



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra Strukturální politiky EU a rozvoje venkova

Bakalářská práce

Nové trendy a technologie v cestovním ruchu – přínosy pro český venkov

Vypracovala: Martina Matějčková
Vedoucí práce: doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

České Budějovice 2015

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Martina MATĚJČKOVÁ**
Osobní číslo: **E12279**
Studijní program: **B6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Strukturální politika EU pro veřejnou správu**
Název tématu: **Nové trendy a technologie v cestovním ruchu - přínosy pro český venkov**
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 zanalyzování služeb a podmínek trhu na bázi mystery shoppingu, dotazníkového šetření u hostů, návštěvníků a turistů či rozhovorů s vedením podniků a místními aktéry, dle zvážení autorky bakalářské práce. Bakalářská práce je zaměřena na analýzu aktuální nabídky služeb cestovního ruchu resp. jejich propojení s moderními technologiemi při zvážení moderních trendů v cestovním ruchu. Důraz bude kladen na nalezení vhodných doporučení pro budoucí rozvoj tohoto regionu a návrh vhodných aplikací moderních trendů a technologií v cestovním ruchu.

Metodika práce:

V práci budou použity analytické metody historické, logické a komparační s využitím analýzy statistických údajů.

Rámcová osnova:

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

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**

Rozsah pracovní zprávy: **40-50 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

1. Barrow, C., Barrow, P., Brown, R. (2012). The Business Plan Workbook. USA: Kogan Page Publishers.
2. Beránek, J., Kotek, P. (2003). Řízení hotelového provozu. (3. přepracované vydání). Praha: MAG Consulting s.r.o.
3. Horner, S., Swarbrooke, J. (2003). Cestovní ruch, ubytování a stravování, využitivlného času. Praha: Grada Publishing, a.s.
4. Porter, M. E. (1998). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press.
5. Parmová, D. (2003). Provoz služeb v cestovním ruchu. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta.
6. Rolínek, L., Bednářová, D., Krninská, R., Škodová Parmová, D., Řehoř, P., Pech, M., Štípek, V., Toušek, R. (2008). Procesní řízení. České Budějovice : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta.
7. Škodová Parmová, D. (2012). Konkurenceschopnost a služby pro podnikatele. Praha: Alfa nakladatelství.

Vedoucí bakalářské práce:

doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova

Datum zadání bakalářské práce:

30. listopadu 2013

Termín odevzdání bakalářské práce:

30. dubna 2015

doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.

děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (2F)
370 05 České Budějovice

L.S.

doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 25. března 2014

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to – v nezkrácené podobě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných 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.

14. 4. 2015 v Českých Budějovicích

.....

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat doc. Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za odborné vedení, odborné rady a cenné připomínky, kterými přispěla k vypracování této bakalářské práce.

Současně také děkuji manažerce MAS Rozkvět z. s. Ing. Martě Krejčíčkové za pomoc a poskytnutí důležitých podkladů a informací.

Obsah

ÚVOD.....	3
2. CÍL PRÁCE A METODIKA	4
3. LITERÁRNÍ PŘEHLED	5
3.1 Cestovní ruch – vymezení pojmů	5
3.2 Typologie cestovního ruchu	6
3.3 Venkov a cestovní ruch	7
3.3.1 Agroturistika a ekoagroturistika.....	9
3.4 Vymezení venkovského prostoru	10
3.5 Místní akční skupiny	11
3.5.1 Program rozvoje venkova PRV	12
3.5.2 Metoda LEADER	13
3.5.3 Financování podpory cestovního ruchu v programovacím období 2014 - 2020	14
3.6 Současné trendy v cestovním ruchu	16
3.7 Trendy v cestovním ruchu v České republice.....	18
3.8 Nové trendy v cestovním ruchu	19
3.8.1 Seniorský cestovní ruch.....	19
3.8.2 Religiózní cestovní ruch – spiritualismus a poutnictví	20
3.8.3 Geocaching.....	21
4. ŘEŠENÍ PROBLEMATIKY	23
4.1 Analýza území	23
4.1.1 MAS Rozkvět.	23
4.1.2 Průzkum území na bázi Mystery shoppingu	26
4.1.3 Řízené rozhovory s vybranými starosty	31
4.1.4 Dotazníkové šetření	42
4.1.5 Shrnutí výzkumu.....	42
4.1.6 SWOT analýza.....	45
4.2 Návrhová část.....	47
4.3 Souhrn a vlastní návrhy.....	50
4.3.1 Turistická trasa s geocashingem	50
4.3.2 Turistická trasa se zaměřením na kulturní památky	51
4.3.3. Vlastní reklamní brožura	52
4.3.4 Jednotné stránky MAS v rámci České republiky	52

4.3.5 Informační tabule.....	53
4.4 Nové technologie v rámci cestovního ruchu.....	53
4.4.1 Virtuální prohlídky a Google maps.....	54
4.4.2 Mobilní průvodce.....	54
4.4.3 Word Lens (překlad textů)	56
5. ZÁVĚR	57
6. SUMMARY	60
7. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	61
VIII. SEZNAM TABULEK	
IX. SEZNAM OBRÁZKŮ	

ÚVOD

Pojem venkov pro spoustu lidí znamená představu zemědělství, nízkou úroveň vzdělanosti místních obyvatel, špatnou dopravní dostupnost a také stále více stárnoucí populaci. V posledních dvou desetiletích se pojem venkov postupně zařadil do různých výzkumů a vědeckých zájmů a začal být zviditelňován politikami nejen v rámci Evropské unie, ale také v rámci České republiky. Celosvětové současné trendy naznačují zcela nový obrat podmínek politiky rozvoje venkova. Dnešním trendem je návrat k tradicím, lidé se ve velkém stěhují z měst na venkov, nebo vyhledávají venkov jako cílovou destinaci své dovolené. Venkov tedy nyní v novém pojetí znamená místo odpočinku, krásy, kvalitního životního prostředí a návrat k vlastním kořenům. Důvodem je nejen únik z chaotického životního stylu, každodenního stresu a šedého stereotypu, ale také změna chápání dostupnosti a prostoru v rámci procesů spojených se zdokonalením informačních a komunikačních technologií, snížení významu zemědělských aktivit ve venkovských oblastech a snížení dopravních nákladů.

Tato práce s názvem *Nové trendy a technologie v cestovním ruchu - přínosy pro český venkov* pojednává o analýze celkové nabídky služeb cestovního ruchu a podmínek trhu v oblasti MAS Rozkvět přičemž přináší nové úhly pohledu na komunitní spolupráci a projektovou aktivitu v oblasti využívání potenciálu cestovního ruchu a nových technologií.

Hlavním cílem této bakalářské práce je nalezení nových trendů a technologií pro zviditelnění zkoumaného území, přilákání nových turistů a zajištění návrat stávajících zákazníků ve vybraném území Chelčicko – Lhenického mikroregionu a oblasti Svazku obcí Blata a nalezení doporučení pro budoucí rozvoj zkoumaného regionu. K naplnění cíle této bakalářské práce je provedena analýza celkové nabídky služeb cestovního ruchu a podmínek trhu.

Bakalářská práce je rozdělena do třech hlavních částí, a to teoretické, analytické a syntetické.

2. CÍL PRÁCE A METODIKA

Hlavním cílem této bakalářské práce je analýza celkové nabídky služeb cestovního ruchu a podmínek trhu ve vybraném území Chelčicko – Lhenického mikroregionu a oblasti Svazku obcí Blata a nalezení vhodných doporučení pro budoucí rozvoj dané oblasti.

První část bakalářské práce je věnována studiu odborné literatury, vymezení pojmů řešené problematiky, základnímu členění, vymezení venkovského prostoru a dalším souvisejícím faktům.

V další části bakalářské práce je čtenář nejprve seznámen se zkoumaným územím a činností MAS Rozkvět která na tomto území působí. Dále je provedena analýza zkoumaného území. Analýza proběhla nejprve na základě mystery shoppingu, kdy autorka zkoumala území jako potenciální turista. Popis zkoumaných charakteristik viz kapitola 4.1.2. Další část výzkumu je provedena na bázi řízených rozhovorů s vybranými starosty zkoumaného území na doporučení manažerky MAS Rozkvět Ing. Krejčíčkové. Rozhovory proběhly po komunálních volbách na podzim 2014 a mezi dotazované patří starostové obcí Lhenice, Pištín, Chelčice a Olešník. Třetí forma výzkumu je provedena pomocí dotazníkového šetření. Dotazník byl rozšířen mezi obecní úřady a místní podnikatele. Na základě získaných dat z výše uvedených výzkumů je provedena podrobná SWOT analýza, ve které autorka zdůvodňuje silné a slabé stránky zkoumaného území, a dále příležitosti a ohrožení. K daným faktorům jsou přiřazeny preference jejich důležitostí a jsou vyhodnoceny pomocí Fullerova trojúhelníku, na jehož základě jsou doporučeny vhodné strategie pro rozvoj zkoumaného území. Fullerův trojúhelník a dotazníkové šetření jsou přiloženy v přílohové části této bakalářské práce.

Třetí část bakalářské práce je věnovaná shrnutí získaných poznatků, na jehož základě jsou navrženy vhodné doporučení pro budoucí rozvoj regionu a návrhy vhodných aplikací moderních trendů a technologií v cestovním ruchu.

3. LITERÁRNÍ PŘEHLED

3.1 Cestovní ruch – vymezení pojmů

Tak jako u jiných odvětví, i cestovní ruch můžete popsat podle různých definic. Zde je uvedený výběr definic podle různých odborníků z odborné literatury:

„Cestovní ruch je minimálně v posledním desetiletí nazýván fenoménem světového hospodářství a zájem o cestovní ruch stále stoupá. Z jedné strany cestovní ruch představuje pro některé lidi poznání nového místa, odpočinek, tělesnou či duševní aktivitu nebo určitou seberealizaci, navázání nových kontaktů, změnu životního prostředí a stylu život a na druhé straně cestovní ruch představuje zdroj obživy pro miliony lidí po celém světě a zároveň i cestovní ruch představuje jeden z hlavních zdrojů ekonomické prosperity zemí či regionů.“ Attl, Nejd (2004).

Podle Heskové (2011) je *„Cestovní ruch významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím.“*

Dle Jakubíkové (2009) lze cestovní ruch definovat jako *„pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od míst jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu jejich normální denní práce a předpokládá svobodu člověka cestovat a disponovat dostatkem volného času a dostatkem volných finančních prostředků“.*

Indrová (2009), říká, že *„základními rysy cestovního ruchu jsou jak dočasná změna místa stálého bydliště a dočasnost pobytu mimo něj, tak i nevýdělečný charakter cesty a pobytu a vztahy mezi lidmi.“*

Hall a Page (2006), popisují cestovní ruch jako *„složené odvětví“ začínající primárními vstupy (půda, práce, kapitál), pokračující transformací na „meziprodukty“ (materiálně technická základna cestovního ruchu), dále vytvořením přechodných výstupů (prohlídky s výstupem, kulturní akce, festivaly apod.) až po konečnou spotřebu turisty se závěrečným výstupem – zážitky.“*

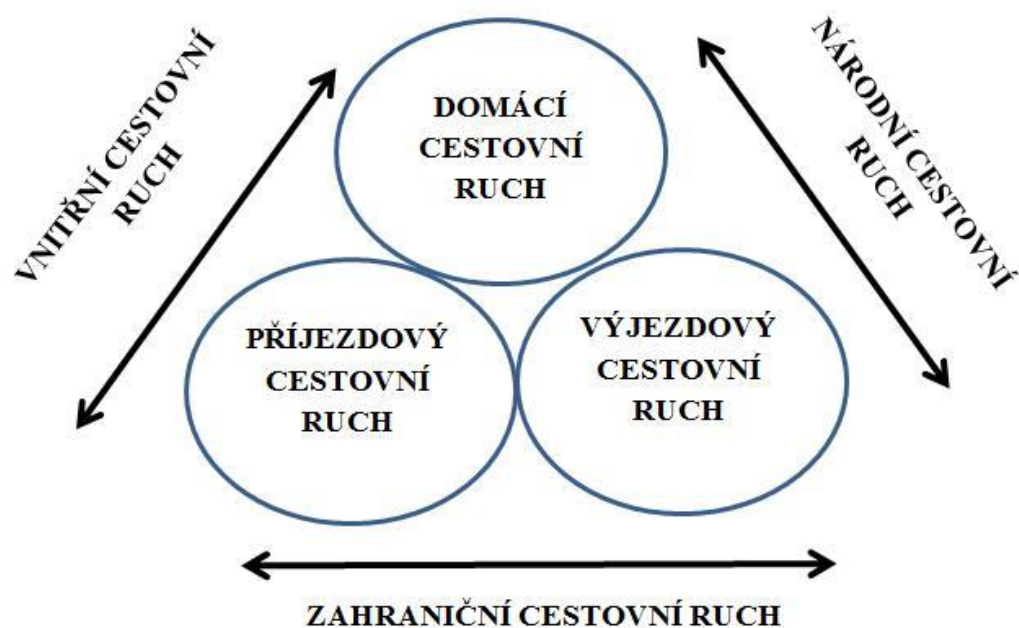
V roce 1991 se v Ottawě konala konference Světové organizace cestovního ruchu (WTO), kde byl cestovní ruch definován jako: „činnost lidí, spočívající v cestování a pohybu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.“ Tato definice byla přijata za oficiální definici cestovního ruchu.

3.2 Typologie cestovního ruchu

V žádné zahraniční nebo v české odborné literatuře nenajdeme jednotné rozdělení cestovního ruchu. Podle Kotalíkové (2013) se pouze v české a slovenské literatuře klasifikuje cestovní ruch podle:

1. Formy – vymezení specifických požadavků a podmínek realizace cestovního ruchu (např. krátkodobý cestovní ruch, organizovaný cestovní ruch, aj.);
2. Druhu – vymezení specifického účelu realizace cestovního ruchu (např. rekreační cestovní ruch, kulturně poznávající cestovní ruch aj.);

Obrázek 1: Základní dělení cestovního ruchu



Zdroj: Kotalíková, 2013

V souladu se Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO) se uvádí výše uvedené schéma základního dělení cestovního ruchu. Toto schéma zahrnuje geografické hledisko, rozlišuje domácí cestovní ruch od zahraničního cestovního ruchu a také dělí cestovní ruch na příjezdový a výjezdový.

1. Domáci cestovní ruch (Domestic Tourism) – takový cestovní ruch, který představuje pohyb obyvatel daného území bez překročení hranice státu;
2. Zahraniční cestovní ruch (Foreign Tourism) – na rozdíl od domácího cestovního ruchu jde o takový cestovní ruch, při kterém se obyvatelé určitého státu pohybují mimo jejich území, tedy po překročení hranice státu. Zahraniční cestovní ruch dále dělíme na **příjezdový cestovní ruch** (Inbound Tourism) – ten představuje příjezd zahraničních turistů na dané území a naopak **výjezdový cestovní ruch** (Outbound Tourism) – ten představuje výjezd tuzemských turistů pro pobyt v zahraničí;

Dále podle Světové organizace cestovního ruchu rozlišujeme podněty cestování:

- Rekreační a dovolená, využití volného času;
- Návštěva příbuzných či přátel;
- Pracovní a obchodní cesta;
- Zdravotní pobyt;
- Religiózní důvody;
- Jiné.

Podle Kotalíkové (2012) můžeme dále dělit cestovní ruch podle např. **podle druhu organizace služeb** (účastník si zajišťuje cestovní ruch sám, nebo využije konkrétní cestovní kanceláře), **podle účasti** (skupinový cestovní ruch a individuální cestovní ruch) a v neposlední řadě můžeme cestovní ruch dělit **podle prostoru či polohy cílové destinace** (např. wellness, horský cestovní ruch, městský cestovní ruch, přímořský cestovní ruch či venkovský cestovní ruch)

3.3 Venkov a cestovní ruch

Venkovský cestovní ruch se v poslední době rozvíjí a lidé o něj jeví čím dál tím větší zájem, i když se nejedná o zcela nový termín. Venkovský cestovní ruch jde ruku v ruce se zdravým životním stylem, který se stal trendem posledních let zejména mladé generace nejen v České republice. Z historického hlediska můžeme nalézt počátky venkovského cestovního ruchu přibližně v devatenáctém století, kdy obyvatelé velkých měst vyhledávali čisté a klidné prostředí pro svou dovolenou jako odpočinek od věčného stresu a znečištěného ovzduší v místech jejich bydliště. Vždyť i řada známých

spisovatelů píše o venkově jako o romantické scénérii, kde každý nalezne svůj klid a odpočinek.

Venkovský cestovní ruch je velice významnou formou cestovního ruchu. Pro vesnice a malé obce znamená nejen přísun financí v dané oblasti, ale i podporu podnikatelů v dané oblasti, kteří se snaží např. o prodej regionálních produktů, které byly vyrobeny nebo vypěstovány přímo na daném území.

Podle Stříbrné (2005) se venkovský cestovní ruch začal rozvíjet zejména v období 70. - 90. let 20. století a to hlavně díky snazší dostupnosti do venkovských oblastí za pomoci automobilové dopravy.

Co vlastně venkovská turistika znamená? Jednotný pojem pro venkovský cestovní ruch neexistuje, ale obecně lze říct, že:

„Venkovská turistika je cestovní ruch, který se odehrává na venkově.“ (Stříbrná, 2005)

Při hlubším rozboru tato definice přímo nepředstavuje hlavní pointu produktu, protože ve venkovském cestovním ruchu jde o komplex různých okolností, spojitostí a vývojových trendů, které mají vliv na výsledek celkového produktu, který se prolíná v ekonomických, sociálních a ekologických rozměrech.

Podle Navrátila (2012) účastníky venkovského cestovního ruchu rozdělujeme na čtyři hlavní skupiny – environmentální, orientovaní na tradiční kulturu, nezávislí a nevyhranění.

Podle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011) venkovský cestovní ruch přináší řadu výhod:

- Pomáhá k zachování, rozvoji a obnově venkovského prostoru, kulturních tradic, zvyků a řemesel;
- Přináší daňové příjmy pro obce
- Přispívá k rozvoji infrastruktury
- Podporuje malé a střední podnikání
- Napomáhá ke zvýšení ekonomické úrovně daných obcí
- Vytváří nová pracovní místa

3.3.1 Agroturistika a ekoagroturistika

K venkovskému cestovnímu ruchu patří i specifická forma cestovního ruchu – agroturistika, resp. ekoagroturistika. Agroturistika znamená kompletní balíček služeb, které zahrnují ubytovací, stravovací služby a volnočasové aktivity. Jedná se výhradně o pobyty na fungujících farmách, hospodářstvích a selských dvorech. Návštěvníkům nabízejí ukázkou venkovského života, ke kterému neodmyslitelně patří i lidové obyčeje, slavnosti spojené se zemědělskou činností a pokud se jedná o podniky, které ekologicky hospodaří, mluvíme o ekoagroturistice.

Podle Škodové Parmové (2007) je agroturistika provozována podnikateli v zemědělství jako vedlejší, doplňující činnost, která slouží k získání finančních prostředků, ale zemědělská výroba je stále dominantní. Představuje souhrn stravovacích a ubytovacích služeb, činností na farmě a okolí a možností zážitků, které zemědělský subjekt prodává návštěvníkům za účelem odpočinku a relaxace. Jedná se tedy o cestovní ruch na zemědělských farmách či v prostorách středních a větších zemědělských podniků. Vesnická turistika a agroturistika jsou tedy spjaty s vesnickým osídlením a profitují zejména z přírodního a kulturního bohatství místního prostředí. Odlišnost je zřetelná hlavně u agroturistiky na rodinné farmě, jejíž hlavním znakem je spolužití s farmářskou rodinou. Ekoagroturistika je potom formou venkovského cestovního ruchu, která se odehrává na farmách, které ekologicky hospodaří a produkují bio-produkty. Na rozdíl od agroturistiky je ekoagroturistika spjata i s účastí na zemědělských pracích a konzumaci produktů jejich ekologického zemědělství.

