

**Univerzita Pardubice**

**Fakulta ekonomicko-správní**

**Analýza a potenciální možnosti rozvoje cestovního ruchu v regionu  
Vysočina**

**Bc. Žaneta Bezoušková**

**Diplomová práce  
2017**

Univerzita Pardubice  
Fakulta ekonomicko-správní  
Akademický rok: 2016/2017

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Žaneta Bezoušková**  
Osobní číslo: **E13015**  
Studijní program: **N6202 Hospodářská politika a správa**  
Studijní obor: **Ekonomika veřejného sektoru**  
Název tématu: **Analýza a potenciální možnosti rozvoje cestovního ruchu v regionu (Kraj Vysočina).**  
Zadávací katedra: **Ústav správních a sociálních věd**

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

Cílem řešené práce je analýza cestovního ruchu v daném regionu. Součástí práce bude i SWOT analýza sledovaného odvětví v daném regionu a dále jeho syntetizující hodnocení a navržení potenciálních možností rozvoje cestovního ruchu v řešeném území, včetně možných bariér a rezerv. Součástí práce bude také zpracování vlastního dotazníkového šetření.

Osnova:

- Cestovní ruch (základní pojmy, druhy, aktéři, formy?)
- Historický exkurz cestovního ruchu
- Strategické dokumenty rozvoje cestovního ruchu na evropské a národní úrovni
- Charakteristika cestovního ruchu v řešeném regionu (Kraj Vysočina); analýza a hodnocení současného stavu, SWOT analýza
- Vlastní dotazníkové šetření (potenciální možnosti rozvoje cestovního ruchu v řešeném území)

Rozsah grafických prací: -  
Rozsah pracovní zprávy: cca 50 stran  
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická  
Seznam odborné literatury:

BHATIA, A. K., ŠAUER M. The business of tourism: concepts and strategies. 1. vyd. New Delhi: Sterling, 2006, 315 s. Marketing (Grada). ISBN 81-207-3118-2.

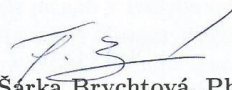
FORET, M. Cestovní ruch v regionálním rozvoji. 1. vyd. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2013, 137 s. ISBN 978-80-7375-739-7.

JAKUBÍKOVÁ, D. Marketing v cestovním ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 288 s. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3247-3.

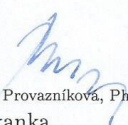
KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-4603-6.

RYGLOVÁ, K., BURIAN M., VAJČNEROVÁ I. Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

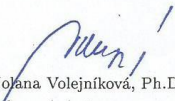
VYSTOUPIL, J., ŠAUER M. Geografie cestovního ruchu České republiky. 1. vyd. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011, 315 s. Marketing (Grada). ISBN 978-807-3803-407.

Vedoucí diplomové práce:   
RNDr. Šárka Brychtová, Ph.D.  
Ústav správních a sociálních věd

Datum zadání diplomové práce: 4. září 2016  
Termín odevzdání diplomové práce: 28. dubna 2017

  
doc. Ing. Romana Provozničková, Ph.D.  
děkanka

L.S.

  
doc. Ing. Jolana Volejníková, Ph.D.  
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 4. září 2015

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 9/2012, bude práce zveřejněna v Univerzitní knihovně a prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 26. 4. 2017

Bc. Žaneta Bezoušková

## **PODĚKOVÁNÍ:**

Tímto bych ráda poděkovala vedoucí své diplomové práce RNDr. Šárce Brychtové, Ph.D. za její odbornou pomoc a cenné rady, které mi pomohly při zpracování diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat zaměstnancům všech dotazovaných obcí, od nichž mi byly poskytnuty zajímavé informace, na jejichž základě jsem mohla provést vyhodnocení situace cestovního ruchu na Havlíčkobrodsku z pohledu obecních úřadů a zjistit, jak využívají své rozvojové dokumenty.

## **ANOTACE**

*Diplomová práce je zaměřena na mapování a možnosti rozvoje cestovního ruchu v oblasti kraje Vysočina. Cílem práce je analyzovat/interpretovat situaci v daném regionu a navrhnout potencionální možnosti rozvoje na regionální úrovni. Jako metoda práce je zvolena analýza materiálů a dotazníkové šetření. Teoretická část vysvětluje nejprve pojem cestovní ruch, poté se zabývá motivy účasti na cestovním ruchu, formami, druhy, aktéry a předpoklady rozvoje cestovního ruchu obecně. Dále je proveden krátký historický exkurz cestovního ruchu, jsou popsány strategické dokumenty rozvoje cestovního ruchu (na národní i krajské úrovni). Ve druhé části práce jsou charakterizováni aktéři a předpoklady rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina. Nedílnou součástí je i dotazníkové šetření na úrovni okresu a jeho následné vyhodnocení. Poslední část obsahuje SWOT analýzu vytvořenou na základě zjištěných informací a doporučení pro další rozvoj cestovního ruchu v kraji.*

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

*rozvoj cestovního ruchu, turistické destinace, strategické dokumenty, SWOT analýzy, destinační společnosti*

## **TITLE**

Analysis and Potential Development of Tourism in the Vysočina Region

## **ANNOTATION**

*The thesis is focused on mapping and possibilities of tourism development in the Vysočina Region, Czech Republic. The aim of the work is to analyse the situation in the given region and propose the potential opportunities of development at the regional level. As a method of work, a material analysis and questionnaire survey are selected. The theoretical part first explains the term tourism, then it deals with the motives for participation in tourism, form, types, providers and preconditions for development of tourism in general. Furthermore, a short historical excursion of tourism is carried out, the strategic documents of tourism development are described (at a national and regional levels). In the second part of the thesis, the providers and preconditions of the further development of tourism in the Vysočina Region are characterised. An important part is a questionnaire survey at the regional level and its subsequent evaluation. The last part contains SWOT analysis based on the found information and recommendations for further development of tourism in the region.*

## **KEYWORDS**

*development of tourism, tourist destinations, strategic documents, SWOT analysis, destination companies*

# OBSAH

ÚVOD .....	13
<b>1 CESTOVNÍ RUCH.....</b>	<b>15</b>
1.1 DEFINOVÁNÍ CESTOVNÍHO RUCHU .....	15
1.2 MOTIVY ÚČASTI NA CESTOVNÍM RUCHU .....	15
1.2.1 Motiv osobního požitku.....	16
1.2.2 Motiv relaxace, odpočinku a rekreace.....	16
1.2.3 Motiv zdraví.....	17
1.2.4 Motiv účasti ve sportu.....	17
1.2.5 Motiv zvědavosti a poznání kultury .....	17
1.2.6 Motiv etnický a potřeba navštívit rodinu .....	18
1.2.7 Motiv duchovní a náboženské cesty.....	18
1.2.8 Motiv postavení a prestiže .....	18
1.2.9 Motiv profesní nebo podnikatelský .....	18
1.3 FORMY CESTOVNÍHO RUCHU .....	19
1.3.1 Základní formy cestovního ruchu .....	19
1.3.2 Specifické formy cestovního ruchu .....	20
1.4 DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU.....	20
1.4.1 Dělení podle místa převažující realizace služeb cestovního ruchu.....	21
1.4.2 Dělení podle vztahu k platební bilanci .....	22
1.4.3 Dělení podle způsobu financování.....	23
1.4.4 Dělení podle délky pobytu .....	23
1.4.5 Dělení podle způsobu účasti (zabezpečení cesty) .....	23
1.4.6 Dělení podle počtu účastníků.....	24
1.4.7 Dělení podle věku účastníků.....	24
1.4.8 Dělení podle ročního období .....	25
1.4.9 Dělení podle převažujícího prostředí (charakteru cílového místa pobytu).....	25
1.4.10 Dělení podle vlivu na životní a sociokulturní prostředí .....	26
1.5 AKTÉŘI ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU .....	26
1.5.1 Veřejný sektor.....	27
1.5.2 Podnikatelský sektor.....	28
1.5.3 Dobrovolný sektor .....	29
1.5.4 Místní obyvatelstvo.....	30
1.6 PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU .....	30
1.6.1 Lokalizační předpoklady rozvoje cestovního ruchu.....	31
1.6.2 Realizační předpoklady rozvoje cestovního ruchu.....	34
1.6.3 Selektivní předpoklady rozvoje cestovního ruchu.....	35
<b>2 HISTORICKÝ EXKURZ CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>	<b>38</b>
2.1 ÚVODEM K ROZVOJI CESTOVNÍHO RUCHU.....	38
2.2 ETAPY VÝVOJE CESTOVNÍHO RUCHU.....	39
2.2.1 Prvopočátky cestovního ruchu.....	41
2.2.2 Moderní cestovní ruch.....	42
2.2.3 Novodobý cestovní ruch.....	42
2.2.4 Současný cestovní ruch.....	43
<b>3 STRATEGICKÉ DOKUMENTY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>	<b>46</b>
3.1 STRATEGICKÉ DOKUMENTY NA NÁRODNÍ ÚROVNI .....	47
3.1.1 Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR 2014-2020 .....	48
3.1.2 Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2020.....	54
3.2 STRATEGICKÉ DOKUMENTY NA KRAJSKÉ ÚROVNI.....	57
3.2.1 Strategie kraje Vysočina 2020.....	58
3.2.2 Program rozvoje kraje Vysočina 2015-2018.....	60
3.3 NÁRODNÍ PROGRAM PODPORY CESTOVNÍHO RUCHU 2010-2016 .....	67
3.3.1 Podprogram Cestování dostupné všem.....	67
3.4 NÁRODNÍ PROGRAM PODPORY CESTOVNÍHO RUCHU V REGIONECH 2016-2020.....	69
3.4.1 Podprogram Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu .....	70
3.4.2 Podprogram Marketingové aktivity v cestovním ruchu .....	71
3.5 PROGRAMY FINANCOVANÉ Z FONDU VYSOČINY.....	72

3.5.1	Program Památkově chráněná území.....	72
3.5.2	Program Regionální kultura.....	73
3.5.3	Program Edice Vysočiny .....	74
3.5.4	Program Cyklodoprava a cykloturistika.....	75
3.5.5	Program Lyžařské běžecké trasy .....	77
<b>4</b>	<b>KRAJ VYSOČINA .....</b>	<b>79</b>
4.1	AKTÉŘI ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V KRAJI VYSOČINA.....	79
4.1.1	Veřejný sektor.....	80
4.1.2	Podnikatelský sektor.....	81
4.1.3	Dobrovolný sektor .....	81
4.1.4	Destinační společnosti.....	82
4.2	LOKALIZAČNÍ PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU.....	84
4.2.1	Přírodní potenciál a předpoklady rozvoje cestovního ruchu.....	85
4.2.2	Kulturně-historický potenciál a předpoklady rozvoje cestovního ruchu .....	88
4.3	REALIZAČNÍ PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU .....	95
4.3.1	Komunikační předpoklady rozvoje cestovního ruchu.....	95
4.3.2	Materiálně-technické předpoklady rozvoje cestovního ruchu .....	97
4.4	SELEKTIVNÍ PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU.....	101
4.4.1	Politické předpoklady rozvoje cestovního ruchu.....	101
4.4.2	Demografické předpoklady rozvoje cestovního ruchu.....	101
4.4.3	Ekonomické předpoklady rozvoje cestovního ruchu.....	104
4.4.4	Administrativní předpoklady rozvoje cestovního ruchu.....	107
4.5	ZHODNOCENÍ PŘEDPOKLADŮ ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V KRAJI VYSOČINA .....	108
<b>5</b>	<b>DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....</b>	<b>112</b>
5.1	SUBJEKTY DOTČENÉ DOTAZNÍKOVÝM ŠETŘENÍM .....	112
5.2	SLOŽENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	113
5.3	METODIKA DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	114
5.4	CÍL DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	114
5.5	ZÁKLADNÍ UKAZATELE DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	114
5.6	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V OBCÍCH NA HAVLÍČKOBRODSKU.....	116
5.6.1	Turistická informační centra .....	116
5.6.2	Nedostatky v infrastruktuře omezující lepší využití obcí a jejich okolí pro cestovní ruch .....	116
5.6.3	Chybějící a nedostatečné služby z oblasti cestovního ruchu.....	117
5.6.4	Konkrétní projekty na podporu cestovního ruchu .....	117
5.6.5	Překážky rychlejšího rozvoje cestovního ruchu v obcích.....	118
5.6.6	Co by mohlo zvýšení cestovního ruchu v obcích přinést.....	118
5.6.7	Propagace turistické nabídky v obcích a jejich okolí .....	119
5.6.8	Propagace obcí.....	120
5.6.9	Množství finančních prostředků vynakládaných ročně na rozvoj cestovního ruchu.....	120
5.6.10	Volné objekty, budovy či pozemky vhodné pro investory a možné problémy bránící rozvoji cestovního ruchu .....	120
5.6.11	Činnosti obcí vedoucí k zatraktivnění jejich turistického potenciálu.....	121
5.6.12	Nejúspěšnější projekty z oblasti cestovního ruchu.....	121
5.6.13	Doplňující informace z oblasti rozvoje cestovního ruchu.....	122
5.7	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ ROZVOJOVÝCH DOKUMENTŮ OBCÍ NA HAVLÍČKOBRODSKU .....	122
5.7.1	Obce, které rozvojový dokument vlastní .....	122
5.7.2	Obce, které rozvojový dokument nevlastní .....	125
5.8	ZHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ .....	125
<b>6</b>	<b>SWOT ANALÝZA A DOPORUČENÍ PRO DALŠÍ ROZVOJ.....</b>	<b>127</b>
6.1	SWOT ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU V KRAJI VYSOČINA .....	127
6.2	DOPORUČENÍ PRO DALŠÍ ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V KRAJI VYSOČINA.....	131
	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>134</b>
	<b>POUŽITÁ LITERATURA .....</b>	<b>135</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>144</b>



## SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Druhy cestovního ruchu dle různých klasifikačních hledisek.....	21
Tabulka 2: Etapy vývoje cestovního ruchu .....	39
Tabulka 3: Přehled strategických dokumentů rozvoje cestovního ruchu dle územních úrovní. .....	46
Tabulka 4: Vybrané klíčové aktivity priority č. 1 Strategie kraje Vysočina 2020 .....	59
Tabulka 5: Vybrané klíčové aktivity priority č. 4 Strategie kraje Vysočina 2020 .....	59
Tabulka 6: Vybrané klíčové aktivity priority č. 5 Strategie kraje Vysočina 2020 .....	60
Tabulka 7: Klíčové aktivity priority č. 5 Programu rozvoje kraje Vysočina 2015-2018 .....	66
Tabulka 8: Čerpání dotací z Národního programu podpory cestovního ruchu 2010-2015 v kraji Vysočina.....	68
Tabulka 9: Vybrané příklady čerpání dotací z programu Památkově chráněná území v letech 2015 a 2016 .....	73
Tabulka 10: Vybrané příklady čerpání dotací z programu Regionální kultura v letech 2015 a 2016 .....	74
Tabulka 11: Vybrané příklady čerpání dotací z programu Edice Vysočiny v roce 2016.....	75
Tabulka 12: Vybrané příklady čerpání dotací z programu Cyklodoprava a cykloturistika v letech 2015 a 2016.....	76
Tabulka 13: Vybrané příklady čerpání dotací z programu Cyklodoprava a cykloturistika 2016 II .....	77
Tabulka 14: Čerpání dotací z programu Lyžařské běžecké trasy v roce 2016.....	77
Tabulka 15: Nestátní neziskové organizace zasahující do rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina .....	82
Tabulka 16: Přírodní parky v kraji Vysočina .....	87
Tabulka 17: Národní kulturní památky v kraji Vysočina .....	90
Tabulka 18: Návštěvnost vybraných památek v kraji Vysočina v roce 2015 .....	91
Tabulka 19: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení v krajích ČR k 31.12.2015 .....	97
Tabulka 20: Počet hromadných ubytovacích zařízení v kraji Vysočina dle okresů k 31.12.2015 .....	98
Tabulka 21: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v kraji Vysočina dle okresů v roce 2015 .....	98
Tabulka 22: Seznam vybraných obcí v okrese Havlíčkův Brod .....	113
Tabulka 23: Silné stránky SWOT analýzy cestovního ruchu v kraji Vysočina .....	128
Tabulka 24: Slabé stránky SWOT analýzy cestovního ruchu v kraji Vysočina.....	129
Tabulka 25: Příležitosti SWOT analýzy cestovního ruchu v kraji Vysočina .....	130
Tabulka 26: Ohrožení SWOT analýzy cestovního ruchu v kraji Vysočina .....	131

## SEZNAM ILUSTRACÍ

Obrázek 1: Typy cestovního ruchu podle místa realizace .....	21
Obrázek 2: Předpoklady cestovního ruchu .....	31
Obrázek 3: Priority a opatření Koncepce státní politiky cestovního ruchu pro období 2014-2020 .....	50
Obrázek 4: Cíle Marketingové koncepce cestovního ruchu 2013-2020.....	54
Obrázek 5: Perspektivy naplňování Marketingové koncepce cestovního ruchu 2013-2020 a jejich cíle.....	55
Obrázek 6: Rozdělení dotací v rámci Národního programu podpory cestovního ruchu v regionech 2016-2020 .....	72
Obrázek 7: Graf popisující rozdělení podnikatelských subjektů dle odvětví národního hospodářství v kraji Vysočina .....	81
Obrázek 8: Graf popisující počet cyklostezek a cyklotras v kraji Vysočina .....	96
Obrázek 9: Graf popisující počet stravovacích zařízení dle typů v kraji Vysočina k 31.12.2016 .....	99
Obrázek 10: Graf popisující vývoj počtu obyvatel v kraji Vysočina .....	102
Obrázek 11: Graf popisující vývoj migračního salda kraje Vysočina.....	103
Obrázek 12: Graf popisující vzdělanostní strukturu obyvatel v kraji Vysočina.....	104
Obrázek 13: Graf popisující HDP na obyvatele v krajích ČR.....	105
Obrázek 14: Graf popisující vývoj regionálního HDP kraje Vysočina .....	105
Obrázek 15: Graf popisující odvětvovou strukturu zaměstnanosti v kraji Vysočina .....	106
Obrázek 16: Graf popisující podíl nezaměstnaných osob v kraji Vysočina.....	107
Obrázek 17: Graf popisující věkové složení respondentů .....	114
Obrázek 18: Graf popisující počet let respondentovy práce.....	115
Obrázek 19: Graf popisující vzdělání respondentů .....	115
Obrázek 20: Graf popisující nedostatky v infrastruktuře omezující lepší využití.....	116
Obrázek 21: Graf popisující chybějící a nedostatečné služby z oblastí .....	117
Obrázek 22: Graf popisující co by mohlo přinést zvýšení cestovního .....	118
Obrázek 23: Graf popisující způsoby propagace turistické nabídky .....	119
Obrázek 24: Graf popisující způsoby propagace obcí.....	120
Obrázek 25: Graf popisující kdo zpracoval rozvojový dokument.....	123
Obrázek 26: Graf popisující formy zapojení veřejnosti do procesu zpracování .....	123
Obrázek 27: Graf popisující aktualizaci rozvojových dokumentů obcí .....	124
Obrázek 28: Graf popisující možnosti využívání rozvojového dokumentu obcí .....	124

## SEZNAM ZKRATEK A ZNAČEK

Aj	A jiné
Apod.	A podobně
Atd.	A tak dále
Atp.	A tak podobně
Cca	Cirka/zhruba
CKM	Cestovní kancelář mládeže
CR	Cestovní ruch
Č.	Číslo
ČR	Česká republika
EU	Evropská unie
Ha	Hektar
HDP	Hrubý domácí produkt
HUZ	Hromadné ubytovací zařízení
CHKO	Chráněná krajinná oblast
Kč	Korun českých
KČT	Klub českých turistů
Km <sup>2</sup>	Kilometr čtvereční
KSČ	Komunistická strana Československa
Mil.	Milion
Např.	Například
NKP	Národní kulturní památka
NNO	Nestátní nezisková organizace
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
OSN	Organizace spojených národů
P.o.	Právnícká osoba
Př. n. l.	Před naším letopočtem
S.r.o.	S ručením omezeným
Sb.	Sbírka zákonů
Spol.	Společnost
SR	Státní rozpočet
Sv.	Svatý
TIC	Turistické informační centrum

Tis.	Tisíc
Tzv.	Takzvaně/takzvaný
USD	Dolar
VŠPJ	Vysoká škola polytechnická v Jihlavě
WTO	Světová organizace cestovního ruchu
ZŠ	Základní škola

## ÚVOD

Cestovní ruch je jedním z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa. Má vliv na zaměstnanost, tvorbu HDP, vytváření devizových rezerv státu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek, také zvyšuje všeobecnou vzdělanostní úroveň obyvatelstva. Pro řadu zemí může představovat jediný zdroj příjmů a působit tedy jako hlavní rozvojový faktor, který významně ovlivňuje ekonomickou úroveň a prosperitu těchto zemí. Nedílnou součástí životního stylu mnoha lidí se stala touha poznávat a navštěvovat nová, doposud neprozkoumaná místa. Cestování se rozmohlo téměř po celém světě, někde více a jinde, kvůli přírodním, ekonomickým nebo politickým faktorům, méně. Mnoho lidí, pro které se cestovní ruch stal vysoce předmětným faktorem životní úrovně, využívá pro aktivity s ním spojené přírodní krajinu v různých částech světa a současně se obeznámuje jak s kulturou, tak s životním stylem obyvatel navštívené země. Česká republika má pro rozvoj cestovního ruchu velmi dobré předpoklady díky své geografické poloze v samotném srdci Evropy, kde se nachází mnoho historických a umělecky hodnotných staveb, přírodních krás v různých podobách, velmi bohaté kulturní vyžití v průběhu celého roku, hustá dopravní síť a množství dalších podnětů, které vybízejí k návštěvě země.

Všechna místa však nejsou vhodná pro rozvoj cestovního ruchu. Aby mohla národní ekonomika z cestovního ruchu profitovat, musí mít možnost investovat do rozvoje nezbytné infrastruktury a uspokojovat potřeby a požadavky účastníků cestovního ruchu. Postavení cestovního ruchu v ekonomice státu závisí částečně na velikosti volného domácího i na průniku zahraničního kapitálu. Následné rozhodnutí, zda je vhodné na daném území cestovní ruch rozvíjet, musí být podloženo kvalitním průzkumem a informacemi. A proto **je cílem této diplomové práce provedení analýzy, včetně dotazníkového šetření, a navržení potenciálních možností rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina. Neodmyslitelnou součástí je i SWOT analýza popisující mimo jiné možné bariéry a rezervy rozvoje daného odvětví na sledovaném území.**

Úvodem je třeba nejprve definovat pojem cestovní ruch, popsat motivy účasti na cestovním ruchu, zabývat se jeho formami a druhy. Pro účely následné analýzy prováděné přímo v kraji Vysočina je nutné obecně nastínit i aktéry a předpoklady rozvoje cestovního ruchu. Druhá část diplomové práce je věnována krátkému historickému exkurzu cestovního ruchu pro získání představy o vývoji tohoto odvětví nejen ve světě, ale především v České republice.

Každá oblast vyniká specifickým potenciálem pro cestovní ruch, ať už jde o přírodní nebo kulturně-historické atraktivity. Takto vybavená oblast se snaží zachovat a dále rozvíjet tento

potenciál a zvyšovat tím přitažlivost svého regionu s důrazem na udržitelnost rozvoje cestovního ruchu. Všechna turistická území by pak měla mít vytyčené cíle nebo vize, kterých chce v budoucnosti v oblasti rozvoje tohoto odvětví dosáhnout. K tomu slouží rozvojové dokumenty zohledňující potenciál v dané oblasti a navrhuující další možnosti rozvoje. Problematice těchto dokumentů je věnována třetí kapitola diplomové práce. Na národní i regionální úrovni jsou popsány strategické dokumenty, které souvisí s cestovním ruchem. Za připravenou infrastrukturou a zázemím stojí velké úsilí lidí, kteří se podílejí na rozvoji cestovního ruchu. Snaží se o budování nových cyklostezek, infrastruktury, dostupnost terénu a propagaci turistických oblastí a tras. To vše je finančně velmi nákladné. Po vstupu České republiky do Evropské unie se krajům, obcím a ostatním veřejným i soukromým subjektům zpřístupnily možnosti požádat o dotace na své projekty. Proto je tato část práce částečně věnována i programům, v rámci kterých lze čerpat finanční prostředky na rozvoj cestovního ruchu, a to nejen z fondů EU, ale i z jiných zdrojů, konkrétně z Fondu Vysočiny.

Následně je provedena, v návaznosti na teoretickou část, analýza aktérů a předpokladů rozvoje cestovního ruchu přímo v kraji Vysočina. Její součástí je i dotazníkové šetření, prostřednictvím kterého byla zjišťována aktuální situace rozvoje cestovního ruchu a využívání rozvojových dokumentů v obcích na Havlíčkobrodsku z pohledu zaměstnanců vybraných obecních úřadů. Za základě provedené analýzy vznikla SWOT analýza cestovního ruchu v kraji Vysočina, jež mapuje silné a slabé stránky, možné příležitosti a ohrožení sledovaného odvětví v regionu. V samém závěru práce jsou nastíněna potenciální doporučení, která by v budoucnosti mohla vést k dalšímu rozvoji cestovního ruchu ve sledované oblasti.

# 1 CESTOVNÍ RUCH

Tato kapitola se bude zabývat cestovním ruchem obecně. V první řadě bude věnována pozornost definování cestovního ruchu, následně budou popsány motivy účasti na cestovním ruchu, dále pak různé formy a druhy cestovního ruchu, které se dají dělit dle různých hledisek. Nedílnou součástí kapitoly o cestovním ruchu je také zmínka o aktérech a předpokladech jeho dalšího rozvoje.

## 1.1 Definování cestovního ruchu

Cestovní ruch je odvozován od slova cestování, je však zřejmé, že se tyto dva pojmy od sebe liší. Cestovat znamená podnikat cesty spojené s přechodným pobytem na místě, které je odlišné od místa trvalého pobytu. Cestovní ruch je pojem daleko širší. Mluvíme o něm tehdy, pokud se cestování stává masovým jevem a je spojeno s poskytováním specifických služeb, jako je ubytování, stravování, doprava a jiné, přičemž tyto služby zajišťují specializované organizace.

*„Cestovní ruch představuje činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.“* Tato definice cestovního ruchu vznikla na konferenci Světové organizace cestovního ruchu<sup>1</sup> v Ottawě v roce 1991. Od ostatních pojetí cestovního ruchu se liší především tím, že cestovní ruch nechápe pouze jako volnočasovou aktivitu, ale vymezuje ho jako činnost lidí spojenou s cestováním a výslovně uvádí jako možný účel cestování kromě využití volného času i obchod a jiné motivy. [26]

Za **cestovní ruch** lze označovat pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce. Za předpokladu vhodného rozvíjení cestovního ruchu může být zdrojem příjmů pro obec, zdrojem vytváření nových pracovních příležitostí, příležitostí k revitalizaci a zvelebování měst a obcí. Jde o prostředek zvyšování životní úrovně, poskytuje ekonomické a sociální příležitosti všem subjektům, které mají zájem jej využít ve svůj prospěch. [24]

## 1.2 Motivory účasti na cestovním ruchu

Motivátory, neboli motivy účasti na cestovním ruchu, jsou takové faktory, které v lidech vyvolávají touhu cestovat. Jsou to vnitřní psychologické vlivy, jež ovlivňují individuální volbu každého člověka. Možným způsobem, jak je rozdělit, je dělení do dvou skupin:

---

<sup>1</sup> WTO, neboli World Tourism Organization

- Cestovní ruch uskutečňovaný v rámci volného času
- Cestovní ruch zahrnující obchodní a služební cesty

Světová organizace cestovního ruchu rozlišuje tyto motivy cestování:

- Využití volného času, rekreace a dovolená
- Návštěvy příbuzných a přátel
- Obchodní a pracovní cesty
- Léčení
- Náboženské účely
- Ostatní [26]

Podrobněji popisuje jednotlivé motivy A. K. Bhatia, autor zahraniční publikace *The business of tourism Concepts and Strategies*, jehož dělení bude věnována pozornost níže. Rozděluje motivy do 9 částí.

### **1.2.1 Motiv osobního požitku**

Prosté potěšení je v současné době jedním z nejčastějších motivů k cestování. Někam vycestovat je způsob, jak na čas opustit starosti běžného všedního života. Jedinci v tomto případě vyhledávají zábavu, vzrušení a rádi tráví čas v zahraničí, kdykoli je to možné. Cestování pro osobní požitek bývá nabízeno cestovními kancelářemi. V oblasti prodeje zájezdů jsou kanceláře kompetentní a vědí, co přesně svým klientům nabízet. Využívají nejrůznější propagační materiál (katalogy, brožury a letáky), ze kterých mohou účastníci zájezdů čerpat informace o možnostech vycestování právě za zábavou.

### **1.2.2 Motiv relaxace, odpočinku a rekreace**

Industrializace<sup>2</sup> a urbanizace<sup>3</sup> vytváří velké tlaky na moderní bydlení. A právě stres a napětí moderního městského života nabádá obyvatele k tomu, aby trávili svůj volný čas na klidnějších místech určených k relaxaci a odpočinku. Takové počínání je obecně důležité a prospěšné lidskému zdraví. Existují různé způsoby relaxace a odpočinku. Někteří turisté si jej zajistí dočasnou změnou životního prostředí, jiní vyhledávají slunce a moře. Další chtějí vidět nová

---

<sup>2</sup> Proces, během něhož dochází ke změně společnosti. Předprůmyslová společnost se tímto mění v průmyslovou.

<sup>3</sup> Soustředování hospodářského i kulturního života do velkých měst na úkor venkova.



místa, touží po setkání s cizinci a hledají nové životní zkušenosti a zážitky. Není důležité, jak dlouho dovolená trvá. Cestující vždy vyhledává určitou formu relaxace, ať vyrazí kamkoliv.

### **1.2.3 Motiv zdraví**

Již po dlouhá staletí je světu známo, že vliv vyplývající z pobytu na čerstvém vzduchu a slunci je pro lidský organismus značný a nepostradatelný. Důkazem tohoto smýšlení je např. rozvoj lázeňství během Římské říše, kdy lidé velmi usilovali o dobré zdraví. Následný vznik mnoha sanatorií ve Švýcarsku je rovněž výsledkem uvědomění si, že je lidské zdraví velice důležité. Zmiňovaná sanatoria položila základy pro budoucí vývoj zdravotních středisek. Mnohé cesty do lázní a na kliniky jsou podnikány za účelem různých léčebných koupelí a požadování komplexní lékařské péče. V některých zemích je kladen velký důraz na poskytování lázeňských léčebných procedur, jedná se např. o Itálii, Rakousko nebo Německo. V Rusku se podél pobřeží Černého moře a na úpatí kavkazských hor nachází spousta proslulých sanatorií. Tam tráví svůj čas každý rok miliony Rusů a mezinárodních turistů.

### **1.2.4 Motiv účasti ve sportu**

V současné době dochází ke stále zvyšující se tendenci objevovat a provozovat nejrůznější sportovní aktivity jako je horolezectví, turistika, lyžování, plachtění, rybaření, pěší turistika, vodní sporty, surfování apod. Stále více lidí směřuje k tomu, aby trávili svojí dovolenou jakkoli aktivně. Snaží se navštěvovat taková místa, která jim mohou poskytnout sportovní činnost a kde mohou zanechat část své energie.

### **1.2.5 Motiv zvědavosti a poznání kultury**

Při návštěvě různých zemí vyhledávají turisté zejména místa, jež mají významné historické nebo kulturní bohatství s historií sahající do dávné minulosti. Dále jsou vyhledávanými destinacemi ty, které oplývají množstvím různých festivalů, ať už hudebních či jakýchkoli jiných, divadelních představení a kulturních akcí. Jedním z hlavních důvodů, proč cestovat, je zvědavost. Vždy se cestovatelé zajímali o cizí země, jejich obyvatele a místa, kde žijí. Dnešní svět je proslulý technologickým vývojem, a tudíž i existencí velkého množství hromadných sdělovacích prostředků, a proto si lidé mohou o různých místech přečíst nebo o nich slyšet či je přímo vidět v pohodlí domova. Také roste zájem o architekturu, umění, hudbu, literaturu, folklór, tanec, umělecká díla v podobě obrazů, kulturu jiných národů nebo archeologické a historické pozůstatky a památky. Vyjmenované aspekty vyvolávají v turistech zvědavost a úsilí o vyšší vzdělání. V neposlední řadě je nutné zmínit, že i mezinárodní akce v podobě

olympijských her, národních slavností, výstav, speciálních festivalů atp. jsou podstatným lákadlem zahraničních i tuzemských návštěvníků.

### **1.2.6 Motiv etnický a potřeba navštívit rodinu**

Vycestovat lze nejen za účelem návštěvy rodiny nebo přátel, ale i kvůli setkání se s novými lidmi a hledání nových přátelství. Spousta lidí se účastní cestovního ruchu, aby upevňovala mezilidské vztahy. Je tedy značný počet turistů navštěvujících své příbuzné a přátelé. Vlivem rekreačních aktivit je navazována spousta známostí, turisté se tímto způsobem vzájemně sdružují.

### **1.2.7 Motiv duchovní a náboženské cesty**

Cestování z důvodů duchovních a náboženských je stejně jako cestování za kulturou a poznáním záležitostí, která trvá dlouhá léta. Náboženský motiv byl jedním z prvních podnětů, proč vůbec cestovat. V dávných dobách byl opravdu velký počet návštěvníků posvátných náboženských míst. Nyní vyjíždí věřící turisté nejčastěji do Jeruzaléma nebo Vatikánu. V arabsko-muslimsky smýšlejícím světě je atraktivní pouť do Mekky, tato návštěva posvátného místa je považována za velký čin ve jménu tamější víry. Velmi navštěvovaným státem je i Indie.

### **1.2.8 Motiv postavení a prestiže**

Tato část členění jednotlivých motivů se týká především ega<sup>4</sup> a osobního rozvoje. Mnoho lidí podniká své cesty do zahraničí i po tuzemsku jen z toho důvodu, aby mělo o čem mluvit s přáteli a s příbuznými, aby se mělo čím „pochlubit“. Takoví lidé rádi zapůsobí na své známé a podělí se o své zkušenosti z navštěvovaných míst. Dále pak cestují, protože je to módní, a chtějí všem ukázat, že si to mohou dovolit. Mají na takové cestování dostatek financí.

### **1.2.9 Motiv profesní nebo podnikatelský**

Vycestování na kongres nebo pro účast na konferenci je velmi populární. Jsou navštěvována různá místa, ať už z pracovních, průmyslových nebo obchodních důvodů. Mnoho zemí již s cílem přilákat více turistů zavedlo grand na kongresové komplexy, kde jsou k dispozici všechny druhy moderních zařízení, která slouží pro obchodní jednání a semináře. Hotely tak poskytují zázemí pro kongresy, jichž se účastní často velké množství lidí cestujících do dané země služebně a z profesních důvodů. V různých částech světa se konají kongresy a konference spojené se vzděláním, obchodem, s vývojem průmyslu, s politickými událostmi a s rozvojem

---

<sup>4</sup> Stránka osobnosti člověka, která o nutí být vždy nejlepší, mít vždy navrch, mít vždy pravdu.

profesí. V souvislosti s motivem podnikatelským a profesním lidé spíše cestují za účelem obchodu než pro radost. [2]

Proč se tedy lidé zapojují do cestovního ruchu? Jak bylo uvedeno, lze uvažovat několik důvodů, kvůli kterým se lidé účastní cestovního ruchu. Dočasně opouští svoje domovy kvůli osobnímu požitku, relaxaci, odpočinku a rekreaci, zdraví, účasti ve sportu, vycestovávají ze zvědavosti a za kulturou, z etnických a rodinných důvodů, motivují je také náboženské a duchovní podněty, cestují kvůli osobní prestiži a postavení ve společnosti nebo z profesních či podnikatelských důvodů.

### 1.3 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu odpovídají podobně jako motivy potřebám svých účastníků. Lze je rozdělit na dvě skupiny. A to na základní formy a specifické formy. Formy základní zachycují nejširší potřeby rozmanité lidské fantazie, zatímco formy specifické jsou na bázi uspokojení specifických přání a požadavků potenciálních turistů.

#### 1.3.1 Základní formy cestovního ruchu

- **Rekreační cestovní ruch**, který přispívá k regeneraci a reprodukci lidské psychiky a fyzické kondice. Bývá realizován v turisticky vhodném rekreačním prostředí, jako jsou vody, lesy, hory apod. V České republice jde v tomto směru např. o chataření a chalupaření.
- **Kulturně-poznávací cestovní ruch**, jehož cílem je návštěva historických objektů a kulturních akcí. Je rovněž zaměřen na různé tradice a zvyky. Má hluboký význam pro úroveň vzdělanosti cestujících. Pokud jde o Českou republiku, převládá spíše v příjezdovém cestovním ruchu.
- **Sportovně-turistický cestovní ruch**, kdy je využíván zájem lidí o aktivní odpočinek, aktivní provozování sportovních činností. Jde o sportovně zaměřené pobyty, během kterých lze provozovat vodní sporty, cykloturistiku, lyžování, pěší turistiku apod. Důležitou činností ze strany např. cestovních kanceláří může být i organizování pasivní účasti na sportovních akcích.
- **Léčebný a lázeňský cestovní ruch** zaměřující se na léčbu, prevenci, relaxaci a na celkovou obnovu fyzických a duševních sil jednotlivce.

### **1.3.2 Specifické formy cestovního ruchu**

Zvláštní potřeby nejrozličnějších segmentů vyskytujících se na trhu cestovního ruchu uspokojují specifické formy cestovního ruchu. V souladu s nejnovějšími trendy v této oblasti se bude jejich nabídka neustále rozšiřovat, proto nelze považovat následující rozčlenění za konečné. Mezi specifické formy lze zařadit cestovní ruch mládežnický, seniorů, rodinný, lidí s tělesným handicapem, městský, venkovský, jehož součástí je agroturistika<sup>5</sup>, případně ekoagroturistika<sup>6</sup>, dále cestovní ruch kongresový a motivující, chatařský a chalupářský, náboženský, zábavní a atrakční, gastronomický, cykloturistický, mototuristický, golfový, sportovní lovecký, rybolovecký, karavanový, nákupní atp. Zvláštními typy specifických forem cestovního ruchu jsou kulinářská turistika, dark tourism, filmový cestovní ruch, gay and lesbian tourism, voluntary tourism nebo kosmická turistika. [5][75]

### **1.4 Druhy cestovního ruchu**

V literatuře je možné najít celou řadu hledisek, podle kterých lze rozdělit druhy cestovního ruchu. Následujících několik podkapitol se bude věnovat vybraným hlediskům (Tabulka 1).

---

<sup>5</sup> Druh cestovního ruchu související s pobytem na farmě.

<sup>6</sup> Druh cestovního ruchu spojeného s ekologicky hospodařícími farmami.

**Tabulka 1:** Druhy cestovního ruchu dle různých klasifikačních hledisek

KLASIFIKAČNÍ HLEDISKA	CESTOVNÍ RUCH
Místo převažující realizace služeb cestovního ruchu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vnitřní</li> <li>• Národní</li> <li>• Mezinárodní</li> </ul>
Vztah k platební bilanci	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Domácí</li> <li>• Zahraniční</li> <li>• Tranzitivní</li> </ul>
Způsob financování	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volný</li> <li>• Vázaný</li> </ul>
Dálka pobytu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jednodenní</li> <li>• Krátkodobý</li> <li>• Dlouhodobý</li> </ul>
Způsob účasti (zabezpečení cesty)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizovaný</li> <li>• Neorganizovaný</li> </ul>
Počet účastníků	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuální</li> <li>• Kolektivní</li> </ul>
Věk účastníků	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Děti</li> <li>• Mládeže</li> <li>• Rodin s dětmi</li> <li>• Osob v produktivním věku bez účasti dětí</li> <li>• Seniorů</li> </ul>
Roční období	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sezonní</li> <li>• Mimosezonní</li> </ul>
Převažující prostředí (charakter cílového místa pobytu)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Městský</li> <li>• Venkovský</li> <li>• Ve střediscích turismu</li> </ul>
Vliv na životní a sociokulturní prostředí	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tvrdý</li> <li>• Měkký</li> </ul>

*Zdroj: Vlastní zpracování dle [73][75]*

### 1.4.1 Dělení podle místa převažující realizace služeb cestovního ruchu

Obrázek 1 ukazuje propojení jednotlivých složek dělení cestovního ruchu dle místa realizace.



**Obrázek 1:** Typy cestovního ruchu podle místa realizace

*Zdroj: [75]*

Je nutné se nejprve uvést pojmy příjezdový, domácí a výjezdový cestovní ruch:

- **Příjezdový cestovní ruch** pojímá všechny příjezdy ze zahraničních zemí do země sledované, zahrnuje tedy aktivity nerezidentního návštěvníka na území dotčeného státu během cesty v rámci příjezdového turismu.
- **Domácí cestovní ruch** obsahuje cestování rezidentů sledované země bez překročení hranic vlastního státu, jde o aktivity rezidentních návštěvníků na území dotčeného státu jako součást cesty v rámci domácího turismu nebo v rámci výjezdového turismu.
- **Výjezdový cestovní ruch** vystihuje výjezdy občanů sledované země do zahraničí, tedy s překročením hranic vlastního státu, zahrnuje tedy aktivity rezidentního návštěvníka mimo území dotčeného státu, které jsou součástí cesty v rámci výjezdového turismu nebo domácího turismu.

Dále bude věnována pozornost cestovnímu ruchu vnitřnímu, národnímu a mezinárodnímu:

- **Vnitřní cestovní ruch** zahrnuje domácí cestovní ruch, tedy cesty obyvatel po vlastní zemi a aktivní, neboli příjezdový cestovní ruch (cesty a pobyt cizinců v dané zemi).
- **Národní cestovní ruch** - do něj je zařazen domácí cestovní ruch a pasivní cestovní ruch, tedy výjezdy obyvatel dané země do cizích destinací.
- **Mezinárodní cestovní ruch** obsahuje veškerý cestovní ruch, při němž dochází k překročení hranice státu, ať už jde o aktivní (příjezdový), nebo pasivní (výjezdový) cestovní ruch.

#### 1.4.2 Dělení podle vztahu k platební bilanci

- **Domácí cestovní ruch**, kdy jde o cestování uvnitř země a nepřekročení jejich hranic. Dle vztahu k platební bilanci je to domácí spotřeba.
- **Zahraníční cestovní ruch** v sobě zahrnuje:
  - **Aktivní** - spočívající v příjezdech cizinců do destinace. V tomto případě se jedná o export služeb, ty čerpají turisté za cizí měnu na území destinace (dovoz deviz<sup>7</sup>).

---

<sup>7</sup> Bezhotovostní forma pohledávky na cizí měnu. Jde např. o šek, směnku, cenný papír k umoření, splatný kupón akcie nebo dluhopis. Hlavní formou deviz jsou vklady tuzemských bank u zahraničních bank v cizí měně.

- **Pasivní** - obsahuje výjezdy domácích turistů do zahraničí. Jde o dovoz neboli import zahraničních služeb, za něž domácí turisté utrácejí své prostředky v zahraničí (vývoz platebních prostředků).
- **Tranzitní cestovní ruch**, kdy se jedná o průjezd cestujících přes území projížděného státu do jiného státu, nejčastěji bez přenocování. Nebo jde o pohyb cestujících v letištním prostoru při mezipřistání letadla, aniž prochází celním odbavením a pasovou kontrolou.

#### 1.4.3 Dělení podle způsobu financování

- **Volný cestovní ruch**, tento bývá občas označován jako komerční. Je to cestovní ruch, na kterém účast není formálně nijak podmíněna a účastník si ji hradí v plném rozsahu ze svých prostředků. Zařízení služeb je volně přístupné, ceny jsou stanoveny na základě dohody.
- **Vázaný cestovní ruch**, někdy označován jako sociální. Je to cestovní ruch, na kterém je účast vázána na splnění určité podmínky (např. členství v organizaci, pacient v lázeňském cestovním ruchu). Jedná se o (částečnou) úhradu služeb ze společenských fondů (podnikové fondy, fondy kulturních či sociálních potřeb, z nemocenského pojištění apod.). Může jít o podnikovou rekreaci ve vlastních podnikových zařízeních, lázeňskou péči, dětskou rekreaci.

#### 1.4.4 Dělení podle délky pobytu

- **Jednodenní**, jde o turismus realizovaný v rámci 24 hodin, neboli cestovní ruch bez přenocování v rámci cesty a pobytu.
- **Krátkodobý cestovní ruch**, takové cestování, kdy turista na jednom místě přenocuje maximálně tři noci.
- **Dlouhodobý cestovní ruch**, když turista přenocuje na jednom místě více než tři noci, hovoříme o dlouhodobém cestovním ruchu. Celková délka pobytu je však omezena v rámci domácího turismu délkou 6 měsíců a v rámci mezinárodního cestovního ruchu délkou 1 roku.

#### 1.4.5 Dělení podle způsobu účasti (zabezpečení cesty)

- **Organizovaný cestovní ruch**, kdy cestu a pobyt zajišťují hlavně cestovní kanceláře nebo jiní zprostředkovatelé.

- **Neorganizovaný cestovní ruch**, v jehož případě si služby volí a většinou také zabezpečuje účastník sám. Jde o typ cestovního ruchu, jehož podíl stále více roste.

#### 1.4.6 Dělení podle počtu účastníků

- **Individuální cestovní ruch**, návštěvník nebo turista se účastní cestovního ruchu sám nebo s rodinou.
- **Kolektivní cestovní ruch**, tento je spojen s účastí více osob. Může mít déle podobu skupinového, masového cestovního ruchu. Speciálním typem je pak klubový cestovní ruch.

#### 1.4.7 Dělení podle věku účastníků

- **Cestovní ruch dětí**, jedná se o organizované pobyty dětí do 15 let vždy pod dozorem odpovědných dospělých osob, avšak bez rodičů, realizované v podobě školních výletů, škol v přírodě, letních prázdninových táborů, soustředění sportovních klubů apod.
- **Cestovní ruch mládeže**, obvykle bývá takto označován turismus mladých lidí ve věku 16-24 let, kteří již cestují samostatně, avšak nemají ještě vlastní rodiny.
- **Cestovní ruch rodin s dětmi**, v zásadě se jedná o podobný typ turismu, jako je turismus dětí, s tím rozdílem, že cestují v rámci své rodiny, čili individuálně, nikoliv skupinově, jako je tomu v případě turismu dětí. Obsah a struktura služeb je do značné míry přizpůsobena právě potřebám dětí.
- **Cestovní ruch osob v produktivním věku bez účasti dětí**, tento je zaměřen na skupinu, která je ze všech věkových kategorií nejméně homogenní, kde není možné bez dalších segmentačních kritérií najít charakteristické rysy, které by ji spojovaly. Jde obvykle o skupinu osob v produktivním věku, která však necestuje s dětmi, má relativní dostatek volného času i disponibilních prostředků.
- **Cestovní ruch seniorů**, jedná se o turismus obyvatel v postproduktivním věku. Stanovení věkové hranice je problematické s ohledem na skutečnost, že počátek seniorského období je obvykle spojován s odchodem do penze, přičemž věková hranice je v různých zemích odlišná. Tato skupina obyvatelstva bývá v souvislosti se současnými demografickými změnami zejména v ekonomicky vyspělých zemích označována za perspektivní rostoucí segment, nicméně je třeba vzít v úvahu i zcela protichůdný faktor, a to nutnost reforem v penzijních a zdravotních systémech



a s tím spojené změny v oblasti disponibilních příjmů i volného času. Předpokládané reformy samozřejmě znamenají prodloužení produktivního období a posunutí věkové hranice odchodu do penze, nedá se tedy předpokládat dramatický nárůst segmentu seniorů, v současném vnímání spojeného právě s ekonomicky neproduktivním obdobím. Na druhou stranu, pokud termín senior bude nazírán spíše z pohledu určitých biologických procesů, a bude tedy ohraničen věkem, nikoliv ekonomickými aspekty, pak se bezesporu jedná o segment velice progresivní. V tomto případě však bude nutné další členění, a to zejména dle disponibilních příjmů.

