

Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra aplikované ekonomie a ekonomiky

Diplomová práce

Problematika financování rozvoje cestovního ruchu ve vybrané destinaci

Vypracovala: Bc. Kateřina Brůžková
Vedoucí práce: doc. RNDr. Renata Klufová, Ph. D.

České Budějovice 2023

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Bc. Kateřina TRÁVNÍČKOVÁ
Osobní číslo: E19733
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání
Téma práce: Problematika financování rozvoje cestovního ruchu ve vybrané destinaci
Zadávací katedra: Katedra aplikované matematiky a informatiky

Zásady pro vypracování

Cílem práce je hodnocení problematiky financování rozvoje cestovního ruchu ve vybrané destinaci jižních Čech v souvislosti s absencí zákona o cestovním ruchu, problémy v přerozdělování financí a s nimi souvisejícím možným rozvoji cestovního ruchu obcí či turistických oblastí.

Metodický postup:

1. Studium dostupné literatury.
2. Analýza financování cestovního ruchu (obecně).
3. Analýza financování a rozvoje vybrané destinace.
4. Diskuse – doporučení, návrhy změn.

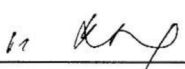
Rozsah pracovní zprávy: 50-60 stran
Rozsah grafických prací: dle potřeby
Forma zpracování diplomové práce: tištěná

Seznam doporučené literatury:


1. Collins, K. H. (2015). *Handbook on Tourism Development and Management*. New York: Nova Publishers.
2. EU. *Příručka o možnostech financování z prostředků v oblasti cestovního ruchu (2014-2020)*. (2016). Brusel. [online]. Dostupné z: <<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e0707433-aa5f-11e6-aab7-01aa75ed71a1/language-cs>>.
3. Holešinská, A. (2013). Zkušenosti s řízením cestovního ruchu a jeho legislativní úpravou v zahraničí. *Czech Hospitality & Tourism Papers*, 9 (19), 3-12.
4. Plzáková, L. & Studnička, P. (2014). *Řízení cestovního ruchu v České republice – minulost, současnost, budoucnost*. Praha: Wolters Kluwer.
5. Rontos, K., Filipe, J. A., & Tsartas, P. (2017). *Modeling and New Trends in Tourism: A Contribution to Social and Economic Development*. New York: Nova Publishers.

Vedoucí diplomové práce: doc. RNDr. Renata Klufová, Ph.D.
Katedra aplikované matematiky a informatiky

Datum zadání diplomové práce: 17. ledna 2020
Termín odevzdání diplomové práce: 16. dubna 2021


doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice


doc. RNDr. Tomáš Mrkvička, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 4. března 2020

Prohlášení

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

V Českých Budějovicích 12. dubna 2023

.....

Kateřina Brůžková

Poděkování

Ráda bych poděkovala doc. RNDr. Renatě Klufové, Ph.D., vedoucí mé diplomové práce, za odborné vedení, cenné rady a trpělivost. Dále bych ráda poděkovala všem, kteří mi byli nápomocni s vypracování diplomové práce a ochotně mi poskytli cenné informace. Největší poděkování patří mé rodině a všem blízkým, kteří mě podporovali po celou dobu studia.

1 Obsah

1	Obsah	1
2	Úvod.....	5
3	Definice cestovního ruchu	6
3.1	Subjekt cestovního ruchu	7
3.2	Objekt cestovního ruchu	7
4	Destinační management.....	9
4.1	Destinace	9
4.2	Destinační management	10
4.2.1	Cíle destinačního managementu	12
5	Rozvoj cestovního ruchu	13
5.1	Předpoklady rozvoje cestovního ruchu	13
6	Regionální politika.....	15
7	Cestovní ruch a regionální rozvoj	16
7.1	Cestovní ruch jako významný faktor regionálního rozvoje	16
8	Systém řízení cestovního ruchu v České republice	18
8.1	Zákonodárné orgány.....	18
8.2	Celostátní působnost	18
8.2.1	Třístupňový systém řízení cestovního ruchu	19
8.3	Krajská působnost	19
9	Organizace cestovního ruchu v České republice	20
9.1	Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism	20
9.2	Jihočeská centrála cestovního ruchu	21
9.3	Destinační management Česká Kanada	22
10	Financování destinačních managementů	23
10.1	Veřejná podpora	24
11	Místní poplatky z pobytu	25
13	Cíl a metodika.....	26
13.1	Hlavní cíl	26
13.2	Dílčí cíl	26

13.3	Metodika práce	26
14	Problematika rozvoje a financování cestovního ruchu	27
14.1	Absence zákona o cestovním ruchu	27
14.2	Nejednotný systém řízení cestovního ruchu.....	27
14.3	Financování cestovního ruchu	28
14.3.1	Veřejná podpora.....	29
15	Analýza řízení cestovního ruchu.....	30
15.1	Jihočeský kraj	30
15.2	Turistická oblast Česká Kanada	30
16	Možnosti financování rozvoje cestovního ruchu v České republice	31
16.1	Ministerstvo pro místní rozvoj	31
16.1.1	CzechTourism.....	31
16.1.2	Národní program podpory cestovního ruchu	32
16.2	Jihočeský kraj	34
16.2.1	Jihočeská centrála cestovního ruchu.....	34
16.2.2	Dotační program - Podpora rozvoje cestovního ruchu	35
16.2.3	Podpora činností turistických oblastí	37
16.2.4	Proces získání dotačních prostředků.....	38
17	Turistická oblast Česká Kanada.....	40
17.1	Území	40
17.2	Města a obce	41
17.3	Atraktivity.....	41
17.4	Informační centra.....	42
17.5	Organizace působící v České Kanadě	43
17.6	Destinační management Česká Kanada.....	43
17.6.1	Valná hromada	43
17.6.2	Výbor	43
17.6.3	Výkonný výbor	44

17.6.4	Produktový manažer	44
17.7	Strategické dokumenty	45
17.8	Statistická data.....	46
17.9	Podnikatelské subjekty - partneři	48
17.10	Spolupráce na úrovni destinační společnosti.....	48
17.11	Spolupráce mezi krajskou a oblastní organizací	49
18	Financování cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada.....	50
18.1	Destinační management Česká Kanada.....	50
18.2	Výnosy.....	50
18.2.1	Členské příspěvky	51
18.2.2	Partnerské příspěvky	51
18.2.3	Dotace	51
18.3	Náklady.....	53
19	Problematika financování v turistické oblasti Česká Kanada a další navazující překážky	55
19.1.1	Členské příspěvky	55
19.1.2	Čerpání dotačních prostředků	56
19.1.3	Vedení spolku	57
19.1.4	Spolupráce s obcemi a městy	57
19.1.5	Spolupráce s podnikatelskými subjekty	57
20	Analýza možností financování cestovního ruchu v turistické oblasti.....	59
20.1	Rozpočty obcí	59
20.2	Místní poplatky z pobytu	60
21	Návrh zefektivnění financování rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada	64
21.1	Prohloubení spolupráce	64
21.1.1	Zefektivnění spolupráce s městy a obcemi na území turistické oblasti	64
21.1.2	Zefektivnění smluvního partnerství	65
21.2	Čerpání dotačních titulů	65

21.3	Využití místních poplatků z pobytu	66
22	Případová studie.....	69
22.1	Výsledek případové studie	72
23	Závěr	75
I.	Summary and key words	77
II.	Seznam literatury.....	78
III.	Seznam obrázků a tabulek.....	82
IV.	Seznam příloh.....	83
V.	Přílohy	84

2 Úvod

V době před samotnou celosvětovou koronavirou krizí patřil cestovní ruch mezi nejrychleji se rozvíjející ekonomická odvětví a zaujímal významné postavení v ekonomicky vyspělých zemích. Cestovní ruch se pro mnoho lidí stal součástí životního stylu a to nejen z důvodů, že cestování se stalo dostupnějším a stal se z něho trend dnešní doby, ale také cestovní ruch se podílí na všeobecném rozvoji osobnosti, umožňuje obnovu duševních a fyzických sil a slouží k účelnému využití volného času. Cestovní ruch plnil i základní společenské funkce.

Cestovní ruch nepřináší jen pozitiva z ekonomického hlediska, ale také z hlediska sociálního. Z ekonomického hlediska poskytuje tvorbu nových pracovních míst a posiluje hospodářství dané oblasti. Do sociálního hlediska lze zařadit zlepšení sociální vybavenosti a zvýšení úrovně veřejných služeb, oživení zapomenutých tradic a celkové zvyšování úrovně daného území.

Cestovní ruch není jen významný pro turisty, kteří mají potřebu cestovat a zájem objevovat nová nepoznaná místa, ale také pro jednotlivé destinace, kdy cestovní ruch má pozitivní vliv na regionální rozvoj. Cestovní ruch je potřeba podporovat, protože cestovní ruch není pouze o ekonomických přínosech pro daný region, ale také z hlediska existence infrastruktury, doprovodných služeb a také péče o kulturní a přírodní dědictví.

Pro rozvoj cestovního ruchu je zapotřebí vzájemné spolupráce obcí, podnikatelských subjektů a neziskové sféry za podpory státu a samospráv. Nedílnou součástí rozvoje cestovního ruchu jsou také finanční prostředky na realizaci rozvoje.

Diplomová práce se zaměřuje na financování rozvoje cestovního ruchu ve vybrané destinaci v Jihočeském kraji, konkrétně v turistické oblasti Česká Kanada. Cílem diplomové práce je analyzovat dosavadní financování cestovního ruchu na všech úrovních řízení cestovního ruchu a zároveň analyzovat nové finanční možnosti, které mohou být využity k financování rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada.

3 Definice cestovního ruchu

Orieška (1999) uvádí definici cestovního ruchu následovně „*Cestovním ruchem se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze uspokojit mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na cestovním ruchu představuje vyšší stupeň jejich uspokojení.*“

Indrová (2004) uvádí, že cestovní ruch je nejen výraznou složkou spotřeby obyvatelstva, ale stále více se stává i velmi výrazným ekonomickým fenoménem. Pro realizaci cestovního ruchu je potřeba zabezpečit širokou škálu nezbytných ekonomických činností a vyplývá ze skutečnosti, že účastník cestovního ruchu realizuje svou spotřebu mimo trvalé bydliště a do míst cestovního ruchu se lidé musí přemístit. Zároveň ale také očekává, že mu budou vytvořeny podmínky pro jeho pobyt, pohyb, i pro samotné využití volného času, které je vlastním a základním motivem účasti na cestovním ruchu. Těmito aspekty se cestovní ruch stává i důležitou oblastí podnikatelských příležitostí a zároveň i faktorem rozvoje regionálních celků, národních ekonomik i ekonomiky světové.

Ryglová (2005) ve své publikaci uvedla, že cestovní ruch jako takový je možné vnímat ze dvou hledisek, a to jako způsob uspokojování potřeb účastníků a tedy jako oblast spotřeby, ale také jako oblast podnikatelských příležitostí v mnoha oborech lidské činnosti a tím navazuje na Indrovou (2004), že cestovní ruch je významnou součástí ekonomiky společnosti. Cestovní ruch se dostává stále více do popředí veškerého zájmu a z tohoto důvodu se začínají uplatňovat různé přístupy a pojetí jeho zkoumání. V teorii i praxi oblasti cestovního ruchu bývá nejčastěji zdůrazňováno ekonomické hledisko, které zkoumá cestovní ruch z pohledu ekonomických procesů. A bere tyto ekonomické procesy jako nutné k zajištění účasti lidí na cestovním ruchu i z hlediska účinků cestovního ruchu v ekonomice států, regionů i světové ekonomice. V posledních letech je nedílnou součástí hledisko ekologické, které si všímá především hodnocení potenciálu území pro cestovní ruch a vzájemného vztahu cestovního ruchu a životního prostředí a na to posléze navazuje i ochrana životního prostředí.

Jakubíková (2009) uvedla velmi výstižnou definici: „*Základním předpokladem rozvoje cestovního ruchu je svoboda člověka cestovat. K dalším předpokladům patří volný čas a dostatek volných finančních prostředků.*“

3.1 Subjekt cestovního ruchu

Hesková a kolektiv (2006) definují subjekt cestovního ruchu jako účastník cestovního ruchu, na kterého lze pohlížet ze dvou pohledů. Z ekonomického hlediska, kdy je nositelem poptávky po produktu, respektive po produktu cestovního ruchu a zároveň je i spotřebitelem cestovního ruchu. Je to tedy každý, kdo uspokojuje své potřeby spotřebou cestovního ruchu v průběhu cestování a zároveň během pobytu mimo své trvalé bydliště a ve svém volném čase. Producenti v oblasti cestovního ruchu musí znát požadavky a charakterové vlastnosti zákazníků cestovního ruchu a ze statistického pohledu je účastníkem cestovního ruchu návštěvník, turista, výletník, stálý obyvatel nebo cestující.

3.2 Objekt cestovního ruchu

Pro porozumění uvádí Hesková a kol. (2006) také definici objektu cestovního ruchu, kterým je tzv. průmysl cestovního ruchu a ten vymezuje cílová místa neboli destinace cestovního ruchu, nebo také cíl změny pobytu účastníka cestovního ruchu. Jedná se například o turisticky vyhledávaná centra, zajímavé a žádané oblasti přírodních a kulturně historických aktivit. Do této kategorie spadají zejména podniky poskytující služby poptávané turisty a služby poskytované turistům během dopravy do cílové destinace. Z ekonomického hlediska lze uvést, že objekt tvoří nabídku cestovního ruchu. Potenciál cestovního ruchu je v prostoru rozmístěn nerovnoměrně a s ohledem na svoji jedinečnost může mít místní, regionální, celostátní a mezinárodní význam. Umožňuje naplnit motivy účasti na cestovním ruchu.

Na trhu se tedy setkává subjekt cestovního ruchu ve formě účastníka neboli spotřebitele a na straně druhé objekt, který vytváří nabídku cestovního ruchu.

To potvrzuje Oriška (1999) ve své publikaci a uvádí myšlenku, že trhem cestovního ruchu se rozumí souhrn směnných vztahů mezi subjekty prodávajícími zboží a služby cestovního ruchu (představujícími nabídku) a subjekty kupujícími zboží a služby cestovního ruchu (představujícími poptávku).

Dále také uvádí, že trh cestovního ruchu je specifickou a poměrně samostatnou součástí trhu. Jeho zvláštností je, že se na něm prodávají především služby.

Dle Indrové (2004) je cestovní ruch poměrně mladá disciplína, která se neustále mění a vyvíjí a tomu napomáhá i množství oborů, která do něj zasahují a jsou s ním propojené.

Nejen ekonomie, geografie, ekologie, sociologie a psychologie mají s cestovním ruchem vztah, ale také celá řada dalších disciplín jako např. klimatologie, hydrologie, hygiena, epidemiologie, demografie, ale také k řadě úsekových ekonomik, zejména k ekonomice dopravy, obchodu, kultury, stavebnictví, ale i k oboru financí, práva a mnohých dalších. Je tedy zřejmé, že cestovní ruch je nutno zkoumat a vědecky posuzovat především z hlediska širokého pojetí jeho společenských souvislostí.

4 Destinační management

4.1 Destinace

Podle Királ'ové (2003) je destinace cestovního ruchu přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, kterými se odlišuje od ostatních destinací.

Palatková (2011) uvádí definici uveřejněnou UNWTO v roce 1993: „*Destinace je místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.*“

Morrison (2013) definuje turistickou destinaci jako geograficky vymezený prostor s množstvím atraktivit pro návštěvníky. Ve výkladovém slovníku Páskové a Zelenky (2012) se pojmem destinace cestovního ruchu rozumí v užším smyslu cílová oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu.

Nejdl (2011) ve své publikaci cituje Biegera, který uvádí „*destinace je geografický prostor (resort, místo, region, stát), který si konkrétní návštěvník vybírá jako cíl své cesty. Obsahuje pro pobyt všechna nezbytná zařízení pro bydlení, stravování, zábavu a další aktivity. Tím se stává jednotkou soutěže v příjezdovém turismu, která musí být řízena jako strategická obchodní jednotka.*“

Morrison (2013) popisuje klíčové charakteristiky destinace cestovního ruchu následovně:

- geografický prostor ohraničený administrativní hranicí,
- místo, kde turisté mohou najít ubytování, restaurace a další zařízení a služby cestovního ruchu,
- propracovaný a jednotný přístup k marketingu a managementu dané destinace,
- vytvořená image a pozitivní vnímání destinace (základ pro přilákání návštěvníků),
- vytvořené zákony a případné regulace (zachycení vlivů turismu),
- existující seznam zainteresovaných subjektů.

Nejdl (2011) se soustředí na vztah cestovního ruchu a destinace, kde se cestovní ruch realizuje. Dle jeho názoru, se cestovní ruch realizuje vždy v konkrétním území s určitým potenciálem. Účastník cestovního ruchu přijíždí do místa dobrovolně a očekává, že jeho

představy a potřeby zde budou uspokojeny. Aby jeho očekávané potřeby byly naplněny, musí se za produktem přemístit.

Předpokladem pro realizaci cestovního ruchu na daném území neboli v destinaci je především existence atraktivit cestovního ruchu, uvádí Indrová (2009). Nejdí (2011) doplňuje a uvádí, že dané předpoklady musí existovat v určitém množství a v nezbytné struktuře. Tím je myšleno jejich množství, originalita, dostupnost, koncentrace v území, dále také nezbytná všeobecná infrastruktura cestovního ruchu.

Podstatou destinace je, že se jedná o geograficky ohraničený prostor, kterým může být stát, region, místo, resort, a který disponuje vhodnými atraktivitami cestovního ruchu a souborem souvisejících služeb.

O území a jeho ohraničení rozhoduje vždy účastník cestovního ruchu, vybírá si ho totiž jako cíl své cesty. Takto vnímaný prostor účastníka ne ve všech případech respektuje určené administrativní či politické hranice. Tuto skutečnost zdůrazňuje také Hesková a kol. (2011) uvádí, že destinace je tedy tvořena poptávkou účastníka a je relativní. Pro jeden segment účastníků cestovního ruchu může být určitá destinace žádanou a pro jiný segment účastníků nezajímavou nebo také neznámou. V některých případech může docházet také k jejich prolínání.

Nejdí (2011) na destinaci pohlíží ze dvou úhlů pohledu, a to jako na územní celek a pak také na komplex služeb neboli kompletní destinační produkt. Produktů cestovního ruchu může mít destinační společnost několik, a tak vytvářet různorodou nabídku účastníkům.

Nejdí (2011) upozorňuje, že ne každý územní celek se automaticky stává destinací. To potvrzuje i Palatková (2011) a dodává, že ne každé místo či region je „skutečnou“ destinací tak, jak je vnímána klientem.

4.2 Destinační management

Výkladový slovník cestovního ruchu (Pásková, Zelenka, 2012) definuje destinační management jako „soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci.“

Ryglová, Burian, Vajčnerová (2011) ve své publikaci destinační management charakterizují jako způsob řízení destinační oblasti, kde hlavním cílem je růst efektivnosti aktivit cestovního ruchu. Toto fungování je na základě dobrovolné spolupráce

podnikatelských a veřejnoprávních subjektů, se snahou optimálního zhodnocení a využití všech pozitiv plynoucích z této spolupráce.

Nejdl (2011) uvádí, že organizační uspořádání destinace stanovuje pravidla mezi základními strukturálními prvky, které tvoří jednotliví poskytovatelé služeb, místní obyvatelstvo a samospráva, částečně státní správa, přičemž každý má své poslání, své zájmy, motivaci a z tohoto důvodu se tak chovají. Nejdl uvádí, že v destinaci platí základní pravidlo: *„Zásadním kritériem prospěšnosti je destinační pohled. Co je dobré pro destinaci, je, resp. musí být dobré i pro její jednotlivé prvky. Naproti tomu, co je momentálně dobré pro jednotlivý prvek, nemusí být vždy dobré pro destinaci.“*

Boruta (2007) dodává, že destinace cestovního ruchu musí být určitým způsobem řízeny a toto řízení zajišťuje tzv. společnost destinačního managementu, neboli Destination Management Company, která je pro destinace obchodním a marketingovým oddělením.

Nejdl (2011) ve své publikaci uvedl, že *„destinační management neboli organizace cestovního ruchu, je chápán jako instituce, která pomocí souborů technik, nástrojů a opatření (tj. provádí procesy řízení – plánuje, organizuje, komunikuje, rozhoduje a reguluje) řídí cestovní ruch v regionu za účelem dosažení udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu. V širším pojetí kooperuje a koordinuje poskytovatele služeb v regionu, tedy 2K.“*

K tomuto názoru se připojuje Holešinská (2008) a přidává ještě jedno K, které představuje komunikaci představující klíčový faktor úspěšné realizace destinačního řízení. Při řízení destinace je potřeba vzájemné spolupráce veřejného a soukromého sektoru.

