

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Návrh projektu rozvoje temné turistiky

Vedoucí diplomové práce
RNDr. Josef Navrátil, Ph.D.

Autor
Bc. Veronika Išová

2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svoji diplomovou práci na téma Návrh projektu rozvoje temné turistiky vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, v souladu s §47 b zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění, že souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Brně 15. 4. 2010

Bc. Veronika Išová

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat panu RNDr. Josefu Navrátilovi, Ph.D. za odborné vedení a důležité rady, připomínky a náměty při tvorbě této diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat paní Ing. Svatavě Holubové, panu Mgr. Jarolímkovi a pan Milanu Holečkovi za poskytnutí cenných informací a podkladů, kterými přispěli k řádnému vypracování této diplomové práce.

OBSAH

1. Úvod	8
2. Literární rešerše	9
2.1 Temná turistika	9
2.2 Cestovní ruch jako rozvojový prvek regionů	10
2.3 Marketing a management cestovního ruchu	15
2.3.1 <i>Marketing cestovního ruchu</i>	15
2.3.2 <i>Management cestovního ruchu</i>	21
2.4 Tvorba projektů a podnikatelských záměrů	22
2.4.1 <i>Co je to projekt?</i>	22
2.4.2 <i>Projektový management</i>	24
2.5 Možnosti financování projektů	24
2.5.1 <i>Fondy Evropské unie</i>	25
2.6 Cestovní ruch na Znojemsku	26
2.6.1 <i>Jižní Morava – hospodářsky významná oblast</i>	26
2.6.2 <i>Znojemsko – významný region cestovního ruchu</i>	27
3. Cíle práce	29
3.1 Hlavní cíl	29
3.2 Dílčí cíle	29
4. Metodika	30
4.1 Metodika studie proveditelnosti	30
4.2 Metodika dílčích částí studie proveditelnosti	31
4.2.1 <i>Úvodní informace</i>	31
4.2.2 <i>Stručný popis podstaty projektu a jeho etap</i>	32
4.2.3 <i>Analýza trhu, odhad poptávky, marketingová strategie a marketingový mix</i>	32
4.2.4 <i>Management projektu a řízení lidských zdrojů</i>	33
4.2.5 <i>Technické a technologické řešení projektu</i>	33
4.2.6 <i>Dopad projektu na životní prostředí</i>	34
4.2.7 <i>Zajištění investičního majetku</i>	34
4.2.8 <i>Řízení pracovního kapitálu (oběžný majetek)</i>	34
4.2.9 <i>Finanční plán a analýza projektu</i>	34
4.2.10 <i>Hodnocení efektivity a udržitelnosti projektu</i>	35
4.2.11 <i>Analýza a řízení rizik (citlivostní analýza)</i>	37
4.2.12 <i>Harmonogram projektu</i>	37
4.2.13 <i>Závěrečné shrnující hodnocení projektu</i>	37
5. Shrnutí výsledků analýzy trhu	38
5.1 Odhad poptávky ke komercializaci železné opony aktivitami cestovního ruchu	38
5.2 Možnosti nabídky produktů komercializace železné opony	39
6. Projekt	43
6.1 Úvodní informace	43
6.1.1 <i>Účel a smysl projektu</i>	43
6.2 Zadavatel projektu	44
6.3 Partneři projektu	44
6.4 Stručný popis podstaty projektu	46
6.4.1 <i>Název a zaměření projektu</i>	46
6.4.2 <i>Významná specifika projektu</i>	47
6.4.3 <i>Jaké problémy projekt řeší</i>	48

6.4.4 Kapacita projektu	48
6.4.5 Lokalizace projektu	48
6.5 Etapy projektu	49
6.6 Analýza trhu, odhad poptávky, marketingová strategie a marketingový mix	51
6.6.1 Analýza trhu	51
6.6.2 Odhad poptávky	51
6.6.3 Současná situace Národního parku Podyjí	53
6.6.4 Cílové skupiny návštěvníků	53
6.6.5 Doprava	54
6.6.6 Analýza konkurence	55
6.6.7 Marketingová strategie	56
6.6.8 Marketingový mix	58
6.6.9 Swot analýza naučné stezky	61
6.7 Management projektu a řízení lidských zdrojů	62
6.7.1 Projektový manažer	62
6.7.2 Hlavní koordinátor	63
6.7.3 Finanční manažer	63
6.7.4 Výběr dodavatelů	63
6.7.5 Vznik nových pracovních příležitostí	64
6.8 Technické a technologické řešení projektu	64
6.8.1 Úprava komunikací	64
6.8.2 Informační tabule	64
6.8.3 Mobiliář stezky	65
6.8.4 Značení	66
6.8.5 Propagační prostředky	66
6.9 Dopad projektu na životní prostředí	68
6.9.1 Odpady	68
6.9.2 Příslušné orgány	69
6.10 Zajištění investičního a oběžného majetku	69
6.10.1 Popis jednotlivých investičních nákladů	69
6.10.2 Provozní náklady	73
6.10.3 Oběžný majetek	74
6.11 Finanční plán a analýza projektu	75
6.11.1 Financování projektu	75
6.11.2 Operační program: Cíl 3 Evropská územní spolupráce Rakousko-Česká republika 2007-2013	75
6.11.3 Celkový rozpočet projektu	77
6.12 Hodnocení efektivity a udržitelnosti projektu	79
6.12.1 Odhadovaná současná hodnota	79
6.12.2 Index odhadované rentability	80
6.12.3 Odhadovaná doba návratnosti	80
6.13 Analýza a řízení rizik (citlivostní analýza)	81
6.14 Harmonogram projektu	83
6.15 Přílohy žádosti o poskytnutí příspěvku na výstavbu naučné stezky z OP Cíl 3 EÚS Rakousko-Česká republika 2007-2013	84
6.16 Závěrečné shrnující hodnocení projektu	85
7. Závěr	87
8. Seznam pramenů a literatury	89

8.1 Literární zdroje.....	89
8.2 Elektronické zdroje	90
9. Summary	98
10. Seznamy – tabulky, obrázky	100
10.1 Seznam tabulek	100
10.2 Seznam obrázků	100
11. Seznam příloh a přílohy	101
11.1 Seznam příloh	101
11.2 Přílohy	101

1. Úvod

Stále významnějším a nepostradatelným faktorem regionálního rozvoje se stává cestovní ruch. Patří mezi největší a nejdynamičtější se rozvíjející ekonomická odvětví. Cestovní ruch může být pro region přínosem jak v sociálně-kulturní a ekonomické oblasti, tak i v oblasti ochrany životního prostředí. V posledních letech roste význam regionů v České republice. K jejich rozvoji přispěly také politiky Evropské unie, především politika soudržnosti (Rohrerová, 2006).

Rozvoj regionů je však podmíněn existencí vhodného přírodního i kulturního potenciálu. Tento potenciál vyjadřuje schopnost regionu vytvořit podmínky pro rozvoj cestovního ruchu.

V současné době se zvyšuje počet obyvatel České republiky, kteří tráví dovolenou ve své vlasti. Cestování po zajímavých a netradičních místech České republiky v rámci jejich dovolených může být jednou z možností, jak plnohodnotně vyplnit volný čas a nasbírat nové zážitky. V posledních letech se také zvyšuje počet lidí se zájmem o aktivní dovolenou. Tato skutečnost má mnoho příčin. Jednou z nich může být dnešní trend zdravého životního stylu. Další příčinou může být to, že spojení rekreačního sportu spolu s poznáním cizí krajiny představuje pro jistou skupinu lidí zábavu, pro kterou jsou ochotni obětovat svou dovolenou a volný čas.

Pro zpracování diplomové práce jsem si zvolila turistický region Znojensko. Znojensko v rámci nabídek cestovního ruchu představuje atraktivní destinaci plnou historie, přírody a vína. Jedná se o region s množstvím kulturních a přírodních atraktivit, které však postrádají dostatečnou infrastrukturu. Z mého pohledu jde o region s velkým potenciálem pro rozvoj nejen cestovního ruchu jako takového, ale i pro rozvoj nové formy cestovního ruchu – *temné turistiky*. Spojení aktivní formy turistiky a zmiňované *temné turistiky* může zajistit regionu Znojensko nejen vyšší turistickou návštěvnost, ale také zatraktivnit tuto oblast v porovnání s ostatními regiony České republiky.

Smrt, neštěstí či utrpení je v turistické formě stále častějším turistickým cílem. *Temná turistika* jako novodobý fenomén cestovního ruchu se stává jedním z nejlépe vynášejících oborů, kterými se cestovní kanceláře začaly zabývat, a to kdekoli na světě. Hlavní příčinou úspěchu tohoto oboru je především to, že lidé vždy byli a budou fascinováni smrtí, ať se týkala nás či někoho jiného.

2. Literární rešerše

2.1 Temná turistika

Temná turistika je popisována jako návštěva míst, která jsou spojena nějakým způsobem se smrtí (místa spojená s vraždou, se smrtí, bitevní pole, hřbitovy, mausolea, kostelní hřbitovy, dřívější domy zesnulých osobností) a je již delší čas důležitou částí cestovního ruchu v mnoha společnostech (*Braithwaite, Lok Lee, 2006*). Podle Stone (2006) je *temná turistika* akt cestování a navštěvování míst, zajímavostí a výstav, které mají reálnou a zábavnou smrt, utrpení či zdánlivou hrůzu jako hlavní téma.

Stále více, návštěvy historických míst, včetně těch, které zachycují události spojené s lidským utrpením a masovou smrtí, se stávají významným aspektem turistické návštěvnosti (*Poria, Butler, Airey, 2003*). Návštěvy těchto míst kombinují vážný účel s rekreací, nebo ukazují postupnou proměnu významu od vážného k bezvýznamnému (*Raj, Morpeth, 2007*). Tyto návštěvy a aktivity se rozvíjejí v reakcích na traumatické historie a také se odrážejí v růstu světského způsobu duchovní zkušenosti, v kterém honba za pobavením je spíše osobní než mystická (*Keil, 2005*).

Místa spojená se smrtí či utrpením mají zvláštní schopnost přitahovat davy turistů. Tento typ cestovního ruchu je pravděpodobně produktem postmoderní doby, kdy se společnost odklání od masového cestovního ruchu a spíše vyhledává nové destinace a autentické zážitky. Častým znakem je také důraz na poznávání a vzdělávání se během cestování (*Stone, 2008*). Produkce temné a rušivé minulosti není řízena jen chutěmi jejích zákazníků, kteří jsou často ovlivněni médii, ale je to také předmět mnoha změn ovlivněných politickým a kulturním klimatem (*Kazalarska, 1998*).

Fascinace temnými místy je však považována mnohými za kontroverzní. Zpřístupnění míst postižených lidským neštěstím či katastrofou by proto mělo být spojeno se vzděláváním a pietou a ne s motivací zisku (*Stone, 2008*). Rozdíl mezi tím, co je a není možné akceptovat jako turistickou atrakci je často věcí kulturních hodnot a časového odstupu (*Stone, 2008*).

Termín *temná turistika* vymysleli britští vědci John Lennon a Malcolm Foley. Temné turisty definují jako jedince, kteří ve volném čase objíždějí místa, budovy a výstavy spojené se smrtí. Odborníci je třídí do kategorií: duchovní, ovlivněné vzděláním a ovlivněné zábavou (především hollywoodskými filmy). První skupina na místech tragédií hledá duševní naplnění, druhá si doplňuje vzdělání a třetí se baví (*Hloušková, 2009*).

Častými objekty zájmu temných turistů jsou hřbitovy, místa konfliktů, věznění, mučení, zabíjení, ale také místa postižená přírodními katastrofami (*Šindelářová, 2008*). Jako turisty nejnavštěvovanější cíl s nejtemnější historií na území České republiky vyšel Památník Terezín zahrnující válečné židovské ghetto a věznici gestapa Malá pevnost (*Šindelářová, 2009, A*). Kde jinde stejně jako například v bývalých komunistických lágrech či vyhlazovacích táborech si lze uvědomit, čeho je člověk schopen ve jménu zhoubné ideologie, omámený neomezenou mocí?

Pád železné opony a rozšíření Evropské unie směrem na východ měly za následek zvýšený pohyb obyvatel do zemí západní Evropy. Lidé, kteří kdysi emigrovali, se vracejí do svých mateřských zemí jako turisté. Tento trend nese název „*Diaspora tourism*“ a projevuje se i v České republice. Podle motivu návštěvy se tito turisté dají zařadit do tří kategorií. Jedni cestují za poznáním kulturního dědictví, druzí přijíždějí za investicemi do realit a třetí pak na sváteční návštěvy (*Šindelářová, 2009, B*).

Cestovní ruch založený na dávném konfliktu pochází z kulturního cestovního ruchu (*Braithwaite, Lee, 2006*). Návštěva historických a kulturních míst je dnes jednou z nejpobulárnějších aktivit. Identifikace a podporování opravdových zajímavostí kulturního dědictví je právě prvním krokem k přitahování cestovatelů a trávení jejich cest (*Hargrove, 2002*).

2.2 Cestovní ruch jako rozvojový prvek regionů

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti (*Hesková a kol., 2006*). Účastí na cestovním ruchu dochází k uspokojování různých potřeb souvisejících s cestováním a pobytem mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase za účelem získání komplexního zážitku podmíněného odpočinkem, poznáváním, společenským kontaktem, zdravím, rozptýlením a zábavou, kulturním nebo sportovním vyžitím (*Gúčik, 2000*). Jiný přístup (*Kopačka, Šíp, Štěpánek, 2001*) chápe cestovní ruch jako reálný socioekonomický volný systém, jehož základními stavebními prvky jsou subsystém nabídky a poptávky a realizační subsystém, který tvoří vazby mezi nimi a představují jej toky turistů, služeb, informací a finančních prostředků. Obecně se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností (*Horner, Swarbrooke, 2003*).

Cestovní ruch se stal v posledních desetiletích významným celosvětovým fenoménem, zejména jako důležitá součást tzv. průmyslu volného času. Jeho ekonomické, ekologické, sociální, politické, kulturní a mnohé další dopady jsou neoddiskutovatelnou součástí proměn dnešního světa (*Foret, Foretová, 2001*).

Cestovní ruch se považuje za nejrozsáhlejší ekonomickou aktivitu v Evropské unii a má potenciál pro další růst (*Horner, Swarbrooke, 2003*). Svou ekonomickou váhou se řadí na třetí místo za obchod s ropou a ropnými produkty a automobilový průmysl. Svými multiplikačními efekty zvyšuje zaměstnanost, vytváří nové pracovní příležitosti, podporuje investiční aktivity a přispívá k vyrovnání platební bilance svých zemí (*Foret, Foretová, 2001*). Přínos cestovního ruchu spočívá v tom, že přímo a nepřímo ovlivňuje řadu dalších odvětví lidské činnosti. Přímou ovlivňuje činnost hotelů, restaurací, cestovních kanceláří a agentur, informačních středisek a center cestovního ruchu, dopravních firem, bank, směnár, divadel, muzeí, sportovních zařízení a další. Nepřímo se promítá například do rozvoje maloobchodní sítě, stavebnictví, spotřebního průmyslu, potravinářského průmyslu, zemědělství (*Bábík, Dančo, Tůma, 2007*).

Cestovní ruch se vždy váže k určitému místu, obci, městu, regionu či státu, jehož nabídka do značné míry souvisí s kvalitou a schopnostmi veřejné správy (*Foret, Foretová, 2001*). Rozhodujícím nástrojem řízení rozvoje cestovního ruchu v regionech je jednoznačně partnerství soukromého, veřejnoprávního a neziskového sektoru s občany regionu (*Bábík, Dančo, Tůma, 2007*).

Předpoklady, které ovlivňují existenci a rozvoj cestovního ruchu, jejich obecné zákonitosti i uplatnění v konkrétních oblastech a střediscích, se obvykle člení na (*Mariot, 1985*):

- Lokalizační předpoklady: Vytvářejí podmínky, určují místo výskytu cestovního ruchu v krajině, ovlivňují funkční využití oblasti či centra cestovního ruchu. Člení se na přírodní a kulturně-historické předpoklady a atraktivitu.
- Realizační předpoklady: Umožňují faktickou realizaci cestovního ruchu. Tvoří je dopravní předpoklady a materiálně-technické předpoklady.
- Selektivní předpoklady: Stimulují vznik cestovního ruchu. Rozeznáváme objektivní faktory, ke kterým patří politická situace, životní úroveň, růst volného času, demografická struktura obyvatelstva, růst urbanizace. K subjektivním faktorům patří kulturní

úroveň obyvatelstva, reklama a propagace a módnost určitých lokalit, exotika nabídky a její atraktivnost.

Zároveň musí vymezené území splňovat tři předpoklady (*Gehinová, 2008*):

- Primární nabídku musí mít v takovém množství a kvalitě, že je přitažlivá a vyvolává návštěvnost.
- Komunikační dostupnost umožňuje přístup do území a pohyb za atraktivitami cestovního ruchu.
- Infrastrukturní vybavenost umožňuje pobyt v území a využívání jeho atraktivit.

Je nepochybné, že cestovní ruch přispívá k rozvoji místa. Na druhé straně však také vyžaduje určitou úroveň služeb, zejména pro volný čas. Neobejde se bez kvalitních ubytovacích a stravovacích zařízení, bez potřebné infrastruktury. Představuje i určité sociální a ekologické hrozby. A právě v koordinaci místních aktivit, v iniciování podpůrných projektů a v preventivní ochraně podmínek života spatřujeme základní přínos a úlohu místní veřejné správy a samosprávy (*Foret, Foretová, 2001*).

Území je tím atraktivnější pro cestovní ruch, čím více se liší od jiných území svojí jedinečností vyvolávající rekreační aktivity (*Gehinová, 2008*). Dobře připravená propagace území, znalost jeho silných stránek a posilování povědomí o málo známých a zajímavých skutečnostech neprospívá jenom cestovnímu ruchu. Image by měl stavět na přírodních a historických zvláštích, ale v současné době by měl především vycházet z vědomostního, inovačního a myšlenkového potenciálu území (*Foret, Foretová, 2001*). Území přírodovědecky či esteticky velmi významná jsou vyhlášena za zvláště chráněná území (*Gehinová, 2008*). Rekreační aktivity na těchto územích je možné provozovat jenom se souhlasem orgánů ochrany přírody. Zvláště chráněná území vykazují většinou vysoký rekreační potenciál, proto je potřebné najít rovnováhu mezi zájmy ochrany přírody na jedné straně a socioekonomickým rozvojem území na straně druhé, přitom je nutné vycházet z principů udržitelného rozvoje cestovního ruchu (*Gehinová, 2008*).

Základnou pro cestovní ruch je tedy území, které disponuje základními podmínkami pro jeho rozvoj – přírodními, kulturními, infrastrukturou cestovního ruchu, službami cestovního ruchu. Takového území je označované jako turistický region či destinace (*Bábík, Dančo, Tůma, 2007*).

Region představuje územní celek vyznačující se společnou úrovní výskytu určitých znaků z hlediska zastoupení, rozmístění reprezentativních jevů nebo společných procesů. Jedná se o znaky a jevy fyzicko-geografických nebo sociálně geografických systémů jako například přírodní, kulturně historické, socioekonomické charakteristiky a klíčové regionální procesy a vazby. Region je oblast vykazující nějaký druh jednotnosti nebo vnitřního organizačního principu, který ji vyděluje oproti jiným regionům (*Gehinová, 2008*). Podle dokumentů Evropské unie se na region díváme jako na strukturální jednotku NUTS II s dekompozicí na nižší teritoriálně statistické jednotky. Současně je územím, které má historicky danou určitou společenskou, ekonomickou, urbanistickou a kulturní identitu, tvořící určitý integrující celek (*Hrabánková, Hájek, 2002*). Území (obec či region) musí dokázat nabídnout co nejvíce informací. Je důležité pamatovat si to, že občan i návštěvník se musí v daném místě zorientovat, že musí být jasné, kde získá potřebné informace. Orientační a informační systém napovídá, nakolik veřejné správě na lidech, kteří se v území pohybují, záleží, jaký má zájem nabídnout jim své služby a zajímavosti (*Foret, Foretová, 2001*). Z hlediska návštěvníka je region cestovního ruchu identifikovatelnou územní jednotkou, která vyvíjí marketingové aktivity na trhu, především nabídkou produktů a podporou jejího prodeje (*Gehinová, 2008*).

Regionální rozvoj je zapotřebí chápat především z hlediska trvalého zabezpečování vyváženého rozvoje státu, respektive území jeho regionů a územních obvodů nově zřízených krajů a obcí. Půjde o koordinaci působností orgánů veřejné správy a samosprávy, která s využitím principů hospodářské a sociální soudržnosti bude trvale přispívat ke snižování rozdílů mezi regiony podle předem stanovených cílů a priorit s upřednostněním zaostávajících regionů (*Hrabánková, Hájek, 2002*). Účastníci cestovního ruchu jsou (*Bábík, Dančo, Tůma, 2007*): stát, orgány územní veřejné správy, orgány místních samospráv, podnikatelské subjekty, občanské a kulturní organizace, obyvatelé, návštěvník.

Za strategii celého regionálního rozvoje ze zákona zodpovídá ministerstvo pro místní rozvoj a jím řízené subjekty. To by mělo řešit celkový pohled státu na regionální rozvoj, včetně cestovního ruchu a jeho podpory, jak stanoví zákon o regionálním rozvoji (*Foret, Foretová, 2001*).

Náplní krajů je zpracovávat program rozvoje kraje, čímž není myšlen pouze státní program se státní podporou, ale i vytváření vlastních představ, kterým směrem dále postupovat. Kraj by měl mít zmapován současný stav a představu, kam by se měl vývoj

v oblasti cestovního ruchu ubírat, a volit prostředky, jak jej za spolupráce s dalšími subjekty podpořit (*Foret, Foretová, 2001*).

Povinností obce je realizovat na svém území vybudování infrastruktury, včetně turistické infrastruktury, podporovat investice, ať už vlastní investice nebo další projekty, které řeší konkrétní problémy cestovního ruchu (*Foret, Foretová, 2001*).

Cestovní ruch se u nás stále více začíná chápat jako významná možnost rozvoje měst, obcí a regionů. Praktická realizace záměrů v oblasti místního rozvoje a cestovního ruchu musí vycházet z velmi těsné spolupráce místní veřejné správy a samosprávy s občany, s podnikateli, s veřejným i soukromým sektorem služeb. Výsledkem této spolupráce by měla být vyšší efektivita vynakládaných prostředků na podporu cestovního ruchu, lepší image regionů i vyšší účinnost propagačních aktivit (*Foret, Foretová, 2001*). Spokojenost turisty je důležitá k úspěšnému destinačnímu marketingu, protože ovlivňuje výběr destinace, spotřebu produktů a služeb a rozhodnutí se vrátit (*Dolnicar, 2008*).

Bieger (*2008*) uvádí *destinaci* jako „geografický prostor, který si host volí jako svůj cíl cesty“. Výkladový slovník cestovního ruchu popisuje destinaci cestovního ruchu v užším smyslu jako cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu a v širším smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků (*Pásková, Zelenka, 2002*).

Návštěvnické atraktivity se definují jako určité trvalé zdroje, které jsou kontrolovány a řízeny kvůli nim samým a pro potěšení, zábavu a vzdělání návštěvníků (*Horner, Swarbrooke, 2003*). Atraktivita musí být vybavena odpovídajícím finančním zázemím, musí být přitažlivá, aby každoročně přilákala velké množství zákazníků a musí mít přístup k velké sběrné oblasti, kde potřebné množství zákazníků najde (*Horner, Swarbrooke, 2003*). Organizace destinačního managementu se iniciativně zapojuje do zpracovávání a podávání projektů pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci a podílí se na tvorbě podkladů pro územní plánování (*Fellegiová, 2008*).

Ve stále nasycenějším tržním prostředí by měl být úspěch destinací provázen důkladnými analýzami turistické motivace a její souhrou s turistickým uspokojením a věrností (*Yoon, Uysal, 2005*). Ačkoliv atmosféra turistické destinace jako část cestovatelské zkušenosti silně ovlivňuje uspokojení návštěvníků s jejich výletem, jejich chování během pobytu a jejich

ochotu se vrátit, je to poměrně málo zkoumané téma ve studiích cestovního ruchu (*Rátz, Michalkó, 2006*).

2.3 Marketing a management cestovního ruchu

Průmysl cestovního ruchu se v poslední době stává jedním z nejvýznamnějších odvětví světové ekonomiky, a stává se tak globálním fenoménem. Na dynamickém růstu se podle Světové organizace cestovního ruchu bude stále velmi výrazně podílet evropský kontinent a v jeho rámci poroste podíl zemí střední a východní Evropy a tedy lze předpokládat že i České republiky (*Horner, Swarbrooke, 2003*).

2.3.1 Marketing cestovního ruchu

Všechno to, co veřejná správa dělá pro rozvoj obce či regionu, veškerá její činnost, která není striktně dána pouze platnými zákony, by mělo vycházet z obecných principů marketingu obce a marketingu cestovního ruchu (*Foret, Foretová, 2001*).

Marketing jako takový se zabývá vztahy mezi kupujícími a prodávajícími a činnostmi, které mají tyto vztahy dovést k uspokojivému závěru. Na rozdíl od ekonomiky, která se soustřeďuje na vztah mezi nabídkou a poptávkou, marketing vychází z myšlenky, že ústředním zájmem všech lidí pracujících v organizaci je zákazník. Orientace firmy na marketing znamená učinit zákazníka středem všech rozhodovacích procesů (*Horner, Swarbrooke, 2003*). Podle Kotlera (*1994*) představuje marketing společenský a řídicí proces, jehož pomocí jednotlivci a skupiny získávají to, co chtějí a potřebují, prostřednictvím vytváření a výměny výrobků a hodnot s druhými. Drucker (*1969*) dále uvádí, že marketing je mnohem širší záležitostí než prodej, ale není vůbec žádnou specializovanou aktivitou. Je přítomen v celém podniku. Je to celý podnik viděný z pohledu konečného výsledku, tedy z pohledu zákazníka. Zájem o marketing a odpovědnost za něj tedy musí prostupovat všemi oblastmi podniku.

Samotný marketing cestovního ruchu (destinace) stojí na pěti stavebních prvcích (*Seaton, Bennett, 1996*). Za první – filozofie orientace na zákazníka, za druhé – analytické postupy a koncepty nutné k rozvíjení filozofie, za třetí – techniky sběru dat, za čtvrté – plánovací funkce a okruh strategických rozhodnutí, za páté – organizační struktura nutná pro uskutečnění plánu.