#### 1.4.8 Dělení podle ročního období

- **Sezonní cestovní ruch**, kdy sezona je obdobím s vysokou koncentrací návštěvnosti místa a tím i maximální nabídkou služeb. Současně jde o období maximálních cen.
- **Mimosezonní cestovní ruch**, který je charakteristický obdobím nízké návštěvnosti místa, což je často doprovázeno sníženou nabídkou služeb, jež jsou za nižší ceny.

#### 1.4.9 Dělení podle převažujícího prostředí (charakteru cílového místa pobytu)

- **Městský cestovní ruch**, převážně má charakter kratších pobytů. Hlavním motivem je zážitek v historicky, kulturně či společensky zajímavých městech v současné době nabývá na významu tzv. city-break, a to zejména v souvislosti s trendem dělit roční fond dovolené na více částí. Se vstupem nízkonákladových leteckých společností na trh apod. s městským prostředím je spojena celá řada typů turismu, jako např. kulturně-poznávací turismus, společenský turismus spojený s návštěvou významných kulturních událostí, gurmánský turismus, profesně orientovaný turismus apod.
- **Venkovský cestovní ruch**, tento zahrnuje ještě další subprodukty, a to vesnický turismus, agroturismus, ekoagroturismus, chataření a chalupaření. Je realizován mimo urbanizované celky v ekologicky příznivém prostředí venkova a obvykle bývá některými autory zařazován spolu s ekoturismem do tzv. zeleného turismu. Venkovský cestovní ruch je vedle vzájemné koexistence s městským cestovním ruchem jakýmsi protipólem masového turismu realizovaného zejména ve střediscích turismu a jsou s ním spojeny převážně environmentálně příznivé typy turismu. Vedle

úzkého kontaktu s přírodou je motivem účasti také poznání života na venkově s možností zapojení se do určitých pracovních aktivit.

- **Cestovní ruch ve střediscích turismu**, je vázán na resorty vybudované primárně především pro účely turismu, ať už se jedná o resorty lázeňské, sportovní, přímořské, či zábavní.

#### 1.4.10 Dělení podle vlivu na životní a sociokulturní prostředí

- **Tvrký cestovní ruch**, tento je spojen často s rozsáhlými tvrdými investicemi, přičemž hlavním měřítkem je zisk bez ohledu na environmentální, sociální a kulturní prostředí destinace, v níž probíhá. Především se jedná o klasický masový turismus ve všech podobách.
- **Měkký cestovní ruch**, jinými slovy řečený odpovědný, šetrný, zelený je druh cestovního ruchu, který se snaží uvědoměle dosáhnout vyrovnaného stavu mezi přínosy a dopady na environmentální, sociokulturní a ekonomické prostředí destinace, v němž probíhá. [5][73][75]

### 1.5 Aktéři rozvoje cestovního ruchu

Je zřejmé, že pokud má být rozvoj cestovního ruchu maximálně efektivní, musí být vždy založen na systému spolupráce, která se zakládá na vztazích mezi jejími jednotlivými účastníky. S touto problematikou souvisí proces „deliberativní demokracie“, *který lze definovat, jako uváženou demokracii, založenou na principu projednávání relevantních témat za účasti různých zainteresovaných subjektů*. Úzce s tímto typem přístupu souvisí i uplatnění principů komunitního plánování<sup>8</sup> a participace<sup>9</sup> veřejnosti.

Z hlediska obecného lze rozlišit několik druhů subjektů podle vztahu k řešenému problému nebo k připravovanému projektu, který vzniká v procesu zkoumané formy spolupráce:

- **Podílející se**, tedy subjekty hlouběji zapojené do procesu řešení nebo přípravy, podílí se na něm. Jsou to např. spolupracující obce a podnikatelé.
- **Zainteresovaní**, subjekty, na něž bude daná aktivita působit. Jedná se např. o občany a jejich sdružení, návštěvníky apod.

---

<sup>8</sup> Metoda, která umožňuje zpracovávat rozvojové materiály pro různé oblasti veřejného života na úrovni obce i kraje a která výrazně posiluje principy zastupitelské demokracie. V rámci komunitního plánování je kladen důraz na: zapojení všech, kterých se daná oblast týká; dialog a vyjednávání a na dosažení výsledku, který je přijat a podporován většinou účastníků.

<sup>9</sup> Sdílení něčeho, účast nebo podílení se na něčem.

- **Dotčení**, je myšleno na územním principu a zahrnuje subjekty, na jejichž zájmovém území se aktivita realizuje. Spadá sem např. krajský úřad, správa chráněné krajinné oblasti či národního parku, ministerstvo atp.

Nahlížíme-li na členění aktérů rozvoje cestovního ruchu z hlediska ekonomického, nabízí se sektorové členění národního hospodářství. Při jistém zjednodušení pak lze vymezit veřejný sektor, podnikatelský sektor, dobrovolný sektor a sektor domácností neboli místního obyvatelstva.

### 1.5.1 Veřejný sektor

První skupinu aktérů rozvoje cestovního ruchu tvoří **veřejný sektor**, který je nejčastějším iniciátorem spolupráce ve zmiňované oblasti. Neměl by ale zůstat jediným iniciátorem spolupráce. Pro vymezení tohoto sektoru je zcela rozhodující skutečnost, že je financován z veřejných financí. Do jeho činností spadá poskytování služeb místním obyvatelům a naplňování veřejného zájmu. Role veřejného sektoru je nezastupitelná v budování a údržbě nezbytné infrastruktury cestovního ruchu. Podílí se přímo i nepřímo na vytváření podmínek a přípravě vhodného prostředí pro samotný rozvoj regionů pomocí cestovního ruchu. A to v podobě výběru a přípravy vhodných území a technické infrastruktury, společenského života, výstaveb pěších, cyklo a hiposteze apod.

Jednotlivé hierarchické úrovně veřejného sektoru jsou v České republice rozhodujícím rozčleněním i pro účely rozvoje cestovního ruchu. Je možné jej rozdělit na celostátní, krajskou, regionální a lokální úroveň.

#### Celostátní úroveň

Jde o nejvyšší úroveň rozdělení veřejného sektoru. Je reprezentována vládou ČR, příslušnými ministerstvy, popřípadě jimi zřízenými organizacemi. Oblast cestovního ruchu má v gesci Ministerstvo pro místní rozvoj. Není však jediným ministerstvem, které ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu. Díky tomu, že cestovní ruch zasahuje do velmi širokého spektra hospodářství, mají na jeho rozvoj vliv i např. Ministerstvo kultury, dopravy, životního prostředí, zemědělství, zahraničních věcí apod. Největší důležitost na této úrovni je nutné přikládat organizaci zřízené Ministerstvem pro místní rozvoj, a to České centrále cestovního ruchu, tedy CzechTourismu. Ta představuje důležitého partnera a poradce pro ostatní organizace cestovního ruchu.

## **Krajská úroveň**

Poměrně nová úroveň dělení je krajská úroveň. Ta se začala profilovat až se vznikem krajů podle zákona, tedy od roku 2001. Se vznikem těchto krajů, které mají pod svou záštitou všeobecný rozvoj jím svěřeného území včetně rozvoje cestovního ruchu, vznikl i nový aktér cestovního ruchu. Při vytváření organizační struktury krajských úřadů nových krajů často vznikly odbory, jež mají v náplni práce právě rozvoj cestovního ruchu. V některých krajích dokonce vznikaly celokrajské organizace cestovního ruchu, mezi jejichž hlavní aktéry a mnohdy zároveň zakladatele patří právě zástupci krajů.

## **Regionální a lokální úroveň**

V tomto případě se jedná o úroveň, která již může zasahovat do rozvoje cestovního ruchu velmi konkrétním způsobem. Zasahuje na svém území do cestovního ruchu, protože právě zde působící aktéři poměrně dobře znají jeho podoby a vazeb, které v něm působí, a má možnost v něm velmi efektivně operovat. Tuto nejnižší úroveň vytváří v první řadě základní jednotka veřejné správy, obec. Aktéři mohou vytvářet různá uskupení. A to mezi sebou, např. svazky obcí, vytváření partnerství s obcí z jiného státu atd. nebo s dalšími subjekty, které působí na daném území, tedy místní akční skupiny, Public-Private-Partnership<sup>10</sup> apod. Podstatně významným účastníkem rozvoje cestovního ruchu této úrovně jsou jednotlivé místní nebo regionální organizace cestovního ruchu, jejichž členy jsou mimo jiné v převážné většině zmíněné obce. Právě tyto organizace cestovního ruchu mají hlavní nikoliv doplňkový cíl rozvíjet cestovní ruch v regionu.

### **1.5.2 Podnikatelský sektor**

Další skupinu aktérů rozvoje cestovního ruchu tvoří sektor podnikatelský, jehož hlavním znakem, který jej odlišuje od sektoru veřejného, je soukromé vlastnictví. Je tedy přednostně zaměřen na tvorbu zisku. V tomto sektoru převládá zcela výrazně soukromé vlastnictví a jednotlivé typy subjektů mohou nabývat podoby různých druhů soukromovlastnických vztahů, ať už je to živnostenský podnik, společnost s ručením omezeným, akciová společnost nebo družstvo. Rozvoj podnikatelského sektoru má velmi výrazný vliv na celkovou zaměstnanost místních obyvatel. Zajišťuje převážně ubytovací a stravovací zařízení. Také je v jeho režii poskytování služeb cestovních kanceláří, agentur a provozování služeb cestovního ruchu a zajišťování základní i sekundární turistické infrastruktury vůbec. Lze tedy shrnout jeho činnost do následujících pozic: hoteliéři a pohostinská zařízení, cestovní kanceláře a agentury,

---

<sup>10</sup> Partnerství veřejného a soukromého sektoru.

průvodci v cestovním ruchu, dopravci, drobní poskytovatelé služeb cestovního ruchu apod. Podnikatelský sektor také nabízí různá celorepubliková či krajská uskupení. Významné místo zde zaujímá Hospodářská komora ČR a její krajské a okresní sekce. Dále jsou na těchto úrovních vytvářena důležitá specializovaná sdružení z jednotlivých oblastí cestovního ruchu jako například Asociace hotelů a restaurací ČR, Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR, Asociace cestovních kanceláří ČR atd.

### **1.5.3 Dobrovolný sektor**

Předposlední skupinou aktérů rozvoje cestovního ruchu je dobrovolný sektor. Představuje tu část národního hospodářství, ve které subjekty produkující statky získávají prostředky pro svoji činnost cestou tzv. přerozdělovacích procesů. Cílovou funkcí tohoto sektoru není zisk ve finančním vyjádření, ale přímé dosažení užitku. Financování těchto subjektů je proto často závislé na přímých a pravidelných dotacích od různých subjektů, ať už z veřejného nebo podnikatelského sektoru. V dobrovolném sektoru se však při fungování rozvoje cestovního ruchu uplatňuje sektor podnikatelský jen velice málo, vyplývá to už z jeho povahy, na základě které jej můžeme označit i jako sektor neziskový. Zaslouhuje se nejčastěji v oblastech jako je budování doprovodné turistické infrastruktury v území, např. různé turistické stezky všeho druhu, pro pěší, kolo, koně apod.; jejich komplexní vybavení a údržbu, lavičky, značení, mapy, informační tabule atd. nebo produkty cestovního ruchu např. s ekologickou tematikou, různé společenské slavnosti atp.

Působí zde různé rozvojové organizace, jakožto Centrum pro komunitní plánování; zájmové, v podobě myslivců, hasičů a seniorů; sportovní organizace, např. sportovní kluby, Sokol, Orel apod. nebo další neziskové organizace, zejména nadace, Partnerství, Nadace ČEZ atd., jež mohou svojí právní formou patřit mezi veřejnoprávní nebo soukromoprávní instituce. Dalšími typickými příklady jsou Asociace turistických informačních center ČR, Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu, Asociace cestovních kanceláří ČR nebo Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR apod. Všechny tyto organizace zastávají lobbyistickou funkci v oblasti hájení svých členů v souvislosti s cestovním ruchem. K vyjmenovaným organizacím se dále přiřazují např. vysoké školy či různé výzkumné ústavy, jejichž aktivity mají většinou celorepublikový dosah a které mohou poskytovat významné poznatky a znalosti z oblasti cestovního ruchu, které je pomocí jednotlivých organizací cestovního ruchu pak možno následně uplatňovat v praxi.

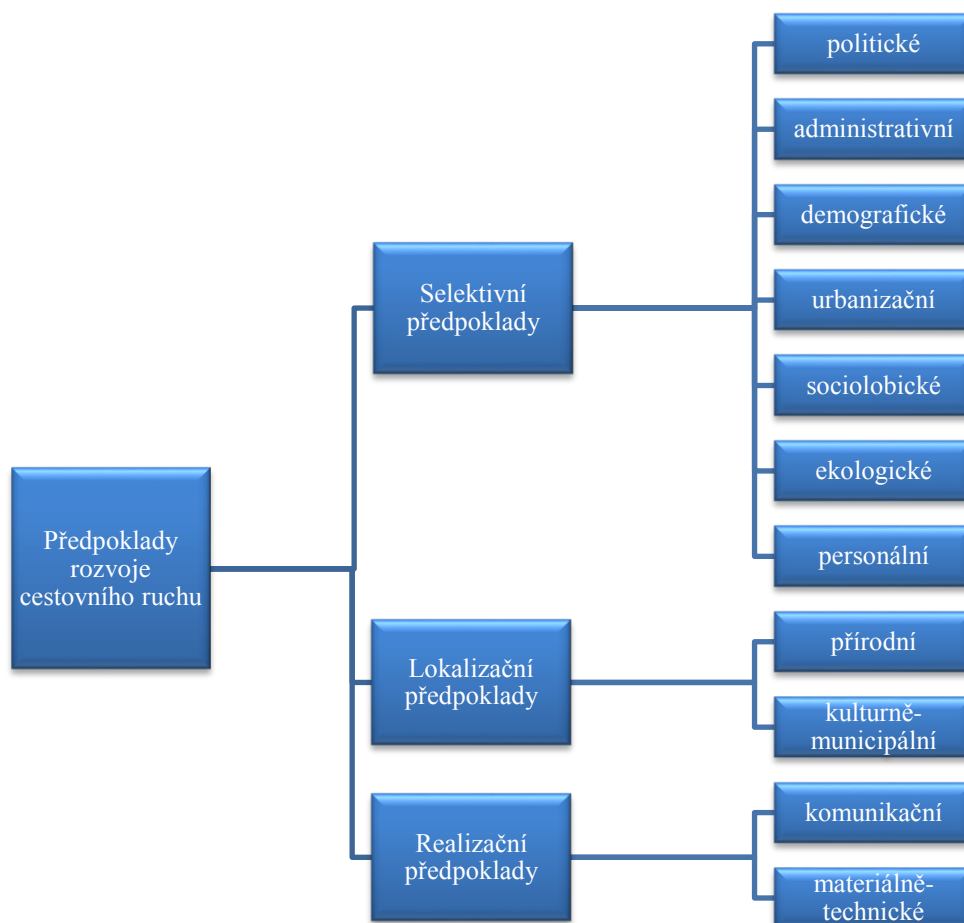
#### **1.5.4 Místní obyvatelstvo**

Do poslední skupiny aktérů rozvoje cestovního ruchu je zařazeno místní obyvatelstvo. To se dostává do bezprostředního styku s návštěvníky destinace a v řadě případů je jimi ovlivňováno. A to jak negativně, tak i pozitivně.

Různá spolupráce výše uvedených aktérů, kdy se každý z nich určitým způsobem zapojuje do rozvoje cestovního ruchu, je motivována zejména jejich rozdílnými předpoklady pro poskytování služeb. Každý má při tvorbě celé organizace cestovního ruchu určitou společenskou úlohu, kterou plní. Při úspěšném fungování této spolupráce tak dochází k většímu využití silných stránek a zároveň k minimalizaci stránek slabých. Významní aktéři mají často dostatek kapacit lidských či finančních pro podporu vlastního rozvoje. Ostatní subjekty, tedy malé obce, neziskové organizace, drobní podnikatelé jsou v řadě oblastí silně limitovány. Pro ně by se tedy vzájemná spolupráce měla stát velice příznivou záležitostí, která povede ke zlepšení jejich vlastní situace, a tím i ke zlepšení situace celého regionu, případně kraje. [21][55]

#### **1.6 Předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Kvalita prostředí, krajina, lokality regionu, v nichž se cestovní ruch vyvíjí a realizuje, významným způsobem ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu v území. Toto si uvědomuje řada autorů, kteří se snažili dle nejrůznějších hledisek předpoklady území pro rozvoj cestovního ruchu vyjádřit. „*Předpoklady rozvoje cestovního ruchu představují souhrn přírodních a antropogenních aspektů včetně jejich mnohoúrovňových vazeb, které následně vytvářejí předpoklady pro realizaci cestovního ruchu.*“ [20][83]. Bývají nejčastěji členěny na lokalizační, realizační a selektivní předpoklady rozvoje cestovního ruchu. Obrázek 2 toto členění ještě dále rozděluje. A tomuto rozdělení bude v několika dalších podkapitolách věnována zvláštní pozornost.



**Obrázek 2:** Předpoklady cestovního ruchu

*Zdroj: vlastní zpracování dle [20][83]*

### 1.6.1 Lokalizační předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Lokalizační předpoklady rozvoje cestovního ruchu jsou děleny na přírodní předpoklady zahrnující reliéf, strukturu a přírodní atraktivitu krajiny, klima, vodstvo, flóru, faunu, kvalitu vzduchu a kulturně-historické předpoklady, do kterých jsou řazeny lidmi vytvořené atraktivitu, lidové tradice, folklór a umění, struktura institucí státní a místní správy a samosprávy. [20]

#### Přírodní předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Pokud je třeba zjistit, jaký je v dané krajině tzv. přírodní rekreační potenciál<sup>11</sup>, hrají v tomto zjišťování klíčovou roli přírodní podmínky. Ty do značné míry limitují rozvoj turismu na daném místě, a to zejména tím, že určují kvalitu prostředí, a tím i jeho vhodnost pro využití v cestovním ruchu. Mají totiž relativně neměnný, tedy trvalý charakter. Přírodní

<sup>11</sup> Využitelnost přírodních zdrojů a podmínek pro cestovní ruch. Charakteristika přírodních rekreačních zdrojů obsahuje údaje o jejich kapacitě, kvalitě a délce využitelnosti.

zdroje jsou rozhodujícím lokalizačním faktorem neboli předpokladem pro formování rekreačních procesů v území, přičemž stěžejními jsou zejména:

- **Reliéf**, základní strukturální prvek přírodních rekreačních zdrojů. Atraktivní jsou především členité formy povrchu. Např. skalní věže, skalní města, soutěsky, vodopády, skalní okna, ledovcové doliny a kotliny, hluboce zaříznutá romantická údolí, krasové jeskyně, propasti a další cenné formy reliéfu. V některých případech rekreačních aktivit jsou pro turisty významné hory a pohoří, jde o vertikální členitost reliéfu. Jindy jsou zase důležité tvary a zvláštnosti pobřeží, jedná se o horizontální členitost.
- **Klimatické poměry**, jsou dvě hlediska, dle kterých lze zkoumat vliv podnebí na rekreační využití území. Zejména jako působení horizontální a vertikální zonalnosti<sup>12</sup> podnebí na Zemi a jako působení klimatických prvků v konkrétním území či lokalitě, např. průměrná teplota, počet letních a tropických dní, srážkové poměry a jejich sezonní a denní chod, počet dní se sněhovou pokrývkou a její výška, délka slunečního svitu, relativní vlhkost vzduchu, inverze, oblačnost, vítr, výskyt mlh apod. Horizontální klimatická zonalita má vliv na tvorbu dobrých podmínek pro cestovní ruch v subtropickém klimatickém pásu, zatímco vertikální klimatická zonalita má vliv na průběh a rozmístění cestovního ruchu projevující se významně hlavně v mírném klimatickém pásmu.
- **Vodstvo**, ze všech povrchových vod jsou nejvýznamnější moře a některá jezera, využívaná především k dlouhodobé rekreaci. K víkendovým rekreacím jsou využívány především řeky a vnitrozemské vodní plochy. Na vývěru podzemních vod jsou vázány lázně, z nichž mnohé si udržují konkurenceschopnost také díky chemicko-fyzikálním vlastnostem jímané minerální vody.
- **Rostlinstvo a živočišstvo**, má relativně nejmenší vliv na rozmístění cestovního ruchu. Floristická složka dotváří celkový charakter krajiny, místy je možné se setkat i s chráněnými územími. K základním rekreačním prvkům patří lesy, které jsou využívány zejména pro příměstskou denní a víkendovou rekreaci. Přitažlivé jsou celistvé a rozsáhlé lesní plochy, kosodřeviny, rostlinstvo horského rázu, mokřady, rašeliniště a výskyt vzácných chráněných druhů rostlin, chráněné dřeviny apod. Fauna se v cestovním ruchu uplatňuje jak prostřednictvím lovné, tak i chráněné

---

<sup>12</sup> Zonální= pásmový, oblastní.



zvěře. U lovné zvěře jde o vymezení loveckých a rybářských revírů. V případě chráněné zvěře přitahují turisty nejen národní parky a rezervace, ale také zoologické zahrady. [20][21][83]

### **Kulturně-historické předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Kulturně-historický potenciál byl vytvořen zásahem člověka do krajiny. To je hlavní aspekt, který jej odlišuje od přírodních předpokladů. Druhou odlišností je charakter rozmístění kulturně-historického potenciálu. Ten je na rozdíl od areálového a liniového rozložení přírodního potenciálu lokalizován převážně bodově. Z pohledu nabídky cestovního ruchu má tento potenciál spíše sekundární význam a funkčně spadá tedy více do oblasti doplňkové k aktivitám přírodního charakteru. V mnoha případech jedinečnosti a specifčnosti tomu však může být i obráceně. Může tedy plnit funkci primárního činitele, a mít tak určující charakter, kam se vydat v daném regionu. Typickými příklady jsou antické památky v Řecku a Itálii nebo egyptské pyramidy. Jsou rozlišovány:

- **Kulturně-historické památky.** Zásadně ovlivňují migrační pohyby za poznáváním v domácím i mezinárodním cestovním ruchu. Lze říci, že jsou jakousi doložkou historického vývoje, způsobu života a prostředí společnosti od nejstarších dob až do současnosti, také doložkou projevů tvůrčích schopností a prací lidí z nejrůznějších oborů lidské činnosti. Turisté se mohou seznámit s kulturou, historií, architekturou a přírodními památkami konkrétních území. Nejpřitažlivějšími bývají často architektonická díla, tedy hrady, zámky, městské historické celky. V ČR jsou památky rozdělovány do tří skupin:
  - Architektonické památky
    - *Světské*, kam spadají historická jádra měst, historické územní celky, městská architektura, lidová architektura, technické památky, vojenské památky, sochy, sousoší, kašny.
    - *Církevní* zahrnují chrámy, katedrály, kláštery, kostely, kaple, rotundy, synagogy, hřbitovy, betlémy apod.
  - Přírodní památky obsahují zahrady a parky, např. Lednicko-valtický areál.
  - Soubory materiálních a duchovních projevů člověka zařazují do své skupiny jazyk, tradice, umění, hudbu, náboženství nebo řemesla.

- **Kulturní zařízení.** Jsou v čase spíše neměnná a plní funkci nejen poznávací, ale i společenskou. Do této skupiny jsou řazena:
  - Zařízení soustřeďující sbírky, tedy muzea, galerie a knihovny.
  - Zařízení, jejich prostřednictvím se kulturní akce realizují, divadla, hudební sály, kina a amfiteátry.
  - Hvězdárny a planetária.
- **Kulturní akce.** Naopak spadají do skupiny atraktivit, které se v čase mění velmi snadno a plní významnou společenskou funkci. Díky jejich časové proměnlivosti není jednoduché všechny společenské akce zaznamenat a hodnotit. Jde o hudební nebo filmové festivaly, karnevaly apod. Vedle kulturních akcí jsou pořádány i různé výstavy nebo kongresy.
- **Sportovní akce.** Jejich pozice v životě lidí účastnících se cestovního ruchu je stále významnější. Jsou rovněž důležité i z hlediska rozvíjení přátelství mezi národy. Jedná se o mistrovství světa, olympijské hry, světové poháry či místní sportovní akce s dlouho tradicí. [20][21][83]

### 1.6.2 Realizační předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Vlastní realizaci cestovního ruchu a rekreace svými vlastnostmi umožňují realizační předpoklady rozvoje cestovního ruchu. Ty vytváří spojovací článek a prostorovou konkretizaci vztahů mezi centry zájmu o cestovní ruch a rekreaci a oblastmi cestovního ruchu a rekreace. Zmíněné vztahy jsou realizovány na základě komunikačních předpokladů a základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu. Realizační faktory tedy umožňují oblast dosáhnout a využít. K dosažení slouží komunikační předpoklady a k využití zase vhodná infrastruktura služeb, tedy ubytovací, stravovací a další zařízení a služby, někdy se též nazývá materiálně-technická základna cestovního ruchu.

#### **Komunikační předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Pokud bychom hledali základní předpoklady prostorové realizace a rozvoje cestovního ruchu a rekreace, zjistili bychom, že jimi jsou mimo jiné i komunikační předpoklady rozvoje cestovního ruchu. Jednotlivé dopravní poměry lze hodnotit. Hodnocení se opírá o analýzu rozmístění komunikačních sítí a o rozbory dostupnosti turistických a rekreačních míst a oblastí.

## **Materiálně-technické předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Na otázku, co je základní úlohou infrastruktury cestovního ruchu, existuje řada odpovědí. Jednou z nich může být tvrzení, že se jedná o co nejefektivnější využívání středisek a oblastí cestovního ruchu. Nebo také vytváření věcných předpokladů na zabezpečení účasti obyvatelstva na cestovním ruchu, na zabezpečení tvorby a realizace služeb. Patří sem zprostředkování, doprava, ubytování, stravování, obchodní služby, sportovně-rekreační zařízení a služby, kulturně-společenská zařízení a služby, zařízení komunálních služeb, ostatní infrastruktura. [21][75]

### **1.6.3 Selektivní předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Selektivní, jinak řečeno stimulační faktory, podněcují vznik a rozvoj cestovního ruchu. Jsou to takové zdroje, předpoklady a impulsy, které uvádějí v činnost rekreační a turistické procesy. Jedná se o veškeré socioekonomické zdroje, předpoklady a možnosti ovlivňující zejména rozdílnou intenzitu účasti obyvatelstva na cestovním ruchu a rekreaci. „*Zatímco lokalizační faktory jsou tím, co se musí vidět, a realizační faktory tím, zda k tomu cestovatel dojde a bude mít kde přespat či najíst se, selektivní faktory určují, zda někdo vůbec přijede, a když přijede, tak kdo to bude a v jakém počtu a zda cestovní ruch v dané oblasti může vůbec existovat.*“ [75]

### **Politické předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Politické předpoklady rozvoje cestovního ruchu zahrnují možnosti volného pohybu osob a kapitálu nebo úplně základní politické skutečnosti, jako je např. mírové uspořádání světa či vnitropolitická situace, o které vypovídá zejména charakter politického systému, frekvence střídání vlád apod. Pokud v dané zemi vládne stabilní politické klima, dochází zde k příznivějšímu a intenzivnějšímu rozvoji cestovního ruchu, je-li tomu naopak a v zemi panuje konfliktní politická situace, cestovní ruch se nerozvíjí a je spíše degradován. Při zmínce o negativních vlivech je nutné nezapomenout na současnou hrozbu terorismu. Dalším negativem mohou být epidemie a přírodní katastrofy, jejichž dopad je až na výjimky obvykle lokálního charakteru. Jako příklady lze uvést chřipkové epidemie, záplavy, tsunami, sopečné aktivity či rozsáhlé požáry.

## **Demografické předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Demografické předpoklady rozvoje se do cestovního ruchu promítají za pomoci veličin, jako jsou počet obyvatel destinace, jejich ekonomická aktivita, střední délka života, mobilita apod. Ovlivňují cestovní ruch hned ze dvou pohledů:

- Lidé vystupují v cestovním ruchu jako pracovní síla, tedy na straně nabídky a poskytovatele služeb cestovního ruchu;
- lidé vystupují v cestovním ruchu jako účastníci, tedy na straně poptávky, v podobě turisty, zákazníka a spotřebitele.

Tyto předpoklady mají rozhodující vliv v první řadě na intenzitu účasti obyvatelstva na cestovním ruchu a rekreaci, v řadě druhé na rozmístění jednotlivých druhů aktivit. Je známé, že jinak tráví volný čas mladí, svobodní a bezdětní než rodiny s dětmi, starší lidé apod.

## **Ekonomické předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Ekonomické předpoklady rozvoje cestovního ruchu mezi sebe zařazují směnitelnost měny, výši reálné mzdy, výši nerealizované kupní síly obyvatelstva, tedy kolik volných peněz je mezi lidmi, míru investic do prezentace lokality nebo možnost čerpání prostředků na rozvoj cestovního ruchu z Evropských fondů. Vyčíslitelný vztah turismu a ekonomiky lze vyjádřit mnoha ukazateli, např. podílem služeb cestovního ruchu na tvorbě HDP, výdaji obyvatelstva na služby spojené s turistikou, výši devizových příjmů z aktivního cestovního ruchu, podílem pasivního cestovního ruchu, saldem ze zahraničního cestovního ruchu apod. Dalším možným ekonomickým faktorem, který ovlivňuje trh turismu, může být rozdílná ekonomická úroveň neboli rozdílnost cenových hladin zdrojové a cílové země. Nižší cenová hladina v cílové destinaci může podnítit obyvatele hospodářsky vyspělejší země k cestování do země s nižší ekonomickou úrovní. Avšak případná nedostatečná úroveň infrastruktury a vybavenosti ve vztahu k potenciálu pro turismus může být výrazným omezením pro takové cestování.

## **Ekologické předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Přirozená atraktivita prostředí má velmi významný vliv na realizaci cestovního ruchu. Takové prostředí se nejčastěji nachází v oblastech, které byly v minulosti nebo stále ještě jsou méně ekonomicky využívány jinými, zejména průmyslovými odvětvími. V oblastech, jež byly a jsou využívány průmyslově, je tomu naopak, jsou charakteristické vysokou urbanizací. Tímto je narušena kvalita životního prostředí a obyvatelstvo je tak logicky

motivováno k vyhledávání přírodního prostředí, které je v kontrastu s jejich obvyklým prostředím.

### **Administrativní předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Mezi administrativní předpoklady rozvoje cestovního ruchu řadíme právní předpisy, zákony, vyhlášky, které zahrnují celní a devizové předpisy, pásové a vízové podmínky, daňovou legislativu. Dále do těchto předpokladů řadíme potřebu očkování, výši denního limitu finančních prostředků na pobyt apod.

Lokalizační předpoklady vyjadřují příležitost určitého území k provozování cestovního ruchu, lze jej přeměnit ve zdroj určité ekonomické hodnoty. Samotná existence výhodných lokalizačních předpokladů však ještě neznamená, že budou příslušným způsobem využity pro rozvoj cestovního ruchu v dané lokalitě. Realizační předpoklady zahrnují nezbytné služby, jež umožňují uspokojení lidských potřeb, jinými slovy řečeno, umožňují vlastní využití příhodných předpokladů v rámci turismu. V případě selektivních předpokladů je řeč o tom, jak jsou zmiňované předpoklady subjektivně oceňovány ze strany společnosti, jak ovlivňují schopnost a touhu člověka je využít. Jednotlivé předpoklady tedy působí ve vzájemném propojení a lze říci, že by jeden bez druhého nemohly na rozvoj cestovního ruchu správně působit. [21][73][75]

## 2 HISTORICKÝ EXKURZ CESTOVNÍHO RUCHU

Druhá kapitola diplomové práce se bude na úvod okrajově věnovat rozvoji cestovního ruchu, budou zdůrazněny základní podmínky, které musí být pro úspěšný rozvoj splněny. Následně bude provedeno dvojitě dělení historie cestovního ruchu do etap, přičemž první dělení bude odlišeno členěním na různé časové úseky a jednotlivé fáze rozvoje cestovního ruchu.

### 2.1 Úvodem k rozvoji cestovního ruchu

Při ohlédnutí za historií cestovního ruchu je možné zjistit, že dříve lidé cestovali spíše za účelem obchodu nebo z vojenských důvodů. V současné době je však cestovní ruch vyhledávanou volnočasovou aktivitou. Pokud jde o rozvoj cestovního ruchu, je nezbytné plnit tři základní podmínky:

- Vytvořit dostatečný fond volného času, a to v podobě pětidenního pracovního týdne (zbylé dva dny jsou volné) a dovolené v rozsahu týdnů.
- Zajistit přiměřené disponibilní prostředky u obyvatelstva neboli prostředky, které zbývají po uspokojení běžných potřeb, do nichž lze zahrnout bydlení, stravování, ošacení, potřeby osobní hygieny apod.
- Zajistit svobodu pohybu a bezpečnost v turistickém cíli, tedy destinaci<sup>13</sup>.

V současnosti jsou výše zmiňované podmínky plněny v takové míře, že s dřívější dobou nemá srovnání. Vyjma poslední podmínky, ta v některých zemích ještě zcela plněna není. Stále existují lokality, ve kterých je svobodný pohyb výrazně omezen, a taková místa často ztrácejí na své atraktivitě, i co se bezpečnosti týče.

Lze hovořit o tom, že rozvoj cestovního ruchu jako takový je výsledkem potřeby obnovit a reprodukovat pracovní sílu, potřeby poznávat, jako důsledek růstu vzdělanosti a nakonec potřeby obnovovat a navazovat styk s lidmi. Je podporován celou řadou faktorů, které mají úzkou souvislost s růstem počtu obyvatelstva planety Země a zeměmi v osídlení. Jde například o zvyšující se migraci lidí z venkova do měst vedoucí k nárůstu hustoty jejich osídlení. Tento jev poté zpětně povzbuzuje poptávku obyvatel měst po poznání tradic na venkově či nepoškozené přírody. Cestovní ruch a jeho rozvoj je též podporován faktory pojíci se se zlepšováním zdravotního stavu obyvatelstva a zvyšováním vzdělanosti, ta umožňuje překonávat jazykové bariéry a zároveň podněcuje touhu člověka poznávat nová místa, kulturu a prožít neobvyklé zážitky. V hierarchii potřeb člověka se tedy cestovní ruch postupně přesunul

---

<sup>13</sup> Území s určitými společnými rysy, jež se na trhu jednotně propagují jako turistický cíl.

z oblasti potřeb luxusních a zbytných do oblasti potřeb běžných, které jsou nedílnou součástí jeho spokojeného života. [75]

## 2.2 Etapy vývoje cestovního ruchu

Cestování je zakotveno hluboko v historii vývoje společnosti. Moderní podobu však cestovní ruch pojal až s rozvojem průmyslové revoluce, a to v polovině 19. století. Po druhé světové válce se již stal fenoménem, jenž je nejen nezastupitelnou složkou spotřeby obyvatelstva, ale má i stále důležitější význam pro globální ekonomiku.

Prvotním motivem pro cestování bylo obstarávání potravy nebo, jak již bylo zmíněno výše, obchod či vojenské výpravy. Dále pak objevitelské cesty, vědecké zájmy, vzdělání, náboženství. V žádném případě však nebylo cestování v historické době formou zábavy. Moderní podoba cestovního ruchu se začínala formovat ve druhé polovině 19. století v souvislosti s rostoucím hospodářským vývojem a rozmachem průmyslu. To vše mělo za následek růst fondu volného času a životní úrovně obyvatelstva. Současně se i postupně rozvíjela materiálně technická základna cestovního ruchu, tedy budovala se ubytovací, stravovací, dopravní, sportovní a ostatní zařízení, převážně v rekreačních a lázeňských střediscích. [9]

Pokud jde o rozdělení cestovního ruchu do jednotlivých etap, je nutné se v tomto případě soustředit na druh převažujícího dopravního prostředku, základní motivaci a typ účastníků (Tabulka 2).

**Tabulka 2:** Etapy vývoje cestovního ruchu

ETAPA	OBDOBÍ	PŘEVLÁDAJÍCÍ DRUH DOPRAVY	HLAVNÍ MOTIVACE CESTOVÁNÍ	ÚČASTNÍCI
Předfáze	do roku 1850	Silniční (nemotorová), pěší, lodní (nemotorová)	Poutní cesty, objevitelské cesty, poznávání, obchod	Šlechta, církev, obchodníci
Počáteční fáze	1850–1914	Železniční (parní), pěší, silniční, lodní (parní)	Lázeňství, poznávání, obchod, turistika	Buržoazie, církev, nejbohatší
Rozvojová fáze	1914–1945	Železniční (parní), silniční, letecká	Rekreace, obchod, poznávání	Buržoazie, pracující s vyšší životní úrovní
Vrcholová fáze	po roce 1945	Silniční (dálnice), letecká	Rekreace, poznávání, péče o zdraví, dobrodružství, obchod	Všechny vrstvy obyvatelstva (ve vyspělých zemích)

*Zdroj: Vlastní zpracování dle [9][75]*

Údaje odpovídají nejvyspělejším státům, v současnosti jde v globálním měřítku spíše o výčet jednotlivých epoch podle různé vyspělosti regionů a států. Moderní cestovní ruch a jeho počátky lze zařadit do 17. a 18. století. Technický pokrok, a to hlavně v oblasti dopravy, zejména železniční, způsobil rozvoj cestovního ruchu ke konci předfáze. Začínal se zvyšovat počet lidí, jež měli k dispozici dostatek volného mimopracovního času, a vznikaly tak pracovní příležitosti včetně ekonomických subjektů v oblasti organizování cest.

V roce 1845 byla založena vůbec první cestovní kancelář. Vznikla v Anglii pod názvem Thomas Cook. Tato kancelář odstartovala počáteční fázi cestovního ruchu jako nového ekonomického odvětví. V závislosti na ní byl uspořádán první organizovaný výlet osobním vlakem po anglickém venkově a první zahraniční zájezd na Světovou výstavu do Paříže. Je důležité zmínit, že mnoho Cookových metod se využívá dodnes, jakožto smysl pro kvalitu, spolehlivost, odpovědnost a odborné znalosti, pozornost každému detailu přípravy zájezdu apod. Zmíněná kancelář dosud nese jméno svého zakladatele a patří mezi nejvýznamnější cestovní kanceláře světa. Hned v roce 1850 byla následována kanceláří American Express v USA. Počáteční fáze zahrnuje vznik prvního zájezdového katalogu, knižního průvodce s názvem Baedeker, směnárnu, hotelový voucher, kontinentální železniční jízdní řád, prudký rozvoj průvodcovských služeb a emisi cestovních šeků. Od poloviny 19. století se vlivem rychlé urbanizace začal vytvářet zábavní cestovní ruch v podobě dostihů a kasin. Lázeňské pobyty se začaly proměňovat v rekreační cestovní ruch, který zahrnoval i přímořské oblasti, svoji významnou pozici si udržel profesní a obchodní turismus. Vedle historických památek Itálie, Francie, Německa a Beneluxu objevili turisté i Alpy a Řecko. Také byly pořádány první exotické výpravy, a to do Egypta, Indie nebo Svaté země.

Další významnou fází v historii vývoje cestovního ruchu byla rozvojová fáze, neboli etapa meziválečného období, kdy významným způsobem konkurovala silniční doprava, individuální i veřejná, dopravě železniční. V roce 1923 zahájily svou dopravu Československé aerolinie, patřily k prvním, dodnes fungujícím, leteckým společnostem na světě. Původně významná lodní doprava postupně začínala přecházet do pozadí, i přestože byly stavěny lodě obrovských rozměrů, jakožto Queen Mary a Queen Elizabeth, do popředí přecházela již zmiňovaná letecká doprava. Dopravní kancelář Československa, Čedok, si od roku 1920 udržovala podstatné postavení i ve středoevropském měřítku, velmi výrazně ovlivnila rozvoj jadranského pobřeží. Ani negativní dopady světové hospodářské krize nebránily lidstvu v tom, aby využívalo svůj stále zvyšující se podíl volného času a placenou dovolenou tak, že čím dál více cestovalo po světě. Rozvíjelo se tímto pobřeží Středomoří, turisté podnikali cesty do Asie, Afriky či Jižní Ameriky.



Poslední etapou, kterou uvádí souhrnná tabulka, je fáze vrcholová, nastala po druhé světové válce. Tehdejší politicky odlišně smýšlející rozdělení světa výrazně ovlivnilo směr proudu turistů, rostl význam rozvojových zemí, dopady turismu se globalizovali i vlivem výrazného technického pokroku, zejména v dopravě, informatice a finančnictví<sup>14</sup>. V roce 1974 vznikla World Tourism Organization, v současné době známá pod zkratkou UNWTO, jejíž zastřešující organizací byla OSN. Tímto krokem byla završena institucionalizace odvětví cestovního ruchu a masový turismus s kompletní nabídkou služeb se stal nedílnou součástí moderního životního stylu, přičemž lze dodat, že projevy těchto skutečností mnohdy negativně působí nejen na životní prostředí, ale také na identitu obyvatel navštěvovaných lokalit. Bylo nutné zvýšit kvalitu odborného řízení, vzrostla tedy i kvalita vzdělání v oboru cestovního ruchu. [7][75]

Dalším možným rozdělením jednotlivých etap vývoje cestovního ruchu je dělení rovněž do čtyřech částí, které se však od toho předchozího odlišují rozdílnými časovými úseky. Jedná se o:

- **Prvopočátky cestovního ruchu** (5. století př. n. l. – 16. století)
- **Moderní cestovní ruch** (17. – 19. století)
- **Novodobý cestovní ruch** (po první světové válce do roku 1948 a období 1949 – 1989)
- **Současný cestovní ruch** (po roce 1990)

### 2.2.1 Prvopočátky cestovního ruchu

První zmínky o cestování spadají do Řecka, Egypta a Říma. Tehdejší obyvatelé těchto zemí, přednostně Řekové, cestovali po Středomoří již v letech 480–425 př. n. l. Po nahlédnutí do dob středověku je možné zjistit, že byl cestovní ruch spojen hlavně s bohatými mladými šlechtici, syny bohatých kupců a měšťanů. Dosud jsou dochovány různé průvodce a popisy cest pro obchodníky z této doby. 13. století s sebou přineslo začátek obchodního, objevitelského a kolonizačního cestování do zámoří, v 15. století se zámořské objevy velmi rozšířily. Mezi nejvýznamnější mořeplavce patřil Kryštof Kolumbus, ten připlul k břehům Ameriky v roce 1492. Dalšími významnými objeviteli byli Bartolomeo Diaz z Portugalska, jenž obeplul mys Dobré naděje, Vasco da Gama, který doplul do Indie, nebo italský mořeplavec Amerigo Vespucci, známý autor cestopisných spisů s tematikou cestování po Jižní Americe. [75]

---

<sup>14</sup> První platební karta byla papírová a byla vydána již v roce 1958.

### **2.2.2 Moderní cestovní ruch**

Počátky moderního cestovního ruchu je možné nalézt v 17. a 18. století. Tehdy využívali právo na volný pohyb po cizích územích šlechtici a kupci, ti cestovali především z důvodu získávání zkušeností a za poznáním. Na konci 17. století bylo cestování výrazně ovlivněno průmyslovou revolucí. Technický pokrok vyžadoval vzdělání a získávání odborných zkušeností. Požadavek na nové pracovní síly vyvolával tlaky na zrušení omezení volnosti pohybu. Další důležitou událostí tohoto období bylo i zrušení nevolnictví, tedy politické a sociální změny ve společnosti. Rok 1827 přinesl prvního knižního průvodce, jehož cílem bylo usnadnit a zpřístupnit cestování i středním vrstvám obyvatelstva. Autorem byl Němec Karl Baedeker. Od poloviny 19. století vznikaly poznávací cesty mladých anglických šlechticů do Itálie s názvem Grand tours. Stále se mohli cestovního ruchu účastnit především nejbohatší členové společnosti, tedy šlechta, církve a buržoazie, později i zaměstnanci s nejvyšší životní úrovní. Dále se rozvíjely cesty za poznáním a nově i lázeňství, v druhé polovině 19. století pak ještě horská a pěší turistika, vznikaly alpské spolky. Rozvoj cestovního ruchu významně ovlivnila rozvíjející se železniční doprava, a to již od počátku 19. století, následně v 80. letech rychlý rozmach motorové silniční dopravy a na začátku 20. století dopravy letecké.

### **2.2.3 Novodobý cestovní ruch**

Novodobý cestovní ruch se v Evropě zrodil v období mezi dvěma světovými válkami, přičemž toto období skončilo v 90. letech minulého století. A právě tehdy se stal cestovní ruch jedním ze tří nejdynamičtěji se rozvíjejících odvětví ekonomiky celého světa. Po první světové válce měli lidé možnost cestovat bez vážnějších administrativních omezení. Ovšem když přišla hospodářská krize ve 30. letech, vše se změnilo. Spousta zemí zavedla ke svému prospěchu určitá ochranná opatření v celní, pasové i vízové oblasti. Některé takové zásahy státu přetrvaly po celé období až dodnes. Jde např. o víza, kontrolu dovozu a vývozu určitých komodit prostřednictvím dovozních a vývozních cel, omezení provozu peněžních prostředků apod. V celé Evropě se do druhé světové války vyvíjel cestovní ruch stejným směrem. Po válce se však začal podstatně odlišovat rozvoj v dřívějším Československu, neboli na Východě oproti rozvoji na tzv. Západě.

Po roce 1948 došlo na celém tzv. Východě, včetně tehdejšího Československa, k zásadnímu omezení svobody pohybu obyvatelstva, bylo tomu tak v důsledku Studené války. Rovněž zde panoval nedostatek volných finančních prostředků, což vedlo k tomu, že nebyly splněny dvě z výše jmenovaných hlavních podmínek pro rozvoj cestovního ruchu. Před rokem 1989 díky těmto skutečnostem tvořil domácí cestovní ruch 95 % z celkového objemu cest. Pasivní

cestovní ruch byl provozován z cca 90 % výjezdy do tzv. socialistických zemí. V té době byl pouze omezený počet cestovních kanceláří, Čedok, CKM a Autoturist, a ten bohužel nestačil pokrýt poptávku po zahraničních zájezdech. Výjezdy do zemí, které nebyly součástí socialistického svazu, byly výrazným způsobem regulovány ze strany státu. Existovaly dvě podmínky, které musely být splněny, pokud některý z obyvatel Československa chtěl vycestovat do nesocialistické země. První z nich byl tzv. devizový příslib vydávaný bankou, kdy devizy byly poskytovány na přiděl a bylo jich pouze omezené množství. Druhou podmínkou byla tzv. výjezdní doložka neboli povolení vycestovat vydávané policií. Ke splnění obou zmíněných podmínek vedla složitá administrativní cesta, ta vyžadovala doporučení řady orgánů a organizací, např. i tzv. uličních výborů Komunistické strany Československa, organizace KSČ na pracovišti atd.

