

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra rekreologie a cestovního ruchu

**Produkt cestovního ruchu jako nástroj rozvoje
destinace**

Atraktivita cestovního ruchu na Nymbursku

Bakalářská práce

Autor: Michaela Jeřábková

Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: RNDr. Jiří Petera

Hradec Králové

srpen 2016

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 8. 8. 2016

Michaela Jeřábková

Poděkování:

Ráda bych poděkovala svému vedoucímu bakalářské práce RNDr. Jířímu Peterovi za cenné rady, za pomoc a ochotu při zpracovávání této práce.

Anotace

Bakalářská práce se zabývá vymezením pojmu produkt cestovního ruchu, trendy ve vývoji cestovního ruchu a jeho specifickými formami. V praktické části práce je představen region Nymburska a je uvedeno jeho zhodnocení z hlediska činitelů ovlivňujících cestovní ruch. Cílem výzkumné části je zhodnocení vybraných atraktivit cestovního ruchu v regionu, přesněji jejich charakteristika a význam z hlediska návštěvnosti a přínosu na celkovém rozvoji regionu. Použitou metodou byly rozhovory s odpovědnými osobami, přičemž byly zjištěny jejich názory na význam dané turistické atraktivity a skutečnosti, které pozitivně či negativně ovlivňují jejich rozvoj a postavení v regionu.

Annotation

Title: Product of tourism as an instrument of tourism development

The bachelor thesis deals with the definition of the term product of tourism, the trends in tourism development and its specific forms. In the practical part, the thesis presents the region around the city of Nymburk and its analysis with respect to the factors affecting tourism. The aim of the practical part is to analyze selected products of tourism in the region, its characteristics and importance with respect to the attendance and contribution to the development of the whole region. The method used in this thesis is interviews with competent persons. The findings are composed of their opinions of the importance of the tourism product and facts that are positively or negatively affecting their development and status in the region.

Obsah

1. Úvod.....	1
2. Literární rešerše.....	2
3. Cíl a metodika práce.....	3
4. Teoretická část	4
4.1. Produkt cestovního ruchu	4
4.2. Tvorba produktu cestovního ruchu	7
4.3. Trendy ve vývoji cestovního ruchu.....	10
4.4. Udržitelný cestovní ruch.....	12
4.5. Trendy v poptávce cestovního ruchu	13
4.6. Trendy v nabídce cestovního ruchu	14
4.7. Formy cestovního ruchu	14
4.8. Činitelé ovlivňující cestovní ruch	16
5. Praktická část	18
5.1. Nymbursko.....	18
5.2. Činitelé ovlivňující cestovní ruch na Nymbursku	21
5.2.1. Selektivní faktory	21
5.2.2. Lokalizační podmínky	26
5.2.3. Realizační podmínky	27
5.3. Zoologická zahrada Chleby	29
5.4. Park Mirakulum	36
5.5. Botanicus Ostrá.....	40
5.6. Farma Košík.....	44
5.7. Zámek Loučeň	48
6. Shrnutí výsledků.....	55
7. Závěry a doporučení.....	60
8. Seznam doporučené literatury	62
9. Přílohy	69
10. Zadání práce	70

1. Úvod

Produkt cestovního ruchu je základní složkou toho, proč lidé cestují, poznávají nová místa a vyhledávají nové zážitky. Na tento pojem lze však nahlížet z několika úhlů pohledu a návštěvník může vnímat společně s poznáváním také ostatní služby, jako např. možnosti ubytování, stravování, či dopravní infrastrukturu. Jelikož na celkový dojem návštěvníka z dané destinace nebo turistické atraktivity působí právě i jiné související služby a faktory, a návštěvník často vnímá svoji zkušenost jako celek, je nutná spolupráce jednotlivých firem nebo destinačních společností, které působí v cestovním ruchu a vytvářejí jeho infrastrukturu. Produkt cestovního ruchu lze tedy vnímat v několika rovinách a je provázán mnoha subjekty. Tak, jak je ovšem obtížné přesné teoretické vymezení tohoto pojmu, tak je ještě obtížnější jeho fungování v praxi. Konkrétní turistické atraktivity, které jsou v práci prezentovány, jsou spojeny s úsilím jednotlivců vytvořit pro návštěvníky co nejpoutavější produkt. Nicméně se jejich vedení někdy potýká s malou podporou ze strany územní samosprávy a velkou finanční náročností projektu, anebo naopak jsou někde finanční možnosti a také podpora a propagace výraznější. To pak samozřejmě ovlivňuje rozvoj dané turistické atraktivity, která je součástí infrastruktury cestovního ruchu a působí tak obecně na cestovní ruch v destinaci a její rozvoj.

2. Literární rešerše

Pro definici základních pojmů a teoretických východisek byla jedním z hlavních zdrojů publikace M. Palatkové *Ekonomika turismu* (PALATKOVÁ, ZICHOVÁ, 2011), která nabízí ucelený pohled na fungování trhu cestovního ruchu a přehledně definuje související pojmy. Různí autoři se odlišují náhledem na konkrétní pojmy, příkladem je samotný produkt cestovního ruchu. Proto je teorie doplněna také o formulace M. Páskové a J. Zelenky z publikace *Výkladový slovník cestovního ruchu* (PÁSKOVÁ, ZELENKA, 2002) nebo publikace národní centrály cestovního ruchu CzechTourism *Manuál produktů v cestovním ruchu* (CZECH TOURISM, 2012). Palatková a Zichová ve svém díle *Ekonomika turismu* (PALATKOVÁ, ZICHOVÁ, 2011) definují produkt turismu jako souhrn komponentů, který je nutno vnímat z pohledu podnikatelského subjektu, destinace a samotného návštěvníka, kdežto *Manuál produktů v cestovním ruchu* (CZECH TOURISM, 2012) klade důraz na odlišení regionálního, nadregionálního a přeshraničního produktu. Goeldner a Ritchie se ve svém díle *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy* (GOELDNER, RITCHIE, 2014) věnují také marketingu cestovního ruchu. Odtud byly čerpány poznatky o životním cyklu produktu, kterým každý zákonitě prochází. Pro charakteristiku trendů v současném turismu bylo citováno z publikace *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu* (KOTÍKOVÁ, 2013), kde jsou přehledně uvedena teoretická východiska a je zde věnována pozornost také masovému a individuálnímu cestovnímu ruchu, který souvisí s velice aktuálním tématem jeho udržitelnosti. Trendům v cestovním ruchu se věnuje také publikace *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů* (RYGLOVÁ, 2009) a uvádí činitele, které ovlivňují jeho rozvoj. Tato teoretická východiska byla čerpána pro nastínění problematiky a její aplikování v praktické části. V té bylo pro charakterizování zkoumaného regionu využito dat Českého statistického úřadu, která popisují region z geografického hlediska, nebo nabízejí statistiky týkající se hromadných ubytovacích zařízení a počtu hostů za jednotlivá období. Jednou ze specifických forem cestovního ruchu, které je věnována pozornost v teoretické části a je součástí také té praktické, je agroturismus. Ucelený pohled na tuto problematiku poskytuje publikace *Venkovská turistika a agroturistika* (STŘÍBRNÁ, 2005), která definuje teoretická východiska a pro snazší pochopení a zasazení do kontextu uvádí také příklady z praxe.

3. Cíl a metodika práce

Cílem práce je zhodnotit vybrané atraktivitu cestovního ruchu na Nymbursku, regionu Středočeského kraje. Konkrétně je kladen důraz na význam těchto atraktivit v kontextu celého regionu, jejich současnou činnost, ale také plány do budoucna. Nejdůležitější otázkou je pak postavení těchto atraktivit v destinaci a podíl na jejím rozvoji.

V návaznosti na to jsou položeny tyto výzkumné otázky:

1. Jaký je význam vybraných atraktivit cestovního ruchu v rámci daného regionu?
2. Jaký je podíl daných atraktivit cestovního ruchu na celkovém rozvoji destinace?

Na základě definování těchto cílů byl výzkumnou metodou zvolen rozhovor. Rozhovory byly vedeny s odpovědnými osobami ve vedení firem nebo neziskových společností, které provozují dané atraktivitu cestovního ruchu. Metoda rozhovorů byla zvolena právě proto, aby mohly být získány bližší informace o provozu subjektů a jejich činnostech z pohledu osob ve vedení organizací, nebo přímo majitelů. Na základě rozhovorů byly získány informace, které nejsou pro veřejnost běžně přístupné a dovolují tak poukázat na různé skutečnosti pozitivně či negativně ovlivňující chod turistické atraktivitu a její působení v destinaci. Nevýhodou při rozhovoru ovšem může být utajení některých záležitostí dotazovanými a vyzdvižení převážně jen silných stránek. Omezením, s kterým se lze často také setkat, je neochota poskytovat různé statistiky, např. přehledy o návštěvnosti, tyto údaje jsou tak v práci prezentovány jen v přibližné rovině. Získané informace byly dále porovnávány s vyjádřeními zástupce destinační společnosti nebo turistického informačního centra a rovněž s daty dostupnými z informačních systémů o ekonomických subjektech. Na základě těchto údajů byly zpracovány výstupy, které uvádějí zhodnocení významu jednotlivých subjektů v rámci regionu a jejich podíl na celkovém rozvoji destinace.

4. Teoretická část

4.1. Produkt cestovního ruchu

Hlavní složkou cestovního ruchu je tzv. produkt cestovního ruchu. Přesné vymezení tohoto pojmu je však obtížné. Existuje mnoho různých definic tohoto pojmu, žádná z nich však není ustálená a všeobecně přijímaná.

Podle Páskové a Zelenky (2002, s. 225) je produkt cestovního ruchu souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu podnikajícího v cestovním ruchu nebo cestovní ruch koordinujícího.

Podle Palatkové (2011, s. 63) se produkt turismu skládá z několika součástí nabídky, a to z hlediska ekonomické teorie, z hlediska podnikatelského subjektu, destinace a návštěvníka. Dle ekonomické teorie je produktem cokoliv, co může být směřeno na trhu. Z pohledu podnikatelského subjektu jde o služby, které je podnikatel sám schopen zabezpečit z vlastních zdrojů. Z hlediska destinace se pak jedná o komplexní řetězec služeb nebo výrobků jednotlivých poskytovatelů, které jsou spojeny s atraktivitami destinace. Z pohledu návštěvníka je produkt chápán jako komplexní zážitek od doby, kdy opustí své obvyklé prostředí, až po jeho návrat. Dle Palatkové (2011) lze do tohoto pojetí zahrnout i činnosti před navštívením destinace (např. rezervace pobytu) a po návratu (např. vyvolání fotografií). Nesmíme však opomenout vnímání kvality produktu, které je závislé na mnoha okolnostech – jedná se např. o image destinace, genius loci nebo přátelskost místního obyvatelstva.

Palatková (2011) uvádí, že produkt cestovního ruchu je utvářen v závislosti právě na typu cestovního ruchu, a to samotným účastníkem, tour operátorem¹, nebo organizací turismu dané destinace. Je však důležité, že produkt turismu není homogenní, i přesto že se skládá ze shodných atraktivit a prvků suprastruktury². Ve výsledku je dotvářen neuchopitelnými a neovlivnitelnými prvky, mezi něž patří právě zmiňovaná image destinace, genius loci apod. (PALATKOVÁ, 2011, s. 64) Nejsou to však jediné charakteristiky produktu turismu.

¹ Velkoobchodník v cestovním ruchu, který vyhledává pro cestovní ruch atraktivní místa, sjedná zde ubytování, stravování a další doplňkové služby. Vytváří zájezdy a organizuje služby cestovního ruchu, které pak nabízí a prodává přímo nebo prostřednictvím prodejců. (PÁSKOVÁ, ZELENKA, 2002, s. 291)

² Část infrastruktury využívané určitým sektorem podnikání. V cestovním ruchu ji tvoří ubytovací a stravovací služby, turistická informační centra, naučné stezky apod. (PÁSKOVÁ, ZELENKA, 2002, s. 282)

² Část infrastruktury využívané určitým sektorem podnikání. V cestovním ruchu ji tvoří ubytovací a stravovací služby, turistická informační centra, naučné stezky apod. (PÁSKOVÁ, ZELENKA, 2002, s. 282)

Podle Ryglové (2009, s. 102) má produkt cestovního ruchu následující vlastnosti:

- Nehmatatelný: Služby v rámci produktu jsou nemateriálního charakteru.
- Neskladovatelný: Produkt je závislý na přítomnosti klienta. Jeho výroba i spotřeba probíhá časově i prostorově současně.
- Neoddělitelný od osoby poskytovatele: Produkt je spojen s místem jeho výroby.
- Heterogenní: Produkt cestovního ruchu je vytvářen z různých prvků a služeb, které mají vždy různou kvalitu a rozsah.
- Relativně málo napodobitelný: Produkt cestovního ruchu je spjat s určitými znaky, které jsou jedinečné pro každou destinaci – atmosféra, genius loci apod.
- Má sezónní charakter: Služby cestovního ruchu mají sezónní charakter a během roku se ocitají v období hlavní sezóny a mimo sezóny.
- Realizovatelný v místě nabídky: Host se musí dostavit na místo jeho realizace.

Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism (*CZECH TOURISM, 2012*) označuje produkt cestovního ruchu jako komplex dílčích služeb, který je prodáván jako komplexní produkt pod společným názvem. Jeho spotřebou vzniká zážitek z návštěvy destinace. CzechTourism navíc odlišuje regionální, nadregionální a přeshraniční produkt.

Regionální produkt je postaven na hlavních konkurenčních výhodách daného turistického regionu, odvozených z kulturně-historických a přírodních předpokladů, nebo jiných atraktivit regionu. Je součástí dlouhodobé strategie rozvoje destinace.

Nadregionální produkt je souborem jednotlivých regionálních produktů, které jsou propojeny na základě společného tématu. Svým rozsahem tedy může být velice významným a přínosným potenciálem pro cestovní ruch v dané oblasti.

Přeshraniční produkt svým rozsahem aktivit přesahuje hranice státu. Jedná se o projekty, které jsou založeny na spolupráci se sousedními zeměmi v turistických regionech.

Důležitým pojmem je však také balíček služeb, který je nutné odlišit právě od produktu cestovního ruchu. Tento balíček je souborem vzájemně se doplňujících služeb, které jsou sestaveny do jedné ucelené nabídky za stanovenou cenu. Je pouze součástí produktu turismu. Balíčkem může být např. víkendový pobyt, do kterého je zahrnuto ubytování, stravování, wellness apod. a je nabízen cestovními kancelářemi nebo agenturami, hotely a jinými firmami. (*CZECH TOURISM, 2012*)

Česká centrála cestovního ruchu, CzechTourism, uvádí ve své brožuře „Manuál produktů v cestovním ruchu“ (CZECH TOURISM, 2012) vybrané příklady regionálních i nadregionálních produktů:

Tab. č. 1: Příklady regionálních, nadregionálních a přeshraničních produktů dle CzechTourism.

turistický region	produkty
regionální produkty	
Praha	Technické památky Prahy
Střední Čechy	Církevní památky Kutná Hora Těžba drahých kovů a hornické muzeum Příbram
Jižní Čechy	Rybníkářství na Třeboňsku Vltavská cyklistická cesta
Královéhradecko	Po stopách řádu Benediktinů a stavitelů Dientzenhoferů Prusko-rakouská válka
Jižní Morava	Morava napoleonská Moravské vinařské stezky
Východní Morava	Cyklostezka Bečva Lázeňství – Resort Luhačovice
nadregionální produkty	
Cesty poznání – kulturní produkt	Církevní a spirituální turistika (cesty s příběhem) Hrady a zámky (kulturní cesty) Opevnění a technické památky/atraktivita (kulturní krajina) Památky UNESCO (města s příběhem) Pivo, víno a gastronomie (kulturní cesty) „Praha jinak“ Sklo, bižuterie, šperk a kámen (kulturní cesty)

Cesty krajinou – aktivní produkt	Letní cesty Přírodní dědictví Zimní cesty
Cesty pro zdraví – lázeňský produkt	Lázeňství a wellness
přeshraniční produkty	
Severozápadní Čechy	Montanregion Krušné hory-Erzgebirge (produkt spojený s historií hornictví)
Jižní Morava	Top výletní cíle jižní Moravy (produkt jižní Moravy a Dolního Rakouska, který prezentuje turistické lokality obou regionů)
Šumava	Stezky přírodou a časem (přeshraniční produkt s NP Bavorský les)

Zdroj: převzato a upraveno podle CzechTourism (2012)

4.2. Tvorba produktu cestovního ruchu

Jednotlivé destinace, resp. jejich destinační management se musí snažit o to, aby svými produkty zaujal a získal si co největší počet návštěvníků. Jak uvádí Palatková (2011), s rozmachem cestovního ruchu však dochází také k zintenzivnění vlivu konkurence a zároveň ke zvýšení požadavků ze strany poptávky, na což musí destinace reagovat. Díky těmto vlivům došlo v posledních desetiletích k významnému vývoji v oblasti tvorby produktu cestovního ruchu. „V současné době, kdy zejména vlivem informačních technologií, rostoucích zkušeností a vysoce individualizovaných potřeb dochází k odklonu od masového turismu ve prospěch turismu individuálního, je mnohem důležitější vytváření regionálních nebo tematických kompaktních zážitkových produktů, které je možné pružně modifikovat a poskytovat dle konkrétních požadavků návštěvníků.“ (PALATKOVÁ, 2011, s. 64)

Co se týče zmíněných zážitkových produktů v rámci regionu, je významným předpokladem pro úspěch spolupráce subjektů, poskytující různé služby. Efektivní spolupráce v rámci destinace může být velkou konkurenční výhodou a zároveň může přinést spokojenost návštěvníků z kvalitních služeb a komplexního zážitku. Velký rozvoj zaznamenaly také tematické produkty, kde se jedná o zvláštní formy

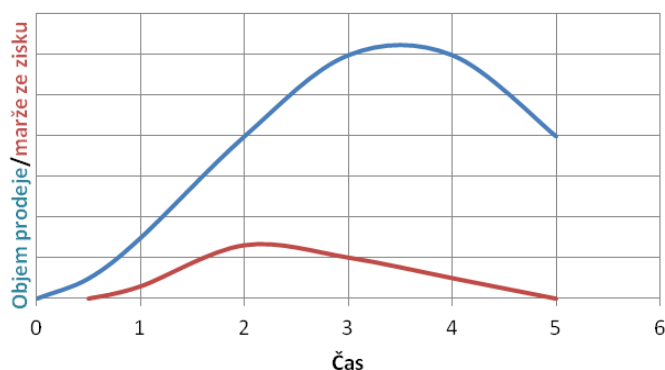
cestovního ruchu (např. lázeňský, gastronomický) a populární jsou rovněž zájezdy nebo pobyty, kdy jsou s destinací spojené významné osobnosti nebo výrobky.

Důvodů pro tvorbu produktů cestovního ruchu je několik. Jak uvádí Jakubíková (2012), především zvyšují poptávku po destinaci, lákají turisty a poskytují tak destinaci velký přínos. Přinášejí jí významné postavení na trhu turismu a budují její dobré jméno. Produkty mohou zvyšovat poptávku i v době mimo hlavní sezonu – destinace se tak může zbavit závislosti na konkrétním ročním období a značně zvýšit tržby. Mimo to zvyšují spokojenost zákazníka a uspokojují jejich zájmy. Efektivní jsou zejména různé balíčky služeb, které pokrývají speciální zájmy a potřeby klientů. Produkty cestovního ruchu jsou rovněž významné z hlediska udržitelného rozvoje destinace. Pokud jsou zachovány principy ekologické, sociální i ekonomické udržitelnosti, mohou produkty cestovního ruchu tento rozvoj optimalizovat. (JAKUBÍKOVÁ, 2012)

Vytvořit takový produkt a udržet jej však není snadné. Vlivem měnících se potřeb zákazníků a také zejména vlivem konkurence produkt prochází životním cyklem. Každá fáze tohoto životního cyklu s sebou nese určité nároky na marketing: (GOELDNER, RITCHIE, 2014, s. 470)

- 1. Uvedení produktu: Jsou potřeba vysoké náklady na jeho propagaci. Produkt zatím není nějak významněji zviditelněn, a tak se tato fáze vyznačuje nízkou poptávkou a malým objemem prodeje.
- 2. Růst: Produkt je již zákazníky přijat, prodej i zisky prudce rostou. Trh začíná být zajímavý pro konkurenci.
- 3. Vyspělý produkt: Objem prodeje roste v mnohem pomalejším tempu – stabilizuje se. Daný produkt je nabízen mnoha subjekty, které si navzájem konkurují.
- 4. Nasycení trhu: Prodeje dosáhnou svého maxima a produkt je dostupný pro každého. Produkt se na trhu udrží, nebo dojde k jeho zániku.
- 5. Zánik: Objevují se nové produkty a poptávka po těch starých upadá. Zůstat na trhu se stávajícím produktem není příliš přínosné.

Obr. č. 1: Životní cyklus produktu.



