [cit. 2011-04-02] Dostupné z WWW: <http://www.npsumava.cz/gallery/7/2126-programova_nabidka_2010_cz.pdf>
- 58) *Prováděcí dokument ke Koncepci státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, červen 2008 [cit. 2011-01-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=0c6105a8-4da6-4f97-9365-b5a8f038057f>>.
- 59) *Průvodní list dotačního titulu č. 600073, projekty schválené ZK, Rožmberský rok 2011* [online]. [cit. 2011-04-10]. Dostupné z WWW: <http://www.kraj-jihocesky.cz/file.php?par%5Bid_r%5D=52252&par%5Bview%5D=0>.
- 60) *Průvodní list dotačního titulu č. 600073, projekty schválené RK, Rožmberský rok 2011* [online]. [cit. 2011-04-10]. Dostupné z WWW: <http://www.kraj-jihocesky.cz/file.php?par%5Bid_r%5D=52251&par%5Bview%5D=0>.

- 61) *RISY.cz: Projekty EU* [online]. CRR ČR, © 2010-2011 [cit. 2011-04-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/projekty-eu>>.
- 62) *Rožmberský rok* [online]. c2010 [cit. 2011-04-10]. O projektu. Dostupné z WWW: <http://www.rozmberskyrok.cz/page/about_project>.
- 63) *Sales Guide Český Krumlov 2010* [online]. Destinační management Český Krumlov, 2010 [cit. 2011-04-08]. Dostupné z WWW: <<http://business.ckrumlov.info/php/projekty/dmb2b/showfreefile.php?id=456>>.
- 64) *Souhrnný přehled dotačních projektů – stav k 30.11.2010* [online]. Český Krumlov, 2010 [cit. 2011-04-13]. Dostupné z WWW: <<http://data.ckrumlov.cz/files/198-souhrnny-prehled-dotacnich-projektu-stav-k-30-11-2010.pdf>>.
- 65) STRAKA, M. *CzechTourism* [online]. 21.7.2010 [cit. 2011-01-12]. Monitoring domácího cestovního ruchu. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/media/tiskove-zpravy/monitoring-domaciho-cestovniho-ruchu.html>>.
- 66) *Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009–2013* [online]. Praha: Piskacek & Benes Consulting s.r.o., listopad 2009 [cit. 2011-01-31]. Dostupné z WWW: <[http://www.kraj-jihocesky.cz/file.php?par\[id_r\]=48082&par\[view\]=0](http://www.kraj-jihocesky.cz/file.php?par[id_r]=48082&par[view]=0)>.
- 67) *To leti* [online]. 2010 [cit. 2011-04-08]. Ceny Kudy z nudy 2010. Dostupné z WWW: <<http://www.toleti.cz/cenykudyznudy2010/index.html>>.
- 68) *UNWTO Tourism Highlights: 2010 Edition* [online]. 2010, [cit. 2010-11-12]. Dostupný z WWW: <http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights10_en_HR.pdf>.
- 69) *Vimperk - oficiální informační systém města, aktuality* [online]. © 2005 – 2011, Město Vimperk [cit. 2011-04-03]. Dostupné z WWW: <<http://www.vimperk.cz>>.
- 70) *Vimperk – oficiální informační systém města, aktuality* [online]. Mapa památek. © 2005 - 2011 Město Vimperk [cit. 2011-04-03]. Vimperské památky. Dostupné z WWW: <<http://www.vimperk.cz/files/639-vimperk-mapa-pamatek.pdf>>.
- 71) *Výroční zpráva města Český Krumlov 2009* [online]. Český Krumlov: Oddělení kancelář starosty, 2010 [cit. 2011-04-14]. Dostupné z WWW: <<http://data.ckrumlov.cz/files/217-2009-12-31-vyrocní-zprava-2009.pdf>>.
- 72) *Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch: Šumava* [online]. Praha: Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, 2010 [cit. 2011-02-07]. Vyhodnocení etapy léto 2010. Dostupné z WWW: <<http://monitoring.czechtourism.cz/CzechTourism/res/leto2010/Sumava.pdf>>.
- 73) *Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch: Šumava* [online]. Praha: Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, 2010 [cit. 2011-02-07]. Vyhodnocení etapy zima 2010. Dostupné z WWW: <<http://monitoring.czechtourism.cz/CzechTourism/res/Sumava.pdf>>.

- 74) *Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch: Jižní Čechy* [online]. Praha: Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, 2010 [cit. 2011-02-07]. Vyhodnocení etapy léto 2010. Dostupné z WWW: <<http://monitoring.czechtourism.cz/CzechTourism/res/leto2010/Jizni%20Cechy.pdf>>
- 75) *Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch: Jižní Čechy* [online]. Praha: Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, 2010 [cit. 2011-02-07]. Vyhodnocení etapy zima 2010. Dostupné z WWW: <<http://monitoring.czechtourism.cz/CzechTourism/res/Jizni%20Cechy.pdf>>
- 76) WOKOUN, R. Strategie regionálního rozvoje. In *VIII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách* [online]. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2005 [cit. 2010-12-01]. s. 73-78. Dostupné z WWW: <<http://is.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/4884317/Sbornik2005.pdf?lang=cs>>.
- 77) *World Tourism Organisation (UNWTO)* [online]. [cit. 2010-11-13]. Tourism 2020 Vision. Dostupné z WWW: <<http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>>.
- 78) *World Travel & Tourism Council* [online]. 2007 [cit. 2010-11-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.wttc.org>>.
- 79) ZÁBRANSKÁ, V., *Mezinárodní cestovní ruch: První výsledky za rok 2010*. [online]. Květen 2010, [cit. 2010-11-16]. Dostupný z WWW: <http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/07_06_10_prvni_vysledky_roku_2010.pdf>.
- 80) *Závěrečný účet Města Vimperk za rok 2009* [online]. J. Králová. Vimperk: Odbor finanční Městského úřadu Vimperk, 23.4.2010 [cit. 2011-04-15]. Dostupné z WWW: <<http://www.vimperk.cz/files/2724-zaverecny-ucet-mesta-vimperk-za-rok-2009.doc>>.
- 81) ZELENKA, P., PÁSKOVÁ, M., *Vlivy cestovního ruchu na přírodní a socio-kulturní prostředí: Masový a individuální cestovní ruch*. [online]. 2003 [cit. 2010-11-11]. Dostupný z WWW: <http://ucr.uhk.cz/documents/Vlivy_CR_na_prirodni_socio_kulturni_prostredi_Uvod/text/vlivytext.pdf>.
- 82) ZELENKA, J., *Trh cestovního ruchu* [online]. 2004, [cit. 2010-11-13]. Dostupný z WWW: <<http://markcr.uhk.cz/documents/marketingCR/trhCR/trhCR.pdf>>.
- 83) ŽERNÍČKOVÁ, I. *Rozvoj cestovního ruchu ve vybrané obci* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2009. 51 s. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. Dostupné z WWW: <http://is.muni.cz/th/212958/esf_b/Zernickova_Ivana__Bakalarska_prace.pdf>.

Dále byly použity statistické údaje poskytnuté Destinačním managementem Český Krumlov a TIS Vimperk.