Na Východě se chataření a chalupaření stalo obvyklým způsobem, jak trávit volné chvíle. Oproti tomu na Západě jednotlivé státy zaznamenávaly rychlý nárůst kapacit služeb a tím i konkurence, která v 70. a 80. letech podnítila podniky ke spojování se, a to za účelem společeného postupování, pokud se chtěly prosadit na trhu. Tímto na svět přišly první destinace. Také se významně rozvíjely mezinárodní hotelové řetězce. V 90. letech minulého století vznikalo mnoho specifických forem cestovního ruchu, např. expedice malých organizovaných skupin do vzdálených exotických míst, programy specializované na ochutnávky vín, na gastronomii atp. Kromě toho se výrazně rozvíjela výstavba obrovských rekreačních komplexů, zejména v pobřežních oblastech. To však vyvolalo nežádoucí změny ve složení a chování původního obyvatelstva jednotlivých států, stalo se závislým pouze na příjmech z cestovního ruchu, což mnohdy bývá vnímáno jako negativní aspekt rozvoje celé ekonomiky dané země.

#### **2.2.4 Současný cestovní ruch**

Poslední fázi rozvoje cestovního ruchu výrazně ovlivnil mohutný rozkvět dopravy a nástup nových informačních technologií. Co se týče dlouhých vzdáleností, na prvním místě je letecká doprava (pravidelné linky, charterová<sup>15</sup>, později nízkonákladová), na krátké vzdálenosti dominuje doprava silniční. Oblíbené destinace se tak staly lépe dostupné dosavadním cílovým skupinám. Rovněž informační technologie, zvláště internet zásadně změnil podobu cestovního ruchu. Tímto se mění i chování zákazníků, dochází k dalšímu zvyšování dostupnosti nabídek cestovního ruchu, protože internet sám o sobě umožňuje klientům vybírat si z nebývalé nabídky přímo z domova a velmi jednoduše objednat cokoli, kdykoliv a kdekoliv. Také je nutné

---

<sup>15</sup> Nepravidelný letecký spoj, který se objednává pro velké skupiny cestujících. Typickým příkladem charteru je pronájem kapacity letadla cestovní kanceláří, která jej realizuje pro své klienty.

podotknout, že dále roste fond volného času, a to společně se zlepšující se ekonomickou situací umožňuje téměř všem vrstvám společnosti podílet se na cestovním ruchu.

V České republice se po roce 1989 významným způsobem zlepšily podmínky pro cestování. V první řadě byla zrušena vízová povinnost s většinou turistických destinací. Došlo k oddělení hotelů od de facto monopolního systému Čedok, jejich rekonstrukci a výstavbě nových kapacit. Díky tomu byly vytvořeny předpoklady pro konkurenční prostředí, co se týče příjezdového cestovního ruchu. Vlivem uvolnění poměrů a nízké zcestovalosti obyvatel zažil obrovský nárůst i počet cestovních kanceláří a jejich nabídek na trhu. Za krátko vzniklo několik tisíc nových organizací nabízejících služby cestovního ruchu a již v roce 1996 převyšovala jejich nabídka o 30 % poptávku. To následně vyvolalo krach mnohých z nich.

### **Rozvoj cestovního ruchu v České republice v období 1989-2000**

První desetiletí současného období rozvoje cestovního ruchu v České republice vystihuje mimo jiné i několik následujících faktů. Jde o dobu rychlých transformací stávajících podniků cestovního ruchu po roce 1989 a jejich privatizaci. Vzniklo velké množství nových, zejména ubytovacích kapacit ve městech a částečně i na venkově. Vznikaly zcela nové formy cestovního ruchu do té doby v České republice nevídané, např. agroturistika a ekoagroturistika. Mimo jmenované jde i o období vyznačující se liberalizací živností, kdy vznikal velký počet subjektů podnikajících v cestovním ruchu, vzniklo asi 4 000 cestovních kanceláří s malými zkušenostmi, kdy si např. kuchař otevřel restauraci, řidič dopravní společnost nebo průvodce cestovní kancelář apod. Objevovala se nová profesní sdružení. Přetrvával značný podíl vázaného cestovního ruchu, kdy podniky objednály u cestovních kanceláří hromadné zájezdy pro zaměstnance, které se hradí ze společenských fondů podniku. V rámci pasivního cestovního ruchu převládají krátkodobé levné poznávací cesty do sousedních států s využíváním minimálního množství stravovacích a ubytovacích služeb, např. výlet do Benátek autobusem bez noclehu a stravy, Istanbulu autobusem na pět dnů pouze se dvěma noclehy v hotelu, Chorvatska se stanem po vlastní ose apod. Aktivní cestovní ruch od roku 1996 zažil prudký nárůst počtu příjezdů, příjezdy až 2,5 krát převyšují výjezdy a nárůst výnosů, po roce 1996 pokles výnosů incomingu o přibližně 25 %.

### **Rozvoj cestovního ruchu v České republice po roce 2000**

Od roku 2000 v ČR vznikají nové strategické dokumenty, tedy rozvojové strategie k cestovnímu ruchu na úrovni státu, krajů i mikroregionů. Státní agentura CzechTourism stanovila turistické regiony, zatímco nově vznikající kraje se soustředily především na propagaci a podporu cestovního ruchu po vlastních liniích ve svých administrativních

hranicích, jež se s turistickými regiony často nekryjí, zvyšovaly se veřejné výdaje do propagace krajů i České republiky jako celku. Lze také dodat, že se už i částečně zlepšuje spolupráce mezi subjekty cestovního ruchu, vznikají rovněž mnohé mikroregiony. Postupně se snižoval počet cestovních kanceláří, v roce 1999 jich existovalo cca 1200, v roce 2007 už jenom přibližně 800. Rozvíjely se nové specifické formy cestovního ruchu s vyšší přidanou hodnotou, jakožto kongresová turistika, golfová turistika, cykloturistika, lázeňství a wellness. Prudce se měnily distribuční cesty v důsledku rostoucí role internetu. Dostupnost a uživatelská příjemnost (kvalitní jazykové verze, interaktivní a intuitivní ovládání, rezervační systémy, platby kartou apod.) se stávají klíčovými faktory úspěchu. Vznikl systém statistické evidence cestovního ruchu v rámci mezinárodních standardů, Satelitní účet cestovního ruchu<sup>16</sup>. V oblasti pasivního cestovního ruchu se čím dál více zvyšuje poptávka po dražších službách, roste ochota utrácet, zvyšuje se podíl letecké přepravy, poptávku podporuje posilování koruny, novými trendy se stávají cesty za lyžováním do zahraničních vysokohorských středisek, cykloturistika, cesty do exotických destinací atd.

[75]

---

<sup>16</sup> Ekonomický účet odvětví cestovního ruchu, který je vytvářen celou soustavou ukazatelů zachycujících a kvantifikujících ekonomické a sociální aspekty cestovního ruchu. Vymezuje mezinárodní standardy pro měření ekonomických přínosů cestovního ruchu. Metodika tvorby je stanovena tak, aby bylo možno identifikovat a prokázat podíl cestovního ruchu na výkonu jednotlivých odvětví a celkové přínosy cestovního ruchu pro národní ekonomiku (např. účet produkce charakteristických turistických odvětví, turistická nabídka a poptávka podle typu komodity a typu návštěvníka). Význam a smysl vidíme také v poskytování mezinárodně porovnatelných údajů o cestovním ruchu. Lze jej sestavit i ve zjednodušené podobě, ta pak poskytuje informace o vlivech na vývoj některých národohospodářských ukazatelů (např. podíl cestovním ruchem vyvolané poptávky na celkových výdajích- na spotřebě domácností, na spotřebě vlády, na investicích, na hodnotě vývozu, HDP či vytváření pracovních míst). Podrobné údaje v České republice lze získat na Českém statistickém úřadu.

### 3 STRATEGICKÉ DOKUMENTY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU

Strategický dokument rozvoje vyjadřuje předpokládaný vývoj cestovního ruchu v dlouhodobějším časovém horizontu. Jedná se o koncepční a rozvojový dokument vycházející ze současného stavu veřejných a soukromých aktivit demografického, ekonomického, sociálního, kulturního a ekologického charakteru na daném území. Hlavním smyslem je organizace rozvoje na bázi sladování jednotlivých zájmů tak, aby dotčená lokalita prosperovala jako celek. Také se jeho prostřednictvím orientují podnikatelské subjekty při stanovování svých dlouhodobějších podnikatelských plánů. Strategický dokument v podstatě tedy analyzuje vymezené území, popisuje jeho konkrétní problémy a potřeby a s přihlédnutím na ně a ve vazbě na možnosti financování stanovuje cíle a opatření, které budou naplněny realizací vzájemně provázaných projektů.

Existuje řada úrovní, ze kterých lze na strategické dokumenty nahlížet. Tabulka 3 poskytuje informace o rozdělení strategických dokumentů, které mají co dočinění s rozvojem cestovního ruchu podle územního významu. Jednotlivé úrovně se liší svým záběrem lokality, počínaje mezinárodní přes národní, regionální, oblastní až po úroveň místní. Čím níže se strategie v tabulce nachází, tím blíže má k danému území.

**Tabulka 3:** Přehled strategických dokumentů rozvoje cestovního ruchu dle územních úrovní.

MEZINÁRODNÍ ÚROVEŇ	
Autorem	Název dokumentu
Evropská unie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obnovená Strategie EU pro udržitelný rozvoj (2006),</li> <li>• Plán jednotného evropského dopravního prostoru- Bílá kniha (2011),</li> <li>• Lipská charta o udržitelných evropských městech (2007),</li> <li>• Evropa 2020.</li> </ul>
Organizace spojených národů	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agenda 21 (1992),</li> <li>• Měníme náš svět: Agenda udržitelného rozvoje do roku 2030.</li> </ul>
Rada Evropy	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evropská úmluva o krajině (2000),</li> <li>• Řídící principy trvale udržitelného rozvoje evropského kontinentu (2002).</li> </ul>
Visegrádská skupina	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Společná strategie územního rozvoje států V4+2 (2014).</li> </ul>
NÁRODNÍ ÚROVEŇ	
Autorem	Název dokumentu
CzechTourism	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2020.</li> </ul>
Ministerstvo pro místní rozvoj	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR 2014-2020,</li> <li>• Strategie regionálního rozvoje ČR 2014-2020,</li> <li>• Politika architektury a stavební kultury ČR (2015),</li> <li>• Politika územního rozvoje ČR (2015).</li> </ul>
Ministerstvo životního prostředí	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Státní program ochrany přírody a krajiny ČR,</li> <li>• Strategie ochrany biologické rozmanitosti ČR 2016-2025,</li> <li>• Strategie přizpůsobení se změně klimatu v podmínkách ČR (2015).</li> </ul>
Ministerstvo vnitra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koncepce ochrany obyvatelstva ČR do roku 2020 s výhledem do roku 2030,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Národní schengenský plán (2014),</li> <li>Strategie migrační politiky ČR.</li> </ul>
Ministerstvo průmyslu a obchodu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Koncepce podpory malých a středních podnikatelů 2014-2020,</li> <li>Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost 2014-2020.</li> </ul>
Ministerstvo dopravy	<ul style="list-style-type: none"> <li>Národní strategie rozvoje cyklistické dopravy ČR 2013-2020.</li> </ul>
Ministerstvo zemědělství	<ul style="list-style-type: none"> <li>Národní strategický plán rozvoje venkova 2007-2013,</li> <li>Víceletý národní strategický plán ČR pro akvakulturu (2014),</li> <li>Program rozvoje venkova na období 2014-2020.</li> </ul>
Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy	<ul style="list-style-type: none"> <li>Koncepce podpory mládeže ČR na období 2014-2020,</li> <li>Dlouhodobý záměr vzdělávací a vědecké, výzkumné, vývojové a inovační, umělecké a další tvůrčí činnosti pro oblast vysokých škol ČR 2016-2020.</li> </ul>
Ministerstvo zahraničních věcí	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bezpečnostní strategie ČR (2011),</li> <li>Koncepce zahraniční rozvojové spolupráce ČR 2010-2017.</li> </ul>
Ministerstvo kultury	<ul style="list-style-type: none"> <li>Koncepce památkové péče v ČR 2011-2016,</li> <li>Koncepce podpory umění v ČR 2015-2020,</li> <li>Koncepce rozvoje muzejnictví v ČR 2015-2020,</li> <li>Koncepce účinnější péče o tradiční lidovou kulturu v ČR 2016-2020,</li> <li>Koncepce účinnějšího působení Ministerstva kultury ČR ve vztahu k zahraničí 2013-2018,</li> <li>Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011-2016.</li> </ul>
<b>KRAJSKÁ ÚROVEŇ</b>	
<b>Autorem</b>	<b>Název dokumentu</b>
Krajský úřad kraje Vysočina	<ul style="list-style-type: none"> <li>Strategie Kraje Vysočina 2020</li> <li>Program rozvoje Kraje Vysočina 2015-2018,</li> <li>Regionální inovační strategie Kraje Vysočina 2013-2020,</li> <li>Strategie rozvoje cykloturistiky a cyklodopravy v kraji Vysočina 2014-2020,</li> <li>Koncepce památkové péče v kraji Vysočina 2013-2016.</li> </ul>
<b>OBLASTNÍ ÚROVEŇ</b>	
<b>Autorem</b>	<b>Název dokumentu</b>
Statutární město Jihlava	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integrovaný plán rozvoje území Jihlavské sídelní aglomerace (2015).</li> </ul>
<b>MÍSTNÍ ÚROVEŇ</b>	
<b>Autorem</b>	<b>Název dokumentu</b>
Město Chotěboř	<ul style="list-style-type: none"> <li>Strategie pro Chotěboř 2008-2022.</li> </ul>
Město Havlíčkův Brod	<ul style="list-style-type: none"> <li>Strategický plán rozvoje města Havlíčkův Brod 2014-2024.</li> </ul>
Město Žďár nad Sázavou	<ul style="list-style-type: none"> <li>Strategie rozvoje města Žďáru nad Sázavou 2016-2028.</li> <li>atd.</li> </ul>

*Zdroj: vlastní zpracování dle [54]*

### 3.1 Strategické dokumenty na národní úrovni

Na národní úrovni v České republice existuje mnoho strategických dokumentů, které mají v gesci jednotlivá ministerstva. Všechna se do rozvoje cestovního ruchu určitým způsobem zapojují, avšak největší podíl na něm má Ministerstvo pro místní rozvoj. To zastřešuje v České republice celou oblast cestovního ruchu. Jeho úkolem je mimo jiné i tvorba strategických

dokumentů, jejichž částečný výčet je možné vidět ve výše uvedené tabulce. V souvislosti s obsahem diplomové práce, tedy s analýzou cestovního ruchu, byly vybrány dva dokumenty, které budou v následujícím textu blíže popsány. Jedná se o Koncepti státní politiky cestovního ruchu v ČR 2014-2020 a Marketingovou koncepci cestovního ruchu 2013-2020

### **3.1.1 Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR 2014-2020**

Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR 2014-2020 (dále jen Koncepce) navazuje na dřívější, která trvala v období 2007-2013. Jedná se o základní střednědobý strategický dokument, jenž schválila vláda v březnu 2013. Vznikla především proto, že cestovní ruch není dostatečně považován nebo vnímán jako podstatná složka národního hospodářství. Avšak rozvoj cestovního ruchu má velmi významný dopad na regionální rozvoj, zaměstnanost, malé a střední podnikání, dopravu, obchod, infrastrukturu, kulturu a životní prostředí. Je tedy důležité se touto oblastí zabývat a pokládat ji za významnou stejně jako ostatní podstatné složky národního hospodářství.

Úspěšná implementace nové Koncepce vede k vytvoření chybějícího systému řízení cestovního ruchu včetně jeho dlouhodobého financování. Za jeden z nejdůležitějších návrhů je v Koncepci považováno srozumitelnější vymezení postavení Ministerstva pro místní rozvoj, agentury CzechTourism a dalších subjektů, mezi které patří např. kraje. Ministerstvo pro místní rozvoj chce podpořit a stabilizovat regionální spolupráci mezi veřejným, privátním a neziskovým sektorem, a to na principech destinačního managementu. Správně fungující organizace destinačního managementu by měly být informačním a marketingovým základem pro kvalitní prezentaci České republiky v zahraničí a podporovat marketing českých destinací v rámci domácího cestovního ruchu. Nedílnou součástí Koncepce je i změna v oblasti dotační politiky. Ta se bude nově zaměřovat na využívání integrovaných přístupů na regionální úrovni, využívání nových finančních nástrojů, např. zvýhodněných úvěrů apod. V minulosti totiž docházelo vlivem přímé dotační politiky k deformaci tržního prostředí. Podporovala se komerční infrastruktura a služby cestovního ruchu, přičemž byl tento způsob podpory kritizovaný i samotnými podnikateli.

Celá Koncepce koresponduje se strategiemi cestovního ruchu vyspělých zemí v Evropě. Následná opatření a cíle jsou stanovovány tak, aby upozorňovaly na skutečnost, že je cestovní ruch velmi důležitým faktorem, který slouží rozvoji regionů, a to hlavně v sociálně a hospodářsky zaostalejších oblastech. [56]

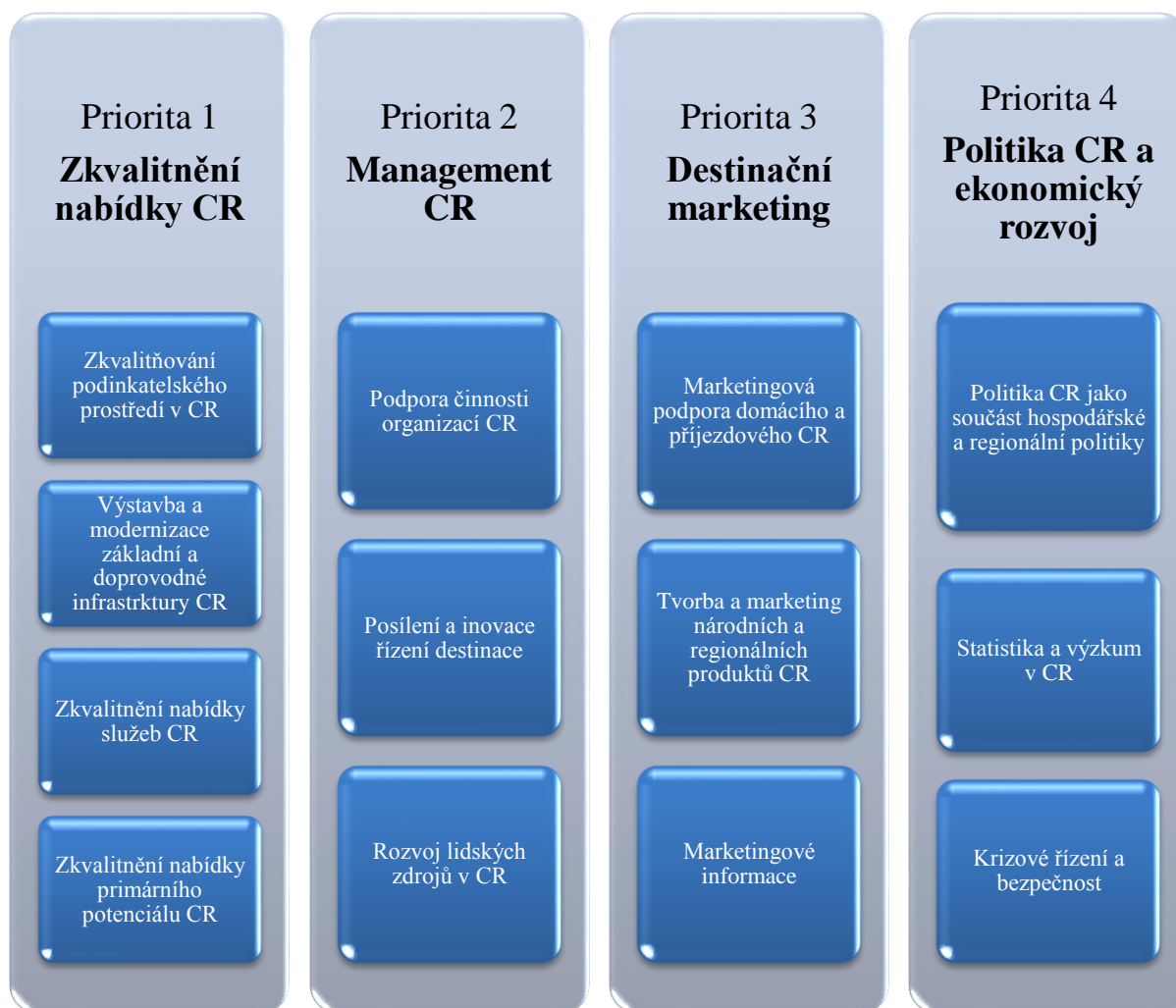


Hlavním cílem Koncepce je „*zvyšovat konkurenceschopnost celého odvětví cestovního ruchu na národní i regionální úrovni, udržení jeho ekonomické výkonnosti i jeho pozitivních dopadů na socio-kulturní a environmentální rozvoj České republiky.*“

Do strategických cílů Koncepce je zařazováno:

- *„Posilování kvality nabídky cestovního ruchu včetně kultivace podnikatelského prostředí;*
- *Vybudování struktury a kultivace institucí, které efektivně implementují politiku cestovního ruchu;*
- *Zvýšení kvality lidských zdrojů jako klíčového faktoru inovačních procesů;*
- *Zlepšení přístupu poskytovatelů služeb na trhy cestovního ruchu;*
- *V souladu se zásadami udržitelného rozvoje, intenzivnější využívání efektivních nástrojů a inovací v oblasti řízení a marketingu destinací cestovního ruchu;*
- *Posílení role cestovního ruchu v hospodářské a sektorových politikách státu.*“ [57]

Obrázek 3 zobrazuje jednotlivé priority Koncepce a opatření, která vedou ke zlepšení dílčích problémů a tím i k samotnému rozvoji cestovního ruchu v ČR.



**Obrázek 3:** Priority a opatření Koncepce státní politiky cestovního ruchu pro období 2014-2020

*Zdroj: vlastní zpracování dle [57]*

### **Priorita 1: Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu**

Z největší části tvoří nabídku v cestovním ruchu podnikatelské subjekty, avšak jsou výrazně doplňovány i subjekty veřejnými. Proto vytváří celkový rámec nabídky cestovního ruchu v ČR právě kvalita podnikatelského prostředí na jedné straně a na straně druhé kvalita veřejných institucí a jejich činností. Koncepce přináší možné způsoby, jak podporu cestovního ruchu zprůhlednit a zefektivnit. Oprošťuje se od modelu dotací dříve používaných na především komerční aktivity v podobě podpory výstavby ubytovacích zařízení nebo vybraných sportovně-rekreačních objektů a zavádí model zvýhodněného úvěrového financování investic ze strany podnikatelů. Kromě podnikatelského prostředí řeší i kvalitu veřejné infrastruktury cestovního ruchu, jenž je dnes, a to hlavně ve srovnání s našimi nejbližšími konkurenty, na nižší úrovni. Z globálního pohledu se Koncepce

orientuje na změnu od „těžkých“ infrastrukturních projektů k projektům spíše měkkým, zaměřeným na organizaci cestovního ruchu, lidské zdroje a marketing.

Konkrétní kroky, které vedou ke zlepšení popsané situace:

- Zavedení systému zvýhodněných úvěrů pro infrastrukturní projekty v cestovním ruchu;
- Přijetí zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu;
- Snížení relativních dotačních kvót podpory projektů;
- Zavedení poradních středisek pro malé a střední podnikatele v cestovním ruchu ve spolupráci s hospodářskými komorami.

## **Priorita 2: Management cestovního ruchu**

I když se předchozí koncepce již zaměřovaly na organizační strukturu cestovního ruchu, v praxi však vznikaly tyto společnosti velice spontánně a dosud se objevují některé podstatné nedostatky, jako je např. absence jakéhokoli systému, který by poskytoval rámec pro jejich zřízení a zaručoval tak stabilitu jejich provozu a činností. Rozhodujícím článkem zakládajícím uvedené společnosti je v České republice veřejný sektor. Ten má bohužel možnost významně narušovat jejich autonomii při rozhodování a ovlivňuje i jejich samostatné fungování. Stává se tomu tak díky neexistujícímu systému řízení v těchto organizacích. Destinační management<sup>17</sup> se zakládá na partnerství vycházejícím ze vzájemné důvěry mezi partnery, tedy aktéry cestovního ruchu. Aby mohla existovat důvěra mezi subjekty, chce to určitý čas. Díky výzkumům je také známo, že získat dobrého partnera na spolupráci je poměrně těžké. Zmíněný problém, který brzdí rozvoj cestovního ruchu v destinacích, je zčásti dán chybějícími dlouhodobými zkušenostmi, rovněž také chybějícím uspořádáním cestovního ruchu, které by jasně stanovilo vazby neboli postavení a kompetence účastníků cestovního ruchu, jež se podílejí na řízení destinace. Vzniklá organizační struktura cestovního ruchu by také usnadnila fungování destinačním společnostem, jejichž destinace přesahuje hranice dvou a více krajů.

Konkrétní kroky, které vedou ke zlepšení popsané situace:

- Přijetí zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu - vybudování systému organizace (uspořádání) cestovního ruchu včetně úpravy kompetencí;

---

<sup>17</sup> Management cestovního ruchu

- Implementovat nástroje posilující konkurenceschopnost destinace, tj. zavádění informačních a komunikačních technologií (systém řízení destinace - DMS);
- Implementovat nástroje posilující udržitelný rozvoj cestovního ruchu (návštěvní management, monitoring);
- Zkvalitnit zejména další vzdělávání v cestovním ruchu.

### **Priorita 3: Destinační marketing**

Podnikatelé, provozovatelé turistických cílů, obce, správy chráněných krajinných oblastí a národních parků atp., tedy subjekty cestovního ruchu, podnikají své individuální marketingové aktivity a jakousi nadstavbou těchto počinů je destinační marketing, který se zakládá na síťování zmíněných aktérů, tvorbě produktů cestovního ruchu a budování samotné image destinace, kde fungují. Konkurenční oblasti zcela běžně uplatňují ve svých strategiích vysoce tržně orientované přístupy. Konečným efektem je, že je stále více finančních prostředků investováno do marketingových kampaní, marketingové aktivity jsou stále sofistikovanější a propracovanější a je i důsledněji zákaznický orientovaná tvorba produktů cestovního ruchu. Z vyjmenovaných důvodů Česká republika za ostatními, konkurenceschopnějšími destinacemi lehce zaostává, a to především v oblasti tvorby produktů a využívání nejnovějších možností informačních technologií pro jejich prezentaci. Doposud nebyly prostředky z veřejných zdrojů na marketing a tvorbu produktů cestovního ruchu využívány dostatečně efektivně. Je tedy nezbytné obezřetně sledovat cíle, dopady a přínosy, kterých má být prostřednictvím marketingové činnosti dosaženo.

Konkrétní kroky, které vedou ke zlepšení popsané situace:

- Přijetí zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu;
- Rychlé a efektivní využívání informačních technologií;
- Zajištění hladkého toku informací a poznatků mezi všemi zainteresovanými aktéry cestovního ruchu;
- Prosazování kooperativního marketingu a tvorba tržně orientovaných produktů cestovního ruchu, které reagují na nejnovější poptávkové trendy cestovního ruchu;
- Inovace v tvorbě produktů cestovního ruchu a marketingových aktivit včetně využívání Manuálu tvorby produktů cestovního ruchu.

#### **Priorita 4: Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj**

Cestovní ruch nespádá do oblasti jedné politiky, ale díky tomu, že se jedná o průřezové odvětví, je součástí více sektorových politik, např. regionální, dopravní, environmentální, průmyslové a obchodní, kulturní, zemědělské, vzdělávací atd. Současné, ale i ty minulé aktivity jednotlivých ministerstev, nebyly ze strany Ministerstva pro místní rozvoj nikdy důsledněji a efektivněji koordinovány. Zmíněné ministerstvo proto musí sehrávat aktivnější roli v zintenzivnění a přehodnocení své koncepční úlohy a činnosti. Ministerstvu pro místní rozvoj rovněž chybí koncepční meziresortní orgán, který by se zabýval strategickou i praktickou činností v oblasti podpory cestovního ruchu a s tím souvisí i zkvalitnění jeho počínání v oblasti mezinárodní spolupráce (UNWTO, OECD, EU), týkající se cestovního ruchu. Další poměrně důležitá povinnost tohoto ministerstva spadá do oblasti statistiky a výzkumu cestovního ruchu, výzvou je hledání cest ke zkvalitnění především regionální a lokální statistiky cestovního ruchu. Významnou roli zde sehrává Český statistický úřad, který působí jako garant navržených řešení. Úlohou Ministerstva pro místní rozvoj je soustředit se na koncepční problémy a koordinaci sektorových politik, avšak jeho výkonná složka, agentura CzechTourism, se zaměřuje na marketingovou činnost a na ni navázané poradenství. Proto je třeba dále prohlubovat partnerství s regionálními destinacemi, a to i na úrovni obchodních vztahů.

Konkrétní kroky, které vedou ke zlepšení popsané situace:

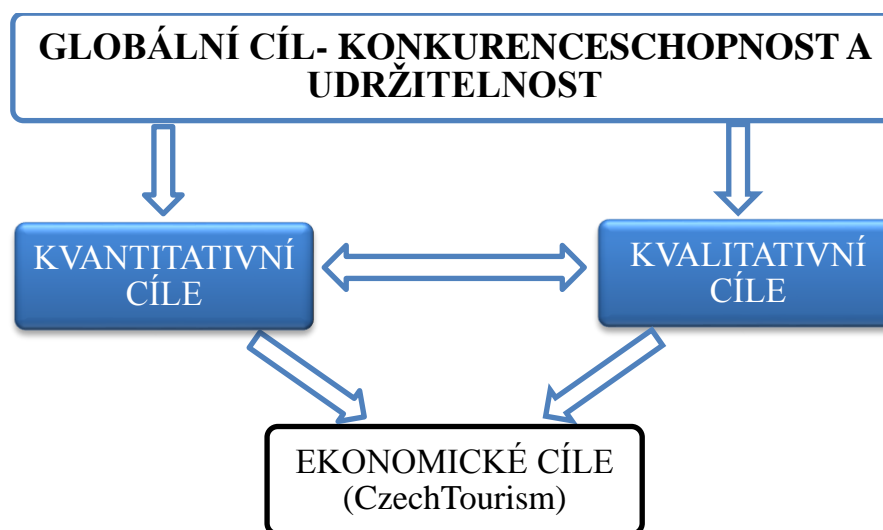
- Zkvalitnění činnosti Meziresortní koordinační komise pro cestovní ruch;
- Založení nové platformy Fóra cestovního ruchu;
- Vypracovávání ročních akčních plánů Koncepce;
- Přijetí zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu;
- Podpora aplikovaného výzkumu v cestovním ruchu;
- Regionalizace satelitního účtu cestovního ruchu;
- Intenzivnější mezinárodní spolupráce na projektech cestovního ruchu evropského významu. [57]

Koncepce má spojitost s realizací národního marketingu, který blíže popisuje a specifikuje Marketingová koncepce cestovního ruchu agentury CzechTourism. Jak Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR 2014-2020, tak i Marketingová koncepce cestovního ruchu

2013-2020 úzce souvisejí s cestovním ruchem. Oba materiály byly připravovány současně a jsou tedy vzájemně provázány.

### 3.1.2 Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2020

Globální cíl Marketingové koncepce cestovního ruchu 2013-2020 vychází z globálního cíle Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR 2014-2020. Jednotlivé cíle strategie jsou rozčleněny do tří skupin tak, aby odpovídaly strategickým cílům koncepce státní politiky, zejména však „Posilování kvality nabídky cestovního ruchu včetně kultivace podnikatelského prostředí“ a „Posílení role cestovního ruchu v hospodářské a sektorových politikách státu“. Obrázek 4 ukazuje cíle Marketingové koncepce cestovního ruchu a jejich vzájemnou provázanost.



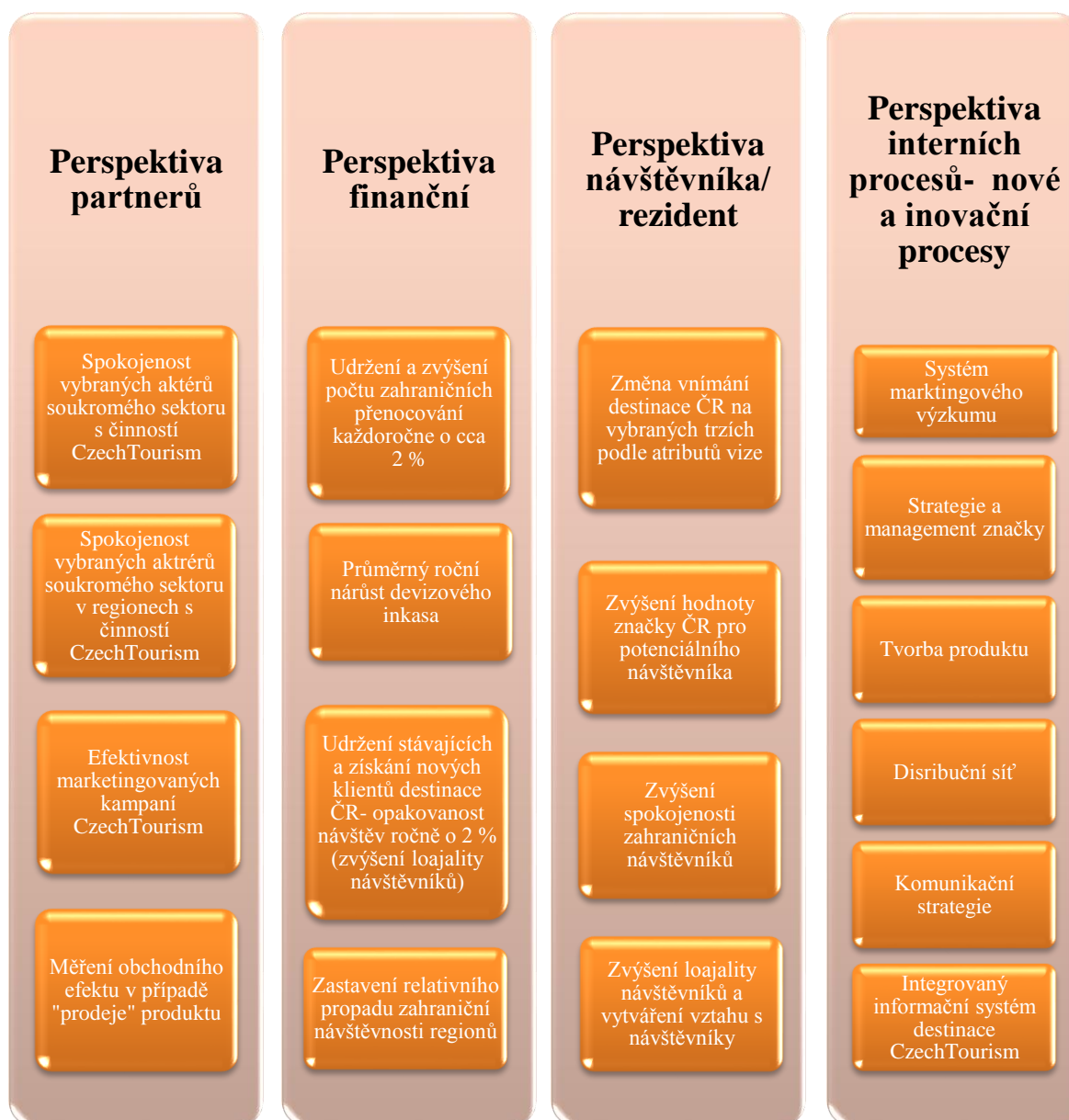
**Obrázek 4:** Cíle Marketingové koncepce cestovního ruchu 2013-2020

*Zdroj: vlastní zpracování dle [6]*

Pro formulaci cílů strategie je využito metody BSC<sup>18</sup> (balanced scorecard) jako strategického manažerského systému, který umožňuje řízení dlouhodobé strategie. BSC sleduje řízení a naplňování strategie v pěti perspektivách: perspektivě finanční, perspektivě partnerů, perspektivě návštěvníků destinace / rezidentů, perspektivě interních procesů v destinaci a v agentuře CzechTourism a perspektivě učení a růstu.

<sup>18</sup> Jedná se o systém řízení a měření výkonnosti organizace, jehož základem je stanovení vyváženého systému vzájemně provázaných ukazatelů výkonnosti podniku. Metoda pomáhá stanovit vyvážení strategických cílů a ty převést do specifických dílčích cílů, včetně ukazatelů a metrik a při jejich realizaci měřit výkonnost organizace.

Obrázek 5 obsahuje informace o jednotlivých perspektivách a k nim přiřazených dílčích cílech, přičemž hlavní cíl byl definován takto: „Zvýšení konkurenceschopnosti destinace Česká republika na mezinárodním trhu turismu na základě rozvoje udržitelných forem turismu.“ [6]



**Obrázek 5:** Perspektivy naplňování Marketingové koncepce cestovního ruchu 2013-2020 a jejich cíle

*Zdroj: vlastní zpracování dle [6]*

### **Kvantitativní cíle**

Cíle „Udržení a zvýšení počtu zahraničních přenocování každoročně o cca 2 %“ a „Průměrný roční nárůst devizového inkasa“ se orientují na nárůst ukazatelů poptávky o 2 % ročně. Při stanovení zmíněných cílů se vycházelo z desetiletého průměrného meziročního tempa vývoje počtu příjezdů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

a z vývoje devizových příjmů z turismu. Další dílčí cíl „Zastavení relativního propadu zahraniční návštěvnosti regionů“ je soustředěn na opakovanost návštěv České republiky, je orientován hlavně na segment turistů. Pokud chce určitý stát získat nového zákazníka, tedy turistu, musí vynaložit podstatně vyšší náklady, než které by vynakládal na udržení zákazníků stávajících. Proto je důležité využít konektivity, fenoménu kulturní krajiny a dalších faktorů podporujících reálnou možnost opakovanosti návštěv, která koresponduje s formulovanou vizí i s cílem „Měření obchodního efektu v případě „prodeje“ produktu“.

### **Kvalitativní cíle**

Zásadní kvalitativní cíl „Změna vnímání destinace Česká republika na vybraných trzích podle atributů vize“ představuje podstatnou obměnu nazírání na Českou republiku a prosazování její identity. Česká republika se již projevuje jako moderní, dynamická destinace, která dokáže využívat své bohaté historie a dalších silných stránek, nikoliv jako levná postkomunistická destinace. Strategie je zaměřena rovněž i na klienty, kteří dosud Českou republiku nenavštívili, a tudíž je s ní nepojí žádné vlastnosti ani kvality. Podstatným rysem strategie je zvýšení hodnoty značky destinace Česká republika, protože právě v hodnotě značky se komplexně odráží celkové vnímání návštěvníků České republiky. Ukazateli, které umožňují vnímat zvýšení hodnoty značky, jsou vitalita a kalibr značky. Cíl „Zvýšení hodnoty značky ČR pro potenciálního návštěvníka“ navazuje na rebranding<sup>19</sup> České republiky, ale ne však jako na pouhou změnu logotypu a komunikační kampaně, nýbrž jako na proces využívající např. USP<sup>20</sup> a dalších atributů spojených s formulovanou vizí. Zvyšování se spokojenosti návštěvníků České republiky, tedy plnění cíle „Zvýšení spokojenosti zahraničních návštěvníků“, se soustředí nejen na růst podílu zcela spokojených hlavně v segmentu turistů, ale i na odstranění dlouhodobých faktorů nespokojenosti.

### **Ekonomické cíle (CzechTourism)**

Tyto cíle jsou definovány jako cíle počínání si agentury CzechTourism, a to s přihlédnutím na finanční prostředky, které má agentura na svoji činnost k dispozici. Ale protože prokazování příčinné souvislosti mezi těmito náklady a jejich ekonomickými dopady, např. v podobě vytvořených pracovních míst, je náročné, jsou cíle specifikovány ve vztahu k dopadu činnosti CzechTourismu na činnost subjektů soukromého a veřejného sektoru. Dílčí cíle „Spokojenost vybraných aktérů soukromého sektoru s činností CzechTourism“

---

<sup>19</sup> Proces, jehož výsledkem je nová identita značky. Jeho součástí jsou změny v logu a vizuální identitě vůbec, často také v názvu a samozřejmě v reklamní komunikaci

<sup>20</sup> Unique Selling Proposition, v překladu jedinečný prodejní argument. Myšlenka Unique Selling Proposition je zaměřena na důvod, proč by si měli lidé koupit zrovna daný produkt.



a „Spokojenost vybraných aktérů soukromého sektoru v regionech s činností CzechTourism“ jsou stanoveny jako cíle spokojenosti subjektů soukromého a veřejného sektoru, které hodnotí přínos působení agentury CzechTourism pro dosažení stanovených konečných cílů uvedených subjektů, a to nejen z oblasti cestovního ruchu, ale je předpokládána spolupráce i se subjekty z oblastí mimo něj. Efektivnost realizovaných komunikačních kampaní hodnocených na základě standardních ukazatelů souvisí s cílem „Efektivnost marketingovaných kampaní CzechTourism“. Hlavním ukazatelem tohoto cíle by měla být snaha vyhodnotit efektivnost jednotky vynaložených nákladů, např. 1 USD). „Měření obchodního efektu v případě "prodeje" produktu“ je cíl, který vychází ze silnějšího obchodního zaměření CzechTourismu a možnosti zprostředkovávat prodej konkrétních produktů. [6]

Na celorepublikové úrovni, kromě výše dvou uvedených strategií rozvoje cestovního ruchu, působí ještě celá řada dokumentů. Mezi důležité patří i např. Strategie regionálního rozvoje ČR 2014-2020, Koncepce podpory malých a středních podnikatelů 2014-2020, Národní strategie rozvoje cyklistické dopravy ČR 2013-2020, Koncepce památkové péče v ČR 2011-2016, Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011-2016 apod. Některé svým obsahem zasahují do cestovního ruchu více, jiné zase méně, ale i přes to je třeba jim věnovat pozornost. Jednotlivá ministerstva by měla při jejich tvorbě vzájemně spolupracovat a vytvářet tak důležité materiály, které poskytnou informace všem uživatelům, ať už se jedná o přímé nebo i nepřímé účastníky rozvoje cestovního ruchu.

### **3.2 Strategické dokumenty na krajské úrovni**

Na krajské úrovni není aktuální žádná koncepce, která by svým názvem a obsahem zastřešovala přímo oblast cestovního ruchu. Avšak v květnu letošního roku by měla vejít v platnost Strategie rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina 2017-2025, dříve to byla Strategie rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina 2008-2013. Analytická část nové strategie rozvoje má hodnotit dosavadní aktivity, dosah na jednotlivá území regionu aj. Ze SWOT analýzy<sup>21</sup> vzejdou silné, slabé stránky, ale také hrozby a možné příležitosti cestovního ruchu na Vysočině. Strategická část pak bude definovat jednotlivé prioritní oblasti, přesně stanoví opatření a aktivity, ale také postupy, jak vše nakonec zhodnotit a zjistit dopad jednotlivých aktivit. Součástí mají být i návrhy na konkrétní kroky k utváření image regionu. Dílo totiž musí

---

<sup>21</sup> Univerzální analytická technika zaměřená na zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů ovlivňujících úspěšnost organizace nebo nějakého konkrétního záměru (např. nového produktu či služby). Nejčastěji používána jako situační analýza v rámci strategického řízení.

odrážet aktuální dění a navrhované aktivity se musí odehrávat v co nejširší spolupráci se subjekty, které v oblasti cestovního ruchu na Vysočině působí. Spolupráce VysočinaTourismu a VŠPJ<sup>22</sup> přinesla v roce 2014 Analýzu turistického potenciálu kraje Vysočina. Z roku 2015 jsou také k dispozici data z dotazníkového šetření u návštěvníků regionu, která stanovují Profil návštěvníka turistického regionu Vysočina. K tvorbě strategie může pověřená společnost využít i další dostupné materiály, které poskytne pracovní tým Krajského úřadu kraje Vysočina složený ze zástupců odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu, odboru regionálního rozvoje, odboru sekretariátu hejtmána a v neposlední řadě i již jmenovaná organizace VysočinaTourism, další příspěvkové organizace a zástupci VŠPJ. [41]

I když v současné době neexistuje žádný strategický dokument, který by se přímo dotýkal rozvoje cestovního ruchu na úrovni kraje Vysočina, je možné objevit dokumenty, v kterých lze najít i oblasti podpory směřující do tohoto odvětví. Krajská úroveň zahrnuje mimo jiné Strategii Kraje Vysočina 2020 a Program rozvoje Kraje Vysočina 2015-2018. Tyto dokumenty jsou výchozím bodem pro následnou analýzu cestovního ruchu ve zmiňovaném kraji, proto je nezbytné se jimi podrobněji zabývat.

### **3.2.1 Strategie kraje Vysočina 2020**

Strategie kraje Vysočina 2020 (dále jen Strategie) byla zpracována jako střednědobý strategický dokument na období 2014-2020. Její vznik měl souvislost zejména s přípravou kraje na blížící se nové programové období EU. Cílem dokumentu je tedy na základě místního rozvojového potenciálu stanovit prioritní rozvojové okruhy do roku 2020, a to především za účelem udržení a posílení konkurenceschopnosti kraje Vysočina.

V programové části Strategie se nachází rozvojová vize do roku 2020, která zní takto: „*Kraj Vysočina chce být konkurenceschopným a zdravým regionem s moderní a fungující infrastrukturou a službami. Regionem s atraktivním a živým venkovem, ale i funkčními regionálními středisky. Regionem, který si váží svého přírodního bohatství a dokáže vhodně využít jeho potenciálu. Regionem, který dokáže připravit lidské zdroje pro svůj další ekonomický rozvoj.*“ [49]

Následně budou vypsány jednotlivé priority stanovené ve Strategii (Tabulka 4, Tabulka 5 a Tabulka 6), které mají co dočinění s cestovním ruchem, a k nim budou přiřazeny i klíčové aktivity, které vedou k jejich úspěšnému plnění.