Zdroj: upraveno podle GOELDNER, RITCHIE (2014, s. 472)

Z výše uvedeného vyplývá, že tvorba produktu cestovního ruchu, jeho plánování a řízení vyžaduje propojení mnoha různých činností a zkušeností. V souvislosti s tímto je nutno zmínit velmi důležitou roli destinačního managementu. „Vybudovat z místa turistickou destinaci není nijak jednoduché. Nestačí jen vytisknout barevné propagační materiály na křídovém papíru, ale jedná se o složitou, dlouhodobou práci, jež vyžaduje značné úsilí, schopnost týmové práce, kooperace a koordinace.“ (RYGLOVÁ, 2009, s. 152) Jelikož je celý proces plánování a realizace rozvoje cestovního ruchu v destinaci finančně, administrativně i časově velmi náročnou záležitostí, je významným předpokladem pro úspěšný destinační management právě spolupráce a partnerství. Spolupracovat by měli podnikatelé, organizace cestovního ruchu, neziskové organizace, i správní a samosprávní instituce v dané destinaci. Rozhodně by neměla být opomenuta ani role místního obyvatelstva, jehož potřeby a zájmy musí destinačním managementem zohledněny. Rovněž by řízení destinace mělo být v souladu s principy jejího udržitelného rozvoje. Podle Ryglové (2009, s. 155) patří mezi hlavní cíle řízení destinace především přilákání turistů, kteří budou spokojeni s produktem a se službami a navíc se budou do destinace vracet. Dalším cílem je přilákání investorů a další rozvoj, komunikace s veřejností a propagace regionu. Společnosti destinačního managementu mohou působit jako organizace různých právních forem, jejichž volba závisí na legislativních normách a místních podmínkách. Jedná se např. o spolek, příspěvkovou organizaci, obecně prospěšnou společnost apod. (RYGLOVÁ, 2009, s. 156)

Ryglová (2009, s. 156) uvádí také čtyři úrovně, na nichž mohou společnosti destinačního managementu působit:

- Lokální turistická organizace: např. destinační management města Český Krumlov
- Regionální turistická organizace: např. Jihočeská centrála cestovního ruchu
- Národní turistická organizace: např. CzechTourism
- Kontinentální turistická organizace

Co se však týče destinačního managementu jako způsobu řízení destinace a rozvoje cestovního ruchu v České republice, je bohužel nutno konstatovat, že ještě zdaleka není rozvinut tak, jako v některých jiných evropských zemích. Důvodem je hlavně nepřilíš velká úroveň spolupráce mezi subjekty, která je však pro řízení destinace klíčová.

4.3. Trendy ve vývoji cestovního ruchu

Cestovní ruch, jakožto významný společenský jev, prošel v posledních desetiletích významnými změnami. Jak uvádí Kotíková (2013), působí na něj mnohé faktory, jako jsou např. neustálý rozvoj dopravy, rozvoj informačních technologií, demografické trendy, vzdělání, fond volného času nebo bezpečnost. V souvislosti s neustále se rozšiřujícími možnostmi cestování se také mění motivace turistů a v současné době lze definovat mnoho různých forem cestovního ruchu. Prvotní motivací, proč lidé cestují a proč dochází k rozvoji turismu, je však stále motivace poznávat a vidět něco odlišného od jejich běžného prostředí. Můžou to být odlišnosti přírodní, kulturní, nebo sociální. Významným trendem, co se týče motivace návštěvníků, je tedy rozvoj alternativních forem cestovního ruchu. Alternativní cestovní ruch je protipólem masového cestovního ruchu.

Kotíková (2013) uvádí, že rozvoj masového cestovního ruchu, v tom významu, jak ho známe dnes, byl zaznamenán ve druhé polovině dvacátého století. Velké množství obyvatel mnoha států najednou disponovalo dostatkem volného času a dostatkem finančních prostředků, tedy základními podmínkami pro rozvoj cestovního ruchu. Ten se stal se zvyšováním životní úrovně dostupným pro širší skupinu obyvatelstva. Následný rozvoj masového cestovního ruchu byl zapříčiněn především rychlým rozvojem dopravy a možnostmi cestování, nebo rozmachem velkokapacitních ubytovacích zařízení. Masový cestovní ruch je spojen především s pohodlím zákazníka, který má v současné době široké

možnosti při „nákupu“ dovolené – od výběru destinace a požadovaných služeb až po samotný pobyt a aktivity v ní. Je charakterizován velkým počtem účastníků cestovního ruchu, standardizací služeb, ztrátou diverzity, nebo negativními dopady na životní prostředí. (KOTÍKOVÁ, 2013, s. 28) Oproti tomu alternativní formy cestovního ruchu se vyznačují autenticitou či snahou poznat destinaci hlouběji a navázat kontakty s místním obyvatelstvem. Základní motivem je zde poznávání. Různé alternativní formy cestovního ruchu se v dnešní době stávají čím dál populárnější právě z důvodu s nimi spojené autenticity či původnosti. Diverzita prostředí, která je základní podmínkou rozvoje turismu, bývá totiž v rámci jeho masové formy odstraňována a dochází k jakémusi sjednocování či splývání nabídky produktů a služeb. (KOTÍKOVÁ, 2013) Typickým příkladem je nabídka pobytových zájezdů do oblíbených přímořských destinací. V katalogu cestovní kanceláře nalezneme mnoho takových nabídek, avšak většinou zjišťujeme, že se od sebe liší jen minimálně. Z nabídek obsahujících pobyt v hotelovém komplexu nacházejícího se přímo u pláže, možnost využití obchodního nebo zábavního centra, aquaparku nebo stravování typu „all-inclusive“ je zřejmé, že si zákazník kupuje jen pobyt v hotelu a služby, které se však podobají také mnoha ostatním z nabízených, nezávisle na destinaci. Návštěvník využívá služeb typických pro masovou formu cestovního ruchu a spojitost s autenticitou či původností dané destinace je téměř nulová. To jsou důvody, proč dnes stále více lidí láká cestování spojené s poznáváním přírodního prostředí, kultury, či obyvatelstva, které nezatěžuje životní prostředí ani místní život a nabízí mnoho zážitků a zkušeností při setkání s odlišnými kulturami.

Tab. č. 2: Rozdíl mezi masovým a udržitelným cestovním ruchem.

Masový cestovní ruch	Šetrný/udržitelný cestovní ruch
Zahraniční investice	Domácí, místní investice
Zahraniční management	Domácí, místní management
Velkokapacitní objekty	Malá ubytovací zařízení
Velká koncentrace na jednom místě	Rozptýlení v krajině
Pevný program	Spontánní aktivity
Pohodlný, pasivní	Náročný, aktivní
Importovaný životní styl	„Místní“ životní styl

Zdroj: Roth a Schrandt (1992) cit. in Kotíková (2013, s. 29)

4.4. Udržitelný cestovní ruch

Existuje mnoho příkladů a názorů na to, jak vytvořit úspěšný produkt cestovního ruchu, jak nejlépe využít potenciál destinace či jak přispět k jejímu rozvoji. Při tvorbě produktu nebo již při jeho realizaci však nesmíme opomenout fakt, že cestovní ruch ovlivňuje okolní prostředí v mnoha ohledech, které na něj mají dopad z hlediska fyzického, sociokulturního i ekonomického. Bohužel se nejedná vždy jen o pozitivní vlivy a je potřeba řešit a eliminovat také ty negativní.

Podle Ryglové (2009, s. 159) lze definovat tři nejvýznamnější oblasti negativních dopadů cestovního ruchu:

- Životní prostředí: Počet návštěvníků regionu přesáhne určitou míru únosnosti a životní prostředí ztrácí schopnost vypořádat se s nadměrným využíváním, které vychází ze znečišťování přírodního prostředí nebo plýtvání přírodními zdroji.
- Sociokulturní oblast: Negativní působení na místní obyvatelstvo, které v důsledku ohrožuje původní způsob jeho života.
- Ekonomická oblast: Hrozí vznik ekonomické závislosti lokální komunity na cestovním ruchu. Hrozí vznik ekonomické krize a práce dostává sezónní charakter. To vše má za následek nemalé náklady, které mohou ohrozit další rozvoj cestovního ruchu.

Cestu k řešení těchto negativních vlivů představuje tzv. udržitelný cestovní ruch. Pásková a Zelenka (2002, s. 302) označují udržitelný cestovní ruch jako takový, který dlouhodobě nenarušuje přírodní, kulturní a sociální prostředí. Jak uvádí Palatková (2011b), koncept udržitelnosti je založen na myšlence, že přírodní, kulturní a další zdroje jsou limitované, a proto je třeba s nimi nakládat optimálním a přiměřeným způsobem, tzn. neplýtvat s nimi a využívat je tak, aby byla možná jejich obnova a udržení. Cílem pak má být zachování biologické diverzity, minimalizace ekologických, kulturních a sociálních vlivů a maximalizace profitu pro zachování životního prostředí a místních komunit. (PALATKOVÁ, 2011b, s. 146) Bohužel je často udržitelnost cestovního ruchu ve světě a také v některých oblastech České republiky poznamenána negativními trendy. Patří mezi ně výrazný nárůst počtu domácích i zahraničních návštěvníků a upřednostňování kvantity před kvalitou, neregulovaný růst infrastruktury cestovního ruchu, nebo geografická expanze cestovního ruchu. (RYGLOVÁ, 2009, s. 160) Udržitelný cestovní ruch je tedy velmi aktuální téma a pro všechny subjekty působící v cestovním ruchu

by mělo být prioritou. Jen s tímto komplexním přístupem lze dosáhnout skutečného rozvoje cestovního ruchu a dané destinace, pro kterou bude místní turismus a jeho produkty přínosem i do budoucna a vlivy na okolní prostředí budou optimalizovány. Přestože je stále velké množství destinací poznamenáno negativním působením a špatným řízením cestovního ruchu, rozrůstá se ale také počet subjektů působících v cestovním ruchu, které do svých politik a strategií zavádějí koncept udržitelnosti. Jedná se tak o významný, ale hlavně nezbytný trend v dnešní době.

4.5. Trendy v poptávce cestovního ruchu

S vývojem cestovního ruchu se mění také trendy na straně poptávky a na straně nabídky. Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO, angl. United Nations World Tourism Organisation) zpracovala ve druhé polovině 90. let rozsáhlý materiál, který obsahuje předpokládaný vývoj cestovního ruchu. Jedná se o tzv. Vizi 2020, která zahrnuje období od roku 1995 do 2020. V tomto dokumentu jsou mimo jiné označeny hlavní trendy pro vývoj poptávky cestovního ruchu: (*UNWTO: Tourism 2020 Vision: Global Forecast and Profile of Market Segments, 2001 cit. in PALATKOVÁ, 2001b, s. 209*)

- Demografické trendy: Hlavním faktorem je zde měnící se věková struktura návštěvníků (dochází ke stárnutí populace).
- Společenské trendy: Je kladen velký důraz na bezpečnost, který v současné době asi nejvíce souvisí s teroristickými útoky. S měnícím se životním stylem je požadována vysoká kvalita služeb a rozmanitost produktů cestovního ruchu. Cestování slouží jako prostředek k rozšíření vzdělání.
- Technologické trendy: Významný je rozvoj v dopravě – letecká doprava je dnes již běžným způsobem cestování a velkou roli hrají také nízkonákladové letecké společnosti. V železniční dopravě je patrné větší využívání rychlovlaků. Nezbytným prvkem cestování jsou rovněž informační a rezervační systémy.
- Ekonomické prostředí: Je kladen důraz na propojení vysoké kvality služeb a přitom optimální ceny.
- Trendy udržitelnosti: Zvyšuje se zájem o ekologii a životní prostředí, což souvisí s udržitelnými produkty cestovního ruchu.

- Politické prostředí: Snaha o zjednodušení cestování v rámci celého světa.

4.6. Trendy v nabídce cestovního ruchu

Dále Vize 2020 stanovuje také hlavní trendy na straně nabídky: (*UNWTO: Tourism 2020 Vision: Global Forecast and Profile of Market Segments, 2001 cit. in PALATKOVÁ, 2001b, s. 209*)

- Trendy konkurenčního prostředí: Dochází k neustálému zvyšování konkurence, což se projevuje v nabídce služeb a cen. Viditelný je rovněž nárůst konkurence exotických destinací.
- Společenské trendy: Při tvorbě produktů jsou zohledňovány specifické požadavky zákazníků. Mění se struktura nabízených produktů.
- Technologické trendy: Roste význam informací poskytovaných přes internet a telefon. Možnost rezervace a platby přes internet jsou dnes pro zákazníky již samozřejmostí. Vzdálenější destinace jsou snadněji a rychleji dostupné.
- Ekonomické prostředí: Snaha o optimalizaci rostoucího tlaku na cenu a zároveň na kvalitu a udržitelnost. Objevuje se velké množství subjektů podnikajících v cestovním ruchu
- Trendy udržitelnost: Tvorba produktů orientovaných na udržitelnost cestovního ruchu a zdůrazňování ekologie jako jedné z hlavních priorit.
- Politické trendy: Ulehčení cestování turistům, liberalizace letecké dopravy.

4.7. Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu vycházejí z motivace návštěvníka, které se však mohou vzájemně prolínat. Ze základních motivací vychází základní formy cestovního ruchu: (*PÁSKOVÁ, ZELENKA, 2002, s. 90*)

- Rekreční: Jedná se o nejrozšířenější formu. Můžeme zde zařadit lázeňský nebo sportovně orientovaný cestovní ruch.
- Poznávací: Součástí je kulturně-poznávací, přírodně-poznávací a historicko-poznávací cestovní ruch.

- Socio-profesní: Do této kategorie lze zařadit profesně orientovaný cestovní ruch, např. obchodní, kongresový, nebo incentivní.
- Společenský: Součástí může být krajanský nebo etnický cestovní ruch.

V souvislosti s měnícími se trendy a životním stylem obyvatel lze oddělit také mnoho specifických forem cestovního ruchu, které odrážejí konkrétní motivaci návštěvníků nebo vybranou aktivitu. Ryglová (2009, s. 120) uvádí například tyto specifické formy cestovního ruchu:

- Zábavní a atrakční cestovní ruch: „Zábavní centra se zpravidla budují tam, kde nejsou vhodné přírodní podmínky pro ostatní formy cestovního ruchu“. (RYGLOVÁ, 2009) Do této kategorie lze zařadit různá zábavní centra či zábavní parky, tematické parky, atrakce, ale také světové a národní výstavy, nebo výstavy technických vymožeností. Obsahem můžou být také moderní zoologické nebo botanické zahrady. Zvlášť zábavní parky jsou v dnešní době velice populární, a to hlavně pro mladé lidi a rodiny s dětmi. Jedná se o jakousi formu odpočinku a zábavy zároveň a proto jsou schopny nalákat velké množství návštěvníků.
- Venkovský cestovní ruch (agroturismus): Tato forma je součástí trvale udržitelných forem cestovního ruchu, nenarušuje tedy životní prostředí a způsob života původních obyvatel. Náplní agroturismu je pobyt a aktivity spojené s venkovským prostředím a přírodou. Jak ale uvádí Stříbrná (2005, s. 8), agroturismus má mnoho podob. „Zahrnuje dovolenou s ubytováním na farmách (agroturistiku), obsahuje i dovolenou v přírodě, ekoturistiku, dovolenou s pěší turistikou, horolezectví, jezdectví na koni, dobrodružství, sportovní a zdravotní turistiku, myslivost, rybaření, cesty za poznáním, turistiku za uměním a dědictvím minulosti a v některých oblastech i etnickou turistiku.“
- Cykloturistický cestovní ruch: Rovněž tato, sportovně orientovaná forma cestovního ruchu, zaznamenává velký rozvoj. Mnoho lidí dnes s oblibou spojuje poznávání krajiny a přírody se sportem. Na tento trend již zareagovalo mnoho cestovních kanceláří, které nabízejí různé druhy cykloturistických zájezdů. Tato forma je mimo jiné šetrná k životnímu prostředí a při cestování na regionální úrovni cykloturisté většinou využívají služeb malých ubytovacích zařízení, čímž přispívají k místnímu rozvoji. V současné době dochází k rozmachu v budování sítí cyklotras místního, regionálního i nadnárodního významu.

Specifické formy cestovního ruchu mohou být velkým přínosem pro rozvoj cestovního ruchu v dané destinaci. Pokud bude daný produkt cestovního ruchu, založený na nějaké ze specifických forem, skutečně odpovídat rozmanitým potřebám turistů a jejich motivacím pro návštěvu místa a zároveň bude rozumně spjat s tímto místem, je schopen nalákat velký počet turistů. Vytvoření takového produktu může pozitivně ovlivnit vnímání destinace jako celku a vzbudit značný zájem turistů, ale může obohatit také místní obyvatelstvo. Z ekonomického hlediska může nově vzniklý produkt přispět k vytvoření pracovních míst.

4.8. Činitelé ovlivňující cestovní ruch

Činitelé, které ovlivňují rozvoj cestovního ruchu a destinace z ekonomického a geografického hlediska lze dělit na selektivní faktory, lokalizační a realizační podmínky. Selektivní faktory stimulují vznik a rozvoj cestovního ruchu ve funkci poptávky a dělí se na objektivní a subjektivní. Základní podmínkou rozvoje cestovního ruchu jsou mírové podmínky života, vedle toho ovšem existuje celá řada dalších faktorů, které působí na jeho rozvoj. (RYGLOVÁ, 2009, s. 26) Jde o faktory, které mohou stimulovat nebo naopak oslabovat využití lokalizačních podmínek. Ryglová (2009, s. 26) uvádí tyto faktory:

- Politické: Základní politické skutečnosti světového charakteru i místního významu, charakter politického systému.
- Ekonomické předpoklady: Hospodářská politika, podpora podnikání v cestovním ruchu - programy podpory z místních, státních nebo mezinárodních zdrojů nebo podpora prezentace dané země.
- Demografické skutečnosti: Počet obyvatel, ekonomická aktivita, střední délka života, míra urbanizace.
- Ekologické podmínky: Kvalita životního prostředí, uplatňování zásad trvale udržitelného rozvoje, péče státu o životní prostředí.
- Administrativní podmínky: Soubor právních předpisů, zákonů a vyhlášek o cestovním ruchu – celní a devizové předpisy, pasové a vízové podmínky, nutnost očkování apod.
- Sociální vlivy: Životní úroveň, životní styl, fond volného času.

- Materiálně-technické vlivy: Rozvoj informačních technologií, rezervační systémy, úroveň dopravy, ubytování, stravování.

Do kategorie subjektivních faktorů patří řada psychologických vlivů a pohnutek souvisejících s kulturní úrovní obyvatelstva nebo reklamou. (RYGLOVÁ, 2009, s. 27)

Lokalizační podmínky rozhodují o funkčním využití dané oblasti pro cestovní ruch z hlediska přírodních možností, charakteru a kvality společenských podmínek a atraktivit. Do podmínek přírodního charakteru lze zahrnout přírodní atraktivity, klimatické a hydrologické poměry, reliéf, nebo faunu a flóru. U podmínek společenského charakteru se pak jedná o kulturně historické památky, kulturní zařízení, sportovní atraktivity a kulturní či sportovní akce. (RYGLOVÁ, 2009, s. 28)

Realizační předpoklady mají z hlediska činitelů ovlivňující cestovní ruch konečný vliv. Umožňují prostřednictvím dopravy využívání jeho materiálně-technické základny, do které spadají ubytovací a stravovací zařízení, sportovně-rekreační zařízení nebo cestovní kanceláře. (RYGLOVÁ, 2009, s. 28) Lze sem zařadit také turistická informační centra, banky, směnárny, obchody, nebo zdravotnická zařízení.

5. Praktická část

5.1. Nymbursko

Okres Nymburk se rozkládá ve východní části Středočeského kraje, na území Polabské nížiny. Je jedním z 12 okresů Středočeského kraje. Nymbursko sousedí na severu s Mladoboleslavskem, na východě s okresem Jičín a Hradec Králové, na západě s okresem Praha-východ a na jihu s Kolínskem.

Obr. č. 2: Členění Středočeského kraje do okresů.



Zdroj: STŘEDOČESKÝ KRAJ (2016)

Dle údajů Českého statistického úřadu (*ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2016*) činí rozloha okresu Nymburk 850 km². Zemědělská půda tvoří 69,5 % a lesy 17,5 % z celkové rozlohy okresu. Počet obyvatel je asi 97.000 a hustota zalidnění činí 114 obyvatel na km². V současnosti se okres člení na 3 správní obvody obcí s rozšířenou působností (Nymburk, Poděbrady, Lysá nad Labem) a 5 správních obvodů obcí s pověřeným obecním úřadem (Nymburk, Poděbrady, Lysá nad Labem, Sadská, Městec Králové). Zároveň do okresu Nymburk náleží 87 obcí, z nichž 7 má statut města (Nymburk, Poděbrady, Milovice, Lysá nad Labem, Sadská, Městec Králové, Rožďalovice) a 3 obce mají statut městyse (Křinec, Kounice, Loučeň). (*ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2016*)

Obr. č. 3: Okres Nymburk.



