



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Rozvoj cestovního ruchu v Jihočeském kraji a Východním Bavorsku

Vypracovala: Klára Dražanová

Vedoucí práce: Ing. Petr Štumpf, Ph.D

České Budějovice 2017

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Klára DRAŽANOVÁ**

Osobní číslo: **E14941**

Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Rozvoj cestovního ruchu v Jihočeském kraji a Východním Bavorsku**

Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

Cíl práce:

Komparace podmínek pro rozvoj Jihočeského kraje a Východního Bavorska jako destinace cestovního ruchu, identifikace struktur a oblastí spolupráce a zhodnocení jejího přínosu. Návrh společného rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji a Východním Bavorsku.

Metodický postup:

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

Rámcová osnova:

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

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: 40 - 50 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná
Seznam odborné literatury:

Beránek, J. & kol. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag consulting
Foret, M. & kol. (2014). *Cestovní ruch v regionálním rozvoji = Tourism in regional development. II. Brno : Mendelova univerzita v Brně*
Hesková, M. & kol. (2011). *Cestovní ruch pro vysoké školy a vyšší odborné školy. 2. vyd. Praha: Fortuna*
Palatková, M. (2011). *Marketingový management destinací*. Praha: Grada
Ritchie, J. R. B. (2003). *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. Oxon, UK: CABI Pub

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Petr Štumpf
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: 11. ledna 2016
Termín odevzdání bakalářské práce: 30. dubna 2017


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

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studijní obor: 13 (26)
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor VOJTČO, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 12. února 2016

Prohlašuji, že svoji bakalářskou 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 bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejné 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 č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu u mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích, dne 7. 9. 2017

Klára Dražanová

Poděkování

Děkuji svému vedoucímu bakalářské práce, panu Ing. Petru Štumpfovi, za jeho cenné rady, ochotu a vstřícnost, kterou mi věnoval v průběhu zpracování mé bakalářské práce. Také mu děkuji za jeho velikou trpělivost při vedení této práce.

Obsah

1.	Úvod.....	3
1.1.	Cíl práce.....	3
2.	Přehled řešené problematiky	5
2.1.	Cestovní ruch	5
2.2.	Potenciál a předpoklady rozvoje cestovního ruchu	6
2.2.1.	Lokalizační faktory	6
2.2.2.	Realizační faktory	7
2.2.3.	Selektivní (stimulační) faktory	7
2.3.	Destinace cestovního ruchu	8
2.3.1.	Destinační management.....	10
2.3.2.	Marketing destinace cestovního ruchu	11
2.4.	Region a regionální rozvoj.....	12
2.4.1.	Region.....	12
2.4.2.	Regionální rozvoj	13
2.5.	Partnerství pro místní rozvoj	14
2.6.	Přeshraniční spolupráce v cestovním ruchu	15
2.7.	Potenciál cestovního ruchu	17
2.7.1.	Metodika využitá k hodnocení potenciálu cestovního ruchu	18
2.7.2.	Kvantifikace potenciálu cestovního ruchu	19
3.	Metodika.....	21
3.1.	Způsob sběru dat – hodnocení potenciálu CR	22
3.2.	Způsob sběru dat – strukturovaný rozhovor	26
4.	Řešení a výsledky.....	27
4.1.	Charakteristika krajů.....	27
4.1.1.	Jihočeský kraj	27
4.1.2.	Východní Bavorsko	31
4.2.	Komparace základních ukazatelů cestovního ruchu v Jihočeském kraji a Východním Bavorsku.....	33
4.2.1.	Počet příjezdů do hromadných ubytovacích zařízení	34
4.2.2.	Počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízení.....	34
4.2.3.	Průměrný počet dnů/nocí v hromadných ubytovacích zařízení	34
4.3.	Rozhovor se zástupci z Jihočeského kraje a Východního Bavorska	34
4.3.1.	Rozhovory	35

4.4.	Potenciál cestovního ruchu	39
4.4.1.	Potenciál cestovního ruchu v Jihočeském kraji	39
4.4.2.	Potenciál cestovního ruchu ve Východním Bavorsku	41
4.5.	Syntéza výsledků a poznatků.....	43
4.5.1.	Shrnutí základních ukazatelů	44
4.5.2.	Shrnutí potenciálu cestovního ruchu	45
4.6.	Návrhová část	46
4.6.1.	Aktivity projektu a harmonogram akcí	48
4.6.2.	Doba realizace a financování projektu	49
5.	Závěr.....	51
I.	Summary	53
II.	Seznam použité literatury	53
IV.	Seznam obrázků	56
V.	Seznam tabulek.....	57
VI.	Seznam příloh	57
VII.	Přílohy	1

1. Úvod

Tato bakalářská práce nese název Rozvoj cestovního ruchu v Jihočeském kraji a Východním Bavorsku. Práce se zabývá rozvojem v těchto destinacích a také spoluprací mezi těmito regiony v cestovním ruchu. Spolupráce v cestovním ruchu je velmi důležitá, velkým plusem je tato přeshraniční spolupráce, kde je možnost plného využití potenciálu těchto regionů.

Cestovní ruch se stále rozvíjí a je nutné stále přicházet s inovací nabídek daných destinací. Cestovní ruch je velmi důležitým odvětvím pro světovou ekonomiku, kdy nejen slouží turistům pro poznávání nových míst, ale také zvyšuje zaměstnanost v řadě odvětví, které buď přímo souvisí s cestovním ruchem, jako ubytovací služby, stravovací služby či cestovní kanceláře a agentury, anebo nepřímo souvisí s cestovním ruchem, jako např. služby kulturní, poštovní či telekomunikační.

Jihočeský kraj se nachází na jihu České republiky a svým umístěním má řadu výhod. Nejen, že sousedí s Plzeňským krajem, Středočeským krajem, krajem Vysočina a také s Jihomoravským krajem, ale také sousedí s Rakouskou republikou, respektive se spolkovou zemí Horní Rakousy a Dolní Rakousy, dále se Spolkovou republikou Německo, přesněji s Bavorskem, kde se nachází právě region Východní Bavorsko. Díky své poloze může Jihočeský kraj spolupracovat s regiony, jak z České republiky, tak se zde nabízí spolupráce přeshraniční, která je v mnoha případech velmi využívaná, a to nejen z důvodu vyšší známosti bavorského území ale také díky delší tradici cestovního ruchu v tomto regionu.

1.1. Cíl práce

Komparace podmínek pro rozvoj Jihočeského kraje a Východního Bavorska jako destinace cestovního ruchu, identifikace struktur a oblastí spolupráce a zhodnocení jejího přínosu. Návrh společného rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji a Východním Bavorsku.

Předpoklady výzkumu:

1. Východní Bavorsko disponuje vyšším celkovým potenciálem cestovního ruchu než Jihočeský kraj.
2. Jihočeský kraj disponuje vyšším kulturně – historickým potenciál než Východní Bavorsko.
3. Ve Východním Bavorsku se nachází více vodních ploch vhodných pro využití pro cestovní ruchu než v Jihočeském kraji.

2. Přehled řešené problematiky

2.1. Cestovní ruch

Podle Heskové a kol. (2006) je cestovní ruch podstatný společensko-ekonomický fenomén nejen pro jedince, ale i pro celou společnost. V každém roce tvoří významný pohyb populace za odpočinkem, poznáním a naplněním vlastních snů. Cestovní ruch souvisí s potřebou a způsobem života obyvatel především v ekonomicky vyspělých zemích.

Cestovní ruch označuje pohyb lidí mimo jejich trvalé bydliště do míst, která jsou od jejich vlastního prostředí vzdálena, za různými účely, kromě migrace a výkonu normální denní práce. Cestovní ruch může být zdrojem příjmů pro obec a zdrojem vytváření nových pracovních míst, příležitostí k posílení a zvelebování města a obcí. Cestovní ruch také tvoří rozsáhlý trh, který požaduje uspokojení rozdílných potřeb, a je zajímavý pro podnikatele, veřejné i státní správy, a také rozvíjející segment ekonomiky. (Jakubíková, 2009)

Beránek a kol. (2013) vysvětlují, jak se definice cestovního ruchu měnila během let, ale i jak jí měnili odborníci. Pro příklad se odkazují na Kaspara, který definoval cestovní ruchu jako *souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání.*

Mezinárodně uznávaná je definice cestovního ruchu od Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO), která zní takto: „*Cestovní ruch je činnost osob cestujících na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ (UNWTO, 2017)

Cestovní ruch je v dnešním světě velmi významným jevem, o který se zajímá mnoho odborníků. Potvrzuje to i Foret a Foretová (2001), kteří tvrdí, že se cestovní ruch stal v posledních desetiletích důležitým světovým fenoménem a to především jako součást tzv. průmyslu volného času. Jeho dopady, jako například ekonomické, ekologické, sociální, politické a další, patří do významných proměn dnešního světa.

2.2. Potenciál a předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Skutečnost, že pro rozvoj cestovního ruchu je velmi důležitá kvalita daného prostředí (regionu/lokality), ve kterém je cestovní ruch realizován, si uvědomuje mnoho autorů. Tito odborníci se snaží formulovat potenciál a předpoklady daného území dle nejrůznějších hledisek. (Foret a kol. 2013)

Teoretici cestovního ruchu člení faktory, které působí na cestovní ruch, do tří skupin. Jsou to faktory lokalizační, realizační a selektivní. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

Dále se uvádí, že trh cestovního ruchu je značně citlivý na činitele vnějšího prostředí a rozděluje tyto faktory do šesti skupin – na politické a bezpečnostní faktory, ekonomické faktory, demografické faktory, technicko – technologické faktory, faktory sociální a ekologické faktory. (Palatková, 2011)

2.2.1. Lokalizační faktory

Lokalizační faktory jsou tzv. předpoklady pro cestovní ruch, které se nemění a jsou určeny regionem (lokalitou). Do lokalizačních faktorů se zahrnují přírodní podmínky, a to podnebí, povaha a modelace terénu (geologie, reliéf, morfologie), vodní (hydrologické) podmínky, přírodní atraktivity, zvířata a rostliny. K hodnocení přírodních podmínek je využíván fakt, že čím je podnebí příjemnější, krajina je neobvyklejší, scenérie je okouzlující, v destinaci se nacházejí exotičtější živočichové a rostliny, tím jsou lepší podmínky pro cestovní ruch. Taktéž do lokalizačních faktorů patří společenské faktory, které byly vytvořené a jsou nadále provozované lidmi (pamětihodnosti, zvyky, oslavy, gastronomie atd.). Pro hodnocení společenských atraktivit slouží především památky, které mají velký význam a patří mezi ty nejceněnější a nejznámější. Významné jsou také události, zvyky a slavnosti, gastronomie a další kulturní akce. Lokalizační faktory tedy do jisté míry stanovují, jaký druh cestovního ruchu se bude v daném regionu rozvíjet, neboli pro jaký druh je region vhodný – jestliže se území nachází v horách s množstvím sněhu vhodné pro zimní sporty či vysokohorskou turistiku nebo se jedná o mírné území vhodné pro cykloturistiku, pěší turistiku či lázeňství. Lokalizační faktory tedy jednoznačně určují, jak a čím se regiony od sebe odlišují a čím se prezentují. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

2.2.2. Realizační faktory

Realizační faktory umožňují samotnou realizaci cestovního ruchu a rekreace, patří sem doprava, ubytovací, stravovací a další služby. Pro hodnocení stupně realizačních faktorů se využívá několik indikátorů, jako např. množství a skladba návštěvníků v daném prostoru, počet ubytovacích zařízení, ukazatele kvality atd. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

Každý z teoretiků popisuje realizační faktory jinak. Podle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011) se realizační faktory dělí na dopravu, která zajišťuje především spojení mezi počátečním místem účastníka a navštěvovanou oblastí a dále na infrastrukturu služeb, které pro využití potenciálu musí maximalizovat takové služby, jež tvoří pro danou oblast příjmy. Patří sem především služby přepravní, ubytovací, stravovací a další. Hall (2006) rozděluje realizační faktory podrobněji, a to na obecnou infrastrukturu, kam se řadí dopravní a ostatní technická infrastruktura; turistickou infrastrukturu, do které spadají stravovací zařízení a ubytovací zařízení; zábavné a sportovní zařízení, jako kluby, diskotéky, lanovky, sjezdovky atd. a jiné turistické služby, kde se nacházejí zprostředkovací služby (cestovní operátoři a cestovní kanceláře), organizační služby (marketing, infocentra, průvodcovské služby...) a široká skupina dalších služeb, které úzce či široce souvisejí s cestovním ruchem (opravny sportovních potřeb, záchranná služba...).

2.2.3. Selektivní (stimulační) faktory

Selektivní, též stimulační faktory stimulují vznik a vývoj cestovního ruchu. Tyto faktory vymezují, zda se účastníci dostaví, v jakém počtu a jestli může cestovní ruch v daném regionu fungovat a zda se zde uplatní.

Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) dělí selektivní faktory na objektivní stimulační faktory, které dále rozděluje na faktory politické (mírové uspořádání světa), ekonomické (směnitelnost měny, výše mzdy...), demografické (počet obyvatel, délka života...) a administrativní (právní předpisy, zákony, vyhlášky...) a subjektivní stimulační faktory, do kterých se řadí zejména psychologické faktory jako propagace, reklama, zkušenost, zvyklost či pověst destinace.

Podobně selektivní faktory rozděluje Toušek a kol. (2008). Dělí je také na demografické faktory, které mají velký vliv na intenzitu účasti obyvatelstva na

cestovním ruchu a také na rozmístění jednotlivých druhů aktivit; dále na urbanizační faktory, což je základní diferenciativní ukazatel v rekreativě obyvatelstva, kde jsou jiné rekreační nároky na městské obyvatelstvo a jiné na venkovské; dále na ekonomické faktory, kde změna životního stylu společnosti kvůli industrializaci ovlivňuje rozvoj nejrůznějších rekreačních forem; a na sociálně – kulturní a sociálně – politické podmínky, kdy existuje přímá souvislost mezi životní úrovní obyvatelstva v daném státě a jeho podílu na cestovním ruchu.

Motivace, vnímání, učení a postoje jsou hlavní psychologické faktory, které ovlivňují spotřebitelské chování. Spotřebitelské chování souvisí s objektivními stimulačními faktory a subjektivními stimulačními faktory.

2.3. Destinace cestovního ruchu

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) definuje destinaci cestovního ruchu jako *„místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník zvolil pro návštěvu“*. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Palatková (2011) vysvětluje, že destinace se popisuje jako *„geografický prostor (stát, místo, region), který si klient (segment) vybírá jako svůj cíl cesty“*. Dále uvádí, že si destinace navzájem konkurují, a jejichž společný cíl je prodej produktu.

Hesková a kol. (2006) uvádí, kromě již zmíněné definice, že pojem destinace cestovního ruchu může znamenat již zmíněné cílové místo cestovního ruchu, ale také produkt cestovního ruchu spojený s určitým místem. Také vysvětluje, že území destinace a administrativní členění států, regionů nemusí znamenat totéž.

Podle Bartla a Schmidta (1998) si destinace navzájem konkurují a jejich cílem je prodej služeb v dané destinaci, který splňuje velké množství funkcí. Mezi tyto funkce patří funkce marketingová, nabídková, funkce zastoupení různých zájmových skupin a plánovací funkce.

