



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 obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Přeshraniční spolupráce měst v  
česko-bavorském přeshraničním prostoru a její  
význam pro rozvoj cestovního ruchu

Vypracovala: Michaela Šimonová  
Vedoucí práce: Ing. Petr Štumpf, Ph.D.  
České Budějovice 2018

**ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**  
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Michaela ŠIMONOVÁ**  
Osobní číslo: **E15261**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**  
Název tématu: **Přeshraniční spolupráce měst v česko-bavorském  
přeshraničním prostoru a její význam pro rozvoj cestovního  
ruchu**  
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

**Cíl práce:**

Identifikace bilaterální spolupráce českých a bavorských měst ve vybraných územích, struktur a oblastí spolupráce a zhodnocení jejího přínosu pro rozvoj cestovního ruchu. Návrh společného rozvoje cestovního ruchu ve vybraných partnerských městech z aspektu přeshraniční spolupráce.

**Metodický postup:**

1. Studium teoretických východisek
2. Příprava a realizace vlastního výzkumu
3. Analýza současného stavu
4. Syntéza výsledků a poznatků
5. Návrh opatření na základě zjištěných poznatků

**Rámcová osnova:**

1. Úvod. Cíl práce (hypotézy). 2. Přehled řešené problematiky (literární rešerše). 3. Metodika. 4. Řešení a výsledky (diskuze). 5. Závěr. I. Summary a key words v AJ. II. Seznam použitých zdrojů. III. Seznam obrázků, tabulek a grafů. IV. Seznam příloh. V. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**

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

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

**Foret, M. (2014).** *Cestovní ruch v regionálním rozvoji = Tourism in regional development. I. a II.* Brno : Mendelova univerzita v Brně.

**Jetmar, M. (2007)** *Cestovní ruch v příhraničních oblastech.* Praha: VŠH.

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

**Woukoun, R. (2008).** *Regionální rozvoj: východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování.* Praha: Linde.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Štumpf, Ph.D.**


Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **16. ledna 2017**

Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2018**

  
doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.  
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentská 13 201  
370 05 České Budějovice

  
Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 17. března 2017

### **Prohlášení**

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

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě 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 plagiát.

V Českých Budějovicích dne 13. dubna 2018

.....  
Michaela Šimonová

## **Poděkování**

Tímto děkuji vedoucímu práce Ing. Petrovi Štumpovi, Ph.D. za jeho ochotu, pomoc, vstřícnost a veškeré rady a odborné vedení při tvorbě této bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat všem městům, jež neváhaly a zapojily se do výzkumu.

# Obsah

<b>1. Úvod</b> .....	3
<b>2. Literární rešerše</b> .....	4
2. 1. Cestovní ruch a regionální rozvoj.....	4
2. 1. 1. Definice cestovního ruchu.....	4
2. 1. 2. Typologie cestovního ruchu .....	5
2. 1. 3. Předpoklady cestovního ruchu .....	7
2. 1. 4. Ekonomické přínosy cestovního ruchu .....	8
2. 1. 5. Teorie hraničního regionu a vymezení destinace cestovního ruchu .....	9
2. 1. 6. Východiska (teorie) regionálního rozvoje.....	10
2. 1. 7. Regionální politika a politika cestovního ruchu.....	12
2. 2. Vznik a význam partnerství v cestovním ruchu .....	14
2. 3. Identifikace dvoustranné spolupráce měst.....	17
2. 3. 1. Principy partnerství .....	17
2. 3. 2. Formy partnerství v cestovním ruchu .....	19
2. 3. 3. Role EU v rámci bilaterální spolupráce měst.....	21
2. 4. Vliv spolupráce měst v oblasti cestovního ruchu .....	24
2. 4. 1. Vliv na rozvoj cestovního ruchu .....	24
2. 4. 2. Vliv na rozvoj měst .....	25
2. 4. 3. Vliv na obyvatele měst.....	26
<b>3. Metodika</b> .....	28
3. 1. Výzkumná otázka a výzkumné předpoklady.....	28
3. 2. Sestavení dotazníku .....	28
3. 3. Vymezení území a vytvoření seznamu měst .....	28
3. 4. Sbírání kontaktů na města a rozeslání dotazníku .....	29
3. 5. návratnost dotazníků a sbírání dat .....	29

<b>4. Výsledky a řešení</b> .....	33
4. 1. Syntéza výsledků a poznatků.....	47
4. 1. 1. Zhodnocení výzkumné otázky a předpokladů.....	48
4. 2. Návrhy společného rozvoje .....	51
4. 2. 1. Aktivity společného rozvoje .....	51
4. 2. 2. Otázka financování spolupráce .....	57
4. 2. 3. Možnosti propagace .....	58
4. 2. 4. Sbíráni zkušeností .....	59
<b>5. Závěr</b> .....	60
I. Summary and keywords.....	62
II. Seznam použitých zdrojů.....	64
III. Seznam obrázků a tabulek .....	67
IV. Seznam příloh .....	69
Příloha 1 .....	70
Příloha 2.....	71

# 1. Úvod

Města začala spolupracovat za cílem vzájemného rozvoje. Velký převrat nastal po 2. světové válce, kdy se města rozhodla spolupracovat za účelem eliminace válečných konfliktů. Zpočátku se jednalo o malé kooperace na regionální úrovni, které se dále rozvíjely a rostly. Dnes existuje spolupráce na úrovni mezinárodní až nadnárodní, která spojuje nejen města, ale i občany měst se světem. Další rozšíření přeshraniční spolupráce nastalo se vznikem Evropské unie, kdy došlo k otevření hranic.

V přeshraniční spolupráci hraje významnou roli i finanční stránka, neboť k dalšímu rozvoji jsou nutné další investice. K této stránce přispívá i Evropská unie se svými finančními podporami, tvorbou programů a aktivit vedoucích k odstraňování problémů a k následnému rozvoji.

Schopnosti subjektů jsou omezené a často si samy nevystačí, za pomoci kooperace mohou delegovat úkoly dle silných stránek partnerů. Každý umí něco a je dobrý v něčem jiném, proto spolupráce napomáhá soustředit se na to, co partneři ovládají nejlépe. Partnerství značně ovlivňuje okolí a zasahuje i do dalších sfér, především do cestovního ruchu. Spolupráce je dnes natolik komplexní, že probíhá ve všech možných odvětvích a na nejrůznějších úrovních, od veřejného sektoru až po soukromý sektor.

Pro mnoho subjektů je přínosná spolupráce mezi městy, která ovlivňuje nejen rozvoj cestovního ruchu a dalších odvětví, ale také má značný vliv na veřejnost, tedy rezidenty měst, podnikatele, zájmové sdružení a kluby. Přeshraniční spolupráce napomáhá k setkávání a vzájemnému poznávání občanů měst, k výměně zkušeností, názorů a k odstraňování předsudků a nedůvěry, které v minulosti vznikly.

Cílem této práce je identifikace bilaterální spolupráce českých a bavorských měst ve vybraných územích, strukturách a oblastech spolupráce a zhodnocení jejího přínosu pro rozvoj cestovního ruchu. Dále návrh společného rozvoje cestovního ruchu ve vybraných partnerských městech z aspektu přeshraniční spolupráce.



## 2. Literární rešerše

Literární rešerše je rozpracována do čtyř dílčích částí: Cestovní ruch a regionální rozvoj, Vznik a význam partnerství v cestovním ruchu, Identifikace dvoustranné spolupráce, Vliv spolupráce měst v oblasti cestovního ruchu. Tyto části jsou dále rozpracovány na jednotlivé menší kapitoly a podkapitoly.

### 2. 1. Cestovní ruch a regionální rozvoj

Tato kapitola a její podkapitoly mají za cíl poskytnout základní informace z odvětví cestovního ruchu (turismu) a regionálního rozvoje a soustředí se na oblasti, které s těmito tématy úzce souvisí. Tato kapitola, mimo jiné, vymezuje základní pojmy týkající se cestovního ruchu a regionálního rozvoje.

#### 2. 1. 1. Definice cestovního ruchu

Definici cestovního ruchu chápe každý různě, neexistuje žádná shoda názorů. Navzdory tomu, že téměř každá instituce rozumí pojmu cestovní ruch jinak, jejich myšlenky se ubírají stejným směrem. Již několik autorů se snažilo definici cestovního ruchu shrnout, a i když je každá z jejich definic jiná, všechny mají stejné jádro, které cestovní ruch formulují (Shrestha, 2015).

Cestovní ruch můžeme vysvětlit jako souhrn jevů a vztahů vyplývajících z interakce turistů, obchodních dodavatelů, hostitelských vlád a hostitelských komunit v procesu přilákání a hostování turistů a dalších návštěvníků (McIntosh a Goeldner, 1986).

Jasnější definice pojmu cestovní ruch vznikla v roce 1991 na mezinárodní konferenci v Ottavě, kterou uspořádala Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) a pojem vymezila jako:

*„Cestovní ruch zahrnuje činnosti osob, které cestují na místo mimo jejich trvalé bydliště a pobývají zde nejvýše do jednoho roku pro rekreační, obchodní a jiné účely, které nesouvisí s vykonáváním výdělečné činnosti v navštíveném místě“* (World Tourism Organisation, 2011).

Cestovní ruch je široký pojem, který je obsáhlý a rozvětvený. Jedná se o osoby, které cestují na přechodnou dobu mimo jejich trvalé bydliště, přičemž se jako přechodná doba bere nejvýše jeden rok, jedná-li se o mezinárodní cestovní ruch a nejvýše šest měsíců, jedná-li se o domácí cestovní ruch (Foret, 2014).

Nelze zaměňovat pojmy cestovní ruch a cestování. Cestování je široký pojem, který zahrnuje i cestu do práce či do školy (Kulhánek et al., 2006).

### **2. 1. 2. Typologie cestovního ruchu**

Můžeme se setkat s pojmem „typologie cestovního ruchu“, ale i s pojmem „klasifikace cestovního ruchu“, avšak v praxi mají stejný význam (Kotíková, 2013). Hesková (2006) se přiklání k rozdělení na druhy a formy cestovního ruchu. Formy se člení dle podmínek, ve kterých je cestovní ruch realizován, jedná se o organizovaný či krátkodobý cestovní ruch. Druhy souvisí s pobídkou k účasti na cestovním ruchu, jedná se tedy o motivaci. Můžeme hovořit například o sportovním, rekreačním či kulturně poznávacím cestovním ruchu. K tomuto členění se, mimo jiné, přiklánějí také Pásková & Zelenka (2002), Čertík (2001) či Francová (2003).

Ne všichni autoři se shodují a ve vymezení cestovního ruchu na formy a druhy se jejich názory rozcházejí. Jak se často uvádí ve starší literatuře, jsou formy rozčleněny dle motivu účasti a druhy zase dle podmínek. Oproti tomu zahraniční autoři toto členění vůbec nepoužívají (Kotíková, 2013).

V rámci porovnávání v oblasti přeshraniční i mezinárodní spolupráce se místo forem a druhů využívají tzv. typy cestovního ruchu, které zohledňují všechna významná hlediska, na základě nichž se odlišuje účastník na cestovním ruchu.

Jedním z významných kritérií, podle kterých se člení typy cestovního ruchu, jsou hlavní pohnutky, které vedou účastníky podílet se na cestovním ruchu. Jedná se o motivaci a motivy účasti na cestovním ruchu. Lze je dělit na:

#### a) Sportovní cestovní ruch

Řadí se sem aktivní a pasivní sportovní cestovní ruch. Aktivní je vymezen přímou účastí na sportu, zatímco v pasivním se jedná o sportovní fanoušky, tedy o osoby, které se přímo neúčastní na sportovní aktivitě. K účasti podněcuje potřeba udržet či zlepšit si fyzickou kondici anebo zdokonalování sportovních dovedností.

#### b) Pracovní cestovní ruch

Do této kategorie se řadí obchodní, kongresový, incentivní cestovní ruch a cestovní ruch veletrhů a výstav. Vymezuje se tím, že se uskutečňuje během pracovní doby účastníků.

#### c) Kulturně poznávací cestovní ruch

Jedná se o výchovně vzdělávací funkci, přičemž se tento cestovní ruch orientuje hlavně na historii, tradice, kulturu a zvyky nejen vlastního národa, ale i národa v jiných zemích.

#### d) Rekreační cestovní ruch

V příhraničí se jedná o nejvíce vyskytovaný motiv, který pohání účastníky k cestovnímu ruchu. Jedná se o aktivní (sportovní aktivity) i pasivní odpočinek sloužící k obnově fyzických i psychických sil osob.

#### e) Zdravotně orientovaný cestovní ruch

Účastníky motivuje zlepšení svého zdravotního stavu v lázeňských a rekreačních střediscích. Dodržování určitých programů (například relaxačních) a stravy s mnoha dalšími faktory vedou k zotavování, zdravotní prevenci i ke zlepšení zdravotního stavu.

#### f) Vzdělávací cestovní ruch

Stejně jako kulturně poznávací cestovní ruch plní vzdělávací funkci, avšak hlavní cíl tohoto cestovní ruchu je vzdělávání, kvůli kterému se uzpůsobuje i program. Jedná se o cestovní ruch zaměřený na vylepšení jazykové úrovně a podobně.

#### g) Společenský cestovní ruch

Popudem na účasti společenského cestovního ruchu je návštěva přátel a příbuzných, návštěva nejrůznějších společenských událostí, ale i různé klubové aktivity privátních skupin. Důvodem je komunikace a navázání společenských styků.

#### h) Poutní (náboženský) cestovní ruch

Účastníky lákají především objekty a místa s církevně náboženskou historií. Rozumí se tím církevní památky, poutní a posvátná místa a další pamětihodnosti, které se spojují s církevně náboženskými událostmi.

#### i) Cestovní ruch orientovaný na poznávání přírodních krás

Návštěvníci míří do CHKO a přírodních rezervací, národních parků či jiných přírodních úkazů s cílem poznání okolních krás přírody. Zařadit sem lze i ekoturistiku, v níž se účastníci snaží být ohleduplní k přírodě.

#### j) Adrenalinový cestovní ruch

Motivátorem jsou „životu nebezpečné“ aktivity jako jsou sjezdy divokých řek, horolezectví, extrémní lyžování, potápění se žraloky a další adrenalinové sporty.

#### k) Specificky orientovaný cestovní ruch

Do tohoto typu se zahrnují například cesty státních reprezentantů anebo reprezentantů veřejnoprávních korporací do zahraničí, kdy se hovoří o tzv. politickém cestovním ruchu. Dalším specifickým motivem pro cestování je „nákupní cestovní ruch“ spojený s cestami za výhodným nákupem (Jetmar, 2007).

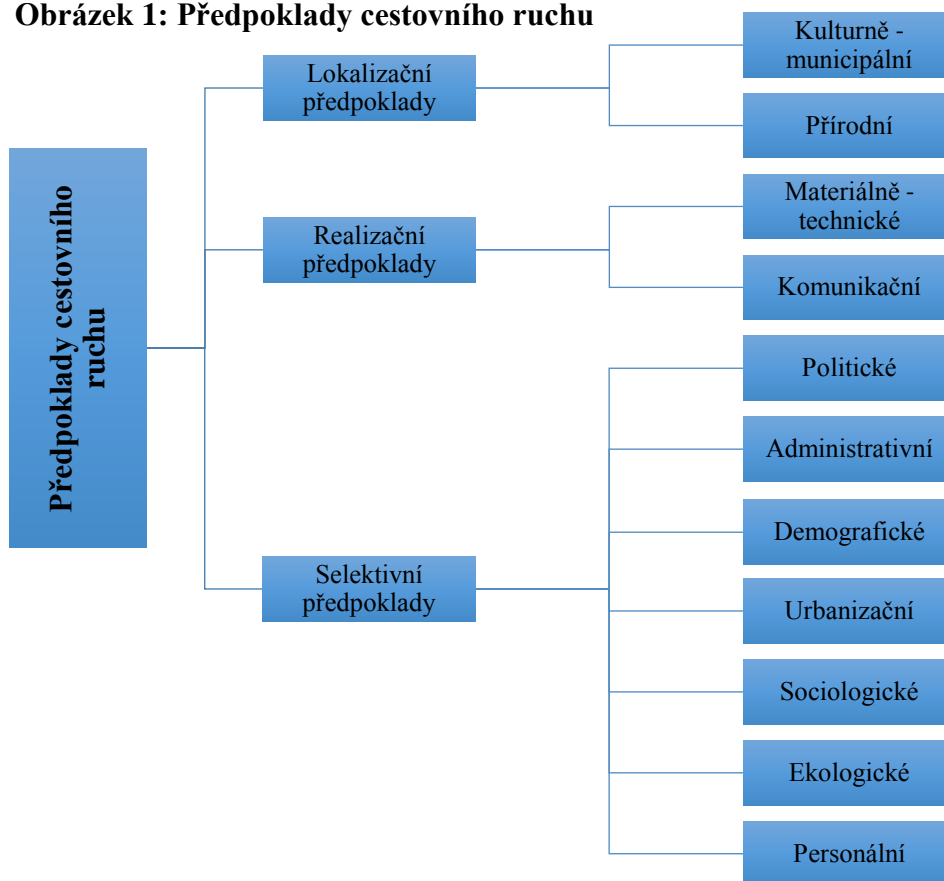
Je zřejmé, že se názory autorů v typologii cestovního ruchu rozcházejí. Co se týče definice forem a druhů, vezmeme-li však v potaz například sportovní cestovní ruch, jeho definice je pak u všech autorů stejná, ať už z pohledu druhu, anebo formy. Obdobně tomu je u všech „typů“ cestovního ruchu.

### 2. 1. 3. Předpoklady cestovního ruchu

Mariot (1983) uvádí tři základní členění předpokladů cestovního ruchu. Jedná se o lokalizační, selektivní a realizační předpoklady.

Ve výkladovém slovníku se předpoklady charakterizují jako soubor přírodních a antropogenních hledisek s ohledem na další úroveň, které formují předpoklady potřebné k utváření turismu (Pásková a Zelenka, 2002).

**Obrázek 1: Předpoklady cestovního ruchu**



*Zdroj: Pásková a Zelenka, 2002*

#### 2. 1. 3. 1. Lokalizační předpoklady

Lokalizační předpoklady cestovního ruchu lze rozčlenit na přírodní předpoklady a kulturně-historické předpoklady.

Přírodní předpoklady určují kvalitu prostředí, čímž určují i vhodnost pro využitelnost v cestovním ruchu. Úzce souvisí s rozvojem cestovního ruchu na daném místě, tudíž

ve značné míře ho i ovlivňuje. Do přírodních předpokladů řadíme flóru, faunu, kvalitu vzduchu, vodstvo, klima, přírodní atraktivita a reliéf.

Kulturně-historické předpoklady jsou na rozdíl od přírodních předpokladů vytvořené člověkem. Pokud jsou umístěny v prostorech, ve kterých dochází k funkčnímu využití i jinými formami cestovního ruchu, pak se jejich využitelnost a i význam zvyšuje. Jedná se o lidové tradice, folklór, umění, strukturu institucí státní a místní správy a samosprávy a lidmi vytvořené atraktivita (Foret, 2014).

### **2. 1. 3. 2. Realizační předpoklady**

Realizační předpoklady jsou nedílnou součástí pro fungování cestovního ruchu a je zapotřebí, aby doplňovaly již zmíněné lokalizační předpoklady, přičemž představují jakousi paletu činností a služeb. Realizační předpoklady lze vyjádřit i pod pojmem materiálně-technické základny a mezi tyto předpoklady lze zařadit dopravní a další technickou infrastrukturu, dále turistickou infrastrukturu (ubytovací a stravovací zařízení), zábavná a sportovní zařízení (různé kluby, sportovní infrastruktura) a další turistické služby, jako jsou ty zprostředkovatelské, organizační a ostatní skupiny služeb související s cestovním ruchem. Realizační předpoklady zpravidla slouží nejen návštěvníkům a turistům, ale i místnímu obyvatelstvu (Foret, 2014).

### **2. 1. 3. 3. Selektivní předpoklady**

Mají vliv na rozvoj a formování cestovního ruchu. Jsou to především socioekonomické zdroje, předpoklady a možnosti, které působí na nestejnou intenzitu účastníků na cestovním ruchu a rekreaci. Různí autoři odborné literatury je třídí odlišně, autoři Toušek et al. (2008) rozděluje selektivní předpoklady na demografické faktory, urbanizační faktory, ekonomické faktory, sociálně-kulturní a sociálně-politické faktory (Foret, 2014).

Předpoklady cestovního ruchu se člení do třech základních skupin, které nesmí být opomíjené a jsou nedílnou součástí nejen cestovního ruchu, ale i dalších odvětví, zejména pak pro rozvoj těchto odvětví.

### **2. 1. 4. Ekonomické přínosy cestovního ruchu**

Cestovní ruch je na třetím místě, co se týče výše ekonomických přínosů, nachází se hned za obchodem s ropou a ropnými produkty a automobilovým průmyslem. K důležitým přínosům patří tvorba nových pracovních příležitostí, čímž zvyšuje zaměstnanost, vyrovnává platební bilanci a napomáhá k investičním aktivitám (Foret, 2014).

K přínosům cestovního ruchu můžeme řadit také podporu malého a středního podnikání, podíl na HDP, zvýšení vzdělanosti obyvatel, tvorbu devizových rezerv státu apod. Je reprezentován největším počtem lidí, kteří cestují za účelem rekreace a poznání. Na rozvoj má vliv rozvoj dopravy, infrastruktury, hospodářský růst, růst životní úrovně obyvatel a motivace cestovat, která se stále zvyšuje (Přichystalová, 2011).

Dle statistického úřadu tvořil cestovní ruch v roce 2015 podíl 2,8 % na hrubém domácím produktu (tj. 126 323 mil. Kč) a zaměstnával 228 tisíc osob, což je meziročně o 1,2 % více. Částky 250 miliard korun dosáhl celkový objem výdajů za cestovní ruch na území České republiky (Český statistický úřad, 2017a). Podíl na hrubé přidané hodnotě byl 2,7 %, celková částka činí 109 902 mil Kč (Český statistický úřad, 2017b).

Turismus je dynamické odvětví, jehož význam neustále roste a láká čím dál více účastníků, čímž přispívá ekonomice a vytváří nové pracovní příležitosti. Není pochyb o tom, že se zde ukrývá velký potenciál.