Zdroj: MĚSTA A OBCE ONLINE - PORTÁL ÚZEMNÍ SAMOSPRÁVY (2016)

Povrch Nymburska je málo členitý a má výrazně rovinný charakter. Největší část okresu leží v nížině pod 200 m. n. m. (ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2016) Pro příznivé klimatické podmínky a úrodnost půdy bylo Nymbursko v minulosti ryze zemědělskou oblastí a rozvoj průmyslu nastal až s výstavbou železniční tratě Praha – Olomouc. Mohutný rozvoj železniční dopravy působil na založení železničních opravěn s celorepublikovým významem. Tradici na okrese má průmysl strojírenský, potravinářský, gumárensko osinkový a sklářský. V rámci středočeského regionu má nymburské zemědělství velký význam - z hlediska intenzity zemědělské výroby patří k předním okresům v kraji. (ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2016)

Na Nymbursku nalezneme mnoho zachovalých kulturních a také historických památek, které dokumentují bohatou minulost. Významné je lázeňské město Poděbrady, kde se léčí především choroby srdce a pohybového ústrojí. Poděbrady se pyšní především svou lázeňskou kolonádou a zámekem u řeky Labe. Turisticky známé je ale také samotné okresní město Nymburk, kde se nachází dochovaná část městských hradeb, nebo gotický kostel sv. Jiljí, který je dominantou města. Proslulý je také místní pivovar. Jednou z turistických atrakcí, která ovšem spojuje více měst na Nymbursku a která má svůj význam nejenom v cestovním ruchu, je Labská cyklotrasa. Občanské sdružení Labská stezka, která Labskou cyklotrasu provozuje, definuje svoje poslání takto: „Naším hlavním posláním je rozvoj Labské cyklotrasy v ČR s cílem postupně odstranit bariéry tak, aby tato jedinečná dopravní a turistická magistrála byla bezpečnou, bezbariérovou trasou pro všechny její uživatele - včetně handicapovaných občanů, seniorů či rodin s dětmi. Za tímto účelem průběžně mapujeme stav Labské cyklotrasy (např. během již tradičních cyklojízdy Tour de Labe) a snažíme se navzájem propojit hlavní

subjekty působící na Labi a v jeho okolí: kraje, města, obce, instituce, podnikatele a další subjekty (MAS, destinační společnosti, neziskové organizace apod.)“ (*LABSKÁ STEZKA - OFICIÁLNÍ STRÁNKY, 2012a*)

Labská cyklotrasa však není jen záležitostí Nymburska - rozkládá se na území Královéhradeckého, Středočeského, Pardubického, Ústeckého a Libereckého kraje. (*LABSKÁ STEZKA - OFICIÁLNÍ STRÁNKY, 2012b*) Garantem značení Labské cyklotrasy je Klub českých turistů. (*LABSKÁ STEZKA - OFICIÁLNÍ STRÁNKY, 2012c*) Konkrétní propojení měst v rámci cyklostezky lze vidět na následující mapě:

Obr. č. 4: Labská stezka.



Zdroj: *LABSKÁ STEZKA - OFICIÁLNÍ STRÁNKY (2012d)*

Labská cyklotrasa má ve vztahu k Nymburku jeden unikát. „Jediným městem v ČR, které má vybudovanou asfaltovou cyklostezku po obou březích řeky Labe, je město Nymburk.“ (*LABSKÁ STEZKA - OFICIÁLNÍ STRÁNKY, 2012c*) V červnu 2006 byla levobřežní stezka z Nymburka do Kerska prohlášena za Hrabalovu stezku (*LABSKÁ STEZKA - OFICIÁLNÍ STRÁNKY, 2012c*), což lze ve spojení se slavným spisovatelem Bohumilem Hrabalem a s oblastí Kerska, která je s ním spjata a která je známá díky natáčení filmu „Slavnosti sněženek“, rovněž považovat za turisticky atraktivní.

5.2. Činitelé ovlivňující cestovní ruch na Nymbursku

Podle P. Mariota lze předpoklady cestovního ruchu členit na selektivní, lokalizační a realizační předpoklady. (PÁSKOVÁ, ZELENKA, 2002)

5.2.1. Selektivní faktory

Politické

Na úrovni místní politiky mají pro cestovní ruch význam priority obcí, resp. jejich výdaje na cestovní ruch, kulturní akce a propagaci, nebo dotace společnostem podílejícím se na rozvoji cestovního ruchu. Obce mohou mít pro tyto účely zřízeny zvláštní komise, které působí v rámci rady města a mají postavení iniciativního a poradního orgánu. Co se týče obcí s rozšířenou působností, v Nymburce je zřízena Komise pro rozvoj a investice nebo Komise pro školství, kulturu a sport. (MĚSTO A MĚSTSKÝ ÚŘAD NYMBURK, 2016) V Poděbradech je to např. Komise pro lázeňství, cestovní ruch a další podnikání (PODĚBRADY, 2016) a v Lysé nad Labem Komise pro cestovní ruch a sport. (MĚSTO LYSÁ NAD LABEM, 2016)

Na webových stránkách obcí lze rovněž nalézt zprávy o hospodaření, či rozpočty za jednotlivé roky. Výdaje města Nymburk za oblasti „Propagace a cestovní ruch“ a „Kulturní a památková péče“ v roce 2014 lze vidět v následujících tabulkách:

Tab. č. 3: Výdaje města Nymburk v oblasti propagace a cestovního ruchu.

Propagace a cestovní ruch	výdaje (v tis. Kč)
Výstavy cestovního ruchu (Regiony ČR, Veletrh cestovního ruchu)	80,98
Všeobecná propagace (Nymburský deník, prezentace, inzerce, vizitky, propagační materiál, ...)	650,63
Vydávání Kulturního měsíčníku	34,99
Vydávání Městského zpravodaje	246,42
Vydání kalendáře pro rok 2015	0,00
Organizace a zajištění kulturních akcí TIC	19,41

Zdroj: upraveno podle MĚSTO A MĚSTSKÝ ÚŘAD NYMBURK (2015)

Tab. č. 4: Výdaje města Nymburk v oblasti kultury a památkové péče.

Kultura a památková péče	výdaje (v tis. Kč)
Městská knihovna	4 433,00
Městské kulturní středisko	4 101,00
Městské Hálkovo divadlo	1 300,00
Přijímání absolventů škol	23,85
Kulturní památky – služby, opravy	163,37
Muzeum B. Hrabala	9,69
Festival duchovní hudby B. M. Č.	157,81
Nymburské posvícení	395,04
Dvořákův festival	30,00
Festival Mateřinka	207,32
Polabská vonička	230,00
Příspěvky sportovním klubům na nájem	875,10
Novoroční ohňostroj	0,00
Nymburský historický podzim	12,00
Vedení městské kroniky	9,83
Údržba informačních tabulek	4,25
Nymburské filmové léto	28,69
Oslavy 100. výročí narození B. Hrabala	236,24
Ve stínu vodárenské věže 5. ročník	79,78
Zajištění "Dnů evropského dědictví"	11,81
Hrabalovo Kersko	46,85
Spolufinancování obnovy busty M. Tyrše	109,80
Přístavní slavnost X. ročník	229,95
Cyklus přednášek o historii regionu v MěK	10,00
Vydání knihy „Nymburský volejbal-průvodce historií“	20,00
Vydání knihy „Pamětní desky, památníky a nápisy v Nymburce“	40,00
Oprava informační tabule „Historie hradeb“	33,25
Knihy básní J. Tepera „Španělská škola“	30,00

Vydání výboru z díla J.z Wojkowicz „Rytíř smutné postavy – básník Jan z WojkoWicz“	28,67
Dotace pro MěK	30,00

Zdroj: upraveno podle MĚSTO A MĚSTSKÝ ÚŘAD NYMBURK (2015)

Z uvedeného lze vyčíst, že velká část výdajů je soustředěna především na akce a záležitosti místního významu a největšími výdaji byla podpořena městská knihovna, městské kulturní středisko nebo městské divadlo. V širším významu cestovního ruchu byly věnovány finance na výstavy cestovního ruchu a prezentace regionu. Také podle závěrečného účtu města Poděbrady za rok 2014 (*PODĚBRADY, 2015*) a rozpočtu města Lysá nad Labem (*MĚSTO LYSÁ NAD LABEM, 2014*) je patrné, že výdaje v rámci kultury jsou věnovány z velké části na místní kulturní záležitosti a obnovu památek. Velký význam pro obce však mohou mít příspěvky a dotace ze Středočeského kraje. V rámci Středočeského kraje je zřízen Fond cestovního ruchu (*STŘEDOČESKÝ KRAJ, 2016b*), který se zabývá výstavbou a vybavením turistických informačních center ve Středočeském kraji, podporou agroturistiky, historickou kolejovou dopravou, naučnými stezkami, přívozy, údržbou značení pěších a cyklistických tras nebo podporou rozvoje rekreační cyklistiky.

Co se týče okresu Nymburk, byla dle informací Středočeského kraje o přidělených dotacích za rok 2014 (*STŘEDOČESKÝ KRAJ: PŘIDĚLENÍ DOTACÍ ZE STŘEDOČESKÉHO FONDU CESTOVNÍHO RUCHU PRO ROK 2014, 2014*) přidělena dotace na projekt „Nová technologie pro Turistické informační centrum Poděbrady“ a na opravu přístřešku se stoly, lavicemi a stojany na kola v obci Dobšice. Pro rok 2015 byly přiděleny dotace projektu „Lhotecká cyklotrasa - vyznačení cyklotrasy č. 8240“ obci Kostelní Lhota, projektu na vybavení turistického informačního centra v Milovicích a dopravního značení k němu, projektu „Dančí obora pro naučnou stezku Dobše“ v okolí obce Dobšice, zajímavou objevením keltského pohřebiště v blízkosti a projektu „Naučná stezka Mordové rokle“. (*STŘEDOČESKÝ KRAJ: POSKYTNUTÉ DOTACE V ROCE 2015, 2015*) Podpora ze strany kraje může být tedy významná pro větší obce, ale může být také příležitostí pro malé obce a organizace podílející se na rozvoji cestovního ruchu. Pro tyto účely je zřízen Fond cestovního ruchu, Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji a jsou zde možnosti využití dotací nebo získání grantů.

Ekonomické předpoklady

Do ekonomických předpokladů lze zahrnout např. programy podpory podnikání z místních zdrojů, popsaných výše, popř. ze státních zdrojů.

Ekologické podmínky

Souvisí s kvalitou životního prostředí. Masový cestovní ruch a přetížení destinace může ohrozit kvalitu přírody. Na Nymbursku se nachází několik chráněných území, jakožto nástroj ochrany přírody a krajiny. Podle webových stránek Agentury ochrany přírody a krajiny České republiky se jedná o následující národní přírodní rezervace a památky: *(AOPK ČR, 2016)*

- Národní přírodní rezervace Libický luh: Komplex lužního lesa mezi obcemi Libice nad Cidlinou a Velký Osek.
- Národní přírodní rezervace Kněžičky: Jižní okraj rozsáhlého lesního celku obory Kněžičky a navazující teplomilné stráně mimo oboru.
- Národní přírodní rezervace Čtvrtě: Jižní okraj rozsáhlého lesního celku Jabkenicka mezi Studci a Mcely.
- Národní přírodní památka Dlouhopolsko: Litorální porosty Dlouhopolského rybníka a přilehlý okraj lesního porostu.
- Národní přírodní památka Hrabanovská černava: Tzv. polabská černava mezi Lysou nad Labem, Starou Lysou a Benáteckou Vruticí.
- Národní přírodní památka Slatinná louka u Velenky: Fragment slatinné louky na západním okraji kerského lesa mezi obcemi Velenka a Hradištko.
- Národní přírodní památka Kopičácký rybník: Nelesní enkláva v severní části obory Kněžičky.

Důležitá v této oblasti může být také obnova kvality venkovského prostředí. V souvislosti s tímto tématem probíhá každoročně již od roku 1995 soutěž Vesnice roku v rámci projektu Program obnovy venkova. Jedním z vyhlašovatelů soutěže je např. Ministerstvo pro místní rozvoj. „Cílem této soutěže je snaha povzbudit obyvatele venkova k aktivní účasti na rozvoji svého domova, zveřejnit rozmanitost a pestrost uskutečňování programů obnovy vesnic a upozornit širokou veřejnost na význam venkova, ale také snaha vyzdvihnout aktivity obcí, jejich představitelů a občanů, kteří se snaží nejen zvelebovat svůj domov, ale rozvíjejí i místní tradice a zapojují se do společenského života v obci.“

(*VESNICE ROKU, 2011*) Za rok 2015 získala jedno z ocenění obec Dobšice z okresu Nymburk, konkrétně ocenění právě za zeleň a životní prostředí. (*VESNICE ROKU, 2016*)

Materiálně-technické vlivy

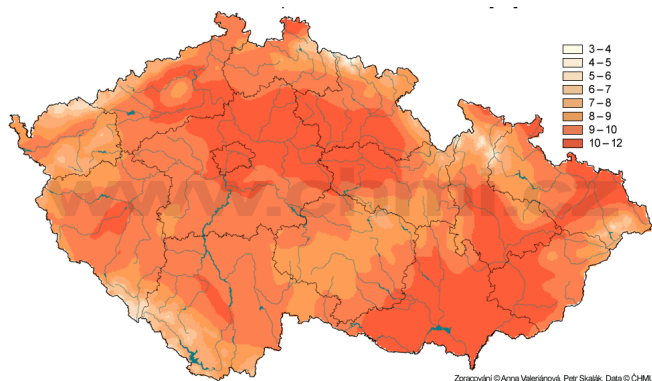
Jedním z technických vlivů může být úroveň dopravní infrastruktury. Nymburk je jedním z důležitých železničních uzlů. „Provoz na trati Kolín – Nymburk – Mladá Boleslav byl zahájen 29. října 1870 a během následujících třinácti let se z Nymburka stala důležitá železniční křižovatka. Dobrá dopravní dostupnost regionu způsobila nebývalý rozkvět obchodu a k hlavním tahounům nymburského hospodářského rozkvětu patřily především cukrovar a pivovar.“ (*České dráhy, a.s., 2016*) Na území Středočeského kraje rovněž funguje systém Integrovaného dopravního systému. Středočeská integrovaná doprava vychází ze systému městské hromadné dopravy největších obcí s rozšířenou působností a jeho propojení na příměstskou autobusovou dopravu. (*STŘEDOČESKÝ KRAJ, 2016c*) Dle webových stránek Středočeského kraje je v oblasti Nymburska celkem 40 autobusových linek. (*STŘEDOČESKÝ KRAJ, 2016d*) Systém autobusové dopravy je tedy svým rozsahem a počtem linek rozložen po celém Nymbursku. Dle zkušeností autorky jsou linky směřující do menších obcí méně frekventované, avšak větší obce nebo turisticky významnější místa jsou železniční i autobusovou dopravou dobře dostupné. V souvislosti s krajinným rázem oblasti Nymburska je zde oblíbeným dopravním prostředkem kolo, které je dostupné také pro turisty. Například společnost České dráhy nabízí službu půjčovny kol. Dle informací z webových stránek činí celodenní nájemné 150 Kč a v některých stanicích je možnost vypůjčení také dětského kola, elektrokola, dětské cyklosedačky či přílby. Půjčovny kol jsou otevřené od dubna do října, přičemž stanicemi s možností půjčení a vrácení kol v rámci Středočeského kraje a Prahy jsou Praha-Smíchov, Kolín, Kutná Hora, Lysá nad Labem, Poděbrady, Nymburk a Neratovice. Na některých tratích navíc funguje bezplatná přeprava vypůjčených kol a v některých stanicích fungují také bezplatné úschovny. (*ČESKÉ DRÁHY A.S., 2015*) S přihlédnutím k nížinnému typu krajiny, rozsáhlým cyklostezkám a oblibě používání kola jako dopravního prostředku v tomto regionu lze i tento způsob dopravy považovat za významný a pro místní instituce nebo podnikatele může být příležitostí dalšího využití jeho potenciálu.

5.2.2. Lokalizační podmínky

Nymbursko se rozkládá na území Středočeského kraje, v oblasti nížinatého charakteru kolem řeky Labe a jejích přítoků. Je součástí území označovaného jako Polabí, nebo někdy také Polabská nížina. Největší část okresu leží v nadmořské výšce pod 200 m. Nejvyšší místo se nachází na severovýchodě území u obce Chroustov - vrch Na kostele, který má 299 m n. m. Nejnižší místo je při odtoku Labe z okresu a nachází se v nadmořské výšce 173 m. (*ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2016*) Geomorfologicky náleží okres Nymburk do Středočeské, konkrétněji Středolabské tabule. Ta je charakterizována jako plochá pahorkatina, představující reliéf plošin, kotlin a pahorkatin, s říčními terasami nebo údolními nivami. (*WIKIPEDIA: THE FREE ENCYCLOPEDIA, 2014*)

Okres Nymburk se stejně jako celé území České republiky nachází v mírném podnebném pásu. Podle dat Českého hydrometeorologického ústavu dosahovala průměrná roční teplota vzduchu v roce 2014 v této oblasti 10-12°C, přičemž patří mezi nejteplejší oblasti v České republice. (*PORTÁL ČHMÚ, 2016*)

Obr. č. 5: Průměrná roční teplota vzduchu v roce 2014 [°C].



Zdroj: *PORTÁL ČHMÚ (2016)*

Na Nymbursku se nachází několik národních přírodních rezervací a památek, především lesních porostů s biotopy chráněných a ohrožených druhů rostlin a živočichů.

Významnou vodní plochou je Žehuňský rybník. Žehuňský rybník je národní přírodní památkou a spolu s Národní přírodní rezervací Kněžičky tvoří jádro ptačí oblasti. Předmětem ochrany je ptactvo a rostlinná mokřadní společenstva. „Území je významným tahovým stanovištěm a zimovištěm, zejména vodních ptáků a dravců. Maximální počty dosahují v tomto období 11 000 až 12 000 ptáků.“ Prostředí poskytuje útočiště nejen

ptačím druhům, ale i mnoha dalším druhům živočichů z oblasti hmyzu. Žehuňský rybník je bohatý i z hlediska flóry, vyskytuje se zde široké spektrum vlhkomilné vegetace. (*Ptačí oblast Žehuňský rybník – Obora Kněžičky, 2008*) Co se týče vodních toků, je nejvýznamnější řeka Labe, jejími přítoky jsou u Poděbrad řeka Cidlina nebo v Nymburce řeka Mrlina. Turistický potenciál spočívá v rozsáhlých cyklostezkách vedoucích po březích Labe, nebo v sezónních parnicích.

Na Nymbursku nalezneme mnoho turistických cílů, i co se týče kulturně historických památek. Ze zámků je to například barokní zámek Loučeň, obklopen rozlehlým anglickým parkem a souborem labyrintů, které jsou unikátem nejen v rámci České republiky, ale dokonce také Evropy. Zámek Poděbrady je pak dominantou lázeňského města. Z lidové architektury je možno zmínit skanzen v Přerově nad Labem – Polabské národopisné muzeum, které zobrazuje kulturu Polabí a život lidí v minulých dobách. Dalším oblíbeným turistickým cílem je historická vesnička Botanicus s řemeslnými dílnami a bylinnými zahradami, zoologická zahrada v obci Chleby, která je jedinou ve Středočeském kraji, nebo obec Kersko, která je proslulá natáčením filmu Slavnosti sněženek. Tam je možno zavítat i do známé restaurace Hájenka nebo do ateliéru Kuba, který nabízí tvorbu malířů nebo keramiků. Nelze samozřejmě opomenout ani kulturní památku v Nymburce – část středověkého městského opevnění. Oblast kultury, přesněji divadel zastupují Hálkovo divadlo v Nymburce, divadlo Na Kovárně v Poděbradech a Městské divadlo v Kolíně. Hlavním předmětem sportovního vyžití v regionu je cykloturistika, zmiňovaná již v předchozích kapitolách. Z hlediska konání sportovních akcí je významným sportem pro město Nymburk basketbal. Nymburský mužský basketbalový tým je nejúspěšnějším týmem v Národní basketbalové lize a také v evropských pohárech se umísťuje na nejvyšších příčkách. (*ČEZ BASKETBALL NYMBURK, 2010*) Pravidelně se zde tedy soustřeďují fanoušci tohoto sportu s blízkého i vzdáleného okolí.

5.2.3. Realizační podmínky

Podle statistiky Českého statistického úřadu kapacit hromadných ubytovacích zařízení bylo za rok 2014 a okres Nymburk evidováno celkem 54 zařízení. (*VEŘEJNÁ DATABÁZE VDB, 2016*) V následující tabulce lze sledovat porovnání počtu hromadných ubytovacích zařízení za rok 2014, a to pro okresy Středočeského kraje a sousedící okresy z Královéhradeckého kraje. Nejlépe si v této statistice vedou okresy Benešov, Příbram a Jičín, přičemž Nymbursko je umístěno zhruba v průměru všech těchto okresů.

Tab. č. 5: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení ve vybraných okresech za rok 2014.

	Ubytovací zařízení	Pokoje	Lůžka	Místa pro stany a karavany
Benešov	87	1 907	5 009	966
Beroun	47	731	1 789	485
Kladno	22	490	1 232	-
Kolín	24	326	770	90
Kutná Hora	54	977	2 859	370
Mělník	35	758	2 017	300
Mladá Boleslav	74	1 160	3 319	401
Nymburk	54	1 494	3 141	175
Praha-východ	68	1 500	3 584	88
Praha-západ	56	1 104	2 637	305
Příbram	96	1 854	5 568	1 387
Rakovník	51	875	2 975	1 040
Hradec Králové	48	1 436	3 367	530
Jičín	84	1 802	5 267	1 248

Zdroj: upraveno podle VEŘEJNÁ DATABÁZE VDB (2016)

Zajímavostí ovšem je, že podle dalších dat Českého statistického úřadu týkajících se návštěvnosti je zřejmé, že téměř 80% z celkového počtu hostů byli rezidenti.