---

<sup>22</sup> Vysoká škola polytechnická v Jihlavě

**Tabulka 4:** Vybrané klíčové aktivity priority č. 1 Strategie kraje Vysočina 2020

<b>Priorita 1: VYSOČINA JAKO ATRAKTIVNÍ VENKOVSKÝ PROSTOR</b>
<b>Funkční regionální střediska</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Posilování pozice krajského města rozšiřováním nabídky veřejných institucí a služeb;</li><li>• Modernizace infrastruktury veřejných služeb v regionálních centrech;</li><li>• Zvyšování kvality dopravní infrastruktury regionálních center.</li></ul>
<b>Přitažlivý venkov</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Podpora aktivní venkovské společnosti podporou volnočasových aktivit;</li><li>• Rozvíjení místních tradic a specifik;</li><li>• Podpora aktivních místních akčních skupin;</li><li>• Modernizace dopravní a technické infrastruktury venkovských obcí;</li><li>• Technická organizační podpora rozvoje dopravní obslužnosti území.</li></ul>
<b>Rozvoj zemědělství</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Podpora zemědělské prvovýroby a propagace regionálních produktů a bioproduktů z místní zemědělské výroby;</li><li>• Hledání příležitostí ve venkovské turistice a agroturistice.</li></ul>

*Zdroj: vlastní zpracování dle [49]*

**Tabulka 5:** Vybrané klíčové aktivity priority č. 4 Strategie kraje Vysočina 2020

<b>Priorita 4: MODERNÍ INFRASTRUKTURA</b>
<b>Kvalitní regionální silniční síť</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Zkvalitnění silniční sítě v regionu se zacílením na Páteřní silniční síť kraje Vysočina (zkvalitnění napojení nejvýznamnějších regionálních center na dálnici D1 a spojení menších mikroregionálních středisek s nadřazenými regionálními centry koncentrujícími pracovní příležitosti a služby);</li><li>• Zvyšování kapacity objízdnych tras dálnice D1.</li></ul>
<b>Modernizace železnice a zkvalitnění přepravy osob na železnici</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Modernizace železničních tratí a uzlů včetně související technické infrastruktury;</li><li>• Obnova vozového parku v rámci regionální přepravy osob po železnici.</li></ul>

*Zdroj: vlastní zpracování dle [49]*

**Tabulka 6:** Vybrané klíčové aktivity priority č. 5 Strategie kraje Vysočina 2020

<b>Priorita 5: KONKURENCESCHOPNÁ EKONOMIKA</b>
<b>Malé a střední podniky jako páteř regionální ekonomiky</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Podpora malých a středně velkých podniků;</li><li>• Vytvoření platformy pro komunikaci mezi Krajem Vysočina a podnikatelskými subjekty v kraji za účelem řešení aktuálních potřeb a problémů podnikatelského sektoru (na bázi hospodářských komor, klastrů apod.);</li><li>• Identifikace inovačního potenciálu Kraje Vysočina dle odvětvového a územního hlediska a hledání nástrojů pro rozvoj inovačního prostředí v regionu;</li><li>• Zkvalitnění terciárního vzdělávání a jeho zaměření na technické obory;</li><li>• Výstavba budovy Krajské knihovny Vysočiny a investice do jejího technického zázemí, vybavení a služeb;</li><li>• Respektování závěru z Regionální inovační strategie Kraje Vysočina s ohledem na potřeby trhu práce a v návaznosti na systém středních škol v kraji.</li></ul>
<b>Využití potenciálu pro rozvoj cestovního ruchu</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Využití polohy Kraje Vysočina, jeho přírodního, historického a kulturní bohatství pro rozvoj cestovního ruchu;</li><li>• Zkvalitňování a garance služeb v odvětví cestovního ruchu;</li><li>• Vzdělávání a zvyšování kvalifikace lidských zdrojů v cestovním ruchu;</li><li>• Podpora činnosti turistických informačních center;</li><li>• Řízení propagace cestovního ruchu v Kraji Vysočina krajskou příspěvkovou organizací Vysočina Tourism;</li><li>• Identifikace nových atraktivit cestovního ruchu v Kraji Vysočina (pivní stezky, konferenční turistika);</li><li>• Údržba, zkvalitňování a budování doprovodné infrastruktury pro cestovní ruch (ne podpora výstavby a rekonstrukce ubytovacích kapacit).</li></ul>

*Zdroj: vlastní zpracování dle [49]*

### **3.2.2 Program rozvoje kraje Vysočina 2015-2018**

Program rozvoje kraje Vysočina je základní dokument regionálního rozvoje na úrovni vyššího územně samosprávného celku. Zpracovává jej kraj v rámci své samostatné působnosti, a to na základě zákona č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje. Jedná se o střednědobý dokument a délka jeho platnosti je stanovena na období 2015-2018.

Jako předchozí strategie má i tato svoji vizi rozvoje kraje, která zní následovně: „*Chceme být zdravým krajem, který bude nejen atraktivním místem pro práci, ale také po volný čas a poznávání. Krajem, který umí být nápomocen svým občanům i subjektům působícím v regionu a který jim umí dát příležitost pro jejich další rozvoj. Budeme se snažit o to, aby naše Vysočina zůstala krajem s prosperující ekonomikou, živým venkovem a kvalitním životním prostředím.*“ Globální cíl zaměstnanci krajského úřadu stanovili takto: „*Zvýšení konkurenceschopnosti a*

*atraktivitu Kraje Vysočina a spokojenosti jeho obyvatel prostřednictvím moderní infrastruktury, kvalitních veřejných služeb a zdravého životního prostředí.“ [74]*

Programová část dokumentu stanovuje na základně zjištění z analytické části a SWOT analýzy základní rozvojové směry na úrovni prioritních oblastí. Těchto oblastí je celkem 5, přičemž jsou dále rozpracovány do jednotlivých opatření a aktivit. Následně bude rozepsána prioritní oblast č. 5: Atraktivní kulturní a historické dědictví a cestovní ruch, neboť se důkladně zabývá rozvojem cestovního ruchu na Vysočině.

### **Prioritní oblast 5: Atraktivní kulturní a historické dědictví a cestovní ruch**

Zmíněná prioritní oblast se dělí na další 4 prioritní opatření:

- Prioritní opatření č. 1: Infrastruktura cestovního ruchu,
- Prioritní opatření č. 2: Služby v cestovním ruchu,
- Prioritní opatření č. 3: Ochrana a zachování kulturních památek jako hmotného kulturního dědictví kraje,
- Prioritní opatření č. 4: Rozvoj kultury a kulturní infrastruktury.

Pro všechna prioritní opatření proběhla SWOT analýza, jejíž zjištění bude následně popsáno.

### **SWOT analýza pro prioritní oblast Atraktivní kulturní a historické dědictví a CR**

#### **S- SILNÉ STRÁNKY**

Prioritní opatření č. 1 a 2: Infrastruktura cestovního ruchu a Služby v cestovním ruchu

- Hustá síť kvalitně značených pěších turistických tras, naučných stezek, cyklotras, hipotras a upravovaných lyžařských běžeckých tras;
- Hustá síť turistických informačních center;
- Působnost VŠ se zaměřením na cestovní ruch v regionu;
- Dostatečné ubytovací a stravovací kapacity a kapacity nabízející zázemí pro konferenční služby;
- Potenciál pro konání sportovních a kulturních akcí nadregionálního významu;
- Existence pozice krajského cyklokoordinátora;
- Destinační management pokrývající celé území kraje Vysočina.

Prioritní opatření č. 3: Ochrana a zachování kulturních památek jako hmotného kulturního dědictví kraje

- Bohaté kulturní dědictví kraje (nejvyšší počet památek na seznamu UNESCO v ČR, vysoký počet národních kulturních památek- všechny přístupné veřejnosti; existence památek místního významu).

Prioritní opatření č. 4: Rozvoj kultury a kulturní infrastruktury

- Množství a rozmanitost subjektů poskytujících veřejné služby v oblasti kultury;
- Široká nabídka kulturních a kulturně společenských akcí a aktivit místního, regionálního i nadregionálního významu.

## **W- SLABÉ STRÁNKY**

Prioritní opatření č. 1 a 2: Infrastruktura cestovního ruchu a Služby v cestovním ruchu

- Koncentrace turistického potenciálu do několika významnějších středisek v regionu;
- Rozdílná kvalita a rozmístění turistické infrastruktury včetně vyřešení bezbariérovosti;
- Kvalitativní nedostatky cykloinfrastruktury;
- Nízká míra zapojení subjektů cestovního ruchu do existujících systémů kvality;
- Neexistence průběžného výzkumu a následné sledování trendů v nabídce a poptávce, nedostatečná segmentace a charakteristika cílových skupin;
- Neexistence regionální marketingové koncepce;
- Neexistence nosných turistických produktů, nízká schopnost uplatnit turistickou nabídku regionu na trhu;
- Rezervy v prezentaci regionální turistické nabídky (včetně sběru informací, databáze, webové stránky) a její následné marketingové podpory;
- Nedostatečná spolupráce mezi subjekty v cestovním ruchu;
- Stálá rezerva v kvalifikaci lidských zdrojů v cestovním ruchu.

Prioritní opatření č. 3: Ochrana a zachování kulturních památek jako hmotného kulturního dědictví kraje

- Rezervy v prezentaci kulturního dědictví a příkladných obnov památkově chráněných objektů;

- Nevyhovující stav některých kulturních památek a památek místního významu;
- Neexistence dokumentace, odborného zhodnocení památkového fondu na území kraje;
- Nízké povědomí obyvatel o významu kulturního dědictví;
- Nedostatečné využívání památek v oblasti cestovního ruchu.

Prioritní oblast č. 4: Rozvoj kultury a kulturní infrastruktury

- Nedostatečné či nevyhovující prostorové, technické a technologické zázemí kulturních subjektů;
- Nedostatečná nabídka atraktivních kulturních služeb s ohledem na narůstající nároky návštěvníka a současné trendy;
- Nedostatečná propagace kultury a provázanost na oblast cestovního ruchu.

## **O- PŘÍLEŽITOSTI**

Prioritní opatření č. 1 a 2: Infrastruktura cestovního ruchu a Služby v cestovním ruchu

- Vysoká estetická hodnota krajiny, venkova a kulturního bohatství;
- Růst zájmu o krátkodobé dovolené;
- Zvýšený zájem domácích turistů o dovolenou v tuzemsku;
- Růst poptávky určitých cílových skupin (např. senioři, rodiny s dětmi);
- Poptávka po volnočasových aktivitách i ze strany rezidentů.

Prioritní opatření č. 3: Ochrana a zachování kulturních památek jako hmotného kulturního dědictví kraje

- Existence občanských sdružení a dalších subjektů zaměřených na ochranu a propagaci kulturního dědictví;
- Prohlašování objektů za kulturní památky (aktualizace seznamu kulturních památek).

Prioritní opatření č. 4: Rozvoj kultury a kulturní infrastruktury

- Zapojení kulturních subjektů do národní a mezinárodní spolupráce.

## T- OHROŽENÍ

Prioritní opatření č. 1 a 2: Infrastruktura cestovního ruchu a Služby v cestovním ruchu

- Krajinné a klimatické omezení pro vyšší konkurenceschopnost cykloturistiky a lyžování (kopcovitost, sněhové podmínky);
- Vysoká konkurence v návštěvnosti s ostatními regiony s podobnou nabídkou;
- Sezónnost služeb;
- Neexistence lázní, multifunkčních zařízení, služeb využitelných i pro cestovní ruch, nedostatek zábavních parků pro rodiny s dětmi;
- Snižování zájmu o cestovní ruch v dobách ekonomické recese a tím pádem nízké využití služeb;
- Různá legislativní omezení (např. neexistence zákona o cestovním ruchu nebo vzájemně protichůdná legislativa);
- Existence pouze omezených statistických dat v cestovním ruchu.

Prioritní opatření č. 3: Ochrana a zachování kulturních památek jako hmotného kulturního dědictví kraje

- Postupný zánik tradičních řemesel, která jsou nepostradatelná v procesu obnovy kulturních památek (neznalost původních materiálů, postupů a jejich aplikace, nezájem o řemesla nebo chybějící výuka na středních odborných školách a učilištích);
- Zanikání kulturních památek při nezájmu vlastníků o jejich obnovu, neadekvátní péči a necitlivému využívání památkových objektů;
- Rezervy ve výkonu státní správy památkové péče.

Prioritní opatření č. 4: Rozvoj kultury a kulturní infrastruktury

- Omezené využití moderních technologií při poskytování kulturních služeb v souvislosti s autorskými právy;
- Dopad nepříznivého ekonomického vývoje na rozvoj a využívání kulturních služeb;
- Snížení zájmu o tradiční formy kultury způsobené urbanizací, globalizací a technologickými změnami. [74]



K jednotlivým prioritním opatřením jsou samozřejmě přiřazeny i aktivity, které vedou ke zlepšení zjištěné situace popsané ve výše uvedené SWOT analýze. Tabulka 7 poskytuje informace o krocích spadajících pod daná opatření.

**Tabulka 7:** Klíčové aktivity priority č. 5 Programu rozvoje kraje Vysočina 2015-2018

## **ATRAKTIVNÍ KULTURNÍ A HISTORICKÉ DĚDICTVÍ A CESTOVNÍ RUCH**

### **Prioritní opatření 1: Infrastruktura cestovního ruchu**

- Budování, rozšiřování a zkvalitňování sítě cyklotras, cyklostezek, hipotras, singltreků, turistických značených tras a naučných stezek, lyžařských běžeckých a bruslařských tras včetně výstavby jejich doprovodné infrastruktury;
- Zvyšování počtu certifikovaných subjektů v cestovním ruchu (Cyklisté vítáni, Český systém kvality služeb, standardy v oblasti ubytovacích služeb apod.);
- Výstavba a rekonstrukce infrastruktury pro volnočasové aktivity využitelné pro cestovní ruch;
- Rozšíření služeb veřejných dopravců o služby pro cykloturistiku.

### **Prioritní opatření 2: Služby v cestovním ruchu**

- Zkvalitnění prezentace regionální turistické nabídky (cílené marketingové kampaně, webové stránky, další nástroje) vycházející ze zvýšení efektivity sběru informací a jejich aktuálnosti;
- Tvorba turistických produktů zaměřených na konkrétní cílové skupiny (cílené nabídky, systémy zvýhodnění);
- Zkvalitňování služeb turistických informačních center;
- Rozvoj lidských zdrojů v cestovním ruchu: spolupráce se školami zaměřenými na výuku cestovního ruchu a následné profesní vzdělávání (realizace pracovních stáží, prohlubování jazykových a dalších dovedností);
- Organizace a propagace akcí s potenciálním nadregionálním významem či prokazatelným dopadem na cestovní ruch.

### **Prioritní opatření 3: Ochrana a zachování kulturních památek jako hmotného kulturního dědictví kraje**

- Obnova kulturních památek a památkově chráněných území zejména za použití tradičních materiálů a technologických postupů;
- Zvyšování povědomí obyvatel o významu kulturního dědictví (oceňování kvalitně prováděné obnovy kulturních památek, podpora publikační, ediční, osvětové, výstavní, přednáškové, mediální činnosti);
- Využívání potenciálu a zpřístupňování kulturních památek pro rozvoj cestovního ruchu v kraji;
- Obnova památek místního významu;
- Provádění průzkumů a důkladná dokumentace památkového fondu;
- Zkvalitnění spolupráce mezi gestory státní památkové péče v kraji.

### **Prioritní opatření 4: Rozvoj kultury a kulturní infrastruktury**

- Rozvoj a zkvalitnění kulturní infrastruktury;
- Příprava a realizace kulturních a kulturně-spoločenských akcí;
- Zachování a vytváření kulturních hodnot (publikační, výtvarná, fotografická, filmová a další estetická tvorba, ochrana sbírkových předmětů ad.).

*Zdroj: vlastní zpracování dle [74]*

Uvedené aktivity vedoucí k úspěšnému rozvoji cestovního ruchu v kraji Vysočina zapojují do činnosti spoustu aktérů. Jedná se o města, obce, jimi zřizované příspěvkové organizace, místní akční skupiny, sdružení a svazky obcí, podnikatelské subjekty, neziskové nestátní organizace, agenturu VysočinaTourism, VŠPJ a střední školy vyučující cestovní ruch, církve apod. Zdroji financování těchto kroků mohou být např. Státní fond dopravní infrastruktury, Integrovaný regionální operační program, Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost, Program spolupráce Interreg V-A Rakousko-Česká republika, Operační program výzkum, vývoj a vzdělávání, dále pak ještě finanční prostředky z rozpočtů Ministerstva pro místní rozvoj nebo Ministerstva kultury atd. [74]

Finanční prostředky určené na rozvoj cestovního ruchu a vše s ním spojené je možné čerpat i z Národního programu podpory cestovního ruchu 2010-2016 nebo Národního programu podpory cestovního ruchu v regionech 2016-2020. Oba dva byly řízeny Ministerstvem pro místní rozvoj. Následující dvě podkapitoly se budou zmíněným programům blíže věnovat.

### **3.3 Národní program podpory cestovního ruchu 2010-2016**

Prostřednictvím Národního programu podpory cestovního ruchu 2010-2016 je ze státního rozpočtu poskytována dotace podnikatelským subjektům a od roku 2015 i obcím. A to na vymezené aktivity podporující sociální cestovní ruch. Jako hlavní cíl si program klade vytvoření nástroje, který efektivním způsobem přispěje k podpoře sociálního cestovního ruchu. Jeho součástí je podprogram Cestování dostupné všem, jež bude následně blíže specifikován. [58]

#### **3.3.1 Podprogram Cestování dostupné všem**

Cílem současného podprogramu Cestování dostupné všem je „*růst podílu cestovního ruchu na prosperitě regionů, vytvoření ekonomických podmínek k iniciaci a podpoře aktivit pro rozvoj domácího cestovního ruchu. Podpora tvorby nových produktů, aktivní začlenění cílových skupin, snížení sezónnosti, vytvoření podmínek pro zlepšení infrastruktury cestovního ruchu a zpřístupnění atraktivit.*“ [64]

Podporováno je:

- Rekonstrukce/vybudování odpočívadel, center služeb pro turisty a hygienického zázemí pro pěší, cyklisty a handicapované turisty podél tras;
- Zpřístupnění atraktivit cestovního ruchu;

- Zavedení/zlepšení/vytvoření navigačních a informačních systémů pro sluchově a zrakově postižené účastníky cestovního ruchu;
- Pořízení zařízení pro bezpečné parkování kol a úschovu zavazadel.

To vše včetně propagace zrealizovaných výstupů akcí. [64]

Výše poskytnuté dotace tvoří maximálně 50% podíl uznatelných výdajů z celkového rozpočtu akce, zbytek je složen z vlastních zdrojů žadatele. Maximální výše dotace v letech 2010-2014 byla 2,5 mil. Kč, v roce 2015 bylo nově možné žádat o 5 mil. Kč na parkovací věže pro jízdní kola. Tabulka 8 obsahuje seznam projektů, které byly dotovány z Národního programu podpory cestovního ruchu v období 2010-2015 přímo v kraji Vysočina, jsou uvedeny i výše dotací včetně roku a míst realizace.

**Tabulka 8:** Čerpání dotací z Národního programu podpory cestovního ruchu 2010-2015 v kraji Vysočina

ROK	MÍSTO	ŽADATEL	NÁZEV PROJEKTU	DOTACE V KČ
2011	Světlá nad Sázavou	Ing. Jaroslav Šembera	Centrum služeb při penzionu Kadlečák (vybudování Centra služeb zahrnujícím infocentrum, půjčovnu servis, hygienické zázemí, zastřešené odpočívadlo a venkovní sportoviště)	946 500
2011	Náměšť nad Oslavou	OSLAVAN, a.s.	Odpočívadlo a dětský koutek na Statku v Náměšti nad Oslavou (bylo financováno: herní prvky, fit stroj pro seniory, odpočívadlo, www stránky)	200 000
2012	Ledeč nad Sázavou	AQUACOMP HARD s.r.o.	Zřízení hygienického zázemí na hradě Ledec nad Sázavou	523 062
2012	Světlá nad Sázavou	Ing. Jaroslav Šembera	Centrum služeb pro rodiny s dětmi, turisty, cyklisty, lyžaře a handicapované při penzionu Kadlečák (bylo financováno: dětský koutek, půjčovna lyží a lodí a bezbariérový přístup)	1 072 493
2012	Nová Říše	Volší s.r.o	Sportujeme s LENOchem- vybudování víceúčelového sportovně-rekreačního areálu (bylo financováno: relaxační zóna, víceúčelové sportoviště, koupací sud, elektrokola, vozidlo, infopanel, mapa)	1 578 994
2012	Střítež	A-mercata s.r.o.	Centrum služeb pro turisty na Vysočině (bylo financováno: trampolína, masážní křeslo, herní prvky, odpočívadla, kola, skútry, elektrokola, infotabule, rekonstrukce haly)	2 494 580
2013	Řásná	Ing. Roman Kadlec	Řásná celoročně dostupná všem (půjčovna sportovních potřeb poskytující zapůjčení kol, elektokol, běžek, lyží apod., základní servis kol a lyží, online rezervační systém)	1 253 122

2014	Třebíč	AIKON, s.r.o.	Půjčovna lodí na Dalešické přehradě (bylo financováno: kajaky, obytná motorová loď, mobilní lávka, příslušenství k lodím)	484 000
2014	Bohuslavice	Vlasta Kovářová	Zkvalitnění zázemí pro turisty v Hospodářském dvoře Bohuslavice (bylo financováno: dětské hřiště, seniorpark, půjčovna sportovních potřeb a navigační systém)	537 644
2014	Římov	Outdoor Aliance s.r.o.	Adventure Station (bylo financováno: dětské hřiště a vybavení, odpočívadlo, vybavení půjčovny- kola, koloběžky, brusle, hole nordic walking, lezecké úvazky, stojan na kola, dále infocedule, mapa, leporelo, WC)	1 976 900
2014	Střítež	A-mercata s.r.o.	Rozšíření a dovybavení centra služeb pro turisty na Vysočině (bylo financováno: vnitřní herna, nafukovací atrakce, venkovní autodráha, odpočívadlo, mapy)	1 880 500
2015	Humpolec	Město Humpolec	Digitální informační box	351 000

Zdroj: vlastní zpracování dle [59]

Dle uvedených údajů je patrné, že v období 2010-2015 bylo do kraje Vysočina z programu Cestování dostupné všem alokováno mezi žadatele necelých 13,3 mil. Kč. Jednotlivé poskytnuté částky se od sebe liší podle finanční náročnosti projektů. Nejvyšší částka byla udělena společnosti A-mercata s.r.o., která se zasloužila o vybudování Centra služeb pro turisty na Vysočině v obci Střítež na Třebíčsku. V roce 2012 obdržela skoro 2,5 mil Kč a v roce 2014 ještě 1,88 mil. Kč.

V současné době mohou žadatelé o dotace využít Národního programu podpory cestovního ruchu v regionech, který běží od roku 2016 a ukončen bude v roce 2020. Další podkapitola se zmíněnému programu a jeho částem bude blíže věnovat.

### 3.4 Národní program podpory cestovního ruchu v regionech 2016-2020

Cílem tohoto dotačního programu je „*zvýšení potenciálu a konkurenceschopnosti regionů, usnadnění pohybu návštěvníků v destinacích, rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, rozproštění návštěvnosti, rozvoj kvality služeb a v neposlední řadě podpora socioekonomických přínosů cestovního ruchu.*“ Jedná se o národní dotační titul spolufinancovaný z prostředků státního rozpočtu zahrnující dva podprogramy:

- Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu,
- Marketingové aktivity v cestovním ruchu. [60]

### **3.4.1 Podprogram Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu**

Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu je podprogram, který se zaměřuje na podporu vzniku nové nebo na rozvoj zkvalitnění stávající infrastruktury a služeb cestovního ruchu v regionech. Zaměřuje se na rozmach aktivit sloužících návštěvníkům popřípadě rezidentům v rámci volnočasových aktivit. Účelem je podpora rozvoje investice do cestovního ruchu a rozšířit rozsah a zvýšit kvalitu poskytovaných služeb. Nebo také přizpůsobení infrastruktury novým zajímavým cílovým skupinám. Budou podporovány kroky, které směřují k rozvoji doprovodné infrastruktury cestovního ruchu v regionech, podpoře vybavenosti turistických tras (pěší, cyklo, hipo, lyžařská, vodní turistika a další udržitelné formy cestovního ruchu), rozvoji navigačních a informačních systémů v destinacích, podpoře úpravy lyžařských běžeckých tras, podpoře ekologicky šetrné dopravy návštěvníků v turistických regionech a v neposlední řadě i monitoringu návštěvníků.

Podprogram je členěn na 3 dotační tituly:

- **Podpora nadregionálních aktivit**, zaměřena na zvýšení vybavenosti a atraktivity dálkových turistických tras, např. projekty na podporu vybavenosti cyklostezek podél vodních toků, jednotnou vybavenost tratí pro běžeckou turistiku v horských oblastech, projekty zaměřené na jednotný formát informačních panelů, monitoring apod.;
- **Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu**, zaměřen na rozvoj základní a doprovodné infrastruktury a služeb cestovního ruchu v destinacích, cílem je podpořit rozvoj podnikatelských investic do cestovního ruchu a rozšíření rozsahu poskytovaných služeb a v neposlední řadě i podpořit zvýšení kvality poskytovaných služeb, případně přizpůsobení infrastruktury novým specifickým cílovým skupinám, nebude podporována výstavba nových ani rozšíření či rekonstrukce stávajících ubytovacích a stravovacích zařízení;
- **Rozvoj veřejné infrastruktury cestovního ruchu**, zaměřen na rozvoj veřejné infrastruktury cestovního ruchu provozované a spravované nepodnikatelskými subjekty, respektive podporu vzniku nové nebo rozvoj zkvalitnění stávající infrastruktury, bude také podporováno i zvýšení kvality stávající veřejné infrastruktury, případně přizpůsobení stávající veřejné

infrastruktury novým cílovým skupinám, navazuje na předchozí dotační titul. [61][66]

### 3.4.2 Podprogram Marketingové aktivity v cestovním ruchu

**Marketingové aktivity v cestovním ruchu** je druh podprogramu, jenž se zaměřuje na destinační společnosti a na podporu realizace jejich marketingových aktivit. Jako cíl si klade zvýšení povědomí o regionech za účelem růstu návštěvnosti. Budou podporovány aktivity zaměřené na podporu řízení destinací, realizaci marketingových výzkumů, podporu produktů a zavádění inovací v cestovním ruchu, podporu distribuce produktů cestovního ruchu, branding<sup>23</sup> destinací a marketingovou komunikaci.

Podprogram je členěn na 2 dotační tituly:

- **Marketingové aktivity na úrovni krajů**, zaměřeny na podporu činnosti krajských destinačních společností, nebude podporován jejich provoz;
- **Marketingové aktivity na oblastní a lokální úrovni**, zaměřeny na podporu registrovaných/certifikovaných místních a oblastních destinačních společností, převážně na řízení rozvoje destinace, tvorbu produktu cestovního ruchu, definování cílových skupin, realizaci marketingových aktivit, propagaci destinace, řízení toku návštěvnosti v destinaci, výzkumné aktivity, vyhodnocování efektivity realizovaných aktivit a další aktivity realizované destinačními společnostmi. [62][65]

Obrázek 6 poskytuje informace o výši dotací obou výše uvedených podprogramů pro 1. výzvu, která bude realizována v roce 2017.

---

<sup>23</sup> Proces tvorby a používání vizuální identity značky, jde o to navrhnout vhodný název, logo, vizuální styl a další prvky značky podle definice značky.



**Obrázek 6:** Rozdělení dotací v rámci Národního programu podpory cestovního ruchu v regionech 2016-2020

*Zdroj: vlastní zpracování dle [63]*

### 3.5 Programy financované z Fondu Vysočiny

V kraji Vysočina je možné, kromě výše zmíněných programů, čerpat i dotace poskytované přímo krajským úřadem, a to z Fondu Vysočiny. Oblasti cestovního ruchu se úzce dotýkají činnosti spojené s odborem kultury, památkové péče a cestovního ruchu. Avšak není vyloučeno, že do ní zasahují i jiné odbory, např. odbor regionálního rozvoje, životního prostředí a zemědělství, dopravy a silničního hospodářství apod. Ovlivňují cestovní ruch prostřednictvím poskytování dotací z dotačních programů, jako jsou např. Prodejny regionálních produktů, Inovační vouchery, Rozvoj podnikatelů, Rozvoj vesnice, Životní prostředí atd.

Následující text upře svou pozornost na dotační programy, které v posledních letech vyhlašuje odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu. Několik po sobě jdoucích tabulek poskytne informace o některých projektech rozvoje cestovního ruchu financovaných z Fondu Vysočiny, o výši dotací, předmětech a místech realizace. [40]

#### 3.5.1 Program Památkově chráněná území

Jedná se o grantový program na podporu obnovy nepamátkových objektů na území památkových rezervací a zón. Váže se na Program rozvoje kraje Vysočina, konkrétně prioritní oblast 5: Atraktivní kulturní a historické dědictví a cestovní ruch, prioritní opatření 3: Ochrana a zachování kulturních památek jako hmotného kulturního dědictví kraje. Cílem programu je vytvoření podmínek pro obnovu historicky a památkově cenných konstrukcí a stavebních prvků



objektů, které nejsou kulturními památkami, ale nacházejí se v chráněných územích (městských a vesnických památkových rezervacích nebo městských a vesnických památkových zónách) a významným způsobem se uplatňují v jejich výrazu. Minimálně je možné získat 10 tis. Kč, maximálně 100 tis. Kč, přičemž výše dotace dosáhne 50 % celkových nákladů projektu. V rámci programu může být každoročně alokováno 1,6 mil. Kč. Tabulka 9 obsahuje údaje o projektech realizovaných v souvislosti s uvedeným programem na území kraje Vysočina v letech 2015 a 2016. [47]

**Tabulka 9:** Vybrané příklady čerpání dotací z programu Památkově chráněná území v letech 2015 a 2016

ROK	MÍSTO	ŽADATEL	NÁZEV PROJEKTU	DOTACE V KČ
2015	Jihlava	Vojtěch Fiala	Rekonstrukce střešní krytiny domu	100 000
2015	Jaroměřice nad Rokytnou	Město Jaroměřice nad Rokytnou	Památkově chráněná území 2015	71 928
2015	Telč	Orel jednota Telč	Rehabilitace čelní fasády orlovný v Telči	100 000
2015	Polná	Táňa Mrázková	Obnova fasády rodného domu spisovatelky Vlasty Pittnerové	23 587
2015	Třebíč	Aleš Beránek	Repase vstupních vrat a výlohy, výměna oken	100 000
2015	Havlíčková Borová	Městys Havlíčkova Borová	Restaurování maleb v ZŠ Havlíčkova Borová	10 900
2015	Pacov	Město Pacov	Obnova a oprava budovy radnice Pacov	100 000
2016	Přibyslav	Náboženská obec Církve čs. Husitské v Jihlavě	Výměna oken a vstupních dveří na farním domě v Přibyslavi	70 000
2016	Třešť	Lukáš Maštera	Rehabilitace uličního průčelí- obnova fasády	69 507
2016	Moravské Budějovice	Město Moravské Budějovice	Obnova otvorových prvků domu	80 000
2016	Počátky	Kateřina Reid	Oprava oken a dveří na přední fasádě hotelu U Modré hvězdy	97 488
2016	Jimramov	Jana Menšíková	Obnova nepamátkového objektu nacházejícího se v městské památkové zóně	29 328
2016	Havlíčkův Brod	Jana Kubešová	Stavení obnova oken	36 448

*Zdroj: vlastní zpracování dle [50][51]*

### 3.5.2 Program Regionální kultura

V případě programu Regionální kultura jde o grantový program na podporu kulturních akcí v oblasti neprofesionálního umění. Rovněž se váže na Program rozvoje kraje Vysočina, konkrétně prioritní oblast 5: Atraktivní kulturní a historické dědictví a cestovní ruch, tentokrát na prioritní opatření 4: Rozvoj kultury a kulturní infrastruktury. Jako cíl si program stanovil

tvorbu podmínek pro podporu a zachování kulturních akcí v rámci neprofesionálního umění kraje, které rozvíjejí kulturní život a podporují občanskou sounáležitost a podporu vzniku nových kulturních akcí navazujících na tradice kraje. Minimálně je možné získat 5 tis. Kč, maximálně pak 50 tis. Kč. Výše dotace dosáhne 70 % celkových nákladů projektu. V rámci programu může být každoročně alokováno 1,8 mil. Kč. Tabulka 10 obsahuje údaje o projektech realizovaných v souvislosti s uvedeným programem na území kraje Vysočina v letech 2015 a 2016. [48]

**Tabulka 10:** Vybrané příklady čerpání dotací z programu Regionální kultura v letech 2015 a 2016

ROK	MÍSTO	ŽADATEL	NÁZEV PROJEKTU	DOTACE V KČ
2015	Žďár nad Sázavou	Civic	Festival Pod Zelenou horou 2015	50 000
2015	Okrouhlička	Obec Okrouhlička	Okrouhlička 2016	21 000
2015	Polná	Město Polná	XIII. Polenský hudební podzim	48 000
2015	Pelhřimov	Kulturní zařízení města Pelhřimova, p.o.	Pelhřimovské kulturní léto 2015	48 450
2015	Bystřice nad Pernštejnem	Mikroregion Bystřicko	Bystřicko čte dětem IX.	50 000
2015	Chotěboř	Junior- dům dětí a mládeže, středisko volného času, Chotěboř	Chotěbořské divadlení aneb 20 deka Junioru	47 000
2015	Jihlava	Vietnamský spolek na Jihlavsku, z.s.	Oslava vietnamského dne dětí Tet Trung Thu 2015	30 000
2016	Náměšť nad Oslavou	NOS- Náměšťský okrašlovací spolek	„Hnízdo múz“- festival tvůrčích dílen, workshopů a seminářů	49 500
2016	Sněžné	Městys Sněžné	Kultura Sněženska 2016/2017	37 500
2016	Chotěboř	CEKUS Chotěboř	Staročeské Vánoce u kašny	7 800
2016	Přibyslav	Kulturní zařízení města Přibyslav	Divadlení Přibyslav 2016	24 000
2016	Třebíč	Třebíčský operní festival, z.s.	Jubilejní 10. Třebíčský operní festival	50 000
2016	Pacov	Základní umělecká škola Pacov	Festival žákovských orchestrů „OPEN AIR 2017“	42 900

*Zdroj: vlastní zpracování dle [34][35]*

### 3.5.3 Program Edice Vysočiny

Jedná se o grantový program vyhlašovaný v roce 2016 zabývající se podporou edičních počínů s vazbou na kulturu a historii. Je také vázán na Program rozvoje kraje Vysočina, konkrétně prioritní oblast 5: Atraktivní kulturní a historické dědictví a cestovní ruch, prioritní opatření 4: Rozvoj kultury a kulturní infrastruktury. Cílem programu je vytvořit podmínky pro podporu ediční činnosti ve vazbě na péči o nehmotné kulturní dědictví, o identitu a paměť

občanského společenství připomenutím významných osobností a událostí kulturního života kraje Vysočina. Minimální výše finančních prostředků poskytnutých na jeden projekt je 15 tis. Kč, maximální 100 tis. Kč, přičemž výše dotace dosáhne 50 % celkových nákladů projektu. V rámci programu mohl být v roce 2016 alokován 1 mil. Kč. Tabulka 11 obsahuje údaje o projektech realizovaných v souvislosti s uvedeným programem na území kraje Vysočina. [45]

**Tabulka 11:** Vybrané příklady čerpání dotací z programu Edice Vysočiny v roce 2016

MÍSTO	ŽADATEL	NÁZEV PROJEKTU	DOTACE V KČ
Havlíčkův Brod	Muzeum Vysočiny Havlíčkův Brod, p.o.	Konec 2. světové války na Havlíčkobrodsku	58 500
Radošov	Obec Radošov	Radošov. Dějiny obce	56 900
Pelhřimov	Nová tiskárna Pelhřimov, spol. s.r.o.	Kniha o koupi pelhřimovského statku	34 615
Číhošť	Nezávislý podmelechovský spolek	Návrat P. Josefa Toufara do Číhoště	80 000
Náměšť nad Oslavou	Národní památkový ústav	Vydání publikace „Adaptace zámku v Náměšti nad Oslavou na prezidentské sídlo“	86 000
Žďár nad Sázavou	Město Žďár nad Sázavou	Žďárský uličník II.- obec Zámek Žďár	100 000

*Zdroj: vlastní zpracování dle [32]*

### 3.5.4 Program Cyklodoprava a cykloturistika

Cyklodoprava a cykloturistika je grantový program na podporu zkvalitňování sítě cyklotras a zvýšení bezpečnostní funkce cyklistiky. Navazuje na Program rozvoje kraje Vysočina, konkrétně na prioritní oblast 5: Atraktivní kulturní a historické dědictví a cestovní ruch, prioritní opatření 1: Infrastruktura cestovního ruchu. Celkem je z programu každoročně poskytována částka 1,5 mil. Kč, avšak celý program se dělí do dvou podprogramů. Jedním z nich je Doprovodná infrastruktura na cyklotrasách, v rámci které je alokováno 500 tis. Kč. Druhým podprogramem je Projektová dokumentace, jehož prostřednictvím mohou žadatelé obdržet 1 mil. Kč. Oba dva podprogramy mají své cíle, první směřuje k podpoře rozvoje doprovodné infrastruktury cestovního ruchu zaměřené na rozvoj cykloturistiky a terénní cyklistiky na území kraje Vysočina, přičemž zvýšení úrovně cyklotras rozšíří, zkvalitní a zatraktivní nabídku cestovního ruchu a tím zvýší její konkurenceschopnost. Druhý podprogram si klade za cíl podporu projektové přípravy budování cyklistických stezek. Specifikou celého programu je fakt, že mohou v jeho rámci žadatelé předložit libovolný počet žádostí do obou podprogramů, u ostatních programů financovaných z Fondu Vysočiny tomu tak není, je vždy možné předložit pouze jednu žádost. Podprogram Doprovodná infrastruktura na cyklotrasách minimalizuje poskytnutou dotaci na částce 10 tis. Kč, maximálně je možné obdržet 100 tis. Kč. Druhý

podprogram, Projektová dokumentace, poskytuje minimálně 10 tis. Kč a maximálně 200 tis. Kč. V obou případech musí žadatel pokrýt min. 50 % celkových nákladů projektu z vlastních zdrojů. Tabulka 12 obsahuje údaje o projektech realizovaných v souvislosti s uvedeným programem na území kraje Vysočina v letech 2015 a 2016. [43]

**Tabulka 12:** Vybrané příklady čerpání dotací z programu Cyklodoprava a cykloturistika v letech 2015 a 2016

ROK	ŽADATEL	NÁZEV PROJEKTU	DOTACE V KČ
2015	Obec Pyšel	Do kola okolo Pyšela	75 000
2015	Orel jednota Telč	Piknikové místo pro cykloturisty- Oáza za orlovnou	99 670
2015	Zámek Světlá s.r.o.	Multifunkční odpočívadlo ve Světlé nad Sázavou	88 872
2015	Obec Sedlice	Zřízení odpočinkového stanoviště na cyklostezce	25 642
2015	Město Humpolec	Cyklostezka Hadina- vybavení mobiliářem	100 000
2015	Město Moravské Budějovice	Cyklostezka kolem Rokytky, Moravské Budějovice	170 000
2015	Město Třešť	Cyklostezka Hodice-Kostelec	200 000
2016	Podhůří Železných hor, o.p.s.	Navázání geocyklotrasy „Z Chotěboře do Železných hor za kameny a vodou“ na EUROVELO 4	80 000
2016	Město Ždírec nad Doubravou	Naučná stezka Ranské polesí	33 767
2016	Město Světlá nad Sázavou	Cyklostezky Ledec nad Sázavou-Světlá nad Sázavou- projektová dokumentace	200 000
2016	Město Polná	Studie proveditelnosti cyklotrasy Jihlava-Polná-Přibyslav	180 048
2016	Město Habry	Místo pro odpočinek na trase Haberskem	65 000
2016	Městys Krucemburk	Odpočinkové místo Krucemburk	13 064

*Zdroj: vlastní zpracování dle [29][30]*

Navazujícím programem je Cyklodoprava a cykloturistika 2016 II, jež se rovněž zaměřuje na podporu zkvalitňování sítě cyklotras a jeho cílem je udržení a zlepšení úrovně technického stavu prioritně značených cyklotras KČT<sup>24</sup> s cílem zvýšení komfortu a bezpečnosti pro uživatele a tím zatraktivnění nabídky cestovního ruchu. Celkem je mezi jednotlivé projekty alokováno 2,5 mil. Kč, minimální výše dotace je 30 tis. Kč, max. 500 tis. Kč a každý žadatel může předložit maximálně jednu žádost, přičemž minimální podíl příjemce dotace je 50 % celkových nákladů. Tabulka 13 obsahuje údaje o projektech realizovaných v souvislosti s uvedeným programem na území kraje Vysočina v roce 2016. [44]

<sup>24</sup> Klub českých turistů.

**Tabulka 13:** Vybrané příklady čerpání dotací z programu Cyklodoprava a cykloturistika 2016 II

ŽADATEL	NÁZEV PROJEKTU	DOTACE V KČ
Město Přibyslav	Cyklostezka Přibyslav- Sázava dopravní značení	52 504
Městys Kamenice	Plošná oprava povrchu cyklostezky Jihlava-Třebíč-Raabs	449 887
Město Ždírec nad Doubravou	Oprava cyklotrasy Ždírec nad Doubravou	350 000
Město Telč	Cyklotrasa Lipky	457 995
Město Žďár nad Sázavou	Oprava cyklostezky ve Žďáře nad Sázavou	240 000
Město Moravské Budějovice	Oprava povrchu komunikace ulice Partyzánská	500 000

*Zdroj: vlastní zpracování dle [31]*

### 3.5.5 Program Lyžařské běžecké trasy

Jedná se o grantový program vyhlášený v roce 2016. Opět vázán na Program rozvoje kraje Vysočina, konkrétně na prioritní oblast 5: Atraktivní kulturní a historické dědictví a cestovní ruch, prioritní opatření 1: Infrastruktura cestovního ruchu. Cílem programu je podpořit úpravu stop lyžařských běžeckých tras na území Kraje Vysočina, zkvalitnit podmínky pro běžecké lyžování, rozšířit nabídku cestovního ruchu pro aktivní trávení volného času a zvýšit tak atraktivitu Kraje Vysočina pro vyznavače zimních sportů. Dalším cílem je vytvořit kvalitně značenou síť lyžařských běžeckých tras dle standardního systému značení v České republice. Minimální výše finančních prostředků poskytnutých na jeden projekt je 10 tis. Kč, maximální 200 tis. Kč, přičemž výše dotace dosáhne 60 % celkových nákladů projektu. V rámci programu mohl být v roce 2016 alokován 1 mil. Kč. Tabulka 14 obsahuje údaje o projektech realizovaných v souvislosti s uvedeným programem na území kraje Vysočina. [46]

**Tabulka 14:** Čerpání dotací z programu Lyžařské běžecké trasy v roce 2016

ŽADATEL	NÁZEV PROJEKTU	DOTACE V KČ
Město Ždírec nad Doubravou	Zimním Podoubravím 2016	40 000
Město Havlíčkův Brod	Lyžařské běžecké trasy v Havlíčkově Brodě 2016	18 834
Město Bystřice nad Pernštejnem	Údržba lyžařských běžeckých tras na Bystřicku	62 400
SPORTIS	Skiregion Žďársko	112 300
Subregion Velké Dářko- dobrovolný svazek obcí	Na běžkách v okolí Velkého Dářka	117 000
Ing. Roman Kadlec	Úprava lyžařských běžeckých tras Telčsko a Třešťsko 2016-2017	116 701
Mikroregion Novoměstsko	Strojová úprava lyžařských běžeckých tras na Novoměstsku	130 000

*Zdroj: vlastní zpracování dle [33]*

V současnosti probíhají programy Památkově chráněná území 2017 a Cyklodoprava a cykloturistika 2017. Jejich prostřednictvím jsou poskytovány dotace subjektům jak z veřejného, tak soukromého sektoru. Musí však splňovat podmínky udělení dotace, které definuje již výše zmíněný odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu, jež byl jmenován jako hlavní koordinátor uvedených programů.

Třetí část diplomové práce se postupně přesunula od dokumentů, které upravují rozvoj cestovního ruchu na národní úrovni, k dokumentům zaměřeným na regionální úroveň, a to přímo v kraji Vysočina. Byly rozebrány strategické dokumenty a programy, jež určitou měrou pasují, ať už více nebo méně, do oblasti cestovního ruchu.

Následně bude věnována pozornost již pouze regionu Vysočina a konkrétní analýze a potenciálním možnostem rozvoje cestovního ruchu v něm.

## 4 KRAJ VYSOČINA

Kraj Vysočina zaujímá v rámci České republiky centrální polohu. Jak je možné vidět v příloze A, sousedí s krajem Jihočeským, Středočeským, Pardubickým a Jihomoravským, se kterým vytváří oblast NUTS 2 za účelem podpory regionálního rozvoje. Území kraje Vysočina se sice státní hranice České republiky nedotýká přímo, avšak jižní část kraje zasahuje do její těsné blízkosti. Díky tomu se Vysočina společně s krajem Jihočeským a Jihomoravským zapojuje do různých aktivit v rámci přeshraniční spolupráce s Rakouskem. Rozlohou, téměř 6 800 km<sup>2</sup>, se kraj řadí mezi regiony nadprůměrné velikosti, jen čtyři kraje jsou rozlehlejší. Pokud jde o administrativní členění (viz příloha B), rozděluje se kraj Vysočina na 5 okresů, 15 správních obvodů obcí s rozšířenou působností a 26 obvodů pověřených obecních úřadů. Za základní samosprávnou jednotku kraje jsou považovány obce, kterých je zde 704. Obec má na vysočině v průměru 724 obyvatel, tedy nejméně ze všech krajů České republiky. Nejčteněji jsou zastoupeny obce s méně než 500 obyvateli. Statut města má v současnosti 43 obcí, což je v rámci České republiky vzhledem k velikosti regionu mírně podprůměrné. K 1. 1. 2016 žilo na Vysočině přes 509 tis. obyvatel (blíže kapitola 4.4.2 Demografické předpoklady rozvoje cestovního ruchu), což mezi kraji České republiky představuje třetí nejnižší lidnatost. [13]

Jak již bylo uvedeno, Vysočina se nachází právě uprostřed České republiky a patří k nejčistším oblastem jako stvořeným pro rekreaci a oddech. Rozsáhlé lesy, jehličnaté i smíšené, s množstvím značených turistických tras lákají k procházkám, ale i k houbaření. Velký počet rybníků nabízí ochlazení v létě i zahřátí při zimním bruslení. Kopce a údolí, malebná krajina vyhledávaná malíři, půvabná zákoutí okolo potoků a říček přinášejí poetickou inspiraci vnímavým duším a zároveň výborné podmínky pro aktivní odpočinek s řadou sportů. Ideálním místem pro letní i zimní dovolenou je severovýchodní část kraje s přirozeným centrem v Novém Městě na Moravě. [67]

### 4.1 Aktéři rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina

Jak je uvedeno v kapitole 1.5, Aktéři rozvoje cestovního ruchu, měl by mít na rozvoj cestovního ruchu na Vysočině zájem nejen podnikatelský sektor zaměřený na toto odvětví, ale i regionální samospráva a neziskové organizace zabývající se turismem. Kraj zřídil organizaci VysočinaTourism, jejímž prostřednictvím se snaží docílit především promyšlené propagace regionu. A to jak v České republice, tak v zahraničí. Úkolem zřízené organizace je rovněž identifikovat a spoluvytvářet nové atraktivní cestovního ruchu v kraji, jež vhodně doplní ty stávající. Řešení nabízí různé druhy zážitkové turistiky, které v konečném důsledku mohou

doplnit stávající potenciál v podobě kulturně-historického dědictví, o kterém bude psáno níže.  
[49]

#### 4.1.1 Veřejný sektor

Hlavním aktérem z veřejného sektoru je Ministerstvo pro místní rozvoj, to komunikuje i s ostatními ministerstvy a společnými silami se tak snaží vytvořit vhodné podmínky pro rozvoj cestovního ruchu na celostátní úrovni. Zřizuje rovněž Českou centrálu cestovního ruchu (CzechTurism). Podkapitola 1.5.1, Veřejný sektor, popisuje aktéry rozvoje cestovního ruchu z oblasti veřejného sektoru na národní, krajské, regionální a lokální úrovni. Na krajské úrovni se práce pozastaví, neboť je pro její obsah důležitá.