Pokud porovnáme agroturistiku v České republice s jinými evropskými zeměmi, v Česku má agroturistika jen velmi slabou podporu. Agroturistika nemá nijak významnou marketingovou podporu od centrálních orgánů cestovního ruchu. Je to hlavně z toho důvodu, že farmy, které agroturistiku nabízejí, mají malou kapacitu a nízký obrat. Agroturistika podle mého názoru v sobě ovšem ukrývá velký potenciál a to zejména v dnešní době, kdy je trend návratu na venkov, hlavně pro obyvatele velkých měst. Navíc české lidové obyčeje začínají lákat čím dál tím více zahraničních turistů. Podle Buriana (2008) však nelze očekávat, že by se agroturistika v České republice rozmohla tak, jako např. v Rakousku. Je to dáno hlavně tím, že agroturistiku nelze rozvíjet bez malých farem rodinného typu. Ty u nás už ale s velkou pravděpodobností

nevzniknou, protože jejich zakládání nemá hlavně ze zemědělského pohledu ekonomický smysl.

3.4 Vymezení venkovského prostoru

Podle Stříbrné, (2005) je venkov takové místo, pro které je specifický nízký počet obyvatel, a to pod 10.000, zemědělství a také otevřený prostor. Lidé mají také zájem o návrat k tradicím, což se zejména ve velkých městech v dnešní době jen zřídka vyskytuje.

Venkovské oblasti tvoří na území České republiky přibližně 80 – 90 % z celkového počtu obcí, zabírají cca 74 – 83 % z celkového území České republiky. Ve venkovském prostoru žije přibližně 23 – 30 % obyvatel. Ondřej (2010).

Podle OECD je venkovská oblast klasifikována podle hustoty zalidnění a to do 150 obyvatel na km². Regiony můžeme dále rozdělit do tří dalších skupin:

- Převážně venkovské oblasti – to je taková oblast, kde více než polovina obyvatel bydlí ve venkovských obcích (méně než 150 obyvateli na km²)
- Významné venkovské oblasti – to je taková oblast, kde ve venkovských obcích bydlí 15-50 % obyvatel
- Převážně městské oblasti - to je taková oblast, kde ve venkovských obcích žije méně než 15 % z celkového počtu obyvatel daného území

Ondřej (2010) dále ve svém článku uvádí, že ze statistického hlediska lze obecně říci, že hranicí mezi venkovskou obcí a městskou obcí je 2000 obyvatel.

Venkovský turistický ruch je důležitou součástí rozvoje daného regionu. Aby rozvoj region byl úspěšný, je potřeba co nejužší spolupráce všech místních aktérů společného území. Za hlavní aktéry území považujeme veřejnou správu, soukromý sektor, neziskový sektor a veřejnost. Veřejná správa má při rozvoji regionu úlohu zadavatele, organizátora, koordinátora a realizátora. Do veřejné správy zahrnujeme obce, svazky obcí a instituce veřejné správy. Soukromý sektor, kterým máme na mysli podnikatelské subjekty, představuje zdroj zaměstnanosti obyvatel, napomáhá ekonomické stabilitě a ekonomickému růstu. Neziskový sektor, který je zastoupen především různými spolkami, zajišťuje různé volnočasové, sportovní, společenské a kulturní aktivity pro občany. Do neziskového sektoru řadíme také MAS (místní akční skupiny), které mají při rozvoji

regionu úkolu koordinátora, realizátora i organizátora a spolupracují se všemi sektory. Veřejnost napomáhá ke zlepšení svými připomínkami a také vstřícností k turistům.

Když porovnáme statistiky návštěvnosti daných oblastí České republiky, 50 % návštěvnosti připadá Praze. Hned za Prahou se umísťuje region západočeských lázní, Krkonoše a Jizerské hory, příhraniční oblasti jižních Čech jako je hlavně Šumava a některé lokality ve středních Čechách. Hlavním důvodem vysoké návštěvnosti Prahy je fakt, že ostatní destinace zatím nedokáží turistům nabídnout nové kvalitní produkty. Novým významným přínosem (i pro jižní Čechy) je přeshraniční spolupráce v rámci tzv. Euroregionů. Významný euroregion na jihu Čech je Labská stezka. CzechTrade (2007).

3.5 Místní akční skupiny

Tato bakalářská práce je vypracovaná na základě návrhu MAS Rozkvět (dříve „Občanské sdružení Rozkvět zahrady jižních Čech – místní akční skupina“) jako odborná pomoc pro nalezení vhodných způsobů oslovení nových návštěvníků. Proto v následující kapitole bude vymezen pojem místní akční skupiny a význam MAS v České republice.

Místní akční skupiny

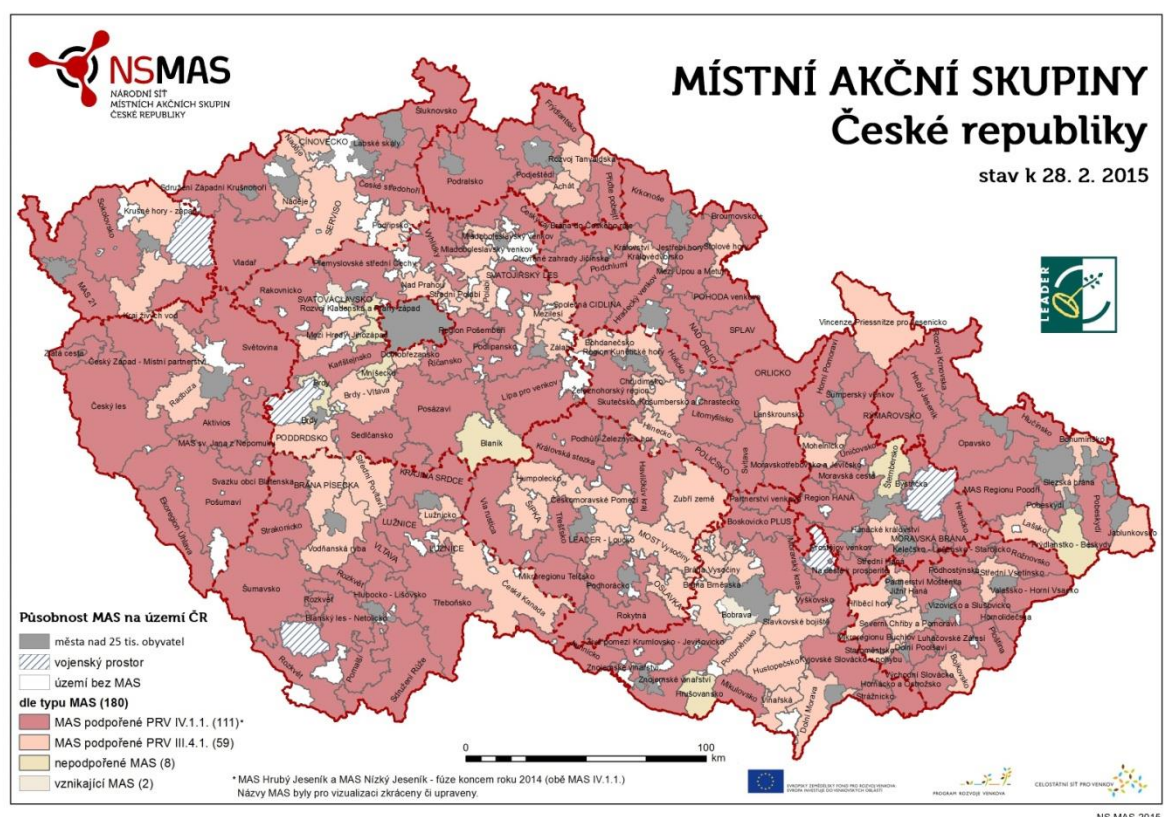
Místní akční skupiny (MAS) jsou důležitým nástrojem pro rozvoj regionů, a tudíž i pro rozvoj venkovského cestovního ruchu. Jak již bylo zmiňováno, MAS spolupracují se všemi sektory, které vzájemně propojují, a podporují zajišťování různých volnočasových, sportovních, společenských a kulturních aktivit pro občany a turisty v daném území, na kterém se nacházejí.

V roce 1991 přijala Vláda České republiky první plán Program obnovy venkova, předložený ministrem životního prostředí, ministrem zemědělství a ministrem pro hospodářskou politiku a rozvoj, který byl realizován v letech 1991-2006, a od roku 2002 začaly na území České republiky vznikat první MAS v souvislosti s tímto Programem. Politika MAS spočívá ve sjednocování všech výše uvedených hlavních aktérů daného území (společenství občanů, neziskových organizací, soukromé sféry a veřejné správy). Jejich hlavních posláním je právě rozvoj venkova včetně zemědělství a podnikání na venkově, a nalezení způsobů získání finanční podpory pro místní rozvoj ze zdrojů

Evropské Unie a z národních zdrojů metodou LEADER a komunitně vedeného místního rozvoje (CLLD). Dále je jejich cílem zvýšení kvality života a životní úrovně obyvatel regionu MAS a zachování a zlepšení životního prostředí venkovských oblastí. MAS jako takové pak dále zajišťují zprostředkování grantů a dotací a administraci vybraných dotací. Funkce MAS je také informační, poradenská a vzdělávací.

MAS v České republice jsou sdruženy do Národní sítě MAS ČR, která jim poskytuje mj. metodickou podporu pro uplatňování metody LEADER – viz obrázek níže.

Obrázek 2: Místní akční skupiny České republiky



Zdroj: Národní síť MAS ČR, 2015

V následujících dvou kapitolách jsou uvedeny základní informace o nejzásadnější formě financování, kterou MAS využívaly v minulém programovacím období 2007 – 2013, a to Program rozvoje venkova ČR, a podrobnější informace o metodě LEADER.

3.5.1 Program rozvoje venkova PRV

Program rozvoje venkova České republiky na období 2007 – 2013 (PRV) vycházel z Národního strategického plánu rozvoje venkova. Byl zpracován v souladu s nařízením

Rady ES č. 1698/2005 a prováděcími pravidly uvedené normy. Zaměřoval se na 4 hlavní prioritní osy:

1. Osa I. – Zlepšení konkurenceschopnosti zemědělství a lesnictví;
2. Osa II. – Zlepšení životního prostředí a krajiny;
3. Osa III. – Kvalita života ve venkovských oblastech a diverzifikace hospodářského venkova;
4. Osa IV. – LEADER.

Cestovní ruch bylo v rámci PRV možno financovat v rámci opatření Osy III., prostřednictvím MAS pak také prostřednictvím realizace strategií MAS v rámci Osy IV.

3.5.2 Metoda LEADER

LEADER je zkratka z francouzského názvu „Liasion Entrée Actions de Développement de Économie Rurale“ a znamená metodu propojení aktivit rozvíjejících venkovskou ekonomiku. Tato iniciativa vznikla v Evropské unii již v roce 1991 a za úkol si dala podporu rozvoje venkovských oblastí s pomocí obyvatel daného území. Evropská komise z toho přístupu postupně vytvořila metodu, která pomáhá venkovským sdružením vytvářet jejich vlastní budoucí rozvoj a je založena na partnerství tří sektorů – veřejného, podnikatelského a neziskového. Od roku 1991 postupně vznikaly iniciativy LEADER I., LEADER II. A LEADER+ a poslední LEADER 2007-2013. V souladu s nařízením Rady EU metoda LEADER představuje uplatňování následujících 7 principů:

1. Strategie místního rozvoje pro přísně vymezené venkovské oblasti – regiony MAS;
2. Spolupráce a propojení veřejného a soukromého sektoru na místní úrovni – MAS;
3. „bottom – up“ – přístup zdola – při přípravě a realizaci strategií;
4. Navrhování projektů v rámci více různých odvětví místního hospodářství se strategií založené na spolupráci subjektů, integrované projekty;
5. Aplikace inovačních metod a postupů;
6. Tvorba sítí založených na místní spolupráci;
7. Kooperace, realizace projektů spolupráce.

Metoda LEADER je založena na maximálně decentralizovaném rozdělování dotačních prostředků, které můžeme v ČR nazývat jako dvoustupňové.

V rámci prvního stupně hlavní správce celého programu – Ministerstvo zemědělství vyhlásilo 2 výzvy pro MAS k předložení vlastních rozvojových strategií regionů MAS.

V druhém stupni podpořené MAS vyhlášovaly výzvy k předložení projektů, do kterého se měly možnost přihlásit subjekty, které měly zájem o realizaci individuálních rozvojových projektů v regionu MAS, které naplňovaly cíle strategie MAS. Strategie MAS tedy byla naplňována realizací individuálních projektů místních aktérů.

MAS jmenovala výběrovou komisi a ta podle předem stanovených kritérií vybírala nejvýhodnější projekty, které obdržely finanční podporu, administrovanou Ministerstvem zemědělství v rámci PRV. MAS nesly zodpovědnost za výběr nejkvalitnějších projektů i administrativní kontrolu průběhu jejich realizace. Monitorovací orgán MAS dále sledoval a kontroloval realizaci a hodnotil výsledky projektů, které byly realizací dosaženy, a naplňování strategie MAS.

Metoda LEADER má tři klíčové cíle, mezi které patří:

1. Zlepšení kvality života ve venkovských oblastech;
2. Co nejlepší využití a zhodnocení místních přírodních a kulturních dědictví – také s vazbou na cestovní ruch (CR);
3. Využití nových technologií a know-how s cílem zvýšení konkurenceschopnosti místních výrobků a služeb.

Výhodou metody LEADER je fakt, že místní aktéři prostřednictvím MAS určují, co na svém území chtějí zrealizovat, financovat a na co se bude region zaměřovat. V tomto případě tedy MAS funguje jako koordinátora a administrátor, který v souladu s přijatou strategií a pravidly financování vyhláší grantová kola pro místní žadatele.

3.5.3 Financování podpory cestovního ruchu v programovacím období 2014 - 2020

Co se týká financování cestovního ruchu v novém programovacím období 2014 – 2020, tak cestovní ruch jako ekonomická aktivita již nebude mezi podporovanými oblastmi financovatelnými z evropských fondů. Velkou finanční podporou pro tuto oblast budou ale projekty zaměřené na ochranu přírodního a kulturního dědictví, vytvářející podmínky pro cestovní ruch.

Cestovní ruch bude nadále podporován v rámci Národního programu podpory cestovního ruchu, kde je na rok 2015 vyhrazena celkově částka 50 milionů korun, a to v rámci podprogramu „Cestování dostupné všem“. O podporu z tohoto podprogramu mohou žádat podnikatelé v cestovním ruchu s historií delší než 2 roky, nově i obce. Podprogram je zaměřen na 4 hlavní oblasti podpory:

1. Rekonstrukce či vybudování míst k odpočinku, center služeb pro turisty včetně hygienického zázemí pro cyklisty, handicapované i pěší turisty a to podél pěších, naučných, jezdeckých, vodních a cyklotras s cílem zvýšení návštěvnosti;
2. Vytvoření či inovaci navigačních a informačních systémů pro senzoricky postižené návštěvníky;
3. Zpřístupnění atraktivit cestovního ruchu;
4. Podpora zřízení parkovacích domů či věží pro bezpečné parkování kol a úschovu zavazadel.

Další možností finanční podpory bude opět Program rozvoje venkova, který plánuje podporovat oblast již zmiňované agroturistiky – cestovní ruchu bude podporován v rámci diverzifikace činností podnikatelů v zemědělství. Dále budou některé služby související s cestovním ruchem podporovány v souladu s dohodou mezi Ministerstvem průmyslu a obchodu s Ministerstvem pro místní rozvoj z programu Podnikání, inovace, konkurenceschopnost. Podrobnosti jednotlivých dotačních titulů jsou ve fázi vyjednávání ČR a EK.

Již řadu let se připravuje na Ministerstvu pro místní rozvoj ČR (MMR ČR) zákon o podpoře a řízení cestovního ruchu. Jedním z cílů tohoto připravovaného zákona je mimo jiné zefektivnění státní politiky podpory CR a omezení plýtvání finančními prostředky. Návrh zákona je inspirován švýcarskou a rakouskou právní úpravou, na Slovensku vešel obdobný zákon v platnost již v roce 2010. U nás v České republice ovšemže dostupných informací práce na zákonu zastavily a je vůbec otázkou, zda budou obnoveny. Mezi odborníky je potřeba tohoto zákona často zpochybňována a to hlavně z důvodu, že by nový zákon mohl výrazně zatížit celkovou legislativu. Většina odborníků se spíše shoduje na tom, že obdobné opatření by mělo být sice sjednoceno, ale ne uzákoněno. Například náměstkyně ministra paní Klára Dostálová navrhuje, aby se návrh zákona inspiroval právě na principu fungování Místních akčních skupin. Podle ní MAS také nejsou upraveny zákonem, a přesto fungují. Dále podotýká, že nikomu se zatím

nepodařilo prosadit pro regiony tolik peněz, jako právě MAS a proto by navrhovala, aby na podobných principech bylo postaveno partnerství mezi podnikateli a veřejnou správou v oblasti cestovního ruchu.

Co se týká financování přímo pro MAS v programovacím období 2014 – 2020, tak MAS, které projdou procesem standardizace a výběrem strategií připravených metodou komunitně vedeného místního rozvoje (SCLLD), budou mít možnost čerpat finanční prostředky z Programu rozvoje venkova a Integrovaného regionálního operačního programu (IROP) a také z Operačního programu zaměstnanost, která v novém programovacím období nahrazuje Operační program OPLZZ – Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost. Celkový předpokládaný objem finančních prostředků z evropských fondů (ESIF) administrovaných MAS v ČR bude cca 15 miliard korun.

3.6 Současné trendy v cestovním ruchu

V současné době lidé cestují častěji, a to v průběhu celého roku, bez ohledu na turistickou sezónu či roční období, a není pro ně problém cestovat i na delší vzdálenosti. To vše je zapříčiněno jak vyššími příjmy obyvatel, tak růstem volného času. Důvodem častějšího cestování je touha vytrazit se ze šedého stereotypu každodenního života, poznat nová místa, změnit prostředí a právě to vše nám umožňuje cestovní ruch. Mathieson a Wall (2006).

Podle Ryglové, Buriana a Vajčnerové, (2011), jsou možnosti v cestovním ruchu v podstatě neomezené. A to nejen díky zdokonalující se dopravní infrastruktuře, tak i díky novým technologiím, které plní informační funkci. Je to hlavně internet, který kompletně změnil podobu nejen cestovního ruchu. Internet má i důležitý vliv na změny distribučních cest a to vede k celkové změně chování zákazníka. Dále internet v nemalé roli napomáhá ke zvýšení dostupnosti nabídek a celkově cestovní ruch je díky internetu dostupnější stále většímu počtu lidí.