Holešinská (2008) poukazuje, že *„Spolupráce subjektů je důležitá především proto, že kooperováním vznikají synergické efekty – vzhledem k existující struktuře malých a středních podniků dochází k efektivnímu využívání prostředků, implementaci inovací, zavádění nových řídicích metod a TQM (Total Quality Management), vznikají výnosy z rozsahu, lze lépe čelit negativním externalitám. Navíc v rámci destinačního managementu jsou zabezpečovány takové úkoly, které nejsou v silách nebo zájmu jednotlivců.“*

Boruta (2007) upozorňuje, aby destinace cestovního ruchu měla šanci uspět, je nezbytně nutné určit a vytvořit vlastní produktovou nabídku a ve správný čas ji nabídnout zákazníkům dle segmentace. Destinační management zajišťuje tvorbu, realizaci a evaluaci destinační strategie.

Destinace jako taková má své přednosti, které plynou z předpokladů území a její jedinečnosti, kde je nutné nalézt optimální řízení cestovního ruchu. Holešinská (2008) uvádí „*V neposlední řadě je pro destinační společnost důležité, aby daná společnost byla veřejností přijímána. Je nezbytné, aby veřejnost měla ke společnosti důvěru a akceptovala ji jako klíčový subjekt v pozici plánovače, koordinátora, regulátora a propagátora cestovního ruchu na území destinace. Pokud se destinační společnosti nepodaří u veřejnosti dosáhnout takového postavení, těžko bude hledat partnery a při realizaci svých činností bude narážet na rozličné překážky.*“

Hesková, Fellegiová (2010) v publikaci uvedly následnou definici. „*Provedené výzkumy ukázaly, že místní samospráva má největší sílu podpořit vznik organizace destinačního managementu zajišťující všestranný rozvoj regionu. Navržený model vzniku organizace destinačního managementu je založen na transformaci např. sdružení měst a obcí, mikroregionů nebo organizací cestovního ruchu, které mohou navázat na svou stávající činnost.*“

4.2.1 Cíle destinačního managementu

Hesková, Fellegiová (2010) uvádí: „*Formulované cíle organizací destinačního managementu musí sladit potřeby jednak samotných poskytovatelů služeb, jednak potřeby destinace jako celku. Specifikované cíle by v zásadě měly odpovédět na otázku: Jaké přínosy, profity bude mít destinace a každý její prvek?*“

Pro úspěšnost destinačního managementu, respektive destinace je dle Hornera a Aswarbooke (2003) nezbytné stanovit na základě současné situace cíle a na jeho základě se rozhoduje o budoucím směru společnosti a poté je formulován hlavní cíl, následně se stanovují podnikové cíle, kde se společnosti zaměřují zejména na zisk, návratnost vložených prostředků, ochranu prostředí, sociální odpovědnost a image společnosti. Poté se také stanovují marketingové cíle a na jejich základě porovnává společnost své zdroje s konkurencí.

5 Rozvoj cestovního ruchu

Dle Zelenky (2011) lze do budoucna udržet rozvoj destinace cestovního ruchu za dodržování principu udržitelného cestovního ruchu. „*Udržitelný rozvoj cestovního ruchu si lze zjednodušeně z pohledu destinace vymezit tak, že jde o takový cestovní ruch, který mění destinaci, přesněji její ekosystémy, krajinný ráz a socio-kulturní prostředí, pouze v takové kvalitě a míře, která je akceptovatelná různými aktéry CR (především rezidenty a návštěvníky) a umožňuje bezproblémový rozvoj cestovního ruchu i v budoucnosti.*“

5.1 Předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Za základní způsoby rozčlenění předpokladů cestovního ruchu můžeme považovat následující metody dle Zelenky (2012):

- metoda sociálně-ekonomického systému,
- funkčně-chronologická metoda (Mariotova).

První metoda, metoda sociálně-ekonomického systému rozlišuje obecné a specifické předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Obecnými předpoklady jsou ekonomické a sociální prostředí, kde se celý cestovní ruch odehrává. Tyto předpoklady umožňují pohyb a pobyt mimo místo trvalého bydliště. Specifickými předpoklady jsou myšleny potřeby účastníka cestovního ruchu, zahrnující veškeré motivy k návštěvě daného místa a existence struktury (objektu a subjektu) cestovního ruchu, která zabezpečí realizaci cestovního ruchu.

Funkčně-chronologická metoda rozděluje předpoklady cestovního ruchu na lokalizační, selektivní a realizační.

Lokalizační předpoklady určují místo výskytu cestovního ruchu, resp. schopnost území nebo také krajiny poskytnout vhodné podmínky pro uskutečnění cestovního ruchu v různých formách. Tyto podmínky jsou tvořeny (nejen) přírodními a kulturně-historickými předpoklady, ale může se také jednat o přidanou hodnotu ve formě lidové tradice, folklóru a umění a dalšího.

Selektivní předpoklady určují, kdo a v jaké míře se účastní cestovního ruchu. Selektivní předpoklady lze definovat jako předpoklady politické, demografické, sociologické, urbanizační, ekologické, personální a administrativní. Politické předpoklady jsou zásadní pro rozvoj cestovního ruchu a v době politické nestability, války či případně ohrožení terorismem, kdy neexistují normální podmínky pro život, veškerá činnost se soustředí na

obranu a zachování života a národního hospodářství, jde cestovní ruchu do pozadí celého dění. Stejně tak další předpoklady mohou ovlivnit cestovní ruch a jeho následný rozvoj.

Realizační předpoklady umožňují realizovat zájem účastnit se cestovního ruchu, zahrnují komunikační předpoklady a infrastrukturu cestovního ruchu (materiálně technické předpoklady). Komunikačními předpoklady jsou zejména struktura komunikační sítě a dostupnost území.

Z výše uvedených předpokladů vychází i potenciál daného území, který lze z předpokladů vypočítat dle Zelenky a Páskové (2012) jako „*ocenění na základě bodovací škály, snížené o zápornou hodnotu negativních faktorů rozvoje cestovního ruchu, zejména o špatný stav složek životního prostředí a konfliktní land-use daného území.*“ Obecně pak lze vycházet i z faktu, že potenciál cestovního ruchu je souhrnná měřitelná hodnota předpokladů cestovního ruchu.

Nejdl (2011) upozornil, že „*pod vybavenost daného území pro cestovní ruch také spadá vybavenost specifickými předpoklady v určitém minimálním množství, rozloze a předpokládané kvalitě. Mezi specifické předpoklady lze zařadit atraktivitu, které rozhodují o vhodnosti a možném využití území pro jednotlivé typy cestovního ruchu například dle segmentace.*“

6 Regionální politika

Wokoun, Kouřilová, Lukáš (2002) uvedli, že regionální politiku lze definovat jako soubor cílů, opatření a nástrojů, které by měly eliminovat a snižovat příliš velké rozdíly v socioekonomické úrovni jednotlivých regionů.

Pike a spol. (2006) uvedl, že místní a regionální rozvoj se stal nedílnou součástí jak pro národní, tak i pro regionální správu na celém světě v 60. a 70. letech minulého století. Kontext místního a regionálního rozvoje byl významně přetvořen zásadními změnami v systému ekonomických aktivit a stal se tak více podnětným.

Goodall (1987) ve své publikaci uvedl, že regionální politika je součástí státní politiky, která velmi ovlivňuje rozmístění ekonomických zdrojů a aktivit na celém území státu nebo v jeho části. Zahrnuje také nástroje a opatření napomáhající na jedné straně růstu stupně ekonomické aktivity na území, kde je vysoká nezaměstnanost a malá naděje na přirozený ekonomický růst, na druhé straně opatření slouží ke kontrole ekonomických aktivit na územích s nadměrným růstem.

Trvalé zabezpečování vyváženého rozvoje státu, resp. území jeho regionů a územních obvodů nově zřízených krajů a obcí, i tak lze chápat regionální rozvoj. Jde tedy především o koordinaci působností orgánů veřejné správy a samosprávy, která s využitím principů hospodářské a sociální soudržnosti trvale přispívá ke snižování rozdílů mezi regiony podle předem stanovených cílů a priorit s upřednostňováním zaostávajících regionů.

Vanhove a Kaasen (1987) uvedli definici regionální politiky v následujícím znění: *„Regionální politika představuje všechny veřejné intervence, které vedou ke zlepšování geografického rozdělení ekonomických činností, které se pokoušejí napravit určité prostorové důsledky volné tržní ekonomiky pro dosažení dvou vzájemně závislých cílů – ekonomického růstu a zlepšení sociálního rozdělení ekonomických efektů.“*

Na předešlé navazuje i Hall (1992) ve své publikaci a uvádí, že regionální politika by měla vést ke zlepšení geografického rozdělení ekonomických činností, které se snaží napravit určité prostorové důsledky volné tržní ekonomiky pro dosažení dvou vzájemně závislých cílů: ekonomického růstu a zlepšení sociálního rozdělení ekonomických efektů. Představuje tedy všechny veřejné intervence vedoucí ke zlepšení geografického rozdělení ekonomických činností.

7 Cestovní ruch a regionální rozvoj

Ke vztahu cestovního ruchu a regionálního rozvoje se vyjadřuje ve své publikaci Lacina (2010), kde uvádí, že cestovní ruch přispívá k rozvoji regionu již tím, že tvoří příjmy z prodeje výrobků a služeb turistům. Zároveň vytváří podněty pro kapitálové investice do zařízení cestovního ruchu, zvláště pak do výstavby hotelů, nákupu dopravních prostředků a na rozvoj infrastruktury, v první řadě dálnic a silnic. Díky těmto krokům se zkvalitňuje jak materiálně-technická a organizační základna turistických aktivit, tak i celých regionů. Základnu pro další rozvoj utváří dopravní, ubytovací, stravovací služby, informační a zprostředkovací služby a v neposlední řadě celá technická infrastruktura a konkrétní turistické subjekty.

Nejdl (2011) uvedl, že regionální rozvoj je ovlivněn ekonomickými, geografickými a socio-kulturními faktory. Pro plné využití cestovního ruchu v regionu je nutné využít primární i sekundární nabídku cestovního ruchu, kterou region nabízí. Pro efektivní využití cestovního ruchu je také nutné využít administrativně-řídící infrastrukturu v území.

7.1 Cestovní ruch jako významný faktor regionálního rozvoje

Studnička (2011) ve své publikaci uvedl, že cestovní ruch se stává jedním z důležitých a nepostradatelných faktorů regionálního rozvoje v řadě regionů. K dosažení konkurenceschopnosti regionů je nutné zajistit vyrovnání rozsahu a kvality infrastruktury a služeb cestovního ruchu (základních i doplňkových) a také je nutné zajistit maximální zvyšování přitažlivosti regionů s využitím jejich specifických atraktivit, které napomáhají k tvorbě konkurenceschopných a jedinečných produktů cestovního ruchu.“

Palatková (2011) ve své publikaci uvedla, že *„Dopad aktivit subjektů působících na cestovní ruch není stále doceňován a hraje značnou roli v regionálním rozvoji a v působení cestovního ruchu na regionální rozvoj, a je tedy i v problematice řízení cestovního ruchu v destinaci.“*

Holešinská (2012) uvádí, že cestovní ruch svým vlivem způsobuje jak pozitivní, tak i negativní dopady na ekonomiku dané destinace. Mezi ty pozitivní patří například zvyšování příjmů z cestovního ruchu v regionu, vytváření nových pracovních míst, zvýšení životního standardu, zvýšení nabídky práce či podporu investic do infrastruktury.

Ježek (2015) ve své publikaci definuje regionální management následovně: *„institucionalizovanou spoluprací regionálních aktérů, která umožňuje prosazení rozvojových koncepcí, generuje nové projektové myšlenky a vytváří úspěšnou pozici podnikajícího regionu a jeho produktů v meziregionální konkurenci“*.

Fellegiová (2008) poukazuje na fakt, že v destinaci nejde jen o kooperaci mezi poskytovateli služeb, ale také organizace destinačního managementu organizuje kooperaci tzv. PPP – Public-Private-Partnership.

Primárním úkolem destinačních společností je koordinace činností jednotlivých subjektů, aby byly naplněny cíle rozvoje cestovního ruchu v destinacích. Fellegiová (2008) konkretizuje stanovené cíle destinačního managementu na zjišťování zájmů jednotlivých subjektů destinace, formulování společného zájmu destinace. Na to navazuje i formulování co z toho bude mít destinace a každý její prvek.

8 Systém řízení cestovního ruchu v České republice

Dle Jarolímkové (2018) uvádí, že řízení cestovního ruchu je složitý proces, který má svá specifika. V řízení cestovního ruchu figuruje velký počet subjektů poskytujících služby cestovního ruchu a jejich rozmanitost z hlediska velikosti, předmětu činnosti a právní formy. Typickým pro cestovní ruch je také „přesah“ problematiky cestovního ruchu do dalších oborů, to klade vysoké požadavky na kooperaci. A v neposlední řadě vytvoření vhodných podmínek pro rozvoj cestovního ruchu je výsledkem působení mnoha různorodých aktivit v daném území.

8.1 Zákonodárné orgány

Do systému řízení jsou podle Jarolímkové (2018) zařazeny i zákonodárné orgány a to Parlament České republiky, Poslanecká sněmovna s výbory a podvýbory a Senát České republiky s výbory a podvýbory. Výbory a podvýbory ovlivňující cestovní ruch a patřící pod Poslaneckou sněmovnu České republiky jsou Výbor pro veřejnou správu a regionální rozvoj s podvýborem pro cestovní ruch a také Zahraniční výbor s podvýborem pro prezentaci České republiky v zahraničí. V rámci Senátu České republiky se jedná o Výbor pro hospodářství, zemědělství a dopravu, s Podvýborem pro cestovní ruch.

Institucí státní správy v oblasti cestovního ruchu s celostátní působností je Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, pod který spadá příspěvková organizace Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism.

Na krajské úrovni se do systému řízení cestovního ruchu zařazují krajské úřady s odbory cestovního ruchu, případně jiné odbory se začleněním cestovního ruchu a příspěvkové organizace pro podporu cestovního ruchu na krajské úrovni.

Na regionální, případně okresní úrovni jsou zainteresovány městské a obecní úřady, které spravují městská informační centra.

8.2 Celostátní působnost

Jarolímková (2018) uvedla, že řízení cestovního ruchu na národní úrovni je v gesci Ministerstva pro místní rozvoj. Jeho hlavním úkolem je vytvářet vhodné prostředí pro rozvoj cestovního ruchu a v posledních letech i udržení a stabilizaci cestovního ruchu na území České republiky.

Ministerstvo pro místní rozvoj tvoří koncepční a strategické dokumenty pro státní politiku cestovního ruchu na podporu rozvoje cestovního ruchu. Nedílnou součástí jejich činnosti je zabezpečení finanční podpory programů, například ze zdrojů České republiky, ale také ze strukturálních fondů EU.

Jako každé ministerstvo zajišťuje přípravy znění zákonů týkajících se cestovního ruchu pro schvalovací proces v Parlamentu ČR a také spolupracuje na implementaci mezinárodních úmluv do legislativy. Prioritní je tvorba vhodných podmínek pro podnikání v cestovním ruchu, ale také ochrana spotřebitele v cestovním ruchu.

Úkolem Ministerstva pro místní rozvoj je také být ochráncem a koordinátorem činností ministerstev a dalších orgánů státní správy při zabezpečování politiky rozvoje cestovního ruchu. Důležitou součástí jejich funkce je spolupráce s regionálními a profesními sdruženími v oblasti rozvoje cestovního ruchu.

Ministerstvo pro místní rozvoj v roce 1993 zřídilo příspěvkovou organizaci Českou centrálu cestovního ruchu, která byla v roce 2003 přejmenována na Czech Tourism.

Mezi hlavní činnosti agentury Czech Tourism patří podpora všestranného rozvoje cestovního ruchu, následně koordinace činností v oblasti cestovního ruchu a propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí i v České republice.

8.2.1 Třístupňový systém řízení cestovního ruchu

Ministerstvo pro místní rozvoj (2010) v návrhu věcného záměru zákona o podpoře a řízení cestovního ruchu uvedl návrh na zredukování čtyřstupňového nekoordinovaného systému, který byl rozdělen na stát – kraj – turistický region – turistická oblast na nově navrhovaný třístupňový: stát – kraj – turistická oblast. Dle této úvahy by nově navrhovaný systém umožnil sdružování a vytváření turistických oblastí s jasně definovaným potenciálem pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu. Na základě tohoto systému se předpokládalo, že významně posílí postavení obcí, které budou moci lépe a efektivněji propagovat svůj turistický potenciál. Třístupňový systém řízení je již aplikován v rámci řízení cestovního ruchu v Jihočeském kraji.

8.3 Krajská působnost

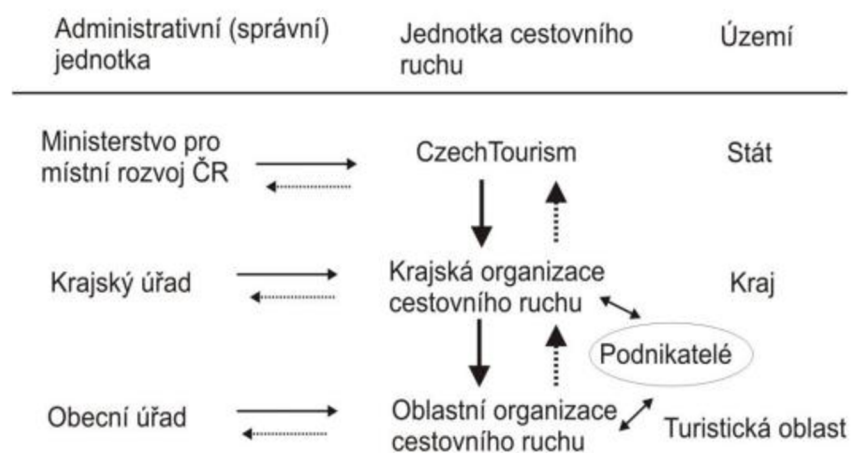
Řízení cestovního ruchu v Jihočeském kraji je rozděleno mezi Jihočeský kraj, Jihočeskou centrálu cestovního ruchu a oblastní organizace, respektive destinační společnosti cestovního ruchu, které spadají pod řízení Jihočeské centrály cestovního ruchu.

9 Organizace cestovního ruchu v České republice

Pro řízení cestovního ruchu na všech úrovních byly zřízeny organizace, které vykonávají činnosti hlavního koordinátora cestovního ruchu ve své oblasti.

Obrázek níže zobrazuje kompetenční uspořádání řízení cestovního ruchu v České republice.

Obrázek 1: Kompetenční uspořádání řízení cestovního ruchu v České republice



Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj (2010)

Pro potřeby této práce jsou uvedeny organizace státní úrovně – Česká centrála cestovního ruchu, krajské úrovně – Jihočeská centrála cestovního ruchu a oblastní úrovně – Destinační management Česká Kanada.

9.1 Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism

CzechTourism je státní příspěvkovou organizací zřízenou Ministerstvem pro místní rozvoj, jako ústřední orgán státní správy České republiky ve věcech cestovního ruchu.

Jarolímková (2018) uvedla, hlavním úkolem CzechTourism je koordinace a sjednocení státní propagace cestovního ruchu na domácím i zahraničním trhu. Dalšími je plnění úkolů a zastřešování oblasti cestovního ruchu v České republice, rozvíjení střednědobé, ale i aktuální strategie pro marketing produktů cestovního ruchu. CzechTourism jako zástupce České republiky je členem Evropské komise cestovního ruchu a podílí se

společně s ostatními evropskými zeměmi na marketingových aktivitách na zámořských trzích.

Důležitým nástrojem pro koordinaci cestovního ruchu v České republice je komunikace s regiony, ta je rozdělena do dvou rovin. První rovinou je základní a přímá komunikace mezi Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism a jednotlivými regiony cestovního ruchu. Ve druhé rovině plní CzechTourism roli zprostředkovatele komunikace mezi soukromými subjekty, městy a obcemi a regiony.

Efektivním nástrojem pro základní komunikaci s regiony jsou pravidelně organizovaná setkání s regionálními partnery neboli krajskými koordinátory. Na těchto setkáních jsou diskutovány aktuální problémy cestovního ruchu v regionech. Diskuze by měla vést k nalezení řešení na základě výměny zkušeností. Na setkání koordinátorů jsou diskutovány společné projekty regionů a CzechTourism. Realizace projektů má podpořit rozvoj domácího a zahraničního cestovního ruchu.

Koordinátor pro CzechTourism představuje klíčového partnera, který zastupuje daný turistický region a usnadňuje tak komunikaci, která je základním prvkem této úzké spolupráce mezi regionem a CzechTourism. V turistických regionech, kde neexistuje destinační management s působností pro území celého kraje, plní tuto funkci krajský úřad. Pracovníci CzechTourism informují koordinátory o plánu činnosti a možnostech spolupráce na pravidelných setkáních.

9.2 Jihočeská centrála cestovního ruchu

Jihočeská centrála cestovního ruchu je příspěvkovou organizací Jihočeského kraje. Významnou úlohou je koordinace a řízení cestovního ruchu v Jihočeském kraji a svou činností podporuje domácí a příjezdový cestovní ruch. Hlavním úkolem Jihočeské centrály cestovního ruchu je vytvářet, řídit, koordinovat a rozvíjet atraktivní turistickou nabídku regionu a následně ji prezentovat na domácím i zahraničním trhu, uvádí Jihočeská centrála cestovního ruchu (2016) na svém webu.