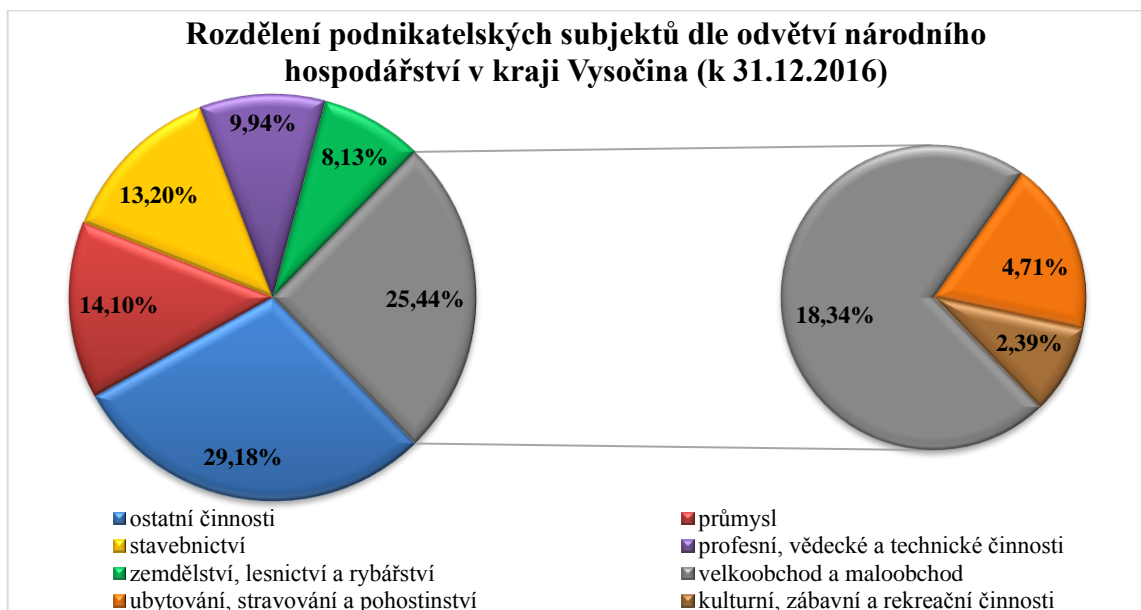
Co se týká krajské úrovně, svojí nezastupitelnou roli zde hrají turistická informační centra, ta komunikují s turisty jako první, poskytují prvotní informace o destinaci a propagují tak danou oblast. Na celé Vysočině existuje téměř 40 informačních center, na zkvalitnění jejichž služeb poskytuje kraj ze svého rozpočtu dotace. Např. v roce 2015 zažádalo o dotaci 34 center a krajské zastupitelstvo schválilo podporu v celkové výši 1 318 500 Kč. V témže roce proběhla soutěž o nejlepší turistická informační centra, kdy byly jednotlivé subjekty hodnoceny dle velikosti obce, ve které se nacházejí. V kategorii do 1 000 obyvatel se nejlépe umístilo turistické informační centrum Šikland, v sekci od 1 001 do 5 000 obyvatel pak Informační centrum Příbryslav, v kategorii 5 001 do 10 000 obyvatel Informační centrum Chotěboř a následně ve skupině nad 10 000 obyvatel Turistické informační centrum Jihlava. [37] Dalšími neodmyslitelnými aktéry jsou odbory krajského zastupitelstva. Tedy především odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu a odbor regionálního rozvoje. Oba tyto odbory mimo jiné každoročně vyhlašují programy týkající se rozvoje cestovního ruchu v kraji. O nich se bylo možné více dozvědět v kapitole 3.5 Programy financované z Fondu Vysočiny. Výše je také uvedena agentura VysočinaTourism, o jejímž vzniku rozhodlo v roce 2007 zastupitelstvo kraje. Jedná se o příspěvkovou organizaci se sídlem v Jihlavě, která zahájila svou činnost 2. ledna 2008. Jako svůj cíl si stanovuje vytvoření dostatečně silné konkurenční pozice kraje Vysočina na trhu cestovního ruchu. Hlavním účelem jejího vzniku je koordinace dlouhodobě udržitelného rozvoje sektoru cestovního ruchu. *„Předmětem činnosti organizace je řízení a organizování analytické činnosti, koordinace spolupráce subjektů cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru, komunikace s obchodními partnery a turisty za region, včetně návštěvnického managementu, propagace a prezentace regionu na celonárodním a zahraničních trzích, shromažďování informací o turistickém potenciálu regionu, zajišťování jejich průběžné aktualizace a jejich zpracovávání pro jednotlivé cílové skupiny uživatelů,*



*koordinace činnosti turistických informačních center na území kraje, propagace a koordinace certifikací služeb na území kraje, výběr, zpracování řízení regionálních turistických produktů.*“ [82]

#### 4.1.2 Podnikatelský sektor

V kraji Vysočina se ke 31. 12. 2016 vyskytovalo celkem 111 816 ekonomických subjektů, z čehož 91 083 jsou fyzické osoby a zbylých 20 733 právnické osoby. Obrázek 7 poskytuje informace o odvětvovém třídění podnikatelů na Vysočině.



**Obrázek 7:** Graf popisující rozdělení podnikatelských subjektů dle odvětví národního hospodářství v kraji Vysočina

*Zdroj: vlastní zpracování dle [10]*

Je možné si všimnout, že na Vysočině kraluje podnikání v oblasti velkoobchodu a maloobchodu s celkovým počtem 20 508 podniků, na druhém místě co do počtu fungují organizace nebo fyzické osoby, které podnikají v odvětví průmyslu (15 768) a hned za nimi jsou podniky z oblasti stavebnictví (14 764). S cestovním ruchem úzce souvisejí již zmiňované maloobchody a velkoobchody, dále pak podniky z odvětví ubytování, stravování a pohostinství, těch se v kraji vyskytuje také poměrně mnoho (5 267) a v neposlední řadě i podniky zajišťující kulturní, zábavní a rekreační činnosti (2 673).

#### 4.1.3 Dobrovolný sektor

Existuje vysoký počet nestátních neziskových organizací, které svým působením zasahují do rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina. Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu krajského úřadu v Jihlavě vede databázi všech nestátních neziskových organizací v kraji.

Tabulka 15 obsahuje informace o některých oblastech, které s cestovním ruchem souvisejí nejvíce.

**Tabulka 15:** Nestátní neziskové organizace zasahující do rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina

OBLAST	NESTÁTNÍ NEZISKOVÉ ORGANIZACE	POČET
Kultura	Média a komunikace, výtvarná umění a architektura, múzická umění, zoologické zahrady a akvária	83
Památky	Historické, literární a humanitní společnosti a muzea	20
Sport	Všechny neziskové organizace věnující se pěstování amatérského sportu, tréninku, tělesné výchově a pořádání sportovních soutěží a závodů	273
Volný čas	Volnočasová sdružení a spolky, servisní kluby	341
Vzdělávání a výzkum	Předškolní, základní a střední vzdělávání, vyšší vzdělávání, odborné a průmyslové školy, vzdělávání dospělých a další vzdělávání, lékařský výzkum, věda a technika, sociální a humanitní vědy	48
Mezinárodní aktivity	Výměnné, družební a kulturní programy, rozvojová pomoc, pomoc při katastrofách a nenadálých situacích v zahraničí, mezinárodní organizace hájící lidská práva a mír	3

*Zdroj: vlastní zpracování dle [39]*

Z tabulky je vidět, že nejvíce dobrovolných organizací se vyskytuje v oblastech sportu a volného času. Volnočasová sdružení a spolky se starají o provoz různých volnočasových zařízení a o poskytování volnočasových služeb jak jednotlivcům, tak i komunitám. Jedná se o společenská, rekreační a sportovní centra a zařízení pro děti, mládež i dospělé, mužské a ženské spolky a volnočasové spolky. Nejméně nevládních neziskových organizací je z oblasti mezinárodních aktivit, ke kraji Vysočina náleží pouze 3, což je škoda, protože např. různé programy a služby rozvíjející vzájemný respekt a přátelství mezi národy by mohly významným způsobem prospět rozvoji cestovního ruchu.

Kapitola 1.5 Aktéři rozvoje cestovního ruchu zdůrazňuje, jak je důležitá spolupráce mezi jednotlivými sektory. Pokud spolu budou sektor veřejný, podnikatelský i neziskový navzájem pravidelně komunikovat a kooperovat své činnosti, bude se cestovní ruch v jakkoli velikém regionu rozvíjet snadněji a správným směrem. Některé formy spolupráce byly již uvedeny ve zmíněné kapitole, avšak nebyly popsány destinační společnosti, které jsou považovány za velmi příznivý a efektivní nástroj moderního rozvoje regionálního cestovního ruchu. Proto se jim bude následná část diplomové práce věnovat.

#### **4.1.4 Destinační společnosti**

Destinační společnosti s působností v rámci kraje se zaměřují na propagaci kraje na blízkých trzích, i těch příhraničních, koordinaci marketingových aktivit na celém území kraje, poskytování servisu lokálním a oblastním organizacím působícím na území kraje, zabezpečení

aktivit v území nepokrytém destinačními společnostmi a v neposlední řadě i uskutečňování aktivit vycházejících z krajských strategických dokumentů (blíže kapitola 3.2 Strategické dokumenty na krajské úrovni), náležících do kompetence krajské destinační společnosti. Prioritními aktivitami takových společností je definování tematických produktů kraje, tvorba krajských produktů cestovního ruchu vycházejících z produktů cestovního ruchu realizovaných místními a oblastními destinačními společnostmi a dalšími subjekty cestovního ruchu na krajském území. Destinační společnosti v rámci kraje poskytují podporu subjektům, které mají co dočinění s cestovním ruchem. Mimo jednotného vizuálního stylu a provázanosti marketingových aktivit se takové společnosti zaměřují i na jednotnou strukturu informací o nabídce cestovního ruchu na svém území, sjednocování datových skladů a informačních systémů v rámci kraje a další aktivity podporující jednotnou propagaci kraje. Hlavní význam destinačních společností tedy spočívá v koordinaci nabídky provázanosti aktivit realizovaných na území destinace, a právě těmito aktivitami krajské destinační společnosti přispívají k rovnoměrnému rozdělení návštěvnosti do celého území kraje a prezentaci komplexní nabídky cestovního ruchu kraje, jenž přispívá ke zvyšování délky pobytu návštěvníků zde. [62]

Agentura VysočinaTourism uspořádala vzdělávací seminář, který se týkal destinačního managementu. 3. listopadu loňského roku se sešly klíčové společnosti působící v regionálním cestovním ruchu v Jihlavě a debatovaly nad budoucností a směřováním destinačního managementu. Smyslem historicky prvního setkání a široké diskuze přibližně třiceti zástupců organizací, měst a podnikatelů v cestovním ruchu v kraji je podpora spolupráce při získávání odborných zkušeností, tvorby a iniciování produktů cestovního ruchu, propagace a v neposlední řadě také sdílení znalostí souvisejících se získáváním finanční podpory (blíže kapitola 3.4 Národní program podpory cestovního ruchu v regionech 2016-2020). Lze předpokládat, že se v případě aktivního přístupu možných žadatelů přijaté dotace promění např. v lepší vybavenost turistických tras, podpoří rozvoj navigačních a informačních systémů nebo zintenzivní cílené marketingové aktivity napříč regiony. Vysočina Tourism uspořádala seminář také se záměrem získat nové myšlenky a nápady pro návrhovou část Strategie cestovního ruchu kraje Vysočina, kterou v té době připravovala. Organizace destinačního managementu a marketingu se na Vysočině zatím příliš neobjevují. A to i přesto, že se vzhledem k vysoké konkurenci stává tato forma řízení cestovního ruchu klíčovou pro prosazení regionů na trhu. Avšak vznikající destinační společnosti by mohly přinést zajímavé uplatnění absolventům středních i vysokých škol se zaměřením na cestovní ruch a hotelnictví. Velice dobře funguje spolupráce s VŠPJ, jež se mimo jiné zaměřuje na studium cestovního ruchu. V současné době na Vysočině fungují dvě destinační společnosti, Koruna Vysočina a Rozvoj Třebíčska. [36]

Koruna Vysočiny je spolek měst, městysů, obcí, podnikatelů a zájmových sdružení na podporu turismu na Vysočině, jenž vznikl v roce 2015. Zahrnuje regiony Bítešsko, Bystřicko, Nedvědiccko, Novomětsko, Tišnovsko, Velkomeziříčsko a Žďársko. Velmi aktivně se zapojuje do všestranné propagace území, na kterém působí, a to například tím, že vydává turistické noviny, zajišťuje různé propagační materiály v podobě letáčků, které distribuuje do informačních center a dalších různých míst k propagaci určených. Na svém turistickém portálu destinace nabízí turistům informace o lukrativních místech vhodných k návštěvě, rovněž poskytuje v online podobě všechna čísla turistických novin a údaje o stanovách, rozpočtu a svých členech, na jejichž internetové stránky také odkazuje. [25]

Rozvoj Třebíčska je sdružení obcí zřízené v roce 2001. Původně byla účelem jeho vzniku snaha o získávání dotací na budování podnikatelských inkubátorů v jednotlivých městech. Tento účel byl již naplněn a hledala se další náplň činnosti sdružení. Následně se členové dohodli na tom, že budou zřizovat tzv. destinační kanceláře. Svou nynější činnost zahájilo sdružení v červenci loňského roku, kdy vznikla první destinační kancelář v Třebíči. Rozvoj Třebíčska sdružuje obce Moravské Budějovice, Hrotovice, Okříšky, Náměšť nad Oslavou, Jaroměřice nad Rokytnou a Jemnice, Okresní hospodářskou komoru Třebíč a Západosmoravskou vysokou školu v Třebíči. Zmíněná destinační kancelář má za úkol koordinovat rozvoj cestovního ruchu v rámci celé oblasti bývalého okresu Třebíč, vyhledávat dotační příležitosti na marketing a hlavně připravovat balíčky pro turisty, kteří přijedou do tohoto regionu tak, aby zde pobýli několik dní a dostali kompletní ucelenou nabídku toho, co mohou navštívit a jak trávit volný čas. [53]

## **4.2 Lokalizační předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Z hlediska vymezení turistických regionů je Vysočina nejvíce homogenním krajem v České republice, pro rozvoj cestovního ruchu má velmi dobré předpoklady a turistický potenciál. Přes svou značnou vnější homogenitu je území kraje vnitřně diferencováno, je tedy důležité se zmínit o tom, že všechny oblasti a lokality nejsou stejně atraktivní, turisticky využívané a navštěvované. Vnitřní stejnorodost je zřejmá také z rozdílné funkční a časové využitelnosti území pro cestovní ruch. Následně budou blíže popsány přírodní a kulturně-historické předpoklady rozvoje cestovního ruchu. [49]

### 4.2.1 Přírodní potenciál a předpoklady rozvoje cestovního ruchu

#### Reliéf

Skoro celé území kraje spadá do geomorfologické oblasti Českomoravská vrchovina, která se dále člení do sedmi celků, a to na Křemešnickou vrchovinu, Hornosázavskou pahorkatinu, Železné hory, Hornosvrateckou vrchovinu, Křižanovskou vrchovinu, Javořickou vrchovinu a Jevišovickou pahorkatinu. Z pohledu reliéfu kraje zde převažují plošiny, ploché hřbety, úvalovitá údolí, která přechází směrem k okrajům již zmíněné Českomoravské vrchoviny do údolí hluboce zaříznutých. K nejnvýše ležícím oblastem kraje patří zejména Žďárské vrchy s řadou vrcholů přes 800 m n. m., konkrétně vrchol Devět skal měří 836 m n. m., dále pak Jihlavské vrchy v Javořické vrchovině, která měří až 837 m n. m. Nejčlenitější území s největšími výškovými rozdíly leží při horní Svatce, tzv. Svratecká hornatina. K dalším významným vrcholům patří i např. Křemešník, 765 m n. m., Čeřínek, 761 m n. m., Strážiště, 744 m n. m., Mařenka, 711 m n. m., Melechov, 709 m n.m. či Vestec v Železných horách, 668 m n.m. [28][42]

#### Klimatické poměry

Téměř celé území kraje se nachází v mírně teplé podnebné oblasti. Pouze nejvyšší části Hornosvratecké a Javořické vrchoviny spadají do chladné oblasti, podoblasti mírně chladné, protože jejich průměrná roční teplota se pohybuje jen okolo 5°C. Na většině území Vysočiny se průměrné roční teploty pohybují mezi 6-8°C. Nejtepleji je v jihovýchodní části Třebíčska, kde průměrně ročně naměří až 9°C. Na množství a intenzitě srážek se na Vysočině výrazně podílí výše uvedený reliéf a převažující západní a severozápadní směr větru. Roční úhrn srážek se zde pohybuje od 500 mm do 800 mm. Nejvíce jich spadne v letním období. Mezi nejdeštivější oblasti patří Žďárské vrchy, které se nachází na návětrných svazích Vysočiny. Přesně naopak je tomu v jihovýchodní části Třebíčska, která leží ve srážkovém stínu, roční úhrn srážek je zde tedy nejnižší. [28]

#### Vodstvo

Území kraje je pramennou oblastí významných českých a moravských řek a prochází jím hlavní evropské rozvodí Labe-Dunaj. Řeky Doubrava, Sázava a Želivka náleží do úmoří Severního moře, Svatka, Oslava, Jihlava, Rokytná a Moravská Dyje náleží do úmoří Černého moře. Na řadě vodních toků byly zbudovány údolní vodní nádrže, některé jsou důležitými zdroji pitné vody z celorepublikového hlediska. Jedná se především o vodní nádrž Švihov na Želivce, která však ze své větší části náleží ke Středočeskému kraji, zásobující Prahu a Vír na Svatce, z níž je dodávána pitná voda do brněnské aglomerace. Na

řece Jihlavě byla vybudována vodní nádrž Dalešice s nejvyšší hrází v České republice, a to 100 m. Mezi další vodní nádrže v kraji patří Pilská a vodní nádrž Trnávka. Ať už přirozeně nebo i uměle vytvořené vodní plochy se řadí k významným přírodním předpokladům existence a rozvoje cestovního ruchu. Nacházíme se v pahorkatinném a vrchovinném prostředí, kde nejsou rekreační vodní plochy nijak zvláště exponované, jsou využívány spíše v letní sezóně a jejich využití je ovlivněno řadou klimatických faktorů, které byly uvedeny výše. V regionu se tedy nacházejí spíše pouze člověkem cíleně vytvořené vodní plochy, které lze ve většině případů považovat za přirozenou součást dnešní kulturní krajiny. Kraj oplývá velkým počtem rybníků, přičemž největší z nich je Velké Dářko a nachází se u Žďáru nad Sázavou. [27][42]

### **Rostlinstvo a živočišstvo**

V kraji Vysočina je možné najít spoustu chráněných druhů rostlin i živočichů, a to i mimo zvláště chráněná území. Velice přívětivý je postupný návrat některých druhů zpět do krajiny, jde např. o vydru říční nebo sýce rousného. Na druhou stranu však zdecimované populace jiných druhů, např. sýček obecný a sova pálená, jsou i přes značné úsilí o jejich podporu v celém regionu nadále kriticky ohroženy. Proto je nutné odpovídajícím způsobem upravit zemědělské hospodaření v krajině a vytvořit vhodné biotopové podmínky, jinak nemůže být úspěšná ani snaha některých mysliveckých sdružení o zvýšení stavů drobné zvěře.

Jako úspěšný faktor lze uvést koordinaci záchranného programu pro kriticky ohrožený rostlinný druh, tedy hořeček český, jehož populace jsou ohrožené v celé České republice, a to především vlivem změn ve způsobu hospodaření v krajině v předchozích desetiletích a vlivem změněných přírodních podmínek. Na Vysočině se daří stabilizovat nadějně populace minimálně ve dvou lokalitách, a to v katastru obce Číchov a na nedávno objevené lokalitě v katastru obce Lavičky. [42]

V regionu je možné nalézt hned několik významných chráněných krajinných oblastí, národních přírodních rezervací, národních přírodních památek apod. Nachází se zde sedm národních přírodních rezervací, a to Ransko (Krucemburk), Radostínské rašeliniště, Žákova hora (Cikháj), Zhejral (Klátovec), Mohelenská hadcová step (Mohelno), Velký Špičák (Třest') a Dářko (Radostín). Součástí kraje jsou 4 národní památky, 70 přírodních rezervací, 101 přírodních památek a 75 evropsky významných lokalit. Jedinečná kulturní krajina Vysočiny, jež vytváří atraktivní prostředí pro trávení volného času, má velkou environmentální i estetickou hodnotu. K ochraně krajinného rázu je v kraji v lokalitách s významnými estetickými a přírodními hodnotami vyhlášeno devět přírodních parků (Tabulka 16). [28]

**Tabulka 16:** Přírodní parky v kraji Vysočina

NÁZEV	VÝMĚRA V KRAJI (ha)	ROK VYHLÁŠENÍ	POSLÁNÍ PŘÍRODNÍHO PARKU DLE ZŘIZOVACÍ LISTINY
Doubrava	65,00	1998	Zachování krajinného rázu při umožnění únosného turistického využití a rekreace
Melechov	3 226,41	1995	Zachování krajinného rázu s charakteristickou strukturou zemědělských kultur, lesních porostů, rozptýlenou zelení apod., při umožnění turistické využití
Rokytná	1 640,00	1996	Zachovat krajinný ráz při umožnění turistického využívání a rekreace i únosné urbanizace
Svratecká hornatina	24 817,00	1988	Účelem je ochrana krajinného rázu bez podstatného omezení stávající hospodářské činnosti, posláním je zachovat hodnoty krajiny s podmínkami pro individuální rekreaci
Třebíčsko	8 861,55	1982	Zachování území a využít je k zotavení občanů a k poučení
Čeřínek	2 313,05	1985	Zachování krajinných hodnot za účelem poučení, zotavení a aktivního odpočinku občanů
Bohdalovsko	6 041,38	2001	Účelem je ochrana krajinného rázu bez podstatného omezení stávající hospodářské činnosti, posláním je zachovat hodnoty krajiny s podmínkami pro individuální rekreaci
Střední Pojihlaví	800,00	1988	Zachování málo narušeného přírodního prostředí pro rekreaci občanů a k poučení, osvěžení či zotavení
Balinské údolí	428,00	1984	Zachování území pro jeho krajinné hodnoty a využít je k zotavení občanů i jejich poučení

*Zdroj: vlastní zpracování dle [42]*

Mimo uvedené kraj disponuje dvěma chráněnými krajinnými oblastmi (dále jen CHKO), a to Žďárskými vrchy o rozloze 70 890 ha, přitom 72,6 % leží na území kraje, a Železnými horami o rozloze 9 449 ha, z čehož na území kraje leží 33 %.

Jak je možné vidět v příloze C, CHKO Žďárské vrchy se nachází v severovýchodní části Českomoravské vrchoviny. Typickým krajinným prvkem hřebenů Žďárských vrchů jsou skalní rulové útvary vzniklé zvětráváním. Ty jsou také jedním z nejvýznamnějších turistických cílů oblasti. K nejnavštěvovanějším patří vrchol Devět skal, Zkamenělý zámek, Milovské a Rybenské Perničky, Čtyři palice, Drátník, Tisůvka a Lisovská Malínská, Pasecká nebo Rozštípená skála. Poloha Žďárských vrchů láká k turistice především brněnské a pražské obyvatelstvo, ale i obyvatelé ostatních částí kraje Vysočina jsou častými návštěvníky. Lze se zde setkat především s krátkodobou, v menší míře i pobytovou rekreací. Nadprůměrné přírodní

předpoklady vytvářejí podmínky pro rozvoj odpočinkových i sportovních forem cestovního ruchu. Odpočinkové formy jsou zastoupeny letní rekreací u vody (rybníky a nádrže Velké Dářko, Pílská nádrž, Řeka, Milovský rybník, Sykovec nebo Medlov) a pěší turistikou spojenou se sběrem lesních plodin. Mezi aktivní formy trávení volného času je v první řadě zařazena rozhodně cykloturistika, která se zde rozvíjí hlavně proto, že je zde členitý reliéf s únosným převýšením, dále pak lyžařská turistika a sjezdové lyžování. K dalším aktivním formám cestovního ruchu patří horolezectví, případně hipoturistika. Bohužel rychlejšímu rozvoji agroturistiky brání nedostatečný počet rodinných farem. [83]

Druhou chráněnou krajinnou oblastí v kraji jsou Železné hory, které tvoří severozápadní výběžek Českomoravské vrchoviny, a jak je možné vidět v příloze C, navazují tak na sousední CHKO Žďárské vrchy. Významnou přírodní atraktivitou je soutěskovitě říční koryto říčky Doubravy, plné peřejí, kaskád a malých vodopádů, přírodní rezervace Údolí Doubravy, kterou je možné vidět na obrázcích v příloze D. Pestrost krajiny je umocněna geologickým podložím, jež patří k nejsložitějším v České republice. Je zde také zachována rozptýlená sídelní struktura se zbytky lidové architektury. Největší koncentrace návštěvníků se soustřeďuje kolem přehradní nádrže Seč, která již ale není součástí kraje Vysočina, ostatní území není cestovním ruchem významněji zasaženo. Jde spíše o rekreační zázemí blízkých měst než o centrum pobytového cestovního ruchu. Nejvíce je zde provozována pěší turistika, cykloturistika a rekreace u vody, v zimě jsou sporty odvislé od přírodní sněhové pokrývky. [83]

#### **4.2.2 Kulturně-historický potenciál a předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Uvedený kraj Vysočina, který je v této práci analyzován z mnoha pohledů směřujících k rozvoji cestovního ruchu, nevyniká pouze krásnou přírodou, ale je možné v něm nalézt i spoustu historických památek v podobě gotických hradů, renesančních zámků, barokních církevních staveb a mnoho památek lidového stavitelství, jako jsou historická jádra měst, venkovská lidová architektura, ale i např. technické a vojenské památky. Nejvýznamnější z těchto objektů jsou zapsány do seznamu světového kulturního dědictví UNESCO, jež je nejvyšším stupněm mezinárodní ochrany a České republice patří v přepočtu takto chráněných objektů na obyvatele jedna z prvních příček pomyslného žebříčku ze všech zemí světa. Největší koncentrace památek UNESCO v rámci celé České republiky, které je možné považovat za součást kultury a historie, se nachází právě na Vysočině, kde tyto památky vytvářejí prostorový trojúhelník s vrcholy ve Žďáru nad Sázavou, Telči a Třebíči. [27][28]



Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře ve Žďáře nad Sázavou je unikátním dílem architekta J. B. Sntiniho z počátku 18. století. V seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO je zapsán od roku 1994, a to pro svou originalitu české barokní gotiky a mistrovskou kompozici tvořivě pracující s křesťanskou i jinou symbolikou. Jak je možné vidět na obrázcích v příloze E, nádvoří poutního místa vymezují ambity s pěticemi bran a kaplí. Brány umístěné uprostřed jednotlivých ramen mají kupolové střechy a jsou doplněny sochami. [67]

Historické jádro a zámek města Telč jsou unikátní svou celistvostí, zachované z dob Zachariáše z Hradce. Impozantní vzhled náměstí zesilují historické památky jako je Mariánský sloup, kašny a sochy z 18. století, městské brány apod. Na náměstí navazuje renesanční zámek, který vznikl přestavbou gotického obranného hradu v 16. století. Jedná se o jeden z nejlépe dochovaných renesančních architektonických komplexů v České republice, zvláště cenné je vnitřní zařízení. V objektu zámku je umístěna pobočka Muzea Vysočiny a Galerie Jana Zrzavého. Zámek je spolu s historickým centrem města zapsán v UNESCO od roku 1992. Zámecké nádvoří a historické sály jsou vyhledávaným místem konání různých hudebních koncertů.

Bazilika sv. Prokopa v Třebíči, původně zasvěcená Panně Marii, byla budována od 1. poloviny 13. století jako součást benediktinského kláštera, založeného v roce 1101. Patří ke skvostům středověkého stavitelství evropského významu. Je postavena v románsko-gotickém slohu. Židovská čtvrť v Třebíči se nachází na levém břehu řeky Jihlavy, toto území bylo již od středověku osídleno převážně židovským obyvatelstvem. Posupný nárůst počtu obyvatel na stísněném území, ohraničeném řekou a strmými skalnatými svahy, bez možnosti dalšího plošného rozvoje dal vzniknout unikátní čtvrti s velice hustou zástavbou, křivolakými uličkami, temnými zákoutími, klenutými průchody, romantickými náměstíčky a dalšími charakteristickými prostory i architektonickými prvky typickými pro židovskou architekturu. Skutečnými perlami židovské čtvrti jsou dvě synagogy. Přední synagoga na Tichém náměstí slouží dnes jako modlitebna Československé církve husitské, Zadní synagoga na Blahoslavově ulici byla v posledních letech kompletně zrekonstruována a její interiér, zdobený unikátními nástěnnými malbami z počátku 18. století slouží k pořádání výstav, koncertů a dalších kulturních aktivit. Na seznamu UNESCO jsou bazilika a židovská čtvrť zapsány od roku 2003. [27]

Mezi nejvýznamnější kulturní bohatství národa jsou zařazeny také objekty označené za národní kulturní památky, které jsou prohlašovány vládou České republiky nařízením.

V kraji Vysočina se nachází celkem patnáct nemovitých a tři movité národní kulturní památky (Tabulka 17).

**Tabulka 17:** Národní kulturní památky v kraji Vysočina

NEMOVITÉ NÁRODNÍ KULTURNÍ PAMÁTKY	MĚSTO/OBEC	OKRES	DATUM PROHLÁŠENÍ
Rodný dům Karla Havlíčka Borovského	Havlíčková Borová	Havlíčkův Brod	1978
Zámek Telč	Telč	Jihlava	1995
Kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře	Žďár nad Sázavou	Žďár nad Sázavou	1995
Zámek Jaroměřice nad Rokytnou	Jaroměřice nad Rokytnou	Třebíč	2001
Zřícenina hradu Lipnice	Lipnice nad Sázavou	Havlíčkův Brod	2001
Zámek Náměšť nad Oslavou	Náměšť nad Oslavou	Třebíč	2001
Zámek s bazilikou sv. Prokopa	Třebíč	Třebíč	2002
Židovský hřbitov	Třebíč	Třebíč	2002
Kostel sv. Jakuba Většího	Jihlava	Jihlava	2008
Kostel Nanebevzetí Panny Marie	Polná	Jihlava	2008
Štáflova chalupa	Havlíčkův Brod	Havlíčkův Brod	2010
Klášter premonstrátů	Želiv	Pelhřimov	2010
Zámek Červená Řečice	Červená Řečice	Pelhřimov	2014
Michalův Statek	Pohled	Havlíčkův Brod	2014
Sklárna	Tasice	Havlíčkův Brod	2014
MOVITÉ NÁRODNÍ KULTURNÍ PAMÁTKY	MĚSTO/OBEC	OKRES	DATUM PROHLÁŠENÍ
Socha sv. Kateřiny	Jihlava	Jihlava	2005
Jihlavská pieta	Jihlava	Jihlava	2005
Přemyslovský krucifix	Jihlava	Jihlava	2010

*Zdroj: vlastní zpracování dle [38][71]*

Dále je zde možné najít tři městské památkové rezervace, a to Jihlavu, již uvedený Telč a Pelhřimov, tři vesnické památkové rezervace, tedy Dešov, Krátkou a Křižánky, následně pak 22 městských památkových zón, pět vesnických památkových zón a dvě krajinné památkové zóny. Na obrázku v příloze F je možné vidět přímo v mapě Vysočiny všechny doposud zmíněné památky. [49]

Tabulka 18 poskytuje údaje o návštěvnosti některých památek v kraji Vysočina v roce 2015. Jednotlivá místa jsou seřazena od nejnavštěvovanějších po ta méně navštěvovaná.

**Tabulka 18:** Návštěvnost vybraných památek v kraji Vysočina v roce 2015

NÁZEV PAMÁTKOVÉHO OBJEKTU	OKRES	NÁVŠTĚVNOST
Státní zámek Telč	Jihlava	84 140
Státní zámek Jaroměřice nad Rokytou	Třebíč	36 129
Památkový areál Zelená hora ve Žďáru nad Sázavou	Žďár nad Sázavou	31 055
Státní hrad Lipnice, Lipnice nad Sázavou	Havlíčkův Brod	25 441
Zadní synagoga, Třebíč	Třebíč	25 025
Bazilika sv. Prokopa, Třebíč	Třebíč	20 184
Hrad Orlický nad Humpolcem, Humpolec	Pelhřimov	19 040
Zámek Náměšť nad Oslavou	Třebíč	14 605
Věž kostela sv. Jakuba v Telči	Jihlava	13 636
Věž kostela sv. Martina, Třebíč	Třebíč	11 926
Opatství Želiv s.r.o.	Pelhřimov	10 141
Vyhlídková věž kostela sv. Bartoloměje, Pelhřimov	Pelhřimov	7 794
Vyhlídková věž kostela sv. Jakuba, Jihlava	Jihlava	6 498
Zámek Světlá nad Sázavou	Havlíčkův Brod	6 061
Brána Maty Boží, Jihlava	Jihlava	5 777
Věž kostela sv. Ducha, Telč	Jihlava	4 417
Zámek Červená Řečice	Pelhřimov	1 461
Klášteř Nová Říše	Jihlava	1 430
Zámek Police	Třebíč	452
Skansen Zichpil, Humpolec	Pelhřimov	375

*Zdroj: vlastní zpracování dle [69]*

Nejnávštěvovanější památkou je v kraji zámek, který se nachází v Telči, o něm byla zmínka výše, stejně tak jako o třetím nejvíce lukrativním místě pro turisty (Zelené hoře ve Žďáru nad Sázavou), kde byly rozepisovány památky zapsané v seznamu UNESCO. Druhou nejnavštěvovanější památkou je zámek Jaroměřice nad Rokytou, jenž se rozkládá v okrese Třebíč. Jedná se o barokní zámek patřící k nejmohutnějším architekturám 1. poloviny 18. století nejen v České republice, ale i v Evropě. Původní středověká tvrz byla koncem 16. století přestavěna na renesanční zámek, který se dochoval ve zdivu nynější barokní budovy. Do barokní podoby byl zámek přebudován za nejvýznamnějšího rodu, který vlastnil jaroměřické panství, Questenberků v letech 1700-1737. Ve své nejslavnější době byly Jaroměřice nad Rokytou centrem kulturního života, který zde organizoval J. A. Questenberk (1678-1752), tehdy měly velkou knihovnu, galerii, divadlo a vlastní kapelu. [68]

Velmi atraktivní pro turisty je také jeden z nejmohutnějších českých hradů Lipnice, založený na počátku 14. století mocným rodem pánů z Lichtemburka, který nabízí procházku monumentální středověkou architekturou. Na hradě je k vidění nejen archeologická expozice nebo rozsáhlá sklepení s bývalou hodovní síní Jindřicha z Lipé, ale také velmi cenná hradní

kaple sv. Vavřince z první čtvrtiny 14. století. Nabízena je návštěvníkům volná prohlídka, a to ocení zejména rodiny s dětmi. [70]

Moderní doba s sebou přinesla umělce Michala Olšiaka, který se nejen v okolí Žďáru nad Sázavou realizoval pomocí sochařské tvorby z betonu. Po krajině jsou rozesety jeho zajímavé sochy povětšinou zpodobňující zvířata, např. Mamut, Rak, Hroši, Želva, Drak, Káně nebo Kůň. Zmíněný sochař se kromě světa zvířat inspiroval také různými pověstmi nebo místními názvy. Je možné díky němu vidět mimo jiné i Hamroně, Hejkala Pepina nebo Čertův stolek. V kraji najdeme 26 takových soch. V příloze G je možné si pro představu prohlédnout několik soch, včetně sochy Raka, která se nachází na břehu rybníka Jordán v centru obce Račín. Putování za sochami Michala Olšiaka by mohlo být vhodným tipem na rodinný výlet nejen s dětmi.

Vůbec nejnavštěvovanějším místem v kraji Vysočina je zoologická zahrada rozdělená do pěti kontinentů nacházející se ve městě Jihlavě. Svým návštěvníkům poskytuje možnost nahlédnout na téměř 200 druhů exotických zvířat, včetně řady druhů v přírodě ohrožených vyhubením. Patří tak k největším lákadlům v kraji, a to především díky svojí unikátní expozici kočkovitých šelem, na jejichž chov se zoo specializuje. Otevřena je celoročně každý den s cenou vstupného 100 Kč pro dospělé a 60 Kč pro děti. [84]. V souvislosti s městem Jihlava rozhodně stojí za zmínku i aquapark Vodní ráj Jihlava, který nabízí turistům i místním vodní radovánky jak v zimních, tak v letních měsících.

Velkou zábavu na Vysočině poskytuje svým návštěvníkům největší zábavní komplex v České republice, Šikland, zahrnující do sebe 3 areály: westernové městečko Šiklův mlýn, strašidelný zámek Draxmoor a Fotopark Krokodýl. Šiklův mlýn je svojí rozlohou 5 km<sup>2</sup> největší přírodní zábavní areál v České republice s nejstarší částí areálu westernovým městečkem ve Zvoli nad Pernštejnem. Krom zhlédnutí velmi zajímavých westernových vystoupení je zde možnost navštívit aquapark, menší zoo, sportovní hřiště, letiště, off-roadovou dráhu, military a rybářskou zónu, svézt se na koních nebo dostavíčkem apod. Ubytovat se je možné v hotelu, penzionu, srubovém apartmánu, chatkách či v indiánských stanech s názvem teepee. Každý, kdo se rozhodne westernové městečko navštívit, má možnost o letních prázdninách non stop, kromě pondělí. [79]. Nedaleko odtud se nachází Dolní Rožínka, městečko skýtající tajuplný strašidelný zámek Draxmoor provozovaný v budově historického pivovaru se sýpkou ze 17. století. Již při příjezdu k zámku děsí turisty svým strašlivým smíchem čarodějnice, jenž zámek ovládá. Na webových stránkách je možné se dočíst, jak vlastně Draxmoor láká své budoucí návštěvníky: „*Pokud se vám podaří se z hrůzostrašného labyrintu vymotat zpět na*

*čerstvý vzduch, přijmete za vděk oázu klidu pod velkým baldachýnem. Zde můžete v klidu posedět, dát si něco dobrého či doléčit nervy kapkou ostřejšího moku.*“ [77]. Poslední částí Šiklandu je Fotopark Krokodýl nacházející se rovněž v Dolní Rožince. Hlavní atrakcí tohoto místa je možnost vytvořit si pomocí 3D techniky originální fotografie s pozadími nejznámějších světových destinací jako je Severní pól, Velká čínská zeď, Grand Canyon atp. Žijí zde krokodýli Kajmani brýlatí, které je možné si vyfotit a dozvědět se o nich různé zajímavé informace. [78]

Neméně zajímavým místem v kraji Vysočina je jistě pohádková vesnička Podlesíčko, která je součástí hotelu Podlesí nacházejícího se ve Žďárských vrších poblíž obce Milovy. V malebné vesničce Podlesíčko se nachází 10 chaloupek, v nichž je možné se od roku 2012 ubytovat. Nachází se zde domečky Sněhurka, Rákosníček, U kováře Matěje, Mlýn, Karkulka, Nebe a Peklo, Pařez, Budulínek, Švec, Rumcajs a Cipísek. Pokud není návštěvník ubytován v některé z chaloupek, není mu do vesničky povolený vstup. Veřejnost se však může zúčastnit různých jarmarků, pohádkových dnů, dnů otevřených dveří apod. Po celý rok je možné po zaplacení vstupného vesničku navštívit. O víkendu se navíc přidává k prohlídkám průvodce v podobě Karkulky a dalších pohádkových bytostí. Na obrázcích v příloze H je možné vidět některé z chaloupek. [23]

Obec Kladruby v Železných horách se zase každoročně v období Vánoc změní na vesničku, jakou bychom hledali snad na každém zimním Ladově obrázku. Chalupáři i domorodci zdobí své zahrádky a domy, čímž naladí krásnou vánoční atmosféru. Návštěvníci z celé České republiky i ze zahraničí si mohou vesničku prohlédnout vždy po setmění, tedy kolem 17:00, do 22:00 každý den od prvního adventu až do třech králů následujícího roku.

Kromě uvedeného se v kraji nachází asi 70 muzeí, galerií a pamětních síní, které prezentují kulturní dědictví, historické a lidové tradice regionu. V souvislosti s kulturou je nutné rovněž zmínit, že zde existuje také řada atraktivit významných pro cestovní ruch. Jedná se o hudební festivaly, např. Mezinárodní hudební festival Petra Dvorského v Jaroměřicích nad Rokytnou, Gustav Mahler Festival v Jihlavě, dále pak folklórní akce či Mezinárodní festival dokumentárních filmů v Jihlavě. [49]

Zvláštností může pro mnohé být největší festival popkultury v České republice, který se nazývá Festival fantazie. Koná se každoročně na začátku léta v Chotěboři a týká se zejména fanoušků sci-fi, fantasy a hororových her, filmů, seriálů, animací, comicsů a knih. V loňském roce přivítal festival i velice zajímavé zahraniční hosty, a to např. Iana Beatieho, který si zahrál ve filmu Alexandr Veliký jako Antigón, Christophehra Judgeho, jenž ztvárnil role ve fantasy filmech a seriálech, nejvíce v seriálu Sirens, dále pak ještě Tya Ossona, kterého bylo možné

vidět ve filmech Stmívání: Rozbřesk 1, Zrození planety opic nebo X-Men 2. Kromě zahraničních hostů se festivalu zúčastnili další odborníci, vědci a literáti zabývající se danou problematikou. Jedním z nich je Rudolf Kadlec, který vystudoval umělou inteligenci na Matematicko-fyzikální fakultě Karlovy Univerzity a nyní se věnuje výzkumu v oddělení IBM Watson v Praze. Pracuje zejména na algoritmech, které zpracovávají přirozenou řeč a které se zároveň umí učit. Zajímavým návštěvníkem festivalu mohl být i popularizátor kosmonautiky a zakladatel specializovaného portálu [www.kosmonautix.cz](http://www.kosmonautix.cz) Dušan Majer, který se snaží ukázat krásy letů do kosmu široké veřejnosti. Je autorem pořadu Dobývání vesmíru, jenž už téměř dva roky vychází na internetové televizi Stream.cz. Jedenácti denní festival již od roku 1996 láká do města Chotěboř spousty turistů a významným způsobem po dobu svého trvání zvyšuje návštěvnost ubytovacích, pohostinských a dalších souvisejících zařízení. [19]

Ve městě Golčův Jeníkov se v loňském roce poprvé uskutečnila Čertovská krampus<sup>25</sup> show. Jednalo se o odpolední záležitost probíhající 3. 12. 2016 od 15:00, přičemž kolem 17:00 hod. se v průvodu představila nejen čertovská skupina, ale i Mikuláš a andělé. Celý program byl doprovázen trhy, které se konaly na náměstí, a od půl 7 večer proběhl koncert kapely Rebel. Nakonec se většina zúčastněných přemístila do klubu Vagon, kde zakončila zajímavě strávené odpoledne. Po konzultaci se starostou města je zřejmé, že akci navštívila spousta návštěvníků nejen z blízkého, ale i dalekého okolí, o čemž svědčí i fakt, že v onen sobotní večer byla obsazena všechna ubytovací zařízení ve městě a možná i v jeho okolí. [4]

Kraj Vysočina skýtá i velké možnosti v oblasti sportu. Jak již bylo uvedeno výše, Českomoravská vrchovina nabízí svým návštěvníkům nejen mnoho kopců, skal, řek, vodních nádrží, ale také moderních sportovních komplexů. Jedná se o místa patřící k nejzachovalejším v České republice, je tedy právem nazýván zeleným srdcem republiky. Každé roční období přináší sportovcům spousty příležitostí, jak trávit svůj volný čas. Kdo vyznává zimní sporty, najde na Vysočině nespočet vhodných terénů pro běh na lyžích a poměrně nezanedbatelný počet svahů s vleky, většinou i s umělým zasněžováním. Nejvíce se lyžuje v Novém Městě na Moravě, přičemž se zde od roku 1934 každoročně koná závod Zlatá lyže Českomoravské vysočiny. Je skoro pravidlem, že se tento závod stává součástí Světového poháru v běhu na lyžích. V areálu rekreačního střediska Zubří je možné si vyzkoušet moderní snowtubing<sup>26</sup>. [67]. Jednou z nejúspěšnějších sportovních akcí v kraji Vysočina je Světový pohár v biatlonu,

---

<sup>25</sup> Jde o alpské strašidlo, které se objevuje především kolem adventu. Jedná se o starověkou tradici, jenž vznikla v rakouských Alpách, odkud se postupně rozšířila do celého Rakouska a následně i do okolních států. Krampus pochází od slangového výrazu krampas označující něco neživého.

<sup>26</sup> Zahrnuje v sobě jízdu vysokou rychlostí ze svahu dolů v předpřipraveném sněhovém korytě na vzduchem plněné duši.

který se koná od roku 2013 ve zmiňovaném Novém Městě na Moravě. V loňském roce probíhal šampionát od 13. do 18. prosince, na programu byly mužské a ženské závody ve sprintech, stíhací závody a závody s hromadným startem. Zúčastnilo se celkem 123 500 diváků, což se významným způsobem zasloužilo o pozvednutí cestovního ruchu na Novoměstsku v tomto období. Je zajímavé, že o přestávkách mezi jednotlivými závody byla na obrovské obrazovce propagována místa v kraji, která stojí za navštívení. Tímto vlastně Vysočina lákala návštěvníky biatlonu na svůj kulturní, historický a přírodní potenciál.

### **4.3 Realizační předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

První podkapitola této části diplomové práce se zabývá komunikačními předpoklady rozvoje cestovního ruchu, analyzuje tedy podmínky pro turisty v podobě nejen vhodné silniční a železniční dopravy, ale i jaké je v kraji Vysočina množství cyklostezek a jaké jsou vůbec možnosti pro cyklisty, neboť jsou v současné době cykloturistika, hipoturistika a podobné způsoby trávení volného času velice atraktivní. Následně se bude práce zabývat materiálně-technickými předpoklady, ty jsou pro rozvoj cestovního ruchu také velice důležité. Poskytují informace o ubytovacích, stravovacích zařízeních a zařízeních, jež poskytují svým návštěvníkům možnost aktivně trávit volný čas, tedy sportovní areály.

#### **4.3.1 Komunikační předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Na území kraje Vysočina se nachází celkem 5 077 km silnic, z toho dálnice D1 protíná kraj v délce 93 km. Následně se na jeho území rozkládá 419 km silnic I. třídy a 4 565 km silnic II. a III. třídy. Rozložení silniční sítě v kraji podle okresů je rovnoměrné a je v relaci s celkovou výměrou územních jednotek a strukturou osídlení. V příloze I lze vidět silniční síť kraje, avšak pro vyšší přehlednost na něm nejsou vyobrazeny silnice III. třídy.

Železniční síť je v kraji konfigurována hvězdicovitě se dvěma centry, Jihlavou a Havlíčkovým Brodem. Celková délka 592 km tratí představuje hustotu 0,086 km/km<sup>2</sup>, přičemž nižší hustotu železniční sítě má pouze Zlínský kraj. [42]

Pokud zrovna není zima, je Vysočina velice atraktivní pro cykloturisty. Prochází tudy 2 významné české cyklotrasy. První je Pražská vedoucí z Prahy přes Seč, Hlinsko v Čechách a Nové Město na Moravě do Brna. Druhá se nazývá Českomoravská, ta spojuje Jeseníky s Jihlavou a Slavonicemi, které jsou významnou spojkou a výchozím bodem pro mnoho dalších cyklotras. Přímo cyklostezky jsou budovány zejména v intravilánech měst pro bezpečnější cyklistickou dopravu, která je tak přemísťována z frekventovaných městských komunikací. Dále jsou cyklostezky budovány jako výpadovky z měst, resp. spojnice příměstských částí nebo

blízkých obcí, kdy plní současně funkci dopravní a naopak pro obyvatele měst funkci převážně rekreační. Jsou budovány rovněž mezi městy a obcemi především tam kde vedou významné silniční tahy s tranzitní dopravou. Cyklostezky jsou také budovány jako součást turistických cyklotras, zejména těch s nadregionálním významem. [42]. V kraji se nachází celkem 123 cyklostezek a cyklotras. Obrázek 8 ukazuje jejich počet rozdělený dle jednotlivých oblastí



**Obrázek 8:** Graf popisující počet cyklostezek a cyklotras v kraji Vysočina

*Zdroj: vlastní zpracování dle [81]*

Z grafu je zřejmé, že nejlepší podmínky pro cykloturistiku mají oblasti Třebíčska a Žďárska, oficiálně se zde vyskytuje dohromady 78 značených cyklotras. Naopak oblasti s nejmenším počtem cyklotras jsou Pelhřimovsko, Jihlavsko a Telčsko.