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Struktura systému cestovního ruchu podle Clauda Kaspara (1986)	- 11 -
Obrázek 2 - Příjezdový cestovní ruch 1990 - 2009	- 15 -
Obrázek 3 - Příjezdový cestovní ruch měsíčně (v milionech)	- 16 -
Obrázek 4 - Příjezdový cestovní ruch podle účelu návštěvy, 2009	- 16 -
Obrázek 5 - Mezinárodní příjezdy podle regionu (v milionech)	- 17 -
Obrázek 6 - Působení cestovního ruchu na ekonomiku.....	- 18 -
Obrázek 7 - Závislost ceny na množství poptávaného množství.....	- 22 -
Obrázek 8 - Ekonomie cestovního ruchu, základní faktory ovlivňující trh CR	- 24 -
Obrázek 9 - Multiplikační efekt cestovního ruchu	- 43 -
Obrázek 10 - Turistické regiony České republiky	- 50 -
Obrázek 11 - Spokojenost dle turistických regionů – služby Léto 2010	- 51 -

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Turistické regiony Jižní Čechy a Šumava.....	48 -
Tabulka 2 - Vimperské památky.....	56 -
Tabulka 3 - Návštěvnost zámku Vimperk.....	57 -
Tabulka 4 - Návštěvnost TIS Vimperk.....	58 -
Tabulka 5 - Návštěvnost Minimuzea.....	58 -
Tabulka 6 - Českokrumlovské atraktivita a památky, muzea.....	60 -
Tabulka 7 - Stálé expozice v Českém Krumlově.....	61 -
Tabulka 8 - Kulturní akce v Českém Krumlově.....	62 -
Tabulka 9 - Český Krumlov - hodnocení výkonnosti a závažnosti.....	64 -
Tabulka 10 – Český Krumlov - matice závažnosti/výkonnosti.....	64 -
Tabulka 11 - Český Krumlov - možné příležitosti.....	66 -
Tabulka 12 - Český Krumlov - matice příležitostí.....	66 -
Tabulka 13 - Český Krumlov - možná ohrožení.....	67 -
Tabulka 14 - Český Krumlov - matice ohrožení.....	67 -
Tabulka 15 - Vimperk - hodnocení výkonnosti a závažnosti.....	68 -
Tabulka 16 - Vimperk - matice závažnosti/výkonnosti.....	69 -
Tabulka 17 - Vimperk – možné příležitosti.....	70 -
Tabulka 18 - Vimperk - matice příležitostí.....	70 -
Tabulka 19 - Vimperk - možná ohrožení.....	71 -
Tabulka 20 - Vimperk - matice ohrožení.....	71 -
Tabulka 21 - Schválené projekty pro Vimperk – Rožmberský rok 2011.....	78 -
Tabulka 22 – Vimperk, údaje o plnění příjmů a výdajů za rok 2009 (v tis. Kč).....	81 -
Tabulka 23 - Český Krumlov, plnění příjmů a výdajů za rok 2009 (v tis. Kč).....	81 -
Tabulka 24 - Český Krumlov, přehled dotací za období 2007–2010.....	84 -

Seznam příloh

Příloha č. 1 - Mapa Jihočeského kraje

Příloha č. 2 - Alokace zdrojů pro CR v IOP

Příloha č. 3 - Alokace zdrojů pro CR v ROP

Příloha č. 4 - Alokace zdrojů pro CR v PRV

Příloha č. 5 - Programová nabídka zámku Vimperk pro sezónu 2010

Příloha č. 6 - Mapa památek ve Vimperku

Příloha č. 7 - Přehled ubytování v Českém Krumlově

Příloha č. 8 - Grafy kapacity a přenocování v HUZ v Českém Krumlově

Příloha č. 9 - Schválené projekty pro Český Krumlov – Rožmberský rok 2011

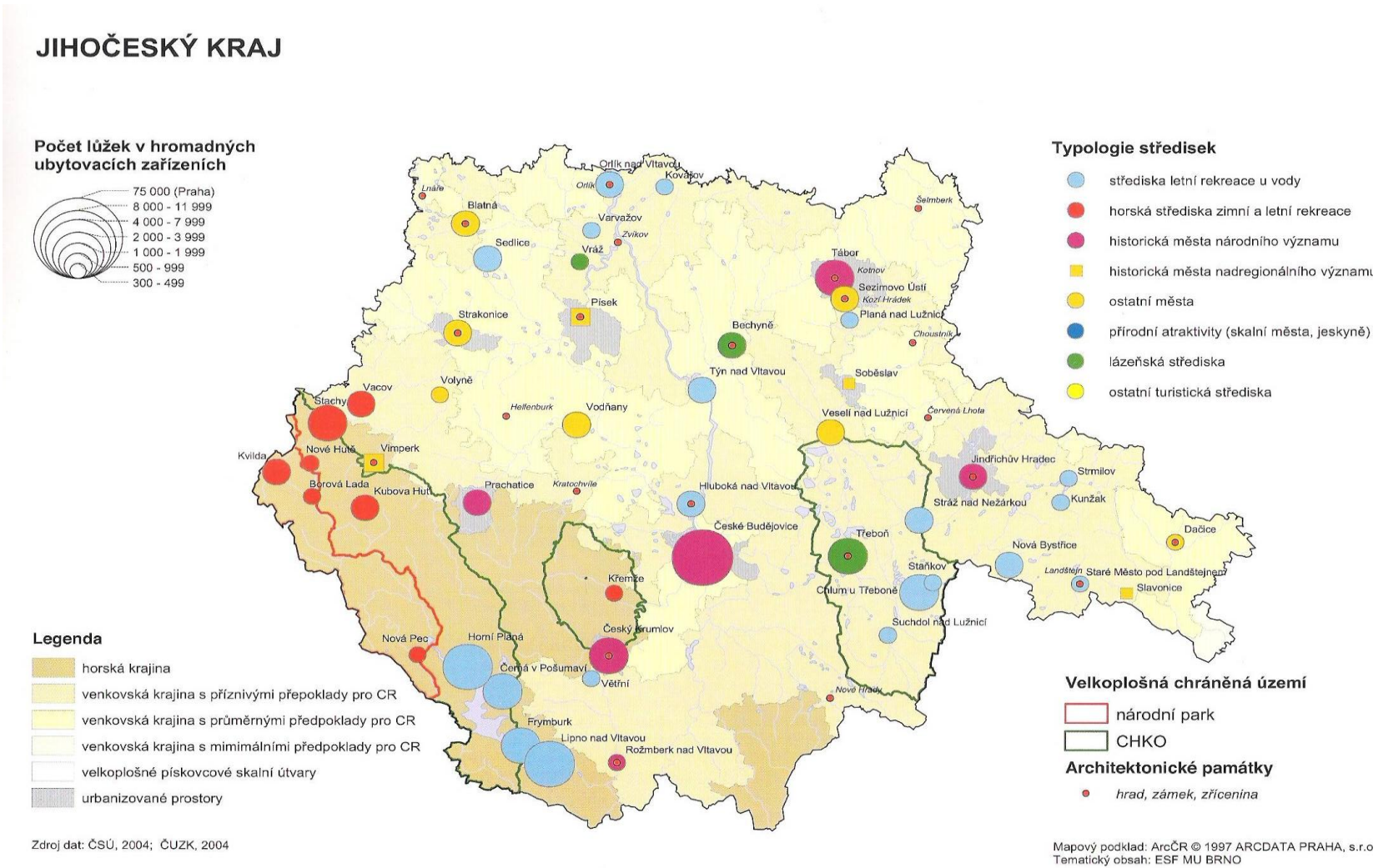
Příloha č. 10 - Dispoziční fond, Program přeshraniční spolupráce Cíl 3, ČR – Svobodný stát Bavorsko 2007–2013