Mezi hlavní cíle Jihočeské centrály cestovního ruchu se řadí tvorba projektů zaměřených na rozvoj nabídky cestovního ruchu v Jihočeském kraji a jejich následná prezentace. Jihočeská centrála cestovního ruchu svou činností vytváří produktové linie. V rámci propagace zajišťuje vydávání tištěných propagačních materiálů dle segmentace turistů.

Jihočeská centrála cestovního ruchu je hlavním koordinátorem pro všechny turistické oblasti Jihočeského kraje. Následně také spolupracuje, ať už prostřednictvím turistických oblastí nebo individuálně, s městy a obcemi, infocentry a subjekty cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru.

Jihočeská centrála cestovního ruchu vykonává funkci krajského destinačního managementu pro destinaci Jižní Čechy, úzce spolupracuje s agenturou CzechTourism, včetně jejích zahraničních zastoupení.

9.3 Destinační management Česká Kanada

Turistická oblast Česká Kanada vznikla v roce 2017 zápisem spolku Destinační management Česká Kanada do spolkového rejstříku. Zakládajícími členy tak, jak je doporučeno CzechTourismem, byla města a podnikatelské subjekty působící na území turistické oblasti Česká Kanada.

Destinační management Česká Kanada je řídicím orgánem pro turistickou oblast Česká Kanada, která se nachází v nejvýchodnější části Jihočeského kraje rozkládající se na území Jindřichohradecka a Dačicka.

Hlavním cílem Destinačního managementu Česká Kanada je naplňování strategického dokumentu – Strategický dokument rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada 2019 - 2023, který vymezuje tvorbu produktů cestovního ruchu dle produktového portfolia, pomocí marketingových nástrojů zvyšovat povědomí o turistické oblasti Česká Kanada a zvyšovat tak návštěvnost, přenocování a využití služeb. Strategický dokument úzce navazuje na strategické dokumenty rozvoje měst a obcí na území turistické oblasti a také na krajskou koncepci rozvoje cestovního ruchu, tj. Koncepci rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2015 – 2020 a nyní i Koncepci rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021+.

Nedílnou součástí je také kooperace s podnikatelskými subjekty na území oblasti, spolupráce s veřejnými subjekty jako jsou města a obce, spolupráce a komunikace se spolky a dalšími sdruženími, které působí v oblasti cestovního ruchu na území turistické oblasti.

10 Financování destinačních managementů

Nejdl (2011) upozorňuje, že turismus nelze realizovat v každém území. I ekonomicky slabý region musí disponovat alespoň základním souborem předpokladů k tvorbě cestovního ruchu. K dalšímu rozvoji území musí být využity finanční prostředky, které zde turisté zanechali spotřebováváním služeb. Finanční prostředky by se měly tedy zpětně do oblasti vložit, například zlepšováním kvality oblasti, investováním. Tímto vysvětluje vyrovnávací funkci a uvádí, že podstata vyrovnávací funkce cestovního ruchu spočívá v transferu ekonomické poptávky z místa její produkce do místa s disponibilními předpoklady cestovního ruchu, kde se tato poptávka realizuje a tam se v podstatné části reinvestuje do místní ekonomiky.

Atraktivita cestovního ruchu zejména přírodního charakteru se ve větším množství a kvalitě nacházejí v řadě míst, tato místa postrádají jiné ekonomické aktivity primární či sekundární sféry, což vyvolává značné ekonomické a sociální problémy. Cestovní ruch se tak stává mnohdy jedinou šancí, v některých jednou z mála, která může zabezpečit zdroje pro rozvoj regionu.

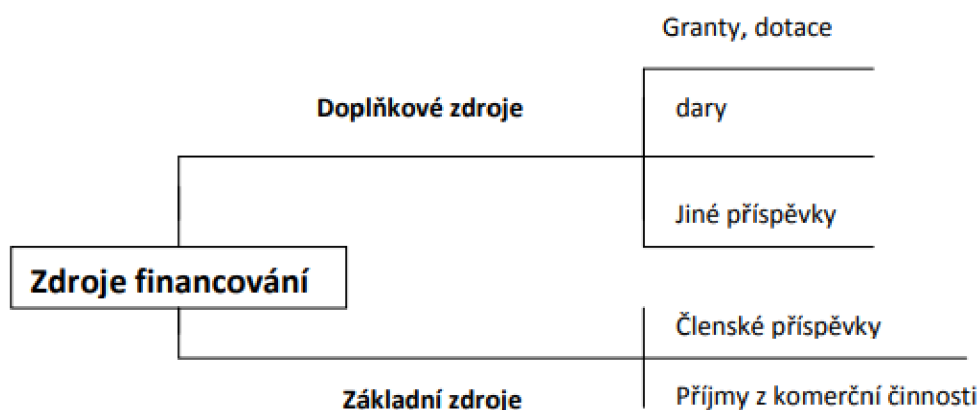
Hesková, Fellegiová (2010) uvádí, že: *„základním finančním příjmem organizace destinačního managementu jsou členské příspěvky zakladatelů, členů. Sazba příspěvku je stanovena zpravidla pomocí koeficientu vycházejícího z počtu obyvatel dané destinace nebo z podílu na skutečně vybraných poplatcích generovaných z realizace cestovního ruchu na území obce.“*

Návrh zákona o cestovním ruchu (2010) uvádí dalším způsob financování a tím je určení stálé fixní částky. Tyto vytvořené prostředky organizace destinačního managementu mohou být využity k pokrytí vlastních provozních nákladů. Také je uveden další možný způsob financování provozu organizace destinačního managementu a tím jsou příjmy z komerční činnosti destinační společnosti.

V návrhu zákona o cestovním ruchu od Ministerstva pro místní rozvoj z roku 2010 zazněly také informace o financování *„Finanční toky mezi jednotlivými úrovněmi řízení cestovního ruchu však nejsou sledovány, stejně jako není sledována efektivita a návratnost vynaložených prostředků.“*

Holešinská (2012) poukazuje na multiplikační efekt cestovního ruchu, který vytváří další příjmy a to generují přímé, nepřímé či indukované příjmy subjektům v destinaci.

Obrázek 2: Zdroje financování rozvoje cestovního ruchu



Zdroj: Hesková, Fellegiová (2010)

10.1 Veřejná podpora

Kolektiv společnosti Eurovision (2007) definuje veřejnou podporu jako poskytovanou podporu státem či územními samosprávnými celky, a to zejména za účelem podpory regionálního rozvoje, prosazování politik veřejného zájmu, podpory rozvoje určitých aktivit nebo ochrany kulturního dědictví. Za veřejnou podporu se považuje taková podpora, která svým použitím narušuje nebo hrozí narušením hospodářské soutěže a zvýhodňuje určité podniky. Poskytnutí takové podpory je zakázáno.

Ministerstvo pro místní rozvoj (2021) uvádí, že důvodů roztržičnosti financování cestovního ruchu mezi více resortů může být celá řada včetně problematiky ošetření nedovolené veřejné podpory.

Ve strategii rozvoje cestovního ruchu České republiky 2021 – 2030 také zaznělo, že základním předpokladem pro efektivní nastavení financování cestovního ruchu je vyřešení problematiky nedovolené veřejné podpory. Cílem by mělo být vytvoření jednotné metodiky, která ošetří výklad pravidel nedovolené veřejné podpory v oblasti cestovního ruchu. Zmíněná metodika by měla umožnit efektivnější využívání veřejných prostředků na podporu rozvoje cestovního ruchu a zároveň umožňovat smysluplnou spolupráci veřejného, soukromého a neziskového sektoru při rozvoji tohoto odvětví, včetně marketingu.

11 Místní poplatky z pobytu

Od 1. ledna 2020 platí v České republice novela zákona o místních poplatcích č. 278/2019 Sb., která zavedla nově místní poplatek z pobytu. Tento nový poplatek vychází z původních místních poplatků za lázeňský nebo rekreační pobyt a poplatek z ubytovací kapacity. Místní poplatky plní významnou funkci principu fiskální decentralizace, neboť jsou ze 100 % příjmem do rozpočtů obcí, uvedl ve svém článku Studnička (2021)

Těžký a Jantoš (2019) ve svém článku uvedli, že poplatek z pobytu by měl zefektivnit a zjednodušit celý proces vybírání poplatků a dosáhnout na větší okruh osob, kterých se týká úplatný pobyt v obci, ve které není dotyčný přihlášený. Poplatek platí bez rozdílu pro běžné poskytovatele ubytovacích služeb jako jsou hotely, penziony ale i pro poskytovatele ubytování v apartmánech, bytech, chatách a dalších, kteří do povinnosti platit poplatek z ubytovací kapacity nebo lázeňského poplatku nebyli zahrnuti.

CzechTourism (2022) na svém webu uvádí, že Místní poplatky z pobytu jsou jednoznačně měřitelným přínosem rozvoje cestovního ruchu. Poplatky jsou příjmy rozpočtů obcí a obce si stanovují vlastní výši poplatku za pobyt vyhláškou.

13 Cíl a metodika

13.1 Hlavní cíl

Základem hlavního cíle je zhodnotit výhody a negativa plynoucí ze způsobu financování rozvoje cestovního ruchu a navrhnout možná řešení zefektivnění celého systému v rámci možností měst, obcí, podnikatelů a další přispívajících subjektů.

13.2 Dílčí cíl

Na základě průzkumu zjistit stávající způsob financování cestovního ruchu v České republice, na krajské úrovni a v dané destinaci. Zároveň zanalyzovat možnosti financování rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada.

Vytvoření návrhu možností zvýšení financování a návrh několika způsobů, jak získané finance efektivněji využít na rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti.

13.3 Metodika práce

V úvodní teoretické části se práce věnuje shrnutí teorie týkající se dané problematiky, následně se práce věnuje sběru informací o reálném fungování a financování cestovního ruchu v České republice, v Jihočeském kraji a v samotné turistické oblasti Česká Kanada. Praktická část této práce je zaměřena na analyzování finanční situace a finančního systému, který podporuje rozvoj cestovního ruchu na všech úrovních řízení cestovního ruchu.

V rámci praktické části byla uskutečněna případová studie s šesti obcemi, které odpovídaly na otázky týkající se místních poplatků z pobytu a jejich následné využití.

Výsledkem práce je popis doporučení pro zefektivnění stávajícího systému financování cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada a možnosti užší spolupráce mezi subjekty. V této souvislosti nalézt takové řešení, které bude zároveň finančně úsporné a zároveň efektivní pro všechny zapojené subjekty.

14 Problematika rozvoje a financování cestovního ruchu

14.1 Absence zákona o cestovním ruchu

Plzáková, Studnička (2014) uvedli, že cestovní ruch zasahuje do několika právních otázek spadajících zejména do několika oblastí práva a to do obchodního, ale také občanského, evropského a správního práva. Právní úprava cestovního ruchu je komplikovaná a nepřehledná.

V koncepci vydané Ministerstvem pro místní rozvoj (2008) je uvedeno: *“V cestovním ruchu je však také řada otázek a problémů, které nejsou zcela vyřešeny. Zejména legislativní uspořádání je nejvíce opomíjenou oblastí cestovního ruchu, ať na státní nebo regionální úrovni.”*

Chybějící zákon o cestovním ruchu částečně nahrazují dokumenty vydávané Ministerstvem pro místní rozvoj nebo Centrálou cestovního ruchu – CzechTourism. Těmito manuály jsou například metodické dokumenty pro tvorbu produktů cestovního ruchu apod.

Absence zákona o cestovním ruchu sebou nese i další navázané problematiky. Jednou z nich je také neukotvení významu České centrály cestovního ruchu – CzechTourism a jeho role v řízení cestovního ruchu v České republice, s tím souvisí také spolupráce Czech Tourismu a dalších organizací působící v oblasti cestovního ruchu.

Chybějící zákon o cestovním ruchu tedy představuje velmi významný problém, který ovlivňuje cestovní ruch v České republice v návaznosti na další sektory, které ať už přímo či nepřímo s cestovním ruchem souvisí.

14.2 Nejednotný systém řízení cestovního ruchu

Chybějící zákon o cestovním ruchu dává prostor pro různorodé struktury řízení cestovního ruchu v jednotlivých krajích České republiky a tím může docházet k neprovázanosti jednotlivých organizací, které působí vedle sebe nebo také své působení překrývají. Tato skutečnost zhoršuje do budoucna i možnost celý systém řízení cestovního ruchu v České republice sjednotit. Některé kraje, nebo i některé destinační managementy již fungují a bude obtížné stanovit jednotnou politiku řízení, která bude platit pro všechny úrovně řízení cestovního ruchu na území České republiky, aniž by

došlo k výraznějším změnám ve stávajícím řízení cestovního ruchu některých destinačních společností. Na systém řízení samozřejmě navazuje i systém finanční podpory pro rozvoj cestovního ruchu.

V dokumentu vydaném Ministerstvem pro místní rozvoj vydaný v roce 2010 zaznělo: „*Chybějící struktura řízení cestovního ruchu s jasně definovanými a provázanými kompetencemi a odpovědnostmi se negativně promítá především v marketingu destinací, kdy dotčené subjekty, tzv. destinační managementy na vyšší územní úrovni nemají přehled o aktivitách realizovaných na úrovni nižší a naopak.*“

V návaznosti na tuto nekoordinovanost mohou vznikat a v některých případech vznikají protichůdné výstupy, které negativně ovlivňují cílovou skupiny a tím také klesá účinnost jednotlivých aktivit, které organizace vytvořily. Často se tedy stává, že jsou vynaloženy finanční prostředky neefektivně. Tento problém se stává na všech úrovních řízení cestovního ruchu, i v samotné turistické oblasti Česká Kanada.

14.3 Financování cestovního ruchu

Holešinská (2013) uvádí, že pro financování cestovního ruchu je klíčová stabilita systému řízení a současně provázanost vlastních finančních zdrojů se skutečným výkonem cestovního ruchu vyjádřeno například přenocováním.

Financování cestovního ruchu v České republice je zcela závislé na zřizovateli organizací působící v oblasti cestovního ruchu a na možnostech čerpání finančních prostředků z fondů a dotačních titulů.

Garance financování rozvoje cestovního ruchu přímo navazuje na absenci zákona o cestovního ruchu a to i z pohledu všech úrovní řízení cestovního ruchu. To potvrzuje i Ministerstvo pro místní rozvoj (2010) *"Dlouhodobá absence právních předpisů upravujících kompetence a financování v cestovním ruchu má za následek neefektivní vynakládání prostředků do oblasti cestovního ruchu, nekoordinovanost a roztržitost aktivit na podporu udržitelného rozvoje cestovního ruchu a nezdravé konkurenční prostředí uvnitř jednotlivých destinací cestovního ruchu i mezi nimi.*“

Každý kraj, posléze i regionální destinační managementy nemají jistotu každoročního financování ať už od zřizovatele či kraje a dalších možných finančních zdrojů, a z tohoto důvodu se špatně stanovují dlouhodobě plány rozvoje cestovního ruchu na daném území.

14.3.1 Veřejná podpora

Jednou z významných překážek financování rozvoje cestovního ruchu, tedy především tvorby produktů a její následné marketingové podpory, je veřejná podpora. Destinační managementy jsou převážně financovány z veřejných prostředků, ať se již jedná o členské příspěvky od měst a obcí, ale také významnou část rozpočtu tvoří získané dotace.

V tomto okamžiku nastává problém, který se váže na veřejnou podporu, kdy veřejné finanční prostředky nemohou být použity na podporu vybrané skupiny podnikatelských subjektů. V případě tvorby produktů cestovního ruchu však dochází, se začleněním podnikatelských subjektů, k veřejné podpoře. Aby se destinační společnosti vyhnuli veřejné podpoře, musí být osloveny všechny podnikatelské subjekty, aby nedošlo k diskriminaci některých podnikatelů či jiných subjektů.

Veřejná podpora a tvorba produktů nebo nabídky cestovního ruchu jdou proti sobě. V případě Destinačního managementu Česká Kanada je částečně vyřešena veřejná podpora smlouvami o spolupráci s podnikatelskými subjekty, které jsou zahrnuty do jednotlivých produktů.

15 Analýza řízení cestovního ruchu

V České republice není stanoven jednotný systém řízení pro všechny organizace v oblasti cestovního ruchu. Ministerstvem pro místní rozvoj je pouze doporučený třístupňový systém řízení cestovního ruchu. Tento třístupňový systém je aplikovaný v Jihočeském kraji, kdy na krajské úrovni působí Jihočeská centrála cestovního ruchu a na oblastní úrovni působí turistické oblasti.

15.1 Jihočeský kraj

V Jihočeském kraji spadá řízení cestovního ruchu pod Jihočeský kraj, kancelář hejtmána. Pro systémové řízení cestovního ruchu v jižních Čechách byla zřízena příspěvková organizace Jihočeská centrála cestovního ruchu.

Jihočeská centrála cestovního ruchu je rozdělena do tří oblastí řízení – kancelář ředitele a ekonomický úsek, pracovní skupina pro domácí cestovní ruch a pracovní skupina pro zahraniční cestovní ruch.

V rámci oddělení domácího cestovního ruchu Jihočeské centrály cestovního ruchu je vytvořena pracovní skupina produktových manažerů, ti jsou podřízeni vedoucímu oddělení domácího cestovního ruchu. Produktoví manažeři jsou tzv. v terénu a spravují jednotlivé turistické oblasti, tedy rozvoj cestovního ruchu a navazující aktivity v jednotlivých územích.

Jihočeský kraj a jeho území bylo původně rozděleno do 11 turistických oblastí (s vynecháním vojenského prostoru Boletice), nyní je území rozděleno do 9 samostatných turistických oblastí. Turistické oblasti jsou řízeny destinačními managementy ve spolupráci s místními organizacemi. Turistickými oblastmi jsou Budějovicko, Česká Kanada, Český Krumlov region, Lipensko, Novohradsko-Doudlebsko, Písecko-Blatensko, Šumavsko, Toulava a Třeboňsko. Jednotlivé systémy řízení v turistických oblastech se liší, nejen právní formou, ale také způsobem rozhodování a řízení (JCCR, 2021).

15.2 Turistická oblast Česká Kanada

Destinační management Česká Kanada, z.s. je zapsaným spolkem a řídí se schválenými stanovami Spolku. Nejvyšším orgánem spolku je Valná hromada, dalšími orgány spolku jsou Výbor, Revizní komise a Výkonný výbor. V čele Spolku je předseda. Podrobnější informace najdete na straně 42.

16 Možnosti financování rozvoje cestovního ruchu v České republice

Na následujících stránkách jsou uvedeny možnosti financování cestovního ruchu v České republice, které by mohly být následně využity k financování rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada v návaznosti na programové dotace Ministerstva pro místní rozvoj a programové dotace Jihočeského kraje.

16.1 Ministerstvo pro místní rozvoj

Cestovní ruch v České republice spadá do gesce Ministerstva pro místní rozvoj, nicméně finanční podpora rozvoje cestovního ruchu je roztržštěná jak na úrovni resortů, tak i v rámci samospráv, jak uvádí Ministerstvo pro místní rozvoj (2010) ve své Strategii rozvoje cestovního ruchu České republiky 2021 – 2030.

Ministerstvo pro místní rozvoj však vypisuje dotační programy na podporu rozvoje cestovního ruchu v České republice a zároveň podporuje cestovní ruch prostřednictvím České centrály cestovního ruchu – Czech Tourism.

16.1.1 CzechTourism

Czech Tourism neboli Česká centrála cestovního ruchu je organizací zřizovanou Ministerstvem pro místní rozvoj. V tabulce č. 1 je uveden finanční přehled této organizace, včetně příspěvku zřizovatele.

Tabulka 1: Czech Tourism - finanční přehled

Rok	Příspěvek zřizovatele	Výnosy celkem	Náklady celkem
2021	376 441	385 998	401 324
2020	323 515	332 708	331 404
2019	382 553	394 274	361 433
2018	478 690	488 371	488 331

Zdroj: vlastní zpracování v tis. Kč, Výroční zprávy CzechTourismu (2018 – 2021)

Příspěvek zřizovatele je součástí výnosů uvedené v tabulce. Dle Czech Tourismu ve výročních zprávách (2018 - 2021) jsou dalšími výnosy Czech Tourismu získané dotace, výnosy z prodeje služeb vyúčtované za účast na veletrzích a roadshow a dalších aktivit.

Uvedené náklady byly vynaloženy mimo jiné na provoz organizace, do které jsou zahrnuty telekomunikační služby, spotřeba energií, náklady na ostrahu a úklid budov, na právní služby a opravy majetku. Náklady také reflektují mzdové náklady a s tím další související náklady, které vyplývají ze zaměstnaneckého poměru.

Hlavní náplní České centrály cestovního ruchu jsou marketingové aktivity na podporu cestovního ruchu, ať už na domácím či zahraničním trhu. Czech Tourism (2021) uvádí ve své výroční zprávě, že náklady na marketing v roce 2021 byly vyčísleny na 172, 6 mil. Kč a byly využity na marketingovou propagaci, prezentaci na domácím i zahraničním trhu a kampaně. Nedílnou součástí marketingu jsou také veletrhy a náklady na účast na veletrzích domácích i zahraničních byly ve výši 17 mil. Kč.

Další významnou činností Czech Tourismu je vytváření analýz, výzkumů, monitoringů a statistických šetření cestovního ruchu v České republice a náklady na tuto činnost v roce 2021 činily 11, 5 mil. Kč.