Charakterizovat destinaci není snadné a pro vymezení destinace existují různé přístupy. Nejedná se totiž o vymezení jen jedné destinace, ale o určení návazností na vyšší a nižší stupeň hierarchie destinace (nadmístní, místní, regionální, resortní). Pro vymezení destinace je také důležité odlišovat administrativní

(politické) hledisko a obchodní hledisko (vztah nabídky a poptávky). Pro správné vymezení místa určení se kombinují několik přístupů a to podle:

- administrativních hranic, což je jeden z nejjednodušších způsobů, jak vymezit destinaci. I přes řadu předností oproti dalším způsobům, jako např. organizace a řízení turismu, se nemusí administrativní určení vždy shodovat s nabídkou a poptávkou. Nabídka může být například příliš rozmanitá či zákazník se nezajímá o ohraničení hranic kraje nebo jiného celku, což je z hlediska poptávky nezajímavé. Proto se tato možnost z hlediska obchodního nejeví jako vhodná.
- Soustředění poptávky - klient hodnotí destinaci jako celek, tzn., že ji posuzuje jako celkový zážitek. Člověk se může setkat i s odlišným vymezením destinací a to jak ve své zemi, v sousedních státech, tak i ve světě. Lze tedy říci, že čím dál se návštěvník nachází od destinace, tím je větší možnost území daného místa. Na příkladu to lze vysvětlit tak, že obyvatelé České republiky se rozhodují na základě menších destinací a ve světě chápou návštěvníci Českou republiku jako jeden celek za významnou destinaci. Ovšem toto tvrzení nemusí platit vždy. I ve světě mohou být mezinárodní a známé destinace menší velikosti vyhledávány bez ohledu na vzdálenosti od destinace.
- Míry zásahu veřejného sektoru do vytváření a fungování systému – nové destinace a systémy mohou vzniknout na přirozeném vývoji nebo může vzniknout jednostranným rozhodnutím veřejného sektoru. Podle rozsahu zásahů veřejného sektoru se dělí vymezení destinací na tvorbu systému zdola, což se projevuje v České republice od roku 1993 a znamená to, že instituce jsou tvořeny v soukromém sektoru nebo v sektoru veřejném na regionální úrovni. Dále se dělí na tvorbu systému shora, kdy rozhoduje veřejná správa či legislativní podklady nebo je tlačěn soukromým sektorem.
- Dle strategie indukce, dedukce či centralizace, kdy strategie indukce se snaží o rozšiřování známých a dobře se prodávajících míst. Nevýhoda této strategie se vyznačuje tím, že jsou zde velké rozdíly mezi nejzajímavějšími oblastmi a mezi méně povědomými místy. Strategie dedukce spočívá v dělení destinací na individuální destinace a to podle

hranic regionů či geografických parametrů. Tato strategie má především podporu politickou, což je její velká výhoda. Ovšem vymezení hranic je podle politických či administrativních hranic nikoliv podle požadavků klientů, což je velkou nevýhodou. Centralizační strategie tvoří jedno společné centrum pro celé území. Tato strategie je výhodná v řízení, jelikož je společné pro celou destinaci.

- Podle vybraných indikátorů rozvoje turismu, destinace je z pohledu veřejného sektoru rozdělena hodnotami vybraných ukazatelů, jako např. počet příjezdů, počet přenocování, celková návštěvnost atd. Mimo minimálních hodnot by měla mít destinace k dispozici infrastrukturu na velmi dobré a kvalitní úrovni, např. sportoviště, kulturu, zábavu atd. a dále podnikatelsky a obchodně založený management destinace. (Palatková, 2011)

Destinace poskytuje zákazníkům odpovídající produkt a plní klientům jejich očekávání. Cílem destinací je vytvořit kvalitní organizaci celého řetězce služeb. (Palatková 2011)

2.3.1. Destinační management

V dnešní době se cestovní ruch stále více propojuje s regionálním rozvojem. A právě destinační management a marketing napomáhá k tomuto rozvoji. Destinační marketing jsou všechny aktivity na určitých stupních řízení a koordinace a plánování, všechny druhy spolupráce na úrovni malých či větších regionů a využívání podpůrných fondů. (Hesková, 2006)

Dalším tvrzením je, že destinační management obsahuje koordinované a integrované řízení všech složek destinace (atraktivita a akce, vybavenost, dopravu, infrastrukturu, ubytovací a stravovací služby). Pro efektivnost destinačního managementu je potřeba dlouhodobé či strategické pojetí založené na cílové vidině a plánování cestovního ruchu. (Morrison, 2013)

Palatková (2011) uvádí, že management je „*souhrn všech činností, které je třeba udělat, aby byla zabezpečena funkce organizace*“. Dále vysvětluje, že management lze chápat jako zvláštní aktivitu, která pomocí technik, úsudků, zkušeností či různých přístupů napomáhá plnit stanové cíle organizace. Dále jako

řídící pracovníky celé organizace či její části nebo vědní obor, kdy dochází k propojení teoretických poznatků i dalších vědních disciplín s praxí.

Destinační management vysvětlují i Bartl a Schmidt (1998) jako taktiku a cestu pro regiony, které jsou silnější a vlivnější a které jsou odvážnější k soustředění sil pro společné rozvíjení, organizaci a prodej svých výhod oproti konkurenci. Takto nově vzniklé destinace nabízejí zákazníkům dobře vytvořený řetězec služeb pro celý proces jejich zájezdu či výletu.

Při destinačním managementu by měly být splněny dvě základní kritéria. Pro úspěšnost destinace se musí dodržovat principy konkurenceschopnosti a udržitelnosti. Tyto dvě kritéria jsou úspěšné jen společně, jelikož se vzájemně doplňují. (Goeldner a Ritchie, 2009)

2.3.2. Marketing destinace cestovního ruchu

Marketing je v cestovním ruchu velmi důležitou součástí a dá se říci, že by se bez aplikace marketingu neobešel. I přesto, že se marketing v destinačním řízení objevil až později, je dnes jeho důležitou součástí. (Hesková, 2006)

Marketing se představuje jako řízený proces, se všemi činnostmi podporujícími cíle firmy s požadavky klientů. Marketing se v průběhu let vysvětlovat odborníky různými způsoby.

Kotler popisuje marketing jako *„společenský a řídicí proces, kdy jednotlivci a skupiny získávají, co potřebují a chtějí, díky tvorbě a směně produktů a hodnot s ostatními.“* (Kotler, Armstrong, 2007)

Americká asociace marketingu představuje marketing takto: *„Marketing je organizační funkce a soubor procesů pro tvorbu, komunikaci a poskytování hodnoty zákazníkovi a pro řízení vztahů se zákazníky s cílem zisku pro firmu pro akcionáře“.* (Palatková, 2011)

Základ marketingu destinace spočívá v zaměření všech zainteresovaných subjektů na uspokojení potřeb a požadavků účastníků cestovního ruchu za účelem dosažení zisku. (Kiráľová, 2003)

Marketing destinace podle Seatona a Benneta (1996) jsou závislé na pěti stavebních složkách:

- Filozofie orientace na zákazníka

- Analytické procesy a koncepty k vývoji filozofie
- Sběr informací
- Plánování a soubor strategických rozhodnutí
- Organizační struktura pro realizaci plánů.

Z těchto definic může být marketing definován osmi rysy: Je důležité především uspokojování potřeb, přání a požadavků klientů, dále nepřetržitým procesem, pořadí jednotlivých kroků v marketingu, marketing musí být přijat v každé destinaci, úkolem marketingu je také předvídat a očekávat budoucí požadavky, orientovat se na zisk, subjekty odvětví na sobě musí být závislé. A posledním znakem je ovlivňování společnosti. (Palatková 2011)

2.4. Region a regionální rozvoj

2.4.1. Region

Regionem se rozumí územní celek, který je vymezený pomocí administrativních hranic krajů, okresů, správních obvodů obcí s pověřeným obecním úřadem, správních obvodů obcí s rozšířenou působností obcí nebo sdružení obcí, jehož rozvoj je podporován dle tohoto zákona. (Zákon 248/2000 Sb.).

Region je definován jako územní celek, který má společné určité znaky nebo společné vazby. Regionem se označují různé územní celky, které mohou být shodné s vymezením destinace či administrativním vymezením. (Hesková, 2006)

Region může být mezinárodním celkem, tzn., že část jednoho státu nebo jednoho národního hospodářství je odtržena od ostatních oblastí formálními hranicemi a zpravidla je s nimi spojena ekonomická bariéra. (Maier, Tödtling, 1997)

V regionální ekonomii jsou stanovena určitá kritéria pro definování regionu. Mezi kritéria patří to, že region je poměrně stejnorodé území, ohraničené podle relevantních rysů, jimiž se významně odlišují od jejich sousedů. Další kritériem je to, že region vykazuje více vnitřních či domácích transakcí a externalit než přeshraničních. Poté je tedy nevyjádřeně předpokládáno, že je region charakterizovaný i samostatnými a dlouhodobě rozvíjejícími procesy. (Leitmanová, Klufová, Freibellová, Klicnarovná, 2012)

Při detailnějším vysvětlení regionu se může uvést, že region znamená popis tří neshodujících se druhů prostorových celků a to jako území subnárodní (část území v jedné zemi), území nadnárodní (spojení států) a území transnárodní (část celku dvou nebo více států přesahující státní hranice). (Skokan, 2004)

Regiony se dále rozdělují do dalších kategorií. Mikroregion je geografický pojem, v administrativním členění mikroregion nenajdeme. Obecně je mikroregion vysvětlován jako „*území, jež je tvořeno správními obvody několika obcí, které se sdružily za účelem dosažení společného cíle.*“ Mikroregion vzniká z vlastního rozhodnutí, není k tomu potřeba rozhodnutí či příkaz nadřazeného orgánu. Jedná se tedy o menší území, které je ohraničené buď přirozeným přírodním reliéfem krajiny, nebo historií jako jsou chráněné krajinné oblasti, zajímavá místa pro turisty či historická seskupení obcí. Další kategorií jsou turistické regiony. Hesková (2006) i Palatková (2011) se téměř shodují v definici. Vysvětlují, že turistický region je území, kde se jednotlivé charakteristické prvky dané oblasti spojují a sjednocují, ale zároveň je i rozlišují od jiných regionů. Palatková (2011) dále regiony rozděluje na menší oblasti neboli na turistické oblasti, kterých CzechTourism definoval 40 v České republice. Poslední kategorií je euroregion, což je území přeshraniční spolupráce. Tato spolupráce vznikla oboustranným ujednáním příhraničních regionů dvou a více států, kde se pomáhá městům i obcím a cílem je zvládnout problémy komplikované evropskou integrací. (Palatková, 2011)

Regiony se dále ještě mohou dělit na přirozený region, což je vztahově uzavřený územní celek s územní dělbou funkcí mezi jádrem a zázemím a na administrativní region, který je vymezen pro výkon veřejné správy a jedná se o regiony umělé, které většinou neodpovídají skutečným procesům a vztahům probíhajícím v území. (Stejskal, Kovárník, 2009)

2.4.2. Regionální rozvoj

Regionální rozvoj je tvořen souborem procesů, které jsou součástí složitého systému regionu. Je zde nutné využívat systémový přístup pro ovlivňování a řízení těchto procesů. Pro podporu regionálního rozvoje je zde regionální politika. (Skokan, 2004)

Regionální rozvoj je přímý ekonomický rozvoj většího území, než je geograficky určená městská samospráva. V současnosti se jedná o celkový růst socioekonomického potenciálu a úrovně regionu, zvyšování konkurenceschopnosti atd. Z praktického pohledu se jedná o pojem označující cílenou, strategicky zaměřenou a koordinovanou snahu místních účastníků, zaměřenou na zlepšení místní sociální, ekonomické a environmentální úrovně a celkové kvality života rezidentů. (Stejskal, Kovárník, 2009)

Definice regionálního rozvoje není zcela jednoznačná, proto může být definována ve dvou základních přístupech – praktickém a akademickém. V praktickém chápání je regionální rozvojem myšleno větší využití a zvyšování možnosti daného území, které vzniká díky prostorové optimalizaci socioekonomických činností a využívání přírodních zdrojů. Toto využití se ukáže v lepší konkurenceschopnosti soukromého sektoru, životní úrovni obyvatel apod. Potenciál a možnosti regionu se hodnotí různými ukazateli, jako např. mírou nezaměstnanosti, průměrnou mzdou atd. Toto praktické vysvětlení se využívá především v krajských, městských či obecních úřadech. Akademické chápání vysvětluje regionální rozvoj jako soubor nauk, především ekonomie, geografie a sociologie, jenž řeší jevy, procesy a vztahy vymezeného území a na které mají vliv přírodní, geografický, ekonomický a sociální okolnosti v určitém regionu. (Wokoun a kol., 2008)

Rozvoj regionu může být také definován v návaznosti na dynamiku obyvatel, na stupni příjmů a na úrovni industrializace. Průmyslové vyspělé státy poukazují na fakt, že po období rychlého růstu následuje pokles a pro řešení se využívají modely, ve kterých migrace hraje důležitou roli. (Faltová Leitmanová, 2012)

2.5. Partnerství pro místní rozvoj

Při partnerské spolupráci hledají podnikatelé ta nejlepší řešení pro různé formální a administrativní překážky při poskytování služeb zákazníkům. Vytvoří se společná nabídka produktů pro daný region a zajišťuje se společná propagace i veškeré služby. Nedochází tak k individualistickému konkurenčnímu střetu podnikatelů v oblasti cestovního ruchu, ale společně se snaží najít nabídku, která by byla pro zákazníka atraktivnější a která lépe vystihuje jejich potřeby a přání. Partnerství v zahraničí jednoznačně dokazuje, že se díky tomuto postupu zvyšují

synergické efekty místa, příjmy místní správy, ale i jednotlivých podnikatelských subjektů. Podnikatelé se v praxi pro své zákazníky snaží najít co nejvíce výhod, jako vzájemné uznávání nejrůznějších návštěvnických slev a pasů, nabízení a využívání volných nevyužitých míst atd.

Jestliže je úsilí podnikatelských subjektů součástí partnerství s veřejnou správou, dosahuje management destinace podstatně vyšší úrovně. Při této formě lze spolupracovat i v širším okruhu, jedná se o spolupráci a partnerství při rozvoji celého místa. Pro lepší představivost lze uvést, že nejdříve se vytváří pozitivní synergická a efektivnější propagace celého města či regionu, ze které mohou následně čerpat všechny účastněné místní podnikatelské subjekty. (Foret, 2014)

2.6. Přeshraniční spolupráce v cestovním ruchu

Přeshraniční spolupráce je charakterizovaná komplexně, kde se střetávají hlediska kulturní, jazykové, ekonomické, technické, administrativní a geopolitické. Dříve byla přeshraniční spolupráce orientována na poměrně dílčí, specifické problémy, kde podmínkou jsou právě státní hranice. Později se rozhodlo, že by se k přeshraniční spolupráci mělo přistupovat komplexně či integrovaně. (Jeřábek, Dokoupil a kol., 2004)

Přeshraniční spolupráce je předmětem regionální a strukturální politiky EU, jejímž cílem je přispět ke zmírňování výrazných nerovností přetrvávajících mezi státy a regiony EU. Hlavním úkolem regionální a strukturální politiky je zajistit, aby se regiony, jejichž rozvoj je podprůměrný než evropský průměr, dostaly pomocí investic do infrastruktury a do řady dalších oblastí na stejnou úroveň. Politika má tedy přispívat ke snižování rozdílů mezi evropskými regiony a zeměmi. Regionální a strukturální politika Evropské unie a také využívání strukturálních fondů, jejichž zdrojem jsou finanční příspěvky všech členských států do společného rozpočtu společenství, vychází z několika základních principů:

- Princip solidarity – státy, které jsou hospodářsky vyspělejší, financují rozvoj méně rozvinutých států prostřednictvím podpory do společného rozpočtu.
- Princip subsidiarity – Snaha o plnění jednotlivých cílů v co nejnížší možné úrovni rozhodování, jestliže je dané plnění na dané úrovni možné zajistit.