Podle Evropské komise cestovního ruchu (ETC-European Travel Commission) prošel cestovní ruch radikálními změnami v průběhu posledních několika let. Vývoj cestovního ruchu je velmi rychlý a stále více na něj působí vliv globálních trendů. Jako nejvýznamnější trendy současné doby v Evropě může uvést:

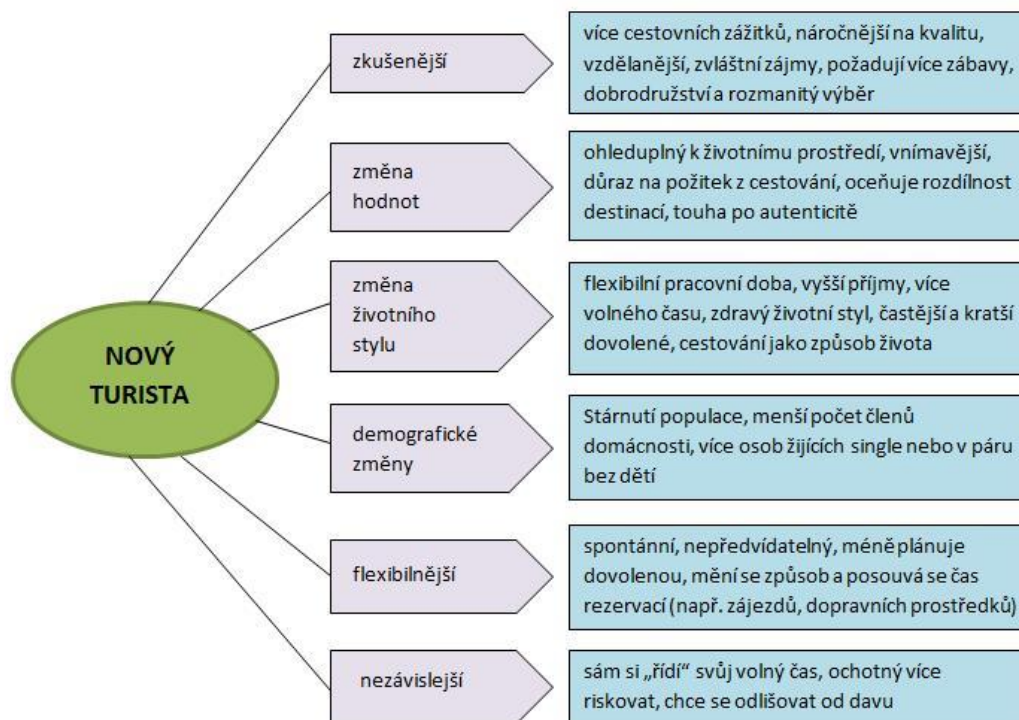
- Stárnutí populace, která si současně díky dobrému finančnímu zabezpečení může dovolit cestovat;
- Rostoucí poptávka po kvalitních produktech jako je lázeňství, zdravotní a kulturní cestovní ruch;
- Nárůst individuálního cestovního ruchu – lidé jeví větší zájem o neobvyklé a originální zážitky, zájem o „neobjevené destinace“;
- Projevuje se návštěvnost tzv. „letních destinací“ i mimo letní sezónu.

Ve druhé polovině 20. století byl nejvýznamnějším trendem v cestovním ruchu masový cestovní ruch, který zahrnuje skupiny turistů, které se hromadně a organizovaně vydávají na určité místo a využívají tak hromadných ubytovacích a stravovacích zařízení a dopravních prostředků. Hall (1998).

Dnes se situace mění, v cestovním ruchu teď můžeme sledovat velký nárůst post-fordistického cestovního ruchu, který také bývá nazýván jako postmoderní cestovní ruch. Post-fordistický cestovní ruch je prakticky opak masového cestovního ruchu. Hlavní podoby post-fordistického cestovního ruchu jsou agroturistika, pěší turistika a cykloturistika. Pásková, Zelenka (2002).

Podle Walla a Mathiesona (2006) tedy vzniká nový pojem – „Nový turista“. Nový turista je považován za hnací sílu alternativního cestovního ruchu – viz obázek.

Obrázek 3: Nový turista



Zdroj: Wall a Mathieson, 2006.

3.7 Trendy v cestovním ruchu v České republice

Podle Ryglové, Buriana a Vajčerové (2011), můžeme jako současné trendy v cestovním ruchu v České republice uvést následující:

- Díky státní agentuře CzechTourism dochází k velké propagaci všech krajů;
- Snaha o prezentaci České republiky jako bezpečné destinace;
- Nové rozvojové strategie na úrovni regionů, popř. mikroregionů;
- Nárůst investic z fondů EU na rozvoj cestovního ruchu;
- Podpora sdružení v různých regionech (např. Informační centra);
- Pomalý zánik cestovních agentur v kamenných kancelářích, užší zaměření na produkt cestovního ruchu;
- Vyšší účast franchisingových společností v České republice, které pomáhají v rozvoji cestovního ruchu (Hilton hotely, atd.);
- Snadnější informovanost turisty;
- Nárůst požadavků a standardů zákazníka na rozsah a kvalitu;
- Vývoj nových specifických forem cestovního ruchu;

3.8 Nové trendy v cestovním ruchu

3.8.1 Seniorský cestovní ruch

Podle Páskové (2012) můžeme turisty seniorského cestovního ruchu zařadit do skupiny, kteří na své dovolené vyhledávají činnosti, které shledávají zajímavé, a týkající se jejich koníčků. V poslední době roste u seniorského cestovního ruchu i zájem nejen o rekreační turistiku, ale i outdoorové sportovní aktivity. Jde o rychle rostoucí segment trhu a ideálním nástrojem k zaujmutí cílové skupiny je tzv. výklenkový marketing, který sice oslovuje jen určitou skupinu a menší počet zákazníků, o to ale věrnějších a zainteresovanějších zákazníků.

Podle WTO seniorský cestovní ruch posiluje turistický sektor zejména mezi sezónami. WTO vydala dokonce Lisabonský dokument o seniorské turistice, kde vyzývá profesionály cestovního ruchu k vývoji programů právě pro seniory zajišťující kulturní vyžití, lepší bezpečnost, zdravotní služby, společenské aktivity, styk s místními komunitami, aktivity v přírodě a také pravdivé a jasné informace.

V současné době dochází k demografickému stárnutí populace ČR a v budoucnu můžeme očekávat nárůst počtu seniorů, a to také díky prodlužující se střední délce života. Na obrázcích v příloze jsou uvedeny věkové pyramidy pro srovnání české populace v letech 2010, 2020 a předpoklad v roce 2066, kdy je očekáván velký nárůst obyvatel v seniorském věku.

Podle Páskové a Zelenky (2012) můžeme za účastníky seniorského cestovního ruchu považovat osoby, kteří jsou starší 60 let. Dále ale můžeme tuto věkovou skupinu rozšířit a také rozdělit na další segmenty:

- 55 - 64 let: stále ještě pracující, dávají přednost rekreační a regenerační dovolené. Jsou to rodiče, ale cestující již bez dětí;
- 65 – 74 let: již nepracující, mají spoustu volného času po celý rok. Často vyhledávají vzdělávání, hlavně v oborech historie, umění a geografie;
- 75 +: většinou turisté, kteří mají zdravotní problémy, ale stále mají touhu cestovat. Jejich zdravotní kondici je třeba uzpůsobovat zaměřením dovolené a program.

První skupina seniorů patří k nezávislým cestovatelům, kteří většinou cestují individuálně a svoji trasu si sami vybírají. S přibývajícím věkem ovšem senioři vyhledávají spíše skupinové cestování. Skupinové cestování pro seniory mimo jiné představuje služby navíc, včetně asistenční služby či lékaře. Pro všechny výše uvedené skupiny ovšem platí jedno společné – a to, že senioři preferují vyšší kvalitu služeb a pohodlí, vyhledávají spíše destinace v klidnějším prostředí a vyhovuje jim cestování mimo sezónu (mj. z důvodu možnosti různých slev a příjemnějšího počasí). Ryglová, Burian, Vajčnerová (2011).

3.8.2 Religiózní cestovní ruch – spiritualismus a poutnictví

Religiózní cestovní ruch, někdy také označován jako církevní turistika je založen na návštěvách poutních míst, míst souvisejícími se životem významných náboženských osobností, či náboženských slavností. Jako hlavní cíl tohoto specifického druhu cestovního ruchu je posílení víry pomocí trasy do vzdálenějšího místa kultu ke specifickému kultovnímu objektu, které je uznáváno jako výjimečné, speciální místo na základě nadpřirozeného, neobvyklého jevu.

V řadě zemí po celém světě religiózní cestovní ruch tvoří důležité odvětví ekonomiky.

Typické znaky religiózního cestovního ruchu:

- Podstata je cíl, nezáleží na vzdálenosti, nebo na způsobu dopravy;
- Respekt k náboženským, kulturním a společenským zvyklostem a tradicím;
- Vzhledem k tomu, že turisté jsou většinou senioři, je třeba upravit denní režim;
- Nutnost zajištění stravovacích, ubytovacích a průvodcovských služeb.

V České republice máme velké množství církevních památek (kostely, kapličky, chrámy, kláštery, synagogy, zvonice, sochy, kříže, či hřbitovy). To vše je naše historické kulturní dědictví od našich předků a skrývá v sobě velký potenciál, i když v České republice tento specifický druh cestovního ruchu není zatím ještě nijak významně provozován. Poutní tradice je prastarý zvyk, který se zachoval již od dob biblických. Poutě se většinou spojují s koncem května a pokračují přes celé léto. Ryglová, Burian, Vajčnerová (2011).

3.8.3 Geocaching

Geocaching je nová forma cestovní ruchu, která se v České republice rozvíjí od roku 2006. Geocaching je ve své podstatě hra, která je na pomezí turistiky a sportu, při které je využíváno GPS techniky (Global Positioning System) a cílem je hledání pokladu, tzv. cache. Celá hra funguje na tomto principu: vlastník vytvoří novou schránku a geografické souřadnice skrýše spolu se základním popisem vloží na server www.geocaching.com. Jakýkoliv zaregistrovaný účastník tohoto serveru si může stáhnout vložené navigační pokyny cache a jít hledat skrýš do terénu, a pokud je úspěšný, zapíše nalezenou skrýš pod svým jménem a tím získává jeden bod. Pro uložení nové skrýše na webu není vždy nutností zadávat i GPS souřadnice, protože to usnadňuje nalezení (GPS dokáže určit polohu s přesností na několik metrů), navigace může kombinovat více herních prvků.

Tato hra má velmi přísná pravidla. Cache, které pravidla nesplňují, nejsou správci vůbec zveřejněna na oficiální mapě. Mezi hlavní pravidla patří, že cache nesmí být využity pro šíření náboženských, politických, či jiných názorů a také nesmí být využity ke komerčním účelům. Takové cache by nebyly schváleny.

Groundspeak (americká firma, která poskytuje zázemí pro hry s GPS) nám napomáhá využít pointu geocachingu ke spolupráci s vybranými subjekty, které mohou dál šířit myšlenku geocachingu. Hlavním smyslem je pro Groundspeakry poukázat na nová a neobvyklá místa, proto se snaží o spolupráci se subjekty, které se snaží o zviditelnění krás světa všude kolem nás. Z tohoto důvodu spolupracují s představiteli obcí, měst a regionů s umístováním nových cache a efektivně tak přilákali nové cachery (turisty) na zajímavá místa. Dále spolupracují s ochránci přírody, obchodními komorami, organizacemi zabývajícími se cestovním ruchem apod. Groundspeak Partnering (2012).

Podle Formánkové a Vágnera (2012) není vyloučeno, že cestovní kanceláře budou v budoucnu využívat právě geocaching k získání nových zákazníků, což se zcela vylučuje s pravidly hry. Velice žádané jsou ale naopak iniciativy právě místních akčních skupin či organizací pro cestovní ruch, které mohou využít geocaching jako nástroj pro přilákání nových turistů na území, kde je návštěvnost velmi nízká.

Jak již bylo uvedeno výše, geocaching se v České republice rozvinul hlavně po roce 2006. Zajímavý vliv na tento rozvoj měla firma Mountfield, která v roce 2006

realizovala marketingovou akci – ke koupi kola věnovala firma Mountfield svým zákazníkům turistickou navigaci zdarma. Díky tomu se vůbec poprvé v ČR v masivní míře dostala turistická navigace do rukou té nejširší veřejnosti a právě od této doby popularita geocachingu u nás stoupá každým rokem. Podle databáze Groundspeak bylo k 16. 1. 2012 v České republice 27 399 aktivních cachí, z toho 2 348 cache je v Jihočeském kraji.

Dále Formánková a Vágner (2012) ve svém článku uvádí, že Češi jsou v celosvětovém měřítku geocachingu jedni z nejaktivnějších hráčů. Např. česká cache, která se nachází poblíž sochy Terežky na Mariánském náměstí v Praze, znázorňující alegorii řeky Vltavy, drží od roku 2010 světový rekord nejvyšší návštěvnosti cache na světě. Další nej máme ve spojitosti s nejvyšším Čechem Josefem Drásalem. Skryš je věnovaná právě jemu, je ukryta v Hostýnských vrších, a představuje celou jeskyni, která má vnitřní velikost až 50 m³ a je největší cachí z celého světa.

4. ŘEŠENÍ PROBLEMATIKY

Tato část bakalářské práce je věnovaná praktické části. Nejprve je zde představena MAS Rozkvět pro kterou je tato bakalářská práce zhotovena a poté je provedena analýza zkoumaného území, a to na bázi mystery shoppingu, řízených rozhovorů a dotazníkového šetření. Na základě získaných dat je provedena SWOT analýza, na jejíž základě budou navrženy vhodné postupy pro budoucí rozvoj regionu s využitím nových trendů a technologií cestovního ruchu.

4.1 Analýza území

4.1.1 MAS Rozkvět

Jak již bylo zmíněno, tato bakalářská práce je zpracována na žádost MAS Rozkvět proto je v následující kapitole stručně představena MAS Rozkvět.

Místní akční skupina Rozkvět (původní název „Občanské sdružení Rozkvět zahrady jižních Čech – místní akční skupina“ byl aktualizován v roce 2014) vznikla v únoru 2004 z hlavní iniciativy obcí mikroregionu Chelčicko-Lhenického, místních podnikatelů, zemědělců a neziskových organizací, hlavně z důvodu potřeby spolupráce na vytváření společných projektů a aktivit na regionální úrovni a podpory malého a středního podnikání, především v oblasti místní zemědělské produkce a ovocnářství. Hlavním impulsem pro vznik MAS byla možnost využití metody LEADER pro tento region prostřednictvím Programu LEADER ČR, do kterého se MAS Rozkvět ihned aktivně zapojila.

MAS je složena z vyvážené skupiny partnerů z různých socioekonomických sektorů území, stále zůstává otevřenou strukturou a systematicky oslovuje potenciální zájemce o činnost MAS a program LEADER, resp. komunitně vedený místní rozvoj (CLLD).

Společným cílem aktérů spolupracujících s MAS Rozkvět je podílení se na společné tvorbě a realizaci integrovaných strategií rozvoje venkovského regionu, cílem MAS je vést všechny partnery na místní úrovni k vyššímu využití potenciálu jejich území. Hlavním cílem dlouhodobé strategie zájmového území MAS Rozkvět je zavedení nových forem spolupráce, zlepšování kvality života na venkově, posílení ekonomické úrovně, podpora místního hospodářského rozvoje, zachování a rozvoj přírodního a kulturního dědictví, a tím i zlepšení organizace venkovského regionu.

V letech 2004 a 2005 se MAS Rozkvět úspěšně podílela na programu LEADER ČR prostřednictvím realizace strategií, finančně podporovaných MZe ČR z národních zdrojů. V letech 2006 - 2007 realizovala MAS Rozkvět projekt LEADER+ C (tzv. Projekt osvojování schopností), který byl finančně podporován z Operačního programu Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství. Od roku 2008 do roku 2014 pak MAS realizovala Strategický plán LEADER s názvem „Květy, plody a lidé zahrady jižních Čech“ prostřednictvím finanční podpory Programu rozvoje venkova, Osa IV. (viz kap. 3.6.1.).

MAS Rozkvět je také od roku 2013 členem Národní sítě Zdravých měst ČR a aktivně se podílí na zavádění MA21.

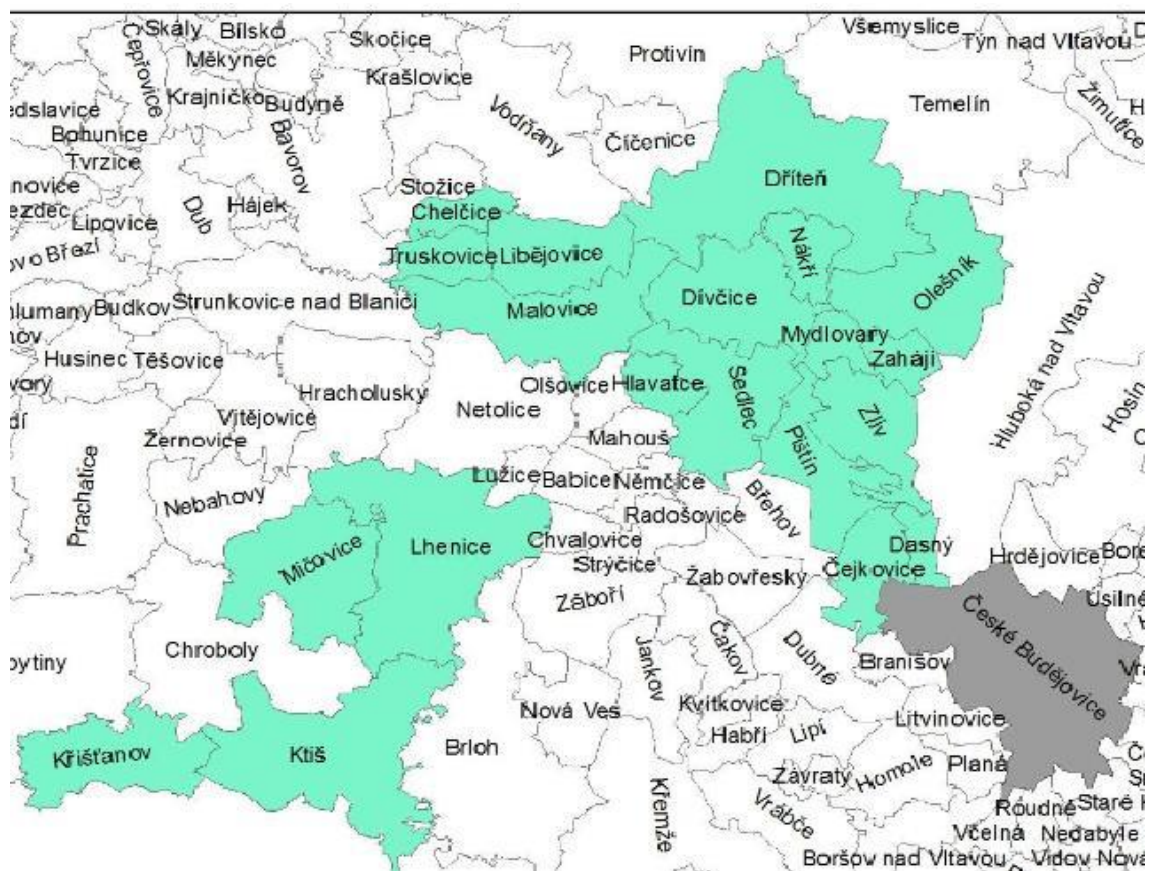
Národní síť zdravých měst ČR je asociací aktivních svazků místních samospráv, které se programově hlásí k principům udržitelného rozvoje, zapojují veřejnost do rozhodovacích procesů a podporují zdravý životní styl svých obyvatel. Zdravá města, obce a regiony se promyšleně snaží utvářet město (obec, region) jako kvalitní, zdravé, příjemné a udržitelné místo pro život, na základě dohody s místními obyvateli.

V letech 2008 a 2009 se MAS Rozkvět podílela na přeshraniční spolupráci s obcemi/sdružením obcí Lalling v Bavorsku – projekt financován EU v rámci Programu přeshraniční spolupráce ČR – Bavorsko a další projekt Nacházení společných tradic, který byl financován z Dispozičního fondu ČR – Bavorsko.