Příloha č. 11 - Podporované území Programu přeshraniční spolupráce Cíl 3 ČR – Svobodný stát Bavorsko 2007–2013

Příloha č. 12 - Vimperk, rozpis přijatých dotací a jejich čerpání

Příloha č. 13 - Projekty, na něž byla získána dotace v roce 2010 z výzev ROP Jihozápad

Příloha č. 1 - Mapa Jihočeského kraje



Zdroj: Kolektiv autorů. *Atlas cestovního ruchu České republiky*. 1.vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006. 157 s. ISBN 80-239-7256-1

Příloha č. 2 - Alokace zdrojů pro CR v IOP

Číslo priority /oblasti intervence	Název priority/oblasti intervence/aktivity	Podíl na alokaci programu/priority/oblasti intervence v %	Zdroje 2007-2013 v EUR				
			EU	Státní rozpočet	Celkem veřejné zdroje	Soukromé zdroje	Celkem
4a	Národní podpora cestovního ruchu (cíl Konvergence)	3,82	60 567 416	10 688 368	71 255 784	719 755	71 975 539
4.1a	Národní podpora cestovního ruchu	100					
	a) zavedení národního informačního a rezervačního systému	12	7 268 090	1 282 604	8 550 694		8 550 694
	b) zavádění a informační podpora národních a mezinárodních standardů ve službách CR	19	11 507 809	2 030 790	13 538 599		13 538 599
	c) podpora marketingu na národní úrovni a tvorby zdrojových databází	24	14 536 180	2 565 208	17 101 388		17 101 388
	d) prezentace propagace kultur a přírodního dědictví, pro CR na národní úrovni	12	7 268 090	1 282 604	8 550 694	719 755	9 260 449
	e) podpora prezentace ČR jako destinace CR	33	19 987 247	3 527 162	23 514 406		23 514 406
4b	Národní podpora cestovního ruchu (cíl RKaZ)	0,3	4 659 032	822 182	5 481 214	55 366	5 536 580
4.1b	Národní podpora cestovního ruchu	100					
	a) zavedení národního informačního a rezervačního systému	12	559 084	98 662	657 746		657 746
	b) zavádění a informační podpora národních a mezinárodních standardů ve službách CR	19	885 216	156 214	1 041 430		1 041 430
	c) podpora marketingu na národní úrovni a tvorby zdrojových databází	24	1 118 168	197 324	1 315 492		1 315 492
	d) prezentace propagace kulturního a přírodního dědictví, pro CR na národní úrovni	12	559 084	98 662	657 746	55 366	713 112
	e) podpora prezentace ČR jako destinace CR	33	1 537 480	271 320	1 808 800		1 808 800
Celkem			65 226 448	11 510 550	76 736 998	775 121	77 512 112

Zdroj: *Prováděcí dokument ke Konceptci státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007–2013* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, červen 2008 [cit. 2011-01-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=0c6105a8-4da6-4f97-9365-b5a8f038057f>>.

Příloha č. 3 - Alokace zdrojů pro CR v ROP

Název programu	Číslo a název prioritní osy/číslo a název oblasti podpory	Podíl na alokaci programu/podíl na alokaci prioritní osy v %	Zdroje 2007-2013 v EUR			
			EU	Státní rozpočet	Ostatní veřejné rozpočty	Celkem
ROP Střední Čechy	Prioritní osa 2 – Cestovní ruch	18	100 635 091	8 879 567	8 879 568	118 394 226
	Oblast podpory 2.1 - Podnikatelská infrastruktura a služby CR	30	30 190 527	2 663 870	2 663 870	35 518 267
	Oblast podpory 2.2 - Veřejná infrastruktura a služby CR	60	60 381 055	5 327 740	5 327 740	71 036 536
	Oblast podpory 2.3 - Propagace a řízení turistických destinací Středočeského kraje	10	10 063 509	887 957	887 957	11 839 423
ROP JihoZápad	Prioritní osa 3 - Rozvoj cestovního ruchu	20	123 930 251	11 175 592	10 694 452	145 800 295
	Oblast podpory 3.1 - Rozvoj infrastruktury CR	68	84 272 571	8 179 396	6 692 234	99 144 201
	Oblast podpory 3.2 - Revitalizace památek, a využití kulturního dědictví v rozvoji CR	26	32 221 865	2 274 485	3 411 726	37 908 076
	Oblast podpory 3.3 - Rozvoj služeb CR, marketing produktů CR	6	7 435 815	721 711	590 492	8 748 018
ROP JihoVýchod	Prioritní osa 2 - Rozvoj udržitelného cestovního ruchu	19	133 844 671	11 809 824	11 809 824	157 464 319
	Oblast podpory 2.1 - Rozvoj infrastruktury pro CR	85	113 767 970	10 038 350	10 038 351	133 844 671
	Oblast podpory 2.2 - Rozvoj služeb v CR	15	20 076 701	1 771 474	1 771 473	23 619 648
ROP SeveroZápad	Prioritní osa 4 - udržitelný rozvoj CR	19,12	142 618 188	12 583 958	12 583 958	167 786 104
	Oblast podpory 4.1 - Budování a rozvoj aktivit a infrastruktury CR	62,51	89 150 629	7 866 232	7 866 232	104 883 093
	Oblast podpory 4.2 - Zlepšování kvality a nabídky ubytovacích a stravovacích zařízení	30,49	43 484 286	3 836 850	3 836 850	51 157 985
	Oblast podpory 4.3 - Podpora marketingu a tvorby a rozvoje CR	7	9 983 273	880 877	880 877	11 745 026
ROP SeveroVýchod	Prioritní osa 3 – CR	22	144 420 673	12 743 001	12 743 003	169 906 677
	Oblast podpory 3.1 - Rozvoj zákl. infrastruktury a doprovod. aktivit v CR	92	132 867 021	11 723 561	11 723 562	156 314 144
	Oblast podpory 3.2 - Marketingové a koordinační aktivity	8	11 553 652	1 019 440	1 019 441	13 592 533
ROP Střední Morava	Prioritní osa 3 – Cestovní ruch	18,5	121 617 041	10 730 915	10 730 915	143 078 871
	Oblast podpory 3.1 - Integrovaný rozvoj CR	22	26 755 749	2 360 801	2 360 801	31 477 352
	Oblast podpory 3.2 - Veřejná infrastruktura CR	22	26 755 749	2 360 801	2 360 801	31 477 352
	Oblast podpory 3.3 - Podnikatelská infrastruktura CR	50	60 808 521	5 365 458	5 365 458	71 539 435
	Oblast podpory 3.4 - Propagace a řízení	6	7 297 022	643 855	643 855	8 584 732
ROP Moravskoslezsko	Prioritní osa - Podpora prosperity regionu	25,45	182 245 724*	16 080 505*	16 080 504*	214 406 733*
	Oblast podpory 2.2 - Rozvoj cestovního ruchu	34,70	63 239 266	5 579 935	5 579 935	74 399 136
	Oblast podpory 2.4 – Marketing regionu	2,35	4 282 775	377 892	377 892	5 038 559
Celkem			834 587 956	73 880 684	73 399 547	981 868 187

* tyto údaje obsahují i finanční prostředky alokované na jiné aktivity než cestovní ruch

Zdroj: *Prováděcí dokument ke Konceptci státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007–2013* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, červen 2008 [cit. 2011-01-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=0c6105a8-4da6-4f97-9365-b5a8f038057f>>.

