

Univerzita Pardubice

Fakulta ekonomicko-správní

Ústav podnikové ekonomiky a managementu

**Analýza cestovního ruchu v Pardubickém kraji
a perspektivy jeho rozvoje**

Jana Křivková

Diplomová práce

2013

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Jana Křivková**
Osobní číslo: **E11712**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Ekonomika a management podniku**
Název tématu: **Analýza cestovního ruchu v Pardubickém kraji a perspektivy jeho rozvoje**
Zadávající katedra: **Ústav podnikové ekonomiky a managementu**

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

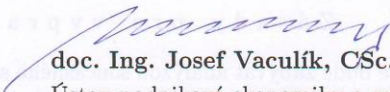
Diplomová práce se bude zabývat analýzou současného stavu cestovního ruchu v Pardubickém kraji, dále také vyhodnocením a navržením možných perspektiv jeho dalšího rozvoje.

Vymezení základních pojmů
Analýza cestovního ruchu v Pardubickém kraji
Strategie rozvoje cestovního ruchu v kraji
Zhodnocení, závěr
Použitá literatura a zdroje
Přílohy

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

BARTOŠ, Š.; ŠEBEK, F. Pardubický kraj.: HELIOS - Jiří Raskazov, 2004. ISBN 80-85211-16-5
INDROVÁ Jarmila a kol. Cestovní ruch (základy). 1.vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1252-5
KOTLER, P.; ARMSTRONG, G., Principles of marketing. Upper Saddle River: Pearson Education, 2006. ISBN 0-13-146918-5
LACINA, K.: Management a marketing cestovního ruchu. Vysoká škola finanční a správní. Praha, 2010. ISBN 978-80-7408-035-7
PALATKOVÁ, M.: Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: Jak získat více příjmů z cestovního ruchu. Grada Publishing, Praha, 2006. ISBN 80-247-1014-5
PODHORSKÝ, Marek. Pardubický kraj: průvodce na cesty.: Freytag&berndt, 2004. ISBN 80-7316-077-3
VACULÍK, J., Marketingové řízení. 2. rozš. vydání Pardubice: Univerzita Pardubice, 2005. ISBN 80-7194-765-2


Vedoucí diplomové práce:


doc. Ing. Josef Vaculík, CSc.

Ústav podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání diplomové práce: 18. října 2012

Termín odevzdání diplomové práce: 30. dubna 2013


doc. Ing. Renáta Myšková, Ph.D.

děkanka

L.S.


doc. Ing. Marcela Kožená, Ph.D.

vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 18. října 2012

PROHLÁŠENÍ AUTORKY

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 30. 4. 2013

Jana Křivková

PODĚKOVÁNÍ:

Tímto bych ráda poděkovala svému vedoucímu práce doc. Ing. Josefu Vaculíkovi, CSc. za jeho pomoc při stanovení tématu a náplně práce a za poskytnuté materiály, které mi pomohly při zpracování diplomové práce. Rovněž děkuji Ing. et Ing. Barboře Zemanové, Ph.D. za odborné vedení a cenné připomínky v průběhu zpracování diplomové práce.

Na tomto místě děkuji Bc. Alexandře Jetmarové za poskytnutí informací a materiálů, jež jsem ve své práci využila, za její ochotu, čas a trpělivý přístup.

Zvláštní poděkování patří mé rodině, která mě po celou dobu studia podporovala.

ANOTACE

Diplomová práce „Analýza cestovního ruchu v Pardubickém kraji a perspektivy jeho rozvoje“ se zabývá analýzou současného stavu cestovního ruchu v Pardubickém kraji, jeho vyhodnocením a navržením možných perspektiv dalšího rozvoje. Práce je koncipována tak, aby od obecných charakteristik zkoumaného tématu logicky postupovala ke konkrétním problémovým oblastem. Významnou část práce tvoří analýza nabídky a poptávky cestovního ruchu v kraji. Zvláštní pozornost je pak věnována problematice institucionálního zajištění, finanční podpory a projektové činnosti v oblasti cestovního ruchu v Pardubickém kraji. Předkládaná zjištění jsou doplněna o doporučení a návrhy ze strany autorky této práce.

KLÍČOVÁ SLOVA

Cestovní ruch, Pardubický kraj, nabídka a poptávka, finanční podpora, organizace cestovního ruchu, projektová činnost, destinační management.

TITLE

Analysis of tourism in the Pardubice Region and the perspectives of its development

ANNOTATION

The thesis „Analysis of tourism in the Pardubice Region and the perspectives of its development“ deals with the analysis of the current situation of tourism in the Pardubice Region, its appraisal and the suggestion of possible perspectives for its further development. The thesis is composed in order to proceed from general characteristics of the analyzed theme to particular issues in the logical way. The analysis of supply and demand in tourism creates an important part of the thesis. The particular attention is paid to tourism organisations, financial support and projects in tourism in the Pardubice Region. Recommendations and suggestions from the author's side are provided to complete the presented findings

KEYWORDS

Tourism, the Pardubice Region, supply and demand, financial support, tourism organisations, projects, destination management

OBSAH

ÚVOD.....	11
1 VYMEZENÍ A CHARAKTERISTIKA CESTOVNÍHO RUCHU	12
1.1 Definice pojmu cestovní ruch	12
1.2 Účastníci cestovního ruchu	13
1.3 Typologie cestovního ruchu.....	14
1.4 Trh cestovního ruchu a jeho specifika.....	15
1.4.1. Specifické rysy trhu cestovního ruchu	17
1.5 Marketingový management destinace cestovního ruchu.....	18
1.5.1 Management destinace	18
1.5.2 Marketing destinace	21
2 OBECNÁ CHARAKTERISTIKA PARDUBICKÉHO KRAJE.....	24
2.1 Historie kraje.....	24
2.2 Územní a administrativní členění.....	25
2.3 Přírodní podmínky	26
2.4 Demografický vývoj.....	27
2.5 Socio-ekonomický vývoj.....	28
3 CHARAKTERISTIKA PODMÍNEK PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V KRAJI	30
3.1 Primární nabídka cestovního ruchu.....	30
3.1.1 Přírodní potenciál	30
3.1.2 Společenské atraktivity	31
3.1.2.1 Kulturně-historický potenciál.....	32
3.1.2.2 Kulturně-společenský potenciál	34
3.1.2.3 Specifické formy cestovního ruchu v Pardubickém kraji.....	36
3.2 Sekundární nabídka	40
3.2.1 Dopravní dostupnost	41
3.2.2 Ubytovací zařízení.....	44
3.2.3 Stravovací zařízení	47
3.2.4 Doprovodná turistická infrastruktura	48
3.3 Analýza poptávky cestovního ruchu v kraji.....	50
3.3.1 Návštěvnost Pardubického kraje	50
3.3.2 Monitoring domácích návštěvníků regionu Východní Čechy.....	53
4 EKONOMIKA A MANAGEMENT CESTOVNÍHO RUCHU V KRAJI	57
4.1 Institucionální zajištění cestovního ruchu	57
4.2 Organizace a řízení cestovního ruchu v kraji	59
4.2.1 Krajský úřad Pardubického kraje	59

4.2.2	Destinační společnost Východní Čechy	60
4.2.3	Regionální rozvojová agentura Pardubického kraje.....	62
4.2.4	Koncepční dokument pro rozvoj cestovního ruchu v kraji	63
4.3	Finanční politika cestovního ruchu v Pardubickém kraji.....	64
4.3.1	Finanční podpora od Pardubického kraje.....	64
4.3.2	Národní program podpory cestovního ruchu.....	69
4.3.3	Veřejné výdaje a přínosy v oblasti cestovního ruchu v krajích ČR	71
4.3.4	Dotační politika Evropské unie	75
5	CHARAKTERISTIKA PROJEKTOVÉ ČINNOSTI V OBLASTI ROZVOJE A PODPORY CESTOVNÍHO RUCHU V PARDUBICKÉM KRAJI	78
5.1	Centrum turistického ruchu Dolní Morava	78
5.2	Projektová činnost Destinační společnosti Východní Čechy	80
5.2.1	Projekty DSVČ.....	81
5.3	Tvorba turistických produktů	84
6	NÁVRHY A DOPORUČENÍ.....	86
6.1	Zimní pecky, poznej všecky.....	86
6.2	Zvýšení atraktivity rekreační oblasti u Sečské přehrady	87
6.3	Marketingová podpora Orlického cyklo & inline království	88
6.4	Ostatní doporučení	90
7	SWOT ANALÝZA	92
	ZÁVĚR.....	94
	POUŽITÁ LITERATURA	96
	SEZNAM PŘÍLOH.....	104

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Poloha a vymezení Pardubického kraje.....	25
Obrázek 2: Turistické regiony ČR a turistické oblasti Východních Čech	26
Obrázek 3: Graf zachycující počet HUZ / 1000 obyvatel v krajích ČR k 31.12. 2011	46
Obrázek 4: Grafické vyjádření čistého využití lůžek v Pardubickém kraji (2000-2012)	47
Obrázek 5: Návštěvnost HUZ podle krajů v letech 2011-2012.....	51
Obrázek 6: Zahraniční hosté dle národností v HUZ Pardubického kraje v roce 2012	52
Obrázek 7: Schéma řídicích institucí cestovního ruchu v Pardubickém kraji	59
Obrázek 8: Struktura výdajů na podporu CR v ČR dle úrovní státní správy v roce 2011.....	72
Obrázek 9: Struktura výdajů krajů a obcí na podporu CR v ČR v roce 2011.....	72
Obrázek 10: Přínosy CR pro kraje ČR v roce 2011.....	73
Obrázek 11: Efektivita podpory cestovního ruchu v rámci krajů ČR.....	74

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Délka železnic, silnic a dálnic dle krajů ČR k 31.12. 2011	42
Tabulka 2: Hromadná ubytovací zařízení v krajích ČR k 31.12. 2011.....	45
Tabulka 3: Klasifikace CZ-NUTS k 1.1. 2013	57
Tabulka 4: Členská základna DSVČ k 1.1. 2013.....	60
Tabulka 5: Výdajové položky rozpočtu Pardubického kraje pro rok 2013 na podporu CR...65	
Tabulka 6: Prvních pět TIC s nejvyššími přidělenými dotacemi v roce 2012.....	68
Tabulka 7: Přidělené dotace - Národní program podpory cestovního ruchu 2010-2013.....	70
Tabulka 8: Podpořené projekty v Pardubickém kraji v rámci NPPCR v roce 2011	70
Tabulka 9: Podpořené projekty v Pardubickém kraji v rámci NPPCR v roce 2012.....	71
Tabulka 10: Efektivita podpory cestovního ruchu v krajích ČR (konkrétní částky)	74
Tabulka 11: Vybrané realizované projekty podpořené v rámci ROP Severovýchod	77
Tabulka 12: Realizované projekty DSVČ za spolufinancování EU	81
Tabulka 13: SWOT analýza: silné a slabé stránky Pardubického kraje	92
Tabulka 14: SWOT analýza: příležitosti a hrozby Pardubického kraje.....	93

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK, ZNAČEK

ATIC	Asociace turistických informačních center
CR	Cestovní ruch
ČD	České dráhy
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DSO	Dobrovolný svazek obcí
DSOHP	Destinační společnost Orlické hory a Podorlicko
DSO ROT	Dobrovolný svazek obcí Region Orlicko-Třebovsko
DSVČ	Destinační společnost Východní Čechy
EU	Evropská unie
ETC	European Travel Commission
FO	Fyzická osoba
HDP	Hrubý domácí produkt
HPH	Hrubá přidaná hodnota
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
CHKO	Chráněná krajinná oblast
IT	Informační technologie
KČT	Klub českých turistů
LAC	Limits to Acceptable Change Model
LAV	Soustava místních samosprávných jednotek (okresy, obce)
MAS	Místní akční skupina
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MPR	Městská památková rezervace
NKP	Národní kulturní památka
NPPCR	Národní program podpory cestovního ruchu
NPÚ	Národní památkový ústav
NUTS	Systém územních statistických jednotek
Pk	Pardubický kraj
PO	Právnícká osoba
PR	Public Relations
ROP	Regionální operační program
RR	Regionální rada
RRA Pk	Regionální rozvojová agentura Pardubického kraje
SROP	Společný regionální operační program
SWOT	Analýza silných, slabých stránek, příležitostí, hrozeb
TIC	Turistické informační centrum
TO	Turistická oblast
UNESCO	Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu

ÚVOD

Cestovní ruch patří v posledních desetiletích k nejdynamičtěji se rozvíjejícím hospodářským odvětvím světové ekonomiky. Pro řadu zemí může představovat jediný zdroj příjmů a působit tedy jako hlavní rozvojový faktor, jež významně ovlivňuje ekonomickou úroveň a prosperitu těchto zemí. Cestovní ruch jako fenomén současnosti nemá pouze význam ekonomický, ale podílí se rovněž na sociálním rozvoji, vzájemném uznávání a respektování odlišných národů, kultur a také působí jako zdroj sebevzdělávání či individuálního a kolektivního uspokojení.

Cestovní ruch je průřezovým odvětvím, ovlivňuje tedy řadu dalších hospodářských oblastí, utváří nová pracovní místa, zvyšuje vzdělanost obyvatelstva a v neposlední řadě podporuje kulturní, historické a přírodní dědictví. Česká republika patří k zemím, které jsou z hlediska cestovního ruchu velmi atraktivní, a to jak pro domácí, tak zahraniční turisty. Na druhou stranu je evidentní, že rozvoj cestovního ruchu je na našem území nerovnoměrný. Největší podíl na obratu plynoucího z cestovního ruchu vytváří Praha a i mezi zbylými regiony lze sledovat značné rozdíly v návštěvnosti. Jedním z takto negativně postižených regionů je Pardubický kraj, který již po mnoho let patří k nejméně navštěvovaným a turisticky atraktivním krajům České republiky.

Tato diplomová práce se zabývá analýzou cestovního ruchu na území Pardubického kraje. Autorka se oblasti cestovního ruchu věnuje již několik let, kdy v rámci bakalářského studia absolvovala stejnojmenný studijní obor a svou bakalářskou práci již tehdy zaměřila na problematiku cestovního ruchu v Pardubickém kraji. Předkládaná diplomová práce se však daným tématem zabývá detailněji, komplexněji a uvádí nové poznatky a oblasti zkoumání.

Cílem této práce je zhodnotit současný stav cestovního ruchu v Pardubickém kraji z několika hledisek a na základě této analýzy navrhnout možnosti pro jeho další rozvoj. Práce je koncipována tak, aby od obecných charakteristik přecházela ke konkrétním podrobně zkoumaným problémovým oblastem. Pozornost je tak především věnována několika stěžejním tématům. V první řadě se autorka zaměřuje na komplexní analýzu nabídky a poptávky cestovního ruchu na území kraje. Zvláštní pozornost je nadále věnována institucionálnímu zajištění, možnostem finanční podpory a projektové činnosti cestovního ruchu. V závěrečné části využívá autorka prostor pro své návrhy a doporučení, jež vyplývají ze zjištěných faktů. Pro zpracování této diplomové práce byly autorce poskytnuty informace a materiály ze strany zástupců příslušných institucí.

1 VYMEZENÍ A CHARAKTERISTIKA CESTOVNÍHO RUCHU

Následující text poskytne teoretický základ z hlediska vymezení základních pojmů z oblasti cestovního ruchu, který je nezbytným východiskem pro správné pochopení dané problematiky.

1.1 Definice pojmu cestovní ruch

Jednoznačně a zcela přesně definovat cestovní ruch (CR) není zcela možné, neboť se jedná o mnohoznačný jev s vazbou na řadu ekonomických i mimoekonomických oblastí společnosti. S ohledem na jeho rozmanitost a průřezovost vyplývá tedy složitost jeho jednotného definování. Obtížná vymezení cestovního ruchu se odráží v množství různých výkladů a pojetí, které postupně v průběhu jeho vývoje vznikaly, nicméně dosud však neexistuje jediná a zcela vyčerpávající definice, jež by zahrnovala všechny podstatné znaky tohoto jevu. V jednotlivých vymezeních autoři vždy akcentují určitý znak tohoto jevu často v závislosti na vědní disciplíně, ze které je na cestovní ruch nahlíženo.

Prvotní snahou autorů Stratdnera, Schullerna a Morgenrotha bylo odlišení cestovního ruchu od širšího pojmu cestování jako takového. Další definice se však spíše dotýkaly sociální a ekonomické stránky tohoto jevu. Autor Borman vymezuje cestovní ruch ve smyslu cest, které jsou realizovány zejména za účelem zotavení, zábavy, obchodu a povolání či z jiných příčin, a zároveň jsou spojené s dočasnou změnou místa bydliště, vyjma cest ve významu dojíždění za prací. Další důraz je kladen na nepravidelný a dočasný charakter těchto cest bez záměru se v daném místě trvale usadit. [38]

Za vyvrcholení snah definovat a sjednotit klíčové pojmy z oblasti cestovního ruchu i pro účely statistického sledování je považována Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu, která se konala v červnu 1991 pod záštitou Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) v kanadském hlavním městě Ottawě.

Cestovní ruch je dle UNWTO definován jako *„činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí /mimo místo bydliště/, a to na dobu kratší než je stanovena *, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“* [38]

* Mezinárodní cestovní ruch stanovuje tuto dobu na jeden rok, domácí cestovní ruch na 6 měsíců.

Z tohoto mezinárodně uznávaného pojetí cestovního ruchu je patrných několik zásadních znaků, a to především změna místa stálého bydliště, dočasnost a nevýdělečný charakter cesty a pobytu v daném místě. Za cestovní ruch se tak nepovažují cesty za zaměstnáním, dlouhodobá migrace a běžné cesty realizované v rámci bydliště. [32]

1.2 Účastníci cestovního ruchu

Zejména pro statistické účely je nutné od sebe odlišovat a zároveň vzájemně nezaměňovat jednotlivé typy účastníků cestovního ruchu. Výše zmíněná Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu z roku 1991 přinesla rovněž i unifikaci a rozlišení následujících skupin účastníků, a to odděleně z pohledu domácího a mezinárodního turismu. Tyto dva druhy cestovního ruchu rozdílně vymezují časové období, po které se účastník CR nachází mimo místo svého bydliště, a to na dobu, která je uvedena v poznámce na předchozí straně. Zároveň důvodem cest, které účastníci realizují, není vykonávání výdělečné činnosti. [54]

Stálým obyvatelem (rezidentem) je z pohledu domácího cestovního ruchu osoba, která v určitém místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šesti měsíců. V druhém pojetí se jedná o osobu, která žije ve své zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku.