## **2. 1. 5. Teorie hraničního regionu a vymezení destinace cestovního ruchu**

### **Hraniční region a jeho definice**

Oblast, která se nachází v bezprostřední blízkosti hranic, a kterou hranice ovlivňují, se nazývá hraniční region, často označován jako příhraniční či pohraniční region. Několik hraničních regionů se označuje jako pohraničí či příhraničí.

Regiony můžeme rozdělit dle objektivních vlastností, což jsou regiony homogenní, tedy podobné regiony, dle subjektivních přístupů, které jsou vymezeny dle vnímání obyvatel a také dle pragmatického hlediska. Pragmaticky vymezené regiony jsou takové, které jsou vymezené pro určitý cíl, jsou to tedy administrativní jednotky nebo plánovací regiony. Spadají sem tzv. způsobilé oblasti s účelem programování podpory přeshraniční spolupráce v rámci Evropské Unie (Dokoupil, 2004, In Jeřábek et al., 2004).

Hranice a hraniční regiony lze rozdělit dle kvalitativního kritéria (prostupnosti) na:

- uzavřené,
- částečně otevřené,
- značně otevřené,
- otevřené (Branda, n. d.).

## Vymezení destinace cestovního ruchu

Destinace se chápe jako soubor služeb, které se poskytují v určitém místě či oblasti a jsou svázány s potenciálem cestovního ruchu tohoto místa či oblasti. Tento potenciál reprezentuje podstatu destinace a hlavní motivační stimul návštěvníka. Velikost a charakter destinace se určuje na základě základních a odvozených nabídek destinace, kdy je důležitá i strana poptávky. Na stranu poptávky působí motivační stimul k cestě a vzdálenost mezi místem bydliště a destinací.

Destinace nemusí být nutně vnímána pouze jako fyzický díl, ale i jako nehmotný. Pod již zmíněnou nehmotnou sociálně-kulturní složku lze zařadit historii, tradice a obyvatelstvo. Neoznačuje pouze to, co skutečně existuje, ale označuje i to, co je v myslích klientů (Palatková, 2007).

Beritelli (2009) definoval destinaci tak, že cílem je zeměpisná oblast sestávající z infrastruktury a všech služeb potřebných pro pobyt specifických segmentů turistů a cestovního ruchu. Destinace jsou konkurenceschopné jednotky příjezdového cestovního ruchu, a proto jsou důležitou součástí produktu cestovního ruchu.

I když se pro hraniční region používá více názvů, není pochyb o tom, co představuje. Práce se však zabývá i otázkou členění regionů, což je poměrně široké téma, neboť je lze členit dle několika kritérií, které se dále větví. Vše záleží jen na úhlu pohledu, z něhož literatura na region pohlíží. Dokonce i destinace cestovního ruchu je vnímána z vícero úhlů. Ostatně se nejedná o žádnou výjimku, stejně tomu tak je u většiny definic, které jsou s cestovním ruchem spjaté.

### 2. 1. 6. Východiska (teorie) regionálního rozvoje

Teorie regionálního rozvoje mají poznávací funkce, na základě kterých je chápáno působení faktorů, subjektů, mechanismů a podobně. Teorie regionálního rozvoje by neměly být opomíjené, neboť jsou východiskem pro utváření adekvátní regionální politiky nebo regionální rozvojové strategie (Woukoun, Malinovský a kol., 2008).

Vzhledem k tomu, že se těchto teorií vytvořilo větší množství, lze je třídit podle několika možností. Většinou bývají rozděleny do dvou základních skupin, jsou to **konvergenční teorie a divergenční teorie**. Konvergenční teorie neboli teorie regionální rovnováhy předpokládají, že cílem regionálního rozvoje je snižování rozdílů mezi jednotlivými regiony. Divergenční teorie neboli teorie regionální nerovnováhy, jak už vyplývá z názvu, si kladou za cíl prohloubit regionální rozdíly. Za hlavní odlišnost těchto dvou teorií lze

považovat rozdílnou rovnováhu, která klade důraz na diferenční a nivelizační mechanismy (Blažek, 1999).

Ačkoliv je členění na konvergenční a divergenční teorie považováno za základní, setkáváme se s nejednoznačnou definicí a dochází k rozdílnému chápání časového horizontu, ve kterém se konvergence a divergence uplatňuje. Avšak je obecně známo, že teorie regionální rovnováhy pracuje s delšími časovými horizonty než teorie regionální nerovnováhy (Blažek, Uhlíř, 2011).

Teorie se snaží přednostně o vytvoření hierarchie rámců, vývojových tendencí, určení a podchytení mechanismů a procesů regionálního rozvoje, rozpoznání rolí hlavních činitelů a jejich autonomie, vazeb a pozic, ze kterých zapojené subjekty vnímají a interpretují realitu (Woukoun, Malinovský a kol., 2008).

Teorie se mohou lišit dle různých skutečností, klíčový je však úhel pohledu. Většina obsahuje náznak induktivních i deduktivních přístupů. Pro příklad lze uvést Markusen (1985), která dělí teorie na induktivní a deduktivní a dále na teorii zdůrazňující stranu poptávky a stranu nabídky.

Jako další způsob rozdělení teorií je použitý metodologický přístup, kdy se nejvíce osvědčil pozitivismus (použit v lokalizační teorii), přístupy ovlivněné hermeneutikou (využity v teorii výrobních okrsků), strukturalismus (v regulační teorii) a kritický realismus, který se vyskytuje v teorii prostorových dělb práce. Hlavní inspirační zdroj představuje dělba teorií z ekonomického hlediska. Dále se teorie mohou členit dle keynesiánské, neomarxistické, neoliberalní a institucionální teorie.

Mezi teorie, které se člení z ekonomického směru, se řadí například neoklasické teorie regionálního rozvoje, marxistické teorie regionálního rozvoje, teorie ziskových cyklů, teorie skupiny jádro-periferie, kriticko-realistické teorie, neomarxistické teorie regionálního rozvoje, neoliberalní teorie regionálního rozvoje, teorie regionálního rozvoje inspirované institucionálními přístupy a jiné (Woukoun, Malinovský a kol., 2008).

Jakkoliv je dělení teorií rozsáhlé, lze je vždy vymezit do dvou základních skupin, na teorie konvergenční a divergenční. Tím nemá být chápáno, že další rozdělení není důležité. Na všechny teorie regionálního rozvoje musí být pohlíženo se stejnou vahou, neboť jsou klíčové k utváření strategií a pro utváření adekvátní regionální politiky.



## **2. 1. 7. Regionální politika a politika cestovního ruchu**

### **Regionální politika a její definice**

Vzhledem k tomu, že existuje několik definic pro regionální politiku, nelze najít jednotnou všeobecnou terminologii. Ale přesto lze regionální politiku definovat jako soubor cílů, opatření a nástrojů, které vedou ke snížení velkých rozdílů v socioekonomické úrovni regionů, jak ji také definují Vanhove a Klaassen (1987) a Hall (1992). Tito autoři tvrdí, že se jedná o veškeré veřejné zásahy, které si kladou za cíl zlepšení geografického rozložení ekonomických činností. Zjednodušeně řečeno se jedná o činnosti vedoucí k dosažení dvou na sebe závislých cílů jako je ekonomický růst a vylepšení sociálního rozložení ekonomických efektů.

Již zmínění autoři v rámci ekonomických činností rozlišují několik fází:

- zkoumání regionálních problémů a jejich původu,
- stanovení cílů (nejlépe kvantifikovatelných),
- určení strategie,
- identifikace vhodných nástrojů,
- kontrola použité politiky.

Regionální politiku lze vymezit jako určitou činnost usilující o postupné vyřazení negativních dopadů na teritoriálně nerovnoměrný ekonomický rozvoj a již probíhajících strukturálních změn. Snaží se o to, aby došlo k co nejefektivnějšímu využívání zdrojů a omezení působení tržního mechanismu, jehož důsledky nejsou vhodné pro společnost z ekonomických, sociálních a jiných důvodů.

V praxi se často zaměřuje regionální politika a územní plánování, nejedná se však o totéž, územní plánování se orientuje na materiální (technické) řešení území (Woukoun, Malinovský a kol., 2008).

Faktory způsobující regionální problémy:

- nízká pohyblivost pracovní síly a kapitálu,
- vzdálenost mezi regiony,
- omezené přírodní zdroje,
- nevhodná struktura ekonomiky v regionu
- psychologické faktory,
- nízká úroveň vzdělanosti apod. (Woukoun, Malinovský a kol.).

## **Politika cestovního ruchu a její definice**

Jelikož je cestovní ruch vázán na místo, tedy k regionu svého vzniku, podporuje tak stabilitu místních i regionální ekonomik. Je stále více a více významnější v oblasti regionální politiky, neboť je největším tvůrcem pracovních míst. Díky tomu, že se počet turistů stále navyšuje, řadí se mezi největší exportní odvětví a je také významným v oblasti investičních aktivit.

Cestovní ruch je v oblasti ekonomiky takřka nepostradatelný, ale i přesto nelze přesně určit jeho celkový ekonomický přínos. Je to zejména z důvodu toho, že některé oblasti ekonomik poskytují služby a produkty účastníkům cestovního ruchu, ale i místním obyvatelům. Na druhou stranu i účastníci cestovního ruchu spotřebovávají produkty a služby nesouvisející s cestovním ruchem.

Cíle politiky cestovního ruchu spadají nejen do oblasti ekonomiky, ale i do oblasti společenské a ekologické. Cestovní ruch, díky předpokládanému stabilnímu ekonomickému vývoji, vytváří dobré podmínky v oblasti ekonomiky, která se dokáže lépe bránit strukturálním problémům. Pro regiony se špatnou ekonomikou je důležitý kvantitativní růst daného regionu, který pomáhá vytvořit multiplikační efekt. Regionům, jež řeší vysokou nezaměstnanost, napomáhá cestovní ruch při tvorbě nových pracovních míst s využitím nízkých nákladů. Tato politika se také řadí, a je jejich významnou součástí, do strategií regionálního rozvoje, národního rozvojového plánu, regionálních rozvojových strategií a programů rozvoje krajů a strategií rozvoje měst a obcí, neboť důležitým nástrojem regionální politiky jsou mimo jiné i dotační programy na podporu cestovního ruchu (Woukoun, Malinovský a kol., 2008).

Freyer (1998) charakterizuje politiku cestovního ruchu jako účelové a plánované ovlivňování a vytváření turistické reality a budoucnosti za pomoci různých činitelů.

Kaspar (1996) chápe tuto politiku jako cílenou podporu a tvorbu cestovního ruchu, která je realizována stimulací vztahů významných pro cestovní ruch různými institucemi. Těmito institucemi se rozumí veřejnoprávní instituce, soukromo-právní instituce a volně seskupené zájmové skupiny, které jsou nositeli této politiky.

Výkladový slovník cestovního ruchu charakterizuje politiku cestovního ruchu jako soustavnou činnost, která sleduje stanovené cíle a s pomocí různých nástrojů a nositelů, ať už státních či soukromých. Plánuje, reguluje a tvoří skutečnosti týkající se cestovního ruchu. Politika cestovního ruchu má několik základních pojetí. Rozlišuje

liberální politiku, konceptuálně-dogmatickou, pragmatickou a integrovanou politiku cestovního ruchu. Politiku lze členit i dle území, přičemž se rozlišuje komunální, regionální, státní a nadregionální politika cestovního ruchu.

Rozlišuje se i anticyklická politika cestovního ruchu, která omezuje vlivy cyklických výkyvů v socio-ekonomickém vývoji (Pásková a Zelenka, 2002).

Regionální politika si klade za cíl dosahování cílů tím nejefektivnějším využitím zdrojů a eliminuje negativní dopady působící na tržní mechanismus. Cestovní ruch je důležitý v regionální politice zejména díky utváření nových pracovních míst a řadí se mezi největší exportní odvětví, přičemž nelze vyčíslit jeho přesný ekonomický přínos. Politika cestovního ruchu cíleně ovlivňuje turismus prostřednictvím různých institucí a nástrojů.

## **2. 2. Vznik a význam partnerství v cestovním ruchu**

### **Pojem partnerství**

Tento pojem může být chápan z mnoha úhlů a zasahuje nejen do ekonomické, sociální a komunikační sféry. V rámci partnerství v marketingovém řízení destinace je chápáno jako spolupráce destinací se společnými zájmy, záměry a cíli, které se spojily v rámci dlouhodobého a strategického partnerství. Partnerství probíhá v rámci dobrovolnosti, rovnosti a věcného zhodnocení výhod pro všechny zainteresované strany, snaží se o naplnění svých cílů, a tak také jednají. Oběma stranám plynou určité přínosy jako je vzájemné poskytování či využívání zdrojů (finančních, materiálních, informačních či lidských). Pojem partnerství je často zaměňován s pojmem spolupráce (či partnerská spolupráce). Spolupráce je však obsáhlejší pojem, který neoznačuje pouze partnerství, ale spadá sem i kooperace, součinnost a vzájemné vztahy (Palatková, 2011).

Na spolupráci se dá pohlížet nejen z marketingového úhlu, jak je popsáno výše, ale také v rámci udržitelného rozvoje cestovního ruchu a jeho realizace. Hovoří se o spolupráci místní samosprávy a komunity, podnikatelů, státní administrativy a v neposlední řadě asociací a různých zájmových skupin (Pásková a Zelenka, 2002).

Hesková (2006) rozděluje spolupráci, bez které nelze uskutečnit některé typy produktů, na horizontální a vertikální. Zatímco vertikální zkoumá pohyb produktů mezi odběratelem a dodavatelem, horizontální zkoumá pohyb produktů mezi subjekty nacházející se na stejné úrovni.

Jak je možné dočíst se v různé literatuře, staví se k tomuto pojmu každý jinak a také ho jinak definuje, avšak jádro zůstává stejné. i když se hovoří o partnerství, spolupráci, přeshraniční spolupráci anebo o partnerské spolupráci, základ zůstává stejný a v rozvoji cestovního ruchu je významným faktorem.

### **Vznik a důvody vzniku partnerství**

K prosperující přeshraniční spolupráci je nutné splnit několik vnějších podmínek:

- euroregiony jsou životaschopné pod dozorem náležitých států,
- podpora za pomoci decentralizovaných podpůrných prostředků,
- podpora přeshraniční spolupráce parlamentem (Jeřábek et al., 2004).

Setkáváme se nejen s vnějšími, ale i s vnitřními podmínkami:

- na hranicích se nachází větší centra (po obou stranách), ve kterých se nacházejí vlivné potenciály jako ekonomický, kulturní a personální,
- podobnost v oblasti historie, kultury, politiky, ale i „fyzická blízkost“,
- společná vize vedoucí ke společným cílům,
- vzájemná pomoc při odstraňování nedostatků (Drgoňa, 2001).

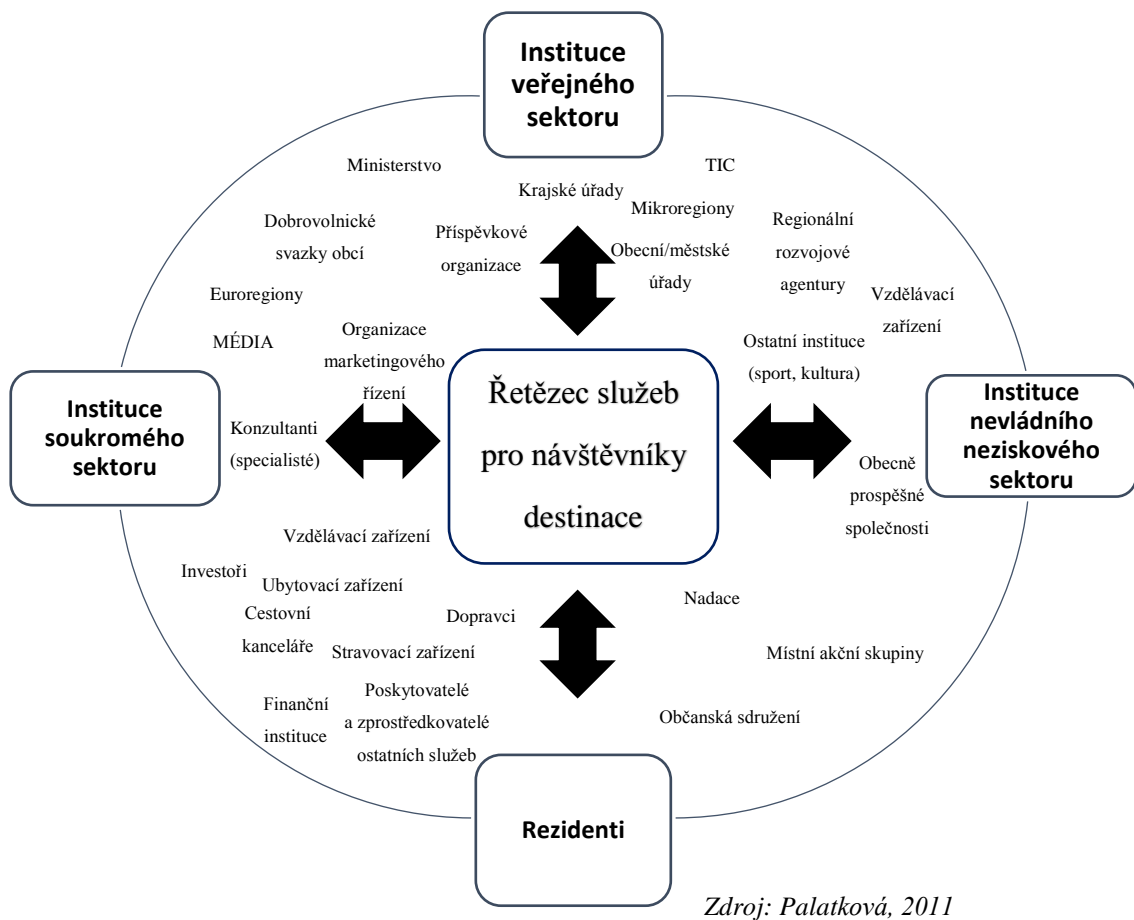
Partnerství vzniká s cílem snížení nákladů a zvýšení hodnoty (produktu) destinace pro zákazníka. Uzavírá se především z důvodu toho, že každá ze zapojených stran dovede něco jiného a strany se tedy snaží o zvýšení efektivity spojováním silných stránek a schopností jednotlivých činitelů. Důvodem uzavírání partnerství je nejen tok finančních prostředků, ale i snížení rizik rozdělením mezi partnery, kteří se dělí také o svůj profit (Palatková, 2011).

Partnerství může vzniknout mezi institucemi spadajícími do národního hospodářství, ale také mezi různými typy těchto subjektů. Instituce by měly při uzavírání partnerství brát v potaz právní formu, způsob financování a cíle (Palatková, 2011).

Ve spolupráci či partnerství se lze setkat s „efektem černého pasažéra“. Dle Palmera (1996) se jedná o subjekty, které se nepodílí na vytváření marketingových privátně-veřejných aliancí, ale přesto mají z této propagace zisk. Spolupráce v této oblasti si klade za cíl zlepšení image destinace, podporu investic do cestovního ruchu, dosažení sociálních cílů či vytváření příjmu pro místní úřady. Spolupráce mezi privátními a veřejnými sektory je důležitá, neboť si mohou poskytovat konkurenční výhody (vstup na trh, veřejnou infrastrukturu, know-how).

Jak naznačuje schéma obrázek 2 „Vybrané subjekty partnerství v marketingovém řízení destinace“, instituce tvoří mezi sebou různé formy partnerství, avšak není možné u všech organizací určit právní formu či sektor. Partnerství se uzavírá mezi těmito organizacemi, ale i mimo cestovní ruch. Jedná se o oblast zemědělství a výroby produktů typických pro danou destinaci či produktů, bez kterých se určité aktivity v destinaci neobejdou, jako je sportovní vybavení potřebné ke sportovním událostem (Palatková, 2011).

**Obrázek 2: Vybrané subjekty partnerství v marketingovém řízení destinace**



Dalšími důvody vzniku partnerství jsou ekonomické důvody, jako jsou úspory z rozsahu, poskytování kvalitnějších služeb a zvýšení hodnot pro klienty za pomoci zvýšení kvality produktů, zvýšení image destinace či snížení nákladů, a tím i cen. Motivace, které vedou ke vzniku partnerství, jsou také splnění cílů a záměrů destinace, podpora prodeje, navýšení vyjednávacích sil a zlepšení vyjednávací pozice, přístup k finančním prostředkům jako jsou granty a dotace, nabídka širšího řetězce služeb a druhů zboží, vyšší mezní užitek návštěvníků destinace a rezidentů anebo získání know-how od svých partnerů či výměna zkušeností a využití distribučních cest, které jsou společné. (Palatková, 2011).

## **Význam partnerství v destinacích cestovního ruchu**

Partnerství je důležité zejména v jednotlivých krocích marketingového řízení destinace, neboť v každém kroku je potřebná spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem, ale i mezi subjekty soukromého sektoru. Vzhledem k tomu, že žádný subjekt neumí všechno, pak partnerství umožňuje využití kompetencí a předností těchto subjektů veřejného a soukromého sektoru a i rezidentů. Dá se říci, že je partnerství nejdůležitější především při tvorbě produktu a cenové politice, které spadají do marketingového mixu. (Palatková, 2011).

Je pošetilé domnívat se, že rozvoj cestovního ruchu v destinaci je závislý pouze na přírodních a kulturně-historických předpokladech, neboť je nutné o ně pečovat, což vyžaduje spolupráci mnoha subjektů. Tyto subjekty z odvětví cestovního ruchu přispívají k rozvoji, posilují konkurenceschopnost, přináší finanční prostředky a podobně (Vystoupil et al., 2007).

Je zřejmé, že každý subjekt uzavírající partnerství je poháněn jinou motivací. Důvodů pro uzavření partnerství je nespočetné množství, každý důvod má však obrovský význam, a to nejen pro subjekty, které toto partnerství uzavírají, ale tato „činnost“ se dotýká i dalších subjektů, které nutně nemusí být součástí partnerství. Subjekty na dosavadní, ale i nová partnerství berou zřetel a přiklání mu stále větší pozornost, neboť je klíčové i pro jejich další rozvoj.

### **2. 3. Identifikace dvoustranné spolupráce měst**

Tato kapitola seznamuje s jednotlivými formami partnerství, vymezuje základní principy partnerství a podporu bilaterální spolupráce ze strany Evropské unie.