Příloha č. 4 - Alokace zdrojů pro CR v PRV

Číslo priority /oblasti intervence	Název programu/ priority/oblasti intervence	Podíl na alokaci programu/osy v %	Zdroje v EUR				
			EU	Státní rozpočet	Celkem veřejné zdroje	Soukromé zdroje	Celkem
	Osa III	16,93	476 665 225	158 888 409	635 553 634	406 983 831	1 042 537 465
	Opatření 1.3. Podpora cestovního ruchu	12,5	59 583 153	19 861 051	79 444 204	65 320 790	144 764 994

Zdroj: *Prováděcí dokument ke Koncepci státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007–2013* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, červen 2008 [cit. 2011-01-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=0c6105a8-4da6-4f97-9365-b5a8f038057f>>.



Stálé expozice muzea: příroda, sklářství, knihtisk, historie

Výstavy v muzeu:

- „Iva Hüttnerová – obrázky“ – výstava obrázků malující herečky (květen až červen)
- „Šumavské motivy“ – výstava obrazů zhotovených k mezinárodnímu dni „Rok vody 2010“ (červenec až říjen)
- „Šedesát let muzea“ – vznik a vývoj muzea ve Vimperku (květen až říjen)
- „Ze sbírek muzea“ – zajímavé muzejní exponáty (květen až říjen)

Vstupenky lze zakoupit v pokladně muzea

Vstupné: dospělí 20,- Kč / děti, studenti, důchodci 10,- Kč

Výstavy ve Vlčkově věži:

- „Architekt Josef Zítek“ – výstava k 101. výročí jeho úmrtí (červenec až říjen)
- „Larysa Henijuš – běloruská spisovatelka“ – výstava ke 100. výročí jejího narození (srpen až říjen)
- „Vimperk“ – stavební památky (červenec až říjen)

Výstavy jsou součástí prohlídky zámku nebo samostatné prohlídky za jednotné vstupné 10,- Kč

Vstupenky lze zakoupit v pokladně muzea

Výstavy na Dolním zámku:

- „Šumava“ – výstava o mezinárodních kreditech NPŠ, přirozené procesy a jejich podpora (8. května až 26. června)
- „Krajina a lidé Šumavy ve třech tisíciletích“ – velkoplošná fotografická výstava (8. května až 26. června)
- „Zelené mosty Evropy“ – fotografická výstava zaměřená na vznik národních parků v Evropě za podpory organizace EUROPARC (září až říjen)

Výstavy jsou součástí prohlídky zámku s průvodcem

Zámecké prohlídky s průvodcem – od úterý do neděle (mimo pondělí)

od 1. do 31. května	pouze o víkendech od 10:00 do 16:00 hodin
od 1. do 30. června	od 10:00 do 16:00 hodin
od 1. července do 31. srpna	od 10:00 do 18:00 hodin (včetně pondělí 5. července)
od 1. září do 30. září	od 10:00 do 16:00 hodin

Prohlídky s průvodcem začínají v každou celou hodinu v uvedeném intervalu, nástup na poslední prohlídku je hodinu před závěrečným časem. Při prohlídkách má návštěvník možnost spatřit zajímavé unikáty, které běžně veřejnosti nebyly, nejsou a nebudou přístupné, např. gotické sklepení, odhalené archeologické nálezy, renesanční malované stropy nebo jedinečný výhled z věže na město.

Vstupenky lze zakoupit v pokladně muzea

Vstupné: dospělí 40 Kč / děti, studenti, důchodci 20 Kč

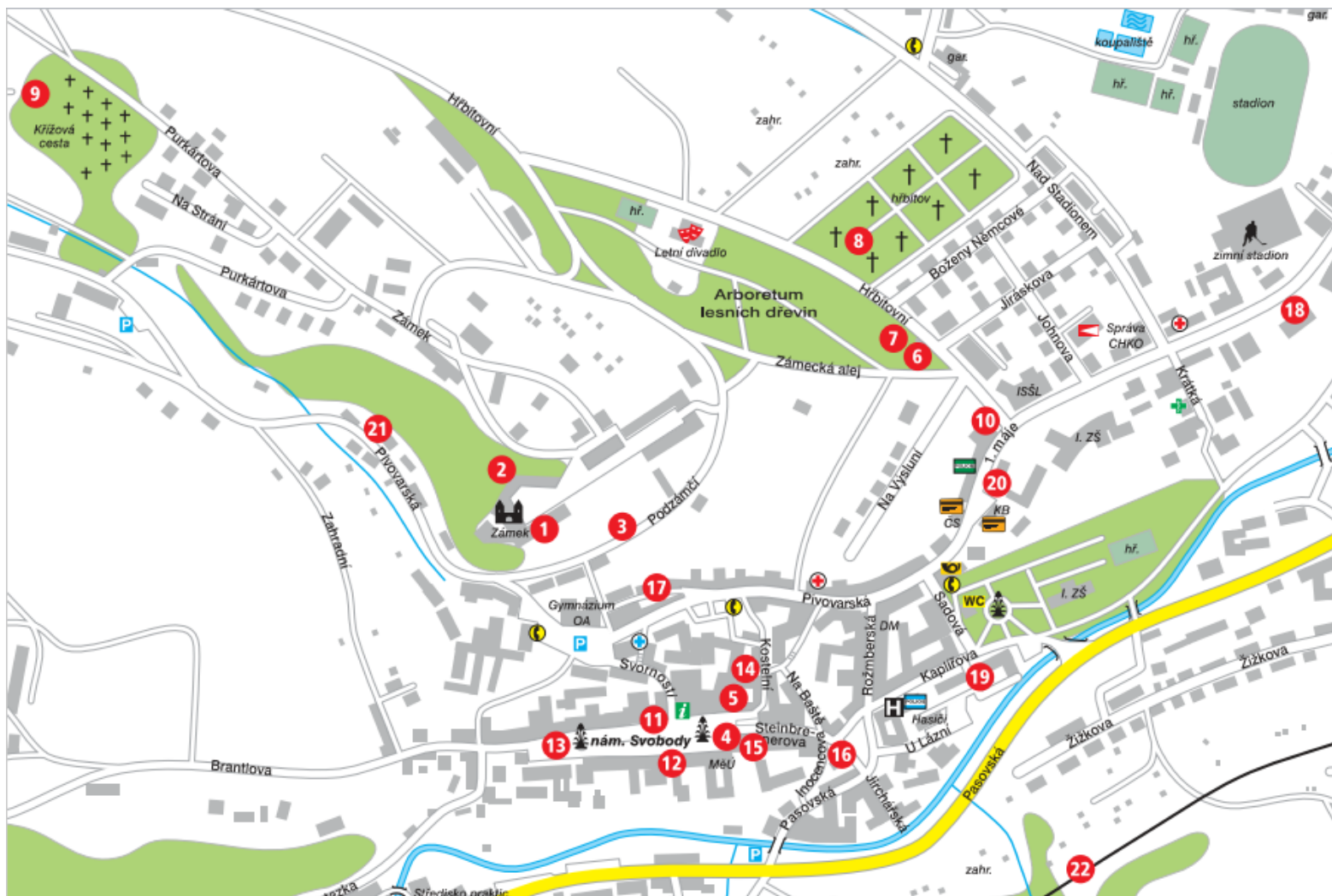
Zámek Vimperk a Muzeum při Správě NP a CHKO Šumava