V současnosti existuje osm specifických rysů marketingu cestovního ruchu (*Morrison, 1995*):

- kratší expozitura služeb,
- větší vliv psychiky a emocí v rozhodovacím procesu i během pobytu a po něm,
- důraz na vnější stránku poskytovaných služeb,
- důraz na propagaci mimo sezónu,
- důraz na úroveň a image,
- složitější a proměnlivější distribuční cesty,
- větší závislost na komplementárních firmách,
- snazší kopírování služeb.

Chceme-li co nejefektivněji rozvinout a využít marketing cestovního ruchu, musíme porozumět, jak zákazníci dospívají ke svým rozhodnutím o nákupech produktů cestovního ruchu, služeb volného času a ubytovacích a stravovacích služeb. Potom budeme vědět, kde a kdy je třeba zasáhnout do jeho procesu, abychom získali požadované výsledky (*Horner, Swarbrooke, 2003*). Zákazníkem z hlediska marketingu je občan, podnik i obec jako celek (*Bábík, Dančo, Tůma, 2007*). Pokud má být marketing úspěšný, musí být také orientován na konkrétní, přesně vymezené cílové trhy a pro ně připravovat specifické marketingové mixy (*Vystoupil, Holešinská, Šauer, 2007*).

Marketingový mix představuje soubor kontrolovaných marketingových proměnných, připravených k tomu, aby veškerá činnost v daném území byla co nejblíže přáním a potřebám trhu. Marketingový mix sestává z toho, čím veřejná správa může ovlivnit poptávku po nabídce dané obce či regionu. Především se jedná o známé čtyři skupiny proměnných, označovaných v marketingové literatuře jako „čtyři P – zkráceně 4P“ (*Foret, Foretová, 2001*): produkt, cena, místo a propagace.

V literatuře o cestovním ruchu se můžeme dočíst o rozšířeném marketingovém mixu. *Morrison (1995)* například rozšiřuje klasický marketingový mix o další 4P:

1. people (lidé),
2. packaging (tvoření balíčků),
3. programming (naprogramování),
4. partnership (spolupráce).

Marketingový mix je vlastně soubor taktických nástrojů, které může poskytovatel určitých služeb využívat pro získání konkurenceschopnosti svého produktu a pro jeho prosazení se na trhu (*Foret, Foretová, 2001*). Jedná se konkrétně o soubor níže popsanych prvků:

1. *Produkt*: Je jádrem veškerého marketingu cestovního ruchu (*Horner, Swarbrooke, 2003*). Podle Kotlera (*1994*) je produkt cokoli, co lze nabídnout trhu k prozkoumání, získání, užívání nebo ke spotřebě a co může uspokojit nějakou potřebu nebo požadavek. Mohou to být hmotné předměty, služby, osoby, místa, organizace a myšlenky.

Kotler (*1994*) dále rozšířil svojí původní definici produktu, aby do ní zahrnul prvky služeb a nový pojem nazval tři úrovně produktu. *Základní produkt* je to, co zákazník skutečně kupuje. *Reálný produkt* zahrnuje provedení, značku, kvalitu, styl a obal. Nakonec je zde *rozšířený produkt*, který obsahuje všechny další služby a užité hodnoty, které zákazník dostává.

Úspěch v rozvoji cestovního ruchu závisí na schopnosti přizpůsobit produkt hodnotám vyhledávaným zákazníky (*Horner, Swarbrooke, 2003*). Každá destinace se snaží prodat svoji jedinečnost a postavit své produkty tak, aby byly diferencovány ať už kvalitou, využitím jedinečných předpokladů či svou pestrostí od ostatních a uspěly na trhu (*Vystoupil, Holešinská, Šauer, 2007*). Kvalita produktu je jedním z hlavních nástrojů budování pozice na trhu (*Foret, Foretová, 2001*). Inovace a vývoj nových produktů by měl být důležitou součástí činností a aktivit destinační společnosti (*Vystoupil, Holešinská, Šauer, 2007*).

2. *Cena*: Cenová politika je nepochybně základem úspěšného marketingu jakýchkoli výrobků nebo služeb. Ceny, které organizace požaduje za své výrobky nebo služby, musí být vyvážené tak, aby zákazníci byli ochotní je platit a organizace dosahovala zisku (*Horner, Swarbrooke, 2003*). Cena obecně představuje množství peněžních jednotek požadovaných za produkt. Je jediným prvkem marketingového mixu, který vytváří příjmy. Všechny ostatní složky marketingového mixu naopak znamenají výdaje, náklady (*Foret, Foretová, 2001*).

Cena výrobků a služeb je ovlivňována záměry organizace, která je prodává (*Horner, Swarbrooke, 2003*). Musí také odrážet zákazníkovo vnímání cílového trhu (*Horner, Swarbrooke, 2003*). Je tradičně hlavním faktorem, který ovlivňuje rozhodování návštěvníků při výběru destinace (*Vystoupil, Holešinská, Šauer, 2007*).

Zákazníci vnímají nejen cenu ve vztahu k hodnotě poptávky, ale pochopitelně také vůči pohybu ceny. V komplexnějším pojetí se doporučuje vycházet při tvorbě cen z následujících „3 C“ (*Foret, Foretová, 2001*):

- z poptávky zákazníků,
- z nákladů,
- z cen konkurence.

Cenová rozhodnutí a ostatní prvky marketingového mixu se vždy navzájem ovlivňují (*Horner, Swarbrooke, 2003*).

3. *Místo*: Místo je rozhodujícím aspektem marketingu, protože zákazníkům se může líbit nějaký produkt a mohou být ochotní za něj zaplatit, ale aby jej mohli kupovat, musí jim být dostupný (*Horner, Swarbrooke, 2003*). Rozhodnutí o tom, jakými cestami se náš produkt dostane na trh a k zákazníkovi, patří mezi nejdůležitější a následně ovlivňuje použití ostatních marketingových nástrojů (*Foret, Foretová, 2001*).

Distribuce produktů cestovního ruchu má dvě formy (*Horner, Swarbrooke, 2003*):

- přímo od producenta k zákazníkovi,
- nepřímo od producenta k zákazníkovi přes jednoho nebo více

zprostředkovatelů začleněných do příslušného distribučního kanálu.

Organizace prodávající produkty cestovního ruchu mají speciální distribuční systémy, což částečně souvisí s nehmotností služeb a s nemožností jejich skladování (*Horner, Swarbrooke, 2003*). Poznání stávajících cest distribuce služeb v regionu čili způsobu prodeje je velmi důležité, protože právě zde může být slabé místo celého systému (*Vystoupil, Holešinská, Šauer, 2007*).

V případě marketingu cestovního ruchu lze otázku místa a s ním související distribuce chápat minimálně v následujících třech podobách (*Foret, Foretová, 2001*):

- může se jednat o samotnou atraktivitu místa,
- místo může být zajímavé svojí polohou,
- zajištění dopravní dostupnosti místa.

4. *Propagace*: Úlohou propagace je přesvědčit potenciální zákazníky o výhodách nákupu nebo používání výrobků a služeb určité organizace (*Horner, Swarbrooke, 2003*). Často se o ní hovoří jako o propagačním mixu, jehož cílem je informovat, přesvědčovat nebo připomínat (*Vystoupil, Holešinská, Šauer, 2007*).

Marketingové pojetí propagace se opírá o šest hlavních nástrojů (*Foret, Foretová, 2001*): reklamu, podporu prodeje, public relations, osobní prodej, direkt marketing, internet.

Organizace mohou jako součást svého marketingového mixu používat dva typy propagačních strategií. Kotler (*1994*) je nazývá *strategie tlaku* a *strategie tahu*.

Strategii tlaku, jinak také nabídkovou strategii, organizace používá k propagaci zaměřené na zprostředkovatele v distribučním řetězci, kteří by měli dále propagovat produkty u konečných spotřebitelů. Strategie tahu, jinak také poptávková strategie, vychází z myšlenky, že pokud organizace osloví konečné zákazníky, tito zákazníci budou požadovat produkty od zprostředkovatelů (*Horner, Swarbrooke, 2003*).

5. *People (lidé)*: Cestovní ruch je závislý na kvalitě lidských zdrojů (*Hrabánková, Hájek, 2002*). Poskytování služeb a její hodnocení je velmi subjektivní, záleží na poskytovateli a výsledek a spokojenost je také dána a ovlivněna mírou spokojenosti zákazníka s poskytovatelem (*Kratochvíl, Pažout, 2007*). Lidé jsou zaměstnanci podniků, hosté a také místní obyvatelstvo, které nemusí být příznivě nakloněno budování určitého místa jako turistické destinace (*Hrabánková, Hájek, 2002*). Pro oblast služeb a cestovního ruchu je velice důležitý výběr způsobů řízení zaměstnanců. Je nutné vést zaměstnance tak, aby pochopili, že úspěch celého podnikání záleží na práci a přístupu každého z nich (*Foret, Foretová, 2001*).

6. *Packaging (tvoření balíčků)*: Málodky je jedna složka sama o sobě tak jedinečná, že nám dokáže dlouhodobě přitahovat zájemce a návštěvníky (*Foret, Foretová, 2001*). Tvorba balíčků služeb hostům nabízí větší pohodlí, hospodárnost, možnost naplánovat si prostředky na zajištění produktu (*Hrabánková, Hájek, 2002*). Proto abychom zvýšili zajímavost a případně vytvořili něco jedinečného, musíme svoji nabídku pojmout jako komplex služeb, v němž se vzájemně doplňují, rozšiřují a posilují jednotlivé body. Jedná se o komplex služeb, který vzniká ze spolupráce a partnerství více organizací, které své dobré služby prezentují společně (*Foret, Foretová, 2001*).

7. *Programming (naprogramování)*: Pokud hovoříme o programování, jedná se o takovou nabídku činností, programů nebo událostí spojenou s balíčkem, které mají za cíl navýšit nákup služeb zákazníka nebo mají zvýšit přitažlivost balíčků nebo dalších služeb (*Kratochvíl, Pažout, 2007*).

8. *Partnership (spolupráce)*: Vznik partnerství a následně i vznik společných integrovaných produktů bývá nastartován vyhlášením zajímavých projektů, jejichž cílem je propojit společné úsilí více organizací a dát šanci všem, kdo mohou a mají zájem se do těchto

společných programů zapojit (*Foret, Foretová, 2001*). V cestovním ruchu dochází k neustálým změnám, které kladou zvýšené nároky na řízení a jeho systém. Jediným způsobem menších podniků a osamělých podnikatelů jak obstát v konkurenci, je klást důraz na společné využívání zdrojů, zvyšujících konkurenční schopnosti (*Hrabánková, Hájek, 2002*). Právě proto, že spokojenost zákazníků je v cestovním ruchu závislá na partnerech, kteří se často ani neznají a nepůsobí ve stejném místě, je nutné, aby o sobě alespoň věděli, aby spolu komunikovali a hlavně spolupracovali (*Foret, Foretová, 2001*).

Dalším významným nástrojem marketingu cestovního ruchu je metoda *SWOT analýza*. Účelem metody je najít významné a užitečné informace pro přijetí strategických opatření v oblasti uspokojování zákazníků (*Vaníček, Křešťan, 2007*). Tato metoda zkoumá silné a slabé stránky uvnitř organizace a příležitosti a hrozby vně organizace (*Horner, Swarbrooke, 2003*). V rámci této analýzy se snažíme zjistit, do jaké míry kolidují silné a slabé stránky společnosti popsané během interních strategických analýz s vývojem externího prostředí respektive s jeho změnami ve formě příležitosti a ohrožení (*Veber a kol., 1998*). Tato rozšířená analytická metoda by měla být základním krokem k určení současné pozice destinace na trhu cestovního ruchu (*Bábík, Dančo, Tůma, 2007*).

Aby analýza silných a slabých stránek měla opravdu vysokou vypovídací schopnost, musí její autoři sledovat jednotlivé charakteristiky daného místa s ohledem na tytéž charakteristiky v rámci širšího regionu, státu či kontinentu (*Foret, Foretová, 2001*). Zvláštní pozornost je třeba věnovat hledání a ověřování příležitostí destinace. Jimi budou rozvíjeny silné stránky destinace. Nedílnou součástí je samozřejmě sestavení ohrožení, která mohou rozvoj destinace brzdit nebo zcela znemožnit (*Bábík, Dančo, Tůma, 2007*).

Zatímco analýza silných a slabých stránek je spíše určitým porovnáním ukazatelů zařazení sledovaného území či organizace do širšího kontextu, analýza příležitostí a hrozeb je analýzou trendů ovlivňujících obec i organizace v ní působící zvenčí, na makroúrovni (*Foret, Foretová, 2001*). Sepsáním a vyhodnocením silných a slabých stránek destinace a jejich porovnáním s konkurencí získává destinační manažer soubor specifických předností destinace (*Bábík, Dančo, Tůma, 2007*).

Podnikatelské prostředí se dělí na dvě následující části (*Horner, Swarbrooke, 2003*):

1. *Makroprostředí*, které je utvářeno společenskými silami, nad nimiž organizace nemají kontrolu. Mohou se pouze pokoušet je předvídat a co nejefektivněji na ně reagovat. Radíme sem faktory politické, ekonomické, sociální a technologické.

2. *Mikroprostředí*, utvářené faktory aktuálního podnikatelského prostředí uvnitř organizace, která tyto faktory může kontrolovat a ovlivňovat. Jsou to: samotná organizace, dodavatelé, marketingoví zprostředkovatelé, existující zákazníci a konkurenti.

Právě analýza mikroprostředí, vztažená k informacím o makroprostředí, by měla odhalit firmě silné a slabé stránky místa či regionu, v němž působí, a pomoci odhalit jeho výhody a nevýhody, přednosti a slabiny jejího dalšího rozvoje a uvědomit si své místo na trhu vůči konkurenci i klíčovým, cílovým skupinám (*Foret, Foretová, 2001*).

2.3.2 Management cestovního ruchu

Poněvadž marketingové myšlení a snaha o dosažení společného cíle by měly být pojátkem všech zainteresovaných subjektů destinace, koncepce marketingu destinace se ve svých principech příliš neliší od koncepce managementu destinace a lze hovořit o marketingovém řízení destinace (*Palatková, 2007*).

Hovoříme-li o využití marketingu pro destinaci, dá se také hovořit o destinačním managementu, nově o organizaci cestovního ruchu. Tu pak tvoří komplex nabízených služeb, poskytovaných různými, často na sobě nezávislými subjekty (*Kratochvíl, Pažout, 2007*). Destinace, jako rozhodující nabídkové a konkurenceschopné jednotky mezinárodního cestovního ruchu, musí mít příslušnou profesní organizaci, řízení a management. Tyto funkce zajišťuje společnost pro management destinací, která je vytvářena a financována nejsilnějšími a nejdůležitějšími partnery v regionu (*Vaniček, Křešťan, 2007*).

Ačkoliv se všichni shodují v názoru, že cestovní ruch představuje významný přínos pro život regionu, města, obce nebo jen určité území, jeho využití jako produktu je přímo závislé na managementu jednotlivých provozovatelů cestovního ruchu (*Hrabánková, Hájek, 2002*). Management cestovního ruchu (destinace) je systém řízení a organizace cestovního ruchu v dané oblasti založený na spolupráci. Jde o soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci (*Bábík, Dančo, Tůma, 2007*). Management destinací je ale také rozvojová strategie zaměřená na kooperaci, prostřednictvím které si

tradiční turistické regiony mohou zajistit své dílčí vysoce hodnotné potenciály pro vybudování zajímavých pozic v turistickém ruchu budoucnosti (*Vaniček, Křešťan, 2007*). Jedním z nejdůležitějších úkolů managementu destinace je iniciace partnerství soukromého a veřejného sektoru, podpora vzniku společnosti destinačního managementu i podpora případného vzniku profesních spolků, sdružení a organizací (*Bábík, Dančo, Tůma, 2007*). Zlatým pravidlem v obchodu je spokojený spotřebitel, a proto je dalším úkolem destinačního managementu představit správné produkty správným cílovým trhům. Tím se rozumí rozdělení trhu do skupin, které se liší potřebami, spotřebním chováním a reakcemi na marketingové nástroje (*Hrabánková, Hájek, 2002*). Management destinací jako třetí generace v organizaci turistického ruchu se musí především orientovat podle tvrdého konkurenčního boje na mezinárodních trzích a regiony se silným turistickým ruchem musí přeměnit na strategicky řízené konkurenceschopné jednotky, které v nabídce obstojí na mezinárodním trhu (*Vaniček, Křešťan, 2007*).

2.4 Tvorba projektů a podnikatelských záměrů

2.4.1 Co je to projekt?

Podnikatelskou strategii ve formalizované podobě představuje podnikatelský projekt (*Veber a kol., 1998*). Projekt lze definovat jako proces, sestávající z řady koordinovaných činností s daty zahájení a ukončení, prováděný pro dosažení cíle, který vyhovuje specifickým požadavkům, včetně omezení časem, náklady a zdroji (*Bábík, Dančo, Tůma, 2007*). Podle Němce (*2005*) se za projekt považuje cílevědomý návrh na uskutečnění určité inovace v daných termínech zahájení a ukončení. Projekt je řízeným procesem, která má svůj začátek a konec a přesná pravidla řízení a regulace, jinak se jedná o sled úkolů, jejichž výsledek se nemusí v závěru snažení setkat s očekáváním, stejně jako původní předpoklad objemu vstupů nemusí odpovídat získanému výstupu (*Svozilová, 2006*). Projekt zahrnuje tři důležité fáze (*Bábík, Dančo, Tůma, 2007*): předinvestiční, investiční a fázi provozu a vyhodnocení.

Podnikatelský projekt musí zahrnovat krátkodobé a dlouhodobé podnikové cíle, analýzu okolí, trhu a tržních příležitostí, popis nabízených výrobků nebo služeb, definici zákazníka, způsob realizace celého záměru včetně personálního obsazení, náplň kontrolních činností a finanční část věnující se zdrojům a způsobům jejich užití a zhodnocení celého záměru (*Veber a kol., 1998*). Cílem veškerého projektového snažení je vytvoření určitého

unikátního produktu – předmětu, služby nebo jejich kombinace, která naplní očekávání zadavatele projektu a přispěje k dosažení jeho strategického nebo taktického cíle, který souvisí s jeho vlastními aktivitami (Svozilová, 2006).

K tomu, aby podnikání bylo úspěšné, je doporučováno respektovat během celé tvorby podnikatelského projektu následující zásady (Veber a kol., 1998):

- orientace projektu na trh,
- prokázání prodejnosti výrobku,
- věrohodnost a průkaznost předpovědí,
- práce s rizikem.

Podnikatelský projekt popisuje cíle společnosti, ukazuje, že jsou tyto cíle ekonomicky a technologicky uskutečnitelné a že mohou být dosaženy v průběhu následujících let (Veber a kol., 1998). Při hodnocení projektu je proto potřeba odpovídat na otázky týkající se (Hrabánková, Hájek, 2002):

- *relevance*: Jsou cíle projektu relevantní ve vztahu k měnícím se potřebám?
- *efektivita*: Byly zdroje efektivně přeměny na výstupy?
- *účinnost*: Přispěl projekt k dosažení specifických a globálních cílů?
- *užitečnost*: Měl projekt dopad na cílovou skupinu ve vztahu k jejich potřebám?
- *udržitelnost*: Lze očekávat, že změny budou trvat i po skončení programu?

Zásadní je také přesné určení výsledků projektu, které by vždy měly být (Bábík, Dančo, Tůma, 2007):

- specifické,
- konkrétní,
- měřitelné,
- dosažitelné věcně,
- dosažitelné časově,
- užitečné.

Podnikatelský projekt je sestavován před započtením podnikatelských aktivit, při potřebě dodatečného kapitálu pro expanzi firmy, při žádosti o bankovní úvěr, pro informování o strategii budoucího vývoje podniku a z mnoha dalších důvodů (Veber a kol., 1998).

2.4.2 Projektový management

Jde o určitou filozofii přístupu k řízení projektu s jasně stanoveným cílem, který musí být dosažen v požadovaném čase, nákladech a kvalitě, při respektování určité strategie a při současném využití specifických projektových postupů, nástrojů a technik (Němec, 2005). Projektový management obecně obsahuje aktivity, které souvisí jednak s řízením předmětu, služby nebo jejich kombinace, která má realizaci projektu vzniknout, a to včetně použití výrobních technologií a postupů specifických v jednotlivých hospodářských oblastech spolu s důrazem na dosažení požadované úrovně kvality výstupů projektu (Svozilová, 2006).

Projektový management je forma řízení, která má řadu dimenzí (Veber a kol., 1998):

- *funkční*: Spočívá v realizaci řady funkčních kroků, dílčích projektových aktivit, v jejich správném vymezení, řazení, koordinaci, provázanosti,
- *institucionální*: Znamená volbu zvolené organizační formy,
- *personální*: Znamená vytipování vhodného projektového vedoucího, určení skupiny spolupracovníků apod.,
- *instrumentální*: Představuje využívání různých prostředků a metod.

Projektový management je řízení cesty od jednoho stavu ke druhému. Má cyklus složený ze 4 částí (Bábík, Dančo, Tůma, 2007):

- plánování a příprava projektu,
- realizace projektu,
- hodnocení projektu,
- popis projektu.

Projektový management se liší od běžné formy operativního řízení v liniově řízené společnosti zejména svou dočasností a v přidělení zdrojů pro jeho realizaci podle potřeb projektu (Svozilová, 2006). Řízení projektů se užívá při prosazování závažných změn, které představují díky své složitosti obtížný realizační úkol (Veber a kol., 1998).

2.5 Možnosti financování projektů

Jedním z hlavních cílů podpory regionálního rozvoje je dosáhnout trvalého a vyváženého rozvoje regionů v České republice a růstu kvality života všech skupin obyvatel regionů na základě povzbuzování nových ekonomických aktivit s důrazem na tvorbu pracovních míst v regionálním i místním měřítku, na zlepšení kvality infrastruktury a životního prostředí, na rozvoj lidských zdrojů a na prohlubování sociální integrace. Stále

významnějším a nepostradatelnějším faktorem regionálního rozvoje se stává cestovní ruch, který také patří mezi největší a nejdynamičtější se rozvíjející ekonomická odvětví. Podpora regionálního rozvoje a cestovního ruchu je realizována jak z prostředků EU, tak na národní a regionální úrovni (*Raabová, 2009*).

Návrh financování je kombinací metod získání finančních zdrojů pro projekt a výsledku jeho projednávání s finančními institucemi a eventuálně dodavateli. Navržené financování lze v průběhu přípravy a realizace projektu měnit jednodušeji než investiční rozhodnutí, a to podle podmínek, které má společnost v době realizace projektu na kapitálovém trhu, a podmínek implementace projektu (*Veber a kol., 1998*).

Zdroje financování projektů mohou být (*Veber a kol., 1998*):

- vlastní jmění společnosti,
- úvěry zahraniční, tuzemské a dodavatelské,
- obligace,
- leasing,
- projektové financování.

Pro finanční krytí rozsáhlých, kapitálově náročných investičních akcí se v průmyslově vyspělých tržních ekonomikách používá systém projektového financování (*Valach, 1999*). Existuje celá řada kombinací způsobu financování. Někdy rozhodnutí o kapitálové struktuře závisí na volbě projektu a naopak. V takových případech se investiční a finanční rozhodnutí musí posuzovat společně (*Veber a kol., 1998*). V České republice je systém projektového financování teprve na samém začátku svého uplatňování (*Valach, 1999*).

Často se stává, že zdroje, se kterými se na počátku zpracování projektu počítá, jsou nedostatečné. Částečně to může být dáno přirozeným optimismem zpracovatelů projektu, avšak je to také způsobeno velkou nejistotou, která je s projekty spojena (*Veber a kol., 1998*). Jednou z možností alokace peněžních prostředků, která se v posledních 10-15 letech ve světě výrazně rozvinula, je investování nepřímé, prostřednictvím různých investičních společností a fondů (*Valach, 1999*).

2.5.1 Fondy Evropské unie

Fondy Evropské unie zahrnují širokou škálu nástrojů finanční a technické pomoci. Slouží především k podpoře hospodářského růstu, zlepšování vzdělanosti a snižování sociálních nerovností (*Fondy EU, Dotace, 2009*).

Finanční zdroje poskytuje (*Fondy EU, Dotace, 2009*):

- Evropský sociální fond,
- Fond soudržnosti,
- Evropský regionální a správní fond,
- Norské fondy,
- Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova,
- Evropský rybářský fond.

Maximální výše spolufinancování závisí především na právní subjektivitě žadatele - v případě veřejných subjektů může dosáhnout až 92,5% celkových uznatelných nákladů, výše podpory pro podnikatelské subjekty se odvíjí od Regionální mapy intenzity veřejné podpory (*Raabová, 2009*).

Do přípravy, realizace a vyhodnocení čerpání prostředků z fondů Evropské unie je zapojeno množství subjektů na evropské, národní i regionální úrovni: instituce Evropské unie, národní ministerstva, regionální samosprávné celky, pověřené agentury a úřady a další. Přitom je důležité, že celková zodpovědnost za realizaci politiky hospodářské a sociální soudržnosti leží na členských státech. Česká republika definovala tyto čtyři základní instituce pro řízení a koordinaci (*Fondy EU, Dotace, 2009*):

- Národní orgán pro koordinaci,
- Monitorovací výbor NSRR – Řídící a koordinační výbor,
- Platební a certifikační orgán – Národní Fond.

2.6 Cestovní ruch na Znojemsku

2.6.1 Jižní Morava – hospodářsky významná oblast

Jižní Morava, hospodářsky významná část České republiky, do které spadá zkoumaná oblast Znojemsko, svou výhodnou polohou v jihovýchodní části České republiky při hranicích s Rakouskem a Slovenskem odedávna představuje strategickou křižovatku Evropy. Rozlohou se Jihomoravský kraj řadí na čtvrté místo a počtem obyvatel na třetí místo mezi ostatními kraji České republiky. Tudy kráčelo do Evropy křesťanství, podél zdejších řek se během staletí zrodilo množství městeček a měst, na svazích se dodnes prostírají vinice a ovocné sady. Svým návštěvníkům jižní Morava předkládá rozmanitou škálu kulturních, přírodních i technických památek. Čtyři zdejší lokality jsou zapsány v Seznamech světového kulturního

a přírodního dědictví UNESCO, nabídku doplňuje folklorní a vinařská turistika (*Vítejte na oficiálním portálu cestovního ruchu jižní Moravy, 2009*).

