



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Diplomová práce

Preference atributů naučných stezek na Třeboňsku

Vypracoval: Bc. Štěpánka Irmišová

Vedoucí práce: Doc. RNDr. Josef Navrátil, Ph.D.

České Budějovice 2014

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Štěpánka IRMIŠOVÁ**
Osobní číslo: **E11859**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Preference atributů naučných stezek na Třeboňsku**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:

Vypracování optimalizačního projektu naučných stezek. Identifikace příležitostí na trhu cestovního ruchu ve vybrané oblasti. Určení technického a majetkového zajištění projektu. Vymezení finančního řešení projektu.

Metodický postup:

1. Studium literatury
2. Sběr a utřídění sekundárních a primárních dat
3. Analýza nabídky a poptávky
4. Návrh optimalizace

Rámcová osnova:


1. Úvod. 2. Cíle práce a metodika. 3. Literární rešerše. 4. Příležitosti na trhu. 5. Návrh projektu. 6. Závěr. 7. Seznam pramenů a použité literatury. 8. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **60 - 80 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**
Seznam odborné literatury:


Bridenhann, J., Wickens, E. *Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas - vibrant hope or impossible dream?* **Tourism Management**. Vol. 25, No. 1, p. 71-79, 2004.
Goeldner, Ch. R., Ritchie, J. R. B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th Edition. New York: Wiley, 2008.
Laurens, M. *Route tourism: a roadmap for successful destinations and local economic development*. **Development Southern Africa**. Vol. 24, No. 3, p. 475-489, 2007.
Prah, K., Kolník, K. K. *Didactic analysis of outdoor learning based on the example of the educational water trail in the Sotla river basin*. **Didactica slovenica-Pedagoška obzorja**. Vol. 22, No. 3-4, p. 38-52, 2007.
Ritchie, J. R. B., Crouch, G. I. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon: Cabi Publishing, 2003.

Vedoucí diplomové práce: **RNDr. Josef Navrátil, Ph.D.**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání diplomové práce: **15. února 2012**
Termín odevzdání diplomové práce: **16. dubna 2013**


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

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (28)
370 05 Č.L.S. Budějovice


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2012

Prohlášení

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

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

Dne 29. 4. 2014

.....

Bc. Štěpánka Irmišová

Poděkování

Děkuji vedoucímu diplomové práce Doc. RNDr. Josefu Navrátilovi, Ph.D. za pomoc při vypracovávání diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat Mgr. Ladislavu Čapkovi a panu Pavlu Soukupovi za poskytnutí odborných informací při tvorbě naučné stezky. Děkuji též rodině za podporu při studiu a vypracování diplomové práce.

OBSAH

1	ÚVOD	10
2	CÍLE PRÁCE.....	11
2.1	Hlavní cíl práce	11
2.2	Dílčí cíle práce	11
3	LITERÁRNÍ REŠERŠE	12
3.1	Cestovní ruch a problematika jeho rozvoje.....	12
3.1.1	Vymezení cestovního ruchu	12
3.1.2	Definování regionu a regionu cestovního ruchu	12
3.1.3	Regionální rozvoj	15
3.1.4	Cestovní ruch a jeho podíl na rozvoji regionu.....	16
3.2	Marketing a management cestovního ruchu	18
3.2.1	Marketing cestovního ruchu	18
3.2.2	Management cestovního ruchu	21
3.2.3	Destinační marketing a management.....	23
3.3	Projektové řízení	25
3.3.1	Projekt.....	25
3.3.2	Projektový management	27
3.3.3	Fáze projektu a projektový cyklus.....	28
3.3.4	Finanční řízení projektu a možnosti jeho financování	29
3.4	Route tourism	30
4	METODIKA	32
4.1	Data a metody	32
4.1.1	Analýza trhu, odhad poptávky.....	33

4.1.2	Marketingová strategie a marketingový mix	34
4.2	Metodika návrhu projektu optimalizace.....	34
4.2.1	Program rozvoje venkova, Leader.....	34
4.2.2	Základní pojmy a zkratky	35
4.2.3	Údaje potřebné pro posouzení žádosti o dotaci.....	36
5	PŘÍLEŽITOSTI NA TRHU.....	38
6	NÁVRH PROJEKTU	40
6.1	Údaje o MAS a Fichi, režim podpory, název projektu	40
6.2	Popis vlivu projektu na životní prostředí	40
6.3	Údaje o žadateli a partnerech projektu.....	41
6.4	Struktura financování projektu.....	41
6.4.1	Finanční plán projektu	42
6.4.2	Celkové způsobilé výdaje projektu (předinvestiční a investiční fáze)	45
6.4.3	Nezpůsobilé výdaje projektu (předinvestiční a investiční fáze).....	46
6.4.4	Zdroje krytí projektu (předinvestiční a investiční fáze)	46
6.5	Popis projektu (všeobecná strana).....	47
6.5.1	Popis projektu.....	47
6.6	Vlastní návrh projektu.....	47
6.7	Odůvodnění projektu.....	49
6.8	Cíl projektu.....	50
6.9	Cílová skupina návštěvníků	50
6.10	Významná specifika projektu.....	51
6.11	Technické a technologické řešení projektu	51
6.11.1	Úprava komunikací	52
6.11.2	Značení	52

6.11.3	Mobiliář naučné stezky.....	52
6.11.4	Výdaje spojené s provozem.....	53
6.12	Výsledky projektu	53
6.13	Celkový harmonogram projektu	54
6.14	Místa realizace projektu	57
6.15	Popis projektu (specifická strana)	57
6.16	Analýza nabídky.....	57
6.17	Marketingová strategie.....	58
6.17.1	Poslání projektu	58
6.17.2	Zvolená strategie	58
6.18	Marketingový mix.....	59
6.18.1	Produkt	59
6.18.2	Cena.....	59
6.18.3	Distribuce	60
6.18.4	Marketingová komunikace	60
6.19	Management projektu a řízení lidských zdrojů.....	61
6.19.1	Hlavní manažer projektu	61
6.19.2	Odborný konzultant.....	62
6.19.3	Finanční manažer.....	62
6.19.4	Výběr dodavatelů.....	62
6.19.5	Vznik nových pracovních příležitostí.....	62
7	ZÁVĚR	63
8	SUMMARY	65
9	SEZNAM PRAMENŮ A POUŽITÉ LITERATURY	66
10	SEZNAM TABULEK	74

11 SEZNAM PŘÍLOH.....	75
12 PŘÍLOHY	76

1 ÚVOD

Třeboňsko představuje harmonicky vyváženou krajinu, kde se nacházejí přírodní prvky v souladu s prvky vytvořenými lidskou činností. Charakteristickým znakem, který udává ráz tomuto území, jsou zejména rozlehlé vodní plochy. Daná oblast poskytuje domov mnoha rozmanitým druhům rostlin a živočichů. Důležitým léčebným zdrojem a zároveň unikátem krajiny jsou slatiny. Třeboňsko tak umožňuje lázeňským hostům, a nejenom jim, kombinovat léčebný proces s pobytem v přírodě. Vybudovaná síť cyklostezek, značených pěších tras a naučných stezek přispívá k provozování dalších aktivit.

Krajina, *genius loci* a touha po poznání hraje významnou roli při výběru destinace umožňující trávit volný čas v přírodě. Předpokladem naučných stezek je uspokojit člověka, jeho touhu po pobytu v přírodě, pohybu a nabytí nových vědomostí.

V této diplomové práci je řešeno téma preference atributů naučných stezek na Třeboňsku. Pro účely diplomové práce je území vymezeno Třeboňskou pánví. Hlavním cílem je vypracování optimalizačního projektu naučných stezek v daném území. Dílčím cílem je identifikace příležitostí na trhu cestovního ruchu ve vybrané oblasti, určení technického a majetkového zajištění projektu a vymezení finančního řešení projektu. Smyslem projektu je zvýšit povědomí potenciálních návštěvníků o dané oblasti prostřednictvím inovovaného produktu.

Výstupem diplomové práce je návrh projektu nové naučné stezky určené převážně pro cyklisty. Část naučné stezky je vhodná též pro pěší. Dílčím cílem navrhovaného projektu je umožnit částečný přístup na trasu naučné stezky i lidem s omezenou možností pohybu. Pro vytvoření projektu je vybráno Lišovsko. Záměrem projektu je přispět ke znovuoživení některých míst na trase naučné stezky ve Velechvínském polesí. Podkladem pro optimalizaci současného stavu jsou získaná data. Tvorbě vlastního návrhu projektu optimalizace předcházelo studium literatury, sběr a utřídění sekundárních dat, analýza nabídky a poptávky.

2 CÍLE PRÁCE

2.1 Hlavní cíl práce

Hlavním cílem je vypracování optimalizačního projektu naučných stezek.

2.2 Dílčí cíle práce

C1: Identifikace příležitostí na trhu cestovního ruchu ve vybrané oblasti.

C2: Určení technického a majetkového zajištění projektu.

C3: Vymezení finančního řešení projektu.

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 Cestovní ruch a problematika jeho rozvoje

3.1.1 Vymezení cestovního ruchu

Definice cestovního ruchu se vyskytuje mnoho. Odborníci se snaží nalézt adekvátní formulaci již řadu let, jak uvedla Šprincová (1981, s. 5). Šprincová sdílí názor profesora P. Berneckera, rakouského teoretika cestovního ruchu, že existuje tolik vymezení pojmu cestovního ruchu, kolik je autorů. Nejčastěji je používána definice UNWTO (United Nations World Tourism Organization), která označuje cestovní ruch za sociální, kulturní a ekonomický jev, při kterém dochází k přesunu osob do zemí nebo oblastí mimo jejich obvyklé prostředí za osobními, obchodními nebo jinými účely (United Nations World Tourism Organization [UNWTO], 2011, s. 1). Tyto účely by neměly nijak souviset s výkonem výdělečné činnosti v navštíveném místě. Jedná se o pohyb osob krátkodobého charakteru, trvající obvykle do jednoho roku.

Cestovní ruch lze chápat i jako procesy, aktivity a výsledky vyplývající ze vztahů a vzájemného ovlivňování mezi turisty, provozovateli služeb cestovního ruchu, hostitelskou destinací, komunitou a okolním prostředím. Zmíněné komponenty mají společný cíl, a to zvýšení zájmu účastníků cestovního ruchu o danou oblast a následnou péči směřující k jejich spokojenosti (Goeldner & Ritchie, 2009, s. 6).

3.1.2 Definování regionu a regionu cestovního ruchu

Existuje celá škála definic regionu, buď je interpretován v obecné rovině, anebo v úzkém zaměření (Krejčí, Klusáček, Konečný, & Ruda, 2010, s. 116). Regionem se rozumí území různého druhu, které je rozdělováno dle svých charakteristik (Maier et al., 2012, s. 170). Region představuje soudržnou oblast, která je ve zvolených definovaných kritériích homogenní, a tím se odlišuje od přilehlých oblastí a regionů (Faltová Leitmanová, Klufová, Friebelová, & Klicnarová, 2012, s. 9). Hranice regionů jsou dány homogenitou a soudržností části.

Regiony se obvykle rozdělují na fyzický, administrativně správní a funkční typ (Maier et al., 2012, s. 170). Fyzický typ je tvořen územím se shodnými nebo podobnými přírodními podmínkami a je vymezen přirozenými bariérami či předěly. Administrativně správní regiony mají fixně dané hranice. Funkční typ představuje území, fungující jako jeden celek s předpokládaným vymezením přechodnými hranicemi.

K vymezení regionu v souvztažnosti s konkrétním záměrem v regionální ekonomii je používáno převážně těchto kritérií (Faltová Leitmanová et al., 2012, s. 9):

- region je relativně homogenní oblast, vymezená dle odpovídajících kritérií, kterými se významně liší od sousedních regionů,
- region vykazuje prokazatelně více interních než příhraničních transakcí,
- region také vykazuje prokazatelně více interních než příhraničních externalit.

Poté lze předpokládat, že region je kromě jiného charakterizován autonomními, svébytnými dlouhodobými růstovými procesy.

Další vymezení regionu je od Matese a Wokouna (In Krejčí et al., 2010, s. 116), kteří popisují region jako:

- výsledek procesu regionalizace neboli výsledek obecných procesů abstrakce a konstrukce,
- realizační úroveň lokality, kde je uskutečňována konkrétní regionální politika,
- subjekt, který zaštiťuje kooperaci obcí,
- produkt vztahů, tvořený rozličnými prostorovými interakcemi jednotlivých skupin aktérů,
- komplex vznikající diferenciací krajiny.

Na základě souhrnu obecných závěrů, které se týkají současného charakteru a pojetí regionu, lze region vymežit jako jakési omezené složité dynamické prostorové uspořádání (Toušek et al., 2008, s. 373). Toto uspořádání vzniklo v závislosti na interakci přírodních a sociálně-ekonomických jevů a procesů a má specifický charakter organizační jednoty, čímž se odlišuje od ostatních regionů.

Region cestovního ruchu je vymezen jako území, ve kterém jsou organizovány ekonomické a sociální činnosti (Gúčík et al., 2004, s. 107). Specifické prvky primární a sekundární nabídky a ekonomické zdroje jsou používány na rozvoj aktivit cestovního ruchu. S ohledem na krajinný, kulturní a historický charakter má region určitý stupeň celistvosti. Z pohledu návštěvníka znamená region cestovního ruchu identifikovatelnou územní jednotku, která vytváří marketingové aktivity na trhu, nabízí produkty a podporuje jejich prodej. Z tohoto důvodu ho není možné srovnávat s územně-správními celky (například kraji). Jedna z klíčových funkcí regionu cestovního ruchu spočívá v tvorbě institucionální sféry a systematické součinnosti aktivit cestovního ruchu (Vystoupil, Holešinská, & Šauer, 2007a, s. 8). Ve srovnání s administrativními celky garantuje zmíněné institucionální prostředí vyšší podíl apolitické kontinuity strategického rozvoje cestovního ruchu.

Region cestovního ruchu lze charakterizovat prostřednictvím šesti prvků označovaných jako „6 As“ (Buhalis, 2000, s. 98; Buhalis in Kirařová, 2005, s. 2; Buhalis in Ryglová & Vajčnerová, 2012, s. 2):

- Attractions (zajímavosti) - jde o primární nabídku cestovního ruchu, která zahrnuje přírodní, kulturně-historický potenciál a podněcuje návštěvnost v daném regionu.
- Accessibility (dostupnost) - jedná se o úplný dopravní systém zahrnující materiálně-technickou základnu dopravních služeb, který umožňuje přístup do regionu a pohyb za atraktivitami.
- Amenities (zařízení) - jde o sekundární nabídku, kterou tvoří ubytovací, stravovací, hostinská, sportovně-rekreační, kulturně-společenská, maloobchodní a další zařízení poskytující služby turistům.
- Available packages (produkty cestovního ruchu) - předem připravené produktové balíčky zprostředkovateli a investory.
- Activities (aktivity) - veškeré dostupné aktivity v destinaci, které mohou návštěvníci cestovního ruchu během svého pobytu v dané destinaci využít, jako například aktivity sportovní, kulturní a další aktivity přinášející zážitky.

- Ancillary services (doplňkové služby): všeobecná infrastruktura zahrnující služby určené hlavně pro místní obyvatele, například bankovní, telekomunikační, poštovní, zdravotnické a další.

3.1.3 Regionální rozvoj

Z pohledu praktického pojetí znamená regionální rozvoj dle Damborského (Damborský in Wokoun et al., 2008, s. 11) vyšší využívání a nárůst potenciálu určitého území, které vzniklo následkem prostorové optimalizace socioekonomických aktivit za využití přírodních zdrojů. Projevem zmíněného nárůstu je například lepší konkurenceschopnost soukromého sektoru, životní úroveň obyvatel a stav životního prostředí. S ohledem na výše uvedené skutečnosti lze hovořit o dynamickém a vyváženém rozvoji regionální struktury příslušného územního celku a jeho částí (regionů a mikroregionů) a odstraňování, případně zmírňování, regionálních disparit (Ministerstvo pro místní rozvoj [MMR], 2006, s. 6).

Regionální rozvoj je chápán v rámci akademického přístupu, jako aplikace nauk o ekonomii, geografii a sociologii. (Damborský in Wokoun et al., 2008, s. 11). Zmíněné nauky se zabývají jevy, procesy a vztahy systematicky vymezené oblasti, na které mají vliv přírodně-geografické a sociální podmínky v konkrétním regionu. Z pohledu permanentního zajišťování rozvoje státu jde v rámci regionálního rozvoje o koordinaci kompetence orgánů veřejné správy a samosprávy (Hájek & Hrabánková, 2002, s. 56). Za předpokladu uplatnění principů hospodářské a sociální soudržnosti napomáhá zmíněná koordinace ke snižování diferenciací mezi regiony podle předem daných cílů a priorit.

Obecnou definici regionální politiky je možné vymezit jako soubor cílů, opatření a nástrojů směřujících ke snižování rozdílů ve stupni socioekonomické úrovně jednotlivých regionů (Wokoun, 2003, s. 12). Regionální politika proto preferuje podporu méně vyspělých, zaostávajících, málo konkurenceschopných a ekonomicky úspěšných regionů (Maier & Čtyroký, 2000, s. 100; Hájek & Hrabánková, 2002, s. 56). Podpora je směřována k růstu ekonomických činností, vhodnějšímu územnímu rozložení, k rozvoji infrastruktury a k vyrovnání rozdílů v sociálním rozvoji (MMR, 2006, s. 6; MMR,

2013, s. 4). Jejím primárním předpokladem je jednoznačná formulace priorit a koncentrace prostředků na ně (MMR, 2006, s. 6).

Ze současných přístupů k řešení regionálních problémů se klade důraz hlavně na podporu vznikajícím malým a středním podnikům, šíření technických inovací, decentralizačních opatření ve sféře veřejné správy, lokální iniciativy, deregulačních opatření, networkingu a tzv. after-care programů neboli programů následné péče o zahraniční investory (Blažek & Uhlíř, 2002, s. 167). Důležitým trendem v rámci regionální politiky České republiky je její propojení s dalšími státními politikami, jako například sociální nebo průmyslovou (Binek et al., 2011, s. 23). V oblasti regionální politiky je zdůrazňováno především monitorování průběhu podpůrných programů a hodnocení jejich účinnosti a efektivnosti (Blažek & Uhlíř, 2002, s. 169).