Tab. č. 6: Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v okrese Nymburk za rok 2014.

	Hosté celkem	v tom		Přenocování celkem	v tom		Průměrný počet přenocování (noci)
		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti	
2014	93 623	74 316	19 307	356 640	280 412	76 228	3,8

Zdroj: upraveno podle VEŘEJNÁ DATABÁZE VDB (2016)

Z údajů o návštěvnosti nelze obecně vyvodit rozložení účastníků cestovního ruchu dle jejich motivace, tedy zda jde např. o poznávací a odpočinkové formy cestovního ruchu, nebo spíše o obchodní formy. Na první pohled se totiž zdá rozdíl mezi rezidenty a nerezidenty dosti výrazný. Při zvážení jen samotné rekreační a poznávací formy cestovního ruchu by bylo tedy otázkou, do jaké míry je Nymbursko atraktivním turistickým cílem pro turisty z ostatních regionů České republiky.

Infrastruktura turistických informačních center se zdá být přijatelná. Do Asociace turistických informačních center České republiky³, spadají následující turistická centra: (*ASOCIACE TURISTICKÝCH INFORMAČNÍCH CENTER ČESKÉ REPUBLIKY, 2016*)

- Turistické informační centrum Milovice
- Turistické informační centrum Nymburk
- Turistické informační centrum Poděbrady

Další turistická informační centra nejsou oficiálně certifikována nebo jsou součástí např. odborů kultury obcí - např. město Lysá nad Labem (*MĚSTO LYSÁ NAD LABEM, 2015*), popř. jsou příspěvkovými organizacemi, tzn., že jsou taktéž zřizovány obcemi – např. město Sadská. (*KULTURNÍ INFORMAČNÍ CENTRUM MĚSTA SADSKÁ, 2016*)

5.3. Zoologická zahrada Chleby

Historie a charakteristika

Zoologická zahrada Chleby je unikátní nejen tím, že je jedinou ve Středočeském kraji, ale také způsobem svého vzniku a jejími obdivuhodnými chovatelskými úspěchy, tak jak se zoo postupně rozvíjela.

³ Organizace sdružující turistická informační centra v ČR. Asociace je členem Kolegia cestovního ruchu, poradního orgánu Ministerstva pro místní rozvoj ČR a také zakládajícím členem svazku "Fórum cestovního ruchu z.s.", které sdružuje profesní organizace v cestovním ruchu. Asociace je administrátorem certifikace Jednotné klasifikace turistických informačních center ČR. (*Asociace turistických informačních center České republiky, 2016*)

Obr. č. 6: Logo zoologické zahrady Chleby.



Zdroj: ZOO CHLEBY (2013)

Zoologická zahrada se nachází přímo v obci Chleby, asi 8 km od Nymburka. Podle slov jejího majitele byla založena v roce 1997 jako nezisková organizace, konkrétně se jedná o obecně prospěšnou společnost. Vzniku zoologické zahrady předcházela sbírka zvířat majitele. Ten, tehdy ještě v jiném místě bydliště, vlastnil několik druhů zvířat a s postupem času začal svůj soukromý chov rozšiřovat také o některé exotické druhy ptáků. To budilo velký ohlas u lidí, a prostory přestaly být z důvodu velkého zájmu lidí a rozšiřujícího se chovu dostačující. Bylo tedy nutné vyhledat nové místo, určené pro vybudování malé soukromé zoo. Vhodné prostory byly nalezeny právě v obci Chleby na území tamní fary, která byla ovšem nevyužívaná a na počátku dosti poničená. Zoo se však postupně, pod vedením majitele a za pomoci rodiny a přátel, podařilo zprovoznit.

Zoologickou zahradu si rychle oblíbili první návštěvníci a dostala se do širšího povědomí, především obyvatel z okolí. Významným okamžikem se stal rok 2004, kdy byla zoo přijata do sdružení EARAZA⁴. Zároveň ve stejném roce získala licenci Ministerstva životního prostředí k provozování zoologické zahrady. (*MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ, 2015*)

Další rozvoj zoologické zahrady spočíval v otevření nových pavilonů, zřízení dětské zoo a dětského hřiště, rekonstrukci budov, celkového rozšíření areálu nebo ve výstavbě environmentálního centra. V současnosti zoologická zahrada chová asi 70 druhů zvířat.

⁴ Eurasijská regionální asociace zoologických zahrad a akvárií. Je členem WAZA, světové asociace zoologických zahrad a akvárií. (*WAZA: World Association of Zoos and Aquariums, 2016*)

Význam zoologické zahrady Chleby a její přínos cestovnímu ruchu na Nymbursku

Zoologická zahrada patří do formy zábavního a atrakčního cestovního ruchu, který je schopen nalákat velké množství lidí, především rodin s dětmi. Zoologické zahrady jsou zdrojem nejen odpočinku a zábavy, ale také nových poznatků a informací o zvířatech.

Zoologická zahrada Chleby je unikátní tím, že je jedinou ve Středočeském kraji. Za poslední roky velmi narostla obliba zoologických zahrad a stále zde platí trend v jejich vysoké návštěvnosti. Podle statistiky CzechTourism o nejnavštěvovanějších turistických cílech roku 2014 (*CZECHTOURISM, 2015*) se v žebříčku „TOP 30“ umístilo hned 10 zoologických zahrad, přičemž ve všech krajích, kromě Středočeského, Karlovarského a Pardubického se zoologická zahrada umístila vždy na jednom z prvních třech míst návštěvnosti. Je také nutno podotknout, že v Karlovarském ani v Pardubickém kraji se k listopadu 2015 nenacházela žádná zoologická zahrada s platnou licencí Ministerstva životního prostředí, na rozdíl od ostatních krajů. (*MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ, 2015*) Z uvedeného vyplývá, že zoologické zahrady jsou jedním z nejoblíbenějších turistických cílů. Zoologická zahrada Chleby sama o sobě nemůže v současnosti konkurovat ostatním zahradám na území velkých měst. Je však pro region značným přínosem z toho důvodu, že je jedinou na území Nymburska, ale i Středočeského kraje. Může být také významným potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu na Nymbursku ve smyslu spolupráce s ostatními atraktivitami v regionu a jejich vzájemné propagace, nebo společných projektů pro návštěvníky. Jak ale bylo zjištěno v rozhovoru s majitelem zoo, žádná taková spolupráce není aktuálně provozována ani zamýšlena.

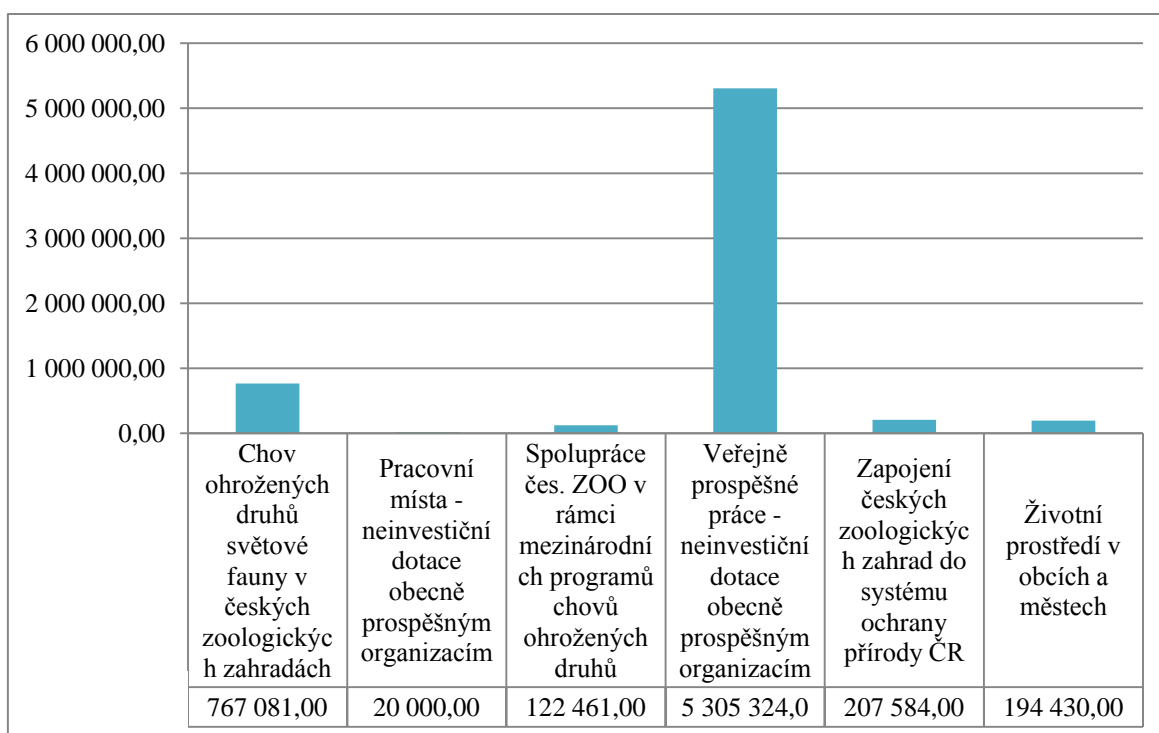
Dle majitele zoo dosahovala návštěvnost v roce 2013 cca. 59.000 a v roce 2014 již 70.000 návštěvníků. Tento nárůst návštěvnosti byl podle jeho názoru ovlivněn především příznivým počasím. Zástupce TIC v Nymburku ale například uvádí, že zde jezdí mnoho návštěvníků, kteří mají zájem o konkrétní turistické cíle, tedy i Zoo Chleby a přesněji se na ně ptají. Z hlediska TIC je tak přínosem větší kumulace turistů, což následně může vést i k rozvoji obce v daném místě a k rozvoji finančnímu.

Dle rozhovoru s majitelem zoo je ovšem její problémovou záležitostí možnost čerpání dotací. Středočeskému kraji podle něj záleží na vybudování vysoce kvalitní zoologické zahrady, avšak žádná podpora ve formě dotací není z této strany udělována. V této věci zde lze vnímat určité rozladění, např. také v porovnání s tím, jak vysoké měsíční výdaje vynakládají jiné obce v okolí třeba na sport. I přesto se majitel snaží o co nejefektivnější hospodaření s dostupnými prostředky a dle jeho slov se za dosavadním rozvojem skrývá především společná píle všech, kteří se účastní na chodu zoologické zahrady.

Podle ředitele destinační společnosti Zlatý pruh Polabí, do které se zoologická zahrada tento rok zapojila, byla však na základě poskytnutých dotací vybudována nová část zoo a nadále je zde také možnost čerpat dotace z Ministerstva pro místní rozvoj. Prostředky na provoz zoo se podle něj skládají z poloviny z dotací a příspěvků a z poloviny z vlastních zdrojů. V okolí je podle ředitele destinační společnosti také několik dopravních značek označujících Zoo Chleby jako turistický cíl, což přispívá k její propagaci.

Podle přehledu poskytnutých dotací z fondů Středočeského kraje (*STŘEDOČESKÝ KRAJ, 2016e*) byla zoologické zahradě poskytnuta v roce 2010 dotace ve výši 50.000 Kč na projekt monitorování hnízdění orlů. Dle Centrálního registru dotací (*IS CEDR III, 2016*) však zoo od roku 2003 do roku 2015 čerpala ze státního rozpočtu dotace na různé projekty v celkové výši 6.616.880 Kč.

Graf č. 1: Přehled čerpaných dotací ZOO Chleby za období 2003-2015.

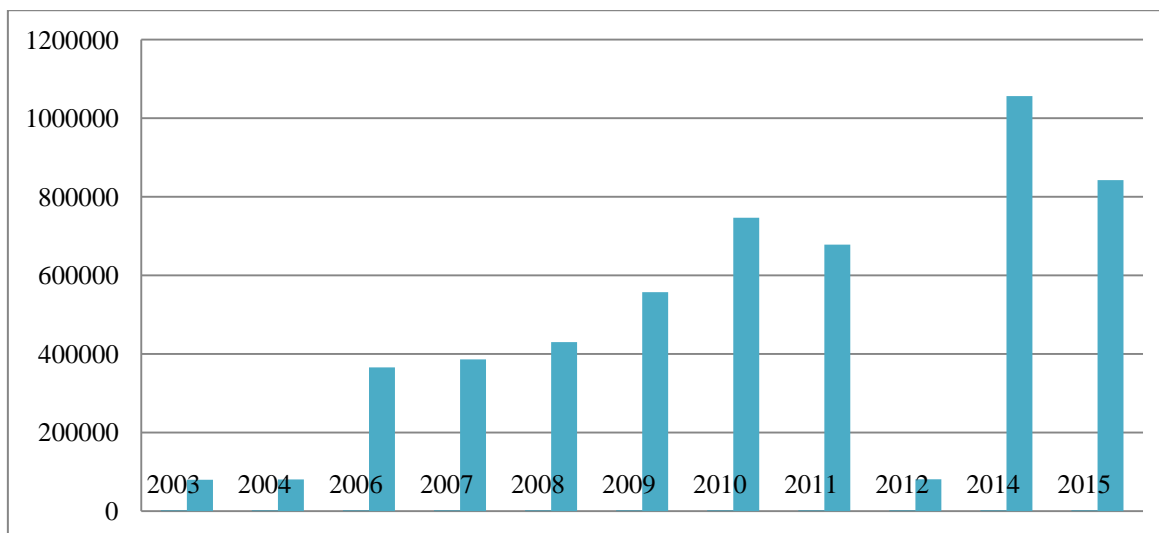


Zdroj: upraveno podle IS CEDR III, 2016

Na základě těchto údajů lze vyčíst, že přes 80% všech dotací bylo spotřebováno na projekty týkající se pracovních míst. Podle informací Ministerstva práce a sociálních věcí jsou veřejně prospěšné práce pracovní příležitosti vytvořené především pro obtížně umístitelné a dlouhodobě nezaměstnané uchazeče o zaměstnání. (*Integrovaný portál MPSV, 2012*) ZOO Chleby je tedy určitě kladným přínosem pro region z hlediska politiky

zaměstnanosti, kdy nabízí pracovní příležitosti dlouhodobě nezaměstnaným uchazečům o zaměstnání.

Graf č. 2: Přehled čerpaných dotací ZOO Chleby na projekt „Veřejně prospěšné práce - neinvestiční dotace obecně prospěšným organizacím“ za jednotlivá období.

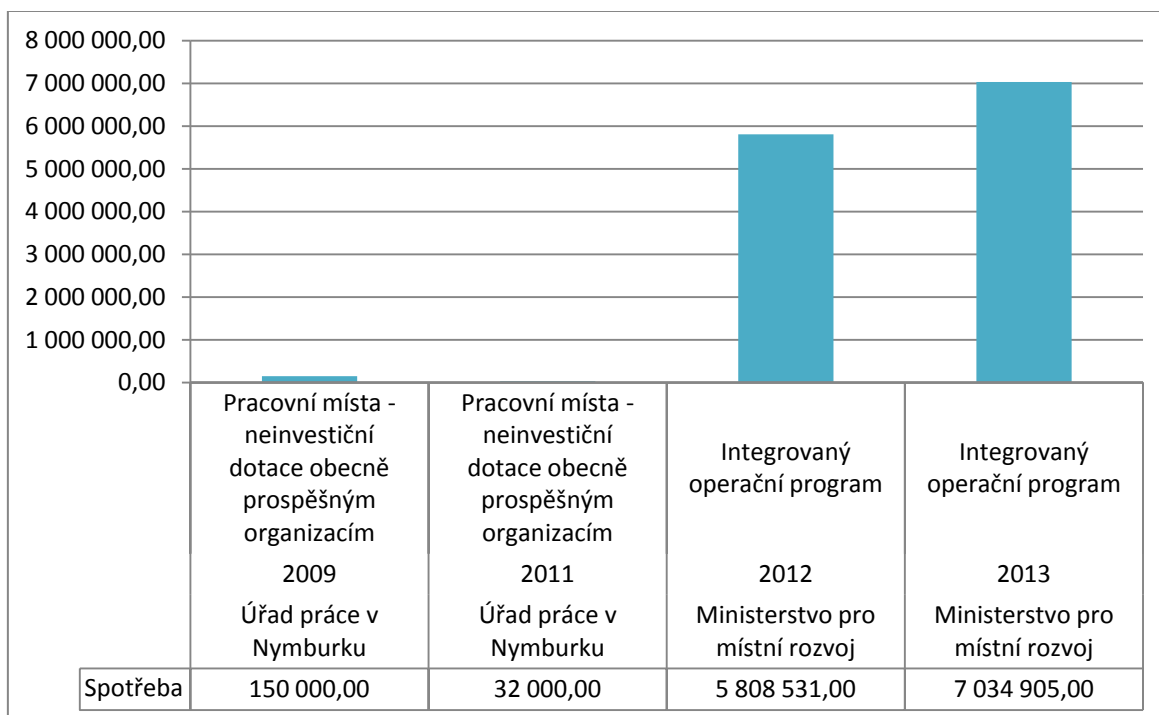


Zdroj: upraveno podle IS CEDR III, 2016

Co se týče již zmíněné problematiky příspěvků ze strany územní samosprávy, určité potíže přiznává i ředitel destinační společnosti. Podle jeho slov se situace mírně zlepšuje a například na úřadu Středočeského kraje bylo obnoveno oddělení cestovního ruchu. Podle internetových stránek Středočeského kraje byla společnosti Zlatý pruh Polabí přidělena pro rok 2014 dotace ve výši 100.000 Kč, a to na projekt „Nová technologie pro Turistické informační centrum Poděbrady“. (*STŘEDOČESKÝ KRAJ: PŘIDĚLENÍ DOTACÍ ZE STŘEDOČESKÉHO FONDU CESTOVNÍHO RUCHU PRO ROK 2014, 2014*) Problémem ale podle něj zůstává Fond cestovního ruchu destinační společnosti. Do tohoto fondu plynou příspěvky měst a obcí a inspirací pro jeho zřízení byly podobné, již fungující projekty v Krkonoších. Vyjednávání se starosty a shánění příspěvků je ale podle ředitele Zlatého pruhu Polabí běh na dlouhou trať a od těchto subjektů plynou do fondu příspěvky v celkové výši asi jen 20.000 Kč ročně. Jak také říká, Zoo Chleby má možnost čerpat dotace z Ministerstva pro místní rozvoj. Z předchozích grafů vyplývá, že zoologická zahrada čerpala dotace především z Ministerstva práce a sociálních věcí, a to na pracovní místa (viz graf č. 2). Z údajů Centrálního registru dotací lze vyčíst, že společnost Zlatý pruh Polabí čerpala dotace naopak především z Ministerstva pro místní rozvoj – od roku 2012 v celkové výši 12.843.436 Kč (viz graf č. 3). Podle slov ředitele

destinační společnosti i při porovnání údajů z Centrálního registru dotací zde tedy další potencionální možnosti čerpání dotací pro Zoo Chleby určitě jsou.

Graf č. 3: Přehled čerpaných dotací Zlatý pruh Polabí, o.p.s. za období 2009-2013.



Zdroj: upraveno podle IS CEDR III, 2016

Zoologická zahrada Chleby se nachází asi 8 km od Nymburka. Do zoo se tedy návštěvníci mohou snadno dostat autem nebo na kole. Autobusové spojení zde také funguje, ale linka není tolik frekventovaná, jak by nejspíše bylo potřeba. Dle platného jízdního řádu zdejšího autobusového dopravce (*IDOS - VJŘ, 2016*) jede z Nymburka směrem do Chleb 7 spojů denně, opačným směrem 8 spojů. Časy odjezdu autobusů ovšem nekopírují otevírací dobu zoologické zahrady. Například poslední autobus vyjíždí z Chleb před 16.30 hodin, ovšem zoo má v sezoně, v době, kdy lze pochopitelně očekávat větší příliv a zdržení návštěvníků, otevřeno do 18 hodin. Některé jiné zoologické zahrady provozují ve spojení s poskytovateli hromadné dopravy tzv. zoobusy. Návštěvníci zoo se tak na pravidelných linkách a někdy také za zvýhodněnou cenu mají možnost dostat přímo k vstupu do areálu. Proto by v tomto případě bylo možná dobré zvážit spuštění podobného projektu a posílení autobusových linek se zaměřením na Zoo Chleby v její hlavní sezóně, samozřejmě by projektu ovšem musela předcházet analýza zaměřená na efektivitu takového projektu z hlediska finančního a návštěvnosti a jedná se spíše o výhled do budoucna.

Pro návštěvníky dopravující se autem jsou u silnic poutače ve formě dopravního značení, které poukazují na významnou památku či atraktivitu v okolí.