2.6.2 Znojensko – významný region cestovního ruchu

Zkoumaná oblast Znojensko se rozkládá v jihozápadní části jižní Moravy při hranici s Rakouskem. Její reliéf je rozdělen do dvou oblastí, a to na západní část a východní část. Západní část je oddělena linií Retz-Znojmo a patří do soustavy Česká vysočina – Českomoravská vrchovina – Jevišovická pahorkatina. Východní část je tvořena Dyjsko-svrateckým úvalem, který spadá pod západní Karpaty (*David, Soukup, 1997*).

Centrum oblasti je ve starobylém městě Znojmě. Jedná se o druhé největší sídlo v Jihomoravském kraji. V současnosti představuje město plné historie a vína, atraktivní destinaci v rámci nabídek cestovního ruchu a vstupní bránu do Národního parku Podyjí. Je to město s bohatou historií, s velkou koncentrací chrámů a klášterů a s nejucelenější kolekcí renesančních měšťanských domů v rámci celé České republiky. Přípomínkou starých časů mohou být četné památky jako např. Znojemská radniční věž, Znojemský hrad se záhadami opředenou rotundou Panny Marie a sv. Kateřiny nebo podzemí, které se rozprostírá pod celým historickým centrem města. V městě Znojmě je také nebývalá koncentrace církevních staveb - klášterů a kostelů, neboť zde působilo velké množství církevních řádů. Řada těchto staveb se zachovala, i když v současné době již většinou neslouží původnímu účelu (*Znojensko, 2009*).

Znojensko jako turistický region představuje široké možnosti využití volného času. Milovníci divoké a nespoutané krajiny mohou navštívit Národní park Podyjí a jeho rakouský protějšek Thayatal s hraniční řekou Dyjí, která se zařezává do hlubokého údolí a vytváří neopakovatelné scenérie. Pro návštěvníky hledající ruch a společnost je zde okolí hráze a pláž Vranovské přehrady (*Region Znojensko, 2009*).

Lidé milující tichou a zádumčivou krajinu můžou zavítat na Jevišovicko s hlubokými lesy. Ti, kteří dávají přednost historickým památkám, si mohou vybrat z řady pamětihodností. Z nejzajímavějších jsou to především zámek Vranov, Jevišovice, Uherčice, hrad Bítov, zřícenina Nového Hrádku, Cornštejna a dalších hradů, historické Znojmo se slavnou rotundou sv. Kateřiny, radniční věží a Mikulášský chrám (*Region Znojensko, 2009*).

Milovníci umění mohou navštívit Slovanskou epopej Alfonse Muchy v Moravském Krumlově, expozici starého malířství v znojenském Domě umění či celou řadu galerií.

Zájemce o techniku osloví renesanční vodní mlýn ve Slupi, nejstarší přehrada ve střední Evropě v Jevišovicích či muzeum motocyklů v Lesné (*Region Znojemsko, 2009*).

Znojemsko je také významná vinařská oblast. Zdejší vinařství jsou proslavená hlavně bílými víny. K návštěvě lákají vinné sklípky nebo nejmalebnější vinice Šobes, ve kterých je možné degustovat vína z hroznů vypěstovaných na okolních stráních a terasách (*Region Znojemsko, 2009*).

Vhodnou lokalitou pro umístění projektu řešeného v diplomové práci se ukázalo území Národního parku Podyjí. Národní park Podyjí představuje pro Znojemsko mocný pilíř cestovního ruchu. Svou rozlohou 62km² je nejmenším ze čtyř národních parků České republiky.

Národní park Podyjí je jedinečným přírodním celkem nemajícím u nás obdoby a zároveň jedním ze čtyř národních parků v České republice. Vyznačuje se mimořádnými přírodními scenériemi, tvořenými pestrou mozaikou skalních amfiteátrů a srázných stěn, meandry, rozsáhlými sut'ovými poli a těžko prostupnými stržemi, ale i nivními loukami podél Dyje a prosluněnými lesostepmi s pestrými koberci teplomilných rostlin. Pro území je charakteristická mimořádná rozmanitost vyskytujících se živočišných a rostlinných druhů a jejich vysoká koncentrace na relativně malé ploše (*Národní park Podyjí, 2009*).

Území Národního parku Podyjí se od konce 19. století stalo vyhledávaným cílem mnoha nadšených turistů. Od roku 1918 pokračoval rozvoj turistiky až do roku 1948, kdy se Podyjí v důsledku neblahých politických změn začalo postupně uzavírat. Brzy se Podyjí stalo zemí neznámou a nepřístupnou. Železná opona na mnoho desetiletí znemožnila normální život mezi sousedy z levého a pravého břehu Dyje. Teprve v roce 1990 mohlo Podyjí opět přivítat první nadšené turisty (*Raab, 2007*). Se zbytky této železné opony, která znamenala výrazný úpadek znojemského pohraničí, ale naopak se velmi zasloužila o zachování neporušené podyjské přírody, se ještě nyní můžeme setkat na konci obce Čížov, u pomyslné brány do Národního parku Podyjí (*Národní park Podyjí, 2009*).

Národní park Podyjí nabízí pěším turistům takřka po celý rok mimořádně příznivé podmínky pro provozování lehké až středně náročné turistiky. Trasy jsou voleny tak, aby turisté mohli navštívit všechny přírodní charakteristiky národního parku na obou stranách státní hranice (*Lazárek, 2007*). Podyjí je ale také ideálním místem pro cykloturistiku. Cyklisté mohou cestovat převážně po lesních i polních cestách a po bývalé asfaltové obslužné komunikaci, která do začátku roku 1990 vedla podél železné opony (*Raab, 2007*).

3. Cíle práce

3.1 Hlavní cíl

Hlavním cílem diplomové práce je vypracování projektu rozvoje *temné turistiky* na Znojemsku.

3.2 Dílčí cíle

Pro splnění hlavní cíle byly dále zvoleny tyto dílčí cíle:

Cíl 1: Identifikace příležitostí na trhu *temné turistiky* na Znojemsku.

Cíl 2: Určení optimálního technického a majetkového zajištění projektu.

Cíl 3: Vymezení variant finančního zajištění projektu.

4. Metodika

4.1 Metodika studie proveditelnosti

Studie proveditelnosti (Feasibility Study) představuje dokument, který souhrnně a ze všech realizačně významných hledisek popisuje investiční záměr (Sieber, 2004, A). Tento dokument je nedílnou součástí všech projektových žádostí o dotace z programů EU. Studie proveditelnosti slouží jako nástroj ke zdůvodnění projektu ze všech možných hledisek a je tedy nepostradatelným podkladem pro hodnocení projektové žádosti a rozhodování o poskytnutí dotace (Studie proveditelnosti, 2007).

Účelem studie je zhodnotit všechny realizační alternativy a posoudit realizovatelnost daného investičního projektu, jakož i poskytnout veškeré podklady pro samotné investiční rozhodnutí (Sieber, 2004, A). Studie proveditelnosti má jako základní úkol jasně definovat, jak celá plánovaná investice proběhne, a zároveň prokázat životaschopnost projektu. Studie proveditelnosti bývá standardní součástí přípravy řešení a reflektuje řadu oblastí, jako provozní, tržní a samozřejmě finanční podmínky realizace (Studie proveditelnosti, 2009).

Studie proveditelnosti je zpracovávána v přípravné „předinvestiční“ fázi projektu. Na jedné straně prostřednictvím důkladného plánu investičního projektu působí v roli materiálu vedoucího k investičnímu rozhodnutí vlastníka projektu, na straně druhé je to materiál sloužící jako základní nástroj pozdějšího projektového managementu ve fázi investiční (Sieber, 2004, A).

Cílem Studie proveditelnosti je (Analýzy, studie proveditelnosti, 2009):

- informovat o záměru,
- prokázat, že byla vybrána nejlepší a nejlevnější varianta,
- prokázat správnost odhadu financování,
- prokázat udržitelnost a schopnost financování.

Studie proveditelnosti je rozdělena do tématicky samostatných kapitol, členěných podle problematiky, kterou v souvislosti s investičním záměrem řeší (Sieber, 2004, A):

1. Obsah
2. Úvodní informace
3. Stručné vyhodnocení projektu
4. Stručný popis podstaty projektu a jeho etap
5. Analýza trhu, odhad poptávky, marketingová strategie a marketingový mix

6. Management projektu a řízení lidských zdrojů
7. Technické a technologické řešení projektu
8. Dopad projektu na životní prostředí
9. Zajištění investičního majetku
10. Řízení pracovního kapitálu (oběžný majetek)
11. Finanční plán a analýza projektu
12. Hodnocení efektivity a udržitelnosti projektu
13. Analýza a řízení rizik (citlivostní analýza)
14. Harmonogram projektu
15. Závěrečné shrnující hodnocení projektu

Je důležité, aby studie co nejlépe popisovala, variantně řešila, optimalizovala a hodnotila investiční projekt se všemi z něj vyplývajícími specifiky (Sieber, 2004, A).

4.2 Metodika dílčích částí studie proveditelnosti

Tato práce navazuje na již vypracovanou bakalářskou práci s názvem „Předpoklady komercializace železné opony aktivitami cestovního ruchu“. Cílem této práce bylo posoudit předpoklady a zhodnotit potenciál železné opony pro rozvoj aktivit *temné turistiky*. Dále zjistit postoje obyvatel České republiky ke komercializaci železné opony aktivitami cestovního ruchu vůči jiným aktivitám *temné turistiky* a na závěr zjistit potenciální ochotu obyvatel České republiky k účasti na těchto aktivitách.

Výsledky zjištěné v bakalářské práci budou použity i do této diplomové práce, neboť jsou důležitými údaji pro řádné vypracování studie proveditelnosti.

Jako základní dokumenty k obsahově správnému zpracování uvedené studie posloužila metodická příručka Studie proveditelnosti a dále Pokyny a příručka pro žadatele operačního programu Cíl 3 Evropská územní spolupráce Rakousko-Česká republika 2007-2013. Oba zmíněné dokumenty byly vydané Ministerstvem pro místní rozvoj.

4.2.1 Úvodní informace

V rámci studie proveditelnosti bylo stěžejní definovat problém vyplývající z bakalářské práce a stanovit si jasné cíle, které budou studií realizovány. Definování problému

a určení cíle studie proveditelnosti je mnohdy nejdůležitějším krokem pro uskutečnění daného projektu. Po vyjasnění toho, co je předmětem studie, byl daný projekt zpracováván.

4.2.2 Stručný popis podstaty projektu a jeho etap

Tato část studie obsahuje komplexní popis hlavních charakteristik projektu a jeho etap. Jsou zde zodpovězeny otázky, jaký je název a zaměření projektu, jaké služby budou díky projektu poskytovány a jaký problém řeší. Dále zahrnuje popis kapacity projektu, jeho lokalizaci, jakými etapami projekt prochází a jaká jsou ostatní významná specifika projektu.

4.2.3 Analýza trhu, odhad poptávky, marketingová strategie a marketingový mix

Po definování základního problému projektu je užitečné provést analýzu trhu ve zkoumané oblasti. Pro analýzu trhu zkoumané v rámci studie proveditelnosti jakožto Cíle 1 diplomové práce bylo využito výsledků marketingového výzkumu bakalářské práce a částečně statistických údajů poskytnutých informačním centrem Národního parku Podyjí.

Rozhodnutí o tom, jakým způsobem primární informace získáme, jaký typ výzkumu použijeme, závisí nejen na charakteru problému, který řešíme, ale i na časových a finančních možnostech. Potřebné informace byly získány sběrem sekundárních (již zjištěná data za jiným účelem) a primárních (zjišťována výzkumem) dat.

Větší část zjištěných informací k analýze trhu byla čerpána z internetových zdrojů. Údaje o umístění památníků a naučných stezek poskytly internetové turistické portály a články zabývající se politickými aktivitami. Ostatní produkty a aktivity spojené s železnou oponou byly čerpány z internetového portálu WWW.zeleзнаopona.com (*kapitola č.8*).

Primární data pro odhad poptávky byla shromážděna s využitím řízených rozhovorů zapisovaných do standardizovaných formulářů (*Flowerdew, Martin, 1997*). Jako základní soubor bylo, s ohledem na prostorové zaměření Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, zvoleno obyvatelstvo regionu NUTS II Jihozápad. Z důvodů absence finančních zdrojů výzkumu bylo nutné provést skupinový výběr (*Ferjenčík, 2002*) na úrovni správních obvodů obcí s rozšířenou působností v oblasti NUTS II Jihozápad. Vybráno jich bylo 11.

Pro odhad poptávky zároveň posloužily statistické údaje návštěvnosti za rok 2009 a 2008 získané z informačního centra Národního parku Podyjí. Jednotlivé údaje jsou členěny dle sociálního statutu návštěvníků (dospělí, děti, cizinci) a zvolené formy návštěvy

(individuální, organizovaná) (tabulka č.4). Výsledné hodnoty určují vývoj a strukturu současné návštěvnosti národního parku a umožňují odhadnout nepřímé potenciální výnosy projektu, které by plynuly ze zvýšené návštěvnosti uvedených skupin návštěvníků.

Pro přípravu efektivní marketingové koncepce je nutné sledovat jak zákazníky, tak svou konkurenci. V rámci analýzy konkurence byla zmapována oblast naučných stezek ve znojenském regionu. Dále byl pro úplnost analýzy zjišťován stav naučných stezek tématicky zaměřených na železnou oponu, neboli produktů *temné turistiky* na celém území České republiky. Požadované údaje k zmapování naučných stezek tématicky zaměřených na železnou oponu byly již získány analýzou trhu v rámci bakalářské práce. Zbývající údaje byly nasbírány prostřednictvím internetových turistických portálů (kapitola č.8).

V marketingové strategii je zahrnuto poslání řešeného projektu a jednotlivé cíle, které mají být daným projektem realizovány. Zvolená strategie představuje způsob, jakým chce zadavatel určených cílů dosáhnout. Při zpracování marketingové strategie byly brány do úvahy především výsledky z analýzy trhu se zaměřením na marketingový mix projektu.

Dále byl vytvořen marketingový mix daného projektu. Samotný marketingový mix představuje popis produktu, stanovení cenové strategie, volbu distribučního kanálu a vhodnou propagaci pro jeho zviditelnění. Jako produkt studie byl zvolen samotný projekt. Jelikož se bude jednat o veřejně prospěšnou investici, není zde potřebné stanovit cenovou strategii produktu. Distribuční kanály a propagace projektu byly voleny v návaznosti na možnosti zadavatele a za účelem zajištění úspěchu realizovaného projektu.

4.2.4 Management projektu a řízení lidských zdrojů

Pod tímto bodem je uvedeno veškeré plánování, organizování, řízení a kontrola všech procesů, organizačních jednotek a veškerých lidských zdrojů. Management projektu byl zajišťován v souladu se zákonem č. 137/2006 Sb., O veřejných zakázkách. Dalším parametrem pro určování potřebnosti lidských zdrojů byl stupeň složitosti daného projektu a personální možnosti zadavatele projektu a jeho partnera.

4.2.5 Technické a technologické řešení projektu

Touto částí studie jsou řešeny dopravně technické a stavební stránky projektu. Technické řešení jednotlivých částí projektu je ve studii rozpracováno a upřesněno. Při návrhu

projektu a jeho následném provozu byl respektován zákon č.114/1992 Sb., O ochraně přírody a krajiny.

4.2.6 Dopad projektu na životní prostředí

Zde jsou popsány veškeré kladné i negativní vlivy, které plynou z realizace projektu v jeho etapách. Postup posuzování vlivů daného projektu na životní prostředí se řídil zákonem č.100/2001 Sb., O posuzování vlivů na životní prostředí. Dále byl projekt posuzován dle zákona č.86/2002 Sb., O ochraně ovzduší a zákona č.185/2001 Sb., O odpadech.

4.2.7 Zajištění investičního majetku

V této části je vymezena struktura dlouhodobého majetku potřebného pro zajištění projektu a výše nákladů projektu.

Propočty finanční náročnosti projektu byly uvažovány na horním intervalu ceny dodavatelských cen v době zpracování této studie a dále z poptávek u nepodnikatelských subjektů, kteří mají s daným projektem již zkušenost. Důležité podklady pro finanční část projektu poskytl pan Milan Holeček, starosta obce Čičenice, v jehož působnosti byl schválen a zrealizován projekt naučné stezky „Víta Fučíka“ z grantového programu Jihočeského kraje. Finanční náklady byly rozděleny dle použití na investiční (*tabulka č.6*) a provozní (*tabulka č.7*) tak, aby se daly následně aplikovat v rámci následné analýzy. Tímto způsobem byl vyřešen Cíl 2 v rámci diplomové práce.

4.2.8 Řízení pracovního kapitálu (oběžný majetek)

Tato část vymezuje strukturu a velikost oběžného majetku. Z povahy projektu vyplynulo, že nebude pořizován žádný oběžný majetek (materiál, nedokončená výroba, zásoby).

4.2.9 Finanční plán a analýza projektu

Zde jsou vytvořeny základní kalkulace a finanční plán předchozích bodů projektu (*tabulka č.8*). Finanční a ekonomické hodnocení projektu je obvykle vyžadováno v různých typech v závislosti na investičním objemu projektu a na tom, zda zakládá či nezakládá veřejnou podporu. Pro splnění Cíle 3 byla navázána spolupráce s Mgr. Jarolímekem,

odborníkem přes operační programy, prostřednictvím kterých jsou poskytovány finanční prostředky z fondů Evropské unie.

Obecně platí, že z fondů Evropské unie se podporují projekty veřejně prospěšné, které přispějí ke zlepšení sociálního a ekonomického prostředí v členských zemích a jejich regionech. Nejde v žádném případě o samoučelné finanční injekce do neziskového sektoru, soukromých firem, obcí, krajů či jakýchkoli jiných subjektů. Právě naopak - příjemci musí vždy prokázat a konkrétně doložit obecnou prospěšnost svého záměru (*Jak na projekt, 2007*).

Daný projekt byl v souladu se třemi operačními programy. Po odborné konzultaci byl zvolen jako nejvhodnější prostředek pro získání potřebných finančních zdrojů operační program Cíl 3 Evropská územní spolupráce Rakousko-Česká republika 2007-2013, neboť se ze svých priorit zaměřuje také na podporu rozšíření koordinovaných turistických aktivit v chráněných krajinných oblastech, což přímo koresponduje s daným projektem.

Odhadované finanční výnosy byly vypočteny z celospolečenských přínosů plynoucích z projektu převedených na číselnou hodnotu. Pro hodnocení jednotlivých výnosů byly použity údaje o návštěvnosti Národního parku Podyjí za rok 2008 a 2009, výsledky marketingového výzkumu pro odhad poptávky, finanční údaje k podpoře v nezaměstnanosti pro rok 2010 a údaje z ceníků ubytovacích a stravovacích zařízení ve znojmském regionu platné v době zpracování studie. Hodnocení bylo dále doplněno rámcovým odhadem pro kompletní vyúčtování všech výnosových položek.

4.2.10 Hodnocení efektivity a udržitelnosti projektu

Při hodnocení efektivnosti daného projektu je nutné vzít v úvahu obvykle širší řadu dopadů. Dopady, se kterými pracujeme při hodnocení veřejné zakázky, jsou často nefinanční a někdy dokonce nehmotné povahy. Realizace projektu by měla přinést více pozitiv než negativ. K vyčíslení, zda daná investice tento princip naplňuje, či nikoli, byla zkonstruována celá řada tzv. kritériálních ukazatelů, které lze za určitých podmínek považovat za použitelné pro hodnocení investic jak komerční, tak i veřejné sféry (*Sieber, 2004, B*).

Vyhodnocení projektu bylo provedeno pomocí kritériálních ukazatelů kalkulovaných z finančních toků. Pro vyhodnocení projektu byl použit ukazatel *Odhadované současné hodnoty*, *Indexu odhadované rentability* a *Odhadované doby návratnosti*. V tomto projektu se jedná o ukazatel Čisté současné hodnoty, Index rentability a Doby návratnosti, jejichž výpočet

je založen na odhadovaných výnosech vypočtených z celospolečenských přínosů, neboť samotný projekt je veřejnou investicí a negeneruje tedy přímé výnosy.

V projektu byly uvažovány ty náklady a výnosy, které významným způsobem vyplývají z realizace projektu a jsou objektivně vyčíslitelné. Konkrétně byly použity investiční a provozní náklady (*tabulka č.6, č.7*) a odhadované výnosy (*tabulka č.9*) plynoucí z projektu. Hodnocení bylo provedeno ze subjektivního hlediska. Při vypracování analýzy byla použita metodika Ministerstva pro místní rozvoj ČR pro zpracování analýzy nákladů a přínosů.

Hodnocení efektivnosti projektu zahrnuje kromě výše uvedených ukazatelů také ukazatel *Vnitřní výnosové procento*. Tento ukazatel ovšem není pro hodnocení přijatelnosti projektu úplně vhodný. Na základě tohoto ukazatele není možné rozhodnout o smysluplnosti projektu vzhledem k tomu, že kritérium není naplněno hodnotou. V takovém případě je vhodnější se orientovat podle Čisté současné hodnoty nebo Indexu rentability (*Sieber, 2004, B*).

V rámci hodnocení projektu byla nejprve použita *Odhadovaná současná hodnota*. Odhadovaná současná hodnota (čistá současná hodnota) je součet všech budoucích toků plynoucích z investice převedených na jejich současnou hodnotu. Převod na současnou hodnotu se provádí takzvaným diskontováním budoucích toků. Lze říci, že se jedná o převod budoucí částky na cenu, kterou má pro nás tento obnos inkasovaný v budoucnu dnes (*Sieber, 2004, B*). Představuje rozdíl mezi diskontovanými peněžními příjmy z určité činnosti a výdaji na tuto činnost. Zdůrazňuje nejen výši peněžních příjmů a výdajů, ale i jejich časové rozložení během určité doby. Ukazuje přírůstek investice k tržní hodnotě firmy a tím i k bohatství jejich vlastníků (*Čistá současná hodnota a vnitřní výnosové procento, 2005*).

Pro tuto metodu bylo žádoucí stanovit vyšší diskontní sazby. Protože individuálně stanovené diskontní sazby významně ovlivňují výši některých kriteriálních ukazatelů, stanovuje diskontní sazbu poskytovatel dotace s tím, že tato sazba může být průběžně aktualizována. Pro první kolo přijímání žádostí o finanční dotaci je dlouhodobá reálná společenská diskontní sazba stanovena ve výši 5% p.a. (*Sieber, 2004, B*).

Po získání odhadované současné hodnoty projektu byl použit ukazatel *Indexu odhadované rentability*. Index odhadované rentability (index rentability) představuje podíl čisté současné hodnoty (v našem případě odhadované současné hodnoty) projektu na hotovostním toku nultého období. Je to v podstatě procento ziskovosti investice měřené čistou

současnou hodnotou. Jedná se o ukazatel, který je velmi užitečný jako doplněk čisté současné hodnoty a společně s ní by postačoval k zhodnocení ekonomické přijatelnosti investice. Doplnjuje chybějící pohled na efektivitu vynaložených prostředků (Sieber, 2004, B).

Pro úplnost analýzy byl použit ukazatel *Odhadované doby návratnosti*. Odhadovaná doba návratnosti (doba návratnosti) je počet let, které jsou zapotřebí k tomu, aby se kumulované prognózované hotovostní toky vyrovnaly počáteční investici. Tento ukazatel sám o sobě není dobrým pravidlem pro rozhodování o přijatelnosti projektů. Lze ho však úspěšně používat jako kritérium doplňující ostatní kritériální ukazatele (Sieber, 2004, B).

Z výsledných hodnot jednotlivých ukazatelů byl daný projekt posuzován, zda je pro zadavatele přijatelný v rámci vynaložených finančních prostředků.

4.2.11 Analýza a řízení rizik (citlivostní analýza)

Analýza rizik je postup, který zkoumá proměnlivé a nejisté předpoklady investičního záměru a zejména pak vliv jejich změn na určitý výsledný ukazatel (Sieber, 2004, A). Tato analýza se v projektu zabývá stanovením rizik projektu a návrhem opatření k jejich eliminaci. V dané analýze jsou posouzena všechna známá a významná rizika, která mohou ovlivnit přípravu, realizaci a provoz projektu.

Každému riziku je přiřazena váha, jejíž hodnota je odstupňována dle závažnosti rizika a pravděpodobnosti jeho výskytu. Pro posouzení jednotlivých rizik vyplývajících z projektu byly zvoleny tři stupně: Váha č.1 zde znamená nízké riziko, jehož výskyt nepředstavuje pro zadavatele výrazné finanční ztráty. Váha č.2 nese v projektu střední riziko, což pro zadavatele představuje již citelné finanční ztráty. Nejvyšší riziko v projektu je přiřazeno váze č.3. Výskyt tohoto rizika může zadavateli způsobit značné finanční ztráty.

4.2.12 Harmonogram projektu

Nedílnou součástí projektu je také zpracování časového plánu jednotlivých aktivit. Časový plán aktivit projektu je uveden po jednotlivých měsících. Délka trvání jednotlivých aktivit je reálná a zohledňuje možné časové rezervy.

4.2.13 Závěrečné shrnující hodnocení projektu

Na závěr je projekt komplexně posouzen ze všech uvažovaných hledisek a vyhodnocen jako vhodná investice pro poskytnutí dotace.

5. Shrnutí výsledků analýzy trhu

Analýza trhu a odhad poptávky v rámci bakalářské práce názvem „Předpoklady komercializace železné opony aktivitami cestovního ruchu“ se primárně zaměřovala na oblast Jihočeského kraje a jeho bezprostřední okolí.

5.1 Odhad poptávky ke komercializaci železné opony aktivitami cestovního ruchu

Pokud nebereme na vědomí turistovo chování a poptávku po produktu, nemohou být žádné analýzy *temné turistiky* kompletní (Stone, 2006).

Odhad poptávky ke komercializaci železné opony aktivitami cestovního ruchu byl zjišťován dotazníkovým šetřením v rámci marketingového výzkumu. Výzkumem byla identifikovaná stěžejní část turistické společnosti a i přes nízkou míru účasti respondentů se podařilo získat reprezentativní vzorek. Výsledné hodnoty byly posuzovány podle ekonomického a sociálního statutu respondentů.