Návštěvník (visitor) je osoba cestující do jiné země, než v níž má trvalé bydliště, nebo mimo své obvyklé prostředí na dobu nepřekračující 12 měsíců. V domácím cestovním ruchu se jedná o osobu trvale usídlenou v dané zemi, v níž podniká cesty na jiná místa za hranice svého obvyklého prostředí na dobu kratší šesti měsíců. Z uvedeného vymezení vyplývá, že se může jednat o turistu i výletníka.

Za turistu (tourist, overnight visitor) je považována osoba, která cestuje do jiné země, a tedy mimo své trvalé sídlo, kde se zdrží na alespoň jedno přenocování, ne však déle než jeden rok. V rámci domácího cestovního ruchu je to osoba trvale usídlená v dané zemi, která v téže zemi cestuje na jiné místo, kde stráví alespoň jedno přenocování, bez toho, aby zde pobývala déle než šest měsíců.

Výletník (excursionist, same-day tourist), neboli jednodenní návštěvník, je v mezinárodním cestovním ruchu osoba, která cestuje do jiné země, než v níž trvale žije, na dobu kratší než 24 hodin, aniž by v navštívené zemi přenocovala. Domácí cestovní ruch na výletníka pohlíží jako na osobu trvale usídlenou v určité zemi, která cestuje v rámci této země do jiného místa, než v němž má své trvalé bydliště a obvyklé životní prostředí, na dobu nepřesahující 24 hodin a bez přenocování.

Z této klasifikace vyplývají rozdíly mezi uvedenými typy účastníků CR, a to zejména v délce a místě jejich pobytu. Zároveň přenocování a jejich počet jsou klíčovými údaji z hlediska rozlišení v mezinárodních statistikách. Z uvedených charakteristik jsou rovněž patrné společné znaky korespondující se základními atributy pojmu cestovní ruch. Jedná se o dočasnou změnu místa trvalého bydliště a obvyklého životního prostředí za účelem využití volného času, s nevýdělečným charakterem cesty a pobytu. [38]

1.3 Typologie cestovního ruchu

V rámci typologie se jedná o systematické třídění cestovního ruchu na základě různých kritérií do jednotlivých forem, typů či druhů. Typologie CR pak v praktické rovině souvisí se segmentací trhu cestovního ruchu, jejímž účelem je identifikovat cílové zákazníky a nabídnout jim tak služby co nejlépe odpovídající jejich potřebám.

Se zaměřením na uspokojování odpovídajících potřeb účastníků cestovního ruchu vznikla pestrá škála forem cestovního ruchu, které odrážejí motivy účasti na cestovním ruchu. V této rovině rozlišujeme formy základní a specifické. Jedna z možných klasifikací základních forem je následující:

- **rekreační CR**, jehož účelem je zaměření na regeneraci a reprodukci fyzické a psychické kondice člověka,
- **kulturně-poznávací CR**, motivovaný poznáváním historie, kulturního dědictví, zvyků a tradic vlastního národa či jiných zemí,
- **sportovně-turistický**, spojený s odpočinkem v rámci jak aktivních, tak pasivních sportovních činností,
- **léčebný a lázeňský CR**, zahrnující zdravotní prevenci, rehabilitaci a rovněž i relaxaci.

Na základě různorodých přání a potřeb účastníků CR vzniklo široké spektrum specifických forem, jež se orientují výhradně na daný cílový segment. V souladu s demografickou skladbou obyvatelstva lze rozlišovat např. cestovní ruch mládeže, seniorů či rodin s dětmi. S ohledem na místo realizace CR lze jako příklad uvést městský či venkovský CR, agroturistiku, chatařskou a chalupářskou, kongresovou a incentivní turistiku, gastronomickou, nákupní či temnou turistiku (tzv. *dark tourism*), spojenou s navštěvováním míst, k nimž se váží zejména nešťastné události dávné či nedávné minulosti.

Uvedený výčet je, vzhledem ke své reálné obsáhlosti, omezený a zaměřený pouze na výběr nejběžnějších specifických forem CR. Jelikož se dnešní dynamická doba neustále mění, lze i v této oblasti očekávat rozšíření nabídky o další formy CR dle nejnovějších trendů.

Druhy cestovního ruchu se v odborné literatuře klasifikují dle různých hledisek. Dle místa čerpání služeb CR, resp. dle vztahu k platební bilanci, je vymezen odděleně domácí a zahraniční, popř. tranzitní CR. Daným kritériem je fakt, zda účastníci CR cestují uvnitř své země, nebo zda překračují hranice státu, popř. přes území státu pouze projíždějí. V rámci zahraničního CR je pak nadále nutno rozlišovat mezi aktivním CR (tzv. incoming), kdy cizinci přijíždějí do destinace a na druhé straně pasivním CR (tzv. outgoing), kdy se jedná o výjezdy domácích turistů do zahraničí.

Dalším hlediskem může být způsob účasti, resp. způsob zabezpečení cesty a pobytu, dle něhož rozlišujeme cestovní ruch na organizovaný (tj. zajišťovaný nejčastěji cestovní kanceláří či jiným zprostředkovatelem) a neorganizovaný (tj. účastník si služby zabezpečuje sám). Dle délky pobytu pak dělíme CR na krátkodobý a dlouhodobý, kdy rozhodujícím kritériem jsou tři přenocování na daném místě mimo trvalé bydliště.

V souvislosti s ročním obdobím se hovoří o sezónním a mimosezónním CR, přičemž hlavní odlišnosti lze spatřovat v koncentraci turistů v daných destinacích, nabídce a cenové hladině služeb.

S ohledem na životní a sociokulturní prostředí se často hovoří o tzv. tvrdém a měkkém cestovním ruchu. Tvrdými prvky CR jsou chápány především rozsáhlé investice do infrastruktury pro podporu zejména masového turismu bez ohledu na environmentální, sociální či kulturní aspekty. Na druhé straně měkký CR, nazývaný též jako udržitelný či odpovědný, se snaží o zodpovědný přístup k dané destinaci bez narušování původního prostředí a vzniku negativních dopadů. [73]

1.4 Trh cestovního ruchu a jeho specifika

Trh je oblast ekonomiky, kde se střetává nabídka s poptávkou a dochází tak ke směně zboží a služeb prostřednictvím peněz. Na trhu cestovního ruchu vystupují dvě skupiny základních složek, které na jedné straně tvoří tzv. subjekty a na druhé objekty.

Do kategorie subjektů patří jednak kupující, jednak prodávající. Jejich společným rysem je, že oba tyto soubory vstupují na trh cestovního ruchu. Kupujícími jsou chápáni účastníci cestovního ruchu, kteří uspokojují své potřeby, jež je přiměly k účasti na CR. Proávající se nejčastěji nacházejí v roli podniků či jednotlivců, kteří nabízejí a prodávají tzv. objekty. Jejich

bližší specifikace bude uvedena níže. Zvláštní funkci v oblasti cestovního ruchu plní zprostředkovatelé, kteří vytváří jak stranu poptávající, tak nabízející.

Skupinu objektů tvoří hmotné a nehmotné statky, které se stávají předmětem nabídky prodávajících. Součástí této kategorie jsou služby, zboží a volné statky, přičemž služby zaujímají dominantní podíl na trhu cestovního ruchu. Objekty mohou vystupovat jednotlivě či v podobě komplexního produktu, nazývaného jako „balíček“ (*angl. package*). Volné statky jsou chápány ve smyslu přirozených statků, které nebyly vytvořeny lidskou činností a mohou být bezplatně využívány. Patří sem např. krajina, klima, ovzduší apod.

Pro rozvoj cestovního ruchu v každé destinaci je důležitá správně zvolená a kvalitní nabídka, která dokáže oslovit a přilákat potenciální turisty a návštěvníky a následně uspokojit jejich potřeby a požadavky. Nabídka v cestovním ruchu je vytvářena všemi nezbytnými komponenty, které podněcují účast na cestovním ruchu a vedou ke splnění očekávaných efektů.

Základní součástí nabídky v cestovním ruchu je soubor atraktivit cílových míst a úroveň tamní vybavenosti. Atraktivity neboli zajímavosti jednotlivých lokalit představují hlavní elementy nabídky cestovního ruchu. Jsou souhrnně označovány jako primární nabídka cestovního ruchu a vystupují v roli stěžejního činitele, který vytváří podmínky pro rozvoj cestovního ruchu v daných oblastech.

Dle autorky doc. Malé existují nejčastěji následující typy atraktivit. První kategorii tvoří přírodní zajímavosti jakožto významný předpoklad pro rozvoj cestovního ruchu na daném místě. Nejčastěji se jedná o přírodní zvláštnosti krajiny, hydrologické poměry, krásy fauny a flory aj. Další obsáhlou skupinou jsou uměle vybudované atraktivity s kulturně-historickým potenciálem, které představují častý motiv pro účast na cestovním ruchu. Tuto skupinu zastupují zejména hrady, zámky, sakrální či technické památky, avšak nechybí zde ani budovy moderních galerií, muzeí a jiných objektů. Velmi oblíbenou skupinou jsou tzv. organizované atraktivity, které zahrnují události jako veletrhy a výstavy, kongresy, hudební či divadelní festivaly, sportovní klání a podobné akce. V neposlední řadě stále nabývají na významu atraktivity sociálního zaměření, které jsou spojovány s folklórními slavnostmi, tradicemi, zvyky a velký růst zažívá i cestování za lokální gastronomií.

Primární nabídka vytváří předpoklady a potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Nicméně aby mohlo skutečně dojít k naplnění potřeb a přání účastníků CR, je nutná existence tzv. materiálně-technické základny, označované jako sekundární nabídka cestovního ruchu. Ta je určována vybaveností cílových míst základními a doplňkovými zařízeními za účelem

vytvoření podmínek pro pobyt na těchto místech. Základní zařízení jsou nezbytná k vytvoření materiálně-technické základny v oblasti služeb. Zahrnují tedy možnost ubytování, stravování a přepravy. Doplňková zařízení dotvářejí komplexní podobu destinace odpovídající poptávce. Za doplňkové služby lze pokládat např. možnosti sportovně-rekreačního vyžití, finanční služby (bankomaty, směnárny apod.), kulturně-společenská zařízení (kina, divadla, zábavní parky aj.), možnosti k nakupování (obchody, tržnice, atd.), dostupnost zdravotních či bezpečnostních služeb a rovněž hraje důležitou roli image a pověst dané destinace.

V oblasti cestovního ruchu je poptávkou rozuměna potřeba a motivace účastnit se cestovního ruchu s cílem tuto potřebu uspokojit. Rozhodnutí o účasti na CR je v dnešní době ovlivněno zejména koupěschopností obyvatelstva, volnočasovými možnostmi, cenovou úrovní nabídky, požadavky a nároky zákazníků či motivem pro tuto účast. [47]

1.4.1. Specifické rysy trhu cestovního ruchu

Trh cestovního ruchu vykazuje celou řadu zvláštností, které vyplývají z charakteru potřeb účastníků (strana poptávky), tak i z charakteru nabízeného produktu. Společnými vlastnostmi nabídky a poptávky je různorodost, komplexnost a sezónnost. V obou případech je evidentní výrazná závislost na přírodních, politicko-ekonomických a sociálních podmínkách cílových míst. Na rozdíl od nabídky se poptávka vyznačuje vysokou elasticitou, projevující se zejména vlivem změn v cenách produktů CR či ve výši disponibilních příjmů obyvatelstva.

Odvětví cestovního ruchu se vyznačuje významnou složkou lidské práce zejména v oblasti poskytování služeb. Rozvoj nejnovějších technologií zasáhl i tento průmysl, kdy téměř všechny zainteresované subjekty využívají nejrůznějších informačních a rezervačních systémů, které slouží pro lepší komunikaci, spolehlivé a rychlé předávání informací. [2]

Pro trh cestovního ruchu je typické místní a časové oddělení nabídky, poptávky a spotřeby služeb, pro něž jsou charakteristické následující vlastnosti. **Nehmotnost** služeb svědčí o tom, že si je zákazník nemůže před koupí vyzkoušet. Výsledkem je tak jistá míra nejistoty, kterou se snaží zákazník snížit vyhledáváním dalších informací, které by ho přesvědčily o kvalitě služeb. Dalším znakem služeb je **neoddělitelnost**, jež působí v tom smyslu, že služba je nejprve prodána, pak realizována a následně spotřebována. Různorodost poptávky a nabídky se odvíjí od **proměnlivosti** služeb. Jejich variabilita se tak projevuje v různých úrovních kvality služeb, což je dáno zejména působením lidského faktoru a nepředvídatelností chování zainteresovaných osob v poskytování služeb. Nehmotnost souvisí s tím, že služby nelze skladovat či jinak uchovávat, což vyplývá z jejich **pomíjivého charakteru**. Pokud tak nejsou spotřebovány v době, kdy jsou k dispozici, jsou pak pro daný

okamžik ztracené. Poslední vlastností je **nemožnost nabytí vlastnického práva** ke službě, kdy si zákazník pouze koupí právo na možnost čerpání dané služby a po její realizaci toto právo zaniká. [78]

1.5 Marketingový management destinace cestovního ruchu

Na úvod této kapitoly je vhodné uvést definice stěžejních pojmů objevujících se v následujícím textu. Jedná se o klíčová slova marketing, management a destinace.

Pojem **marketing** je v dnešní době často skloňovaným výrazem, přičemž jeho význam neustále roste a stává se tak neodmyslitelnou součástí vztahu mezi podnikatelskými subjekty a zákazníky napříč veškerými oblastmi ekonomiky. Pro marketing vznikla v průběhu uplynulých dekad řada definic, do kterých se autoři snažili vštěpit jeho základní poslání a myšlenku. Světový představitel soudobého marketingu Philip Kotler uvádí v jednom ze svých děl následující definici na základě obecného pojetí marketingu: „*Marketing je společenský a řídicí proces, kdy jednotlivci a skupiny získávají, co potřebují a chtějí, prostřednictvím tvorby a směny hodnot s ostatními.*“ [42]

Pojem **management** lze vymezit jak soubor veškerých činností, jež je nutné vykonat k zabezpečení fungování organizace prostřednictvím řídicích aktivit a pracovníků. Představuje soustavný proces zahrnující funkce plánování, organizování, rozhodování, motivování, komunikaci a kontrolu. [79]

Rovněž i v oblasti vymezení **destinace** cestovního ruchu existuje řada definic a přístupů. Např. dle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) je destinace charakterizována jako „*místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník CR zvolil pro návštěvu*“. Typickými znaky, které destinace vykazuje, tak jsou zejména významná nabídka a koncentrace atraktivit, rozvinutá infrastruktura a úroveň služeb CR, jejichž výsledkem je soustředění vysokého počtu návštěvníků v dané oblasti, kterou může být chápána celá země, nebo její region, případně město. [41]

1.5.1 Management destinace

Management destinace (destinační management) se v současnosti stává jedním z klíčových prvků účinného managementu cestovního ruchu. Rozumíme jím „*soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci za účelem dosažení jeho udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu.*“ [44]

Pro fungování destinačního managementu je nezbytným prvkem spolupráce, partnerství a synergie. Jedná se především o kooperaci subjektů ať již přímo či nepřímo zainteresovaných v turistickém ruchu. Lidé vnímají destinaci vždy jako celek, jejich názor je tak utvářen působením všech složek cestovního ruchu, proto je nezbytná společná koncentrace sil složek soukromého a veřejného sektoru, které se na cestovním ruchu v dané oblasti podílejí. Výsledkem iniciace partnerství daných subjektů je vznik různých asociací, spolků a organizací. Takto dobrovolně kooperující subjekty se pak společně podílí na vytváření konkurenceschopných produktů CR, společně sdíleného loga, značek kvality, informačních a rezervačních systémů, tvorbě cenové politiky, jakož i na provádění marketingového výzkumu a sběru statistických dat.

Součástí destinačního managementu jsou následující tři oblasti. V první řadě je to návštěvnický management. V publikaci Páskové a Zelenky je definován jako „*soubor řídicích technik a nástrojů, používaných soukromými i veřejnými subjekty CR za účelem usměrňování toků návštěvníků a ovlivňování způsobu jejich chování.*“ [62] V rámci této oblasti se jedná např. o značení turistických tras a stezek, kde nejpopulárnějším subjektem pro tuto činnost u nás je Klub českých turistů. K dalším nástrojům rovněž patří tzv. zonace, čímž se obecně rozumí rozdělování geografického prostoru na jednotlivé zóny na základě daných kritérií. S usměrňováním návštěvníků dále souvisí vytváření etických kodexů nejen pro samotné návštěvníky, ale i pro podnikatelské subjekty v CR, pořádání výchovně vzdělávacích programů a seminářů.

Druhým pilířem destinačního managementu je tzv. model limitů přijatelné změny, zkráceně LAC vyplývající z anglického názvu *Limits to Acceptable Change Model*. Tímto modelem lze chápat určité nástroje pro regulaci zatěžujících vlivů na dané území při stanovení přijatelných mezí a využívání indikátorů směřujících k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu.

Třetí oblastí je tzv. spektrum rekreačních příležitostí, přičemž se pod tímto názvem rozumí soubor veškerých faktorů ovlivňujících rozvoj cestovního ruchu v daném místě. Patří sem tři hlavní skupiny faktorů, a to předpoklady lokalizační, realizační a selektivní. [62]

Lokalizační předpoklady lze de facto označit jako tzv. primární nabídku cestovního ruchu, o které bylo pojednáno v kapitole 1.4. Pro stručné připomenutí sem patří předpoklady geografické a přírodní, kulturně-historické a antropogenní (tj. společenské a organizované). Tyto skupiny faktorů do značné míry předurčují, jaký typ cestovního ruchu se bude v daném území rozvíjet a stane se tak pro danou destinaci konkurenční výhodou.

Na druhé straně sekundární nabídku cestovního ruchu vytváří skupina realizačních faktorů. Umožňují jednak dané místo dosáhnout pomocí přepravních služeb, a jednak ho využít skrze materiálně-technickou základnu prostřednictvím ubytovacích, stravovacích a ostatních služeb.