#### **2. 3. 1. Principy partnerství**

Existuje velké množství institucí, které mohou uzavřít partnerství. V souladu s marketingovým řízením destinací lze za základní považovat:

- koncepčnost – plnění cílů, které vycházejí z politik, koncepcí, strategií a plánů partnerů, snaha o dosažení strategických cílů, určení těchto cílů a úloh, charakterizování výnosů pro jednotlivé subjekty,
- kooperace – snaží se o uchování důvěry a odpovědnosti mezi partnery a i dalšími subjekty, které nejsou součástí partnerství, základem je tedy dobrovolnost,

- komunikace – založená na úzké komunikaci, která obsahuje přijetí kritiky, budování neformálních vztahů a otevřenosti komunikace,
- kreativita a inovace – je třeba při volbě partnerů, řešení různých problémů, tvorbě produktů apod.,
- koordinace – uvedení do vzájemných souladů politik, koncepcí a aktivit všech subjektů, dále rozdělení rolí či respekt k názorům a zájmům těchto subjektů,
- komparace – tímto principem se rozumí sledování trendů, jejich analýza a porovnávání a vzdělávání, přičemž obsahem komparace jsou i různé techniky srovnávání,
- koncentrace – soustředění na stanovené cíle a jejich naplnění, rozdělení společných finančních a dalších prostředků potřebných k naplnění cílů,
- komplexnost – je zapotřebí vzít v potaz všechny přínosy, náklady a rizika, které mohou vzniknout z partnerství, jak v jeho počátku, tak i v jeho průběhu (Palatková, 2011).

#### **Deset principů prosperující spolupráce:**

- určení přínosů nejen pro obce, ale i občany a určení očekávání aliance,
- vymezení předpokladů a nároků na udržení aliance,
- rozvážné zvolení partnera,
- zvolení směru dalšího vývoje partnerství,
- získání opory u vedení města a v zastupitelstvu,
- účast i dalších subjektů situovaných ve městě a jejich spolupráce,
- účast občanů měst (veřejnosti),
- získání finančních prostředků,
- zajištění personálního týmu, který má na starosti aktivity, projekty a administrativu,
- dobrovolnost a nadšení pro věc (Hůlková et al., 2012).

Principy partnerství by se daly vymezit jako taková „pravidla“, podle kterých by se měli řídit partneři při navazování partnerství nových, ale také během dalšího rozvoje. Tato pravidla v podstatě vychází z logického uvažování a jsou nedílnou součástí zdravého partnerství.

### **2. 3. 2. Formy partnerství v cestovním ruchu**

Ani v rámci cestovního ruchu nelze stanovit úplný seznam forem partnerství, může se jednat například o partnerství subjektů turismu, ale i mimo turismus, dále o krátkodobé či dlouhodobé anebo partnerství s majetkovou či bez majetkové provázanosti. Mezi nejdůležitější partnerství se však řadí partnerství veřejného a soukromého sektoru, institucionální a čistě smluvní partnerství, meziorganizační vztahy – horizontální a vertikální partnerství a dále clustery (Palatková, 2011).

#### **Partnerství veřejného a soukromého sektoru**

Veřejný sektor není schopný plánovat a realizovat marketingové strategie a podobné projekty, umí však vytvářet a realizovat zboží a služby. Veřejný sektor se snaží podporovat soukromý sektor, návštěvníky a obyvatele dané destinace i přesto, že zájmy jednotlivých skupin nemusí být v souladu. Partnerstvím mezi veřejným a soukromým sektorem se snaží o tvorbu konkurenčního prostředí mezi soukromým sektorem. Veřejný sektor si stanoví své cíle, určí kvalitu služeb, cenovou politiku a kontroluje dosahování cílů. V ČR existuje několik forem partnerství veřejného a soukromého sektoru:

- smluvní vztah o poskytování veřejných statků mezi veřejnou správou a soukromým subjektem (veřejný sektor si vybírá z nabídek soukromých subjektů, kdy návštěvník i rezident platí za užití těchto veřejných statků),
- pronájem veřejného podniku (nemocnice, divadlo, kulturní a sportovní zařízení),
- společný podnik (propojení veřejného a soukromého sektoru, např. veřejná hromadná doprava),
- koncese (veřejný sektor povolí některou činnost, např. taxislužba, dodávka vody),
- licence (údržba městské zeleně, zásobování elektřinou),
- franchising,
- financování veřejné investice ze soukromých zdrojů (využita při kapitálově náročných investicích, např. dopravní infrastruktura a energetika, kdy soukromý sektor investici spravuje a vybírá poplatky za využití),
- leasing (například na dopravní prostředky, kdy si jej obce nemohou dovolit),
- subvence a granty soukromým subjektům (tok peněz od veřejného sektoru do sektoru soukromého, např. kulturní a sociální služby),
- dočasná výpomoc orgánům veřejné správy od jiného subjektu (soukromý sektor poskytuje zařízení či odborné pracovníky, aby se snížily náklady na veřejné služby – kulturní a sportovní služby, zdravotnictví, vnitřní správa),



- finanční výpomoc (veřejný sektor poskytne peníze soukromému sektoru, pokud se vyskytl v potížích a poskytuje veřejné statky ve veřejném zájmu – sociální a komunální služby),
- zapojení dobrovolníků (zapojení rezidentů do poskytování veřejných služeb, např. dobrovolní hasiči, společenské kluby, uklízení obce apod.) (Palatková, 2011).

Dle Vystoupila et al. (2007) je za primární odvětví spolupráce považováno zvýšení atraktivity destinace, zvýšení efektivity marketingu, zvýšení produktivity a zvýšení managementu destinace.

### **Institucionální a smluvní partnerství**

Nejen institucionální, ale i smluvní partnerství je důležité při utváření partnerství ve veřejném či soukromém sektoru.

Institucionální partnerství se zakládá většinou v rámci majetkového propojení jednotlivých partnerů, například majetek ve společném vlastnictví.

Čistě smluvní partnerství se zakládá na smlouvách mezi partnery, může se jednat například o smlouvu o nájmu podniku či smlouvu o zprostředkování anebo konsorcium. Lze zde rozlišovat koncesní model a model, kdy soukromý sektor provozuje infrastrukturu pro sektor veřejný. V koncesním modelu se jedná o vztah, kdy návštěvník (uživatel některé služby) hradí za tyto služby přímo soukromému sektoru jako je stravování či ubytování. Ve druhém modelu veřejný sektor platí za služby soukromému sektoru, jedná se například o TIC – Turistická informační centra (Palatková, 2011).

### **Meziorganizační vztahy – horizontální a vertikální partnerství**

V praxi slouží pro zvýšení přidané hodnoty produktu pro klienta či s cílem snížení nákladů, lze tedy rozlišit několik forem tohoto partnerství:

- strategická aliance (neexistuje majetkové propojení),
- joint venture (minimálně 2 subjekty založí firmu, která je v jejich vlastnictví),
- outsourcing (delegování činností na jinou firmu – úklid v hotelu),
- jednostranné dohody (jedna strana poskytuje služby a zboží druhé straně – školení),
- síťové organizace (networking) (Palatková, 2011).

## **Clustery (klastry)**

V cestovním ruchu se využívají ke zvýšení konkurenceschopnosti destinace a zakládají se na spolupráci, tradicích, předávání zkušeností, ale také na soutěži mezi subjekty. Klastry se dělí na klastry založené na hodnotovém řetězci, které jsou založeny na síti dodavatelsko-odběratelských vztahů a na klastry zakládající se na kompetencích, které jsou dány znalostmi a technologiemi (Palatková, 2011).

### **Formy partnerství v jednotlivých fázích**

Průběžný vývoj partnerství v odvětví cestovního ruchu lze rozdělit do třech částí (budovací, růstová a koncentrační fáze). V těchto fázích se ukrývají různé formy partnerství. Budovací fáze proběhla v 60. letech minulého století a zahrnovala akce na promotion, účasti na veletrzích a vzájemnou propagaci destinací pomocí propagačních materiálů. Na tuto fázi navazuje růstová fáze, která trvá až do 80. let. Vznikají zde strategie zaměřující se na destinace, propagaci a podporu prodeje, rozvoj místních nabídek z cestovního ruchu, dochází k nadřazenosti regionálních organizací a k masivnímu zapojování rozmanitých zájmů. Na růstovou fázi se napojuje koncentrační (90. léta), kde dochází k výraznému zaměření na kvalitu a image, rozvoj a organizaci důležitých obchodů, tvorbu nových sítí infrastruktury a na tvorbu regionálních rezervačních systémů (Srb, 2003).

Za jedno z nejdůležitějších partnerství lze považovat to, které je uzavřené mezi veřejným a soukromým sektorem. Toto partnerství může mít několik podob (forem) a lze se domnívat, že každá z těchto forem přispívá ke zlepšení image destinace. Existuje mnoho dalších podob partnerství, které jsou uzavírány, a které také přispívají nejen ke zlepšení image destinace, ale i k dalšímu rozvoji.

### **2. 3. 3. Role EU v rámci bilaterální spolupráce měst**

Hranice mezi státy Evropské unie jsou chápány spíše jako „spojky“, které spojují sousední státy a umožňují srůstání Evropy. Na podporu regionů členských států vznikl v roce 1990 tzv. Interreg, který se z počátku orientoval na podporu méně prosperujících oblastí a později na spolupráci na meziregionální, nadnárodní a přeshraniční úrovni (Jeřábek et al., 2004).

Hlavní aktivity a projekty, které Evropská Unie vykonává a podporuje jsou:

- statistický monitoring jako je Eurostat,
- informační systémy a informační technologie jako projekty Aladin či DieToRecs apod.,
- oblast řízení kvality v destinacích jako Qualitest,
- snaha o udržitelný turismus v destinacích, čemuž pomáhají projekty jako EDEN, ECOTRANS či Destinet,
- turismus ve specifických oblastech jako jsou chráněná a zemědělská území (Palatková, 2011).

EU se již desítky let snaží o rozvoj cestovního ruchu, proto postupně přijala i mnoho dokumentů na jeho podporu a rozvoj. Jsou to například „*Společná práce pro budoucnost turismu v Evropě (1999)*“, *Základní orientace na udržitelnost evropského turismu (2003)*, *Obnovení politiky EU v oblasti turismu: Vstříc silnějšímu partnerství pro evropský turismus (2006)* či *Nová politika EU v oblasti turismu (2007)*“ (Tittelbachová, 2011, s. 26).

### **Financování ze zdrojů EU**

Palatková (2011) uvedla, že je cestovní ruch v ČR financován především ze strukturálních fondů (Evropský sociální fond, Evropský fond regionálního rozvoje), Kohezního fondu a Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EARDF).

Existuje několik základních programových a strategických dokumentů sloužících k čerpání fondů jako jsou Strategické obecné zásady Společenství, Národní rozvojový plán, Národní strategický referenční rámec a 26 operačních programů. Informace nelze považovat za aktuální, neboť tyto programy byly využívány v letech 2007–2013.

Těchto 26 operačních programů pro roky 2007–2013 (zkratka OP) lze dělit na:

- 8 tematických včetně IOP (Integrovaný operační program, OP Životní prostředí, OP Inovace a podnikání),
- 2 OP pro Prahu (OP Adaptabilita a OP Konkurenceschopnost),
- 7 regionálních operačních programů ROP (regiony soudržnosti kromě Prahy),
- 9 OP evropské územní spolupráce (OP Česká republika – Bavorsko, OP ČR – Polsko, OP ČR – Rakousko, OP Národní spolupráce atd.) (Palatková, 2011).

## **Programy pro období 2014-2020**

Tyto programy jsou spolufinancovány z Evropských strukturálních a investičních fondů.

Národní operační programy:

- OP Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost,
- OP Zaměstnanost,
- OP Doprava,
- OP Výzkum, vývoj a vzdělávání,
- OP Životní prostředí,
- Integrovaný regionální OP,
- OP Technická pomoc,
- OP Praha – pól růstu ČR,
- Program rozvoje venkova,
- OP Rybářství 2014-2020.

Programy přeshraniční spolupráce:

- Interreg V-A Česká republika – Polsko,
- Interreg V-A Slovenská republika – Česká republika,
- Interreg V-A Rakousko – Česká republika,
- Program přeshraniční spolupráce ČR – Svobodný stát Bavorsko Cíl EÚS 2014–2020,
- Program spolupráce Svobodný stát Sasko – Česká republika 2014–2020.

Pro program přeshraniční spolupráce Česká republika – svobodný stát Bavorsko Cíl EÚS 2014–2020 je v Evropském fondu pro regionální rozvoj vyhrazeno 103,4 mil EUR. Předchůdcem tohoto programu je program přeshraniční spolupráce Cíl 3 Česká republika – Svobodný stát Bavorsko 2007–2013. Spolupráce mezi ČR a Bavorskem je podporována déle než 20 let a již bylo vytvořeno mnoho projektů a programů pro podporu této přeshraniční spolupráce.

Programy nadnárodní a mezinárodní spolupráce:

- Interreg CENTRAL EUROPE,
- Interreg DANUBE,
- INTERREG EUROPE,
- ESPON 2020,

- INTERACT III,
- URBACT III (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2012).

Ze strukturálních fondů je také podporována tvorba východisek při určitých problémech vážících se k vybraným regionům Evropské unie. K vytváření těchto východisek/řešení napomáhají programy jako jsou Společný regionální operační program, Jednotný programový dokument, Operační program rozvoje lidských zdrojů a dále iniciativy řízené přímo Evropskou komisí (INTERREG a LEADER+) (Tittelbachová, 2011).

Evropská unie hraje významnou roli, co se týče finanční podpory a tvorby programů a aktivit vedoucích k odstraňování problémů a k rozvoji. Vytváří také efektivní informační systémy, které jsou nedílnou součástí každé spolupráce. Není pochyb, že Evropská unie nese velké zásluhy, co se týče rozvoje, hlavně rozvoje cestovního ruchu odstraňováním bariér v podobě hranic.

## **2. 4. Vliv spolupráce měst v oblasti cestovního ruchu**

Spolupráce měst neovlivňuje pouze partnerská města, nýbrž se dotýká také samotných obyvatel měst a má především tendenci ovlivňovat i rozvoj cestovního ruchu.

### **2. 4. 1. Vliv na rozvoj cestovního ruchu**

Jaký je vliv na rozvoj cestovního ruchu? Pokud se hovoří o spolupráci měst (jakémkoli druhu spolupráce), pak existuje řada výhod, avšak spolupráce s sebou nese i své nevýhody. Jinak tomu ani není ve spolupráci v oblasti cestovního ruchu.

#### **2. 4. 1. 1. Přínos spolupráce**

Města se díky přeshraniční spolupráci výrazně zviditelní v zahraničí, čímž je podporován cestovní ruch a rezidenti vyzývání k turismu (SMO ČR, 2017a). Pro cestovní ruch je velmi důležitá spolupráce z hlediska rozvoje infrastruktury a dopravy, tento druh spolupráce umožní lepší a pohodlnější přepravu návštěvníkům měst (Přichystalová, 2011). Town twinning podněcuje občany k vzájemnému setkávání a dochází k vycestování občanů do partnerského města (SMO ČR, 2017b).

Spolupráce mezi subjekty pomáhá destinacím být více atraktivní, zlepšuje se identita místa a image a přispívá ke spokojenosti návštěvníků. Návštěvníci jsou atraktivní pro místní podnikatele, jelikož cestovní ruch je pro ně ziskovým. Vzhledem k tomu, že se města více snaží o to, aby návštěvníci odjízděli více spokojeni, dochází ke zvyšování kvality poskytovaných služeb, neboť pokud budou návštěvníci spokojeni, pak je vyšší pravděpodobnost, že se vrátí zpět. Spolupráce také přispívá k rozvoji

místních dopravních podniků, což je přínosem nejen pro návštěvníky, ale i rezidenty. Spoluprací vznikají také nové podniky, které jsou lákadlem pro turisty, mohou to být například muzea, pivovary, divadla apod. Pro cestovní ruch jsou velkým přínosem aktivity, které v rámci spolupráce probíhají, mohou to být například různé výstavy, veletrhy a sportovní akce (IIMCE, 2017).

#### **2. 4. 1. 2. Rizika a nevýhody spolupráce**

Pro cestovní ruch jsou riziková taková partnerství, která na spolupráci hledí pouze z ekonomického hlediska a snaží se jen získat peníze, přičemž neposkytují žádné kvalitní služby a návštěvníka (ale i rezidenty) pouze ochuzují. Subjekty veřejného i soukromého sektoru si musí uvědomit, že šizený a nespokojený zákazník už nikdy jejich služeb nevyužije a přijdou tak o velkou příležitost (IIMCE, 2017).

#### **2. 4. 2. Vliv na rozvoj měst**

Konkurence, korupce, náklady obětované příležitosti, i z těchto hledisek lze pohlížet na partnerství. V této kapitole je však možné vidět přínosy, které z partnerství plynou. Aby se předešlo rizikům a nevýhodám, je důležité si volit správné partnery a vybírat je rozvážně. Spolupráce je především o důvěře a dobrovolnosti.

##### **2. 4. 2. 1. Přínos pro města**

Partnerství má výhodu v podobě finančních prostředků, které plynou do rozpočtu měst, ze kterých se následně financují městské aktivity a činnosti. Města pomocí partnerství mohou docílit lepší konkurenceschopnosti a získat lepší pozici na trhu cestovního ruchu, dochází také k novým možnostem, jak financovat činnosti s cestovním ruchem spojené. Pro soukromé podniky ve městech je partnerství taktéž důležité, neboť nese vyhlídky na vyšší příjmy a příležitost navázat partnerství s dalšími soukromými subjekty. Pro města je důležitý například pozitivní ohlas, který získají u rezidentů jakožto voličů, získání možností využití know-how a zkušeností partnerů anebo dotačních podpor EU (Palatková, 2011).

Town twinning (spolupráce měst) pomáhá ke zlepšení výkonu správy měst, čímž podporuje zvýšení kvality životů obyvatel. Pomáhá k vyřešení určitých problémů a k rozvoji měst či během různých aktivit dochází ke zpestření života ve městě (SMO ČR, 2017a). Spolupráce má i podíl na rozvoji vazeb mezi organizacemi, úřady či školami, které si následně předávají své zkušenosti a dochází tak k rozvoji těchto subjektů (Hůlková et al., 2012).

Partnerství přispívá k odstranění nehospodárnosti tím, že poskytuje a ulehčuje získávání zdrojů (finančních, lidských či informačních), podněcuje také k tvůrčímu řešení a inovacím vycházejících z výměny zkušeností a myšlenek. Jelikož každý umí něco, pak každý může přispět svou silnou stránkou, která vede k řešení složitých problémů (Čepelka a Potluka, 2011).

#### **2. 4. 2. 2. Rizika a nevýhody pro města**

Únik informací, náklady obětované příležitosti, zneužití partnerství pro jednostranný prospěch či ztracené finanční zdroje, to vše s sebou nese partnerství. K dalším rizikům lze přiřadit i nevyvážené rozložení rizik a finančních toků v neprospěch veřejného sektoru či sklony ke korupčnímu jednání (Palatková, 2011).

Pokud se do partnerství zapojí více lidí, pak to znamená více úhlů pohledů, což s sebou nese riziko toho, že k řešení je zapotřebí více času a úsilí, než dojde ke kompromisu a nějakému rozhodnutí. S partnerstvím je spojená náročná komunikace, neboť partnerství si žádá řízení (Čepelka a Potluka, 2011).

#### **2. 4. 3. Vliv na obyvatele měst**

Je třeba brát v úvahu, že ne vždy se místním obyvatelům bude spolupráce zamlouvat. Proto by města měla brát v potaz mnoho faktorů a na případné městské aktivity obyvatele předem připravit a informovat je o nich. Avšak i rezidenti se ze spolupráce mohou těšit.

##### **2. 4. 3. 1. Přínos pro obyvatele**

Spolupráce pomáhá rozvinout toleranci a poznávání kultur, historie a tradic partnerů, dochází k navazování přátelských a profesních vztahů s rezidenty partnerů a zapojuje velké množství rezidentů do aktivit. Partnerství pomáhá k solidárnosti obyvatel a rozvíjí vzájemné vztahy, přispívá také ke vzdělání, například zlepšení jazykových dovedností a odstraňování jazykových bariér (SMO ČR, 2017a). Důležitým přínosem pro obyvatele je tvorba nových pracovních příležitostí (Foret, 2014). Pro obyvatele je značnou výhodou možnost navázání nejen přátelských, ale i profesních vazeb (Hůlková et al., 2012).

Občané jsou často do projektů zapojeni v různých podobách jako například konzultanti, což posiluje místní demokracii (Čepelka a Potluka, 2011).

##### **2. 4. 3. 2. Rizika a nevýhody pro obyvatele**

Jak již bylo řečeno, někteří partneři pohlíží na partnerství pouze jako na zlatý důl, odmítají poskytovat kvalitnější služby a produkty, které jsou pro ně drahé, čímž trpí i místní obyvatelé (IIMCE, 2017).

Někteří obyvatelé mohou pohlížet na různé aktivity v rámci partnerství (např. sportovní události) jakožto na něco, co narušuje jejich soukromí a vyrušuje je z jejich běžného života.

Ve spolupráci figuruje mnohem více výhod a přínosů než rizik. Tato rizika však nelze brát na lehkou váhu a všichni účastníci spolupráce by si jich měli být vědomi, aby jim mohli předejít. Ačkoliv je partnerství (spolupráce) finančně náročné, je prospěšné v několika směrech a přispívá k jejich rozvoji.



### **3. Metodika**

Tato kapitola znázorňuje jednotlivé kroky, které byly provedeny v rámci výzkumu orientujícího se na spolupráci měst v oblasti cestovního ruchu mezi městy Jihočeského kraje, Plzeňského kraje a Bavorska. Kapitola obsahuje také seznam všech oslovených měst. Výstupy z dotazníkového šetření včetně návrhů a opatření plynoucích z výzkumu jsou obsaženy ve 4. kapitole Výsledky a řešení.

#### **3. 1. Výzkumná otázka a výzkumné předpoklady**

V rámci výzkumu byla nejprve stanovena výzkumná otázka a několik výzkumných předpokladů, které byly očekávány. Jakmile se nasbíralo dostatečné množství informací od respondentů, byla vyhodnocena tato výzkumná otázka a potvrzeny či vyvráceny stanovené předpoklady.