Další náklady byly vynaloženy například na reprezentaci či PR aktivity, kurzové náklady nebo odpisy majetku.

16.1.2 Národní program podpory cestovního ruchu

Hlavním dotačním nástrojem pro rozvoj cestovního ruchu v České republice je Národní program podpory cestovního ruchu v regionech (dále též NPPCRR), který vypisuje Ministerstvo pro místní rozvoj.

Tyto dotační prostředky byly v uplynulých letech vypsány pro roky 2016 – 2022 a vždy jsou zaměřeny na marketingové aktivity v cestovním ruchu nebo na rozvoj základní a doprovodné infrastruktury. Alokované částky jsou vždy následovně rozděleny.

Marketingové aktivity v cestovním ruchu

V případě marketingových aktivit jsou alokované částky rozděleny na národní, krajské a oblastní. Kdy národní a nadregionální alokovaná částka je vyhrazena pro celorepublikovou působnost, například o ni v minulosti žádaly organizace jako UNESCO, Cyklisté vítání apod. Alokace dotace určená pro kraje je myšlena jako dotace pro jednotlivé organizace působící v jednotlivých krajích, tím jsou myšleny krajské organizace cestovního ruchu, v Jihočeském kraji Jihočeská centrála cestovního ruchu. Vyhrazená částka pro oblasti je poté určena výhradně oblastním a regionálním

organizacím v uvedeném kraji, jak je uvedeno v podmínkách národních programů podpory cestovního ruchu v regionech (2016 – 2023).

Tabulka 2: Národní program podpory cestovního ruchu - marketingové aktivity

rok	Alokovaná částka celkem	Národní a nadregionální	Na úrovni kraje (Jihočeský kraj)	Na úrovni oblastí (Jihočeský kraj)	Žádosti navržené na dotaci
2021	60 000	9 000	21 001 (1 475)	29 999 (2 751)	31 258
2020	60 000	9 000	21 001 (1 475)	29 999 (2 751)	25 832

*zdroj: Vlastní zpracování, Národní program podpory cestovního ruchu v regionech (2016 - 2023),
zaokrouhleno v tis. Kč*

Ze zpracované tabulky č. 2 vyplývá, že podané žádosti na marketingové aktivity jsou využívány pouze z poloviny alokované částky dotace. Z toho lze odvodit i myšlenku, že o dotace vypisované Ministerstvem pro místní rozvoj není příliš velký zájem. Z dostupných dokumentů, které jsou veřejnosti dostupné lze usoudit, že tomu může být z důvodů velkých požadavků na splnění podmínek, které souvisí s podáním žádosti.

Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury

I v případě dotací na rozvoj základní a doprovodné infrastruktury jsou alokované částky rozděleny, a to jako nadregionální aktivity, základní a doprovodná infrastruktura a veřejná infrastruktura.

Tabulka 3: Národní program podpory cestovního ruchu - Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury

rok	Celková alokace	Nadregionální aktivity	Základní a doprovodná infrastruktura	Veřejná infrastruktura	Žádosti navržené na dotaci
2020	90 000	9 000	40 500 (3 714)	40 500 (3 714)	110 987
2022	200 000	20 000	90 000 (8 253)	90 000 (8 253)	167 550
2023	84 000	8 400	37 800 (3 466)	37 800 (3 466)	Dosud není k dispozici

*zdroj: Vlastní zpracování, Národní program podpory cestovního ruchu v regionech (2016 - 2023),
zaokrouhleno v tis. Kč*

Z výše uvedené tabulky vyplývá, že v roce 2020 zájem o dotaci v celkové částce překročil alokovanou částku, kterou chtělo Ministerstvo pro místní rozvoj poskytnout. V roce 2021 tyto dotace nebyly vypsány a v roce 2022 byla alokovaná částka navýšena. Celková částka, která vyplynula ze žádostí, byla do výše alokovaných financí. Oproti tomu v roce 2023 byla alokovaná částka opět nižší a to i oproti roku 2020.

Z tabulky je zřejmé, že Ministerstvo pro místní rozvoj nevypisuje Národní program podpory cestovního ruchu pravidelně a ani alokované částky nejsou vždy stejné, nebo alespoň přibližné.

16.2 Jihočeský kraj

V Jihočeském kraji pro řízení cestovního ruchu byla vytvořena příspěvková organizace Jihočeská centrála cestovního ruchu, která spadá pod Krajský úřad. Jihočeský kraj dále podporuje rozvoj cestovního ruchu pomocí dotačních programů.

16.2.1 Jihočeská centrála cestovního ruchu

Financování této organizace je podporováno z rozpočtu Jihočeského kraje a tím je také zcela závislé na její finanční podpoře. Veškeré aktivity Jihočeské centrály cestovního ruchu jsou tvořeny z rozpočtu organizace, za podpory Jihočeského kraje a některé jsou financovány z různých dotačních titulů, například z Národního programu podpory cestovního ruchu, v rámci projektů Interreg.

Tabulka 4: Jihočeská centrála cestovního ruchu - finanční přehled

rok	Příspěvek zřizovatele	Výnosy celkem	Náklady celkem
2018	30 650	38 932	38 928
2019	41 785	62 939	62 938
2020	38 991	41 388	41 332
2021	31 362	33 399	33 202

Zdroj: vlastní zpracování, Jihočeská centrála cestovního ruchu – výroční zprávy (2018 – 2021), zaokrouhleno v tis. Kč

Hlavním a důležitým výnosem pro Jihočeskou centrálu cestovního ruchu je příspěvek od zřizovatele, kterým je již zmiňovaný Jihočeský kraj. Procentuální poměr příspěvků zřizovatele vůči celkovým výnosům se každoročně liší. Dalšími významnými výnosy mohou být získané dotace.

Nejvyššími náklady jsou provozní náklady, které činí kolem 50 %. Dalšími náklady jsou například náklady na vytváření statistik a analytik, výrobu prospektových a propagačních materiálů, na marketingové aktivity, které zahrnují reklamní kampaně, prezentace na veletrzích nebo uskutečňování fam a press tripů. Nedílnou součástí činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu je tvorba různorodých projektů, které také napomáhají rozvoji cestovního ruchu v Jihočeském kraji. Projekty jsou převážně financovány z různých dotačních titulů.

16.2.2 Dotační program - Podpora rozvoje cestovního ruchu

Jihočeský kraj a jeho orgány každoročně vyhlašují různé dotační programy, pod které spadá i program Podpory cestovního ruchu, který je dále rozdělen na několik opatření. Tato opatření jsou věnována vždy určitému tématu, kterému chce kraj v následujícím roce věnovat pozornost. Program je výhradně určen pro rozvoj cestovního ruchu na území Jihočeského kraje s využitím přírodního, kulturního a historického dědictví pro rozvoj cestovního ruchu.

Při podávání žádosti musí žadatel vyhovět stanoveným podmínkám jednotlivých dotačních programů a splnit všechny předem stanovené požadavky. Projekty, na které se v jednotlivých programech žádá, jsou hodnoceny podle předem daných kritérií, které jsou nedílnou součástí podmínek programu. O poskytnutí dotací na jednotlivé projekty

rozhoduje zastupitelstvo kraje. V současné době je pro kraj a cestovní ruch zásadní nový strategický dokument Koncepte cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021+.

Níže jsou přiblížena jednotlivá opatření programu Podpora rozvoje cestovního ruchu za rok 2022. V dotačním programu došlo v roce 2023 ke změnám v jednotlivých opatřeních, které se týkaly změn v číslování, názvu, spojení dvou předchozích opatření a vytvoření nového opatření věnované nosnému tématu pro rok 2023.

Opatření č. 1 – Produkty cestovního ruchu, marketing cestovního ruchu a tematického roku

Opatření číslo jedna bylo zaměřeno na rozšíření produktové nabídky o charakteristické jihočeské produkty a aktivity cestovního ruchu včetně marketingových aktivit. Tvorba produktů, které by byly podpořeny v rámci opatření č. 1, navazují na produktové linie stanovené v Koncepti rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021+. Pro podporu produktů lze čerpat dotační prostředky i na modernizaci webové prezentace, využití moderních prostředků pro propagaci, například influenceři. V rámci tohoto opatření lze čerpat dotační prostředky na využití SMART technologií v cestovním ruchu.

Toto opatření pro rok 2023 bylo zachováno, pouze bylo avizováno, aby produkty byly zaměřeny na mimosezónu a naplňovaly Koncepti rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021+.

Opatření č. 2 - Vybavení infocenter

Druhé opatření bylo vždy vypisováno na zlepšení vybavenosti certifikovaných informačních center dle kategorizace ATIC nacházející se na území Jihočeského kraje. Toto opatření bylo přizpůsobeno tomu, aby se informační centra modernizovala a také podporovala tvorbu vlastních produktů cestovního ruchu na úrovni měst.

V roce 2023 nejenže došlo k přečíslování tohoto opatření, ale bylo zahrnuto do nově vypsání opatření č. 3 - Podpora budování infrastruktury cestovního ruchu v Jihočeském kraji.

Opatření č. 3 – Podpora činnosti a provozu destinačních managementů

Třetí opatření programu Podpory cestovního ruchu v Jihočeském kraji je určeno pouze certifikované turistické oblasti Jihočeského kraje. Turistické oblasti disponují podepsanou smlouvou o spolupráci mezi destinační společností a Jihočeskou centrálou cestovního ruchu, která vychází také z Koncepte rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském

kraji 2021+. Jedná se o podporu formou poskytnutí neinvestičních finančních prostředků na realizaci činností destinace a na její rozvoj.

Turistické oblasti mohou dotační prostředky využít na profesionalizaci destinační společnosti, na personální zajištění a na provoz kanceláře, ale také na marketingové aktivity a na hlavní činnosti destinace - tvorbu produktů cestovního ruchu.

V roce 2023 bylo opatření věnované podpoře destinačních společností pouze přečíslováno na opatření č. 2.

Opatření č. 4 - Podpora budování infrastruktury cestovního ruchu v Jihočeském kraji

Toto opatření se zaměřuje na rozšiřování a zkvalitňování poskytovaných služeb v oblasti cestovního ruchu na území Jihočeského kraje, a to za pomoci vytváření infrastruktury, ať už jejího budování či zkvalitňování. Žádosti v tomto opatření musí být v souladu s Konceptí rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021+. Dotační prostředky lze tedy využít na budování doprovodné infrastruktury k prodlužování turistické sezony, pěší turistiku a cykloturistiku nebo také na vytvoření infrastruktury pro hendikepované návštěvníky, nebo také na obnovu a pořízení informačních panelů a pořízení sčítačů nebo i na pořízení dobíjecích stanic pro elektrokola.

V roce 2023 bylo toto opatření přečíslováno na č. 3 a do tohoto opatření byla zahrnuta opatření na vybavení a modernizaci infocenter Jihočeského kraje.

V roce 2023 bylo nově vytvořeno opatření č. 4, které je zaměřeno na podporu kempingu a karavaningu. Hlavním záměrem tohoto opatření byla podpora budování karavanového stání a pořízení servisní technologie (technologie karavanového stání) pro obytné automobily a obytné přívěsy na území měst a obcí v turisticky zajímavých lokalitách Jihočeského kraje. Dílčím cílem tohoto opatření je rekonstrukce a modernizace stávající infrastruktury kempů, která je užívána návštěvníky osobně, tedy například sociální zařízení, samoobslužné prádelny, prostory určené k přípravě či uchování jídla, společné kuchyňky apod.

16.2.3 Podpora činností turistických oblastí

Jak již bylo uvedeno, opatření č. 3 programu Podpora cestovního ruchu vyhlášené Jihočeským krajem je vyhrazeno pouze turistickým oblastem Jihočeského kraje. Tyto turistické oblasti mohou využít dotační prostředky na dílčí činnosti destinačních

společností, jako je například tvorba produktového portfolia, marketingové aktivity, na personální náklady, na rozvoj a podporu cestovního ruchu apod.

Jednotlivé turistické oblasti využívají dotační prostředky na různorodé činnosti, které na svém konci vždy vedou k podpoře rozvoje cestovního ruchu v dané turistické oblasti, potažmo v celém Jihočeském kraji.

V následující tabulce jsou uvedeny alokované částky na podporu činností a na provoz destinačních managementů za posledních šest let. Alokovaná částka se za uplynulé roky mírně zvýšila, a to konkrétně o 1,5 mil Kč.

Tabulka 5: Dotační program Jihočeského kraje - Podpora činnosti a provozu destinačních managementů

rok	název	alokace mil. Kč	
2018	Podpora činnosti a provozu destinačních managementů	3	
2019	Podpora činnosti a provozu destinačních managementů	3	
2020	Podpora činnosti a provozu destinačních managementů	4	
2021	Podpora činnosti a provozu destinačních managementů	4,5	
2022	Podpora činnosti a provozu destinačních managementů	Realizace a činnost DMO	3,5
		Integrace bílých míst	1
2023	Podpora činnosti a provozu destinačních managementů	4,5	

Zdroj: Vlastní zpracování, Podrobnosti a tiskopisy k programovým dotacím Jihočeského kraje (2018 – 2023)

16.2.4 Proces získání dotačních prostředků

Jihočeský kraj každoročně vypisuje programové dotace, mezi které také patří program Podpora cestovního ruchu. Zpravidla jsou tyto programové dotace vypisovány na začátku kalendářního roku, v průběhu od ledna do března.

Žádost o dotaci v rámci podpory destinačních společností se od ostatních opatření liší, a to v několika bodech. První odlišností je, že ke standardní elektronické žádosti se přikládá mimo jiné přílohy také takzvaný krycí list, který obsahuje informace o destinační společnosti, o jejích dosavadních činnostech, vytvořených produktech, rozhodovacím procesu, vývoji a tak dále. Informace v této příloze mají přiblížit hodnotitelské komisi činnost a vývoj jednotlivých destinačních managementů i jejich turistických oblastí.

Další specifikací je zmíněná hodnotitelská komise, která není složena z členů zvolenými krajem, ale hodnotitelskou komisi organizuje samotná Jihočeská centrála cestovního ruchu. Hodnotitelská komise je vždy složena ze tří členů, kteří jsou odborníky v oblasti cestovního ruchu a mají velmi bohaté zkušenosti z této oblasti. Hodnotitelská komise posuzuje kvalitativní a kvantitativní ukazatele na základě už zmíněného krycího listu. Poté probíhají řízené rozhovory se zástupci jednotlivých turistických oblastí, zpravidla se jedná o předsedu/ředitel destinační společnosti a produktového manažera.

Na základě tohoto procesu hodnotitelská komise udělí body. Výše získaných bodů určí poměrnou část dotace, o kterou destinační management žádal.

Po schválení navrhované částky zastupitelstvem Jihočeského kraje je podepsána smlouva o poskytnutí dotace mezi Jihočeským krajem a destinační společností. Na základě této smlouvy jsou vyplaceny dotační prostředky na činnosti, které byly uvedeny v žádosti o dotaci.

17 Turistická oblast Česká Kanada

Turistická oblast Česká Kanada se nachází ve východní části Jihočeského kraje, na území Jindřichohradecka a Dačicka. Sousedními turistickými oblastmi Jihočeského kraje jsou Třeboňsko (západně) a Toulava (severozápadně), severním sousedem a administrativní hranici sdílí s krajem Vysočina, jihozápadně s Jihomoravským krajem.

Území zvané Česká Kanada se vyznačuje svou jedinečným rázem krajiny, připomínající právě zaoceánskou Kanadu. Jedná se tedy o hluboké lesy, rybníky připomínající jezera a kamenné útvary. Nelze opomenout i drsné a svérázné podnebí, které se mění během několika málo okamžiků.

Název turistické oblasti je přenesen z názvu přírodního parku Česká Kanada, který se rozprostírá mezi městy Slavonice, Nová Bystřice a Kunžak a naplňuje již zmíněnou charakteristiku. V některých případech je, například u zámku Červená Lhota, poněkud zavádějící a to z důvodu, že krajina kolem zámku nepřipomíná drsnou krajinu České Kanady.

17.1 Území

Území turistické oblasti Česká Kanada představuje území mikroregionů Jindřichohradecka a Dačicka. Na svém počátku bylo tedy takto smluvně stanoveno území turistické oblasti Česká Kanada. Tímto krokem vzniklo území určené ke spolupráci, propagaci a vytváření nabídky cestovního ruchu. Území turistické oblasti tedy tvoří obce a města, které smluvně spolupracují s mikroregiony Dačicko či Jindřichohradecko. Pro pokrytí celého území bez takzvaných „bílých míst“ byly podepsány smlouvy o spolupráci s dalšími obcemi, které nebyly smluvní součástí ani jednoho z uvedených mikroregionů.

Obrázek 3: Území turistické oblasti Česká Kanada



Zdroj: vlastní zpracování

17.2 Města a obce

Celé území turistické oblasti Česká Kanada se nachází v okrese Jindřichův Hradec. Na zmíněném území působí dvě obce s rozšířenou působností – Jindřichův Hradec a Dačice. Území turistické oblasti České Kanady tvoří celkem 65 měst a obcí.

17.3 Atraktivity

Na území turistické oblasti Česká Kanada se nachází čtyři zámky a hrady spadající pod správu Národního památkového ústavu, těmito zámky jsou Dačice, Červená Lhota, Jindřichův Hradec a hrad Landštejn. Dále je na území také zastoupení menších zámku jako je zámek v Nové Bystřici, v Českém Rudolci, zámek Pluhův Žďár, zámek ve Starém Hobzí, v Písečné nebo zámek Dobrohoř, všechny tyto zámky jsou v soukromém vlastnictví a jen několik málo z nich je zpřístupněno veřejnosti. Jedním z nich je například zámek Dobrohoř, který je návštěvníkům otevřen a přes letní sezonu funguje jako galerie, je zde také možnost občerstvení v kavárně či možnost ubytování.

K významným kulturním městům se řadí město Slavonice díky své zachovalé renesanční podobě. Toto město také získalo ocenění historické město roku 2017. Další města, která jsou turisticky navštěvovaná, jsou již zmiňovaný Jindřichův Hradec, Nová Bystřice a Dačice.

Nedílnou součástí jsou také městské galerie a muzea s různými zaměřenými. Město Jindřichův Hradec disponuje hned několika muzei a galeriemi. Jihočeským krajem zřizované muzeum je Muzeum Jindřichohradecka, které návštěvníkům nabízí naprostý unikát – Krýzovy jesličky. Město pod záštitou organizace Vzdělávací kulturní centrum Jindřichův Hradec spravuje Muzeum fotografií a obrazových medií, Dům gobelínů a Hvězdárnu a planetárium prof. F. Nušla. Město dále provozuje galerii zvanou Stará radnice. Dále město Dačice návštěvníkům v prostorách zámku nabízí muzeum s historií Dačicka a provede návštěvníky historií první kostky cukru na světě, ale také městskou galerii. V Deštné město provozuje Provaznické muzeum K. Klika a Letecké muzeum.

Dalšími muzei provozovanými soukromými vlastníky na území turistické oblasti jsou Muzeum veteránů v Nové Bystřici, Muzeum motocyklů a kol v Horní Radouni, Muzeum vojenského opevnění nedaleko Slavonic, tzv. řopíky.

Další atraktivita, které vznikly v nedávné době a jsou provozovány soukromými vlastníky, jsou ZOO Na Hrádečku, Rozhledna a lesopark U Jakuba, Léto v kukuřici v Roseči, Obludiště – keřové bludiště. Nelze opomenout ani Koupaliště v Dačicích a Plavecký bazén v Jindřichově Hradci.

Významnou památkou a atraktivitou typickou pro Českou Kanadu byla úzkokolejka. Úzkorozchodné koleje vedou z Nové Bystřice do Jindřichova Hradce a poté mimo turistickou oblast na Vysočinu do Obrataně, tyto koleje obsluhovaly motorové vlaky a přes letní sezonu i parní lokomotivy. Nicméně, tato atraktivita ukončila svůj provoz na podzim 2022.

17.4 Informační centra

Na území turistické oblasti Česká Kanada se nachází čtyři informační centra, která jsou zřizována městy a jedno informační centrum, které je provozováno soukromým subjektem.

Informační centra zřizovaná městy jsou certifikována u Asociace turistických informačních center. Turistické informační středisko Jindřichův Hradec disponuje

certifikátem B, turistické informační centrum Dačice získalo certifikát B, stejně jako informační centrum Slavonice. Informační centrum v Nové Bystřici má certifikát C.

17.5 Organizace působící v České Kanadě

Na území turistické oblasti působí také Místní akční skupiny, a to Česká Kanada, Jemnicko a Třeboňsko. Téměř celou oblast svou působností a smluvními obcemi pokrývá Místní akční skupina Česká Kanada, několik málo obcí ve východní části včetně turisticky významného města Slavonic spadají do působnosti Místní akční skupiny Jemnicko a několik obcí v jihozápadní části připadají Místní akční skupině Třeboňsko.

Dalšími organizacemi působícími na území turistické oblasti Česká Kanada jsou Mikroregion Jindřichohradecko a Mikroregion Dačicko.