Poslední skupinu tvoří selektivní neboli též stimulační faktory. Na tento typ předpokladů je nahlíženo ze dvou hledisek, jednak z pohledu objektivního, jednak subjektivního. Objektivní stimulační faktory představují vlivy vnějšího prostředí na vznik a rozvoj cestovního ruchu. Zahrnují tak podmínky politické (např. politická stabilita země, podpora CR ze strany vlády, atd.), dále ekonomické (tj. výše HDP, kupní síla obyvatelstva, míra investic do rozvoje CR apod.), demografické (tzn. počet a složení obyvatel, životní úroveň, atd.) a v neposlední řadě podmínky administrativní, mezi něž patří právní předpisy a veškerá legislativa týkající se sektoru cestovního ruchu.

Subjektivní stimulační faktory souvisejí s psychologickými podněty ovlivňujícími spotřebitelské chování. Důležitou roli zde hrají především reklamní a propagační nástroje, image destinace, zkušenosti a reference okolí. [73]

Kvalitně prováděný destinační management přináší pozitivní efekty související s rozvojem cestovního ruchu v destinaci. Cestovní ruch je pak přínosem v mnoha oblastech. V rámci ochrany životního prostředí se jedná např. o příjmy plynoucí z navštěvování přírodních atraktivit (tj. národních parků, přírodních rezervací, atd.), které jsou následně použity k financování ochrany přírodních zdrojů. V sociálně-kulturní sféře se cestovní ruch stává podnětem k vytváření pracovních míst, zvyšování životního standardu obyvatel a zároveň podněcuje v lidech snahu ochraňovat přírodní a kulturní bohatství a zachovat národní historii, tradice a autenticitu. Rozvoj cestovního ruchu se pro mnohé destinace stává nejdůležitějším „hnacím“ odvětvím ekonomiky, přičemž jeho pozitivní vliv je evidentní především ve zlepšování platební bilance státu, v oblasti podpory malého a středního podnikání, ve zvyšování zaměstnanosti a v rámci stimulování investic do rozvoje infrastruktury.

Na druhé straně s sebou rozvoj cestovního ruchu přináší i negativní dopady, a to právě ve výše zmíněných oblastech. Negativní působení na životní prostředí často souvisí s nadměrným využíváním destinace velkým počtem návštěvníků, což může vést i ke zničení přírodního potenciálu destinace. Jako příklad lze uvést zamořování ovzduší, půdy či vody zplodinami z dopravních prostředků, vymírání živočišných a rostlinných druhů, zvýšená spotřeba místních zdrojů, atd. Cestovní ruch často způsobuje změny v systému hodnot, chování a v tradičním životním stylu místních obyvatel. K narušujícím prvkům patří zejména přílišná komercializace související se ztrátou autenticity a přizpůsobením původních tradic

a zvyků poptávce turistů. Velký počet návštěvníků a turistů z různých koutů země může vyvolat i sociální střety vyplývající z rozdílných kultur a etnických skupin. Negativní jevy CR pak mají i ekonomické dopady ve formě skrytých nákladů (např. v důsledku zvyšování popularity destinace se může jednat o růst cen služeb, zboží, nemovitostí), ekonomické závislosti pracovní síly na sezónním charakteru práce v cestovním ruchu, atd. [41]

K vykonávání destinačního managementu jsou zřizovány samostatné jednotky označované jako organizace cestovního ruchu či destinační společnosti. Jedná se o specifické organizace sdružující nejčastěji podnikatelské subjekty, které společně působí v následujících oblastech. Především se orientují na vytváření a prosazování destinace a jejich produktů na trhu, zabývají se analýzami trhu a výzkumy, ze kterých následně vyplývají marketingové aktivity zaměřené na budování a propagaci image a značky destinace za účelem zvyšování návštěvnosti. V neposlední řadě fungují jako koordináční a komunikační médium při tvorbě společných postupů a činností pro dosažení stanovených cílů v oblasti cestovního ruchu.

Organizace cestovního ruchu působí na čtyřech možných úrovních. Na nejnižším stupni vznikají tzv. lokální turistické organizace (např. Destinační management města Český Krumlov), následují organizace regionální (např. Destinační společnost Východní Čechy), s působností na národní úrovni u nás funguje Česká centrála cestovního ruchu zvaná CzechTourism a v konečné fázi existují kontinentální turistické organizace, jako např. European Travel Commission (ETC).

Uvedené organizace vznikají i v různých právních formách, z čehož vyplývá odlišný způsob financování jejich činnosti. Jednak se může jednat o dobrovolná sdružení subjektů financovaná z členských příspěvků a výnosů z vlastní podnikatelské činnosti, jednak o organizace zřizované prostřednictvím orgánů veřejné správy a podporované tak z veřejných zdrojů. Avšak nejefektivnější je spojení na základě spolupráce podnikatelských subjektů a orgánů veřejné správy označované jako princip „3P“ (private – public - partnership). [73]

1.5.2 Marketing destinace

Podstata marketingu destinace spočívá v komunikaci mezi stranou nabídky a poptávky CR a v orientaci zainteresovaných subjektů na uspokojení potřeb a požadavků účastníků cestovního ruchu v destinaci. Úspěšnou destinací na trhu CR se stává ta, která je schopna identifikovat vlastní nabídku, tzn. vytvořit produkt cestovního ruchu a zároveň vyhovět poptávce, což v podstatě znamená nalézt cílový trh a potenciální zákazníky, které daná nabídka zaujme a podníti tak jejich návštěvu dané destinace.

Pro naplnění tohoto cíle je nezbytný koordinovaný postup v podobě vytvoření marketingové koncepce destinace cestovního ruchu. Základním kamenem takovéto koncepce je stanovení poslání neboli mise destinace. Jedná se de facto o myšlenku, která zdůvodňuje smysl existence dané destinace, její jedinečnost a případnou konkurenční výhodu. Dalším stanoviskem často bývá i formulace vize, která udává budoucí směr a možnosti destinace. Nedílnou součástí je specifikace cílů, které jsou společné všem zainteresovaným subjektům v rámci destinace, přičemž nástroje a postupy k dosažení těchto cílů jsou obsaženy v marketingové strategii. Marketingová strategie zahrnuje na jedné straně plán aktivit a možných způsobů rozvoje, na druhé straně pak uvádí principy k jejich dosažení, které by měly vždy odpovídat dané situaci na trhu. [41] Součástí této strategie je tzv. marketingový mix, který lze v oblasti cestovního ruchu charakterizovat jako soubor marketingových nástrojů, které destinace využívá k prosazení své strategie a naplnění stanovených cílů. Základní marketingový mix obsahuje čtyři prvky, které se dle počátečních písmen svých anglických ekvivalentů souhrnně označují jako „4P“. Jedná se tedy o product (**produkt**), price (**cena**), place (**distribuce**) a promotion (**propagace**). Uvedené čtyři marketingové nástroje jsou kontrolovatelné proměnné, které je nutné přizpůsobovat změnám okolí a požadavkům cílového trhu. Základním komponentem marketingového mixu je produkt. Ten je v oblasti cestovního ruchu chápán jako turistický produkt přesně určený časem, místem, kvalitou a rozsahem služeb a cenou, který je nejčastěji v podobě balíčku určen ke spotřebě konečnému zákazníkovi a nabízen prostřednictvím organizovaného prodeje cestovních kanceláří. Zároveň je tento produkt připraven pod záštitou společného managementu zainteresovaných subjektů s přihlédnutím k poznatkům o daném území, trhu a poptávce cestovního ruchu.

V dnešní době je zákazníkovo rozhodnutí o koupi produktu stále více ovlivňováno jeho cenou s přihlédnutím ke kvalitě. Cenové nabídky se tak stávají častým lákadlem při reklamních kampaních a podpoře prodeje a je rovněž zřejmé, že zákazníci požadují za danou cenu stále větší hodnotu, tj. co se za danou cenu nabízí.

Aby byl produkt zpřístupněn konečnému spotřebiteli, je nezbytné vytvoření distribuční cesty mezi prodejcem a zákazníkem. Rozlišujeme dva typy cest, a to přímé a zprostředkované. Zároveň je stále více využíváno elektronických distribučních cest, které slouží nejen pro pohodlí zákazníka, ale usnadňují komunikaci mezi poskytovateli služeb.

Propagace neboli marketingová komunikace je v současnosti velmi důležitým nástrojem, bez něhož se žádný podnikatelský subjekt neobejde. Je zde využíváno jak přímých, tak

nepřímých propagačních nástrojů, jež mají vhodným způsobem představit produkt či službu, oslovit tak zákazníka a přimět ho ke koupi.

Skutečnost, že je cestovní ruch rychle se měnícím odvětvím, zákazníci jsou stále náročnější ve svých požadavcích, podniky a destinace chtějí uspět v silné konkurenci na trhu, reflektuje vytvoření nového a moderního pojetí marketingového mixu spočívajícího v rozšíření původních „4P“ na „8P“. Autorem tohoto přístupu je A.M. Morrison, který uvádí následující čtyři prvky. Prvním z nich je tzv. **packaging**, neboli sestavování jednotlivých služeb do balíčků za souhrnnou cenu. Balíčky přináší řadu výhod pro spotřebitele zejména v podobě úspor času a prostředků, cestovatelské jistoty a zaručeného zážitku. Packaging je přínosem i pro samotné destinace, neboť dobře sestavené balíčky ve výsledku vedou ke zvyšování návštěvnosti destinací. Zároveň jejich prostřednictvím lze nabízet a prodávat ty služby, které by samostatně nebyly pro turisty atraktivní a nestaly se tak důvodem k navštívení destinace.

Další proměnnou je **programming** spočívající v programování nabídky pomocí časových plánů činností, postupů a úkolů, různých harmonogramů a programů, s cílem poskytnout zákazníkovi bezproblémové plnění služeb a zvýšit atraktivnost balíčků.

Jelikož je cestovní ruch odvětvím s vysokým podílem lidské práce a na kvalitě lidských zdrojů tak bezprostředně závislý, uvádí Morrison jako další „P“ složku **people** (lidé). Nezbytným předpokladem k úspěchu je vhodný výběr zaměstnanců, a to zejména takových, kteří jsou v přímém kontaktu se zákazníkem. Na druhé straně je nutné věnovat pozornost zvolení správného cílového zákaznického segmentu. Nežádoucí jsou pak ti zákazníci, kteří vyvolávají konflikty s jinými skupinami a odrážejí tak ostatní klienty od opakované návštěvy dané destinace.

V pořadí čtvrtou proměnnou je tzv. **partnership** neboli spolupráce. Spolupráce mezi zúčastněnými subjekty je jedním z důležitých zdrojů úspěchu pro rozvoj cestovního ruchu. Kooperace umožňuje stranám např. efektivnější propagaci, posílení vyjednávací pozice či snadnější nalezení konkurenčních výhod. Vzhledem k tomu, že význam informačních technologií (IT) v marketingu cestovního ruchu neustále roste a stává se tak nezbytnou složkou k fungování celého systému, dochází k rozšíření „8P“ o prvek IT.

S ohledem na zmíněná fakta je důležité, aby tvorbě marketingového mixu předcházely výzkumné metody v podobě analýzy vnějšího prostředí, SWOT analýzy či Porterovy analýzy oborového prostředí. Pro správně sestavený marketingový mix je nutná správně provedená segmentace trhu následovaná výběrem vhodného cílového segmentu. [73]

2 OBECNÁ CHARAKTERISTIKA PARDUBICKÉHO KRAJE

Tato kapitola je zaměřena na představení kraje s cílem poskytnout čtenáři základní informace z různých oblastí vymezujících tento region. Následující podkapitoly se věnují jednotlivým charakteristikám a společně tak vytváří ucelenou představu o podobě tohoto kraje.

2.1 Historie kraje

První zmínky o osídlování území Pardubického kraje pocházejí z 8. a 9. století, kdy do těchto končin zavítaly slovanské kmeny. V 10. století dochází k rozvoji osídlování území a následnému vzniku prvních osad, které představovaly prvopočátky dnešních měst.

Význačnou historickou událostí, která zapůsobila na životy mnoha obyvatel kraje a celého českého království, bylo založení reformní církve Jednoty bratrské v Kunvaldu v roce 1457. V průběhu období šíření tohoto hnutí se z řady českých měst a obcí stala působiště stoupců této církve, přičemž se řada z nich nacházela i v Pardubickém kraji.

Důležitým mezníkem v historii kraje se stal rok 1590, kdy se oblast Pardubicka stala majetkem mocného rodu Pernštejnů. Tento šlechtický rod stál za vznikem některých významných památek v kraji, např. zámeckých komplexů v Pardubicích a Litomyšli, a rovněž inicioval vytvoření velkých rybníčních soustav a hospodářských děl v regionu. Značně také podporoval rozvoj pivovarnictví v kraji, čímž chtěl v tomto směru omezit výhradní postavení královských měst.

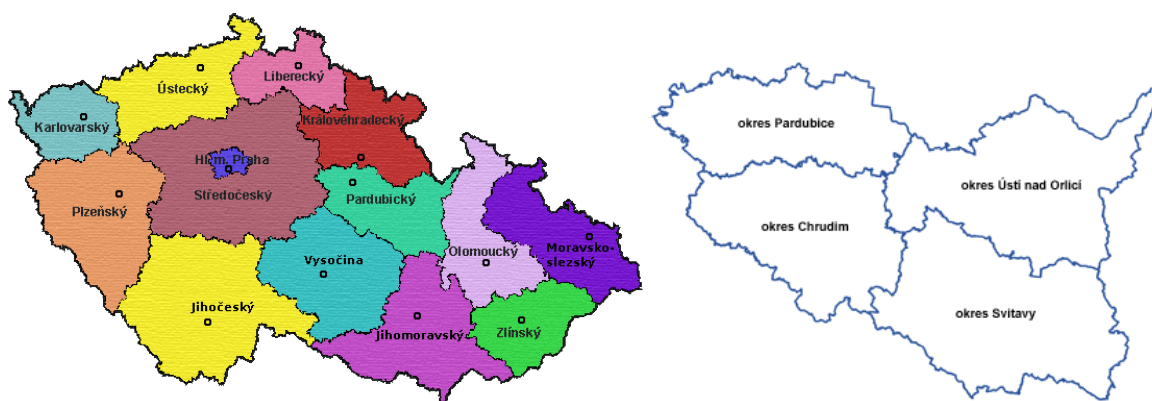
Od 18. století docházelo k výraznému zvyšování počtu obyvatel v kraji, s čímž mj. souvisel i rozmach zemědělství především v oblasti zavádění nových plodin a postupů. Zde je vhodné zmínit vynález ruchadla bratraců Františka a Václava Veverkových, jež mají své rodiště v obci Rybitví na Pardubicku.

Za vlády komunistické strany docházelo v kraji nejen k rozmachu průmyslu, ale především k ničení přírodního a historického bohatství, jakož i původně zachovalých center měst, ve kterých se dodnes zachovaly nevhodné moderní stavby této doby.

Období po sametové revoluci a následujících desetiletí se vyznačovalo snahami o nápravu přírodních podmínek a životního prostředí, rovněž na území kraje proběhly četné rekonstrukce mnoha historických staveb, což jsou všechno jistě pádné důvody pro zavítání do této nedocenené části naší země. [64]

2.2 Územní a administrativní členění

Pardubický kraj je součástí 14 samosprávných vyšších územních celků (tj. krajů) České republiky. Vznikl v roce 2000 jako osamostatnění části původního Východočeského kraje. Obrázek 1 dokládá, že kraj leží na pomezí Čech a Moravy a sousedí tak s kraji Královéhradeckým, Olomouckým, Jihomoravským, Středočeským a Vysočinou, přičemž severovýchodní okraj tvoří česko-polská hranice. Rozlohou 4 519 km² (tj. 5,73% území ČR) je pátým nejmenším krajem republiky, přičemž zahrnuje území čtyř bývalých okresů – Pardubice, Chrudim, Svitavy a Ústí nad Orlicí. K 31.12.2011 bylo evidováno 451 obcí, z nichž 15 má status obce s rozšířenou působností. Krajským a statutárním městem jsou Pardubice, 10. největší město ČR v počtu obyvatel. [22]



Obrázek 1: Poloha a vymezení Pardubického kraje

Zdroj: [23], [58]

Z hlediska potenciálu cestovního ruchu bylo území České republiky rozčleněno na tzv. turistické regiony, které svým vymezením někdy nekorespondují s hranicemi některých krajů. Původních 15 turistických regionů, vytvořených již v roce 1999, již pak dále nevyhovovalo potřebám určitých regionů, proto se jejich počet v roce 2010 navýšil na 17 a došlo tak ke vzniku nových regionů rozdělením původních. Tento krok byl významný i pro Pardubický kraj, neboť došlo k rozdělení původního rozsáhlého turistického regionu Východní Čechy. Označení turistického regionu Východní Čechy se od této doby vztahuje už pouze k území Pardubického kraje a kraj Královéhradecký tvoří oddělený region zvaný Královéhradecko. Avšak je nutné zmínit, že toto nové členění je pro širokou veřejnost poněkud zatím neznámé a za Východní Čechy stále považují oba tyto kraje.

Dalším takto nově vzniklým regionem je Východní Morava. Aktuální rozdělení slouží především pro potřeby Českého statistického úřadu a pro cílenější marketingové aktivity na podporu cestovního ruchu ze strany jednotlivých organizací. Dalším pozitivem je možnost vzniku ucelené prezentace daných oblastí, které se vyznačují vzájemně odlišnými druhy CR.

Jednotlivé regiony jsou rozděleny do několika turistických oblastí (dále TO), jejichž počet se v současnosti vyšplhal na 40. [12]

Turistický region Východní Čechy zahrnuje 5 takovýchto oblastí, a to Králický Sněžník, Orlické hory a Podorlicko, Chrudimsko-Hlinecko, Pardubicko a Českomoravské pomezí. Každá tato oblast se vyznačuje značným potenciálem pro cestovní ruch, nicméně současný stav rozvoje cestovního ruchu v kraji těmto předpokladům bohužel neodpovídá. Na Obrázku 2 je zachyceno rozčlenění území na turistické regiony a struktura regionu Východní Čechy.