##### **Výzkumná otázka:**

Jak všeobecná přeshraniční spolupráce měst a přeshraniční spolupráce měst v oblasti cestovního ruchu přispívá k rozvoji cestovního ruchu a samotných měst.

##### **Výzkumné předpoklady:**

1. Většina měst spolupracujících s Bavorskem spolupracuje v oblasti cestovního ruchu a v této oblasti města spolupracují více v porovnání s jinými oblastmi.
2. Alespoň 1/3 měst spolupracuje s Bavorskem.
3. Většina měst spolupracujících s Bavorskem leží do 20 km od hranic.

#### **3. 2. Sestavení dotazníku**

Pro vytvoření dotazníku byl využit tištěný zdroj s názvem „Ministerstvo pro místní rozvoj: Příručka pro program přeshraniční spolupráce (Cíl 3)“, ze kterého byly čerpány informace o přeshraniční spolupráci.

Dotazník byl vytvořen v Google Forms a zaměřen na to, jak spolupráce probíhá, pro koho je přínosem, jakým způsobem probíhá propagace partnerství, jaké jsou překážky a přínosy spolupráce, z jakých zdrojů je spolupráce financována či v jaké oblasti spolupráce probíhá. Dotazník obsahuje celkem 26 otázek, z toho je 14 otevřených a 12 uzavřených.

#### **3. 3. Vymezení území a vytvoření seznamu měst**

V rámci bilaterální spolupráce měst Bavorska a České republiky bylo pro výzkum vybráno takové území, ve kterém je největší potenciál pro tuto spolupráci. Byly vybrány

kraje ležící nejbližší hranicím s Bavorskem, neboť se lze domnívat, že spolupráce bude v těchto krajích frekventovanější. Tomuto výběru korespondovaly tři kraje: Jihočeský, Plzeňský a Karlovarský kraj. Zpočátku byly územní celky zkoumány podle toho, zda využívají operačního programu Cíl 3. Ukázalo se, že tento program je přímo určen pro zvolené kraje a všechny tři využívají jeho dotací. Pro výzkum byly nakonec zvoleny dva kraje a sice Jihočeský a Plzeňský kraj, neboť se jedná o větší územní celky s vyšším počtem měst.

Pomocí sekundárních zdrojů byly dohledány informace o tom, jaká města leží ve vybraném území. Byla použita databáze z ČÚZK (Český úřad zeměměřický a katastrální). Bylo zjištěno, že v Jihočeském kraji leží 55 měst + statutární město České Budějovice a v Plzeňském kraji 56 + statutární město Plzeň. Z těchto měst byla vytvořena databáze pomocí MS Excel, která byla doplněna o další údaje (telefonní kontakt, e-mail, okres apod.).

Následně pomocí webové stránky [www.partnerskamesta.cz](http://www.partnerskamesta.cz), kterou spravuje Svaz měst a obcí ČR, bylo dohledáno, zda mají města partnerství s Bavorskem, či nikoliv. Následně byla oslovena pouze města, která toto partnerství mají. Ukázalo se však, že informace na této stránce nejsou aktuální, proto bylo rozhodnuto, že se osloví všechna města ležící na vybraném území.

### **3. 4. Sbíráání kontaktů na města a rozesláání dotazníku**

K seznamu měst byly přiřazeny i okresy, do kterých města spadají, a následně pomocí oficiálních stránek měst dohledány kontaktní údaje, jako jsou e-mailové adresy a telefonní čísla na starosty měst, popřípadě místostarosty a tajemníky. Tyto osoby byly osloveny a požádány o vyplnění, případně předání dotazníku osobě, která má nejbližší vztah ke spolupráci a výsledky z dotazníku se tak dají pokládat za důvěryhodné.

### **3. 5. Návratnost dotazníků a sbíráání dat**

Dotazník byl rozeslán prostřednictvím e-mailových adres a po prodlení dvou týdnů byla odeslána další „vlna“ e-mailů na města, která stále neodpověděla. Tentokrát na jinou e-mailovou adresu. Na základě tohoto oslovení se vrátilo 36 vyplněných dotazníků. Proto byla pro výzkum využita jiná metoda oslovení – skrze mobilní telefon.

Celkem bylo osloveno 113 měst v období od 22. 11. 2017 do 27. 02. 2018, a z toho získáno 83 odpovědí, návratnost činila 73,5 %. Při tomto množství bylo započato s vyhodnocováním dat a sepisováním závěru a návrhů rozvoje.

**Tabulka 1: Jihočeská města a jejich bavorská partnerská města (oficiální partnerství)**

Město	Okres	Partnerské město
Lomnice nad Lužnicí	Jindřichův Hradec	Diessen am Ammersee
Nová Včelnice	Jindřichův Hradec	Neuötting
Třeboň	Jindřichův Hradec	bavorský zemský okres Freyung-Grafenau
Písek	Písek	Deggendorf
Prachatice	Prachatice	Waldkirchen, Grainet
Vimperk	Prachatice	Freyung
Sedlice	Strakonice	Tiefenbach
Volyně	Strakonice	Aidenbach
České Budějovice	Statutární město	Pasov

*Zdroj: Vlastní zpracování*

**Tabulka 2: Plzeňská města a jejich bavorská partnerská města (oficiální partnerství)**

Město	Okres	Partnerské město
Domažlice	Domažlice	Furth im Wald
Holýšov	Domažlice	Kümmersbruck
Horšovský Týn	Domažlice	Nabburg, okres Schwandorf
Klatovy	Klatovy	Cham
Kašperské Hory	Klatovy	Grafenau
Nýrsko	Klatovy	Neukirchen Beim Heiligen Blut
Rejštejn	Klatovy	obce zapojené do programu Mikroregionu Šumava západ
Švihov	Klatovy	Traitsching
Dobřany	Plzeň - jih	Obertraubling
Nepomuk	Plzeň - jih	Kemnath
Přeštice	Plzeň - jih	Nittenau
Bor	Tachov	Pleystein, Wernberg-Köblitz
Černošín	Tachov	Pullenreuth
Přimda	Tachov	Pfreimd
Stříbro	Tachov	Vohenstraus
Plzeň - město	Statutární město	Regensburg

*Zdroj: Vlastní zpracování*

**Tabulka 3: Jihočeská města a jejich bavorská partnerská města (neoficiální partnerství)**

Město	Okres	Partnerské město
Vlachovo Březí	Prachatice	Riedlhütte

*Zdroj: Vlastní zpracování*

**Tabulka 4: Plzeňská města a jejich bavorská partnerská města (neoficiální partnerství)**

Město	Okres	Partnerské město
Horažďovice	Klatovy	Regen
Blovice	Plzeň - jih	Teublitz
Tachov	Tachov	Neualbenreuth, Weiden in der Oberpfalz, Bärnau

Zdroj: Vlastní zpracování

**Tabulka 5: Jihočeská města a jejich bavorská partnerská města (oficiální i neoficiální partnerství)**

Město	Okres	Partnerské město Oficiální/Neoficiální
Český Krumlov	Český Krumlov	Hauzenberg/Pasov
Horní Planá	Český Krumlov	Neureichenau, Tiefenbach, Wegscheid

Zdroj: Vlastní zpracování

**Tabulka 6: Plzeňská města a jejich bavorská partnerská města (oficiální i neoficiální partnerství)**

Město	Okres	Partnerské město Oficiální/Neoficiální
Kdyně	Domažlice	Eschlkam/Beratzhausen
Poběžovice	Domažlice	Schönsee/Oberviechtach, Stadlern, Neunburg
Bezručice	Tachov	Steinwald Allianz (sdružení obcí - partnerství s dobrovolným svazkem obcí Mikroregion Konstantinolázeňsko)

Zdroj: Vlastní zpracování

**Tabulka 7: Města Jihočeského kraje, která nemají partnerství s Bavorskem**

Město	Okres	Město	Okres
Borovany	České Budějovice	Nová Bystřice	Jindřichův Hradec
Hlubová nad Vltavou	České Budějovice	Stráž nad Nežárkou	Jindřichův Hradec
Lišov	České Budějovice	Strmilov	Jindřichův Hradec
Nové Hrady	České Budějovice	Suchdol nad Lužnicí	Jindřichův Hradec
Rudolfov	České Budějovice	Mirotice	Písek
Trhové Sviny	České Budějovice	Protivín	Písek
Zliv	České Budějovice	Bělčice	Strakonice
Kaplice	Český Krumlov	Blatná	Strakonice
Velešín	Český Krumlov	Vodňany	Strakonice
Vyšší Brod	Český Krumlov	Bechyně	Tábor
České Velenice	Jindřichův Hradec	Chýnov	Tábor
Dačice	Jindřichův Hradec	Planá nad Lužnicí	Tábor
Deštná	Jindřichův Hradec	Sezimovo Ústí	Tábor
Jindřichův Hradec	Jindřichův Hradec	Soběslav	Tábor
Kardašova Řečice	Jindřichův Hradec	Tábor	Tábor
Rožmberk nad Vltavou	Český Krumlov	Veselí nad Lužnicí	Tábor

Zdroj: Vlastní zpracování

**Tabulka 8: Města Plzeňského kraje, která nemají partnerství s Bavorskem**

Město	Okres	Město	Okres
Staňkov	Domažlice	Nýřany	Plzeň - sever
Měčín	Klatovy	Třemošná	Plzeň - sever
Rabí	Klatovy	Úterý	Plzeň - sever
Kasejovice	Plzeň - jih	Všeruby	Plzeň - sever
Stod	Plzeň - jih	Hrádek	Rokycany
Horní Bříza	Plzeň - sever	Mirošov	Rokycany
Kaznějov	Plzeň - sever	Radnice	Rokycany
Kožlany	Plzeň - sever	Rokycany	Rokycany
Město Touškov	Plzeň - sever		

Zdroj: Vlastní zpracování

**Tabulka 9: Města Jihočeského kraje, která se na výzkumu nepodílela**

Město	Okres
Týn nad Vltavou	České Budějovice
Větřní	Český Krumlov
Slavonice	Jindřichův Hradec
Milevsko	Písek
Mirovice	Písek
Husinec	Prachatice
Netolice	Prachatice
Volary	Prachatice
Bavorov	Strakonice
Strakonice	Strakonice
Jistebnice	Tábor
Mladá Vožice	Tábor

Zdroj: Vlastní zpracování

**Tabulka 10: Města Plzeňského kraje, která se na výzkumu nepodílela**

Město	Okres	Město	Okres
Bělá nad Radbuzou	Domažlice	Spálené Poříčí	Plzeň - jih
Hostouň	Domažlice	Starý Plzenec	Plzeň - město
Hartmanice	Klatovy	Kralovice	Plzeň - sever
Janovice nad Úhlavou	Klatovy	Manětín	Plzeň - sever
Nalžovské Hory	Klatovy	Plasy	Plzeň - sever
Plánice	Klatovy	Zbiroh	Rokycany
Strážov	Klatovy	Mýto	Rokycany
Sušice	Klatovy	Kladruby	Tachov
Železná Ruda	Klatovy	Planá	Tachov

Zdroj: Vlastní zpracování

## 4. Výsledky a řešení

Dotazníkové šetření mělo za úkol vyfiltrovat města, která mají partnerství s bavorskými městy a zároveň s těmito městy spolupracují v oblasti cestovního ruchu. Dále se otázky ubíraly do různých směrů (financování, projekty, informovanost apod.), aby se přiblížil pohled na situaci a hlavně na samotné partnerství.

### Území, ve kterém působí města

Jednalo se o „filtrační“ otázku, která měla rozřadit města situovaná v Plzeňském či Jihočeském kraji. Z celkového počtu respondentů (83) je 39 měst situováno na území Plzeňského kraje a 44 měst na území Jihočeského kraje.

### Název města

„Identifikační“ otázka, na kterou odpovědělo všech 83 respondentů. Tato otázka napomohla rozpoznat, která města se z celkového počtu 113 oslovených měst zúčastnila, a která je nutné znovu kontaktovat.

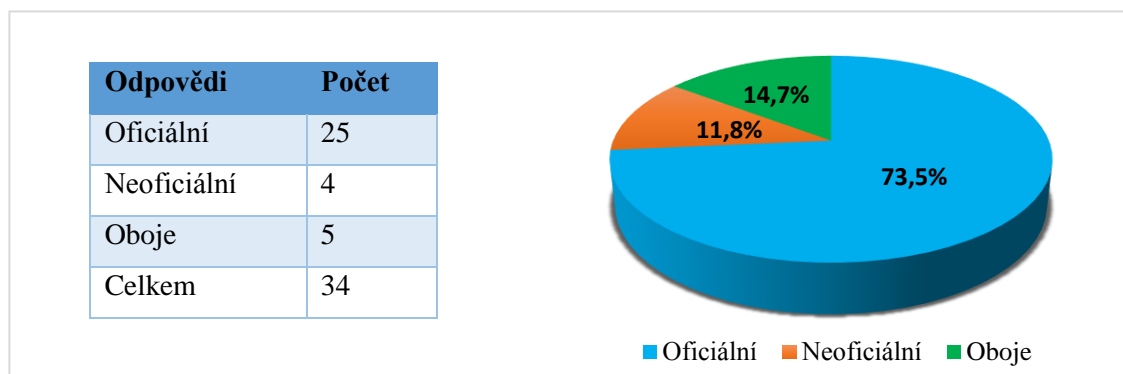
### Partnerství s Bavorskem

Tato otázka byla „zahřívací“ a měla za úkol vyřadit města, která nemají žádné partnerství s městy ležícími na bavorském území. Z celkového počtu (83) vzešlo, že 49 (59 %) měst nemá žádné partnerství s bavorskými městy a 34 (41%) měst toto partnerství má.

### Druh partnerství

Otázka zjišťující, jaká partnerství města mají. Po předchozím vyřazení zbylo 34 měst, která mají navázané partnerství s Bavorskem. Oficiální partnerství navázalo 25 měst, neoficiální 4, přičemž dalších 5 měst má navázané partnerství jak oficiální, tak neoficiální.

Obrázek 3: Druh partnerství měst Jihočeského a Plzeňského kraje s Bavorskem



Zdroj: Vlastní zpracování

### **Města s oficiálním partnerstvím**

Výčet všech měst, se kterými mají města ležící v Jihočeském a v Plzeňském kraji partnerství s bavorskými městy. Celkem bylo nasbíráno 30 odpovědí s tím, že 11 měst Jihočeského kraje a 19 měst Plzeňského jsou v oficiálním partnerství. Tato města navázala oficiální partnerství s 28 bavorskými městy, dále s bavorským zemským okresem Freyung-Grafenau, Steinwald Allianz (sdružení obcí – partnerství s dobrovolným svazkem obcí Mikroregion Konstantinolázeňsko) a s obcemi zapojenými do programu Mikroregionu Šumava západ.

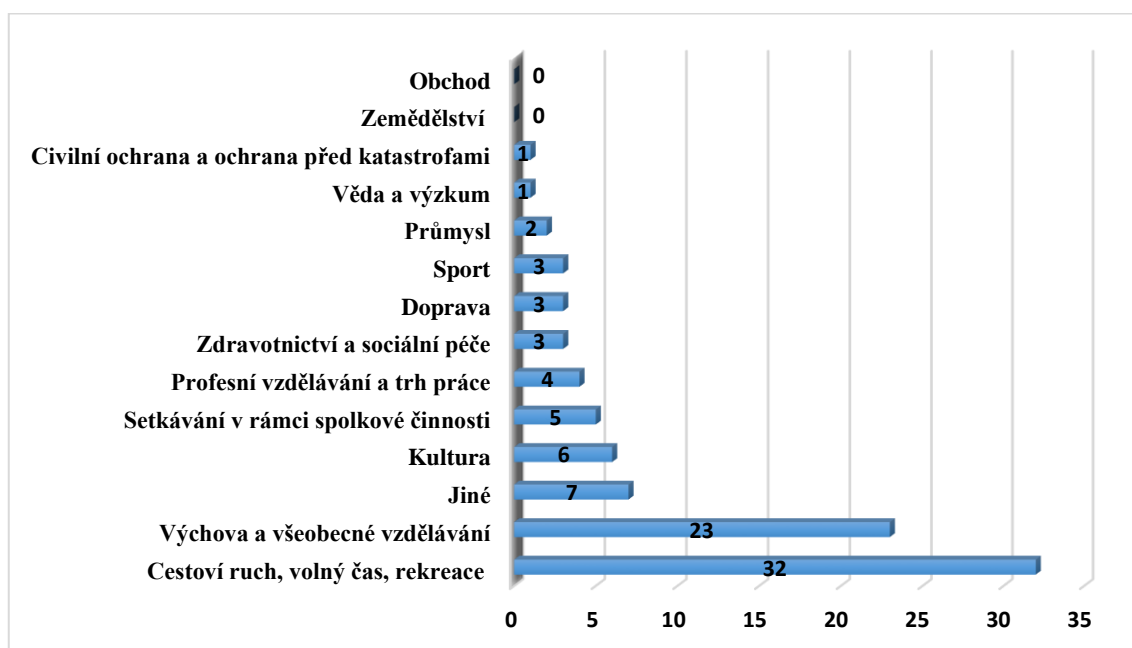
### **Města s neoficiálním partnerstvím**

Opět se jedná o výčet měst, ale tentokrát měst s neoficiálním partnerstvím. Bylo nasbíráno celkem 8 odpovědí s tím, že se jedná o 6 plzeňských měst a 2 jihočeská města. Tato města navázala neoficiální partnerství s 11 městy a se Steinwald Allianz (sdružení obcí – partnerství s dobrovolným svazkem obcí Mikroregion Konstantinolázeňsko).

### **Oblast (odvětví) spolupráce**

Na otázku museli odpovědět všichni respondenti (34), avšak bylo možné více odpovědí. Většina měst v celkovém počtu 32 spolupracuje v oblasti cestovního ruchu, volného času a rekreace. Spolupráce hojně probíhá také v oblasti výchovy a všeobecného vzdělávání (23). Méně odpovědí bylo zaznamenáno v: *profesní vzdělávání a trh práce* (4), *zdravotnictví a sociální péče* (3), *doprava* (3), *průmysl* (2), *věda a výzkum* (1) a *civilní ochrana a ochrana před katastrofami* (1). Žádné z měst nespolupracuje v oblasti *zemědělství a obchodu* (0), což byl překvapivý výsledek. V rámci otázky „jiné“ se několik měst shodlo v odpovědích. Jako oblast spolupráce uvedla *kultura* (6), *setkávání v rámci spolkové činnosti* (5) a *sport* (5). Na otázku „jiné“ odpověděla i další města (7), ale jejich odpovědi nebylo možné rozřadit do jednotlivých sekcí dle podobnosti. Jedná se o oblasti *chovatelství* (1), *krajkářství* (1), *hospodářství* (1), *administrativa* (1), *občasné návštěvy* (1), *sdílení dobré praxe (VHI, správa atd.)* (1) a *lesnictví* (1).

Obrázek 4: Oblasti spolupráce česko-bavorských měst



Zdroj: Vlastní zpracování

### Důležitost jednotlivých oblastí spolupráce

Respondenti uvedli na stupnici 1 až 5, jak je pro ně spolupráce v jednotlivých oblastech důležitá, přičemž 1 = nejvíce, 5 = nejméně. Na otázku odpovědělo celkem 34 respondentů.

*Cestovní ruch, volný čas, rekreace* - z celkového počtu respondentů (34) uvedlo tuto oblast jako nejvíce důležitou celkem 62 % (21) respondentů, číslem dva ji ohodnotilo 12 % (4), číslem tři 6 % (2), číslem čtyři 14 % (5) a jako nejméně důležitou pouze 6 % (2) respondentů. Průměrné hodnocení = 1,91.

*Výchova a všeobecné vzdělávání* – z odpovědí vyplývá, že celkem 35 % (12) respondentů označuje výchovu a všeobecné vzdělávání jako nejvíce důležitou, 21 % (7) ji přiřazuje dvojku, trojku 26 % (9), čtyřku 3 % (1) a pětku, jako nejméně důležitou, 15 % (5) respondentů. Průměrné hodnocení = 2,41.

*Profesní vzdělávání a trh práce* – pro 12 % (4) je spolupráce v této oblasti nejvíce důležitá a označilo ji jedničkou, 15 % (5) ji označilo číslem dva, 26 % (9) číslem tři, 21 % (7) číslem čtyři a číslem pět celých 26 % (9). Průměrné hodnocení = 3,35.

*Věda a výzkum* – jako nejvíce důležitou uvedlo vědu a výzkum pouhých 6 % (2) respondentů. Dvojku uvedlo 12 % (4), trojku 27 % (9), čtyřku 21 % (7) a pětku 35 % (12). Průměrné hodnocení = 3,68.



*Zdravotnictví a sociální péče* – pouze 6 % (2) měst uvedlo, že je pro ně spolupráce ve zdravotnictví a sociální péči nejvíce důležitá, 12 % (4) ohodnotilo číslem dva, 32 % (11) číslem tři, 21 % (7) číslem čtyři a pro 29 % (10) je nejméně důležitá. Průměrné hodnocení = 3,56.

*Civilní ochrana a ochrana před katastrofami* – pro 6 % (2) měst hraje spolupráce v této oblasti zásadní roli a označili ji jedničkou. Dvojku přiřadilo 12 % (4) měst, trojku 26 % (9), čtyřku 21 % (7) a pětku 35 % (12), nehraje pro ně tato spolupráce žádnou roli. Průměrné hodnocení = 3,68.

*Doprava* – z odpovědí vyplývá, že je spolupráce v dopravě nejvíce důležitá pro 12 % (4) měst a méně důležitá pro 15 % (5). Za tři ji označilo 26 % (9), za čtyři 12 % (4) a za nejméně důležitou celých 35 % (12) měst. Průměrné hodnocení = 3,44.