Nejen podkapitoly 0 Program Cyklodoprava a cykloturistika a 0 Program Lyžařské běžecké trasy, ale i prioritní oblast Strategie podpory cykloturistiky a cyklodopravy v kraji Vysočina 2014-2020 jasně prokazují, že je v kraji dlouhodobě podporován rozvoj infrastruktury pro cestovní ruch. Jak je uvedeno, jedná se především o cyklotrasy, cyklostezky, in-line dráhy, naučné pěší a lyžařské trasy, hipostezky. Z tabulky v podkapitole 3.3.1 Podprogram Cestování dostupné všem je zřejmé, že jsou podporovány i různé sportovní areály a podobně. Podpora je poskytována samozřejmě i na doprovodnou infrastrukturu jako jsou např. odpočívadla, lavičky, informační tabule, mapy atp. Údržba, zkvalitňování a další budování této infrastruktury výrazně přispěje k rozvoji cestovního ruchu v kraji. Naopak bylo v této práci již zmíněno, že by měly být z dané podpory vyloučeny výstavby a rekonstrukce ubytovacích kapacit, ty by měly být plně v režii soukromého sektoru v rámci volné tržní soutěže.



### 4.3.2 Materiálně-technické předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Regionální statistiky jsou s ohledem na cestovní ruch zatím dosti omezené. Doposud zjištěné statistické informace nemají tu schopnost, aby plošně postihly všechna zařízení, údaje za chybějící zařízení se pak získávají dopočtem. Následně je problém i s absencí sociologických průzkumů návštěvnosti v jednotlivých místech a oblastech. Hrubý přehled o kapacitách zařízení cestovního ruchu v kraji Vysočina ve srovnání s ostatními kraji České republiky uvádí Tabulka 19. [42]

**Tabulka 19:** Kapacity hromadných ubytovacích zařízení v krajích ČR k 31.12.2015

	POČET ZAŘÍZENÍ	POKOJE	LŮŽKA	MÍSTA PRO STANY A KARAVANY
Jihočeský kraj	1 205	20 399	58 839	13 017
Královéhradecký kraj	1 055	17 604	49 628	5 070
Liberecký kraj	892	14 501	43 651	2 592
Jihomoravský kraj	813	18 143	45 236	5 353
Hlavní město Praha	797	41 854	91 059	1 062
Středočeský kraj	669	13 099	34 812	5 469
Moravskoslezský kraj	576	11 742	29 923	1 935
Plzeňský kraj	521	10 286	28 503	3 818
Karlovarský kraj	471	15 929	32 706	1 088
Ústecký kraj	468	8 832	23 351	1 609
Olomoucký kraj	465	8 836	22 834	1 124
<b>Kraj Vysočina</b>	<b>445</b>	<b>8 311</b>	<b>23 989</b>	<b>3 268</b>
Zlínský kraj	443	10 006	25 651	1 373
Pardubický kraj	341	6 716	19 068	1 807

*Zdroj: vlastní zpracování dle [14]*

Z uvedené tabulky vyplývá, že se kraj Vysočina nachází téměř až na konci sestupně seřazené tabulky, počtem hromadných ubytovacích zařízení předčila pouze kraj zlínský a pardubický. V souvislosti s tímto zjištěním je možné tvrdit, že v rámci České republiky v současné době představuje turistický region spíše podprůměrného významu. Co se týče velikosti ubytovacího zařízení, byl její průměr na Vysočině 18,7 pokojů, tedy menší než v České republice (22,5 pokojů), také z hlediska počtu lůžek na jedno zařízení se kraj ocitl s 53,9 lůžek na zařízení pod průměrem České republiky (57,8 lůžek). O kvalitě struktury ubytovacích zařízení vypovídá fakt, že průměrný počet lůžek v jednom pokoji 2,9 byl naopak vyšší ve srovnání s celou Českou

republikou (2,6 lůžka na pokoj). Tabulka 20 poskytuje údaje o struktuře hromadných ubytovacích zařízení v jednotlivých okresech kraje Vysočina.

**Tabulka 20:** Počet hromadných ubytovacích zařízení v kraji Vysočina dle okresů k 31.12.2015

Ubytovací zařízení	Havlíčkův Brod	Jihlava	Pelhřimov	Třebíč	Žďár nad Sázavou	Celkem
Hotel *****	1	-	-	-	-	1
Hotel, motel, hotel ****	1	6	4	2	4	17
Hotel, motel, hotel ***	11	10	8	9	21	59
Hotel, motel, hotel **	-	2	4	2	4	12
Hotel, motel, hotel *	-	-	1	-	3	4
Hotel garni	-	1	-	2	2	5
Penzion	27	23	19	18	52	139
Kemp	4	3	7	10	6	30
Chatová osada	6	2	6	1	7	22
Turistická ubytovna	6	10	8	12	16	52
Ostatní	14	13	28	12	37	104
Celkem	70	70	85	68	125	445

*Zdroj: vlastní zpracování dle [15]*

Tabulka ukazuje, že se v celém kraji nachází pouze jeden hotel pyšníci se 5 hvězdičkami. Tento hotel se nachází v okrese Havlíčkův Brod. Následně je vidět, že se na Vysočině nejvíce setkáme s ubytovacími zařízeními typu penzion, který se poměrně v hojném počtu vyskytuje v okrese Žďár nad Sázavou, přičemž tento okres oplývá také největším počtem ubytovacích zařízení. Celý kraj má k dispozici poměrně nízký počet hotelů, motelů a hotelů s jednou hvězdičkou a také hotelů garni<sup>27</sup>. A jak je to s návštěvností hromadných ubytovacích zařízení v jednotlivých okresech kraje uvádí Tabulka 21.

**Tabulka 21:** Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v kraji Vysočina dle okresů v roce 2015

OKRES	HOSTÉ		PŘENOCOVÁNÍ		PRŮMĚRNÝ POČET PŘENOCOVÁNÍ
	REZIDENTI	NEREZIDENTI	REZIDENTI	NEREZIDENTI	
Havlíčkův Brod	62 251	7 746	164 397	18 309	2,6
Jihlava	68 198	19 443	166 064	38 752	2,3
Pelhřimov	54 704	12 127	164 418	39 572	3,1
Třebíč	55 522	7 083	141 829	17 273	2,5
Žďár nad Sázavou	170 337	16 301	412 877	38 038	2,4
Celkem	411 012	62 700	1 201 529	151 944	2,6
	473 712		1 201 529		

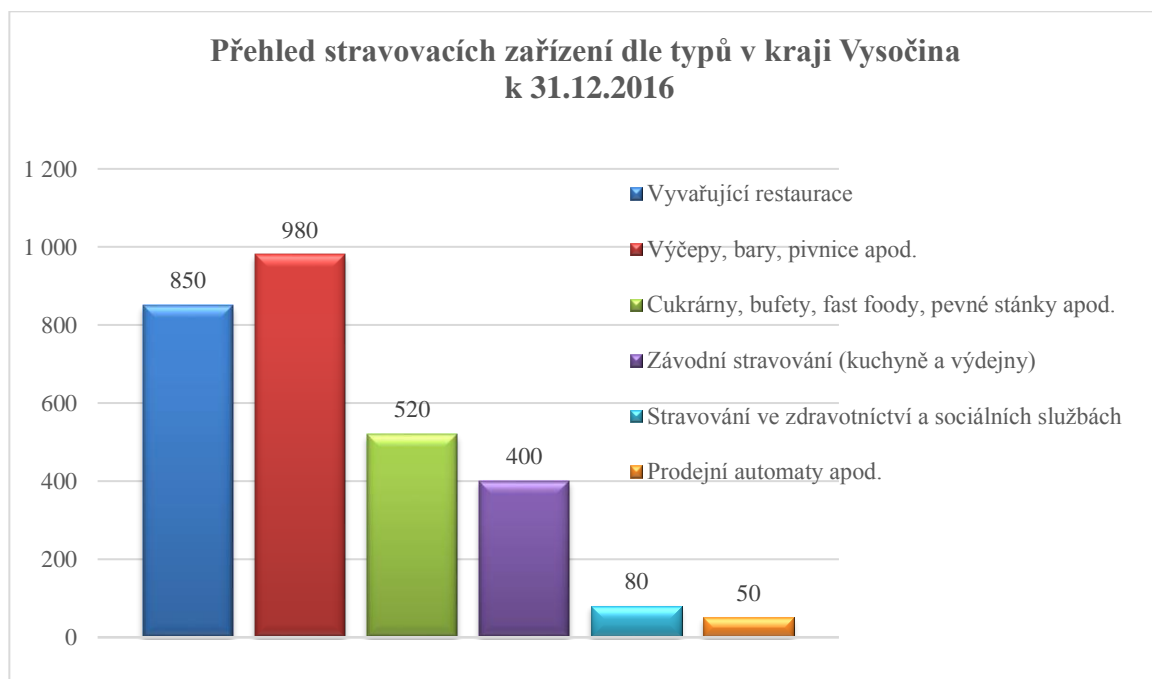
*Zdroj: vlastní zpracování dle [16]*

Na první pohled je vidět, že se turisté nejvíce zdržují v okrese Žďár nad Sázavou. Rezidenti se sem sjíždějí v hojném počtu, pro rok 2015 tento počet činil 170 337. Zahraniční návštěvníky

<sup>27</sup> Jedná se o hotelové zařízení specializující se na samotné ubytování, stravovací služby jsou zde velmi omezené. Zpravidla hotel garni nabízí pouze snídaně a maximálně drobné občerstvení během celého dne.

zase nejvíce okouzil okres Jihlava, podívalo se sem 19 443 nerezidentů. Naopak méně se turisté zdržují v okrese Třebíč, což je zajímavé, protože v okresním městě se nacházejí dvě památky světového dědictví UNESCO, a tak by bylo logické, kdyby většina cestovatelů zavítala právě do města Třebíč. Hosté se průměrně v ubytovacích zařízeních zdržují necelé tři noci, a to je dost málo na to, aby prozkoumali všechny krásy okolí.

Stravovací zařízení jsou po kraji rozmístěna velice rovnoměrně. V každé větší obci existuje minimálně jedna hospůdka nebo bistro, které je využíváno zejména místními obyvateli, popřípadě cyklisty či projíždějícími návštěvníky. Pokud vykazuje oblast určitý potenciál pro rozvoj cestovního ruchu, nechybí tu restaurace a jiné na turisty zaměřené stravovací provozovny. V určitých případech se dokonce stravovací zařízení vyskytují i na místech, kde by je nikdo spíše neočekával. V kraji Vysočina je evidováno kolem 2 900 provozoven stravovacích služeb různých typů. Obrázek 9 poskytuje přehled o typu provozoven, jež poskytují stravovací služby. V počtu dozorovaných subjektů není zahrnuta evidence stánkového mobilního a pultového prodeje občerstvení.



**Obrázek 9:** Graf popisující počet stravovacích zařízení dle typů v kraji Vysočina k 31.12.2016

*Zdroj: vlastní zpracování dle [52]*

Je možné si povšimnout, že kraj oplývá největším počtem výčepů, barů, pivnic a zařízení podobného typu, avšak množství vyvažujících restaurací také není zanedbatelné, na Vysočině jich je možné najít hned 850. Nižší výskyt občerstvujících zařízení zaznamenala krajská hygienická stanice v podobě prodejních automatů.

K materiálně-technickým předpokladům rozvoje cestovního ruchu patří bezpochyby i přírodní sportovní areály. Během posledních několika let se čím dál tím více zvyšuje zájem o pobyt a zdravý pohyb v těchto areálech. Města a obce v rámci různých dotačních programů opravují staré a staví nové sportovní areály. Ovšem povědomost lidí o jejich výskytu je dosti nízká. I v kraji Vysočina je takových středisek hned několik:

- Cyklo Aréna Vysočina- singletrack, Nové Město na Moravě;
- Český mlýn Jihlava;
- Fitpark na Skalce, Jihlava;
- Sportovně relaxační areál Na Hvězdě v Třebíči;
- Workoutové hřiště Třebíč, Tyršovy sady;
- Rekreační areál U Roštěnky v Telči;
- Workoutové hřiště v Havlíčkově Brodě;
- Workoutové hřiště Počátky;
- Workoutové hřiště v Náměšti nad Oslavou;
- Rekreační areál Pilák u Žďáru nad Sázavou.

Cyklo Aréna Vysočina, která byla otevřena veřejnosti v září 2014, těží z místní bikové tradice a ze zkušeností s pořádáním několika Světových pohárů horských kol. Jednotlivé stezky zde byly koncipovány tak, aby prožitky z horské cyklistiky poskytl co nejširší skupině cyklistů. V areálu je možné najít trasy jak technicky nenáročné, zábavné a z hlediska bezpečnosti vhodné i pro děti a handicapované cyklisty, tak i trasy pro zkušené a velice náročné, jež svojí obtížností vycházejí z aktuálních trendů stavby tratí ve Světovém poháru horských kol. Cyklistům je nabízeno 30 km dlouhá síť trialových stezek rozdělených do pěti stupňů obtížnosti, od nejtěžší po nejlehčí.

Rekreační areál Pilák budovaný v letech 2013 až 2014 se nachází v krásném přírodním prostředí ohraničeném lesem chráněné krajinné oblasti, již výše uvedené, Žďárské vrchy v srdci Českomoravské vysočiny a poskytuje svým návštěvníkům všech věkových kategorií nepřehledné množství sportovních a rekreačních aktivit. Součástí areálu je fitpark, workoutové hřiště pro posilování celého těla, které je umístěné v opravdu pěkném přírodním prostředí v těsné blízkosti Pilské nádrže. Beze sporu se jedná o přírodní sportovní areál budoucnosti, je vybavený sociálním zázemím s možností stravy, ubytování a je vhodný pro celou rodinu. [72]

Jde-li o podpůrné služby, hrají i v kraji Vysočina určitě nezastupitelnou roli turistická informační centra. Jejich fungující síť lze pokládat za prověřený a účinný nástroj rozvoje cestovního ruchu. Tato centra jsou většinou, jak již bylo uvedeno v podkapitole 4.1.1 (Veřejný sektor), prvním navštíveným místem v dané lokalitě. Za pomoci spolehlivých informací ovlivňují pobyt návštěvníků v regionu a tím se podílí na vytváření výsledného dojmu, jaký si z něj turisté odvázejí. Proto se nároky na kvalitu práce personálu turistických informačních center neustále zvyšují, a to ať už jde o detailní znalosti území, potřebné jazykové vybavení nebo odpovídající znalosti komunikačních a informačních technologií. [49]

#### **4.4 Selektivní předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

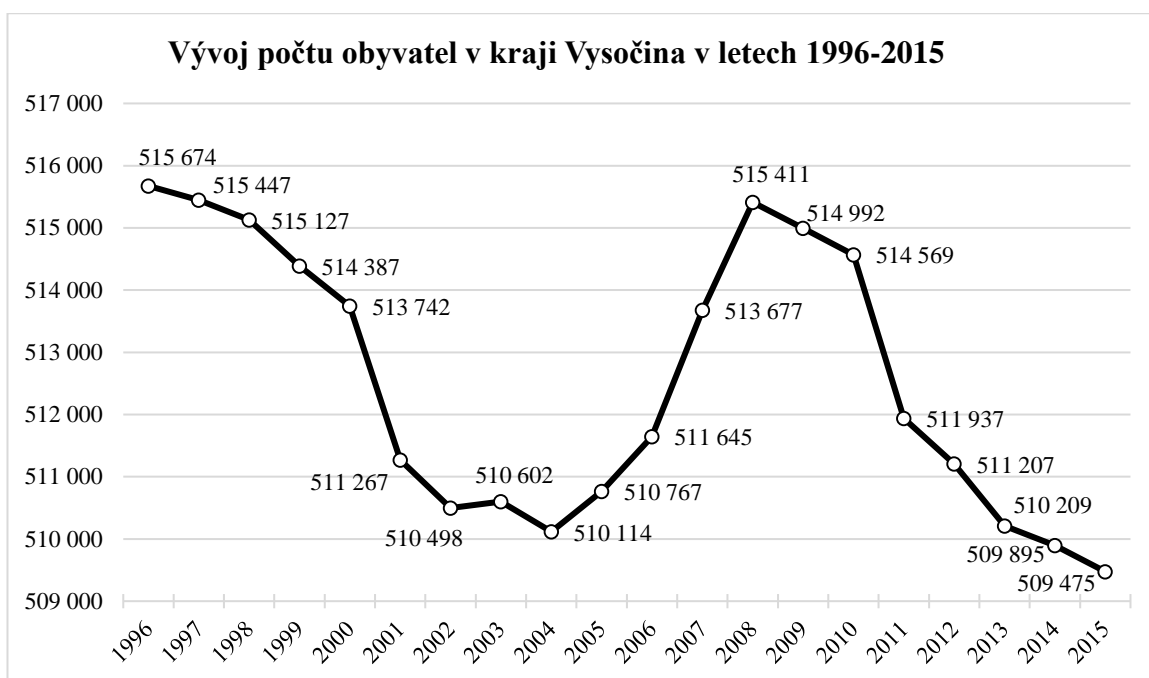
Selektivní předpoklady rozvoje cestovního ruchu v sobě zahrnují spoustu oblastí zasahujících do cestovního ruchu, ať už významným způsobem nebo se daného tématu pouze dotýkají. Zabývat se všemi by bylo příliš obsáhlé, a proto byly pro účely práce vybrány jen důležitější z nich. Krátce popsány jsou politické, demografické, ekonomické a administrativní předpoklady.

##### **4.4.1 Politické předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

V souvislosti s regionální úrovní se vnímání důležitosti rozvoje cestovního ruchu místními politiky projevuje zejména v dlouhodobé a systematické veřejné, finanční podpoře směřující na aktivity, které mají co dočinění s cestovním ruchem. Přesným příkladem takové podpory může být Fond Vysočiny, o němž pojednává kapitola 3.5 (Programy financované z Fondu Vysočiny). Mohou z něj drobní podnikatelé figurující v cestovním ruchu čerpat podporu na takové záměry, jenž jsou z ostatních podpůrných mechanismů, jako jsou dotace na úrovni České republiky, vyloučeny. [75]

##### **4.4.2 Demografické předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

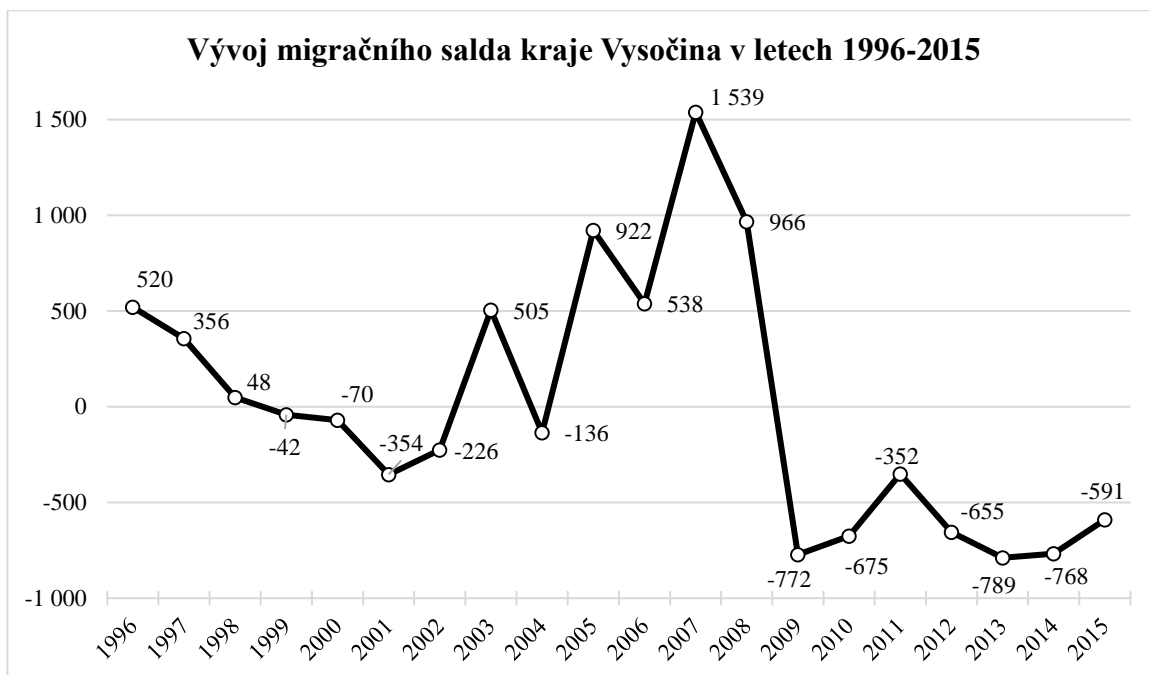
Obrázek 10 podává informaci o vývoji počtu obyvatel v kraji Vysočina v posledních dvou dekáдах.



**Obrázek 10:** Graf popisující vývoj počtu obyvatel v kraji Vysočina

*Zdroj: vlastní zpracování dle [42]*

V období 1994 až 1998 počet obyvatel kolísal a pohyboval se mezi hodnotami 515 a 516 tis., následně pak počet obyvatel v kraji klesal až do roku 2004. Teprve v roce 2005 zaznamenala Vysočina meziroční růst své populace. Za povšimnutí stojí výrazný skok v počtu obyvatel v roce 2001, který byl způsoben opravou dle výsledků sčítání 2001, kdy byl počet obyvatel snížen v důsledku této opravy o 1 509 osob. Po několikaletém růstu, jenž vyvrcholil v roce 2008 opětovným překonáním hranice 515 tis., dochází od roku 2009 k dalšímu poklesu počtu obyvatel v kraji, který pokračoval i v následujících letech. Také výrazný pokles počtu obyvatel v roce 2011 je třeba zase zasadit do souvislosti s převzatými výsledky Sčítání obyvatel. Vývoj počtu obyvatel na území kraje však není ovlivněn pouze přirozenou měnou, ale také migrací, tedy počtem přistěhovalých a vystěhovalých. Obrázek 11 ukazuje, jak se vyvíjelo migrační saldo na Vysočině opět v posledních dvou dekadách.



**Obrázek 11:** Graf popisující vývoj migračního salda kraje Vysočina

*Zdroj: vlastní zpracování dle [42]*

Až na některé výjimky se kraj Vysočina vyznačoval od konce 2. světové války spíše vyšším počtem vystěhovalých než přistěhovalých. To přerušila až výstavba jaderné elektrárny v Dukovanech, která způsobila velký příliv obyvatel do okresu Třebíč v letech 1981-1983. S koncem osmdesátých let však kraj znovu vykazoval záporné migrační saldo a daný stav přetrvával až do konce roku 1994. Tehdy byl poprvé po deseti letech zaznamenán vyšší počet přistěhovalých a obdobná situace vydržela celých pět let. Od roku 2001 počet přistěhovalých rostl, přičemž v roce 2007 dosáhl rekordní úrovně. Počet vystěhovalých se každoročně zvyšoval až do roku 2004. Následně v roce 2005 nastal meziroční propad počtu emigrujících osob z kraje, ovšem poté došlo opět k dalším meziročním růstům. Hodnota za rok 2007 byla stejně jako u imigrantů rekordní. Od roku 2008 došlo k výraznému snížení počtu přistěhovalých do kraje Vysočina i vystěhovalých z kraje. Celkově bylo od roku 2009 na Vysočině záporné saldo migrace. [42]

Strukturu obyvatelstva podle nejvyššího dosaženého stupně vzdělání na Vysočině ukazuje Obrázek 12. Podle zjištěných informací je faktem, že v porovnání s průměrem České republiky není příliš příznivá.



**Obrázek 12:** Graf popisující vzdělanostní strukturu obyvatel v kraji Vysočina

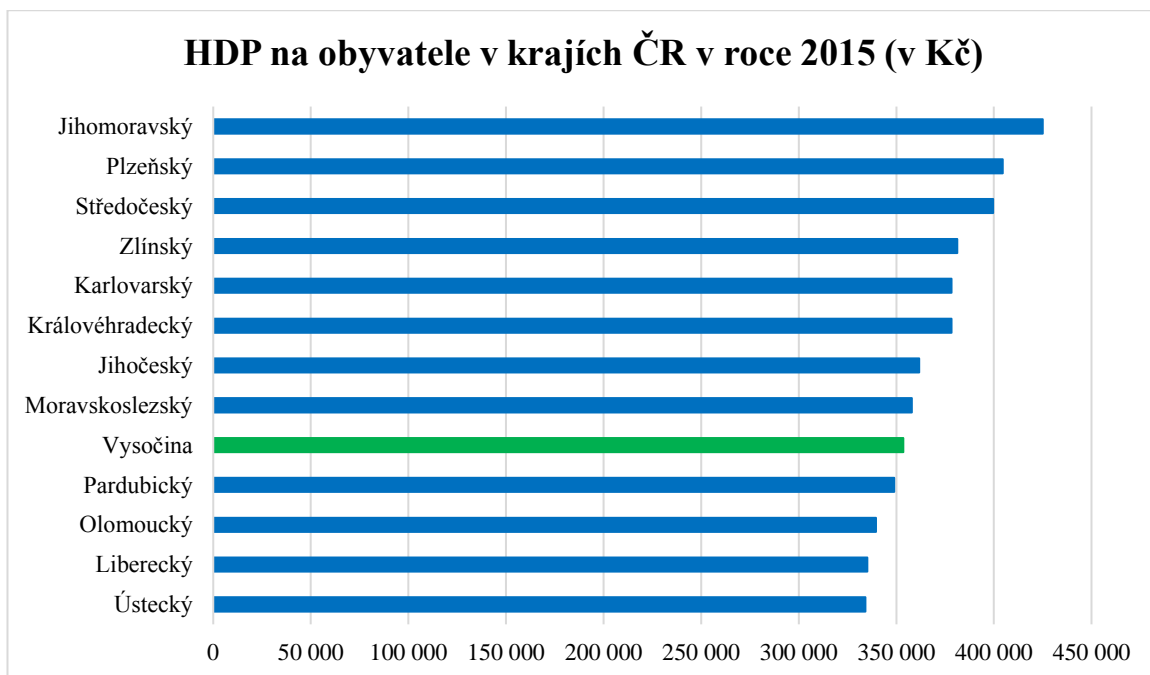
*Zdroj: vlastní zpracování dle [42]*

Podle výběrového šetření pracovních sil za rok 2015 činil na Vysočině podíl vysokoškoláků na obyvatelstvu starším 15 let 16,6 % (v České republice 32,3 %). Podíl osob, které dosáhly středoškolského vzdělání s maturitou, byl na Vysočině evidován o něco nižší, než činil průměr České republiky, tedy 37,2 % (v České republice 37,5 %). Procento osob, které dosáhly pouze základního vzdělání nebo neměly vzdělání žádné, bylo na Vysočině také mírně pod republikovým průměrem 3 % (v České republice 4 %). V kraji Vysočina byla nejvíce zastoupena skupina osob se středním vzděláním bez maturity 43,2 % (v České republice 35,2 %), tedy především vyučených. [42]

#### **4.4.3 Ekonomické předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Jedním ze základních souhrnných ukazatelů hospodářské úrovně je výše hrubého domácího produktu (HDP), která vyjadřuje celkovou peněžní hodnotu statků a služeb vytvořenou za dané období na určitém území. Pro srovnávání ekonomické úrovně regionů se užívá relativní ukazatel HDP na 1 obyvatele. Obrázek 13 zobrazuje pozice kraje Vysočina v porovnání s ostatními kraji ČR. Pro lepší přehlednost je vyřazena hodnota hlavního města Prahy, neboť je několikanásobně vyšší (881 411 Kč) než u ostatních krajů.

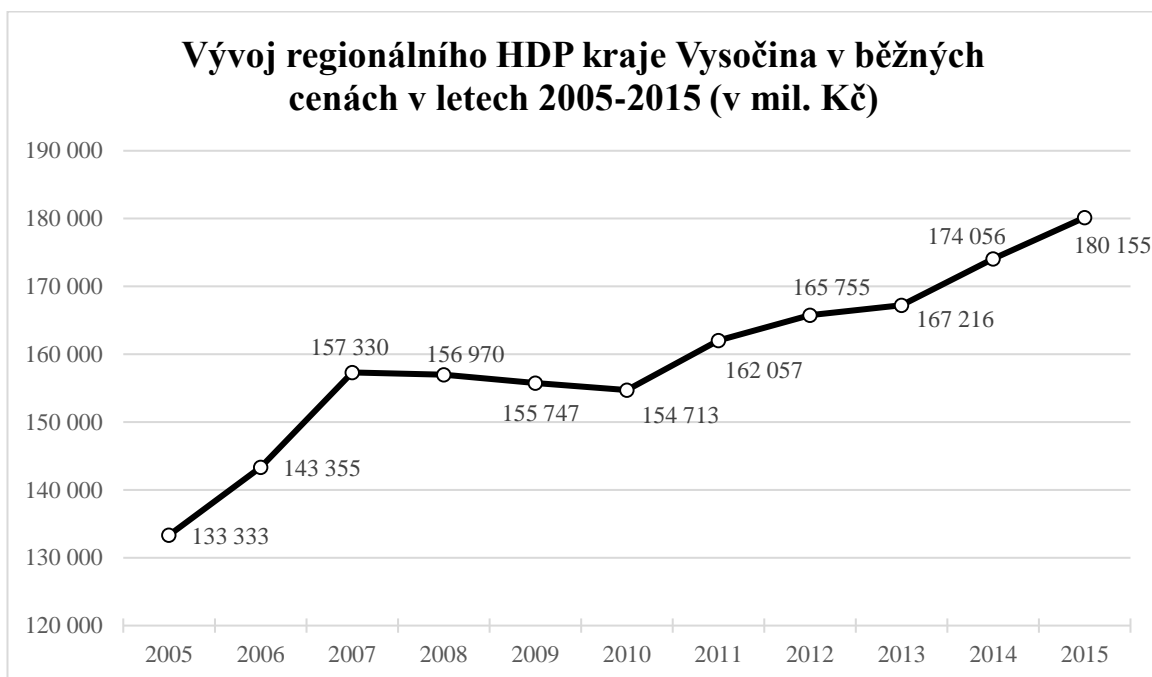




**Obrázek 13:** Graf popisující HDP na obyvatele v krajích ČR

*Zdroj: vlastní zpracování dle [11]*

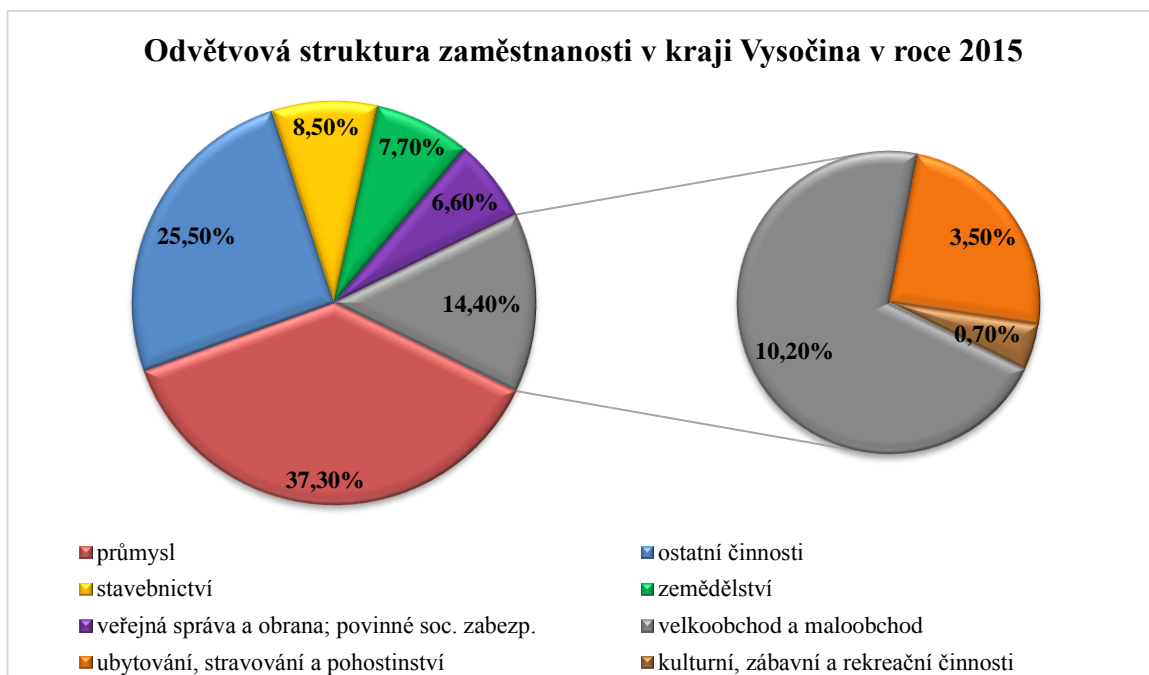
Kraj Vysočina se nachází přibližně pod polovinou porovnávaných krajů. HDP na obyvatele v tomto kraji činil přesně 353 587 Kč. Obrázek 14 poskytuje informaci o vývoji celkového HDP v kraji Vysočina za období 2005-2015. Je možné si všimnout, že v posledních několika letech má rostoucí tendenci.



**Obrázek 14:** Graf popisující vývoj regionálního HDP kraje Vysočina

*Zdroj: vlastní zpracování dle [12]*

Dalším ukazatelem, který je třeba zmínit v souvislosti s ekonomickými předpoklady rozvoje cestovního ruchu, je zaměstnanost v kraji. Obrázek 15 zobrazuje procentuální podíl zaměstnaných dle odvětvového členění národního hospodářství.

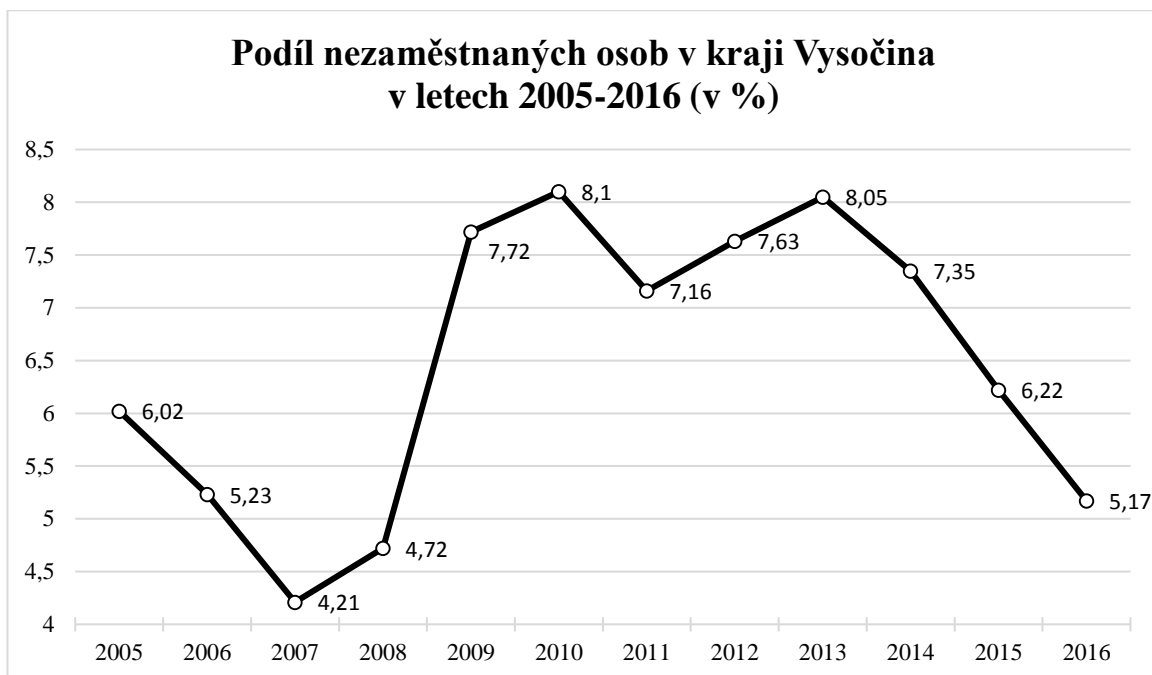


**Obrázek 15:** Graf popisující odvětvovou strukturu zaměstnanosti v kraji Vysočina

*Zdroj: vlastní zpracování dle [42]*

Největší podíl zaměstnaných je možné najít v průmyslovém odvětví (88,2 tis. zaměstnaných), následně pak v obchodu (24,2 tis. zaměstnaných), poté ve stavebnictví (20,2 tis. zaměstnaných) a v zemědělství (18,2 tis. zaměstnaných). Konkrétně v oblasti cestovního ruchu je zhruba 24,2 tis. obyvatel kraje zaměstnáno v obchodě, 8,2 tis. v ubytovacích, stravovacích a pohostinských zařízeních a pouze 1,6 tis. v kulturních, zábavních a rekreačních podnicích.

Procentuální vývoj nezaměstnanosti v kraji Vysočina popisuje Obrázek 16, a to v letech 2005-2016.



**Obrázek 16:** Graf popisující podíl nezaměstnaných osob v kraji Vysočina

*Zdroj: vlastní zpracování dle [18]*

Od roku 2005 do roku 2007 nezaměstnanost klesala až pod úroveň přirozené míry nezaměstnanosti, následně však začala prudce stoupat vlivem ekonomické krize a v roce 2010 se vyšplhala až na 8,1 %. Od roku 2013 však nezaměstnanosti v kraji opět klesá a dostává se tak ke svému potenciálu, což je bezpochyby velmi kladný jev.

#### **4.4.4 Administrativní předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Do této skupiny selektivních předpokladů rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina jsou zařazeny především zákony, vyhlášky a různá nařízení. Oblast cestovního ruchu nejvíce zastřešuje zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu upravující povinnosti cestovní kanceláře a cestovní agentury, náležitosti cestovní smlouvy, definující nejen pojem zájezd, ale také zákonné pojištění cestovních kanceláří proti úpadku. Podnikání v cestovním ruchu dále upravují např. tyto zákony:

- Zákon č. 89/2012 Sb., nový občanský zákoník;
- Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech;
- Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání;
- Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce;
- Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele;

- Zákon č. 525/2004 Sb., o ochraně osobních údajů;
- Zákon č. 526/1990 Sb., o cenách;
- Zákon č. 222/2009 Sb., o volném pohybu služeb apod.

Dále do oblasti cestovního ruchu zasahují např. tyto vyhlášky:

- Vyhláška č. 137/2004, o hygienických požadavcích na stravovací služby;
- Vyhláška č. 295/2001, o provádění a obsahové náplni zkoušky odborné způsobilosti pro výkon průvodcovské činnosti v oblasti cestovního ruchu;
- Vyhláška č. 347/2002, o hygienických požadavcích na prodej potravin a rozsah vybavení prodejny podle sortimentu prodávaných potravin atd.

## **4.5 Zhodnocení předpokladů rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina**

### **Lokalizační předpoklady rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina**

Analyzovaný kraj Vysočina se nachází v mírně teplé podnebné oblasti, jeho nejvyšší části spadají do chladné oblasti, podoblasti mírně chladné. Jsou zde zbudovány vodní nádrže, z nichž některé jsou důležitými zdroji pitné vody. Vodní plochy se řadí k významným předpokladům existence a rozvoje cestovního ruchu, jsou využívány spíše v letním období a jejich využití je ovlivněno klimatickými faktory. Nacházejí se zde 2 chráněné krajinné oblasti, množství národních přírodních rezervací, národních přírodních památek, přírodních parků apod., z čehož vyplývá, že má kraj vysokou environmentální i estetickou hodnotu. Krom uvedeného má Vysočina velký potenciál pro konání různých sportů, ať už zimních, je vhodná pro běžkování, lyžování, bruslení atp., ale i letních, jako je cykloturistika, hipoturistika, turistika, sjíždění řek, horolezectví (disponuje množstvím skal nacházejících se obzvláště ve Žďárských vrších) apod.

Mimo velice atraktivního přírodního zázemí je možné v kraji vidět velké množství památek, ať už se jedná o gotické hrady, barokní a církevní stavby nebo památky lidového stavitelství (historická jádra měst a venkovskou lidovou architekturu), z nichž jsou některé zapsané do světového dědictví UNESCO. Právě kraj Vysočina se může pyšnit, v porovnání s ostatními kraji, největší koncentrací památek UNESCO v České republice. Dále se zde vyskytuje 15 nemovitých a 3 movité národní kulturní památky. Sochy Michala Olšiaka vyobrazují moderní uměleckou tvorbu, která může do kraje přilákat mnoho turistů. Tyto betonové sochy ještě více zdobí už tak krásná místa oplývající vysoce atraktivními přírodními podmínkami vhodnými pro cykloturistiku, hipoturistiku, turistiku jako takovou

apod. Každým rokem stále více vzkvétající zoologická zahrada láká ze všech atraktivit v kraji turisty nejvíce. Šikland, největší zábavní komplex v České republice, nabízí svým návštěvníkům spoustu zážitků. Od zhlížení westernových vystoupení, přes prohlídku westernového městečka a strašidelného zámku Draxmoor, až po možnost vytvořit si zajímavé 3D fotografie, ze kterých bude mít každý pocit, jako by navštívil nejlákavější místa světa. Pro cestování s dětmi je stylovou možností ubytovat se v pohádkové vesničce Podlesíčko, která je svým charakterem v České republice unikátní. Největší festival popkultury v České republice, Festival fantazie, je vhodný pro milovníky fantasy, sci-fi a hororových her, filmů, seriálů, animací, comicsů a knih. Přivádí každoročně v létě do kraje řadu zajímavých osobností, se kterými je možné se v rámci festivalu setkat. Rovněž roznáší povědomí o moderních technikách kinematografické tvorby, rozšiřuje svým návštěvníkům obzory ve světě fantasy her a přináší další podobné zážitky. Pozitivum je možné spatřovat také v přenášení tradic z okolních zemí, což vyplývá z konání Krampus show v Golčově Jeníkově minulý rok v prosinci, jejíž pořadatelé zaznamenali obrovskou návštěvnost. Akce mezinárodního rozměru, Světový pohár v Biatlonu v Novém Městě na Moravě, láká na Vysočinu neskutečné množství turistů, a to českých, ale i zahraničních turistů.

### **Realizační předpoklady rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina**

V kraji se nachází poměrně hustá silniční síť, která zabezpečuje slušnou dopravní obslužnost. Prochází tudy dálnice D1, v jejíž blízkosti se nacházejí různé atraktivity, a to přírodní i kulturně-historické. Železniční zasíťování je velmi slabé, nižší hustotu železniční sítě má v České republice pouze Zlínský kraj. Vysočina také oplývá velkým množstvím cyklotras a cyklostezek, avšak v rámci kraje jsou nerovnoměrně rozloženy. Největším počtem cyklotras a cyklostezek oplývá Třebíčsko (41) a Žďárské vrchy (37), oproti tomu velmi málo infrastruktury vhodné pro cyklisty je možné najít na Pelhřimovsku (8), Jihlavsku a Telčsku (9).

Negativem v materiálně-technických předpokladech je skutečnost, že jsou existující regionální statistiky velmi omezené, neposkytují tak ucelené a stoprocentní informace. V porovnání s ostatními kraji České republiky je na Vysočině malý počet ubytovacích zařízení, a to výrazně, kraj má 445 HUZ, je na třetím místě od konce, a Jihočeský kraj, který je na prvním místě oplývá kapacitou 1 205 HUZ, což je více než dvojnásobek. Rozložení HUZ v rámci kraje je poměrně rovnoměrné, s výjimkou okresu Žďár nad Sázavou, ve kterém se nachází 125 hotelů, motelů, hotelů, penzionů, kempů apod., v ostatních okresech je v rozmezí 68-58 HUZ. Nedostatkem je, že se zde nachází pouze jeden

5 hvězdičkový hotel, sedmnáct 4 hvězdičkových hotelů, Vysočina tedy nenabízí velké množství luxusnějšího ubytování. Ani počet zahraničních turistů v kraji není vysoký. Z celkového počtu návštěvníků HUZ jich pouze 13,2 % patří mezi nerezidenty. Z nich největší počet nocuje v okrese Jihlavě a nejnižší v okrese Třebíč. Rezidenti často přespávají v okrese Žďár nad Sázavou, a to výrazně, nejméně v okrese Pelhřimov. Celkově je návštěvnost nejnižší na Třebíčsku, což je při nejmenším podivné. V tomto okrese se totiž, jak již bylo uvedeno, nachází poměrně značný počet cyklotras a cyklostezek, navíc jsou přímo ve městě Třebíč dvě UNESCO památky, které by měly být velkým lákadlem pro turisty. Pokud dané místo v kraji vykazuje určitou atraktivitu, ať už přírodní nebo kulturní či historickou, nachází se zde i určitá možnost stravování, a to buď v podobě restaurace, bistra nebo fast-foodu. Je tedy možné tvrdit, že má Vysočina optimální rozmístění stravovacích zařízení. V současnosti narůstá počet přírodních sportovních areálů, protože jsou výborným způsobem, jak trávit aktivně volný čas. Cyklo Aréna Vysočina v Novém Městě na Moravě nabízí kvalitní služby cyklistů všech kategorií, od méně náročných až po ty nejnáročnější. Relaxační areál Pilák nacházející se pod Zelenou horou, na které je možné najít památku UNSECO, poutní kostel sv. Jana Nepomuckého, disponuje spoustou možností, jak trávit volný čas. Je zde i možnost ubytování a stravování, včetně sociálního zařízení, to znamená, že se jedná o vysoce kvalitní, moderní a komplexní areál.

### **Selektivní předpoklady rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina**

Z hlediska politického je třeba vyzdvihnout existenci Fondu Vysočiny, který nabízí finanční prostředky drobným podnikatelům z oblasti cestovního ruchu na takové záměry, které jsou např. z dotací na úrovni celé České republiky vyloučeny.

Trend počtu obyvatel v kraji je klesající, což úzce souvisí i s migračním saldem, to se již od roku 2009 pohybuje v záporných číslech. Na Vysočině se nachází opravdu malý počet vysokoškoláků, z celkového počtu obyvatel nad 15 let pouhých 16,6 %. Nejvíce je zde možné nalézt středoškolsky vzdělané obyvatele bez maturity (43,3 %).

HDP na obyvatele se při porovnání s ostatními kraji na Vysočině pohybuje lehce pod prostřední hranicí. Činil za rok 2015 353 587 Kč a svou velikostí předčil kraj Pardubický, Olomoucký, Liberecký a Ústecký. Regionální HDP v běžných cenách od roku 2010 neustále určitým způsobem roste, což je velmi pozitivní zjištění. V cestovním ruchu a odvětvích s ním souvisejících je zaměstnáno 14,4 % obyvatelstva kraje, z toho 10,2 % ve velkoobchodu a maloobchodu, zbylých 4,2 % zaměstnanců pracuje v ubytovacích,

stravovacích, pohostinských, kulturních, zábavních a rekreačních zařízeních. Pozitivní je také, že od roku 2013 postupně klesá nezaměstnanost a blíží se ke svému potenciálu.

## **5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ**

Dotazníkové šetření spočívá ve zkoumání většího počtu subjektů, kvalita získaných informací závisí na úrovni konstrukce dotazníku i na spolehlivosti odpovědí respondentů. Velký problém se může vyskytnout při formulaci otázek, které nesmí působit sugestivně a mnohoznačně, musí být jednoduché a srozumitelné všem dotázaným. Proto je nutné na tyto aspekty při sestavování průzkumu pamatovat. Výhodou dotazníku je možnost jeho statistického zpracování. Následující část diplomové práce bude pojednávat o dotazníkovém šetření a jeho výsledcích, které se týkají obecních úřadů v kraji Vysočina, okresu Havlíčkův Brod.