Obrázek 2: Turistické regiony ČR a turistické oblasti Východních Čech

Zdroj: [3],[29]

2.3 Přírodní podmínky

Pardubický kraj je charakteristický rozmanitostí přírodních podmínek, což vyplývá z geomorfologické různorodosti a členitosti jeho povrchu. Většinu území tvoří pahorkatiny a vrchoviny, které postupně přecházejí do nížin zejména v povodí řek Labe a Orlice. Vrchovinné oblasti se nacházejí v severní a jižní části kraje, přičemž severovýchod území ohraničují jižní svahy Orlických hor, západní část Hrubého Jeseníku a především horský masív Králického Sněžníku, který je třetím nejvyšším pohoří v ČR a nachází se zde nejvyšší bod kraje - Králický Sněžník (1424 m n.m.). Králický Sněžník je od roku 1990 prohlášen za národní přírodní rezervaci a rovněž se pyšní i celoevropským významem svých krás. Stýkají se zde totiž hlavní evropská rozvodí třech moří – Baltského, Černého a Severního, kvůli čemuž se mu přezdívá „střecha Evropy“. Turistika se v těchto končinách začala rozvíjet v 19. století, což podnítilo např. i vybudování tamní horské chaty a kamenné rozhledny, které se však do současnosti nezachovaly. Mezi charakteristické objekty, které jsou zde k vidění dodnes, patří známá kamenná socha sluněte a 180 centimetrový tzv. trojmezí kámen, stojící v místě, kde se stýkaly hranice Českého království, Moravského markrabství a Kladského

hrabství. Tato oblast je typická pro pěší a cykloturistiku a v zimním období nabízí řadu upravených běžeckých tratí. [43]

Jih a jihovýchod území lemují Žďárské vrchy a Železné hory, které mj. patří mezi chráněné krajinné oblasti. Z hlediska rozvoje zemědělství v kraji hraje důležitou roli Polabská nížina, která patří k nejvýznamnějším a nejúrodnějším zemědělským oblastem ČR, přičemž na zemědělskou půdu připadá 60,2 % povrchu kraje a 29,6 % je tvořeno lesními pozemky.

Z vodohospodářského hlediska je Pardubický kraj významnou oblastí, která disponuje mnoha vodními zdroji jak přírodními, tak uměle vytvořenými. Klíčovou úlohu plní především řeky Labe a Morava, které odvodňují převážnou část území. Dalšími důležitými vodními toky jsou pak jejich přítoky, a to řeky Chrudimka, Tichá a Divoká Orlice či Svitava. Kraj je spjat s tradicí rybníkářství, což dokládají rozsáhlé rybníční soustavy vybudované zejména v období vlády Pernštejnů. Mimořádné vodní dílo představuje uměle vytvořený Opatovický kanál, který je mj. chráněnou renesanční technickou památkou a leží na něm v pořadí druhá největší vodní plocha v kraji, a to Bohdanečský rybník o celkové rozloze 158 ha, který patří k největším zachovalým rybníkům někdejší pernštejnské soustavy. Na řece Chrudimce se pak nachází Sečská přehrada, která je největší vodní nádrž v kraji a zároveň letním rekreačním centrem. V pořadí třetí nejrozsáhlejší vodní plochou je Pastvinská přehrada ležící na Divoké Orlici, která plní rovněž rekreační funkci a patří k tamním nejnavštěvovanějším cílům.

Co se týče úrovně životního prostředí, je jeho kvalita v různých částech kraje odlišná. S rozmanitostí přírodních podmínek souvisí i rozdíly v osídlení, rozvoji průmyslové a zemědělské výroby. K nejméně zasaženým částem patří oblasti vrchovin a pahorkatin na Ústeckoorlicku a dále pak částečně na Chrudimsku. Naopak k nejvíce poznamenaným lokalitám patří Pardubicko, jehož kvalita životního prostředí je negativně ovlivňována koncentrací průmyslové výroby v podobě chemických a energetických továren (např. Paramo, Synthesia, opatovické a chvaletické elektrárny). [16]

2.4 Demografický vývoj

K 31.12.2012 bylo v Pardubickém kraji evidováno 516 440 obyvatel, což představuje necelých 5% z celkového počtu obyvatel republiky, a tak se kraj již dlouhodobě umísťuje na 10. příčce v počtu obyvatel v mezikrajském srovnání. Hustota osídlení vzhledem k jeho rozloze činí 114,3 obyvatel/km². Podíl mužské a ženské populace v kraji je téměř vyrovnaný s mírnou převahou žen. Nejlidnatějším územním obvodem je okres Pardubice, za ním pak

nadále okresy Ústí nad Orlicí, Svitavy a Chrudim. Třemi nejvíce osídlenými městy jsou Pardubice, Chrudim a Svitavy.

Co se týče věkové struktury, průměrný věk ke konci roku 2011 činil 41 let, což odpovídá celorepublikovému průměru. Nicméně na základě statistik z předchozích let lze vyzorovat pokračující pokles obyvatel v nejpočetnější věkové skupině 15-64 let (např. oproti r. 2010 o 1,4%) a naopak nárůst v kategorii 65 let a více za stejné období o více jak 4 %. Dalším ukazatelem, který zřetelně zachycuje stárnutí populace, je tzv. index stáří, neboli poměr zastoupení věkové skupiny 65 a více k obyvatelstvu mladšímu 15 let. Tento index vzrostl z hodnoty 107,0% v roce 2010 na úroveň 110% v roce 2011, z čehož vyplývá, že počet obyvatel v první skupině roste stále rychleji než počet dětí do 15 let. K posílení dané věkové skupiny obyvatelstva přispívají faktory jako např. snížení úmrtnosti ve vyšším věku a s tím související zvyšující se průměrný věk obyvatel. Tento vývoj přináší negativní důsledky v oblasti pracovní síly, a to zejména z hlediska poklesu ekonomicky aktivní části obyvatelstva.

V roce 2011 přibylo v kraji prostřednictvím migrace 204 obyvatel, což ale bylo o 230 osob méně než v předchozím roce a dokonce o 2 916 osob méně oproti roku 2008. Migrační saldo (tj. rozdíl přistěhovaných a odstěhovaných) vykazuje za rok 2011 kladnou hodnotu, přičemž se během roku do kraje přistěhovalo 3 927 osob, z nichž 13,5% tvořili zahraniční imigranti a zároveň se odstěhovalo 3 723 obyvatel. Nejvyšší úbytek lze sledovat v okrese Ústí nad Orlicí, zbylé okresy, s výjimkou okresu Pardubice, rovněž vykazují za daný rok záporné migrační saldo. [16]

2.5 Socio-ekonomický vývoj

Pardubický kraj nepatří ke krajům s příliš pozitivním ekonomickým vývojem, řadí se tak do skupiny regionů s průměrnou či nižší dynamikou rozvoje. Základním údajem v této oblasti je hodnota makroekonomického ukazatele, kterým je hrubý domácí produkt (HDP). Za HDP je, dle autora Pavelky [63], považována tržní hodnota veškerých finálních statků a služeb vyprodukovaná na daném území za určité časové období. V roce 2011 vykazoval tento ukazatel hodnotu 153 224 mil. Kč, což představuje 4% podíl na HDP české ekonomiky. Pro porovnání s ostatními kraji je směrodatný údaj HDP na 1 obyvatele, kdy s hodnotou 296 796 Kč se řadí na 10. místo z celkového počtu 14 krajů. Rostoucí vývoj obou ukazatelů se v období let 2000-2011 zastavil v roce 2008 na dosud nejvyšších vykazovaných hodnotách, poté však následoval pokles vyvolaný ekonomickou recesí, který se stejně tak projevil

i v ostatních krajích. Nicméně současný rostoucí trend ukazatelů směřuje přinejmenším k návratu na úroveň z roku 2008.

Hospodářský charakter kraje je především určován sekundárním a terciárním sektorem, přičemž rozhodující vliv na tvorbu HDP mají služby, které představují 52,4% hrubé přidané hodnoty (HPH) kraje. Stěžejní jsou i odvětví průmyslu a stavebnictví, která společně vytváří zhruba 44% HPH. Naopak primární sektor (tj. zemědělství, lesnictví a rybolov) zaznamenal v posledních letech klesající tendenci, a tvorbu HPH tak ovlivňuje přibližně 3% podílem. Na druhé straně však Pardubický kraj patří společně s krajem Jihočeským a Vysočinou mezi regiony s nadprůměrným rozvojem primárního sektoru v rámci ČR. Pardubický kraj má tedy průmyslově-zemědělský charakter, přičemž významná odvětví představují chemický a strojírenský průmysl.

Dalším hodnoticím ekonomickým ukazatelem je míra nezaměstnanosti, která je vyjádřena procentuálním podílem nezaměstnaných na ekonomicky aktivním obyvatelstvu. Ke konci roku 2012 bylo na úřadech práce evidováno 25 264 uchazečů o zaměstnání a míra registrované nezaměstnanosti k danému období činila 9,16%, což znamenalo 0,72% roční nárůst, nicméně však dlouhodobě představuje šestou nejnižší mezi kraji ČR. Například okres Pardubice se nachází na 11. místě mezi okresy s nejnižšími hodnotami tohoto ukazatele a dosahuje úrovně 7,16%. Toto je dáno zejména vysokou koncentrací významných zaměstnavatelů v krajském městě a blízkém okolí.

Co se týče složení pracovní síly v kraji z hlediska dosaženého vzdělání v roce 2011, největší podíl představují lidé se středním vzděláním bez maturity a vyučení (43%), naopak vysokoškoláci tvoří jen 16%, což je o 3 procentní body méně, než je celorepublikový údaj. Podstatnou část pracujících osob tvoří zaměstnanci (84%), zatímco na zaměstnavatele a osoby samostatně výdělečně činné připadá zbylých 16%, což nasvědčuje tomu, že intenzita podnikatelské aktivity je podprůměrná ve srovnání s ostatními kraji. Průměrná hrubá měsíční mzda za rok 2012 zde činila 22 058 Kč a jedná se tak o druhou nejnižší mzdu v rámci republiky. [16]

3 CHARAKTERISTIKA PODMÍNEK PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V KRAJI

Tato kapitola se zabývá analýzou současného stavu rozvoje a potenciálu cestovního ruchu v kraji. Následující text je rozčleněn do dvou větších celků. V první části se jedná o analýzu atraktivnosti regionu ve smyslu představení a vyhodnocení jednotlivých skupin předpokladů pro rozvoj CR, které vytvářejí tzv. primární a sekundární nabídku cestovního ruchu v kraji. Rovněž je v tomto směru zaměřeno na některé druhy a formy cestovního ruchu, které se v kraji vyskytují a jsou pro něj typické. V druhé části je pojednáno naopak o poptávce, která je charakterizována prostřednictvím vyhodnocení návštěvnosti kraje, turistických cílů a zařízení, která jsou pro rozvoj CR nezbytná.

3.1 Primární nabídka cestovního ruchu

Jak již bylo zmíněno v teoretické části této práce, aby se určité oblasti či místa staly turisticky zajímavými destinacemi, je v první řadě nezbytná existence atraktivit, a to zejména takových, které vytvářejí tzv. primární nabídku cestovního ruchu. Jedná se o soubor lokalizačních faktorů zahrnujících především přírodní a společenské zajímavosti daného teritoria. Skupina společenských atraktivit je velmi obsáhlou a rozmanitou kategorií nabídky CR, která zahrnuje zejména kulturně-historické a sociální podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Lokalizační faktory jsou především určeny územím, kulturou, tradicemi a historickým vývojem každého regionu a jsou tak prakticky neměnné. Do značné míry rovněž předurčují, jaký typ cestovního ruchu se zde bude vyvíjet, resp. pro jaký druh CR má daná oblast předpoklady a rovněž čím se tato oblast bude prezentovat a vymezovat od ostatních. Z pohledu účastníka CR tyto faktory znamenají „to, co stojí za to vidět“. [73]

3.1.1 Přírodní potenciál

O přírodních podmínkách již bylo pojednáno v kapitole 2.3 a lze tak stručně shrnout, že území Pardubického kraje v tomto směru oplývá širokým a různorodým bohatstvím. Obecně platí, že destinace s příjemným klimatem, pozoruhodnými sceneriemi a rozmanitostí fauny a flory mají lepší předpoklady pro cestovní ruch.

I v Pardubickém kraji lze navštívit zajímavosti, které jsou pro kraj významné a unikátní. Jedná se zejména o zachovalé a nenarušené dispozice kraje v podobě chráněných území a přírodních rezervací. Do území kraje bohužel nezasahuje žádný z národních parků České republiky, nicméně se zde nachází několik chráněných krajinných oblastí (CHKO). Jedná se

o CHKO Orlické hory, Žďárské vrchy a Železné hory. Převážná část Orlických hor se nachází na území Královéhradeckého kraje, a tím pádem se v Pardubickém kraji rozkládá jen malá oblast stejnojmenného chráněného území. CHKO Orlické hory byla vyhlášena roku 1969 a zaujímá rozlohu 204 km². Hlavním důvodem pro její vyhlášení je přítomnost zachovalé harmonické krajiny a množství vzácných ekosystémů. Některé její lokality jsou natolik významné, že se staly součástí soustavy chráněných území, vytvořené z iniciativy EU, nazývané Natura 2000. [33]

O rok později byla vyhlášena CHKO Žďárské vrchy, která je svou rozlohou (709 km²) největší z uvedených tří oblastí. Větší plocha této oblasti se rozkládá na území kraje Vysočina, v části náležející Pardubickému kraji se kromě teritorií chráněných rostlinných a živočišných druhů nacházejí známé památky lidové architektury a umění. [34]

V pořadí třetí CHKO na území kraje, vyhlášenou roku 1991 a rozkládající se na ploše 284 km², představuje krajina Železných hor. Dané území vyniká především svým geologickým podkladem, který patří k nejstarším u nás. [35]

Tyto přírodní atraktivity jsou vhodnými cíli pro pěší turistiku, neboť je v těchto lokalitách vytvořena rozsáhlá síť značených tras a naučných stezek, které návštěvníky blíže seznámí s jednotlivými zajímavostmi.

Hojně navštěvovaným turistickým cílem je přírodní rezervace Maštale. Jedná se o oblast kvádrovitých pískovců nacházející se cca 12 km od Litomyšle. Jde o jediné takto velké skalnaté město na území tohoto regionu. Rezervace je rozdělena na dvě části – Městské a Touloucovy maštale, přičemž obě oblasti nabízejí k vidění neobyčejné útvary pískovcových skal a roklí. Zdejší krajinou vede mnoho značených turistických stezek a cyklotras.

Dalším skalnatým krajinným komplexem je přírodní rezervace Zemská brána, jedno z nejkrásnějších míst Pardubického kraje. Tento chráněný přírodní úkaz se nachází v údolí Divoké Orlice a patří k nejcenějším a nejméně člověkem narušeným místům regionu. [22]

3.1.2 Společenské atraktivity

Pro tento typ atraktivit se používá označení *společenské*, neboť vznikly a existují zásluhou činnosti člověka. Cestovní ruch zde plní kulturně-poznávací funkci a účastníci jsou motivováni zájmem seznámit se s kulturně-historickými památkami, zvyky, tradicemi, proslulými událostmi a specifickými zvláštnostmi navštívených míst. Tyto předpoklady významně ovlivňují celkový potenciál cestovního ruchu na daném území.

3.1.2.1 Kulturně-historický potenciál

Stále nejpřitažlivějšími atraktivitami jsou v tomto směru památky. Ty se dělí na světské (např. hrady, zámky), sakrální (např. kostely, poutní místa) a technické (např. pevnosti, větrné mlýny, atd.). Rozhodující význam pak mají nejcennější a nejproslulejší z nich, které se mohou pyšnit např. svou přítomností v Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO či statutem národní kulturní památka (NKP).

Na území Pardubického kraje se dle statistik Národního památkového ústavu k datu 6.3.2013 nachází 2086 nemovitých památek [53], 11 NKP, 1 památka Světového kulturního dědictví UNESCO, 3 městské, 1 vesnická a 1 archeologická památková rezervace, 19 městských, 3 vesnické a 1 krajinná památková zóna. Detailní výčet této statistiky s uvedením konkrétních míst je k nahlédnutí v Příloze A. [52]

Česká republika má celkem 12 památek zapsaných v seznamu památek UNESCO. [77] Pardubický kraj se od roku 1999 zapsal na tento seznam světového významu svou nejvýznamnější a pravděpodobně i nejkrásnější památkou, kterou je renesanční zámek a zámecký areál v Litomyšli, rodném městě hudebního skladatele Bedřich Smetany. Zámek byl postaven v 2. polovině 16. století Vratislavem z Pernštejna a dodnes patří k nejzachovalejším renesančním monumentům ve střední Evropě, především díky svým unikátním renesančním prvkům. Zároveň je Litomyšl, spolu s Pardubicemi a Moravskou Třebovou, evidována jako městská památková rezervace (MPR) a vyniká svým nezaměnitelným *geniem loci*. Z pohledu cestovního ruchu v kraji je toto město významné i další atraktivitou, kterou je každoroční hudební festival Smetanova Litomyšl, o němž bude blíže pojednáno v následující kapitole.

Na území Pardubického kraje se nachází velké množství hradů a zámků, ale většina z nich nemá dostatečný potenciál k tomu, aby přilákala turisty z jiných koutů naší země, natož aby získala mezinárodní význam. Tyto atraktivity plní pro účely rozvoje ČR spíše doplňkovou funkci. Nicméně litomyšlský zámek není v tomto směru jediným skvostem v kraji. Renesanční architekturu mohou návštěvníci obdivovat např. na zámku v Pardubicích, Slatiňanech či Moravské Třebové.

Chloubou Pardubic je mj. zámek, který rovněž vznikl za vlády pánů z Pernštejna. Je v mnoha ohledech výjimečnou atraktivitou. Jedná se totiž o goticko-renesanční objekt, který spojuje prvky původního opevněného vodního hradu a klasického renesančního zámku. Od roku 2001 je zámek majetkem kraje a v současnosti sídlem Východočeského muzea, přičemž část svých výstavních prostor zde má i Východočeská galerie. [82]

Moravská Třebová je od roku 1980 vyhlášena MPR, neboť ve svém historickém centru uchovává soubor cenných staveb. Nejvýznamnějším z nich je zámecký areál, který patří k prvním projevům moderních italských renesančních prvků u nás. Zámek byl v uplynulých letech podroben rozsáhlé rekonstrukci a v současnosti nabízí k prohlídce několik expozic a zajímavostí v podobě piliřových slunečních hodin a manýristického předdvorí. [22]

Státní zámek Slatiňany, nacházející se nedaleko od Chrudimi, je stejně jako město, ve kterém leží, spjat s motivem koní. Tématika koní je pro cestovní ruch v Pardubickém kraji natolik významná, že jí bude v další části práce věnována samostatná podkapitola. Zámek ve Slatiňanech je obklopen rozsáhlým zámeckým parkem v anglickém stylu, který z botanického hlediska oplývá bohatou a vzácnou sbírkou dřevin.