17.6 Destinační management Česká Kanada

K jednotnému řízení cestovního ruchu, k podpoře a k rozvoji cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada byl zřízen zapsaný spolek Destinační management Česká Kanada. Řízení Spolku podléhá schváleným stanovám, které definují jednotlivé orgány spolku a jejich činnosti.

17.6.1 Valná hromada

Nejvyšším orgánem Spolku Destinační management Česká Kanada, z.s. je Valná hromada složená ze zakládajících členů, kterými byli a nadále jsou město Jindřichov Hradec, Dačice, Nová Bystřice, Slavonice, Kunžak, Deštná a Staré město pod Landštejnem, dále Mgr. Vladimír Novotný, IMTREX a Služby města Jindřichův Hradec. Poměr členů Valné hromady splňuje podmínky a počet veřejného zastoupení je v počtu 7 a podnikatelský sektor je v zastoupení v počtu tří členů. Činnostmi Valné hromady jsou schvalování činností spolku, partnerské smlouvy, rozhodování o výši členských příspěvků a schvalování rozpočtu pro následující rok.

17.6.2 Výbor

Dalším důležitým orgánem spolku je Výbor. Výbor se skládá ze 7 členů, kteří jsou zastoupeni i ve Valné hromadě. Působnostmi Výboru jsou například plnění úkolů uložených Valnou hromadou, ukládání úkolů Výkonnému výboru a produktovému manažerovi spolku, vyhodnocování činnosti Výkonného výboru a produktového manažera spolku, koordinování a schvalování činnosti produktového manažera spolku včetně rozpočtových záležitostí, předkládání návrhu na změnu stanov a změnu předmětu

činnosti spolku, příprava ročních rozpočtů, koordinování a schvalování činnosti produktového manažera destinace včetně rozpočtových záležitostí. Výbor spolku tedy určuje směr rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada a zabezpečuje i finanční záležitosti týkající se jednotlivých činností.

17.6.3 Výkonný výbor

Výkonný výbor je pracovním orgánem spolku a je převážně tvořen nominovanými členy jako zástupce zakládajících členů. Hlavním úkolem je plnění dílčích úkolů uložených produktovým manažerem spolku, předkládání návrhů na tvorbu produktů a nabídek cestovního ruchu, příprava plánu činnosti a marketingového plánu pro následující rok a příprava rozpočtu dílčích činností.

17.6.4 Produktový manažer

Produktový manažer turistické oblasti Česká Kanada je v pracovněprávním vztahu s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu. Činnost produktového manažera turistické oblasti koordinuje především Výbor spolku.

Produktový manažer mimo svou náplň práce od Jihočeské centrály cestovního ruchu zajišťuje pro spolek vyhledávání a přípravu inovativních projektů v souladu se zájmy spolku, přípravu podkladů pro jednání Valné hromady, Výboru a Revizní komise, komunikaci a informování veřejnosti o činnosti spolku, soulad předkládaných projektů se stanovami a strategií spolku, péči o produktové portfolio destinace, přípravu produktových materiálů, koordinaci klíčových projektů, vedení Výkonného výboru a jednotlivých pracovních skupin projektů, úzká spolupráce a součinnost s Výkonným výborem, realizace dílčích činností Spolku v rámci rozvoje cestovního ruchu schválené Výborem spolku, sestavování rozpisu schváleného rozpočtu ve spolupráci s Výkonným výborem a čtvrtletní předkládání Výboru ke schválení, tvorbu a aktualizaci webu spolku, monitoring dotačních titulů a grantů, přenos informací mezi turistickou oblastí a Jihočeskou centrálou cestovního ruchu.

Náplň práce produktového manažera oblasti se prolíná a úzce souvisí i se zajišťováním činností pro spolek Destinační management Česká Kanada, z.s. a pracovní náplní stanovené od Jihočeské centrály cestovního ruchu.

Valná hromada je nejvyšším orgánem, pod jehož gesci spadá Výbor, který rozhoduje o dílčích činnostech a realizuje plány. Výkonný výbor je pracovním orgánem, který zpracovává jednotlivé podklady a uvádí plány k životu. Produktový manažer

spolupracuje se všemi orgány Spolku. Manažer projednává s Valnou hromadou zásadní dokumenty – strategie, rozpočet, stanovy, smlouvy apod., s Výborem spolku projednává dílčí činnosti k naplnění stanovených cílů a s Výkonným výborem spolupracuje na realizaci jednotlivých aktivit, ať už se jedná o jednotlivé inzerce nebo o tvorbu nového produktu cestovního ruchu.

17.7 Strategické dokumenty

Zásadním dokumentem pro spolek jsou stanovy, kterými se spolek řídí a vymezuje povinnosti jednotlivých orgánů spolku, viz výše uvedeno. Stanovy byly vytvořeny při založení spolku, kdy se na jejich tvorbě podílely všichni zakládající členové společně s právníky, v roce 2021 došlo k úpravě stanov, konkrétně byl zahrnut orgán – Výkonný výbor a povinnosti produktového manažera turistické oblasti.

Dalším důležitým dokumentem je Strategický dokument rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada 2019 - 2023, kterým se Destinační management Česká Kanada řídí, ze kterého vyplývají zásadní činnosti a hlavní náplň spolku a to rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada, na to úzce navazuje tvorba produktů, které mají napomoci rozvoji. Ze strategického dokumentu vyplývají i další činnosti, které jsou nedílnou součástí tvorby produktů a rozvoje a podpory cestovního ruchu.

Na strategický dokument každoročně navazuje marketingový plán, který reflektuje i aktivity podnikající v rámci naplňování Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021+. Marketingový plán zohledňuje finanční možnosti spolku, respektive předpokládá i určitou částku získanou z programových dotací Jihočeského kraje.

17.8 Statistická data

Jedním z ukazatelů vývoje cestovního ruchu na území turistické oblasti jsou i statistická data, například počet hromadných ubytovacích zařízení a počet přenocování.

Tabulka 6: Počet HUZ a počet přenocování v turistické oblasti Česká Kanada v letech 2019 -2021

obec	Počet HUZ			Počet přenocování		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Nová Bystřice	18	23	25	56325	52143	56007
Jindřichův Hradec	29	29	33	67007	49790	46013
Kunžak	11	11	12	44751	41987	42653
Strmilov	7	7	7	25642	25816	23592
Slavonice	10	11	10	18811	13069	14759
Dačice	6	6	6	13363	8318	9304
ostatní obce z území	42	52	52	26413	36368	30500
celkem	123	139	145	252312	227491	222828

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ (2023)

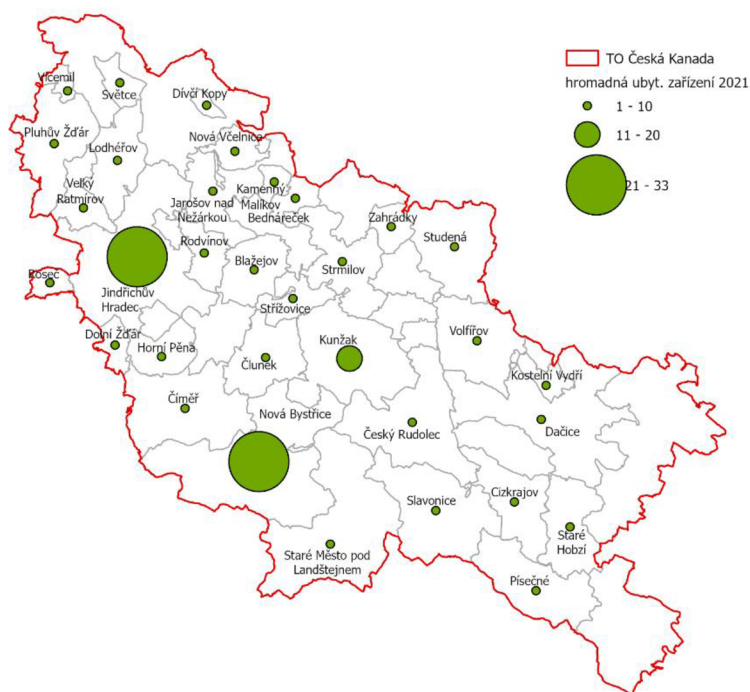
Ve výše uvedené tabulce č. 6 jsou vyjmenovány obce, které v letech 2019, 2020 a 2021 měly dle ČSÚ (2023) počet přenocování celkem vyšší jak 10 000 ročně, těchto obcí je celkem šest. Nejvíce přenocování je v roce 2020 a v roce 2021 v Nové Bystřici a touto statistikou převyšuje i město Jindřichův Hradec. Z tabulky je zřejmé, že počet přenocování ve městě Jindřichův Hradec má klesající tendenci. Nová Bystřice převyšuje Jindřichův Hradec pravděpodobně z důvodu existence dostupnější ubytování z hlediska ceny, z atraktivnosti města a okolí a kvůli dojezdové vzdálenosti.

V ostatních uvedených městech klesl počet přenocování pouze v roce 2020, kdy situace mohla reflektovat situaci ve světě, a to druhý rok covidové krize. Celkový počet přenocování v turistické oblasti Česká Kanada má klesající tendenci od roku 2019, kdy počet přenocování byl 252 312, ale v roce 2021 už jen 222 828.

V tabulce jsou také uvedeny ubytovací kapacity, kdy celkový počet ubytovacích kapacit má vzrůstající tendenci i vzhledem k faktu, že počet přenocování má klesající tendenci, a to ve všech městech.

Na následujícím obrázku č. 4 jsou vyobrazeny počty hromadných ubytovacích zařízení za rok 2021. Jak již bylo zmíněno, počet hromadných ubytovacích kapacit má vzrůstající tendenci. Tento trend je však viditelný ve městech, která disponují dalšími službami podporující cestovní ruch, jako jsou stravovací zařízení a kulturně historické vybavení, široké možnosti volnočasových aktivit, ať už v místě nebo v dojezdové vzdálenosti.

Obrázek 4: Počet hromadných ubytovacích zařízení v turistické oblasti Česká Kanada v roce 2021



Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ (2023)

Nutno podotknout, že dle ČSÚ (2018) hromadná ubytovací zařízení jsou zařízení s minimálně pěti pokoji nebo deseti lůžky. Z této metodické vysvětlivky tedy vyplývá, že HUZ nezahrnují soukromé ubytování. Ubytování v soukromí je zastoupeno ve všech městech a obcích turistické oblasti. Nelze však přesně určit počet těchto ubytování.

Hromadná ubytovací zařízení jsou nejvíce zastoupena právě v místech, která disponují doplňkovými službami pro dovolenou a také atraktivitami buď v místě, nebo dojezdové vzdálenosti. Z obrázku je patrné, že největším počtem ubytovacích kapacit disponuje

Jindřichův Hradec, jako největší město turistické oblasti a poté Nová Bystřice, která je v centru turistické oblasti a tak nabízí dobré dojezdové vzdálenosti po celé turistické oblasti. Toto tvrzení lze říci i o obci Kunžak, který také nabízí větší počet ubytovacích kapacit v celkovém počtu 12 zařízení pro rok 2021.

Kompletní přehled přenocování a hromadných ubytovacích zařízení je uvedeno v příloze č. 1 této práce.

17.9 Podnikatelské subjekty - partneři

Destinační management Česká Kanada si zakládá na spolupráci s podnikatelskými subjekty, které působí v oblasti cestovního ruchu na území turistické oblasti. Podnikatelských subjektů na území turistické oblasti je nespočet. Podnikatelské subjekty vytváří základní služby spojené s cestovním ruchem, a to ubytování, stravování a poskytování dopravy. Nelze opomenout ani doprovodné služby, kterými jsou mimo jiné volnočasové aktivity.

Destinační management Česká Kanada se snaží spolupracovat se všemi subjekty, které poskytují služby návštěvníkům turistické oblasti Česká Kanada. S úzce provázanými podnikatelskými subjekty, se kterými je spolupráce pravidelná a založena i na tvorbě produktů byla podepsána partnerská smlouva.

S ostatními podnikatelskými subjekty působícími na území turistické oblasti spolek spolupracuje velmi nahodile a nepravidelně, například při sběru dat a informací, při tvorbě produktů apod.

17.10 Spolupráce na úrovni destinační společnosti

Aktivity Destinačního managementu Česká Kanada jsou především založeny na spolupráci podnikatelských subjektů a na kooperaci s městy. Jedná se o spolupráci nejen s členskými městy, která představují turisticky vyhledávaná místa díky své rozsáhlé nabídce - kulturně historické subjekty, muzea, volnočasové aktivity, sportovní vyžití a v neposlední řadě i služby – ubytovací a stravovací, ale také spolupráci s podnikatelskými

subjekty, které aktivně působí v oblasti cestovního ruchu a svou činností vytváří značný podíl na rozvoji cestovního ruchu.

Spolupráce probíhá v rámci spolku se zakládajícími městy a na základě partnerských smluv, ze které plynou povinnosti pro obě smluvní strany. Jedná se především o nastavení spolupráce v rámci tvorby produktového portfolia a zajištění přenosu informací, které se následně využívají při rozvoji cestovního ruchu a také pro marketingové aktivity.

Spolupráce s podnikatelskými subjekty je založena na produktovém portfoliu, kdy podnikatelské subjekty hrají významnou roli v tvorbě produktů cestovního ruchu a v její následné udržitelnosti.

17.11 Spolupráce mezi krajskou a oblastní organizací

Destinační management Česká Kanada úzce spolupracuje s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu, jejich spolupráci zajišťuje smlouva o vzájemné spolupráci plynoucí z Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021+. Jejich společným cílem je naplňovat cíle koncepce s jednotlivými dílčími kroky. Jihočeská centrála cestovního ruchu zajišťuje společnou prezentaci nejen na státní úrovni, ale také, a to především, na mezinárodní úrovni. Destinační management Česká Kanada se prezentuje s JCCR pod společnou značkou jižní Čechy. Jihočeská centrála cestovního ruchu také napomáhá při analýzách cestovního ruchu a při realizaci produktů cestovního ruchu.

Intenzivní a úzkou spolupráci zajišťuje produktový manažer turistické oblasti, je tedy tzv. „spojkou“ mezi jednotlivými úrovněmi řízení cestovního ruchu v Jihočeském kraji.

18 Financování cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada

18.1 Destinační management Česká Kanada

Financování spolku Destinačního managementu Česká Kanada je tvořeno členskými příspěvky od zakládajících členů spolku, také od smluvních partnerů a od svého založení využívá dotační prostředky na činnost od Jihočeského kraje, které jsou významným finanční položkou pro rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada. V následující tabulce č.7 jsou uvedeny náklady a výnosy spolku od jeho založení. Z přehledu vyplývá, že výnosy mají vzrůstající tendenci a to díky zvyšování získaných dotací a také výnosy z vlastní činnosti, tedy z prodeje služeb (partnerských smluv a plnění objednávek). Stejně tak i náklady vzrůstající tendenci, reflektují finanční možnosti spolku. Největšími náklady je nákup služeb při tvorbě produktů a jejich propagace.

Tabulka 7: Destinační management Česká Kanada - finanční přehled

rok	Náklady celkem	Výnosy celkem	Dotace	Členské příspěvky	Prodej zboží a služeb
2021	704	851	346	383	122
2020	598	733	290	383	60
2019	605	698	250	383	65
2018	591	658	225	383	50
2017	409	605	212	383	0

zdroj: Vlastní zpracování, zaokrouhloeno na tis. Kč, justice.cz, Výkazy zisků a ztrát spolku Destinační management Česká Kanada (2017 – 2021)

18.2 Výnosy

Výnosy Destinačního managementu Česká Kanada, z.s. jsou tvořeny členskými příspěvky od zakládajících členů, získanými dotacemi od Jihočeského kraje na podporu destinačních společností a prodeje zboží a služeb, kde jsou zahrnuty i příspěvky od smluvních partnerů.

18.2.1 Členské příspěvky

Členské příspěvky jsou finančními prostředky od zakládajících členů Spolku, které jsou vybírány každý kalendářní rok, a to od všech deseti členů.

Výše členského příspěvku byla stanovena při založení turistické oblasti a to tak, aby se zajistilo pravidelné dlouhodobé financování nejen destinačního managementu, ale také jako finanční podpora cestovního ruchu a jejího rozvoje na území turistické oblasti Česká Kanada.

Výpočet členského příspěvku jednotlivých členských měst či obcí je tvořen počtem obyvatel vynásobený 10 Kč. Výsledná částka tvoří výši členského příspěvku za dané město či obec Destinačnímu managementu Česká Kanada.

Příspěvky zakládajících podnikatelských subjektů byly stanoveny jednotně, a to ve výši 3000 Kč ročně.

Výnosy z členských příspěvků každoročně tvoří celkem 383 tisíc Kč.

18.2.2 Partnerské příspěvky

Výše partnerského příspěvku plynoucího z uzavřené partnerské smlouvy s podnikatelskými subjekty je stanovena ve výši 5 000 Kč/rok. Destinační management Česká Kanada má celkem 12 smluvních partnerů, od kterých každoročně získává partnerský příspěvek, výnosy z partnerství jsou každoročně tedy 60 tisíc Kč.

18.2.3 Dotace

Dotační programy Jihočeského kraje na podporu rozvoje cestovního ruchu jsou významným finančním zdrojem pro Destinační management Česká Kanada. Tyto finanční prostředky jsou využívány na provoz destinačního managementu, na tvorbu nových produktů cestovního ruchu, na marketingové činnosti a další činnosti související s jejich působením.

Destinační management Česká Kanada již od založení každý rok žádá o dotace Jihočeského kraje v programu Podpory cestovního ruchu a v opatření č. 3, které je určeno právě certifikovaným destinačním společnostem působící v Jihočeském kraji.

Tabulka 8: Žádosti o programové dotace Jihočeského kraje v letech 2017 - 2022

rok	Název projektu	Výše finanční podpory (dotace)	Celková výše projektu
2017	Propagační marketingové aktivity turistické oblasti Česká Kanada	211 766 Kč	305 000 Kč
2018	Cílená propagace turistické oblasti Česká Kanada	224 971 Kč	369 000 Kč
2019	Budování značky Česká Kanada	259 259 Kč	250 000 Kč
2020	Realizace produktové nabídky České Kanady	289 855 Kč	415 000 Kč
2021	Podpora marketingových aktivit turistické oblasti Česká Kanada	346 500 Kč	495 000 Kč
2022	Marketingové aktivity na podporu produktů turistické oblasti Česká Kanada	384 694 Kč	550 000 Kč

Zdroj: Vlastní šetření

V letech 2017 až 2021 žádal Destinační management Česká Kanada v programu Podpora cestovního ruchu pouze v rámci opatření č. 3, požadovaná částka se každý rok zvyšuje a to především v návaznosti na rozšiřování působnosti a zvyšování jednotlivých činností, které společnost vytváří.

V roce 2022 Destinační management Česká Kanada žádal o dotační prostředky v programu podpory cestovního ruchu v opatření č. 1, opatření č. 3 a v opatření č. 4.

V opatření č. 1, která bylo vyhrazeno podpoře produktů cestovního ruchu a následný marketing cestovního ruchu nebo na tematický rok, žádal Destinační management Česká Kanada na podporu nově vzniklého produktu Stezka Českou Kanadou. Tento produkt vznikl jako reakce na poptávku po pěší turistice v České Kanadě. Rozpočet projektu na podporu produktu Stezka Českou Kanadou byl tvořen na celkovou částku 100 000 Kč, kdy výše dotace je stanovena na 70 %. Z vlastních prostředků by měl spolek vynaložit celkem 30 000 Kč. V rámci tohoto opatření nebylo žádosti vyhověno a dotace v programu Podpora cestovního ruchu, opatření č. 1 od Jihočeského kraje.

V rámci opatření č. 3 žádal Destinační management Česká Kanada v roce 2022 o celkovou výši podpory téměř 385 tisíc Kč s použitím vlastních finančních prostředků nejméně ve výši 165 tisíc Kč na projekt „Marketingové aktivity na podporu produktů turistické oblasti Česká Kanada“. V rámci tohoto projektu bylo realizováno několik

aktivit. Velká část finančních prostředků byla využita na udržitelnost stávajících produktů cestovního ruchu a následné jejich rozšíření či aktualizaci a nové aktivity uskutečněné v rámci profesionalizace. V roce 2022 zavedl destinační management novou formu reklamy a to online PPC reklamy, to bylo významným krokem k nastavení nové komunikace s veřejností. Na toto také navázala s novinkou, a to se správou sociálních sítí. Těmito kroky se společnost profesionalizovala a rozšířila svou působnost v oblasti marketingu a propagace turistické oblasti Česká Kanada.

Opatření č. 4 bylo pro rok 2022 nově otevřeno i pro destinační společnosti. Této situace Destinační management Česká Kanada využil a zažádal o dotaci na pořízení sčítače v celkové hodnotě 100 000 Kč. Destinační společnost plánovala využít tento sčítač na analyzování zájmu o nově vzniklou pěší trasu Stezka Českou Kanadou a také z důvodu naplňování úkolů, které plynou ze smlouvy o spolupráci s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu v rámci naplňování předpokladů a analyzování v rámci Koncepte rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021+. V rámci tohoto opatření bylo Destinačnímu managementu Česká Kanada přidělena celková výše projektu 70 000 Kč na pořízení elektrického sčítače, nicméně spolek této dotace nevyužil a sčítač nepořídil.