- Princip koncentrace – usiluje o využívání prostředků do regionů, které mají největší problémy na projekty přinášející maximální užitek. Prostředky jsou poskytovány na projekty podle předem určených cílů.
- Princip partnerství – jedná se o úzkou vertikální i horizontální spolupráci mezi orgány na všech úrovních, kteří dohlíží na správné umístění finančních prostředků ze strukturálních fondů. Měli by se podílet samotní příjemci (regiony, města, obce i soukromé subjekty).
- Princip programování – určuje časový rozvrh pro přidělení prostředků. Neboli každá pomoc z fondů je udělována na základě víceletých a víceoborových programů, které zpracovávají jednotlivé vlády členských zemí.
- Princip adicionality – prostředky ze společného rozpočtu EU mají pouze doplňovat ostatní veřejné výdaje, ne je nahrazovat. Výdaje členských států se zároveň nesmí snižovat. V podstatě se jedná o spolufinancování schválených projektů. Tento princip tedy vymezuje to, že finance ze strukturálních fondů EU pouze doplňují výdaje členských států.
- Princip monitorování a vyhodnocování – týká se průběžného sledování a vyhodnocování prováděných opatření a celkovou úspěšnost vynakládaných prostředků. Jde o velmi pečlivou kontrolu nejen věcného, ale i finančního plnění projektu. (Stejskal, 2009 & Wokoun, 2008)

Hlavní nástroje strukturální a regionální politiky EU, neboli strukturální fondy i fond soudržnosti, slouží ke snížení regionálních rozdílů a ke zlepšení životního prostředí, různými způsoby přispívají k výstavbě infrastruktury, podporují výrobní sektor, vkládají investice do lidských zdrojů a podporují podnikatelské prostředí. Jejich význam je nezastupitelný i pro hospodářskou a sociální soudržnost v rámci Evropské unie. (Wokoun, 2008)

Kooperace v cestovním ruchu

Kooperaci lze vysvětlit jako jakoukoliv vzájemnou komunikaci mezi jednotlivci z regionů poblíž hranic. Vyznačuje se dobrovolností a dobrovolnou spoluprací. V případě české územní samosprávy se o zahraniční spolupráci starají i příslušné zákony, konkrétně zákony o obcích či o krajích. Evropská legislativa také zasahuje do této oblasti a jednotlivé subjekty mají možnost tvořit speciální právní subjekty, které institucionálně zastřešují různé formy spolupráce. V užším

pojetí jde o činnosti podporované prostřednictvím hospodářské politiky a sociální soudržnosti Evropské unie, které vedou k rozvoji přeshraničních ekonomických a sociálních vazeb. (Jetmar, 2007)

Jelikož komunity na obou stranách hranic řeší velmi podobné problémy, lze je snadno vyřešit právě přeshraniční spoluprací. Mnoho oblastí si tyto výhody uvědomila a byly vytvořeny partnerské projekty se sousedy, které jsou podporovány speciálním finančním nástrojem. Spolupráci v regionech najdeme v mnoha odvětvích, a to v dopravní dostupnosti a obslužnosti, ochraně životního prostředí, v podpoře podnikání, v rozvoji kultury a vzájemných vztazích, vzdělávání, školství atd. Jednou z nejvýznamnějších a nejvíce upřednostňovaných oblastí je rozvoj potenciálu cestovního ruchu. (Jetmar, 2007)

Pro správné fungování cestovního ruchu v regionech lze doporučit fungující partnerství soukromého, veřejnoprávního a neziskového sektoru. V destinaci je spolupráce všech zúčastněných právnických a fyzických osob v regionu s veřejnou správou velmi důležitá. Tato spolupráce představuje v obci nebo regionu celou společnost a základ této komunity je hledání a řešení společných problémů a dosažení společných cílů. Partnerství spojuje a znásobuje energii a vložené prostředky zainteresovaných subjektů (rezidentů, správy, podnikatelů, neziskových organizací atd.). Je na něm závislá kvalita výsledného produktu. Služby cestovního ruchu jsou z pohledu návštěvníků a turistů doplňující a vzájemně se podmiňující. Znamená to, že pokud některá služba v tomto procesu nefunguje či funguje špatně, má to negativní dopady na další provozovatele služeb cestovního ruchu a ztěžuje to rozvoj cestovního ruchu v celé destinaci. (Stříbrná a kol., 2007)

2.7. Potenciál cestovního ruchu

Pro rozvoj cestovního ruchu jsou velmi důležitá hlediska přírodního prostředí, kulturně – historické dědictví i projevy lidské činnosti. Tyto aspekty vstupují do složitého multidisciplinárního systému. Všechny složky tohoto systému nelze zjistit, kvantifikovat či změřit, jelikož některé prvky působí nehmotně a neměřitelně.

Pro zjednodušení se tento systém rozčleňuje na měřitelné segmenty. Tyto segmenty dále představují dílčí potenciál cestovního ruchu, ze kterých se zjistí celkový potenciál jako jejich souhrn. Dílčím segmentům jsou přiřazovány určité body, které po sečtení určí konečný potenciál cestovního ruchu. Segmenty potenciálu se dělí do potenciálu atraktivit cestovního ruchu a do potenciálu ploch a linií ovlivňující cestovní ruch. První segment je reálným vyjádřením cílů návštěvníků regionu. Zde jsou řazeny zámky, hrady, lázeňská místa aj., ale také přírodní pozoruhodnosti jako jeskyně či skalní místa. Potenciál ploch a linií ovlivňující cestovní ruch se neupíná na konkrétní objekty, zahrnuje širší územní předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Nejdůležitějším východiskem je, že různé plochy mají různý obecný význam pro cestovní ruch. Délku významných silnic, železnic, břehů vodních nadrží vhodných ke koupání, úseků řek vhodných ke splouvání aj. vyjadřují tzv. linie. (Bína, 2010)

2.7.1. Metodika využitá k hodnocení potenciálu cestovního ruchu

Na oba potenciály – atraktivitu cestovního ruchu a plochy a linie ovlivňující cestovní ruch - je využívána jiná metodika hodnocení

a) Atraktivita cestovního ruchu

Každá atraktivita se musí rozlišovat svou významností pro cestovní ruch do dvou až tří skupin. Tyto skupiny se značí A, B, či A, B, C. Významnost atraktivit se určuje dvojím způsobem. U prvního způsobu se zjišťují konkrétně zjistitelné parametry. Tyto parametry se zjišťují u historických městských a vesnických souborů, u hradů, zámků, křesťanských sakrálních památek. Druhý postup se využívá při nejednoznačném určení parametrů, a to na základě odhadu obecného významu příslušného objektu pro cestovní ruch. Pozornost se musí věnovat i tzv. dolní hranici objektů. V České republice se vyskytuje mnoho menších zámků, městských i venkovských kostelů, menších hradních zřícenin atd., kdy mnoho z nich není bráno jako atraktivita cestovního ruchu. Proto je v přehledu skupin atraktivit vždy uvedeno, že i v nejnižším stupni významnosti se musí jednat o významné objekty. Pokud se u daného druhu atraktivity nevyskytuje tzv. dolní hranice, např. u muzeí či botanických zahradách, jsou zde zařazeny všechny příslušné objekty, pokud existují. (Bína, 2010)

b) Plochy a linie ovlivňující cestovní ruch

Pro hodnocení potenciálu ploch a linií jako částečného potenciálu cestovního ruchu v obvodech ORP bylo vybráno 7 typů ploch a 6 typů linií. Každá z těchto ploch či linií je důležitým prvkem pro rozvoj cestovního ruchu. U ploch je hodnocení oboustranné, některé plochy mají směr kladný neboli podporující, jiné plochy mají orientaci zápornou neboli omezující a jeden typ plochy je neutrální. Všechny typy linií jsou jednosměrné a to podporující.

U každé plochy a linie se hodnotí příslušné územní zastoupení z rozlohy ORP – plochy se hodnotí v procentech, linie jsou hodnoceny koeficientem. (Bína, 2010)

2.7.2. Kvantifikace potenciálu cestovního ruchu

Na závěr hodnocení potenciálu cestovního ruchu je potřeba přiřadit bodové hodnoty jednotlivým skupinám, a to atraktivitám cestovního ruchu v jejich významových stupních a plochám a liniím v jejich intenzitních stupních. Pro bodování byla využita metoda párového srovnávání, významu různých objektů a jevů, na čemž pracovala širší skupina pracovníků Ústavu územního rozvoje.

V následujících tabulkách jsou uvedeny bodové hodnoty atraktivit a ploch a linií ovlivňujících cestovní ruch, které budou řešeny v této bakalářské práci. (Bína, 2010)

Tabulka 1 Bodové hodnoty atraktivit cestovního ruchu

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Nediferencováno
	A	B	C	
Historický městský soubor	60	30		
Zámek	65	45	15	
Hrad, tvrz, zřícenina	60	40	15	
Křesťanská sakrální památka	60	40	15	
Muzeum, galerie	50	25	10	
Lázeňské místo	75	25		
Zoologická zahrada, zoo park	60	35		
Golfové hřiště				35
Aquapark, plavecký bazén	50	25		
Pivovarnický věhlas				25

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Tabulka 2 Bodové hodnoty ploch a linií ovlivňujících cestovní ruch

Plocha, linie	Intenzitní stupeň				
	A	B	C	D	E
Rekreační a turistická krajina typ II.	200	160	120	80	40
Rekreační a turistická krajina typ IV.	-150	-120	-90	-60	-30
Areál dálniční dostupnosti typ I.	150	120	90	60	30
Délka břehů vodních ploch typ I.	250	200	150	100	50
Délka železnic typ I.	100	80	60	40	20

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

3. Metodika

Bakalářská práce na téma Rozvoj cestovního ruchu v Jihočeském kraji a východním Bavorsku je rozdělena do dvou základních částí. První část této bakalářské práce je tvořena teoretickou částí, která obsahuje přehled řešené problematiky. Tato část byla čerpána a složená z poznatků v odborné literatuře. Byla zde definována problematika cestovního ruchu, předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, destinace cestovního ruchu, regionu a regionálního rozvoje, přeshraniční spolupráce atd. Čerpáno bylo z českých i z cizojazyčných zdrojů.

Druhá část této bakalářské práce je tvořena praktickou částí, kde byl porovnáván Jihočeský kraj a Východní Bavorsko z hlediska cestovního ruchu a hodnocení jejich potenciálu. Základní výzkumnou metodou bylo hodnocení potenciálu cestovního ruchu. Pro Českou republiku bylo hodnocení potenciálu cestovního ruchu sestaveno Ústavem územního rozvoje, odkud bylo čerpáno pro tuto práci a následně byla data zaktualizována. Byly zvoleny jen některé atraktivity cestovního ruchu, a to z důvodu odlišného hodnocení na bavorské straně. Byly vybrány atraktivity, které se daly vzhledem k dostupnosti dat hodnotit jak na české, tak na bavorské straně a následně komparovat. Pro Bavorskou část bylo čerpáno z oficiálních stránek Východního Bavorska a organizace Tourismusverband Ostbayern. Na těchto stránkách, které jsou jediné oficiální pro Východní Bavorsko, je k dispozici souhrnná mapa, která zobrazuje všechny atraktivity cestovního ruchu na tomto území. Každá daná atraktivita byla dále vyhledána na samostatných internetových zdrojích, jak na českých dostupných stránkách, tak na německých, kdy po vyhledání dané atraktivity byla ohodnocena danou bodovou hodnotou. Toto hodnocení nebylo vždy jednoduché, u některých atraktivit bylo obtížnější stanovit skupinu, která by nejpřesněji vyjadřovala důležitost a významnost dané atraktivity. Plochy a linie ovlivňující cestovní ruch byly zjištěny také z oficiálních stránek, dále z geografických map Východního Bavorska, z map vodstva, z map silničních sítí, z map železnic atd. Do skupin bylo území zařazeno výpočtem délky území, řeky, či silnice a poté bylo přiřazeno dané bodové hodnocení dle hodnocení potenciálu cestovního ruchu sestaveného Ústavem územního rozvoje pro ČR. Atraktivity i plochy a linie pro Východní Bavorsko nebyly snadné určit a ohodnotit stejným způsobem jako pro Českou republiku. Pro aplikaci této metody na východobavorskou část a možnost

komparace s jihočeskou stranou bylo nutné analyzovat značné množství sekundárních dat.

Druhou výzkumnou metodou byl strukturovaný rozhovor. Vzhledem k vytíženosti dotazovaných osob nebyly rozhovory uskutečněny osobně, ale pomocí e-mailu.

3.1. Způsob sběru dat – hodnocení potenciálu CR

a) Přehled hodnocených atraktivit cestovního ruchu a jejich významových stupňů:

V přehledu jsou uvedeny všechny atraktivity cestovního ruchu a jejich hodnocení. V této bakalářské práci budou uvedeny jen některé atraktivity, které se mohou srovnat s bavorskými atraktivitami z důvodu jiného hodnocení v bavorské části. Hodnoceny budou:

Historické městské soubory

A – městské památkové rezervace

B – městské památkové zóny

Zámky

A – zámky se statutem národní kulturní památky

B – zámky s průvodcovskými prohlídkami

C – jiné významné zámky

Hrady, tvrze, zříceniny

A – hrady, zříceniny se statutem národní kulturní památky

B – hrady, tvrze, zříceniny s průvodcovskými prohlídkami nebo upravené pro prohlídku

C – jiné významné hrady, tvrze, zříceniny

Křesťanské sakrální památky

A – kostely, kláštery, kaple se statutem národní kulturní památky

B – kostely, kláštera, kaple s průvodcovskými prohlídkami nebo upravené pro prohlídku

C – jiné významné kostely, kláštery, kaple

Muzea, galerie

A – muzea, galerie celostátního významu, popř. se statutem národní kulturní památky

B – muzea, galerie oblastního významu, popř. s turisticky atraktivním zaměřením

C – ostatní muzea a galerie

Lázeňská místa

A – obce se statutem lázeňského místa s vyvinutou lázeňskou čtvrtí a s širším kulturním a společenským významem

B – ostatní obce se statutem lázeňského místa

Zoologické zahrady, zoo parky

A – nejvýznamnější zoologické zahrady a areály typu safari

B – ostatní zoologické zahrady a zoo parky

Golfová hřiště

Venkovní i krytá golfová hřiště

Aquaparky, plavecké bazény

A – aquaparky

B – významné plavecké bazény

Pivovarnický věhlas

Sídla s obecně známými pivovarskými restauracemi (Bína, 2010)

b) Přehled hodnocených ploch a linií a jejich intenzitních stupňů:

V přehledu jsou opět uvedeny všechny typy ploch a linií. Podobně jako u atraktivit cestovního ruchu se v této bakalářské práci nebudou hodnotit všechny typy ploch a všechny typy linií ovlivňující cestovní ruch z důvodu jiného hodnocení

v bavorské části. Rekreační a turistická krajina typ II. a typ IV. byly vybrány z důvodu předpokládaného většího zastoupení v obou regionech, která se z většiny v Jihočeském kraji i Východním Bavorsku vyskytují. Rekreační a turistická krajina typ I. (horská a vyšší podhorská krajina s vysokým podílem lesů, s drobným popř. rozptýleným osídlením, či krajina s vysokou hustotou výrazných skalních útvarů) není v práci z důvodu dalšího složitějšího hodnocení, které by nemuselo být přesné, a výzkum by mohl uvádět nepřesné údaje. I přesto, že se tento typ v hodnocených regionech vyskytuje, pro tuto práci nebyl vhodný k přesnému hodnocení ploch a linií. Další typy ploch a linií zde nebyly hodnoceny ze dvou důvodů. Prvním důvodem bylo, že se daný typ v regionech nevyskytoval, či jen velmi zřídka a druhým důvodem byl fakt, že by se daný typ těžko hodnotil, či by hodnocení vykazovalo nepřesné údaje. Hodnoceny tedy budou:

Rekreační a turistická krajina typ II.