3.1.4 Cestovní ruch a jeho podíl na rozvoji regionu

Goeldner a Ritchie (2009, s. 26, 31) poukazují na základě čerpaných ekonomických údajů na to, že cestovní ruch nabyl jako aktivita na celosvětovém významu a důležitosti. Z uvedeného důvodu cestovní ruch zaujal zásadní ekonomické a sociální postavení ve světě. Do hostitelských komunit s sebou cestovní ruch vnáší ekonomický a neekonomický prospěch i výdaje.

Do cestovního ruchu je zahrnuto celé množství aktivit, a to z velké části ekonomické povahy. Podstatnou mírou působí na sociální a kulturní dění celého regionu a také státních celků (Lacina, 2007, s. 38-39). V rámci regionální úrovně je cestovnímu ruchu přisuzována velká důležitost, zvláště jeho vlivu na růst počtu pracovních míst v regionech. Dále pozitivně působí na tvorbu hrubého domácího produktu, platební bilanci státu, tvorbu příjmů státního i místních rozpočtů, stimulaci investičních aktivit v dané oblasti.

Jestliže se v určitém regionu nachází přijatelně rozvinuté zajišťující a navazující činnosti, sociální a technická infrastruktura, lze předpokládat vliv cestovního ruchu na jeho hospodářský a sociální rozvoj (Gúčík, 2000, s. 31-32). Cestovní ruch v regionu působí na vytváření nových pracovních příležitostí pro obyvatele v něm žijících. Dále ovlivňuje výdělečnou činnost rezidentů, vyvolává poptávku, utváří příležitosti pro podnikatelské činnosti, podněcuje rozvoj zemědělské výroby, řemesel a technické

infrastruktury. Slouží jako zdroj příjmů pro danou oblast a tvorbu hodnoty a multiplikačního efektu ve spolupracujících odvětvích. Gúčík vidí, obdobně jako Lacina, přímý nebo zprostředkovaný pozitivní vliv cestovního ruchu na tvorbu a růst hrubého domácího produktu i hrubého národního produktu. Vývoj cestovního ruchu se musí koordinovat, a to proto, aby docházelo k jeho kladným účinkům. K tomu přispívají orgány státní a místní samosprávy, místních a regionálních sdružení cestovního ruchu.

Z ekonomického hlediska existují specifické oblasti, kde cestovní ruch může vést k rozvoji nebo působit proti němu (Mihalič in Sharpley & Telfer, 2002, s. 90). Tyto oblasti se zabývají vlivem cestovního ruchu na platební bilanci, obecný hospodářský rozvoj skrze multiplikační efekt, regionální hospodářský rozvoj, zaměstnanost, zhodnocení environmentálních statků a inflační i deflační důsledky způsobené cestovním ruchem.

Řada příležitostí pro regiony je vytvářena dlouhodobým vývojem cestovního ruchu a velmi příznivými prognózami budoucí situace (CzechTourism, 2003, s. 80). Na všech stupních veřejné i místní správy by se měla stát společným záměrem snaha udělat z cestovního ruchu skutečnou rozvojovou prioritu, a tak nepřímo podpořit rozvoj podnikatelského a neziskového sektoru.

Význam cestovního ruchu lze v oblasti regionálního rozvoje také předpokládat vedle ekonomického i v komunikačním přínosu. (Foret & Foretová, 2001, s. 47 - 48). Komunikační přínos cestovního ruchu je spatřován ve vytváření image regionu, která by měla zejména plynout z vědomostního, inovačního a myšlenkového potenciálu dané oblasti. Tato image je budována pro návštěvníky i rezidenty. Cestovní ruch přispívá ke snazšímu navázání kontaktu s potenciálními investory, zákazníky, ke spolupráci s místními subjekty a vede k realizaci a prosazení jednotlivých aktivit a projektů. Region cestovního ruchu musí dbát na svou prezentaci správně fungujícího celku, ze které lze tak odvodit jednotící funkci cestovního ruchu podporující partnerství.

Cestovní ruch v regionu lze pokládat za polarizující (hnací), indukované (hnané) popřípadě neutrální odvětví (Királová, 2005, s. 2-3). Za polarizující odvětví lze cestovní ruch považovat v případě, že bezprostředně ovlivňuje hospodářský a sociální rozvoj regionu, značně působí i na zaměření dalších ekonomických aktivit, které se stávají v rámci regionu určujícím faktorem ekonomické činnosti. V regionu, ve kterém je ces-

tovní ruch chápán jako indukované odvětví, je hospodářský a sociální rozvoj cestovním ruchem ovlivněn pouze zprostředkovaně. Pokud se jedná o neutrální odvětví, cestovní ruch neovlivňuje region vůbec, působí zde ale jako důležitý doplněk.

Ani jeden ze tří důležitých pilířů udržitelného rozvoje (ekonomický, sociokulturní, ekologický) nesmí být zanedbán, aby nedocházelo k porušení koncepce udržitelného rozvoje, jejímž předpokladem je, že rozvoj znamená vývoj k lepšímu (Franke et al., 2012, s. 29). V rámci celkové hospodářské činnosti by nemělo dojít z ekonomického pohledu ke ztrátě žádných kapitálových aktiv, tedy ani přírodního kapitálu. Sociokulturní pilíř zahrnuje kromě spravedlivého rozložení také rozvoj kultury, tradic a zvyků určitého společenství. Budoucím generacím je nutné odevzdat přírodní podmínky v takové kvalitě, v jaké je lidé využívají v současnosti, tímto se zabývá ekologický princip. Vývoj lidské společnosti, ve které jsou respektovány a rozvíjeny jeho primární hodnoty, lze chápat jako předpoklad principu trvalé udržitelnosti (Macháček, 2004, s. 28). Udržitelný rozvoj by měl přispět k minimalizaci konfliktů mezi rezidenty a účastníky cestovního ruchu, k zachování zdrojů a ochraně životního prostředí (Filová in Hrabánková, Rolínek, Řehoř, Čermáková, & Navrátil, 2009, s. 35).

V rámci udržitelného rozvoje cestovního ruchu, by měla být destinace postavena na základech vize a strategie stanovených decizní sférou, čili nositelem rozhodování společně s vlivovou sférou představovanou například různými sdruženími a asociacemi (Franke et al., 2012, s. 31-32). Vývoj dané destinace určují návštěvníci hledající určitý stav přírodního prostředí. Systém ochrany přírody je budován kooperací veřejného, soukromého a neziskového sektoru a nabízí tak návštěvníkům určitou hodnotovou výhodu. Udržitelnost se týká schopnosti destinace zachovat si kvalitu svých fyzických, sociálních, kulturních a přírodních zdrojů při stávající pozici na trhu (Ritchie & Crouch, 2003, s. 151-152).

3.2 Marketing a management cestovního ruchu

3.2.1 Marketing cestovního ruchu

Na základě rozdílných přístupů k filosofii marketingu existují jeho různé definice, jejich společným prvkem je zákazník, naplňování jeho potřeb a přání s cílem uspokojení

všech zúčastněných stran (Horner & Swarbrooke, 2003, s. 29; Světlík, 2005, s. 8). Marketing je činností řady institucí, procesů pro tvorbu hodnoty, komunikaci, zahrnuje poskytování a výměnu nabídek majících význam pro zákazníky, klienty, partnery a společnost (American Marketing Association [AMA], 2013). Marketing je chápán i jako proces řízení, při kterém dochází k poznání, předvídání a v poslední fázi k efektivnímu a výhodnému uspokojení potřeb a přání zákazníka, a to při současném zabezpečování splnění cílů organizace (Světlík, 1994, s. 8). Marketing je označován Kotlerem (Kotler, 1998, s. 4) za společenský a řídicí proces, který slouží jednotlivcům a skupinám k uspokojení svých potřeb skrze tvorbu nabídky a směny hodnotných produktů s ostatními. Marketing je popisován jako nevyhnutelná součást managementu cestovního ruchu (Goeldner & Ritchie, 2009, s. 532).

Dle názoru Fyalla a Garroda (Fyall & Garrod, 2005, s. 34) je zapotřebí dívat se na marketing cestovního ruchu z pohledu marketingu služeb. Potřeba je viděna v rozvíjení úzkých vztahů základajících se na důvěře za nedílné účasti spotřebitele v procesu služby a směřuje tak k nárůstu hodnoty vnímané zákazníky.

V procesu aplikování marketingu cestovního ruchu je důležité pochopit specifika cestovního ruchu a na základě jejich respektování připravit nabídku integrovaných produktů (Foret & Foretová, 2001, s. 21). Na jejich zpracování jsou kladeny vysoké požadavky. V závislosti na dodržování dané specifičnosti je možné zamezit vzniku případných problémů, zjistit zpětnou vazbu a kontrolovat efektivitu skutečných výsledků. Kirařová (2003, s. 14) vidí specifika ve značné závislosti cestovního ruchu na geografickém prostředí, v prezentaci destinace cestovního ruchu také jako subjektu na trhu. Mezi další specifika patří uspokojování specifických potřeb člověka, což je považováno za podstatu cestovního ruchu, dále neskladovatelnost produktu cestovního ruchu, zvýšené kolísání mezi nabídkou a poptávkou vzniklé důsledkem sezónnosti, módnosti, tradic a jiných nepředpokládaných faktorů. Dalším specifikem je značné ovlivňování poptávky cestovního ruchu, na kterou má vliv fond volného času účastníků cestovního ruchu, jejich disponibilní příjmy a cenová hladina nabízených služeb, životní styl a rozvoj techniky. Dále se jedná o výrazný vliv rozvoje a využívání techniky a technologií na nabídku cestovního ruchu. Pro cestovní ruch je také typický vysoký podíl živé práce.

Z důvodu zasazení cestovního ruchu do vysoce konkurenčního a velmi finančně náročného globálního prostředí se v něm začínají více uplatňovat marketingové principy a orientace na trh (Tsiotsou & Goldsmith, 2012, s. 31). Všechny aktivity veřejné správy, které vedou k rozvoji obce nebo regionu, by měly vyplývat z obecných principů marketingu obce a marketingu cestovního ruchu (Foret & Foretová, 2001, s. 24). Konkretizace marketingového přístupu k dané obci nebo regionu je předpokladem marketingového mixu. Jedná se o soubor kontrolovaných marketingových proměnných vytvořených k objasnění všech aktivit v daném regionu podřízených přáním a potřebám trhu.

Marketingový program je kombinací celé řady prvků, které mají docílit vzniku funkčního celku s životaschopným strategickým plánem (Goeldner & Ritchie, 2009, s. 533 -534). K tvorbě zisku přispívá správná kombinace prvků marketingového mixu. Marketingové úsilí je ovlivňováno takovými faktory, ze kterých je složen marketingový mix. Mezi dané faktory patří načasování (Timing), značky (Brands), tvorba balíčků služeb (Packaging), cenotvorba (Pricing), distribuční kanály (Channels of distribution), product (Product), image produktu (Image), reklama (Advertising), prodej (Selling), public relations (Public relations), kvalita služeb (Service quality) a výzkum (research).

O marketingovém mixu lze hovořit jako o souboru taktických nástrojů, se kterými je umožněno poskytovateli služeb docílit získání konkurenceschopnosti produktu a jeho uplatnění na trhu (Foret & Foretová, 2001, s. 66). Marketingový mix je tvořen s vazbou na marketingové cíle (Horáková, 2003, s. 71). Marketingový mix pomáhá oslovit zákazníky. Marketingový mix je v klasické podobě tvořen čtyřmi prvky („4P“), a to produktem (Product), cenou (Price), místem (Place) a marketingovou komunikací (Promotion), (Jakubíková, 2012, s. 186). S ohledem na výše zmíněná specifika cestovního ruchu byla Morrisonem (Morrison, 1995, s. 225) základní „4P“ rozšířena o další čtyři prvky (tzv. „8P“). Mezi tyto prvky patří lidé (People), partnerství (Partnership), tvorba balíčků služeb (Packaging) a programování balíčků služeb (Programming). Přidaná „4P“ jsou charakterizována takto (Jakubíková, 2012, s. 283, 286- 287; Parmová, Dvořák, & Frková, 2013, s. 41-42):

- People (Lidé) - jsou vnímáni jako významný faktor, pracovníci svým kvalitním přístupem a vysokým pracovním nasazením směřují k uspokojení přání a potřeb zákazníka.

- Partnership (Partnerství) – zahrnuje krátkodobou i dlouhodobou kooperaci mezi všemi zúčastněnými subjekty, jejichž společným záměrem je rozvoj cestovního ruchu. Spolupráce vede k určitému snížení nákladů na propagaci a realizaci služeb. Jejím prostřednictvím lze vnímat destinaci jako kompletní celek.
- Packaging (Tvorba balíčků služeb) – lze prezentovat jako kombinaci dílčích služeb, které se vzájemně doplňují. Taková komplexní nabídka je poskytována za jednu výslednou cenu.
- Programming (Programování balíčků služeb) – patří mezi nedílnou součást úspěšné tvorby balíčků služeb.

Koncepce „4P“ uvažuje o trhu pouze z pohledu prodávajícího a opomíjí pohled kupujícího (Kotler & Armstrong, 2010, s. 77). Z tohoto důvodu by bylo z hlediska kupujícího lepší charakterizovat koncept „4P“ jako koncept „4C“. Do konceptu „4C“ patří tyto prvky: Customer solution (Řešení zákaznických potřeb), Customer cost (Náklady pro zákazníka), Convenience (Dostupnost) a Communication (Komunikace).

Prognózování poptávky se řadí mezi jeden z nejvýznamnějších úkolů marketingu (Jakubíková, 2012, s. 49-50). Poptávka v cestovním ruchu se vyznačuje značnou proměnlivostí. Je tvořena třemi součástmi: motivem účasti na cestovním ruchu založeném na potřebách účastníka cestovního ruchu, požadovanými službami a zbožím nezbytně přispívající k naplnění motivace účasti na cestovním ruchu, a požadavky na místo a prostředí, ve kterém jsou potřeby uspokojovány.

3.2.2 Management cestovního ruchu

Management je postaven na správném plánování, účinné a efektivní organizaci, důsledném vedení a motivování zaměstnanců a kontrole dosažených výsledků (Williams, 2013, s. 3). Management umožňuje vykonání práce prostřednictvím jiných. Existují čtyři základní funkce managementu: plánování, organizování, vedení a kontrola (Griffin, 2013, s. 6). Mezi základní principy, z nichž vychází management, patří názor, že management je spjatý s lidmi a směřuje k efektivnímu využití jejich potenciálu za účelem dosažení kolektivní výkonnosti (Drucker, 2007, s. 21-22). Management se také věnuje integraci lidí do společných projektů. Měl by vzít v úvahu i tradice, historii

a kulturu dané oblasti. Angažovanost je vyžadována k dosažení jednoduchých, zřetelných a jednotlících záměrů. K vytvoření společné vize je nutné, aby bylo poslání jednoznačně stanovené. Management by měl být založen na komunikaci a individuální odpovědnosti. Záměrem organizace je spokojený zákazník.

Na celostátní, krajské a místní úrovni má odvětví cestovního ruchu vliv na všechny sektory společnosti, těmi jsou veřejná správa, samospráva a podnikatelský sektor (Ryglová, Burian, & Vajčnerová, 2011, s. 45). Každý ze zmíněných sektorů hraje v cestovním ruchu svoji specifickou roli. Veřejná správa je vykonávána státem, subjekty územní a zájmové samosprávy i dalšími subjekty, jedná se například o veřejné fondy, nadace, ústavy. Veřejná správa zajišťuje plnění veřejných úkolů a zabezpečení veřejných služeb. Formou veřejné správy je samospráva, ta je vykonávána samotnými občany nebo skrze volené zástupce. Jedná se o formu řízení daného celku, ve kterém se mohou občané podílet na rozhodování o některých svých záležitostech autonomně. Veřejná správa řídí cestovní ruch v České republice na základě norem, politických rozhodnutí a v zájmu splnění cílů daného území.

Oblast cestovního ruchu náleží na centrální úrovni do působnosti MMR, a to do sekce cestovního ruchu (Eurovision, 2007, s. 11-12). Úkolem MMR je spravování finančních prostředků určených k zajišťování regionální politiky státu a koordinování činnosti ministerstev. Zajišťuje informační metodickou pomoc vyšším územním samosprávným celkům, městům, obcím a jejich sdružením, a zabezpečuje aktivity spojené s procesem zapojování územních samosprávných celků do evropských regionálních struktur. Na centrální úrovni funguje také příspěvková organizace MMR - Česká centrála cestovního ruchu (CzechTourism). Na regionální úrovni náleží oblast cestovního ruchu do kompetence jednotlivých krajských úřadů. Na místní úrovni spadá oblast cestovního ruchu do pravomoci jednotlivých měst a obcí. V rámci organizační struktury se stává velkým problémem skutečnost, že hranice správních celků vždy neodpovídají hranicím přirozených turistických regionů.

Jestliže se oblast řízení orientuje na dlouhodobé plánování a směřování organizace, jedná se o strategické řízení (Managementmania.com, 2013). Strategické řízení v organizaci zajišťuje, aby se nic nedělo náhodně, ale dle dopředu naplánovaných dlouhodobých vizí. Strategický management rozvoje cestovního ruchu by měl být realizován v oblasti vykazující vnitřní integritu specifického typu (Vystoupil et al., 2007a, s. 7).

S ohledem na zmíněnou skutečnost jsou pro vznik společných zájmů v území podmínkou předpoklady pro rozvoj určitých forem cestovního ruchu nebo tvorbu společných komplexních produktů. Jde o územní celky vykazující oproti komplexně socio-ekonomicky integrovaným regionům územní sounáležitost danou společnými jevy odlišujícími se od okolního území a mající význam v rámci cestovního ruchu (homogenní regiony cestovního ruchu), nebo se jedná o tzv. „destinační regiony“, které pojí společné regionální procesy cestovního ruchu a subdodavatelské vztahy.

3.2.3 Destinační marketing a management

Destinace mají spolu vzájemný vztah, i když existují na odlišných geografických úrovních (Horner & Swarbrooke, 2003, s. 289). Destinaci cestovního ruchu lze charakterizovat jako přirozený celek, odlišující se od ostatních destinací jedinečnými vlastnostmi v rámci podmínek rozvoje cestovního ruchu (Kirářová, 2003, s. 15).

V rámci marketingu lze vnímat destinaci jako produkt cestovního ruchu (Holešinská, 2012, s. 45). Destinace je proto chápána komplexním souborem nabídky cestovního ruchu určitého území složeného z primární a sekundární nabídky. Novacká (2010, s. 25) spatřuje destinaci v cestovním ruchu taktéž produktem. Destinace začíná být předmětem zájmu určeného k prodeji a vede tak k uspokojení potřeb potenciálních účastníků cestovního ruchu (Vystoupil, Šauer, Holešinská, & Metelková, 2007b, s. 20).