Další historickou památkou, kterou nelze z hlediska analýzy potenciálu cestovního ruchu v kraji opomenout, je zámek v Nových Hradech, jedna z nejkrásnějších ukázek rokokového slohu u nás. Pohádkový zámecký komplex dotvořený rozlehlými zahradami a zákoutími je často přezdíván českým Versailles či malým Schönbrunnem. Zámek je od roku 1997 v soukromém vlastnictví a od té doby prošel četnými opravami. V prostorách zámku se nachází od roku 2007 *První české muzeum cyklistiky*, první muzeum tohoto zaměření u nás. Pro návštěvníky jsou zde přichystány různé kuriozity z oblasti cyklistiky a zhruba 300 exponátů dokládajících vývoj tohoto dopravního prostředku od dávné minulosti až po současnost. [14]

V loňském roce se uskutečnil čtvrtý ročník ankety, iniciovaný agenturou CzechTourism, s názvem *Ceny Kudy z nudy 2012*. Ankety, jejímž cílem je zvolit nejlepší českou turistickou nabídku, zviditelnit zajímavá místa ČR a přilákat turisty, se zúčastnilo zhruba 20 tisíc hlasujících, kteří mezi 227 nominovaných atraktivit rozdělili 75 tisíc hlasů. Absolutním vítězem se stal zámek Lednice. Hlasovalo se pro zajímavosti i v rámci čtyř kategorií. V sekci *Novinka sezóny* se na 9. místě umístilo Muzeum starokladrubskeho koně ve Slatiňanech, které v regionálních výsledcích získalo 3. místo. V turistickém regionu Východní Čechy neztvítězil zámek v Litomyšli, jako tomu bylo v roce 2010 (*pozn. v roce 2011 ztvítězil Králický Sněžník*), ale Betlém v Hlinsku, který litomyšlský zámek předstihl od 9 hlasů. Ceny byly předávány v rámci 2. ročníku Fóra cestovního ruchu v Pardubicích. [5]

Stejně jako zámky jsou oblíbenou atraktivitou hrady. Na území Pardubického kraje patří mezi nejnavštěvovanější hrad Svojanov. Gotický hrad na pomezí Čech a Moravy patří k nejstarším královským sídlům u nás. Návštěvníky zaujme především svými prostorami, ale zároveň je to místo konání výstav a nejrůznějších kulturních akcí. Město Polička, v jehož

majetku se hrad dnes nachází, podnítilo v letech 2011-2012 realizaci komplexního projektu pod názvem *Revitalizace hradu Svojanov*, financovaného z převážné části v rámci ROP NUTS II Severovýchod. Tento projekt byl zaměřen na podporu cestovního ruchu v regionu.

Mimořádnou krajinnou dominantou Pardubického kraje je mohutný hradní areál vystavěný na vyvřelé čedičové kupě zvaný Kunětická hora. Tento pozdně gotický hrad, zvaný místními „Kuňka“, vystupující z rovinaté polabské nížiny, se nachází nedaleko Pardubic a působí jako symbol zdejšího regionu. Zejména v letních měsících se stává častým cílem výletníků, kteří z jeho vrcholu mohou obdivovat krásy kraje a rovněž se jim nabízí pohled na vrcholky Krkonoš, Orlických hor či Králického Sněžníku. Hrad a okolní areál je mj. centrem kulturních akcí, divadelních představení Východočeského divadla a hudebních festivalů. Dostupnost tohoto turistického cíle je umožněna i díky vybudované cyklo- a in-line stezce, která vede podél Labe z Pardubic až k hradu. Rovněž se v blízkém okolí hradu nachází rozsáhlé golfové hřiště, které mj. slouží pro aktivity účastníků v rámci incentivního cestovního ruchu. Zajímavostí je i souvislost hradu s filmařstvím, o čemž bude pojednáno později.

Hradů a zřícenin se na území kraje nachází celá řada, avšak většina z nich nedosahuje takového významu, aby se staly častými turistickými cíly pro návštěvníky z jiných oblastí ČR. Nicméně některé z nich stojí za zmínku, neboť i přesto patří ke kulturně-historickému bohatství kraje a jejich návštěvnost zejména z řad místních obyvatel není zanedbávající. Jako jejich zástupce lze uvést hrad Litice nad Orlicí či zříceninu hradu Lichnice u města Třemošnice. [22]

3.1.2.2 Kulturně-společenský potenciál

Tato kapitola je věnována atraktivitám, které souvisejí s kulturními zvyklostmi a tradicemi kraje nebo které jsou natolik významné, že se staly celorepublikově či mezinárodně populární a těší se z velkého zájmu návštěvníků. V rámci rozvoje CR v kraji hrají velmi důležitou roli.

Nejcennější zajímavostí kraje v oblasti památek lidové architektury je tzv. Soubor lidových staveb Vysočina. Tento soubor staveb, který je spravován Národním památkovým ústavem, je dohromady tvořen několika lokalitami. Kromě nejznámější části, kterou představuje skanzen na Veselém Kopci nedaleko Hlinska, patří k těmto specifickým lokalitám Svobodné Hamry a památková rezervace Betlém v Hlinsku. Zejména na Veselém Kopci každoročně v únoru začíná návštěvnická sezóna masopustními průvody. Folklórní slavnosti s průvody masopustních maškar jsou natolik unikátní událostí, že se je podařilo zapsat na prestižní Seznam nehmotného kulturního dědictví UNESCO. Zapsány byly nejen pro svou jedinečnost,

ale zejména pro dodržování tradičního charakteru obyčejů. Betlém v Hlinsku je přehlídkou malých roubených chaloupek, které dokumentují život řemeslníků v 18. století. Zejména v období velikonočních a vánočních svátků zažívají tyto lokality nápor z řad návštěvníků, neboť kromě stálých expozic jsou pro ně připraveny tematicky zaměřené výstavy či trhy. [7]

Jak již bylo naznačeno v předchozí kapitole, k městu Litomyšl se váže jedna z nejvýznamnějších kulturních událostí v kraji. Jedná se o Mezinárodní operní festival Smetanova Litomyšl, konající se každoročně v druhé polovině června. Hudební událost tohoto významu je po Pražském jaru druhým nejstarším festivalem v ČR. Centrem festivalového dění se tradičně stává zámecký areál, kde je pro diváky připraven jedinečný zážitek z poslechu známých českých i zahraničních děl v podání špičkových operních pěvců a hudebníků. [74] Z pohledu cestovního ruchu je tato atraktivita velmi významná, dosahuje vysoké návštěvnosti a podílí se na tvorbě image tohoto regionu. Zároveň každý rok vzniká problém se této události zúčastnit. O předprodej vstupenek, který začíná počátkem března, je velký zájem a pravidelně se stává, že jsou vstupenky v prvních dnech velmi rychle vyprodány či rezervovány. Podporovat zvýšení návštěvnosti tohoto festivalu není předmětem aktivit subjektů zabývajících se rozvojem CR v kraji, neboť se každoročně tohoto klání zúčastní až 20 tisíc diváků. Tamní ubytovací a stravovací zařízení se na toto období vždy řádně připravují a posléze se těší z velkých tržeb.

Chrudim, přezdívána jako Athény východních Čech, je spjata mj. s tradicí loutkářství. Nachází se zde Muzeum loutkářských kultur, které disponuje nejobsáhlejší sbírkou loutek ve střední Evropě. Každý rok se na přelomu června a července koná největší celostátní přehlídka amatérských loutkářských souborů pod názvem Loutkářská Chrudim. Na tento festival zavítá řada návštěvníků i z jiných koutů republiky, kteří mohou shlédnout mnoho loutkových představení na několika scénách v centru města. Rovněž je tato událost oblíbena i kvůli pestrému doprovodnému programu v podobě hudebních vystoupení. [64] Východočeské loutkářství bylo na konci loňského roku zapsáno na Seznam nemateriálních statků tradiční a lidové kultury České republiky.

Pardubický region a zejména město Pardubice je proslulé tradiční výrobou perníku. Dodnes se místním obyvatelům posměšně přezdívá „perníkáři“. S touto tematikou vznikla řada zajímavostí, mezi něž patří např. Perníková chaloupka společně s Muzeem perníku či Slavnosti perníku, konající se každoročně v květnu. V muzeu si mohou návštěvníci prohlédnout výstavy nejrůznějších druhů perníků a v chaloupce pohádkové expozice určené zejména pro děti. [7]

Nejvýznamnější sportovně-společenskou událostí v Pardubickém kraji je bezesporu proslulý dostih Velká pardubická. Tomuto fenoménu bude věnována pozornost v samostatné podkapitole zabývající se tematikou koní. Kromě dostihu se v Pardubicích pravidelně pořádá slavný plochodrážní závod Zlatá přilba, kterého se účastní tisíce diváků a nadšenců pro tento druh sportu. V rámci tohoto klání je mj. vyhlášen i mistr ČR či mistr světa. Závodů se účastní čeští i zahraniční jezdci. [83]

3.1.2.3 Specifické formy cestovního ruchu v Pardubickém kraji

V následujícím textu je pozornost zaměřena na konkrétní formy cestovního ruchu, které se na území kraje rozvíjí a pro které má tento region potenciál.

Cestovní ruch s tematikou koní

Motiv koně se stal symbolem Pardubického kraje a objevuje se ve znacích měst Pardubice, Slatiňany či Kladruby n. Labem. Právě tyto lokality nabízejí turistické zajímavosti, které jsou v mnoha ohledech jedinečné a staly se tak chloubou kraje. Zároveň představují významné turistické cíle, které patří k velmi navštěvovaným a plní pro rozvoj CR v kraji důležitou funkci.

Ve spojitosti s městem Pardubice a s tematikou koní se většině lidí vybaví konání nejslavnějšího dostihu Velká pardubická steeplechase. Tento závod je považován za nejtěžší a nejprestižnější dostih v kontinentální části Evropy a druhý nejobtížnější na světě. Pravidelně se koná druhou říjnovou neděli na závodisti v Pardubicích. Jeho popularita je dána dlouholetou tradicí (koná se již od roku 1874), ale i určitou nezaměnitelnou atmosférou, kterou dostih vytváří. Pro dostihové jezdce, jak české, tak zahraniční, je účast ve Velké pardubické a případné vítězství vrcholem kariéry. O možnost shlédnout dostihové klání na vlastní oči je každoročně velký zájem. Zároveň k jeho velkolepé pověsti připívají neuvěřitelné výkony českého fenomenálního žokeje Josefa Váni, který se stal osminásobným vítězem tohoto dostihu. [80]

V TOP 10 Pardubického kraje, který sestavil časopis COT business, se mj. objevuje další unikátní atraktivita, a to Národní hřebčín Kladruby nad Labem, který je od roku 2002 prohlášen za NKP. Jedná se o nejstarší hřebčín na světě a slouží jako chovná stanice běloušů českého plemene starokladrubských koní, které bylo v roce 1995 prohlášeno za kulturní památku. V kladrubsském areálu je chováno asi 300 koní a pro návštěvníky jsou připraveny nejen prohlídky stájí, ale i jízdy na koních, drezury a řada akcí pro širokou veřejnost. Po právu tento hřebčín aspiruje na zápis do seznamu památek UNESCO. [8]

Dalším turistickým cílem, který je spjat s tematikou koní, je městečko Slatiňany. Jak již bylo v textu uvedeno, nachází se zde krásný renesanční zámek, který ve svých prostorách ukrývá mj. i tzv. hipologické muzeum, jedno z nejvýznamnějších na světě. Na návštěvníky zde čeká asi 2 100 exponátů s motivem koně. Stejně jako v Kladrubech, i zde byl před mnoha lety vybudován hřebčín, který funguje dodnes a stal se od r. 1992 součástí Národního hřebčína v Kladrubech, neboť se ve Slatiňanech nachází chovná stanice starokladrubských vraníků. Louky v okolí zámku slouží jako výběhy pro koně, kteří zejména ve slunečných dnech přilákají davy výletníků. V přímé blízkosti zámku se nachází také ohrada, kde je umístěno vzácné plemeno koně Převalského. Největším lákadlem jsou však stáda starokladrubských koní, přičemž si lidé mohou objednat vyjížďky či projížďky v kočárech taženými právě jimi. [22] Jistým lákadlem pro milovníky koní je i nově zrekonstruovaná budova pod názvem „Švýcárna“, v jejíchž prostorách sídlí interaktivní muzeum starokladrubského koně.

V Pardubickém kraji se v souvislosti s tradicí koní rozvíjí speciální typ CR, tzv. hipoturistika. Jedná se o vyjížďky na koních po vyznačených jezdeckých trasách a okruzích, na kterých se nacházejí jezdecké stanice, kde může jezdec se svým koněm i přespat či si koně zapůjčit. V regionu je dnes vyznačeno kolem 600 km jezdeckých tras, které vedou z Východních Čech až do okolních regionů. [81]

Kongresový cestovní ruch

Tato forma turismu je v současné době velmi perspektivní oblastí cestovního ruchu v ČR. Jedná se zejména o účasti na odborných seminářích, sympoziích, kongresech či firemních školení pořádaných v kongresových zařízeních. Tyto aktivity jsou také doplňovány o doprovodné akce, jejichž účelem je účastníky zabavit, stmelit kolektiv či odměnit zaměstnance za pracovní výsledky. Česká republika, dle COT business, patří do prvních třiceti zemí s nejvyšším počtem pořádaných mezinárodních konferencí. Pro propagaci a zajišťování kongresových a incentivních nabídek jsou vytvořeny speciální agentury zabývající se výhradně tímto typem CR.

V rámci Pardubického kraje se jedná o regionální kancelář East Bohemia Convention Bureau, zřízenou v roce 2010 při DSVČ za účelem podpory a propagace subjektů poskytujících služby v této oblasti. Pardubický kraj je v současnosti připraven na kongresové akce malého a středního rozsahu. K dispozici jsou pro tyto účely jak městská prostředí kraje, tak lokality zasazené do přírody. Na území kraje bylo na podporu kongresového CR zrekonstruováno či vybudováno mnoho moderních ubytovacích zařízení. Např. v srpnu

loňského roku byl otevřen nový 4* hotel na Dolní Moravě, který nabízí kromě wellness centra i moderní kongresové prostory. Jako nejlepší kongresový hotel v kraji byl však v loňském roce v soutěži CZECH HOTEL AWARDS zvolen Kongres hotel Jezerka ležící u Sečské přehrady. Tento hotel neustále zdokonaluje své služby a rozšiřuje nabídku incentivních aktivit. Od konce loňského roku se může pochlubit nově vybudovaným wellness & spa centrem, které patří k nejmodernějším v ČR. [6]

V současné době konkurující Hotel Bohemia Chrudim realizuje rozsáhlou rekonstrukci svých prostor a je tak z tohoto důvodu od ledna do srpna letošního roku uzavřen. Tato přestavba si dle prvních odhadů vyžádá investici ve výši 90 milionů Kč, nicméně 43 milionů bude pokryto v rámci dotace z regionálního operačního programu. Hotel by se měl po rekonstrukci dostat do 4* kategorie a pro hosty nabízet služby v podobě zcela nového wellness centra, velkokapacitního kongresového sálu aj. [36]

Jedním z kritérií, podle nichž organizátoři kongresových akcí vybírají vhodná místa, je zejména dopravní dostupnost, která je pro Pardubický kraj velmi příznivá. V Pardubicích se nachází mezinárodní letiště, zároveň je důležitým železničním uzlem mezinárodních tratí a v rámci silniční dopravy je možnost využití dálnice D11.

Lokální kongresová kancelář zároveň prezentuje možnosti kraje českým i zahraničním organizátorům těchto akcí. Ze zahraničních je tento region představován ruským, francouzským, polským či slovenským zainteresovaným subjektům. O pardubický region však projevují zájem zatím převážně čeští organizátoři kongresových akcí. Na území Pardubického kraje se nachází zařízení pro účely tohoto typu CR také v Litomyšli, Pardubicích či Lázních Bohdaneč. [6]

Lázeňský cestovní ruch

V porovnání s ostatními oblastmi ČR, ve kterých má lázeňství svou tradici a představuje hlavní lákadlo pro turisty, Pardubický kraj v tomto směru nijak nevyniká. O rozvoji lázeňství jako takovém lze mluvit pouze v souvislosti s jediným městečkem Lázně Bohdaneč. Se založením léčebných lázní v těchto končinách měla souvislost zdejší rybníkářská krajina, kde se objevila rašelinová ložiska. První lázeňská sezóna zde probíhala již na konci 19. století. Městskou i lázeňskou architekturu významně ovlivnil Josef Gočár, podle něhož je pojmenován jeden z pavilonů. Tyto léčebné lázně se zaměřují zejména na léčbu a rehabilitaci pohybového aparátu. Kromě toho však nabízejí relaxační produktové balíčky zaměřené na lázeňské pobyty určené pro jednotlivé cílové skupiny. K nabízeným službám patří mj. navštěvování wellness & spa centra či různé masáže a procedury. Zároveň jsou

i využívaným místem v rámci aktivit kongresového CR, neboť splňují požadavky organizátorů těchto akcí. [45]

Se zajímavou myšlenkou, která se váže k tématice lázní, přišlo město Litomyšl. Komise pro kulturu, cestovní ruch a spolkový život města Litomyšl vyhlásila hlavním tématem turistické sezóny 2013 „Lázně ducha“. V loňském roce byla zahájena 1. litomyšlská lázeňská sezóna, která sklídila velký úspěch. Tento nový projekt se nezaměřuje na klasické léčebné lázeňství, nýbrž na obnovení duševních sil. Jedná se zejména o zajímavý marketingový tah, který má přispět ke zlepšení image města a současně působit jako značka. Litomyšl totiž, dle tvůrců tohoto projektu, dokáže zapůsobit na návštěvníky svou nabídkou kulturních a společenských akcí, v rámci nichž si zúčastnění psychicky odpočinou, ale zároveň může nabídnout aktivity pečující o tělesnou stránku ve smyslu wellness & spa a sportovních zařízeních. Pro podporu tohoto projektu bude pro zájemce připravena nabídka balíčků v podobě víkendových „lázeňských“ pobytů. [7]

Rekreačně-sportovní cestovní ruch

Tento typ cestovního ruchu je přítomen ve větší či menší míře v každém kraji v ČR, což je dáno vhodnými a rozmanitými podmínkami našeho území. V Pardubickém kraji se nachází řada míst, která mají potenciál být pro tyto účely ještě více využívána, nicméně u některých turistických cílů nejsou téměř vyvíjeny aktivity na podporu intenzivnějšího rozvoje rekreačního CR.