Vymezení: krajina s lesy, loukami a pastvinami, s hojnými vyhlídkovými body, s drobným osídlením, krajina velmi vhodná pro cykloturistiku.

Obecný vliv na cestovní ruch: podporující

A – 75% a více

B – 50 – 74%

C – 25 – 49%

D – 10 – 24%

E – 9% a méně

Rekreační a turistická krajina typ IV.

Vymezení: z většiny rovná krajina, velmi zemědělsky využívána, bezlesá či s drobnými plochami listnatých lesů, hustě osídlená s velkými venkovskými sídly

Obecný vliv na cestovní ruch: omezující

A – 75% a více

B – 50 – 74%

C – 25 – 49%

D – 10 – 24%

E – 9% a méně

Areál dálniční dostupnosti typ I.

Vymezení: území se vzdušnou vzdáleností do 10 km od sjezdů z dálnic a rychlostních silnic

Obecný vliv na cestovní ruch: podporující

A – 75% a více

B – 50 – 74%

C – 25 – 49%

D – 10 – 24%

E – 9% a méně

Délka břehů vodních ploch typ I.

Vymezení: břehy rekreační vodních ploch celostátního a nadregionálního významu s příslušnou vybaveností

Obecný vliv na cestovní ruch: výrazně podporující

Koeficient: $\frac{\text{délka břehů vodní plochy v km}}{\text{rozloha obvodu ORP v km}^2} \times 1000$

A – 50 a více

B – 20 – 49

C – 10 – 19

D – 5 – 9

E – 4 a méně

Délka železnic typ I.

Vymezení: délka železničních tratí, na nichž je každý den použito 10 a více vlaků v každém směru

Obecný vliv na cestovní ruch: podporující

Koeficient: $\frac{\text{délka železnice v km}}{\text{rozloha obvodu ORP v km}^2} \times 1000$

A – 100 a více

B – 75 – 99

C – 50 – 74

D – 25 – 49

E – 24 a méně (Bína, 2010)

3.2. Způsob sběru dat – strukturovaný rozhovor

Jednou se základních technik sběru dat ve výzkumu je strukturovaný rozhovor. Tazatel pokládá otázku po otázce dle připraveného schématu a respondent na ně odpovídá, odpovědi si tazatel zapisuje do svého dotazníku. Aby byly získané odpovědi reprezentativní, měli by být respondenti vybráni jako náhodný vzorek. (Management mania, 2015)

Rozhovor byl uskutečněn se zástupci z Jihočeské centrály cestovního ruchu, se zástupcem z Tourismusverband Ostbayern a se zástupce z Freilichtmuseum Finsterau. Prvním krokem byla telefonická domluva se zástupci, kde bylo ujasněno, jakým způsobem bude rozhovor realizován. Z důvodu vytíženosti všech zástupců těchto organizací byly rozhovory splněny pomocí e-mailové cesty. Rozhovory proběhly 20. 8. 2017, 23. 8. 2017, 24. 8. 2017 a 27. 8. 2017.

4. Řešení a výsledky

4.1. Charakteristika krajů

Tato kapitola tvoří vymezení Jihočeského kraje a Východního Bavorska. Tyto regiony spolu sousedí a rozvíjí se u nich přeshraniční spolupráce v mnoha odvětvích, právě i zkoumaný cestovní ruch.

4.1.1. Jihočeský kraj

Jihočeský kraj je geograficky tvořen jako poměrně uzavřený celek, kde jádrem je jihočeská kotlina. Jihočeský kraj je z dlouhodobého hlediska vnímán jako zemědělská oblast s rozvinutým rybníkářstvím a lesnictvím. Kraj sousedí s krajem Plzeňským, Středočeským, Vysočinou a Jihomoravským krajem. Velkou část hranice kraje tvoří státní hranice s Rakouskem a Německem.

Díky blízké vzdálenosti se sousedními státy využívá Jihočeský kraj přeshraniční spolupráce ve výrobní oblasti i v oblasti služeb s rozvojem cestovního ruchu, kdy je využívána vysoká atraktivita kraje, která nemá ve velkém množství narušenou přírodu a vyskytuje se zde velké množství kulturních památek. Celková rozloha kraje činí 10 058 km², což je 12,8% z celé České republiky. Počet obyvatel v Jihočeském kraji je 638 648 obyvatel. Nachází se zde velké množství lesů a vodních ploch. Jihočeský kraj má charakter spíše rekreační než průmyslově vyspělé oblasti. Nachází se zde nejen jihočeská kotlina, ale dále je kraj obklopen chráněnou krajinnou oblastí Šumava (733 km² leží na území Jihočeského kraje), Národním parkem Šumava (343 km² náleží do Jihočeského kraje), Českomoravskou vrchovinou a Novohradskými horami. V Jihočeském kraji je nyní 17 správních obvodů obcí s rozšířenou působností, největší městem kraje jsou České Budějovice a kraj je tvořen 7 okresy. (czso.cz, 2015)

Přírodní prostředí se hojnou lesnatostí, vodními plochami a vysokým množstvím kulturních památek (téměř šest tisíc objektů) vyhledávají k výletům a rekreaci občané celé České republiky a ve značné míře i zahraniční turisté. V letním období jsou oblíbené především oblasti Lipna, Orlíku, jihočeských rybníků, ale také Šumavy, v zimě zase šumavská lyžařská střediska.

K Jihočeskému kraji neodmyslitelně patří lidová architektura tzv. selského baroka. Osobitý architektonický styl vznikl přenesením barokních prvků z měšťanských domů do venkovské lidové architektury. V roce 1995 byla zdejší typická sídla Klečany, Komárov, Mažice, Vlastiboř, Zálší a Záluží zařazena mezi

venkovské památkové rezervace. Druhou typickou oblast představují Hlubocká blata mezi Hlubokou nad Vltavou, Bosňany a Netolicemi. Nejznámější ves Holašovice jsou zařazeny od roku 1998 na Seznamu UNESCO.

Městské památkové rezervace obklopují historická centra Českých Budějovic, Českého Krumlova (též na Seznamu UNESCO), Jindřichova Hradce, Prachatic, Tábora, Třeboně a Slavonic. Možnosti cestovního ruchu v kraji rozšiřuje lázeňství, využívající bohaté zdroje rašeliny k léčbě nemoci pohybového ústrojí.

ORP v Jihočeském kraji

Prvním ORP v Jihočeském kraji je ORP Blatná. V tomto správním obvodu se vyskytuje dohromady 26 obcí. Žije zde 13 708 obyvatel. Celková katastrální plocha je zde 27 856 ha, kdy zemědělská půda čítá 16 830 ha a nezemědělská půda má 11 026 ha. Vodní plochy se v ORP Blatná vyskytují na 1669 ha pozemku.

Mezi další správní obvody Jihočeského kraje se řadí ORP České Budějovice. Nachází se zde 79 obcí s celkovým počtem obyvatel 158 976. Celková výměra katastrální plochy je 92 376 ha. Z této plochy obsahuje 49 339 ha zemědělská půda, kam se řadí orná půda a trvalé travní porosty, a 43 037 ha nezemědělská půda, kam patří lesní půda a vodní plochy. Počet podnikatelských subjektů v ORP České Budějovice je 45 786.

Dalším ORP je správní obvod Český Krumlov. V ORP Český Krumlov je celkem 32 obcí. Ve správním obvodu je celková výměra katastrální plochy 112 904 ha, z toho výměra zemědělské půdy činí 36 630 ha a nezemědělské půdy 76 273 ha. V ORP Český Krumlov žije 41 674 obyvatel.

Správní obvod Dačice čítá 23 obcí, 95 částí obce, 2 obce se statutem města. Žije zde 19 086 bydlících obyvatel. V ORP se nachází katastrální plocha v celkové výměře 47 190 ha, z čehož 27 605 ha zabírá zemědělská půda a 19 585 ha nezemědělská půda.

Mezi další správní obvody se řadí ORP Jindřichův Hradec, ve kterém se vyskytuje 58 obcí, 148 částí obce a 7 obcí se statutem města. Celková katastrální plocha má 93 364 ha. Zemědělská půda z celkové výměry katastrální plochy je 45 009 ha, kam se řadí orná půda a trvalé travní porosty, a nezemědělská plocha

je 48 355 ha, kam patří lesní půda a vodní plochy. V tomto správním obvodu žije 47 242 obyvatel.

Správní obvod Kaplice, který se nachází nejjižněji v Jihočeském kraji, má 15 obcí, 77 částí obce a 2 obce se statutem města. Výměra katastrální plochy činí 48 469 ha, z čehož zemědělské půdy je 20 135 ha a nezemědělské půdy je 28 334 ha. V ORP Kaplice celkem žije 19 481 obyvatel.

V ORP Milevsko, který se nachází na severu kraje, se vyskytuje 26 obcí, 104 částí obce a 1 obec se statutem města. V těchto obcích celkem žije 18 349 obyvatel. Zemědělské půdy, kam patří orná půda a trvalé travní porosty, se v tomto správním obvodu vyskytuje 22 700 ha, nezemědělské půdy, kam se řadí lesní půda a vodní plocha, má 15 825 ha. Celková výměra katastrální plochy v ORP Milevsko tedy je 38 525 ha.

Dalším správním obvodem je ORP Písek. V tomto správním obvodu se nachází 49 obcí, 158 částí obce a 4 obce se statutem města. V těchto obcích žije celkem 52 521 obyvatel. Celková výměra katastrální plochy je 74 183 ha. Zemědělská půda má podíl 39 627 ha a nezemědělská půda má podíl 34 556 ha.

V Jihočeském kraji se dále nachází ORP Prachatice. Tento správní obvod leží na jihozápadě kraje. V ORP Prachatice je 44 obcí, 162 částí obce a 5 obcí se statutem města. Katastrální plochy mají celkovou výměru 84 134 ha, z čehož zemědělská půda má 33 523 ha a nezemědělská půda 50 612 ha. V ORP Prachatice je celkem 33 287 bydlících obyvatel.

Mezi další správní obvody Jihočeského kraje patří ORP Soběslav. Tento obvod se řadí k menším v kraji a počet bydlících obyvatel je zde 21 966. Rozloha katastrální plochy činí 32 394 ha. Zemědělská půda z této rozlohy zahrnuje 18 925 ha a nezemědělská půda 13 468 ha.

ORP Strakonice, který se nachází na západě Jihočeského kraje, má 69 obcí, 153 částí obce a 2 obce se statusem města. V ORP Strakonice se vyskytuje celkem 57 412 ha katastrální plochy, z toho 38 054 ha zemědělské půdy a 19 358 ha nezemědělské půdy. V tomto správním obvodu celkem žije 42 290 obyvatel.

Správní obvod Tábor, který leží na severovýchodě kraje, se řadí k větším ORP v kraji. Leží v něm celkem 79 obcí, 290 částí obce a 7 obcí se statutem města.

V ORP Písek je celková výměra katastrální plochy 100 229 ha, přičemž zemědělské půdy, kam se řadí orná půda a trvalé travní porosty, je zde 58 824 ha a nezemědělské půdy, kam patří lesní půda a vodní plochy, je 41 405 ha. V správním obvodu Tábor žije celkem 80 329 obyvatel a vyskytuje se zde 20 470 podnikatelských subjektů.

Mezi další ORP patří správní obvod Trhové Sviny. V tomto ORP leží celkem 16 obcí, 90 částí obce, 3 obce se statutem města. V těchto obcích celkem žije 18 871 obyvatel. Vyskytuje se zde 21 178 ha zemědělské půdy a 24 065 ha nezemědělské půdy. Celková výměra katastrální plochy je 45 243 ha. Ve správním obvodu Trhové Sviny se nachází celkem 4 471 podnikatelských subjektů.

V Jihočeském kraji se dále nachází ORP Třeboň, který leží na jihovýchodě kraje. Nachází se v něm celkem 25 obcí, 46 částí obce a 4 obce se statutem města. Celkový počet bydlících obyvatel činí 24 797 obyvatel. Katastrální plochy se rozkládají na 53 832 ha, kdy na 17 569 ha leží zemědělská půda a na 36 262 ha leží nezemědělská půda.

Mezi další ORP se řadí ORP Týn nad Vltavou, který leží ve středu kraje. Tento správní obvod zahrnuje 14 obcí, 59 částí obce a 1 obec se statutem města. Celková katastrální plocha má rozlohu 26 240 ha. Z toho tvoří část zemědělské půdy s 15 973 ha a část nezemědělské půdy s 10 267 ha. Celkový počet bydlících obyvatel je 14 098 obyvatel. V ORP Týn nad Vltavou se nachází celkem 3 363 podnikatelských subjektů.

Dalším správním obvodem je ORP Vimperk. Nachází se zde 21 obcí, 109 částí obce a 1 obec se statutem města. Celková výměra katastrální plochy v ORP Vimperk je 53 535 ha, přičemž zemědělská půda zabírá 15 807 ha plochy a nezemědělská půda zabírá 37 728 ha z celkové plochy. Žije zde dohromady 17 408 obyvatel.

Posledním správním obvodem v Jihočeském kraji je ORP Vodňany, který se nachází spíše ve středu kraje a řadí se k menším správním obvodům. Leží zde 17 obcí, 44 částí obce a 2 obce se statutem města. Celková rozloha katastrální plochy je 17 922 ha, z toho zemědělská půda se rozkládá na 11 378 ha a nezemědělská

půda se rozkládá na 6 544 ha z celkové plochy. V ORP Vodňany žije celkem 11 699 obyvatel a nachází se zde 3 013 podnikatelských subjektů. (czso.cz, 2017)

Obrázek 1: Administrativní členění Jihočeského kraje



Zdroj: Český statistický úřad, 2016

4.1.2. Východní Bavorsko

Východní Bavorsko je tvořeno částí Dolního Bavorska a regionu Oberpfalz. Východní Bavorsko se skládá z Bavorského lesa, Bavorské Jury, Hornofalckého lesa. Města, které patří do tohoto území, jsou Amberg, Deggendorf, Dingolfing, Landshut, Neumarkt Oberpfalz, Pasov, Regensburg, Straubing a Weiden Oberpfalz. Dále zahrnuje také Bavorský Golf & Spa. Celková rozloha východního Bavorska je 20 021 km² a žije zde přibližně 2,3 milionů obyvatel. Na severovýchodě východní Bavorsko sousedí s Českou republikou a na jihovýchodě s Horním Rakouskem.