V rámci cestovního ruchu lze vnímat marketing destinací cestovního ruchu jako nejsložitější formu marketingu (Horner & s. Swarbrooke, 2003, 289). Takovéto vnímání má čtyři nejdůležitější důvody. Prvním je existence destinací na mnoha geografických úrovních. Dalším důvodem je relativní složitost cílů marketingu destinací. Organizacím uskutečňujícím destinační marketing schází možnost přímé kontroly nad produktem. Poslední důvod představuje skutečnost, že návštěva destinace není přímo zpoplatněna. Nástroj, který napomáhá úspěšnému rozvoji destinace cestovního ruchu, je koncept marketingové strategie destinace (Vystoupil et al., 2007b, s. 22). Jedná se o kombinaci strategického a marketingového přístupu. Strategický přístup se používá k řešení problémů a marketingový přístup je především orientovaný na zákazníka. Všechny zúčastněné subjekty by měly pochopit vlivy vnitřního a vnějšího prostředí, dokázat odkrýt

potřeby a přání stávajících i potencionálních návštěvníků. Dále je důležitá formulace reálných vizí, tvorba strategie určená k jejich naplnění, budování efektivní organizace a průběžné hodnocení jednotlivých etap procesu.

Za cíle marketingu destinací lze považovat zlepšení image území, navýšení počtu zařízení a zkvalitnění jejich vybavení (Horner & Swarbrooke, 2003, s. 290-291). Tato zařízení mohou být k dispozici také rezidentům. K dalším cílům patří rozvoj infrastruktury, vytváření nových atraktivit, podnícení pocitu hrdosti rezidentů ke svému území za přispění zájmu turistů o jejich oblast. Nezbytným cílem je zajistit přesvědčivé zdůvodnění opodstatnění aktivity, zdroje financování na zlepšení životního prostředí v dané oblasti a politickou přijatelnost destinace pro účastníky cestovního ruchu.

Destinační management je považován za specifickou formu řízení (Vystoupil, Šauer, Holešinská, & Metelková, 2007c, s. 36). Oproti řízení firmy se destinační management věnuje řízení destinace, jde tedy o značně komplexnější proces. Součástí destinace jsou kromě přírodních a kulturních atraktivit cestovního ruchu i aktéři působící v tomto území, kteří ovlivňují rozvoj cestovního ruchu v dané destinaci. Management destinace je založen na procesu, který je postaven na kooperaci mezi jednotlivými zúčastněnými subjekty cestovního ruchu a na koordinaci v rámci plánování, organizování a rozhodování v destinaci. Důležitý faktor úspěšné realizace řízení destinace představuje i vzájemná komunikace. Destinační management lze označit za proces, jehož základem je princip dobrovolné kooperace mezi subjekty podnikatelské a veřejné sféry a optimální zhodnocení a využití veškerých pozitivních dopadů, které jsou s tím spojené (Vajčnerová, 2009, s. 12).

Destinační management je uplatňován ve společném přístupu a postupu podnikatelské sféry a místní správy (Foret & Foretová, 2001, s. 32). Cílem není individualistický konkurenční boj podnikatelů v rámci cestovního ruchu, ale společná nabídka. Tato nabídka se stává pro zákazníka atraktivnější a je schopná lépe reagovat na jeho přání a potřeby. V destinaci vystupují jednotliví aktéři jako partneři, a ne jako konkurenti (Vystoupil et al., 2007c, s. 37). Kooperací mezi zainteresovanými subjekty cestovního ruchu dochází k tvorbě synergického efektu (Vystoupil et al., 2007b, s. 21). Na základě dané struktury malých a středních podniků se efektivněji využívají prostředky, implementují se inovace, zavádí se nové metody řízení a komplexní řízení kvality, dochází k tvorbě výnosů z rozsahu a v rámci životního prostředí přispívá ke snížení negativních

externalit. V destinaci se nachází velké množství soukromých subjektů, které si hledí pouze svých vlastních zájmů, a proto je prostorově orientovaná spolupráce složitá (Navrátil, 2012, s. 45). Podnikatelé mnohdy nevnímají destinaci jako společné prostředí a nevidí tak potřebu jejího zachování a růstu, na které by se měli společně podílet. Kooperace mezi subjekty by měla být kvalitní a vyspělá (Nejdl, 2011, s. 140). Kooperaci je důležité přeměnit v partnerství ve snaze dosáhnout cíle. Cíl a smysl partnerství představuje především tvorba soustavy procesů služeb motivující poskytovatele služeb a další zúčastněné subjekty cestovního ruchu k partnerství.

Destinační management zahrnuje (Kirařová & Straka, 2013, s. 12-13):

- návštěvnický management - představovaný souborem řídicích technik a nástrojů, pomocí kterých lze usměrňovat toky návštěvníků a ovlivňovat jejich chování.
- model limitů přijatelné změny – je nezbytné stanovit únosnou míru zatížení a využívat indikátorů udržitelného rozvoje cestovního ruchu.
- spektrum rekreačních příležitostí – jeho součástí jsou lokalizační, realizační a selektivní předpoklady rozvoje cestovního ruchu v dané destinaci.

Přínosy destinačního managementu spočívají v posílení efektivního marketingu a zapojování subjektů do aktivit cestovního ruchu (Fellegiová & Pavezová, 2008, s. 9). Management destinace také pozitivně ovlivňuje trvale udržitelný, systematický, harmonický a komplexní rozvoj. Dále pomáhá hlubšímu porozumění cestovnímu ruchu, zlepšení komunikace mezi zainteresovanými skupinami a optimálnímu využití zdrojů. Další přínosy jsou spatřovány v podpoře ze strany rezidentů a zvýšení kvality produktů cestovního ruchu.

3.3 Projektové řízení

3.3.1 Projekt

Projekt lze označit za cílevědomý návrh na uskutečnění konkrétní inovace, který je realizován v daném termínu zahájení a ukončení (Němec, 2002, s. 11). Projekt je také charakterizován jako skupina koordinovaných činností, které jsou prováděny ve vymezeném čase, v souladu s plánovanými náklady a pracovními parametry (Marek

& Kantor, 2009, s. 57). Projekt představuje řízený proces, který je součástí procesního modelu, a sled úkolů s přesnými pravidly řízení a regulace (Svozilová, 2011, s. 21, 24). Dle Němce (Němec, 2002, s. 12) se projekty rozdělují do tří kategorií: komplexní, speciální a jednoduchý.

Jedním z důležitých faktorů úspěšné realizace projektu je správná definice hlavního cíle a cílů dílčích (Doležal in Doležal et al., 2012, s. 65). Cíle projektu jsou představovány slovní formulací záměru, kterého je nutno prostřednictvím realizace projektu dosáhnout (Svozilová, 2011, s. 82). Cíl projektu vytváří novou hodnotu, může se jednat o nový předmět, službu či jejich kombinaci. Nová hodnota představuje výsledek projektu a zobrazuje jeho budoucí stav.

Technika SMART pomáhá správně formulovat cíl projektu (Doležal in Doležal et al., 2012, s. 65-66). V souladu s touto technikou by měl být cíl:

- S (Specific) – specifický a specifikovaný,
- M (Measurable) – měřitelný,
- A (Agreed) – akceptovatelný,
- R (Realistic) – realistický,
- T (Timed) – časově ohraničený.

Výše zmíněné vlastnosti bývají některými autory doplňovány o další prvek I (Integrated), znamenající integrování do organizační strategie (Doležal in Doležal et al., 2012, s. 66). Ve fázi definování cílů projektu má tato technika příznivý vliv na tvorbu vhodných podmínek pro realizaci projektu (Svozilová, 2011, s. 83). Cíl projektu lze považovat za trojrozměrný (Rosenau, 2010, s. 5). Dochází tak k plnění věcného provedení, časového plánu a rozpočtových nákladů souběžně. Zmíněná trojrozměrnost je Rosenauem označována za „trojimperativ“. Úspěch řízení projektů je spatřován v dosažení požadovaných parametrů realizace v daném termínu a za podmínky nepřekročení rozpočtových nákladů (Rosenau, 2010, s. 19). „Trojimperativ“ prezentuje důležitý požadavek, a to nutnost dosažení tří nezávislých cílů současně. Tyto tři veličiny jsou mezi sebou vždy provázány, a to nejen v rámci projektu jako celku a jeho etap, ale i jednotlivých aktivit. To znamená, že pokud dojde ke změně jedné veličiny a druhá by měla zůstat stejná, musí dojít odpovídajícím způsobem ke změně té třetí. Záměrem „trojimperativu“ je optimální vyvážení zmíněných tří veličin.

Projekt nepůsobí nikdy zcela osamoceně, k jeho realizaci dochází vždy v konkrétním prostředí (Doležal in Doležal et al., 2012, s. 59-60). Jde o určitý systém, čili kontext projektu, který je utvářen svými hranicemi, vnitřními vazbami a vazbami na vnější prostředí. Významným faktorem úspěchu projektu je včasné předvídání a systematické monitorování vazeb vůči vnějšímu prostředí. Kontext projektu ovlivňuje původ projektu, výstup projektu, legislativní uspořádání a jeho velikost.

3.3.2 Projektový management

Projektový management lze označit za soubor norem, doporučení a zkušeností, které popisují jak řídit projekt (Doležal in Doležal et al., 2012, s. 425). Projektové řízení představuje určitou filozofii přístupu k řešení dané problematiky. Projektový management je definován jako aplikace znalostí, dovedností a technik směřujících k efektivnímu a účinnému vykonání projektu (Project Management Institute [PMI], 2014). Od běžné formy operativního řízení se odlišuje projektový management tím, že funguje jen dočasně a s přidělenými zdroji určenými k jeho realizaci (Svozilová, 2011, s. 20). Projekt splněním cílů končí. V případě operativního řízení po dosažení cílů dojde k nastavení cílů nových a práce jednotky dále pokračuje.

Mezi hlavní skupiny procesů tvořících procesní model projektového managementu patří (Svozilová, 2011, s. 60).

- Iniclace a zahájení – záměrem je vytvoření definice projektu.
- Plánování – transformuje strategické výsledky z předchozího procesu do podoby taktického plánu k realizaci projektu. Upřesňuje definici předmětu projektu pomocí detailního rozboru v rámci času, nákladů, technologií, metodologií a pracovních zdrojů. Výsledkem tohoto procesu je podrobný a závazný projektový plán.
- Řízení a koordinace – zahrnuje všechny činnosti zaměřené na výkon a koordinaci předem naplánovaných fází projektu.
- Monitorování a kontrola – tento proces sleduje a usměrňuje skutečný průběh prací v souladu s plánem.
- Uzavření projektu – představuje zakončení projektového snažení.

Pro úspěch projektového řízení ve zmíněném procesním modelu je důležitá integrace všech procesů (Svozilová, 2011, s. 61). Mezi jednotlivými procesy dochází k jejich prolínání, cyklickému opakování a vzájemnému doplňování.

3.3.3 Fáze projektu a projektový cyklus

Cílem rozdělení dílčích realizačních činností do logického časového sledu je zlepšení podmínek pro kontrolu jednotlivých procesů (Svozilová, 2011, s. 38-39). Mezi další cíle patří usnadnění orientace všem subjektům, které se účastní na vývojových stadiích projektu, a zvyšování pravděpodobnosti úspěchu. Fáze životního cyklu projektu určují: jaký druh činnosti má být proveden na daném stupni rozvoje projektu, jak se konkrétní výstupy v jednotlivých fázích generují, ověřují a hodnotí, a kdo je zapojen do činností projektu v jeho dílčích etapách.

Životní cyklus projektu lze rozdělit do tří fází (Němec, 2002, s. 31; Dolanský, Měkota, & Němec, 1996, s. 24-26):

- Předinvestiční fáze – je považována za nejdůležitější část celého projektu. Do této fáze spadá předběžné plánování a příprava projektu. Nezbytností je stanovení cílů a definování strategie projektu směřující k naplnění daných cílů. Důležité je, aby byly dílčí fáze projektu proveditelné a k tomu slouží studie proveditelnosti (Feasibility study).
- Investiční fáze – jedná se o nejpracnější a nejnákladnější část projektu. Je jmenován projektový manažer a projektový tým. Dochází ke jmenování hlavního manažera projektu a projektového týmu. Tato fáze zahrnuje detailní zpracování implementačních plánů, definování projektové organizace, podrobně popsané časové parametry, zdroje, náklady a realizaci výběrových řízení. Dále je nezbytné zpracovat detailní projektovou dokumentaci.
- Fáze provozu a vyhodnocení – dochází k předání výstupu projektu do užívání, provedení analýzy získaných dat a finálního komplexního hodnocení projektu.

Předpokladem pro dosažení cílů projektu je přesný a jasně strukturovaný program, který se musí v rámci celého procesu plánování a řízení dodržet (Marek & Kantor, 2009, s. 62-64). Projektový cyklus je označován za metodickou pomůcku, která definuje základní činnosti. Tyto aktivity musí být při přípravě a řízení projektu uskutečněny. Projektový cyklus má šest fází:

- Identifikace a formulace záměru,
- Příprava a formulace projektu,
- Posouzení a schválení,
- Vyjednávání a financování,
- Implementace a monitoring.

Přínos životního cyklu projektu spočívá ve standardizaci dané organizační jednotky (Doležal et al., 2012, s. 168-169). Jedná se o usnadnění komunikace, umožnění tvorby pravidel, procesů a nástrojů, které se vztahují k danému cyklu, a zvýšení společného vědomí všech zainteresovaných subjektů o postupu přípravy a realizace projektu. Standardizace pomáhá také při porovnávání a posuzování různých projektů, a tedy i při podpoře řízení projektového portfolia.

3.3.4 Finanční řízení projektu a možnosti jeho financování

V průběhu celého životního cyklu tvoří nezbytný základ pro plánování, monitorování a kontrolu nákladů veškeré aktivity zahrnuté v procesu plánování a finančním řízení (Pártlová & Váchal, 2010, s. 76). Do finančního řízení je zahrnut proces získávání financí (Krátký in Doležal et al., 2012, s. 201). Plánované finanční zdroje jsou podmíněny náklady projektu, časovým harmonogramem a platebními podmínkami. V rámci finančního řízení dochází k zajištění finančních zdrojů ve všech etapách projektu.

Ke zjištění potřebných zdrojů projektu se využívá kapacitní plánování projektu (Pártlová & Váchal, 2010, s. 77). Je potřebné rozvrhnout strukturu projektu, stanovit výčet jednotlivých aktivit, čili časový plán projektu, a veškeré disponibilní zdroje, u kterých se stanovuje jejich celkové limitní množství. Výsledek je představován výpočtem rozvrhu zdrojů dle časového plánu projektu. Zdroje financování projektu jsou rozdělovány na základě určitých hledisek (Fotr & Souček, 2011, s. 45-46). Za nejvý-

znamnější je považováno místo, ze kterého jsou tyto zdroje získávány. Dalším důležitým hlediskem je forma vlastnictví daných zdrojů. V rámci místa jsou rozlišovány interní a externí zdroje. Z pohledu vlastnictví se dělí na vlastní a cizí zdroje. Do vlastních zdrojů financování patří volně použitelný zisk představovaný částí bilančního zisku, která zůstane po uhrazení povinných plateb (Dolanský et al., 1996, s. 205-206). Dále se jedná o odpisy hmotného a nehmotného majetku, prodej nepotřebného majetku a prodej akcií v rámci akciových společností. Do cizích zdrojů se řadí prodej obligací, investiční úvěry, obchodní úvěry, stálá pasiva, koupě na splátky a dlouhodobé směnky. Větší nezávislost na cizích zdrojích a úspora úrokových nákladů jsou zabezpečovány vyšším podílem vlastních zdrojů. Pokud je podíl vlastních zdrojů příliš vysoký, lze očekávat oslabení vnějšího tlaku na efektivnost investic a přechodné zhoršení struktury majetku podniku. Vysoký podíl cizích zdrojů negativně ovlivňuje kapitálovou strukturu podniku. Pokud ovšem dochází k jejich efektivnímu investování, napomáhají ke zvýšení rentability vlastního kapitálu.

Pokud se projekt financuje pomocí cizích zdrojů, je důležité určit nejvhodnější dotační program (Agentura projektového a dotačního managementu [apdm], 2008, s. 6). Finance lze čerpat ze zdrojů Evropské unie poskytovaných především prostřednictvím resortních ministerstev, prostředků krajů, měst a obcí, ale také ze zdrojů státního rozpočtu, který má řadu dlouhodobě fungujících stabilních programů.

Fondy Evropské unie jsou hlavním nástrojem realizace evropské politiky hospodářské a sociální soudržnosti (Strukturální fondy, 2007-2013). Prostřednictvím fondů jsou rozdělovány finanční prostředky napomáhající ke snižování ekonomických a sociálních rozdílů mezi členskými státy a jejich regiony. V Evropské unii se jedná o dva strukturální fondy - Evropský fond pro regionální rozvoj (EARDF) a Evropský sociální fond (ESF) a dalším fondem je Fond soudržnosti (FS).

3.4 Route tourism

Potenciál je v turistických trasách spatřován už delší dobu (Briedenhann & Wickens, 2004, s. 72). V roce 1964 přišla pracovní skupina Rady Evropy s návrhem na vytvoření řady evropských kulturních tras s cílem zvýšit povědomí o evropské kultuře skrze cestování, tvorbu sítí turistických tras věnovaných kulturnímu cestovnímu

ruchu a využití evropského kulturního dědictví coby prostředek stimulace sociálního, ekonomického a kulturního rozvoje. Jejich záměrem také bylo zlepšit kvalitu života rezidentů.

„Route tourism“ je považován za přístup řízený trhem vedoucí k rozvoji cestovního ruchu v dané destinaci (Rogerson, 2006, s. 1). „Route tourism“ lze vnímat jako nejlepší možnost napomáhající k zajištění udržitelnosti cestovního ruchu (ECI Africa, 2006a in Lourens, 2007, s. 475). Koncept turistické trasy přispívá ke spojení řady činností a atraktivit jednotným tématem (Rogerson, 2009, s. 29). Z hlediska doplňkových produktů a služeb tímto dochází ke stimulaci podnikatelských příležitostí. Tvorba nových tras s sebou přináší možnost vzniku nových partnerství (Lourens, 2007, s. 475). V rámci „Route tourism“ je možné se setkat s pojmy tematické trasy, stezka nebo vyhlídková trasa (Lourens, 2007, s. 475). Pojem stezka znamená kratší vzdálenost a dostupnost atraktivit pro účastníky cestovního ruchu pěšky, na bicyklu nebo na koni. Zakládání turistických tras je považováno za efektivní metodu distribuce cestovního ruchu (Rogerson, 2009, s. 31).