Posouzením reálné účasti obyvatel České republiky na aktivitách železné opony a jejich ochoty k účasti byly zjištěny převážně negativní výsledky. Z celkového počtu dotazovaných se většina lidí těchto aktivit vůbec nezúčastňují. Přesto, že mnoho ekonomicky vyspělých destinací zaznamenává růst poptávky po produktech *temné turistiky*, Česká republika je podle zjištěných výsledků spíše ve fázi stagnace.

Tento stav se však může změnit vyšší informovaností obyvatel České republiky, neboť výzkum dále ukázal, že nižší procento dotazovaných vůbec nevědělo, že něco podobného v České republice existuje. Přiznali však, že myšlenka návštěvy těchto aktivit cestovního ruchu je zaujala. Výsledný vzorek dotazovaných může do budoucna představovat nárůst turistů tohoto druhu aktivit. Stejný počet dotazovaných tyto aktivity zvolilo také jako zpestření své dovolené. Cestování po netradičních místech České republiky v rámci dovolených může být pro tuto část obyvatel České republiky jednou z možností, jak plnohodnotně vyplnit volný čas a nasbírat nové zážitky.

Z výše uvedeného vyplývá, že jako hlavní cíl své dovolené aktivity spojené se železnou oponou zvolilo nejnižší procento dotazovaných.

Reálná účast obyvatel České republiky na aktivitách spojených s železnou oponou se v konečném výsledku výzkumu ukázala jako velmi nízká, může však do budoucna zaznamenat výrazný nárůst, a to s přispěním propagačních aktivit zajištěných vládou České republiky a vyšší informovaností obyvatel České republiky.

V další části výzkumu se zjistilo, že aktivity spojené se železnou oponou nejvíce vyhovují segmentu starší věkové kategorie. Převážně lidé ve věku 51 – 60 a 61 – 70 let upřednostňují u těchto aktivit motivy odpočinku a piety. Samotná věková kategorie 61 – 70 let dokonce shledává u těchto aktivit určitou formu zábavy. Zmíněnou formou zábavy není myšleno potěšení z lidského utrpení či záliba ve smrti. Lidé zde vyhledávají především duševní naplnění. Určitá skupina lidí se dokonce na těchto místech vzdělává. Tento poznatek může být dán tím, že tito lidé období tzv. železné opony opravdu prožili. Mnoho z nich mohlo na vlastní kůži pocítit útrapy komunistické nadvlády.

Je všeobecně známo, že ženy jsou mnohem citlivější než muži. Tato domněnka se výzkumem opět potvrdila, neboť z celkového počtu dotazovaných nejvíce žen přisuzovalo k aktivitám spojeným se železnou oponou motivy odpočinku a piety.

Tento vymezený segment by měl být stěžejní pro další rozvoj komercializace železné opony. V rámci projektu je potřeba zvolit takový produkt *temné turistiky*, který by vyhovoval cílové skupině turistů s ohledem na jejich věk a jiné sociální aspekty.

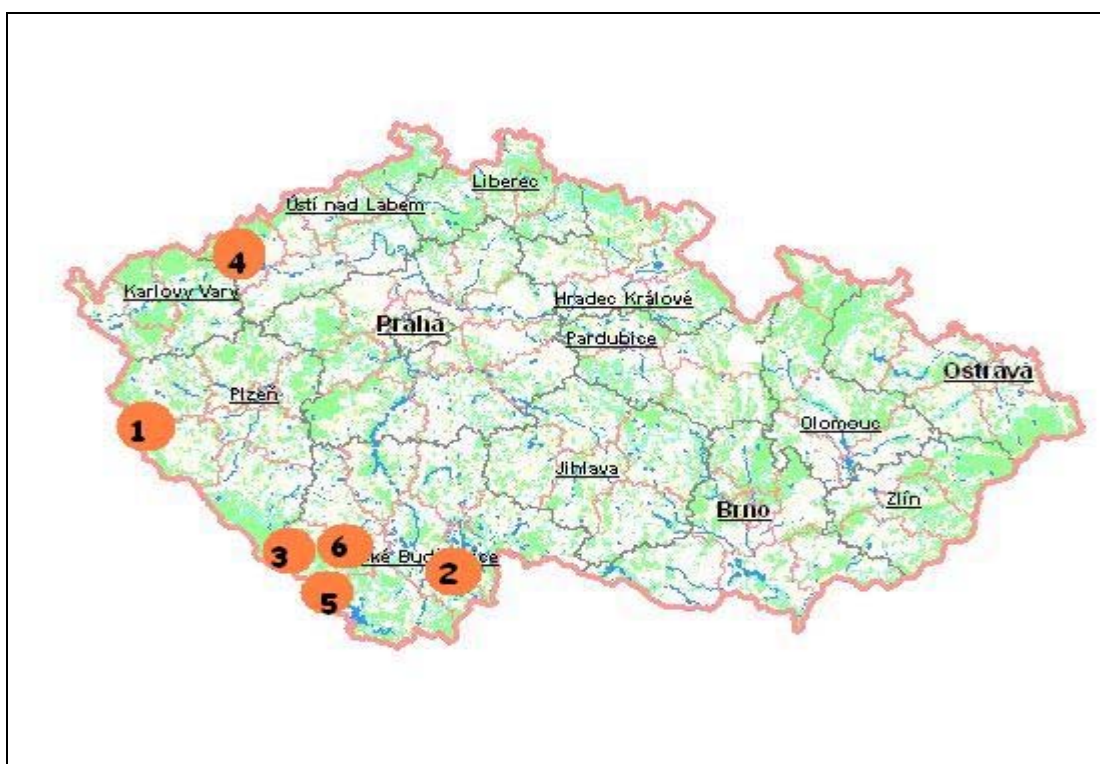
5.2 Možnosti nabídky produktů komercializace železné opony

Pokud máme hodnotit potenciál komercializace železné opony v České republice, můžeme říci, že se jeví jako dostačující a do budoucna může být vítaným zdrojem pro rozvoj ekonomiky a *temné turistiky* vůbec.

Země bývalé komunistické nadvlády se postupně přizpůsobují změnám v rozvoji cestovního ruchu. Znovuotevření hranic po roce 1989 dovolilo plně rozvíjet turistický ruch v celé délce hranic bývalé železné opony. Svědčí o tom množství naučných stezek a památníků, které byly v oblasti bývalé železné opony nalezeny (*tabulka č.12*). Svoji stezku zde najdou zdatní cyklisté, ale i rekreační výletníci. Produkty spojené s železnou oponou však nejsou rozmístěny po celém území České republiky. Většina těchto produktů se nachází v hraniční oblasti, v pásmu dříve situované železné opony.

Sběrem sekundárních dat bylo objeveno celkem 7 památníků železné opony, a to v místech mezi osadou Svatý Kříž a hraničním přechodem Cheb-Waldsassem, v obci na Hůrce, ve Františkově u Kvildy, v osadě Hájek u Všerub, v obci Nové Domky, v lokalitě Plzeň – Doudevce a v obci Čížov. Památníky mají převážně charakter mramorové desky s vyrytými jmény obětí železné opony.

V rámci produktů a aktivit železné opony bylo zjištěno 6 naučných stezek. Jednotlivé stezky jsou vedeny v oblasti Rozvadov, Borovany, kanál od Rechlé až k Srní, Jáchymov, Vimperk a Kašperské Hory (*obrázek č.1*).



Obrázek č.1: Zmapování naučných stezek tématicky zaměřených na období ŽO

Zdroj: vlastní zpracování

Jednotlivé naučné stezky zde nabízejí možnost návštěvy řady zajímavých míst spojenou s podrobnou informací o určitém tématu týkající se období železné opony. V terénu jsou značeny bílým čtvercem se šikmým zeleným pruhem. Jednotlivé úseky jsou vybaveny dřevěnými panely s informační tabulí, která obsahuje text a ilustrace (*obrázek č.1*).

1. Naučná stezka „Rozvadov“: Tato naučná stezka obsahuje 13 zastavení a vede po trase dlouhé 15km. První zastávkou stezky je starý hřbitov a stará císařská cesta v Rozvadově.

Stezka končí prohlídkou kostela sv. Václava. Součástí naučné stezky je také prohlídka komunistického památníků Likvidace „železné opony“ (obrázek č.1).

2. Naučná stezka - „*Totalita rozděljuje*“: Naučná stezka o ozvěnách totalitních režimů zavede návštěvníka na území Borovan. Stezka je dlouhá 6km, obsahuje 9 zastavení a vede podél řeky Stropnice do Ostrolovského. Jednotlivá zastavení návštěvníky seznámí především s historií prvorepublikového opevnění pohraničí a technickými parametry opevnění. Návštěvník si může udělat také odbočku po zelené turistické značce do osady Veselka, kde najde zcela zachovalý a zrestaurovaný bunkr . Zpět do Borovan se dostane po vyznačené žluté turistické značce (obrázek č.1).

3. Naučná stezka – „*Vchynicko – Tetovský plavební kanál*“: Trasa této stezky začíná u řeky Vydry na místě zvaném Rechle, kde kanál ústí. Naučná stezka kopíruje celý Vchynicko – Tetovský kanál od Rechlí až do blízkosti Srní. Na zajímavých úsecích a na křižovatkách cest je deset informačních tabulí, ze kterých se návštěvník dozví historické, přírodopisné, kulturní i technické údaje v českém, německém a anglickém jazyce. Stezku mohou využívat nejen pěší turisté, ale i cyklisté a v některých rovných částech i vozičkáři (obrázek č.1).

4. Naučná stezka – „*Jáchymovské peklo*“: Tato naučná stezka vede okolím Jáchymova. Návštěvníkům se pokouší přiblížit život v dolech v době, kdy zde v nejkřutějších podmínkách pracovali političtí vězni. Stezka začíná na jáchymovském náměstí a zde je možné také obdivovat sochařské dílo „Křížová cesta ke svobodě“, která představuje komunistické lágry (obrázek č.1).

5. Naučná Zlatá stezka – „*Vimperská větev*“: Trasa stezky vede z Vimperka na hraniční přechod Strážný - Philippsreut. Je zaměřena na seznámení s historickou trasou vimperské větve Zlaté stezky. Vycházela z německého Pasova a větvila se do tří hlavních tras. Horní stezka, zvaná též Zlatá cesta, vedla přes Kvildu a Kašperské Hory dále do vnitrozemí, střední větev vedla přes Strážný a Vimperk a dolní větev vedla přes Volary a Prachatice. Na 30km trase mezi Vimperkem a Philippsreutem je 12 zastavení a je jí možno absolvovat i po částech (obrázek č.1).

6. Naučná stezka – „*Strážců hranice*“: Stezka vede šumavskou krajinou, kde se již od středověku pohybují obránci českých hranic. Naučná stezka o celkové délce 19,5km vede na trase Kašperské Hory, Amálino údolí, Řetenice, Ždánov, hrad Kašperk, Kašperské Hory. Tématicky je stezka zaměřena na historii ostražky hranice v západních a jihozápadních Čechách (obrázek č.1).

V rámci nabídky produktů komercializace železné opony byly dále uvedeny vzpomínkové akty: Centrum studií fenoménu Železná opona na Šumavě a v Praze, Mezinárodní seminář „Paradoxy Železná opona“ vedený Ministerstvem zahraničních věcí ČR a českou televizí promítané dokumenty „Příběhy Železná opona“ (*tabulka č.12*).

V hraniční oblasti, kde se nacházela železná opona, bylo zjištěno celkem 33 zajímavých míst a objektů. Tato oblast byla určena především pro činnost pohraniční stráže a vybudování železně technického závaru. Můžeme zde nalézt objekty roty Pohraniční stráže, budovy Pohraniční stráže, střelnice Pohraniční stráže, vyhlídkovou věž, původní bránu a kůly, strážní stanoviště či pomník majora Pohraniční stráže Sklenáře (*tabulka č.12*).

V porovnání se zahraničím je však Česká republika s rozvojem *temné turistiky* teprve na začátku. Po 50. letech komunistické nadvlády teprve otevírá brány své země a postupně se snaží o rozvoj cestovního ruchu v celé své oblasti.

Světové cestovní kanceláře věnující se fenoménu *temné turistiky* nyní poskytuje zájezdy k různým místům, kde se kdysi odehrávaly důležité bitvy (*Battlefield Tours: Stories from the Western Front, 2005*). Vyspělé evropské státy si již uvědomily, že válkou poznamenaná místa a s nimi spojené aktivity jsou nepostradatelnou částí cestovního ruchu.

Největším aspektem *temné turistiky* se stávají místa spojená s válkou, kde umírala velká masa lidí. Lennon a Foley (2000) se zmiňují, že největší a nejatraktivnější turistickou kategorií *temné turistiky* na světě představují produkty spojené s druhou světovou válkou. Lze to přisuzovat také tomu, že fenomén železná opona se dotkl pouze zemí střední a východní Evropy, kdežto druhá světová válka ovlivnila téměř celé lidstvo.

6. Projekt

Po prozkoumání možností nabídky produktů *temné turistiky* zaměřené na železnou oponu nacházejících se v České republice jsem se rozhodla v rámci studie proveditelnosti vytvořit produkt šetrné turistiky – naučnou stezku na území Národního parku Podyjí.

6.1 Úvodní informace

Turistika v Národním parku Podyjí, ať už pěší či cyklistická, má více než stoletou tradici. Dnes se návštěvníkům přímo v Národním parku Podyjí nabízí celkem 76km značených turistických tras, které jsou označeny pásovým značením a směrovkami Klubu českých turistů. V porovnání s jinými přírodními rezervacemi to však není mnoho. Národní park Podyjí má ještě nevyčerpané kapacity, kudy by mohly další turistické trasy vést. Chybí tu také dostatek naučných stezek, které by mohly přilákat více návštěvníků a nabídnout jim zajímavou formou přírodní a historické zajímavosti této oblasti. Národní park Podyjí se nachází v pohraniční oblasti, kudy kdysi vedla neprostupná a tolik obávaná tzv. železná opona. V porovnání s jinými přírodními rezervacemi nacházejícími se v hraničním pásmu, nenabízí jedinou naučnou stezku tématicky zaměřenou právě na toto období českých dějin. Přesto jako jediná přírodní rezervace může svým návštěvníkům nabídnout jakýsi památník železné opony - poslední zachovalou část ženijně technických zátarasů.

6.1.1 Účel a smysl projektu

Ostnaté dráty, minové zátarasy, rozoraná pásma a nástražné systémy podél hranic jsou pro mnohé už jen temnou minulostí. Poslední místo v České republice, kde nalezneme železnou oponu jako poslední připomínku rozdělené Evropy, se nachází právě na okraji Národního parku Podyjí v obci Čížov. Lidé tak pomalu zapomínají na dlouhé a těžké období komunistické nadvlády, dnes již těžko uvěřitelné, ale ještě před 20 lety všudypřítomné.

Záměrem projektu je zrealizovat naučnou stezku, jejíž hlavním tématem bude produkt *temné turistiky*, tedy období železné opony. Takzvaná *temná turistika* se postupně stává jednou z nejžádanějších forem cestovního ruchu, a to kdekoli na světě, neboť lidé chtějí na vlastní oči vidět přírodní i politické katastrofy.

Účelem naučné stezky bude prostřednictvím informačních panelů přehlednou a ucelenou formou seznámit návštěvníky Národního parku Podyjí s historickými a přírodními zajímavostmi této přírodní rezervace, které mají nepochybný přeshraniční dopad. Na rakouské straně se nachází protějšek Národního parku Podyjí, a to Národní park Thayatal. Jeho historický i přírodní vývoj je s Národním parkem Podyjí jednoznačně spjat.

6.2 Zadavatel projektu

Zadavatelem projektu Naučná stezka „Cesta za železnou oponu“ bude veřejná instituce. Předmětem činnosti veřejné instituce je především zajištění služeb veřejného zájmu, není zakládána za účelem tvorby zisku. Je způsobilá k právům a povinnostem z právních vztahů. Financování veřejné instituce je zajišťováno převážně z veřejných financí, a to státem nebo jinými veřejnoprávními subjekty.

Vhodným zadavatelem projektu by mohla být státní příspěvková organizace Ministerstva životního prostředí - Správa Národního parku Podyjí. Vznik nové naučné stezky představuje možnost, jak přilákat další návštěvníky na území Národního parku Podyjí prostřednictvím šetrné formy turistiky a zároveň upozornit na téměř zapomenuté historické památky z doby totality.

6.3 Partneri projektu

Předkládaný projekt respektuje potřebu partnerství při tvorbě a realizaci projektu, zejména s ohledem na jeho budoucí podobu a funkčnost.

Hlavní partneři projektu by mohli být:

1. Správa Národního parku Thayatal

Vhodným partnerem tohoto projektu je Národní park Thayatal, rakouský protějšek Národního parku. Národní park Thayatal je rakouský národní park ležící na hranici Dolního Rakouska a České republiky. Ve spojení s českým Národním parkem Podyjí tvoří jedinečné mezinárodní území ochrany přírody nejvyšší kategorie evropského významu. Sídlo Správy Národního parku Thayatal je v malém rakouském městečku Hardegg.

Správa Národního parku Thayatal může být spoluřešitelem projektu „Naučná stezka Cesta za železnou oponu“. Projekt bude mít pro obě strany pozitivní příhraniční dopad

v oblasti sociální, kulturní, ekonomické i ekologické. Jelikož téma naučné stezky „železná opona“ je pro obě strany stejně významově důležité, je součástí jejich společné historie, bude mít silný dopad nejen pro občany žijící v České republice, ale i pro rakouské obyvatelstvo. Naučnou stezkou se může zvýšit návštěvnost nejenom Národního parku Podyjí, ale také Národního parku Thayatal.

Oba partneři mezi sebou uzavřou dohodu o partnerství, ve které se zavážou na vzájemné spolupráci v oblasti přípravy a realizace projektu. Vedoucím partnerem by měl být zadavatel, Správa Národního parku Thayatal je vhodná jako projektový partner. Dohoda bude součástí povinných příloh k projektu.

Projektovaná naučná stezka má procházet podél rakousko-českých hranic, kde kdysi vedla železná opona. Na základě vzájemné spolupráce může Národní park Thayatal vést tuto naučnou stezku dále svým územím a nabídnout tak její poznání i rakouskému obyvatelstvu. V této studii však budeme uvažovat vedení naučné stezky pouze po českém území.

2. Klub českých turistů

Značení turistických tras a jejich pravidelná údržba patří k jedné z nejdůležitějších aktivit členů Klubu českých turistů. Ti se již od roku 1889 věnují značení pěších tras a od roku 1997 také značení pro lyžaře a cyklisty. Vytvořená síť pěších značených tras je přitom svoji hustotou, kvalitou a také tím, že pokrývá beze zbytku celé území republiky, hodnocena jako nejlepší v Evropě (*Turistické značení, 2009*). Značené trasy jsou bohatě vybaveny turistickými směrovkami udávajícími jejich směry, vzdálenosti a v řadě významných východišť i velkými informačními turistickými vývěsními mapami (*Doporučené zásady pro zřizování, značení a údržbu naučných stezek a pro zřizování bodových informačních panelů, 2001*).

S Klubem českých turistů se uzavře opět dohoda o partnerství, jejíž hlavním předmětem bude zajišťování značení trasy projektované naučné stezky Klubem českých turistů. Způsob vyznačení naučné stezky bude dohodnut po vzájemné dohodě zainteresovaných subjektů. Součástí smlouvy bude rovněž zajišťování průběžné údržby značení ze strany Klubu českých turistů a závazek zpracovatele projektu průběžně udržovat vybavení naučné stezky informačními panely a její schůdnost. Tato dohoda bude rovněž povinně přiložena k projektu.

Nutnou podmínkou pro to, aby Klub českých turistů převzal vyznačkování naučné stezky včetně její průběžné údržby, je splnění kritérií „Doporučených zásad pro zřizování, značení a údržbu naučných stezek a pro zřizování bodových informačních panelů“, které vznikly ve spolupráci Ministerstva životního prostředí, Ministerstva pro místní rozvoj a Klubu českých turistů.

3. Občanské sdružení PANT

Občanské sdružení PANT vzniklo 26.7.2007 s cílem působit v oblasti rozvoje a podpory informovanosti veřejnosti o problematice lidských práv a jejich porušování. Jeho činnost se zaměřuje především na vzdělávání, filmovou dokumentární a publicistickou tvorbu, podporu aktivit mapujících a rozvíjejících kulturní dědictví v českém, středoevropském a evropském regionu (*Občanské sdružení Pant, 2009*).

Členy Občanského sdružení PANT jsou pedagogové, pracovníci médií a lidé z podnikatelské sféry.

S Občanským sdružením PANT se rovněž jako v předchozích případech uzavře dohoda o partnerství, na základě které bude sdružení se zřizovatelem spolupracovat na zajišťování podkladů z období železné opony. I tato dohoda bude povinně přiložena k projektu.

6.4 Stručný popis podstaty projektu

6.4.1 Název a zaměření projektu

Název stezky má velký význam z hlediska propagace, je i názvem dílčího propagačního materiálu a mapového podkladu, který bude vydán ke stezce. Název by měl v návštěvnicích vyvolat určitou přitažlivost a zájem pro poznání dané stezky.

Projekt nese název Naučná stezka „Cesta za železnou oponu“. Název je tvořen v návaznosti na historické souvislosti.

Předkládaný projekt je zaměřen na podporu rozvoje cestovního ruchu v regionu Znojensko, a to včetně rozvoje doposud méně známé *temné turistiky*. Projekt s názvem „Naučná stezka Cesta za železnou oponu“ (dále jen projekt) představuje pro region

Znojensko, Národní park Podyjí i Národní park Thayatal jednu z možností, jak danou oblast přiblížit lidem a zvýšit její atraktivnost a návštěvnost.

6.4.2 Významná specifika projektu

Zaměření projektu sleduje tyto základní roviny: a) turistickou, b) naučně poznávací – poznání kulturních a přírodních zajímavostí, památek, c) rekreační – pohyb v přírodě, možnost relaxace, c) sociální – sblížení kultur prostřednictvím společné historie.

Naučná stezka je uvažována jako pěší trasa. Národní park Podyjí podporuje především měkké formy turistiky – pěší, cyklistickou a v okrajových částech parku i turistiku na koních, jež zanechávají v přírodní rezervaci minimální ekologickou stopu. Projekt upřednostňuje celoroční provoz naučné stezky před provozem sezónním. Trasa stezky bude v terénu vyznačena. Naučná stezka bude popisovat významné historické zajímavosti z období železné opony. Soubor jednotlivých zastavení bude prezentován na informačních tabulích a bude všem zájemcům velmi snadno dostupné.

Plánovaná trasa naučné stezky bude mít délku přibližně 9km a bude zde instalováno 5 informačních tabulí s mapovým přehledem o průběhu stezky pro snadnou orientaci. Jednotlivé tabule budou od sebe vzdáleny přibližně 2km. Jejich přesné umístění bude záviset na vhodných lokalizačních podmínkách.

Naučná stezka bude zahrnovat těchto 5 tématicky orientovaných zastavení:

1. *Pojem „železná opona“ (co to je, k čemu sloužila, z čeho se skládala)*

První zastavení bude zahrnovat také úvodní informace seznamující návštěvníka s danou stezkou.

2. *Důvody jejího vzniku (politické a jiné)*

3. *Pohraniční stráž x převaděči*

4. *Oběti x vrazi*

5. *Paradoxy železné opony (co lidem železná opona vzala i přinesla, skutečné příběhy)*

Samotný začátek naučné stezky je symbolicky veden od památníku reprezentujícího část bývalé železné opony, který je umístěn na okraji Národního parku Podyjí. V tomto místě začíná většina tras napříč přírodní rezervací. Následně budou turisté vedeni směrem k Národnímu parku Podyjí. Naučná stezka vede po celé své délce národním parkem. První část trasy bude vedena po již vybudované asfaltované cestě, která končí u rakouských hranic. Svým nenáročným terénem může být navštěvovaná i lidmi staršího věku či rodinami

s malými dětmi. Zbývající úsek trasy je veden po lesní cestě. Cestu lemují řeka Dyje, která představuje přirozenou státní hranici mezi Českou republikou a Rakouskem. Pokud turista absolvuje celou trasu, dostane se zpět k prvnímu bodu, kterým naučná stezka započala.

6.4.3 Jaké problémy projekt řeší

Projekt řeší tyto problémy:

- nedostatečná nabídka produktů *temné turistiky* v regionu Znojemska,
- nízká informovanost veřejnosti o existujících produktech *temné turistiky*,
- nedostatečná nabídka volnočasových aktivit,
- postupné odcizení blízkých a historií spojených kultur,
- nízká návštěvnost Národního parku Podyjí v porovnání s jinými rezervacemi,
- nerovnoměrná koncentrace návštěvníků národního parku v průběhu roku,
- zabránění návštěvníkům národního parku vstupu na chráněná místa.

6.4.4 Kapacita projektu

Turistika v Národním parku Podyjí nemá masový charakter, návštěvníci naučné stezky se proto nemusejí obávat syndromu turistického davu. Naučná stezka „Cesta za železnou oponu“ bude určena spíše pro pěší turisty. Podle informací z informačního střediska Národního parku Podyjí je průměrná denní návštěvnost národního parku mimo sezónu 50 turistů a v průběhu sezóny 100 a více turistů. Průměrná denní návštěvnost neboli kapacita naučné stezky se tedy v hlavní sezóně předpokládá na 50 a více turistů.

6.4.5 Lokalizace projektu

Stát (NUTS1) – CZ Česká republika

Region (NUTS 2) - CZ06 Jihovýchod

Kraj (NUTS 3) - CZ064 Jihomoravský

Okres (NUTS 4) - CZ0647 Znojmo

Katastrální území: obec Čížov - Kód 64260 6

6.5 Etapy projektu

Jednotlivé etapy projektu a jejich obsahové řešení jsou zahrnuty v následujících tabulkách.