Přírodní památky

Bavorský les se rozkládá na 6000 km² mezi Dunajem, Šumavou a rakouskými hranicemi. Bavorský les byl roku 1970 vyhlášen jako první německý národní park. Vyskytují se zde nekonečné lesy, mohutné hřebeny, mírné kopce a jezírka, které

sem láká mnoho turistů. Bavorským lesem vede také nejdelší německá turistická stezka „Goldsteig“. Bavorská Jura se nachází mezi městy Kelheim, Neumarkt Oberpfalz., Amberg – Sulzbach a zahrnuje část okresu Regensburg. Hornofalcký les je rekreační oblast s romantickými městy, vesnicemi, hrady a kláštery mezi Regensburgem a Chebem. Nachází se zde velké množství rybníků, jezer, hradů, kaplí, klášterních kostelů, horkých pramenů i letních festivalů. Bavorský Golf & Spa, kde se vyskytují termální lázně Bad Abbach, Bad Birnbach, Bad Füssing, Bad Gogging a Bad Griesbach.

Charakteristika měst

Město Amberg je středověké město s téměř tisíciletou historií a je považováno za neoficiální hlavní město Horní Falce. V Ambergu se nachází plno zajímavých staveb jako gotická radnice, kostely, měšťanské domy a kláštery, které jsou umístěné ve staré části města.

Město Deggendorf je moderní město, plné kultury, ekonomie a vědy. Mimo moderního života v tomto městu je zde velmi oblíbená pěší turistika, jízda na kole či jízda na koni.

Dalším městem je Dingolfing, který je především známý díky největší továrně firmy BMW. Město je plné zajímavých památek, celou řadu rekreačních možností a bohatý kulturní život. Správní město regionu Dolní Bavorsko je ideální obraz starého Bavorska, které je plné historie.

Neumarkt Oberpfalz, další město východního Bavorska, je město mezi tradicí a modernou, mezi minulostí a současností. Město, které bylo zničené během druhé světové války, bylo přestavěno z historického města na moderní.

Pasov, který je dnes významným turistickým centrem v Bavorsku, se nachází na soutoku řek Dunaj, Inn a Ilz. Město je hojně navštěvováno turisty díky svojí malebnosti a barokní architektuře.

Dalším městem je Regensburg, město městského postavení a zároveň správní středisko bavorského obvodu Horní Falc. Město je známo díky svému historickému centru, které je zapsáno na Seznamu světového dědictví UNESCO.

V Dolním Bavorsku se nachází také město Straubing, které je součástí Východního Bavorska. Město je známé díky druhému největšímu festivalu v Bavorsku „Gäubodenvolksfest“.

Posledním městem je Weiden Oberpfalz, moderní město plné kultury v neporušené krajině. Ve městě se nachází plno galerií, koncertů, divadel a dalších kulturních akcí jako čtení poezie. (ostbayern-tourismus, n.d.)

Obrázek 2 Administrativní členění Východního Bavorska



Zdroj: Guide To Bavaria, n. d.

4.2. Komparace základních ukazatelů cestovního ruchu v Jihočeském kraji a Východním Bavorsku

V této kapitole jsou srovnávány zvolené indikátory z oblasti cestovního ruchu pro regiony Jihočeský kraj a Východní Bavorsko. Základní zvolené kritéria jsou počet příjezdů do ubytovacích zařízení za rok 2015, počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních za rok 2015 a průměrný počet dní/nocí za rok 2015.

4.2.1. Počet příjezdů do hromadných ubytovacích zařízení

U počtu příjezdů se sleduje počet rezidentů a nerezidentů v daných regionech (Jihočeský kraj a Východní Bavorsko) za dané období. Jedná se o všechny hromadné ubytovací zařízení všech kategorií (hotely, penziony, turistické ubytovny...). Ze statistik bylo zjištěno, že za rok 2015 navštívilo hromadné ubytovací zařízení v Jihočeském kraji 1 341 912 turistů, ve Východním Bavorsku přijelo 5 012 563 turistů. (Český statistický úřad. [online], cit. 22. 3. 2017) a (ostabyern-tourismus, 2017)

4.2.2. Počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízení

Tento indikátor sleduje, kolik se v hromadných ubytovacích zařízeních uskutečnilo přenocování rezidentů a nerezidentů v daném regionu a za dané období. Ze statistik bylo zjištěno, že se v regionu Jihočeský kraj celkem uskutečnilo 3 644 147 přenocování za rok 2015, ve Východním Bavorsku se uskutečnilo celkem 17 047 399 přenocování. (Český statistický úřad. [online], cit. 22. 3. 2017) a (ostabyern-tourismus, 2017)

4.2.3. Průměrný počet dnů/nocí v hromadných ubytovacích zařízení

Tento ukazatel sleduje, kolik dnů/nocí turista průměrně stráví v hromadných ubytovacích zařízeních v daném regionu za sledované období. Z české statistiky, kde se sleduje průměrný počet nocí, bylo zjištěno, že v roce 2015 turista průměrně strávil v ubytovacím zařízení 2,7 nocí. Ze statistiky Východního Bavorska, kde se sleduje průměrný počet dnů, bylo zjištěno, že turista v daném regionu stráví průměrně 3,3 dny za rok 2015. Jelikož strávené noci a dny nejsou stejné jednotky, musí být, pro správné srovnání, převedeny. Ve Východním Bavorsku turista stráví průměrně 2,3 noci.

4.3. Rozhovor se zástupci z Jihočeského kraje a Východního Bavorska

Rozhovor do bakalářské práce byl uskutečněn se zástupci z Jihočeského kraje z Jihočeské centrály cestovního ruchu, se zástupcem z Východního Bavorska z Tourismusverband Ostbayern a s ředitelem z Freilichtmusea Finsterau – šumavského skanzenu. Z Jihočeské centrály cestovního ruchu byli osloveni dva respondenti, z Tourismusverband Ostbayern byl oslovený 1 zástupce, ze šumavského skanzenu také 1 zástupce.

Pro rozhovor z Jihočeského kraje byla oslovena Jihočeská centrála cestovního ruchu, která komunikuje a spolupracuje s městy, mikroregiony, Krajským úřadem Jihočeského kraje, s turistickými infocentry a podnikateli v oblasti cestovního ruchu. Osloven byl ředitel Jihočeské centrály cestovního ruchu Ing. Jaromír Polášek a projektová manažerka Ing. Eva Borsányi.

Pro rozhovor z Východního Bavorska byla oslovena organizace Tourismusverband Ostbayern, což je marketingové sdružení pro Východní Bavorsko se sídlem v Regensburgu. Toto sdružení má v současné době okolo 400 členů místních orgánů, tedy krajů, obcí a turistických kanceláří. Z tohoto sdružení byl osloven jeden zástupce a to projektový manažer Stephan Moder.

Další rozhovor byl uskutečněn s Freilichtmuseum Finsterau, neboli se šumavským skanzenem nedaleko českých hranic s ředitelem Dr. Martinem Ortmeierem.

4.3.1. Rozhovory

a) Ing. Jaromír Polášek

Jihočeská centrála je destinační společnost pro Jihočeský kraj. Centrála pro rozvoj kraje komunikuje a spolupracuje s městy, mikroregiony, Krajským úřadem Jihočeského kraje, turistickými infocentry a podnikateli v oblasti cestovního ruchu.

Řešila se spolupráce s ostatními kraji a s přeshraničními regiony. Bylo potvrzeno, že Jihočeský kraj aktivně spolupracuje nejen s kraji na území České republiky, ale také s Východním Bavorskem a Horním Rakouskem. Mezi nejdůležitější projekty patří projekt „BEZ HRANIC“.

V rozhovoru se řešila především spolupráce mezi kraji a regiony. Ing. Polášek potvrdil, že spolupráce funguje dobře a má kladný dopad na rozvoj cestovního ruchu v Jihočeském kraji. Dle jeho názoru hlavním problémem jsou finanční prostředky. Jihočeský kraj má menší možnosti na spolufinancování projektů než Východní Bavorsko. Východní Bavorsko má několikanásobně vyšší roční rozpočet než Jihočeský kraj.

b) Ing. Eva Borsányi

Hlavním tématem byla spolupráce, jak v České republice, tak přeshraniční. V České republice Jihočeský kraj spolupracuje především se sousedními kraji, dále s organizacemi z Dolního a Horního Rakouska, a také z Východního Bavorska. Kooperace je hodnocena pozitivně. Jedním z velkých projektů je projekt „BEZ HRANIC“, který je zaměřen na vybranou cílovou skupinu. Tato spolupráce se týká elektronických médií (televize, rozhlasu, internetu) jak ve Východním Bavorsku, tak i v Jihočeském kraji. Do tohoto projektu spadá i tištěná reklama kulturního vyžití, tzn. informace pro rodiny s dětmi, informace o zážitkové turistice a v neposlední řadě se projekt týká také různých velkých veletrhů. Tento i další projekty jsou stále aktuální a stále se rozvíjí.

Jihočeský kraj spolupracuje ve Východním Bavorsku především s organizací Tourismusverband Ostbayern. Spolupráce s Východním Bavorskem je stejně důležitá a atraktivní jako spolupráce v Jihočeském kraji a ostatními kraji či regiony. Ať už se jedná o nově probíhající projekty, či starší projekty, vždy je důležité mít dostatek finančních prostředků. Bohužel toto je velký problém. Dle rozpočtu měla Jihočeská centrála k dispozici 18 mil Kč, což podle Ing. Borsányi sice není moc, ale i přesto se z těchto finančních prostředků dají realizovat určité projekty.

Co se týče otázky propagace, Jihočeská centrála cestovního ruchu poskytuje propagační materiály zaměřené na služby a produkty cestovního ruchu. Byl zřízen také Informační systém cestovního ruchu Jihočeského kraje na webové adrese www.jiznicechy.cz, který informuje potenciální turisty o Jihočeském kraji a kde se Jihočeský kraj prezentuje jako celek. Propagace kraje také probíhá na různých výstavách a veletrzích se zaměřením na cestovní ruch. Propagace nových akcí, kulturním vyžitím je velmi důležitá pro nové potenciální turisty, ale i pro stálé turisty.

Dopravu mezi Jihočeským kraji a Východním Bavorsku se snaží stále rozvíjet, posilovat autobusovou i železniční dopravu, udržovat silniční komunikace v dobrém stavu.

c) Stephan Moder

Stephan Moder je zástupcem a zároveň projektovým manažerem z bavorské společnosti Tourismusverband Ostbayern. Tourismusverband Ostbayern je marketingové sdružení Východního Bavorska. Společnost sídlí v Regensburgu. Sdružení bylo založeno v roce 1949 na území Dolního Bavorska a Horní Falce. Hlavním úkolem a cílem společnosti je podpora a rozvoj cestovního ruchu ve Východním Bavorsku a získávání nových kontaktů.

Dalším tématem byla spolupráce Východního Bavorska s Jihočeským krajem. Východní Bavorsko si spolupráce s jižními Čechy velice váží, což dokazuje jednotnost při rozhodování. Mezi významné projekty lze zařadit projekt, který podporuje zahraniční cestovní ruch Jižní Čechy – Východní Bavorsko. Vznikl na základě poptávky po cestovním ruchu mezi těmito regiony. Projekt byl financován z programu „Program přeshraniční spolupráce CÍL 3 Česká republika – Svobodný stát Bavorsko“.

Na základě tohoto projektu bylo vydáno 15000 kusů letáku v českém i německém jazyce a 10000 kusů brožur. Bylo zrealizováno i několik školních výletů do Jižních Čech a Východního Bavorska.

Spolupráce Východního Bavorska se především týká Jihočeské centrály cestovního ruchu a je na podobné úrovni jako spolupráce s organizacemi ve Východním Bavorsku. Uskutečnění nových projektů a rozvoj těch starých je pro oba regiony velmi atraktivní a zajímavý. Problémem však stále zůstává stránka finanční. Východní Bavorsko má více finančních prostředků než Jižní Čechy, což bývá problémem při financování nových projektů, kde Bavorsko musí vynaložit větší finanční prostředky.

Ze strany turistů z obou regionů je spolupráce hodnocena kladně, protože se vždy dobře pobaví, seznámí se s jinou kulturou a najdou nové přátele.

d) Dr. Martin Ortmeier

Dr. Martin Ortmeier je ředitel šumavského skanzenu. Pro úvodní informace byl skanzen představen jako sdružení právnických osob, nejedná se tedy o státní správu či samosprávu. V tomto „Zweckverband Niederbayerische Freilichtmuseen“ (*Zájmové sdružení dolnobavorských skanzenů*) se sdružily Dolní Bavorsko, okresy Freyung – Grafenau a Rottal –

Inn a obce Mauth – Finsterau a Markt Massing, aby v Massingu a Finsterau vybudovaly a provozovaly dva skanzeny.

Dále se řešily společné projekty s českými organizacemi. V posledním desetiletím se uskutečnily dva velké projekty. Ve vstupní budově skanzenu se nachází pokladny, muzeum shop a také výstavní síň, se kterou souvisely právě zmiňované projekty se dvěma českoněmeckými výstavami. První „Venku – draußen” se konala na přelomu let 2010 a 2011 a byla pořádána s Centrem pro dějiny sochařství Horažďovice. Tato výstava byla pořádána jak na české, tak na německé straně. Druhá výstava proběhla v roce 2015 ve spolupráci s Česko – německým centrem umění na Kvildě a představila dva sochaře, jejichž hlavním tématem byla zvířata. Jedním ze sochařů byl čech Vincenc Vingler, a druhý Němec Heinz Theuerjahr, který žil nedaleko šumavského skanzenu. Obě výstavy měly své reprízy i v Čechách.

Dr. Ortmeier uvedl, že partnerství českých a německých organizací je užitečné pro obě strany, přispívá k odkrývání podstaty historických událostí a dějin vzájemného soužití. Partneri zároveň získávají renomé u laické i odborné veřejnosti a v neposlední řadě i svým malým dílem přispívají k evropské integraci. Jazyková bariéra nebyla nikdy problémem, naopak společné aktivity motivují partnery k tomu, aby se jí pokoušeli odstraňovat. Freilichtmuseum Finsterau, které je vzdálené jen několik kilometrů od hranic, je velmi efektivní, flexibilní a komunikativní instituce, která si vystačí s malým týmem a má na přeshraniční spolupráci přirozeně velký zájem. Naráží se ovšem na to, že instituce, které programy vypisují, jsou v podstatě úřady, které sledují jiné priority, především aby bylo vše podložené a formálně správně zpracované, kdežto věcná stránka už je tak nezajímá. To často vede k odlišnému přístupu a spolupráci opravdu činí obtížnou. Zpracování žádosti a samotná realizace projektu tak zaberou množství času a také vyžadují kvalifikovaný personál, aby člověk neudělal chybu, neboť sankce bývají vysoké.

Freilichtmuseum Finsterau získala v minulosti na tyto projekty podporu z Evropské unie, zejména ze speciálního programu přeshraniční spolupráce Cíl 3 Bavorsko – Česká republika a také od kraje Dolní Bavorsko. Podpora projektů na české straně bude podobná, jen v rámci programu Cíl 3 budou jinak nastavené parametry maximální podpory pro české a německé organizace.

Freilichtmuseum Finsterau má mnoho hostů z Čech. Pro skanzen jsou důležitou cílovou skupinou a je zde speciálně vytvořená nabídka informací v češtině. Tato českoněmecká spolupráce je integrální částí dlouhodobé strategie zejména vzhledem k geografické poloze a k historii Šumavy obecně.