Muzeum otevřeno od úterý do neděle (v pondělí zavřeno)

- od 1. května do 30. června od 9:00 do 16:00 hodin,
- od 1. července do 31. srpna od 9:00 do 18:00 hodin (včetně pondělí 5. 7.),
- od 1. září do 31. října od 9:00 do 16:00 hodin.



Příloha č. 6 – Mapa památek ve Vimperku



LEGENDA:

- 1 Zámek_Castle_Schloss
- 2 Haselburg
- 3 Městské opevnění a Černá brána_The town walls and the Black Gate_ Stadtmauern und Schwarzes Tor
- 4 Městská zvonice_The town belfry_ Stadtglockenturm
- 5 Kostel Navštívení Panny Marie_Our Lady of the Visitation Church_Kirche Mariä Heimsuchung
- 6 Kostel sv. Bartoloměje_St. Bartholomew's Church_Kirche Hl. Bartholomäus
- 7 Kaple 14 svatých pomocníků_Fourteen Holy Helpers' Chapel_Die 14-Nothelfer-Kapelle
- 8 Kostel Nejsvětějšího srdce Páně_Church of Our Lord's Sacred Heart_Kirche des Allerheiligsten Herzens Gottes
- 9 Křížová cesta_The Way of the Cross_Kreuzweg
- 10 Socha sv. Anny_St. Anne's statue_Statue der Hl. Anna
- 11 Kašny na náměstí_Fountains in the square_Brunnen am Marktplatz
- 12 Dům čp. 8_House No. 8_Haus Nr. 8
- 13 Měšťánské domy na náměstí_Burgher houses in the square_Bürgerhäuser am Marktplatz
- 14 Fara čp. 46_Vicarage No. 46_Pfarrhaus Nr. 46
- 15 Steinbrenerův dům čp. 3_Steinbrener House No. 3_Steinbrener-Haus Nr. 3
- 16 Srubové domy čp. 11, 16, 18_Timbered houses No. 11, 16, and 18_Gezimmerte Häuser Nr. 11, 16, 18
- 17 Dům U jelena čp. 61_U jelena House (Stag House) No. 61_Haus "Zum Hirschen" Nr. 61
- 18 Secesní vila čp. 180_Art Nouveau villa No. 180_Sezessionsvilla Nr. 180
- 19 Hotel Anna čp. 168_Anna Hotel No. 168_Hotel "Anna" Nr. 168
- 20 Hotel Hvězda čp. 103_Hvězda Hotel No. 103_Hotel "Zum Goldenen Stern" Nr. 103
- 21 Pivovary_Breweries_Brauereien
- 22 Klášterský viadukt_Klášteřec viaduct_Eisenbahnbrücke von Klášteřec

Zdroj: Vimperk – oficiální informační systém města [online]. [cit. 2011-04-04] Dostupné z WWW: <<http://www.vimperk.cz/files/639-vimperk-mapa-pamatek.pdf>>

Příloha č. 7 – Přehled ubytování v Českém Krumlově

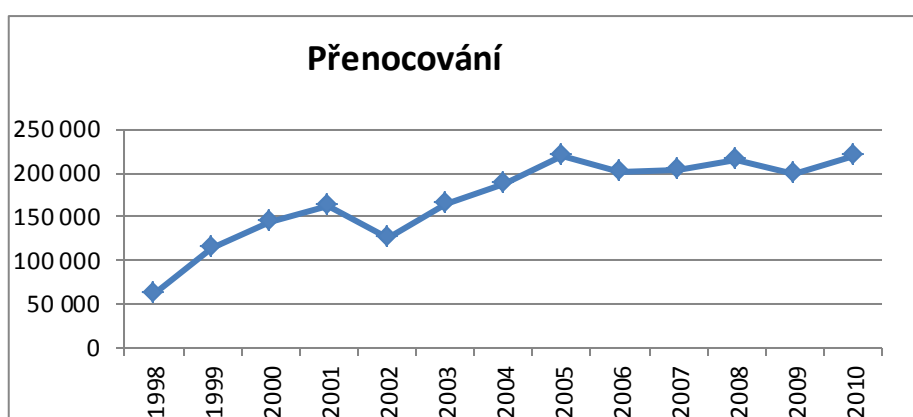
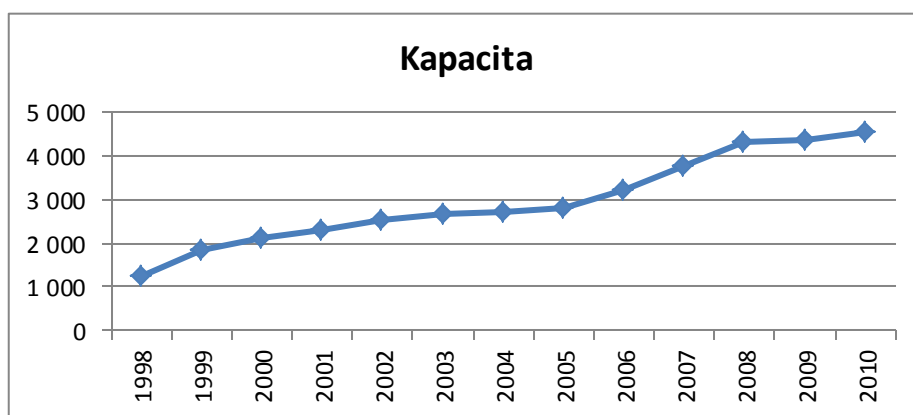
Počet lůžek v Českém Krumlově													
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Hotel	283	278	351	432	532	534	566	599	674	713	1047	1 047	1 047
Pension v centru	417	503	541	602	687	765	846	875	884	848	496	469	527
Jiné ubytování v centru	139	147	205	250	241	268	112	106	140	174	507	553	511
Pensiony mimo centrum	149	162	172	201	251	278	384	442	631	738	785	817	810
Rodinné domy	277	307	303	285	280	292	290	274	324	420	509	520	499
Ostatní zařízení	19	466	527	548	545	543	513	529	581	882	970	974	1174
Celková kapacita	1 265	1 863	2 099	2 318	2 536	2 680	2 711	2 825	3 234	3 775	4314	4 380	4 568
		32,1%	11,2%	9,4%	8,6%	5,4%	1,1%	4,0%	12,6%	14,3%	12,5%	1,5%	4,29%