Finanční prostředky získané z dotací od Jihočeského kraje využívá Destinační management Česká Kanada na realizaci marketingových aktivit, na tvorbu produktového portfolia a na činnosti spojené s propagací turistické oblasti Česká Kanada.

Téměř každoročně dotační prostředky byly využity na nákup fotografií, na grafické práce, na tisk prospektových materiálů, na inzercce v tiskovinách a v rádiu. V poslední letech byl kladen důraz na tvorbu produktů cestovního ruchu dle Strategického dokumentu rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada 2019 – 2023.

18.3 Náklady

Jako u každé organizace jsou celkové náklady tvořeny také provozními náklady, které v případě Destinačního managementu Česká Kanada, z.s. jsou tvořeny náklady na kancelář včetně energií, internetu, telekomunikačními prostředky, cestovními náklady apod. Dále se jedná o nákup služeb ve formě vedení účetnictví, správy webu a dalších potřebných služeb pro fungování spolku.

Největší položkou na straně nákladů je nákup služeb, které zahrnují veškeré vynaložené aktivity na rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada, jedná se především

o tvorbu produktové nabídky, o následnou realizaci těchto produktů a jejich marketingovou podporu.

Tvorba produktového portfolia je hlavní náplní Destinačního managementu Česká Kanada a z tohoto důvodu jsou veškeré náklady směřovány na tuto činnost. Tvorba produktového portfolia vyplývá ze Strategického dokumentu rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada pro rok 2019–2023, kde jsou jednotlivé produkty vymezeny, nastíněna jejich realizace, segmentace a následné marketingové aktivity na jejich podporu.

Tvorbu jednotlivých produktů doprovází dílčí činnosti, které jsou spojené s dalšími náklady, jedná se například o přípravu podkladů, textové podklady, mapové podklady, grafické práce, nákup fotografií, tisk prospektových materiálů, výrobu doplňkových předmětů, přípravu marketingových aktivit apod.

19 Problematika financování v turistické oblasti Česká Kanada a další navazující překážky

Destinační management Česká Kanada je jedinou organizací na území Jindřichohradecka a Dačicka, která vznikla z důvodu intenzivní podpory rozvoje cestovního ruchu a její hlavní a nejdůležitější náplní je vytvářet takové aktivity, které povedou ke komplexnímu rozvoji cestovního ruchu na území turistické oblasti Česká Kanada se zapojením všech subjektů – města, obce, organizace a podnikatelské subjekty. Rozvoj cestovního ruchu není pouze o vytváření produktového portfolia, který využívá stávající nabídky cestovního ruchu a navazující volnočasové aktivity. Jedná se také o další související aktivity, které navazují na tvorbu produktů a pracují s dopady, které produkty budou mít. Jedná se například o sběr dat, analyzování a vyhodnocování efektivnosti produktů a dopadů, které produkty mohou mít, ať už se jedná o pozitivní, ale i negativní dopady.

V roce 2021 výnosy Destinačního managementu Česká Kanada tvořily členské příspěvky z 45 %, dotační prostředky z 41 % a 14 % z celkových výnosů tvořil prodej služeb a zboží, tato položka zahrnuje i partnerské smlouvy. Z tohoto je zřejmé, že financování a fungování Destinačního managementu Česká Kanada je závislé na členských příspěvcích a zároveň na získávání dotačních prostředků od Jihočeského kraje.

Náklady by měly být také vynaloženy na systém sběru dat, které jsou důležité pro zpětnou vazbu, jak se cestovnímu ruchu na území turistické oblasti daří, o jaké lokace je nejvyšší zájem a zda již není vyčerpán potenciál rozvoje cestovního ruchu.

19.1.1 Členské příspěvky

Financování cestovního ruchu a jejího rozvoje je závislé na členských příspěvcích a také na získávání dotací od Jihočeského kraje na podporu činností destinačních společností Jihočeského kraje.

V turistické oblasti Česká Kanada není nastavena úzká provázanost s městy a jejich plány na podporu rozvoje cestovního ruchu ve městech a obcích. Zakládající města a obce spolupracují s Destinačním managementem Česká Kanada, ale jejich spolupráce není úzce provázaná na úrovni dlouhodobých plánů a plánů budování infrastruktury, záměrů

rozvoje cestovního ruchu a marketingových plánů, které města připravují pro prezentaci měst v oblasti cestovního ruchu. Nynější spolupráce je jednosměrná a to jako spolupráce na tvorbě produktů cestovního ruchu, které vytváří destinační společnost.

Destinační management Česká Kanada nemá nastavenou úzkou spolupráci ani s místními organizacemi, které se přímo nebo jen okrajově zaměřují na cestovní ruch. Těmito organizacemi jsou myšleny místní akční skupiny nebo také mikroregiony. Tyto organizace přerozdělují finanční prostředky mimo jiné i do infrastruktury cestovního ruchu jako je vybavenost pěších a cyklo tras apod. I toto vynakládání finančních prostředků má dopad na nejednotnost rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti.

Spolupráce s podnikatelskými subjekty není přímo provázaná se záměry Destinačního managementu Česká Kanada. Komunikace s podnikatelskými subjekty probíhá v podstatě jen se smluvními partnery.

19.1.2 Čerpání dotačních prostředků

Destinační management Česká Kanada již od založení spolku čerpá dotace z programů Jihočeského kraje přímo určené destinačním společnostem Jihočeského kraje, které získaly certifikaci od Jihočeské centrály cestovního ruchu.

Spolek nevyužívá jiných možností na získávání dotačních prostředků například od Ministerstva pro místní rozvoj, které by využil na rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti. Zaměřuje se pouze na dotační tituly od Jihočeského kraje a i to přináší mnohé problémy.

Vypisování dotačních programů je závislé na finančních možnostech Jihočeského kraje, tedy v případě snížení rozpočtu kraje by mohlo dojít ke snížení dotační částky nebo i zrušení programu zaměřeného na cestovní ruch.

Jak již bylo uvedeno, alokovanou částkou pro destinační společnosti je již druhým rokem 4,5 mil. Kč. Tato částka se rozděluje mezi všechny turistické oblasti na základě bodů získaných od hodnotitelské komise. Alokovaná částka od Jihočeského kraje v rámci podpory činnosti destinačních společností se zvyšuje pouze mírně. Nicméně zvyšování alokované částky nereflektuje skutečnost, že destinační společnosti se vyvíjí a jejich potřeba finančních prostředků se zvyšuje i vzhledem k nynějšímu zvyšování cen za služby, které úzce souvisí s aktivitami na rozvoj cestovního ruchu a na tvorbu produktů.

Další problematikou při čerpání dotace od Jihočeského kraje je nepravdivost v možnosti podávání žádosti o dotaci, tedy i získání finančních prostředků. V některých letech bylo možné podávat žádosti o dotaci již v lednu, naopak v některých letech byla možnost podávání dotace až v březnu. A vzhledem k časové náročnosti vyhodnocení žádosti o dotaci, následném schválení výše částky dle požadované výše dotace a dle hodnocení hodnotitelské dotace, dochází k vyplacení finančních prostředků až v červnu, kdy již začíná letní turistická sezona. Vyúčtování dotace je vždy na konci kalendářního roku.

19.1.3 Vedení spolku

Spolek byl založen sedmi městy a třemi podnikatelskými subjekty. Z tohoto je zřejmé, že rozhodovací většinu mají města, tedy její nominovaní zástupci, zpravidla se jedná o starosty či místostarosty. Na to navazuje možný problém a to, že vedení měst a obcí se každé čtyři roky s volebním obdobím může změnit. Tato skutečnost může způsobit, že se členstvím ve spolku budou nově zvolení starostové či místostarostové nesouhlasit a spolek se tak může dostat nejen do finančních problémů.

S každými komunálními volbami se mohou změnit členové Výboru spolku, kterou převážně tvoří starostové nebo místostarostové členských měst, a s tím také souvisí možná změna dlouhodobého plánování, tedy i možná změna preferencí při tvorbě produktů, které souvisí s dlouhodobým rozvojem cestovního ruchu v oblasti.

19.1.4 Spolupráce s obcemi a městy

Destinační management Česká Kanada, z.s. ve své podstatě aktivně spolupracuje pouze se zakládajícími obcemi a městy, které spolek založily za účelem propagace celé turistické oblasti Česká Kanada. Spolupráce spočívá v možnosti koordinování aktivit vedoucí k profilaci celé destinace a zároveň možnost podílet se na plánech rozvoje cestovního ruchu v území.

S dalšími obcemi, které se nacházejí na vymezeném území turistické oblasti Česká Kanada, Destinační management Česká Kanada blíže nespupracuje.

19.1.5 Spolupráce s podnikatelskými subjekty

Destinační management Česká Kanada převážně spolupracuje pouze se subjekty, které jsou přímo navázány na spolek a to už jako členské město nebo jako smluvní partner.

Do vytvoření nových partnerských a spolupracujících vztahů velmi zasahuje veřejná podpora. Jak již bylo zmíněno, destinační společnost z velké části využívá finanční prostředky z dotací a u nich je kladen velký důraz na ošetření veřejné podpory. Z tohoto

důvodu je zapotřebí, aby mezi spolupracujícími subjekty existoval alespoň smluvní vztah, aby mohl být například zahrnutý do nabídky k nově vznikajícímu produktu. A ne vždy chtějí podnikatelské subjekty se smluvně zapojit do tvorby nových produktů nebo nabídek cestovního ruchu.

20 Analýza možností financování cestovního ruchu v turistické oblasti

20.1 Rozpočty obcí

Dle veřejně dostupných rozpočtů měst a obcí pro rok 2022 bylo zjištěno, že pouze jen několik málo obcí z turistické oblasti Česká Kanada zahrnuje do svých rozpočtů náklady na podporu rozvoje cestovního ruchu.

Náklady obcí na rozvoj a podporu cestovního ruchu v obcích, ale také v katastrálním území jsou převážně navázány na již existující nabídku cestovního ruchu a k nimž jsou vytvářeny doplňkové aktivity, jako je například tvorba prospektových materiálů, zpracování kalendářů akcí, tvorba informačních tabulí apod. Ve městech s informačními centry se jedná o jejich financování, dále tvorby nabídky volnočasových aktivit ve městech a i pořádání kulturních akcí. Města disponující informačními centry aktivně přistupují k rozvoji cestovního ruchu.

V následující tabulce jsou uvedena města, které ve svých ročních rozpočtech zahrnují náklady na rozvoj cestovního ruchu.

Tabulka 9: Roční rozpočty měst a obcí turistické oblasti Česká Kanada

OBEC	rozloha	počet obyvatel (2019)	finanční prostředky na cest. ruch pro rok 2022 (tis. Kč)
Jindřichův Hradec	7428,6	21419	2860
Dačice	6696,1	7288	2279
Nová Bystřice	8182,5	3299	200
Slavonice	4580,7	2367	60
Deštná	1269,8	741	12
Staré Město p. Landštejnem	6924,7	452	10

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky vyplývá, že nejvyšší částku v rozpočtu města věnující cestovnímu ruchu má město Jindřichův Hradec, který je také přirozeným centrem turistické oblasti Česká Kanada.

Druhým městem s vysokými vyčleněnými finančními prostředky pro cestovní ruch je město Dačice, které do rozpočtu pro rok 2022 uvádí částku 2 279 tis. Kč na cestovní ruch.

Je nutné podotknout, že v této položce jsou zahrnuty výdaje na kulturní akce, které za poslední roky zažívají v Dačicích rozkvět.

Další uvedená města v tabulce, Slavonice a Nová Bystřice, již nevykládají vysoké výdaje na cestovní ruch. Tato města jsou také přirozenými centry cestovního ruchu v oblasti, které nabízejí nejen zázemí služeb, ale také volnočasové aktivity.

Dalšími obcemi, které zahrnují do svých rozpočtů výdaje na cestovní ruch, jsou město Deštná a městys Staré Město pod Landštejnem. Tato města jsou členskými obcemi Destinačního managementu Česká Kanada.

Obce, které zahrnují do svých rozpočtů cestovní ruchu, na území turistické oblasti Česká Kanada celkem vyhrazuji částku ve výši 5 421 tis. Kč.

20.2 Místní poplatky z pobytu

Od 1. 1. 2020 je dle novely zákona o místních poplatcích č. 278/2019 Sb., zaveden jednotný poplatek z pobytu, který nahrazuje původní místní poplatky za lázeňský nebo rekreační pobyt a poplatek z ubytovací kapacity. Výběr místního poplatku z pobytu podléhá obci a výše poplatku je stanovena obecnou vyhláškou jednotlivých obcí.

Dle veřejně dostupných dat uvedených Tourdata (2023) bylo v roce 2020 v České republice vybráno celkem 322, 2 mil. Kč na poplatcích z pobytu, v roce 2021 činila částka už 396, 5 mil. Kč.

Nejvyšší částky plynoucí z poplatků za pobyt dosáhla v roce 2020 Praha a to s částkou 67, 1 mil Kč, druhým v pořadí byl Jihočeský kraj s částkou 39,3 mil Kč a za ním s částkou 38, 2 mil. Kč Karlovarský kraj. Ke změně v pořadí došlo v roce 2021. Hlavní město Praha opět zvítězilo s částkou 82 mil. Kč, Karlovarský kraj získal 62, 5 mil Kč a Jihočeský kraj tentokrát v pořadí třetí s částkou 51 mil. Kč.

V Jihočeském kraji se podařilo městu Lipno nad Vltavou získat do rozpočtu za rok 2021 na poplatcích z pobytu částku 8, 9 mil. Kč. Největší podíl na jihočeské částce má okres Český Krumlov s téměř 44 % a okres Jindřichův Hradec s podílem 24 %. Velkou zásluhu na tom má v okrese Jindřichův Hradec město Třeboň, kde částka vybraná na poplatcích z pobytu bylo vybráno v roce 2021 celkem 6, 2 mil. Kč.

V následující tabulce jsou uvedeny obce, které získávají nejvyšší příjmy z místních poplatků vybírající na území daných obcí.

Tabulka 10: Místní poplatky z pobytu v turistické oblasti Česká Kanada

OBEC	Místní poplatky z pobytu		
	2019*	2020	2021
Kunžak	309 305 Kč	441 152 Kč	550 946 Kč
Nová Bystřice	392 198 Kč	318 114 Kč	371 950 Kč
Strmilov	163 863 Kč	278 590 Kč	259 840 Kč
Slavonice	106 070 Kč	121 380 Kč	153 870 Kč
Jindřichův Hradec	783 432 Kč	53 088 Kč	151 221 Kč
Český Rudolec	84 072 Kč	93 408 Kč	137 940 Kč
Všechny obce na území turistické oblasti	2 420 575 Kč	2 096 191 Kč	2 377 447 Kč

Vlastní zpracování, zdroj: Tourdata.cz (2023)

* Součet lázeňského nebo rekreačního poplatku a poplatku z ubyt. kapacity

Z uvedené tabulky je zřejmé, že největší příjmy z místních poplatků dle webového stránky Tourdata.cz (2023), získal v roce 2021 na území turistické oblasti Česká Kanada Kunžak, který i v uplynulých letech získával vysoké příjmy z těchto poplatků v poměru s dalšími městy a obcemi turistické oblasti. Výše místních poplatků v Kunžaku je stanoven na 20 Kč a vysoké příjmy z těchto poplatků mohou být způsobeny existencí kempů na katastrálním území obce, kde je v letní sezoně velká koncentrace ubytovaných na poměrně malém území. Lze tedy usuzovat, že díky kempům plynou obci Kunžak takto vysoké příjmy z místních poplatků z pobytu.

Ve své podstatě, i další města, která jsou v závěsu za Kunžakem, mají na svém území alespoň jeden provozovaný kemp.

Nelze jednoznačně určit, zda má provoz kempů na území jednotlivých obcí vysoký podíl na tvorbě příjmu z pobytu, ale nabízí se tato myšlenka právě z důvodu, že obce Kunžak, Strmilov a v neposlední řadě i Nová Bystřice mají na svém území fungující kempy. Z vyjmenovaných obcí se liší pouze Nová Bystřice, která mimo kempů disponuje i dalšími typy ubytovacích zařízení jako jsou penzióny, hotel a ubytování v domech.

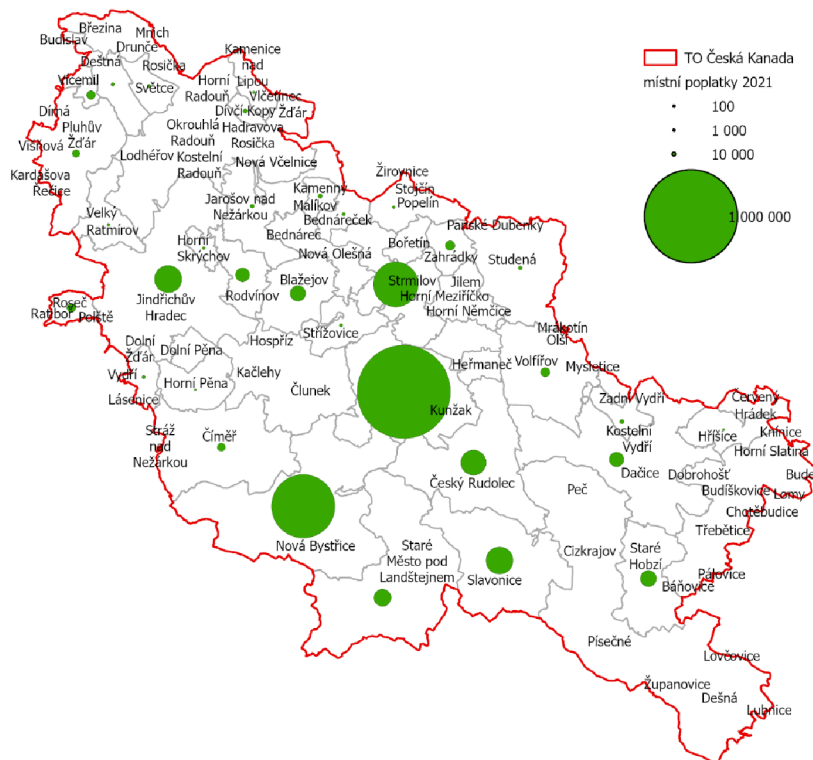
Jak již bylo uvedeno výše, město Jindřichův Hradec je centrem turistické oblasti, a tudíž se předpokládá, že jako takové má nejvyšší příjmy z poplatků z pobytu. Tuto skutečnost potvrzuje pouze rok 2019, kdy město získalo téměř 800 tisíc Kč z těchto poplatků.

Nicméně v následujících letech je znatelný pokles. V roce 2020 jsou statistická data ovlivněna vstřícností vedení města, kdy během koronavirové pandemie odpustilo podnikatelům povinnost platbu místní poplatky z pobytu.

Město Slavonice je velmi významným místem pro cestovní ruch, nejen svým unikátním náměstím a historií, ale také četností památek a atraktivit v okolí a bohatých možností cyklistiky a pěší turistiky. Tento fakt se také promítnul do příjmů z poplatků.

Turisticky významné město Dačice, které disponuje širokou škálou možností volnočasových aktivit, se do tabulky s nejvyššími příjmy z místních poplatků nedostalo. Tabulka je tvořena obcemi a městy, které za poslední tři roky přesáhly svými příjmy z pobytu částku alespoň 100 tis. Kč. Město Dačice pomyslnou hranici nepřekonal. Tato skutečnost může vycházet z malého počtu ubytovacích kapacit na území města Dačice. Turisté pro své ubytování mohou volit města jako Slavonice nebo Telč, které jsou od Dačic vzdáleny nanejvýš 20 minut cesty autem, případně s využitím vlakové dopravy.

Obrázek 5: Výše vybraných místních poplatků z pobytu v jednotlivých obcích tur. oblasti Česká Kanada

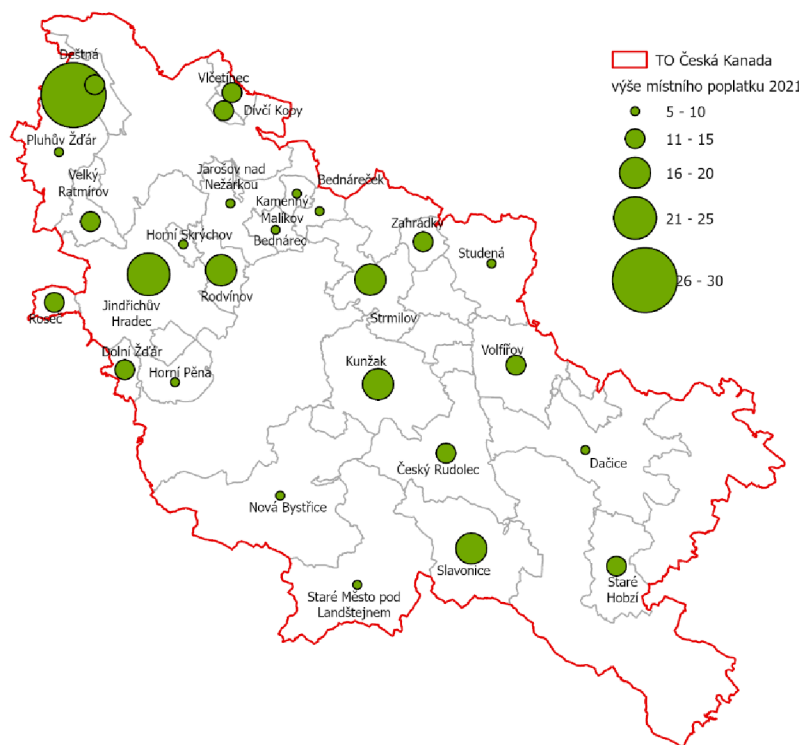


Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek č. 5 zobrazuje celkovou výši vybraných místních poplatků za rok 2021 v jednotlivých obcích na území turistické oblasti. Nejvyšší částka na místních poplatcích

z pobytu byla vybrána v obci Kunžak, který se nachází v srdci České Kanady. Dalšími obcemi jsou Nová Bystřice a Strmilov, které jsou také v těsné blízkosti středu turistické oblasti. Celkovou výši vybraných místních poplatků z pobytu může ovlivňovat i stanovená výše místního poplatku za osobu a noc, kterou si stanovují obce ve veřejné vyhlášce. V obcích turistické oblasti Česká Kanada jsou stanoveny místní poplatky z pobytu v rozmezí 5 Kč až 30 Kč. Nejčastěji je výše poplatku stanovena na 15 Kč za osobu a noc. Na následujícím obrázku č. 6 jsou vyobrazeny obce s jednotlivou stanovenou výší jejich místního poplatku z pobytu. Nejvyšší částku za pobyt má obec Vícemil, a to ve výši 30 Kč, naopak nejnižší částku má obec Studená a to ve výši 5 Kč.