### **5.1 Subjekty dotčené dotazníkovým šetřením**

V rámci dotazníkového šetření byly osločovány obecní úřady v kraji Vysočina, konkrétně v okrese Havlíčkův Brod, jejichž počet obyvatel se pohybuje nad hranicí 500 obyvatel. Na otázky odpovídali zaměstnanci uvedených obecních úřadů, jednalo se o starosty, místostarosty, hospodářky apod. Z celkového počtu 36 oslovených obcí jich 25 odeslalo vyplněný dotazník zpět. Mezi obcemi, které odpověděly, se nachází jedno okresní město, 2 města s rozšířenou působností, 3 města s pověřeným obecním úřadem, 2 města, 6 městysů a 11 běžných obcí. Celkem přišly odpovědi od 12 obcí, které mají nad 1 000 obyvatel a 13 obcí majících počet obyvatel v rozmezí 500-1 000. Tabulka 22 poskytuje přehled názvů jednotlivých obcí, včetně statutu, který jim byl přidělen.



**Tabulka 22:** Seznam vybraných obcí v okrese Havlíčkův Brod

OBEC	STATUT	POČET OBYVATEL
Havlíčkův Brod	okresní město	23 234
Chotěboř	město (obec s rozšířenou působností)	9 385
Světlá nad Sázavou	město (obec s rozšířenou působností)	6 659
Ledeč nad Sázavou	město (obec s pověřeným obecním úřadem)	5 215
Přibyslav	město (obec s pověřeným obecním úřadem)	4 020
Ždírec nad Doubravou	město	3 148
Golčův Jeníkov	město (obec s pověřeným obecním úřadem)	2 632
Štoky	městys	1 877
Krucemburk	městys	1 580
Habry	město	1 309
Lípa	obec	1 145
Česká Bělá	městys	1 005
Vilémov	městys	990
Havlíčková Borová	městys	964
Dolní Město	obec	892
Věž	obec	817
Maleč	obec	673
Úsobí	městys	670
Lipnice nad Sázavou	obec	662
Lučice	obec	645
Leština u Světlé	obec	578
Hněvkovice	obec	575
Nová Ves u Chotěboře	obec	564
Veselý Žďár	obec	558
Rozsochatec	obec	504

*Zdroj: vlastní zpracování dle [17]*

## 5.2 Složení dotazníkového šetření

Provedený výzkum se skládal ze dvou částí. První část byla zaměřena na cestovní ruch v obcích na Havlíčkobrodsku, mapovala současnou situaci odvětví cestovního ruchu v daném území a zjišťovala potenciální možnosti jeho dalšího rozvoje. Druhá část dotazníkového šetření směřovala svou pozornost k rozvojovým strategickým dokumentům, neboť plánování

budoucích aktivit vedoucích k rozvoji obce může vést i k rozvoji sledovaného cestovního ruchu.

### 5.3 Metodika dotazníkového šetření

Dotazník, který je uveden v příloze J, byl vytvořen v elektronické podobě na portálu vyplnto.cz a odkaz na něj byl rozeslán pomocí e-mailu všem vybraným obcím. Obsahuje 30 otázek, přičemž poslední otázka zjišťovala základní údaje o respondentovi, pohlaví, věk a vzdělání. Byly pokládány jak otevřené, tak polouzavřené a uzavřené otázky, v některých případech bylo možné označit více odpovědí.

### 5.4 Cíl dotazníkového šetření

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, jak zaměstnanci obecních úřadů v okrese Havlíčkův Brod vnímají cestovní ruch ve své obci, jestli se v ní nachází možné bariéry rozvoje cestovního ruchu nebo je naopak vysoce navštěvovaným místem v regionu. K řešení možných bariér mohou sloužit projekty uvedené rozvojových dokumentech, jejichž existenci a způsoby využití prověřovala druhá část dotazníku.

### 5.5 Základní ukazatele dotazníkového šetření

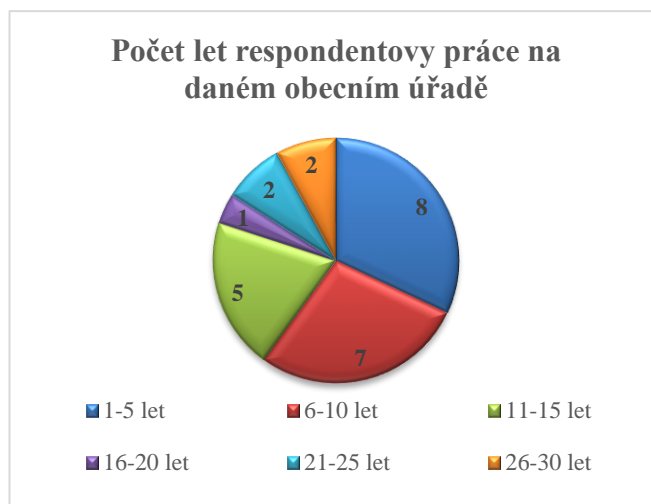
Na položené otázky odpovídalo celkem 18 mužů a 7 žen, přičemž z nich bylo 18 starostů/starostek, 1 místostarosta a 6 ostatních zaměstnanců obecního úřadu, do jejichž řady spadá ekonomka, matrikářka, 2 referenti a 2 hospodářky. Obrázek 17 poskytuje údaje o věkovém složení dotazovaných.



Obrázek 17: Graf popisující věkové složení respondentů

*Zdroj: vlastní zpracování*

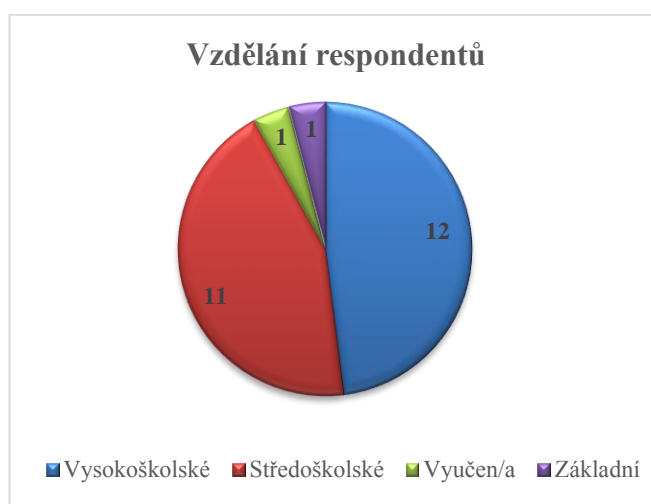
Nejvíce odpovědí přišlo od osob, které mají mezi 46-55 lety, poté mezi 36-45 lety a nad 56 let. Nejméně je zastoupen věk mezi 26-35 lety. Další otázka, která se týkala základních údajů, směřovala ke zjištění, jak dlouho daná osoba na obecním úřadě pracuje, informace poskytuje Obrázek 18.



**Obrázek 18:** Graf popisující počet let respondentovy práce na daném obecním úřadě

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Nejčastěji zaměstnanci pracují na svém obecním úřadě 1-5 let, následně 6-10 let, 11-15 let se zde zdržuje 5 osob, 16-20 let pouze jeden zaměstnanec, kategorie 21-25 let a 26-30 let je zastoupena vždy 2 osobami. Vzdělaností strukturu obsahuje Obrázek 19.



**Obrázek 19:** Graf popisující vzdělání respondentů

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z obrázku je na první pohled zřejmé, že nejvíce dotazovaných má vysokoškolské vzdělání, středoškolsky vzdělaných je jen o jednoho méně. Jeden respondent je vyučen a jeden má pouze základní vzdělání.

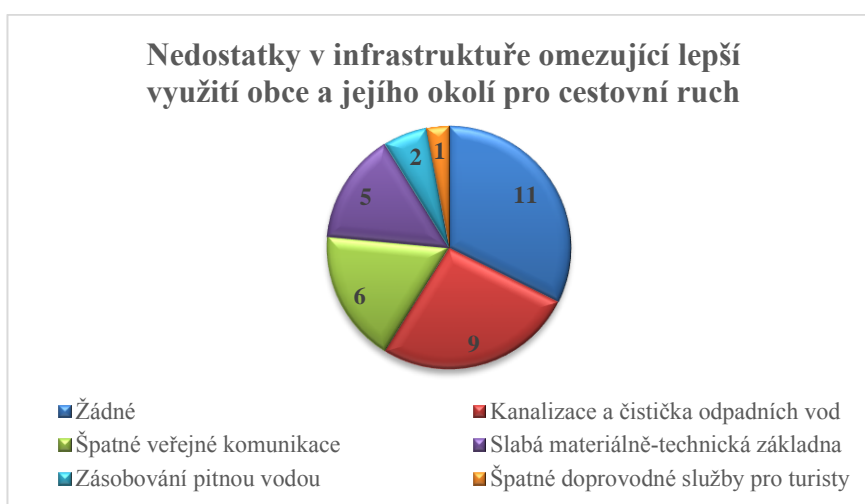
## 5.6 Dotazníkové šetření cestovního ruchu v obcích na Havlíčkovobrodsku

### 5.6.1 Turistická informační centra

První otázka související s cestovním ruchem směřovala k existenci turistických informačních center v dotazovaných obcích. Turisté informační centra v současné době najdou v 8 obcích, přičemž další tři (Golčův Jeníkov, Vilémov a Lipinice nad Sázavou) plánují jejich zřízení. Nejstarší TIC se nachází v Havlíčkově Brodě a Ledči nad Sázavou (1992), následně v Příbyslavi (1998), naopak nejnovější je možné vidět v Havlíčkově Borové (2010).

### 5.6.2 Nedostatky v infrastruktuře omezující lepší využití obcí a jejich okolí pro cestovní ruch

Další otázka zjišťovala, zda jsou v obci nějaké určité nedostatky v infrastruktuře, které by mohly omezovat lepší využití obce a okolí pro cestovní ruch. V tomto případě mohli respondenti zvolit více z nabízených možností a také navrhnout svou vlastní odpověď. Obrázek 20 podává informaci o četnosti zvolených odpovědí.



**Obrázek 20:** Graf popisující nedostatky v infrastruktuře omezující lepší využití obce a jejího okolí pro cestovní ruch

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z uvedeného vyplývá pozitivní zjištění, že 11 z dotázaných obcí nemá žádné nedostatky v infrastruktuře související s rozvojem cestovního ruchu. Nejčastějším problémem, se kterým se ostatní obce potýkají, jsou kanalizace a čističky odpadních vod, poté špatné veřejné

komunikace a také slabá materiálně-technická základna. Pouze dvakrát byla označena odpověď zásobování pitnou vodou a jednou špatné doprovodné služby pro turisty, na něž si stěžuje město Golčův Jeníkov, které plánuje vybudovat turistické informační centrum (jak bylo uvedeno výše) a tím částečně tento nedostatek eliminovat.

### 5.6.3 Chybějící a nedostatečné služby z oblasti cestovního ruchu

O chybějících a nedostatečných službách z oblasti cestovního ruchu v dotazovaných obcích vypovídá Obrázek 21.



**Obrázek 21:** Graf popisující chybějící a nedostatečné služby z oblasti cestovního ruchu

*Zdroj: Vlastní zpracování*

V tomto případě si na možné nedostatky nestěžují pouze dvě obce, a to okresní město Havlíčkův Brod a Ledec nad Sázavou, u niž je to vzhledem k velikosti a vybavenosti zcela zřejmé. Největším problémem je pro obce absence půjčoven sportovního zařízení, stravovacích zařízení a nízká ubytovací kapacita. V 10 obcích chybí vybavení pro rodiny s dětmi, 7 obcí postrádá různé kulturní a společenské akce, dopravní infrastruktura pokulhává ve 4 obcích.

### 5.6.4 Konkrétní projekty na podporu cestovního ruchu

Co se týče konkrétních projektů na podporu cestovního ruchu, připravují se v 11 dotázaných obcích. Pověšinou se jedná o cyklostezky a infrastrukturu s nimi spojenou nebo o údržbu lyžařských běžeckých tras. Dále jsou podporovány různé kulturní a sportovní akce či výstavy, např. výstava v Pamětní síni Jana Zrzavého v městysu Krucemburk. V Nové Vsi u Chotěboře zase proběhne rekonstrukce kulturního domu s možností ubytovací kapacity cca 30 osob. Město Golčův Jeníkov plánuje zřízení turistického informačního centra (již bylo uvedeno), spolupráci

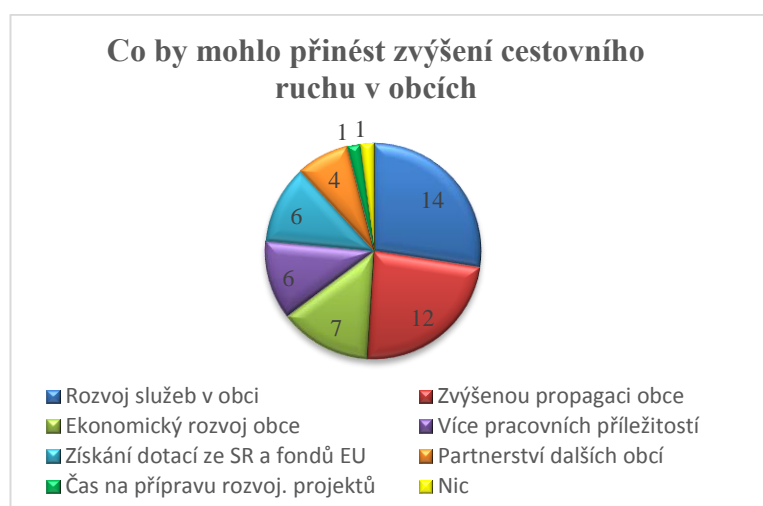
s podnikateli v turistice a vytvoření turistického portálu, následně také vybudování několika míst ve městě, která by umožňovala aktivní odpočinek.

### 5.6.5 Překážky rychlejšího rozvoje cestovního ruchu v obcích

Osobní pohled dotazovaných respondentů na překážky rychlejšího rozvoje cestovního ruchu v daných obcích je následující: Drtivá většina si stěžuje na nedostatek finančních prostředků. S tím je spojena i neexistence vhodného dotačního titulu, jehož prostřednictvím by směřovaly finanční prostředky přímo na rozvoj cestovního ruchu. Dále je vytýkána atraktivnost cílů, což znamená, že některé obce neoplývají dostatečně lákavým potenciálem pro turisty, kdy není možné, aby se zde zdrželi déle než maximálně jeden den. Obec Veselý Žďár si naopak na lukrativnost svého umístění nestěžuje, je běžné, že tudy projíždějí cyklisté a procházejí turisté, i když přímo přes obec nevede žádná stezka. Jejich lákadlem je Pelestrovaná hospůdka, lesy a vodní nádrž na koupání, také se v okolí nachází hrad Lipnice. Město Golčův Jeníkov (2 632 obyvatel) si stěžuje na nedostatek pracovníků na městském úřadě, kteří by se problematikou rozvoje cestovního ruchu mohli zabývat. V obci Hněvkovice se zase nachází přehrada s pitnou vodou bránící turistům v přístupu, tedy je zde zákaz koupání, rybolovu a dalších činností, které by na běžné přehradě byly povolené. Také si hodně obecní zastupitelé stěžují na nedostatečnou vybavenost stravovacími a ubytovacími zařízeními.

### 5.6.6 Co by mohlo zvýšení cestovního ruchu v obcích přinést

Dále byly respondenti tázáni na vlastní názor v tom ohledu, co by mohlo zvýšení cestovního ruchu v jejich obci přinést. Obrázek 22 ukazuje, jak zaměstnanci obecních úřadů odpovídali.



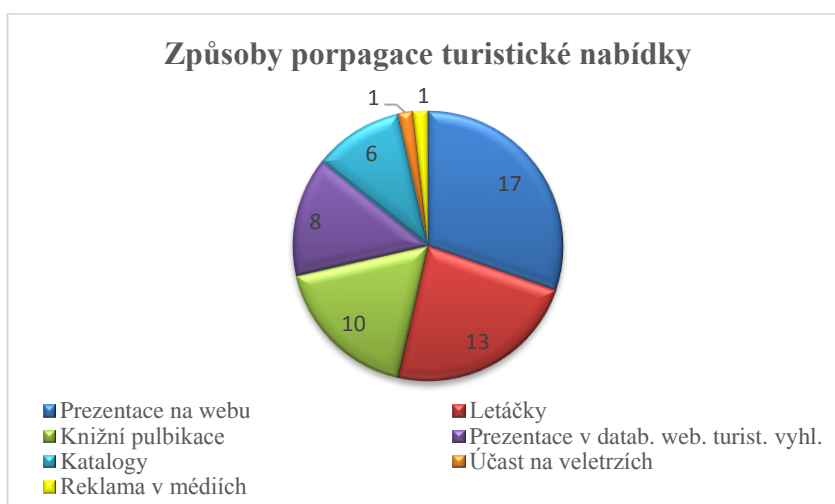
**Obrázek 22:** Graf popisující co by mohlo přinést zvýšení cestovního ruchu v obcích

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Na obecním úřadě v Lučicích si myslí, že by zvýšení cestovního ruchu jejich obci nic nepřineslo. Naopak 14 zaměstnanců z ostatních obcí uvedlo možnost zlepšení v podobě rozvoje služeb v obci, 12 zástupců obcí vidí možný růst formou zvýšené propagace obce, 7x byla zvolena varianta ekonomického rozvoje obce, 6 zástupců obecních úřadů vyzdvihlo jako způsob zlepšení více pracovních příležitostí a získání dotací ze státního rozpočtu a fondů EU. 4 obecní úřady vidí určitý potenciál v partnerství s ostatními obcemi a Golčově Jeníkovu by možné zvýšení cestovního ruchu přineslo čas na přípravu a realizaci rozvojových projektů.

### 5.6.7 Propagace turistické nabídky v obcích a jejich okolí

Téměř všechny dotázané obce, vyjímaje 4, se podílí na propagaci turistické nabídky. Důvodem, proč se vybrané obce nezúčastňují propagace, je např. to, že jim k ní chybí odborní pracovníci, není pro ně prioritní nebo zkrátka není v obci žádný zajímavý objekt k propagaci, jak uvedla Česká Bělá. Obrázek 23 poskytuje údaje o tom, jak obce propagují svou turistickou nabídku.



**Obrázek 23:** Graf popisující způsoby propagace turistické nabídky

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Město Ždírec nad Doubravou propaguje svojí turistickou nabídku na různých veletrzích, Habry mají reklamu o svých nabídkách z oblasti cestovního ruchu v médiích. Nadpoloviční většina z dotázaných prezentuje svůj turistický potenciál na webu, 8 z nich je dokonce zařazeno i v databázi webových turistických vyhledávačů. Další úspěšnou formou propagace jsou letáčky nebo knižní publikace a katalogy.

### 5.6.8 Propagace obcí

Obce však propagují nejen svou turistickou nabídku, ale i sebe samotné. Obrázek 24 ukazuje, jak jsou obce propagovány na Havlíčkobrodsku.



**Obrázek 24:** Graf popisující způsoby propagace obcí

*Zdroj: vlastní zpracování*

A to nejvíce pohlednicemi, pomocí místního zpravodaje, knižními publikacemi o obci, díky kalendáři pořádaných akcí a plánem obce. Některé obce si nechávají vyrobit i různé upomínkové předměty, jako např. hrnečky, zvonečky nebo odznaky. Internetové stránky ke své propagaci využívají pouze dvě obce.

### 5.6.9 Množství finančních prostředků vynakládaných ročně na rozvoj cestovního ruchu

Co se týče množství finančních prostředků vynaložených ročně z rozpočtu na rozvoj cestovního ruchu, platí víceméně pravidlo, že čím větší obec, tím více si může dovolit poskytnout finančních prostředků. Dobrymi příklady mohou být např. města Havlíčkův Brod (2 mil. Kč, přibližně 0,45 % výdajů městského rozpočtu), Světlá nad Sázavou (4,5 mil Kč, přibližně 3,13 % výdajů městského rozpočtu) nebo Ledec nad Sázavou (3 mil Kč, přibližně 3,1 % výdajů městského rozpočtu). Ostatní obce se povětšinou drží v rozmezí 80-250 tis. Kč, mnohdy přispívají do cestovního ruchu pouze 5 tis. Kč a některé (4 obce) nepřispívají vůbec.

### 5.6.10 Volné objekty, budovy či pozemky vhodné pro investory a možné problémy bránící rozvoji cestovního ruchu

V dotazovaných obcích se často už nenachází žádné volné objekty, budovy či pozemky, které by obec ráda nabídla investorům k využití pro služby v cestovním ruchu. A pokud ano



(v 6 obcích), jedná se vždy o nějakou starší budovu, u níž je často nutná přestavba. Obce nemají žádný konkrétní problém nebo místo bránící rozvoji cestovního ruchu. Pouze již zmíněná obec Hněvkovice uvedla jako problém vodní nádrž Želivku a obec Havlíčkovou Borovou trápí skutečnost, že se nachází v chráněné krajinné oblasti, měla tedy zřejmě již nějaké negativní zkušenosti s památkáři.

### **5.6.11 Činnosti obcí vedoucí k zatraktivnění jejich turistického potenciálu**

Na otázku, co by měly obce dělat pro to, aby do nich lidé více jezdili na výlety a trávili v nich svůj volný čas, odpovídali zaměstnanci obecních úřadů věcně a dávali konkrétní příklady. Okresní město Havlíčkův Brod, stejně jako Habry, plánuje výstavbu rozhledny, obec Lučice by si přála do budoucna vlastnit nějakou pamětihodnost, na kterou by lákala turisty, doposud zde žádnou takovou atraktivitu turisté nenajdou. Některé obce se shodují na tom, že by rády nabídly svým návštěvníkům různé moderní volnočasové aktivity a služby. Maleč by ráda přesvědčila majitele tamního zámku, aby jeho interiéry zpřístupnil veřejnosti, ve Vilémově by zase chtěli vyprojektovat a postavit Obecní dům. Mnoho obcí by také rádo podpořilo podnikatelské subjekty z oblasti stravovacích a ubytovacích služeb, což je ovšem nereálné, protože, jak již bylo v práci uvedeno, je snaha tyto služby spíše nepodporovat a nechat je zcela na soukromém sektoru.

### **5.6.12 Nejúspěšnější projekty z oblasti cestovního ruchu**

Na otázku, jaký je doposud nejúspěšnější projekt z oblasti cestovního ruchu, který dle Vašeho názoru přilákal turisty, byla, dle očekávání, nejčastější odpovědí výstavba cyklostezky. Zajímavým projektem je bezesporu tvorba knihy Baroko na Havlíčkobrodsku, na které se podílelo město Havlíčkův Brod. Tato kniha zvítězila v roce 2014 na podzimním knižním veletrhu v Havlíčkově Brodě a stala se nejkrásnější knihou Vysočiny. Dolní Město se zase od roku 2013 pyšní pomníkem Hlava XXII, toto zajímavé umělecké dílo, vyrobené z žuly sochařem Radomírem Dvořákem, nese podobu Jaroslava Haška, pojmenováno bylo podle českého názvu románu J. Hellera. Obec Lipnice nad Sázavou jistě přiláká nejvíce turistů na hrad Lipnici, na jehož údržbu a chod také přispívá. Některé obce uspořádaly různé kulturní slavnosti, vzpomínkové akce, a to např. na uctění památky obětí napoleonských válek ve Štokách nebo Sraz rodáků obce Veselý Žďár. K rybníku Řeka u Krucemburku každoročně láká spoustu turistů zábavná sportovní akce Dračí loď. Česká Bělá provedla opravu leteckého majáku z 30. let 20. století a kapličky na Šibeničním vrchu. Investice směřovaly i do přírodních rezervací, tedy do Malé a Velké Olšiny v Leštině u Světlé a na rekonstrukci infrastruktury Údolí Doubravy,

kteřou financovalo město Chotěboř. Vilémov vybudoval sportovní zázemí, obec Hněvkovice budovalo ubytovnu. Ve 4 obcích doposud bohužel žádné větší projekty související s rozvojem cestovního ruchu neproběhly (Lučicích, Rozsochatci, Havlíčkově Borové a Věži).

### **5.6.13 Doplnující informace z oblasti rozvoje cestovního ruchu**

Poslední otázka směřovala k doplňujícím informacím z oblasti rozvoje cestovního ruchu v dotázaných obcích. 18 obcí nevedlo žádné doplňující informace. Město Světlá nad Sázavou by rádo zrealizovalo obchvat, aby tak vytvořilo v centru klidnou lokalitu vhodnou nejen pro tamní obyvatelstvo, ale samozřejmě i pro turisty. Ledeč nad Sázavou vnímá jako velkou bariéru rozvoje cestovního ruchu nedostatek finančních prostředků. Přibyslav hodnotí velmi pozitivně přínos cyklostezky Přibyslav-Sázava. Obec Vilémov zase vidí příznivě své rozhodnutí ohledně vybudování Obecního domu (již bylo zmíněno), kde se bude nacházet zdravotní středisko, restaurace a možnost ubytování. Obec Nová Ves u Chotěboře uvedla, že chybí cyklostezky, jejichž napojení nelze realizovat z důvodu nedořešených pozemkových úprav.

## **5.7 Dotazníkové šetření rozvojových dokumentů obcí na Havlíčkověbrodsku**

Pozitivním zjištěním je, že většina dotázaných obcí (18) má zpracovaný určitý strategický plán nebo plán rozvoje obce, ve 4 obcích je tento plán připravován a pouze 3 obce jej nemají (Ždírec nad Doubravou, Lipnice nad Sázavou a Lučice).

### **5.7.1 Obce, které rozvojový dokument vlastní**

Ve většině případů jde o plán s aktuálním datem své tvorby, tedy z roku 2015 (7) a 2016 (5). Nejstarším plánem rozvoje se řídí obec Nová Ves u Chotěboře (2006), následně město Chotěboř (2008). Ostatní obce mají plán, jehož vznik je datován po roce 2010 (2011 Věž a Hněvkovice, 2013 Havlíčkův Brod a 2014 Veselý Žďár).

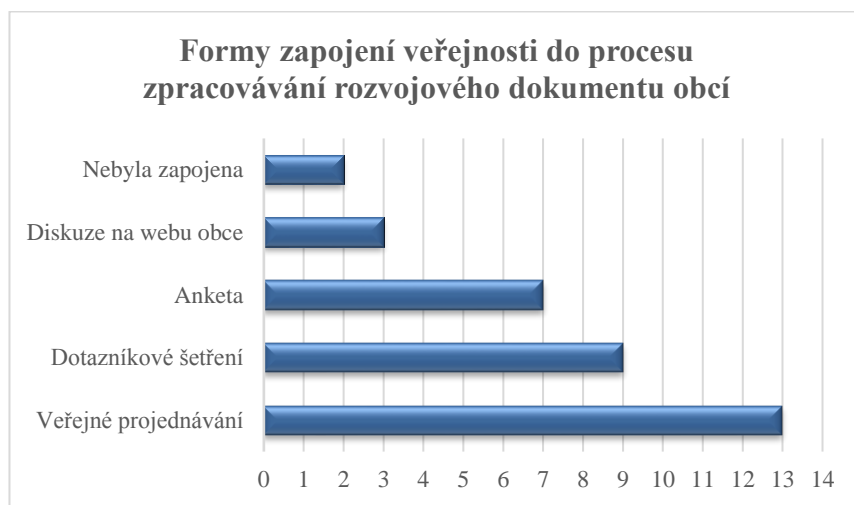
Odpovědi na otázku, kdo dokument zpracoval, ukazuje Obrázek 25.



**Obrázek 25:** Graf popisující kdo zpracoval rozvojový dokument

*Zdroj: vlastní zpracování*

Nejčastější odpovědí bylo, že obec vlastními silami, pomocí externí poradenské firmy vznikl plán rozvoje v 6 obcích, kombinací obou možností pak ve 3 obcích a obec Golčův Jeníkov využila k rozvojovému plánování místní akční skupinu Královskou stezku. Jakými způsoby se do procesu zpracovávání dokumentu zapojila veřejnost ukazuje Obrázek 26.



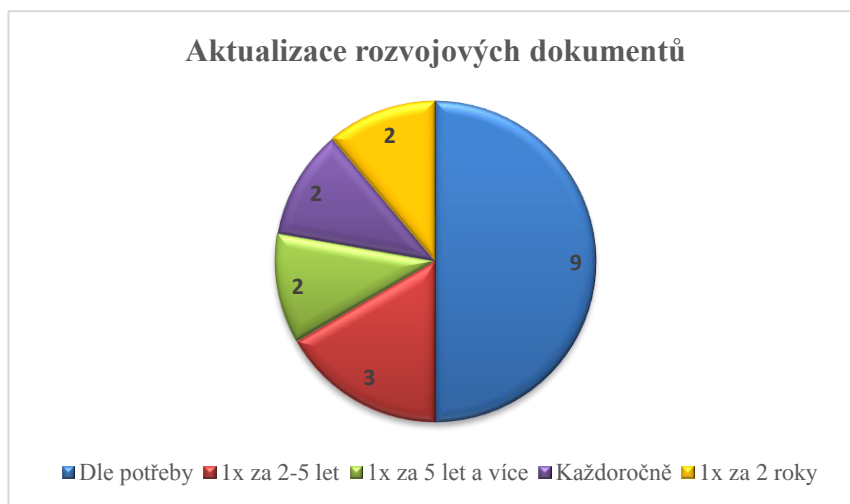
**Obrázek 26:** Graf popisující formy zapojení veřejnosti do procesu zpracování rozvojového dokumentu obcí

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Nejčastěji se veřejnost zapojila formou veřejného projednávání, následně dotazníkovým šetřením a anketou. Diskuze na webu obce se veřejnost zúčastnila ve 3 obcích. Obce Česká Bělá a Vilémov však do svého rozvojového plánování veřejnost nezapojily.

Dokument o rozvoji obce je v 13 dotazovaných obcích veřejně přístupný na jejich webových stránkách. 5 obcí jej nezveřejnilo, přičemž uvádějí takové důvody jako např. že jim postačuje

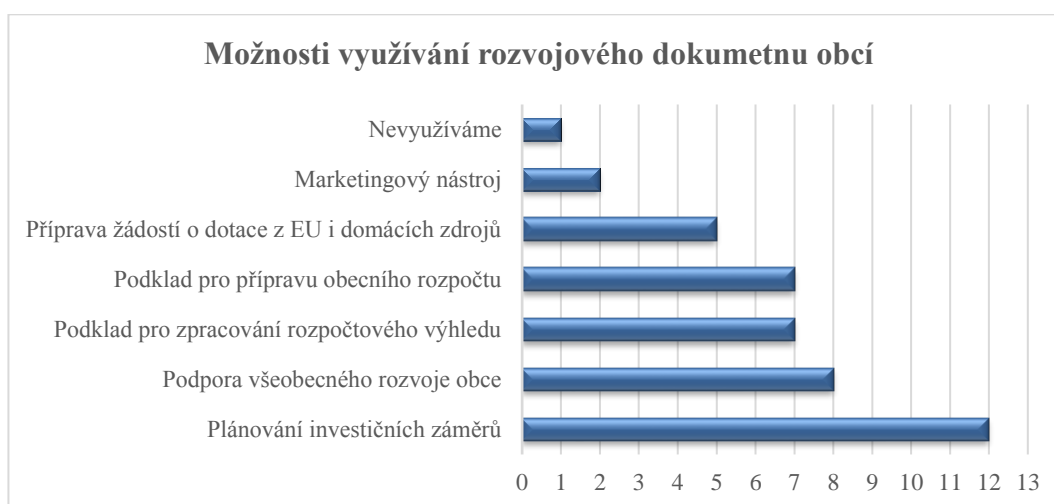
zveřejnění v listinné podobě nebo že není dokument zcela formálně doladěn, Hněvkovice mají svůj strategický plán rozvoje vyvěšen na webu města Světlá nad Sázavou, protože se jedná o nadřazenou obec s rozšířenou působností. Jak je to s aktualizací těchto dokumentů ukazuje Obrázek 27.



**Obrázek 27:** Graf popisující aktualizaci rozvojových dokumentů obcí

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Aktualizace dokumentů probíhá v 9 obcích dle potřeby, ve 3 1x za 2-5 let, v případě ostatních kategorií se jedná vždy o dvě obce, tedy každoročně aktualizují dvě obce, 1x za 2 roky a 1x za 5 a více let také dvě obce. K čemu svůj rozvojový dokument obce využívají ukazuje Obrázek 28.



**Obrázek 28:** Graf popisující možnosti využívání rozvojového dokumentu obcí

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Nejčastěji obce využívají svého rozvojového dokumentu při plánování investičních záměrů. Následně pro podporu všeobecného rozvoje obce, jako podklad pro zpracování rozpočtového

výhledu a jako podklad pro přípravu obecního rozpočtu nebo pro přípravu žádostí o dotace z EU i domácích zdrojů. 2 obce používají rozvojový plán jako marketingový nástroj a městy Krucemburk jej nevyužívá vůbec. Při svém rozhodování se o tento dokument zastupitelstvo opírá někdy ve 14 obcích, vždy ve 2 a nikdy v Krucemburku a Ledči nad Sázavou.

Z aktuálního rozvojového dokumentu se již podařilo zrealizovat 90 % naplánovaných činností pouze v obci Lípa, 40-50 % činností ve 4 obcích, 20-30 % v 7 obcích, do 5 % ve 2 obcích a žádné činnosti celkem ve 4 obcích (Krucemburku, České Bělé, Vilémově a Věži). Obec Veselý Žďár poskytla informaci o tom, že si plán rozvoje zpracovává na své období každé nové zastupitelstvo a obnovuje se tedy po 4 letech. Je dost velký předpoklad, že budou naplánované akce vždy splněny do konce volebního období, tedy i ty současné. Propagace obce mezi turisty a jinými návštěvníky je jeho nedílnou součástí.

### **5.7.2 Obce, které rozvojový dokument nevlastní**

Jako důvod absence rozvojového dokumentu uvedly všechny obce, že jej nepotřebují. Svůj rozvoj tedy řídí nejčastěji dle programového prohlášení rady/zastupitelstva, dle aktuálního rozhodnutí zastupitelstva nebo dle rozpočtu. Město Ždírec nad Doubravou se řídí rozvojovým dokumentem svazku obcí, jehož je členem, a rozvojovým dokumentem kraje/státu. Lipnice nad Sázavou své projekty realizuje mimo jiné nahodile, dle aktuální potřeby. Uvedené obce ani neuvažují o pořízení programu rozvoje, nemají k tomu důvod.

## **5.8 Zhodnocení dotazníkového šetření**

Ze zjištěných informací, které ochotní zaměstnanci obecních úřadů poskytli, vyplývá spousta údajů. Byly vybrány ty nejzákladnější z nich a následně rozděleny do dvou skupin, tedy na pozitivní a negativní aspekty ovlivňující kvalitu cestovního ruchu, o nichž bude pojednávat následující text.

Pozitivní aspekty zvyšující kvalitu cestovního ruchu v obcích na Havlíčkovobrodsku:

- Z dotázaných obcí jich 11 nemá žádné nedostatky v infrastruktuře související s rozvojem cestovního ruchu;
- Jsou významně podporovány cyklostezky a infrastruktura s nimi spojená;
- 21 dotázaných obcí propaguje svojí turistickou nabídku, Ždírec nad Doubravou se účastní veletrhů, Habry mají reklamu v médiích;
- Obce nemají konkrétní problémy nebo místo bránící rozvoji cestovního ruchu;

- Obce se aktivně snaží přilákat k sobě více turistů, Habry a Havlíčkův Brod plánují výstavbu rozhledny, mnoho obcí se chystá vybudovat zázemí pro moderní volnočasové aktivity;
- 18 obcí má zpracovaný určitý strategický plán nebo plán rozvoje obce, ve 4 obcích je připravován a pouze 3 obce z dotázaných jej nemají;
- Většina obcí má rozvojový dokument novějšího data;
- Při tvorbě dokumentu rozvoje probíhalo dost často veřejné projednávání, ve většině případů se tedy zapojila i veřejnost;
- Obce využívají rozvojový dokument při plánování investičních záměrů.

Negativní aspekty snižující kvalitu cestovního ruchu v obcích na Havlíčkobrodsku:

- Absence půjčoven sportovního zařízení, stravovacích zařízení a nízká ubytovací kapacita;
- Nedostatek finančních prostředků, s ním spojená neexistence vhodného dotačního titulu, jehož prostřednictvím by byly směřovány finanční prostředky přímo na rozvoj cestovního ruchu;
- Nízká atraktivnost cílů, není dostatečně lákavý potenciál pro turisty, nezdrží se dále než jeden den;
- Golcův Jeníkov si stěžuje na málo zaměstnanců na městském úřadě, kteří by se problematikou rozvoje cestovního ruchu mohli zabývat;
- Špatná vybavenost stravovacími a ubytovacími zařízeními;
- Nejsou prostory, budovy, pozemky vhodné pro potenciální investory do oblasti cestovního ruchu;
- Z naplánovaných činností, které uvedly obce v rozvojovém dokumentu, se podařilo nejčastěji zrealizovat pouze 20-30 %;
- Obce, které nemají rozvojový dokument o něm ani neuvažují, prý k tomu nemají důvod.

## **6 SWOT ANALÝZA A DOPORUČENÍ PRO DALŠÍ ROZVOJ**

První část poslední kapitoly je věnována závěrečným zjištěním provedené analýzy cestovního ruchu v kraji Vysočina v podobě SWOT analýzy, která popisuje silné a slabé stránky, možné příležitosti a ohrožení sledované oblasti v kraji. Druhá část kapitoly navrhuje možná doporučení pro další rozvoj, jenž by mohla zvýšit cestovní ruch na Vysočině. Některá doporučení navrhuje kraj ve své strategii, další jsou navrženy na základě provedené analýzy.

### **6.1 SWOT analýza cestovního ruchu v kraji Vysočina**

Výsledkem analýzy cestovního ruchu v kraji Vysočina a dotazníkového šetření obcí na Havlíčkobrodsku je SWOT analýza cestovního ruchu v kraji Vysočina. Ta obsahuje silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení sledovaného odvětví v regionu. Silné stránky (Tabulka 23) zobrazují skutečnosti přispívající k rozvoji cestovního ruchu na sledovaném území a přinášející užitek návštěvníkům i samotnému území. Zatímco slabé stránky (Tabulka 24) ukazují nepříznivé okolnosti, které negativně působí na rozvoj cestovního ruchu, a v čem dané území v porovnání s ostatními regiony zaostává, z čehož plyne nezáměr turistů území navštívit. Příležitosti (Tabulka 25) představují cestu, kterou by mělo sledované území následovat za účelem zvýšení poptávky po produktech cestovního ruchu a uspokojení zákazníků cestovního ruchu, což by v konečném dopadu prospělo celému území. Ohrožení (Tabulka 26) vykazují opačný efekt oproti příležitostem. Jde o veškeré tendence, jevy, události, jež mohou ohrozit poptávku po produktech cestovního ruchu v snížit tak celkovou návštěvnost daného území.

**Tabulka 23:** Silné stránky SWOT analýzy cestovního ruchu v kraji Vysočina

## S- SILNÉ STRÁNKY

- Přírodní atraktivity (2 chráněné krajinné oblasti, 4 národní přírodní památky, 7 národních přírodních rezervací apod.);
- Množství kulturně-historických památek (3 památky jsou v UNESCO, 18 národních kulturních památek, moderní betonové sochy umělce Michala Olšiaka apod.);
- Široká nabídka kulturních a kulturně společenských akcí a aktivit místního, regionálního i nadregionálního významu (např. největší festival popkultury v ČR- Festival fantazie nebo Čertovská krampus show v Golčově Jeníkově);
- Poloha v zemi, Vysočina se nachází v centru ČR, je zde tedy dobrá i dopravní obslužnost;
- Region nadprůměrné velikosti patří k nejčistším oblastem pro rekreaci a cestovní ruch;
- Hustá silniční dopravní síť;
- Možnost aktivního cestovního ruchu, hustá síť cyklostezek, běžeckých tratí a turistických naučných stezek;
- Výskyt skalních útvarů vhodných pro potenciální návštěvníky, kteří se specializují na horolezectví;
- Množství vodních nádrží vhodných k rekreaci především v létě (u Pílské nádrže se nachází sportovní přírodní areál, kam se v letních měsících sjíždějí nejen rodiny s dětmi);
- Venkovský region, venkovská turistika;
- Nabídka letních i zimních sportů;
- Potenciál pro konání sportovních a kulturních akcí nadregionálního významu (Světový pohár v biatlonu v Novém Městě na Moravě);
- Spolupráce s Rakouskem;
- Existence vysoké školy, která produkuje absolventy z oblasti cestovního ruchu;
- Existence agentury VysočinaTourism a zhruba 40 turistických informačních center;
- Fond Vysočiny, který nabízí možnost čerpání finančních prostředků v rámci několika programů souvisejících s cestovním ruchem;
- Šilkand- největší zábavní komplex v ČR;
- ZOO Jihlava- nejnavštěvovanější místo v kraji;
- Cyklo Aréna Vysočina- ráj pro cyklisty.

*Zdroj: Vlastní zpracování*



**Tabulka 24:** Slabé stránky SWOT analýzy cestovního ruchu v kraji Vysočina

## W- SLABÉ STRÁNKY

- Nedostačující kapacita a kvalita ubytovacích a stravovacích zařízení;
- Nedostatečná kapacita a doprovodná infrastruktura pro sportovně rekreační účely;
- Chladnější klima, větrnost;
- Kopcovitý terén;
- Řídká železniční síť;
- Nepříznivý migrační trend;
- Rozdrobená sídelní struktura;
- Nízký podíl vysokoškolsky vzdělaných obyvatel;
- Neexistence regionální marketingové koncepce;
- Rezervy v prezentaci regionální turistické nabídky a její následné marketingové podpory;
- Nedostatečná nabídka atraktivních kulturních služeb s ohledem na narůstající nároky návštěvníka a současné trendy;
- Všechny oblasti a lokality nejsou stejně atraktivní, turisticky využívané a navštěvované;
- Pouze jeden 5 hvězdičkový hotel.

*Zdroj: Vlastní zpracování*

**Tabulka 25:** Příležitosti SWOT analýzy cestovního ruchu v kraji Vysočina

## O- PŘÍLEŽITOSTI

- Příznivý vývoj makroekonomických ukazatelů kraje (zvláště míry nezaměstnanosti);
- Cesty za významnými osobnostmi spjatými s Vysočinou;
- Rozvoj udržitelného cestovního ruchu, agroturistika;
- Větší propagace TOP turistických míst na Vysočině;
- Další vznik destinačních společností;
- Vznik Strategie rozvoje cestovního ruchu 2017-2025;
- Maximální využití podpory ze strany evropských fondů;
- Možnost zahrnout regionální produkty a speciality do nabídky cestovního ruchu;
- Investice do wellnes zařízení;
- Rozšíření nabídky poznávacích a jinak tematicky orientovaných zájezdů na Vysočinu;
- Účast na mezinárodních veletrzích;
- Přijetí zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu;
- Kvalitnější vzdělávání v cestovním ruchu;
- Regionalizace satelitního účtu cestovního ruchu;
- Rozvíjení místních tradic a specifik;
- Podpora činnosti turistických informačních center;
- Růst zájmu o krátkodobé dovolené;
- Zvýšený zájem domácích turistů o dovolenou v tuzemsku;
- Existence občanských sdružení a dalších subjektů zaměřených na ochranu a propagaci kulturního dědictví;
- Možnost čerpat z podprogramů Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a Marketingové aktivity v cestovním ruchu;
- Zvyšování se počtu přírodních sportovních areálů v kraji;
- Většina obcí (zjištěno z dotazníků) propaguje svou turistickou nabídku;
- Obce se chystají vybudovat zázemí pro moderní volnočasové aktivity.

*Zdroj: Vlastní zpracování*

**Tabulka 26:** Ohrožení SWOT analýzy cestovního ruchu v kraji Vysočina

<b>T- OHROŽENÍ</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•Preference zahraničních destinací;</li><li>•Poškození krajiny kvůli nesouměrnému rozvoji cestovního ruchu;</li><li>•Nepříznivé klimatické podmínky;</li><li>•Chátrání kulturních památek v důsledku nezájmu o jejich údržbu;</li><li>•Sílicí konkurenční regiony;</li><li>•Odliv návštěvníků kvůli nedostačujícím a nekvalitním službám v cestovním ruchu;</li><li>•Zánik subjektů zaměřujících se na volnočasové aktivity;</li><li>•Zvýšený odliv rezidentů kraje, zejména vzdělaných lidí;</li><li>•Sezónnost služeb;</li><li>•Neexistence lázní, multifunkčních zařízení služeb využitelných i pro cestovní ruch;</li><li>•Existence pouze omezených statistických dat v cestovním ruchu;</li><li>•Postupný zánik tradičních řemesel, která jsou nepostradatelná v procesu obnovy kulturních památek;</li><li>•Snížení zájmu o tradiční formy kultury způsobené urbanizací, globalizací a technologickými změnami;</li><li>•Malý počet nestátních neziskových organizací z oblasti mezinárodních aktivit;</li><li>•Nerovnoměrné rozložení cyklostezek, některé okresy by se tak mohly stát méně navštěvovány cyklisty;</li><li>•V mnoha obcích je absence půjčoven sportovního zařízení;</li><li>•Nedostatek prostorů, budov, pozemků vhodných pro potenciální investory do oblasti cestovního ruchu.</li></ul>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

## **6.2 Doporučení pro další rozvoj cestovního ruchu v kraji Vysočina**

Pokud jde o doporučení pro rozvoj cestovního ruchu v kraji Vysočina, v první řadě se přikláním ke třem doporučením, která jsou uvedena ve Strategii kraje Vysočina 2020:

- Je třeba se zabývat identifikací témat zážitkové turistiky, kdy jsou rozhodující pro podporu konkrétních aktivit vstupní podmínky předurčující možnost jejich realizace. Příkladem může být projekt pivních stezek v kraji Vysočina. Jasným předpokladem pro jejich vznik v regionu je existence určitého množství středně velkých a malých pivovarů a minipivovarů v kraji i ve městech blízko hranic Vysočiny, to znamená v Třeboni, Hlinsku, Poličce, Kácově apod. Zmíněnou aktivitu je možné podpořit slavnostmi piva a pivními festivaly, ostatně se jich již velké množství na území kraje každoročně koná.

- Jak již bylo uvedeno, kraj se nachází v centru republiky. Vzhledem k jeho dobré dostupnosti lze určitý potenciál spatřovat v konferenční turistice<sup>28</sup>. To by ale znamenalo vybudovat kapacity pro toto dílčí odvětví cestovního ruchu, protože ty v kraji momentálně chybí. Jako strategický se tak jeví projekt konferenčního centra přímo v krajském městě Jihlavě.
- Pro rozvoj cestovního ruchu v kraji Vysočina může hrát klíčovou roli kvalita a garance služeb, která představuje nezbytnou podmínku konkurenceschopnosti turistické nabídky. Potřebné je tedy zavést standardizaci a certifikaci služeb v zařízeních cestovního ruchu, jejímž smyslem je zajištění konkurenční výhody na trhu. Vlivem rozvoje informačních a komunikačních technologií jsou na zaměstnance v sektoru cestovního ruchu kladeny stále vyšší požadavky spočívající ve schopnosti práce s informacemi, s novými technologiemi a v neposlední řadě i v komunikaci v cizích jazycích. Je tedy důležitý jistý systém vzdělávání v oborech cestovního ruchu. Růstu kvalifikace lidských zdrojů je možné dosáhnout spoluprací a podporou škol zaměřených na cestovní ruch rozvíjením systému a nových forem celoživotního vzdělávání pracovníků i zaměstnanců působících v cestovním ruchu, pořádáním seminářů, konferencí, workshopů apod.