Tabulka č.1: Přípravná fáze

Přípravná fáze	
1.	Formulace a tvorba projektového záměru
2.	Stanovení cílů projektu
3.	Stanovení postupů k dosažení cílů
4.	Identifikace cílových skupin projektu
5.	Předběžný návrh rozpočtu
6.	Podání projektové žádosti
7.	Sestavení projektového týmu, alokace zdrojů
8.	Tvorba metodiky řízení projektu
9.	Tvorba technického návrhu řešení
10.	Analýza trhu a poptávky
11.	Tvorba projektové dokumentace
12.	Tvorba rozpočtu projektu
13.	Zajištění zdrojů financování projektu, finanční řízení projektu
14.	Vyřízení potřebných povolení
15.	Hledání vhodných partnerů projektu
16.	Výběr vhodných dodavatelů projektu prostřednictvím výběrového řízení, uzavření smluv o dílo
17.	Identifikace všech aktivit v rámci projektu
18.	Formulace rizik a podmínek omezujících řešení projektu
19.	Výběr vhodného dotačního titulu
20.	Tvorba harmonogramu projektu
21.	Tvorba žádosti o dotaci a její předložení příslušnému orgánu

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č.2: Fáze realizace

Fáze realizace	
1.	Školení a řízení projektového týmu
Stavební práce	
1.	Rekonstrukce povrchu naučné stezky – úprava lesní cesty, zeleně
2.	Dodávka a implementace mobiliáře naučné stezky
3.	Výroba a osazení informačních panelů
4.	Výroba a osazení laviček, odpočívadla, dodávka odpadkových košů
5.	Turistické vyznačení naučné stezky
6.	Tvorba informačního textu pro jednotlivé informační panely

7.	Tvorba fotografického materiálu
8.	Překlad textů do anglického a německého jazyka
Publicita	
1.	Tvorba propagačního materiálu a internetových stránek
2.	Tisk informačních panelů a propagačního materiálu
3.	Závěrečná prezentace projektu
Administrativa a monitoring	
1.	Průběžná analýza rizik
2.	Předkládání monitorovacích a etapových zpráv
3.	Zpracování závěrečné zprávy s žádostí o platbu
4.	Předání naučné stezky do provozu
5.	Slavnostní otevření naučné stezky

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č.3: Provozní fáze

Provozní fáze	
1.	Údržba naučné stezky – údržba komunikace, odvoz odpadků, údržba zeleně
2.	Udržování turistického značení naučné stezky
3.	Užívání služeb naučné stezky
4.	Průběžná kontrola stavu naučné stezky
5.	Průběžné vyhodnocování a sledování efektivity projektu

Zdroj: vlastní zpracování

6.6 Analýza trhu, odhad poptávky, marketingová strategie a marketingový mix

6.6.1 Analýza trhu

U této části projektu lze vycházet z výsledků bakalářské práce, které byly získány marketingovým výzkumem.

Z daných výsledků, které jsou uvedeny v předchozí kapitole (*kapitola č.5*), můžeme vyčíst, že potenciál pro tvorbu produktů *temné turistiky* zaměřujících se na období železné opony je v České republice celkem rozsáhlý, ale jelikož Česká republika zatím tento fenomén plně nerozvinula, nepatří aktivity *temné turistiky* zaměřující se na železnou oponu k nejvýznamnějším. Produkty *temné turistiky* jsou nerovnoměrně rozmístěny napříč územím České republiky a nedostatečná informovanost obyvatel České republiky často způsobuje neznalost těchto produktů. Konkrétně v regionu Znojemska můžeme nalézt pouze jeden produkt *temné turistiky* týkající se železné opony, výše zmiňovaný památník – dochovaný zbytek ostnatých ženině technických zátarasů, který je situovaný v obci Čížov.

6.6.2 Odhad poptávky

Analýza poptávky opět čerpá z výsledků marketingového výzkumu bakalářské práce a částečně ze statistických údajů poskytnutých informačním centrem Národního parku Podyjí.

Marketingovým výzkumem bylo zjištěno, že reálná účast obyvatel České republiky na aktivitách a produktech *temné turistiky* zaměřující se na období železné opony není dostačující. Z celkového počtu dotazovaných se většina lidí tohoto druhu cestovního ruchu vůbec nezúčastní. Nižší procento dotazovaných vůbec nevědělo, že něco podobného v České republice existuje. Dodalo však, že tento druh aktivit cestovního ruchu by je zaujal. Stejný počet dotazovaných tyto aktivity již navštívilo v rámci svého osobního volna. Z uvedeného vyplývá, že občané České republiky jsou nedostatečně informováni o existujících produktech *temné turistiky* a vláda České republiky, respektive Ministerstvo pro místní rozvoj zřejmě neklade velký význam prezentování těchto produktů. Lidé postrádají kvalitní propagační materiál.

Podle sociálního statutu aktivity a produkty spojené s železnou oponou nejvíce preferují lidé staršího věku. Převážně lidé ve věku 51 – 60 a 61 – 70 let upřednostňují tyto aktivity před jinou formou odpočinku či zábavy.

Pro odhad poptávky zároveň posloužily statistické údaje návštěvnosti za rok 2009 a 2008 získané z informačního centra Národního parku Podyjí. Jednotlivé údaje jsou členěny dle sociálního statutu návštěvníků a zvolené formy návštěvy (*tabulka č.4*).

Tabulka č.4: Návštěvnost NPP v jednotlivých měsících za rok 2009 a 2008

	2009	2008
Dospělí		
<i>individuálně</i>	3560	2887
<i>organizovaně</i>	1526	964
Děti		
<i>individuálně</i>	740	650
<i>organizovaně</i>	1153	892
Cizinci		
<i>individuálně</i>	453	385
<i>organizovaně</i>	454	370
Celková návštěvnost	7886	6148

Zdroj: statistické údaje informačního centra Národního parku Podyjí, vlastní zpracování

Pro odhad poptávky musíme vycházet pouze z údajů pro rok 2008 a 2009, neboť pro další roky nebyly údaje poskytnuty. Z předložených statistických údajů však vyplývá, že návštěvnost Národního parku Podyjí se v jednotlivých letech výrazně nemění, jen se nepatrně zvyšuje.

Jak můžeme odvodit z údajů v tabulce, nejvyšší návštěvnost Národního parku Podyjí představuje skupina dospělých, kteří absolvují výlety do přírodní rezervace ve velké míře individuálně. Druhou skupinu návštěvníků představují organizované výlety dětí. Naopak nejnižší návštěvnost je zaznamenána u skupiny cizinců.

Celková návštěvnost za rok 2009 činí 7886 návštěvníků a za rok 2008 je vypočtena na 6148 návštěvníků. Tyto údaje však nejsou plně reprezentativní, neboť lze předpokládat, že návštěvnost Národního parku Podyjí je ve skutečnosti vyšší než je uvedena v tabulce. Výše uvedené statistické údaje byly sbírány z návštěvnosti informačního centra Národního parku Podyjí nikoli z jednotlivých stanovišť území Národního parku Podyjí.

6.6.3 Současná situace Národního parku Podyjí

Turistika se v průběhu 20. století stala dravým fenoménem, který se zmocnil téměř všech částí světa. Cestovní agentury nabízí svým klientům výlety do téměř jakékoliv atraktivní přírodní lokality na světě. Správy národních parků jsou proto postaveny před úkol nalézat taková opatření, která efektivně uchrání dochované přírodní a historické celky před novodobým turismem a zároveň umožní vnímavému návštěvníkovi jejich dostatečné poznání. Správa Národního parku Podyjí se při své rozhodovací činnosti snaží nalézat rovnováhu mezi zájmy návštěvníků na straně jedné a životními potřebami této přírodní rezervace na straně druhé.

Podnětem projektu je nedostatečná nabídka naučných stezek v Národním parku Podyjí ze strany návštěvníků parku a jejich rostoucí poptávka po produktech *temné turistiky*. Národní park zatím plně nevyužil kapacity pro vybudování naučných a jiných stezek. Stále více turistů má také jako cíl své cesty návštěvu památníku Železná opona situovaného na okraji Národního parku Podyjí. Podle informací z informačního centra Národního parku Podyjí by mnoho z nich uvítalo rozšíření tohoto produktu *temné turistiky*. Dalším důvodem je také posílení přeshraničních vztahů s rakouskou veřejností. Železná opona je důležitý historický mezník, který se dotkl České republiky i Rakouska. Vybudováním této naučné stezky může dojít k posílení vzájemných vztahů. Naučná stezka zároveň splňuje předpoklady šetrné turistiky a přispívá tak k životnímu prostředí na obou stranách hranic.

Ze strany Národního parku Podyjí může být podnětem především zamezení nezákonného vstupu návštěvníků na chráněná místa parku a jejich rozptýlení po celé přírodní rezervaci. Nízkým počtem vyznačených tras dochází ke shlukování návštěvníků do určitých míst přírodní rezervace a k nezákonnému vstupování na chráněná místa.

6.6.4 Cílové skupiny návštěvníků

Cílové návštěvníky naučné stezky „Cesta za železnou oponu“ můžeme rozdělit do pěti následujících skupin:

1. *Turisté, jejichž hlavní cíl cesty je návštěva produktu temné turistiky týkající se železné opony (v našem případě se jedná o naučnou stezku „Cesta za železnou oponu“).*

Z marketingového výzkumu řešeného v bakalářské práci vyplynulo, že hlavní cílovou skupinou navštěvující produkty železné opony budou starší lidé ve věku 51 – 60 a 61 – 70 let.

2. Turisté, jejichž hlavní cíl cesty je návštěva Národního parku Podyjí.

3. Místní obyvatelé, obyvatelé okolních měst a obcí.

4. Turisté, jejichž hlavní cíl cesty je návštěva Národního parku Thayatal.

Na své cestě napříč přírodní rezervací mohou zavítat také do české protějšku – Národního parku Podyjí.

5. Místní obyvatelé rakouského města Hardegg, obyvatelé okolních rakouských obcí a měst.

6.6.5 Doprava

Region Znojensko má vybudovanou celkem dostatečnou silniční infrastrukturu, která zaručuje bezproblémovou dostupnost. K místu realizace naučné stezky se návštěvníci dostanou především autobusovou nebo osobní dopravou.

Autobusová linka dopravuje místní občany i návštěvníky do obce Čížov, jejíž okraj je výchozím bodem většiny turistických tras Národního parku Podyjí. Místní autobusovou dopravu zajišťuje firma ČSAD Znojmo, a.s., autobusové spojení je však méně časté a zejména o víkendových dnech je problematické se do obce vůbec dostat.

Co se týče osobní dopravy, území Národního parku Podyjí není pro motoristy přístupné. Silnice je pro motorová vozidla uzavřena již těsně za obcí Čížov. Pro dopravu osobním automobilem zde slouží řada parkovacích ploch, která je umístěna na okraji obce Čížov. Její kapacita je však hlavně v letních měsících nedostatečná.

Rakouský protějšek má oproti České republice vybudovanou vysoce kvalitní dopravní síť. Rakouští turisté mohou využít autobusové i osobní dopravy. Prostory pro parkování se nachází ve městečku Hardegg.

6.6.6 Analýza konkurence

Znojemský region je v porovnání s jinými regiony České republiky poměrně hustě osazen řadou turistických stezek, ať už pěších či cyklistických. Samotný Národní park Podyjí nabízí pěším návštěvníkům celkem 76km značených turistických tras. Chybí tu však dostatek naučných stezek, které by mohly přilákat více návštěvníků do tohoto kraje. Jak je již uvedeno výše (*kapitola č.6.1*), v rámci regionu Znojemska neexistuje jediná naučná stezka, která by měla spojitost s *temnou turistikou*, přesněji řečeno tématem železné opony.

Jako prvořadý cíl této kapitoly bylo zmapovat oblast naučných stezek ve znojemském regionu. Dále byl v rámci analýzy konkurence zjišťován stav naučných stezek tématicky zaměřených na železnou oponu, neboli produktů *temné turistiky* na celém území České republiky.

1. Ve znojemském regionu byly nalezeny tyto naučné stezky:

Naučná stezka - Národním parkem Podyjí

Jedná se o naučnou stezku procházející jednotlivými vesnicemi, které leží v ochranné pásnu Národního parku Podyjí. Jednotlivými obcemi jsou: Hnanice, Havraníky, Znojmo – Popice, Znojmo – Konice, Nový Šaldorf - Sedlešovice, Znojmo – Hradiště, Mašovice a Podmolí. Součástí stezky jsou venkovní informační tabule s oboustranným panelem. Na jedné straně lze vidět fotografie a tiskové upoutávky na obec a na druhé straně jsou fotografie a texty o fauně a flóře v části Národního parku Podyjí spadající do katastru obce.

Naučná stezka - Po památkách Napoleonova působení na Znojemsku

Tato naučná stezka mapuje události bitvy u Znojma, v které se roku 1809 utkala francouzská vojska císaře Napoleona I. s armádou rakouského císaře Františka I.

Naučná stezka – Moravské včelařství

Posláním naučné stezky je přiblížit včelařství laické veřejnosti. Stezka začíná u základní školy v Mikulovicích u Znojma a vede po lesních cestách. Na trase dlouhé 5km je rozmístěno 7 informačních panelů poskytujících zajímavé informace o životě včel. Nechybí zde ani opravdový úl, kde je možné sledovat pod sklem činnost včelího společenstva.

2. V rámci České republiky bylo zjištěno 6 naučných stezek tématicky zaměřených na železnou oponou. Podrobnější charakteristika jednotlivých naučných stezek je již uvedena v předchozí kapitole (*kapitola č.5.2*).

3. Jednou z konkurenčních stezek může být také naučná stezka Hennerweg, která je situována v těsné blízkosti Národního parku Podyjí, a to v jeho rakouském protějšku - Národním parku Thayatal.

Naučná stezka - Hennerweg

Stezka Hennerweg má charakter naučné stezky. Svou nenáročností je navštěvována také rodinami s malými dětmi. Trasa začíná a končí u Domu Národního parku Thayatal nad Hardeggem, kde je možné navštívit moderně pojatou expozici o přírodě Podyjí.

6.6.7 Marketingová strategie

Poslání projektu

Posláním projektu je podpora rozvoje netradiční formy cestovního ruchu, tzv. *temné turistiky* a posílení přeshraničních vztahů s rakouskou veřejností. Realizací projektu by mělo dojít ke zvýšení atraktivnosti a turistické návštěvnosti dané oblasti a daný projekt by měl zajistit pozitivní přeshraniční dopad.

Cíle projektu

Hlavní cíl projektu

Hlavním cílem projektu je snížení nedostatků v nabídce moderních produktů a netradičních forem cestovního ruchu v regionu Znojensko. Tohoto cíle chce zadavatel dosáhnout vybudováním naučné stezky „Cesta za železnou oponu“ na území Národního parku Podyjí. Projekt s názvem „Naučná stezka Cesta za železnou oponu“ bude představovat možnost zvýšení atraktivnosti a návštěvnosti pro Národní park Podyjí, region Znojensko i Národní park Thayatal.

Specifické cíle projektu

V rámci projektu byly vytyčeny tyto konkrétní cíle:

1. lepší turistické využití území Národního parku Podyjí a tím i vyšší příliv turistů do regionu Znojemska,
2. srozumitelným a zajímavým způsobem přiblížit široké veřejnosti problematiku období tzv. železné opony jako produktu *temné turistiky*,
3. posílení přeshraničních vztahů s rakouskou veřejností,
4. rozvoj šetrné pěší turistiky s ohledem na pozitivní dopad k životnímu prostředí,
5. prodloužení turistické sezóny v regionu,
6. výstavba infrastruktury cestovního ruchu rozšiřující možnosti využívání volného času,
7. uspokojení poptávky po moderních produktech a netradičních formách cestovního ruchu.

Zvolená strategie

Strategie projektu se zaměřuje na aktivity, kterými je možné podporovat rozvoj cestovního ruchu v regionu Znojemska. V rámci projektu je zvolenou aktivitou tvorba nového a moderního produktu cestovního ruchu. Pro vybudování navrženého produktu je nezbytné vytvořit podmínky v podobě získávání finanční podpory státu a Evropské unie. Snaha o zvýšení návštěvnosti daného území přináší také vyšší zátěž v podobě znečištění zejména podél cest a vodních toků chráněného území Národního parku Podyjí. Je potřeba vytvořit odpovídající podmínky režimu pohybu v chráněném území z hlediska ochrany přírody i podpory turistiky.

6.6.8 Marketingový mix

Produkt

Produktem cestovního ruchu se rozumí vše, co lze nabídnout účastníkům cestovního ruchu, co slouží k uspokojování jejich potřeb.

Hlavním produktem projektu bude naučná stezka s názvem „Cesta za železnou oponou“, která bude vedena územím Národního parku Podyjí. Její název napovídá, že hlavním tématem stezky bude tzv. železná opona. Vybudováním naučné stezky vznikne možnost provozovat pěší turistiku po vyznačené trase přírodní rezervace, dále možnost získat povědomí o netradiční formě cestovního ruchu, tzv. *temné turistice* a vzdělávat se prostřednictvím informačních tabulí o významném mezníku českých dějin, tzv. železné oponě.

Naučná stezka bude zahrnovat:

- 5 informačních tabulí
- 1 odpočívadlo (stolek s lavicemi, odpadkové koše)
- 5 lavic umístěných u jednotlivých zastavení
- 6 odpadkových košů umístěných u jednotlivých zastavení
- tištěného průvodce jako propagační a informační materiál přímo pro

návštěvníky stezky

Jednotlivé informační tabule naučné stezky budou obsahovat číslo a název zastavení, textovou a obrazovou část, seznam všech stanovišť a mapku, ve které budou jednotlivá místa naučné stezky vyznačena.

K naučné stezce bude vytvořen tištěný průvodce, který bude k dispozici v informačních centrech Národního parku Podyjí, Národního parku Thayatal a v okresním městě Znojmě.

Cena

Hlavním cílem naučné stezky není tvorba zisku, ale rozvoj cestovního ruchu na Znojemsku a zajištění pozitivního přeshraničního dopadu s rakouskými sousedy. Naučná stezka má sloužit pro zvýšení nabídky moderních produktů cestovního ruchu v regionu a získávání povědomí o historických i přírodních zajímavostech okolí. Jedná se tedy o veřejně prospěšnou investici, jejíž vstup bude pro návštěvníky bezplatný. Naučná stezka a její

celoroční údržba bude dotovaná z finančních prostředků státních orgánů a dotací Evropské unie.

Jediným přímým nástrojem tvorby zisku související s naučnou stezkou může být prodej propagačních materiálů jako jsou pohlednice, turistické známky, upomínkové předměty apod.

Distribuce

Podstata tohoto prvku spočívá především v rozhodování o tom, jakým způsobem se produkt dostane ke konečnému spotřebiteli, tj. ve volbě distribučního kanálu. V tomto případě se bude jednat o přímou distribuci, neboť zadavatel bude svůj produkt poskytovat bez pomoci jiné organizace. Doplnující služby vázané k naučné stezce mohou být poskytovány prostřednictvím internetového serveru a informačních center Národního parku Podyjí, Národního parku Thayatal a okresního města Znojma.

Promotion

Promotion je jedním z nástrojů, pomocí něhož může poskytovatel produktu prosazovat a zviditelňovat svůj vytvořený produkt. Základem zviditelnění stezky bude zpráva o jejím dokončení a případném slavnostním otevření. K tomu jsou velmi vhodné tiskové zprávy, které lze uveřejnit v médiích. Jednotlivými médii mohou být Znojemský deník, Znojemský týden, MF Dnes – regionální příloha Jižní Morava a další. Lze využít také regionálních prostředků komunikace, jako je rádio a televize.

Promotion má za úkol dostat naučnou stezku do povědomí cílových skupin návštěvníků a k tomuto účelu mu také slouží propagační materiály. Kvalitně zpracované propagační materiály by měly být nezbytnou součástí vybavení každého produktu cestovního ruchu. Hlavním výstupem stezky bude tištěný průvodce, který bude sloužit i jako hlavní propagační materiál. Ostatní propagační a informační materiál bude zahrnovat letáky poskytující informace o nově vzniklé naučné stezce, dále pohlednice, upomínkové předměty, turistické známky apod. Informace o nově vzniklé naučné stezce budou součástí také regionálních propagačních a informačních materiálů. Jednotlivý materiál související s naučnou stezkou bude k dispozici v informačních centrech Národního parku Podyjí, Národního parku Thayatal a v okresním městě Znojmě.

Stezka může být dále prezentována prostřednictvím internetových stránek Národního parku Podyjí, případně i Národního parku Thayatal, kde si potenciální návštěvníci stezky budou moci prohlédnout celou trasu naučné stezky s vyznačením jednotlivých zastavení včetně informativního sdělení. Dále budou návštěvníkům na tomto serveru poskytnuty důležité údaje o možnostech dopravy na místo realizace dané stezky, charakteristice dané stezky a způsobu jejího využívání.

K propagaci dané stezky může být využito také internetových stránek zainteresovaných subjektů, jako například Klubu českých turistů, znojemského regionu či Jihomoravského kraje. Další možností je umístění naučné stezky na internetových serverech zájmových organizací zabývajících se tzv. železnou oponou (např. www.zeleznaopona.net) či serverech zabývajících se naučnými stezkami (např. www.naucnoustezkou.cz), které vedou seznam naučných stezek nacházejících se na celém území České republiky a jejichž zveřejňování je zdarma.

Jednotlivé nástroje budou voleny tak, aby byla zajištěna dostatečná propagace projektu ve vztahu ke všem cílovým skupinám.

6.6.9 Swot analýza naučné stezky

V této analýze je představen souhrnný přehled silných a slabých stránek, možných příležitostí a ohrožení dané naučné stezky. Analýza je zaměřena na cestovní ruch (*tabulka č.5*).

Tabulka č.5: Swot analýza naučné stezky „Cesta za železnou oponou“

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> - neporušený ráz krajiny - umístění stezky v atraktivní oblasti přírodní rezervace NP Podyjí - kvalitní síť značených turistických cest - významný kulturně – historický a přírodní potenciál oblasti - minimální negativní vliv naučné stezky na životní prostředí - velký potenciál oblasti pro rozvoj volnočasových aktivit - potenciál pro budování kladných přeshraničních vztahů - velký potenciál oblasti pro tvorbu moderních produktů cestovního ruchu a produktů <i>temné turistiky</i> zabývající se železnou oponou - jediný dochovaný a neporušený pozůstatek tzv. železné opony 	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatek parkovacích míst v blízkosti naučné stezky - problém s dopravní dostupností - nedostatečná informovanost obyvatel České republiky ze strany státu - finanční náročnost výstavby naučné stezky - nerovnoměrná koncentrace návštěvníků stezky během roku (hlavní sezóna, období mimo sezónu) - nedostatek dochovaných historických pamětihodností z období tzv. železné opony - omezenost pohybu návštěvníků v chráněném území NP Podyjí - vedení trasy naučné stezky pouze územím NP Podyjí
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> - využití malebnosti krajiny NP Podyjí - zvýšení přitažlivosti dané oblasti zkvalitněním a rozšířením infrastruktury cestovního ruchu - pozvednutí historie a zajímavosti místa mezi návštěvníky stezky - zvýšení návštěvnosti NP Podyjí tvorbou nového produktu cestovního ruchu - udržení současných návštěvníků vytvořením nového produktu cestovního ruchu - zvýšení zájmu o aktivní turistiku a zdravý životní styl - multiplikační efekt – nárůst příjmů podnikatelských subjektů v oblasti - prodloužení turistické sezóny v oblasti 	<ul style="list-style-type: none"> - vandalismus, úmyslné poškozování naučné stezky a okolní krajiny - riziko překročení únosné míry turistů - poškození image klidného a příjemného prostředí přírodní rezervace - riziko znečištění a devastování přírody - nízká míra spolupráce v rámci udržování a propagování naučné stezky - nepředvídatelné přírodní pohromy - neposkytnutí potřebných finančních prostředků ze strany státu a Evropské unie - výběr nekvalitního dodavatele a subdodavatelů

Zdroj: vlastní zpracování

6.7 Management projektu a řízení lidských zdrojů

Hlavním provozovatelem projektu, jak je již uvedeno v předchozí kapitole (*kapitola č.6.3*), bude veřejná instituce. V její kompetenci bude především zajišťování potřebných finančních zdrojů pro realizaci projektu prostřednictvím projektové žádosti. Po uvedení naučné stezky do provozu bude také zodpovídat za veškerou propagaci a udržitelnost daného projektu.

Nezbytnou součástí vzniku projektu a získání finančních prostředků z operačního programu Cíl 3 Evropské územní spolupráce Rakousko – Česká republika 2007 – 2013 je spolupráce zahraničního partnera (*kapitola č.6.3*). Tím by mohla být v tomto projektu Správa Národního parku Thayatal. Podmínkou dané spolupráce je zvolení vedoucího a projektového partnera. Vedoucím partnerem bude zadavatel projektu, Správa Národního parku Thayatal může představovat projektového partnera.

Na daném projektu by měly spolupracovat také Klub českých turistů a Občanské sdružení Pant.

Pro úspěšnou realizaci projektu bude vytvořen projektový tým. Projektový tým bude zahrnovat projektového manažera, hlavního koordinátora a finančního manažera. Jednotlivým členům týmu budou svěřeny úkoly na základě jejich odborných znalostí a zkušeností. Tím se zamezí možnému výskytu rizik hrozících v jednotlivých etapách projektu. Řízení celého projektu bude mít na starost projektový manažer. Je to nejdůležitější pracovník vedení projektu. Činnost manažera a jeho podřízených pracovníků bude realizována na základě uzavřených smluv.

6.7.1 Projektový manažer

Projektový manažer bude osobně odpovědný za řízení realizace celého projektu. Bude odpovídat za řízení činnosti realizačního týmu, rozdělování úkolů a kontrolu jejich plnění, určení časového harmonogramu a kontrolu jeho plnění, monitoring a kontrolu realizace aktivit v souladu s projektem, řízení spolupráce s dalšími subjekty, celkový monitoring a kontrolu oproti časovému plánu a zadání. Jeho náplní práce bude také zajišťování technických podmínek realizace akce.

6.7.2 Hlavní koordinátor

Hlavní koordinátor bude zodpovídat za stálou koordinací aktivit projektového týmu, spolupracovat při jeho svolávání a vedení, odpovídat za pomocné a asistentské činnosti vázané na řízení projektu, administraci projektu, vedení dokumentace a evidencí. Hlavní koordinátor bude zvolen projektovým týmem.

6.7.3 Finanční manažer

Náplní práce finančního manažera bude řízení ekonomické stránky projektu, čerpání finančních prostředků v souladu se schváleným rozpočtem v návaznosti na realizované aktivity, vedení účetnictví a mzdové evidence.

Po celý životní cyklus projektu budou veškeré administrativní úkony zajišťovat dle svých kompetencí členové realizačního týmu. Bude se jednat především o předkládání průběžných monitorovacích zpráv, předkládání etapových zpráv včetně žádostí o platbu a ostatní administrativní úkony a povinnosti.