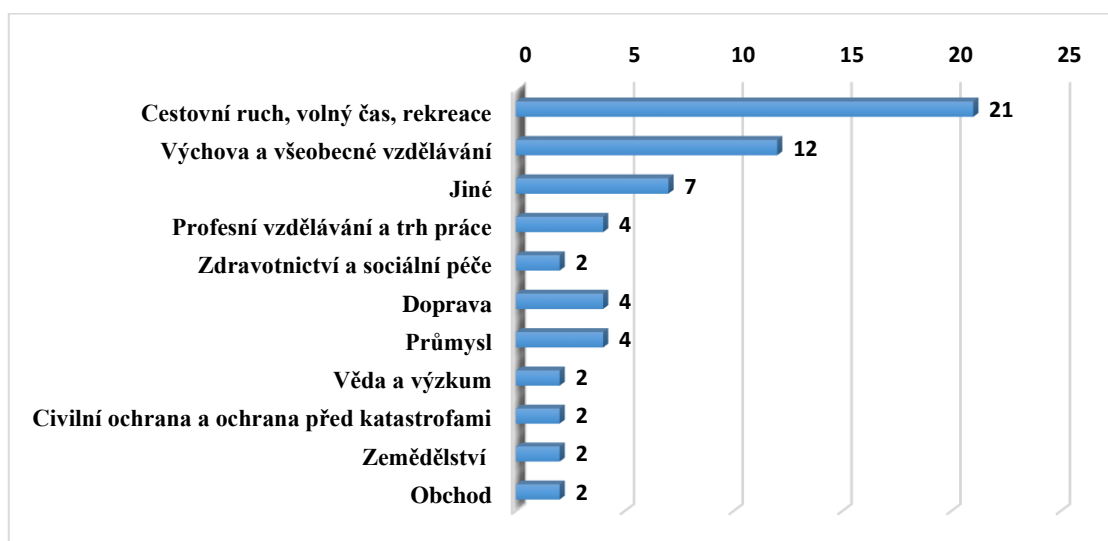
*Zemědělství* – zemědělství se pro většinu respondentů (měst) nejevilo jako zajímavé a důležité. Pouhých 6 % (2) měst uvedlo, že je spolupráce v zemědělství pro ně nejvíce důležitá, 9 % (3) zvolilo dvojku, 24 % (8) trojku, 26 % (9) čtyřku a 35 % (12) zvolilo pětku. Průměrné hodnocení = 3,76.

*Průmysl* – toto odvětví se jevílo pro města důležitější než zemědělství. 12 % (4) měst určilo průmysl jako nejvíce důležitý, 18 % (6) jako méně důležitý, 15 % (5) uvedlo střed, tedy trojku, 20 % (7) uvedlo čtyřku a celých 35 % (12) ho určilo jako nejméně důležitý. Průměrné hodnocení = 3,50.

*Obchod* – pouhých 6 % (2) označilo obchod jako nejvíce důležitou oblast spolupráce, 23 % (8) ji označilo dvojkou, 15 % (5) trojkou, 18 % (6) čtyřkou a víc, jak 1/3 měst, tedy 38 % (13), ji označilo jako nejméně důležitou. Průměrné hodnocení = 3,59.

*Jiné* – Města měla oznámkovat také otázku „jiné“, kam se řadí volné odpovědi z předešlé otázky (kultura, sport, spolková setkání apod.). Pro 20 % (7) měst jsou tyto oblasti nejvíce důležité, 18 % (6) je označilo dvojkou, 18 % (6) trojkou, 9 % (3) čtyřkou a 35 % (12) ji označilo jako nejméně důležitou, tedy pětku. Průměrné hodnocení = 3,21.

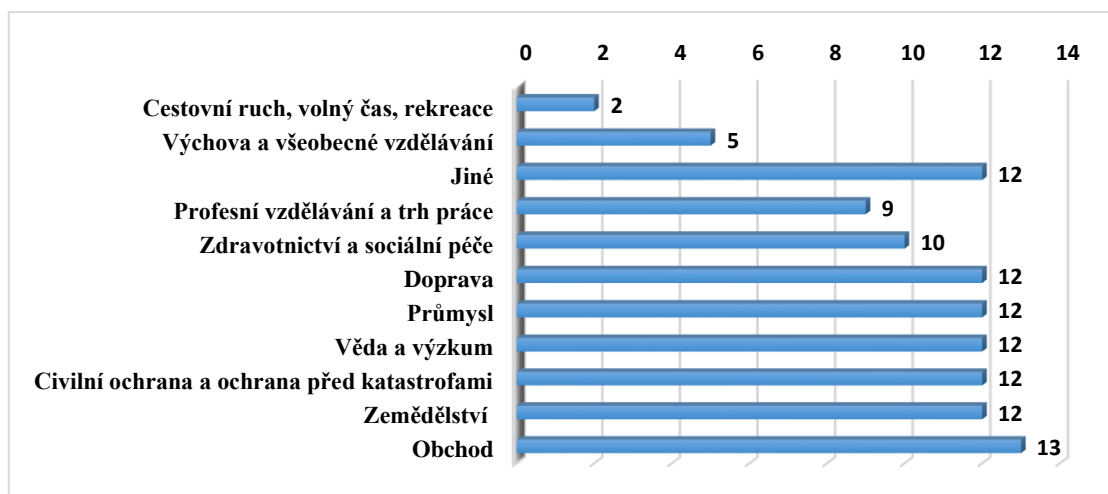
Obrázek 5: Oblasti spolupráce označené jako nejvíce důležité (1)



Zdroj: Vlastní zpracování

Pro většinu měst se jeví jako nejvíce důležité odvětví *cestovního ruchu, volného času, rekreace* (21) a dále *výchova a všeobecné vzdělávání* (12).

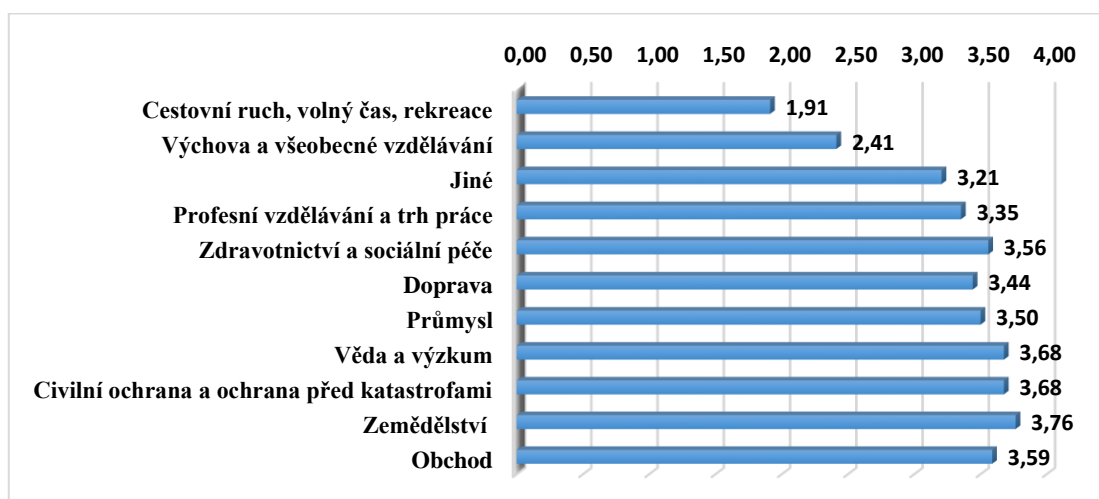
Obrázek 6: Oblasti spolupráce označené jako nejméně důležité (5)



Zdroj: Vlastní zpracování

Jako nejméně zajímavé a důležité odvětví se jeví *obchod* (13), což není nečekané vzhledem k tomu, že žádné z měst neuvdlo, že v této oblasti spolupracuje.

Obrázek 7: Průměrné hodnocení jednotlivých oblastí



Zdroj: Vlastní zpracování

Vezme-li se v potaz průměrné hodnocení, pak je na tom nejlépe *cestovní ruch, volný čas, rekreace* s průměrem 1,91 a *výchova a všeobecné vzdělávání* s průměrem 2,41. Nejhůře na tom je *zemědělství* s 3,76, *věda a výzkum* s 3,68 a *civilní ochrana a ochrana před katastrofami* s průměrem 3,68.

### Spolupráce na česko-bavorském příhraničí v oblasti cestovního ruchu

Z celkového počtu 34 respondentů odpovědělo „Ano“ 73,5 % (25) měst, přičemž „Ne“ odpovědělo pouze 26,5 % (9) měst. Na základě předchozích odpovědí se dalo očekávat, že většina měst odpoví, že s bavorskými městy spolupracuje v oblasti cestovního ruchu.

### Oficiální i neoficiální partnerství v oblasti cestovního ruchu s bavorskými městy

Tabulka 11: Města Jihočeského kraje a Bavorska spolupracující v oblasti cestovního ruchu

Bavorská partnerská města	Město	Okres
Deggendorf	Písek	Písek
Freyung	Vimperk	Prachatice
Bavorský zemský okres Freyung-Grafenau	Třeboň	Jindřichův Hradec
Diessen am Ammersee	Lomnice nad Lužnicí	Jindřichův Hradec
Neureichenau, Tiefenbach, Wegscheid	Horní Planá	Český Krumlov
Waldkirchen, Grainet	Prachatice	Prachatice
Hauzenberg, Pasov	Český Krumlov	Český Krumlov
Pasov	České Budějovice	Statutární město

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 12: Města Plzeňského kraje a Bavorska spolupracující v oblasti cestovního ruchu

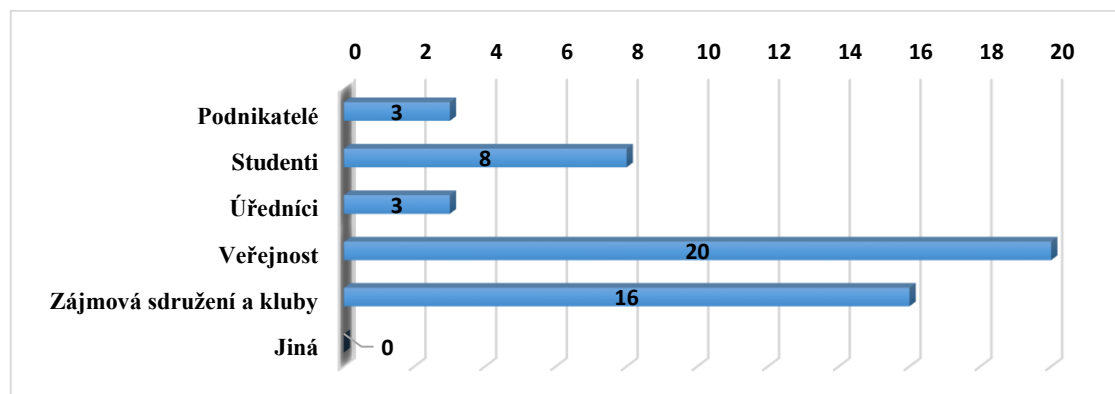
Bavorská partnerská města	Město	Okres
Regen	Horažďovice	Klatovy
Furth im Wald	Domažlice	Domažlice
Pleystein	Bor	Tachov
Obertraubling	Dobřany	Plzeň - jih
Kümmersbruck	Holíšov	Domažlice
Schönsee	Poběžovice	Domažlice
Vohenstrauß, Altstadt	Stříbro	Tachov
Bärnau, Neualbenreuth, Weiden in der Oberpfalz	Tachov	Tachov
Nabburg, Schönsee, Furth im Wald, Waldmünchen	Horšovský Týn	Domažlice
Steinwald Allianz	Bezdrůžice	Tachov
Cham	Klatovy	Klatovy
Neukirchen beim Heiligen Blut, Arrach, Lam, Lohberg, Eschlkam	Nýrsko	Klatovy
Regensburg	Plzeň - město	Statutární město
Eschlkam	Kdyně	Domažlice
obce zapojené do programu Mikroregionu Šumava západ	Rejštejn	Klatovy
Pfreimd	Přimda	Tachov
Grafenau	Kašperské Hory	Klatovy

Zdroj: Vlastní zpracování

Z výzkumu vyplývá, že s bavorskými městy spolupracují 17 měst Plzeňského kraje a 8 měst Jihočeského kraje.

### Skupiny nejvíce využívající partnerství v oblasti cestovního ruchu

Obrázek 8: Skupiny, které nejvíce využívají partnerství



Zdroj: Vlastní zpracování

Respondenti (25) měli možnost více odpovědí, přičemž z odpovědí vyplývá, že spolupráce je nejvíce prospěšná pro *veřejnost* (20), *zájmová sdružení a kluby* (16). Nejméně ji využívají *úředníci* (3), *podnikatelé* (3) a *studenti* (8).

### **Hledání partnerských měst**

Z výzkumu bylo zjištěno, že někteří respondenti si již nepamatují, jak spolupráce vznikla (4), dále vznikla osobními vzájemnými kontakty (3), přímým oslovením od partnerského města před více než 20 lety (3), přirozeným navázáním starosty měst (2) (např. Prohlášení města Český Krumlov a města Hauzenberg o spolupráci ze dne 27. dubna 1991) a přes geografickou a historickou spojitost (2). Zbytek měst (11) navázalo partnerství přes původní obyvatele, historicky po pádu železné opony, v rámci akcí, doporučením od treboňské rodačky, oslovením s náměty na realizaci přeshraničních projektů, přes prvotní partnerství mezi zájmovými spolky (folklorními soubory), spolupráci mezi infocentry a skrze jednání. Další spolupráce byla navázána již z dřívější spolupráce (dříve Černošín, dnes Konstantinolázeňsko, dříve Pullenreuth, dnes Steinwald Allianz). Partnerství vzniklo i účelným hledáním partnerského města, kdy se v rámci tehdejšího okresu Domažlice hledal partner pro spolupráci v oblasti cestovního ruchu v česko-bavorském pohraničí po roce 2000 (vybrán Nabburg a Horšovský Týn). Další spolupráce byla navázána v rámci obcí zapojených do programu Mikroregionu Šumava západ.

### **Průběh spolupráce v současné době**

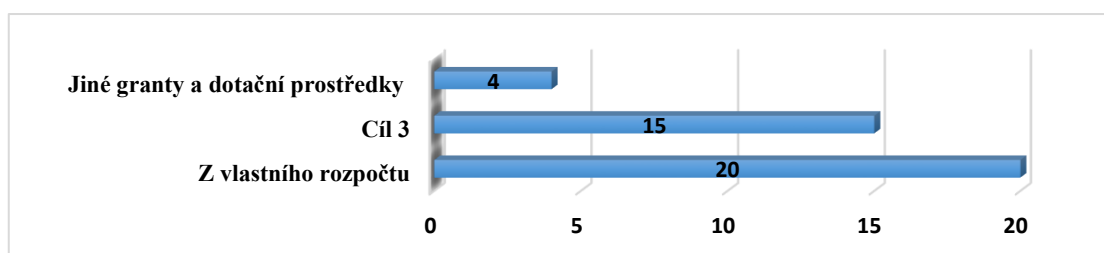
V této otázce měli respondenti (25) možnost více odpovědí. V současné době spolupráce mezi městy probíhá nejvíce v rámci propagace cestování do partnerských měst (22), kam spadá i organizování výletů do Bavorska (1) v rámci odpovědi „jiná“. Dále vzniká řada společných projektů (společné cyklostezky, naučné stezky atd.) (16) a probíhá propagace nových produktů cestovního ruchu (např. otevření muzeí) (14). Méně pak spolupráce probíhá v oblasti zlepšování a modernizace infrastruktury pro turisty (12) a obnovy a ochrany kulturního bohatství a historického dědictví (9). Žádné akce se nezaměřují na vznik nových podnikatelských možností v oblasti hotelnictví a stravování (0). Žádné z měst nevedlo, že by v současné době neprobíhali žádné aktivity v oblasti cestovního ruchu (0).

### **Financování aktivit**

Nejvíce měst financuje aktivity v rámci spolupráce z vlastních rozpočtů (20), dále z programu cíl 3 (15) a z jiných grantů a dotačních prostředků (4). Tyto možnosti města

často kombinují. Města nejčastěji využívají kombinace vlastních rozpočtů a Cíle 3 (10), kombinace vlastního rozpočtu a jiných grantů a dotačních prostředků (1) a kombinace vlastního rozpočtu, Cíle 3 a jiných grantů a dotačních prostředků (1). Přitom jsou i města využívající pouze jeden finanční zdroj, například 9 měst využívá pouze prostředky z vlastních rozpočtů, 3 města pouze prostředků z Cíle 3 a 1 město pouze jiných grantů a dotačních prostředků. Města uvedla, že jejich zdrojem financí je také kraj a Dispoziční fond Euregia Egrensis, který ovšem spadá do programu Cíl 3.

Obrázek 9: Čerpání prostředků pro spolupráci



Zdroj: Vlastní zpracování

### Probíhaly v minulosti projekty pro rozvoj cestovního ruchu?

60 % (15) respondentů uvedlo, že u nich v minulosti probíhal projekt pro rozvoj cestovního ruchu, přičemž 40 % (10) respondentů uvedlo, že takový projekt u nich neprobíhal.

### Projekty pro rozvoj cestovního ruchu

Tato otázka navazuje na otázku předchozí. Všech 15 respondentů odpovědělo, o jaké projekty se jednalo.

1. Vzdělávání průvodců pro Landesgartenschau Deggendorf. (*Písek*)
2. Slavnosti Kaše - největší slavnost ve městě. (*Horažďovice*)
3. Drachensee. (*Domažlice*)
4. Vyhlídkové místo, Výstavní prostor na zámku Bor. (*Bor*)
5. Spolupráce škol. (*Holýšov*)
6. Cyklo a servis - Zvyšování kvality Bavorsko-české stezky přátelství. (*Poběžovice*)
7. Cyklostezka Panevropská. (*Stříbro*)
8. Projekt realizovaný společně s bavorskou neziskovou organizací na vybudování a zlepšení infrastruktury cestovního ruchu na území města Tachova a města Bärnau. (*Tachov*)

9. Infrastruktura pro cykloturisty; kulturní akce. (*Bezručice*)
10. Cyklostezky, turistické trasy. (*Prachatice*)
11. Passau Card, propagace partnerských měst v brožůře „Attersee a bis Z 2017“ (setkání partnerských měst 2016). (*Český Krumlov*)
12. Napojení cyklotras a běžeckých tras. (*Nýrsko*)
13. FAM TRIP. (*České Budějovice*)
14. Expozice Česko - bavorského soužití (Muzeum příhraničí) Kdyně. (*Kdyně*)
15. Putování Srdcem Evropy. (*Rejštejn*)

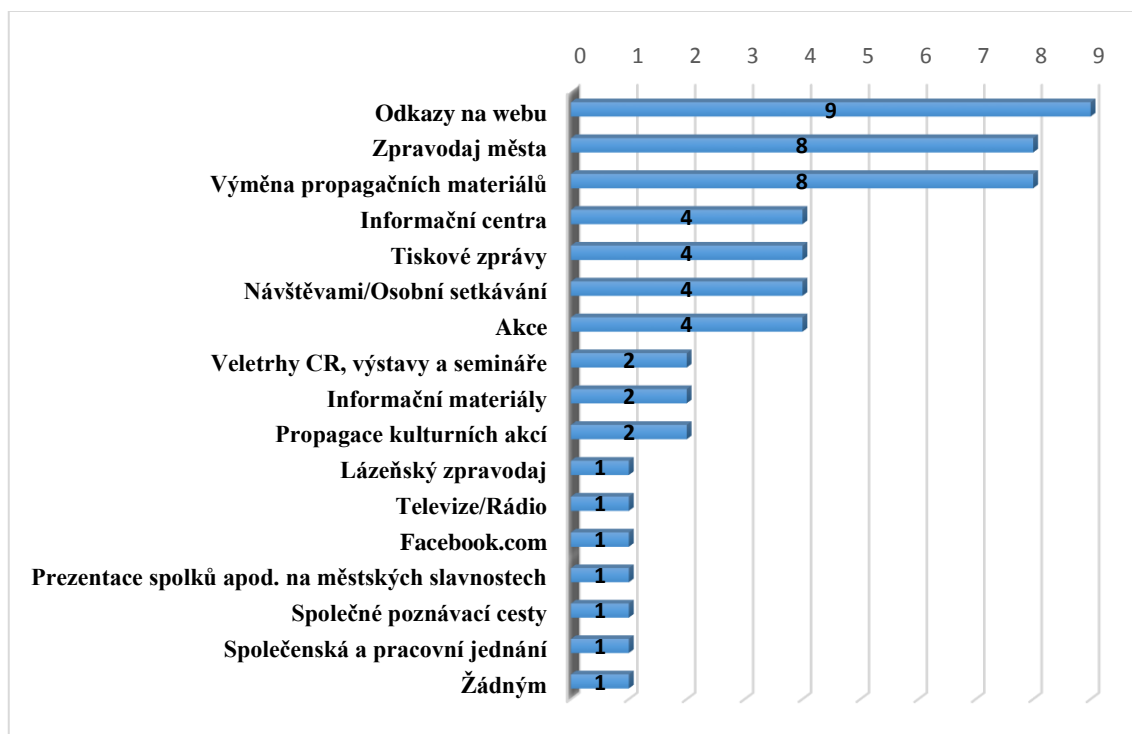
### Způsoby měření výsledků partnerství

Respondenti (25) odpovídali, zda mají stanovené indikátory, které naplňují. Celkem 92 % (23) odpovědělo, že žádné indikátory nemají stanovené a 8 % (2), že je stanovené mají. Města uvedla, že jejich indikátory jsou *spokojenost a míra využití*.

### Propagace spolupráce a partnerských měst

Odpovědi všech respondentů (25) v této otevřené otázce byly rozdělené do jednotlivých sekcí. Nejvíce využívají *odkazy na webu* (9), *zpravodaj města* (8) a *výměnu propagačních materiálů* (8).