Na základě provedené analýzy cestovního ruchu v kraji Vysočina a následném dotazníkovém šetření, kterýmiž se tato diplomová práce zabývala, jsem zjistila určité nedostatky, které je možné napravit následujícími doporučeními:

- Podporovat vznik nevládních neziskových organizací z oblasti mezinárodních aktivit, neboť různé programy a služby rozvíjející vzájemný respekt a přátelství mezi národy by mohly významně prospět rozvoji cestovního ruchu. Doba jde dopředu a spolupráce s ostatními zeměmi je důležitá a pro celkový rozvoj dokonce i žádoucí.
- Vytvářet vhodné podmínky pro nově vznikající destinační společnosti (destinační management), v nich vidím velkou budoucnost, protože kvalitní kooperace mezi veřejným, soukromým a nestátním neziskovým sektorem může přinést opravdu dobré výsledky a výrazný rozvoj cestovního ruchu. Rovněž bude přínosné pořádání podobných setkání klíčových společností působících v regionálním cestovním ruchu, jako bylo to v Jihlavě v loňském roce, kde mohou dotčené subjekty debatovat

---

<sup>28</sup> Specializovaná forma cestovního ruchu, která zahrnuje soubor činností, zaměřených na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností, spojených s cestováním a pobytem lidí v kongresovém místě. Zároveň jde i o nabídku doprovodných programů v rámci kongresu nebo v rámci využití volného času v kongresovém místě.

nad budoucností a směřováním destinačního managementu. Dále je nutné konstatovat, že vznikající destinační společnosti by mohly přinést pracovní uplatnění absolventům středních a vysokých škol se zaměřením na cestovní ruch a hotelnictví.

- Jak je uvedeno ve SWOT analýze, Vysočina je spíše venkovsky zaměřený kraj, proto by bylo záhodno rozvíjení agroturistiky, které by přilákalo spoustu návštěvníků zajímavých se o tento druh turistiky.
- Určitý potenciál je i ve stále zvyšujícím se počtu přírodních sportovních areálů. Chybí však jejich značnější propagace. Lidé si málo uvědomují, že by svůj volný čas mohli trávit i na takovýchto místech. K rozvoji cestovního ruchu by mohlo vést např. budování více takových míst, jako je Rekreační areál Pilák u Pílské nádrže, který nabízí svým návštěvníkům komplexní služby, a to nejen nepřeberné množství sportovních a rekreačních aktivit vhodných pro všechny věkové kategorie, ale i sociální zázemí s možností stravy a ubytování. Pro nadšence cykloturistiky je zase úžasným místem, kde trávit volný čas, Cyklo Aréna Vysočina v Novém Městě na Moravě, podobná aréna by mohla vzniknout i v Železných horách, kde je k tomu velice příznivě uspořádaný přírodní potenciál. A vzhledem k tomu, že někteří zástupci obecních úřadů, kteří si stěžovali na nedostatek turistů kvůli nízké atraktivnosti turistických cílů, byli z oblasti Železných hor, mohlo by vybudování takové arény pro ně znamenat přísun turistů.
- Dalším možným způsobem, jak rozvinout cestovní ruch na Vysočině, by mohly být tematicky laděné zájezdy, zaměřené v první řadě hlavně na aktivní dovolenou s prvky relaxačními nebo poznávacími. Např. sportovní zájezd pro mladé do Žďárských vrchů, kde by mohli využít Cyklo Arény, lézt po skalách, hrát paintball a další možné venkovní sporty. Nebo by se z podobného zájezdu mohl stát i zájezd částečně poznávací, kdy by mladí turisté mohli navštívit památku UNESCO, kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře, zámek ve Žďáře nad Sázavou apod. Dalším možným zážitkem by mohlo být putování, ať už na kole, či pěšky, za sochami umělce Michala Olšiaka, výletníci by navštěvovali místa, kde se tyto atraktivní sochy nacházejí.

## ZÁVĚR

Cílem diplomové práce byla analýza, včetně dotazníkového šetření, a navržení potenciálních možností rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina. Součástí tvořila i SWOT analýza popisující také možné bariéry a rezervy daného odvětví ve sledovaném území.

Zatímco se první část zabývala aktéry a předpoklady rozvoje cestovního ruchu obecně, praktická část aplikovala analýzu, která uvedené prvky cestovního ruchu konkretizovala přímo v kraji Vysočina. Byly popsáni aktéři, kteří mají zásadní vliv na rozvoj cestovního ruchu v řešeném území, následně podrobně prozkoumány lokalizační, realizační a selektivní předpoklady, které se významně podílejí na rozvoji cestovního ruchu v regionu. Teoretická část s částí praktickou je provázána v třetí kapitole, kde jsou rozepsány strategické dokumenty figurující v cestovním ruchu nejprve na národní a poté na regionální úrovni, kdy jsou zaměřeny přímo na kraj Vysočina. Průzkum kraje z pohledu cestovního ruchu vyvrcholil dotazníkovým šetřením, jenž se zaměřovalo na zaměstnance obecních úřadů v okrese Havlíčkův Brod a získávalo povědomí o tom, jak vybrané obce rozvíjejí cestovní ruch a jestli využívají ke svému rozvoji rozvojové dokumenty. Na závěr byla ze zjištěných informací sestavena SWOT analýza vystihující silné a slabé stránky, dále možné příležitosti a ohrožení a byla navržena doporučení pro další rozvoj cestovního ruchu v kraji Vysočina.

Za pomoci níže uvedených zdrojů informací, ochotných zaměstnanců obecních úřadů na Havlíčkobrodsku a vedoucí diplomové práce RNDr. Šárky Brychtové, Ph.D. se tedy podařilo naplnit cíl, který byl stanoven v úvodu této práce. Kraj Vysočina může svým potenciálem poměrně na úrovni konkurovat ostatním regionům České republiky. Postačilo by pouze odstranit nedostatky bránící rozvoji cestovního ruchu v takové podobě, že by měl být přijat Zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu, účelněji využívány finanční zdroje z fondů EU, státní podpory, podporována efektivní kooperace mezi subjekty cestovního ruchu apod.

Navržená doporučení pro další rozvoj se zčásti opírají o Strategii kraje Vysočina 2020, která navrhuje vznik pívních stezek v kraji, konferenční turistiku, standardizaci a certifikaci služeb v zařízeních cestovního ruchu a také zvyšování kvalifikace lidských zdrojů, čehož je možné dosáhnout spoluprací a podporou škol zaměřených na cestovní ruch, pořádáním seminářů, konferencí, workshopů apod. Dále je jako možnost dalšího rozvoje navrhován vznik dalších nestátních neziskových organizací z oblasti mezinárodní spolupráce (v kraji jsou pouze 3), následně tvorba vhodných podmínek pro vznikající destinační společnosti, rozvoj agroturistiky, propagace stávajících a další vznik přírodních sportovních areálů nebo podnikat tematicky laděné zájezdy.

## POUŽITÁ LITERATURA

- [1] BENISEK NET. Za sochami Michala Olšiaka- Žďárské vrchy. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.benisek.net/data12/cyklovylety/zdarske-vrchy/galerie/ipage00016.htm>
- [2] Bhatia, A., Šauer, M. the business of tourism: concepts and strategies. 1. vyd. New Delhi: Sterling, 2006, 315 s. Marketing (Grada). ISBN 81-207-3118-2.
- [3] CZECH NEWS CENTER A.S. Poznejte kostel na Zelené hoře. [online]. 2017. [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/cestovani-cesko-kraj-vysocina/432235/poznejte-kostel-na-zelene-hore.html>
- [4] CZECHTOURISM. Čertovská krampus show Golcův Jeníkov. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/akce/certovska--krampus-show-golcuv-jenikov.aspx>
- [5] CZECHTOURISM. Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku. [online]. 2016 [cit. 2016-11-04]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>
- [6] CZECHTOURISM. Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2020. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: [http://www.czechtourism.cz/getmedia/fa20d069-2d8b-4d19-8591-b19083531b33/11\\_12\\_13\\_marketingova\\_strategie.pdf.aspx](http://www.czechtourism.cz/getmedia/fa20d069-2d8b-4d19-8591-b19083531b33/11_12_13_marketingova_strategie.pdf.aspx)
- [7] ČESKÁ GEOGRAFICKÁ SPOLEČNOST Z.S. Geografické rozhledy: Vývoj cestovního ruchu. [online]. 2009 [cit. 2016-12-10]. Dostupné z: <http://geography.cz/geograficke-rozhledy/wp-content/uploads/2011/10/4-5.pdf>
- [8] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Administrativní členění kraje Vysočina. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20568651/33009515m02.png/b51ecde3-eabd-486b-a2db-d059e6ef1b99?version=1.3&t=1450792230940>
- [9] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Cestovní ruch v historických souvislostech. [online]. 2016 [cit. 2016-12-10]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/documents/10180/20541253/1804110620\\_21.pdf/c2e94604-287b-45ea-8d98-c0bc22201d73?version=1.0](https://www.czso.cz/documents/10180/20541253/1804110620_21.pdf/c2e94604-287b-45ea-8d98-c0bc22201d73?version=1.0)
- [10] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Ekonomické subjekty podle převažující činnosti CZ-NACE. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z:

[https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&filtr=G~F\\_M~F\\_Z~F\\_R~F\\_P~\\_S~\\_U~301\\_null\\_&katalog=30831&pvo=ORG03&str=v388&v=v7\\_\\_null\\_\\_null\\_\\_null&u=v388\\_\\_VUZEMI\\_\\_100\\_\\_3107#w=](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&filtr=G~F_M~F_Z~F_R~F_P~_S~_U~301_null_&katalog=30831&pvo=ORG03&str=v388&v=v7__null__null__null&u=v388__VUZEMI__100__3107#w=)

- [11] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Hrubý domácí produkt v regionech soudržnosti a krajích. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=NUC05-S1az4&z=T&f=TABULKA&skupId=706&filtr=G~F\\_M~F\\_Z~F\\_R~F\\_P~\\_S~\\_U~301\\_null\\_&katalog=30832&pvo=NUC05-S1az4&str=v117&c=v3~8\\_\\_RP2015](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=NUC05-S1az4&z=T&f=TABULKA&skupId=706&filtr=G~F_M~F_Z~F_R~F_P~_S~_U~301_null_&katalog=30832&pvo=NUC05-S1az4&str=v117&c=v3~8__RP2015)
- [12] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Hrubý domácí produkt v regionech soudržnosti a krajích. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=NUC05-S1az4&z=T&f=TABULKA&skupId=706&filtr=G~F\\_M~F\\_Z~F\\_R~F\\_P~\\_S~\\_U~301\\_null\\_&katalog=30832&pvo=NUC05-S1az4&str=v116&c=v3~8\\_\\_RP2015](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=NUC05-S1az4&z=T&f=TABULKA&skupId=706&filtr=G~F_M~F_Z~F_R~F_P~_S~_U~301_null_&katalog=30832&pvo=NUC05-S1az4&str=v116&c=v3~8__RP2015)
- [13] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Charakteristika kraje Vysočina. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/36741287/33009516chcz.pdf/b69e317b-4a8d-40c6-b7ea-cfb1cc8e2743?version=1.1>
- [14] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení v krajích. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=1247&katalog=31742&pvo=CRU02-L6&pvo=CRU02-L6&c=v3~8\\_\\_RP2015&v=v1363\\_\\_KAT\\_\\_154\\_\\_1](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=1247&katalog=31742&pvo=CRU02-L6&pvo=CRU02-L6&c=v3~8__RP2015&v=v1363__KAT__154__1)
- [15] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Kapacity HUZ podle kategorie- územní srovnání. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRUD001&z=T&f=TABULKA&katalog=31742&str=v58&evo=v706!\\_VUZEMI97-100-101\\_1&c=v3~8\\_\\_RP2015#w=](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRUD001&z=T&f=TABULKA&katalog=31742&str=v58&evo=v706!_VUZEMI97-100-101_1&c=v3~8__RP2015#w=)
- [16] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Návštěvnost HUZ podle kategorie za vybrané území. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-parametry&z=T&f=TABULKA&katalog=31743&pvo=CRUD003-R&sp=A&u=v137\\_\\_VUZEMI\\_\\_101\\_\\_40690&c=v3~8\\_\\_RP2015&str=v137](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-parametry&z=T&f=TABULKA&katalog=31743&pvo=CRUD003-R&sp=A&u=v137__VUZEMI__101__40690&c=v3~8__RP2015&str=v137)



- [17] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Počet obyvatel v obcích České republiky k 1.1.2016. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/32853387/1300721603.pdf/cba78096-1cf5-4fde-b20a-3074b2f135f9?version=1.0>
- [18] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Uchazeči o zaměstnání v evidenci úřadu práce a podíl nezaměstnaných osob. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=ZAM11-A&z=T&f=TABULKA&skupId=766&katalog=30853&pvo=ZAM11-A&str=v197&c=v3~3\\_\\_RP2016&u=v197\\_\\_VUZEMI\\_\\_100\\_\\_3107](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=ZAM11-A&z=T&f=TABULKA&skupId=766&katalog=30853&pvo=ZAM11-A&str=v197&c=v3~3__RP2016&u=v197__VUZEMI__100__3107)
- [19] FESTIVAL FANTAZIE. Hosté festivalu 2016. [online]. 2016 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.festivalfantazie.cz/hoste/>
- [20] Foret, M. Cestovní ruch v regionálním rozvoji. 1. vyd. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2013, 137 s. ISBN 978-80-7375-739-7.
- [21] GAREP S.R.O. Průmysl cestovního ruchu. [online]. 2013 [cit. 2016-11-04]. Dostupné z: [http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2013/03/Prumysl\\_CR.pdf](http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2013/03/Prumysl_CR.pdf)
- [22] HOROLEZECKÝ KLUB STÁŘÍ PRAHA. Oblast údolí Doubravy. [online]. 2013 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.hkstaripraha.estranky.cz/clanky/outdoor/udoli-doubravy-2013.html>
- [23] HOTEL PODLESÍ. Pohádková vesnička. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.pohadkova-vesnicka.cz/>
- [24] Jakubíková, D. Marketing v cestovním ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 288 s. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3247-3.
- [25] KORUNA VYSOČINY. Informace o Koruně Vysočiny. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.korunavysociny.cz/>
- [26] Kotlíková, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-4603-6.
- [27] KRAJ VYSOČINA. Analýza cestovního ruchu v kraji Vysočina. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: [http://extranet.kr-vysocina.cz/download/orr/cest\\_ruch/Analiza\\_cestovniho\\_ruchu\\_v\\_kraji\\_Vysocina.pdf](http://extranet.kr-vysocina.cz/download/orr/cest_ruch/Analiza_cestovniho_ruchu_v_kraji_Vysocina.pdf)
- [28] KRAJ VYSOČINA. Analýza potenciálu cestovního ruchu v kraji Vysočina a míra jeho využití. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <https://www.kr->

vysocina.cz/VismoOnline\_ActionScripts/File.ashx?id\_org=450008&id\_dokumenty=4062758

- [29] KRAJ VYSOČINA. Dotace kraje Vysočina- Cyklodoprava a cykloturistika 2015. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/detail/FV01188>
- [30] KRAJ VYSOČINA. Dotace kraje Vysočina- Cyklodoprava a cykloturistika 2016. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/detail/FV01575>
- [31] KRAJ VYSOČINA. Dotace kraje Vysočina- Cyklodoprava a cykloturistika 2016-II. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/detail/FV01830>
- [32] KRAJ VYSOČINA. Dotace kraje Vysočina- Edice Vysočiny 2016. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/detail/FV01688>
- [33] KRAJ VYSOČINA. Dotace kraje Vysočina- Lyžařské běžecké trasy 2016. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/detail/FV01685>
- [34] KRAJ VYSOČINA. Dotace kraje Vysočina- Regionální kultura 2015. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/detail/FV01261>
- [35] KRAJ VYSOČINA. Dotace kraje Vysočina- Regionální kultura 2016. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/detail/FV01626>
- [36] KRAJ VYSOČINA. E-turistické noviny, zima 2016/2017: VysočinaTourism uspořádala vzdělávací seminář k destinačnímu managementu. [online]. 2016 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://region-vysocina.cz/prilohy/Zima201617.pdf>
- [37] KRAJ VYSOČINA. Kraj Vysočina ocenil turistická informační centra. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <https://www.kr-vysocina.cz/kraj-vysocina-ocenil-turisticka-informacni-centra/d-4064767>
- [38] KRAJ VYSOČINA. Národní kulturní památky. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <https://www.kr-vysocina.cz/narodni-kulturni-pamatky/ds-300234>
- [39] KRAJ VYSOČINA. Oblasti působení NNO. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: [http://www.partnerstvi-vysocina.cz/index.php?akce=nnov\\_oblast](http://www.partnerstvi-vysocina.cz/index.php?akce=nnov_oblast)
- [40] KRAJ VYSOČINA. Podpory kraje Vysočina. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/vyhodnocene>

- [41] KRAJ VYSOČINA. Pro kraj Vysočina vzniká Strategie rozvoje cestovního ruchu. [online]. 2016 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <https://www.kr-vysocina.cz/pro-kraj-vysocina-vznika-strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu/d-4072541>
- [42] KRAJ VYSOČINA. Profil kraje Vysočina. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: [http://www.kr-vysocina.cz/VismoOnline\\_ActionScripts/File.ashx?id\\_org=450008&id\\_dokumenty=4074842](http://www.kr-vysocina.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=450008&id_dokumenty=4074842)
- [43] KRAJ VYSOČINA. Program cyklodoprava a cykloturistika 2015. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/download.php?id=3191>
- [44] KRAJ VYSOČINA. Program Cyklodoprava a cykloturistika 2016-II. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/download.php?id=3822>
- [45] KRAJ VYSOČINA. Program Edice Vysočiny 2016. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/download.php?id=3754>
- [46] KRAJ VYSOČINA. Program Lyžařské běžecké trasy 2016. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/download.php?id=3749>
- [47] KRAJ VYSOČINA. Program Památkově chráněná území 2015. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/download.php?id=3186>
- [48] KRAJ VYSOČINA. Program Regionální kultura 2015. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/download.php?id=3289>
- [49] KRAJ VYSOČINA. Strategie kraje Vysočina 2020. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: [https://www.kr-vysocina.cz/VismoOnline\\_ActionScripts/File.ashx?id\\_org=450008&id\\_dokumenty=4052133](https://www.kr-vysocina.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=450008&id_dokumenty=4052133)
- [50] KRAJ VYSOČINA. Dotace kraje Vysočina- Památkově chráněná území 2016. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/detail/FV01559>
- [51] KRAJ VYSOČINA. Dotace kraje Vysočina- Památkově chráněná území 2015. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://extranet.kr-vysocina.cz/eDotace/detail/FV01187>
- [52] KRAJSKÁ HYGIENICKÁ STANICE KRAJE VYSOČINA. Informace pro veřejnost v oblasti kontroly potravinového práva v provozovnách stravovacích služeb za rok 2016.

- [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.khsjih.cz/soubory/HV/hv-informace-o-kontrolach-2016.pdf>
- [53] MĚSTO TŘEBÍČ. V Třebíči vznikla destinační kancelář. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.trebiczije.cz/aktuality/v-trebici-vznikla-destinacni-kancelar/>
- [54] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Databáze strategií. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <https://www.databaze-strategie.cz/>
- [55] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu: Vymezování destinace a formulace jejích charakteristik a organizace cestovního ruchu v destinaci. [online]. 2016 [cit. 2016-11-04]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/getmedia/656473c9-3527-4007-aafd-b09f029ea418/GetFile2\\_3.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/656473c9-3527-4007-aafd-b09f029ea418/GetFile2_3.pdf)
- [56] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014-2020. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-\(1\)](http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-(1))
- [57] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014-2020. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <https://www.databaze-strategie.cz/cz/mmr/strategie/koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-cr-na-obdobi-2014-2020>
- [58] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Národní program podpory cestovního ruchu 2010-2016. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-\(2010-2016\)](http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-(2010-2016))
- [59] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Národní program podpory cestovního ruchu: Projekty s přidělenou a čerpanou dotací v letech 2010-2015. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://www.uur.cz/images/2b-souvisejici-temata/NPPCR-mapa-projektu-2016/NPPCR-mapa-projektu-2016-05.pdf>
- [60] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Národní program podpory cestovního ruchu v regionech 2016-2020. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regionech-\(2016-2020\)](http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regionech-(2016-2020))

- [61] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Národní program podpory cestovního ruchu v regionech: Podprogram Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://mmr.cz/getmedia/2dfcfddd-96c9-48cd-ad84-f769c867d7fc/MMR-podprogram-Infrastruktura-CR-zasady.pdf>
- [62] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Národní program podpory cestovního ruchu v regionech: Podprogram Marketingové aktivity v cestovním ruchu. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://mmr.cz/getmedia/9d703248-b5ed-494d-854c-d0fba3026952/MMR-podprogram-Marketing-CR-zasady.pdf>
- [63] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Národní program podpory cestovního ruchu v regionech. [online]. 2016 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: [https://www.strukturalni-fondy.cz/getmedia/c225a289-4e05-4588-8eb2-6a7cf9e3c403/161108\\_NPPCRR.pdf?ext=.pdf](https://www.strukturalni-fondy.cz/getmedia/c225a289-4e05-4588-8eb2-6a7cf9e3c403/161108_NPPCRR.pdf?ext=.pdf)
- [64] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Podprogram Cestování dostupné všem. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-\(2010-201/Rok-2016-Podprogram-Cestovani-dostupne-vsem](http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-(2010-201/Rok-2016-Podprogram-Cestovani-dostupne-vsem)
- [65] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Rok 2017- Marketingové aktivity v cestovním ruchu. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regionech-\(2016-2020\)/Rok-2017-Marketingove-aktivity-v-cestovnim-ruchu](http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regionech-(2016-2020)/Rok-2017-Marketingove-aktivity-v-cestovnim-ruchu)
- [66] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Rok 2017- Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regionech-\(2016-2020\)/Rok-2017-Rozvoj-zakladni-a-doprovodne-infrastruktury-cestovniho-ruch](http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regionech-(2016-2020)/Rok-2017-Rozvoj-zakladni-a-doprovodne-infrastruktury-cestovniho-ruch)
- [67] Mlejnková, L. Procházka pro krajích České republiky. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a DaDa, a.s., 2001, 240 s. ISBN 80-903064-0-3.
- [68] NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV. Jaroměřice nad Rokytnou: O zámku. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <https://www.zamek-jaromerice.cz/cs/o-zamku>
- [69] NÁRODNÍ INFORAMČNÍ A PORADENSKÉ STŘEDISKO PRO KULTURU. Návštěvnost památek v krajích ČR. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z:

[http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/PAMATKY\\_Navstevnost\\_2015.pdf](http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/PAMATKY_Navstevnost_2015.pdf)

- [70] NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV. O hradě Lipnici. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <https://www.hrad-lipnice.eu/cs/o-hradu>
- [71] NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV. Světové dědictví, NKP, chráněná území. [online]. 2015 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://monumnet.npu.cz/chruzemi/list.php?KrOk=Kr&Typy%5B%5D=NP&Nazev=&KodKr=61>
- [72] OUTDOR GENERATION. Přehled přírodních sportovních areálů v kraji Vysočina. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.horydoly.cz/turiste/prehled-prirodnich-sportovnich-arealu-v-kraji-vysocina.html>
- [73] Palatková, M., Zichová, J. Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 264 s. ISBN 978-80-247-3643-3.
- [74] PORTÁL NÁRODNÍ SÍŤ ZDRAVÝCH MĚST ČR PRO UDRŽITELNÝ ROZVOJ. Program rozvoje kraje Vysočina: SWOT analýza, programová část. [online]. 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: [https://www.dataplan.info/img\\_upload/7bdb1584e3b8a53d337518d988763f8d/prk.pdf](https://www.dataplan.info/img_upload/7bdb1584e3b8a53d337518d988763f8d/prk.pdf)
- [75] Ryglová, K., Burian, M., Vajčnerová, I. Cestovní ruch- podnikatelské principy a příležitosti v praxi. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [76] SERVER ČESKÉ HORY. Českomoravská vrchovina, Žďárské vrchy, Železné hory. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <https://www.ceskehory.cz/mapy/vrchovina.html>
- [77] ŠIKLAND. Pojd'te se bát do Strašidelného zámku Draxmoor. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.sikland.cz/o-svete-sikland/arealy/strasidelny-zamek-draxmoor/>
- [78] ŠIKLAND. Poříd'te si úžasné fotky ve Fotoparku Krokodýl. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.sikland.cz/xxxfotopark-krokodyl/>
- [79] ŠIKLAND. Westernové městečko Šiklův mlýn. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.sikland.cz/o-svete-sikland/arealy/sikluv-mlyn/>
- [80] VLASTENCI CZ. Rozložení krajů v ČR. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: [https://vlast.cz/soubory/nahrane/kraje\\_normal.jpg](https://vlast.cz/soubory/nahrane/kraje_normal.jpg)

- [81] VYLETNIK CZ. Cyklotrasy, cyklostezky. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: [http://www.vyletnik.cz/cyklotrasy/ceskomoravska-vrchovina/?radit=&f\\_limit=10&f\\_page=](http://www.vyletnik.cz/cyklotrasy/ceskomoravska-vrchovina/?radit=&f_limit=10&f_page=)
- [82] VYSOČINATOURISM. O organizaci. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: [http://www.vysocinatourism.cz/index.php?akce=slozka&id\\_slozka=1](http://www.vysocinatourism.cz/index.php?akce=slozka&id_slozka=1)
- [83] Vystoupil, J., Šasuer, M. Geografie cestovního ruchu České republiky. 1. vyd. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011, 315 s. Marketing (Grada). ISBN 978-807-3803-407.
- [84] ZOO JIHLAVA. Zoo Jihlava a její poslání. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.zoojihlava.cz/cz/>
- [85] ŽĎÁRSKÝ PRŮVODCE. Hotel podlesí- pohádková vesnička Podlesíčko. [online]. 2017 [cit. 2017-02-09]. Dostupné z: <http://www.zdarskypruvodce.cz/hotel-podlesi-pohadkova-vesnicka-podlesicko/>

## SEZNAM PŘÍLOH

- Příloha A Rozložení krajů v ČR
- Příloha B Administrativní členění kraje Vysočina
- Příloha C Železné hory a Žďárské vrchy
- Příloha D Přírodní rezervace Údolí Doubravy
- Příloha E Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře ve Žďáře nad Sázavou
- Příloha F Přehled památek UNESCO, národních kulturních památek, městských památkových rezervací, městských, vesnických a krajinných památkových zón
- Příloha G Sochy Michala Olšiaka
- Příloha H Pohádková vesnička Podlesíčko
- Příloha I Silniční síť kraje Vysočina
- Příloha J Dotazník: Cestovní ruch a rozvojové dokumenty obcí na Havlíčkovobrodsku



## Příloha A

### Rozložení krajů v ČR



# Příloha B

## Administrativní členění kraje Vysočina



Zdroj: [8]

## Příloha C

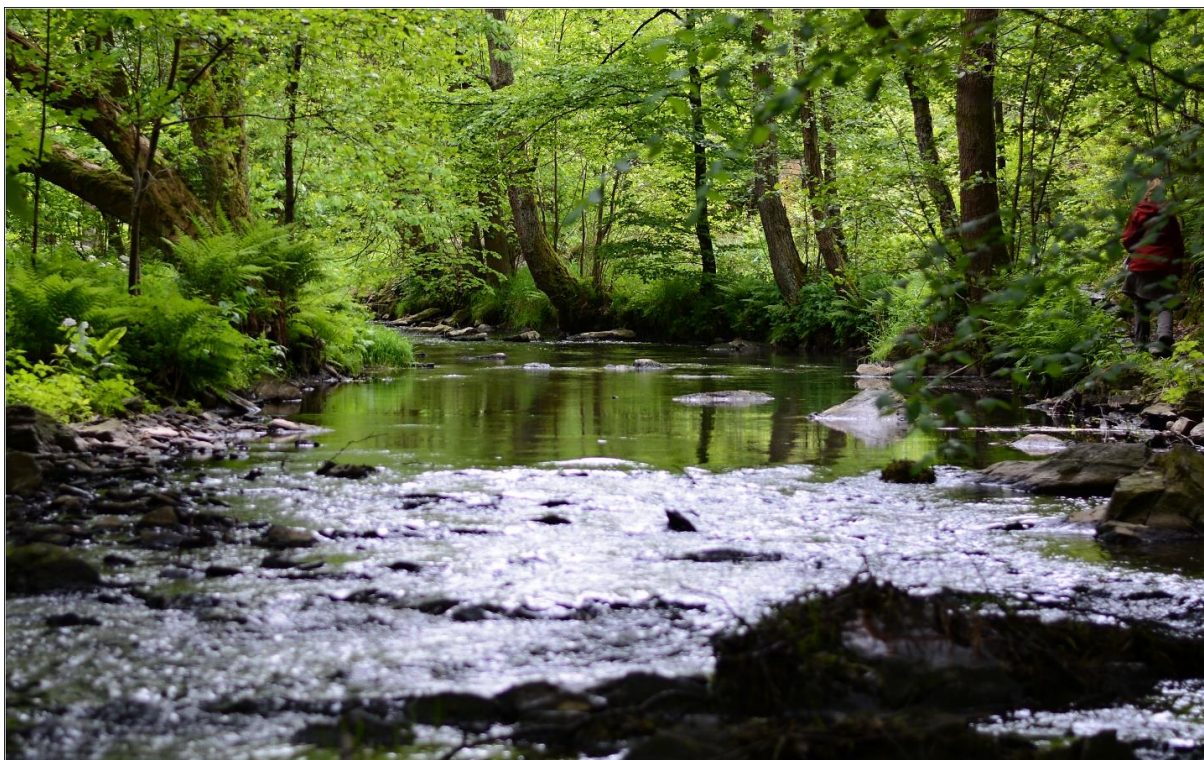
### Železné hory a Žďárské vrchy

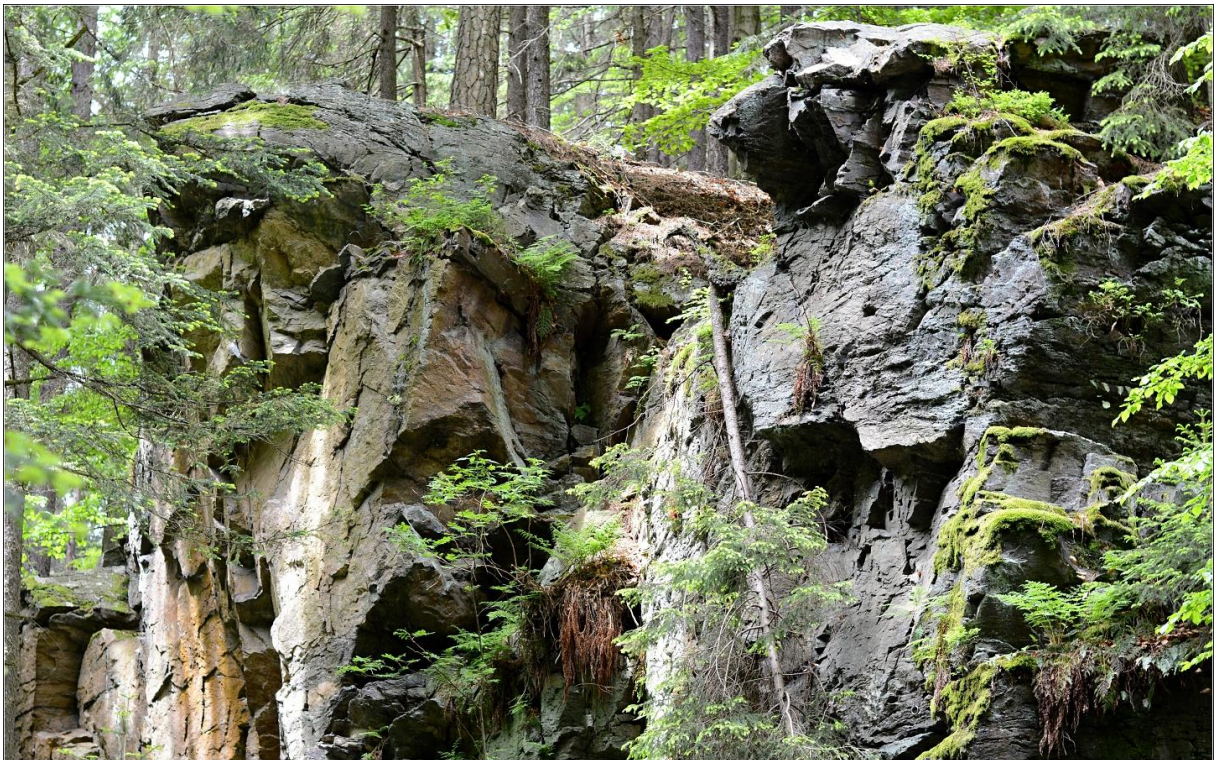


Zdroj: [76]

## Příloha D

### Přírodní rezervace Údolí Doubravy





Zdroj: [22]

## Příloha E

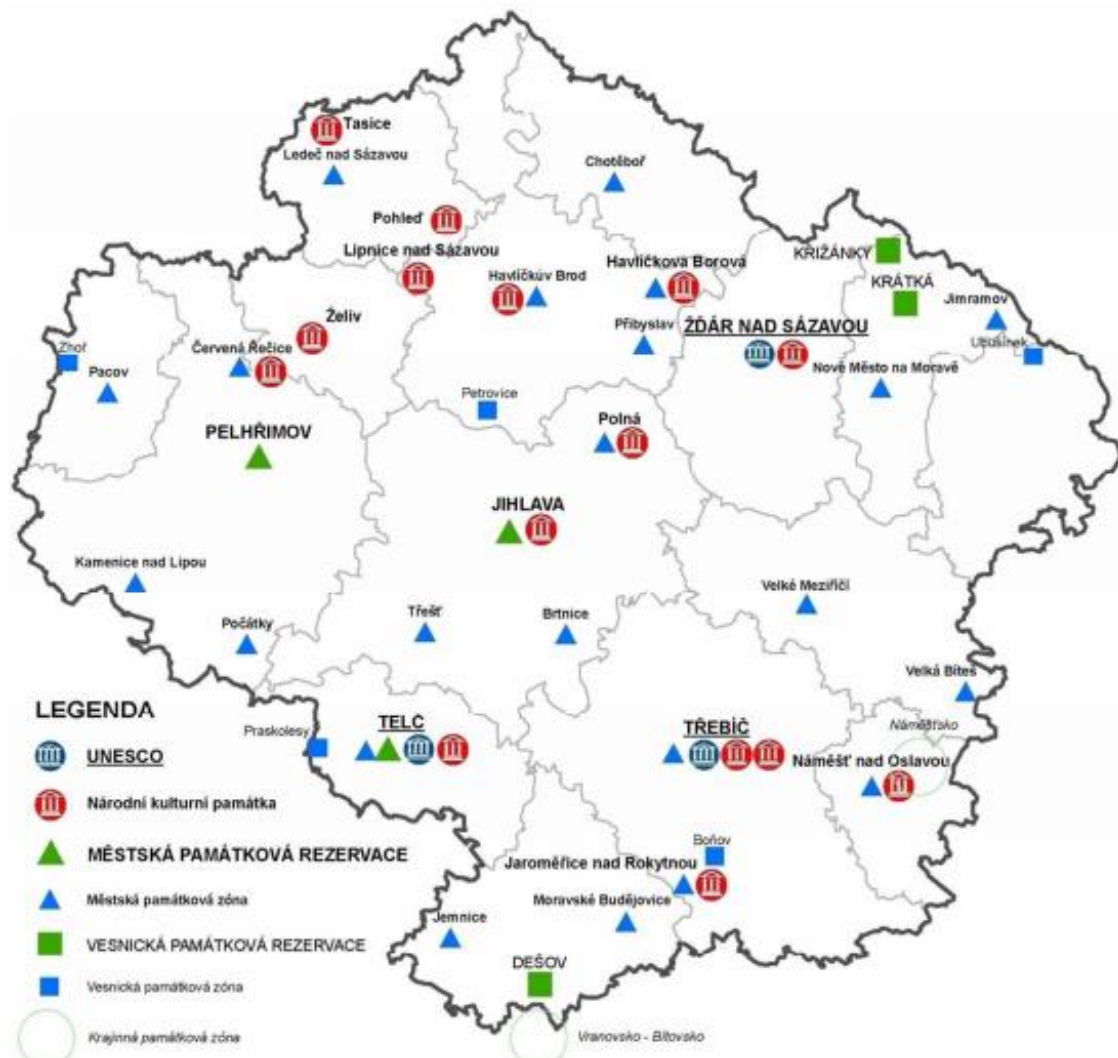
### Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře ve Žďáře nad Sázavou



*Zdroj: [3]*

## Příloha F

Přehled památek UNESCO, národních kulturních památek, městských památkových rezervací, městských, vesnických a krajinných památkových zón



Zdroj: [28]

## Příloha G

### Sochy Michala Olišiaka







Zdroj: [1]

## Příloha H

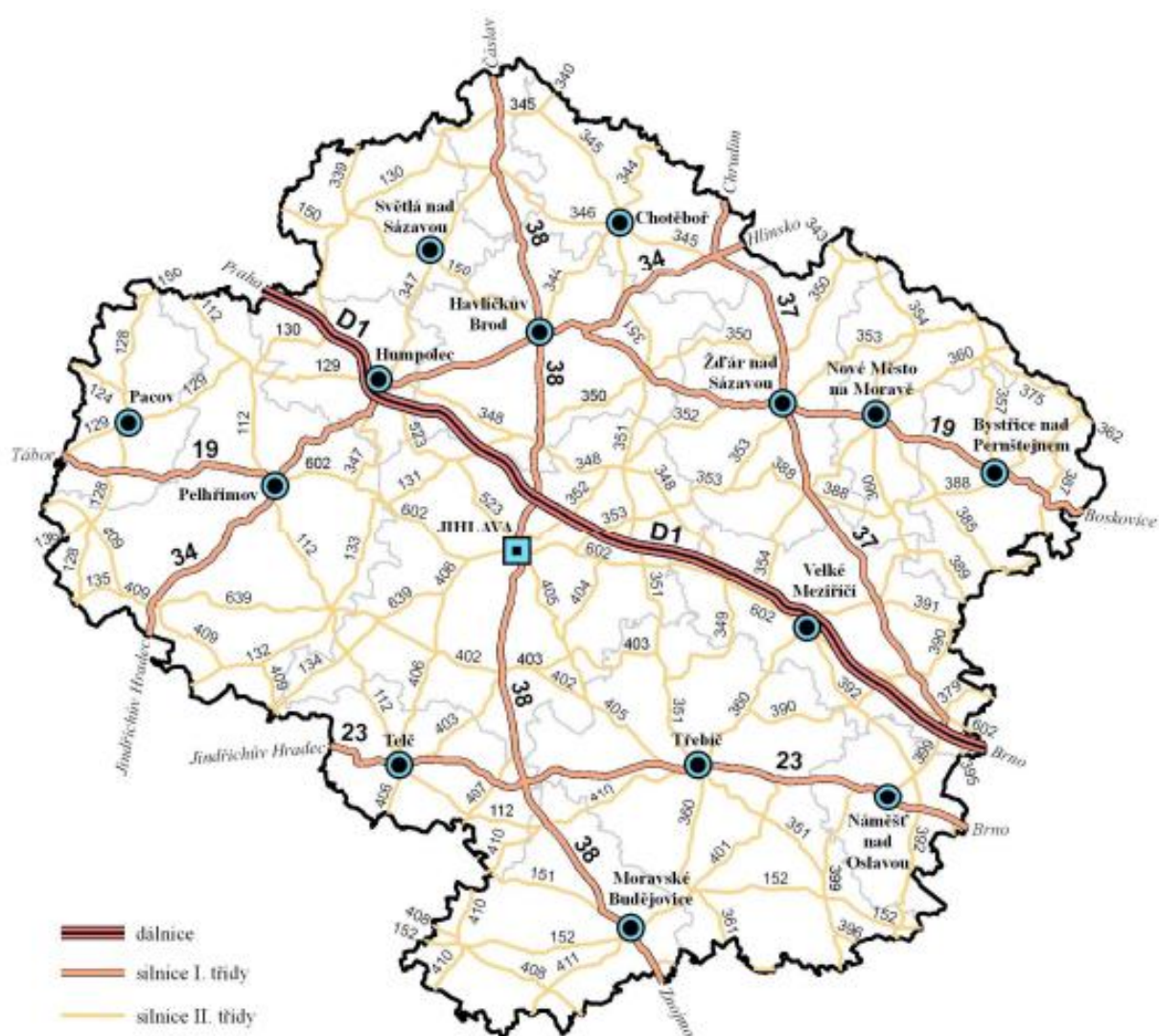
### Pohádková vesnička Podlesíčko



Zdroj: [85]

# Příloha I

## Silniční síť kraje Vysočina



Zdroj: [42]

## Příloha J

### Dotazník: Cestovní ruch a rozvojové dokumenty obcí na Havlíčkobrodsku

1) Název obce: .....

2) Kdo vyplňuje dotazník:

- Starosta
- Tajemník
- Místostarosta
- Jiný zaměstnanec obecního úřadu: .....

3) Jak dlouho již pracujete na tomto obecním úřadě?

- 0-1 rok
- 11-15 let
- 26-30 let
- 1-5 let
- 16-20 let
- 30 let a víc
- 6-10 let
- 21-25 let

4) Je ve Vaší obci zřízeno turistické informační centrum?

- Ano, od roku: .....
- Ne, ale plánujeme jeho zřízení
- Ne

5) Jsou ve Vaší obci nějaké nedostatky v infrastruktuře, které omezují lepší využití obce a okolí pro cestovní ruch?

- Slabá materiálně-technická základna
- Zásobování energiemi
- Špatné veřejné komunikace
- Odpadové hospodářství
- Zásobování pitnou vodou
- Žádné
- Kanalizace a čistička odpadních vod
- Jiné: .....

6) Jaké služby ve Vaší obci pro návštěvníky chybí nebo jsou nedostatečné?

- Ubytovací kapacita
- Stravovací zařízení
- Sportovní vyžití
- Půjčovny sportovního vybavení
- Kulturní a společenské akce
- Vybavení pro rodiny s dětmi
- Dopravní infrastruktura
- Žádné
- Jiné: .....

7) Připravují se nějaké konkrétní projekty na podporu cestovního ruchu ve Vaší obci

- Ano, a to: .....
- Ne

8) Co osobně považujete za největší překážku rychlejšího rozvoje cestovního ruchu ve Vaší obci?

.....

9) Co by mohlo dle Vašeho názoru zvýšení cestovního ruchu Vaší obci přinést?

- Více pracovních příležitostí
- Rozvoj služeb v obci
- Získání dotací ze státního rozpočtu a fondů EU
- Zvýšenou propagaci obce
- Partnerství dalších obcí
- Ekonomický rozvoj obce
- Nic
- Jiné: .....

10) Podílí se Vaše obec na propagaci turistické nabídky:

- Ano
  - Ne, protože: .....
- (pokračujte otázkou č. 13)

11) Jaké formy propagace využíváte nejvíce?

- Knižní publikace
- Letáčky
- Účast na veletrzích
- Katalogy
- Prezentace na webu
- Prezentace v databázi webových turistických vyhledávačů
- Reklama v médiích
- Jiné: .....

12) Jaké propagační materiály má obec k dispozici pro svoji propagaci?

- Plán obce
- Kalendář pořádaných akcí
- Místní zpravodaj
- Knižní publikace o obci
- Pohlednice
- Jiné.....

13) Uveďte, prosím, kolik finančních prostředků vynaloží ročně obec z rozpočtu na rozvoj cestovního ruchu? .....

14) Jsou ve vlastnictví obce nějaké volné objekty, budovy či pozemky, které by obec ráda nabídla investorům k využití pro služby v cestovním ruchu?

- Ano, a to: .....
- Ne

15) Je v obci nějaký konkrétní problém nebo místo bránící rozvoji cestovního ruchu?

- Ano, a to: .....
- Ne

16) Co by měla obec udělat pro to, aby k vám lidé jezdili na výlety?

.....  
.....

17) Jaký je Váš doposud nejúspěšnější projekt z oblasti cestovního ruchu, který dle Vašeho názoru přilákal turisty? .....

.....  
.....

18) Má Vaše obec zpracovaný nějaký strategický plán, nebo plán rozvoje obce?

- Má plán z roku .....
- Uvažujeme o něm (pokračujte otázkou č. 28)
- Je připravován (pokračujte otázkou č. 29)
- Nemá (pokračujte otázkou č. 26)

19) Kdo dokument zpracoval?

- Obec vlastními silami
- Kombinací
- Pomocí externí poradenské firmy
- Jiné: .....

20) Jak byla do procesu zpracování dokumentu zapojena veřejnost?

- Dotazníkové šetření
- Diskuze na webu
- Anketa
- Nebyla zapojena
- Veřejné projednávání
- Jiné: .....

21) Je dokument dostupný na webu obce?

- Ano
- Ne, protože: .....

22) Jak často probíhá aktualizace dokumentu?

- Každý rok
- 1x ze 5 let a více
- 1x za 2 roky
- Dle potřeby
- 1x za 2-5 let
- Vůbec

23) Jak využíváte svůj rozvojový dokument?

- Jako podklad pro přípravu obecního rozpočtu
- Při plánování investičních záměrů
- Pro přípravu žádostí o dotace z EU i domácích zdrojů
- Pro podporu všeobecného rozvoje obce
- Jako podklad pro zpracování rozpočtového výhledu
- Jako marketingový nástroj
- Nevyužíváme

24) Opírá se zastupitelstvo obce při svém rozhodování o rozvojových otázkách o tento dokument?

- Ano, vždy
- Ano, někdy
- Ne

25) Jak velká část naplánovaných činností se již podařila zrealizovat z aktuálního dokumentu? ..... (%)

26) Jaký je hlavní důvod proč obec nemá rozvojový dokument? (pokud jej má, přeskočte na otázku č. 29)

- Nepotřebujeme ho
- Zpracování je finančně náročné
- Zpracování je příliš složité
- Na zpracování nemáme personální kapacity
- Nevíme, jak dokument zpracovat
- Jiné: .....



27) Když nemáte rozvojový dokument, podle čeho řídíte rozvoj obce?

- Dle programového prohlášení rady/zastupitelstva
- Dle dílčí rozvojové koncepce obce
- Dle rozvojového dokumentu svazku obcí, jehož je obec členem
- Ve vazbě na rozvojový dokument místní akční skupiny
- Dle rozvojového dokumentu kraje/státu
- Dle aktuálních rozhodnutí zastupitelstva
- Dle rozpočtu
- Nahodile, dle aktuální potřeby
- Jiné: .....

28) Uvažujete o pořízení programu rozvoje obce? Jak?

- Sami vlastními silami
- Sami s metodickou podporou kraje, státu či obce s rozšířenou působností
- Sami s placenou metodickou podporou externího subjektu
- Pomocí externího subjektu, který komplexně zajistí zpracování
- Neuvažujeme, nevidíme důvod
- Jiné: .....

29) Máte nějaké doplňující informace z oblasti rozvoje cestovního ruchu ve Vaší obci, které byste rád/a uvedl/a? (může se jednat například o nějaké bariéry rozvoje cestovního ruchu nebo naopak pozitivní poznatky, které by přispěly k jeho rozvoji apod.).....

.....  
.....  
.....

30) Údaje o vás

Pohlaví: muž X žena

Věk: 18-25 let X 26-35 let X 36-45 let X 46-55 let X 56 let a více

Vzdělání: základní X vyučen X středoškolské X vyšší odborné X vysokoškolské