Zoologická zahrada Chleby se prezentuje na webových stránkách (www.zoochleby.cz) a také na sociálních sítích. Návštěvník má tak možnost si cestu do zoo detailně naplánovat a dozvědět se potřebné informace o otevírací době, cenách, chovaných druzích zvířat nebo aktivitách zoo. Na stránkách zoo na sociální síti Facebook (*FACEBOOK, 2016*), kam lidé vkládají svá hodnocení, lze vyčíst množství jak pozitivních, tak negativních reakcí. Negativní reakce se většinou vztahují k malému množství chovaných zvířat nebo ke špatné infrastruktuře, týkající se např. nedostatečného počtu informačních tabulí, nefunkčnosti elektronické pokladny a turniketů či stánku s občerstvením. Kritizováno je i drahé vstupné vzhledem k velikosti zoo. Někteří návštěvníci naopak berou v úvahu fakt, že se jedná o soukromou zoo, oceňují rodinné prostředí a respektují menší nedostatky způsobené budováním zoo za chodu. Pozitivní reakce se týkají komentovaných prohlídek, osobního vztahu personálu ke zvířatům nebo možnosti kontaktu se zvířaty.

Je nutno potvrdit, že zoologická zahrada je postupně rozšiřována a rekonstruována v průběhu a její příjmy tvoří především tržby ze vstupného. Žádné významné příjmy z doplňkové činnosti zoo nemá, jedná se jen o běžný prodej občerstvení a upomínkových předmětů. Její činnost je spojena s mnoha chovatelskými úspěchy a také odhodláním uspět se zvířaty náročnými na chov. Přesto si zachovává svou jedinečnost a formu malé rodinné zoo. Na základě zkušeností autorky není pro zoo důležitá kvantita chovaných zvířat, ale naopak nabízí návštěvníkům možnost dostat se ke zvířatům co nejbliže. Zájem zoologické zahrady o chov zvířat náročných na chov a snahu vytvořit pro ně ideální podmínky lze doložit i aktuálním plánem zoo o chov langury duk, vážně ohrožených opic. Podle rozhovoru s majitelem zoo z Mladé Fronty Dnes (*ŠŤASTNÝ, 2016*) žije langur duk hlavně v lesích Vietnamu a Laosu a žere takřka výhradně mladé listí, čímž je mimořádně náročná na chov. „Celý život chovám zvířata a vždycky mě bavilo něco, co nejde. Takhle jsem sáhl po tetřívkoví kavkazském, který žije v absolutně živém prostředí. Jakmile se setká s bakterií, uhynie. Byli jsme první na světě, kdo ho rozmnožil. Věřím, že zvládneme i langury.“

5.4. Park Mirakulum

Historie a charakteristika

Park Mirakulum se nalézá v obci Milovice, blízko města Lysá nad Labem. Mirakulum má teprve krátkou historii, ale i za tuto dobu dokázal přilákat velké množství lidí a stal se oblíbeným a známým i v širším okolí. Mirakulum je typem naučně zábavního parku, který nabízí množství herních prvků - prolézačky umístěné v dřevěných hradech, obří trampolíny, lanový park, podzemní tunely nebo vodní prvky. Podle tohoto popisu by se mohlo zdát, že se jedná o záležitost primárně pro děti, Mirakulum ovšem nabízí prvky i pro dospělé a každá věková skupina se zde může zabavit.

Provozní manažer Mirakula nastínil historii jeho vzniku. Park byl založen v roce 2012, v tomto roce tedy oslaví 4. výročí vzniku. Současný majitel Mirakula se původně zabýval budováním dětských hřišť a koupil jeden z objektů současného areálu pouze jako sklad materiálu. Až po určité době zde začaly vznikat herní prvky a park se začal rozšiřovat. Provozní manažer tak označil jeho vznik za zcela náhodný. Jedinečnost parku tkví v tom, že žádný takový se na území České republiky nenalézá a dle ředitele je nepřekonatelný a obdobný park zde podle jeho slov může jen těžko vzniknout. Dále uvádí, že všechny náklady na rozvoj Mirakula byly pokryty vlastním financováním a park pro tyto účely nepřijímal žádné dotace např. z Evropské unie, nebo jiných institucí.

I přes obrovskou rozlohu parku – podle webových stránek činí rozloha asi 10 hektarů (*PARK MIRAKULUM, 2015*) – a množství herních prvků má Mirakulum neustále další plány na další rozšiřování. Podle provozního manažera parku je v prázdných, dosud nevyužívaných budovách areálu zamýšlena jejich rekonstrukce a vybudování interaktivních herních prostor, které by byly celoročně dostupné, a rovněž vybudování interaktivní farmy. Na následující rok je pak plánováno rozšíření lesní části parku, renovace přírodního labyrintu, vybudování amfiteátru, nebo umístění piktogramů pro lepší orientaci. Dalším cílem je rozšíření přilehlého tankodromu, resp. rozšíření spolupráce s tankodromem, protože ten je ve vlastnictví jiného majitele.

Význam Parku Mirakulum a jeho přínos cestovnímu ruchu na Nymbursku

Mirakulum je pro cestovní ruch na Nymbursku významnou atraktivitou. Dle provozního manažera byla návštěvnost na počátku fungování Mirakula v řádech desetitisíců, nyní už se pohybuje v řádech statisíců a dokonce je prý srovnatelná s nejúspěšnějšími zoologickými zahradami v České republice. Mirakulum je navíc hojně prezentováno

ve sdělovacích prostředcích formou reklamy, o významu parku z hlediska přílivu návštěvníků z okolí, ale i ze vzdálenějších regionů tedy není pochyb.

O kvalitách Mirakula svědčí také prestižní ocenění, která park získal. Například v roce 2014 se stal vítězem kategorie „Inovace“ v rámci projektu Český Goodwill (*ČESKÝ GOODWILL, 2015*): „Kategorie inovace slouží k oslavě podnikatelů a společností, kterým se daří skloubit inovativní snahy se záměrem rozvíjet tradiční hodnoty, nebo jsou autory zcela nových a jedinečných produktů a služeb, které souvisí s předmětem jejich podnikání.“ (*ČESKÝ GOODWILL, 2015b*) Dále získal majitel parku ocenění v rámci projektu Vizionáři 2012, a to za společenský přínos v oblasti volnočasových aktivit. (*LAGARDÈRE ACTIVE ČR, 2012*)

Co se týče spolupráce, je Mirakulum podporováno ze strany Středočeského kraje, který je jedním z jeho oficiálních partnerů. Jsou zde také pravidelně organizovány akce pro děti z dětských domovů, které dostanou vstup do parku a občerstvení zdarma. Tyto akce jsou hrazeny částečně krajem a částečně parkem. Dle slov provozního manažera se Mirakulum také snaží dávat prostor podnikatelům, jedná se o firmy jako např. Koli, výrobce limonád, nebo Algida, výrobce nanuků. Podle těchto informací jde tedy o velké, již zavedené firmy, s kterými je navázána spolupráce v souvislosti s prodejem výrobků těchto firem. Existuje zde však také partnerství se společností EKO-KOM, v rámci kterého Mirakulum poukazuje na problematiku třídění a recyklace odpadu. Návštěvníci se dozvědí informace o třídění odpadu a na lesní naučné stezce také informace o životním prostředí, přírodě a zvířatech. Spolupráce s ostatními atraktivitami cestovního ruchu je zde podle provozního manažera jen ve formě poukazů na vstupenku zdarma a na sdružování na určité vyšší úrovni není dostatek času. Příkladem poukazu je tzv. „Grátiska“, která sdružuje partnerské objekty a nabízí k zakoupené vstupence pro dospělého a pro dítě další vstupenku zdarma. V roce 2015 sdružoval tento poukaz celkem 5 objektů a to hrad a zámek Staré Hrady, zámek Loučeň, Zoo Chleby, hrad Kost a park Mirakulum.

Obr. č. 7: Grátiska.



Zdroj: Vlastní zdroj.

Provozní manažer parku uvádí, že v minulosti také probíhalo partnerství mezi Zoologickou zahradou Dvůr Králové, Centrem Babylon v Liberci a Mirakulem, které tvořily tzv. „Triangl“. Po návštěvě těchto tří objektů se návštěvníci mohli zúčastnit losování o výhry. Přestože tyto formy spolupráce patří mezi ty běžné a často používané, stále se jedná o účinný nástroj k nalákání návštěvníků do hlavních atrakcí regionu. Lákadlem je jednak určité zvýhodnění, např. právě vstupenka zdarma, a jednak jsou do poukazů začleněny ty nejzajímavější objekty a mohou tak upoutat pozornost návštěvníka při objevování regionu.

Tak jako Mirakulum spolupracuje např. s firmami Koli nebo Algida, jak je uvedeno výše, tak se snaží zviditelnit i lokální firmy, a to v různých doprovodných programech nebo v průběhu tematických víkendů. Je tak poskytován prostor i místním produktům a podnikatelům, což je jeden z dalších přínosů rozvoje regionu.

Dopravní dostupnost do zábavního parku Mirakulum se zdá být bezproblémová a je pro něj silnou stránkou. Do Milovic se návštěvníci snadno dostanou vlakem a z železniční stanice přímo k parku následně jezdí pravidelné autobusové linky v hodinových intervalech. (IDOS, 2016) Rozdíl v dopravní dostupnosti při porovnání např. se Zoo Chleby je zde tedy výrazný, přitom autobusový dopravce je v obou případech stejný. Veřejná doprava je ovšem stále důležitá i přes velký počet lidí dopravujících se vlastním automobilem. Jednak pro atraktivitu cestovního ruchu a jejich návštěvníky, popř. potencionální návštěvníky a jednak se obecně jedná o součást infrastruktury cestovního ruchu. V případě Mirakula jsou dopravní spoje výborně zajištěny, existují zde pravidelná vlaková i autobusová spojení, kdežto jinde jsou v této záležitosti velké rezervy.

Tab. č. 7: Porovnání dopravní dostupnosti zkoumaných turistických cílů.

	vlak	autobus	ostatní
Zoo Chleby	x	4 autobusové linky vedoucí přes obec Chleby mimo pracovní dny jen 4 spoje ve směru Chleby (IDOS, 2016)	
Mirakulum Milovice	pravidelná spojení na trati Kolín - Praha, s přestupem ve stanici Lysá nad Labem max. jednohodinové intervaly v pracovních dnech i mimo ně	7 autobusových linek vedoucích přes obec Milovice pravidelná spojení z železniční stanice do Mirakula v jednohodinových intervalech (IDOS, 2016)	zvýhodněná jízdenka Českých drah při návštěvě Mirakula, období 4-10/2013 (ČESKÉ DRÁHY, A.S., 2013)
Botanicus Ostrá	pravidelná spojení na trati Kolín – Praha železniční stanice v obci vybudovaná v souvislosti s otevřením Centra řemesel	1 autobusová linka vedoucí přes obec Ostrá, spoje jen v pracovní dny (IDOS, 2016)	výletní loď na trase Nymburk – Ostrá květen, červen - plavby o víkendech; červenec, srpen - plavby každý den (VÝLETNÍ LOĎ BLANICE, 2016)
Farma Košík	x	2 autobusové linky vedoucí přes obec Košík, spoje jen v pracovní dny (IDOS, 2016)	
Zámek Loučeň	x	6 autobusových linek vedoucích přes obec Loučeň na trase Nymburk - Loučeň mimo pracovní dny pouze 6 spojů (IDOS, 2016)	vlastní autobusová spojení v prvních letech po otevření - zrušeno

Zdroj: Vlastní zpracování.

Z tabulky o dopravní dostupnosti jednotlivých turistických cílů lze vyčíst značné rozdíly. Nejlepší podmínky má právě Mirakulum, kde jsou frekventovaná vlaková i autobusová dopravní spojení a fungují zde takto i díky samotné přítomnosti zábavního parku. Dopravu

navázanou na Mirakulum lze tak považovat za kladný přínos pro region. V minulosti bylo navíc možné zakoupit zvýhodněnou jízdenku Českých drah, spojenou s návštěvou Mirakula.

Na základě rozhovoru s provozním manažerem lze podle trendu návštěvnosti, pozitivních ohlasů i neustálého rozvoje považovat park za velmi úspěšný a přínosný pro region i díky své jedinečnosti v rámci celé České republiky. Souvisí to i s oblibou zábavních parků, jakožto součástí zábavní formy cestovního ruchu. Dle zkušeností autorky míří do Mirakula lidé napříč věkovými skupinami, nejčastěji rodiny s dětmi. Slabou stránkou může být občerstvení v parku, kdy se ve dnech největší návštěvnosti tvoří dlouhé fronty u stánků, ovšem i vylepšení této věci je podle provozního manažera součástí plánu pro nejbližší období.

5.5. Botanicus Ostrá

Historie a charakteristika

Botanicus se nachází v obci Ostrá, asi jen 5 km od města Lysá nad Labem. Botanicus spol. s r.o. byla založena již v roce 1992 a spojuje v sobě dva projekty – jedním je výroba kosmetických a potravinářských produktů, a druhým je provozování Centra řemesel, které bylo spuštěno o 8 let později. (*BOTANICUS, SPOL. S R.O., 2015*)

Podle internetových stránek Botanicu (*BOTANICUS – SVĚT ROSTLIN, 2016*) jsou veškeré byliny, ovoce a zelenina, které se následně využívají k výrobě kosmetických a potravinářských produktů, pěstovány na vlastních zahradách. Botanicus přitom klade velký důraz na ekologii a pěstování rostlin probíhá bez používání chemických postřiků nebo průmyslových hnojiv. Výrobní areál se nachází v blízkosti zahrad, čerstvé suroviny tak mohou být okamžitě zpracovány. Další přidanou hodnotou jsou pracovní postupy při výrobě produktů, které jsou z velké části založeny na ruční práci a tradici historických receptur. Vysokou kvalitu výrobků doplňuje také originální design. Všechny tyto výrobky lze zakoupit nejen v České republice a na Slovensku, ale také v dalších původních či franšízových prodejnách v 14 zemích světa, mezi nimi je např. i Rusko, Čína, Tchaj-wan, Japonsko nebo Mongolsko.

Obr. č. 8: Vybrané výrobky firmy Botanicus v charakteristickém designu.



Zdroj: Vlastní zdroj.

Obr. č. 9: Peníze používané v Botanicu, směnitelné před vstupem do areálu.



Zdroj: Vlastní zdroj.

Stěžejní turistickou atraktivitou přímo v obci Ostrá je ovšem již zmíněné Centrum řemesel. Na základě interních materiálů firmy (*BOTANICUS, SPOL. S R.O., 2015*) poskytnutých obchodním oddělením firmy, je cílem navodit dobovou atmosféru, zasadit tradiční řemesla do určitého kontextu a přiblížit život předků. Nejedná se však o repliku jakési historické vesnice, jde jen o kulisy. Podle interních materiálů firmy je hlavním problémem dnešní doby, který se snaží řešit, vytrácející se tradice a respekt k řemeslu a rukodělné práci. Právě proto bylo vybudováno Centrum řemesel, které má za úkol prezentovat mimo jiné také ekologický přístup k přírodě a rostlinám, a cyklus výsadby, péče o rostliny, sklizně a zpracování produktů. Ten je zobrazen také na obalech jednotlivých výrobků – latinská slova Hortus, Apothicus a Botanicus znamenají uzavřený cyklus mezi pěstitelem, výrobcem a prodejcem, který probíhá v rámci jedné firmy a je tak její zvláštností.

Jak je dále uvedeno v interních dokumentech firmy, Centrum řemesel spolu s přilehlými zahradami vzniklo na pozemcích bývalé skládky a jejich původní katastrální uspořádání bylo využito k současnému systému vzájemně propojených pěstitelských a okrasných ploch. Součástí bylinných zahrad jsou např. zeleninové zahrady, zahrady jedlých rostlin a ovocných dřevin, ale také orientální zahrada, bludiště, ohrada s hospodářskými zvířaty, část se včelími úly, nebo levandulové zahrady. Zajímavostí je arboretum, kde se nachází ojedinělá sbírka stromů Dagmar Havlové. Ta vznikla původně v zámeckém parku v Lánech v roce 1998 a následně byla přenesena do zahrad Botanicu a stala se základem projektu Arboreta Dagmar a Václava Havlových.

Návštěvníci mají rovněž možnost pozorovat práci řemeslníků nebo si řemesla sami vyzkoušet, patří mezi ně:

- Truhlářská dílna
- Lékárna a výroba mýdel
- Výroba svíček
- Loutkářská dílna
- Pekárna
- Perníkářská dílna
- Kovárna
- Výroba papíru
- Mincovna
- Tiskárna
- Rýžování zlata
- Drátenické řemeslo
- Hrnčířská dílna
- Brusič kamene
- Provaznictví
- Kamenictví

Význam Botanicu a jeho přínos cestovnímu ruchu na Nymbursku

Botanicu přispívá k jeho návštěvnosti jeho blízká poloha u Prahy a velký význam má také to, že firma má své prodejny i v některých zahraničních zemích a mezi návštěvníky je také hodně cizinců, kteří mají s výrobky zkušenost a chtějí se o Botanicu dozvědět něco více. Zástupce firmy v rozhovoru potvrdil, že právě tato skupina návštěvníků má na celkové návštěvnosti významný podíl, žádná detailnější struktura návštěvnosti ovšem není vedena. Celková návštěvnost v současnosti činí cca 55.000 návštěvníků ročně.

Botanicus můžeme stejně jako předchozí atraktivitu zařadit do formy zábavního a atrakčního cestovního ruchu. Nabízí možnost přenést se atmosféry dávných dob a vyzkoušet si některá tradiční řemesla, ochutnat místní speciality vyrobené především z vlastních surovin a projít rozlehlou bylinnou zahradou s množstvím kvetoucích rostlin a stromů a zakoupit si kosmetické výrobky z ekologicky vypěstovaných surovin, pocházejících přímo ze zahrad Botanicu. Lákadlem jsou také speciální akce - slavnosti,

které jsou pořádány v souvislosti s určitým ročním obdobím a nabízejí tak ochutnání pokrmů ze sezónních surovin. Slavnosti jsou doprovázené hudebními a divadelními představeními a navíc bývají v těchto dnech otevírány další řemeslné dílny.

Dopravní dostupnost do Botanicu je zajištěna především dobrým vlakovým spojením. Vlaková zastávka v obci Ostrá se nachází na frekventované železniční trati Kolín - Praha a od vstupu do areálu je vzdálená jen necelý kilometr. Zajímavostí je, že podle zástupce firmy byla tato zastávka vybudována právě v souvislosti s otevřením Centra řemesel, dá se tedy říci, že tento projekt přispěl k dílčímu vylepšení dopravní infrastruktury. Do Botanicu se po dobu plavební sezóny mohou návštěvníci dostat také parníkem, který jezdí na trase Nymburk – Ostrá v rámci pravidelných okružních plaveb. Jedná se tak o spojení vyhlídkové plavby s možností návštěvy Botanicu a dalšího rozšíření infrastruktury cestovního ruchu v regionu.

Botanicus se rovněž podílí na rozvoji obce Ostrá, dle vedoucí zahrad se jednalo například o vybudování parků v obci a tím i její obnově, nebo o vystavění sochařského monumentu blízko vlakové zastávky. Dle webových stránek (*BOTANICUS – SVĚT ROSTLIN, 2016*) je také podporována Mateřská škola v Ostré, nebo tamější sportovní sdružení. Navíc je Botanicus partnerem a spoluzakladatelem společnosti Zlatý pruh Polabí, která působí v oblasti cestovního ruchu a jejíž hlavní činností je vytváření marketingové podpory pro oblast Polabí. Botanicus se tak významně podílí na rozvoji nejen obce, ale svou činností se podílí i na propagaci cestovního ruchu v rámci celého regionu. To potvrzuje i ředitel Zlatého pruhu Polabí a říká, že ze všech zkoumaných subjektů je největší spolupráce navázána právě s Botanicem. Podle něj se jedná o stálici cestovního ruchu v regionu a v rámci zkoumaných subjektů je Botanicus tím nejstarším. Podle zástupce firmy je Botanicus rovněž zdrojem pracovních příležitostí, neboť zaměstnává množství pracovníků do zahrad a výrobní haly. V sezoně nebo v době slavností jsou zde navíc možnosti pro brigádníky. Podle dostupných dat z Registru ekonomických subjektů (*viz tabulka č. 8*) zaměstnává Botanicus v porovnání s ostatními zkoumanými subjekty nejvíce zaměstnanců.

Tab. č. 8: Porovnání počtu zaměstnanců ekonomických subjektů.

ekonomický subjekt	počet zaměstnanců
Botanicus Ostrá spol. s r.o.	100-199
ZOO Chleby o.p.s.	10-19
Mirakulum s.r.o.	10-19
Zámek Loučeň	25-49
Farma Košík (PET s.r.o.)	10-19

Zdroj: upraveno podle ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2016b

Botanicus spadá do velikostní kategorie 100-199 zaměstnanců a na základě těchto údajů je tak možné potvrdit vyjádření vedoucího zahrad o množství pracovních příležitostí. V tomto lze také shledat přínos Botanicu pro region. S tím souvisí také zmiňované vybudování vlakové zastávky přímo v obci, čímž se zlepšila dopravní dostupnost a je tak umožněno cestovat přímo do místa jak obyvatelům, tak i zaměstnancům a návštěvníkům.