Významným druhem turistických tras jsou naučné stezky, které svůj účel prezentují prostřednictvím určitých zastávek (Angiel, 2006, s. 277-278). Jednotlivá místa zastavení jsou zajímavá z různého pohledu. Může se jednat o stezky věnované například přírodě, ekologii, kultuře nebo jinému tématu. Naučné stezky jsou doplněny o informační panely. Důvodem pro tvorbu naučných stezek je získání informací o geografii, regionu a ekologickém přístupu.

4 METODIKA

Obsahová a formální stránka diplomové práce je zpracována na základě požadavků na bakalářské a diplomové práce stanovených v dokumentu Ekonomické fakulty (Požadavky na bakalářské a diplomové práce – závazné pro práce ukončené od akademického roku 2013/2014). Diplomová práce svým tématem volně navazuje na bakalářskou práci „Naučné stezky v cestovním ruchu Třeboňska“. Hlavním cílem bakalářské práce bylo zhodnocení současného stavu využití naučných stezek v dané oblasti, které se opíralo o provedený vlastní výzkum. Stav byl posuzován z hlediska geografických charakteristik a atributů vybraných stezek. K vyhodnocení struktury návštěvníků naučných stezek a jejich postoje k jednotlivým atributům naučných stezek sloužily výsledky z provedeného dotazníkového šetření.

Vytvoření vlastního návrhu projektu předcházelo studium literatury, sběr a utřídění primárních a sekundárních dat, analýza nabídky a poptávky. Výsledky práce jsou shrnuty v závěru diplomové práce.

4.1 Data a metody

Potřebné informace o dané problematice byly získávány ze sekundárních zdrojů. Mezi tyto zdroje bylo zahrnuto studium odborné literatury, statistických údajů, webových stránek, propagačních materiálů a publikací týkajících se oblasti Lišovska. K identifikaci příležitostí na trhu cestovního ruchu a analýze poptávky a nabídky v zájmovém území byly částečně využity výsledky ze zmíněného dotazníkového šetření. Při analýze trhu, poptávky a určení příležitostí na trhu cestovního ruchu bylo čerpáno také z výsledků výzkumů České centrály cestovního ruchu CzechTourism, a to konkrétně: Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch - souhrnná etapová zpráva léto 2013 a První cyklo a in-line průzkum 2011.

Výsledky z uvedeného dotazníkového šetření ukázaly, že dotazovaní respondenti preferují absolvování celé trasy naučné stezky na kole. V rámci dotazníkového šetření bylo dále zjištěno, že návštěvníci naučných stezek preferují spíše okružní trasu. Diplomová práce řeší projekt optimalizace s cílem rozšířit nabídku cestovního ruchu v zájmovém území.

Vlastnímu návrhu projektu předcházela analýza možných variant vedení trasy naučné stezky. Alternativní varianty byly nejprve vymezeny na mapě a dále byly upravovány v závislosti na terénním výzkumu. Cílem tohoto výzkumu bylo vymezit optimální řešení trasy, navrhnout umístění jednotlivých informačních panelů a dalšího mobiliáře trasy (odpočívadlo, cyklostav, odpadkový koš, apod.). Naučná stezka byla zakreslena v programu ArcGis 10.2 s využitím mapových podkladů z veřejně dostupných WMS serverů (ortofotomapa AOPK, geoportál ČÚZK – mapa zabaged).

Projekt optimalizace je navržen v souladu s požadavky pro poskytování dotace z Programu rozvoje venkova ČR pro období 2007-2013. Využit byl programový dokument veřejně přístupný na webové adrese Ministerstva zemědělství ČR. Při tvorbě struktury návrhu projektu optimalizace byly vzaty v úvahu zejména tyto dokumenty: Formulář žádosti o dotaci z Programu rozvoje venkova (2012), Instrukční list pro vyplňování „Žádost o dotaci z Programu rozvoje venkova“ (2012), Příloha 3 z dokumentu Metodika pro tvorbu Fichí a specifické podmínky opatření IV.1.2 (2012) a Fiche 1 (2012). Všechny zmíněné dokumenty jsou veřejně dostupné na webové adrese Místní akční skupiny Hlubocko – Lišovsko o.p.s.

4.1.1 Analýza trhu, odhad poptávky

Vytváření tržních příležitostí podněcuje existence tří hlavních zdrojů na trhu (Kotler & Keller, 2007, s. 90). První zdroj umožňuje nabízet produkt, kterého je na trhu nedostatek. Druhý zdroj přináší nový a lepší způsob dodání již existujícího produktu. Poslední zdroj zpravidla směřuje k vytvoření nového výrobku nebo služby. Každý projekt má primárně za cíl uspokojit existující nebo potenciální poptávku a využití disponibilních zdrojů (Fotr & Souček, 2005, s. 34). Pro rozhodování o základních parametrech projektu a jeho následný úspěch, představuje analýza trhu klíčovou aktivitu. Výchozími podmínkami pro zpracování marketingové strategie projektu a navržení marketingových nástrojů, zejména v podobě marketingového mixu, jsou poznání trhu, analýzou a prognózou poptávky. V rámci přípravy projektu optimalizace byly pro analýzu trhu a odhad poptávky použity výsledky dotazníkového šetření z bakalářské práce a výzkumů provedených CzechTourism. Analýza nabídky byla zpracována na základě porovnání charakteristik podobných produktů nacházejících se v zájmovém území.

4.1.2 Marketingová strategie a marketingový mix

Smysl marketingové strategie je v plnění požadavků marketingových cílů, popisu prostředků a zdrojů potřebných k jejich dosažení (Horner & Swarbrooke, 203, s. 251). V rámci projektu optimalizace je marketingový mix tvořen čtyřmi základními prvky, a to produktem, cenou, distribucí a marketingovou komunikací.

4.2 Metodika návrhu projektu optimalizace

4.2.1 Program rozvoje venkova, Leader

Nástrojem pro získání podpory, která je poskytována Evropskou unií z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EAFRD), je Program rozvoje venkova ČR (Ministerstvo zemědělství (MZe), c2009-2013). Řídícím orgánem Programu rozvoje venkova ČR je Ministerstvo zemědělství ČR a Státní intervenční fond je zprostředkujícím subjektem tohoto programu. Program rozvoje venkova České republiky tvoří čtyři osy:

- Osa I – cílem je zlepšení konkurenceschopnosti zemědělství, potravinářství a lesnictví.
- Osa II – cílem je zvýšení biologické rozmanitosti, ochrana vody a půdy a zmírnění klimatických změn.
- Osa III – zaměřuje se na zkvalitnění života ve venkovských oblastech a diverzifikaci hospodářství venkova.
- Osa IV – cílem je pomoci rezidentům venkovských mikroregionů vypracovat vlastní strategii rozvoje území a podpora jeho rozvoje v rámci metody Leader.

Posláním osy IV Leader je zlepšení kvality života na venkově, zhodnocení jeho přírodního a kulturního dědictví, posílení ekonomického potenciálu, řídicích a administrativních schopností venkova (MZe, c2009-2013). Návrh projektu optimalizace se řídí metodou Leader – Opatření IV.1.2 Realizace místní rozvojové strategie. V rámci opatření IV.1.2 je podpora poskytována na projekty, které odpovídají schválenému Strategickému plánu Leader místní akční skupiny a podmínkám nařízení Rady (ES)

č. 1698/2005 (MZe, 2012, s. 154-155). Projekty k realizaci jsou vybírány místní akční skupinou minimálně jednou za rok.

4.2.2 Základní pojmy a zkratky

Základní pojmy a zkratky, vyskytující se v žádosti o dotaci, jsou vymezeny pravidly, kterými se stanovují podmínky pro poskytování dotace na projekty v rámci opatření IV.1.2 Programu rozvoje venkova ČR na období 2007-2013 (MZe, 2012a, s. 1-4):

- PRV – Program rozvoje venkova.
- MAS – Místní akční skupina.
- Osa – ucelená skupina opatření se specifickými cíli.
- Opatření – soubor podopatření, které přispívají k provádění osy.
- Podopatření – soubor záměrů napomáhajících k provádění příslušného opatření.
- Fiche opatření – stručný popis opatření stanovených MAS odpovídající Strategickému plánu Leader (dále jen Fiche).
- Projekt – konkrétní operace, která vede k realizaci cílů Fiche, kterou žadatel předložil v Žádosti o dotaci.
- Žadatel – subjekt odpovídající definici příjemce dotace dané Fiche.
- Žádost o dotaci z PRV – standardizovaný formulář, který žadatel vyplní a předloží na příslušnou MAS (dále jen Žádost o dotaci). Žádost o dotaci zahrnuje obecnou část, popřípadě specifickou část, projekt a přílohy. V Žádosti o dotaci je vymezen plánovaný rozpočet projektu, který je základem pro stanovení maximální výše dotace.
- Způsobilý výdaj – výdaj specifikovaný v Žádosti o dotaci, na který lze v rámci dané Fiche poskytnout dotaci. Některé způsobilé výdaje jsou omezeny závaznými maximálními hodnotami způsobilých výdajů.
- Nezpůsobilý výdaj – výdaj, na který nelze poskytnout dotaci.
- Režim podpory – právní rámec pro poskytnutí podpory z PRV z hlediska veřejné podpory.

4.2.3 Údaje potřebné pro posouzení žádosti o dotaci

Údaje potřebné pro posouzení Žádosti o dotaci budou vyplňovány do příslušného formuláře Žádosti o dotaci (MZe, 2012a, s. 97). Mezi údaje, které je zapotřebí vyplnit patří (MZe, 2012a, s. 97-98; Místní akční skupina Hlubocko-Lišovsko o.p.s. (MASHL), 2012a, s. 1-9; MASHL,2012b, 1-10):

- Údaje o MAS a Fichi

Údaje o MAS jsou již vyplněny ve formuláři Žádosti o dotaci, žadatel je tedy nemusí zadávat. Z připraveného seznamu vybere žadatel příslušné číslo Fiche. Název Fiche, číslo a název opatření jsou zobrazeny automaticky po výběru Fiche.

- Režim podpory

Žadatel označí dle stanovených podmínek zvolený režim podpory.

- Název projektu

Zde je prostor k uvedení výstižného a stručného názvu projektu.

- Údaje o žadateli

V Žádosti o dotaci má žadatel možnost výběru z daných možností, a to zda se jedná o právnickou nebo fyzickou osobu a zda se jedná o plátce či neplátce DPH. Jestliže jde o právnickou osobu, je nutné uvést přesný název právnické osoby dle platného výpisu z Obchodního rejstříku nebo jiného osvědčení právního statutu. Dále je potřeba vybrat ze seznamu přesný název právní formy žadatele v souladu s platným výpisem z Obchodního rejstříku nebo jiného osvědčení právního statutu a dále zadat údaje o statutárním zástupci právnické osoby. Pokud se jedná o fyzickou osobu, je nutné uvést titul před jménem, jméno, příjmení, titul za jménem a rodné číslo. Právnické a fyzické osoby dále vyplní IČ a DIČ v případě, že je přiděleno, adresu nebo sídlo žadatele.

- Kontaktní odpovědné osoby pro poskytování informací

Žadatel doplní jméno a příjmení, telefonní číslo a emailovou adresu odpovědné osoby.

- **Struktura financování projektu**

Struktura financování projektu obsahuje tyto složky: Celkové výdaje projektu, Celkové způsobilé výdaje, Nezpůsobilé výdaje a Způsobilé výdaje. Nezpůsobilé výdaje se zapisují položkově, celkové nezpůsobilé výdaje jsou počítány automaticky. Způsobilé výdaje se zapisují do formuláře položkově, doplní se počet kusů a výše výdaje vázaného k dané položce. Pro posouzení ekonomické efektivity investice je nutné, aby byl rozpočet dostatečně podrobný. Maximální procentuální výše dotace závisí na procentu stanoveném v příslušné Fichi.

- **Popis projektu (všeobecná strana)**

- **Popis projektu**

Popis projektu by měl být detailní, stručný, výstižný a srozumitelný.

- **Popis výchozího stavu a zdůvodnění projektu**

Žadatel zde popíše podstatu problému, potřebnost projektu a stručný popis výchozího stavu.

- **Cíle projektu**

Žadatel uvede způsob, jakým realizace projektu může přispět k vyřešení příslušného problému.

- **Technické řešení projektu**

Zde se uvádí věcný popis technického řešení projektu a s ním souvisejících činností.

- **Výsledky projektu**

Stručné shrnutí výsledků projektu a jeho další využití po ukončení realizace.

- **Celkový harmonogram projektu**

Žadatel uvede období realizace projektu.

- **Místa realizace projektu**

Žadatel určí všechna místa realizace výdajů, které jsou financovány v rámci dotace.

- **Popis projektu (specifická strana)**

- **Specifika podopatření**

Zde budou uvedena specifika týkající se daného podopatření.

5 PŘÍLEŽITOSTI NA TRHU

Souhrnná etapová zpráva Léto 2013 výzkumu CzechTourism (2013, s. 25-26) udává, že nejčastějším důvodem návštěvy regionu Jižní Čechy je poznávání, turistika a sport. Za příjezdem návštěvníků do regionů stojí hlavně poznávací turistika, oproti roku 2012 se zvýšila atraktivita cyklistiky. Do regionu přijelo více návštěvníků než v roce 2012, většina návštěvníků přijíždí do regionu z míst vzdálených nad 100 kilometrů. Nejčastějším dopravním prostředkem využitým k dopravě do regionu je automobil. Většina respondentů přijela do regionu více než třikrát a plánuje se vrátit. Příležitost je spatřována v prostoru pro rozšiřování nabídky na základě rostoucího zájmu o relaxaci v regionu. Pro většinu návštěvníků je zdrojem informací internet.

Hodnocení preferencí návštěvníků naučných stezek vychází z dotazníkového šetření provedeného v červnu až srpnu 2010 v rámci bakalářské práce. Ze struktury odpovědí respondentů vyplynuly následující preference (Irmišová, 2011, s. 54-64). Z odpovědí respondentů vyplynulo, že nejčastěji volí způsob absolvování celé trasy naučné stezky na kole a preferují spíše okružní trasy. Převažující skupina dotazovaných respondentů byla ve věku od 26 do 45 let. Mladší skupina z dotazovaných (do 55 let) upřednostňuje dopravu na bicyklu, starší skupina z dotazovaných osob (nad 55 let) upřednostňuje pěší formu dopravy. Z výsledků je také patrné, že lidé preferují naučnou stezku trasovanou jako okruh. Potenciál nové naučné stezky je spatřen v jejím členění. Naučná stezka je vhodná, jak pro absolvování na kole, tak pěšky, a to tím, že je rozdělena na dva menší okruhy.

Na Lišovsku je velmi kvalitně a dostatečně vybudovaná silniční infrastruktura zabezpečující bezproblémovou dostupnost. Město Lišov se nachází na hlavním tahu (České Budějovice – Třeboň - Brno), návštěvníci se tak mohou pohodlně dostat do místa realizace autobusem a osobním automobilem. Autobusová linka dopravuje místní obyvatele i turisty přímo do Lišova. Během letní sezóny je posílena doprava přes Lišov cyklobusy.

Z výsledků výzkumu v rámci projektu „Česko jede“ je patrné, že mezi nejvíce oblíbené tuzemské regiony patří jižní Morava, Šumava a jižní Čechy (CzechTourism, 2011). Nejoblíbenějším regionem pro cyklovýlety mimo bydliště jsou jižní Čechy. Re-

spondenti upřednostňují ze 48% absolvování trasy nezpevněnou cestou s obtížnějším stylem jízdy, 44% by zvolilo komunikaci s nízkým silničním provozem.

6 NÁVRH PROJEKTU

„Návrh projektu je modelem praktické aplikace v předcházejících kapitolách představeného výzkumu. Projekt má sloužit pouze jako součást závěrečné práce a jako doklad pochopení problematiky stanoveného tématu. Vzhledem k tomu, že práce jsou zveřejňovány, je nutné zdůraznit, že návrh projektu je vypracován tak, aby byl reálně proveditelný, nikoliv však s jakýmkoliv úmyslem jej jakkoliv realizovat a nezavazuje nikoho – autorku, vedoucího práce, ani jakoukoliv složku dále v této kapitole zmíněnou – k jakékoliv zodpovědnosti související s tímto návrhem.“ (Navrátil, 2011)

6.1 Údaje o MAS a Fichi, režim podpory, název projektu

Projekt návrhu optimalizace je navržen v souladu s požadavky pro poskytování dotace z PRV pro období 2007-2013. Z důvodu zaměření projektu ho lze zařadit pod Osu IV Leader, konkrétně pod opatření IV.1.2 Realizace místní rozvojové strategie. V oblasti, kde bude projekt realizován, působí MAS Hlubocko-Lišovsko o.p.s (dále jen MASHL). Úkolem MAS je vyhlášovat v rámci jednotlivých výzev Fiche. Projekt spadá pod Fiche 1 – Podpora cestovního ruchu, vyhlášené pro období 2007-2013. V rámci této Fiche je podporován rozvoj pěších tras, vinařských stezek, hipostezek a dalších tematických stezek a rozhleden. Projekt bude podporován v režimu „nezakládajícím veřejnou podporu“. Projekt návrhu optimalizace řeší vybudování nové naučné stezky (dále také jako NS) v zájmové oblasti. Projekt tedy nese název: „Zaniklá krajina Velechvínského polesí“.

6.2 Popis vlivu projektu na životní prostředí

Realizací projektu NS dojde při některých úkonech k negativnímu vlivu na dané okolí způsobenému stavebními pracemi, proto je nezbytné mít vyjádření ochránců přírody a vlastníků pozemků. Ve fázi úpravy části povrchu NS může docházet ke zvýšení hlučnosti, prašnosti a znečištění okolních komunikací vlivem technických zařízení používaných na úpravu povrchu. Negativní vlivy budou zmírněny použitím vhodných materiálů s co nejmenším zásahem do krajiny. K minimalizaci negativních dopadů, také přispěje použití malých strojů na zemní práce, které produkují nízké množství zplodin.

Pro zabezpečení ochrany proti nadměrnému znečištění je potřebný důsledný úklid dotčených komunikací.

Realizace NS nemá vliv na stabilitu a erozi půdy a hydrogeologické charakteristiky. Vybudováním NS nedojde k vyhubení ani poškození rostlinných a živočišných druhů a biotopů.