Obrázek 10: Způsoby propagace partnerských měst



Zdroj: vlastní zpracování

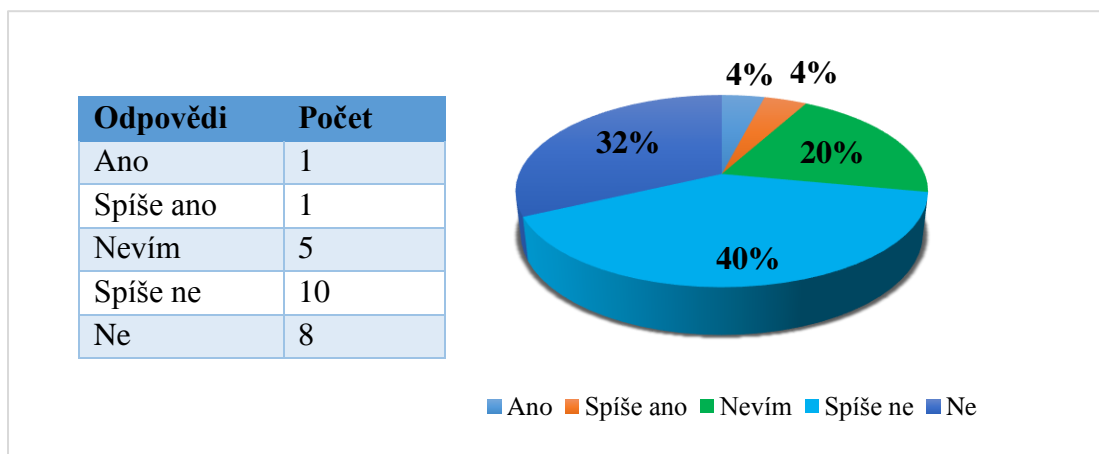
### Způsoby informování veřejnosti o spolupráci

Otevřená otázka, na kterou odpovědělo celkem 25 respondentů. Nejvíce měst veřejnost informuje s pomocí *zpravodajů měst* (14), *odkazech na webu* (11) či *tiskových zpráv* (6). Dále jsou informovány skrze *propagační materiály* (4), *sociální sítě* (3) jako je Facebook.com, prostřednictvím *regionální televize a rádií* (2) a *rozhlasu* (2). Města zmínila i další způsoby (7), jedná se o *akce, osobní návštěvy, radniční list, obecní noviny, v rámci PR* (public relations) a *zasedání zastupitelstva*.

### Navázání nových partnerství

Dle odpovědí respondentů (25) vyplývá, že pouze 4 % (1) měst plánuje navázat partnerství s dalšími městy, pouze 4 % měst uvedla „Spíše ano“ (1). Na otázku odpovědělo 40 % měst „Spíše ne“ (10), 32 % „Ne“ (8) a 20 % „Nevím“ (5).

Obrázek 11: Odpovědi měst na otázku, zda přemýšlí o navázání partnerství



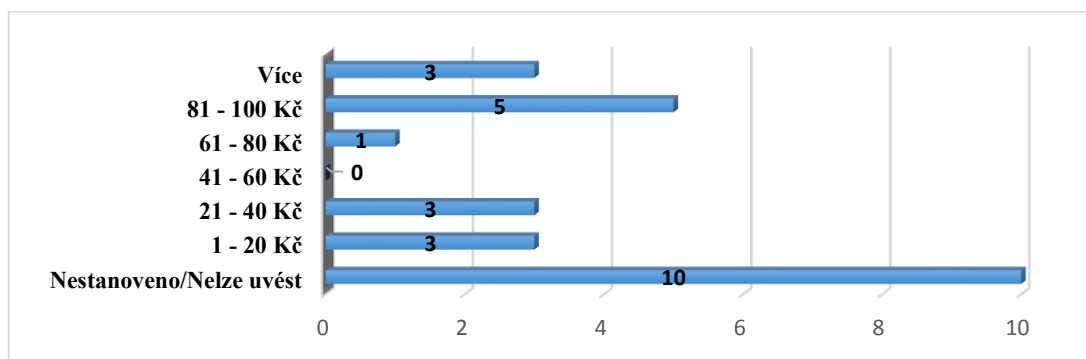
Zdroj: Vlastní zpracování

### Přibližný rozpočet za rok 2016 na spolupráci

Odpovědělo celkem 25 respondentů, přičemž nejvíce měst uvedlo, že tento rozpočet nebyl stanoven či ho nelze samostatně vyčlenit (10). Některá města uvedla, že na spolupráci vynaložila 100 tisíc korun (5) a více (3) – 135 a 250 a 650 tisíc korun. Mnoho měst uvedlo částky do 100 korun českých (7).



Obrázek 12: Přibližný rozpočet (2016) na spolupráci s partnerskými městy (v tis.)



Zdroj: Vlastní zpracování

### Přínosy spolupráce

Otevřená otázka, celkem 25 respondentů. Nejčastější odpovědi byly z oblasti navazování a udržování přátelství, poznávání života místních obyvatel (kultura a tradice) a dále z oblasti cestovního ruchu. Například projekt Turistika bez hranic, vznik nových aktivit cestovního ruchu, pořádání koncertů, zvýšení návštěvnosti regionu, diverzifikace hospodářské činnosti do oblasti cestovního ruchu, vzájemná výměna turistů a posílení jejich znalostí a zájmů o město/region, vznik nové infrastruktury, podpora podnikatelů v oblasti ubytování, stravování a kulturně společenských aktivit a cílená a udržitelná podpora cestovního ruchu.

Tabulka 13: Přínosy ze spolupráce mezi městy na česko-bavorském příhraničí

Přínosy ze spolupráce	Počet
Navazování kontaktů, utváření přátelství, setkávání lidí (lidí, obcí, farností)	12
Poznávání života místních obyvatel (hlavně u dětí) - tradice, kulturní dědictví	6
Zvýšení návštěvnosti regionu/měst, pravidelné návštěvy	4
Zvýšení povědomí (o turistickém potenciálu regionu apod.)	3
Výměna konkrétních zkušeností města (např. údržby města)	3
Cílená a udržitelná podpora cestovního ruchu (vznik nových aktivit atd.)	3
Sbližování zemí, odbourání předsudků	3
Zlepšení jazykových dovedností, odstranění jazykových bariér	3
Posílení znalostí návštěvníků o území, vzájemná výměna turistů	2
Zvyšování zájmu o města/region (ekonomické oživení)	2
Spolupráce na projektech (pozitivní dopad na obyvatele)	2
Podpora podnikatelů v oblasti ubytování, stravování, kulturně společenských aktivit	2

Popularizace celé příhraniční oblasti	1
Pořádání koncertů	1
Turistika bez hranic	1
Diversifikace hospodářské činnosti do oblasti cestovního ruchu	1
Vznik nové infrastruktury	1
U obyvatel dochází ke zvýšení identifikace s prostorem, kde žijí	1
Významné zapojení a dlouhodobá spolupráce neziskových organizací	1
Propagace	1

Zdroj: Vlastní zpracování

### Překážky spolupráce

V této otevřené otázce nejvíce měst odpovědělo, že neexistují žádné překážky (8) a také, že existují jazykové bariéry (8). Dalším problémem se jasně jeví finanční náročnost a nedostatek finančních prostředků. Města se snaží hledat nové způsoby financování, například snaha využívat zdroje EU a řeší i otázku finanční podpory v období po roce 2020.

Tabulka 14: Překážky ve spolupráci mezi městy na česko-bavorském příhraničí

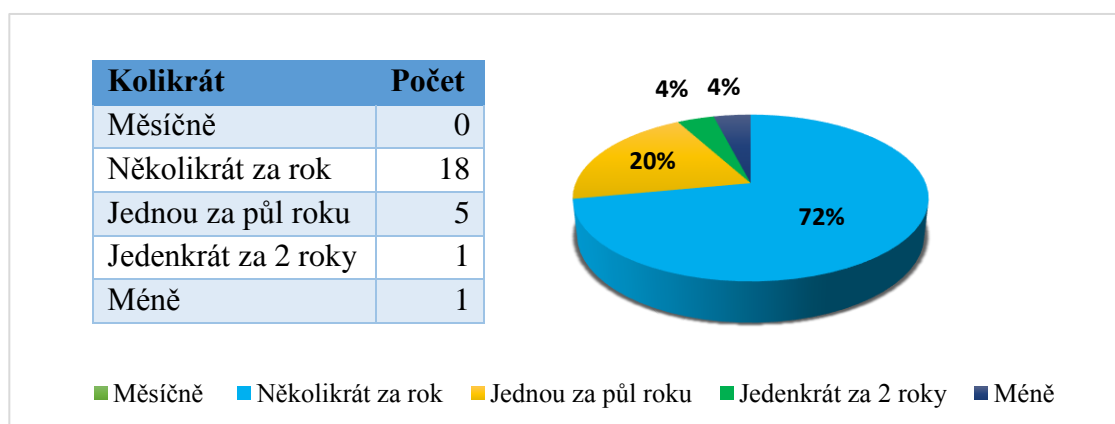
Překážky	Počet
Žádné	8
Jazykové bariéry	8
Výše finančních prostředků a finanční náročnost	4
Omezené personální kapacity v obcích	2
Časová náročnost	2
Přetrvávající nedůvěra ve východ	1
způsob výkonu ochrany přírody - NPŠ	1
Vytváření pestrého spektra aktivit	1
Financování dopravy	1
Nalézat partnery	1
Nutné delší pobyty během návštěv (finanční náročnost)	1
Nová spolupráce - snaha o kontinuální spolupráci a komunikaci	1

Zdroj: Vlastní zpracování

### Frekvence pořádaných aktivit

Města (25) nejčastěji pořádají aktivity *Několikrát za rok* 72 % (18) a žádné z měst je nepořádá *Měsíčně* (0). 20 % (5) respondentů je pořádá *Jednou za půl roku* a jen minimálně je pořádají *Jednou za 2 roky* 4 % (1) a *Méně* 4 % (1). Z této otázky je zřejmé, že se města snaží jejich spolupráci udržovat a rozvíjet tak často, jak to jen jde, ale v mezích jejich finančních prostředků, neboť je spolupráce a financování těchto aktivit nákladné a nejvíce z měst tyto spolupráce financuje z vlastních rozpočtů.

Obrázek 13: Frekvence pořádání aktivit v rámci partnerství



Zdroj: Vlastní zpracování

### Personální tým zajišťující administrativu a organizaci aktivit a projektů

Z výzkumu vyplývá, že téměř polovina ze všech respondentů spolupracujících s Bavorskem v oblasti cestovního ruchu (25) má vlastní personální tým, který zajišťuje administrativu a organizuje aktivity a projekty. Celkem 11 měst (44 %) tento tým má, naopak 14 měst (56 %) tento tým nemá.

### Způsob zapojování rezidentů do spolupráce

Respondenti odpověděli, že 32 % (8) zapojuje své rezidenty do spolupráce, 28 % (7) své rezidenty spíše zapojuje, 12 % (3) měst neví, dále 20 % (5) své rezidenty spíše nezapojuje a 8 % (2) své rezidenty vůbec nezapojuje.

Svým rezidentům města poskytují informace ve zpravodaji města. V rámci partnerství probíhá oslovování a spolupráce spolků česko-německé spolupráce a dalších zájmových sdružení (např. ZUŠ Český Krumlov) a nabídky těchto spolků (fotbal apod.). Rezidenty zapojují prostřednictvím výboru pro spolupráci s partnerskými městy, zprostředkováním styku s vhodnými protějšky a následných pravidelných setkání a společných akcí či osobních setkání v různých oblastech společenského života. Města mají také sítě aktivních občanů a organizací, se kterými dlouhodobě spolupracují a komunikují v různých oblastech (např. v oblasti spolupráce Místní akční skupiny Zlatá cesta, o. p. s.). Rezidenti se aktivně i pasivně účastní na připravovaných a realizovaných projektech. Města organizují také výlety do Bavorska a společné poznávací cesty. Občany informují o možnostech účasti na akcích svého bavorského partnera.

Český Krumlov například jednou za rok pořádá setkání partnerských měst, kterého se účastní města Český Krumlov, Hauzenberg, Vöcklabruck a Slovenj Gradec. Zástupci těchto měst si vyměňují informace týkající se státní správy, samosprávy

a turismu. Tohoto setkání se účastní také Městská policie Český Krumlov či Hasičský záchranný sbor Český Krumlov, které si vyměňují své zkušenosti a poznatky s kolegy z dalších partnerských měst.

#### **4. 1. Syntéza výsledků a poznatků**

Z dotazníkového šetření je zřejmé, že Plzeňský kraj má převahu nad Jihočeským krajem, co se týče partnerství s bavorskými městy. Z celkového počtu měst (83) má 34 měst partnerství s bavorskými městy, z toho 12 leží v Jihočeském kraji a 22 v Plzeňském.

Nejzajímavější pro města je spolupráce v oblasti Cestovního ruchu, volného času a rekreace, dále v oblasti Výchovy a všeobecného vzdělávání. Na tyto oblasti města kladou větší důraz a jsou pro ně také nejdůležitější. Ze zmíněných 34 měst spolupracuje 94,1 % (32) měst v oblasti cestovního ruchu, lze tedy říci, že je toto odvětví pro města a spolupráci atraktivní. S Bavorskem spolupracuje celkem 25 měst v oblasti cestovního ruchu – z Plzeňského kraje 17, z Jihočeského kraje 8.

Přeshraniční spolupráce v oblasti cestovního ruchu, volného času a rekreace má dle měst v tomto odvětví největší vliv a přínos pro veřejnost, zájmová sdružení, kluby a studenty. Vzhledem k tomu, že je oblast cestovního ruchu, volného času a rekreace nejzajímavější odvětví pro města, a také jej nejvíce využívá veřejnost, studenti, zájmová sdružení a kluby, tak není nečekané, že v současné době města nejvíce propagují cestování do partnerských měst a organizují výlety do Bavorska, v rámci čehož probíhá propagace nových produktů cestovního ruchu jako je otevření nových muzeí apod. Často spolupráce probíhá v rámci vzniku společných projektů jako jsou společné cyklostezky a naučné stezky.

Spolupráce měst je finančně nákladná záležitost, která vyžaduje finanční zdroje. Nejvíce měst financuje partnerství z vlastních rozpočtů a z programu Cíl 3. Mnoho měst (12) využívá kombinovaných zdrojů, nejčastěji kombinují právě financování z vlastního rozpočtu a z Cíle 3 (10). Avšak jsou i města (9), která spolupráci z oblasti cestovního ruchu financují pouze z vlastních rozpočtů.

Téměř všechna města uvedla, že je pro ně spolupráce v oblasti turismu důležitá, avšak pouze 60 % (15) měst v minulosti pořádalo projekty pro rozvoj cestovního ruchu.

Nejčastějším způsobem, jakým probíhá propagace partnerských měst, je prostřednictvím odkazů na webu, zpravodajů měst a výměny propagačních materiálů. Stejným způsobem

informují i veřejnost (rezidenty) o spolupráci s bavorskými městy. Některá města uvedla propagaci prostřednictvím informačních center.

Ačkoliv 72 % (18) měst pořádá aktivity v rámci přeshraniční spolupráce několikrát ročně, tak 28 % je pořádá méně, díky čemuž není využit plný potenciál partnerství. Častým problémem je jazyková bariéra a více aktivit by pomohlo k odstraňování těchto bariér.

#### **4. 1. 1. Zhodnocení výzkumné otázky a předpokladů**

**Výzkumná otázka:** Jak všeobecná přeshraniční spolupráce měst a přeshraniční spolupráce měst v oblasti cestovního ruchu přispívá k rozvoji cestovního ruchu a samotných měst.

Pro zhodnocení výzkumné otázky sloužilo dotazníkové šetření, ze kterého vzešlo, kterým segmentům je spolupráce nejvíce ku prospěchu a jak spolupráce obecně, ale i spolupráce v cestovním ruchu tyto segmenty ovlivňuje a přispívá k rozvoji měst, partnerství a cestovního ruchu jako takového.

**Předpoklad 1:** Většina měst spolupracujících s Bavorskem spolupracuje v oblasti cestovního ruchu a v této oblasti města spolupracují více v porovnání s jinými oblastmi.

Z odpovědí měst, která mají přeshraniční spolupráci (34) vyplývá, že nejvíce měst spolupracuje v oblasti cestovního ruchu 94,1 % (32) a v oblasti výchovy a všeobecného vzdělávání 64,7 % (22). V ostatních oblastech města nespolupracují v tak velké intenzitě, například v oblasti profesního vzdělávání a trhu práce se jedná o pouhých 11,8 % (4). Oblast cestovního ruchu je nejvíce využívána a města v této oblasti spolupracují ve větší intenzitě v porovnání s dalšími oblastmi. Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že 73,5 % (25) respondentů spolupracujících s Bavorskem spolupracují v oblasti cestovního ruchu, přičemž 26,5 % (9) měst v této oblasti nespolupracuje. Měst, majících přeshraniční spolupráci s bavorskými městy v oblasti cestovního ruchu je většina, je jich více jak 2/3.

Předpoklad 1 je potvrzen.

**Předpoklad 2:** Alespoň 1/3 měst spolupracuje s Bavorskem.

V dotazníkovém šetření respondenti odpovídali, zda s bavorskými městy spolupracují, či nikoliv. Bylo zjištěno, že 59 % (49) toto partnerství nemá, a že 41 % (34) toto partnerství na česko-bavorském příhraničí má, z čehož vyplývá, že více jak 1/3 měst spolupracuje s Bavorskem.

Na základě webové stránky [www.partnerskamesta.cz](http://www.partnerskamesta.cz) spravované Svazem měst a obcí ČR bylo dohledáváno, s kým mají města uzavřená partnerství. V rámci Plzeňského kraje, na jehož území leží 57 měst bylo zjištěno, že 38,6 % (22) měst má přeshraniční spolupráci s Bavorskem a 61,4 % (35) měst nemá spolupráci s bavorskými městy. Na území Jihočeského kraje bylo zkoumáno 56 měst. Bylo zjištěno, že 46,4 % (26) měst má přeshraniční spolupráci s Bavorskem a 53,6 % (30) měst takovou spolupráci nemá. Z celkového počtu 113 zkoumaných měst z Jihočeského a Plzeňského kraje má přeshraniční spolupráci s Bavorskem dle těchto webových stránek 42,5 % (48) měst a 57,5 % (65) měst spolupráci s Bavorskem nemá. Na základě těchto sekundárních dat bylo zjištěno, že více jak 1/3 měst spolupracuje s Bavorskem.

Předpoklad 2 je potvrzen.

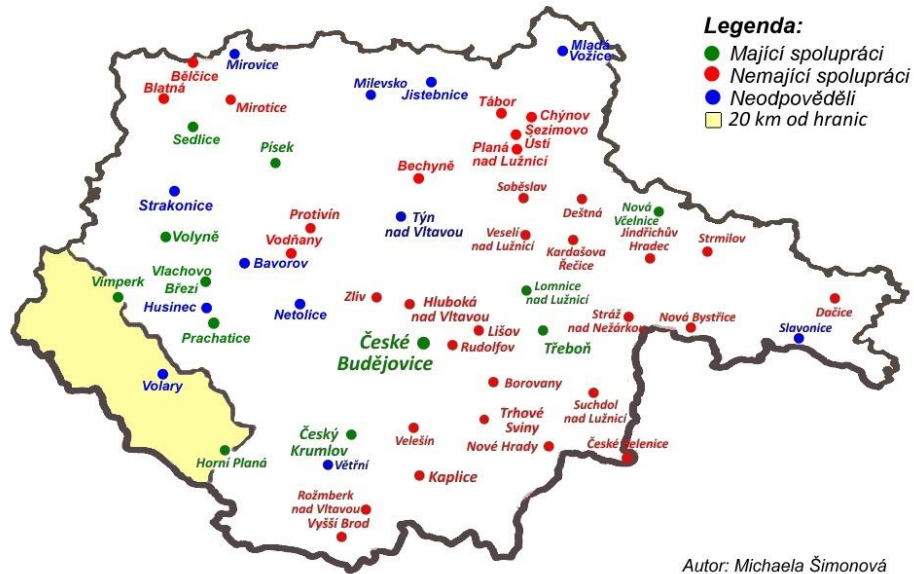
**Předpoklad 3:** Většina měst spolupracujících s Bavorskem leží do 20 km od hranic.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že celkem 35,3 % (12) měst Jihočeského kraje a 64,7 % (22) měst Plzeňského kraje mají spolupráci s Bavorskem. Je logické, že většina měst spolupracujících s Bavorskem leží na území Plzeňského kraje, neboť tento kraj má nejdélší hranice s Bavorskem. Také větší počet měst spolupracujících s bavorskými městy leží v okresech nacházejících se blíže k hranicím. K vyhodnocení tohoto předpokladu slouží vytvořené mapy (Obrázek 14 a Obrázek 15), na kterých jsou znázorněny všechna zkoumaná města. Následně bylo na webové stránce [www.mapy.cz](http://www.mapy.cz) dohledáno, která města se nachází v maximální vzdálenosti 20 kilometrů od hranic. Bylo zjištěno, že z 34 měst Plzeňského a Jihočeského kraje (mající přeshraniční spolupráci s Bavorskem) 10 leží ve vymezeném území 20 kilometrů od bavorských hranic. Těchto 10 měst tvoří 29,4 %, z toho vyplývá, že 70,6 % (24) měst neleží ve vymezeném území 20 kilometrů. Nelze tedy potvrdit předpoklad 3.

Předpoklad 3 vyvrácen.

Obrázek 14: Mapa měst Jihočeského kraje

**Mapa měst Jihočeského kraje spolupracujících s Bavorskem**



Zdroj: Vlastní zpracování

Obrázek 15: Mapa měst Plzeňského kraje

**Mapa měst Plzeňského kraje spolupracujících s Bavorskem**



Zdroj: Vlastní zpracování

## **4. 2. Návrhy společného rozvoje**

### **4. 2. 1. Aktivity společného rozvoje**

Města by se měla zaměřit na segmenty, kterým je spolupráce nejvíce ku prospěchu a nejvíce ji využívají. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že spolupráce nejvíce využívá veřejnost, zájmová sdružení, kluby a studenti. Další investice do těchto segmentů přinese větší užitek a přínosy, ať už společenské či ekonomické. Na základě poznatků je městům navrženo pořádat častější aktivity s cílem sblížení rezidentů a to především městům, které tyto aktivity vůbec nepořádají.

#### **Jazykové kurzy a semináře**

Cílem těchto kurzů je odstranění jazykových bariér, které jsou nejčastějším problémem u měst a velkou překážkou v rozvoji spolupráce. Kurzy mohou být pořádány pro všechny věkové skupiny, nejvhodnější by však bylo tyto věkové skupiny rozsegmentovat a udělat zvlášť jazykové kurzy pro seniory (od 55 let), dospělé (25–54 let) a mladší osoby – studenty (do 25 let).

Tyto kurzy by se konaly alespoň jednou do týdne, nejlépe po dobu 2 hodin. Vytvořil by se harmonogram probíraných témat, aby každý mohl navštívit téma, které mu činí největší problém. Skupiny by se tedy nemusely dělit na pokročilé a začátečníky, ti pokročilejší by navštívili kurz až v případě, že se bude probírat téma, které neznají. Tímto by se ušetřily náklady na učitele i prostory.