Lůžkodny v Českém Krumlově													
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Hotel	89 542	86 645	114 362	157 680	193 815	194 910	206 590	216 445	232 482	260 245	382155	382 155	382 155
Pension v centru	142 040	175 065	191 760	219 730	245 280	274 115	308 790	319 375	322 660	309 520	181040	171 185	192 355
Jiné ubytování v centru	46 760	51 959	73 730	91 250	87 965	98 185	40 880	38 690	51 100	63 510	185055	204 035	186 515
Pensiony mimo centrum	54 385	54 275	61 768	73 365	86 763	96 618	140 160	166 440	197 009	269 370	286525	298 205	295 650
Rodinné domy	98 549	109 992	107 119	104 025	102 200	106 580	105 850	100 010	118 260	153 300	185785	181 040	182 135
Ostatní zařízení	6 935	70 540	84 242	200 020	124 725	198 195	187 245	193 085	212 065	321 930	354050	355 510	428 510
Celková kapacita	438 211	548 476	632 981	846 070	840 748	968 603	989 515	1 034 045	1 133 576	1 377 875	1574610	1 592 130	1 667 320

Přenocování v Českém Krumlově													
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Hotel	18 786	22 666	36 780	46 338	42 258	49 197	95 217	95 078	92 823	109 518	112 814	106 175	123 054
Pension v centru	25 141	38 619	40 942	49 874	42 391	49 650	57 713	58 230	59 874	26 406	25 674	20 038	24 790
Jiné ubytování v centru	4 438	5 030	7 187	9 042	8 107	9 213	0	75	31	17 415	28 453	19 566	17 666
Pensiony mimo centrum	5 498	7 517	6 550	7 964	7 105	10 660	20 589	24 676	41 301	38 120	36 615	40 340	36 499
Rodinné domy	6 977	7 941	7 664	7 933	7 698	6 969	436	361	736	983	3 058	3 382	4 962
Ostatní zařízení	1 916	33 189	44 199	41 989	18 289	39 241	12 458	40 424	6 875	12 085	9 033	8 918	12 015
Celková kapacita	62 756	114 962	143 322	163 140	125 848	164 930	186 413	218 844	201 640	204 527	215 647	198 419	218 986
		45,4%	19,8%	12,1%	-29,6%	23,7%	11,5%	14,8%	-8,5%	1,4%	5,2%	-8,7%	9,4%

Zdroj: statistická data Destinačního managementu Český Krumlov

Příloha č. 8 – Grafy kapacity a přenocování v HUZ v Českém Krumlově



Zdroj: statistická data Destinačního managementu Český Krumlov

Příloha č. 9 – Schválené projekty pro Český Krumlov – Rožmberský rok 2011

Příjemce dotace/ žadatel	Právní forma	Název projektu/účel	Záměr projektu	Celkové plán. náklady	Pož. prostr.	Schvál. Prostr.
Krumlovští píšťci	Sdružení (svaz, spolek, společnost, klub aj.)	Dvorská slavnost pro Petra Voka	Oslava posledního Rožmberka Petra Voka - seznámení široké veřejnosti s životem a dílem v pravdivých obrazech, propojené tancem a hudbou z doby renesance.	215 000	150 000	80 000
Fioretto, skupina historických tanců	Zájmové sdružení	Koncerty na hradech a zámcích posledních Rožmberků k výročí úmrtí Petra Voka	Pocita životu Petra Voka	191 000	133 700	50 000
Městské divadlo Český Krumlov, o.p.s.	Obecně prospěšná společnost	Slavnosti pětileté růže 2011	Cílem projektu je podpora Rožmberského roku 2011 a připomenutí odkazu rodu Rožmberků. Dále zvýšení povědomí o Rožmberském rodu, rozšíření a inovace programu tradičních slavností v návaznosti na významné výročí.	217 000	149 730	40 000
Českokrumlovský rozvojový fond, spol. s r.o.	Společnost s ručením omezeným	Rožmberský rok 2011 v Českém Krumlově	Cílem projektu je podpora Rožmberského roku 2011, aktivit s ním souvisejících a připomenutí odkazu rodu Rožmberků. Dále zvýšení povědomí o Rožmberském rodu a jeho působení v jižních Čechách.	241 300	118 237	60 000
Cestovní agentura Oto Šrámek	Fyzická osoba podnikající dle živnostenského zákona zapsaná v obchodním rejstříku	Zážitkové a tematické rožmberské prohlídky	Cílem projektu je rozšíření nabídky speciálních produktů v rámci Rožmberského roku, zlepšení povědomí o rodu Rožmberků a připomenutí jejich odkazu.	41 000	20 090	0

Divadelní klub Českokrumlovská scéna	Sdružení (svaz, spolek, společnost, klub aj.)	Léto s Rožmberky	Realizace divadelních představení hry Dvojí pravda o Vilémovi z Rožmberka v prostředí historických památek.	163 300	114 310	70 000
Základní umělecká škola, Český Krumlov, Kostelní 162	Příspěvková organizace	VELKÁ OBRÁZKOVÁ KNÍŽKA PÁNŮ Z RŮŽE aneb KŘIVOLAKÁ PUTOVÁNÍ, 2. vydání	Příspěv k hlubšímu povědomí o významnosti rožmberského rodu v českých dějinách zejména mezi mladými čtenáři. Cílem projektu je získat finanční prostředky na 2. vydání této dětské knihy o krumlovských pánech z Růže.	100 450	62 400	50 000
Vydavatelství MCU s.r.o.	Společnost s ručením omezeným	Tematické mapové a informační panely - Rožmberkové	U příležitosti 400. výročí úmrtí posledního Rožmberka Petra Voka připomenutí tohoto kulturního dědictví co nejširší veřejnosti - cílovými skupinami jsou domácí i zahraniční návštěvníci regionu jižních Čech bez omezení.	301 000	150 000	0
Festival komorní hudby	Nadační fond	Dvorská kultura na rožmberských rezidencích.	Přiblížit kulturu rožmberského období na rožmberských rezidencích v souhrnném pojetí. Chtějí prezentovat v méně známých místech.	239 300	150 000	80 000
Centrum pro pomoc dětem a mládeži, o.p.s.	Obecně prospěšná společnost	Rožmberské hudební reminiscence	Tradice a národní identita jsou pojmy, které se v dnešní době (obzvláště mládeži) těžko definují. Přitom je nesporné, že nás tyto pojmy ovlivňují a spolutváří. Kdy jindy je vhodné tento odkaz připomenout, než ve věku mladého člověka, který si své názory.	142 500	94 150	50 000

Zdroj: Průvodní list dotačního titulu č. 600073, projekty schválené RK, Rožmberský rok 2011

Příloha č. 10 – Dispoziční fond, Program přeshraniční spolupráce Cíl 3, ČR – Svobodný stát Bavorsko 2007–2013

Označením „Cíl 3“ je myšlen cíl „**Evropská územní spolupráce**“, kterého chce Evropská unie vedle dalších cílů „Konvergence“ a „Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost“ dosáhnout v programovacím období 2007–2013 za pomoci prostředků z evropských strukturálních fondů (ESF, ERDF a Fond soudržnosti). Posilování přeshraniční spolupráce prostřednictvím společných místních a regionálních iniciativ představuje stanovené zaměření Evropské územní spolupráce. V rámci programu Cíl 3 Česká republika – Svobodný stát Bavorsko 2007–2013 je z prostředků Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF) podporována **spolupráce** v příhraniční oblasti obou států. Hlavní snahou Evropské unie přitom je prostřednictvím **společných přeshraničních projektů** trvale a rovnoměrně posilovat hospodářskou, sociální a územní soudržnost v sousedících příhraničních regionech.