6.3 Údaje o žadateli a partnerech projektu

Za vhodného žadatele projektu této naučné stezky je možno považovat město Lišov. Město Lišov bude zároveň zřizovatelem naučné stezky. V případě města Lišova se jedná o obec dle zákona č. 128/2000 Sb., o obcích, ve znění pozdějších předpisů. Město Lišov je plátcem DPH. Prostřednictvím vzniku nové naučné stezky je počítáno se zvýšením atraktivity Lišovska. NS představuje možnost, jak připoutat pozornost dalších potenciálních návštěvníků této lokality. Realizace projektu dává příležitost k rozvoji infrastruktury cestovního ruchu daného území.

Při přípravě a realizaci projektu naučné stezky se počítá s nezbytnou potřebou partnerství. Za vhodné je považována kooperace s okolními obcemi, jejichž územím naučná stezka prochází. Dále je nutná spolupráce s Klubem českých turistů. Zřizovatel NS s Klubem českých turistů dohodne způsob vyznačení trasy NS a uzavře s ním smlouvu. V projektu je také uvažováno o partnerství s pěti firmami působícími na Lišovsku, ty budou jmenovitě vypsány v informačním prospektu a jejich loga budou uvedena na jednotlivých informačních tabulích.

6.4 Struktura financování projektu

Projekt bude financován zejména z dotace PRV ČR 2007-2013. V rámci místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s. projekt NS spadá pod Fiche 1 – Podpora cestovního ruchu. Tato Fiche je zaměřena na rozvoj pěších tras, vinařských stezek, hipostepek a dalších tematických stezek a rozhleden. Maximální výše podpory je 90 procent způsobilých výdajů, zbylých 10 procent bude financováno žadatelem projektu, tedy městem Lišov. Minimální výše způsobilých výdajů, ze kterých je stanovena dotace, musí činit 50 000 Kč. Maximální výše způsobilých výdajů stanovených pro podporu

cestovního ruchu je určována rozdílně v každé výzvě vyhlášené místní akční skupinou MASHL. Během programovacího období 2007- 2013, byla stanovena ve většině výzev maximální výše způsobilých výdajů na 1 500 000 Kč. Nezpůsobilé výdaje projektu nebudou financovány z dotace, ale z vlastních zdrojů žadatele a partnerů naučné stezky.

6.4.1 Finanční plán projektu

Finanční náročnost projektu vychází z průměrných obvyklých cen na trhu. V celkových výdajích projektu jsou zahrnuty výdaje vynaložené v předinvestiční, investiční a provozní fázi. V předinvestiční fázi projektu je počítáno s výdaji na vypracování projektové dokumentace, technické dokumentace, dokumentace k výběrovému řízení, náklady na realizaci výběrového řízení a zpracování dokumentace k žádosti o dotaci. Neexistuje předpoklad výdajů spojených s výkupem nebo pronájmem pozemku. V investiční fázi může dojít k ponížení cen některých položek, z důvodu nastavených cen vybraného dodavatele v rámci výběrového řízení. V investiční fázi projektu je počítáno s náklady na úpravu povrchu NS, které zahrnují nákup 158 m³ vrstvy makadamu a pronájem strojů (UNC stroj a válec). Dále se jedná o výdaje na pořízení mobiliáře naučné stezky, montáže, osazení a dopravné (odpadkové koše, turistický přístřešek, dřevěný cyklostav, informační tabule). S dalšími výdaji je uvažováno při tvorbě směrovek, značek NS a speciálních značek (přístup pro handicapované osoby). Turistické značení zajistí Klub českých turistů. Směrovky jsou vyrobeny z pozinkovaného plechu. Směrovky se instalují na stromy, případně sloupky. Počet směrovek a jednotlivého značení NS je odhadován pro 8,9 kilometrů NS. Nepředpokládá se kompletní značení trasy NS a to z důvodu využití již zavedených turistických tras. Dále je počítáno s náklady na tvorbu informačního prospektu. Dále byly určeny výdaje spojené s budoucí údržbou v provozní fázi. S dodatečnými výdaji se počítá až po uplynutí doby životnosti stezky. Při zpracování projektu se vycházelo ze životnosti mobiliáře NS alespoň 10 let. Hmotný majetek naučné stezky tvoří její technické vybavení. Pro realizaci NS je potřeba obstarat návrh, výrobu a osazení informačních panelů a dalšího mobiliáře naučné stezky. Výdaje na projekt v jednotlivých fázích projektu se nachází níže (tabulka 1, 2 a 3).

Tabulka 1: Výdaje na projekt v předinvestiční fázi.

POLOŽKA	Měrná jednotka	Počet	Jednotková cena (v Kč) bez DPH	Cena bez DPH (v Kč)	DPH 21% (v Kč)	Cena s DPH (v Kč)
Předinvestiční fáze						
Technická dokumentace	Ks	1	15 000	15 000	3 150	18 150
Projektová dokumentace						
Výběrové řízení (dokumentace, realizace)	Ks	1	10 000	10 000	2 100	12 100
Dokumentace k žádosti o dotaci	Ks	1	10 000	10 000	2 100	12 100
Celkem				35 000	7 350	42 350

Zdroj: Vlastní zpracování.

Tabulka 2: Výdaje na projekt v investiční fázi.

POLOŽKA	Měrná jednotka	Počet	Jednotková cena (v Kč) bez DPH	Cena bez DPH (v Kč)	DPH 21% (v Kč)	Cena s DPH (v Kč)
Investiční fáze						
Zpevnění povrchu						
Vrstva makadamu, dopravné	m ³	158 m ³	179	28 282	5 939	34 221
UNC stroj	ks	1	34 300	34 300	7 203	41 503
Válec	ks	1	20 300	20 300	4 263	24 563
Pořízení mobiliáře, značení						
Odpadkové koše, osazení, dopravné	ks	6	5 000	30 000	6 300	36 300
Odpočívadlo s přístřeškem, podšterkování, montáž, dopravné	ks	1	14 725	14 725	3 092	17 817
Schránka na pamětní knihu, pamětní kniha, psací potřeby	ks	1	3 000	3 000	630	3 630
Cyklostav, osazení, dopravné	ks	1	4 545	4 545	954	5 499
Směrovky, speciální značky		8,9 km	16 500	16 500	3 465	19 965
Zhotovení značek NS na trase Klubem českých turistů		1	4 132	4 132	868	5 000
Informační tabule						
Vlastní návrh	ks	15	3 306	49 590	10 414	60 004
Licence na mapu	ks	15	3 000	45 000	9 450	54 450
PVC deska v mm (4 x 1 500 x 1 000)	ks	15	2 100	31 500	6 615	38 115
Folie + UV filtr v mm (1 500 x 1 000)	ks	15	2 600	39 000	8 190	47 190
Plexisklo v mm (1 500 x 1 000)	ks	15	1 200	18 000	3 780	21 780
Grafická úprava	ks	15	2 500	37 500	7 875	45 375
Rám, nohy, stříška - borovice, kovové patky	ks	15	6 000	90 000	18 900	108 900
Instalace informačního panelu	ks	15	1 000	15 000	3 150	18 150
Marketingová komunikace						
Grafický návrh informačního prospektu	ks	1	3 306	3 306	694	4 000
Výtisk informačních prospektů	ks	15000	1,68	25 200	5 292	30 492
Celkem				509 880	107 074	616 954

Zdroj: Vlastní zpracování.

Tabulka 3: Výdaje na projekt v provozní fázi.

POLOŽKA	Měrná jednotka	Počet	Jednotková cena (v Kč) bez DPH	Cena bez DPH (v Kč)	DPH 21% (v Kč)	Cena s DPH (v Kč)
Provozní fáze						
Údržba NS						
Odvoz odpadků	měsíc	12	2 000	24 000	5 040	29 040
Opravy, udržování		1	20 000	20 000	4 200	24 200
Celkové navržené výdaje na rok provozu NS				44 000	9 240	53 240

Zdroj: Vlastní zpracování.

Celkové výdaje na projekt za jednotlivé fáze (tabulka 4) činí 588 880 Kč bez DPH a 712 544 Kč s DPH.

Tabulka 4: Celkové výdaje projektu.

POLOŽKA	Cena bez DPH (v Kč)	DPH 21% (v Kč)	Cena s DPH (v Kč)
Celkem výdaje za předinvestiční fázi	35 000	7 350	42 350
Celkem výdaje za investiční fázi	509 880	107 074	616 954
Celkem výdaje za provozní fázi	44 000	9 240	53 240
Celkové výdaje na projekt	588 880	123 664	712 544

Zdroj: Vlastní zpracování.

6.4.2 Celkové způsobilé výdaje projektu (předinvestiční a investiční fáze)

Celkové způsobilé výdaje projektu tvoří hodnota celkových výdajů bez DPH, a to 544 880 Kč. V režimu podpory „nezakládající veřejnou podporu“ je možné poskytnout dotaci na 90% způsobilých výdajů (490 392 Kč).

6.4.3 Nezpůsobilé výdaje projektu (předinvestiční a investiční fáze)

Do nezpůsobilých výdajů projektu patří výše úroku z úvěru na předfinancování dotace. Výše úrokové sazby závisí na sjednaných podmínkách ve smlouvě o úvěru s konkrétní bankou. V projektu byla pro výpočet úroků vzata v úvahu úroková sazba 5 procent. Předpokládaná doba, na kterou bude úvěr zřízen, je dva roky. Výše úroků z poskytnutého úvěru činí 25 948 Kč, výpočet byl proveden pomocí internetové kalkulačky uveřejněných na webových stránkách (<http://www.golemfinance.cz>). Dalším nezpůsobilým výdajem je DPH (114 424 Kč). Celkové nezpůsobilé výdaje činí 140 372 Kč.

6.4.4 Zdroje krytí projektu (předinvestiční a investiční fáze)

Celkové výdaje projektu činí 685 252 Kč. Maximální výše dotace je stanovena na 90 procent způsobilých výdajů. Dotace bude vyplacena až po ukončení projektu, je proto nutné najít vhodné zdroje krytí projektu na překlenutí období mezi realizací projektu a samotným čerpáním dotace. Banky v dnešní době nabízejí nespočet bankovních produktů. K tomuto účelu by mohl posloužit úvěr na předfinancování dotace. Jde o krátkodobý až střednědobý úvěr, který je splácen až při čerpání dotace z EU. Města a obce by měly k žádosti o úvěr předložit plnění rozpočtu za uplynulé dva roky, výpočet ukazatele dluhové sazby, schválený rozpočet na běžný rok i s ověřeným zápisem z daného zasedání zastupitelstva, ověřený zápis ze zasedání zastupitelstva se schváleným usnesením o přijetí úvěru, rozvahu rozpočtových a příspěvkových organizací za předchozí dva roky, přehled o závazcích obce k bankám a ostatním subjektům, projekt, stavební povolení, rozhodnutí o schválení projektu, smlouvu o dílo a rozhodnutí o poskytnutí dotace. Banka vydá závazný příslib financování, až po schválení úvěru. Poté uzavře se žadatelem smlouvu o úvěru.

Nezpůsobilé výdaje činí 140 372 Kč a 10 procent ze způsobilých výdajů 54 488 Kč. Do nezpůsobilých výdajů je také zahrnuta výše úroku. Tyto výdaje budou kryty z vlastních zdrojů žadatele a příspěvků od partnerů. Všechny zdroje krytí projektu se nacházejí níže (tabulka 5).

Tabulka 5: Zdroje krytí projektu.

Výdaje	Kč	Zdroje krytí	Kč
Celkové způsobilé výdaje	544 880	Dotace z Leaderu (90% ze způsobilých výdajů)	490 392
10% ze způsobilých výdajů	54 488	Vlastní zdroje žadatele	144 860
Nezpůsobilé výdaje (DPH)	114 424	Příspěvek od partnerů	50 000
Nezpůsobilé výdaje (úroky z úvěru)	25 948	Úvěr na předfinancování dotace	490 392
Cekem (544 880 + 114 424 + 25 948)	685 252	Celkem (490 392 + 144 860 + 50 000)	685 252

Zdroj: Vlastní zpracování.

6.5 Popis projektu (všeobecná strana)

6.5.1 Popis projektu

Projekt řeší vybudování nové naučné stezky v Třeboňské pánvi, přesněji v okolí Lišovského prahu. Začátek a konec naučné stezky se nachází ve městě Lišov. Celkový okruh NS je dlouhý cca 31 kilometrů, jedná se o okruh zcela přístupný cyklistům, na NS se nachází patnáct informačních tabulí. Naučná stezka se dělí dále na dva menší okruhy, z nichž jeden měří cca 22 kilometrů. Druhý okruh NS je určen pro pěší turisty, měří 8,5 kilometrů, zahrnuje šest informačních tabulí. NS je z části přístupná lidem s omezenou možností pohybu, tato část je totožná s okruhem pro pěší turisty.

6.6 Vlastní návrh projektu

Začátek NS bude u sochy sv. Jana Nepomuckého, kde se též bude nacházet první úvodní informační tabule. Druhá informační tabule bude umístěna na vrchu Větrník, který je nejvyšším bodem Lišovska. Z Větrníku je výhled na celou Třeboňskou pánev. Za dobré viditelnosti je vidět Javořice i Nové Hrady. Předpokládá se zde budoucí výstavba rozhledny s kruhovým výhledem. Z rozhledny bude možno spatřit Českobudějovickou pánev, Blanský les, Šumavu i oblast Voticka a Táborska.

NS bude pokračovat po žluté turistické značce ke křižovatce, odkud je výhled na Jelmo a Lhotice. Zde bude umístěna třetí informační tabule. Stezka dále bude pokračovat

čovat částí po hipostezce na Červený Újezdec, okolo lesní školky a dále po modré turistické značce. Na křižovatce modré turistické trasy se zelenou se bude nacházet další, v pořadí už čtvrtá informační tabule – Pohanské hroby. Tato zastávka bude vybavena cyklostavem a odpočívadlem s přístřeškem. V přístřešku se bude nacházet schránka pro uložení návštěvní knihy a psacích potřeb. Návštěvní kniha bude sloužit jak zdroj informací o pohybu návštěvníků na NS. Následuje možnost navštívení menšího okruhu po „psaníčku“ kolem vrcholu Vávra. Trasa vede k Pohanským hrobům a zpátky ke cyklostavu.

Po zelené turistické trase cesta bude pokračovat do Velechvína. Zde je počítáno s pátou informační tabulí – O Velechvíně. Dále trasa povede po zelené turistické trase až na křižovatku, od ní stezka bude dále kopírovat modrou turistickou značku k Modrému kříži. Modrý kříž je jeden ze čtyř základních orientačních bodů Velechvínského Polesí (dalšími orientačními body jsou: Zelený kříž, Černý kříž a Svatý Josef). Šesté stanoviště se bude nacházet v blízkosti Modrého kříže, zde bude umístěna tabule s tématem – Kříže a orientační body v Polesí. Od Modrého kříže bude naučná stezka přístupná i pro účastníky s omezenou možností pohybu. U Modrého kříže se naskytuje možnost zaparkování automobilu. Následovat bude sedmá zastávka „Na Štěpánkách“, informační tabule bude popisovat zaniklou osadu Prochod. Od informačního panelu bude výhled do lesa na bývalou úvozovou cestu, která vedla do zaniklé vesnice Prochod. S umístěním informační tabule v lese se nepočítá, a to z důvodu stále probíhajícího archeologického výzkumu.

Od sedmé zastávky se bude pokračovat po modré turistické trase na Zelený kříž. Osmá zastávka se bude nacházet u Kolomazné pece. Další, již devátá zastávka, bude umístěna na křižovatce „Na Doubku“, popisující zaniklý ovčín. V době, kdy byl ovčín v provozu, zde bylo umístěno až 1500 ovcí. Za křižovatkou po modré se bude nacházet desátá zastávka s odkazem na zaniklou ves Žár s Panským dvorem a blízkou rezidencí. Tabule budou taktéž umístěny u cesty vzhledem k probíhajícím archeologickým výzkumům.

Trasa NS přístupná pro osoby s omezenou možností pohybu bude kopírovat okruh NS pro pěší. Pro handicapované osoby bude zpřístupněná část trasy speciálně značená.

Naučná stezka povede k Žďárskému rybníku, kde se bude nacházet jedenáctá informační tabule. Trasa pokračuje dále po zelené turistické značce, ze zelené turistické trasy odbočí na neznačenou zpevněnou cestu, která vede ke křižovatce „U dubku“. Odtud stezka dále bude pokračovat rovně po zpevněné cestě k rozcestí „U Smržovského lesa“. Na této křižovatce se NS napojí na modrou turistickou trasu. NS bude pokračovat ke křižovatce „Nad Borovým potokem“, kde navazuje na cyklotrasu číslo 122. Za křižovatkou „Nad Borovým potokem“ je umístěna dvanáctá zastávka, informační tabule informuje o bývalé vojenské letecké střelnici za rybníkem Dvořištěm, dále bude obsahovat odkaz na přírodní rezervaci, jejíž součástí byla uvedená Vojenská letecká střelnice. Dosud je zde k vidění bunkr, ze kterého byly ovládány letecké terče. V přírodní rezervaci rostou vzácné rostliny mokřadů a rašelinišť, jako jsou bublinatka, rosnatka okrouhlostá, atd. Na informačním panelu bude upozornění, že není přístupná jinak než z rybníka Dvořiště (pouze na loďce).

Třináctá zastávka se bude nacházet na hrázi rybníka Dvořiště, zajímavostí na tabuli bude zmínka o zaniklém klášteře, jehož základy jsou dosud vidět při nízkém stavu vody. Původně byl rybník Dvořiště mnohem menší, až v 16. století byl dobudován do nynější podoby, za oběť však padl klášter. V blízkosti bašty rybníka stojí malý železobetonový bunkr, tzv. Řopík, který byl součástí prvorepublikového československého vojenského opevnění.

NS dále povede přes Horní Slověnice do Dolních Slověnic, kde bude umístěno čtrnácté stanoviště se zmínkou o místním kostelu a bitvě mezi stavovským vojskem vedeným Colorado Mansfeldem a Buquoyem. Ze Slověnic stezka povede do Hůrek, kde se bude nacházet poslední patnáctá informační tabule o Hůrkách, památníku a kapli. Z Hůrek je počítáno s návratem zpět do Lišova, výchozího i konečného bodu cyklistické naučné stezky – možnost zaparkování automobilu apod.