Od roku 2004 MAS Rozkvět také spolupracovala se sousední CHANCE IN NATURE – LAG (současný název: MAS Šumavsko, z. s.), kterou konzultačně podpořila při přípravě projektu LEADER+, v roce 2007 se stala regionálním partnerem projektu Cammini d'Europa a s CHANCE IN NATURE – LAG na základě smlouvy o partnerství zřídila koordinační skupinu, která následně a úspěšně zrealizovala dva projekty Spolupráce PRV – projekt „Rozvoj lidských zdrojů – Šance pro další Rozkvět regionu“ a projekt „Dědictví regionu: Po stopách předků“, v rámci kterého se poprvé významněji MAS orientovala na podporu cestovního ruchu v regionu. Výstupem tohoto projektu bylo zřízení Památníku Petra Chelčického (rekonstrukcí středověkého špýcharu a instalací interaktivní expozice) a vydání 12 tematických brožur odkazujících na historické kořeny území regionu spolupráce.

Dnes je zájmové sdružení MAS Rozkvět složeno ze 30 obcí v okresech České Budějovice, Strakonice, Prachatice a Český Krumlov. Spadají sem obce mikroregionů Chelčicko-Lhenického, SO Blata (vyjma města Hluboká nad Vltavou), obce Nákří a Dasný, pošumavská obec Křišťanov a obce Svazku Lipenských obcí od Vyššího Brodu po Novou Pec; MAS dále spolupracuje s Vojenským újezdem Boletice, který s MAS Rozkvět uzavřel dohodu o partnerství. Celkový počet obyvatel regionu MAS činí necelých 25 tisíc osob, zájmové území MAS se rozkládá na 80 857 ha – jde tedy o typicky venkovský region s nízkou mírou osídlení.

Obrázek 4: Mapa území MAS Rozkvět



Zdroj: www.masrozkvet.cz

Jádrem MAS byl od jejího vzniku v roce 2004 Chelčicko - Lhenický mikroregion a to již od vzniku MAS. V roce 2006 se připojil k MAS Rozkvět i sousední Svazek obcí Blata; k dalšímu rozšíření území došlo v letech 2010 - 2014 v oblasti Pošumaví a Lipenska. MAS Rozkvět je typicky venkovský region, který spojuje rovinatou oblast Hlubocké pánve s podhůřím Šumavy a s atraktivním masivem hor v tzv. Trojmezí. Chelčicko – Lhenická oblast je charakteristická svým ovocnářstvím, pro Blata jsou

typické velké vodní plochy, polnosti a louky, Pošumaví je charakteristické s chovem skotu, koní a ovcí, a lesními pozemky které částečně zasahují do CHKO a NP Šumava.

Vzhledem k tomu, že MAS Rozkvět spravuje dvě velice turisticky rozdílné oblasti, ve své bakalářské práci se věnuji jen té severnější části MAS Rozkvět a to oblasti Chelčicko – Lhenické a oblasti Svazku obcí Blata.

Jak již bylo zmiňováno výše, pro Chelčicko – Lhenický mikroregion je typické pěstování ovoce. Umožňují to přírodní a především klimatické podmínky, díky kterým vznikla tato ovocnářská oblast, a na jejím půdorysu pak také vznikl tento mikroregion. Každoročně se zde v říjnu konají Slavnosti plodů, na kterých se vyhlašují nejlepší místní ovocnářské produkty a zároveň nabízí akce bohatý program včetně výstav, komentovaných prohlídek a ovocnářským jarmark. Této akci předchází zářijová cykloturistická akce. Na jaře region zve na cykloturistickou akci - Slavnosti květů, které návštěvníky zavedou do místních sadů.

Svazek obcí Blata vychází z historického území Zbudovských Blat, která se nacházejí mezi Hlubokou nad Vltavou a Netolicemi. Pro tento mikroregion je typická venkovská architektura, která se nazývá selské baroko, a také velké rybníky, jako např. Bezdrev, Olešek, Mydlovarský a další.

4.1.2 Průzkum území na bázi Mystery shoppingu

Mystery shopping je metoda, která se používá po celém světě pro zjištění kvality služeb prostřednictvím fiktivních zákazníků. Fiktivní zákazníci, neboli mystery shoppeři pozorují úroveň prostředí a obchodní, komunikační či vyjednávací schopnosti personálu.

V rámci pozorování formou mystery shoppingu bylo navštíveno celé území spravované MAS Rozkvět. Cílem bylo hlavně zjištění dostupnosti všech zahrnutých obcí, značení turistických cest a cyklotras, popisy historických, památných či kulturních míst daného území. Dále bylo cílem zmapování celého území a zjištění, která zajímavá místa se v daném území vyskytují. Zde je souhrn všech obcí a jejich atraktivit:

Tabulka 1: Atraktivita obcí

Čejkovice		Pomník padlým v 1. sv. válce z roku 1921;
		Boží muka při cestě do Pištína;
		Tvrziště Machovice s terénními pozůstatky středověké tvrze mezi silnicí do Křenovic a rybníkem Motovidlo;
		Roubená stodola při jižním výjezdu ze vsi;
		Bývalý barokní panský dvůr;
		Kaplička sv. Jana Nepomuckého;
Dasný		Kaple sv. Jana Nepomuckého;
		Tři statky přímo na návsi s dochovanými prvky seelského baroka;
		Roubené stavení;
Dívčice		Pomník Jakuba Kubaty ve Zbudově;
		Kaple sv. Jana Nepomuckého;
Dříteň	Dříteň	Zámek Dříteň, který byl vyhlášen kulturní památkou. V dnešní době veřejnosti nepřístupno;
		Kostel sv. Dismase;
		Socha sv. Jana Nepomuckého – kulturní památka;
		Kovárna z roku 1855, dnes využita jako hospoda;
	Chvalešovice	Tvrz v renesančním stylu, v dnešní době veřejnosti nepřístupno;
		Místní palírna a lihovar;
	Libív	Boží muka;
	Malešice	Kostel sv. Štěpána;
	Radomilice	Schwarzenberský zemědělský dvůr;
	Velice	Kaple;
	Záblatí	Selské baroko – usedlost čp. 20;
		Výklenková kaplička;
Záblatíčko	Kostel Panny Marie;	
	Rýžoviště – sejpy, archeologické stopy;	
Hlavatce		Kaplička na návsi;
		Pomník obětem 1. světové války;
		Kaplička sv. Jana Nepomuckého na rozcestí k Netolicím a Hlásce;
		pozůstatky hradu Poděhusy ze 13. století, který se nachází přibližně 2 km od Hlavatce;
Chelčice	Chelčice	Pomník Petra Chelčického na návsi;
		Kostel sv. Martina;
		Socha sv. Jana Nepomuckého;

		Kaple Máří Magdaleny;
		Fara se sochou Panny Marie;
		Selské baroko – sýpka čp. 1, zemědělský dvůr Na Lázní čp. 41 a usedlost čp. 37;
		Chelčická lípa – památný strom na konci obce;
	Křišťanov	Kostel Jména Ježíš;
		Přírodní rezervace Pod Farským lesem a Vyšný – Křišťanov (výskyt šafránu);
	Arnoštov	Národní přírodní památka Prameniště Blanice;
Markov	Přírodní památka Polučí;	
Ktiš	Ktiš	Kostel sv. Bartoloměje;
		Kaplička na návsi;
		Dobročkov
	Dobročkov	Křížek na návsi s datem 1880;
		Křížek na návsi s datem 1880;
	Miletínky	Památný strom v lese poblíž obce – Mamutí smrk;
Na návsi mohutný kamenný kříž;		
Lhenice	Lhenice	Obec Lhenice je proslulá svými rozsáhlými třešňovými sady. V okolí městyse se odedávna pěstuje ovoce, proto se Lhenice zasloužilo o označení Zahrada jižních Čech;
		Kostel sv. Jana Většího;
		Kaple Panny Marie;
		Selské baroko – dům čp. 3, 17, 115, 119, 140, 149 a 156;
		Památný strom Lhenická lípa;
	Horní Chrástany	Památný strom u cesty – dub;
	Hrbov	Kaplička u silnice na Netolice;
		Přírodní památka Hrádek – výskyt bledulí;
	Třebanice	Na návsi kaplička sv. Petra a Pavla;
		Přírodní památka Pančice – V řekách – výskyt bledulí;
	Třešňový Jezdec	Na návsi kaple sv. Václava;
		Výklenková kaplička;
		Selské baroko – dům čp. 9, 18, 20, 21, 22;
		Památný strom na návsi – lípa;
	Vadkov	Přírodní památka Koubovský rybník;
		Výklenková kaplička Panny Marie;

	Vodice	Selské baroko usedlost čp. 1, 2, 3, 4, 6, 18, 19, 20 a kovárna čp. 26; Dub u Vadkovského potoka, památný strom;
Libějovice	Libějovice	Starý zámek Libějovice – dnes v soukromém vlastnictví. Možnost ubytování;
		Nový zámek Libějovice – využíván pro vojáky, v dnešní době v dezolátním stavu, veřejnosti nepřístupno;
		Zámecký park;
		Libějovická alej – čtyřřadá alej, spojující Chelčickou kapli sv. Máří Magdaleny přes Libějovice až na Lomec;
		Výklenková kaple;
		Boží muka;
		Pomník padlým vojákům;
		Bývalý schwarzenberský šrotovník;
	Nestanice	Zvonička sv. Antonína;
		Barokní areál s poutním kostelem Jména Panny Marie (přesná replika vatikánského oltáře);
Památný strom – Lípa Naděje;		
Malovice	Malovice	Stodola s dochovanou doškovou střechou;
		Hradiště Na Šancích – archeologické naleziště;
		Divadlo Continuo;
	Holečkov	Zemědělský statek Rábín;
	Podeřiště	Kaple Panny Marie Růžencové;
		Boží muka ve směru na Netolice;
Míčovice		Kulturní památka ČR – usedlost čp. 30;
		Skupina tří památných stromů – lípa a dva duby;
		Přírodní památka Pančice – V Řekách – výskyt bledule jarní;
		Jáma;
		Slovanské hradiště – archeologické naleziště;
Mydlovary		Kaple Nejsvětější Trojice;
		Boží muka;
		Památník obětem 1. sv. války;
Nákří		Farní kostel sv. Petra a Pavla;
		Rybník velké Nákří s ostrovy, na kterých žijí vodní ptáci, včetně kolpíka bílého, který zde sídlí jako na jediném místě v České republice;
Olešník		Na návsi domy v blatském stylu;

		Na návsi bývalý Schwarzenberský hospodářský dům z roku 1724;
		Na návsi pomník obětem světových válek;
		Kaple Panny Marie z 18. století;
	Pištín	Farní kostel sv. Vavřince;
		Statky ve stylu selského baroka;
		Pomník padlým obětem 1. sv. války;
Sedlec	Sedlec	Kostel sv. Jana Nepomuckého;
		Dub – památný strom u Dvorského rybníka;
		Výklenková kaplička Nejsvětější Trojice;
	Lékařova Lhota	Mlýn ze 17. století;
		Mohylové pohřebiště v lese Mladé;
		Kaple na návsi a ve východní části obce;
	Malé Chrástany	Kaplička sv. Jana Nepomuckého;
		Selské baroko čp. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10;
		Výklenková kaplička;
	Plástovice	Selské baroko čp. 1, 14, 15, 17, 18, 24, 20; sýpka čp. 3, 7 a 21;
		Kovárna na návsi;
		Kaple na návsi;
	Vlhavy	Kaplička sv. Jana Nepomuckého;
		Hráz u rybníka s alejí dubů;
		Přírodní památka Velký Karasín;
	Truskovice	Boží muka;
		Návesní kaple;
		Výklenková kaple;
		Pomník padlým vojákům 1. sv. války;
	Zahájí	Kostel Zvěstování Panny Marie;
		Boží muka;
		Skupina památných stromů – Schwarzenberské duby;
	Zliv	Původní dochovaný kamenný most se sochou sv. Jana Nepomuckého.

Zdroj: vlastní

4.1.3 Řízené rozhovory s vybranými starosty

Důležitá forma sběru dat pro tuto bakalářskou práci bylo místní šetření, které proběhlo formou řízených rozhovorů s několika starosty obcí zkoumané oblasti. Rozhovory proběhly v průběhu března 2015, tedy po komunálních volbách 2014.

Hlavním cílem řízených rozhovorů bylo získání informací, co podle místních aktérů v jejich oblasti chybí z hlediska cestovního ruchu, co plánují jako obec v rámci cestovního ruchu, jaká je podle nich spolupráce s MAS a zda je spolupráce s MAS přínosná.

Rozhovory proběhly po komunálních volbách do zastupitelstva na období 2015 - 2019.

Obec Pištín – starosta Jaroslav Havel

1. Jaké jsou Vaše rozvojové vize obce v rámci cestovního ruchu?

„My jako obec Pištín teď dokončujeme 2 multifunkční sportoviště, kde bude např. internetový kiosek, kde se každý bude moct připojit zdarma k internetu, dále připravujeme označení cyklostezek, připravujeme informační tabule, někde už je máme. Na každé návsi, v každé místní části bude mapa, sezení, kolostavy, připravujeme toho momentálně hodně.“

2. Spolupráce s MAS Rozkvět – jak došlo ke vzájemné spolupráci, kdo koho oslovil a jaký k tomu byl podnět?

„Oslovil nás Chelčicko - Lhenický mikroregion, který v té době vystoupil z MAS Vodňanská ryba a my jsme se k tomu jako svazek obcí Blata přiklonili. To znamená, že všech těch 11 obcí, které spadají do svazku tak prostě přešly bez problému do MASky.“

3. Co byste doporučil pro rozvoj cestovního ruchu v rámci celé oblasti MAS Rozkvět?

„Jedním slovem nějakou jednotnost. My si každý zohledňujeme jen své zájmy. I teď vlastně, co jsme zpracovávali na mikroregionech, tak každá obec si to dělá sama, žádné velké propojení tady u nás není.“

4. Jaký přínos či negativa vidíte ve spolupráci s MAS?

„Přínos je pro nás, že nám přinesla finanční prostředky z toho minulého rozpočtového období, za druhé nám pomáhají s administrativou různých žádostí pro získání finančních prostředků, společně jsme se dostali do spolku programu rozvoje venkova, dostali jsme se do krajské sítě MAS, do jejich projektů, takže odtud máme informace. Negativa vlastně vidím jenom v tom, že po nás chtějí moc údajů najednou, vždycky v jednom okamžiku, protože když dojde k vyhlášení něčeho nového, takže je to prostě všechno pro nás na rychlo.“

5. Spolupracujete s místními aktéry, se soukromým sektorem?

„Spolupracujeme s většinou místních firem, máme např. 2 obecní hospody, se kterými naprosto spolupracujeme a ty firmy, které vydělávají, nebo které jsou trochu větší, tak s námi také dobře spolupracují.“

6. Jaký je podle vašeho názoru pohled místních obyvatel na cestovní ruch a udržení venkovského prostoru? Myslíte, že mají zájem o turisty, nebo raději preferují „svůj klid“?

„Ne určitě u nás. Já bych řekl, že jsou spíše pro cestovní ruch. Aby lidé poznali naši obec. Mezi sebou místní říkají, že jsme perla jižních Čech. V naší obci se konají baráčnické slavnosti. Aktéři jsou dost aktivní, kteří mají dost rozsah po celém kraji a ostatní sem za nimi jezdí na tyto akce.“

7. Jaké služby nabízí Vaše obec pro turisty?

„No, není to úplně přesně tak, jak by to mělo být, ale máme v každé místní části obce volně přístupné dětské hřiště, které jsou platně registrované, u všech hospod jsme dali kolostavy. U restaurace tady v Pištíně jsme měli pergolu před lety, předloni jsme udělali velkou pergolu také v Češňovicích u hospody. Pak tu máme 2 zřízená muzea - muzeum včelařství a zemědělství, to je tady v Pištíně, muzeum historie hasičství, to máme v Češňovicích. Udělali jsme takovou cestu kolem rybníčka v Češňovicích, aby si turisté mohli přečíst všechny možné údaje z historie. Jsou tam takové historické sloupy a pak cedulky, různé prospekty..“

8. Čím si myslíte, že je právě vaše obec zajímavá?

„Máme tady krásný kostel i když tedy nevypadá tak, jak bych si představoval, ale není náš, takže. Zajímavá je také tím, že pořádáme spoustu akcí – máme nějakých 74 akcí za rok.“

9. Co by podle vašeho názoru přilákalo do obce víc turistů?

„Chybí jim tu z hlediska obce nějaké to posezení. Třeba tady v Pištíně je otevřená hospoda jen dopoledne. Třeba pro cyklisty, kteří by mohli obcí projet to není úplně ideální. My jsme jen takový průjezd, pro vstup na Blata.“

10. A co si myslíte o infocentrum – chybí vám tu, nebo není třeba?

„My jsme Infocentrum zvažovali, ale nakonec jsme ho nezřídili, protože v Plástovicích, kde je a to je přímo tady kulturní památková rezervace, není to u nás až tak vytížené. A my teda se spíš snažíme, když někdo přijde, tak mu poskytneme mapky, prospekty, máme i dole (v budově OÚ) takový stoleček, kde doplňujeme materiály. Do všech hospod, které jsou tady v okolí jsme umístili prospekty o obci a okolí. Jinak myslím, že pro nás samostatně to nemá úplně smysl. Zvažovali jsme to, když jsme měli rušit poštu, tak že bychom zaměstnali tu paní z pošty, takže by k listovní službě měla ještě infocentrum, aby to měla na plný úvazek.“

Obec Chelčice – starosta Jiří Iral

1. Jaké jsou rozvojové vize obce v rámci cestovního ruchu?

„Vize pro rozvoj obce máme veliké. Samozřejmě stavíme to na nějakých místních tradicích, na místní ovocnařině, na historii, to znamená na Petru Chelčickým, máme tady vybudovaný památník Petra Chelčického na návsi a stavíme to i na tom, že tady máme i nějaké standartní ubytovací kapacity. A cykloturistika je v našem okolí vyhlášená.“

2. MAS spolupráce – jak došlo ke spolupráci, kdo koho oslovil a jaký k tomu byl podnět?

„Tak to je dlouhá historie. Takže místní akční skupina vlastně vznikla z podnětu našeho, jako obcí z mikroregionu Chelčicko - Lhenického. Těch obcí není moc, to je v původní podobě 5, teď je nás tedy 6. A vzniklo to na popud těchto obcí, protože my, jako část

obcí Vodňanska, které dřív, než vznikl mikroregion, byla tedy v jiném mikroregionu spíš situována na Vodňansko Písecko, a protože se nám tam zkrátka v některých věcech všechno nelíbilo, nevyhovovalo nám to, tak jsme ten nový mikroregion založili a vzápětí během dalších dvou let jsme v podstatě iniciovali založení té místní akční skupiny společně s místními zemědělci.“

3. Co byste doporučil pro rozvoj cestovního ruchu v rámci celé oblasti MAS Rozkvět?

„Stále jsou velké rezervy. Sice nabídka co se týče rozvoje cestovního ruchu tady nějaká je, nicméně k nějakému ideálu to má ještě hodně daleko. A co já vidím jako hlavní problém, tak se to určitě týká ubytovacích a stravovacích služeb. To je zkrátka problém a zatím to s nějakým běžným standardem dneska nepřekročilo hranici. To je pořád špatně. Někde se k tomu blížíme, v těch větších městech jakoby, ale na tom venkově je to pořád špatné. To je ale zkrátka zakořeněné pořád v těch lidech, ta nabídka těch služeb by měla být podstatně lepší.“

4. Jaký přínos či negativa vidíte ve spolupráci s MAS?

„No tak já samozřejmě můžu říct za sebe, že převládají ty přínosy. Protože MAS i díky tomu managementu, který má a díky tomu personálnímu obsazení kanceláří si myslím, že funguje velmi dobře a podle mého názoru je i jedna z nejlepších v rámci celé České republiky. A to říkám bez váhání, protože se v tom pohybuji už dlouho a jsem samozřejmě v kontaktu s těmi dalšími představiteli obcí nebo regionů tady minimálně v Jižních Čechách, nebo i po celém území České republiky takže vím, že zkrátka tady u nich je to práce opravdu na úrovni. Nedostatky já nevím, jaké nedostatky. Samozřejmě že se také najde hodně věcí, které by se daly zlepšit, ale myslím si, že za daných podmínek a vůbec třeba v tom přístupu nebo v tom, jak se to strategicky vyvíjí už v Bruselu, tak tam moc už možností pro nějaké ty improvizace už není. Je to nastaveno zkrátka tak, že je to poměrně dost byrokratický systém i když ten program LEADER, který vlastně MASky používaly k realizaci projektů v minulém programovacím období tak je jeden z nejlepších, co se v komunální sféře týče. Jde tam hlavně o ten způsob rozdělování, řízení a plánování prostředků podle systému zdola a to se osvědčilo velmi dobře na rozdíl od ostatních operačních programů.“

5. Spolupracujete s místními aktéry, se soukromým sektorem?

„Myslím si, že tady máme poměrně slušnou spolupráci, neříkám, že je to úplně ideální, samozřejmě nějaké třecí plochy se také vždycky najdou, protože podnikání je jedna věc a samospráva a obec jako taková je věc druhá a na ten život v obci to v tomto případě dopadá. Protože tady máme poměrně veliký průmyslový, i když zemědělský areál, ale je tam poměrně rozsáhlý zpracovatelský průmysl a samozřejmě některé ty negativní vlivy jako např. já nevím třeba zápach, tak ty samozřejmě přispívají k těm negativním vlivům, ale ten zápach je vždycky jenom v určité části té obce. Na druhou stranu je vždycky třeba vidět, že ty podnikatelské subjekty se vždycky snaží ty střety minimalizovat, to se jim nedá upřít a myslím si, že ta spolupráce s obcí je velmi dobrá. Čehož dokladem jsou právě i ty akce, které společně pořádáme, hlavně ty kulturně společenské. Ty jsou poměrně bohaté a ty podnikatelské subjekty se v tom poměrně dobře angažují.“

6. Jaký je podle vašeho názoru pohled místních obyvatel na cestovní ruch a udržení venkovského prostoru? Myslíte, že mají zájem o turisty, nebo raději preferují „svůj klid“?