Známou rekreační oblastí je okolí Sečské přehrady, největší vodní plochy v kraji. Tato nejrozsáhlejší letní rekreační oblast nabízí turistům dostatečný výběr ubytovacích služeb od hotelů, penzionů, chatků až po rozlehlý autokemp. Celkové zázemí a doplňkové služby jsou zde však na průměrné úrovni a v porovnání s podobnými oblastmi (např. Vranov, Lipno – *pozn. osobní zkušenost autorky*) vykazuje tato oblast podstatně nižší atraktivitu. Zároveň je tento nelichotivý fakt ke škodě celkového rozvoje cestovního ruchu v kraji, neboť tato oblast by mohla hrát klíčovou úlohu v otázce zvýšení návštěvnosti regionu. Dalším omezujícím jevem je krátké časové období, po které existují vyhovující a zdravotně nezávadné podmínky pro koupání. Sečská přehrada se každý rok v průběhu sezóny potýká s přemnožením sinic, a to v závislosti na teplém počasí, kdy k tomuto přemnožení zde dochází již v červenci. Sama obec Seč a subjekty profitující na příjezdech a pobytech rekreatantů pociťují poklesy tržeb a snížený zájem o trávení zdejší dovolené. Dosud nerealizovaným řešením, které by pomohlo kvalitě vody, by bylo odbahnění a vyčištění dna přehrad. Bohužel spolupráce na těchto

nápravných opatřeních se v současnosti nekoná, ačkoliv jisté apely se v tomto směru již dávno objevily.

Ke stejným účelům jako Sečská přehrada, nicméně v menší míře, je využívána Pastvinská přehrada. V Pardubickém kraji se kromě přehrad využívají v hojné míře ke koupání a ke kempování rybníky a písničky, kterých je tu celá řada.

Z pohledu zimní rekreace disponuje Pardubický kraj kvůli svému povrchu spíše omezenější nabídkou destinací. Nejvíce navštěvovaná zimní střediska v kraji se nacházejí v zasahující části Orlických hor a Králického Sněžníku. Lyžařské centrum Dolní Morava, dnes pod názvem Ski resort Dolní Morava, v posledních dvou letech prodělalo značnou modernizaci a rozvoj infrastruktury. Na tomto příkladě je evidentní, že potenciál této oblasti byl podpořen a přinesl všem zúčastněným přínosy. Zkvalitnění infrastruktury a dosažení vysoké úrovně služeb vyvrcholilo výstavbou již zmiňovaného 4* hotelu Vista. Nově vytvořené zázemí tohoto střediska si vyžádalo investici ve výši jedné miliardy Kč, což představuje největší investici do CR v České republice v průběhu uplynulých 20 let. [8]

Nejčastěji v okolí přírodních a kulturně-historických atraktivit jsou vyznačené četné pěší či cyklotrasy. Charakter území kraje je vhodný pro začátečníky i pro zdatné nadšence pěší či cykloturistiky. Síť cyklostezek se v jednotlivých oblastech kraje neustále rozšiřuje, čehož je dokladem tzv. Orlické cyklo & inline království. Tato rozsáhlá 40 km síť cyklostezek díky svému kvalitnímu povrchu a minimálnímu převýšení láká i inline bruslaře. Páteřní cyklostezka vede z Chocně do České Třebové a měří 25 km. V bezprostředním okolí stezek se nacházejí ubytovací a stravovací zařízení, která jsou připravena návštěvníkům poskytnout služby. Tyto cyklotrasy využívají prozatím spíše místní a obyvatelé z přilehlých měst, větší zájem aktivních turistů z ostatních krajů se zatím neprojevuje. V současné době však probíhají jisté návrhy na realizaci marketingové podpory, která by propagovala tuto oblast jako turistický produkt. Tomuto tématu bude věnována bližší pozornost v další části práce. [40]

3.2 Sekundární nabídka

Předchozí část se zabývala analýzou primární nabídky cestovního ruchu, v rámci níž byla pozornost soustředěna na tzv. lokalizační faktory. Uvedené faktory představovaly podmínky, na základě kterých má Pardubický kraj z hlediska CR potenciál. Jednalo se především o atraktivitu z různých oblastí, které působí na případné návštěvníky jako lákadla a zvou k zavítání do regionu. Představení veškerých takových zajímavostí by znamenalo velmi rozsáhlý výčet, proto bylo poukázáno jen na některé, které hrají v rozvoji CR stěžejní roli.

Následující text je zaměřen na charakteristiku sekundární nabídky, která se dá rovněž vymezit jako soubor realizačních faktorů. Sekundární nabídka, ačkoliv z významu slova vyplývá její druhořadý význam, de facto rozhoduje o využití nabídky primární. Realizační předpoklady nejen že umožňují cílovou destinaci dosáhnout prostřednictvím dopravní infrastruktury, ale i využít skrze ubytovací, stravovací a jiná zařízení. Dané typy zařízení se souhrnně označují jako materiálně-technická základna. Důležitou roli zde hrají dostatečné kapacity, odpovídající nabídka a kvalita služeb. Současný stav těchto předpokladů a jejich zhodnocení je uvedeno v jednotlivých podkapitolách.

3.2.1 Dopravní dostupnost

Na způsobech a možnostech dopravy závisí realizace účasti v navštíveném místě. Dopravní dostupnost a s ní související atributy, jako jednoduchost, pohodlnost či rychlost znamenají pro cestovatele jednu z klíčových otázek pro rozhodnutí k realizaci cesty do jiného místa.

Pardubický kraj je charakteristický výhodnou geografickou polohou z hlediska dopravního spojení a rovněž jsou zde zastoupeny všechny základní typy dopravy, které jsou ať už více či méně využívány v rámci cestovního ruchu.

Při zohlednění velikosti území kraje je tento region prostoupen poměrně hustou sítí silničních komunikací. Dle údajů z roku 2011, měří současná silniční síť cca 3 588 km, což představuje asi 6,5% z celkové délky všech silnic v ČR. Značnou nevýhodou, a to nejen pro potřeby CR, je téměř absenční stav dálničních a rychlostních komunikací. Pardubickým krajem prochází pouze necelých 9 km dálnice D11 a asi 3 km rychlostní silnice R35. [76] Tento typ komunikací je z hlediska rychlosti dostupnosti obecně velmi využíván a vyhledáván. V tomto směru tento stav znamená eliminující faktor pro rozvoj CR v kraji. Rychlejší a bezpečnější napojení na dálnici D11 umožňuje nově vybudovaný čtyřproudý úsek silnice I/37 vedoucí mezi Pardubicemi a Hradcem Králové. Ministerstvo dopravy zároveň chce v nejbližších letech podpořit výstavbu dalších dvou úseků rychlostní silnice R35, která by znamenala přínos nejen pro urychlení dopravy, ale také úlevu obcím, přes které v současné době vede velmi vytižená silnice I/35. Podle vedení kraje je stavba těchto úseků důležitá zejména pro oblasti Moravskotřebovska a Svitavska.

Jelikož podle výsledků různých výzkumů vyplývá, že návštěvníci Pardubického kraje nejčastěji zavítají do těchto končin motorovým vozidlem, silniční doprava je z hlediska rozvoje CR dominantní. Jak bude evidentní z Tabulky 1, Pardubický kraj má v tomto směru jistou konkurenční nevýhodu oproti ostatním regionům v ČR. Zároveň je však pozitivním jevem snaha kraje o rozšiřování sítě téměř chybějících typů komunikací.

Dalším problémem, který se však netýká pouze Pardubického kraje, je špatná kvalita vozovek. Jejich stav neznepokojuje pouze rezidenty žijící v kraji, ale tento fakt se objevuje i v negativním hodnocení návštěvníků Pardubického kraje. Hlavní příčinou této situace je nedostatek finančních prostředků, který se projevuje např. i v oddalování výstavby obchvatů, které by těmto intenzivně zatěžovaným komunikacím ulehčily. [13]

Významným druhem dopravy v kraji je železniční doprava. Celková provozní délka tratí se v současnosti pohybuje kolem 542 km, elektrifikováno je cca 40% tratí. Pardubický kraj má v rámci této dopravní dostupnosti značnou výhodu kvůli své strategické poloze (z hlediska množství spojů a času). Nejdůležitějším železničním uzlem je město Pardubice, dále pak Česká Třebová, skrze něž prochází významné mezinárodní tratě. V rámci I. koridoru se jedná o trať vedoucí na úseku Německo - Praha – Brno - Vídeň či Bratislava - Budapešť, III. koridor umožňuje spojení Německo – Praha – Olomouc - Ostrava – Slovensko. [27]

Co se týče regionálních tratí, jejich hlavní nevýhodou je dlouhá doba cesty. Cílem rozvoje dopravní infrastruktury ze strany kraje je v tomto ohledu zejména modernizace a úprava těchto tratí pro dosažení vyšší rychlosti vlaků a vytvoření odpovídajícího zázemí pro cestující

Tabulka 1: Délka železnic, silnic a dálnic dle krajů ČR k 31.12. 2011

ČR, kraje	Provozní délka železnic	Délka silnic a dálnic	v tom				
			dálnice	silnice I. třídy	rychlostní silnice	silnice II. třídy	silnice III. třídy
Česká republika	9 572	55 742	745	6 254	427	14 626	34 117
Hl. m. Praha	248	83	11	42	33	30	-
Středočeský	1 278	9 637	194	815	152	2 376	6 252
Jihočeský	981	6 125	15	658	7	1 643	3 808
Plzeňský	711	5 133	109	425	-	1 500	3 099
Karlovarský	493	2 054	-	239	33	466	1 350
Ústecký	1 022	4 198	56	490	12	895	2 755
Liberecký	552	2 424	-	334	22	486	1 604
Královéhradecký	715	3 770	17	444	-	893	2 417
Pardubický	542	3 597	9	456	3	912	2 219
Vysočina	622	5 090	92	427	-	1 630	2 940
Jihomoravský	784	4 477	134	447	26	1 474	2 422
Olomoucký	603	3 568	36	433	91	924	2 174
Zlínský	359	2 145	17	359	16	573	1 197
Moravskoslezský	664	3 441	54	685	32	824	1 878

Zdroj: upraveno dle [21]

Letecká doprava má v Pardubickém kraji také své zastoupení a plní zde významnou funkci. Letiště v Pardubicích je charakterizováno jako regionální letiště se statutem veřejného mezinárodního letiště se smíšeným civilním a vojenským provozem. Civilním provozovatelem je společnost East Bohemia Airport, a.s., jejímž 100% vlastníkem je město

Pardubice. Toto letiště patří mezi 5 nejvýznamnějších letišť v ČR společně s Prahou, Brnem, Ostravou a Karlovými Vary. Využívání jeho služeb rovněž podporuje výhodná poloha ve spojitosti s použitím ostatních druhů dopravy, zejména pak železniční. V období letních měsíců je hojně využíváno k charterovým letům do destinací Bulharska, Řecka, Turecka či Španělska. Jelikož se letiště těší z rostoucího zájmu cestovních kanceláří, bude se nabídka rozšiřovat o lety do dalších destinací. [46]

Co se týče pravidelných letů, je oblíbenou destinací ruských leteckých společností na pravidelných linkách do Moskvy a Petrohradu a zpět. Podíl ruských pasažérů tvoří asi 85% ze všech cestujících, kteří využívají pardubického letiště. Zejména v období na konci roku a počátkem ledna zažívá letiště nápor, neboť Rusové rádi tráví svátky a Nový rok v Česku. [72] Na první pohled se tedy zdá, že Pardubický kraj je v rámci příjezdového cestovního ruchu atraktivní pro ruské návštěvníky, kteří by dle tohoto zjištění měli tvořit hlavní podíl ze všech zahraničních turistů. Nicméně realita je taková, že ruská klientela sice do Pardubic přiletí, ale okamžitě odjíždí především do Prahy a jiných koutů ČR. O Východní Čechy z pohledu ČR neprojevuji zájem, a tudíž zde většinou nepřenocují. V tomto ohledu je velmi těžké snažit se přilákat ruské turisty za účelem navštěvování atraktivit, které se zde nacházejí. V loňském roce, dle údajů ČSÚ, navštívilo ČR necelých 700 tisíc ruských turistů. Jejich cílem je nejčastěji Praha a západočeské lázně. Pardubickému kraji tak uniká potenciální klientela ubytovacích a stravovacích zařízení a návštěvníci zdejších atraktivit.

Co se týče odbavených cestujících v roce 2012, jejich počet se vyšplhal na rekordních 125 008 osob, což je nejvíce v historii fungování letiště a o zhruba 60 tisíc více oproti roku 2011. [46] Tento nárůst byl zapříčiněn zejména nákladnou rekonstrukcí a modernizací prostor letiště v loňském roce. Finanční částka věnovaná této přestavbě dosáhla výše 265 mil. Kč, přičemž 85% nákladů bylo pokryto z evropských fondů. [72] Modernizace areálu by měla vyvrcholit vybudováním nového odbavovacího terminálu, který nejenže rozšíří odbavovací kapacity letiště, ale poskytne zázemí v podobě nového parkoviště či restaurace. Podle dosavadních informací se letiště chystá tento projekt, který si vyžádá náklady v řádu stovek milionů Kč, financovat vlastními silami prostřednictvím přijatého úvěru. Na některých částech by se finančně spolupodílelo město a kraj. [37]

Posledním typem je doprava vodní. Ačkoliv protéká krajem významná řeka Labe, vodní doprava v tomto regionu plní spíše funkci rekreační než dopravní. Nicméně v současnosti se jedná o projektu ve spojitosti s doplněním vodní dopravy v podobě splavnění Labe mezi Přeloučí a Pardubicemi. Tento záměr je podporován krajem a výsledný efekt by přinesl

možnost mezinárodní nákladní dopravy do námořních přístavů včetně využití kontejnerové dopravy. [39]

Rekreační využití nabízí oblíbená atrakce, kterou je výletní a restaurační loď Arnošt z Pardubic. Tato nově opravená loď má své přístaviště nedaleko centra města a pro návštěvníky nabízí kromě výletních plaveb do nedalekých Kunětic celou řadu společenských akcí. Výhodou je i přítomnost restaurace. Dle nejnovějších informací se jedná o možnosti rozšířit výletní plavby do Hradce Králové, ale o tomto projektu se nyní pouze uvažuje a jeho realizace se bude odvíjet v první řadě od finančního zaštitění a od spolupráce obou krajských měst. [31]

3.2.2 Ubytovací zařízení

Ubytovací zařízení a jejich kapacity představují pro rozvoj cestovního ruchu v dané destinaci základní prvek infrastruktury služeb, bez kterého by se CR nemohl řádně rozvíjet. Při nedostatečné koncentraci nabídky těchto služeb je pak region využíván spíše jednodenními návštěvníky přijíždějícími z nedalekých oblastí, kteří v dané lokalitě nepřenocují. Tito účastníci CR pak vynakládají finanční prostředky pouze za služby související s místními atraktivitami. Ve výsledku se pro region negenerují potřebné příjmy a přínos CR je pro danou oblast minimální.

Pro statistické účely jsou podstatná tzv. hromadná ubytovací zařízení (HUZ). Ta jsou charakterizována jako zařízení s minimálně 5 pokoji či 10 lůžky, sloužící pro účely CR, která jsou určena pro přechodné ubytování nejčastěji za účelem dovolené, zájezdu, lázeňské péče, či služební cesty. Do této skupiny patří hotely, hotely garni, motely, penziony a botely. Do kategorie ostatních HUZ se řadí kempy, chatové osady a turistické ubytovny. [73]

Následující Tabulka 2 uvádí stav HUZ k 31.12.2011. Novější data v období tvorby této práce nebyla k dispozici. Nejen pro účely CR sloužilo v Pardubickém kraji k danému období 365 ubytovacích zařízení. I přesto, že tento počet od roku 2010 zaznamenal nárůst o 29 nových zařízení, řadí se v tomto směru Pardubický kraj na předposlední místo před kraj Zlínský. Stejně je tomu i při porovnání celkového počtu lůžek, přičemž poslední místo zde obsadil kraj Ústecký.

Jednoznačně nejhorší postavení zaujímá v kategorii 4* a 5* hotelů. Uvedený počet se vztahuje pouze k 4* kategorii, neboť hotely vyšší třídy zde nejsou zastoupeny.