Obrázek 6: Výše místních poplatků z pobytu v jednotlivých obcích



Zdroj: vlastní zpracování

21 Návrh zefektivnění financování rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada

Destinační management Česká Kanada, z.s. je výhradně jedinou organizací založenou pro účely rozvoje cestovního ruchu na vymezeném území turistické oblasti Česká Kanada. Organizace úzce spolupracuje s krajskou destinační společností, s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu. Na území turistické oblasti spolek spolupracuje s „největšími hráči“, kteří svou činností přispívají k rozvoji cestovního ruchu na daném území.

Spolek má za sebou již pět let své existence, jsou nastaveny nástroje rozhodovacích procesů, jsou již vytvořeny vazby mezi městy a obcemi, významnými podnikateli a dalšími institucemi působícími právě v tomto území a v oblasti cestovního ruchu. Tyto skutečnosti jsou dobrým předpokladem pro využití organizace a zvýšení její důležitosti jako jediné organizace, která má možnosti příznivě ovlivnit, a především podpořit rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti. Jejím hlavním předpokladem je shromažďování informací o plánech a vizích jednotlivých subjektů, ať již měst a obcí, ale také podnikatelských subjektů, nelze opomenout i Jihočeskou centrálu cestovního ruchu, a využít tyto informace k propojení subjektů a jejich plánů a tím také ke zefektivnění činnosti. Tímto krokem může pozitivně přispět i ke snížení nákladů na realizaci plánovaných aktivit. Destinační management Česká Kanada má poté možnosti tyto aktivity marketingově podpořit a přispět tím k rozvoji cestovního ruchu v území.

21.1 Prohloubení spolupráce

21.1.1 Zefektivnění spolupráce s městy a obcemi na území turistické oblasti

Jedním z návrhů na zefektivnění rozvoje cestovního ruchu na území turistické oblasti Česká Kanada je vytvoření užší spolupráce se všemi městy a obcemi, především s těmi, které mají potenciál rozvoje cestovního ruchu na svém území a existují předpoklady k vytvoření dalšího významného turistického cíle v jakékoli formě.

K navázání užší spolupráce by mohly napomoci organizace, které s obcemi spolupracují již dlouhodobě, a je mezi nimi vytvořena úzká spolupráce. Těmito organizacemi v turistické oblasti Česká Kanada jsou mikroregiony Dačicko a Jindřichohradecko a místní akční skupiny – Česká Kanada, Třeboňsko a Jemnicko.

Důležitým úkolem pro destinační společnost je zvýšení povědomí o její existenci, informovat všechny subjekty působící na území v oblasti cestovního ruchu o své činnosti a možnostech, které přináší a tím přispět k provázanosti obcí, podnikatelských subjektů a také se snažit sjednotit vizi následujícího rozvoje a možnosti financování těchto aktivit.

Destinační management Česká Kanada by tímto krokem napomohla k efektivnějšímu rozvoji cestovního ruchu na území turistické oblasti a také by se efektivně využilo financování rozvoje cestovního ruchu formou možných úspor na straně obcí na marketingové aktivity a destinační společnosti na straně tvorby nové nabídky volnočasových aktivit na území turistické oblasti. Nynější situace je nesourodá a jednotlivé obce a města převážně investují do cestovního ruchu různými formami bez návaznosti na vize destinační společnosti a také bez provázanosti s dalšími okolními obcemi.

21.1.2 Zefektivnění smluvního partnerství

Na výše uvedené navazuje i návrh prohloubení spolupráce nejen se samosprávnými celky, ale také s podnikatelskými subjekty. Jak již bylo několikrát zmíněno, spolek úzce a pravidelně spolupracuje pouze se smluvními partnery, ale pro rozšiřování nabídky, tvorby produktů a rozvoje cestovního ruchu je zapotřebí spolupracovat s větším množstvím podnikatelských subjektů a přizvat je ke „kulatému stolu“ při tvorbě nových záměrů, které napomohou k rozvoji cestovního ruchu. Jedná se především o provázanost a sjednocení záměrů a také využití financování aktivit z různých zdrojů, ať se jedná o dotace nebo například možnosti měst a obcí podílet se na rozvoji turistického cíle v jejich obci.

Při spolupráci s podnikatelskými subjekty je velmi důležité myslet na veřejnou podporu a vyvarovat se sporným situacím. Jedná se především o čerpání dotačních prostředků, které by měly být využity transparentně s ohledem na nastavená pravidla týkající se veřejné podpory.

Důležité je také nastavit pravidla pro smluvní partnery tak, aby byla pro obě strany výhodná a především přispívala k rozvoji cestovního ruchu na celém území turistické oblasti.

21.2 Čerpání dotačních titulů

Dotačních programů zaměřených na rozvoj cestovního ruchu je velké množství. Poskytovateli dotací jsou Ministerstvo pro místní rozvoj, v případě turistické oblasti i

dotační programy Jihočeského kraje, dotační programy organizace Silva Nortica nebo přeshraniční dotační programy Interreg.

Při každém zvažování podávání žádosti o dotaci je důležité zohlednit administrativní náročnost, která se pojí s vypracováním projektu, s podáním žádostí, realizací projektu a konečným vyúčtováním dotace. Neméně důležitá je i finanční náročnost navazující na podmínky žádostí dotací, může se jednat o procentuální spoluúčast na projektu dotace, ale také se může jednat o předfinancování projektu i s rizikem předfinancování na několik měsíců, či let.

Destinační management Česká Kanada pravidelně čerpá pouze z jihočeského dotačního programu na podporu cestovního ruchu v opatření vyhrazené pro destinační společnosti, v roce 2022 žádala společnost ve třech opatřeních. V tomto by měl destinační management pokračovat, aby společnost zvýšila své výnosy a mohla lépe rozvíjet cestovní ruch, ať již novými produkty a nabídkami, nebo i investicemi do infrastruktury.

Další možností jsou dotace z Národního programu podpory cestovního ruchu vypisované Ministerstvem pro místní rozvoj. Tato možnost je příznivá pro destinační management Česká Kanada a bylo by příhodné tuto možnost využít. Dotační prostředky z tohoto programu lze využít na marketingové aktivity, které mohou zahrnovat i nové aktivity, které doposud destinační společnost nerealizovala právě z finančních důvodů. Těmito aktivitami je například realizace projektu E-bike region či rozšíření nabídky pro cyklisty.

Proces získání dotačních prostředků od Ministerstva pro místní rozvoj je v porovnání s podáním žádostí o dotaci od Jihočeského kraje náročnější, jak z pohledu podání samotné žádosti, tak i s realizací a konečným vyúčtováním. Tyto skutečnosti jsou vykompenzovány možností čerpání vyšších finančních prostředků.

21.3 Využití místních poplatků z pobytu

Financování aktivit, které by Destinační management Česká Kanada uskutečňuje na podporu rozvoje cestovního ruchu na svém území, by mohlo být nově nastaveno s využitím místních poplatků z pobytu, které přímo reflektují situaci cestovního ruchu v oblasti.

Z výše uvedených informací je patrné, že výběr místních poplatků z pobytů obcím přináší každoročně značné příjmy do rozpočtů obce. Jak uvedl Studnička (2021), místní poplatky z pobytu jsou zcela příjmem obce a je v její kompetenci, jak s těmito příjmy naloží. Je

také potřeba podotknout, že některé obce poplatky z pobytu důsledně nevybírá i přesto, že na jejich území se ubytovací zařízení nachází a je turisty využíváno. Tento fakt vyplývá z tabulky s místními poplatky, která je přílohou této práce a z přehledu hromadných ubytovacích zařízení.

Jednou z možností financování rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti je využití vybraných místních poplatků z pobytu. Tyto finanční prostředky jsou doposud využívány na údržbu obce, případně na její rozvoj, ne však výhradně v rámci cestovního ruchu. Využití místních poplatků z pobytu pro financování rozvoje cestovního ruchu by vedlo nejen k jeho rozvoji v obci, ale i v destinaci. Samozřejmostí je přihlédnutí k využití místních poplatků i na provoz obce, jako je údržba obce. To navazuje na vytváření příjemného prostředí, které využívají nejen rezidenti, ale také turisté.

Další část vybraných poplatků by mohla být využita na zmíněné financování rozvoje cestovního ruchu, který může mít několik forem. Jednou z nich jsou investice do infrastruktury cestovního ruchu v podobě vybavení obcí lavičkami, informačními tabulemi a dalším, dále uskutečnění investičně náročnějších aktivit jako je budování cyklostezek, pěších stezek, hypostezek, ale také například sjezdovek, koupališť a dalších sportovních nebo volnočasových aktivit apod. Další formou je financování Destinačního managementu Česká Kanada a marketingových aktivit, které jsou nedílnou součástí podpory cestovního ruchu.

Financování destinační společnosti z místních poplatků z pobytu by zajistilo dlouhodobou podporu rozvoje cestovního ruchu v destinaci, a to za pomoci tvorby nabídek a produktů cestovního ruchu a jejich následné marketingové podpory. Nedílnou součástí je tvorba analýz, průzkumů apod., které jsou zpětnou vazbou vývoje a mohou zároveň napomoci zamezení případným negativním dopadům cestovního ruchu.

Využití místních poplatků z pobytu pro podporu rozvoje cestovního ruchu v oblasti napomůže jak podnikatelským subjektům, tak i samotným obcím. Tento princip využívání místních poplatků pro financování cestovního ruchu by mohlo být dobrou a efektivní motivací pro důsledný výběr těchto poplatků z pobytu.

Reinvestováním, alespoň částečným, se zvyšuje atraktivnost nejen obce, ale také destinace a to opět může vést ke zvyšování zájmů o danou lokalitu a zvýšení návštěvnosti místních podnikatelských subjektů poskytujících služby nebo i volnočasové aktivity a to opět přispívá k dalším možnostem rozvoje cestovního ruchu.

Princip znovuvyužití vybraných místních poplatků z pobytu na rozvoj cestovního ruchu sebou nese i svá úskalí, jako je spravedlivé přispívání od všech obcí na území turistické oblasti, nastavení například procentuálního příspěvku apod. Systém nastavení by byl předmětem intenzivní diskuze se všemi obcemi z území. A nastavení takového systému, který by byl spravedlivý a zároveň prospěšný pro všechny zapojené subjekty.

22 Případová studie

Předmětem případové studie byla analýza stávající situace související s výběrem místních poplatků z pobytu a jejich následné využití pro rozvoj cestovního ruchu. Pro případovou studii byly osloveny obce, kde výběr místních poplatků z pobytu v roce 2021 přesáhl částku 100 000 Kč. Těmito obcemi jsou Kunžak, Jindřichův Hradec, Strmilov, Slavonice, Český Rudolec a Nová Bystřice. Rozhovory byly vedeny se starosty, nebo s kompetentními zaměstnanci, kteří se zabývají místními poplatky.

Všem obcím byly položeny čtyři otázky týkající se výběru místních poplatků a následovného investování zpět do cestovního ruchu, případně využití pro financování rozvoje cestovního ruchu prostřednictvím spolku Destinační management Česká Kanada. Stručné odpovědi naleznete v tabulkách č. 11 a č. 12.

V tabulce č. 11 jsou uvedeny stručné odpovědi na otázky týkající se systému výběru místních poplatků z pobytu, a jaký mají vztah obce s místními ubytovateli.

V tabulce č. 12 jsou uvedeny stručné odpovědi na otázky týkající se nakládání vybraných místních poplatků z pobytu, zda jsou zpět investovány do cestovního ruchu nebo jsou různorodě využity na náklady dané obce. Také v uvedené tabulce jsou odpovědi na otázky týkající se úvahy využití těchto místních poplatků jako formu finanční podpory Destinačního managementu Česká Kanada, který by je následovně využil na rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti v rámci tvorby produktů cestovního ruchu a navazující marketingové aktivity.

V následujících tabulkách jsou obce uvedeny anonymně z důvodu zajištění upřímných odpovědí na položené otázky a zajištění zachycení reálné situace v daných obcích.

1. Jakým způsobem máte nastavený systém výběru místních poplatků z pobytu ve Vaší obci? Ubytovatelé platí místní poplatky z pobytu včas a bez problémů? Máte zřízenou pracovní pozici, která se stará o důsledný výběr těchto poplatků?
2. Jaké má Vaše obec vztahy s ubytovateli, případně zda vznikly nějaké problémy spojené s výběrem místních poplatků z pobytu? Jaký typ ubytování je ve Vašem katastrálním území nejvíce zastoupen (hotely, penziony, kempy, apod.)?

Tabulka 11: Případová studie – systém výběru místních poplatků z pobytu a vztah s ubytovateli

	Otázka č. 1	Otázka č. 2
Obec 1	Upraveno veřejnou vyhláškou a splatné jednou ročně. V případě nedodržení termínu jsou ubytovatelé upozorněni a vždy zaplatí. Žádná pracovní pozice není zřízena pro výběr poplatků, na úřadě působí pouze dva pracovníci.	Vztahy s ubytovateli jsou velmi pozitivní a nikdy nebyl problém s placením poplatků V obci jsou převážně zastoupeny penziony a soukromí ubytovatelé.
Obec 2	Upraveno veřejnou vyhláškou. Systém výběru funguje, dosud nebyl zásadní problém.	Vztahy s ubytovateli jsou na dobré úrovni. V obci jsou zastoupena všechna ubyt. zařízení.
Obec 3	Upraveno veřejnou vyhláškou, splatné 2x ročně. Ubytovatelé platí včas, případně jsou upozorněni a poté zaplatí. Není vyčleněna osoba pro výběr a kontrolu výběru poplatků.	V obci jsou velmi kladné vztahy s ubytovateli. Na území obce se nachází kemp, několik penzionů.
Obec 4	Upraveno veřejnou vyhláškou. Obec se domnívá, že ubytovatelé nepřiznávají všechny ubytované, nicméně není možná účinná kontrola k zjištění nedostatků. Pro výběr a kontrolu místních poplatků z pobytu není zřízena pracovní pozice.	S ubytovateli má obec dobré vztahy. Na území obce jsou zastoupeny všechny typy ubytovatelů.
Obec 5	Upravené veřejnou vyhláškou, výběr probíhá jednou ročně. Obec se domnívá, že počet ubytovaných neodpovídá skutečnosti. Dle obce je během letní sezony mnohem více ubytovaných než ubytovatelé uvádí.	Vztahy s ubytovateli jsou dobré. Obec nabízí možnost podpory formou propagace za úplatu, často využívané. V obci jsou všechny typy ubytovatelů – hotel, penziony, soukromé ubytování.
Obec 6	Upraveno veřejnou vyhláškou, dosud nebyl problém s výběr poplatku z pobytu. Není zřízena pracovní pozice, doposud nebylo potřeba kontrolovat ubytovatelé.	Vztahy jsou velmi kladné s ubytovateli. V obci jsou převážně zastoupeny penziony, také kempy a hotely.

Zdroj: Vlastní zpracování dle rozhovorů

3. Vedete evidenci, jakým způsobem využíváte vybrané místní poplatky z pobytu? Investujete je v plné výši zpět do cestovního ruchu (infrastruktura, marketing apod.)?
4. Znáte Destinační management Česká Kanada? Pokud jste členem, souhlasili byste se změnou výše členského příspěvků v procentuálním vyčíslení Vašeho příjmu z místních poplatků z pobytu? V případě, že nejste členy, měli byste zájem spolupracovat, případně se finančně podílet na její činnosti stanovenou částkou v členského příspěvků v procentuálním vyčíslení Vašeho příjmu z místních poplatků z pobytu?

Tabulka 12: Případová studie - využití příjmů z místních poplatků z pobytu a investice zpět do cestovního ruchu

	Otázka č. 3	Otázka č. 4
Obec 1	Příjmy z místních poplatků z pobytu jsou vedeny jako příjmy obce a jsou využívány dle potřeby, bez nutnosti investice do cestovního ruchu.	(Osoba, se kterou byl veden rozhovor nedokázala na tuto otázku odpovědět, nemá dostatečné informace.)
Obec 2	Místní poplatky jsou zahrnuty do výnosů obce. Investice do cestovního ruchu převyšují příjmy z místních poplatků z pobytu.	Využití místních poplatků z pobytu by muselo být řádně prodiskutováno.
Obec 3	Příjmy z místních poplatků z pobytu jsou využity různorodě, na veškeré náklady obce.	(Osoba, se kterou byl veden rozhovor nedokázala na tuto otázku odpovědět, nemá dostatečné informace.)
Obec 4	Obec investuje do cestovního ruchu – marketing, infrastruktura, informační centrum, kultura mnohonásobně víc, než jsou příjmy z místních poplatků z pobytů.	Obec by převážně ponechala stávající výši členských poplatků, případně by se musela řádně projednat na obci i ve spolku.
Obec 5	Místní poplatky z pobytu jsou evidovány jako příjmy obce, nejsou přímo využity na cestovní ruch. Investice do cestovního ruchu (provoz infocentra, údržba pěších a cyklostezek, apod.) převyšují příjmy z místních poplatků.	Stávající systém členských příspěvků Destinačnímu managementu Česká Kanada je spravedlivý a reflektuje rozpočty obcí. (členské příspěvky jsou nastaveny podle počtu obyvatel) Obec by místní poplatky z pobytu jako členský příspěvek nezaváděla.
Obec 6	Vybrané místní poplatky jsou zahrnuty do příjmu obce a pak jsou přerozděleny na různorodé potřeby. Se zvýšením počtu turistů jsou spojené další náklady například na odpady, údržby apod.	Víme o existenci spolku Destinační management Česká Kanada. Členství, respektive příspěvek bychom museli zvážit.

Zdroj: Vlastní zpracování

22.1 Výsledek případové studie

Z případové studie vyplývá skutečnost, i přes povinnost platby místních poplatků z pobytu plynoucí z veřejných vyhlášek obce, že výběr místních poplatků z pobytu je postavený na vstřícnosti plátců, tedy na poskytovatelích ubytování a jejich vztahu s danými obcemi. Obce zároveň potvrzují, že neexistují efektivní možnosti k uskutečnění podrobné kontroly, zda ubytovatelé přiznávají přesný počet ubytovaných, za které platí obci místní poplatky z pobytu.

Všechny oslovené obce se shodují, že je na ubytovatelích, jaký počet ubytovaných přiznají a zda to odpovídá skutečnosti. Několik obcí se domnívá, že počet ubytovaných, respektive výše vybraných poplatků z pobytu neodpovídá skutečnosti, která během letní sezony v obcích panuje a kolik ubytovatelů má během letní sezony obsazené veškeré své kapacity.

Využití místních poplatků z pobytu je téměř ve všech oslovených obcích stejné. Žádná z obcí nevede evidenci znovuvyužití vybraných místních poplatků. Vybrané místní poplatky z pobytu jsou zahrnuty jako příjmy do rozpočtů obcí a jsou přerozděleny dle aktuální situace a potřeby dané obce.

Některé obce tyto finanční prostředky investují do cestovního ruchu a to různými způsoby. Například tvorbou vlastní nabídky cestovního ruchu, případně i produktového portfolia, dále do infrastruktury cestovního ruchu jako je vybavenost pěších a cyklostezek, nebo samotná tvorba těchto stezek a dalších atraktivit, které zvyšují potenciál cestovního ruchu v obci či jeho blízkém okolí. Obce, které disponují informačními centry, využívají své příjmy i na provoz informačních center a na jejich aktivity v podobě tvorby nabídky cestovního ruchu nebo rozšiřování možností volnočasových aktivit.

Pokud obce investují do cestovního ruchu, připojovaly poznámku, že často investovaná částka převyšuje částku vybranou na místních poplatcích z pobytu. Z dlouhodobého hlediska tedy investují do rozvoje cestovního ruchu.