„Tak já samozřejmě nemůžu mluvit za všechny obyvatele, i když je zastupuji již 17. rok, ale já osobně a myslím, že i většina z nich preferuje vyváženost toho vztahu. To znamená zachování, snažíme se zachovat nějaký historické zdroje a historický vzhled té obce, což se nám daří a můžeme to chápat např. v okolí toho historického centra obce, ale samozřejmě ty periferní části obce se už nepodařilo ohlídat ať už urbanisticky nebo co se týče toho územního plánování v dřívějších dobách. S tím se dá těžko něco dělat, nějak to napravovat. My jsme v chráněné krajinné zóně Netolicko – Blanský les. Takže se ta část obce vztahuje podle určitých jejích pravidel a podmínek co se týče té realizace stavebního plánu. Je to o něco přísnější, nicméně ani tam to není úplně jednoznačné, protože nám do toho zasahuje Ústav památkové péče nebo daň životního prostředí si to také občas vykládají po svém. My jsme chtěli červené střechy a byli jsme ochotní jako jedni z mála v obci dát do místního územního plánu červené střechy, aby se zachoval ten venkovský ráz krajiny tak samozřejmě někteří obyvatelé to vnímali negativně, protože si mysleli, že zkrátka když máme tu svobodu, po roce 1989, tak si každý může dělat, co chce. My jsme naopak chtěli vyjít vstříc památkářům, ale ve finále nám to rozdělili takovou pomyslnou čarou na dvě poloviny, kde vlastně končí území chráněné

krajinné zóny a mimo tu dělicí čáru, která vede podél komunikace, která vede obcí. To, co je za tou komunikací už nikoho nezajímá, takže to je také špatně. Určitě tedy je zájem to zachovat, my jsme se nikdy nebránili návrhům památkářů a snažili jsme se zpracovat jejich podněty do státního fondu obce, ale bohužel na druhou stranu někteří obyvatelé obce toto tak nevnímají. A občas ani ne stavební úřad.“

7. Jaké služby nabízí vaše obec pro turisty?

„No tak to je přesně ten problém jako jsem zmiňoval na začátku. V podstatě ty služby co se týče stravovacích zařízení jsou velmi omezené, protože samozřejmě aby se tady na vsi užívala hospoda, nebo restaurace, která by byla v každodenním provozu, vařilo se v ní a kdykoliv by se tam kdokoli mohl zastavit tak to tady u nás nejde. Je to jen ten klasický vesnický styl pohostinství. Obchod tady funguje, to je všechno obecní prostor, který pronajímáme a v podstatě to i dotujeme provozně, aby se tyto služby mohly tady udržet. A co se týče ubytovacích kapacit tak to je tady jedno menší soukromé a jedno větší ubytovací zařízení, v prostorách bývalého ubytovacího zařízení zemědělského družstva, která tedy funguje k tomu svému účelu, ale ten ubytovací standart je dneska už někde jinde. Společné sprchy, toalety přes chodbu není dneska zkrátka to pravé. Takže tady v té turistické doprovodné infrastruktuře, kterou by ti turisté u nás uvítali, máme co dohánět.“

8. Co by podle Vašeho názoru přilákalo do obce víc turistů?

„No tak určitě tady všeobecně na Vodňansku a i na Lhenicku a všeobecně na této straně Blanského lesa je trochu větší problém hlavně v tom zimním období, co se týče využití toho turistického potenciálu a na to se tady nějak navazovat nedá. Nějaké zimní aktivity, které se třeba dají realizovat někde na Lipně to tady realizovat nejde samozřejmě. Pokud ale mohu mluvit za to Vodňansko tak tady pro tu turistiku tady mohlo vybudovat nějaké zařízení jako třeba typu wellness nebo nějaké plovárny, protože to tady skutečně chybí.“

Obec Olešník – starost JUDr. Jaroslav Pavlica

1. Jaké jsou rozvojové vize obce v rámci cestovního ruchu?

„V rámci Oranžového roku jezdíme s důchodci po památkách zatím České republiky, absolvovali jsme Prahu, Český Krumlov a další místa, která byla zajímavá. Jinak my

tady máme letní veřejné koupaliště, jezdí sem kvůli tomu hodně lidí, na kolech sem jezdí až támhle od Prachaticka a Tábořska, protože je to jedno z mála velkých koupališť v okolí. Máme velkou kapacitu, rozměrově je to 50x20m, takže jako bazén v Českých Budějovicích.“

2. MAS spolupráce – jak došlo ke spolupráci, kdo koho oslovil a jaký k tomu byl podnět?

„Tak samozřejmě MASka oslovila nás a pomalu to rozjíždíme. Je to všechno v začátcích, protože především tady musíme dělat spoustu věcí. Teď jsme vybudovali novou hasičskou zbrojnici, obecní byty, opravujeme mateřskou školku atd.“

3. Co byste doporučil pro rozvoj cestovního ruchu v rámci celé oblasti MAS Rozkvět?

„Já teda osobně bych řekl, že tady moc velký zájem o cestovní ruch není. Já osobně jsem členem Tělovýchovné jednoty v Kaplici a jezdíme Rakousko, Alpy máme slezené celé. Ale jak říkám, tady teď moc zájem není. My jako obec jsme začali vydávat noviny, tak jsem tam dal článek, abych to tu trochu probudil, že bychom tu mohli něco založit a věnovat se tomu. Ale je to spíš individuální.“ V současné době připravujeme cyklostezku /polní a lesní cesty, nejsem přívržencem asfaltu a betonu/ takto jsme zdevastovali naši přírodu již dost. Trasy budou tak, aby si cyklisté, popřípadě chodci, mohli vychutnat krásu přírodních koutů a památek v našich obcích.

4. Jaký přínos či negativa vidíte ve spolupráci s MAS?

„Přínos je samozřejmě v tom, že se nám otevírají možnosti. Teď momentálně jsme s ředitelkou a s vedoucí mateřské školky byli na MAS s tím, že chceme navázat spolupráci v rámci Německa, to co už je vlastně rozjeté, takže na to chceme také navázat.“

5. Spolupracujete s místními aktéry, se soukromým sektorem?

„V rámci oprav a staveb. Snažíme se maximálně, aby naši podnikatelé dostali zakázky. V rámci možností samozřejmě a v souladu se zákonem.“

6. Jaký je podle vašeho názoru pohled místních obyvatel na cestovní ruch a udržení venkovského prostoru? Myslíte, že mají zájem o turisty, nebo raději preferují „svůj klid“?

„No, jak jsem už říkal. Spíš je to individuální. Ale převládá u nás starší obyvatelstvo, které preferuje klid. Pomalu ale naše obec omlazuje, začínají se tu dost stavět nové domy, takže časem to bude zase o něčem jiném. Teď je tu silná skupina ta střední generace od těch 45-50, ale to je všechno angažováno jako hasiči. Jak muži, tak ženy. My máme 800 obyvatel a z toho je přes 200 hasičů.“

7. Jaké služby nabízí vaše obec pro turisty?

„Tak to je to koupaliště venkovní, my máme teď vybudováno velké sportoviště a letos chceme rozjet i příměstské tábory, aby maminky měli kam odložit své děti.“

8. Čím si myslíte, že je právě vaše obec zajímavá?

„Zajímavá je svojí historií. Z hlediska historie obec patřila vždycky pod hlubocké panství, zajímavá je tím, že máme tzv. Schwarzenberský dvůr, který patřil 12 hodnostářům, včetně Rudolfa II. a krále českého. Já osobně se o tuto historii zajímám, protože já v tomto dvoře bydlím. Náš děda ho koupil po první světové válce. Dále tady v obci máme jeden krásný starý domeček, který pokud se někdy zbourá, tak nikdo už nikdy nic takového nepostaví, tak jsme jako obec přemýšleli, že bychom ho koupili. Byl jsem za majitelem domu, který je v pečovatelském domě, po dlouhém přemlouvání jsme se dohodli, že by to prodal, tak jsem si myslel, že bychom tomu vrátili doškovou střechu a udělali z toho tu pravou chaloupku jihočeskou, jenže ono je to už v tak strašném dezolátním stavu, že budeme muset rozhodnout na zastupitelstvu, jestli do toho půjdeme, nebo ne. To by ale byla jedna další zajímavost, která by přilákala nové turisty. Trochu máme smůlu v tom, že tady máme ty odkaliště. Dříve se tomu říkalo MAPE, dneska je to DIAMO, takže tady máme samé kamiony.“

Obec Olešník spravuje ještě 2 další obce – Chlumeck a Novou Ves. Tam jsme udělali klubovnu, že se mají místní kde scházet, vybudovali si tam i tenisový kurt, takže se tam každý rok hraje „Memoriál Pepy BLÁHY“ zakladatele, který to tam všechno udělal. Jinak ještě v okolí máme dvůr, neboli statek Výštice. Ty s námi velice dobře spolupracují a navíc majitelka statku je členkou Výběrové komise MAS. Statek územně patří pod Chlumeck, ale je to uprostřed pomyslného trojúhelníku Olešník – Chlumeck -

Nová Ves. Mají tam koně, pořádají dětské tábory a různé aktivity. Vedou i výukové programy. Když jsem nastoupil do funkce před těmi 5 lety, tak jsme zavedli tradici na Silvestra tzv. „Olešnická stopa“. Z každé obce se vychází v 10:00 hod a všichni se sejdeme právě zde na statku a slavíme Silvestra, uprostřed našeho území. Jako hlavní důvod bylo to, aby se občasné z našich obcí scházeli a vzájemně se poznávali, což se náramně osvědčilo.“

9. Vaše obec je velice podporovaná skupinou ČEZ, jak k tomu došlo?

„My jako obec jsme v bezprostřední blízkosti jaderné elektrárny Temelín a všechny obce, které jsou v tomto kruhu, jsou podporovány Temelínem. Oni jsou pro nás velmi solidní finanční pomocí. My máme tzv. smlouvu, podle které dostáváme finance, pak je skupina ČEZ, od které jsme předloni dostali 750.000 Kč na dětské hřiště, my jsme dodali jen 250.000Kč, takže máme za milion korun krásné tzv. „Oranžové hřiště“, hned vedle koupaliště. Máme fotbalový stadion, tenisové kruty, máme zimní stadion – tedy samozřejmě jen na bruslení, takže od Temelína je to velká podpora.“

Obec Lhenice – starostka Ing. Marie Kubátová

1. Jaké jsou rozvojové vize obce v rámci cestovního ruchu?

„To je velice složitá otázka. My se samozřejmě snažíme o to, aby turisté, kteří se tu vyskytují, tak aby nám tu jen neprojeli autem. Takže první věc, kterou jsme hned řešili s MASkou, byla Linecká stezka, která se nám tady podařila obnovit. Zkoušeli jsme to přes několik různých grantů, ale buď jsme nebyli úspěšní, nebo jsme nevyhovovali podmínkám. Nakonec nám to vyšlo až s tou přeshraniční spoluprací s Bavorskem a Rakouskem. Ta Linecká stezka nám tady vede přes jednu část, která byla původně znečištěna odpadky atd., takže se nám vše nakonec podařilo vyčistit a podařilo se nám obnovit kus té cesty. Takže to byl jeden z nápadů, že tady máme pro ty turisty co nabídnout k zastavení. Vyhovují nám turisté na kole a pěší, aby se tady zastavili a podívali. Dále se snažíme ve spolupráci s Klubem českých turistů, kteří umí dobře značit pro pěší, a pro cyklisty, vytvořit a zaznačit nové cesty. Samozřejmě pořád máme takovou vizi o vybudování rozhledny, která tady v okolí chybí. Na Nový rok dělme společný výstup na horu Stráž a bylo by hezké, když by člověk měl možnost porozhlédnout se po okolí z té rozhledny. Dále bych chtěla navázat užší spojení s místními podnikateli hlavně co se týče ubytovacích a stravovacích zařízení. Ráda bych

s nimi probrala vize obce, abychom se mohly vzájemně podporovat. V rámci mikroregionu dále organizujeme cykloakce, máme tady zajímavou ovocnářskou cyklotrasu, dále pořádáme Slavnosti květů a Slavnosti plodů. Dále pořádáme slavnosti Sv. Ilí, kde pořádáme jarmark pro místní podnikatele. Chceme také zrekonstruovat náměstí, říká se, že pod náměstím jsou chodby, tak uvidíme. Pokud by se něco objevilo, byla bych ráda, když by se dalo zachovat a zpřístupnit alespoň část.“

2. MAS spolupráce – jak k tomu došlo, kdo koho oslovil a jaký k tomu byl podnět?

„Protože jsme členy MAS od úplného začátku od roku 2004, takže nejprve se spolupracovalo v rámci ovocnářství, protože jsem tady oblast ovocnářská. Vlastně oblast tohoto mikroregionu Lhenicko Chelčicko byl iniciátorem vzniku této MASky. Takhle vlastně vznikla ta spolupráce, čerpali jsme z PRV, která byla specializovaná na to ovocnářství. Spolupráce je už od začátku velice úzká, nápad ať už přijde ze strany naší, nebo ze strany MASky, tak se nikdy nestalo, že by se nápad shodil ze stolu. Vždycky se snažíme vyjít vstříc té druhé straně.“

3. Co byste doporučila k rozvoji regionu v rámci toho cestovního ruchu?

„Vím, že je to teď velice moderní, plno MASek se tím zabývá, nebo i samotné regiony – a to destinační management. Jde o skupinu lidí, kteří mají na starosti turismus v dané oblasti. Vhodné je také využití moderních technologií, aplikací, které se dají stáhnout do chytrého telefonu, přemýšleli jsme také nad zavedení hry geocaching. Proto je důležitá ta spolupráce s tím soukromým sektorem, aby ti turisté tady mohli i přespat, najíst se. Proto si myslím, že právě o to by se tady mohla starat ten destinační management, i třeba na úrovni MAS. Důležitá je ale i spolupráce obcí v daném regionu, protože pokud obec vymyslí něco nového, co nabídnout těm turistům, a nešíří to nikam dál, tak to také není dobře. Chtělo by to nějakou jednotu.“

4. Jaký přínos či negativa vidíte ve spolupráci s MAS?

„Já vidím jen přínosy.“

5. Spolupracujete s místními aktéry, se soukromým sektorem?

„Snažíme se jim nabízet, pokud si nikdo z nich nechce vytvářet svoje vlastní stránky, tak mají možnost vyvěsit jejich reklamu či informace na naše obecní stránky, atd. a

samozřejmě se snažíme o bližší spolupráci, např. v rámci Slavností plodů podnikatelům půjčujeme vlastní stánky, aby mohli prezentovat vlastní zboží.“

5. Jaký je podle Vašeho názoru pohled místních obyvatel na cestovní ruch a udržení venkovského prostoru? Myslíte, že mají zájem o turisty, nebo raději preferují „svůj klid“?

„Jak kdo. U nás se často setkávám s tím, že lidé vítají akce, které tady pořádáme, ale když se tady něco děje, tak místní kolikrát ani nepřijdou. Samozřejmě nemůžu mluvit za všechny. A pak naopak v průběhu roku jezdí na podobné akce do jiných krajů a stěžují si na to, že u nás nic nemáme.“

7. Jaké služby nabízí Vaše obec pro turisty?

„Tak máme tady několik stravovacích zařízení, ubytovacích zařízení, v blízkosti máme Ekofarmu.“

8. Čím si myslíte, že je právě Vaše obec zajímavá?

„Tak za prvé máme několik historických prvků, např. Hradiště, což se říká, že je to keltské, i když se to rozporuje s historiky, Lineckou stezku, celé jaro a léto nám taky zkrášluje okolí rozkvetlé sady. Dále máme památkové zóny a vesnickou památkovou rezervaci.“

Shrnutí řízených rozhovorů:

Ze získaných odpovědí můžeme jednoznačně konstatovat, že se všichni dotázaní shodnou na tom, že spolupráce s MAS Rozkvět je pro jejich obce velkým přínosem. Jak pro vzájemnou komunikaci v rámci celé oblasti, tak hlavně pro získávání státních a evropských dotací. Dále je také nutno dodat, že všichni dotazovaní starostové mají snahu rozvíjet cestovní ruch v jejich obcích a snaží se podporovat místní malé i střední podniky, kterých je na celém zkoumaném území malé množství, zejména podniků poskytujících kvalitní ubytovací a stravovací služby. Každá ze zkoumaných obcí má něco výjimečného, co může nabídnout turistům, navíc podle dotazovaných starostů většina obyvatel jejich obcí má zájem o rozvoj cestovního ruchu, což můžeme považovat za výhodu.

Velkou výhodou má navíc obec Olešník, jelikož se nachází v okruhu 10 km od jaderné elektrárny Temelín, tudíž je každý rok finančně dotovaná, což je pro obec velká pomoc.

4.1.4 Dotazníkové šetření

V rámci výzkumu oblasti, které je tato bakalářská práce věnovaná, bylo rozdáno přibližně 100 ks dotazníků. Dotazníky byly rozdány do vybraných místních stravovacích a ubytovacích zařízení a na obecní úřady. Bohužel, vyplněných dotazníků se vrátily jen čtyři, proto dotazníkové šetření nemůže být v této bakalářské práci použito jako směrodatný sběr informací. Dotazník je přiložen v příloze této bakalářské práce.