6.7.4 Výběr dodavatelů

Výběr vhodného dodavatele bude podpořen výběrovým řízením prostřednictvím výzvy více zájemcům. Výběr dodavatelů se bude řídit zákonem č. 137/2006 Sb., O veřejných zakázkách. Nabídky bude posuzovat a hodnotit výběrová komise zadavatele projektu. Po ukončení lhůty pro podání nabídek se uskuteční zasedání výběrové komise. Na základě předem stanoveného kritéria se všechny nabídky bodově vyhodnotí.

Předem bylo stanoveno 1 základní kritérium: Nejnižší nabídková cena bez DPH

Uchazeč bude povinen prokázat splnění základních a profesních kvalifikačních předpokladů. Na závěr bude podle počtu bodů určena a schválena nejvhodnější nabídka. Dodavatel, který získá největší počet bodů, bude kontaktován a bude s ním sepsána smlouva o dílo. Smlouva bude řešit věcnou náplň dodávky, její rozsah, kvalitu, cenu, termíny, záruky a sankce. Smlouva a její ustanovení bude vyplývat zejména z metodiky řízení projektu.

Při výběru jednotlivých dodavatelů bude dodržen princip transparentnosti, rovného zacházení a nediskriminace stanovený metodikou zadávání zakázek v rámci operačního programu Cíl 3 Evropská územní spolupráce Rakousko – Česká republika 2007 - 2013.

6.7.5 Vznik nových pracovních příležitostí

Projektem prozatím nevzniknou nová pracovní místa, jelikož daná naučná stezka nevyžaduje vysoké nároky na údržbu a její využívání bude pro návštěvníky bezplatné.

Daný projekt však může mít do budoucna pozitivní vliv na zvýšení zaměstnanosti v regionu Znojemska. Zvyšující se návštěvnost regionu bude klást vyšší požadavky na pracovní sílu v zařízeních cestovního ruchu.

6.8 Technické a technologické řešení projektu

Navrhované úpravy a budoucí provoz respektují skutečnost existence trasy převážně na lesním půdním fondu a na území Národního parku Podyjí. V každém ohledu je respektován zákon č.114/1992 Sb., O ochraně přírody a krajiny.

6.8.1 Úprava komunikací

Větší část trasy není potřeba upravovat. Je vedena po asfaltové cestě směřující k rakousko-českým hranicím. Zbývající část trasy vede po nepevněném hrbolatém povrchu. Zde je potřeba trasu vyrovnat a zpevnit. Povrch musí splňovat podmínku jednoduchého pohybu návštěvníků stezky. Pro rekonstrukci dané stezky se uvažuje povrch z kameniva nebo z betonu. Při výstavbě naučné stezky bude pro dopravu stavebního materiálu a pro odvoz stavebních odpadů využívána stávající síť pozemních komunikací.

6.8.2 Informační tabule

Jak již bylo uvedeno výše (*kapitola č.6.6.8*), součástí naučné stezky bude 5 informačních tabulí o rozměrech 100 x 70cm, umístěných na viditelných a k přírodě nejvíce šetrných místech. Jejich rozmístění bude rovnoměrné po délce trasy a vzestupně číslované. Vzdálenost mezi jednotlivými zastaveními bude s nepatrnými odchylkami 2km. Všechny tabule budou jednotného vzhledu i velikosti. Výjimkou bude úvodní tabule, která bude umístěna na začátku stezky.

Jednotlivé informační tabule naučné stezky budou obsahovat číslo a název zastavení, textovou a obrazovou část, seznam všech stanovišť a mapku, ve které budou jednotlivá místa naučné stezky vyznačena. Obsah jednotlivých tabulí se bude skládat ze zajímavých a důležitých údajů o významném mezníku českých dějin, tzv. železné oponě. Podklady pro jednotlivá témata zastávek budou zajištěna ve spolupráci s občanským sdružením Pant, které se spolupodílí na přípravě projektu a v realizační fázi bude hlavním dodavatelem informací uvedených na tabulích.

Informační tabule budou umístěny na dřevěných stojanech se stříškou. Stojany budou pevně ukotveny železnými úchyty do země a opatřeny odolnou barvou. Informační tabule bude z PVC materiálu odolávající venkovním podmínkám a umístěna na jednu stranu dřevěného stojanu. Stojany svým vzhledem i použitým materiálem nebudou narušovat krajinný ráz. Dopravu a montáž stojanů včetně informačních tabulí zajistí dodavatel.

Úvodní tabule se bude oproti ostatním tabulí lišit nejen rozměry ale i svým obsahem. Velikost úvodní tabule bude dosahovat rozměrů 100 x 150cm a budou zde uvedeny včetně informací o prvním zastavení stezky také souhrnné informace o charakteristice dané stezky s jednotlivými zastaveními. Součástí úvodní tabule bude také mapka stezky, která bude zahrnovat názvy a fotografie jednotlivých zastavení.

6.8.3 Mobiliář stezky (odpočívadlo, lavičky, odpadkové koše)

Odpočívadlem se rozumí místo, kde si návštěvníci, neboli pěší turisté mohou odpočinout při své túře a nasytit se. Nesmí zde chybět ani informovanost o místě, kde se nachází a kudy si mohou dále naplánovat svoji cestu. Proto součástí každého takového místa by měly být lavičky, stoly, přístřešek, odpadkový koš a mapa. Místa pro odpočívadla na trase se volí s ohledem na vyloučení možných nepříznivých vlivů na obyvatelstvo a na flóru a faunu.

Hlavní zásady pro navržení odpočívadel:

- dostupnost místa pro technickou údržbu,
- atraktivita místa (výhled, klid, ráz krajiny, apod.)

Návrh naučné stezky předpokládá 1 odpočívadlo, jehož umístění se navrhuje zhruba v půli cesty vyznačené trasy. Odpočívadlo by bylo umístěno před vstupem do lesa, kudy pokračuje naučná stezka. Návštěvníci zde budou mít možnost kochat se výhledem na řeku Dyji a o kousek dál malebným rakouským městem Hardegg.

Konkrétní návrh odpočívadla bude splňovat požadavky umístění v přírodě. Přístřešek, stoly, lavice i informační tabule musí být pevně zakotveny do základů, aby bylo ztiženo jejich odcizení a co nejlépe odolávaly vandalismu. Konstrukce bude z tvrdého dřeva, chráněná nátěry bránící rychlému stárnutí.

Součástí stezky budou také lavičky o rozměrech 2,5 x 0,5m v dřevěném provedení a odpadkové koše, které budou umístěny vždy u jednotlivých zastavení pro pohodlí a možnost odpočinku návštěvníků.

6.8.4 Značení

Značení naučné stezky provede jeden z partnerů zadavatele, a to Klub českých turistů. Včetně turistického vyznačení bude stezka doplněna také směrovkami. Jedná se o tabulky malých rozměrů (100 x 250cm), jejichž obsahem je název dané stezky, její směr a délka. Směrovky budou umístěny u významných křižovatek stezky, kde by mohli mít návštěvníci problém s orientací.

6.8.5 Propagační prostředky

Hlavním výstupem stezky bude tištěný průvodce, který bude sloužit i jako hlavní propagační materiál.

Průvodce bude složený ze šesti listů velikosti A5 s názvem “Naučná stezka Cesta za železnou oponu”. Naučná stezka zde bude představena kompletně s jednotlivými zastaveními. Tištěný průvodce bude obsahovat další informace nad rámec těch, které jsou k dispozici na tabulích jednotlivých zastavení, jako jsou technické údaje o stezce, či oblast, kterou stezka vede. Součástí bude také mnoho fotografií a hlavně užitečná mapka s vyznačením jednotlivých tabulí. Vydání průvodce bude trojjazyčné – v českém, německém a anglickém jazyce, takže bude vhodné i pro zahraniční návštěvníky. Vydání průvodce v německém jazyce je podmínkou pro získání finančních prostředků z operačního programu Cíl 3 EÚS Rakousko – Česká republika 2007 – 2013. Průvodce bude zdarma k dispozici v informačních centrech Národního parku Podyjí, Národního parku Thayatal a města Znojma, případně v blízkých stravovacích a ubytovacích zařízeních. K naučné stezce bude vydáno přibližně 10 000 výtisků.

Ostatní propagační a informační materiál může zahrnovat letáky poskytující informace o nově vzniklé naučné stezce, dále pohlednice, upomínkové předměty, turistické známky apod.

Dalším prostředkem k informování veřejnosti poslouží tiskové zprávy ve vybraných médiích. Vhodnými médii byly zvoleny Znojemský týden a MF Dnes – regionální příloha Jižní Morava.

Stezka by mohla být dále prezentována prostřednictvím internetových stránek Národního parku Podyjí (www.nppodyji.cz). Zde je vhodné umístit její samostatný odkaz. Potenciální návštěvníci stezky si budou moci prohlédnout celou trasu naučné stezky s vyznačením jednotlivých zastavení včetně informativního sdělení.

Odkaz naučné stezky bude zahrnovat následující:

- trasu stezky s podrobným popisem jednotlivých zastavení,
- mapu,
- charakter stezky,
- význam lokality a pamětihodností spojené se stezkou,
- fotografie stezky,
- dopravní spojení a dostupnost ke stezce,
- ostatní turistické trasy v blízkosti stezky,
- možnost stravovacích a ubytovacích služeb v okolí stezky,
- kontaktní údaje účastníků projektu naučné stezky,
- tištěného průvodce ke stezce v elektronické podobě.

6.9 Dopad projektu na životní prostředí

V projektu nebyly zjištěny žádné skutečnosti, které by měly významný negativní vliv na životní prostředí. Lze předpokládat, že při dodržení daných opatření a ustanovení příslušných právních předpisů, nedojde v souvislosti s výstavbou a provozem naučné stezky k poškozování životního prostředí. Projekt svým kladným vlivem na životní prostředí a šetrným využíváním zdrojů bude přispívat k udržitelnému a vyváženému rozvoji regionu.

Trasa stezky se dotýká zvláště chráněného území Národního parku Podyjí podle zákona č.114/1992 Sb., O ochraně přírody a krajiny. Výstavba ani provoz na stezce nemohou toto chráněné území ohrozit, dojde pouze k dílčím negativním zásahům. Výstavbou stezky dojde k trvalému záboru zemědělské a lesní půdy, zbývající negativní zásahy budou pouze krátkodobého charakteru.

Naučné stezky nejsou zdrojem znečišťování ovzduší ve smyslu zákona č. 86/2002 Sb., O ochraně ovzduší. Pouze při výstavbě stezky (skrývání zeminy, výkopové práce, úpravy terénu) dojde místně působením dopravních, stavebních a obslužných zařízení ke nepatrnému zvýšení množství emisí, prašnosti a hlukové hladiny v dotčeném území. Bude se jednat především o nahodilé zdroje krátkodobého charakteru.

Možné zdroje je třeba eliminovat v závislosti na charakteru prací a použitých materiálů. Bude nezbytné provést opatření proti hluku, proti prašnosti a proti vzniku emisí. Technicko-organizačními opatřeními lze negativní dopady na okolí částečně zmírnit.

Co se týče následného provozu na stezce, není výrazným zdrojem hluku. Případné zvýšení hladiny hluku v důsledku většího počtu návštěvníků v období hlavní sezóny není odhadnutelné a zřejmě se ve větší míře neprojeví.

6.9.1 Odpady

Při výstavbě stezky a při jejím provozu (údržba cest, odpady produkované uživateli stezky) lze předpokládat vznik stavebních a komunálních odpadů. Množství odpadů však nebude významné. S odpady bude nakládáno tak, jak to ukládá zákon č.185/2001 Sb., O odpadech. To znamená, že budou uzavřeny smlouvy s osobami, které mají oprávnění k nakládání s odpady.

6.9.2 Příslušné orgány

Pro možnost získání dotací je potřeba daný projekt posoudit z hlediska vlivů na životní prostředí příslušným orgánem životního prostředí. Postup posuzování vlivů daných projektů na životní prostředí upravuje zákon č.100/2001 Sb., O posuzování vlivů na životní prostředí. Orgány příslušné k posuzování vlivů na životní prostředí jsou dle zákona Ministerstvo životního prostředí České republiky, Česká inspekce životního prostředí a okresní úřady. Dále je potřeba zajistit kladné stanovisko příslušných orgánů ochrany přírody z hlediska vlivu projektu na chráněné území patřící do soustavy Natura 2000. Národní park Podyjí je uveden na základě vyhlášených naturových oblastí České republiky jako tzv. ptačí oblast.

6.10 Zajištění investičního a oběžného majetku

Propočty finanční náročnosti projektu jsou uvažovány na horním intervalu ceny dodavatelských cen v době zpracování této studie a dále z poptávek u nepodnikatelských subjektů, kteří mají s daným projektem již zkušenost.

Investiční náklady projektu zahrnují náklady spojené se zpracováním potřebné dokumentace, náklady na výstavbu naučné stezky a náklady spojené s propagací naučné stezky. Dodavatelé těchto projektových nákladů budou vybráni na základě výběrového řízení.

6.10.1 Popis jednotlivých investičních nákladů (tabulka č.6)

Dokumentace k projektu

Dokončení předinvestiční etapy projektu je podmíněno těmito náklady:

- příprava projektu a zpracování projektové dokumentace,
- zpracování dokumentace k výběrovému řízení, realizace výběrového řízení,
- zpracování dokumentace k žádosti z dotačních zdrojů.

Pozemky

Vzhledem k tomu, že se celá trasa naučné stezky nachází na území Národního parku Podyjí, neměly by vzniknout zadavateli žádné náklady spojené s výkupem nebo pronájmem pozemku. Dle údajů Lesní správy Národního parku Podyjí jsou pozemky, kterými má být

naučná stezka vedena, ve vlastnictví Pozemkového fondu České republiky. Asfaltovou komunikaci vlastní Ředitelství silnic a dálnic ČR.

Tvorba naučné stezky

Výstavba stezky zahrnuje náklady na:

- *úpravu komunikací*

Konkrétně se jedná o vyrovnaní a zpevnění povrchů komunikace o celkové délce cca 3km. Pro zpevnění povrchu komunikace bude použit kameninový materiál – štěrku. Cena 1m³ štěrku činí 510 Kč. Na zpevnění komunikací bude potřeba přibližně 900m³ daného štěrku. K ceně 1m³ štěrku musí být připočtena částka za dopravu. Doprava vozidlem do 4,5 tuny činí 24 Kč za 1km. Celková trasa z výchozí bodu (města Znojma) do cílového místa realizace naučné stezky představuje 17km. Do výpočtu je potřeba zahrnout cestu do cílového místa a cestu zpět. Cena za dopravu bude tedy činit 816 Kč. Výpočtem jsme získali výslednou cenu 1326 Kč na 1m³ štěrku.

Pro vyrovnaní povrchů komunikace bude pronajat dvoucestný bagr. Předpokládaná doba pronájmu pro nezbytné úpravy komunikace se odhaduje na 10 dní. Denní účtovaná sazba pronájmu stroje činí 14 000 Kč. Hodinová sazba za práci stroje související s výkonem činí 500 Kč. Pro desetidenní dobu pronájmu stroje s předpokládanou denní pracovní dobou 8 hodin je cena vypočtena na 180 000 Kč.

- *informační tabule*

Zde se bude jednat o zhotovení a grafické zpracování 5 informačních tabulí upevněných na dřevěných stojanech a umístěných na zvolených místech trasy stezky.

- *značení*

Včetně turistického značení, které provede Klub českých turistů, bude stezka obsahovat také směrovky pro snazší orientaci návštěvníků. Směrovky budou zhotoveny z pozinkovaného plechu s bočním okrajem. Instalace bude provedena na nové sloupky, případně na stromy. Jejich počet se odhaduje na 20 kusů.

- *mobiliář (odpočívadlo, lavičky, odpadkové koše)*

Naučná stezka bude ještě doplněna o 1 odpočívadlo (dřevěná zastřešená konstrukce obsahující stůl a lavice), 5 laviček a 6 odpadkových košů.

Propagační prostředky

Zde se jedná o tvorbu tištěného průvodce, tiskové zprávy médiích, tvorbu odkazu na internetových stránkách NP Podyjí.

- *tištěný průvodce*

Náklady na tvorbu tohoto propagačního materiálu budou zahrnovat zpracování textových podkladů, úpravu fotografií a mapy, u zahraniční verze překlad textů do anglického a německého jazyka a v neposlední řadě také tisk průvodce.

- *tiskové zprávy v médiích*

Zde budou náklady zahrnovat grafické zpracování a uvedení zprávy o nové vzniklé naučné stezce ve vybraných tiskovinách. Vybranými médii budou Znojemský týden a MF Dnes – regionální příloha Jižní Morava. Cena inzerce v MF Dnes činí 15 000 Kč na ¼ strany a ve Znojemském týdnu 6 150 Kč na ¼ strany.

- *odkaz na internetových stránkách NP Podyjí*

Bude se jednat o tvorbu samostatného odkazu naučné stezky a jeho grafické a textové zpracování.

Tabulka č.6: Investiční náklady projektu naučné stezky

Výdaje	Počet jedn.	Jed. cena bez DPH (v Kč)	Cena bez DPH (v Kč)	DPH	Náklady (v Kč)	Náklady (v Eur.)
1. Přípravná projektu						
1.1 Projektová dokumentace	1	30 000	30 000	6000	36 000	1 388
1.2 Výběrové řízení (dokumentace, realizace)	1	15 000	15 000	3000	18 000	694
1.3 Dokumentace k žádosti z dotačních zdrojů (zpracování podkladů)	1	10 000	10 000	2000	17 000	656
1.4 Pozemky	1	X	X	X	X	X
2. Tvorba naučné stezky						
2.1 Úprava komunikace	900m3	1326	1193 400	238680	1432 080	55 218
2.2 Mechanizace na úpravu komunikace	1	180 000	180 000	36 000	216 000	8 329

2.3 Grafický návrh, překlad, zpracování, tisk a výroba informačních tabulí	5	7 667	38 335	7 667	46 002	1 774
2.4 Zhotovení stojanů k informačním tabulím	5	6 000	30 000	6 000	36 000	1 388
2.5 Instalace a značení naučné stezky (směrovky, sloupky, turistické značení)	9 km	16 000	16 000	3 200	19 200	740
2.6 Odpočívadlo	1	12 000	12 000	2 400	14 400	555
2.7 Lavičky	5	10 000	50 000	10 000	60 000	2314
2.8 Odpadkové koše	6	2 500	15 000	3 000	18 000	694
2.9 Výkopové práce, montáž, betonáž, doprava mobiliáře	1	38 000	38 000	7 600	45 600	1758
3. Propagační prostředky						
3.1 Tištěný průvodce	10 000	7,5	75 000	15 000	90 000	3470
3.2 Tisk. zpráva v MF Dnes	1	15 000	15 000	3 000	18 000	694
3.3 Tisk. zpráva ve Znojenském týdnu	1	6 150	6150	1 230	7 380	285
3.4 Tvorba internet. odkazu	1	1 500	1 500	300	1 800	69
4. Výdaje na povinnou publicitu						
4.1 Pamětní deska	1	21 000	21 000	4 200	25 200	972
5. Závěrečné aktivity						
5.1 Řízení projektu, závěrečná zpráva	1	40 000	40 000	8 000	48 000	1851
Celkem					2 148 662	82 849

Zdroj: vlastní zpracování

Přepokládá se, že zadavatel projektu bude plátcem DPH, proto je nutné k jednotlivým položkám výpočtu zohlednit sazbu daně.

Žadatel dotace musí v rámci operačního programu Cíl 3 EÚS Rakousko – Česká republika 2007 – 2013 převést korunové výdaje projektu na eurovou měnu. Pro přepočet korunových výdajů na eurové výdaje je nutné použít kurz České národní banky platný v daném měsíci. V roce 2010 je kurz České národní banky stanoven pro měsíc březen 25,935 Kč za jednotku eurové měny.

6.10.2 Provozní náklady (tabulka č.7)

Provozní náklady vyjadřují především nároky na budoucí údržbu naučné stezky. Předpokládaná výše nákladů na údržbu a opravy během životnosti stezky by neměla být výrazná. Výše provozních nákladů ve svém výpočtu nezohledňuje případnou inflaci. Provozní náklady byly stanoveny pro celkovou délku stezky 9km takto:

a) Údržba naučné stezky

Způsoby péče o lokalitu národního parku jsou stanoveny v souladu s Plánem péče o Národní park Podyjí. Údržba naučné stezky v této chráněné přírodní lokalitě zahrnuje kosení travních porostů a výřezy náletových dřevin. Kosení na hůře přístupných místech bude zajišťováno křovinořezem a na rozlehlých travních loukách lištovou sekačkou, která je šetrnější k přírodě. Travní porosty kosí Národní park Podyjí prostřednictvím živnostníků pracujících na základě smlouvy. Tyto zásahy jsou financovány z prostředků Programu péče o krajinu a z Programu nezcizitelného státního majetku. V důsledku toho vzniknou zadavateli na udržování naučné stezky téměř nulové náklady.

Náklady na údržbu stezky budou zahrnovat pouze odvoz odpadků, jejichž výše je stanovena na 1 000 Kč/měsíc bez DPH.

b) Odpisy hmotného majetku

Vzhledem k tomu, že se bude jednat o majetek veřejné instituce, nebude tento majetek odepisován a s odpisy nebude dále uvažováno.

c) Propagační materiál

Pro jednotlivé roky životnosti stezky se předpokládá dotisk tištěného průvodce 1000 ks/rok.

Tabulka č.7: Provozní náklady naučné stezky za rok

	Počet jedm.	Jedn. cena (v Kč)	Cena bez DPH (v Kč)	DPH	Náklady (v Kč)	Náklady (v Eur.)
<i>a) Údržba stezky</i>						
Kosení, výřezy náletových dřevin	X	X	X	X	X	X
Odvoz odpadků	12	1 000	12 000	2 400	14 400	555
<i>b) Odpisy hm. majetku</i>						
	X	X	X	X	X	X
<i>c) Propagační materiál</i>						
Dotisk tištěného průvodce	1 000	7,5	7 500	1 500	9 000	347
Celkem					23 400	902

Zdroj: vlastní zpracování

6.10.3 Oběžný majetek

Z povahy projektu je patrné, že nebude pořizován žádný oběžný majetek (materiál, nedokončená výroba, zásoby).

6.11 Finanční plán a analýza projektu

6.11.1 Financování projektu

Pro úspěšnou realizaci projektu musí zadavatel disponovat potřebnou částkou finančních zdrojů. Zadavatel jako veřejná instituce bude usilovat o získání finančních zdrojů na realizaci projektu ze strukturálních fondů Evropské unie. Jako žadatel dotace má na výběr z následujících zdrojů financování:

- ***Operační program: Cíl 3 Evropská územní spolupráce Rakousko-Česká republika 2007-2013***

Prioritní osa 1: Socio-ekonomický rozvoj, cestovní ruch a transfer know-how

Oblast podpory 1.2: Cestovní ruch, kultura a ekonomika volného času

- ***Tématický operační program: Životní prostředí***

Prioritní osa 6: Zlepšování stavu přírody a krajiny

Oblast podpory 6.2: Zastavení poklesu biodiverzity a zvýšení ekologické stability krajiny

- ***Tématický Integrovaný operační program***

Prioritní osa 5: Národní podpora územního rozvoje

Oblast podpory 5.1: Národní podpora využití potenciálu kulturního dědictví

Pro žadatele je nejpříjemnější operační program Cíl 3 Evropská územní spolupráce Rakousko-Česká republika 2007-2013, neboť se zaměřuje na podporu rozšíření koordinovaných turistických aktivit v chráněných krajinných oblastech a jejich blízkosti. Národní park Podyjí jako chráněná krajinná oblast leží v příhraniční oblasti u rakousko-českých hranic, tudíž daný projekt splňuje jednu z hlavních priorit programu, a to udržitelný příhraniční dopad.

6.11.2 Operační program: Cíl 3 Evropská územní spolupráce Rakousko-Česká republika 2007-2013

Projekt výstavby naučné stezky je v kontextu s cílem operačního programu: Cíl 3 Evropská územní spolupráce Rakousko-Česká republika 2007-2013, který je zaměřen na udržitelný rozvoj příhraničních regionů v oblasti ekonomické, ekologické, sociální a kulturní.

Svými aktivitami a cíli naplňuje prioritní osu 1: Socio-ekonomický rozvoj, cestovní ruch a transfer know-how, oblast podpory 1.2: Cestovní ruch, kultura a ekonomika volného času. Svým zaměřením spadá do podporovaných aktivit zaměřených na podporu rozšíření koordinovaných turistických aktivit v chráněných krajinných oblastech a jejich blízkosti.

Projekt zacílený na výstavbu naučné stezky naplňuje specifický cíl dané prioritní osy, který představuje zintenzivnění vytváření potřeb pro cestovní ruch, zlepšování a management kulturního dědictví a jeho realizace přispěje k naplnění indikátorů dané priority i celého programu.

Ministerstvo pro místní rozvoj vyhlásilo tento operační program, který je v souladu s reformou politiky soudržnosti Evropských společenství pro programové období 2007 – 2013. Globálním cílem operačního programu je podpora udržitelné přeshraniční spolupráce v programovém území. Má napomoci k urychlení socioekonomického vývoje a k silnější integraci příhraničních regionů. Společné programové území zahrnuje na české straně tři kraje: Jihočeský kraj, Jihomoravský jak a kraj Vysočina. Na rakouské straně jsou to spolkové země Horní Rakousko, Dolní Rakousko a město Vídeň. Programové území v tomto projektu představuje rakousko-české příhraničí. Program je zaměřen především na veřejnoprávní instituce nebo jim rovnocenné subjekty, které nebyly založené za účelem dosažení zisku. Pro zvýšení efektivity přeshraniční spolupráce musí všechny projekty uplatňovat princip Vedoucího a projektového partnera. Jejich spolupráce musí splňovat ze čtyř daných kritérií alespoň dvě: 1. Společná příprava, 2. Společná realizace, 3. Společný personál, 4. Společné financování.

Finanční podpora je poskytována z Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF). Minimální příspěvek z ERDF pro jednotlivé projekty je 20001 eur. U všech projektů je podmínkou veřejné spolufinancování. Podpora v rámci prioritní osy 1 bude poskytována s maximální hranicí do 85% celkových způsobilých veřejných výdajů u projektů předkládaných veřejnými institucemi. Finanční účast příjemce podpory na spolufinancování projektu je požadována ve výši min. 10% z celkových nákladů projektu. Žadatel může také požádat o spolufinancování z národních nebo regionálních zdrojů. U žadatelů organizačních složek státu a příspěvkových organizací zřízených státem lze za vlastní zdroje považovat prostředky hrazené z příslušné kapitoly státního rozpočtu (*tabulka č.8*).