Shrnutí rozhovorů

Všichni zástupci, se kterými byly uskutečněny rozhovory k této práci uvedli, že spolupráce mezi oběma regiony je aktivní, je pozitivně hodnocena, dobře funguje, má kladný dopad na rozvoj cestovního ruchu jak v Jihočeském kraji, tak ve Východním Bavorsku. Spolupráce je užitečná pro obě strany, zvyšuje renomé u laické i odborné veřejnosti. Dalším plusem je propagace projektů a obou regionů, obě destinace se snaží vydávat letáky, brožury a další propagační materiály v českém i německém jazyce. Přeshraniční spolupráce také přispívá svým malým dílem k evropské integraci. Negativa, která zástupci shledali u této spolupráce jsou finance, kdy Jihočeský kraj má nižší rozpočet pro financování projektů než Východní Bavorsko a šumavský skanzen uvedl, že problém vidí v úřadech, které vypisují společné projekty, protože sledují jiné priority než věcnou stránku věci. Rozhovory přispěly k naplnění cíle této práce, která je tak obohacena o zkušenosti a názory odborníků z praxe.

4.4. Potenciál cestovního ruchu

4.4.1. Potenciál cestovního ruchu v Jihočeském kraji

Potenciál cestovního ruchu v Jihočeském kraji podle výše navržené metodiky vyšel na 10120 bodů, z čehož atraktivita cestovního ruchu mají 6660 bodů, plochy a linie mají 3460 bodů. Jednotlivé zastoupení bodů v každé atraktivitě a ploše a linii je uvedeno v tabulkách za každý správní obvod obce s rozšířenou působností v příloze. Nejvyšší dosažené bodové hodnocení atraktivit v Jihočeském kraji získalo ORP Český Krumlov s 1050 body a nejvíce bodů ploch a linií ovlivňující cestovní ruch získalo ORP Písek se 450 body. Co se týče historických městských souborů, v Jihočeském kraji se vyskytuje 24 městských památkových zón v 17 obcích s rozšířenou působností a 7 městských památkových rezervací. Největší zastoupení historických městských souborů se nachází v Českém Krumlově, což vede k nejvyšší návštěvnosti turistů za poznávacím cestovním ruchem a historií. Nejvyšší bodové hodnocení z atraktivit

cestovního ruchu dosáhly křesťanské sakrální památky s 1265 body. Dohromady se v Jihočeském kraji vyskytuje 63 kostelů, či klášterů, které jsou významnými atraktivitami a turistickými cíli jak pro věřící turisty, tak nevěřící. Další výhoda této atraktivity spočívá v geografickém umístění kraje, kdy sousedí s Rakouskem a Německem, zeměmi, kde žije více věřících občanů než v České republice a tyto památky vyhledávají.

Z ploch a linií má největší zastoupení rekreační a turistická krajina typ II, což jsou krajiny s lesy, loukami a pastvinami, s hojnými vyhlídkovými body, s drobným osídlením, krajina velmi vhodná pro cykloturistiku, která je v Jihočeském kraji velmi využívána a oblíbená. Zajímavostí je, že se v kraji nenachází žádné areály dálniční dostupnosti typ I., neboli území se vzdušnou vzdáleností do 10 km od sjezdů z dálnic a rychlostních silnic. Tento fakt může mít pro Jihočeský kraj negativní vliv, z důvodu náročnější cesty z jiných regionů. Výhodou, která lze tuto nevýhodu kompenzovat je výskyt železnic typ I na které je denně použito 10 a více vlaků v každém směru.

Tabulka 3 Atraktivity cestovního ruchu v Jihočeském kraji

Atraktivity cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor	7	24	0	1140
Zámek	9	5	25	1185
Hrad, tvrz, zřícenina	6	10	16	1000
Křesťanská sakrální památka	6	2	55	1265
Muzeum, galerie	0	35	36	1235
Lázeňské místo	0	3	0	75
Zoologická zahrada, zoo park	1	1	0	95
Golfové hřiště	9			315
Aquapark, plavecký bazén	3	5		275
Pivovarnický věhlas	3			75
Celkem				6660

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Tabulka 4 Plochy a linie v Jihočeském kraji

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.	✓ 1	✓ 2	✓ 7	✓ 5	✓ 2	1840
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.	✓ 4	✓ 1		✓ 1		1300
Délka železnic typ I.		✓ 1	✓ 1	✓ 3	✓ 2	320
Celkem						3460

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu v Jihočeském kraji: 10120

4.4.2. Potenciál cestovního ruchu ve Východním Bavorsku

Potenciál cestovního ruchu ve Východním Bavorsku podle navržené metodiky vyšel na 11070 bodů. Potenciál cestovního ruchu v jednotlivých obcích Východního Bavorska je, stejně jako u Jihočeského kraje, podrobně popsán v tabulkách, které se nachází v příloze. Atraktivita cestovního ruchu ve Východním Bavorsku mají 7410 bodů. Nejvyšší bodové hodnocení atraktivit cestovního ruchu ve Východním Bavorsku dosáhlo město Regensburg a zároveň také získalo nejvyšší počet bodů ploch a linií. Nejvyšší zastoupení z atraktivit cestovního ruchu mají křesťanské sakrální památky, což není vzhledem k silné křesťanské tradici Bavorska překvapující. Po křesťanských sakrálních památkách mají vysoké zastoupení také hrady, tvrze a zříceniny. Ve Východním Bavorsku se jich nachází 30. Ve Východním Bavorsku se vyskytují také lázeňská místa, která s sebou nesou výhodu pro tuto oblast. Jezdí sem více turistů za lázeňským cestovním ruchem, kteří dále navštěvují historické městské soubory, kulturu či přírodu.

Plochy a linie cestovního ruchu ve Východním Bavorsku mají 3660 bodů. Vyskytuje se zde velké množství rekreační a turistické krajiny typ II., díky Bavorskému lesu a Bavorské Juře. Zvyšuje tím návštěvnost, láká sem více turistů, pro které nejsou hlavním turistickým cílem historická centra. Výhodou ploch a

linií je areál dálniční dostupnosti typ I., jelikož se ve Východním Bavorsku vyskytují dálnice či rychlostní silnice a pro turisty je snadné se do Východního Bavorska dostat autem.

Tabulka 5 Atraktivita cestovního ruchu ve Východním Bavorsku

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor	3	13		570
Zámek	4	7	3	620
Hrad, tvrz, zřícenina	6	14	10	1070
Křesťanská sakrální památka	15	28	19	2305
Muzeum, galerie	11	17	8	1055
Lázeňské místo	2	1		175
Zoologická zahrada, zoo park	5	7		545
Golfové hřiště	7			245
Aquapark, plavecký bazén	9	14		800
Pivovarnický věhlas	1			25
Celkem				7410

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

Tabulka 6 Plochy a linie ve Východním Bavorsku

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.	✓ 3	✓ 1	✓ 3	✓ 2		1280
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.		✓ 2	✓ 2	✓ 2	✓ 3	630
Délka břehů vodních ploch typ I.		✓ 4	✓ 4		✓ 1	1450
Délka železnic typ I.		✓ 1	✓ 2	✓ 2	✓ 1	300
Celkem						3660

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

= Potenciál cestovního ruchu ve Východním Bavorsku: 11070

4.5. Syntéza výsledků a poznatků

Česko-bavorská hranice se v Evropě řadí k těm nejstarším. Po roce 1989 se mohly postupně vytvářet přeshraniční vazby, které poměrně rychle založily euroregiony – Egrensis (1993) a Bavorský les/Šumava/Dolní Inn (1994). Rozvoj mezi těmito regiony byl ve druhé polovině 90. let podporován i prostřednictvím předstupního nástroje Phare CBC, což je program přeshraniční spolupráce pro nečlenské země EU. Po vstupu České republiky do Evropské Unie byl tento program přeměrován do iniciativy společenství Evropská územní spolupráce.

Toto území má nadprůměrné předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, obzvláště pro rozvoj ozdravné turistiky a wellness. Mezi hlavní zajímavosti tohoto regionu patří krása přírody a kulturní krajiny, a to předně v jižní části území, kde se nachází národní parky a případně biosférické rezervace Šumava/Bavorský les a také přírodními parky a chráněné krajinné oblasti. V celém území se vyskytuje velké množství historického dědictví a vysoký kulturní potenciál. Řadí se sem především významné městské a architektonické památky nadregionálního

významu, např. památky zapsané na seznamu kulturního dědictví UNESCO v Jihočeském kraji. Otevření hranic a rozvoj přeshraniční spolupráce mimořádně přispěl i pro další rozvoj cestovního ruchu a lázeňství, který ještě posílil význam cestovního ruchu v ekonomice regionu.

Při pohledu na údaje, je cestovní ruch v bavorské části intenzivnější, než v České republice. Důvodem je vyšší známost bavorských území a delší tradice novodobého a systematického rozvoje a řízení cestovního ruchu v této oblasti. (Jetmar, 2007)

S ohledem na celosvětový rozvoj v cestovním ruchu, obzvlášť na zdravotní cestovní ruch, především tedy lázeňství a wellnes a na potenciál regionu lze říci, že význam cestovního ruchu pro ekonomiku tohoto území bude i nadále růst. (Jetmar, 2007)

4.5.1. Shrnutí základních ukazatelů

Tabulka 7 Počet příjezdů, počet přenocování, počet dnů/nocí v HUZ

	Počet příjezdů	Počet přenocování	Počet dnů/nocí
Jihočeský kraj	1 449 863	3 644 147	2,7 nocí
Východní Bavorsko	5 129 668	17 047 399	2,3 nocí

Zdroj: Vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu (2017) a ostbayern tourismus (n. d.)

Z tabulky 7 a z údajů ze statistik vyplývá, že počet příjezdů je značně vyšší ve Východním Bavorsku. V Jihočeském kraji převládají návštěvy rezidentů oproti nerezidentů. U Východního Bavorska tyto údaje nejsou k dispozici. Také ve Východním Bavorsku převládá několikanásobně počet přenocování. Turisté sem jezdí častěji a také zde častěji přenocují. Posledním indikátorem v tabulce je počet dnů/nocí. V každém regionu se sleduje jiný ukazatel. Ve Východním Bavorsku se sleduje průměrný počet dnů, který turista stráví v dané destinaci, kdežto v České republice se sleduje průměrný počet nocí, který turista stráví v hromadných ubytovacích zařízeních. Pro správné hodnocení tohoto indikátoru musely být rozdílné jednotky převedeny na stejné. Po převedení na průměrný počet nocí

v regionech je zjištěno, že turisté v Jihočeském kraji stráví na jeden pobyt průměrně více nocí než ve Východním Bavorsku. Turisté sice do Východního Bavorska častěji jezdí a častěji zde přenocují, ovšem na kratší dobu než turisté v Jihočeském kraji.

4.5.2. Shrnutí potenciálu cestovního ruchu

Jedním z cílů této bakalářské práce bylo zhodnocení potenciálu cestovního ruchu. Byl zhodnocen potenciál cestovního ruchu v Jihočeském kraji i ve Východním Bavorsku díky bodovému hodnocení. Potenciál cestovního ruchu v Jihočeském kraji vyšel na 10120 bodů a potenciál cestovního ruchu ve Východním Bavorsku na 11070. Potenciál je tedy vyšší ve Východním Bavorsku o 950 bodů. Východní Bavorsko je větší svou rozlohou, vyskytuje se zde velké množství lesů, stezek a atraktivních přírodních území, což do Východního Bavorska láka mnoho turistů. Jižní Čechy disponují Šumavou, velkým množstvím rybníků a také stezek. Potenciál cestovního ruchu v obou regionech velmi podobný. Výhodou Východního Bavorska je také v lázeňských místech. V Jihočeském kraji se nachází 3 lázeňská místa typu B, kdežto ve Východním Bavorsku jsou 2 lázeňská místa typu A, což znamená, že obec má statut lázeňského místa s vyvinutou lázeňskou čtvrtí a s širším kulturním a společenským významem. To může zapříčinit vyšší návštěvnost pacientů i turistů z důvodu větší známosti bavorských lázní.

Jihočeský kraj je svou polohou menší než Východní Bavorsko, přesto si jsou hodnocením potenciálu blízko. Oba regiony by si měly udržet své výhody, rozvíjet je, a své nedostatky třeba zlepšit díky inspiraci z druhého regionu. Regiony by si měly napomáhat v rozvoji potenciálu na základě dlouhodobé a systematické spolupráce.

Pro návrhovou část je vytvořena komparační tabulka, která porovnává výsledné potenciály obou regionů. Podle této tabulky budou dále zvoleny projekty, které mohou přispět ke společnému rozvoji cestovního ruchu v těchto regionech.

Komparační tabulka

Tabulka 8 Komparační tabulka

Atraktivita cestovního ruchu	Body	
	Jihočeský kraj	Východní Bavorsko
Historický městský soubor	1140	570
Zámek	1185	620
Hrad, tvrz, zřícenina	1000	1070
Křesťanská sakrální památka	1265	2305
Muzeum, galerie	1235	1055
Lázeňské místo	75	175
Zoologická zahrada, zoo parky	95	545
Golfové hřiště	315	245
Aquapark, plavecký bazén	275	800
Pivovarnický věhlas	75	25
Celkem	6660	7410
Plochy, linie	Body	
	Jihočeský kraj	Východní Bavorsko
Rekreační a turistická krajina typ I.	1840	1280
Rekreační a turistická krajina typ II.		
Areál dálniční dostupnosti typ I.		630
Délka břehů vodních ploch typ I.	1300	1450
Délka železnic typ I.	320	300
Celkem	3460	3660

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010) a ostbayern-tourismus (2017)

4.6. Návrhová část

Spolupráce mezi regiony je na vysoké úrovni, stále se rozvíjí a vyvíjí a přináší pozitivní hodnocení. Spolupráce funguje v oblasti infrastruktury, i právě v cestovním ruchu. Je zde velké množství aquaparků, zoologických zahrad, kempů atd. Vlastním návrhem bude projekt zaměřený na rodiny s dětmi, který využívá efektivně potenciálu cestovního ruchu obou sledovaných území, který byl identifikován v předchozích částech práce.

Projekt bude zaměřený na rodiny s dětmi, protože tato zvolená cílová skupina ráda cestuje, rodiny se snaží vymýšlet pro děti vždy nové zážitky, nová místa, kdy

by se děti pobavily, ale také se něčemu novému přiučily. Rodiny utrácí za své cesty, chtějí dětem zpestřit prázdniny, víkendy, volné dny. Tato cílová skupina jezdí raději na kratší cesty, je to pro ně finančně náročnější být na jiném místě delší dobu, proto je výhodné se na ně zaměřit.

Projekt bude realizován pro rodiny s dětmi. V projektu budou zvoleny tři tematické výlety. Tyto výlety budou pořádat cestovní kanceláře, které budou zajišťovat dále ubytování a stravování dle svého uvážení. Cestovní kanceláře si budou tematické výlety vybírat sami a upravovat je podle svých a hlavně podle potřeb klientů. Z výzkumu byly vyhodnoceny jako nejlepší atraktivity křesťanské sakrální památky, dále muzea a galerie a zámky. Z ploch a linií dosáhla nejvyššího bodového hodnocení rekreační a turistická krajina typ II. a délka břehů vodních ploch typ I. Pro tento projekt budou zvoleny projekty na téma:

- „Poznáváme církevní památky“
- „Učíme se historii na Česko – bavorských zámcích“
- „Milujeme naše řeky“

Tyto tři tematické projekty budou realizovány za účelem poznání Jihočeského kraje a Východního Bavorska, za propojení kultur, poznání nových přátel, zdokonalení jazyka, který se u hraničních měst hojně využívá, což má pro děti velký význam pro budoucí studium či povolání.

Cílovou skupinou jsou především děti, či rodiny s dětmi. Cílem tohoto projektu je vytvořit spolupráci mezi českými a bavorskými dětmi a rodinami. Projekt umožní získání nových kontaktů, což může být pro každého účastníka projektu přínosné. Projekt zviditelní nejen Jihočeský kraj a Východní Bavorsko, ale také zámky, hrady, kulturu, aquaparky, zoologické zahrady, akce či přírodu.