Nejprve je potřebné najít správného učitele cizího jazyka. Pro města je nejvhodnější najít učitele z řad svých občanů, který bude ochotný vyučovat ostatní. Například se může jednat o seniora nadšence, který bude ochotný předávat své znalosti dál zadarmo, popřípadě za minimální mzdu. Učitele mohou najmout i z řad učitelů svých škol, kteří již mají kvalifikaci a zkušenosti s výukou. Na základě sekundárních zdrojů bylo zjištěno, že se hodinová sazba učitele cizího jazyka pohybuje od 200 do 400 Kč. Vyučovat by se měly především cizí jazyky, kterými hovoří partnerská města, aby došlo k efektivnějšímu rozvoji spolupráce.

Pro města by neměl být problém zařídit prostory pro výuku. Mohou poskytnout své vlastní prostory, ve kterých je potřebné pouze umístění židlí a stolů, popřípadě tabule či dataprojektor. Města se mohou domluvit i s místními školami na propůjčení prostorů pro tuto činnost. Prostory pro výuku lze pronajímat, na základě sekundárních zdrojů bylo zjištěno, že hodinový pronájem prostorů činí od 200–300 Kč.



Je nutné zakoupení i vyučovacích knih (učebnic), ty by se však pořídily až na základě dohody s učitelem. Tyto učebnice by si buď každý účastník zakoupil sám, nebo by se pořídilo pouze pár výtisků a stránky potřebné pro výuku na určitou hodinu se vždy skenovaly a rozesílaly účastníkům na e-mail. Účastníci by si pak materiály sami vytiskli, a pokud by se u někoho vyskytl problém, že nemá tiskárnu anebo by se jednalo o někoho, kdo nemá zkušenosti s elektronikou (nevlastní e-mail apod.), pak by bylo možné se předem domluvit a materiály by pro ně byly vytištěny (za poplatek na tisk) a přineseny na hodinu.

Kurzy města mohou propagovat pomocí svých místních rozhlasů, webových stránek, ve zpravodaji měst, na profilech měst na sociálních sítích (Facebook.com) či vylepením plakátů. Svou propagaci by měla města zaměřit na jednotlivé segmenty zvláště, neboť každý segment má jiné potřeby a zvýší se tím šance, že se kurzů budou chtít jednotlivé skupiny účastnit. Například u seniorů se může jednat o zpestření života a odstranění nudy anebo o sblížení a seznámení se s dalšími seniory. U dospělých se jedná o potřebu odstranění monotónnosti svého vlastního života, zvýšení svých kvalit při zlepšování jazykové úrovně, seberealizace, navázání nových kontaktů, přátelství apod. Studentům mohou kurzy pomoci ke zvládnutí studia a zkoušek, opět zlepšit jejich kvality či navázat nová přátelství. Kurzy mohou vnést do „nudných“ životů občanů trochu pestrosti a občané/účastníci mohou být během kurzů nabádáni a motivováni k zapojení do přeshraniční spolupráce a přispět tak svými silami k rozvoji.

Města mohou zvážit skutečnost, že na vybrané kurzy pozvou i občany svých partnerských měst, čímž dojde ke sblížení a navázání vztahů s místními. Na vybrané kurzy je mohou pozvat jakožto rodilé mluvčí, čímž si účastníci kurzů mohou svůj jazyk lépe procvičit. Tito rodilí mluvčí si mohou připravit prezentace na různá témata, například „Moje kultura“. Účastníci by si nejen procvičili jazyk, ale naučili by se i něco o kultuře, historii a zvycích partnerských měst, což podpoří touhu cestovat a poznávat.

Pořádání kurzů s sebou nese určité náklady, které jsou níže vyčísleny. Záleží jen na městech, zda se rozhodnou tyto kurzy financovat z vlastních rozpočtů, anebo je zpoplatnit a zaplatit veškeré náklady, či na kurzech dokonce vydělávat. Pokud se rozhodnout kurzy zpoplatnit, může se jednat například o jednorázovou částku uhrazenou vždy při navštívení kurzu (například 60 Kč) nebo o předplatné (měsíční, půlroční, roční). Ceny se mohou pro jednotlivé segmenty lišit. Pro seniory a studenty mohou být kurzy levnější než pro pracující dospělé. Pokud se města starají o seberealizaci

a zpestření životů svých občanů, pak mohou zvážit pořádání kurzů zadarmo alespoň pro seniory, kteří mnohdy nejsou ochotni vzdát se svých příjmů a na kurzy by nedocházeli.

Tabulka 15: Náklady pro jazykové kurzy a semináře

<b>Jednorázové náklady</b>		<b>Cena</b>
Propagace	Tvorba plakátů/letáčků	4 000 Kč
	Tisk plakátů/letáčků	3 000 Kč
	Sociální síť	0 Kč
	Webové stránky	0 Kč
	Zpravodaj města	0 Kč
	Místní rozhlas	0 Kč
Učebnice	Zakoupení pouze pro učitele	400 Kč
<b>Hodinové náklady</b>		<b>Cena</b>
Učitel	Hodinová mzda	350 Kč
Prostory	Vlastní/školní prostory	0 Kč
	Pronájem místnosti (1 hod)	250 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Co se týče jednorázových nákladů, nejdražší se jeví propagace těchto kurzů, města si však mohou zvolit z řady možností a vybrat si tu nejvhodnější. Pokud se rozhodnou využít propagace prostřednictvím plakátů/letáčků, pak se kurzů musí zúčastnit (při ceně 60 Kč a jednorázovém vstupném) alespoň 124 lidí  $((4\ 000+3\ 000+400)/60=124)$ , aby se pokryly tyto náklady, včetně nákladů na učebnici pro učitele. Tyto kurzy se mohou pořádat vždy po celý rok, tudíž stačí tištěná propagace pouze zpočátku a následně prostřednictvím internetu za účelem snížení nákladů.

Náklady na dvouhodinový kurz v případě pronájmu prostoru se vyčísly na 1 200 Kč  $((350+250)*2=1\ 200)$ . Aby se pokryly tyto náklady, musí se jednoho kurzu zúčastnit (při ceně 60 Kč a jednorázovém vstupném) alespoň 20 osob.

Předpokládá se, že propagace proběhne vždy jednou ročně a jednorázové náklady se tedy rozdělí mezi jednotlivé kurzy. Kurzy proběhnou jednou týdně po celý rok (52 týdnů) a jeden kurz bude trvat 2 hodiny. Na jeden kurz připadají jednorázové náklady ve výši 141 Kč  $((4\ 000+3\ 000+400)/52=141)$ . Roční náklady na pořádané kurzy včetně jednorázových nákladů činí 69 723 Kč  $((350+250+141)*52=69\ 723)$ . Bod zvratu při jednorázovém vstupném 60 Kč je 1 163 účastí. Pokud se tyto účasti rozpočítají rovnoměrně mezi jednotlivý týdny v roce, pak se každého kurzu musí zúčastnit alespoň

23 lidí ( $1163/52=23$ ), aby došlo k pokrytí veškerých nákladů. Všechna čísla jsou zaokrouhlována nahoru.

### **Studentské praxe a výměnné pobyty**

Výměnné pobyty se mohou spojit s praxí pro studenty, čímž nejenom, že získají cenné pracovní zkušenosti, ale získají nová přátelství, poznají život v jiných státech a městech a odstraní časté jazykové bariéry. Cílem je tedy spojit místní studenty se studenty partnerských měst, získat celoživotní přátelství, procvičit cizí jazyk a zlepšit jeho úroveň, poznat cizí kulturu a způsob života v zahraničí. Studentům je prostřednictvím výměnných pobytů nabídnuta možnost procestovat okolí a navštívit muzea, hrady, zámky či města, což přispívá k rozvoji cestovního ruchu, ale také podpoří touhu studentů cestovat.

Výměnné pobyty mohou mít podobu praxe, kdy studenti budou žít v rodinách studentů partnerských měst a bude jim dána možnost praxe v okolí, kde by byli vždy část dne a druhou část dne by objevovali okolí a svět kolem nich. Tyto pobyty mohou mít i studentský nádech, kdy mohou mít studenti možnost vyzkoušet si, jak to chodí ve školách v partnerských městech. Do škol by chodili jen na pár hodin a zbytek dne opět objevovali okolí a navštěvovali blízká historická města, muzea, galerie, zámky a hrady.

Vzhledem k tomu, že budou studenti ubytováni u rodin studentů partnerských měst, pak je potřebné, aby se výměnných pobytů zúčastnil stejný počet studentů u obou partnerských škol, popřípadě se sehnali dobrovolníci, kteří budou ochotni studenty ubytovat. Pobyty by měly probíhat v rozmezích 1–2 týdnů, čímž nedojde k velkému zameškání studentů ve školách.

Města/školy se domluví, kdo v rámci pobytů vycestuje první a kdy. Jedním z návrhů je, aby studenti vycestovali do partnerských měst v první polovině školního roku a studenti partnerských měst zase ve druhé polovině. To z toho důvodu, aby měly partnerské školy dostatek času na plánování celého pobytu, například naplánování výletů, zakoupení vstupů apod.

Je potřebné vyřešit dopravu studentů. Školy si mohou vybrat ze dvou variant, jednou je veřejná doprava (vlak, autobus), druhou pronájem vlastního autobusu. Obě tyto varianty mají své klady a zápory. Například veřejná doprava je složitější zejména při přepravě většího počtu osob, ale lze rezervovat místenky, dále je zde časová náročnost a vázanost. Tím je myšleno, že přesun veřejnou dopravou zabírá více času a studenti se musí řídit harmonogramem jízdních řádů. Na druhou stranu je veřejná doprava zase levnější.

V případě pronájmu autobusů je výhodou menší časová náročnost a žádná vázanost na jízdní řády. Školy však musí počítat s vyššími náklady (parkovné, pronájem, pohonné hmoty) a s tím, že na výlety se studenty pojedou i studenti partnerských měst, tudíž musí být v autobuse dostatek místa pro tyto studenty. Náklady na pronájem autobusu včetně řidiče jsou v rozmezí 15–20 Kč na jeden kilometr. Celková cena se následně odvíjí od toho, jak velkou vzdálenost školy potřebují ujet.

Vše, co je potřebné zařídit, je partnerská škola, doprava a také zmapovat okolí, s čímž pomůže právě partnerská škola, a naplánovat výlety, které se budou jevit nejatraktivněji pro studenty a zároveň budou naučné. V případě, že tyto výměnné pobyty budou probíhat formou praxe, je potřebné uzavřít partnerství s podniky v partnerském městě, které studentům praxi umožní. Dále je nutné uzavřít partnerství s podniky ve městě, aby studenti partnerských měst měli také možnost praxe. O výměnné pobyty a veškerý program by se měly starat jedna až dvě osoby, aby nedocházelo ke komunikačním šumům a celý pobyt v zahraničí by byl správně naplánován. O stravování se postarají partnerské rodiny, které poskytnou snídani, večeři a svačinu.

Nebude potřebná velká propagace, stačí, když budou školy informovat své studenty o možnosti výměnných pobytů a zahraniční praxe. Školy by měly studenty nejlépe oslovit přímo, například v rámci prezentace před celou školou, popřípadě každý učitel by informoval o této možnosti svou třídu.

V rámci těchto výměnných pobytů dochází k velké seberealizaci studentů, k motivaci ke studiu, k cestování a dalšímu vzdělávání v cizích jazycích apod. Avšak školy, ani města nemusí tyto pobyty financovat z vlastních rozpočtů, nýbrž si sami studenti tento pobyt uhradí. Školy a města mohou financovat pouze setkání s partnerskými školami. Například mohou pozvat zástupce partnerských škol do svých vlastních a uspořádat setkání, které je vhodné pořádat pravidelně (jednou ročně, v rámci výročí a jiných událostí).

Na základě osobního dotázání se učitelky, která má letitou zkušenost s výměnnými pobyty studentů, bylo zjištěno, že jsou tyto pobyty finančně podporovány z kraje a SRPDŠ. Za celou historii partnerství nebyly náklady pro studenta vyšší než 2 000 Kč na jeden týden, není zde započítáno kapesné studenta a počítá se s přepravou pomocí hromadné dopravy (vlak, autobus). Tyto informace byly získány od p. Šmídové, která se dlouhá léta starala o spolupráci mezi městem Vlašim a německým městem Albstadt.

## **Další aktivity společného rozvoje**

**Sportovní akce** – těchto aktivit se může konat celá řada a pokaždé s jiným tematickým nádechem. Pro děti a studenty měst se může konat „olympiáda“, kdy by děti různých věkových kategorií mezi sebou soutěžily, tyto akce by se konaly střídavě v partnerských městech s prohlídkou města.

Další aktivitou může být „sportovní den“, opět v zájmu setkání rezidentů. Například fotbalový turnaj, kdy se připraví program (hry, překážkové dráhy atd.) pro děti s prohlídkou města pro rezidenty partnerských měst.

**Naučné stezky a cyklostezky** – města mají projekty v rámci vytvoření nových naučných stezek a cyklostezek. Pravidelně mohou pořádat události, v rámci kterých se obyvatelé a zástupci měst sejdou a projdou si naučné stezky či projedou cyklostezky s následnou prohlídkou města. Na těchto naučných stezkách mohou města uspořádat soutěže pro zúčastněné děti, například „pohádkový les“, kdy na různých stanovištích stojí lidé v maskách pohádkových bytostí a děti plní jednoduché úkoly, za které dostávají razítka, a nakonec získají nějakou drobnou odměnu. V rámci cyklostezek obyvatelé mohou propůjčit svá kola, brusle či koloběžky obyvatelům partnerských měst, aby si nemuseli vozit svá vlastní. Tyto cyklostezky obyvatelé mohou projíždět například v maskách (karneval).

**Safe the planet** – města se mohou stát „zelenými“. Zvelebováním svého města mohou pomoci i cestovnímu ruchu. Rezidenti partnerských měst se mohou sejít a vzájemně si pomoci s úklidem města a okolí, následně akce opět konat v partnerském městě. Tento úklid se může konat během prohlídky města.

**Charitativní sbírky** – jednou ročně města mohou pořádat sbírky a darovat je potřebným jako jsou bezdomovci či děti v dětských domovech. Pro děti se mohou pořádat vánoční sbírky, kdy rezidenti dají pryč hračky, které již nepoužívají, zabalí je do vánočního papíru a pošlou dětem, kterým udělají radost. Podobné sbírky mohou být i pro bezdomovce, tentokrát však se starým nevyužívaným oblečením, popřípadě mohou dobrovolníci zakoupit oblečení nové.

**Degustační akce** – zapojení rezidentů do spolupráce. Města by se mohla domluvit na dobrovolné spolupráci jejich obyvatel, kteří by mohli zcela dobrovolně připravit národní jídlo a regionální pokrmy pro obyvatele a zástupce partnerského města, kteří by

byli pozváni na degustaci. Následně akci opakovat, ale tentokrát by připravili pokrmy rezidenti partnerského města.

**Letní tábor** – pro děti a studenty partnerských měst se mohou konat „smíšené“ letní tábory, kde se sejdou děti jak z českého, tak z bavorského města a budou mít možnost spolupracovat, poznávat vzájemně svou kulturu a odstraňovat jazykové bariéry.

**Školní vystoupení** – studenti si připraví vystoupení ve svých školách, kam budou pozváni zástupci partnerských měst. V rámci Vánoc se může konat „Vánoční akademie“, kdy si každá třída připraví vlastní vystoupení, které pak před celou školou a zástupci měst předvede.

**Studentské projekty** – využití kreativity svých studentů, aby došlo ke zlepšení přeshraniční spolupráce. Každoročně pořádat soutěž projektů pro studenty se zadáním „Rozvoj spolupráce v oblasti .....“ a ty nejlepší projekty následně realizovat a prezentovat ve školách partnerských měst a před zástupci města. Tyto soutěže mohou být na různá témata, například se lze zaměřit na odvětví, ve kterém města spolupracují – „Rozvoj spolupráce v oblasti cestovního ruchu“.

**Sešlosti klubů a zájmových sdružení** – kluby a zájmová sdružení, která jsou si podobná, budou mít možnost setkání, kde si mohou vyměňovat své zkušenosti, názory a vzájemně se něčemu přiučit. Tato aktivita může být přínosem pro hasičské a policejní sbory, které se od sebe mohou vzájemně poučit.

**Tematické setkávání podnikatelů** – podnikatelé partnerských měst se mohou sejít a vyměňovat si opět zkušenosti v rámci zdravé konkurence. Je vhodné pořádat tyto meetingy s podobnými podnikateli. Tím je myšleno například setkání osob z oblasti ubytovacích zařízení a zvláště setkání osob v rámci stravovacích zařízení, přičemž se mohou konat ve stejný den, kdy by měli podnikatelé ze stejných oborů možnost výměny zkušeností s následným smíšeným setkáním, kde si mohou podnikatelé vyměňovat kontakty a navazovat obchodní partnerství.

Všechny výše zmíněné akce přispívají k odstraňování jazykových bariér a mohou se konat například v rámci propagace nově otevřených kulturních atraktivit, například muzeí a galerií, což napomůže rozvoji cestovního ruchu.

#### **4. 2. 2. Otázka financování spolupráce**

Města by měla zvážit kombinace různých finančních prostředků a zažádat o projekty v rámci v rámci programového období 2014–2020, popřípadě žádat o jiné dotace

a granty. Větší finanční možnosti by mohly pomoci k lepší propagaci měst a pořádání „sblíživacích“ akcí, které jsou účelné pro všechny skupiny (veřejnost, studenty, kluby, sdružení, podnikatele apod.). Vyšší finanční zdroje mohou přinést významný pozitivní dopad na území obou partnerských měst.

Aktuálně by se města měla zabývat otázkou financování po roce 2020, neboť programy, které jsou v současné chvíli aktuální, mají omezené množství finančních prostředků, které jsou čerpány již od roku 2014 a od roku 2020 přijdou v platnost programy nové.

Mnoho měst nemá samostatně vyčleněn či stanoven rozpočet na financování spolupráce. Tento rozpočet je však důležitý, neboť na kooperaci často stojí i rozvoj měst. Pokud města chtějí z partnerství maximální přínosy (ekonomické i neekonomické), musí také do tohoto partnerství více investovat. Například mnoho měst má partnerskou spolupráci v oblasti cestovního ruchu, což je jedno z nejrychleji rozvíjejících se odvětví. Města by si měla speciálně pro toto odvětví připravit konkrétní rozpočet včetně strategií, kam jejich peníze investovat a z čeho města, ale i obyvatelé získají největší přínos.

Města by měla v současné chvíli zvážit kombinované financování, především získání dotací a grantů, začít řešit otázku financování po roce 2020, až skončí programové období pro přeshraniční spolupráci 2014–2020 a přemýšlet o vymezení konkrétního rozpočtu na jednotlivé oblasti spolupráce.

#### **4. 2. 3. Možnosti propagace**

**Informační centra** – pomocí těchto center může dojít k „výměně turistů“, kdy se v centrech mohou návštěvníci dozvědět o partnerském městě. Města by měla zvážit vložení propagačních materiálů jako jsou průvodci, mapičky či pohledy do infocenter svých partnerských měst. Pracovníci těchto infocenter by mohli na svá partnerská města odkazovat a poskytnout návštěvníkům případné informace. Osobní doporučení je nejlépe fungující propagace a také nic nestojí. Propagační materiály mohou být v infocentrech pouze vystaveny v regálech.

**Sociální sítě** – propagace prostřednictvím sociálních sítí je v dnešní době velmi důležitá, může se jednat například o Facebook.com či Instagram, neboť mají široký dosah. Své rezidenty snadno a zcela zdarma (pokud nevyužijí cílených reklam) mohou na svých profilech informovat a poskytovat detaily o nadcházejících akcích. Na sociálních sítích mohou oslovit především mladší obyvatele svých měst a dát jim možnost se do spolupráce a akcí zapojit. Využít lze i cílených reklam, které jsou ovšem placené,

avšak města si mohou na sítích nastavit rozpočet, který nebude překročen a pomocí cílených reklam se zaměřit přesně na segment, který potřebují či chtějí oslovit.

**Školy** – mnoho aktivit je často konáno pro studenty, proto je vhodné oslovovat je prostřednictvím škol. Například pravidelné přednášky (semináře) o spolupráci a nadcházejících aktivitách, kde jim bude rovnou dána možnost zapojit se. Ve školách mohou města také vyvěsit letáčky a plakáty propagující aktivity v rámci přeshraniční spolupráce.

#### **4. 2. 4. Sbíráání zkušeností**

Města by se neměla bát oslovit ani jiná města a zeptat se jich na své know-how, například jakým způsobem zapojují své rezidenty a co se jim nejvíce osvědčilo. Není od věci pořádat ani sešlosti zástupců okolních měst, která mají přeshraniční spolupráci a na těchto sešlostech si vyměňovat zkušenosti, rady a informace, popřípadě se pokusit o uzavření partnerství nových.



## 5. Závěr

Přeshraniční spolupráce mezi městy je založená na důvěře a dobrovolnosti, je velmi důležitá a městům, jejich rezidentům a podnikům otevírá dveře do světa nových možností a příležitostí. Spolupráce jim nabízí tvorbu nových pracovních příležitostí, což vede ke zlepšení ekonomické stránky měst, a dále napomáhá k novým možnostem rozvoje. Města také investují peníze, přičemž tyto investice plynou zpět do měst v podobě peněz (vyšší zisky), dochází k utváření nových příležitostí a k vyšší spokojenosti obyvatel a zkvalitnění jejich života.

Jestliže hovoříme o přeshraniční spolupráci mezi městy, pak můžeme říci, že města s vysokou pravděpodobností spolupracují v odvětví cestovního ruchu a toto partnerství je pro ně klíčové. Je logické, že nejvíce měst, mající spolupráci s bavorskými městy v oblasti cestovního ruchu leží v Plzeňském kraji v porovnání s Jihočeským krajem, neboť mají delší hranice nacházející se na česko-bavorském pohraničí.

Nejvíce je spolupráce ku prospěchu veřejnosti (návštěvníkům, rezidentům apod.), zájmovým sdružením, klubům a studentům, na které by se města v rámci spolupráce měla více soustředit, aby města, ale i zmíněné segmenty získaly maximální možný užitek, ať už ekonomický, či společenský.