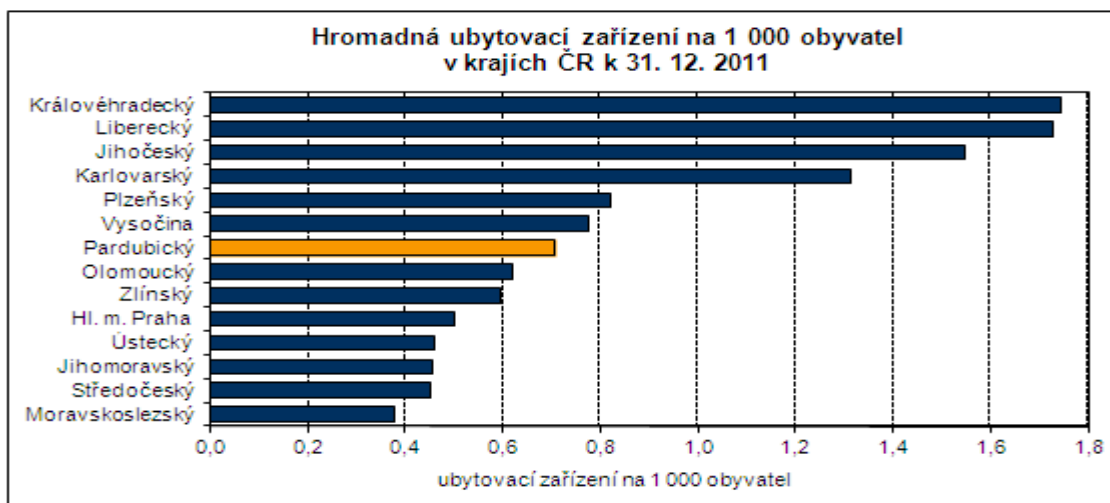
Tabulka 2: Hromadná ubytovací zařízení v krajích ČR k 31.12. 2011

ČR, kraje	Hromadná ubytovací zařízení					v tom dle kategorie	
	celkem	počet lůžek	z toho hotely a penziony (v %)	podíl na ČR (v%)	hotely 4* a 5*	ostatní hotely a penziony	ostatní HUZ
ČR	7 657	461 434	60,2	100	517	4 095	3 045
Hl. m. Praha	622	77 972	84,6	8,1	213	313	96
Středočeský	577	32 184	59,4	7,5	30	313	234
Jihočeský	983	51 725	54,4	12,8	30	505	448
Plzeňský	469	25 142	62,7	6,1	22	272	175
Karlovarský	398	28 678	75,1	5,2	85	214	99
Ústecký	380	19 346	65,8	5,0	20	230	130
Liberecký	756	36 553	55,2	9,9	10	407	339
Královéhradecký	966	45 920	58,1	12,6	22	539	405
Pardubický	365	20 236	54,0	4,8	4	193	168
Vysočina	398	21 178	46,7	5,2	12	174	212
Jihomoravský	533	33 813	61,7	7,0	22	307	204
Olomoucký	395	20 341	53,4	5,2	7	204	184
Zlínský	351	21 826	58,1	4,6	17	187	147
Moravskoslezský	464	26 520	56,0	6,1	23	237	204

Zdroj: upraveno dle [17]

Současný počet 4* hotelů je a bude vyšší, neboť v loňském roce byl otevřen 4* hotel Vista a letos by se do této kategorie měl zařadit i Hotel Bohemia Chrudim. V tomto směru jsou konány kroky k rozšiřování ubytovacích kapacit vyšších tříd pro účely rozvoje zejména kongresového a incentivního cestovního ruchu. Tento potenciál si zdejší podnikatelské subjekty jasně uvědomují a chtějí v této oblasti zvýšit svou konkurenční pozici.

Lepší vypovídací hodnotu přinese následující graf na Obrázku 3. Zde je uveden ukazatel počet HUZ na 1000 obyvatel, který umožňuje územní srovnání krajů po zohlednění rozdílného počtu obyvatel. Zde už je situace podstatně jiná a Pardubický kraj se nachází na 7. místě ze všech krajů. Toto relativní vyjádření dokazuje, že Pardubický kraj má dostatečné ubytovací kapacity a pro účely CR je v tomto směru postačující.

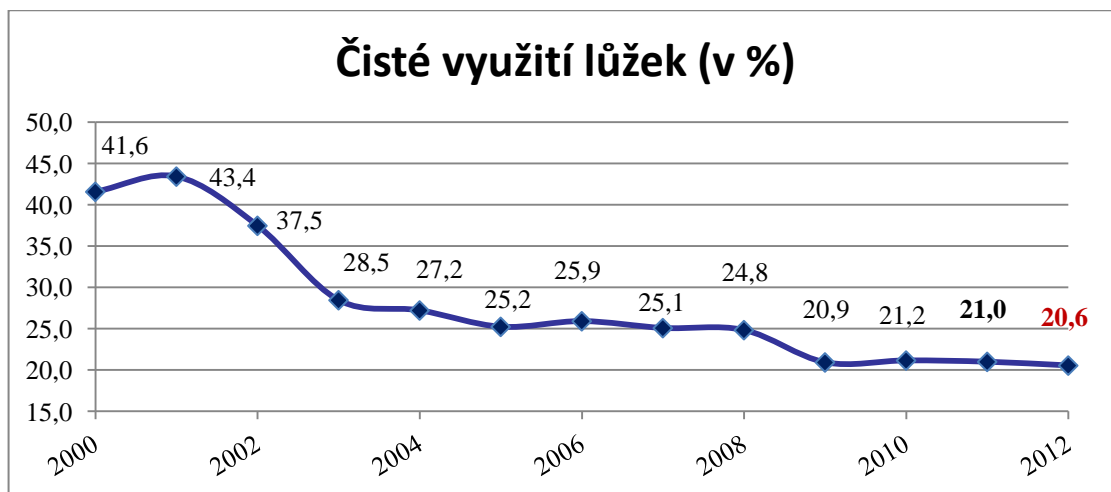


Obrázek 3: Graf zachycující počet HUZ / 1000 obyvatel v krajích ČR k 31.12. 2011

Zdroj: [17]

Počet HUZ a lůžek je jedna věc, využití těchto kapacit je však věc druhá. Nízká návštěvnost kraje, jejíž analýze bude věnován prostor v následující části práce, vychází z údajů o návštěvnosti HUZ. V tomto směru je hodnotícím ukazatelem tzv. čisté využití lůžek, které je dáno podílem počtu přenocování a součinu průměrného počtu lůžek k dispozici s počtem provozních dnů. Vývoj tohoto ukazatele v období let 2000-2012 je graficky zachycen na Obrázku 4. Z grafu vyplývá klesající tendence využívání ubytovacích služeb. V roce 2011 byly veškeré ubytovací kapacity (vztaženo na lůžka) využity v průměru pouze z 21%. V porovnání s ostatními kraji to bylo společně s krajem Vysočinou nejméně ze všech krajů. Údaj za rok 2012 je, dle ČSÚ, předběžným odhadem. To znamená, že HUZ nejsou v průměru obsazena ani z jedné třetiny. S tím souvisí nízký počet turistů, kteří v kraji přenocují, a jedná se tedy spíše o jednodenní návštěvníky, kteří do kraje zavítají. Slabou stránkou kraje v tomto směru není nedostatečný počet HUZ, ale slabá návštěvnost.

Pokud se jedná o rozmístění ubytovacích kapacit v rámci jednotlivých okresů, je patrná jejich nerovnoměrná koncentrace. Nejvíce HUZ se nachází v okrese Ústí nad Orlicí (142) a naopak nejméně na Pardubicku (60). Pokud však porovnáme kapacitu lůžek, okres Pardubice se nachází na 2. místě. Toto zjištění je dáno tím, že se na Pardubicku nacházejí spíše velkokapacitní HUZ a dalším důvodem je přítomnost léčebných lázní. Na Ústeckoorlicku je tento fakt připisován přítomnosti lyžařských středisek. [19]



Obrázek 4: Grafické vyjádření čistého využití lůžek v Pardubickém kraji (2000-2012)

Zdroj: zpracováno dle [17]

3.2.3 Stravovací zařízení

Stravovací služby uspokojují primárně potřebu hladu a žízně. V oblasti cestovního ruchu se jedná o druh tzv. společného stravování, které se vyznačuje hromadnou výrobou, prodejem a spotřebou jídel pro velké skupiny lidí. Společné stravování je zde realizováno veřejnou (restaurační) formou, kdy kromě uspokojení potřeb výživy je zde důležitá společensko-zábavní funkce. Tato zařízení jsou k dispozici buď samostatně či jako součást ubytovacích zařízení. Jedná se z hlediska historie o nejstarší druh stravování, který byl spojen s rozvojem obchodu a cestovního ruchu. [73]

Pokud jde o monitoring současného stavu a vývoje stravovacích zařízení, nejsou v této oblasti vedeny pravidelné statistické výzkumy. Poslední takovýto průzkum byl učiněn v roce 2001, ale s ohledem na časový odstup, nebudou tato data pro účely této práce využita. Nelze tedy zhodnotit změny v počtu těchto zařízení či posoudit jejich návštěvnost. Pohostinská činnost je vysoce konkurenčním podnikatelským odvětvím a není jednoduché v tomto sektoru obstát. Dostatek těchto podniků v dané destinaci je určitě pozitivním faktorem, ale velmi důležitou vlastností je kvalitní servis služeb, což v opačném případě často bývá důvodem ztráty klientely a podnikatelského neúspěchu.

V posledních letech se rozvíjí tzv. gastronomická turistika, neboli cestování za specifickým jídlem či nápoji do jiných koutů vlasti či ostatních států. I Pardubický kraj může nabídnout tradiční pokrmy a suroviny, které mohou nalákat gastronomické nadšence. Každoročně se v tomto regionu konají folklórní akce spojené s východočeskou gastronomií. Jako příklad lze uvést tzv. Jabkancovou pouť v České Třebové, Slavnosti perníku, jarmarky na Veselém Kopci či pivní slavnosti v Pardubicích a Hlinsku.

Agentura CzechTourism je iniciátorem zajímavého projektu s názvem *Czech Specials aneb Ochutnejte Českou republiku!* Tato myšlenka se týká zviditelnění specialit české národní a regionální kuchyně. Restaurace, které nabízejí tyto pokrmy a splňují ostatní podmínky, co se týče kvality poskytovaných služeb a zázemí pro hosty, obdrží certifikát Czech Specials. Na základě udělení této certifikace se daným restauracím dostane mj. podpory prostřednictvím webových, rozhlasových či televizních médií. Pro hosty toto ocenění neznamená pouze možnost ochutnat tradiční speciality, ale zejména záruku kvality služeb. Na území kraje se nachází zatím 9 certifikovaných restaurací, které lze navštívit v Litomyšli, Pardubicích a na Hlinecku. [10]

3.2.4 Doprovodná turistická infrastruktura

V této kapitole je věnována pozornost objektům a vybavení kraje, které plní spíše doplňkovou funkci ve vytvoření celkové podoby infrastruktury pro potřeby cestovního ruchu. Do této skupiny náleží zejména turistická informační centra, společensko-zábavní či sportovně-rekreační zařízení a občanská vybavenost. Jimi vytvářená nabídka služeb je primárně využívána místními obyvateli, ale slouží i pro potřeby návštěvníků a turistů.

V předchozích kapitolách bylo již pojednáno o vybavenosti kraje na poli společensky či sportovně zaměřených aktivit, které jsou zde k dispozici. Každý region má vytvořenou jistou základnu občanské vybavenosti v podobě zabezpečení obchodních, směnářských, zdravotních a dalších služeb, které dnes již představují samozřejmost. Přítomnost divadel, kin, aquaparků, zoologických zahrad, rozhleden, lanových parků a ostatních zařízení nejen pro každodenní vyžití, je bezpochyby výhodou a plusovým hodnocením celkové nabídky dané destinace. V této oblasti je však dnes těžké být unikátní, neboť obdobnou nabídku poskytují víceméně všechny oblasti ČR. Ve Východních Čechách tomu není jinak, a dle názoru autorky, je daná nabídka dostačující. Provádět výčet a charakteristiku těchto zařízení nemá opodstatnění, proto se následující text věnuje z pohledu cestovního ruchu důležitějším objektům, které představují turistická informační centra.

Turistické informační centrum (TIC) je účelově založené zařízení, které v oblasti své působnosti (v rámci obce, města, turistické oblasti či regionu) poskytuje komplexní informace a doplňkové činnosti související s cestovním ruchem. [73]

V Pardubickém kraji se v současnosti nachází 40 certifikovaných TIC, z nichž 11 se stalo členy Asociace turistických informačních center v ČR – A.T.I.C. Toto členství s sebou přináší řadu výhod např. v podobě metodické pomoci při spravování TIC, účast na školicích a vzdělávacích programech či odborných zájezdech (tzv. fam tripy). Tato asociace rozlišuje

několik úrovní podle působnosti TIC. Pardubický kraj má svého zástupce na celorepublikové úrovni, kterým je informační centrum v Pardubicích – Pardubice Region Tourism, jež je zároveň agenturou CzechTourism certifikováno jako oficiální informační středisko. Ve spolupráci s DSVČ se podílí na marketingové propagaci zejména turistické oblasti Pardubicko. [1]

Pardubický kraj věnuje na podporu TIC na svém území značné finanční prostředky (*podrobněji v kapitole 4.3.1*). S cílem podnítit vytvoření optimalizovaného systému TIC, zavedl Pardubický kraj jako první v ČR systém bodového hodnocení činností těchto středisek. Aktivita, které podléhají bodovému sazebníku, jsou uvedeny v Příloze B. Proces hodnocení probíhá přidělováním kladných, ale i záporných bodů, a to zejména za účelem motivace pro TIC, aby uváděla vždy správné a ověřené informace. Tento model hodnocení se týká zejména vkládání informací na turistický portál www.vychodni-cechy.info, jehož realizátorem je Pardubický kraj. Tento portál byl spuštěn v roce 2006 a zaštiťuje celkovou nabídku cestovního ruchu pardubického a částečně i královéhradeckého regionu. [61]

To, že Pardubický kraj věnuje dostatek úsilí a podpory vytvoření dokonalé turisticko-informační infrastruktury, dokládá realizovaný projekt pořízení a instalace 15 elektronických informačních kiosků, které byly umístěny v turisticky atraktivních lokalitách kraje. Multimediální stojany slouží veřejnosti 24 hodin denně, takže mohou spolehlivě nahradit služby poskytované TIC. Kromě turistických informací všeho druhu, jsou pro uživatele připraveny odkazy na jízdní řády či zpravodajský portál ČT24. Finanční náklady spojené s nákupem a zprovozněním těchto informačních médií vyšly Pardubický kraj na 2,218 mil. Kč, přičemž zhruba 92,5 % této částky bylo spolufinancováno z Regionálního operačního programu NUTS II Severovýchod. O využití uvedeného programu pro účely dalších projektů bude pojednáno v další části práce. Tento projekt byl realizován s cílem poskytnout nadstandardní informační servis a kiosky v budoucnu využít také pro propagaci atraktivit CR v kraji.

Dle názoru autorky, je tento krok pro zdokonalení informační vybavenosti místních obyvatel i návštěvníků smysluplným podpůrným efektem, na druhou stranu pro celkový dopad na rozvoj CR a zvýšení návštěvnosti regionu nepředstavuje počin, který by vedl k vyřešení problémů vyplývajících z nízké atraktivity regionu vnímanou turisty. [55]

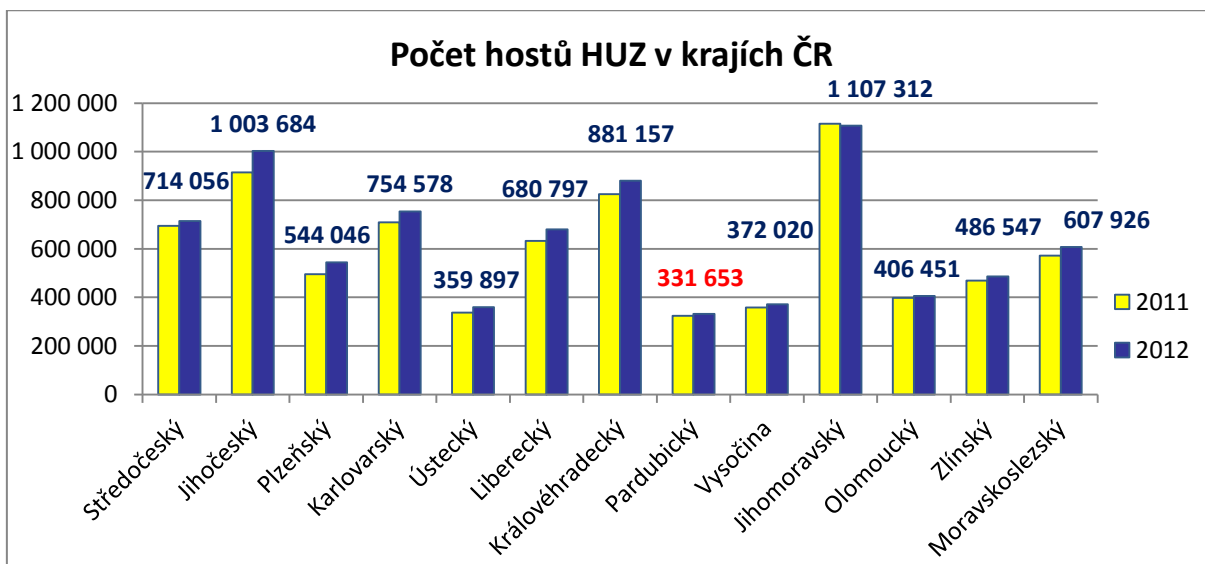
3.3 Analýza poptávky cestovního ruchu v kraji

Předchozí kapitoly se věnovaly analýze primární a sekundární nabídky cestovního ruchu. Jak vyplývá z výše uvedeného textu, Pardubický kraj bezpochyby má potenciál uspět na poli CR, což dokládá pestrá nabídka atraktivit. Nicméně aby se regiony či oblasti staly vyhledávanými destinacemi, je nezbytné, aby na trhu CR existovala ještě druhá strana, a to strana poptávky. Poptávka je determinována projevem potřeb a motivace k cestě do dané destinace. Představiteli poptávající strany jsou účastníci CR, kteří do určité oblasti přinášejí příjmy a zvyšují její ekonomickou úroveň. Záleží tedy pouze na nich, zda do regionu vůbec zavítají, jak dlouhý čas zde stráví, jaké služby či produkty zde využijí a zda jsou ochotni se vrátet. Od těchto faktorů se odvíjí úspěšnost každé destinace.

3.3.1 Návštěvnost Pardubického kraje

Následující text se zaměří na analýzu návštěvnosti Pardubického kraje. V tomto směru jsou za relevantní ukazatele považovány statistiky návštěvnosti HUZ a počet přenocování. Je nutné si však uvědomit, že údaje poskytnuté ČSÚ nejsou vyčerpávající, neboť nezachycují všechny možnosti strávení pobytu v kraji. Pro mezikrajské srovnání jsou však tyto údaje hlavní a představují tak výchozí hodnotící měřítko.