Přeshraniční projekty mají napomáhat oživení pohraničí, **sblížení obyvatel** a v mnoha oblastech života mají vytvářet trvalou **regionální a evropskou přidanou hodnotu**. Program Cíl 3 Česká republika – Svobodný stát Bavorsko 2007–2013 podporuje další rozvoj českobavorského pohraničí směrem ke společnému do budoucna orientovanému životnímu, přírodnímu a hospodářskému prostoru, posilování konkurenceschopnosti regionu a trvalé zlepšování životních podmínek obyvatel. Podporu z prostředků Cíle 3 mohou v podstatě získat pouze takové přeshraniční projekty, které v tomto smyslu k rozvoji přispívají.

Pro zajištění cíleného rozvoje česko-bavorského pohraničí byly na základě socioekonomické analýzy dotační oblasti definovány dvě **Prioritní osy**, které se člení na celkem devět oblastí podpory. Přeshraniční projekty, které spadají do jedné z těchto oblastí podpory, mohou po splnění dalších podmínek získat podporu z prostředků Cíle 3. Prostřednictvím projektů v **Prioritní ose 1 „Hospodářský rozvoj, lidské zdroje a sítě“** má být zajištěn trvale udržitelný hospodářský a sociální rozvoj v česko-bavorském příhraničí. Projekty v **Prioritní ose 2 „Rozvoj území a životního prostředí“** přispívají k vytvoření základních předpokladů trvale udržitelného rozvoje.

Podpora v rámci programu Cíl 3 spočívá v poskytnutí dotace na projekt, tj. dva nebo více partnerů realizují společně jeden přeshraniční projekt. Pro obdržení podpory z prostředků z Cíle 3 musí být splněny následující základní **podmínky**:

- Projektu se musí účastnit minimálně jeden český a jeden bavorský partner.
- Každý projekt musí být spojen s významným pozitivním dopadem na české a bavorské příhraničí.

- Dopad projektu musí být v dotačním území.
- Na základě čl. 19 Nařízení (ES) č. 1080/2006 musí partneři v rámci projektu spolupracovat minimálně dvěma z následujících čtyř způsobů spolupráce:
 - společná příprava,
 - společná realizace,
 - společný personál,
 - společné financování.

Na základě čl. 20 Nařízení (ES) č. 1080/2006 jmenují partneři ze svých řad jednoho **vedoucího partnera**, který podá společnou dvoujazyčnou (česko-německou) žádost o podporu společného projektu u příslušného místa zpracovávajícího žádost.

Projekty s celkovými náklady do 25 000 euro mohou být podpořeny z **Dispozičních fondů**, které jsou vždy samostatně spravovány místními euroregiony (Euroregion Bavorský les – Šumava – Mühlviertel a Euroregion Egrensis). Zde je aplikován zjednodušený postup pro podání žádosti.

Příjemcem dotace mohou být různí nositelé projektu, např. územní korporace, svazy a spolky, komory a zájmová sdružení nebo vzdělávací zařízení. Podpora podnikatelsky činných nositelů projektů je v programu Cíl 3 Česká republika – Svobodný stát Bavorsko vyloučena.

V rámci programu Cíl 3 Česká republika – Svobodný stát Bavorsko 2007–2013 je k dispozici 115,5 mil. euro dotačních prostředků EU. Podpora probíhá formou poskytnutí dotace. **Dotační sazba EU činí max. 70 % (bavorská projektová část), resp. max. 85 % (česká projektová část)** celkových způsobilých výdajů. Zbývající část rozpočtu může být spolufinancována prostředky ze státního, krajského nebo obecního rozpočtu, z jiných veřejných zdrojů nebo ze soukromých zdrojů. Podpora Cíl 3 je proplácena zpětně – projektoví partneři obdrží prostředky Cíle 3 až na základě již uhrazených způsobilých výdajů projektu.

Zdroj: Bilance poločasu 2010: Cíl 3 – program přeshraniční spolupráce Česká republika – Svobodný stát Bavorsko 2007–2013 [online]. Mnichov: Bavorské státní ministerstvo hospodářství, infrastruktury, dopravy a technologie, 2010 [cit. 2011-04-14]. Dostupné z WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Files/fc/fc765ff3-0417-473c-9ce6-a25c6bd90664.pdf>>.

Příloha č. 11 – Podporované území Programu přeshraniční spolupráce Cíl 3 ČR – Svobodný stát Bavorsko 2007–2013



Zdroj: Bilance poločasu 2010: Cíl 3 – program přeshraniční spolupráce Česká republika – Svobodný stát Bavorsko 2007–2013 [online]. Mnichov: Bavorské státní ministerstvo hospodářství, infrastruktury, dopravy a technologie, 2010 [cit. 2011-04-14]. Dostupné z WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Files/fc/fc765ff3-0417-473c-9ce6-a25c6bd90664.pdf>>.