4.1.5 Shrnutí výzkumu

Na základě získaných dat z mystery shoppingu a rozhovory se starosty, místními aktéry a p. Ing. Krejčíčkovou – manažerkou MAS Rozkvět byla vyhotovena SWOT analýza. V této kapitole jsou uvedeny podklady pro sestavení SWOT analýzy.

Dle informací, které byly získány v průběhu průzkumu je patrné, že zkoumaný region v sobě skrývá velký turistický potenciál. Z turistického hlediska má zkoumaná oblast velice kvalitně vytvořenou hustou síť cyklotras a turistických tras pro pěší. Oblast má i co nabídnout z hlediska kulturních, historických a přírodních památek. Velkou výhodou zkoumaného území je funkční MAS, která spolupracuje jak s místními starosty obcí, tak se sousedním mikroregionem a snaží se i o podporu místních malých a středních podnikatelů. Další silnou stránkou zkoumané oblasti je velký výskyt zemědělských podniků, zejména potravinářského průmyslu. Např. v obci Lhenice je i proslulá výrobní regionálních moštů.

Tabulka 2 Silné stránky

SILNÉ STRÁNKY	
funkční propojení obcí a měst regionu a jejich aktivní zapojení do rozvojových projektů	1
fungující komunikace mezi veřejným a soukromým sektorem, zapojení do společných projektů	2
spolupráce dvou mikroregionů/svazku obcí při realizaci společných cílů	3
fungující místní zemědělské podniky, zejména v oblasti ovocnářství	4
přítomnost potravinářského průmyslu zaměřeného na zpracování místní produkce	5

kvalitní životní prostředí	6
hustá síť cyklotras a turistických tras	7
bohatá tradice	8
v blízkosti turisticky atraktivní místa	9
přírodní, kulturní a historické památky	10
funkční MAS	11

Zdroj: vlastní

Mezi nevýhody zkoumaného území můžeme zařadit malý počet kvalitních ubytovacích a stravovacích zařízení. Jak již bylo zmiňováno v rozhovorech se starosty, důvodem, proč je na zkoumaném území málo těchto zařízení je hlavně fakt, že oblast nemá využití cestovního ruchu v zimním období roku, takže podniky, které by chtěly plně fungovat po celý rok, nemají zákazníky. Většina stravovacích a ubytovacích zařízení, které se na území zkoumané oblasti vyskytují, nemají tedy pravidelnou provozní dobu. Za další slabou stránku můžeme uvést nedostatek informačních center. Na území zkoumané oblasti se nevyskytuje ani jedno informační centrum. Obce se sice snaží o rozdávání reklamních letáků do místních stravovacích podniků, na obecní úřady atd. ale to není bohužel dostačující a to hlavně z toho důvodu, že obecní úřady či pošty nejsou v provozu o víkendy, kdy je největší výskyt turistů. Jak již bylo ale zmíněno v rozhovorech se starosty, některé obce tento fakt kompenzují alespoň snahou o vytvoření informačních tabulí na návších jejich obcí. Další slabou stránkou jsou chátrající nevyužitá zemědělská, historická a hospodářská objekty. Bylo by vhodné projednat možnost využití těchto objektů jako tzv. brownfields.

Ačkoliv se na zkoumaném území vyskytují velké rybníky, jejich kvalita bohužel není dobrá, takže turisté se v nich nemohou koupat. Jediné místo, které se v oblasti zkoumaného území je přírodní koupaliště v Olešniku.

Tabulka 3: Slabé stránky

SLABÉ STRÁNKY	
špatný stav komunikací II. a III. Třídy v některých obcích	12
nedostatek finančních prostředků	13
nedostatečné využití turistického potenciálu	14
nedostatečné informační systémy, málo Informačních center	15
chybějící plochy na koupání	16
absence nabídky cestovního ruchu v zimní období	17
nedostatečný počet ubytovacích a stravovacích zařízení	18

chátrající nevyužitá zemědělská, historická a hospodářská objekty	19
---	----

Zdroj: vlastní

Jak již bylo zmíněno výše, podle dotazovaných starostů mají místní obyvatelé zájem o rozvoj cestovního ruchu. V některých obcích ze zkoumaného území pořádají různé akce, do kterých jsou zapojováni i místní obyvatelé. Po zhodnocení zkoumaného území na základě mystery shoppingu bylo zjištěno, že zkoumané území je velmi vhodnou lokalitou pro rozvoj jak cestovního ruchu, tak i agroturistiky. Na území zkoumané oblasti se stále nachází velké množství zachovalých statků, které se dají využít právě pro venkovské ubytovací a stravovací zařízení ve venkovském duchu, které je právě typické pro agroturistiku, což by znamenalo rozvoj služeb na daném území a využití turistického potenciálu.

Tabulka 4: Příležitosti

PŘÍLEŽITOSTI	
rozvoj malého a středního podnikání	20
aktivita občanů pro rozvoj cestovního ruchu	21
využití moderních technologií pro rozvoj tradičních místních výrob	22
ustavení Chelčicko - Lhenické ovocnářské oblasti jako marketingové značky a záruky kvality výrobků	23
využití moderních technologií pro rozvoj komunikace ve společnosti	24
využití turistického potenciálu území	25
rozvoj turistického ruchu, agroturistiky	26
zachycení projíždějících turistů	27
rozvoj služeb	28
relativní blízkost a snadná dopravní dostupnost velkých center - České Budějovice, Písek	29

Zdroj: vlastní

Rozvoj cestovního ruchu a přilákání tím nových turistů je sice vhodné pro celou zkoumanou oblast, ale zároveň s sebou nese i určité ohrožení. Mezi nejzásadnější ohrožení můžeme zařadit znečištění životního prostředí, narušení zachované venkovské struktury sídel a zhoršení stavu komunikací.

Tabulka 5: Ohrožení

OHROŽENÍ	
možnost devastace krajiny v důsledku krachu zemědělských podniků	30

narušení zachovalé venkovské struktury sídel	31
znečištění životního prostředí	32
zhoršování technického stavu komunikací	33
blízkost jaderné elektrárny Temelín	34

Zdroj: vlastní

4.1.6 SWOT analýza

SWOT analýza hodnotí význam interních a externích vlivů, které působí na daný region. Zkratka SWOT je vytvořena z počátečních písmen anglických slov strengths (silné stránky), weaknesses (slabé stránky), opportunities (příležitosti) a threats (ohrožení). Hrabánková, Řehoř, Rolínek a Svatošova (2011). Podle Řehoře a Rolínka (2008) je třeba se ve SWOT analýze hlavně zaměřit na ty druhy silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení, které jsou z hlediska rozvoje regionu strategicky významné.

Na základě výsledků SWOT analýzy určíme typ strategie, vhodný pro analyzovaný region. Typy strategií:

- Strategie využití (SO) – nejvíce žádoucí strategická pozice, kdy se jedná o region vysoce konkurenceschopný, s příznivým předpokladem rozvoje. V této strategii se jedná o využití silných stránek pro zhodnocení příležitostí.
- Strategie hledání (WO strategie) – zde jsou příležitosti využity k odstranění slabých stránek.
- Strategie konfrontace (ST) – region má dostatek vnitřních zdrojů, které využije k přímé konfrontaci s ohrožením.
- Strategie vyhýbání (WT) – nejméně žádoucí strategická pozice, kdy je region v úpadku. Jedná se o obrannou strategii, zaměřenou na eliminaci slabých stránek a vyhýbání se vnějšímu zdroji ohrožení. Hrabánková, Řehoř, Rolínek a Svatošová (2011).

Tabulka 6: SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY			
funkční propojení obcí a měst regionu a jejich aktivní zapojení do rozvojových projektů	1	22	0,039

fungující komunikace mezi veřejným a soukromým sektorem, zapojení do společných projektů	2	26	0,046
spolupráce dvou mikroregionů/svazku obcí při realizaci společných cílů	3	23	0,041
fungující místní zemědělské podniky, zejména v oblasti ovocnářství	4	20	0,036
přítomnost potravinářského průmyslu zaměřeného na zpracování místní produkce	5	19	0,034
kvalitní životní prostředí	6	3	0,005
hustá síť cyklotras a turistických tras	7	20	0,036
bohatá tradice	8	1	0,002
v blízkosti turisticky atraktivní místa	9	4	0,007
přírodní, kulturní a historické památky	10	4	0,007
funkční MAS	11	29	0,052
SOUČET		171	0,3
SLABÉ STRÁNKY			
špatný stav komunikací II. a III. Třídy v některých obcích	12	10	0,018
nedostatek finančních prostředků	13	21	0,037
nedostatečné využití turistického potenciálu	14	20	0,036
nedostatečné informační systémy, málo Informačních center	15	13	0,023
chybějící plochy na koupání	16	11	0,02
absence nabídky cestovního ruchu v zimní období	17	13	0,023
nedostatečný počet ubytovacích a stravovacích zařízení	18	25	0,045
chátrající nevyužitá zemědělská, historická a hospodářská objekty	19	7	0,012
SOUČET		120	0,21
PŘÍLEŽITOSTI			
rozvoj malého a středního podnikání	20	28	0,05
aktivita občanů pro rozvoj cestovního ruchu	21	14	0,025
využití moderních technologií pro rozvoj tradičních místních výrob	22	11	0,02
ustavení Chelčicko - Lhenické ovocnářské oblasti jako marketingové značky a záruky kvality výrobků	23	20	0,036
využití moderních technologií pro rozvoj komunikace ve společnosti	24	15	0,027
využití turistického potenciálu území	25	22	0,039
rozvoj turistického ruchu, agroturistiky	26	31	0,055
zachycení projíždějících turistů	27	27	0,048
rozvoj služeb	28	27	0,048
relativní blízkost a snadná dopravní dostupnost velkých center - České Budějovice, Písek	29	5	0,009
SOUČET		200	0,36
OHROŽENÍ			

možnost devastace krajiny v důsledku krachu zemědělských podniků	30	16	0,029
narušení zachovalé venkovské struktury sídel	31	17	0,03
znečištění životního prostředí	32	23	0,041
zhoršování technického stavu komunikací	33	13	0,023
blízkost jaderné elektrárny Temelín	34	1	0,002
SOUČET		70	0,12
CELKEM		561	1

Zdroj: vlastní

Vyhodnocení SWOT analýzy pomocí Fullerovo trojúhelníku (Fullerův trojúhelník viz příloha):

Tabulka 7: Vyhodnocení SWOT analýzy

Silné stránky	0,305
Slabé stránky	0,214
Příležitosti	0,357
Ohrožení	0,125

Zdroj: vlastní

Po zhodnocení silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení zkoumané oblasti na základě SWOT analýzy je vhodné zvolit strategii využití.

4.2 Návrhová část

Dle navrhované strategie využití je tato část bakalářské práce je věnovaná specifickým formám cestovního ruchu a moderním technologiím, které by bylo vhodné využít pro zviditelnění území, kterému je tato bakalářská práce věnovaná, a tím přispět k budoucímu rozvoji regionu na základě využití silných stránek a příležitostí zkoumaného regionu.

Seniorský cestovní ruch

Jak již bylo uvedeno v teoretické části bakalářské práce, seniorský cestovní ruch v sobě ukrývá velký potenciál a z informací z odborné literatury můžeme vyvodit, že i pro naši lokalitu by bylo vhodné zaměřit se na seniory. Nabídnout seniorům můžeme jak selské baroko, které se vyskytuje v hojném počtu na území Svazku obcí Blata i mikroregionu Chelčicko-Lhenickém, tak i zámky (zde by bylo možné do tématických balíčků zahrnout zámky z nejbližšího okolí, především zámek Hluboká nad Vltavou a zámek Kratochvíle) či kostely. Kostely můžeme také zahrnout do specifické formy cestovního ruchu a to tzv. religiozního cestovního ruchu, kterému se věnuji v následující kapitole.

Religiózní cestovní ruch

Vzhledem k tomu, že na našem území je velký výskyt kulturních památek jako kostely, boží muka, kapličky a zvonice, navrhuji inspiraci ve výše zmíněném religiózním cestovním ruchu. Potencionálním turistům můžeme nabídnout poutní cestu po kostelech a kapličkách. Většina kostelů jsou ve vynikajícím stavu, navíc se na zkoumaném území vyskytuje poutní místo Lomec, ke kterému náleží velký hřbitov a klášter pro jeptišky v seniorském věku. Poutní kaple na Lomci se může pyšnit kopií vatikánského baldachýnového oltáře. Podle mého názoru ovšem není vhodné navrhovanou cestu označit jako náboženskou, protože Češi jako národ jsou momentálně v Evropě chápáni jako nejvíce ateistický národ. Turistická trasa by tedy měla nabídnout i něco jiného a nabízené kostely mít jen jako doplněk v rámci celé trasy jako komplexu.

Geocaching

Další specifickou formou cestovního ruchu, kterou by bylo vhodné využít ve vybrané oblasti, je již zmiňovaná hra geocaching. Výhodou pro pozitivní rozvoj tohoto specifického cestovního ruchu je fakt, že Česká republika má vysoce rozvinutou síť turistických a cykloturistických značených tras, což pro geocaching představuje významnou infrastrukturu. Geocaching podporuje hlavně tuzemský cestovní ruch. Tuzemský cestovní ruch v sobě ukrývá velký potenciál, což se projevilo zejména v období ekonomické krize.¹

¹ Podle doc. Plesníka (konference Vysoká škola polytechnická v Jihlavě – Aktuální problémy cestovního ruchu, 2015), který se geocachingu věnuje, můžeme hráče rozdělit do dvou hlavních skupin:

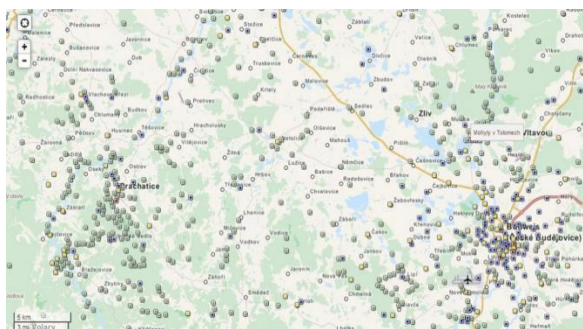
- Hráč, který pouze hledá skrýše a po nalezení odjíždí z dané oblasti
- Hráč, který si vybírá oblast, ve které chce strávit dovolenou a spojit s hledáním skrýší

Podle výzkumu doc. Plesníka až 74 % hráčů spojuje geocaching s poznáváním turistické destinace. Proto by se skrýše měly propojit ještě s nějakou jinou zajímavou aktivitou, která by přilákala hráče – turistu ke strávení dovolené právě na našem území.

Doc. Plesník dále podotýká, že právě geocaching se může stát marketingovým a komunikačním nástrojem, a může dále podivovat místní aktéry k zařizování nových skrýší a tím využít geocaching jako aktivátor zájmu o danou oblast.

Podle mého názoru je právě tato hra skvělým nástrojem pro zviditelnění území MAS Rozkvět, Na vybraném území je spousta zajímavých míst, jako např. památné stromy, (Libějovice, Zahájí, Mičovice) či rozsáhlé mohylové pohřebiště (Krtely). Za výborný nápad při využití geocachingu považuji otevření geocachingového parku v USA, kde ukryli cache po trase, která v celku tvořila tvar E.T. První den, kdy byl park otevřený, navštívilo místo až 300 návštěvníků. Proto bych navrhovala podobný nápad aplikovat na území MAS Rozkvět. První cache, která byla v České republice zavedená, je poblíž jeskyně Šipka u Štramberku. Dodnes je tato destinace pro hledáče velkou výzvou a jezdí do této lokality jen z důvodu nalezení této konkrétní cache. Na následujícím obrázku můžeme vidět výskyt skrýší na jihu Čech:

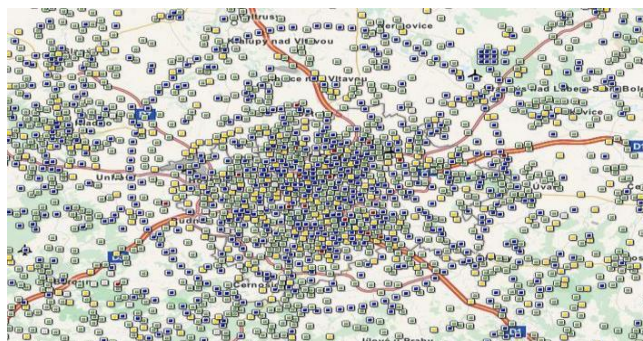
Obrázek 5: Skrýše na jihu Čech



Zdroj: www.geocaching.com

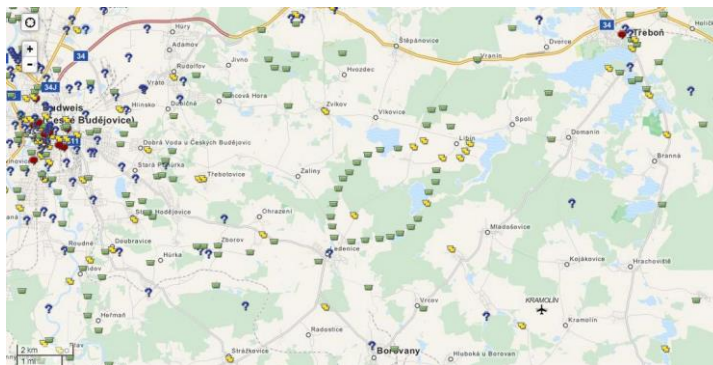
Jak již výše byl uveden jistý park v USA, tak i na území České republiky můžeme nalézt zajímavé tvary, ve kterých jsou cache ukryty. Jako nejzajímavější v rámci České republiky uvádím příklad Prahy a Třeboně – viz obrázky níže.

Obrázek 6: Skrýše v okolí Prahy



Zdroj: www.geocaching.com

Obrázek 7: Skryše v okolí Třeboně



Zdroj: www.geocaching.com

4.3 Souhrn a vlastní návrhy

Na základě vlastního průzkumu dané oblasti tedy navrhuji:

1. Turistická trasa spojená s geocahingem;
2. Turistická trasa se zaměřením na kulturní památky;
3. Vlastní reklamní brožura;
4. Jednotné webové stránky;
5. Informační tabule.

4.3.1 Turistická trasa s geocashingem

Tato turistická trasa by byla vhodná spíše pro mladší rodiny i s dětmi a kešky (cache) by mohly být ukryty v určitém tvaru v rámci celého území tak, aby turista mohl navštívit kompletní celé území. Na dalším obrázku uvádím vlastní návrh umístění skrýší, které by tvořily tvar jablka a šípů. Pro Chelčicko - Lhenickou oblast je právě jablko typickým znakem a to hlavně díky vysokému výskytu ovocných sadů. Tím by byl návštěvník odkázán k návštěvě celého území jako celku a navíc by jeho cesta jako celek působila jako jistá forma dobrodružství.

Obrázek 8: Vlastní návrh umístění skrýší



Zdroj: vlastní

Skrýše mohou být ukryty na zajímavých místech, jako jsou památné stromy, boží muka, mohylové pohřebiště, v ovocném sadu apod.

Tato trasa může být spojena i s návštěvou ranče v Plástovicích, kde si turisté mohou vyzkoušet různé styly jezdeckví nebo vyrazit na projížďku na koni po okolí. Další zajímavost, kterou můžeme turistům této turistické trasy nabídnout je již zmiňovaný statek Výštice, který mimo stravovacích a ubytovacích služeb nabízí i různé vzdělávací programy, dětský tábor, práce na statku atd. Další zajímavou ubytovací možností je statek Boží oko.