Ředitel destinační společnosti Zlatý pruh Polabí rovněž spatřuje přínos v nabízených pracovních příležitostech, na druhou stranu ale říká, že zkoumané subjekty včetně Botanicu jsou silně navázány na sezónnost, a tak zaměstnávají lidi jen na nutná pracovní místa a dále toto řeší nabídkami krátkodobých brigád apod.

Podle zástupce firmy je také přínosem sídlo Botanicu, které je přímo v Ostré, a plynou tak do rozpočtu obce daňové odvody.

5.6. Farma Košík

Historie a charakteristika

Farma Košík se nachází v obci Tuchom, což je asi 20 km od města Nymburk. Přesněji se však jedná o biofarmu, jejíž činnost je založena na principech ekologického hospodářství. Součástí farmy je rovněž penzion a restaurace, která nabízí slovenskou gastronomii a potraviny vyrobené z vlastních surovin.

Podle rozhovoru majitelkou farmy sahají počátky farmy do roku 2001. Původně měli manželé objekt jako chalupu pro rekreaci, chovali zde ovšem mnoho zvířat a postupně začali vytvářet ekologickou farmu. Původní hospodářské stavby byly přestavěny na penzion, který byl otevřen o 8 let později, tedy v roce 2009. V současnosti činí

ubytovací kapacita celkem 11 lůžek a farma hospodaří na celkem 130 ha půdy. Co se týče zvířat, soustředí se především na chov ovcí, kterých je asi 250 kusů.

Význam Farmy Košík a její přínos cestovnímu ruchu na Nymbursku

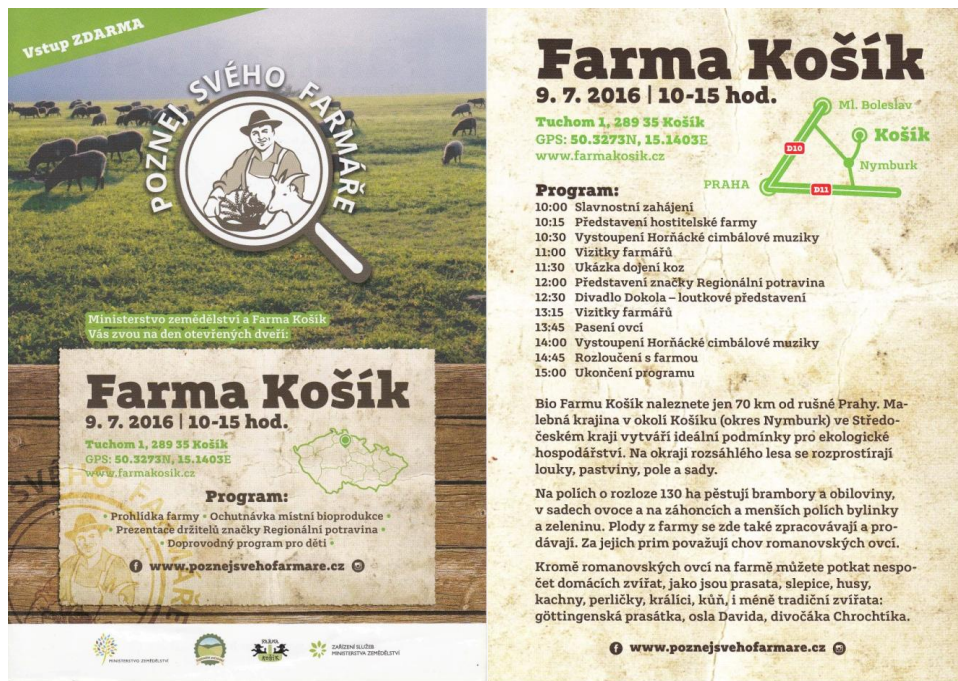
Hlavní význam spatřuje majitelka farmy v kontaktu s přírodou. Farma je zaměřena na rodiny s dětmi, kdy cílem, nebo spíše snahou je, aby děti byly už od mala v živém kontaktu s přírodou, a ne jen prostřednictvím televize apod. Velký důraz je kladen na ekologii.

To, co činí Farmu Košík významnou pro cestovní ruch, je nabídka agroturismu. Agroturismus je v současnosti důležitou formou cestovního ruchu a především také udržitelnou formou. Žádná turistická atraktivita, která by se soustředila přímo na agroturismus se v blízkém okolí nenachází, nicméně agroturismus podle slov majitelky není rozšířený a rozvíjí se jen velmi pomalu. Pokud přijedou na farmu hosté, většinou využívají jen samotných ubytovacích služeb penzionu. V sezoně tvoří velkou skupinu návštěvníků cyklisté, kteří se na své cestě přijdou občerstvit do restaurace. Jak říká majitelka farmy, počet lidí, kteří přijeli na farmu přímo za agroturismem, by se dal spočítat na prstech ruky. Dle jejího názoru je to především tím, že tato forma cestovního ruchu, resp. tato forma pobytu je spojena s dobrovolnickou prací. Ta zde ovšem není rozšířena tak, jako v jiných zahraničních zemích. Nejsou ani zamýšlené žádné plány na propagaci agroturismu na farmě a podle majitelky je to spíše o lidech, aby měli vůli a chuť toto vyzkoušet. Jedním z návštěvníků byl např. Američan, který bydlel a pomáhal na farmě asi 10 dní a sbíral zde zkušenosti pro provoz vlastní farmy. Dalšími návštěvníky byli lidé, kteří dostali od svých příbuzných voucher na pobyt, a vydali se tak pomáhat na farmu. Podle majitelky je agroturismus sezónní záležitostí, a činnost potenciálního návštěvníka by obnášela především společnou práci s pracovníkem farmy, sběr zeleniny a ovoce, nebo krmení zvířat.

Co se týče spolupráce s dalšími institucemi působícími v cestovním ruchu, Farma Košík vystupuje podle majitelky jen sama za sebe a není členem žádných takových organizací. Způsob využití surovin do restaurace a na výrobu potravin farma kombinuje – některé suroviny jsou vlastní, ale některé také kupuje v klasických obchodech z toho důvodu, že farma nemá skleníky. Žádného místního dodavatele tedy nemá. Nedávno se ovšem farma zapojila do projektu Ministerstva zemědělství „Poznej svého farmáře“, kterého se účastní několik malých rodinných farem z jednotlivých krajů České republiky. Třetí

ročník projektu má za cíl pomoci s propagací těmto farmám, nabídnout jejich produkty, nebo ukázat různé farmářské techniky. (*POZNEJ SVÉHO FARMÁŘE, 2016*)

Obr. č. 10: Propagační materiál projektu „Poznej svého farmáře“.

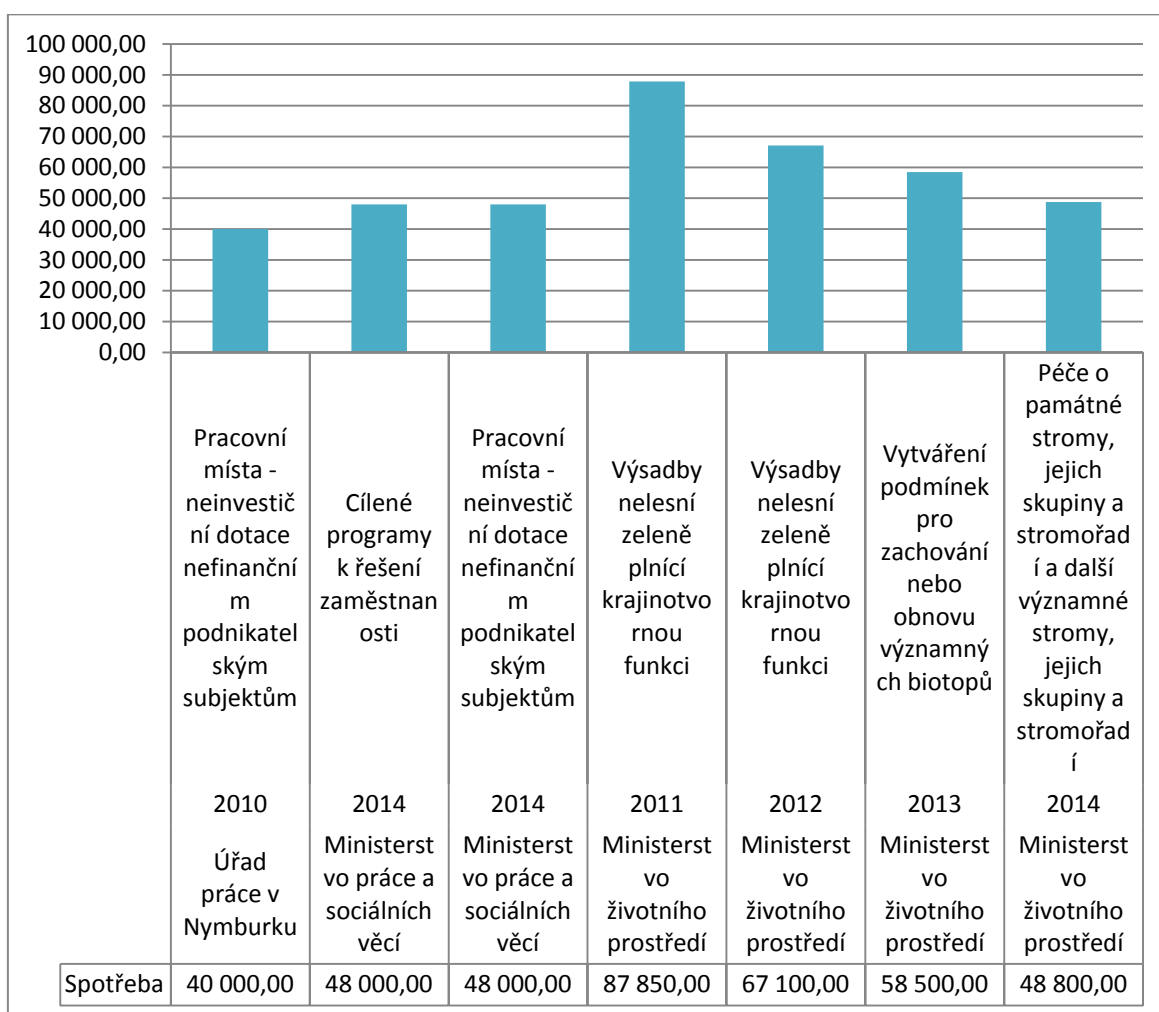


Zdroj: *POZNEJ SVÉHO FARMÁŘE, 2016b.*

Dalším způsobem, jak se farma snaží o propagaci, je certifikace ovčích sýrů značkou POLABÍ regionální produkt, kterou koordinuje MAS Podlipansko, o.p.s. (*ASOCIACE REGIONÁLNÍCH ZNAČEK, 2010-2016*). To je samozřejmě výhodou pro turisty, kterým je tak garantován místní původ výrobku, jeho kvalita a šetrnost k životnímu prostředí. Propagace značky probíhá podle informací na internetových stránkách formou tiskovin i médií. Pro farmu znamená tato certifikace samozřejmě také konkurenční výhodu.

Pro podporu své činnosti farma čerpá různé dotace. V rámci Programu rozvoje venkova, poskytovaného Evropským zemědělským fondem pro rozvoj venkova, získala farma v roce 2008 dotaci ve výši 1.200.000 Kč (*EAGRI, 2008*). Farma čerpala tuto dotaci v rámci programu na podporu cestovního ruchu, zahrnující ubytování a sport – konkrétně se jednalo o projekt „Penzion Farma Košík“. V Centrálním registru dotací nalezneme (viz graf č. 4) kromě příspěvků k řešení zaměstnanosti také několik dotací z Ministerstva životního prostředí. Lze tedy potvrdit, že se Farma Košík aktivně snaží o ochranu přírody a klade důraz na ekologii, čímž přispívá krajíně a je v tomto ohledu přínosem pro region.

Graf č. 4: Přehled čerpaných dotací Farma Košík (PET s.r.o.) za období 2010-2014.



Zdroj: upraveno podle IS CEDR III, 2016

Dopravní dostupnost zde není podle majitelky problém. Lidé, kteří míří do penzionu, nebo do restaurace, se dopravují autem a v sezoně se pak ve velké míře přijíždějí obcerstvit cyklisté. K dopravní dostupnosti lze snad už jen připojit poznámku, že v obci chybí směrové ukazatele, které by naváděly návštěvníky přijíždějící na farmu. Tato skutečnost vychází z vlastních zkušeností autorky.

Do budoucna zamýšlí majitelka farmy rekonstrukci s cílem zvýšit kapacitu ubytování. Jednak je v plánu rozšíření penzionu pro rekreanty, ale také koupě starých chalup a vybudování většího počtu lůžek i pro agroturisty.

5.7. Zámek Loučeň

Historie a charakteristika

Zámek se nachází v obci Loučeň, asi 10 km od města Nymburk. Jedná se o komplex historického zámku, labyrintária a parku. Podle rozhovoru s kastelánem Zámku Loučeň byl zámek do roku 1945 sídlem knížecí rodiny, konkrétně rodu Thurn-Taxisů. Následně byl zámek rodu odebrán. Sloužil pak například jako škola Československých státních drah a Ministerstva dopravy, nebo se tu pořádaly kurzy pro letové dispečery. V jinou dobu se zde také nacházely úřední kanceláře a byty. Od roku 1972 začal zámek sloužit jako hotel. V roce 2002 byl zámek odkoupen společností Loučeň a.s. a pro návštěvníky, resp. pro cestovní ruch byl otevřen 7. července 2007. Labyrintárium bylo otevřeno v téže roce. V současnosti je areál zámku a přilehlý hotel ve vlastnictví společnosti Loučeň a.s. a údržbu zámku a parku pro denní provoz má na starosti nezisková organizace Zámecký okrašlovací spolek, o. s.

Význam Zámku Loučeň a jeho přínos cestovnímu ruchu na Nymbursku

Dle kastelána zámku je nejvýznamnějším produktem celého komplexu labyrintárium, které sestává z několika labyrintů a bludišť a je unikátní díky skutečnosti, že je největší v Evropě. V době jeho otevření zde bylo 10 labyrintů, v současnosti jich je 11 a další je ve výstavbě. Druhým nejvýznamnějším produktem jsou zámecké prohlídky. V nabídce je několik druhů prohlídek, přičemž je kladen důraz na děti a na prohlídky pro školní skupiny, včetně výukových programů. Výjimkou nejsou ani prohlídky pro firmy. Průvodci provázejí návštěvníky v dobových kostýmech. Třetím nejvýznamnějším produktem je pak ubytování. K dispozici jsou apartmány přímo v zámku a pokoje v přistavěném hotelu. Zámek Loučeň nabízí také kongresové prostory a wellness služby. Ubytování na zámku využívá ale především firemní klientela, která navštěvuje zámek pro účely školení, kongresů, nebo tzv. team building. Samotný zámek pak navštěvují především rodiny s dětmi.

Součástí programu zámku Loučeň jsou také speciální slavnosti. Podle kastelána zde dříve byly pořádány jednotlivé slavnosti, v současnosti lze ale mluvit spíše o celosezónním programu. Ten je v letošním roce zaměřen na výročí narození Karla IV. a nabídne návštěvníkům komentované prohlídky, scénky ze života královského dvora, vystoupení sokolníků a ukázky lovu, nebo rytířské turnaje. V rámci tohoto výročí proběhne také výstava „Magičtí Lucemburkové“, při níž budou mít návštěvníci možnost vidět kopie

císařské a české svatováclavské koruny, nebo repliku hodovní síně Karla IV. Součástí celoročního programu jsou ale také pravidelně se opakující akce, přičemž k těm nejnavštěvovanějším patří Svatomartinské posvícení, nebo Hradozámecká noc. Hradozámecká noc⁵ je akcí, která zahrnuje několik hradů a zámků po celé republice a podle kastelána zámku je při této události právě Loučeň jednou z nejnavštěvovanějších památek. Hojně navštěvované jsou také vánoční nebo velikonoční slavnosti. Zámek Loučeň je areálem, kde se uskutečňují také výstavy nebo operní vystoupení - v minulosti se zde například uskutečnilo představení Národní opery.

Co se týče návštěvnosti, patří Zámek Loučeň rozhodně do skupiny nejvýznamnějších turistických cílů na Nymbursku. Roční návštěvnost se pohybuje kolem 170.000 návštěvníků ročně a největší skupinou návštěvníků jsou rodiny s dětmi, především s dětmi v nižším školním věku. Kastelán zámku přisuzuje vysokou návštěvnost skutečnosti, že se jedná o rozsáhlý komplex, tedy o zámek, labyrintárium a park na jednom místě. V tom také vnímá jeho jedinečnost. Turistické cíle s podobným zaměřením jsou podle něj zábavní park Mirakulum nebo Zoo Chleby. Podobným produktem cestovního ruchu v okolí je zámek Dětenice, nebo hrad a zámek Staré Hrady, ty se však už nacházejí mimo okres Nymburk. „Klasičtější“ zámek v okolí je zámek Radim u Kolína, nebo zámky Stránov a Křinec. V těchto případech se už ale návštěvnost pohybuje v nižších číslech.

Významný přínos cestovnímu ruchu na Nymbursku představuje spolupráce zámku Loučeň s ostatními organizacemi. Jak uvádí kastelán, zámek je například součástí slevové karty „Grátiska“, která sdružuje partnerské objekty a nabízí vstupné na tyto objekty zdarma. Tuto slevovou kartu využije asi 800.000 návštěvníků ročně. Dále se zámek účastnil projektu „Otevřte 13. komnatu“, který sdružuje několik hradů a zámků v České republice a jehož realizátorem je ředitel společnosti Zlatý pruh Polabí (*OTEVŘTE 13. KOMNATU, 2016*). Významná je účast ve spolku Místní akční skupina SVATOJIŘSKÝ LES, z.s., která působí v severovýchodní části Středočeského kraje a snaží se o udržitelný rozvoj celého regionu v rámci kultury i přírody. Jak je uvedeno v její zprávě „Strategický plán LEADER“ z roku 2013 (*MÍSTNÍ AKČNÍ SKUPINA SVATOJIŘSKÝ LES Z.S., 2013*), v posledních několika letech byla zpracována řada projektů a vysoké procento z nich získalo finanční podporu. Mezi úspěšně zrealizovanými projekty, podpořenými v rámci

⁵ „Cílem Hradozámecké noci je představit památky v netradiční době a s netradičním programem jako místa neustále živá, na která má smysl se vracet. Na rozdíl od muzejních nocí není podmínkou, aby akce byly pro návštěvníky přístupné zdarma, naopak je obvyklé vybírat vstupné. Kulturní program může být různorodý, od nočních prohlídek (prohlídek v netradičním osvětlení), přes divadelní představení a hudební vystoupení až po komponované programy.“ (*HRADOZÁMECKÁ NOC, 2016*)

programu EU „Společný regionální operační program“ jsou např.: (*MÍSTNÍ AKČNÍ SKUPINA SVATOJIŘSKÝ LES Z.S., 2013*)

- Loučeň, a.s.: Realizace marketingové kampaně pro projekt Zámek Loučeň - nová turistická destinace, 5.176.500 Kč
- Loučeň, a.s.: Zámek Loučeň, 70.000.000 Kč
- Svazek obcí Svatojiřský les: Severní Nymbursko - perspektivní oblast regionálního cestovního ruchu, 4.500.000 Kč

Podle této zprávy se společnost Loučeň a.s. aktivně zapojila do projektu „Severní Nymbursko - perspektivní oblast regionálního cestovního ruchu“ právě z toho důvodu, že vlastní a spravuje zámek Loučeň, významný turistický cíl v území Místní akční skupiny. Jejím přínosem jsou zkušenosti s rekonstrukcí památkově chráněného komplexu budov a zaměřila se také na opravy a oživení kulturního dědictví v území.

Výčet čerpaných dotací v rámci Společného regionálního operačního programu lze sledovat i v Centrálním registru dotací:

Tab. č. 9: Seznam čerpaných dotací v rámci Společného regionálního operačního programu.

Poskytovatel	Období	DT/OP/GS	Čerpaná dotace
Ministerstvo pro místní rozvoj	2006	Společný regionální operační program	32 361 000,00
Ministerstvo pro místní rozvoj	2006	Společný regionální operační program	727 000,00
Ministerstvo pro místní rozvoj	2007	Společný regionální operační program	1 632 000,00
Ministerstvo pro místní rozvoj	2007	Společný regionální operační program	84 752 000,00
Ministerstvo pro místní rozvoj	2007	Společný regionální operační program	20 018 000,00
Ministerstvo pro místní rozvoj	2008	Společný regionální operační program	1 086 071,00

Zdroj: převzato z IS CEDR III, 2016

Jedním z dalších projektů, který souvisí se zámkem Loučeň a byl podpořen Místní akční skupinou Svatojiřský les v roce 2009, byl projekt na vybudování chodníků v obci Loučeň. Žadatelem byl městyš Loučeň a projekt byl dotován z Evropského zemědělského fondu

pro rozvoj venkova. „Stávající provoz a návštěvnost místního zámku vyvolaly potřebu vybudování chodníků, které budou spojovat zámek Loučeň s centrem obce, kde jsou soustředěny obchody, restaurace a provozovny občerstvení.“ (*MÍSTNÍ AKČNÍ SKUPINA SVATOJIŘSKÝ LES Z.S. 2012*) Z uvedených statistik a zpráv vyplývá, že zámek Loučeň je svým zapojením do regionálních projektů a rozsahem čerpaných dotací kladným přínosem pro rozvoj regionu, což je dáno i zkušenostmi z oblasti památkové péče.