Obce, které neinvestují do cestovního ruchu, jelikož nemají příliš velké předpoklady k další tvorbě a podpoře cestovního ruchu, využívají příjmy z místních poplatků z pobytu na údržbové činnosti, které se pojí se zvýšenou návštěvností turistů, tedy i ubytovaných. Těmito činnostmi jsou například údržba infrastruktury, zeleně apod, dále likvidace odpadů. Ve své podstatě i tyto aktivity jsou nepřímou podporou cestovního ruchu.

Z některých rozhovorů vyplynula skutečnost, že některé obce si nejsou jisty, jaké kroky by měly učinit k rozvoji cestovního ruchu ve své obce. S touto problematikou by jim mohla napomoci právě destinační společnost Česká Kanada.

Čtvrtá otázka se týkala využití místních poplatků z pobytu v rámci spolupráce s Destinačním managementem Česká Kanada.

Členské obce již poskytují Destinačnímu managementu Česká Kanada roční příspěvky. Jedna z obcí uvedla, že stávající systém členských poplatků je vyhovující a zohledňuje finanční možnosti jednotlivých obcí a zároveň je spravedlivý pro všechny členské obce. Nynější členský příspěvek se počítá jako 10 Kč na počet obyvatel dané obce. Začlenění či vytvoření členských příspěvků destinační společnosti na základě příjmu z výběru místních poplatků z pobytu by dle obce bylo neefektivní a nastavení takového systému by bylo komplikované i vzhledem ke skutečnosti, že výše vybraných poplatků z pobytu se každoročně mění a data za předchozí rok jsou k dispozici až po termínu splatnosti jednotlivých obcí, které se vzájemně liší.

Další obce, které jsou členy destinačního managementu, během rozhovoru nezavrhl možnost využití místních poplatků jako členského příspěvku, ale upozornily, že by zavedení systému členských poplatků na základě místních poplatků z pobytu muselo být velmi intenzivně diskutováno, jak na úrovni destinačního managementu, tak i v rámci jednotlivých obcí. Jedna z obcí také navrhla, aby místní poplatky byly začleněny ke stávajícímu systému členských příspěvků.

Obce, které doposud nejsou členy Destinačního managementu Česká Kanada, destinační společnost znají a obce by měly zájem o možnou diskuzi o podmínkách spolupráce a nastavení finanční podpory spolku. Nutno podotknout, že se jednalo o návrh, který by musel projít procesem schvalování, jak na straně spolku, tak na straně obcí.

V obcích, kde byl doposud cestovní ruch velmi podporován, využívají příjmy z místních poplatků z pobytu zpět do rozvoje cestovního ruchu v dané obci. V obcích, kde cestovní ruch není preferovaný vedením obce nebo není předpoklad pro další rozvoj cestovního ruchu, jsou místní poplatky z pobytu použity na potřeby obce.

Návrh na použití místních poplatků z pobytu jako finanční podpory Destinačního managementu Česká Kanada byl u dotazovaných obcí částečně přijat jako možnost k diskuzi.

Výsledkem případové studie, která byla aplikovaná na velmi malé dotazované skupině obcí je, že využití místních poplatků z pobytu pro financování rozvoje cestovního ruchu je již v některých obcích částečně uskutečňuje, nicméně jsou to jednotky z celé turistické oblasti. Zároveň možnost využití místních poplatků z pobytu jako zdroj financování Destinačního managementu Česká Kanada by dle obcí podléhalo velmi detailní a intenzivní diskuzi, avšak při zapojení všech obcí z území.

23 Závěr

V České republice dosud neexistuje legislativní rámec, který by ukotvil systém řízení cestovního ruchu v České republice, definoval systém financování a tím zjednodušil, a především podpořil rozvoj cestovního ruchu.

Destinační management Česká Kanada, z.s. je jedinou organizací v turistické oblasti Česká Kanada, která byla zřízena pro podporu rozvoje cestovního ruchu na daném území. Turistická oblast Česká Kanada je podpořena v rámci systém řízení cestovního ruchu spoluprací s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu, a i v návaznosti na Czech Tourism.

Rozpočet Destinačního managementu Česká Kanada dlouhodobě tvoří příspěvky členských měst a příjmy ze smluvního partnerství, z čehož vyplývá, že základní rozpočet spolku tvoří pouze některá města a podnikatelské subjekty z území. Dotace od Jihočeského kraje tvoří další značnou část rozpočtu organizace.

Aby bylo možné efektivně podpořit rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada jsou k tomu potřebné další finanční prostředky a dostatečná podpora.

V praktické části diplomové práce byly analyzovány možnosti financování rozvoje cestovního ruchu na celostátní a na krajské úrovni, jedná se především o dotační programy na podporu cestovního ruchu, konkrétně na marketingové aktivity a na infrastrukturu cestovního ruchu.

Následně v práci byly analyzovány i možnosti získání finančních prostředků od měst a obcí z území. Jen několik obcí zahrnuje do svých ročních rozpočtů i náklady na cestovní ruch. Jedná se celkem o šest obcí, které do rozvoje cestovního ruchu ve své obci vynakládají celkem 5 421 tis. Kč. Tímto krokem podporují i cestovní ruch v celé turistické oblasti. Další možností je aplikování místních poplatků z pobytu na rozvoj cestovního ruchu, které v roce 2021 byly vybrány v celkové výši 2 377 tis. Kč na území turistické oblasti Česká Kanada.

Záměrem případové studie bylo zjištění informací o systému výběru místních poplatků z pobytu a jejich následné využití na podporu cestovního ruchu.

V závěru diplomové práce jsou navrženy možnosti zefektivnění dosavadní spolupráce mezi destinační společností a subjekty působící v oblasti cestovního ruchu, ať už se jedná o podnikatelské subjekty nebo města. Zlepšení spolupráce povede k zefektivnění využití

finančních prostředků, které jsou aplikovány bez provázanosti s dalšími aktivitami dalších subjektů. Dalším návrhem bylo využití místních poplatků z pobytu, které by mohly zajistit financování destinační společnosti, která se aktivně podílí na rozvoji cestovního ruchu v turistické oblasti Česká Kanada.

At' již budou aplikovány jakékoli návrhy, je zapotřebí značného úsilí, kooperace zapojených subjektů a zároveň koordinace všech činností vedoucí ke společnému cíli.

I. Summary and key words

The aim of the thesis is to analyze the current state of financing the development of tourism in the Czech Canada destination, which is located in South Bohemia. The aim of the research is to find new possibilities for financing tourism in the tourist area.

Detailed terms are defined here - tourism, destination and destination management, followed by a description of the management tourism and organization in Czech republic and a description of the selected tourist area.

The main theme of my diploma thesis is to evaluate the possibilities of the tourism financing. My work deals with financial sources which flow to the development of tourism in Czech Canada. Based on the analysis there are other possible ways of the tourism cooperation and funding suggested

Key words: tourism, destination management, financial sources, development of tourism

II. Seznam literatury

Boruta, T. (2007). Management a marketing destinace cestovního ruchu, Ostrava

Czech Tourism (2018 – 2021) Výroční zprávy CzechTourism [online]. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/O-nas/Zakladni-informace/Strategie-a-koncepce>

ČSÚ (2018) Ubytovací zařízení - metodika [online]. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xb/ubytovaci-zarizeni-metodika>

ČSÚ (2023) Veřejná databáze [online]. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=uziv-dotaz#>

Fellegiová, E. (2008) Destinační management: Příležitost i pro váš region. Vydání první. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Goodall, B. (1987) Brain: Dictionary of Human Geography: London: Penguin

Hall, D. R. (1998) Tourism and travel. In T. UNWIN (ed). A European geography. Addison Wesley Longman, Harlow

Hesková, M. (2006). Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy. Praha: Fortuna.

Hesková, M., Beránek, J., Dvořák, V., Novacká, L., & Oriška J. (2011) Cestovní ruch. Praha: Fortuna.

Hesková, M., Fellegiová, E., (2010) Možnosti vzniku organizace destinačního managementu. In Czech Hospitality and Tourism Papers. č. 11. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8

Holešinská, A. (2008) Destinační management, nebo-li řízení destinace a jeho aplikace v České republice. Czech Hospitality and Tourism Papers. Hotelnictví, lázeňství, turismus. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8

Holešinská, A. (2012). Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta

Holešinská, A. (2013). Zkušenosti s řízením cestovního ruchu a jeho legislativní úpravou v zahraničí. Czech Hospitality and Tourism Papers, 9 (19)

- Horner, S., Swarbrooke, J. (2003) Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času, Praha: Grada Publishing
- Indrová, J. (2004) Cestovní ruch I, Praha VŠE
- Indrová, J., a kol. (2009) Cestovní ruch: základy. Praha: Economia.
- Jakubíková, D. (2009) Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada
- Jarolímková, L. (2018). Cestovní ruchu České republiky. Praha: VŠE
- Ježek, J. a kol (2015) Strategické plánování obcí, měst a regionů. Vybrané problémy, výzvy a možnosti řešení. 1. vydání. Praha: Wolters Kluwer ČR
- Jihočeská centrála cestovního ruchu (2016) Činnosti JCCR [online]. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://www.jccr.cz/cinnosti-jccr>
- Jihočeská centrála cestovního ruchu (2018 - 2021) Výroční zprávy Jihočeské centrály cestovního ruchu [online]. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://www.jccr.cz/cinnosti-jccr/vyrocní-zpravy>
- Jihočeská centrála cestovního ruchu (2023) Systém řízení cestovního ruchu v Jihočeském kraji[online]. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://www.jccr.cz/jizni-cechy/system-řízení-cestovního-ruchu-v-jihoceskem-kraji>
- Justice.cz (2023) Destinační management Česká Kanada, Výkazy zisku a ztrát (2018 – 2021) [online]. [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-firma?subjektId=959064>
- Királová, A. (2003) Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: EKOPRESS, s.r.o.
- Kolektiv společnosti Eurovision (2007) Veřejná podpora pro cestovní ruch v podmínkách EU. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj
- Lacina, K. (2010) Management a marketing cestovního ruchu. Praha: Vysoká škola finanční a správní, o.p.s.
- Ministerstvo pro místní rozvoj (2008). Prováděcí dokument ke Koncepti státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013. Dostupné z: https://www.mmr.cz/MMR/media/MMR_StaryWeb/import/Cestovni%20ruch/Koncepce%20a%20strategie/Prov%C3%A1d%C4%9Bc%C3%AD%20dokument%20k

e%20Konceptci%20st%C3%A1tn%C3%AD%20politiky%20ces/Provadeci-dokument-ke-Konceptci.pdf

Ministerstvo pro místní rozvoj (2010). Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení cestovním ruchem. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/assets/ppov/lrv/ria/databaze/VZZ-o-podpore-cestovniho-ruchu.pdf>

Ministerstvo pro místní rozvoj (2016 – 2023) Národní program podpory cestovního ruchu v regionech, Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/narodni-dotace/cestovni-ruch/narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regione>

Ministerstvo pro místní rozvoj (2021) Strategie rozvoje cestovního ruchu v České republice 2021 – 2030. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/getattachment/2c398529-b36d-470e-9a6f-57aa11f57ad8/strategie-rozvoje->

Morrison, A. M., (2013) Marketing and managing tourism destinations. 1st pub. London: Routledge

Nejdl, K. (2011) Management destinace cestovního ruchu. Praha: Wolters Kluwer ČR.

Orieška, J. (1999) Technika služeb cestovního ruchu. Praha: Idea Servis

Palatková, M. (2011) Marketingový management destinací. Praha: Grada Publishing, a.s

Palatková, M., (2011) Možnosti měření efektivnosti a účinnosti využití veřejných zdrojů v turismu. Sborník recenzovaných příspěvků: hotelnictví, turismus a vzdělání. 1. vydání. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8

Plzáková, L., Studnička, P. (2014). Řízení cestovního ruchu v České republice – minulost, současnost, budoucnost. Praha

Podrobnosti a tiskopisy k programovým dotacím Jihočeského kraje (2018 – 2023) <https://kraj-jihocesky.cz/cs/dotace-fondy-eu/programove-dotace-jihoceskeho-kraje>

Ryglová, K. (2005) Cestovní ruch. Brno: Brno International Business school

Ryglová, K., Burian, M., Vajčnerová, I., (2011). Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi, Grada Publishing a.s.

Studnička, P. (2011) Zmírňování regionálních rozdílů rozvojem cestovního ruchu v Ústeckém kraji. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8

Studnička, P. (2021) Místní poplatky v přímé vazbě na cestovní ruch vybírané na území Moravskoslezského kraje. Celý o turismu [online]. 17.12.2021 [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: celyoturismu.cz/mistni-poplatky-v-prime-vazbe-na-cestovni-ruch-vybirane-na-uzemi-moravskoslezskeho-kraje/

Těžký, V., Jantoš, M. (2019). Novela zákona o místních poplatcích. Deník veřejné správy online [online]. 27. 11. 2019 [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <http://denik.obce.cz/clanek.asp?id=6783776>

Tourdata.cz (2023) Výběr místních poplatků. [cit. 2023-03-03]. Dostupné z: <https://tourdata.cz/data/vyber-mistnich-poplatku/>

Vanhove, N., Klaassen, L. (1987) Regional policy Idershot: Gower

Wokoun, R., Kouřilová, J., Lukáš, Z. (2022) Výkladový slovník regionální a strukturální politiky Evropské unie, IFEC

Zelenka, J. (2011) Udržitelný cestovní ruch při řešení regionálních disparit. Sborník recenzovaných příspěvků: hotelnictví, turismus a vzdělání. 1. vydání. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8

Zelenka, J., Pásková, M., (2012) Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha

III. Seznam obrázků a tabulek

Seznam obrázků

Obrázek 1:Kompeteční uspořádání řízení cestovního ruchu v České republice	20
Obrázek 2: Zdroje financování rozvoje cestovního ruchu.....	24
Obrázek 3: Území turistické oblasti Česká Kanada.....	41
Obrázek 4: Počet hromadných ubytovacích zařízení v turistické oblasti Česká Kanada v roce 2021.....	47
Obrázek 5: Výše vybraných místních poplatků z pobytu v jednotlivých obcích tur. oblasti Česká Kanada	62
Obrázek 6: Stanovená výše místních poplatků z pobytu v jednotlivých obcích	63

Seznam tabulek

Tabulka 1: Czech Tourism - finanční přehled	31
Tabulka 2: Národní program podpory cestovního ruchu - marketingové aktivity	33
Tabulka 3: Národní program podpory cestovního ruchu - Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury	34
Tabulka 4: Jihočeská centrála cestovního ruchu - finanční přehled	35
Tabulka 5: Dotační program Jihočeského kraje - Podpora činnosti a provozu destinačních managementů	38
Tabulka 6: Počet HUZ a počet přenocování v turistické oblasti Česká Kanada v letech 2019 -2021	46
Tabulka 7: Destinační management Česká Kanada - finanční přehled	50
Tabulka 8: Žádosti o programové dotace Jihočeského kraje v letech 2017 - 2022	52
Tabulka 9: Roční rozpočty měst a obcí turistické oblasti Česká Kanada.....	59
Tabulka 10: Místní poplatky z pobytu v turistické oblasti Česká Kanada	61
Tabulka 11: Případová studie – systém výběru místních poplatků z pobytu a vztah s ubytovateli	70
Tabulka 12: Případová studie - využití příjmů z místních poplatků z pobytu a investice zpět do cestovního ruchu	71

IV. Seznam příloh

Příloha č. 1: Statistické údaje – počet přenocování a hromadná ubytovací zařízení

Příloha č. 2: Místní poplatky z pobytu v jednotlivých obcích

V. Přílohy

Příloha č.1: Statistické údaje - počet přenocování a hromadné ubytovací zařízení

obec	počet přenocování			počet HUZ		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Báňovice						
Bednárec						
Bednáreček					1	1
Blažejov	8719	6953	9895	4	4	4
Bořetín						
Březina						
Budeč						
Budíškovice						
Cizkrajov				1	1	1
Červený Hrádek						
Český Rudolec	1446	3053	6327	3	4	5
Číměř	4461	9310		4	5	3
Člunek				2	2	2
Dačice	13363	8318	9304	6	6	6
Dešná						
Deštná						
Dívčí Kopy					1	1
Dobrohošť						
Dolní Pěna						
Dolní Žďár				1	2	2
Drunče						
Hadravova Rosička						
Heřmaněč						
Horní Meziříčko						
Horní Němčice						
Horní Pěna				2	1	2
Horní Radouň						
Horní Skrýchov						
Horní Slatina						
Hospřiz						
Hříšice						
Jarošov nad Nežárkou				1	3	2
Jilem						
Jindřichův Hradec	67007	49790	46013	29	29	33
Kačlehy						
Kamenný Malíkov						1
Kostelní Radouň						
Kostelní Vydří					1	1
Kunžak	44751	41987	42653	11	11	12
Lodhérov				1	1	2
Nová Bystřice	56325	52143	56007	18	23	25
Nová Olešná						
Nová Včelnice	4916	2850	3162	3	3	3

Okrouhlá Radouň						
Peč						
Písečné					1	1
Pluhův Žďár				2	3	2
Popelín						
Rodvínov	6871	5511	1899	3	3	3
Roseč				1	1	1
Rosička						
Slavonice	18811	13069	14759	10	11	10
Staré Hobzí				2	2	2
Staré Město p. L.		8691	9217	3	3	3
Strmilov	25642	25816	23592	7	7	7
Střížovice				2	2	2
Studená				1	2	1
Světce				1	1	1
Třebětice						
Velký Ratmírov						1
Vícemil				1	1	1
Vlčetinec						
Volfířov				2	2	2
Zahrádky				2	2	2
Žďár						
Županovice						
přenocování celkem	252312	227491	222828	123	139	145

zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ (2023)

Příloha č.2: Místní poplatky z pobytu

obec	místní poplatky z pobytu		
	2019*	2020	2021
Báňovice			
Bednárec			
Bednářeček	12 170 Kč	12 800 Kč	7 660 Kč
Blažejov	71 759 Kč	138 640 Kč	80 000 Kč
Bořetín			
Březina			
Budeč			
Budíškovice			
Cizkrajov	36 Kč		
Červený Hrádek			
Český Rudolec	84 072 Kč	93 408 Kč	137 940 Kč
Číměř	4 202 Kč	35 060 Kč	36 798 Kč
Člunek			
Dačice	81 945 Kč	56 215 Kč	75 910 Kč
Dešná			
Deštná	5 241 Kč	7 170 Kč	6 705 Kč
Dívčí Kopy	7 105 Kč	2 695 Kč	14 640 Kč
Dobrohošť			
Dolní Pěna			
Dolní Žďár	16 839 Kč	16 005 Kč	6 561 Kč
Drunče			
Hadravova Rosička			
Heřmaneč			
Horní Meziříčko			
Horní Němčice			
Horní Pěna	13 338 Kč	11 998 Kč	2 360 Kč
Horní Radouň			
Horní Skrychov	4 290 Kč	4 524 Kč	3 462 Kč
Horní Slatina			
Hospříz	1 355 Kč		
Hřišice	1 120 Kč	1 135 Kč	490 Kč
Jarošov nad Nežárkou	17 890 Kč	13 085 Kč	9 640 Kč
Jilem			
Jindřichův Hradec	783 432 Kč	53 088 Kč	151 221 Kč
Kačlehy			
Kamenný Malíkov			13 630 Kč
Kostelní Radouň			
Kostelní Vydří	21 325 Kč	6 595 Kč	13 505 Kč
Kunžak	309 305 Kč	441 152 Kč	550 946 Kč
Lodhérov	644 Kč		
Nová Bystrice	392 198 Kč	318 114 Kč	371 950 Kč
Nová Olešná			
Nová Včelnice	25 140 Kč	6 400 Kč	

Okrouhlá Radouň			
Peč			
Písečné			
Pluhův Žďár	32 245 Kč	16 724 Kč	33 900 Kč
Popelín	414 Kč	3 450 Kč	3 550 Kč
Rodvínov	54 290 Kč	87 000 Kč	71 220 Kč
Roseč	41 008 Kč	45 937 Kč	40 266 Kč
Rosička			
Slavonice	106 070 Kč	121 380 Kč	153 870 Kč
Staré Hobzí	19 168 Kč	75 080 Kč	85 570 Kč
Staré Město p. Landštejnem	31 998 Kč	119 852 Kč	89 620 Kč
Strmilov	163 863 Kč	278 590 Kč	259 840 Kč
Střížovice	7 440 Kč	4 810 Kč	6 080 Kč
Studená	13 805 Kč	1 940 Kč	9 070 Kč
Světce		9 006 Kč	7 150 Kč
Třebětice			
Velký Ratmírov	1 906 Kč	4 085 Kč	4 095 Kč
Vícemil	14 310 Kč	34 490 Kč	40 320 Kč
Vlčetinec		3 600 Kč	3 720 Kč
Volfířov	30 582 Kč	48 538 Kč	41 328 Kč
Zahrádky	47 200 Kč	23 625 Kč	44 430 Kč
Žďár	2 870 Kč		
Županovice			
celkem	2 420 575 Kč	2 096 191 Kč	2 377 447 Kč

* součet lázeňských nebo a rekreačních poplatků a poplatků z ubyt. Kapacity

Zdroj: vlastní zpracování dle Tourdata (2023)