4.3.2 Turistická trasa se zaměřením na kulturní památky

Druhá navrhovaná trasa by byla vhodnější nabízet pro starší generaci. Tato trasa by nabízela výlety po okolních kostelech (Olešník, Chelčice, Křišťanov, Lhenice aj.), návštěvu poutního místa Lomec a prohlídku objektů seelského baroka v okolí. Celá nabídka by se dala spojit s možností ubytování např. na statku Boží oko, který nejen že je umístěn v prostorách tradičního jihočeského statku, ale také mimo ubytovacích a stravovacích služeb nabízí wellness.

4.3.3. Vlastní reklamní brožura

Další možnost zviditelnění zkoumané oblasti vidím v inspiraci u mikroregionu Dolní Střela. Na konferenci RegioTour 2015, které se autorka zúčastnila v lednu 2015 na veletrhu cestovního ruchu v Brně, jsem získala brožuru tohoto mikroregionu. Tento mikroregion je velice podobný našemu zkoumanému území. V brožure je čtenář nejprve stručně seznámen s historií mikroregionu, v další kapitole popisuje okolní přírodu (lesy, řeky, potoky), dále uvádí nejvýznamnější památky území (kostely, kaple, klášter, zámek) a poukazuje na lidovou architekturu. V druhé polovině brožury je čtenář seznámen s každou obcí, která do mikroregionu spadá. Každá následující dvoustránka je věnovaná jedné obci. Celá brožura je doplněna o fotografie z mikroregionu. Celkově tato brožura působí velice profesionálně a myslím, že dokáže zaujmout velký počet nových potencionálních turistů (zákazníků). Ukázka brožury je přiložena v přílohové části této bakalářské práce.

4.3.4 Jednotné stránky MAS v rámci České republiky

Důležitou funkci u každé turistické destinace tvoří správná reklama či všeobecná vědomost o daném území. Největším problémem zkoumané oblasti je podle autorky fakt, že turisté, mířící na jih Čech z jiného kraje budou jen těžko vědět o existenci této oblasti jako celku. Zásadní problém je v nejednotě všech MAS území po celé České republice. Po prohlédnutí různých webových stránek měst, obcí a krajů lze konstatovat, že organizace MAS mají kolikrát zajímavější internetové stránky, než stránky příslušného kraje. Vzhledem k tomu, že turisté z jiných krajů ale nemohou vědět, pod čím MAS hledat, dochází k tomu, že zkoumaná oblast nebude vůbec navštívena. Nikdo např. ze severních Čech nemůže přeci vědět, že pokud plánuje v létě cestu do jižních Čech, měl by se podívat na stránky MAS Rozkvět, protože ten název ho samotného nenapadne. Navíc většina lidí ani nemá vědomosti o MAS a jejich existenci či jejich funkci. Odkazy na jednotlivé stránky MAS příslušného kraje by měly být uvedeny na hlavních krajských internetových stránkách. Samozřejmě, že na stránkách www.jiznicechy.cz naleznete různé turistické tipy, ale většina z nich nás odkazuje na oblíbené turistické destinace. Pokud ale chceme turisty dovést na venkov, měli bychom jim také nabídnout i jiné možnosti. Zajímavě vytvořené stránky jsou podle autorky webové stránky pro podporu agroturistiky – www.prazdninynavenkove.cz. Návštěvník těchto stránek si může vybrat mezi typem dovolené, kterou preferuje, dále zadá kraj,

který plánuje navštívit a na interaktivní mapě dostane celkovou nabídku daného kraje přesně podle vybraného území. Dále stránky návštěvníka odkazují na stručný popis daného místa včetně odkazu na jejich webové stránky. Myslím, že vytvoření něčeho takového pro všechny MAS v České republice by bylo ideální.

Problém je ovšem fakt, že MAS jsou v oblasti domácího cestovního ruchu vzájemně vnímány jako konkurenční, takže pro MAS by jednotné stránky pravděpodobně nebylo vhodné aplikovat.

4.3.5 Informační tabule

Ve zkoumaném území není ani jedno oficiální informační centrum, které by bylo registrováno v Asociaci turistických informačních center. Nejblíže infocentrum se nachází v městě Netolice, které nepatří do zkoumané oblasti. Jak již bylo uvedeno i v některých rozhovorech se starosty, obce se snaží nahrazovat přítomnost informačních center pomocí umístění informační tabule na návsi, nebo rozdávají informační letáky po místních ubytovacích a stravovacích zařízeních, poštách, či jiných institucích. Sezónní Informační centrum selského baroka funguje v Plástovicích. Přítomnost informačních center v malých obcích zřejmě není nutná, ovšem každá obec by na návsi měla mít informační tabuli s mapou okolí, včetně upozornění na zajímavá místa v okolí. Nejzajímavější turistickou mapu mají podle autorky v obci Křišťanov (viz příloha).

V této oblasti pomohla propagaci regionu MAS Rozkvět která v rámci realizace několika projektů instalovala napříč regionem turistická odpočinková místa. Síť odpočívadel instaloval po trase Ovocnářské cyklotrasy také Mikroregion Chelčicko-Lhenický.

4.4 Nové technologie v rámci cestovního ruchu

Komunikační a informační technologie můžeme využít i v cestovním ruchu tak, jako i v jiných oblastech. Jejich vývoj globálně považujeme jako nejrychleji se vyvíjející.

Internet a chytré telefony v dnešní době neodmyslitelně patří i k cestovnímu ruchu. Staly se důležitým nástrojem pro různé subjekty cestovního ruchu jak pro výměnu a získávání informací, komunikaci mezi zákazníkem a provozovatelem cestovního ruchu, tak i pro provádění rezervací. Výhodou je rychlost, efektivita, nízká cena při prezentaci subjektů a poskytování služeb. Internet a chytré telefony představují neomezené množství různým možnostem, jak prezentovat svůj produkt, či službu přímo konečnému

odběrateli. Je tedy nezbytné používat internet právě k reklamě dané oblasti, kterou chceme propagovat.

Níže jsou uvedeny návrhy možností využití internetu a mobilních aplikací, které by bylo vhodné využít právě pro přilákání nových turistů.

4.4.1 Virtuální prohlídky a Google maps

Mnoho lidí v dnešní době nechce kupovat něco, co již nebylo někým před ním vyzkoušeno a tak při výběru své destinace, kde stráví dovolenou, využívá internet. Na internetu se dnes dá najít nejen nabídka služeb, ceník či jiné, ale můžeme se na dané místo podívat, jak to tam opravdu vypadá. V tomto směru nám hodně pomohla americká firma Google, která na území České republiky zavedla přibližně v roce 2012 aplikaci Google Street View. Právě díky této aplikaci se můžeme dostat do míst, která máme zájem navštívit a přesvědčit se o jejich krásách.

Google Street View ale zobrazuje jen ulice. Ve stejném duchu lze i vytvořit virtuální prohlídku daného místa zevnitř. Mnoho turistických destinací se podle toho již zařídila. Např. v minulém roce jaderná elektrárna Temelín poskytla virtuální prohlídku svého areálu, který není běžně přístupný široké veřejnosti. Výbornou inspirací přímo ve zkoumaném okolí jsou webové stránky Wellness hotelu Boží Oko, který se nachází v Malých Chást'aněch. Při návštěvě jejich stránek máte možnost procházet celým areálem, včetně pokojů, restaurace, zahrady, fitnes a wellness prostorů.

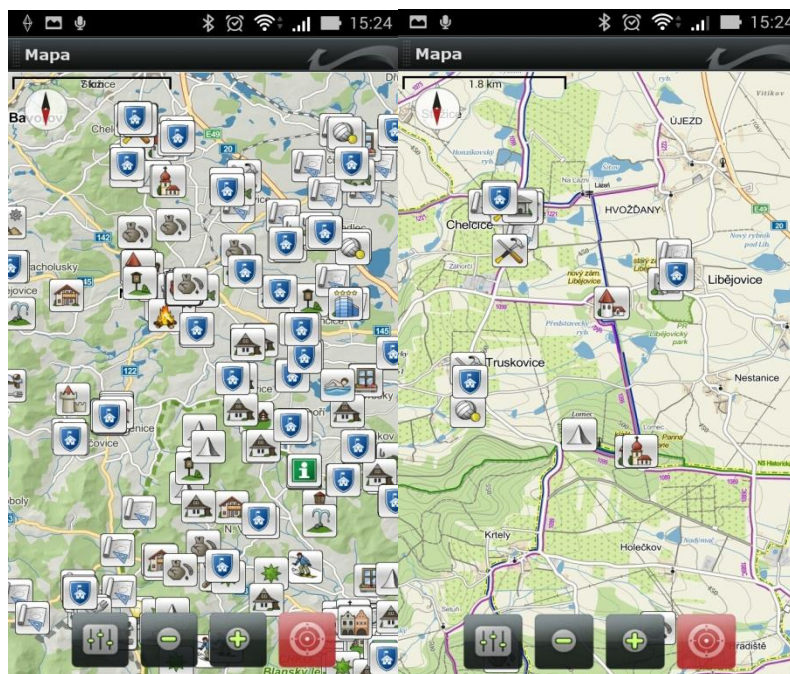
4.4.2 Mobilní průvodce

MAS Rozkvět, v rámci projektu „Na vandr či na výlet... s mobilem v kapse regionem“, který je realizován v rámci grantu Jihočeského kraje – Grantový program Produkty a služby v cestovním ruchu, zahájila v roce 2014 provoz interaktivní mapy, kterou si každý návštěvník kraje může stáhnout do svého mobilního telefonu. Jedná se o mobilní aplikaci, která vám nabízí veškeré možnosti v oblasti, ve které se zrovna nacházíte. Ať už hledáte ubytování, pohoštění, kulturu, či pamětihodnost.

Mobilního průvodce si každý, kdo vlastní chytrý telefon, může zdarma stáhnout. Aktuální informace lze do mobilního průvodce sáhnout z internetu předem a aplikaci pak funguje i v místech bez pokrytí signálem GPS. Aplikaci také může sloužit jako hlasový průvodce městem, regionem, cyklostezkou či pro pěší. Po přiblížení

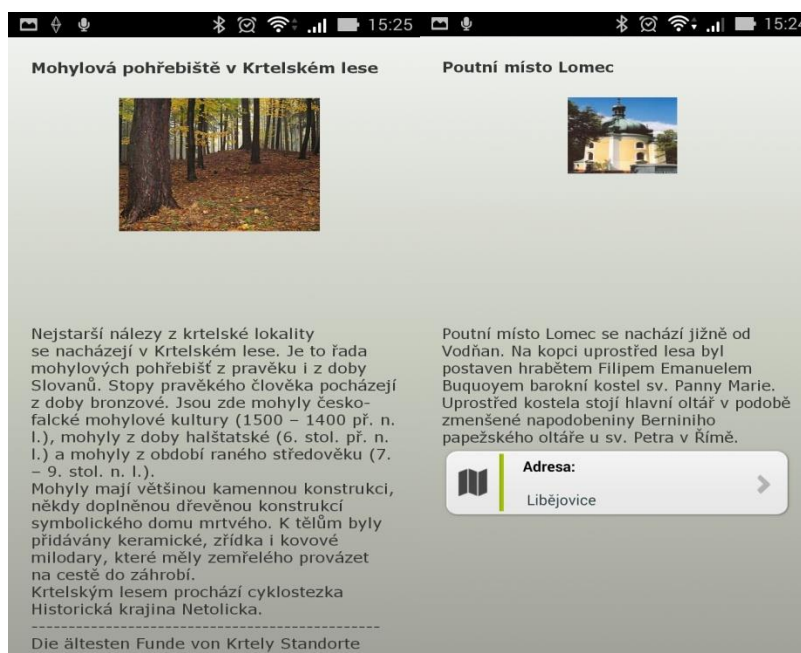
k zajímavému místu se sama aplikace spustí a nahlas přečte podrobné informace s možností výběru až sedmi světových jazyků. Pro představu, jak mobilní aplikace vypadá:

Obrázek 9: Ukázka mobilní aplikace - Malovice



Zdroj: vlastní

Obrázek 10: Ukázka mobilní aplikace - atraktivity



Zdroj: vlastní

4.4.3 Word Lens (překlad textů)

Word Lens je další zajímavou mobilní aplikací, kterou ale zatím v České republice využít nemůžeme, protože není přizpůsobená pro český trh, ale jednou dozajista bude. Jedná se o aplikaci, kterou si stáhnete do chytrého telefonu a vyfotíte libovolný cizojazyčný text. Ať už jídelní lístek, nebo turistickou tabuli s informací o nějaké pamětihodnosti a aplikace Word Lens vám text přeloží do příslušného jazyka. To by v budoucnu mohlo ušetřit spoustu práce s překládáním všech textů do spousty jiných jazyků. Samozřejmě, že např. anglický a německý překlad se bude stále hodit, ale nebudeme se muset starat např. o čínské turisty, kterých u nás v republice rok od roku přibývá.

5. ZÁVĚR

Dle zpracované analýzy a syntézy je na území MAS Rozkvět, konkrétně tedy na zkoumaném území Chelčicko – Lhenicko a oblasti svazku obcí Blata, velký turistický potenciál. Svědčí o tom i výsledek provedené SWOT analýzy. Oblast má dostatek možností, co turistům nabídnout ze strany kulturního, turistického a přírodního charakteru. Velkou nevýhodou je fakt, že většina turisticky zajímavých historických a kulturních památek je ve špatném stavu. Např. v Libějovicích se nacházejí hned 2 zámky. Jeden je v soukromém vlastnictví, v dnešní době v částečné rekonstrukci a prostory zámku jsou využity jako ubytovací zařízení. Druhý, starší zámek, byl v minulosti využíván jako areál pro vojáky a v dnešní době je v neudržovaném stavu.

Na rozdíl od těchto památek se ale zkoumaná oblast může pyšnit krásnou, nedotčenou přírodou. V okolí se nachází velké množství přírodních parků a rezervací a v obcích si návštěvník může prohlédnout zachovalé selské baroko, které neodmyslitelně patří k jihočeskému venkovu. Většina obcí ze zkoumané oblasti pořádá velké množství kulturních a společenských akcí, které mohou zaujmout i další turisty. Mezi nejzajímavější můžeme zařadit akce pořádané velkým spolkem baráčníků, který je např. v obci Pištín. Starostové se shodli také na tom, že většina obyvatel jejich obcí je ochotna pomáhat s organizací různých kulturních akcí. Je ale nutno podotknout, že velké množství obyvatel odjíždí za stejnými, či podobnými akcemi do jiných krajů či okresů. Společenských a kulturních událostí, které jsou pořádány jejich obcí se častokrát nezúčastní. V dnešní době, jak již bylo zmiňováno v úvodu, je venkov chápán velmi pozitivně. Dříve byl venkov vnímán spíše jako problematický a bez jakéhokoliv potenciálu nezemědělského podnikání, místem s vyšší nezaměstnaností a typický pro migraci mladých lidí za vzděláním a lepší prací do větších měst. Dnes je venkov vnímán spíše jako idylické místo, podnikatelsky zajímavé, s velkým potenciálem zaměstnanosti a je čím dál tím víc atraktivní pro mladé rodiny. Často se můžeme setkat s negativním počátečním přístupem původních obyvatel některých obcí k novým přistěhovavším se rodinám z měst, později ale právě tyto rodiny jsou tím impulsem, které přinášejí do každé obce něco nového a ve většině případů jsou to právě tyto mladé, přistěhované rodiny, které mají velký zájem o zvýšení atraktivity daného území.

Na základě provedené SWOT analýzy území MAS Rozkvět, byly porovnány slabé a silné stránky daného území, příslušné příležitosti a ohrožení. Po vzájemném porovnání všech výše uvedených aspektů vyloučeno doporučení řídit se podle strategie využití.

Zkoumané území má mnoho silných stránek, které může využít právě ve prospěch cestovního ruchu. Proto bylo navrženo pět způsobů, které mohou na zkoumané území přilákat nové turisty a zabezpečit návrat těch stávajících. První návrh je orientován na seniorský cestovní ruch, který se poslední dobou stává trendem v cestovním ruchu. Zmiňovaný vysoký počet kulturních, historických a přírodních památek lze využít k sestavení turistické trasy. Zkoumané území nabízí i kvalitní ubytovací možnosti, např. již v textu zmiňované Boží oko, které poskytuje ubytovací a stravovací služby ve venkovském stylu s vysokým standardem. Další návrh je spíše orientovaný na rodiny s dětmi. Jedná se o turistickou trasu spojenou s využitím hry geocaching.

Další návrhy, které jsou v této bakalářské práci navrženy, se týkají především propagace zkoumané oblasti. Autorka navrhuje sjednocení MAS České republiky a jejich turistických možností na jednu webovou stránku a vytvoření reklamní brožury.

Posledním návrhem v této bakalářské práci je vytvoření informačních tabulí na návších obcí daného území. Důvodem tohoto návrhu je fakt, že se na území zkoumané oblasti nevyskytuje ani jedno Informační centrum.

Další vhodnou formou propagace zkoumané oblasti je využití moderních technologií. Internet a různé mobilní aplikace v dnešní době již neodmyslitelně patří k cestovnímu ruchu a většina návštěvníků používá chytré telefony k plánování své dovolené. MAS Rozkvět v průběhu roku 2014 spustila projekt „Na vandr či na výlet... s mobilem v kapse regionem“ (viz kapitola 4.4.2). Tato mobilní aplikace poukazuje na kulturní, historické a přírodní atraktivity zkoumaného území a umožňuje návštěvníkovi zkoumaného území naplánovat různé turistické trasy. Mobilní aplikace by se dala propojit i s výše navrhovanými trasami – turistická trasa v rámci seniorského cestovního ruchu a hlavně pro naplánování druhé navrhované trasy spojené s geocachingem.

Dále autorka zmiňuje další dvě zajímavé aplikace, které mohou pomoci se zvýšením atraktivity zkoumaného území. Jedná se zejména o rozšíření vlastních map všech kulturních, historických a přírodních atraktivit území pomocí 3D mapy, která může návštěvníkovi pro představu ukázat, jak vybrané atraktivity území vypadají. Druhou

zmiňovanou možností je využití aplikace Word Lens. Jedná se o scan textu v jakémkoliv jazyce do mobilního telefonu, který pomocí této aplikace zvolený text přeloží do vybraného jazyka.

Velkou výhodou zkoumaného území je plně funkční Místní akční skupina, pod vedením Ing. Krejčíčkové. Tato manažerka má bohaté zkušenosti s projektováním a realizací rozvojových produktů pro cestovní ruch a právě díky ní získává MAS Rozkvět po celou dobu svého působení velké množství finanční podpory jak z fondů EU, tak z fondů ČR. Lze se tedy domnívat, že i v novém programovacím období využijí v MAS Rozkvět fondových prostředků z EU k dalšímu využívání potenciálu území pro služby cestovního ruchu.

6. SUMMARY

This thesis is called New trends and technologies in tourism and its contributions for Czech countryside. The aim of the thesis is to analyze all services and conditions of the market of my chosen area and try to suggest new trends and technologies which could help to bring more tourists to our countryside. This thesis is made on propose of Ing. Krecickova from a nonprofit communityLAG Lhenice.

The thesis is divided into 3 main parts. Theoretical, practical and conclusions.

The first part of the thesis is based on the professional Czech and foreign literature books. It's about to introduce the theory of the thesis topic and different points of view from many experts. First of all main expressions about tourism, its history and then its present conception are explained. There are also explained all different kinds of tourism and today's options with modern technologies such as mobile phones and internet mainly. In this part of my thesis there is also explained what financial resources LAG has – mainly European regional development fund, European social fund and European agriculture fund for rural development.