Projekt bude zrealizován na základě marketingového oddělení Jihočeské centrály cestovního ruchu a marketingového oddělení organizace Tourismusverband Ostbayern. Obě tyto oddělení založí společný internetový portál, který bude informovat o připravovaných výletech, o novinkách, o informacích k výletům, o cestovní kanceláři, která bude daný výlet realizovat a o dalších důležitých informacích, které budou k výletům či jiným akcím důležité. Tento portál bude speciálně vytvořen k těmto tematickým projektům, popřípadě by se dál mohl rozvíjet dle ohlasu turistů.

4.6.1. Aktivita projektu a harmonogram akcí

1. Zřízení společného internetového portálu v českém i německém jazyce. Zřizovatelé internetového portálu se musí domluvit na struktuře portálu, vzhledu, umístění důležitých informací, zvolit vhodnou propagaci akcí.
2. Propagace – nejdůležitějším bodem propagace bude, aby byl internetový portál v českém i německém jazyce, popř. angličtině. Na internetovém portálu bude zřízeno informační minimum o regionech, kde se celý projekt bude konat. Později by mělo být natočeno propagační video z již konaných akcí, aby novým potenciálním turistům přiblížilo projekty, které by opět měly být v obou jazycích.
3. Realizace projektů – všechny tematické výlety budou cestovním kancelářím doporučeny na tři dny, záleží na nich, jak si výlety upraví. Na internetovém portálu budou popsány přímo akce, volnočasové aktivity, stravování a ubytování není v kompetenci marketingových oddělení.

a. „Poznáváme církevní památky“

Křesťanské sakrální památky jsou zajímavé a důležité jak pro věřící, tak i nevěřící turisty. Východní Bavorsko, vzhledem k silné křesťanské tradici, má velké množství církevních památek, navštíví se jen některé z nich a při dalším uskutečnění této tematické akce by se mohly navštívené památky pozměnit. V Jihočeském kraji se navštíví Kostel svaté Máří Magdalény ve Chvalšinách, poutní kostel Kájov, klášter Zlatá Koruna, Schwarzenberská hrobka u zámku Orlík, Lomec – Mariánské poutní místo, pro ozvláštnění se druhý srpnový víkend koná Mariánská pout' ve Zlaté Koruně. Ve Východním Bavorsku se navštíví klášter Raitenhaslach, klášter Rinchnach, klášter Valdsasy, klášter Seligenthal, poutní kostel Panny Marie v Ambergu, klášter chudých školských sester de Notre Dame, katedrála sv. Petra v Regensburgu. K prohlídkám se bude pojit i program, kdy bude vybrán zajímavý příběh z Bible a děti si ho vyzkouší zahrát v českém i německém jazyce. Dále bude pro děti připraven menší seminář, nejlépe zábavnou formou, kdy jim budou blíže popsány různé náboženské vyznání.

b. „Učíme se historii na Česko – bavorských zámcích“

V Jihočeském kraji i Východním Bavorsku se nachází krásné zámky s velkým kouzlem historie, proto je další projekt zaměřený právě na zámky. V Jihočeském kraji se navštíví Zámek Český Krumlov, zámek Hluboká nad Vltavou, Vodní zámek Blatná, Zámek Nové Hrady či zámek Bechyně. Ve Východním Bavorsku se navštíví zámek Oberfrauenau, zámek Oberzwieselau, Zámek Offenberg, Zámek Fürstenstein, zámek Englbürg, Kurfürstliches zámek Amberg a zámek Sulzbach. Jako doplňující program bude na některých zámcích přehlídka dobového oblečení s možností vyzkoušení dobového oblečení, divadelní představení Česko – německých herců s tematikou historie, některé známé bitvy, či jiné známé historické slavnosti.

c. „Milujeme naše řeky“

Posledním tematickým projektem budou řeky a jiné vodní plochy. Tento projekt bude zaměřený na přírodu. Akce se bude konat na raftech, kánoích, kdy se budou sjíždět řeky z Východního Bavorska směrem do Jihočeského kraje. Budou pořádány různé sportovní hry pro děti, pro rodiče s dětmi, budou konané závody ve vodě, děti se projedou na parníku, ochutnají sladkovodní ryby, které žijí ve vodách Jihočeského kraje a Východního Bavorska, nejmenší děti se naučí plavat. Tento projekt umožní dětem spolupráci mezi sebou, zdokonalení jazyka a poznání nových přátel.

Všechny projekty můžou být obměněny jinými aktivitami než jen zmíněnými. Ve volném čase můžou rodiny s dětmi navštívit i jiné atraktivity cestovního ruchu, hrady, zoologické zahrady, aquaparky či muzeum a galerie. Můžou pořádat společné cyklistické výlety nebo můžou společně uspořádat jinou volnočasovou aktivitu.

4.6.2. Doba realizace a financování projektu

Tento projekt bude realizován po celý rok. Tematické akce budou vždy uzpůsobeny ročnímu období, či nějaký významným akcím, při kterých by rodiny s dětmi mohly poznat ještě více nového. Konat se bude po celém území Jihočeského kraje a po celém Východním Bavorsku a bude přispívat k rozvoji cestovního ruchu v těchto regionech.

Vytvoření internetového portálu

Internetový portál představuje rozsáhlý a komplexní web, který poskytuje množství informací na jednom místě. Pro tento projekt bude vytvořený specializovaný portál, který se zaměřuje na specifickou skupinu informací a nabízejí přístup k aktuálním zprávám, novinkám a digitálním publikacím ve své oblasti.

Internetový portál propagující tyto projekty bude informovat o nových a připravovaných akcích, bude se zde vyskytovat informační minimum o regionech a o konkrétních atraktivitách, bude zde konkrétně popsán harmonogram návštěv křesťanských sakrálních památek, zámků a jiných doprovodných akcí. Dále se na internetovém portálu budou vyskytovat informace o počasí, vyhledávání, možnost zasílání novinek do e – mailu, diskusní fórum či kalendář akcí.

Financování internetového portálu

Tabulka 9 Financování internetového portálu

Kategorie výdajů	Cena v Kč
Vytvoření www stránek na míru	20 000 Kč
Měsíční paušál za hosting a administraci	200 Kč/měsíčně
Správa, servis a aktualizace webu	2 500Kč/měsíčně

Zdroj: Vlastní zpracování dle Beránkové, 2017

Nejdříve musí být zafinancováno vytvoření www stránek, které budou na míru. Tato částka bude jednorázová. Další částka bude měsíční paušál za hosting a administraci. Hosting je služba, která zajistí vlastní místo na Internetu a provoz vlastních www stránek. Tato služba se musí platit měsíčně. Posledním výdajem, který bude také měsíční, je správa, servis a aktualizace webu. Tato služba poskytuje neustálou aktualizaci informací na stránkách, úpravu a další pomocné složky, které napomáhají k dokonalému chodu www stránek. Internetový portál bude financován marketingovým oddělením Jihočeské centrály pro cestovní ruch a marketingovým oddělením organizace Tourismverband Ostbayern rovným dílem. Tato oddělení dále spolupracují s dalšími organizacemi pro aktuálnost portálu.

5. Závěr

Hlavním cílem této bakalářské práce byla komparace podmínek pro rozvoj Jihočeského kraje a Východního Bavorska jako destinace cestovního ruchu, identifikace struktur a oblastí spolupráce a zhodnocení jejího přínosu. Návrh společného rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji a Východním Bavorsku.

Hlavním úkolem přeshraniční spolupráce jsou především dobré příhraniční vztahy, které utvářejí společenské, ekonomické a přátelské kontakty. Dobré vztahy mají vliv na rozvoj ekonomiky, spolupráci a snižování rozdílů mezi českým a německým pohraničím. Právě přeshraniční vztahy jsou nejčastěji uváděny na poli kulturních akcích. Kulturní vztahy vznikají v rámci akcí, jakými jsou např. společenské a sportovní události, městské slavnosti, ale i mše a poutě. Přeshraniční spolupráce v oblasti cestovního ruchu je založena na:

- výměně zkušeností a informací při rozvoji regionu,
- řešení problémů v oblasti dopravy, ekologie a životního prostředí,
- akcích podporujících rozvoj kultury a osvěty,
- spolupráci mezi školami,
- v neposlední řadě na rozvoji turismu a cestovního ruchu včetně rozvoje a dalšího zlepšování hraničního styku.

Tyto dané cíle a úkoly jsou mezi zkoumanými regiony plněny a dále prohlubovány. Může být tedy konstatováno, že spolupráce je na vysoké úrovni.

Přeshraniční spolupráce, především v cestovním ruchu, se v současné Evropě ukazuje jako nezbytná, protože cílem je především snaha o zlepšení životní úrovně, zajištění trvalého míru a odstranění hraničních bariér. Spolupráce s přeshraničními regiony se stále vyvíjí, zintenzivňuje a může být konstatováno, že dnes je do ní zapojena většina evropských států. Možnost překročení státních hranic mezi Jihočeským krajem a Východním Bavorskem bez kontrol jsou vnímány velmi pozitivně a velice napomáhají k rozvoji občanských, kulturních a přeshraničních vztahů.

Nejdříve byly v bakalářské práci komparovány zvolené indikátory, počet příjezdů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních a průměrný počet nocí v daném regionu. Tyto data byla převzata z Českého statistického úřadu a z oficiálních stránek Tourismusverband Ostbayern.

V bakalářské práci byl řešen potenciál cestovního ruchu v obou regionech pomocí bodového hodnocení atraktivit a ploch a linií cestovního ruchu. Tyto potenciály byly hodnoceny pomocí sestaveného potenciálu pro Českou republiku a byl dále aplikován na Východní Bavorsko. Výsledky tohoto hodnocení sloužily k navrhovanému projektu a je zaměřen na rodiny s dětmi.

K naplnění cíle bakalářské práce přispěly také strukturované rozhovory, které byly uskutečněny se zástupci z obou regionu. Řešila se spolupráce, kdy se všichni zástupci jednotně shodli na výhodách a přínosech aktivní přeshraniční spolupráce.

I. Summary

The main aim of this bachelor thesis is a tourism development in South Bohemia and Eastern Bavaria as destination. The development of tourism is very important for local populations in these two regions. The main target is to improve the standard of living for the local populations in these areas where tourism reduces unemployment and increases revenue. Another aim of this work is to identify the structures that deals with the development of tourism and cooperation between these regions. This work also shows the results of these structures and evaluates the benefits of the cooperation. Information was taken directly in the particular organizations through in-depth interviews. This thesis suggests how to improve tourism in South Bohemia and Eastern Bavaria and gives specific proposals for tourism development.

Key words: tourism development, South Bohemia, structures, cooperation

II. Seznam použité literatury

- Bartl, H., Schmidt, F. (1998). *Destination Management*. Wien: Institut für regionale Innovation
- Beránek, J. a kol. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: MAG CONSULTING s.r.o.
- Faltová Leitmanová, I., Klufová, R., Freibellová, J., Klicnarová, J. (2012). *Regionální rozvoj – přístupy a nástroje*. Praha: Alfa Nakladatelství
- Foret, M. (2014). *Cestovní ruch v regionálním rozvoji*. Brno: Mendelova univerzita v Brně
- Foret, M., Foretová, V. (2001). *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing
- Goeldner, C. R., and Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism: principles, practices, philosophies*. Hoboken, N. J.: Johny Wiley
- Hall, M., Page, S. (2006). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. Oxon: Routledge
- Hesková, M. a kol. (2006). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna
- Hesková, M. a kol. (2005). *Kooperace*. Praha: Profess Consulting s.r.o.
- Hooper, B., Kramsch, O. (2006). *Cross – Border Governance in the European Union*. Kindle Edition
- Jakubíková, D. (2009). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Jeřábek, M., Dokoupil, J., Havlíček, T. a kol. (2004). *České pohraničí – bariéra nebo prostor zprostředkování?* Praha: Academia
- Jetmar, M. (2007). *Meziregionální a přeshraniční spolupráce v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj
- Kenealy, D., Peterson, J., Corbett, R. (2015). *The European Union: How does it work? (The New European Series)*. Fourth Edition
- Kirařová, A. (2003). *Marketing – destinace cestovního ruchu*. Praha: EKOPRESS, s.r.o.

- Kotler, P., Armstrong, G. (2007). *Marketing*. Praha: Grada
- Maier, G., Tödtling, F. (1997). *Regionálna a urbanistická ekonomika 1: teória lokalizácie a priestorová štruktúra*. Bratislava: Iura Edition
- Morrison, A. (2013). *Marketing and managing tourism destinations*. New York: Routledge
- Palatková, M. (2011). *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing
- Palatková, M. (2011). *Marketingový management destinací*. Praha: Grada Publishing
- Palatková, M. (2006). *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing
- Pásková, M., Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Vydáno Ministerstvem pro místní rozvoj
- Ryglová, K., Burian M., Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada
- Seaton, A. V., Bennett, M. M. (1996). *The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues and Cases*. London: International Thomson Business Press
- Skokan, K. (2004). *Konkurenceschopnost, inovace a klastry v regionální rozvoji*. Ostrava: Repronis
- Stejskal, J., Kovárník, J. (2009). *Regionální politika a její rozvoj*. Praha: Portál, s. r. o.
- Stříbrná, M. a kol. (2007). *Spolupráce veřejné správy a privátního sektoru v cestovním ruchu*. Praha: Thema Consulting, s.r.o.
- Synek, M. a kol. (2003). *Manažerská ekonomika*. Praha: Grada Publishing a.s.
- Toušek, V., Kunc, J., Vystoupil, J. a kol. (2008). *Ekonomická a sociální geografie*. Plzeň: Aleš Čeněk
- Wokoun, R., Malinovský, J. a kol. (2008). *Regionální rozvoj – východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování*. Praha: Linde

III. Internetové zdroje

Beránková. (2017). *Ceník*. Dostupné z: < <http://www.berankova.cz/cenik.php>>

Český statistický úřad. (2016). *Charakteristika kraje*. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xc/charakteristika_kraje>

Český statistický úřad. (2015). *Mapy, kartogramy*. Dostupné z: <<https://www.czso.cz/documents/11256/29309619/33010516m02.png/122d0a4f-748e-4b50-bd5a-ed7c1da9782a?version=1.1&t=1485269443340>>

Český statistický úřad. (2014). *Správní obvody*. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xc/spravni_obvody>

Management mania. (2015) *Řízený strukturovaný rozhovor*. Dostupné z: <<https://managementmania.com/cs/rizeny-strukturovany-rozhovor>>

Ostbayern, Tourismusverband Ostbayern e. V. (2017) *Facts and Figures*. Dostupné z: <<http://www.ostbayern-tourismus.de/Info-Service/Presse/Basisinformationen/Facts-and-Figures>>

Ostbayern, Tourismusverband Ostbayern e.V. (n.d.) *Regionen in Ostbayern*. Dostupné z: < <http://www.ostbayern-tourismus.de/Regionen-in-Ostbayern>>

Ústav územního rozvoje. (2010). Aktualizace potenciálu cestovního ruchu v České republice. (RNDr. Jan Bína, CSc.). Dostupné z: <<https://www.uur.cz/images/uzemnirozvoj/cestovniruch/potencialCR/PotencialCR-text.pdf>>

Ústav územního rozvoje. (2010). Potenciál cestovního ruchu v České republice. Dostupné z: < <https://www.uur.cz/default.asp?ID=3690>>

IV. Seznam obrázků

Obrázek 1: Administrativní členění Jihočeského kraje	31
Obrázek 2 Administrativní členění Východního Bavorska	33

V. Seznam tabulek

Tabulka 1: Bodové hodnoty atraktivit cestovního ruchu.....	19
Tabulka 2: Bodové hodnoty ploch a linií ovlivňující cestovní ruchu.....	20
Tabulka 3: Atraktivita cestovního ruchu v Jihočeském kraji.....	39
Tabulka 4: Plochy, linie v Jihočeském kraji.....	40
Tabulka 5: Atraktivita cestovního ruchu ve Východním Bavorsku.....	41
Tabulka 6: Plochy, linie v Jihočeském kraji.....	42
Tabulka 7: Počet příjezdů, počet přenocování, počet nocí v HUZ.....	43
Tabulka 8: Komparační tabulka.....	45
Tabulka 9: Financování internetového portálu.....	49

VI. Seznam příloh

Příloha č. 1: Otázky strukturovaného rozhovoru

Příloha č. 2: Potenciál cestovního ruchu

VII. Přílohy

Příloha č. 1: Otázky strukturovaného rozhovoru

Otázky týkající se rozhovoru k této práci jsou strukturovány od všeobecných dotazů ke konkrétním dotazům. Některé zajímavé dotazy byly přímo uvedeny na webových stránkách zvolených organizací, jiné byly sestaveny díky odpovědím na dotazy. Mezi základní a důležité informace patří spolupráce mezi těmito regiony týkající se projektů z minulosti, projektů do budoucna a jejich financování.