Zámek Loučeň dále podle jeho kastelána spolupracuje s národní centrálou cestovního ruchu CzechTourism, Národním památkovým ústavem, nebo Asociací majitelů hradů a zámků. Majitelka zámku Loučeň zároveň působí v místní destinační společnosti Zlatý pruh Polabí, která usiluje o společnou propagaci turistických cílů v regionu. Kastelán zámku vyzdvihuje její propagační materiály, zvláště přehled tipů na výlety v Polabí, nebo mapy nejzajímavějších míst. Ředitel společnosti Zlatý pruh Polabí je pak prezidentem Asociace turistických informačních center, která pořádá pravidelná setkání zúčastněných subjektů. Středočeský kraj dále pořádá pravidelné veletrhy cestovního ruchu, kde nabízí možnost prezentace jednotlivých turistických cílů. Zámek Loučeň se těchto veletrhů pravidelně účastní. Spolupráce funguje také na úrovni cestovních agentur, které zajišťují pro zámek smlouvy se školami, nebo přivážejí zahraniční návštěvníky. Jinými projekty, na kterých se zámek podílí, jsou Regionální potravina, nebo projekt týkající se regionálních řemesel. Podle kastelána zámku je zde tedy několik druhů spolupráce, které jsou přínosné jak pro samotný zámek, tak pro cestovní ruch v regionu.

Na základě získaných informací lze konstatovat, že velkou roli zde patrně hraje účast vedoucích pracovníků v místní destinační společnosti a jiných sdruženích. To potvrzuje také ředitel Zlatého pruhu Polabí, kde je zámek Loučeň, jakožto jeho spoluzakladatel, jedním z hlavních partnerů. Dále uvádí, že Zlatý pruh Polabí má uzavřeno cca. 160 – 170 partnerských smluv, na základě kterých dochází k vzájemné propagaci, prezentaci na veletrzích, pořádání různých akcí, nebo poskytování propagačních materiálů v turistických informačních centrech. Na základě fungování destinační společnosti a spolupráce se subjekty vidí jednoznačný pokrok, především v efektivnější propagaci a pořádání různých akcí v regionu Polabí. Stejně jako kastelán zámku Loučeň vyzdvihuje brožuru „90 tipů na výlet v Polabí“, která přináší přehled turistických zajímavostí a tipů a považuje ji za velmi úspěšnou. Také oddělení propagace Turistického informačního centra v Nymburku uvádí, že spolupráce se zkoumanými subjekty se týká především vzájemné výměny propagačních materiálů, které si návštěvníci v hojné míře žádají. Zástupce TIC v Nymburku vyjadřuje stejně jako ředitel Zlatého pruhu Polabí spokojenost

se spoluprací se subjekty – snaží se udržovat se všemi subjekty kontakt a získávat aktuální informace o akcích, přičemž ochota subjektů je na velmi dobré úrovni a jejich spolupráce je vyrovnaná.

Obr. č. 11: Brožura „90 tipů na výlet v Polabí“



Zdroj: ZLATÝ PRUH POLABÍ, O.P.S., 2015

V následující tabulce je uspořádáno několik hlavních projektů nebo společností, do kterých je zámek Loučeň zapojen, nebo s nimi spolupracuje. Důležité je rovněž propojení s destinační společností.

Tab. č. 10: Přehled významných projektů a společností spojených se zámkem Loučeň.

Hradozámecká noc představení památek doprovázené kulturním programem nejnavštěvovanější památka v rámci této události (dle vyjádření kastelána, viz s. 45)	pravidelná účast od r. 2010
Otevřte 13. komnatu projekt sdružující vybrané hrady a zámky (viz str. 45) ředitel společnosti Zlatý pruh Polabí je manažerem projektu	účast v r. 2015
Místní akční skupina SVATOJIŘSKÝ LES, z.s. zapojení do regionálních projektů a příspěvní zkušenostmi v oblasti památkové péče (viz str. 46-47) významný rozsah čerpaných dotací	člen spolku
CzechTourism, národní centrála cestovního ruchu	spolupráce
Národní památkový ústav	spolupráce
Asociace majitelů hradů a zámků	spolupráce
Zlatý pruh Polabí, o.p.s. majitelka zámku Loučeň působí ve vedení společnosti	partner společnosti, spolupráce

Asociace turistických informačních center České republiky	spolupráce
prezident asociace je ředitelem společnosti Zlatý pruh Polabí (<i>ASOCIACE TURISTICKÝCH INFORMAČNÍCH CENTER ČESKÉ REPUBLIKY, 2016</i>)	
Veletrhy cestovního ruchu	pravidelná účast

Zdroj: vlastní zpracování na základě rozhovoru s kastelánem zámku

Jak uvádí kastelán, zámek Loučeň je otevřen celoročně, což vyplývá z přítomnosti hotelu. V období ledna až března je nutno prohlídku samotného zámku objednat dopředu, ovšem mimo víkendy, o kterých je otevřen vždy. Zámecký park je přístupný celoročně. Ve všední dny se na zámku objevuje spíše firemní klientela a o víkendech a prázdninách jsou to jednotlivci nebo rodiny s dětmi.

Veřejná doprava, konkrétně autobusová spojení do obce Loučeň nejsou podle kastelána příliš frekventovaná a nejbližší vlaková zastávka je v obci Všejanya, vzdálené asi 6 km. Obec má přesto dobrou polohu, protože v blízkosti se nachází dálnice D10 a D11 a z měst jako jsou Praha, Hradec Králové, Liberec, nebo Pardubice je zhruba hodinová dostupnost. Navíc většina návštěvníků, dalo by se říci 99%, přijíždí do Loučně autem. Zajímavostí je, že dřívější majitel zámku z rodu Thurn-Taxisů byl také majitelem železnic. Nechtěl, aby na jeho pozemcích vedla hlučná železnice, proto touto oblastí žádná nevede. Železnice byla vybudována do Dobrovice, kde vlastnil Thurn-Taxis cukrovar, který funguje dodnes a sídlí zde nejvýznamnější producent cukru a lihu v České republice. V prvních letech po otevření provozoval zámek vlastní autobusová spojení po nejbližším okolí. Jízda autobusem byla zpoplatněna za symbolickou cenu. Po určité době byla však tato služba zrušena, neboť se neprokázal její velký význam a bylo obtížné plnit náročné požadavky návštěvníků, tak aby bylo časově všem vyhověno.

Zámek Loučeň je podle kastelána atraktivním místem i pro firemní klientelu. V historické části jsou tři zámecké apartmány a v modernější části budovy jsou kongresové prostory.

Kastelán považuje návštěvnost pro kongresy, školení apod. za slušnou a zájem o tyto služby zde roste. Tito klienti pak mají možnost účastnit se různých aktivit – outdoorových akcí, lukostřelby, nočních prohlídek, lanového parku, nebo mají možnost zhlédnout koncerty a představení.

Co se týče plánů na budoucí rozvoj, aktuální záležitostí je zmiňované budování 12. labyrintu. Zvyšovat kapacitu hotelu vedení zámku neplánuje. Záměrem je spíše udržovat současný stav návštěvnosti a držet se již zavedených a úspěšných programů, protože dosavadní rozvoj a postavení zámku Loučeň v regionu je již samo o sobě úspěchem.

6. Shrnutí výsledků

V rámci výzkumného šetření se podařilo obdržet informace o činnosti a fungování pěti vybraných atraktivit cestovního ruchu na Nymbursku, které byly získány na základě rozhovorů s odpovědnými osobami daných organizací.

Samotný vznik a postupný rozvoj těchto organizací je mnohdy doprovázen především velkým zaujetím a snahou samotných majitelů. Příkladem je vývoj Zoologické zahrady Chleby a obětavá práce jejího majitele (*viz kapitola 5.3*), nebo vznik zábavního parku Mirakulum, jehož zakladatel se původně zabýval jen budováním dětských hřišť a postupné rozšiřování parku bylo pokryto vlastním financováním (*viz kapitola 5.4*). Tyto skutečnosti určitě přidávají těmto turistickým cílům jistou přidanou hodnotu. Podstatným faktorem určujícím možnosti rozvoje, zkvalitňování služeb návštěvníkům, propagaci, nebo potencionální spolupráci s ostatními organizacemi jsou ale právě finance. Podle slov ředitele Zoologické zahrady Chleby (*viz kapitola 5.3*) přicházejí požadavky ze strany územní samosprávy na vybudování zoo na vysoce kvalitní úrovni, zároveň však zoo nedostává z prostředků krajské samosprávy žádné finanční příspěvky, aby mohla tyto požadavky naplnit. Naopak podle ředitele destinační společnosti zde dotační možnosti jsou a nadále je zde možnost čerpat finance z dotačních programů Ministerstva pro místní rozvoj. Nicméně podle zjištěných dat lze jako přínos pro region označit čerpání neinvestičních dotací na pracovní místa. Zoo Chleby čerpá již dlouhodobě, konkrétně od roku 2003, dotace na pracovní místa pro dlouhodobě nezaměstnané uchazeče o zaměstnání (*viz graf č. 1*), a to v rámci projektu veřejně prospěšných prací. Zoologická zahrada Chleby je tak přínosem pro region z hlediska politiky zaměstnanosti. Tím, že je zoo jedinou ve Středočeském kraji, se podílí na rozvoji destinace, což lze doložit slovy ředitele o zvyšující se návštěvnosti, nebo vyjádřením TIC v Nymburku o velké poptávce návštěvníků po tomto konkrétním turistickém cíli. Také obecně, podle statistik CzechTourism, lze zoologické zahrady označit jako jeden z nejoblíbenějších turistických cílů (*viz kapitola 5.3*). Tím Zoologická zahrada Chleby vyplňuje určitou poptávku turistů v tomto regionu.

Zábavní park Mirakulum byl založen teprve v roce 2012, přesto se setkává s velkou popularitou – podle slov provozního manažera parku se návštěvnost pohybuje v řádech statisíců a je dokonce srovnatelná s nejúspěšnějšími zoologickými zahradami v České republice. (*viz kapitola 5.4*) Kladným přínosem pro region je dopravní infrastruktura

propojená s Mirakulem. Ze všech zkoumaných turistických cílů lze právě Mirakulum označit jako ten s nejlepší dopravní dostupností, což vyplývá z uvedeného porovnání (*viz tabulka č. 7*). Do Milovic se návštěvníci mohou dostat pravidelnými vlakovými spojeními, a z železniční stanice následují autobusové linky jedoucí v hodinových intervalech, od ranních až do pozdních večerních hodin. O popularitě Mirakula i pro návštěvníky cestující veřejnou dopravou svědčí také v minulosti konaná akce Českých drah (*viz tabulka č. 7*). Jak uvádí provozní manažer parku, Mirakulum pořádá v areálu parku různé doprovodné programy nebo tematické víkendy, kde dává prostor také lokálním firmám nebo podnikatelům. Spolupracuje také se společností EKO-KOM a informuje tak i o přírodě a ekologii. Sám majitel parku je ovšem držitelem prestižních ocenění za tento inovativní projekt. Tímto se tak podílí na dalším rozvoji destinace – vlastním unikátním podnikatelským projektem ale zároveň také možnostmi pro propagaci jiných místních firem.

Botanicus lze stejně jako Zoologickou zahradu Chleby nebo Mirakulum zařadit do zábavní formy cestovního ruchu. Jeho zaměření je ovšem zcela odlišné. Centrum řemesel bylo otevřeno v roce 2000 a za tuto dobu se stalo známým turistickým cílem. Kladným přínosem z hlediska dopravy bylo vybudování vlakové zastávky v obci Ostrá, související právě s otevřením Centra řemesel. Botanicus je kladným přínosem pro region rovněž z hlediska zaměstnanosti. Podle vedoucího zahrad zaměstnává firma jednak stále pracovníky a jednak množství brigádníků pro období sezony nebo slavností. To je doloženo také údaji z Registru ekonomických subjektů (*viz tabulka č. 8*), podle kterých zaměstnává Botanicus v porovnání s ostatními zkoumanými subjekty nejvíce zaměstnanců. Botanicus je společností, která se významně podílí na rozvoji nejen cestovního ruchu v regionu, ale také na rozvoji obce, ve které sídlí. Zasloužil se o vybudování parků v obci, podporuje místní mateřskou školu, nebo sportovní sdružení. Podle ředitele Zlatého pruhu Polabí je ze všech zkoumaných subjektů navázána největší spolupráce právě s Botanicem, který je mimo jiné jeho spoluzakladatelem (*viz kapitola 5.5*). Botanicus se podílí na rozvoji destinace významnou spoluprací s destinační společností, podporou několika neziskových organizací působících v regionu a také aktivním přístupem k rozvoji obce Ostrá. Svým zodpovědným přístupem tak vytváří možnosti pro rozvoj destinace z několika ohledů.

Méně známou formou cestovního ruchu je agroturismus, který je však v dnešní době důležitý z hlediska udržitelnosti cestovního ruchu. Jejím zástupcem na Nymbursku je farma Košík. Podle slov majitelky bylo lidí, mířících na farmu přímo za agroturismem, zatím jen v řádu jednotek. Farma Košík je přesto nabídkou rozvíjejícího se agroturismu

kladným přínosem pro region, a z hlediska forem cestovního ruchu se navíc jedná o velký potenciál. Dále farma Košík v rámci projektu, jehož cílem je propagace vybraných farem (viz obrázek č. 11), představuje své produkty a činnosti založené na principech ekologického hospodářství, a disponuje rovněž certifikátem POLABÍ Regionální produkt. Zaručení místního původu výrobku spojené s ekologickým hospodářstvím a pojetím venkova jsou pak kladným přínosem pro vzájemnou propagaci Polabí i samotné farmy. Farma Košík se podílí na rozvoji destinace svým důrazem na ekologii a snahou o ochranu přírody, což lze potvrdit přehledem poskytnutých dotací z Ministerstva životního prostředí (viz graf č. 4), zaměřených na péči o krajinu.

Loučeň je se svým komplexem historického zámku, labyrintária a parku populárním turistickým cílem v regionu. Zámek je kladným přínosem pro region zejména z důvodu množství projektů, kterých se účastní a také společností, s kterými v oblasti cestovního ruchu spolupracuje (viz tabulka č. 10). Majitelka zámku například působí ve vedení destinační společnosti Zlatý pruh Polabí, jejíž ředitel vytváří projekt „Otevřete 13. komnatu“, nebo je prezidentem Asociace turistických informačních center České republiky. Zámek Loučeň se aktivně podílí na rozvoji a propagaci cestovního ruchu na Nymbursku v rámci různých projektů a partnerství. Významná je také účast ve spolku Místní akční skupina SVATOJIŘSKÝ LES (viz kapitola 5.7), která v posledních letech zpracovala řadu úspěšných projektů, které získalo finanční podporu. Kromě projektů souvisejících se samotným zámkem to byl také projekt zaměřený na Severní Nymbursko, jakožto perspektivní oblast regionálního cestovního ruchu, do něhož se společnost Loučeň a.s., spravující zámek, aktivně zapojila. Její zkušenosti s rekonstrukcí památkově chráněného komplexu budov a zaměření se na opravy a oživení kulturního dědictví v území byly přínosem pro zpracování projektu. Zámek Loučeň se svým zapojením do regionálních projektů a rozsahem čerpaných dotací (viz tabulka č. 9) významně podílí na rozvoji destinace v oblasti památkové péče.

Ze získaných rozhovorů a dostupných dat byly odvozeny následující výstupy:

	Jaký je význam vybraných atraktivit cestovního ruchu v rámci daného regionu?	Jaký je podíl daných atraktivit cestovního ruchu na celkovém rozvoji destinace?
Zoologická zahrada Chleby	Zoologická zahrada Chleby je přínosem pro region z hlediska politiky zaměstnanosti a již několik let vytváří pracovní místa pro dlouhodobě nezaměstnané uchazeče o zaměstnání, přičemž pro tento účel čerpá dotace v rámci projektu veřejně prospěšných prací.	Zoologická zahrada Chleby, jakožto jediná na Nymbursku a ve Středočeském kraji, vyplňuje poptávku návštěvníků po oblíbeném turistickém cíli a podílí se tak na rozvoji destinace z hlediska této konkrétní formy cestovního ruchu. Vysoká poptávka je příčinou zvyšující se návštěvnosti a množství poskytovaných informací o této zoo v nymburském TIC.
Park Mirakulum	Park Mirakulum má ze všech zkoumaných subjektů nejlepší dopravní dostupnost. Pravidelné autobusové linky přímo do Mirakula nebo v minulosti jeho zahrnutí do zvýhodněných jízdenek Českých drah přispívá k vylepšení dopravní infrastruktury a snazší propagaci.	Park Mirakulum se podílí na rozvoji destinace v oblasti podnikání. Tento inovativní projekt získal několik prestižních ocenění, což mu umožňuje dále se rozvíjet. Zároveň dává ale Mirakulum prostor i jiným lokálním firmám nebo podnikatelům.
Botanicus Ostrá	Botanicus je kladným přínosem pro region z hlediska zaměstnanosti a podle zástupce Botanicu i podle dostupných dat vytváří pracovní místa pro stálé pracovníky i brigádníky.	Botanicus se významně podílí na rozvoji obce, ve které sídlí, zároveň podporuje několik neziskových organizací v regionu a podle ředitele destinační společnosti je s ním navázána největší spolupráce.

	<p>Vybudování vlakové zastávky v obci Ostrá je přínosem právě pro zaměstnance, ale také obyvatele a návštěvníky.</p>	<p>Botanicus se podílí na rozvoji destinace svým zodpovědným přístupem k okolí.</p>
<p>Farma Košík</p>	<p>Farma Košík je na Nymbursku známým zástupcem agroturismu, formy cestovního ruchu, která má v současnosti velký potenciál. I přes malý zájem o agroturismus však může být farma v tomto ohledu kladným přínosem pro region právě do budoucna. Se svými certifikovanými výrobky zaručujícími místo původu navíc farma zastupuje a propaguje celou oblast Polabí.</p>	<p>Farma Košík se podílí na rozvoji destinace snahou o ochranu přírody a důrazem na ekologii. Farma navíc čerpá dotace na projekty určené právě na péči o krajinu.</p>
<p>Zámek Loučeň</p>	<p>Zámek Loučeň je kladným přínosem pro region svým zapojením do množství projektů sdružujících vybrané památky, nebo partnerstvím se společnostmi, s nimiž spolupracuje v oblasti cestovního ruchu. Zámek Loučeň tak využívá širokých možností spolupráce a aktivně se podílí na rozvoji a propagaci cestovního ruchu na Nymbursku v rámci různých projektů a partnerství.</p>	<p>Zámek Loučeň se podílí na rozvoji destinace zapojením do regionálních projektů, při jejichž zpracování uplatňuje své zkušenosti z oblasti památkové péče a v rámci kterých čerpá dotace. Mimo projekty související se zámkem se jednalo také o projekt zaměřený na Severní Nymbursko, ve kterém se společnost zaměřila na opravy a oživení kulturního dědictví v území.</p>

7. Závěry a doporučení

Pro praktickou část práce se podařilo pomocí rozhovorů získat informace od všech zamýšlených subjektů. Informace byly získávány na základě řízených rozhovorů s odpovědnými osobami a pro potřeby výzkumu byly na některých místech poskytnuty také různé propagační materiály nebo interní dokumenty zachycující fungování a cíle společnosti. Zkoumané subjekty prezentují zábavní, poznávací, a venkovskou formu cestovního ruchu, přičemž každá z nich má v rámci daného regionu své zavedené postavení. Na základě shrnutí výsledků práce a získaných rozhovorů byly formulovány následující doporučení:

Doporučení po praxi:

- Doporučením pro destinační společnost je snaha o další vyjednávání se zástupci územních samospráv a upozornění na důležitost zapojení veřejných institucí a jejich integrace do destinačního managementu, neboť jak uvádí ředitel destinační společnosti, vyjednávání se starosty a shánění příspěvků do Fondu cestovního ruchu zůstává problematickou záležitostí (*viz kapitola č. 5.3*).
- Doporučením pro jednotlivé subjekty je diskuze ohledně dopravní dostupnosti v regionu. Turistické cíle, ke kterým se návštěvníci nemohou dostat přímo po železnici, mají problém s málo frekventovanou veřejnou dopravou (*viz tabulka č. 7*). V oblasti Polabí je pro hustou síť cyklostezek a rovinný povrch regionu (*viz kapitola č. 5.1*) rozšířeným způsobem přepravy jízdní kolo, které by mohlo být využito i pro rozvoj v cestovním ruchu, například ve formě společných půjčoven kol.

Výsledky práce odhalily několik úspěšných projektů, na kterých se zkoumané subjekty podílejí, nebo jaké podporují. Zároveň bylo obdrženo prohlášení ředitele destinační společnosti Zlatý pruh Polabí o celkovém pokroku na základě vzájemné spolupráce (*viz kapitola č. 5.7*).