6.7 Odůvodnění projektu

Prvotním důvodem k vytvoření nové naučné stezky je opomíjení přírodního a historického potenciálu této lokality. K realizaci projektu přispěl fakt, že se v okolí Lišova nenachází naučná stezka věnovaná Velechvínskému polesí a jeho zaniklým středověkým osadám. Ke vzniku NS přispěl i probíhající archeologický výzkum

ve Velechvínském polesí. S ohledem na strategický plán MASHL pro období 2007-2013 je cestovní ruch považován za jeden z klíčových prvků rozvoje území. Naučná stezka v zájmové oblasti se jeví jako vhodný produkt šetrného cestovního ruchu, umožňující přímý kontakt návštěvníka NS s přírodou. Dále také přispěje k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu v oblasti.

6.8 Cíl projektu

Cílem projektu je zvýšit povědomí potenciálních návštěvníků o celé této oblasti pomocí inovovaného produktu. Záměrem projektu je znovuoživení některých míst na trase naučné stezky a zpestření této lokality pomocí naučné cyklistické stezky. Naučná stezka vede přes vrch Větrník, z něj je velmi dobrý výhled do krajiny. Velechvínské polesí je typické svou atmosférou pro návštěvníky (genius loci). Trasa NS záměrně prochází kolem vodní plochy, kterou návštěvníci mohou využít k rekreačnímu rybolovu. Dílčím cílem projektu nové naučné stezky je umožnit lidem s omezenou možností pohybu, částečný přístup na trasu NS, přímo ve Velechvínském polesí.

Projekt naučné stezky je navrhnout proto, aby blíže seznámil návštěvníky s historickými a přírodními zajímavostmi, které nabízí daná lokalita. Informace o těchto atraktivitách jsou umístěny na informačních tabulích, které se nacházejí na trase naučné stezky.

6.9 Cílová skupina návštěvníků

Projekt je zaměřen na větší počet cílových skupin. Základní cílovou skupinou návštěvníků jsou stávající cykloturisté a pěší turisté dané oblasti, cílem je zajištění vyšší míry jejich spokojenosti. Další skupinou jsou turisté s omezenou možností pohybu, kterým se projekt NS snaží rozšířit jejich možnosti pobytu v přírodě. Specifickou cílovou skupinou jsou návštěvníci, pocházející z blízkých významných destinací cestovního ruchu, a to především Českých Budějovic a Třeboňska. Řešení projektu představuje nový produkt v dosahu místa jejich hlavního pobytu. Potencionálními návštěvníky naučné stezky jsou turisté aktivně trávicí čas v Třeboňské pánvi se zájmem o přírodní, kulturní a historické atraktivity.

6.10 Významná specifika projektu

Velechvínské polesí je významnou oblastí z kulturně-přírodního hlediska. NS vede krajinou středověkých vesnic Velechvínského polesí. NS se věnuje hlavně dvěma zaniklým středověkým vesnickým sídlům, a to Prochodu a Žáru. Naučná stezka také připomíná historicky významné památky a události dané lokality.

Zviditelněním pozoruhodných a skoro zapomenutých zajímavostí je umožněno dosáhnout vyšší atraktivity daného území, a tím potenciálně navýšit počet návštěvníků v oblasti. Naučná cyklistická stezka spojuje na své trase významné a zajímavé body v okolí Lišova. NS je rozdělena do dvou okruhů, a je tak umožněno jí využívat nejen cyklisty, ale i pěšími turisty.

Je zcela bezpochyby důležité dbát na to, aby se naši handicapovaní spoluobčané mohli také věnovat turistice a měli tak šanci poznat zajímavosti svého okolí. Část naučné stezky je zpřístupněna lidem s omezenou možností pohybu.

6.11 Technické a technologické řešení projektu

Před zahájením vlastních prací na projektu NS je nutné si opatřit patřičná povolení vymezená platným legislativním rámcem České republiky, a to zákonem o životním prostředí č. 17/1992 Sb., zákonem o posuzování vlivů na životní prostředí č. 100/2001 Sb., zákonem o ochraně přírody a krajiny č. 114/1992 Sb., zákonem o ochraně ovzduší č. 86/2002 Sb. a zákonem č. 185/2001 Sb., O odpadech. Pro úspěšnou realizaci projektu NS je dále zapotřebí územní rozhodnutí a stavební povolení v souladu se stavebním zákonem č. 183/2006 Sb., O územním plánování a stavebním řádu a jeho prováděcích vyhlášek. Součástí přílohy k žádosti o povolení stavby jsou závazná stanoviska dotčených orgánů, a to orgánů ochrany přírody a krajiny z hlediska vlivu projektu NS, vyjádření příslušného orgánu EIA a dále z hlediska ochrany ovzduší, zemědělského půdního fondu a lesa. Velmi důležitým dokladem je doklad prokazující právo k pozemku nebo případné souhlasné povolení vlastníků pozemku, přes který NS prochází.

6.11.1 Úprava komunikací

Vlastní návrh úpravy povrchu NS dlouhého 500 metrů, který vede po trase NS od lesní školky na rozcestí k budoucímu turistickému přístřešku s cyklostavem, obsahuje pouze úpravu pro pokrytí nerovností povrchu tohoto úseku. Povrch je zapotřebí zpevnit, aby byl umožněn pohyb cyklistů. Jedná se o navezení vrstvy makadamu, která je následně zatlačena pomocí válce do povrchu.

6.11.2 Značení

Značení NS zabezpečí partner zadavatele, a sice Klub českých turistů. Kromě turistického značení značkou naučné stezky a speciální značky pro handicapované osoby (vyznačeny přístupné úseky trasy), je NS vybavena směřovkami (100x250 mm). Směřovky obsahují údaj o délce NS, směru a jejím názvu. Značky a směřovky jsou rozmístěny na úseku dlouhém 8,9 kilometrů. Směřovky jsou vyrobeny z pozinkovaného plechu.

6.11.3 Mobiliář naučné stezky

- **Turistický přístřešek**

Turistický přístřešek se skládá ze dvou laviček, stolku a stříšky. Turistický přístřešek je vyroben z borového dřeva, opatřený lakovým nátěrem. Přístřešek je ukotven zatlučenými kůly do země. Přístřešek se nachází na křižovatce u čtvrté informační tabule. Rozměr laviček a stolku (1 800 mm x 1 800 mm), rozměr střechy (1 800 x 2 000 mm) a celková výška přístřešku činí (2 300 mm).

- **Cyklostav**

Cyklostav se zamykáním měří 200 centimetrů. Stojan na kola je vyroben z masivního smrkového kmene o průměru 50 centimetrů. Cyklostav je opatřen lakovým nátěrem. Zamykání na stojanu je řešeno pomocí ocelových kotvících háků ve tvaru „O“. Cyklostav je pevně osazen v zemi a nachází se u čtvrté informační tabule.

- **Odpadkové koše**

Odpadkový koš je vyroben z půlené smrkové palisády s víkem. Smrkové dřevo bude ošetřeno lazurovacím lakem. Odpadkový koš bude pevně usazen v zemi. Předpokládá se s počtem 6 odpadkových košů. Odpadkové koše jsou umístěny u nově umístěného turistického přístřešku a stávajících dalších pěti odpočívadel nacházejících se na trase NS.

- **Informační tabule**

Na naučné stezce se bude nacházet patnáct informačních tabulí se stříškou. Informační panel má dřevěnou konstrukci. Informační tabule se skládá z PVC desky o rozměrech (4x1500x1000mm), na PVC desku je přilepena folie s textem, fotografiemi, ortofotomapou s vyznačením trasy NS s informačními tabulemi, QR kódem a značkou NS o rozměrech (1500x1000 mm), folie obsahuje UV filtr. Na informační tabuli se budou nacházet loga pěti partnerských firem, logo EU, Leaderu, Programu rozvoje venkova a MASHL. Povrch poslední desky je opatřen plexisklem o rozměrech (1200x800 mm). Informační tabule je umístěna 80 centimetrů v zemi a ukotvena pomocí kovových patek.

6.11.4 Výdaje spojené s provozem

Provozními výdaji se v rámci tohoto projektu převážně rozumí výdaje na údržbu NS. Během trvání životnosti NS se nepočítá s výdaji na údržbu a rekonstrukci NS a jejího mobiliáře NS. S výdaji na údržbu se předpokládá v souvislosti s odvozem odpadků. Při kalkulování provozních nákladů NS se neuvažuje s odpisy hmotného majetku, protože se jedná o majetek města Lišova.

6.12 Výsledky projektu

Výsledkem projektu optimalizace bude vytvoření naučné stezky v zájmové oblasti. NS bude využívat přírodního a historického potenciálu vybrané lokality. Záměrem je zvýšit povědomí o přírodních a historických atraktivitách v dané oblasti. Po skončení realizace projektu bude naučná stezka volně přístupná. Návštěvníkům bude na trase NS k dispozici pořízený mobiliář.

6.13 Celkový harmonogram projektu

Etapy projektu naučné stezky se rozdělují na tři základní fáze, a to předinvestiční fáze, investiční fáze a provozní fáze. Jednotlivé etapy s řešenými aktivitami jsou obsaženy v příložených tabulkách (tabulka 7, 8 a 9).

Tabulka 6: Předinvestiční fáze

	Předinvestiční fáze
1.	Formulace a tvorba projektového záměru
2.	Stanovení cílů projektu NS
3.	Stanovení postupů k dosažení cílů
4.	Identifikace cílové skupiny
5.	Předběžný návrh rozpočtu
6.	Podání projektové žádosti
7.	Sestavení projektového týmu
8.	Vytvoření metodiky řízení projektu NS
9.	Vytvoření návrhu technického řešení
10.	Analýza trhu a poptávky
11.	Tvorba projektové dokumentace
12.	Tvorba rozpočtu projektu NS
13.	Zajištění zdrojů předfinancování a financování projektu
14.	Posouzení vlivů na životní prostředí
15.	Žádost o stavební povolení
16.	Vyřízení dalších potřebných povolení
17.	Hledání vhodných partnerů projektu
18.	Výběr vhodných dodavatelů projektu na základě výběrového řízení
19.	Identifikace veškerých aktivit v rámci projektu NS
20.	Formulace rizik projektu NS
21.	Hledání vhodného dotačního titulu v oblasti cestovního ruchu
22.	Tvorba harmonogramu projektu NS
23.	Realizace výběrového řízení na dodavatele projektu

Zdroj: Vlastní zpracování.

Tabulka 7: Investiční fáze

Investiční fáze	
<i>Stavební práce</i>	
1.	Úprava povrchu NS - úsek 500 m
2.	Zhotovení fotografického materiálu
3.	Grafické zpracování obsahu informačních tabulí
4.	Dodání a usazení odpadkových košů
5.	Dodání a usazení turistického přístřešku
6.	Dodání a usazení cyklostavu
7.	Výroba a usazení informačních tabulí
8.	Vyznačení trasy NS turistickou značkou NS (vybrané úseky)
9.	Vyznačení trasy NS - značkou pro handicapované osoby
<i>Publicita</i>	
1.	Tvorba propagačních prospektů
4.	Tisková zpráva o tvorbě, dokončení a otevření NS v Lišovském zpravodaji
6.	Informace o otevření NS na webové stránky MASHL
7.	Tisk informačních prospektů
8.	Závěrečné představení projektu NS
<i>Administrativa a monitoring</i>	
1.	Průběžná analýza rizik
2.	Předkládání monitorovacích a etapových zpráv
3.	Řízení projektu a zpracování závěrečné zprávy s žádostí o platbu
4.	Uvedení naučné stezky do provozu
5.	Slavnostní otevření NS

Zdroj: Vlastní zpracování.

Tabulka 8: Provozní fáze

Provozní fáze	
1.	Údržba naučné stezky - udržování komunikace, mobiliáře NS, svoz odpadků
2.	Udržování turistického značení trasy NS
4.	Provádění průběžné kontroly stavu NS
5.	Následné vyhodnocení a sledování efektivnosti projektu

Zdroj: Vlastní zpracování.

Veškeré aktivity uvedené v harmonogramu projektu NS (tabulka 10) jsou rozčleněny do jednotlivých fází. Maximální doba trvání projektu je dle příručky žádosti o dotaci z programu LEADER 24 měsíců.

Tabulka 9: Harmonogram projektu NS

POLOŽKA	1. ROK												2. ROK							
	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.			
Předinvestiční fáze																				
Projektová dokumentace	■	■	■	■	■															
Výběrové řízení		■	■	■	■															
Podání žádosti o dotaci						■	■													
Investiční fáze																				
Zpevnění povrchu												■								
Odpadkové koše, výroba, usazení												■	■	■						
Odpočívadlo, výroba, usazení												■	■	■						
Cyklostav, výroba, usazení												■	■	■						
Instalace a značení NS												■	■	■						
Informační tabule, výroba, usazení												■	■	■						
Informační prospekt, tisk												■	■	■						
Tisk. zpráva ve zpravodaji												■	■	■	■					
Závěrečná zpráva																■	■			
Provoz NS																	■			

Zdroj: Vlastní zpracování.

6.14 Místa realizace projektu

- Stát (NUTS 1): Česká republika,
- Region (NUTS 2): CZ03 – Jihozápad,
- Kraj (NUTS 3): CZ031 – Jihočeský,
- Okres (LAU 1): CZ0311 – České Budějovice,
- Obec (LAU 2): NS vede přes obce CZ0311544779 – Lišov, CZ0311535800 – Libníč, CZ0311545121 – Ševětín, CZ0313561045 – Smržov,
- NS se nachází v katastrálním území Lišov 685178. Povede přes katastrální území Jelmo 683027, Červený Újezdec 668460, Velechvín 668494, Kolný 668478, Ševětín 762458, Smržov u Lomnice nad Lužnicí 686701, Horní Slověnice 750735, Dolní Slověnice 750725 a dále přes Hůrky u Lišova 649589.

6.15 Popis projektu (specifická strana)

Podíl délky stezky vedoucí lesem nesmí přesáhnout 49% celkové délky trasy. Celkový okruh NS je dlouhý cca 31 kilometrů, délka stezky vedoucí lesem měří cca 15 kilometrů. Podíl délky naučné stezky vedoucí lesem na celkové délce stezky je 48%.

6.16 Analýza nabídky

V Třeboňské pánvi se nachází mnoho naučných stezek, převážně v oblasti okolo Třeboně. Analýza nabídky naučných stezek v daném regionu proběhla již v bakalářské práci. Během dvou let ovšem další naučné stezky přibyly, a to i v blízkém okolí města Lišova. V Lišově vznikly naučné stezky Základní školy Lišov, školní naučná stezka Lesní rybníky a Dendrologická stezka. Další naučnou stezkou je NS Putování krajem malíře Jana Rafaela Schustera, která se dělí na dvě trasy: „Lišovským prahem“ a „Společně na místo věčné“. Naučné stezky nejsou v současnosti zcela hotové, stále se doplňují novými informačními panely. Nová naučná stezka „Zaniklá krajina Velechvínského polesí“ se s jednou z nich kříží.

V Třeboňské pánvi se nachází tyto naučné stezky:

1. NS Borkovická blata
2. NS Veselské pískovny
3. NS Velký Lomnický
4. NS Rožmberk
5. NS Cesta kolem Světa
6. NS Okolo Třeboně
7. NS Zdraví Třeboň – Hradeček
8. NS Domanín
9. NS Červené blato
10. NS Putování krajem malíře Jana Rafaela Schustera – trasa 1: „Lišovským pralhem“
11. NS Putování krajem malíře Jana Rafaela Schustera – trasa 2: „Společně na místo věčné“
12. školní NS Lesní rybníky
13. školní NS Dendrologická stezka

6.17 Marketingová strategie

6.17.1 Poslání projektu

Posláním projektu NS je připomenutí význačných historických a přírodních zajímavostí dané lokality. Vybudováním nové naučné stezky dojde ke zvýšení atraktivity území pro potencionální návštěvníky. Realizací projektu se předpokládá zvýšení příjmu z cestovního ruchu v oblasti.

6.17.2 Zvolená strategie

Vybranou strategií projektu NS je inovace a rozšíření stávajícího produktu cestovního ruchu. Pro realizaci produktu je nutné mít vazbu na cíle vytvořeného strategického plánu, za účelem získání finanční podpory státu a Evropské Unie. V rámci projektu se řeší podmínky k zabránění většímu znečištění okolní krajiny naučné stezky.

Projekt počítá s vytvořením pravidel pohybu na naučné stezce z hlediska ochrany přírody i podpory šetrné turistiky.

6.18 Marketingový mix

6.18.1 Produkt

Hlavním produktem projektu je naučná stezka „Zaniklá krajina Velechvínského polesí“, která se nachází v Třeboňské pánvi a prochází územím Lišovska. Zrealizováním naučné stezky se místní obyvatelé a potenciální návštěvníci lokality dozvědí více o zaniklých středověkých osadách, které byly umístěny v blízkosti trasy NS. Vytvoří se příležitost k poznávání historie a přírody.

Naučná stezka „Zaniklá krajina Velechvínského polesí“ zahrnuje:

- 15 informačních tabulí
- 5 stávajících odpočívadel
- 1 nově umístěný turistický přístřešek
- 1 nově umístěný dřevěný cyklostav
- 6 odpadkových košů umístěných u jednotlivých odpočívadel a turistického přístřešku
- informační materiál pro návštěvníky NS

6.18.2 Cena

Naučná stezka není vytvořena za účelem tvorby zisku. Zásadním cílem naučné stezky je rozvoj cestovního ruchu dané lokality. NS má za úkol předávat informace o kulturních, historických a přírodních atraktivitách území, kterým prochází. Realizace NS představuje veřejně prospěšnou investici. NS vede z části již po stávajících vyznačených turistických trasách, a proto nemůže být zpoplatněna. Vznik NS bude financován z přidělené dotace. Financování údržby naučné stezky se předpokládá ze zdrojů města Lišova ve spolupráci s okolními obcemi. V souvislosti s NS existuje jediná mož-

nost tvorby zisku, a to z prodeje různých propagačních materiálů s námětem naučné stezky. Propagačním materiálem jsou myšleny zejména pohlednice, turistické známky, turistické mince a další upomínkové předměty.

6.18.3 Distribuce

Princip tohoto bodu se zakládá na vhodně zvoleném způsobu distribučního kanálu, jehož prostřednictvím se produkt projektu dostane ke konečnému spotřebiteli. V rámci produktu naučné stezky jde o přímou distribuci, protože zřizovatel poskytuje produkt bez zprostředkovatele.

6.18.4 Marketingová komunikace

Marketingová komunikace představuje jeden z nástrojů, kterým je poskytovatel schopen produkt projektu veřejně prezentovat a prosazovat. Za vhodný způsob prezentace je považována tisková zpráva o průběhu realizace NS, jejím dokončení a slavnostním otevření. Jednou z možností, která se jeví jako nejvhodnější, je zveřejnění této zprávy v Lišovském zpravodaji. Další možností je publikace tiskové zprávy v Českobudějovickém deníku.