The second part of the thesis is the practical one. The main part is about the chosen area – first of all the chosen area is introduced in the thesis and then it's analyzed on mystery shopping, structured interviews and survey bases. On the based dates there is a SWOT analysis done, which helped us to evaluate the current situation and suggest new trends or technologies for our countryside.

In the last part of the thesis there are 5 main recommendations for the chosen area. The recommendations are – to make a tourist trip concentrated on elderly people, second recommendation is a tourist trip for young families by using Geocaching game. Another recommendations is based on making own advertising book. Last two recommendations are about making one web sites for all LAG across the Czech Republic and putting information boards in every single village.

7. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- ATTL, P., NEJDL, K. 2004. Turismus I. 1. Vyd. Praha: Vysoká škola hotelová. 178 s.
- BURIAN, M., VAJČNEROVÁ, I. A NOVÁK, P. 2008. Cestovní ruch na venkově. Tišnov: ECEAT
- ČEPELKA, O. 2003. Průvodce neziskovým sektorem Evropské unie II.díl. Liberec: Občasné sdružení Omega.Průvodce fondy RU 2007-2013. Brno: HVB Bank Czech Republic. 2007.
- HALL, C. M., PAGE, S. J. 2006. The Geography of Tourism and Recreation: Environment, place and space. 3rd edition. London: Routledge.
- HALL, D. R. 1998. Turism and Travel. Harlow: Addison Wesley Longman.
- HESKOVÁ, M. A KOL, 2011. Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy. Praha: Fortuna.
- INDROVÁ, J. 2009. Cestovní ruch: Základ. Praha: Vysoká škola ekonomická.
- JAKUBÍKOVÁ, D. 2009. Marketing v cestovním ruchu. Praha: Grada Publishing.
- KOTALÍKOVÁ, H. 2012. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. Praha: Grada Publishing.
- NAVRÁTIL, J. 2012. Návštěvník jako rozvojový faktor navštíveného místa. Praha: Alfa.
- ONDŘEJ, P. 2010. Problémy venkovských oblastí a přístupy k jejich řešení s důrazem na cestovní ruch. IN: Sborník příspěvků z 1. Mezinárodního kolokvia o cestovním ruchu. Brno: Masarykova univerzita
- PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. 2002. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: MMR.
- RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČNEROVÁ, I. 2011. Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Praha: Grada Publishing.
- STŘÍBRNÁ, M. 2005. Venkovská turistika a agroturistika. Praha: Profí Press

ŠKODOVÁ PARMOVÁ, D. 2007. Agroturistika. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.

COT Business, 1/2015. Praha.

Internetové zdroje:

GROUND SPEAK PARTNERING. 2012. Organizing caches for a City, State or Region. Dostupné z WWW: <http://support.groundspeak.com/index.php?pg=kb.page&id=97>>

Hlavní faktory regionálního rozvoje ČR – kulturní potenciál, cestovní ruch a veřejná správa 2007. Praha: CzechTrade. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/rozvoj-regionu/faktory-regionalniho-rozvoje-cr-kultura/1001179/46067>>

Místní akční skupiny. Dostupné z WWW: <<http://nsmascr.cz/o-nas/mistni-akcni-skupiny/>>

Národní síť pro MAS, 2015. Dostupné z WWW: <http://eagri.cz/public/web/file/37121/02_Brozura_LEADER_budoucnost_venkova_2009.pdf>

Průvodce mobilní aplikace. Dostupné z WWW: <<http://www.profesionalita.cz/produkty-sluzby/mobilni-turisticky-pruvodce>>

Studia Turistica, 2012 online časopis pro vzdělávání v cestovním ruchu. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava. 12/12. Dostupné z: WWW: <<http://www.vspj.cz/tvurci-cinnost-a-projekty/casopisy-vspj/studia-turistica>>

www.prazdinynavenkove.cz

www.masrozkvet.cz

<http://rancpatriot.eu>

<http://www.statekvystice.cz/>

<http://bozioko.cz/>

VIII. SEZNAM POUŽITÝCH OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Základní dělení cestovního ruchu	6
Obrázek 2: Místní akční skupiny České republiky	12
Obrázek 3: Nový turista	18
Obrázek 4: Mapa území MAS Rozkvět	25
Obrázek 5: Skryše na jihu Čech	49
Obrázek 6: Skryše v okolí Prahy	49
Obrázek 7: Skryše v okolí Třeboně	50
Obrázek 8: Vlastní návrh umístění skryší	51
Obrázek 9: Ukázka mobilní aplikace - Malovice	55
Obrázek 10: Ukázka mobilní aplikace - atraktivita	55

IX. SEZNAM POUŽITÝCH TABULEK

Tabulka 1: Atraktivita obcí	27
Tabulka 2: Silné stránky	42
Tabulka 3: Slabé stránky	43
Tabulka 4: Příležitosti	44
Tabulka 5: Ohrožení	44
Tabulka 6: SWOT analýza	45
Tabulka 7: Vyhodnocení SWOT analýzy	47

X. SEZNAM PŘÍLOH

Věková skladba obyvatelstva v letech 2010, 2020 a 2050

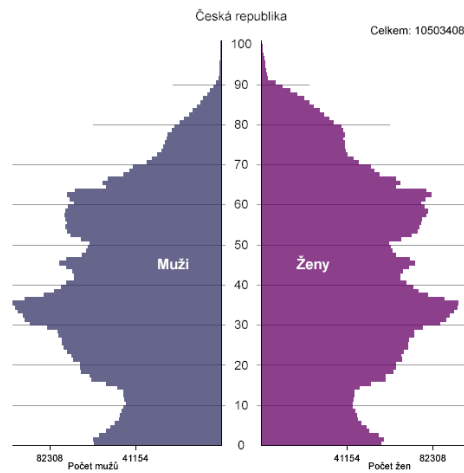
Dotazníkové šetření

Fullerův trojúhelník

Ukázka brožury mikroregion Dolní Střela

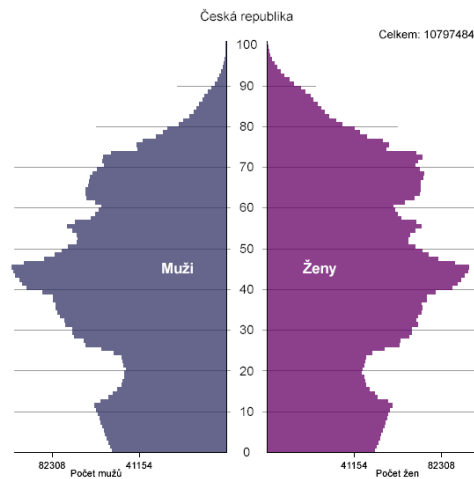
Fotografie informační tabule v obci Křišťanov

Obrázek 1: Věková struktura obyvatel ČR 2010



Zdroj: ČSÚ

Obrázek 2: Věková struktura obyvatel ČR 2020



Zdroj: ČSÚ

Obrázek 3: Věková struktura obyvatel ČR 2066



Zdroj: ČSÚ

Obrázek 4: Dotazníkové šetření

NOVÉ TRENDY A TECHNOLOGIE V CESTOVNÍM RUCHU – JEJICH PŘÍNOS PRO ČESKÝ VENKOV

Dobrý den,

Jsem studentkou oboru Strukturální politika EU a rozvoj venkova a ráda bych Vás poprosila o vyplnění následujícího dotazníku, který potřebuji ke svému výzkumu, který dělám v rámci bakalářské práce na téma Nové trendy a technologie cestovního ruchu a jejich přínos pro český venkov. Tento dotazník je anonymní a Vaše totožnost nebude žádným způsobem zjišťována. Moc děkuji za Váš čas.

1. Jak často navštěvujete tuto turistickou oblast?

- Několikrát týdně
- Jednou za týden
- Jednou za 14 dní
- Jednou za měsíc
- Jednou za rok
- Jednou za 2-3 roky
- První návštěva
- Ostatní

2. Kdy převážně navštěvujete turistické destinace?

- Během týdne
- O víkendu
- Během prázdnin
- Při zvláštních příležitostech - jakých?
- Ostatní

3. S kým cestujete?

- Jsem sám
- S rodinou
- S přáteli
- Ostatní

4. Jaký je důvod Vaší návštěvy?

5. Co se Vám nejvíce líbí na turistické destinaci?

6. Je něco, co se Vám tu nelíbí?

7. Můžete navrhnout nějaký způsob, jak Váš zážitek v této turistické oblasti zlepšit?

8. Podle čeho vybíráte turistické cíle při své dovolené?

9. Využíváte služeb infocenter?

10. Využíváte mobilní aplikaci "Mobilní průvodce"?

11. Vaše pohlaví

- Muž
- Žena

12. Váš věk

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-65
- 66+

13. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání

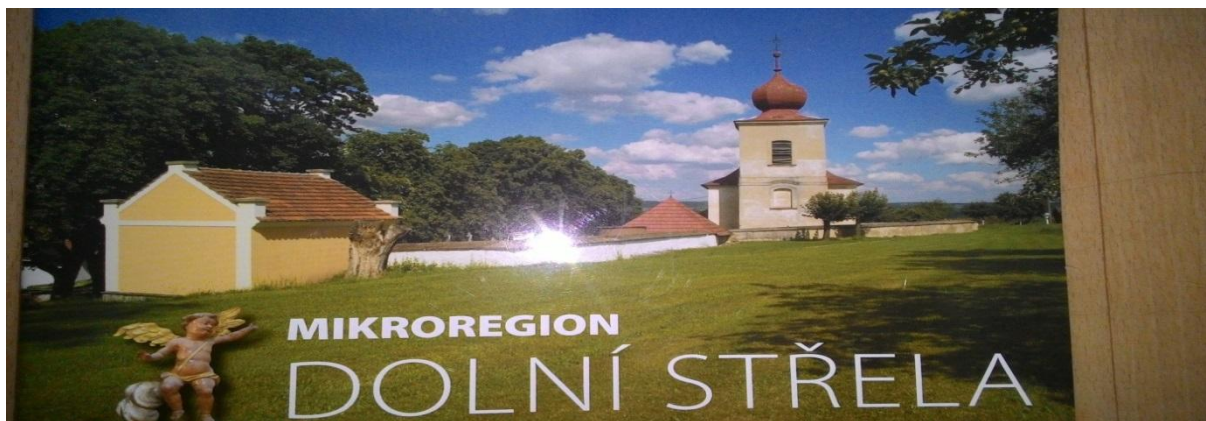
- Základní škola
- SŠ s maturitou
- SOŠ
- Vysoká škola

14. Velikost obce, ze které pocházíte

- Do 1 000 obyvatel
- Do 3 000 obyvatel
- Do 5 000 obyvatel
- Do 10 000 obyvatel
- Nad 10 000 obyvatel

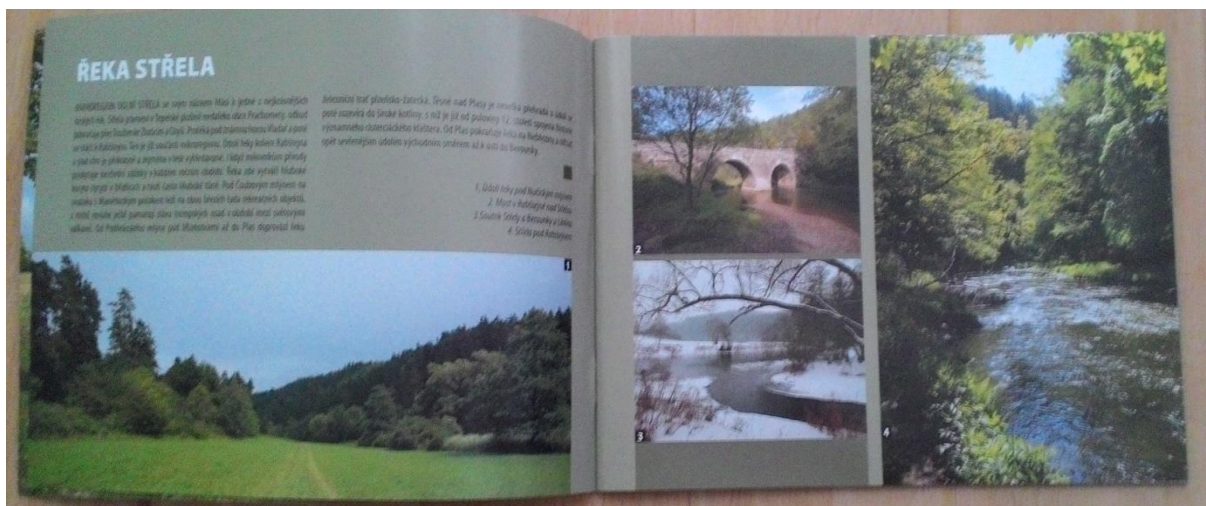
Zdroj: vlastní

Obrázek 6: Reklamní brožura 1



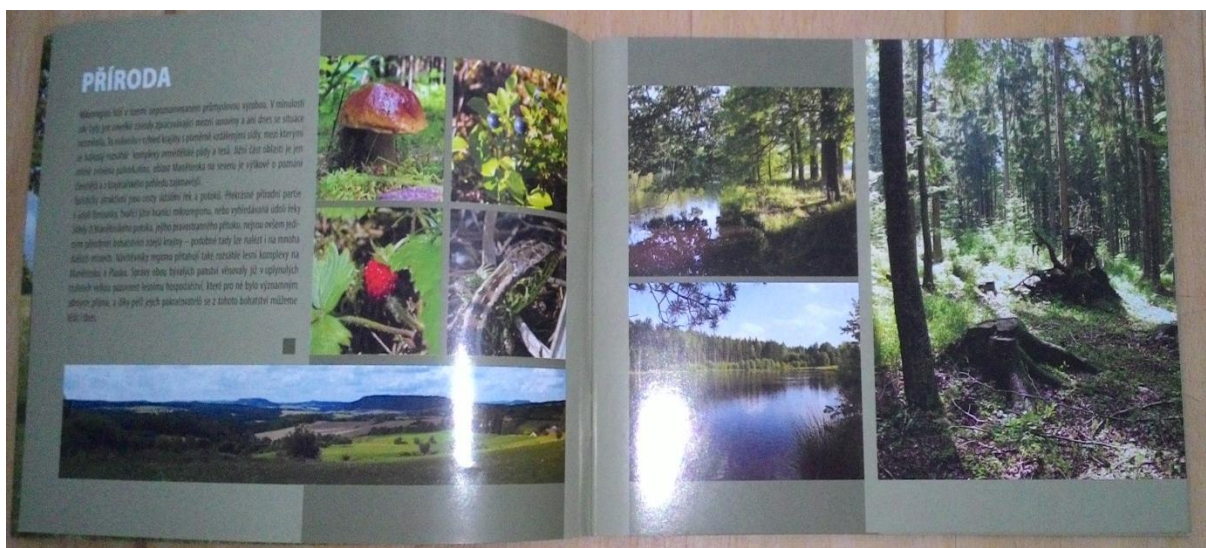
Zdroj: vlastní

Obrázek 7: Reklamní brožura 2



Zdroj: vlastní

Obrázek 9: Reklamní brožura 4



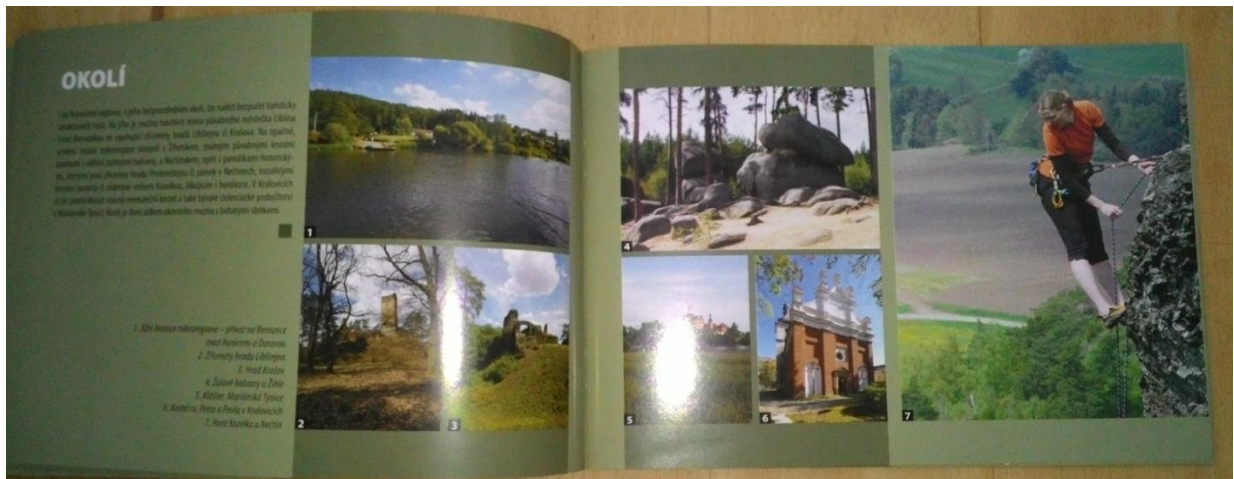
Zdroj: vlastní

Obrázek 10: Reklamní brožura 4



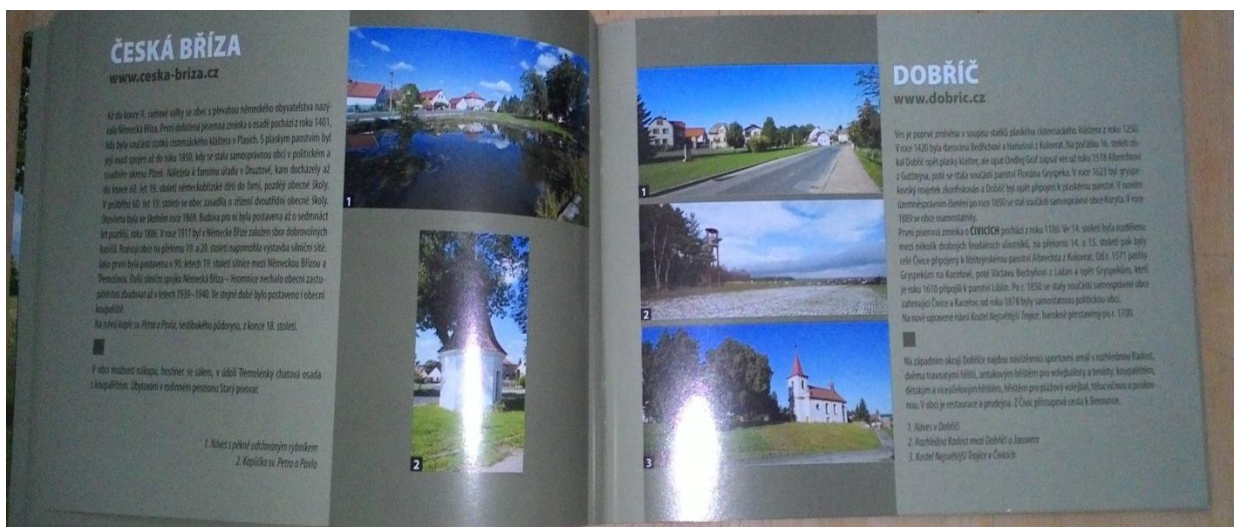
Zdroj: vlastní

Obrázek 10: Reklamní brožura 6 1



Zdroj: vlastní

Obrázek 11: Reklamní brožura 6



Zdroj: vlastní

Obrazek 12: Informační tabule 1



Zdroj: vlastní

Obrazek 13: Informační tabule 2



Zdroj: vlastní

Obrazek 14: Informační tabule 3



Zdroj: vlastní