Příloha č. 12 – Vimperk, rozpis přijatých dotací a jejich čerpání

poskytovatel	ÚZ	Účel	položka	příjem	čerpání	%
MPSV	13235	Dotace na výplatu příspěvků na péči	4116	62 687 000,00	61 904 000,00	98,75
MPSV	13306	Dotace na dávky pro ZP a v hmotné nouzi	4116	11 500 000,00	10 743 079,00	93,42
MPSV	13229	Úřad práce – politika zaměstnanosti	4116	13 441,00	13 441,00	100,00
MPSV	13234	Úřad práce – politika zaměstnanosti	4116	86 189,00	86 189,00	100,00
MPSV	13002	Veřejná služba - pojištění	4116	2 368,00	2 368,00	100,00
MV	14004	Státní dotace – SDH	4122	49 761,00	49 761,00	100,00
MV	14005	Program prevence kriminality	4122	83 500,00	83 500,00	100,00
MV	14008	CzechPoint	4116	48 909,00	48 909,00	100,00
MZe	29004	Výsadba melioračních dřevin	4116	110 550,00	110 550,00	100,00
MZe	29008	Odměna lesním hospodářům	4116	1 557 540,00	1 557 540,00	100,00
MK	34002	Obnova kult.památky ZŠ TGM	4116	152 000,00	152 000,00	100,00
MK	34054	Regenerace městské památkové zóny	4116	530 000,00	530 000,00	100,00
MK	34070	"16. letní kurzy žesťů - Vimperk 2009"	4116	18 000,00	18 000,00	100,00
MF-VPS	98003	Krizové situace – povodně 2009	4122	496 138,00	496 138,00	100,00
MF-VPS	98348	Volby do EP	4111	177 068,00	182 195,70	102,86
MF-VPS	98216	Agenda sociálně právní ochrany dětí	4111	1 065 392,00	1 065 392,00	100,00
MF-VPS	98116	Agenda státní správy v oblasti soc.služeb	4111	612 491,00	612 491,00	100,00
MF-VPS	98858	Objezd v ulici Boubínská	4211	15 000 000,00	15 000 000,00	100,00
MZe	29783	Vodovod Vimperk - Hrabice	4216	1 521 000,00	1 521 000,00	100,00
MZe	29784	Kanalizace Vimperk - Hrabice	4216	4 987 000,00	4 987 000,00	100,00
MŽP	15835	MŠKlostermannova ul. - zateplení	4216	2 982 103,40	2 982 103,40	100,00
MF-VPS	xx	Souhrnný dotační vztah	4112	18 505 200,00	18 505 200,00	100,00
JčK	93	Festival o zvířatech - NaturVision 2009	4122	7 000,00	7 000,00	100,00
JčK	310	Obnova čp. 167 – okna	4122	200 000,00	200 000,00	100,00
JčK	316	Obnova kaple Cejsice	4122	30 000,00	30 000,00	100,00
JčK	334	ZŠ TGM – pobyt lyžařů	4122	40 000,00	40 000,00	100,00
JčK	334	ZŠ TGM – vybavení sportoviště	4122	50 000,00	50 000,00	100,00
JčK	373	MěKS – Keltská Šumava	4122	30 000,00	30 000,00	100,00
JčK	373	MěKS – Léto Pod Boubínem	4122	50 000,00	50 000,00	100,00
JčK	336	Letní tábor pro děti ohrožené patolog.jevy	4122	30 000,00	30 000,00	100,00
JčK	706	Na činnost JSDH obcí JčK	4122	81 972,00	81 972,00	100,00
JčK	708	Přísp.na administraci POV v roce 2009	4122	73 846,00	73 846,00	100,00
JčK	748	MěKS – Malá oslava slunovratu	4122	20 000,00	20 000,00	100,00
JčK	748	Vimperský Kašpárek	4122	20 000,00	20 000,00	100,00
RR-SR	83001	Modernizace MŠ 1.máje	4123	23 463,97	23 463,97	100,00
RR-EU	83005	Modernizace MŠ 1.máje	4123	265 925,05	265 925,05	100,00
JčK	334	ZŠ TGM – rekonstrukce pláště tělocvičny	4222	100 000,00	100 000,00	100,00
JčK	368	Rekonstr.autobusové čekárny Špidrova ul.	4222	70 000,00	70 000,00	100,00
JčK	368	Rekonstr.autobusové čekárny Sudslavice	4222	41 022,00	41 022,00	100,00
JčK	753	Vimperk – Hrabice - vodovod	4222	665 100,00	665 100,00	100,00
JčK	753	Vimperk – Hrabice - kanalizace	4222	1 968 700,00	1 968 700,00	100,00
SFŽP	90877	MŠKlostermannova ul. - zateplení	4213	175 417,84	175 417,84	100,00
RR-SR	83501	Modernizace MŠ 1.máje	4223	265 560,90	265 560,90	100,00
RR-EU	83505	Modernizace MŠ 1.máje	4223	3 009 690,20	3 009 690,20	100,00
obce	X	nákl.na dojíždějící žáky, přestupk.agenda	4121	555 202,00	555 202,00	100,00
X	X	Celkem		129 958 550,36	128 423 757,06	98,82

Zdroj: Závěrečný účet Města Vimperk za rok 2009

Příloha č. 13 – Projekty, na něž byla získána dotace v roce 2010 z výzev ROP Jihozápad

Název akce	Poskytovatel dotace oblast podpory	Nákl. celkem v Kč	Požadovaná dotace v Kč	Získaná dotace v Kč	Vlastní náklady v Kč	Realizace projektu
Autobusové zastávky ve městě Český Krumlov - 1. etapa	ROP (V. výzva) PO 1.2	2 895 313.00	2 678 164.00	2 678 164.00	217 149.00	rok 2010
Rekonstrukce mostu MÚK u kina v Českém Krumlově	ROP (V. výzva) 1.5.	15 545 580 bude aktualizováno	13 207 500.00	13 207 500.00	2 338 080.00 bude aktualizováno	rok 2010
Revitalizace areálu kláštera Český Krumlov	IOP, MKČR 5.1.	325 314 692.00 předpoklad rok 2014	323 249 692.00	323 249 692.00	2 065 000 předpoklad rok 2014	rok 2010 - 2014
Restaurování výklenkové kaple se sochou Bičovaného Krista na mostě u Budějovické brány v Č. Krumlově	GP JčK Nemovité kulturní památky 2010	425 500.00	255 300.00	100 000.00	325 500.00	rok 2010
Zpracování syntetické části management plánu pro historické centrum města Č. Krumlov - 2. fáze	MKČR Podpora pro památky UNESCO	299 200.00	209 440.00	209 000.00	89 760.00	rok 2010
Výměna oken - ZŠ Linecká v městské památkové zóně Český Krumlov - Plešivec - II.etapa	GP JčK Zvýšené náklady obnovy památkově chráněných staveb	1 325 246.00	564 164.00	200 000.00	1 125 246.00	rok 2010
Výměna podlahových krytin - MŠ Plešivec I v Českém Krumlově	GP JčK	485 784.00	100 000.00	100 000.00	385 784.00	rok 2010
Vzdělávání v eGON Centru ORP Český Krumlov	OP LZZ	2 245 400.00 celkové náklady za období 2010 - 2013	1 908 590.00	1 908 590.00	336 810.00 na rok 2010 vl. podíl 112 000.00	rok 2010 - 2013
Modernizace a přístavba sociálního zázemí dětského dopravního hřiště v Č. Krumlově	GP JčK Modernizace DDH a jejich vybavení	407 113.20	325 690.00	200 000.00	207 113.20	rok 2010
Obnova lávky Rechle v Českém Krumlově	MKČR Pr. regenerace MPR a MPZ	153 500.00	70 095.00	70 095.00	83 405.00	rok 2010
Setkání partnerských měst 2010 v Českém Krumlově	OPPS Dispo fond	155 453.00	133 234.00	75 150.00	80 303.00	rok 2010
Zpracování aktualizace rozboru udržitelného rozvoje území ORP Český Krumlov 2010	GP JčK Podpora tvorby ÚAP oRP	300 000.00	150 000.00	150 000.00	150 000.00	rok 2010
Technologické centrum ORP Č. Krumlov a rozvoj služeb eGovernmentu v obcích SO ORP Č. Krumlov	IOP, MV ČR výzva č. 06	6 245 882.00 náklady na rok 2011 činí 3 627.352.00 v případě odkupu serverů 2 790 086.40	4.977.414.00		1.268.468.00 vlastní podíl na rok 2011 875.688.00 v případě odkupu serverů vlastní podíl 3 331 489.20	rok 2011 - 2012
CELKEM		353 553 263.20	331.585.70	344 779 026.70	8 335.808.20	
CELKEM ROK 2010	bez klášterů a vzdělávání	28 238 571.20			6.270.808.20	

Zdroj: *Souhrnný přehled dotačních projektů – stav k 30.11.2010* [online]. Český Krumlov, 2010 [cit. 2011-04-13]. Dostupné z WWW: <<http://data.ckrumlov.cz/files/198-souhmny-prehled-dotacnich-projektu-stav-k-30-11-2010.pdf>>