Na základě těchto výsledků byla formulována hypotéza, která by ověřila, jak spolupráce jednotlivých subjektů a destinační společnosti ovlivňuje trendy návštěvnosti:

Zapojení zkoumaných subjektů do destinační společnosti Zlatý pruh Polabí a jiných organizací participujících na rozvoji destinace příznivě ovlivňuje trendy návštěvnosti.

Doporučení pro výzkum:

- Doporučením je realizovat analýzu oblastí spolupráce jednotlivých subjektů a destinační společnosti, a jejich souvislost s trendy návštěvnosti. Dalším prohloubením výzkumu by zároveň byla kvantitativní metoda, která by ověřila, do jaké míry tento faktor působí na chování návštěvníků. Těmito metodami by byla ověřena platnost výše uvedené hypotézy.

Cílem práce bylo zhodnotit vybrané atraktivity cestovního ruchu na Nymbursku, konkrétně jejich význam v rámci regionu a podíl na celkovém rozvoji destinace. Tohoto cíle bylo dosaženo metodou rozhovorů se zástupci zkoumaných subjektů. Získaná data byla následně porovnávána s prohlášeními zástupce místní destinační společnosti a turistického informačního centra, nebo s daty dostupnými z informačních systémů o ekonomických subjektech.

Na základě shrnutí výsledků práce byl zpracován výstup, který souhrnně odpovídá na výzkumné otázky, vztahující se k jednotlivým subjektům. Ukázalo se, že mezi významné záležitosti jednotlivých subjektů patří spolupráce na regionálních projektech v oblasti cestovního ruchu a rozvoje destinace, čerpání dotací, nebo dopravní dostupnost.

V závěru práce byla rovněž navržena doporučení pro praxi a pro výzkum, a zároveň byla stanovena hypotéza pro potenciální budoucí výzkum.

Všechny zkoumané subjekty mají v regionu Nymburska své zavedené postavení a z obsahu činností těchto jednotlivých subjektů vyplývá jejich význam pro region a rozvoj destinace. Důležité je fungování destinační společnosti a propagace regionu, a rovněž zapojení vedoucích zástupců zkoumaných subjektů v destinačním managementu a jiných organizacích působících v cestovním ruchu.

8. Seznam doporučené literatury

Tištěné zdroje

1. BOTANICUS, SPOL. S R.O. (2015) *Historický průvodce Centem řemesel Stará Ostrá*. Ostrá, 2015. Interní dokumenty firmy.
2. GOELDNER, Charles R a J RITCHIE. (2014) *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2014, xviii, 545 s. ISBN 978-80-265-0298-2.
3. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. (2012) *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
4. KOTÍKOVÁ, Halina. (2013) *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
5. PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. (2011) *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 205 s. ISBN 978-80-247-3748-5.
6. PALATKOVÁ, Monika. (2011b) *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011, 221 s. ISBN 978-80-247-3750-8.
7. PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. (2002) *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, 448 s.
8. POZNEJ SVÉHO FARMÁŘE. (2016b) *Poznej svého farmáře*. Ministerstvo zemědělství, 2016. Propagační materiál.
9. RYGLOVÁ, Kateřina. (2009) *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009, 187 s. Management (Key Publishing). ISBN 978-80-7418-028-6.
10. STŘÍBRNÁ, Marie. (2005) *Venkovská turistika a agroturistika*. 1. vyd. Praha: Profi Press, 2005, 65 s. ISBN 80-86726-14-2.
11. ŠŤASTNÝ, Michal. "S chovem opic pomohou Vietnamci". *Mladá Fronta Dnes*. 2016, XXVII/50, s. 14.
12. ZLATÝ PRUH POLABÍ O.P.S. (2015) *90 tipů na výlet v Polabí*. Loučeň, 2015.

Internetové zdroje

1. AOPK ČR. 2016. Maloplošná zvláště chráněná území. *AOPK ČR* [online]. 2016 [cit. 2016-08-07]. Dostupné z: <http://kokorinsko.ochranaprirody.cz/mzchu/>
2. ASOCIACE REGIONÁLNÍCH ZNAČEK, 2010-2016. *Regionální značky: Polabí* [online]. Asociace regionálních značek, 2010-2016 [cit. 2016-07-06]. Dostupné z: <http://www.regionalni-znacky.cz/polabi/>
3. ASOCIACE TURISTICKÝCH INFORMAČNÍCH CENTER ČESKÉ REPUBLIKY. 2016. *Asociace turistických informačních center České republiky* [online]. 2016 [cit. 2016-07-05]. Dostupné z: <http://www.aticcr.cz/>
4. BOTANICUS – SVĚT ROSTLIN. 2016. *Botanicus - Svět rostlin* [online]. 2016 [cit. 2016-08-07]. Dostupné z: <http://www.botanicus.cz/>
5. CZECH TOURISM. 2012. Manuál produktů v cestovním ruchu. *CzechTourism: Produkty cestovního ruchu* [online]. Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism, 2012 [cit. 2015-12-08]. Dostupné z: http://issuu.com/dringconsulting/docs/manual_produkty_v_cestovnim_ruchu?e=7125351/1306965
6. CZECHTOURISM . 2015. Nejnavštěvovanější turistické cíle roku 2014. *CzechTourism* [online]. 2015 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/pro-media/tiskove-zpravy/nejnavstevovanejsi-turisticke-cile-roku-2014/>
7. ČESKÉ DRÁHY, A.S. 2013. Vlákem za zážitky: Do Parku Mirakulum s jízdenkou VLAK+. *České dráhy, a.s.* [online]. 2013 [cit. 2016-05-25]. Dostupné z: http://www.cd.cz/zazitky/kam-na-vylet/834-do-parku-mirakulum-s-jizdenkou-vlak?_s_icmp=zazitkydetail
8. ČESKÉ DRÁHY, A.S. 2015. Půjčovny kol ČD v Praze a Středočeském kraji. *České dráhy, a.s.* [online]. 2015 [cit. 2016-02-24]. Dostupné z: <http://www.cd.cz/volny-cas/pujcovny-kol-cd/stredocesky-kraj/-23502/>
9. ČESKÉ DRÁHY, A.S. 2016. Vlákem za zážitky: Do Nymburka nejen za Hrabalem. *České dráhy, a.s.* [online]. 2016 [cit. 2016-02-24]. Dostupné z: <http://www.cd.cz/zazitky/kam-na-vylet/791-do-nymburka-nejen-za-hrabalem>
10. ČESKÝ GOODWILL. 2015. Mirakulum s.r.o.: Pan Jiří Antoš. *Český Goodwill* [online]. 2015 [cit. 2016-07-30]. Dostupné z:

- <http://www.ceskygoodwill.cz/nominace/158/mirakulum-s-r-o-%E2%80%93-pan-jiri-antos/>
11. ČESKÝ GOODWILL. 2015b. O projektu. *Český Goodwill* [online]. 2015 [cit. 2016-07-30]. Dostupné z: <http://www.ceskygoodwill.cz/stranka/690/o-projektu/>
 12. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. 2016. Charakteristika okresu Nymburk. *Český statistický úřad* [online]. 2016 [cit. 2016-02-18]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xs/charakteristika_okresu_nymburk
 13. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. 2016b. Registr ekonomických subjektů. *Český statistický úřad* [online]. 2016 [cit. 2016-05-24]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/irsw/>
 14. ČEZ BASKETBALL NYMBURK. 2010. O klubu: Historie. *ČEZ BASKETBALL NYMBURK* [online]. 2010 [cit. 2016-02-28]. Dostupné z: <http://www.basketnymburk.cz/o-klubu/historie/>
 15. EAGRI. 2008. 2. kolo III. osa PRV. In: *eAGRI: Dotace* [online]. Praha: Státní zemědělský intervenční fond, 2008 [cit. 2016-07-06]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/866/Schvlen_projekty_Osa_III__2._kolo.pdf
 16. FACEBOOK. 2016. ZOO Chleby. *Facebook* [online]. 2016 [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/zoochleby/>
 17. HRADOZÁMECKÁ NOC. 2016. Pro organizátory. *Hradozámecká noc* [online]. 2016 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <http://www.hradozameckanoc.cz/pro-organizatory/>
 18. IDOS – VJŘ. 2016. Celolinkový vývěsný jízdní řád veřejné linkové dopravy. In: *IDOS - VJŘ* [online]. 2016 [cit. 2016-03-05]. Dostupné z: http://portal.idos.cz/Down.aspx?f=pdf/L270013_160228_175951.pdf
 19. IDOS. 2016. *IDOS: Vlaky + Autobusy + MHD (všechna)* [online]. 2016 [cit. 2016-05-25]. Dostupné z: <http://jizdnirady.idnes.cz/vlakyautobusymhdvse/spojeni/>
 20. INTEGROVANÝ PORTÁL MPSV. 2012. Aktivní politika zaměstnanosti. *Integrovaný portál MPSV* [online]. 2012 [cit. 2016-05-22]. Dostupné z: <https://portal.mpsv.cz/sz/zamest/dotace/apz>
 21. IS CEDR III. 2016. *IS CEDR III* [online]. 2016 [cit. 2016-05-22]. Dostupné z: <http://cedr.mfcr.cz/cedr3internetv417/default.aspx>
 22. KULTURNÍ INFORMAČNÍ CENTRUM MĚSTA SADSKÁ. 2016. Kulturní informační centrum města Sadská, KIC. *Kulturní informační centrum města Sadská* [online]. 2016 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: http://www.kic-sadska.cz/KIC_kontakt.php

23. LABSKÁ STEZKA - OFICIÁLNÍ STRÁNKY. 2012a. Dokumenty. *Labská stezka - oficiální stránky* [online]. 2012 [cit. 2016-02-18]. Dostupné z: <http://www.labskastezka.cz/cz/archiv/o-nas/>
24. LABSKÁ STEZKA - OFICIÁLNÍ STRÁNKY. 2012b. Mapy a na nich: ubytování, stravování, služby, atraktivita. *Labská stezka - oficiální stránky* [online]. 2012 [cit. 2016-02-18]. Dostupné z: <http://www.labskastezka.cz/cz/smaps/>
25. LABSKÁ STEZKA - OFICIÁLNÍ STRÁNKY. 2012c. Stav a historie Labské trasy. *Labská stezka - oficiální stránky* [online]. 2012 [cit. 2016-02-18]. Dostupné z: <http://www.labskastezka.cz/cz/historie-cest/>
26. LABSKÁ STEZKA - OFICIÁLNÍ STRÁNKY. 2012d. Bezbariérové úseky. *Labská stezka - oficiální stránky* [online]. 2012 [cit. 2016-02-18]. Dostupné z: <http://www.labskastezka.cz/cz/labska-stezka-bez-barier/stav-barier-ls>
27. LAGARDÈRE ACTIVE ČR. 2012. Vyhlášení vítězů projektu Vizionáři 2012. *Lagardère Active ČR* [online]. 2012 [cit. 2016-07-30]. Dostupné z: <http://www.lagardere.cz/vyhlaseni-vitezuv-projektu-vizionari-2012/>
28. MĚSTA A OBCE ONLINE - PORTÁL ÚZEMNÍ SAMOSPRÁVY. 2016. Okres Nymburk. *Města a obce online - portál územní samosprávy* [online]. 2016 [cit. 2016-02-15]. Dostupné z: <http://mesta.obce.cz/vyhledat2.asp?okres=3208&vzhled=ul>
29. MĚSTO A MĚSTSKÝ ÚŘAD NYMBURK. 2015. Závěrečný účet Města Nymburka za rok 2014. In: *Město a městský úřad Nymburk* [online]. 2015 [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: http://www.mesto-nymburk.cz/files/files_uredni-deska/send-file.php?file=1432196490.pdf
30. MĚSTO A MĚSTSKÝ ÚŘAD NYMBURK. 2016. Orgány - Rada města. *Město a městský úřad Nymburk* [online]. 2016 [cit. 2016-02-18]. Dostupné z: <http://www.mesto-nymburk.cz/index.php?sekce=1&zobraz=organy-rada-mesta>
31. MĚSTO LYSÁ NAD LABEM. 2014. Schválený rozpočet 2014. In: *Město Lysá nad Labem* [online]. 2014 [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: https://www.mestolysa.cz/attachments/article/271/podrobny_schvaleny_rozpocet_2014.xls
32. MĚSTO LYSÁ NAD LABEM. 2015. Kultura a sport. *Město Lysá nad Labem* [online]. 2015 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <https://www.mestolysa.cz/cz/kultura-a-sport>
33. MĚSTO LYSÁ NAD LABEM. 2016. Komise pro cestovní ruch a sport. *Město Lysá nad Labem* [online]. 2016 [cit. 2016-02-18]. Dostupné z:

- <https://www.mestolysa.cz/cz/samosprava/rada-mesta/komise/komise-pro-cestovni-ruch-a-sport>
34. MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ. 2015. Seznam zoologických zahrad s licencí. *Ministerstvo životního prostředí* [online]. 2015 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: http://www.mzp.cz/cz/Informace_o_zoologickych_zahradach
 35. MÍSTNÍ AKČNÍ SKUPINA SVATOJIŘSKÝ LES Z.S. 2012. Projekt podpořený MAS Svatojiřský les, o.s. v r. 2009. In: *Místní akční skupina Svatojiřský les z.s.* [online]. 2012 [cit. 2016-05-29]. Dostupné z: http://www.svatojirskyles-mas.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=500095&id_dokumenty=1238
 36. MÍSTNÍ AKČNÍ SKUPINA SVATOJIŘSKÝ LES Z.S. 2013. Strategický plán LEADER. In: *Místní akční skupina Svatojiřský les z.s.* [online]. 2013 [cit. 2016-05-29]. Dostupné z: http://www.svatojirskyles-mas.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=500095&id_dokumenty=1748
 37. OTEVŘTE 13. KOMNATU. 2016. *Otevřte 13. komnatu* [online]. 2016 [cit. 2016-07-05]. Dostupné z: <http://www.otevrte13komnatu.cz/>
 38. PARK MIRAKULUM. 2015. O parku. *Park Mirakulum* [online]. 2015 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: <http://www.mirakulum.cz/o-parku/>
 39. PODĚBRADY. 2015. Závěrečný účet města Poděbrady k 31.12.2014. In: *Poděbrady* [online]. 2015 [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: http://www.mestopodebrady.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=12349&id_dokumenty=18552
 40. PODĚBRADY. 2016. Komise pro lázeňství, cestovní ruch a další podnikání. *Poděbrady* [online]. 2016 [cit. 2016-02-18]. Dostupné z: <http://www.mestopodebrady.cz/komise-pro-lazenstvi-cestovni-ruch-a-dalsi-podnikani/os-1092/p1=2232>
 41. PORTÁL ČHMÚ. 2016. Mapy charakteristik klimatu. *Portál ČHMÚ* [online]. 2016 [cit. 2016-02-27]. Dostupné z: <http://portal.chmi.cz/historicka-data/pocasi/mapy-charakteristik-klimatu>
 42. POZNEJ SVÉHO FARMÁŘE. 2016. *Poznej svého farmáře* [online]. Ministerstvo zemědělství, 2016 [cit. 2016-07-06]. Dostupné z: <http://poznejsvehofarmare.cz/>
 43. PTAČÍ OBLAST ŽEHUŇSKÝ RYBNÍK – OBORA KNĚŽIČKY. 2008. Ptačí oblast Žehuňský rybník – Obora Kněžičky. *Ptačí oblast Žehuňský rybník – Obora Kněžičky* [online]. 2008 [cit. 2016-02-27]. Dostupné z: <http://zehunskyrybnik.webnode.cz/>

44. STŘEDOČESKÝ KRAJ. 2016a. Územní členění. *Středočeský kraj: Informace o Středočeském kraji* [online]. 2016 [cit. 2016-02-15]. Dostupné z: https://www.kr-stredocesky.cz/web/kraj/uzemni-cleneni;jsessionid=4763D81E116200E879B0CEE16742C9FD.liferay_s2cleneni;jsessionid=4763D81E116200E879B0CEE16742C9FD.liferay_s2
45. STŘEDOČESKÝ KRAJ. 2016b. Středočeský Fond cestovního ruchu. *Středočeský kraj* [online]. 2016 [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: <http://www.kr-stredocesky.cz/web/regionalni-rozvoj/stredocesky-fond-cestovniho-ruchu>
46. STŘEDOČESKÝ KRAJ. 2016c. Informace o SID. *Středočeský kraj* [online]. 2016 [cit. 2016-02-24]. Dostupné z: <http://www.kr-stredocesky.cz/web/doprava/informace-o-sid>
47. STŘEDOČESKÝ KRAJ. 2016d. Nymburská oblast. *Středočeský kraj* [online]. 2016 [cit. 2016-02-24]. Dostupné z: <http://www.kr-stredocesky.cz/web/doprava/nymburska-oblast>
48. STŘEDOČESKÝ KRAJ. 2016e. Informační systém krajského úřadu: Granty a dotace. *Středočeský kraj* [online]. 2016 [cit. 2016-05-22]. Dostupné z: <http://www.kr-stredocesky.cz/web/urad/granty-dotace>
49. STŘEDOČESKÝ KRAJ: POSKYTNUTÉ DOTACE V ROCE 2015. 2015. Seznam poskytnutých dotací 2015. In: *Středočeský kraj: Poskytnuté dotace v roce 2015* [online]. 2015 [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: <http://www.kr-stredocesky.cz/documents/20541/3046011/Seznam+poskytnut%C3%BDch+dotac%C3%AD%202015.xlsx/fd49e140-407d-4914-b806-57c146886624>
50. STŘEDOČESKÝ KRAJ: PŘIDĚLENÍ DOTACÍ ZE STŘEDOČESKÉHO FONDU CESTOVNÍHO RUCHU PRO ROK 2014. 2014. Seznam uspokojených žadatelů. In: *Středočeský kraj: Přidělení dotací ze Středočeského Fondu cestovního ruchu pro rok 2014* [online]. 2014 [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: http://www.kr-stredocesky.cz/documents/20541/148020/seznam+%C5%BEadatel%C5%AF_FCR/fb8f8732-8295-4a4c-a376-26cb964e034a
51. VEŘEJNÁ DATABÁZE VDB. 2016. Statistiky VDB. *Veřejná databáze VDB* [online]. 2016 [cit. 2016-02-28]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=statistiky>
52. VESNICE ROKU. 2011. Soutěž. *Vesnice roku* [online]. 2011 [cit. 2016-02-23]. Dostupné z: <http://www.vesniceroku.cz/o-soutezi/soutez>

53. VESNICE ROKU. 2016. Výsledky. *Vesnice roku* [online]. 2016 [cit. 2016-02-23]. Dostupné z: <http://www.vesniceroku.cz/vysledky&rok=2015>
54. VÝLETNÍ LOŽ BLANICE. 2016. *Výletní loď Blanice: vyhlídkové plavby Polabí* [online]. 2016 [cit. 2016-05-25]. Dostupné z: <http://www.polabinalodi.cz/>
55. WAZA: WORLD ASSOCIATION OF ZOOS AND AQUARIUMS. 2016. Members. *WAZA: World Association of Zoos and Aquariums* [online]. 2016 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: <http://www.waza.org/en/site/about-waza/members?id=1706>
56. WIKIPEDIA: THE FREE ENCYCLOPEDIA. 2014. Středolabská tabule. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2014 [cit. 2016-02-27]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/St%C5%99edolabsk%C3%A1_tabule
57. WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. 2015. Travel & Tourism: Economic Impact 2015 World. *World Travel & Tourism Council* [online]. 2015 [cit. 2015-12-08]. Dostupné z: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%202015/world2015.pdf>
58. ZOO CHLEBY. 2013. *ZOO Chleby* [online]. 2013 [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: <http://www.zoochleby.cz/>

9. Přílohy

Příloha č. 1: Seznam respondentů

ZOO Chleby, o.p.s.	ředitel zoologické zahrady
MIRAKULUM s.r.o.	provozní manažer
Botanicus, spol. s r.o.	pracovník obchodního oddělení zástupce společnosti
Farma Košík	majitelka farmy
Zámek Loučeň	kastelán zámku
Zlatý pruh Polabí, o.p.s.	ředitel společnosti
TIC Nymburk	zaměstnanec oddělení propagace

10. Zadání práce

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Akademický rok: 2015/2016

Studijní program: Ekonomika a management
Forma: Kombinovaná
Obor/komb.: Management cestovního ruchu - anglický jazyk
(mcr-k-a)

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Jeřábková Michaela	Marsála Koněva 888/32, Nymburk	I1301541

TÉMA ČESKY:

Produkt cestovního ruchu jako nástroj rozvoje destinace

TÉMA ANGLICKY:

VEDOUcí PRÁCE:

RNDr. Jiří Petera - KRRCR

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Podtitul práce: Atraktivita cestovního ruchu na Nymbursku

Osnova:

1. Úvod
2. Cíl a metodika práce
3. Literární rešerše
4. Teoretická část
 1. Obecná teoretická východiska
 2. Teoretické aplikace
 3. Charakter, tvorba a distribuce produktů CK
5. Praktická část
 1. Tematická a realizační východiska
 2. Shromáždění podkladů a průběh šetření
 3. Zpracování a interpretace výsledků
6. Shrnutí a diskuse výsledků
7. Závěry a doporučení
8. Seznam použitých zdrojů
9. Přílohy

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

Viz zvláštní příloha