Tabulka č.8: Zdroje financování projektu

<i>Zdroje</i>	<i>v %</i>	<i>v Kč</i>
Vlastní zdroje žadatele	10%	214 866
Předpokládaná výše podpory z prostředků OP EÚS R-ČR	85%	1 826 363
Předpokládané spolufinancování ze státního rozpočtu	5%	107 433
Uznatelné náklady	100%	2 148 662

Zdroj: vlastní zpracování

Příjemce podpory je povinen po realizaci projektu vyvěsit na dobře přístupném a viditelném místě stálou informační tabuli (pamětní desku). Minimální velikost tabule musí být 300 x 400mm. Grafický podklad pro výrobu tabule zpracuje příjemci zdarma Státní fond životního prostředí. Náklady na zhotovení tabule jsou způsobilým výdajem (*Příručka pro žadatele operačního programu Cíl 3 Evropská územní spolupráce Rakousko – Česká republika 2007 – 2013, 2009*).

6.11.3 Celkový rozpočet projektu

Investiční náklady

Podrobný přehled veškerých investičních nákladů v rozdělení na jednotlivé položky a měrné jednotky je již uveden v předchozí kapitole (*kapitola č.6.10*). Souhrn investičních nákladů realizovaných v roce výstavby naučné stezky činí 2 148 662 Kč.

Pokud by ovšem zadavatel nezískal potřebné finanční prostředky z dotačních zdrojů, je potřeba do rozpočtu projektu zahrnout i úrok z úvěru.

Odhadované výnosy z projektu

V případě výstavby naučné stezky nevzniknou žádné přímé finanční výnosy. Jedná se o neziskový projekt, který nenese finanční toky v podobě provozních nebo finančních tržeb, které jsou součástí výnosů. Za výnosy uvažovaného projektu se považují celospolečenské přínosy, které lze převést do podoby finančních toků. Veškeré výnosy plynou z realizace projektu v provozní fázi, v investiční fázi žádné výnosy nejsou.

Celospolečenské přínosy plynoucí z realizace projektu jsou následující (*tabulka č.9*):

1. *Nárůst turismu*

Nárůst turismu je stanoven rámcovým odhadem, jelikož se nepodařilo nalézt žádnou práci zabývající se určením vlivu projektu na budoucí nárůst turismu.

Na základě zjištěné návštěvnosti Národního parku Podyjí z roku 2008 a 2009 a z výsledků marketingového výzkumu pro analýzu poptávky se odhaduje jednorázový nárůst turismu na 500 návštěvníků ročně.

Předpokládaný denní výdaj na jednoho návštěvníka bude činit 500 Kč. Uvedená hodnota předpokládá prodloužení doby pobytu návštěvníků o jeden den. Představuje minimální výdaje na ubytování a stravování návštěvníka parku dle aktuálních ceníků restauračních a ubytovacích zařízení nacházejících se ve znojemském regionu.

2. *Úspora státu na podpoře v nezaměstnanosti při vytvoření nového pracovního místa jako důsledku růstu návštěvnosti*

Zvýšený počet návštěvníků regionu může klást vyšší potřebu na kvalifikované síly v restauračním, ubytovacím a jiném zařízení cestovního ruchu. Předpokládá se, že díky nárůstu turismu budou vytvořena 2 nová pracovní místa.

Tvorbou nových pracovních míst může dojít k finančním úsporám státu. Jedná se o úsporu státních prostředků pro financování podpory v nezaměstnanosti. Hodnota je uvedena jako minimální u uchazečů o zaměstnání, u kterých nelze stanovit průměrný měsíční čistý výdělek. Za první 2 měsíce se podpora v nezaměstnanosti stanoví ve výši 0,15 násobku, další 2 měsíce ve výši 0,12 násobku a po zbývajících podpůrných 0,11 násobku průměrné mzdy v národním hospodářství (Fetter, 2009).

Tabulka č.9: Odhadované výnosy z projektu za rok

Přínosy z investice	Počet jednotek	Kč za jednotku	Kč celkem
Úspora na podpoře z nezaměstnanosti	2	2 x 3 435	65 140
		2 x 2 754	
		8 x 2 524	
Nárůst výdajů zvýšením počtu návštěvníků	500	500	250 000
Celkové výnosy			315 140

Zdroj: vlastní zpracování

6.12 Hodnocení efektivity a udržitelnosti projektu

Vyhodnocení projektu bylo provedeno pomocí kritériálních ukazatelů kalkulovaných z finančních toků. Pro vyhodnocení projektu byl použit ukazatel Odhadované současné hodnoty, Indexu odhadované rentability a Odhadované doby návratnosti. Jedná se o běžně používané kritériální ukazatele ekonomické efektivity (čistá současná hodnota, index rentability, doba návratnosti) s použitím číselného údaje odhadovaných výnosů určených z celospolečenských přínosů.

Byly uvažovány ty náklady a výnosy, které významným způsobem vyplývají z realizace projektu a jsou objektivně vyčíslitelné. Hodnocení bylo provedeno ze subjektivního hlediska.

Období životnosti naučné stezky se předpokládá minimálně na dobu 20 let. Pro první kolo přijímání žádostí o finanční dotaci je dlouhodobá reálná společenská diskontní sazba stanovena ve výši 5% p.a. (Sieber, 2004, B).

6.12.1 Odhadovaná současná hodnota

$$OSH = \sum CF * \frac{1}{(1+i)^n} - K$$

CF - peněžní tok , i – diskontní sazba , n - počet let , K – kapitálový výdaj

$$OSH = \frac{(315\,140 - 23\,400) * 20}{2,65} - 2\,148\,662$$

$$OSH = 53\,149$$

$OSH > 0$: *Projekt je pro zadavatele přijatelný.*

6.12.2 Index odhadované rentability

$$\text{IOR} = \frac{\sum \text{CF} * \frac{1}{(1+i)^n}}{K}$$

$$\text{IOR} = \frac{(315\,140 - 23\,400) * 20}{2\,148\,662}$$

$$\text{IOR} = 1,02$$

$\text{IOR} > 1$: *Projekt je pro zadavatele opět přijatelný.*

6.12.3 Odhadovaná doba návratnosti

$$\text{ODN} = \frac{K}{\text{CF}}$$

$$\text{ODN} = \frac{2\,148\,662}{315\,140 - 23\,400}$$

$$\text{ODN} = 7,4 \rightarrow \mathbf{8 \text{ roky}}$$

Návratnost investice daného projektu je realizována již za 8 let provozu naučné stezky.

Z výsledků použitých ukazatelů vyplývá, že projekt je za určitých předpokladů po finanční stránce ziskový. Přínosy projektu je však potřeba hledat v oblasti celospolečenských přínosů. Vykázané výnosy z projektu nemají přímý dopad na zadavatele projektu, ale především na celou řešenou oblast. Přinese další rozvoj cestovního ruchu, který se v dané oblasti stává významným zdrojem příjmů.

6.13 Analýza a řízení rizik (citlivostní analýza)

Tato kapitola se zabývá stanovením rizik projektu a návrhem opatření k jejich eliminaci. Každému riziku je přiřazena váha, a to od nejnižší váhy 1 (nízké riziko), váhy 2 (střední riziko) až po váhu 3 (nejvyšší riziko).

Tabulka č.10: Analýza rizik projektu

Rizika projektu
<i>1. Technická koordinace výstavby stezky, kvalita provedení</i> váha: 2
Důležitá je kvalita provedení stavby, aby se zabránilo budoucím vysokým nákladům na případné opravy. <u>Opatření:</u> Na provedení stavby bude dohlížet sestavený tým. Základním předpokladem pro eliminaci rizika je také pečlivě provedené výběrové řízení na dodavatele. Je potřeba připravit kvalitní zadávací podmínky výběrového řízení na konkrétní zhotovitele.
<i>2. Dodržení harmonogramu</i> váha: 1
Rizikem je zde včasné zahájení stavby a ukončená realizace stavby. <u>Opatření:</u> Předpokladem je zajištění managementu řízení projektu projektovým manažerem, který má zkušenosti s realizací stezek.
<i>3. Zajištění bezproblémového provozu na stezce, vandalismus</i> váha: 2
S ohledem na větší počet uživatelů stezky bude obtížné zajistit provoz stezky a zabránit před případným vandalismem. <u>Opatření:</u> Místní občané a návštěvníci stezky budou vhodným způsobem informováni o důležitých upozorněních týkajících se ohleduplného chování na stezce a dalších úskalích. Včetně vypracování provozního řádu týkajícího se stezky budou dohodnuty podmínky údržby stezky.

4. Neočekávané přírodní vlivy

váha: 3

Vzhledem k tomu, že se stezka nachází v blízkosti řeky Dyje a v okolí lesů, dá se předpokládat, že může dojít k případným naplaveninám. Může také dojít k pádu stromů a jiným znečištěním, které mohou být nebezpečné pro provoz na stezce.

Opatření: V blízkosti stezky bude vhodným způsobem umístěno upozornění, jak se chovat v těchto přírodních kalamitách. Dále budou domluveny podmínky údržby stezky, včasné odklizení následků způsobených přírodními živly apod.

Zdroj: vlastní zpracování

6.14 Harmonogram projektu

Časová struktura projektu je uvedena v následujícím přehledu (*tabulka č.11*):

Tabulka č.11: Harmonogram jednotlivých aktivit projektu

POLOŽKY	1.ROK												2. ROK						
	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	I	II	III	IV	V	VI	VII		
1. Příprava projektu																			
1.1 Projektová dokumentace																			
1.2 Výběrové řízení																			
1.3 Dokumentace k žád. z dot. zdrojů																			
1.4 Pozemky																			
2. Tvorba naučné stezky																			
2.1 Úprava komunikace																			
2..2 Mechanizace na úpravu komunikace																			
2..3 Zhotovení inform. tabulí																			
2.4 Zhotovení stojanů																			
2.5 Instalace a značení nauč. stezky																			
2.6 Odpočívadlo																			
2.7 Lavičky																			
2.8 Odpadkové koše																			
2.9 Výkop. práce, mont., bet., doprava																			
3.Propagační prostředky																			
3.1 Tištěný průvodce																			
3..2 Tisk. zpráva v MF Dnes																			
3..3 Tisk. zpráva ve Znojem. týdnu																			
3.4 Internet. odkaz																			
4.Povinná publicita																			
4.1 Pamětní deska																			
5. Závěrečné aktivity																			
5.1 Řízení projektu, závěrečná zpráva																			

Zdroj: vlastní zpracování

Časová délka aktivit je uvedena po jednotlivých měsících. Příprava a následná realizace projektu se předpokládá zhruba v délce 1,5 roku. Délka trvání jednotlivých aktivit je reálná a bere v úvahu možné časové rezervy.

6.15 Přílohy žádosti o poskytnutí příspěvku na výstavbu naučné stezky z OP Cíl 3 EÚS Rakousko-Česká republika 2007-2013

- 2 x projektová dokumentace
- Zřizovací listina zadavatele a jeho projektového partnera
- Doklad o stanovení statutárního zástupce žadatele, který potvrzuje podpisem žádost o poskytnutí podpory
- Prohlášení žadatele, zda je či není plátcem DPH
- Dohody o partnerství
- Čestné prohlášení partnerů:
 - o bezdlužnosti, beztrestnosti,
 - o neziskovosti projektu,
 - o tom, že projekt bude využit k veřejným účelům,
 - o tom, že projekt je v souladu s příslušnou národní legislativou a ES a pravidly stanovenými Řídícím orgánem/Národním orgánem.
- Doklady o společné přípravě projektu (zápisy z jednání)
- Aktuální výpis z katastru nemovitostí (Doklad prokazující vlastnické právo partnera k nemovitostem, na nichž budou stavební práce prováděny)
- Doklad o zabezpečení spolufinancování projektu ve výši rozdílu mezi celkovými výdaji a dotací z ERDF a Státního rozpočtu
- Stanovisko orgánu ochrany přírody ohledně vlivu projektu na evropsky významné lokality nebo ptačí oblasti (Natura 2000)
- Odborný posudek
- Podrobný rozpočet projektu

6.16 Závěrečné shrnující hodnocení projektu

Nelehkým úkolem je vzhledem k závazku šetrné turistiky v chráněném území národního parku hledat a volit taková řešení, která sice přivedou do regionu více návštěvníků, ale takovým způsobem, že nebudou ohroženy místní kulturní, přírodní ani jiné jedinečnosti. Veřejná instituce jako zadavatel projektu se rozhodla na území Národního parku Podyjí zajistit rozvoj netradiční formy cestovního ruchu, tzv. *temné turistiky*. K tomuto cíli si zvolila s ohledem na ochranu svého území šetrnou formu turistiky. Projekt ponese název „*Naučná stezka Cesta za železnou oponu*“.

Hlavním podnětem projektu je nedostatečná nabídka naučných stezek v Národním parku Podyjí ze strany návštěvníků parku a jejich rostoucí poptávka po produktech *temné turistiky*. Takzvaná *temná turistika* se postupně stává jednou z nejžádanějších forem cestovního ruchu. Dalším významným podnětem je posílení přeshraničních vztahů s rakouskou veřejností. Železná opona je důležitý historický mezník, který se dotkl České republiky i Rakouska. Vybudování naučné stezky s historicky společným tématem pozitivně přispěje k posílení vzájemných vztahů. Naučná stezka zároveň splňuje předpoklady šetrné turistiky a přispívá tak k životnímu prostředí na obou stranách hranic.

Výstupem projektu bude vybudování naučné stezky „*Cesta za železnou oponu*“ navazující na stávající síť turistických tras v Národním parku Podyjí. Celková délka trasy bude přibližně 9km, z toho 3km budou představovat vybudování nové komunikace pro užívání naučné stezky, zbývající část bude s využitím současných asfaltových cest. Naučná stezka bude turisticky značena pro využití pěší turistiky Klubem českých turistů. Naučná stezka bude veřejnosti bezplatně přístupná, její životnost se odhaduje minimálně na 20 let.

Jako vhodný spoluřešitel a projektový partner projektu „*Naučná stezka Cesta za železnou oponu*“ byla určena Správa Národního parku Thayatal. Projekt bude mít pro obě strany pozitivní příhraniční dopad v oblasti sociální, kulturní, ekonomické i ekologické. Jelikož téma naučné stezky „*železná opona*“ je pro obě strany stejně významově důležité, je součástí jejich společné historie, bude mít silný dopad nejen pro občany žijící v České republice, ale i pro rakouské obyvatelstvo.

Zadavatel bude všechny fáze projektu řídit prostřednictvím zkušeného projektového manažera, opírajícího se o projektový tým. Pro jeho práci bude vytvořeno dobré zázemí a budou stanoveny rozhodovací postupy.

V projektu byla posouzena všechna známá a důležitá rizika, která mohou ovlivnit jeho realizaci. V jednotlivých fázích projektu bude potřeba se soustředit na kvalitní provedení stavby naučné stezky, věnovat se řízení projektu v projektovém týmu pro dodržení stanoveného harmonogramu, zajistit bezpečný provoz na stezce a její ohleduplné užívání všemi uživateli a v neposlední řadě zmírnit následky neočekávaných přírodních vlivů. Pro všechna tato rizika byla navržena eliminační opatření, která umožní jejich snížení či úplné odstranění.

Vzhledem k tomu, že projekt je pro samotného zadavatele finančně nenávratný, neboť se jedná o veřejně prospěšnou investici, je potřeba hledat jeho zdůvodnění také ve vyčíslitelných celospolečenských přínosech. Posouzením vyčíslitelných i nevyčíslitelných celospolečenských přínosů projektu bylo zjištěno, že projekt „Naučná stezka Cesta za železnou oponu“ je celospolečensky velice přínosný. Celkové přínosy projektu jsou vyčísleny na 315 140 Kč ročně. Tyto přínosy jednoznačně prokazují celospolečenskou prospěšnost a návratnost projektu a oprávněnost získání dotace z veřejných prostředků.

7. Závěr

Cestovní ruch představuje významný faktor v oblasti jak ekonomické, kulturní, tak v oblasti životního prostředí, čímž výrazně přispívá k celkovému rozvoji regionu. Region Znojensko má značný potenciál pro rozvoj různých forem cestovního ruchu, do kterých mimo jiné patří i *temná turistika*. Využití potenciálu daného regionu však zdaleka není dostačující. Účelem diplomové práce bylo tento potenciál zachytit a vytvořit v rámci studie proveditelnosti vhodný produkt, který přispěje k rozvoji tohoto regionu. Konkrétní cíl představoval vypracování projektu rozvoje *temné turistiky* na Znojensku.

Mocný pilíř cestovního ruchu na Znojensku představuje Národní park Podyjí. Díky rozmanitému reliéfu představuje oblast pro rekreační i náročné příznivce volnočasových aktivit. Jako jediná přírodní rezervace v České republice může také svým návštěvníkům nabídnout téměř nedotčený a významný produkt *temné turistiky* - zbylou část ženíjně technických zátarasů. V dané lokalitě však chybí dostatek naučných stezek, které by mohly přilákat více návštěvníků a nabídnout jim zajímavou formou přírodní a historické zajímavosti této oblasti. V porovnání s jinými přírodními rezervacemi nacházejícími se v hraničním pásmu nenabízí jedinou naučnou stezku tématicky zaměřenou právě na významné období českých dějin – období tzv. železné opony.

Po prozkoumání možností nabídky produktů *temné turistiky* zaměřujících se na železnou oponu a volnočasových aktivit v regionu Znojensko jsem se rozhodla v rámci projektu vytvořit produkt šetrné turistiky – naučnou stezku. Pro její umístění jsem si zvolila území již zmiňovaného Národního parku Podyjí.

Výstupem projektu je vybudování naučné stezky „Cesta za železnou oponu“ navazující na stávající síť turistických tras v Národním parku Podyjí. Celková délka trasy bude přibližně 9km dlouhá. Většina trasy bude vedena po již vybudované asfaltové cestě, zbylá část povede po lesní cestě upravené pro pěší turistiku. Nově vybudovaná naučná stezka bude popisovat významné historické zajímavosti z období železné opony.

Z marketingového výzkumu řešeného v bakalářské práci vyplynulo, že hlavní cílovou skupinou navštěvující produkty železné opony budou starší lidé ve věku 51 – 60 a 61 – 70 let. Na základě poskytnutých informací z návštěvnického střediska Národního parku Podyjí by tento produkt *temné turistiky* uvítalo také mnoho dosavadních návštěvníků Národního parku Podyjí.

V případě cestovního ruchu vyvstává do popředí také ochrana přírodní či historické jedinečnosti místa, na ní totiž často zcela závisí jeho atraktivita (*Foret, Foretová 2001*). Správy národních parků jsou postaveny před nelehký úkol, a to nalézat taková opatření, která efektivně uchrání dochované přírodní a historické celky před novodobým turismem a zároveň umožní vnímavému návštěvníkovi jejich dostatečné poznání. Naučné stezky se staly osvědčenou a k životnímu prostředí šetrnou formou poznávání těchto přírodně cenných lokalit. Jsou také vítaným pomocníkem rozvoje turistiky a cestovního ruchu v regionech, ve kterých jsou zřízeny. Budování návštěvnické infrastruktury je nezbytností pro provozování šetrné turistiky a usměrnění návštěvnosti. Projekt bude mít proto pozitivní dopad jak pro celý region Znojemska, tak i pro samotný Národní park Podyjí. Pokud se uskuteční spolupráce s rakouským Národním parkem Thayatal v rámci operačního programu Cíl 3 Evropská územní spolupráce Rakousko – Česká republika 2007 – 2013, bude mít daný projekt také pozitivní přeshraniční dopad. Realizace projektu může pomoci ke znovusblížení dvou blízkých kultur, které pojí nejen společně prožitá historie, ale také potřeba ochrany téměř nedotčených přírodních celků – Národního parku Podyjí a jeho rakouského protějšku Národního parku Thayatal.

Věřím, že projekt přispěje nejen k uvědomění si značného potenciálu daného území v oblasti rozvoje *temné turistiky*, ale i k využití geografické, ekologické a historické hodnoty regionu Znojemska. Zvýšením nabídky možností trávení volného času se zvýší nejen atraktivita a návštěvnost regionu Znojemska, ale dojde také k prodloužení pobytu turistů v regionu, k růstu jejich výdajů a turisté se budou do regionu rádi vracet. Nezbytnou podmínkou pro příliv turistů do oblasti bude také dostatečná informovanost.

8. Seznam pramenů a literatury

8.1 Literární zdroje

- David, P., Soukup, V. a kol.: *Průvodce po Čechách, Moravě, Slezsku: Podyjí - Znojensko*. Praha: S&D, 1997.
- Fellegiová, E.: *Destinační Management: Příležitost i pro váš region*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2008.
- Ferjenčík, J.: *Úvod do metodologie psychologického výzkumu*. Praha: Portál, 2002.
- Foret, M., Foretová, V.: *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Grada Publishing, 2001.
- Gehinová, B.: *Geografie cestovního ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2008.
- Gúčík, M.: *Základy cestovního ruchu*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB a Občianske združenie Ekonomka, 2000.
- Hesková, M. a kol.: *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006.
- Horner, S., Swarbrooke, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Grada Publishing, 2003.
- Hrabánková, M., Hájek, T.: *Management cestovního ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2002.
- Kopačka, L., Šíp, J., Štěpánek, V.: *Geografie cestovního ruchu*. Praha: Karolinum, 2001.
- Kotler, P.: *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Kontrol*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1994.
- Mariot, P.: *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava: Alfa, 1985.
- Morrison, A.M.: *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995.
- Němec, V.: *Projektový management*. Praha: Grada Publishing, 2005.
- Pásková, M., Zelenka, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2002.
- Svozilová, A.: *Projektový management*. Praha: Grada Publishing, 2006.

- Valach, J.: *Investiční rozhodování a dlouhodobé financování - II. část*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999.
- Veber, J. a kolektiv: *Management II*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1998.

8.2 Elektronické zdroje

- *Analýzy, studie proveditelnosti*. [online] Dring Consulting, 2009. [cit.2009-01-10]. dostupné z <<http://www.dringbrno.cz/cz/nabidka-sluzeb/analyzy-studie-proveditelnosti/>>
- Bábík, J., Dančo, V., Tůma, Z.: *Odborná školení a vzdělávání pracovníků územní veřejné správy pro oblast cestovního ruchu: Propagace destinace z pohledu veřejné správy*. [online] Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007. [cit.2009-11-20]. dostupné z <[http://ct.scentrum.cz/eknihovna/index.php?SERV\[service_id\]=ek_preview&SERV\[mess_id\]=preview](http://ct.scentrum.cz/eknihovna/index.php?SERV[service_id]=ek_preview&SERV[mess_id]=preview)>
- *Battlefield Tours: Stories from the Western Front*. [online] Travel Associates, 2005. [cit.2008-01-11]. dostupné z <<http://newsmaker.com.au/news/3158>>
- Bieger, T.: *Management von Destinationen*. [online] Munchen: Oldenburg, 2008. [cit.2009-10-16]. dostupné z <http://books.google.cz/books?id=dgPoVwIJJUcC&dq=Management+von+Destinationen+bieger&printsec=frontcover&source=bn&hl=cs&ei=XvbbS4TQFs2ROIDz9fAG&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4&ved=0CCUQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false>
- Braithwaite, D., Lok Lee, Y.: *Dark tourism, hate and reconciliation: The Sandakan experience*. [online] The Global Educators Network of the International Institute for Peace through Tourism, 2006. [cit.2009-10-15]. dostupné z <[://www.iipt.org/educators/OccPap08.pdf](http://www.iipt.org/educators/OccPap08.pdf)>
- *Čistá současná hodnota a vnitřní výnosové procento*. [online] Informační systém VŠFS, 2005. [cit.2009-03-05]. dostupné z <http://is.vsfs.cz/el/6410/leto2005/BK_MUc/MU-Cista_soucasna_hodnota_a_vnitri_vynos._procento.doc?fakulta=6410;obdobi=11;kod=BK_MUc>
- Dolnicar, S.: *Cross-Cultural Comparisons of Tourist Satisfaction: Assessing Analytical Robustness*. [online] Faculty of Commerce, University of Wollongong, 2008. [cit.2010-02-23]. dostupné z <<http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1561&context=commpapers>>

- *Doporučené zásady pro zřizování, značení a údržbu naučných stezek a pro zřizování bodových informačních panelů.* [online] Praha: Klub českých turistů, 2001. [cit.2010-01-23]. dostupné z <<http://www.plzenskykraj.kct.cz/nastezky/nzasady.pdf>>
- Drucker, P.F.: *The Practise of Management.* [online] London: Heinemann, 1969. [cit.2009-11-17]. dostupné z <<http://www.questia.com/PM.qst?a=o&d=55843924>>
- Fetter, W.R.: *Na úřadu práce se registrujete letos, podpora se v roce 2010 snižuje.* [online] 2009. [cit.2010-04-21]. dostupné z <<http://www.mesec.cz/clanky/na-uradu-prace-se-registrujete-letos/>>
- Flowerdew, R., Martin, D.: *Methods in human geography: a guide for students doing research projects.* [online] Harlow: Longman, 1997. [cit.2009-11-12]. dostupné z <http://books.google.cz/books?id=rRvtmefLjDYC&dq=Methods+in+human+geography:+a+guide++for+students+doing+research+projects&printsec=frontcover&source=bn&hl=cs&ei=_fvbS9HOK4WRON_k_ZgH&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4&ved=0CB4Q6AEwAw#v=onepage&q=Methods%20in%20human%20geography%3A%20a%20guide%20%20for%20students%20doing%20research%20projects&f=false>
- *Fondy EU, Dotace.* [online] Euro fondy, 2009. [cit.2009-11-25]. dostupné z <<http://www.euro-fondy.cz/>>
- Hargrove, C.: *Heritage tourism.* [online] Cultural Resource Management, 2002, čl.25, s.10-11. [cit.2009-10-15]. dostupné z <<http://crm.cr.nps.gov/archive/25-01/25-01-4.pdf>>
- Hloušková, L: *Temná turistika fascinuje tisíce lidí.* [online] Právo, 2009. [cit.2010-01-31]. dostupné z <<http://www.novinky.cz/cestovani/169023-temna-turistika-fascinuje-tisice-lidi.html>>
- Huybers, T., Bennett, J.: *Environmental and Resource Economics: Environmental Management and the Competitiveness of Nature-Based Tourism Destinations.* [online] Netherlands: Kluwer Academic Publisher, 2003, s. 213-233. [cit. 2010-02-21]. dostupné z <http://books.google.cz/books?id=30ivDZ80vEAC&pg=PA51&lpg=PA51&dq=Environmental+and+Resource+Economics:+Environmental+Management+and+the+Competitiveness+of+Nature-Based+Tourism+Destinations.&source=bl&ots=BpdVPjYZuB&sig=bEQV3FzXPSgR89U__q4S3fDEocw&hl=cs&ei=rvzbS7mKGZ-JOI7B0PsG&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4&ved=0CBsQ6AEwAw#v=onepage&q=Environmental%20and%20Resour>

ce%20Economics%3A%20Environmental%20Management%20and%20the%20Competitiveness%20of%20Nature-Based%20Tourism%20Destinations.&f=false>