Cílem marketingové komunikace je informovat o NS cílové skupiny návštěvníků, za tímto účelem budou vytvořeny informační prospekty. Informační prospekt musí být kvalitně zpracován, tak aby upoutal pozornost potenciálního návštěvníka, jinak jeho vytvoření pozbývá smyslu. Jediným propagačním materiálem bude informační prospekt ve velikosti A4, složený na 1/3 A4 (99x210 mm). Na výrobu informačního prospektu bude použit lesklý křídový papír. Informační prospekt bude obsahovat informace o naučné stezce, informace o dané lokalitě, fotografie z NS, orotofotomapu z vyznačením trasy NS a jednotlivých informačních tabulí. Vydání bude pouze v českém jazyce. V budoucnosti by se dalo očekávat vyrobení informačních prospektů i v jazykových mutacích. S výrobou jiných propagačních materiálů se v blízké době nepočítá. Informační prospekty budou k dispozici pro návštěvníky v informačních centrech v Českých Budějovicích, Třeboni a Lišově.

Informace o naučné stezce se budou nacházet na internetových stránkách města Lišova. Budou poskytnuty důležité informace o způsobu dopravy k NS, charakteristika naučné stezky a pravidla pohybu po NS. Pro poskytnutí informací o NS může být využito webových stránek MAS Hlubocko-Lišovsko o.p.s. nebo Klubu českých turistů Jihočeského kraje. K dalšímu informování veřejnosti bude sloužit zpracovaná tisková zpráva umístěná v Lišovském zpravodaji. S vydaji na umístění tiskové zprávy v Lišovském zpravodaji se nepočítá.

6.19 Management projektu a řízení lidských zdrojů

Na celkovou realizaci dohlíží zřizovatel naučné stezky město Lišov, které také bude zabezpečovat propagaci a následnou údržbu produktu projektu. Město Lišov bude zároveň správcem naučné stezky. Nejdůležitějším úkolem města je zajistit finanční zdroje potřebné pro realizaci projektu. Pro získání těchto zdrojů je nutné vyplnit a následně předložit žádost o dotaci. Úspěšné realizace lze dosáhnout vytvořením projektového týmu. Projektový tým bude složen z pracovníků odborů Městského úřadu Lišov. V projektovém týmu bude působit hlavní manažer projektu, který bude zároveň i projektovým manažerem. V otázkách týkajících se technických aspektů projektu bude řešena spolupráce odborného konzultanta. Finanční manažer bude odpovědný za finanční rozvržení projektu a stavu rozpočtu. Jednotlivým členům projektového týmu budou přiděleny činnosti odpovídající jejich odborné kvalifikaci a získaným zkušenostem. Vytvoření týmu zamezí případnému výskytu rizik a hrozeb během jednotlivých etap projektu. Nejdůležitějším pracovníkem projektového týmu je projektový manažer, který má na starosti řízení celého projektu.

6.19.1 Hlavní manažer projektu

Projektový manažer zodpovídá za řízení činnosti projektového týmu, přerozdělování dílčích úkolů jednotlivým členům týmu a jejich následnou kontrolu. Dále projektový manažer určuje časový harmonogram projektu a kontroluje, zda je dodržován. Projektový manažer vede porady projektového týmu a rozhoduje v případných krizových situacích. Má za úkol provádět monitoring a zpětnou kontrolu řízení jednotlivých

aktivit. Náplní jeho funkce je rovněž zabezpečení technických podmínek realizace projektu. Nezbytnou aktivitou projektového manažera je také spolupráce při tvorbě závěrečné zprávy a žádosti o vyplacení dotace i s přílohami.

6.19.2 Odborný konzultant

Odborný konzultant v průběhu přípravy a realizace projektu poskytuje konzultace. Dále je odpovědný za grafickou podobu návrhu a obsah nacházející se na informačních tabulích a grafický návrh informačního prospektu.

6.19.3 Finanční manažer

Finanční manažer má na starosti řízení projektu z ekonomického hlediska a dohlíží na čerpání finančních prostředků v návaznosti na vypracovaný rozpočet projektu a uskutečněné činnosti. Dále vede celkové účetnictví projektu, kooperuje s kontrolními orgány při průběhu finanční kontroly projektu.

6.19.4 Výběr dodavatelů

Vhodní dodavatelé budou vybráni na základě výběrového řízení, které proběhne v souladu se zákonem č. 137/2006 Sb., O veřejných zakázkách. Po vyhlášení výzvy se uskuteční výběrové řízení a výběrová komise posoudí jednotlivé nabídky. Nejdůležitějším kritériem pro hodnocení nabídek bude výše nabídkové ceny a co nejkratší časový horizont pro vyhotovení.

Výběrové řízení se bude týkat veřejné zakázky na výrobu, dodání a osazení mobiliáře NS (informační tabule, turistický přístřešek, cyklostav, odpadkové koše), dodávku informačních prospektů, úpravy části povrchu trasy NS.

6.19.5 Vznik nových pracovních příležitostí

Realizace projektu může mít vliv na zvýšení zaměstnanosti v blízkém okolí NS. Vzhledem k nenáročné údržbě a k neexistenci osoby provádějící návštěvníky po NS, nevzniknou nová pracovní místa přímo spojená s naučnou stezkou.

7 ZÁVĚR

Hlavním cílem diplomové práce bylo vypracovat návrh projektu optimalizace naučných stezek ve vybraném území Třeboňské pánve. Výstupem projektu je tvorba nového produktu v zájmovém území.

Stále více účastníků cestovního ruchu preferuje trávit volný čas v přírodě aktivně. Zvyšující se poptávka účastníků cestovního ruchu po zdravém životním stylu, šetrných produktech cestovního ruchu a aktivním pohybu má za následek větší rozvoj cykloturistiky. Přírodní a historický potenciál Lišovska nebyl zatím zcela využit k rozvoji cestovního ruchu v dané oblasti.

Při identifikaci příležitostí na trhu cestovního ruchu v zájmovém území se vycházelo ze shrnutí výsledků dat získaných z dotazníkového šetření v bakalářské práci, realizovaného v červnu až srpnu 2010. Z odpovědí respondentů vyplynulo, že nejčastěji volí způsob absolvování celé trasy naučné stezky na kole a preferují spíše okružní trasy.

Na základě výsledků z primárních dat byl navržen projekt optimalizace, a to Naučná cyklistická stezka: „Zaniklá krajina Velechvínského polesí“. Záměrem projektu je znovuoživení některých míst na trase naučné stezky a zpestření této lokality pomocí naučné cyklistické stezky. Projekt naučné stezky je navrhnout proto, aby blíže seznámil návštěvníky s historickými a přírodními zajímavostmi, které nabízí daná lokalita.

Projekt řeší vybudování nové naučné stezky v Třeboňské pánvi, přesněji v okolí Lišovského prahu. Začátek a konec naučné stezky se nachází ve městě Lišov. Celkový okruh NS je dlouhý cca 31 kilometrů, jedná se o okruh zcela přístupný cyklistům. Naučná stezka se dělí dále na dva menší okruhy, z nichž jeden měří cca 22 kilometrů a je určen spíše pro cyklisty. Druhý okruh NS je určen pro pěší turisty, měří 8,5 kilometrů. NS je z části přístupná lidem s omezenou možností pohybu, tato část se shoduje s délkou trasy pro pěší.

Zřizovatelem a správcem Naučné stezky „Zaniklá krajina Velechvínského polesí“ by mohlo být město Lišov, které bude zároveň zadavatelem projektu. Projekt bude financován částečně z vlastních zdrojů obce a příspěvků od partnerů projektu. Větší část finančních prostředků potřebných na realizaci projektu bude poskytnuta formou dotace z EU. Konkrétně se bude jednat o dotaci z PRV osy IV metody Leader. Partnerem pro-

jektu za účelem údržby značení naučné stezky bude Klub českých turistů. Dalšími partnery budou firmy, které poskytnou příspěvek na financování projektu. Uvažuje se o pěti firmách z oblasti Lišovska. Jejich loga budou umístěna na jednotlivých informačních panelech.

V rámci projektu byla určena potřeba technického vybavení naučné stezky a mobiliář na trase naučné stezky. Naučná stezka bude vybavena 15 informačními tabulemi a mobiliářem, dále pak značením směrovými značkami na určených místech na trase. Obsahy informačních panelů jsou zaměřeny na popis přírodních a kulturních atraktivit, které se vztahují k danému bodu.

Projekt byl realizován na základě dokumentů PRV a MAS Hlubocko-Lišovsko o.p.s. S odkazem na tyto dokumenty byly stanoveny celkové způsobilé výdaje projektu, celkové nezpůsobilé výdaje projektu a celkové výdaje projektu. Cílem projektu není generovat zisk. Protože je projekt realizován v rámci PRV osy IV metody Leader a nachází se na již stávajících turistických trasách, nelze přístup na naučnou stezku poskytovat za poplatek.

V rámci diplomové práce byly navrženy možnosti financování projektu. Dotace z PRV bude činit 90 procent způsobilých výdajů, 10 procent způsobilých výdajů a celkové nezpůsobilé výdaje budou částečně kryty z vlastních zdrojů města Lišova a příspěvku partnerů projektu.

Hlavní cíl diplomové práce byl splněn tvorbou projektu Naučná cyklistická stezka: „Zaniklá krajina Velechvínského polesí“. Úkolem projektu bylo optimalizovat postavení naučných stezek ve vybrané oblasti. Nová naučná stezka je primárně zaměřena na cyklisty, tím reaguje na zvyšující se zájem účastníků cestovního ruchu o cykloturistiku. Část naučné stezky je také přístupná pro pěší a osoby s omezenou možností pohybu. Projekt přispívá k optimalizaci stavu mezi nabídkou naučných stezek a preferencemi návštěvníků.

8 SUMMARY

The main aim of this diploma thesis is to work out the optimization project proposal of the interpretive trails in the selected area of the Třeboň basin. The result of the optimization is creation of new product in the area of interest.

Most of the tourists prefer to spend their free time actively, while they are staying in nature. Tourists demand for the healthy lifestyle, green tourism products and active way of life causes the growth of cycling. The natural and historic potential of the area of Lišovsko hasn't been fully utilized.

The project proposal describes the creating of new interpretive trail. The equipment of the interpretive trail was specified. In the project were suggested possibilities of financing the interpretive trail.

The main aim of this thesis was fulfilled by the project proposal. The new-created interpretive trail was primarily designed for cyclists but the part of the trail is also accessible for pedestrians and disabled people.

Keywords: tourism optimization project, interpretive trail, sustainability, tourism, Třeboň basin, Lišovsko

9 SEZNAM PRAMENŮ A POUŽITÉ LITERATURY

Angiel, J. (2006). The role of didactic trails in geographical education in Poland. *Miscellanea Geographica*. 12, 277-286.

American Marketing Association. (2013). *Marketing*. Retrieved from: <<https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>>.

Agentura projektového a dotačního managementu. (2008). *Projektový management – od nápadu k realizaci aneb Jak připravit a řídit projekt „v kostce“*. Retrieved from <http://www.crr.cz/Files/Docs/publikace/System_rizeni_projektu.pdf>.

Binek, J., Galvasová, I., Chabičovská K., Holeček, J., Svobodová, H., Halásek, D., & Novosák, J. (2011). *Rozvojový interaktivní audit*. Retrieved from: http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2011/03/Publikace_RIA.pdf.

Blažek, J., & Uhlíř, D. (2002). *Teorie regionálního rozvoje: nástin, kritika, klasifikace*. (1. vyd). Praha: Karolinum.

Briedenhann, J., & Wickens, E. Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas - vibrant hope or impossible dream?. *Tourism Management*. Vol. 25(1), 71-79.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, 21(1), 97-116.

CzechTourism. (2003). *Cestovní ruch v regionech*. Retrieved from: < http://www.czechtourism.cz/files/regiony/rozvoj/cestovni_ruch.pdf>.

CzechTourism. (2013). *Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch – souhrnná etapová zpráva LÉTO 2013*. Retrieved from: <http://www.czechtourism.cz/getmedia/fb054d5f9e30-438a-8657-3a7e17c231a6/09_01_14_etapova_zprava_leto_2013.pdf.aspx>.

CzechTourism. (2011). *Průzkum chování a potřeb cyklistů, bikerů a in-line bruslařů v Česku Česko jede*. Retrieved from: < <http://www.ceskojede.cz/rubriky/cyklo-a-in-line-pruzkum/>>.

Dolanský, V., Měkota, V., & Němec, V. (1996). *Projektový management*. Praha: Grada Publishing, a. s.

- Doležal, J., Hájek M., Hrazdilová Bočková, K., Krátký, J., Lacko, B., Máchal, P., Nechvílová S., ... Cingl, O. (2012). *Projektový management podle IPMA*. (2. vyd.). Praha: Grada Publishing, a. s.
- Drucker, P. F. (2007). *To nejdůležitější z Druckera v jednom svazku*. (1. vyd.). Praha: Management Press.
- Ekonomická fakulta, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. (2013). *Požadavky na bakalářské a diplomové práce*. Retrieved from <<http://www.ef.jcu.cz/education/studujici/pozadavky-na-zaverecne-prace>>.
- Eurovision, kolektiv autorů. (2007). *Region a cestovní ruch*. Retrieved from <http://vyzkumy.czechtourism.cz/download.php?type=analyzy&file=0454_.pdf>.
- Faltová Leitmanová, I., Klufová, R., Friebelová, J., & Klicnarová, J. (2012). *Regionální rozvoj – přístupy a nástroje*. (1. vyd.). Praha: Alfa.
- Fellegiová, E. & Pavezová, I. (2008). *Destinační management: příležitosti pro váš region*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Ekonomická fakulta.
- Foret, M., & Foretová, V. (2001). *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. (1. vyd.). Praha: Grada Publishing, a. s.
- Fotr, J., & Souček, I. (2005). *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. (1. vyd.). Praha: Grada Publishing, a.s.
- Fotr, J., & Souček, I. (2011). *Investiční rozhodování a řízení projektů*. (1. vyd.). Praha: Grada Publishing, a. s.
- Franke, A. et al., (2012). *Zmírňování disparit prostřednictvím rozvoje cestovního ruchu*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika.
- Fyall, A., & Garrod, B. (2005). *Tourism marketing: A collaborative approach*. Clevedon: Channel view publications.
- Goeldner, Ch. R., & Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. (11th ed.). New York: Wiley.
- Gúčík, M. (2000). *Cestovní ruch a regionální rozvoj: zborník z vedeckej konferencie*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Ekonomická fakulta.

- Gúčík, M. et al. (2004). *Krátký slovník cestovního ruchu*. (1.vyd). Banská Bystrica: Panoráma. sk.
- Griffin, R. W. (2013). *Management: principles and practices*. (11th ed.). Australia; U. K.: South-Western, Cengage Learning.
- Hájek, T., & Hrabánková, M. (2002). *Management cestovního ruchu*. (1. vyd.). České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta.
- Hrabánková, M., Rolínek, L., Řehoř, P., Čermáková, A., & Navrátil, J. (2009). *Identifikace sociálně-ekonomických podmínek rozvoje horských a podhorských oblastí*. (1. vyd.). České Budějovice: EF, JU.
- Holešinská, A. (2012). *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. (1. vyd.). Brno: Masarykova univerzita.
- Horáková, H. (2003). *Strategický marketing*. (2. vyd.). Praha: Grada Publishing a.s.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb*. (1.vyd.) Praha: Grada Publishing, a. s.
- Irmišová, Š. (2011). *Naučné stezky v cestovním ruchu Třeboňska*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta. Vedoucí práce: Josef Navrátil.
- Jakubíková, D. (2012). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, a. s.
- Kirářová, A. (2003). *Marketing destinace cestovního ruchu*. (1. vyd.). Praha: EKOPRESS.
- Kirářová, A. (2005). *Vytváření organizací cestovního ruchu (OCR) v turistických regionech*. Retrieved from <http://www.czechtourism.cz/files/regiony/rozvoj/cestovni_ruch.pdf>.
- Kirářová, A., & Straka, I. (2013). *Vliv globalizace na marketing destinace cestovního ruchu*. (1. vyd.). Praha: EKOPRESS.
- Kotler, P. (1998). *Marketing management: analýza, plánování, využití, kontrola*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Kotler, P. & Keller P. L. (2007). *Marketing management*. Praha: Grada Publishing, a.s.

Krejčí, T., Klusáček, P., Konečný, O., & Ruda, A. (2010). *Regionální rozvoj – teorie, aplikace, regionalizace*. Brno: Mendlova univerzita v Brně.

Lacina, K. (2007). *Regionální rozvoj a veřejná správa*. (1. vyd.). Praha: Vysoká škola finanční a správní, o.p.s.

Lourens, M. (2007). Route tourism: a roadmap for succesful destinations and local economic development. *Development Southern Africa*, 24(3), 475-489.

Macháček, J. (2004). *Ekonomické souvislosti využívání kulturně historické lokalit*. Praha: Oeconomica.

Maier, K., Valeš, M., Vorel, J., Vozáb, J., Bečka, M., Cach, J., Čtyroký, J., ... Svobodová, K. (2012). *Udržitelný rozvoj území*. (1. vyd.). Praha: Grada Publishing, a. s.

Managementmania.com. (2013). *Strategické řízení*. Retrieved from: <<https://managementmania.com/cs/strategicke-rizeni>>.

MASHL. (2012). *Formulář žádosti o dotaci*. Retrieved from: <http://www.mashl.cz/images/stories/soubory/leader/7_vyzva/zadost_o_dotaci.pdf>.

MASHL. (2012). *Instruktažní list pro vyplňování: „Žádost o dotaci z PRV“*. Retrieved from: <http://www.mashl.cz/images/stories/soubory/leader/7_vyzva/instruktazni_list_pro_vyplovani_zadosti_o_dotaci.pdf>.

MASHL. (2012). *Metodika pro tvorbu Fichí*. Retrieved from: <http://www.mashl.cz/images/stories/soubory/leader/7_vyzva/metodika_pro_tvorbu_fichi.pdf>.

MASHL. (2012). *PRAVIDLA, kterými se stanovují podmínky pro poskytování dotace pro místní akční skupiny v rámci Programu rozvoj venkova ČR na období 2007-2013*. Retrieved from: <http://www.mashl.cz/images/stories/soubory/leader/7_vyzva/pravidla_pro_opatreni_I_V.1.1.1.pdf>.