Otázky v rozhovoru:

1. Sdělíte mi základní údaje o Jihočeské centrále cestovního ruchu / o Tourismusverband Ostbayern e.V.?
2. S jakými dalšími organizacemi, městy, kraji, zeměmi spolupracujete?
3. Jaká je spolupráce s Východním Bavorskem / Jihočeským krajem? Jak tato spolupráce, mezi dvěma přeshraničními regiony funguje?
4. Jaké společné projekty Jihočeského kraje a Východního Bavorska proběhly? Probíhá v současné době některý projekt? Popřípadě jaké společné projekty se chystají?
5. Se kterou organizací ve Východním Bavorsku / Jihočeském kraji spolupracujete? Je přeshraniční spolupráce těžší nebo jednodušší než spolupráce v rámci jedné země?
6. Jak se rozhoduje o nových projektech?
7. Jak probíhá financování nových projektů? Mají oba regiony stejné rozpočty na daný projekt? Je na tom Jihočeský kraj / Východní Bavorsko lépe či hůře z pohledu financování.
8. Jaká je propagace nových projektů v případě přeshraniční spolupráce? Je u turistů oblíbená spolupráce mezi Jihočeským krajem a Východním Bavorskem.
9. Jak je to řešené s infrastrukturou? Je zajištěna pravidelná doprava mezi Jihočeským krajem a Východním Bavorskem?

Příloha č. 2: Potenciál cestovního ruchu

1. Potenciál cestovního ruchu v Jihočeském kraji

a) ORP Blatná

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		2		60
Zámek		2	1	105
Hrad, tvrz, zřícenina			3	45
Křesťanská sakrální památka			7	105
Muzeum, galerie			3	30
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén				
Pivovarnický věhlas				
Celkem				345

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.					✓	40
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.						
Délka železnic typ I.						
Celkem						40

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Blatná: 385

b) ORP České Budějovice

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor	1			60
Zámek	2		2	160
Hrad, tvrz, zřícenina			3	45
Křesťanská sakrální památka			7	105
Muzeum, galerie		5	6	185
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park	1			60
Golfové hřiště	2			70
Aquapark, plavecký bazén		2		50
Pivovarnický věhlas	1			25
Celkem				760

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.				✓		80
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.						
Délka železnic typ I.			✓			60
Celkem						140

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP České Budějovice: 900

c) ORP Český Krumlov

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor	1	4		180
Zámek	1			65
Hrad, tvrz, zřícenina	1	2		140
Křesťanská sakrální památka	4		7	345
Muzeum, galerie		4	4	140
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště	3			105
Aquapark, plavecký bazén	1	1		75
Pivovarnický věhlas				
Celkem				1050

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.		✓				160
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.	✓					250
Délka železnic typ I.						
Celkem						410

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Český Krumlov: 1460

d) ORP Dačice

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor	1	1		90
Zámek	1		1	80
Hrad, tvrz, zřícenina				
Křesťanská sakrální památka			6	90
Muzeum, galerie		2	2	70
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén		1		25
Pivovarnický věhlas				
Celkem				355

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.			✓			120
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.						
Délka železnic typ I.						
Celkem						120

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Dačice: 475

e) ORP Jindřichův Hradec

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor	1	1		90
Zámek	2	2	2	250
Hrad, tvrz, zřícenina		1	1	55
Křesťanská sakrální památka		1	3	85
Muzeum, galerie		4	1	110
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště	1			35
Aquapark, plavecký bazén	1			50
Pivovarnický věhlas				
Celkem				675

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.	✓					200
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.						
Délka železnic typ I.				✓		40
Celkem						240

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Jindřichův Hradec: 915

f) ORP Kaplice

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		2		60
Zámek				
Hrad, tvrz, zřícenina			2	30
Křesťanská sakrální památka			4	60
Muzeum, galerie		1		25
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén				
Pivovarnický věhlas				
Celkem				175

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.			✓			120
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.						
Délka železnic typ I.						
Celkem						120

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Kaplice: 295

g) ORP Milevsko

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor				
Zámek				
Hrad, tvrz, zřícenina				
Křesťanská sakrální památka	1		2	90
Muzeum, galerie			1	10
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén				
Pivovarnický věhlas				
Celkem				100

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.				✓		80
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.						250
Délka železnic typ I.						
Celkem						330

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Milevsko: 430

h) ORP Písek

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		2		60
Zámek	1		4	125
Hrad, tvrz, zřícenina	1	1	2	130
Křesťanská sakrální památka		1	1	55
Muzeum, galerie		2	3	80
Lázeňské místo		1		25
Zoologická zahrada, zoo park		1		35
Golfové hřiště	1			35
Aquapark, plavecký bazén		1		25
Pivovarnický věhlas	1			25
Celkem				595

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.			✓			120
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.	✓					250
Délka železnic typ I.		✓				80
Celkem						450

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Písek: 1045

i) ORP Prachatice

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor	1	3		150
Zámek	1			65
Hrad, tvrz, zřícenina			2	30
Křesťanská sakrální památka			4	60
Muzeum, galerie		8	1	210
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén				
Pivovarnický věhlas				
Celkem				515

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.			✓			120
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.				✓		100
Délka železnic typ I.						
Celkem						220

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Prachatice: 735

j) ORP Soběslav

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		1		30
Zámek			1	15
Hrad, tvrz, zřícenina				
Křesťanská sakrální památka			2	30
Muzeum, galerie			4	40
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén				
Pivovarnický věhlas				
Celkem				115

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.					✓	40
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.						
Délka železnic typ I.				✓		60
Celkem						100

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Soběslav: 215

k) ORP Strakonice

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		1		30
Zámek			3	45
Hrad, tvrz, zřícenina	1	1	1	115
Křesťanská sakrální památka			3	45
Muzeum, galerie			2	20
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén				
Pivovarnický věhlas				
Celkem				255

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.			✓			120
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.						
Délka železnic typ I.				✓		40
Celkem						160

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Strakonice: 415

l) ORP Tábor

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor	1	1		90
Zámek		1	4	105
Hrad, tvrz, zřícenina	2	4	1	295
Křesťanská sakrální památka			4	60
Muzeum, galerie		2	6	110
Lázeňské místo		1		25
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště	2			70
Aquapark, plavecký bazén	1			50
Pivovarnický věhlas				
Celkem				805

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.				✓		80
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.						
Délka železnic typ I.					✓	20
Celkem						100

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Tábor: 905

m) ORP Trhové Sviny

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		2		60
Zámek			1	15
Hrad, tvrz, zřícenina	1	1	1	115
Křesťanská sakrální památka			3	45
Muzeum, galerie		2		50
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén				
Pivovarnický věhlas				
Celkem				285

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.			✓			120
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.						
Délka železnic typ I.						
Celkem						120

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Trhové Sviny: 405

n) ORP Třeboň

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor	1			60
Zámek	1		1	80
Hrad, tvrz, zřícenina				
Křesťanská sakrální památka	1		2	90
Muzeum, galerie			1	10
Lázeňské místo		1		25
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén				
Pivovarnický věhlas	1			25
Celkem				290

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.		✓				160
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.		✓				200
Délka železnic typ I.						
Celkem						360

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Třeboň: 650

o) ORP Týn nad Vltavou

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		1		30
Zámek			2	30
Hrad, tvrz, zřícenina				
Křesťanská sakrální památka				
Muzeum, galerie		3		75
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén				
Pivovarnický věhlas				
Celkem				135

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.				✓		80
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.	✓					250
Délka železnic typ I.						
Celkem						330

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Týn nad Vltavou: 465

p) ORP Vimperk

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		1		30
Zámek			2	30
Hrad, tvrz, zřícenina				
Křesťanská sakrální památka				
Muzeum, galerie		1	2	45
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén				
Pivovarnický věhlas				
Celkem				105

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.				✓		80
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.						
Délka železnic typ I.						
Celkem						80

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Vimperk: 185

q) ORP Vodňany

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		2		60
Zámek			1	15
Hrad, tvrz, zřícenina				
Křesťanská sakrální památka				
Muzeum, galerie		1		25
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park				
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén				
Pivovarnický věhlas				
Celkem				100

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.			✓			120
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.						
Délka břehů vodních ploch typ I.						
Délka železnic typ I.					✓	20
Celkem						140

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ústavu územního rozvoje (2010)

= Potenciál cestovního ruchu ORP Vodňany: 240

2. Potenciál cestovního ruchu ve Východním Bavorsku

r) Amberg

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		1		30
Zámek		3		135
Hrad, tvrz, zřícenina		2		80
Křesťanská sakrální památka	3	6	3	465
Muzeum, galerie	1	6		200
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park		1		35
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén	1	1		75
Pivovarnický věhlas	1			25
Celkem				1045

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.	✓					200
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.				✓		60
Délka břehů vodních ploch typ I.			✓			150
Délka železnic typ I.				✓		40
Celkem						450

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

= Potenciál cestovního ruchu Amberg: 1495

s) Deggendorf

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		1		30
Zámek	2	1	1	190
Hrad, tvrz, zřícenina		2	1	95
Křesťanská sakrální památka	2	2	1	215
Muzeum, galerie	2	6	1	260
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park	1	1		95
Golfové hřiště	1			35
Aquapark, plavecký bazén	1	1		75
Pivovarnický věhlas				
Celkem				995

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.		✓				160
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.			✓			90
Délka břehů vodních ploch typ I.		✓				200
Délka železnic typ I.						
Celkem						450

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

= Potenciál cestovního ruchu Deggendorf: 1445

t) Dingolfing

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		1		30
Zámek				
Hrad, tvrz, zřícenina		1	1	55
Křesťanská sakrální památka	1	2	3	110
Muzeum, galerie	1	2		100
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park		1		35
Golfové hřiště	1			35
Aquapark, plavecký bazén	1	1		75
Pivovarnický věhlas				
Celkem				620

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.			✓			120
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.					✓	30
Délka břehů vodních ploch typ I.		✓				200
Délka železnic typ I.						
Celkem						350

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

= Potenciál cestovního ruchu Dingolfing: 860

u) Landshut

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		1		30
Zámek		1	1	60
Hrad, tvrz, zřícenina		1	2	70
Křesťanská sakrální památka	1	2	3	185
Muzeum, galerie			1	10
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park		1		
Golfové hřiště	1			35
Aquapark, plavecký bazén	2	1		125
Pivovarnický věhlas				
Celkem				515

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.				✓		80
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.					✓	30
Délka břehů vodních ploch typ I.			✓			150
Délka železnic typ I.						
Celkem						260

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

= Potenciál cestovního ruchu Landshut: 775

v) Neumarkt Oberpfalz

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor	1	1		90
Zámek				
Hrad, tvrz, zřícenina	2	2	1	215
Křesťanská sakrální památka	1	4	2	250
Muzeum, galerie	1	1		75
Lázeňské místo		1		25
Zoologická zahrada, zoo park	1	1		95
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén		2		50
Pivovarnický věhlas				
Celkem				750

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.	✓					200
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.					✓	30
Délka břehů vodních ploch typ I.				✓		100
Délka železnic typ I.		✓				80
Celkem						410

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

= Potenciál cestovního ruchu Neumarkt Oberpfalz: 1160

w) Passau

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor	1	2		120
Zámek		1		45
Hrad, tvrz, zřícenina	1	2	1	155
Křesťanská sakrální památka	2	6	2	390
Muzeum, galerie	1		2	70
Lázeňské místo	1			75
Zoologická zahrada, zoo park	1			60
Golfové hřiště	1			35
Aquapark, plavecký bazén	1	3		125
Pivovarnický věhlas				
Celkem				1075

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.			✓			120
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.		✓				120
Délka břehů vodních ploch typ I.		✓				200
Délka železnic typ I.			✓			60
Celkem						500

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

= Potenciál cestovního ruchu Passau: 1725

x) Regensburg

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor	1	3		150
Zámek	2		1	145
Hrad, tvrz, zřícenina	2	1	1	175
Křesťanská sakrální památka	3	1	2	230
Muzeum, galerie	3	1	1	185
Lázeňské místo	1			75
Zoologická zahrada, zoo park	1	1		95
Golfové hřiště	1			35
Aquapark, plavecký bazén	1	3		125
Pivovarnický věhlas				
Celkem				1215

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.	✓					200
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.		✓				120
Délka břehů vodních ploch typ I.			✓			150
Délka železnic typ I.			✓			60
Celkem						530

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

= Potenciál cestovního ruchu Regensburg: 1745

y) Straubing

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		2		60
Zámek		1		45
Hrad, tvrz, zřícenina	1	1	2	130
Křesťanská sakrální památka	2	2	1	215
Muzeum, galerie	1	1	1	85
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park		1		35
Golfové hřiště	2			70
Aquapark, plavecký bazén	1	1		75
Pivovarnický věhlas				
Celkem				715

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.			✓			120
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.				✓		60
Délka břehů vodních ploch typ I.		✓				200
Délka železnic typ I.				✓		40
Celkem						420

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

= Potenciál cestovního ruchu Straubing: 1135

z) Weiden

Atraktivita cestovního ruchu	Významový stupeň			Body
	A	B	C	
Historický městský soubor		1		30
Zámek				
Hrad, tvrz, zřícenina		2	1	105
Křesťanská sakrální památka		3	2	150
Muzeum, galerie	1		2	70
Lázeňské místo				
Zoologická zahrada, zoo park	1	1		95
Golfové hřiště				
Aquapark, plavecký bazén	1	1		75
Pivovarnický věhlas				
Celkem				525

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

Plocha, linie	Intenzitní stupeň					Body
	A	B	C	D	E	
Rekreační a turistická krajina typ II.				✓		80
Rekreační a turistická krajina typ IV.						
Areál dálniční dostupnosti typ I.			✓			90
Délka břehů vodních ploch typ I.			✓			150
Délka železnic typ I.					✓	20
Celkem						340

Zdroj: Vlastní zpracování dle ostbayern-tourism 2017

= Potenciál cestovního ruchu Weiden: 865