- *Jak na projekt.* [online] Fondy Evropské unie, Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007. [cit.2009-01-11]. dostupné z <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Informace-o-fondech-EU/Jak-na-projekt>>
- Kazalarska, S.I.: *Dark tourism: Reducing dissonance in the interpretation of atrocity at selected museum in Washington, D.C.* [online] Master's Degree in International Tourism, University of National and World Economics, Sofia, 1998. [cit.2010-01-02]. dostupné z <<http://bookshop.cabi.org/Uploads/Books/PDF/9781845932251/9781845932251.pdf>>
- Keil, Ch.: *Sightseeing in the mansions of the dead.* [online] Social and Cultural Geography, 2005, roč. 6, čl. 4. [cit.2009-10-26]. dostupné z <<http://www.nyu.edu/classes/bkg/tourist/keil.pdf>>
- Kratochvíl, P., Pažout, R.: *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu: Tvorba destinačních produktů cestovního ruchu.* [online] Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007. [cit.2009-10-13]. dostupné z <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=ea166248-0c6d-4399-b223-5af8143d7f10>>
- Lazárek, P.: *Pěšky.* [online] Resort životního prostředí, Správa Národního parku Podyjí, 2007. [cit.2010-01-08]. dostupné z <<http://www.nppodyji.cz/pesky>>
- Lennon, J., Foley, M.: *Dark tourism: The attraction of death and disaster.* [online] London: Continuum, 2000. [cit.2009-10-23]. dostupné z <http://books.google.cz/books?id=ZY6Xn4DmuCoC&dq=lennon+foley+2000+dark+tourism&printsec=frontcover&source=bn&hl=cs&ei=AzDXS_SaEtKkOPufgf4G&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4&ved=0CBoQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false>
- Mareš, J.: *Železná opona.* [online] 2008. [cit.2008-01-12]. dostupné z <<http://www.plzenskykraj.kct.cz/prechody/opona.htm>>
- Musil, J.: *Naučná stezka Národním parkem Podyjí.* [online] Dobrovolný Svazek znojemských vinařských obcí Daníž [cit.2009-01-23]. dostupné z <<http://daniz.webblast.cz/article.asp?nArticleID=3343&nLanguageID=1>>
- *Národní park Podyjí.* [online] Městys Vranov nad Dyjí, Správa Národního parku Podyjí, 2009. [cit.2009-11-10]. dostupné z <<http://www.ouvrnov.cz/turisti05.htm>>

- *Národní park Thayatal*. [online] Thayatal region: Národní park Thayatal, Od země nikoho k TOP – výletnímu místu. [cit.2010-01-10]. dostupné z <<http://www.thayatal.com/thayatal/cs/default.asp?id=31048>>
- *Naučná stezka „Totalita rozděluje“*. [online] Třeboňsko.cz, 2007. [cit.2009-01-23]. dostupné z <<http://www.trebonsko.cz/naucna-stezka-totalita-rozdeluje>>
- *Naučná stezka Jáchymovské peklo*. [online] České výlety, 2007. [cit.2009-01-23]. dostupné z <http://www.ceskevylety.cz/zajimavosti.php?kod=1640_naucna-stezka-jachymovske-peklo>
- *Naučná stezka strážců hranice*. [online] Kašperské Hory a okolí. [cit.2009-01-23]. dostupné z <<http://www.sumavanet.cz/khory/fr.asp?tab=snet&id=3654&burl>>
- *Naučná stezka Vchynicko-tetovský plavební kanál*. [online] Kudy z nudy.cz. [cit.2010-02-23]. dostupné z <<http://www.kudyznudy.cz/cs/aktivity/2010-02-21-2229-cykloturistika-pesi-turistika-za-poznanim-vimperk.html>>
- *Naučná stezka Zlatá stezka – Vimperská větev*. [online] Turistik. [cit.2009-01-23]. dostupné z <<http://www.turistik.cz/cz/kraje/jihocesky-kraj/okres-prachatice/vimperk/naucna-zlata-stezka-vimperk/>>
- *Občanské sdružení Pant*. [online] 2009. [cit.2009-01-02]. dostupné z <<http://www.pant.cz/>>
- Palatková, M.: *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu: Místní, národní a mezinárodní marketing destinace*. [online] Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007. [cit.2009-11-19]. dostupné z <[http://ct.scentrum.cz/eknihovna/index.php?SERV\[service_id\]=ek_preview&SERV\[mess_id\]=preview](http://ct.scentrum.cz/eknihovna/index.php?SERV[service_id]=ek_preview&SERV[mess_id]=preview)>
- *Památník obětem zla*. [online] Turistický portál CZeCOT.com, 2008. [cit.2008-01-12]. dostupné z <http://www.czecot.com/cz/turisticky-objekt/10093_pamatnik-obetem-zla-plzen>
- *Památník obětem železné opony, Svatý Kříž*. [online] Karlovarský kraj. [cit.2008-01-12]. dostupné z <<http://smirci-krize.cz/fotky-kv-ch-pamatnik-zel-opo.php>>
- *Památník železné opony*. [online] Čížov, 2004. [cit.2008-01-12]. dostupné z <<http://www.hrady.cz/index.php?OID=2426>>

- *Plán péče o národní park Podyjí a jeho ochranné pásmo.* [online] Správa Národního parku Podyjí, Znojmo, 1993. [cit.2010-04-23]. dostupné z <http://www.nppodyji.cz/uploads/dokumenty/plan_pece_o_np_podyji.pdf>
- *Po památkách Napoleonova působení na Znojemsku – naučná stezka.* [online] Jižní Morava – Turistický rezervační portál, Naučné stezky. [cit.2009-01-23]. dostupné z <<http://www.jizni-morava.info/naucne-stezky/>>
- *Pokyny pro české žadatele operačního programu Cíl 3 Evropská územní spolupráce Rakousko – Česká republika 2007 – 2013.* [online] Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2009. [cit.2009-12-28]. dostupné z <http://www.at-cz.eu/at-cz/downloads/Programmdokumente/Pokyny-pro-ceske-zadatele_vydani_5.pdf>
- Poria, Y., Butler, R.W., Airey, D.W.: *The Core of Heritage Tourism.* [online] School Annals of Tourism Research, 2003, roč. 30, čl. 1, s. 238-254. [cit.2009-11-14]. dostupné z <<http://epubs.surrey.ac.uk/cgi/viewcontent.cgi?article=1028&context=tourism>>
- *Příhraniční virtuální naučná stezka.* [online] Obec Rozvadov, 2007. [cit.2009-01-23]. dostupné z <<http://www.rozvadov.cz/view.php?cislocianku=2007010802>>
- *Příručka pro žadatele operačního programu Cíl 3 Evropská územní spolupráce Rakousko – Česká republika 2007 – 2013.* [online] Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2009. [cit.2009-12-28]. dostupné z <http://www.at-cz.eu/at-cz/downloads/Programmdokumente/Prirucka-pro-zadatele_2009.pdf>
- Raab, A.: *Pozvánka do Národního parku Podyjí.* [online] Znojmo, 2007. [cit.2009-11-14]. dostupné z <http://www.znojmocity.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=19341&id=1109&query=NP+Podyj%C3%AD&p1=1002>
- Raabová, O.: *Regionální rozvoj a cestovní ruch.* [online] Eurovision, 2009. [cit.2009-11-17]. dostupné z <<http://www.eurovision.cz/index.php?lang=cz&od=3&odd=Regionalni-rozvoj-a-cestovni-ruch>>
- Raj, R., Morpeth, N.D.: *Religious Tourism and Pilgrime festivals Management: An International perspective.* [online] Leed Metropolitan University, 2007. [cit.2009-11-14]. <<http://bookshop.cabi.org/Uploads/Books/PDF/9781845932251/9781845932251.pdf>>
- Rátz, T., Michalkó, G.: *The Role of the Tourist Milieu in the Social Construction of the Tourist Experience.* [online] Madrid: International Sociological Association, 2006. [cit. 2009-11-19]. dostupné z <hrcak.srce.hr/file/57595>

- *Region Znojemska*. [online] Znojmo, 2009. [cit.2009-11-08]. dostupné z <<http://www.znojemska.info/o-regionu.php?region=znojemska>>
- Rohrerová, L.: Inovační potenciál regionů České republiky [online] Ústav územního rozvoje, 2006. [cit.2010-04-21]. dostupné z <http://www.uur.cz/images/publikace/uur/2006/2006-05/12_inovacni.pdf>
- Seaton, A.V., Bennett, M.M.: *The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues and Cases*. [online] London: International Thomson Business Press, 1996. [cit.2009-11-19]. dostupné z <http://books.google.cz/books?id=Zs9VZcfBjccC&pg=PP1&lp=PP1&dq=%E2%80%A2%09Seaton,+A.V.,+Bennett,+M.M.:+The+Marketing+of+Tourism+Products:+Concepts,+Issues+and+Cases+1996&source=bl&ots=ARbcucPvT1&sig=nYx_HDd ue2VXOxFas1_YaQDPXz0&hl=cs&ei=hx7SS_SDKJCtOKCRpf4N&sa=X&oi=book_result &ct=result&resnum=3&ved=0CBMQ6AEwAg#v=onepage&q=%E2%80%A2%09Seaton%2C%20A.V.%2C%20Bennett%2C%20M.M.%3A%20The%20Marketing%20of%20Tourism%20Products%3A%20Concepts%2C%20Issues%20and%20Cases%201996&f=false>
- Sieber, P.: [A] *Metodická příručka: Studie proveditelnosti*. [online] Společný regionální operační program, Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2004. [cit.2009-09-20]. dostupné z <<http://www.strukturalni-fondy.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=da997b5b-1ddd-443c-9a9a-6d190166dfa7>>
- Sieber, P.: [B] *Metodická příručka: Analýza nákladů a přínosů*. [online] Společný regionální operační program, Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2004. [cit.2010-02-27]. dostupné z <<http://www.strukturalni-fondy.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=9a1fe0c8-f016-43a9-b99f-4044e89bf386>>
- Stone, P.: *The Dark Tourism Forum*. [online] 2008. [cit.2009-10-02]. dostupné z <<http://www.dark-tourism.org.uk/>>
- Stone, P.R.: *A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions*. [online] Tourism, 2006, roč. 54, čl. 2. [cit.2009-10-19]. dostupné z <<http://pages.123-reg.co.uk/pstone1-995478/sitebuildercontent/sitebuilderfiles/dtspectrumpaperphilipstone2006.pdf>>
- *Studie proveditelnosti*. [online] Mediafactory, 2009. [cit.2009-01-10]. dostupné z <<http://www.mediafactory.cz/produkty/podle-typu-sluzeb/projektovy-management-systemova-integrace/studie-proveditelnosti/>>

- *Studie proveditelnosti*. [online] RRA Vysočina, partner v oblasti dotací a regionálního rozvoje, 2007. [cit.2009-01-10]. dostupné z <<http://www.rrav.cz/sluzby/fs.html>>
- *Symbolický pád „železné opony“ v ČSSR na československo-rakouských hranicích*. [online] Jaké to bylo před rokem 1989, 2008. [cit.2008-01-13]. dostupné z <http://www.nezapomente.cz/zobraz/pad_symbolicke_zelezne_opony>
- Šindelářová, L.: [A] *Terezín „nejtemnějším“ turistickým místem v Česku*. [online] Agentura Czechtourism: Oficiální turistická prezentace České republiky, 2009. [cit.2009-11-08]. dostupné z <<http://www.czechtourism.com/cze/cz/docs/press-centre/latest-news/trendy-a-zajímavosti/terezin-nejtemnejsim-turistickym-mistem-v-cesku.html>>
- Šindelářová, L.: [B] *Diaspora tourism - cestování do bývalé domoviny*. [online] Cestování, 2009. [cit.2009-11-08]. dostupné z <<http://www.cestovatel.cz/clanky/diaspora-tourism-cestovani-do-byvale-domoviny/>>
- Šindelářová, L.: *Temnota a neštěstí lákají turisty odedávna*. [online] Cestování, 2008. [cit.2010-01-31]. dostupné z <<http://cestovani.ihned.cz/c1-26039140-temnota-a-nestesti-lakaji-turisty-odedavna>>
- *Turistické značení*. [online] Klub českých turistů, 2009. [cit.2009-01-02]. dostupné z <<http://www.klubturistu.cz/turisticke-znaceni>>
- *Úseky – hranice s Rakouskem*. [online] [cit.2008-01-16]. dostupné z <<http://www.zeleznaopona.com/>>
- *V zajetí železné opony (TV pořad)*. [online] Česko-slovenská filmová databáze, 2006. [cit.2008-01-13]. dostupné z <<http://www.csfd.cz/film/226807-v-zajeti-zelezne-opony/>>
- *V Jihomoravském kraji vznikla naučná stezka moravského včelařství*. [online] Jihomoravský kraj, Naučné stezky, 2008. [cit.2009-01-23]. dostupné z <<http://www.naucnoustezkou.cz/v-jihomoravskem-kraji-vznikla-naucna-stezka-moravskeho-vcelarstvi>>
- Vaníček, J., Křesťan, V.: *Školení a vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu: Průvodce v cestovním ruchu – profesní znalosti a dovednosti: Marketing cestovního ruchu*. [online] Jihlava: Vysoká škola Polytechnická, Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007. [cit.2009-10-12]. dostupné z <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=1354798a-bcb8-4a5e-8fb6-9eb38dac5ece>>

- *Vítejte na oficiálním portálu cestovního ruchu jižní Moravy.* [online] Jihomoravský kraj, 2009. [cit.2009-11-08]. dostupné z <<http://www.jizni-morava.cz/>>
- Vystoupil, J., Holešinská, A., Šauer, M.: *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu: Vymezování destinace a formulace jejich charakteristik a organizace cestovního ruchu v destinaci.* [online] Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007. [cit.2009-11-20]. dostupné z <[http://ct.scentrum.cz/eknihovna/index.php?SERV\[service_id\]=ek_preview &SERV\[mess_id\]=preview](http://ct.scentrum.cz/eknihovna/index.php?SERV[service_id]=ek_preview &SERV[mess_id]=preview)>
- Yoon, Y., Uysal, M.: *An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model.* [online] Tourism Management, 2005, roč. 26, čl. [cit.2009-10-18] dostupné z <http://tourism.wu-wien.ac.at/lehrv/lven/04ws/lv4/yoon_uysal.pdf>
- *Zákon č. 100/2001 Sb., O posuzování vlivů na životní prostředí.* [online] Ministerstvo životního prostředí ČR. [cit.2010-01-18]. dostupné z <<http://www.mzp.cz/www/platnalegislativa.nsf/d79c09c54250df0dc1256e8900296e32/8a12b8f25817a234c125729d0039d956?OpenDocument>>
- *Zákon č. 86/2002 Sb., O ochraně ovzduší.* [online] Portál veřejné správy České republiky, Ministerstvo vnitra ČR, 2010. [cit.2010-01-18]. dostupné z <http://portal.gov.cz/wps/portal/_s.155/701?kam=zakon&c=86/2002>
- *Zákon č.114/1992 Sb., O ochraně přírody a krajiny.* [online] Ministerstvo životního prostředí ČR. [cit.2010-01-18]. dostupné z <<http://www.mzp.cz/www/platnalegislativa.nsf/d79c09c54250df0dc1256e8900296e32/58170589e7dc0591c125654b004e91c1?opendocument>>
- *Zákon č.137/2006 Sb., O veřejných zakázkách.* [online] 2008. [cit.2010-01-14]. dostupné z <<http://www.verejna-zakazka.cz/zakon/>>
- *Zákon č.185/2001 Sb., O odpadech.* [online] Portál veřejné správy České republiky, Ministerstvo vnitra ČR, 2010. [cit.2010-01-18]. dostupné z <http://portal.gov.cz/wps/portal/_s.155/701?kam=zakon&c=185/2001>
- *Znojensko.* [online] Znojemský regionální rozvoj, o.p.s., 2009. [cit.2009-11-08]. dostupné z <<http://znojensko-retzerland.znojemskyrozvoj.cz/cz/index2.htm>>

9. Summary

Tourism represents a significant factor in field of the economy, the culture and the environment for many countries. It comprises a wide variety of products and destinations and involves many different stakeholders.

The Czech Republic is an ideal country for tourism. People can relax there as well as improve your physical condition. Thanks to the beautiful and colourful nature there are ideal conditions for tourism.

Dark tourism is a different type of tourist attraction. It is the act of travel and visitation to sites of death, disaster and the seemingly macabre. Tourists flock to experience sites of past terror that offer up grim and disturbing tragedies. It has long been an important part of tourism in many societies (*Braithwaite, Lok Lee, 2006*). The Czech Republic is only beginning with the development of dark tourism compared with foreign countries. One of a source of dark tourism can be the period of the iron curtain and the cold war. The commercial use of the iron curtain in the Czech Republic is adequate and it can be a welcome source of the economic development and dark tourism in future.

The main objective of my thesis is to develop a proposal of a project which would be focused on dark tourism development of region Znojemsko. This region is located in South Moravia. It is a region, which can provide a lot of attractions introduced history, nature and wines to the visitors. The National park Podyjí represents the powerful pillar of tourism in region Znojemsko. To interconnect a couple of natural and historical sights into a single unit is more attractive for visitors, increasing attendance as well as extending the period of time the tourists are willing to spend in the area. The most effective way to increase an attraction of region Znojemsko seems to be a nature trail leading through the natural area of the National park Podyjí. The nature trail is called “The way behind the iron curtain”. The nature trail should provide the visitors with a wide range of possibilities to spend their free time. The nature trail is 9 km long and contains 5 information boards on the theme of the iron curtain, the history of the Czech Republic and other states of eastern block. The nature trail is marked for hiking, and leads along asphalt field and forest paths through the national park.

Tourism activity has grown rapidly since the Second World War due to advances in technology and increases in standard of living enjoyed across a large part of the world. Nature-based tourism is a particularly fast growing type of tourism. However, increases in the number of tourism at environmental attractions can put pressure on that environment

(Huybers, Bennett, 2003). The nature trail should be a good way to help an environment and also make tourism activity possible to the visitors.

10. Seznamy – tabulky, obrázky

10.1 Seznam tabulek

<i>Tabulka č.1: Přípravná fáze.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabulka č.2: Fáze realizace.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabulka č.3: Provozní fáze.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabulka č.4: Návštěvnost NPP v jednotlivých měsících za rok 2009 a 2008.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabulka č.5: Swot analýza naučné stezky „Cesta za železnou oponu“.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabulka č.6: Investiční náklady projektu naučné stezky.....</i>	<i>71</i>
<i>Tabulka č.7: Provozní náklady naučné stezky za rok.....</i>	<i>73</i>
<i>Tabulka č.8: Zdroje financování projektu.....</i>	<i>77</i>
<i>Tabulka č.9: Odhadované výnosy z projektu.....</i>	<i>78</i>
<i>Tabulka č.10: Analýza rizik projektu.....</i>	<i>81</i>
<i>Tabulka č.11: Harmonogram jednotlivých aktivit projektu.....</i>	<i>83</i>

10.2 Seznam obrázků

<i>Obrázek č.1: Zmapování naučných stezek tématicky zaměřených na ŽO.....</i>	<i>40</i>
---	-----------

11. Seznam příloh a přílohy

11.1 Seznam příloh

Tabulka č.12: Možnosti nabídky komercializace železné opony v ČR.....101
Obrázek č.2: Mapa pěších tras Národního parku Podyjí.....103
Obrázek č.3: Mapa trasy naučné stezky „Cesta za železnou oponou“.....103

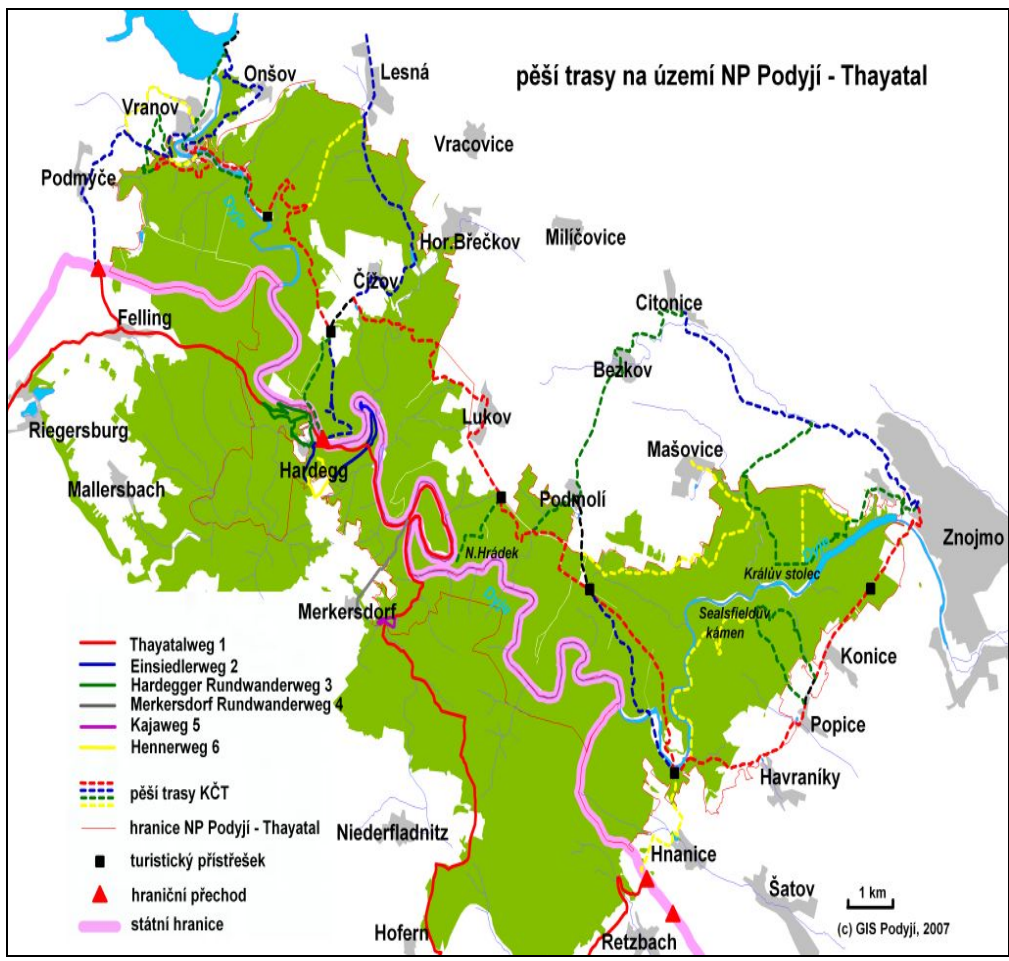
11.2 Přílohy

Tabulka č.12: Možnosti nabídky komercializace železné opony v České republice

Produkty a aktivity spojené s železnou oponou	
<i>Památníky</i>	<ul style="list-style-type: none">- památník obětem „Železné opony“ (osada Svatý Kříž, hraniční přechod Cheb-Waldsassen),- památník obětem „Železné opony“ (na Hůrce),- památník převaděčům přes Železnou oponu (Františkov u Kvildy),- památník obětem „Železné opony“ a komunistického jáma (osada Hájek u Všerub),- památník likvidace „Železné opony“ (Nové Domky),- památník obětem zla (Plzeň – Doudevce),- památník „Železné opony“ (Čížov)
<i>Naučné stezky</i>	<ul style="list-style-type: none">- naučná stezka „Rozvadov“ (Rozvadov),- naučná stezka „Totalita rozděljuje“ (Borovany),- naučná stezka „Vchynicko – Tetovský plavební kanál“ (kanál od Rechlé až k Srní),- naučná stezka „Jáchymovské peklo“ (Krušné Hory),- naučná Zlatá stezka „Vimperská větev“ (Strážný),- naučná stezka „Strážců hranice“ (Kašperské Hory)

<i>Vzpomínkové akty</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Centrum studií fenoménu Železné opony (Šumava, Praha), - Mezinárodní seminář „Paradoxy Železné opony“ vedený Ministerstvem zahraničních věcí ČR, - Příběhy Železné opony – dokumenty České televize
<i>Zajímavá místa</i>	<ul style="list-style-type: none"> - objekty roty Pohraniční strážce: - Boří dvůr, - Valtice, - Rajsna, - Sedlec, - Mikulov, - Březí, - Nový Přerov (Ženijně technický zátaras), - objekt roty Devět mlýnů u Hnanic, - zachované ŽTZ u obce Čížov, - objekt PS u obce Podmyje, - budovy roty PS Staré Město pod Landštejnem - vyhlídková věž nacházející se přímo na hranicích v Rakousku, - střelnice za objektem roty PS u Mirochova, - původní brána a kůly těsně před Staňkovským rybníkem, - strážní stanoviště v lesích u Mirochova, - pomník majora PS Sklenáře v lesích u Mirochova, - Čížov (vesnice se záměrně ponechané ŽTZ i s věží), - Úvaly (hranice přímo za vesnicí), - Nová Ves (u Suchdola nad Lužnicí), - České Nové Domky u Rozvadova, - Cetviny a okolí, - Návary u Nové Bystřice, - České Velenice, - Plešné Jezero (u pomníku A.Stiftera bývalé zátarasy z 50-tých let), - Ždárek u Knížecích Plání (rozhledna), - Rokytská slat'(dobře znatelná linie ŽTZ z 50-tých let), - stanoviště (Mariánské Lázně - Dyleň, Tachov - Havran, Bělá nad Radbuzou - Zvon, Capartice, Klenčí - Čerchov, Kašperské Hory - Poledník)

Zdroj: vlastní zpracování, kapitola č.8.2



Obrázek č.2: Mapa pěších tras Národního parku Podyjí
Zdroj: www.nppodyji.cz



Obrázek č.3: Mapa trasy naučné stezky „Cesta za železnou oponou“
Zdroj: www.nppodyji.cz, vlastní zpracování