MASHL. (2012). *Fiche1*. Retrieved from: <http://www.mashl.cz/images/stories/soubory/leader/7_vyzva/fiche1.pdf>.

Marek, D. & Kantor, T. (2009). *Příprava řízení projektů strukturálních fondů Evropské unie*. (2. vyd.). Brno: Společnost pro odbornou literaturu – Barrister & Principal.

Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky. (2006). *Strategie regionálního rozvoje České republiky*. Retrieved from: <http://www.mmr.cz/getmedia/4ec7a0e7-fb30-46c7-8a80-57152c06d60c/SRR_dokument>.

Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky. (2013). *Strategie regionálního rozvoje České republiky 2014-2020*. Retrieved from: <<http://www.mmr.cz/getmedia/08e2e8d8-4c18-4e15-a7e2-0fa481336016/SRR-2014-2020.pdf>>.

Ministerstvo zemědělství České republiky. (2007-2013). *Program rozvoje venkova ČR*. Retrieved from: <http://eagri.cz/public/web/file/301042/prv_aktualni_schvalene_zneni.pdf>.

Ministerstvo zemědělství České republiky. (2009-2013). *Leader*. Retrieved from: <<http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/program-rozvoje-venkova-na-obdobi-2007/opatreni-osy-iv/>>.

Navrátil, J. (2012). *Návštěvník jako rozvojová faktor navštíveného místa. Aplikovaná geografie cestovního ruchu na příkladu vody v turistických regionech jižní Čechy a Šumava*. (1. vyd.). Praha: Alfa nakladatelství.

Navrátil, J. (2011). *Text prohlášení na začátek kapitoly projektu*. Retrieved from: <<http://moodle09.ef.jcu.cz/mod/resource/view.php?id=743>>.

Němec, V. (2002). *Projektový management*. (1. vyd.). Praha: Grada Publishing, a.s.

Novacká, L. (2010). *Cestovní ruch a Evropská unie*. Bratislava: Sprint dva.

Parmová, D., Dvořák, V., & Frková, I. (2013). *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Občanské sdružení Chance in nature: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta.

Pártlová, P. & Váchal, J. (2010). *Regionální projektování: Studijní opora pro kombinované studium – Magisterský studijní program*. Retrieved from: <<http://moodle.ef.jcu.cz/course/view.php?id=27>>.

Project Management Institute. (2014). *What is project management?*. Retrieved from: <<http://www.pmi.org/About-Us/About-Us-What-is-Project-Management.aspx>>.

- Ritchie, J. R. B. & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon: CABI Publishing.
- Rogerson, M. C. (2006). Tourism routes as vehicles for local economic development in South Africa: The example of the Magaliesberg meander. *Urban Forum*. 18(2), 49-68.
- Rogerson, M. C. (2009). Local Economic Development and Tourism Planning in Africa: Evidence from Route Tourism in South Africa. *Tourism Strategies and Local Responses in Southern Africa*.
- Rosenau, M. D. (2010). *Příprava a plánování, zahájení, výběr lidí a jejich řízení, kontrola a změny, vyhodnocování*. Brno: Computer Press.
- Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. (1. vyd.). Praha: Grada Publishing, a.s.
- Ryglová, K., & Vajčnerová, I. (2012). Possible Complex Approaches towards Evaluating the Quality of a Destination in the Context of Tourism. *MENDELU Working Papers in Business and Economics*, 20, 1-11. Retrieved from <http://ftp.mendelu.cz/RePEc/men/wpaper/20_2012.pdf>.
- Strukturální-fondy.cz. *Fondy EU. Regionální politika EU*. (2007-2013). Retrieved from: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Temp/Informace-o-fondech-EU>>.
- Sharpley, R. & Telfer, D. J. (2002). *Aspect of Tourism: Tourism and development: Concepts and issues*. Clevedon: Channel view publications.
- Světlík, J. (1994). *Marketing - cesta k trhu*. (2. vyd.). Zlín: EKKA.
- Svozilová, A. (2008). *Projektový management*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Šprincová, S. (1981). *Úvod do geografie cestovního ruchu*. (2. vyd.). Olomouc: Přírodovědecká fakulta UP.
- Toušek, V., Kunc, J., Vystoupil, J., Daněk, P., Klapka, P., Mulíček, J., Szcyrba, ... Viturka, M. (2008). *Ekonomická a sociální geografie*. Plzeň: Aleš Čeněk.
- Tsiotsou, R. & Goldsmith, R. (2012). *Strategic Marketing in Tourism Services*. Bingley: Emerald Group.

United Nations World Tourism Organization. (2011). *Understanding Tourism: Basic Glossary*. Retrieved from <http://www.unwto.org/pdf/Understanding_Tourism-BasicGlossary_EN.pdf>.

Vajčnerová, I. (2009). *Destinační management*. (1. vyd.). Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně.

Vystoupil J., Holešinská, A., Šauer, M. (2007a). *Vymezení destinace a formulace jejích charakteristik a organizace cestovního ruchu v destinaci*. Retrieved from <http://vyzkumy.czechtourism.cz/download.php?type=analyzy&file=0509_.pdf>.

Vystoupil, J., Šauer, M., Holešinská, A., Metelková, P. (2007b). *Marketing cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta.

Vystoupil, J., Šauer, M., Holešinská, A., Metelková, P. (2007c). *Management cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta.

Williams, Ch. (2013). *MGMT5: principles of management*. Mason: USA: South-Western.

Wokoun, R. (2003). *Česká regionální politika v období vstupu do Evropské unie*. (1. vyd.). Praha: Vysoká škola ekonomická, Fakulta Národohospodářská.

Wokoun, R., Malinovský, J., Damborský, M., Blažek, J., Ježek, J., Sucháček, J., Tvrдый, L. a kol., ... Šotkovský, I. (2008). *Regionální rozvoj: Východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování*. (1. vyd.). Praha: Linde Praha.

10 SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Výdaje na projekt v předinvestiční fázi.....	43
Tabulka 2: Výdaje na projekt v investiční fázi.....	44
Tabulka 3: Výdaje na projekt v provozní fázi.....	45
Tabulka 4: Celkové výdaje projektu.....	45
Tabulka 5: Zdroje krytí projektu.....	47
Tabulka 6: Předinvestiční fáze.....	54
Tabulka 7: Investiční fáze.....	55
Tabulka 8: Provozní fáze.....	56
Tabulka 9: Harmonogram projektu NS.....	56

11 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Návrh naučné stezky, orotofotomapa

Příloha 2: Návrh naučné stezky, mapa zabaged

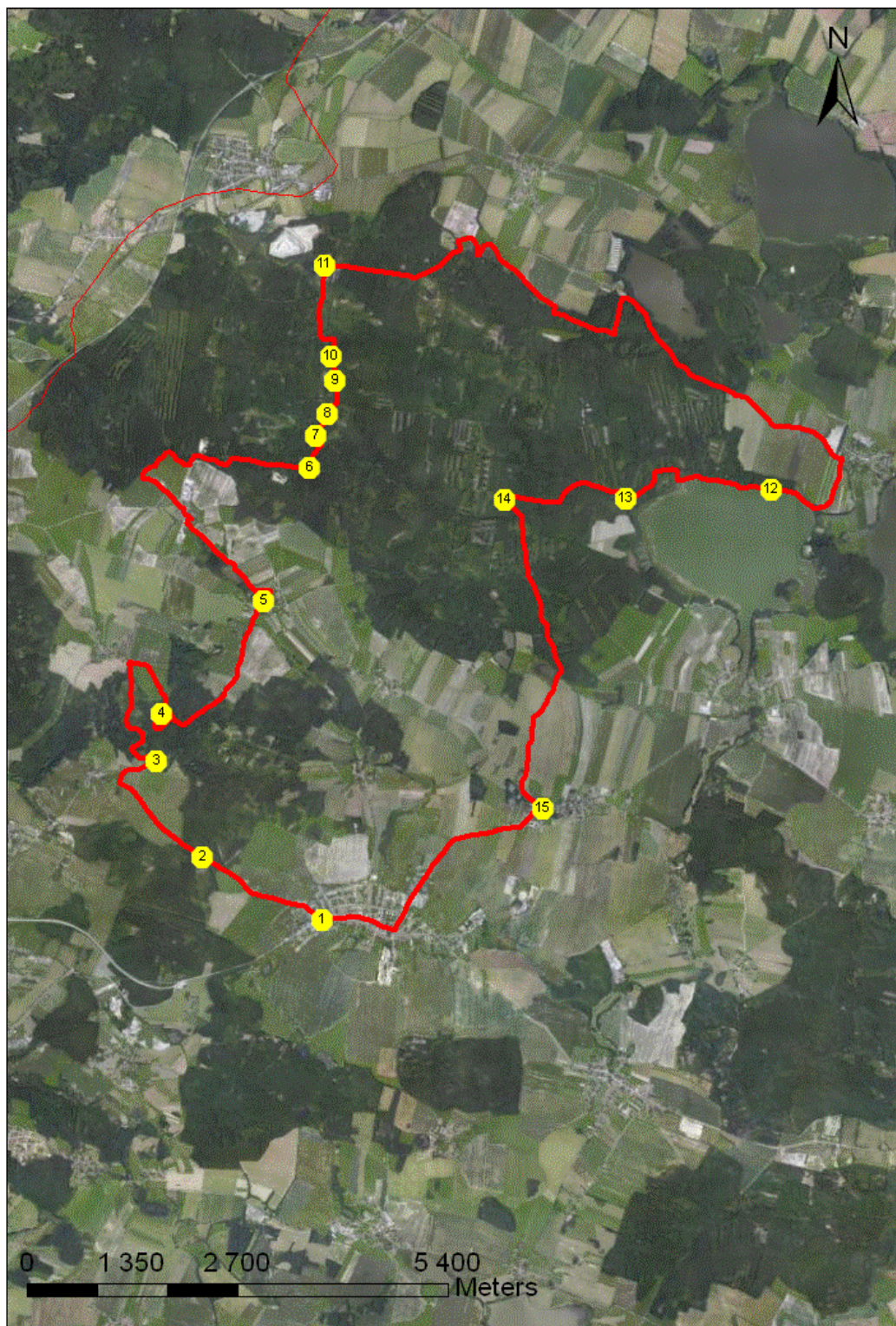
Příloha 3: Návrh naučné stezky – poloha v Třeboňské pánvi

Příloha 4: Kolomazná pec

Příloha 5: Modrý kříž

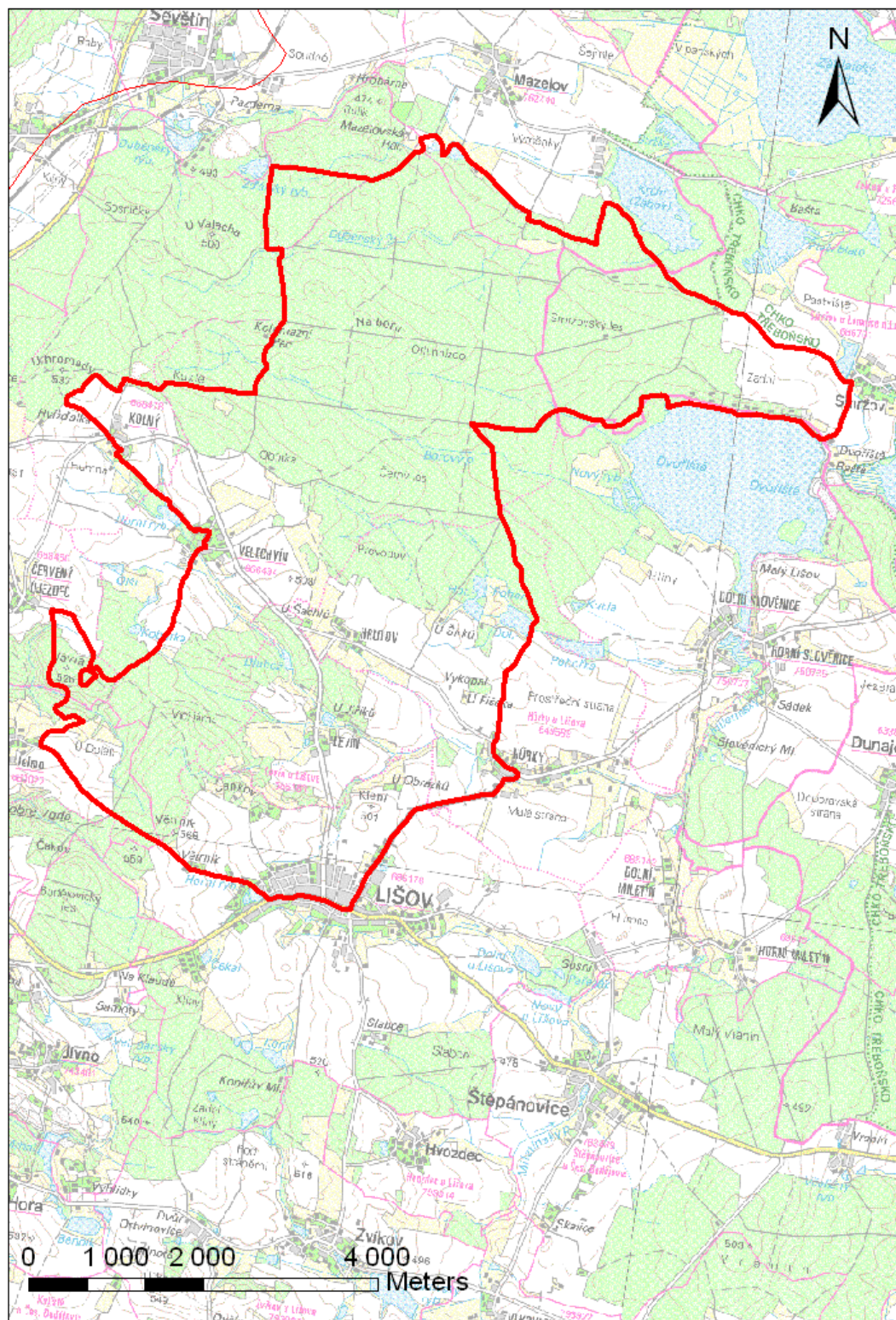
12 PŘÍLOHY

Příloha 1: Návrh naučné stezky, ortofotomapa



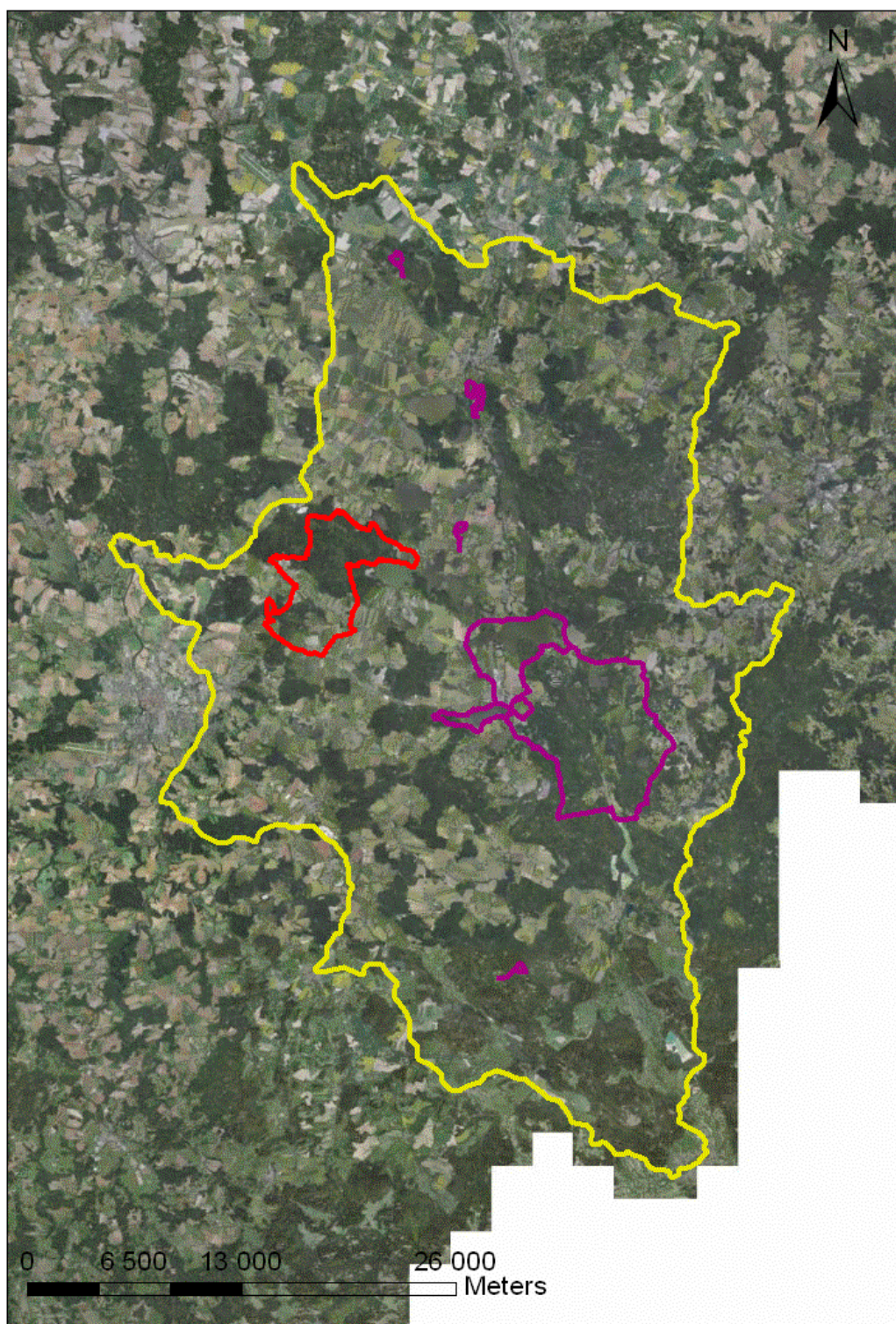
Zdroj: Vlastní zpracování pomocí programu ArcGis, použita byla ortofotomapa AOPK.

Příloha 2: Návrh naučné stezky, mapa zabaged



Zdroj: Vlastní zpracování pomocí programu ArcGis, použita byla mapa zabaged.

Příloha 3: Návrh naučné stezky – poloha v Třeboňské pánvi



Zdroj: Vlastní zpracování pomocí programu ArcGis, použita byla ortofotomapa AOPK.

Příloha 4: Kolomazná pec



Zdroj: Vlastní fotografie.

Příloha 5: Modrý kříž



Zdroj: Vlastní fotografie.