Cestovní ruch všeobecně napomáhá a podporuje malé a střední podniky, významně se podílí na výši HDP, zvyšuje vzdělanost obyvatel, tvoří devizové rezervy státu apod. Cestovní ruch je dynamické odvětví, které je nutné dále rozvíjet, k čemuž napomáhá právě přeshraniční spolupráce nejen měst. Velmi důležitá je spolupráce, která je uzavřena mezi veřejným a soukromým sektorem. Toto partnerství má mnoho forem a přispívá především ke zlepšení image destinace a k rozvoji různých odvětví. Ze spolupráce těží i veřejnost, respektive obyvatelé měst. Pomáhá rozvinout toleranci a poznávání kultur, historie, tradic partnerských měst, napomáhá k navazování přátelských i profesních vztahů a zapojuje rezidenty do aktivit (kulturních, sportovních apod.). Partnerství je výhodné pro města, neboť pomáhá k lepší konkurenceschopnosti, do rozpočtů měst plynou finanční prostředky (ulehčuje získávání zdrojů), které lze využít pro městské aktivity a činnosti, které napomáhají ke zpestření života ve městě a zvýšení kvality života rezidentů.

Přeshraniční spolupráce se výrazně podílí na rozvoji cestovního ruchu a značně jej ovlivňuje. Dokáže výrazně zviditelnit města v zahraničí, tedy u potencionálních

návštěvníků. Podporuje i setkávání rezidentů partnerských měst, kteří jsou vyzýváni k turismu. Image destinace se zlepšuje, je více atraktivní a návštěvníci odcházejí více spokojeni. Z návštěvy měst se netěší pouze samotní návštěvníci, ale i podnikatelé, pro které je cestovní ruch často významným anebo jediným zdrojem příjmů. Jejich cílem je návratnost těchto návštěvníků a dobré doporučení, tudíž se snaží o zkvalitnění svých služeb, aby byli návštěvníci více spokojeni.

Mnohá města si uvědomují přínos, který mohou získat z turismu. Organizují proto aktivity v rámci propagace cestování do partnerských měst (organizované výlety do Bavorska) a nových produktů cestovního ruchu, kdy se může jednat například o propagaci otevření nového muzea apod. Spolupracují na vzniku společných projektů jako jsou společné cyklostezky či naučné stezky, což souvisí i se zlepšováním a modernizací infrastruktury pro turisty.

Během uzavírání partnerství městům stojí v cestě několik překážek. Nejčastěji zmiňované jsou jazykové bariéry a finanční náročnost. Pro odstranění jazykových bariér slouží společné projekty například organizované výlety do Bavorska. Finanční stránku řeší každé město po svém. Často financují partnerství z vlastních rozpočtů a z programu Cíl 3 na posilování přeshraniční, mezinárodní a nadnárodní spolupráce. Města však často přistupují k variantě, kdy tyto prostředky kombinují a čerpají tak dotace, popřípadě spolupráci financují pouze z prostředků dotací a grantů. Přestože je získání dotací a grantů pro města výhodné, stále se musí dodržovat a splňovat podmínky, které jsou pro města překážkou, a proto přistupují k variantě financování pouze z vlastních rozpočtů.

Města se stále snaží o rozvoj cestovního ruchu, proto většina z nich realizuje různé projekty na zajištění tohoto cíle, nicméně stále řada měst spolupráci nikterak nerozvíjí.

## **I. Summary and keywords**

Cross-border cooperation opens the doors to cities to the world of new opportunities. Collaboration with cities creates new job opportunities, which leads to the improvement of the economic aspects of cities and furthers new opportunities of development. Cities also invest money, and these investments go back to cities in the form of money (higher profits), creating new opportunities and increasing citizens' satisfaction and improving their lives.

Cooperation is the most important for the benefit of the public (visitors, residents, etc.), interest clubs and students, in which the cities should concentrate more in the cooperation so that the cities and the mentioned segments can get the maximum possible benefit, whether economic or social.

Tourism generally helps and supports small and medium-sized enterprises, contributes significantly to GDP, increases the education of the population, generates foreign exchange reserves, etc. Tourism is a dynamic sector that needs to be further developed, which is helped by cross-border cooperation not only of cities. Very important is cooperation that is concluded between the public and private sectors. This partnership has many forms and primarily contributes to improving the image of the destination and to developing different sectors. Also the public (inhabitants) benefit from cooperation. It helps develop tolerance and understanding of cultures, history, traditions of partner cities, helps to establish friendly and professional relationships, and engages residents in activities as cultural and sports activities.

Cross-border cooperation has a significant impact on the development of tourism and is heavily influenced by it. It is able to make the cities visible abroad (potential visitors can get more information). It also encourages meetings of residents of partner cities who are invited to travel this way. Destination image is improved, it is more attractive and visitors leave more satisfied. Cross-border cooperation is important for entrepreneurs for whom tourism is often an important or only source of income. They try to improve their services to make visitors more satisfied because their goal is the return of visitors and good recommendations.

Many cities are aware of the benefits they can gain from tourism. They organize activities to promote travel to partner cities (organized excursions to Bavaria) and new tourism products, such as promoting the opening of a new museum, etc. They collaborate on

creating joint projects such as common cycle paths or nature trails, which are also related improving and modernizing the infrastructure for tourists.

There are several obstacles in the way of concluding partnerships with cities. The most frequently mentioned are language barriers and financial difficulty. To remove language barriers, joint projects such as organized trips to Bavaria are used. The financial side solves each city on its own. They often finance partnerships from their own budgets and from Objective 3 to strengthen cross-border, transnational and transnational cooperation.

Cities are still trying to develop tourism, so most of them are implementing different projects to meet this goal, but many cities still do not develop cooperation.

**Keywords:** cross-border cooperation, bilateral cooperation, city cooperation, collective tourism development, czech-bavaria cooperation

## II. Seznam použitých zdrojů

- Beritelli, P. (2009). Social network analysis in destination management. Retrieved from <http://etourism.economia.unitn.it/documents/3.pdf>.
- Blažek, J. (1999). Teorie regionálního vývoje: je na obzoru nové paradigma či jde o pohyb v kruhu? Praha: Geografie-Sborník ČGS.
- Blažek, J., Uhlíř, J. (2011). Teorie regionálního rozvoje. Praha: Karolinum.
- Branda, P. (n. d.), Regionální politika EU a podpora přeshraniční spolupráce. Liberec: Europe direct.
- Čepelka, O. a Potluka, O. (2011). Jak na partnerské projekty?. Praha: ESFCR. Retrieved from <https://www.esfcr.cz/documents/21802/758529/Jak+na+partnersk%C3%A9+projekty/331dded5-be0f-464d-ac0f-184cb7280e63>.
- Český statistický úřad, (2017a). Hlavní ukazatele národního hospodářství a cestovního ruchu v ČR v letech 22003-2015. [vid. 2017-02-28]. Retrieved from <https://www.czso.cz/csu/czso/cestovni-ruch-prinesl-ekonomice-250-miliard-korun>.
- Český statistický úřad, (2017b). Cestovní ruch přinesl ekonomice 250 miliard korun. [vid. 2017-02-28]. Retrieved from <https://www.czso.cz/csu/czso/domov>.
- Drgoňa, V. (2001). Cezhraničná spolupráca (na príklade Slovenskej republiky a Maďarskej republiky). Plzeň: ZČU.
- Foret, M. (2014). Cestovní ruch v regionálním rozvoji = Tourism in regional development. I. a II. Brno: Mendelova univerzita v Brně.
- Freyer, W. (1998). Tourism. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH
- Hall, P. (1992). Urban & Regional Planning. Routledge. New York: Routledge.
- Hesková, M. a kol. (2006). Cestovní ruch pro VOŠ A VŠ. Praha: Fortuna.
- Hůlková, G., Mertens, O., Veselá, B., Koppitz, D. (2012). Současné trendy v partnerství měst a obcí. Praha: Svaz měst a obcí České republiky.
- IIMCE, (2017). Partnerství v řízení cestovního ruchu. [vid. 2017-02-10]. Retrieved from <https://iimce.cz/partnerstvi-v-rizeni-cestovniho-ruchu/>.

Jeřábek, M., Dokoupil, J., Havlíček, T. a kol. (2004). České pohraničí – bariéra nebo prostor zprostředkování? Praha: Academia.

Jetmar, M. (2007). Cestovní ruch v příhraničních oblastech. Praha: VŠH.

Kaspar, C. (1996). Die Tourismuslehre im Grundriss. Bern: Haupt.

Kotíková, H. (2013). Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. Praha: Grada Publishing.

Kulhánek, M., Ivičič, M., Jamborová, L. (2006). Školení a vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu: Legislativa pro cestovní ruch. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

Mariot, P. (1983). Geografia cestovného ruchu. Bratislava: VEDA vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied.

Markusen, A. R. (1985). Profit cycles, oligopolies, and regional development. Cambridge, MA: MIT Press.

Masarykova Universita, (2004). Cestovní ruch – úvod. Retrieved from [https://is.muni.cz/el/1431/podzim2004/Z0042/um/CR\\_%20uvod\\_pojmy\\_...\\_pr.\\_1\\_.pdf?lang=en](https://is.muni.cz/el/1431/podzim2004/Z0042/um/CR_%20uvod_pojmy_..._pr._1_.pdf?lang=en).

McIntosh, R.W. & Goeldner, C.R. (1986). Tourism: Principles, Practices and Philosophies, 5th ed. New York: John Wiley & Sons.

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, (2012). Programy pro programové období 2014–2020. Retrieved from <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy>.

Palatková, M. (2007). Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

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

Palmer, A. J. (1996). Linking external and internal relationship building in networks of public and private sector organizations: a case study. Spojené Království: MCB UP Ltd.

Pásková, M., Zelenka, J. (2002). Výkladový slovní cestovního ruchu. Praha: MMR ČR.

Přichystalová, P. (2011). Přínosy cestovního ruchu ČR pro ekonomiku země. (Diplomová práce). Brno. Mendelova univerzita v Brně. Retrieved from <http://docplayer.cz/19716330-Prinosy-cestovniho-ruchu-cr-pro-ekonomiku-zeme.html>.

SMO ČR, (2017a). Význam a historie twinningu. Retrieved from <http://www.partnerskamesta.cz/o-twinningu/vyznam-a-historie/vyznam-a-historie-twinningu.aspx>.

SMO ČR, (2017b). Význam partnerské spolupráce měst. Retrieved from <http://www.smocr.cz/cz/oblasti-cinnosti/zahranicni-spoluprace/partnerstvi-mest/default.aspx>.

Srb, J. (2003). Řízení turistické destinace a trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu. Praha: COT Business.

Tittelbachová, Š. (2011). Turismus a veřejná správa. Praha: Grada Publishing.

Toušek, V., Kunc, J., Vystoupil, J. a kol. (2008). Ekonomická a sociální geografie. Plzeň: Aleš Čeněk.

Vanhove, N., Klaassen, L. H. (1987). Regional Policy: a European Approach. Avenbury: Aldershot.

Vystoupil, J., Holešinská, A., Šauer, M. (2007). Vymezování destinace a formulace jejích charakteristik a organizace cestovního ruchu v destinaci. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

World Tourism Organisation, (2011). Statistics and Tourism Satellite Account. Retrieved from [http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_tsa\\_1.pdf](http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_tsa_1.pdf).

Woukoun, R., Malinovský, J. a kol. (2008). Regionální rozvoj: východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování. Praha: Linde.

### **Schéma č. 1: Předpoklady cestovního ruchu**

Pásková, M., Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: MMR ČR.

### **Schéma č. 2: Vybrané subjekty partnerství v marketingovém řízení destinace**

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

### III. Seznam obrázků a tabulek

Obrázek 1: Předpoklady cestovního ruchu .....	7
Obrázek 2: Vybrané subjekty partnerství v marketingovém řízení destinace .....	16
Obrázek 3: Druh partnerství měst Jihočeského a Plzeňského kraje s Bavorskem.....	33
Obrázek 4: Oblasti spolupráce česko-bavorských měst .....	35
Obrázek 5: Oblasti spolupráce označené jako nejvíce důležité (1) .....	37
Obrázek 6: Oblasti spolupráce označené jako nejméně důležité (5) .....	37
Obrázek 7: Průměrné hodnocení jednotlivých oblastí .....	38
Obrázek 8: Skupiny, které nejvíce využívají partnerství .....	39
Obrázek 9: Čerpání prostředků pro spolupráci .....	41
Obrázek 10: Způsoby propagace partnerských měst .....	42
Obrázek 11: Odpovědi měst na otázku, zda přemýšlí o navázání partnerství .....	43
Obrázek 12: Přibližný rozpočet (2016) na spolupráci s partnerskými městy (v tis.).....	44
Obrázek 13: Frekvence pořádání aktivit v rámci partnerství.....	46
Obrázek 14: Mapa měst Jihočeského kraje.....	50
Obrázek 15: Mapa měst Plzeňského kraje .....	50
Tabulka 1: Jihočeská města a jejich bavorská partnerská města (oficiální partnerství) .	30
Tabulka 2: Plzeňská města a jejich bavorská partnerská města (oficiální partnerství) ..	30
Tabulka 3: Jihočeská města a jejich bavorská partnerská města (neoficiální partnerství) .....	30
Tabulka 4: Plzeňská města a jejich bavorská partnerská města (neoficiální partnerství)	31
Tabulka 5: Jihočeská města a jejich bavorská partnerská města (oficiální i neoficiální partnerství) .....	31
Tabulka 6: Plzeňská města a jejich bavorská partnerská města (oficiální i neoficiální partnerství) .....	31
Tabulka 7: Města Jihočeského kraje, která nemají partnerství s Bavorskem .....	31
Tabulka 8: Města Plzeňského kraje, která nemají partnerství s Bavorskem .....	32
Tabulka 9: Města Jihočeského kraje, která se na výzkumu nepodílela .....	32
Tabulka 10: Města Plzeňského kraje, která se na výzkumu nepodílela.....	32
Tabulka 11: Města Jihočeského kraje a Bavorska spolupracující v oblasti cestovního ruchu .....	38
Tabulka 12: Města Plzeňského kraje a Bavorska spolupracující v oblasti cestovního ruchu .....	39



Tabulka 13: Přínosy ze spolupráce mezi městy na česko-bavorském příhraničí .....	44
Tabulka 14: Překážky ve spolupráci mezi městy na česko-bavorském příhraničí .....	45
Tabulka 15: Náklady pro jazykové kurzy a semináře.....	53

## **IV. Seznam příloh**

Příloha č. 1: Oslovovací email na města

Příloha č. 2: Dotazník

## **Příloha 1**

### **Oslovovací email na města**

Předmět: Výzkum přeshraniční spolupráce

Dobrý den,

obracím se na Vás s žádostí o vyplnění krátkého dotazníku na téma „Spolupráce měst v česko-bavorském příhraničí“. Jsem studentkou ekonomické fakulty v Českých Budějovicích a realizuji výzkum, jehož výstupy budou následně předloženy dotazovaným městům za účelem zefektivnění spolupráce, rozvoje měst a rozvoje cestovního ruchu.

Byla bych ráda, pokud byste tuto zprávu předali osobě, která je s přeshraničí spoluprací nejlépe obeznámena.

V případě, že máte nějaké dotazy a připomínky, pak mě neváhejte kontaktovat zde na emailové adrese.

Děkuji za Váš čas a níže přikládám odkaz na dotazník.

<https://goo.gl/forms/R12X5R41wgzpphxe2>

S přáním hezkého dne

Michaela Šimonová

## Příloha 2

### Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Michaela Šimonová, jsem studentkou Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a ráda bych Vás poprosila o vyplnění krátkého dotazníku. Tento dotazník slouží k identifikaci bilaterální spolupráce českých a bavorských měst ve vybraných územích, struktur a oblastní spolupráce a hodnocení jejího přínosu pro rozvoj cestovního ruchu.

Děkuji za Váš čas a přeji krásný den!

V případě dotazů se obraťte na email [simonova7michaela@gmail.com](mailto:simonova7michaela@gmail.com)

- 1) Město vašeho působení leží na území: \*
  - Jihočeského kraje
  - Plzeňského kraje
  
- 2) Název vašeho města je? \*  
(Text stručné odpovědi)
  
- 3) Jste v partnerství s městy ležícími v Bavorsku? (v jakémkoli partnerství) \*
  - Ano
  - Ne (Odeslání dotazníku)
  
- 4) V jakém partnerství jste s městy ležícími v Bavorsku? \*
  - Oficiální partnerství
  - Neoficiální partnerství
  - Oboje
  - a) Uveďte všechna města ležící v Bavorsku, s jakými jste v oficiálním partnerství.  
(Text dlouhé odpovědi)
  - b) Uveďte všechna města ležící v Bavorsku, s jakými jste v neoficiálním partnerství.  
(Text dlouhé odpovědi)
  
- 5) V jakých oblastech probíhá Vaše spolupráce s partnerskými městy? \* (Možno i více odpovědí.)
  - Cestovní ruch, volný čas, rekreace
  - Výchova a všeobecné vzdělávání
  - Profesní vzdělávání a trh práce
  - Věda a výzkum
  - Zdravotnictví a sociální péče

- Civilní ochrana a ochrana před katastrofami
- Doprava
- Zemědělství
- Průmysl
- Obchod
- Jiné .....

6) Na škále od 1-5 (1 nejvíce) uveďte, jak moc je pro vás spolupráce v různých oblastech důležitá. \*

- Cestovní ruch, volný čas, rekreace  
1    2    3    4    5
- Výchova a všeobecné vzdělávání  
1    2    3    4    5
- Profesní vzdělávání a trh práce  
1    2    3    4    5
- Věda a výzkum  
1    2    3    4    5
- Zdravotnictví a sociální péče  
1    2    3    4    5
- Civilní ochrana a ochrana před katastrofami  
1    2    3    4    5
- Doprava  
1    2    3    4    5
- Zemědělství  
1    2    3    4    5
- Průmysl  
1    2    3    4    5
- Obchod  
1    2    3    4    5
- Jiné  
1    2    3    4    5

7) Probíhá Vaše spolupráce v česko-bavorském příhraničí v oblasti cestovního ruchu? \*

- Ano
- Ne (*Odeslání dotazníku*)

8) S jakými městy ležícími v Bavorsku spolupracujete v oblasti cestovního ruchu v oficiálním i neoficiálním partnerství? \*

(*Text dlouhé odpovědi*)

9) Jaká skupina, dle Vašeho názoru, nejvíce využívá partnerství v oblasti cestovního ruchu probíhající mezi Vámi a Bavorskem? \* (*možno více odpovědí*)

- Podnikatelé
- Studenti
- Úředníci
- Veřejnost
- Zájmová sdružení a kluby
- Jiné .....

- 10) Jakým způsobem jste našli Vaše partnerská města ležící v Bavorsku, se kterými spolupracujete v oblasti cestovního ruchu? \*  
(Text dlouhé odpovědi)
- 11) Jakým způsobem probíhá v současné době spolupráce v oblasti cestovního ruchu s bavorskými městy? \* (Možno i více odpovědí)
- Zlepšení a modernizace infrastruktury kvůli turistům
  - Vznik nových podnikatelských možností v oblasti hotelnictví a stravování
  - Propagace cestování do partnerských měst
  - Vznik společných projektů (Společné cyklostezky, naučné stezky atd.)
  - Obnova a ochrana kulturního bohatství a historického dědictví
  - Propagace nových produktů CR – např. otevření muzeí
  - V současné době neprobíhají žádné aktivity v oblasti cestovního ruchu
  - Jiné .....
- 12) Z čeho jsou aktivity v rámci partnerství s bavorskými městy spolupracujících v oblasti cestovního ruchu financovány? \* (Možno i více odpovědí)
- Z vlastního rozpočtu
  - Cíl 3
  - Jiné granty a dotační prostředky
  - Jiná .....
- a) Pokud jste v otázce č. 12) uvedli „Jiné granty a dotační prostředky“, uveďte jaké.  
(Text dlouhé odpovědi)
- 13) Probíhal v minulosti projekt na vylepšení cestovního ruchu ve Vašem a v partnerském městě? \*
- Ano
  - Ne
- 14) O jaký projekt se jednalo? \* (Pokud uvedli „Ano“ v otázce č. 13)  
(Text dlouhé odpovědi)
- 15) Jakým způsobem sledujete výsledky partnerství s bavorskými městy v oblasti cestovního ruchu? Máte stanovené konkrétní indikátory, které naplňujete? \*
- Ano
  - Ne
- 16) Uveďte, o jaké indikátory se jedná. \* (Pokud uvedli „Ano“ v otázce č. 15)  
(Text dlouhé odpovědi)
- 17) Jakým způsobem u Vás probíhá propagace partnerských měst spolupracujících v oblasti cestovního ruchu ležících v Bavorsku a naopak? \*  
(Text dlouhé odpovědi)

- 18) Jakým způsobem informujete veřejnost o spolupráci s bavorskými městy spolupracujícími v oblasti cestovního ruchu? \*  
(Text dlouhé odpovědi)
- 19) Přemýšlíte o navázání partnerství s dalšími městy? \*  
 Ano  
 Spíše ano  
 Nevím  
 Spíše ne  
 Ne
- 20) Jaký je přibližný roční rozpočet za poslední rok (2016) na spolupráci s partnerskými městy ležícími v Bavorsku, se kterými spolupracujete v oblasti cestovního ruchu v KČ? \* (Pokud máte více bavorských partnerů, uveďte průměrný rozpočet na jednoho partnera)  
(Text stručné odpovědi)
- 21) Jaké jsou hlavní přínosy spolupráce s bavorskými městy spolupracujícími v oblasti cestovního ruchu? (ekonomické i neekonomické) \*  
(Text dlouhé odpovědi)
- 22) Naopak uveďte, jaké jsou překážky? (ekonomické i neekonomické) \*  
(Text dlouhé odpovědi)
- 23) Jak často realizujete aktivity v rámci partnerství v cestovním ruchu s Bavorskem? \*  
 Měsíčně (tj. každý měsíc se snažíte uspořádat nějaké aktivity)  
 Několikrát za rok  
 Jednou za půl roku  
 Jedenkrát za rok  
 Méně
- 24) Máte vlastní personální tým zajišťující administrativu a organizaci aktivit a projektů? \*  
 Ano  
 Ne
- 25) Zapojujete rezidenty do partnerské spolupráce? (Například navázání osobních nebo profesních vazeb s občany partnerských měst.) \*  
 Ano  
 Spíše ano  
 Nevím  
 Spíše ne  
 Ne
- 26) Uveďte, jakým způsobem zapojujete své rezidenty. (Pokud uvedli „Ano, Spíše ano“ v otázce č. 25)  
(Text dlouhé odpovědi)