Pardubický kraj se již po mnoho let potýká s nízkou návštěvností. Každý rok se v příslušných statistikách nachází na posledním či předposledním místě v porovnání s ostatními kraji. Obrázek 5 zachycuje počty hostů v HUZ v jednotlivých krajích v roce 2011 a 2012. V grafu není zanesen údaj vztahující se k Praze, neboť zde daný počet dosahoval za r. 2012 téměř 5,4 mil. hostů a s ostatními hodnotami je tak nesrovnatelný. Celkový počet hostů v ČR za minulý rok činil 13 647 655 osob. Jak je z grafu patrné, Pardubický kraj se za loňský rok umístil v uvedené statistice na posledním místě. Také tempem růstu tohoto ukazatele zaostává za ostatními kraji a celorepublikovým průměrem. Pozitivním jevem je však nárůst turistů oproti roku 2011, který činí 2,4% (tj. cca 7 800 turistů). Ačkoliv je procentuální změna velmi malá, znamená však pozvolný růst počtu ubytovaných hostů. [15]



Obrázek 5: Návštěvnost HUZ podle krajů v letech 2011-2012

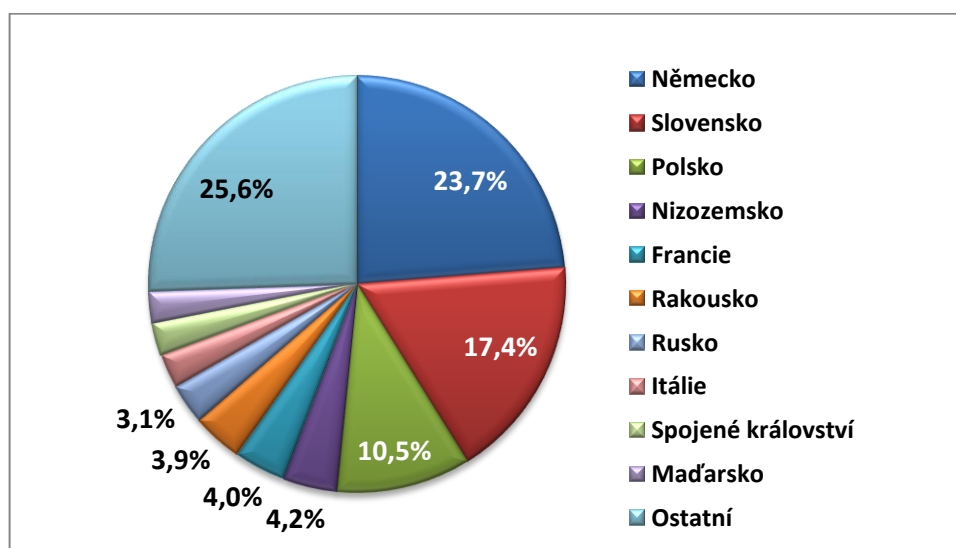
Zdroj: upraveno podle [15]

Na statistiky ČSÚ nelze nahlížet jednostranně. Pardubický kraj je jak svou rozlohou, tak počtem obyvatel považován za „malé“ kraje a v tomto ohledu nemůže být s velkými kraji věrohodně srovnáván. Příčin všeobecně nízké atraktivity regionu pro turisty je několik. Pardubický kraj je kvůli své poloze brán spíše jako tranzitní, proto se mj. nedaří zde zdržet návštěvníky na více dní. Pro region Východní Čechy jsou typičtí jednodenní návštěvníci (výletníci), kteří sem zavítají na některou z významných akcí (např. Velká pardubická, Smetanova Litomyšl aj.). Organizátoři těchto akcí současně zaznamenávají zvýšený zájem těchto účastníků. Kvůli dobré dopravní dostupnosti se do kraje dopraví a zase odjedou po vlastní ose. Jednodenní návštěvníci zvyšují příjmy cestovního ruchu v kraji a jsou významným generátorem tržeb pro subjekty v CR, bohužel se tyto informace ve statistikách zveřejňovaných médiích neobjevují.

O tomto faktu svědčí statistika uváděná agenturou CzechTourism, ze které vyplývá, že téměř polovina návštěvníků (46%) přijela v loni na jednodenní pobyt bez noclehu. Ve srovnání s rokem 2010, kdy jejich podíl činil až 66%, je evidentní klesající počet výletníků a narůstající počet lidí, kteří využijí možnosti v kraji přespát. [7]

Co se týče porovnání struktury návštěvníků, značně převažují domácí nad nerezidenty. Pro následující závěry byly využity údaje ČSÚ, které se vztahují k návštěvnosti HUZ. V loňském roce z 331 653 turistů bylo 283 428 domácích a 48 225 zahraničních hostů. Podíl zahraničních turistů je tradičně menší než tuzemských, a tvoří necelou sedminu z celkového počtu hostů. Z tohoto důvodu se také i propagační aktivity zaměřují spíše na domácího turistu.

Strukturu zahraničních hostů dle národností graficky zobrazuje Obrázek 6. Nejvíce turistů jezdí do Pardubického kraje z Německa, Polska a Slovenska. Vzhledem ke geografické blízkosti Polska se v posledních letech zaměřují propagační aktivity tímto směrem. Ve spolupráci s polským partnerem realizuje kraj společné záměry na propagaci Východních Čech v Polsku. Jedná se o specificky zaměřené projekty, které se věnují tradičním místním tématům (koně, architektura aj.). Polská klientela rovněž využívá nově vybudovaného střediska na Dolní Moravě. Oblast Králického Sněžníku láká i německé turisty. Podíl ruských turistů, kteří by mohli být pro kraj potenciálním zdrojem příjmů, je zhruba tříprocentní. Minulý rok se ve zdejších HUZ ubytovalo 1 518 ruských turistů. [15] Tento údaj je důkazem toho, že i přesto, že se do Pardubic letecky dopraví desetitisíce Rusů ročně, tak zde většinou nezůstávají a odjíždějí nejčastěji do Prahy či jiných pro ně atraktivních regionů.



Obrázek 6: Zahraniční hosté dle národností v HUZ Pardubického kraje v roce 2012

Zdroj: upraveno podle [15]

Co se týče počtu přenocování, i v těchto číslech je Pardubický kraj na poslední příčce. Údaj za rok 2012 je nejnižší hodnotou za posledních 13 let. Celkový počet přenocování nepřesáhl milionovou hranici již čtyři roky po sobě, loni to bylo cca 941 tisíc přenocování. Tuzemští turisté zde v průměru stráví 3 noci (2,9), u zahraničních je to ještě méně (2,5). I přesto, že jsou návštěvníci s kvalitou služeb spokojeni a vrací se, nedaří se nelichotivá čísla víceméně změnit. Dle autorky je problém v tom, že se na území kraje nenachází unikátní atraktivita takového významu, které by hrály v oblasti příjezdového CR klíčovou roli. [18]

Návštěvnost vybraných památek v kraji

Loňský rok (vztaženo ke konci září), dle údajů Národního památkového ústavu (NPÚ), zaznamenal asi 10% pokles v návštěvnosti památek v kraji. Za minulý rok činil počet návštěvníků, kteří zavítali do objektů pod správou NPÚ asi 130 630 osob, což bylo zhruba o 13 300 lidí méně než za předchozí období. Pokles v návštěvnosti zaregistrovaly i takové turistické atraktivita jako je litomyšlský zámek či Soubor lidových staveb Vysočina. Expozice lidové architektury navštívilo do konce září loňského roku téměř 54 tisíc lidí, což je ale o 3,5 tisíce méně než předchozí rok. Zámek v Litomyšli uvítal kolem 24 300 návštěvníků, bohužel v porovnání s rokem 2011 jich bylo o 9 400 méně. Zajímavé srovnání poskytuje návštěvnost hradu Kunětická hora, který přivítal přes 28 tisíc lidí a předčil tak i památku UNESCO (*pozn. neuvažuje se zde o návštěvnosti festivalu Smetanova Litomyšl*). Bylo to způsobeno tím, že rok 2012 přichystal na „Kuňce“ asi dvě desítky nejrůznějších akcí, které přilákaly mnoho nadšenců. Naopak Státní zámek Slatiňany si v loňském roce polepšil o cca 1 700 návštěvníků, přičemž celkový počet dosáhl 13 400 lidí. [71]

Nejnávštěvovanější památku však představuje pardubický zámek. Společně s návštěvníky expozic a výstav Východočeského muzea a galerie navštívilo zámecký areál 104 tisíc lidí. K zájmu zavítat do zámeckého areálu přispěl projekt s názvem „Pernštejnský rok 2012“, v rámci něhož mohli návštěvníci obdivovat nejen zanechané dědictví tohoto mocného rodu v několika regionech (vč. Pardubického kraje), ale zúčastnit se některé z mnoha připravených kulturních akcí apod. [24]

3.3.2 Monitoring domácích návštěvníků regionu Východní Čechy

Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism iniciuje od roku 2010 projekt zaměřený na výzkum návštěvnosti jednotlivých turistických regionů. Pravidelný výzkum se věnuje domácímu CR, konkrétně zjištění skladby návštěvníků, způsobu trávení volného času a jejich spokojenosti s celkovou nabídkou regionu. Šetření probíhá ve dvou vlnách, vždy v letních a zimních měsících formou osobního dotazování.

V rámci této kapitoly jsou uvedeny závěry vyplývající z realizovaných výzkumů v průběhu loňského roku. Nejprve je pozornost zaměřena na zimní období, posléze na letní. V prvním období bylo osloveno 1 802 respondentů, v druhém 1 757. Dotazovaní byli vybráni náhodně v různých lokalitách v rámci ČR. Následující informace do jisté míry korespondují s charakteristikami cestovního ruchu v Pardubickém kraji, které byly uvedeny v předchozí analýze nabídky a poptávky.

Zima 2011/2012

Návštěvníci přijížděli do Východních Čech nejčastěji autem ze vzdálenosti mezi 20-50 km. Oproti předchozímu období nicméně více využívali vlakové a linkové autobusové dopravy. Značný podíl (80%) tvořili jednodenní návštěvníci (tzn. bez noclehu) nejčastěji za doprovodu svého partnera či přátel, po nich následoval cílový segment představovaný rodinami s dětmi. Ve srovnání s rokem 2011 výletníků ubylo a zvýšil se počet turistů, kteří v regionu přenocují. Návštěvníci z vybraného vzorku však uvedli, že pro nocleh nevyužili služeb ubytovacích zařízení, ale strávili noc u svých přátel a známých. Zde se projevuje problém s nevyužitými ubytovacími kapacitami. Průměrná útrata se pohybovala od 200 do 1000 Kč/osoba/den.

Hlavním impulsem pro návštěvu tohoto regionu byla dobrá osobní zkušenost při předchozím navštívení této lokality či doporučení známých a přátel. Vlivem reklamy a propagačních nástrojů sem zavítalo pouze asi 6% respondentů. Tento fakt přináší nepříjemné zjištění, které vyplývá z toho, že 2/3 návštěvníků nezaznamenaly reklamu na východočeský region. Pro získávání informací využívali návštěvníci nejčastěji internet či referencí přátel, naopak ve velmi malé míře pak služeb turistických informačních center. Výrazně se oproti roku 2011 snížil podíl návštěvníků, jejichž hlavním motivem byla turistika a zimní sporty. Naopak přibýlo těch, kteří se zde věnují pěší a poznávací turistice.

Z výzkumu vyplývá, že se návštěvníci do regionu vrací opakovaně a i celková jejich spokojenost zůstává velmi vysoká. Jako pozitivní dojmy respondenti uváděli přátelskost místních obyvatel, zdejší orientační značení a úroveň péče o památky. Výhrady projevovali ke službám pro motoristy, co se týče stavu silniční infrastruktury či nedostatku parkovacích míst. Při hodnocení dojmu týkajícího se péče o rozvoj regionu, dotazovaní vyzdvihovali lokality jako Dolní Morava či Hlinecko, naopak kritiky se dočkala města na Ústeckoorlicku. [51]

Léto 2012

Stejný výzkum byl realizován od června do září roku 2012. Následující poznatky se budou jisté míry shodovat ze závěry vyplývajících ze zimního období. Asi 1/3 návštěvníků přijela do regionu Východní Čechy ze vzdálenosti nad 100 km. Nejčastějším dopravním prostředkem byl automobil, 7% z dotazovaných přijelo na kole. Převažují pobyty bez noclehu, nicméně asi 1/4 návštěvníků zde stráví 3 až 7 noclehů. Většina návštěvníků se do zdejších končin vydala společně s partnerem, známými či dětmi. Zhruba polovina respondentů zde nebyla ubytována, ostatní využívali pohostinnosti svých známých a příbuzných či strávili přenocování v penzionech. Denní útraty se pohybovaly do 500 Kč/osobu. Téměř polovina návštěvníků sem přijela na základě své pozitivní předchozí zkušenosti a pro třetinu bylo hlavním podnětem

k návštěvě doporučení známých a přátel. Bohužel i v této vlně průzkumu je evidentní nedostatečný zásah reklamou a propagací. Necelá polovina žádnou upoutávku či reklamu na tento region nezaznamenala. Ostatní vnímali venkovní reklamu, či propagaci prostřednictvím internetu či tisku. K nejvíce využívaným informačním zdrojům patří tradičně internet a reference od známých. Více než v zimním období jsou však využívány služby TIC, či knižní průvodci a propagační prospekty. Nejčastějším důvodem pro zavítání do regionu byl motiv poznání, dále pak relaxace, turistika a sport. Poznávací a pěší turistika jsou stále nejvyužívanějším typem CR v kraji. Pro návštěvníky je rovněž atraktivní cykloturistika, koupání a vodní sporty či navštěvování kulturních akcí. Projevená spokojenost bylo i v tomto období velmi vysoká, pozitivních ohlasů se dočkala přátelskost místních lidí, orientační značení či péče o pořádek a čistotu. Neuspokojivě jsou vnímány služby pro motoristy, zejména stav a rozvoj silniční infrastruktury. Mezi celkově silné lokality při hodnocení služeb CR dle respondentů, patří zejména Chrudim, Heřmanův Městec či Kladruby nad Labem. [51]

Doporučení

Základním nedostatkem, který vyplývá z obou uvedených průzkumů, je slabá propagace. V prvé řadě autorka navrhuje více podporovat mediální propagaci regionu Východní Čechy, a to zejména na celorepublikové úrovni. To znamená intenzivněji využívat reklamy v tisku či rozhlasu, popř. v tematicky zaměřených televizních pořadech.

Stěžejní segment představují jednodenní návštěvníci s motivem poznání. Z tohoto důvodu je nutné vytvářet a zkvalitňovat nabídku CR primárně pro ně. Znamená to, rozšiřovat možnosti vyžití v oblasti jednodenních výletů. DSVČ se v současné době snaží oslovit návštěvníky nabídkou 2-3 denních pobytů se sestaveným přibližným harmonogramem. Tato aktivita je zaměřena na získání vícedenních turistů, kteří by zde využili ubytovacích služeb a na posílení vnímání regionu jako destinace vhodné pro delší pobyty. Tento záměr autorka shledává zcela správným, nicméně jak statistiky napovídají, turisté zde stráví delší pobyt zřídka. Je tedy vhodné zaměřit pozornost na vytvoření nabídky jednodenních výletů v jednotlivých turistických oblastech. K tomu slouží tzv. *plánovač výletů* dostupný na turistickém portále www.vychodni-cechy.info, kde si každý vytvoří výlet dle vlastních zájmů a přání. Dle zkušenosti autorky není tento plánovací systém uživatelsky atraktivní a k danému účelu lákající. Navíc je na webových stránkách jeho odkaz nevýrazný a lehce přehlédnutelný. Efektivnější by byla již vytvořená nabídka jednodenních výletů s uvedením alternativních možností navštívení turistických atraktivit, které by si návštěvník v rámci svého výletního dne zvolil.

Mezi silné stránky patří spokojenost návštěvníků se službami. Tento fakt je základním faktorem pro vytvoření dobrých vztahů s návštěvníky, od čehož se odvíjí snazší vzájemná komunikace, porozumění a přizpůsobení se potřebám a požadavkům návštěvníků, s cílem celkově se v této oblasti neustále zdokonalovat a rozvíjet. Mimo to je to dobrá vizitka místních podnikatelských subjektů v CR, které stojí za poskytováním kvalitních služeb.

4 EKONOMIKA A MANAGEMENT CESTOVNÍHO RUCHU V KRAJI

Následující kapitola je zaměřena na finanční a organizační zajištění oblasti cestovního ruchu v kraji. Pozornost je věnována nejprve institucionálnímu řízení CR na různých úrovních územní hierarchie s podrobným zaměřením na kompetence, působnost a spolupráci jednotlivých organizací CR v Pardubickém kraji.

Další část je určena analýze finanční podpory plynoucí na rozvoj CR v Pardubickém kraji. Finanční možnosti hrají pro každé odvětví ekonomiky velmi důležitou roli. Aby se destinace CR stala úspěšnou, nerozhoduje o jejím „osudu“ pouze turistická nabídka. Cestovní ruch vyžaduje jako jedno z mála odvětví neustálou spolupráci, jednotný postup a strategii zainteresovaných stran a zejména účelné vynakládání peněžních prostředků s viditelným efektem a přínosem.

4.1 Institucionální zajištění cestovního ruchu

Předtím než budou uvedeny instituce zabývající se CR v Pardubickém kraji, je vhodné zmínit nadřazené orgány, které byly zřízeny k vykonávání centrální působnosti v této oblasti.

Pro potřeby Eurostatu, statistického úřadu Evropské unie, byla zavedena klasifikace územních statistických jednotek (celků) označovaných názvem NUTS (*La Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques*). Systém NUTS byl zaveden v celé EU pro potřeby statistického monitorování a hodnocení územních celků na jednotlivých úrovních. Toto členění je využíváno mj. k realizaci a hodnocení regionální politiky (vč. oblasti cestovního ruchu) a dále pak k aktivitám spojeným s čerpáním prostředků z evropských fondů. Od 1.1.2000 normalizovaná klasifikace vstoupila v platnost i v ČR jako CZ-NUTS. Vedle systému NUTS existuje soustava LAU (*Local Administrative Units*) zahrnující místní samosprávné jednotky - obce a okresy. Stupně NUTS 4 a NUTS 5 byly nahrazeny, ale původní označení se stále používá. Uvedená Tabulka 3 zobrazuje soustavu CZ-NUTS. [75]

Tabulka 3: Klasifikace CZ-NUTS k 1.1.2013

Stupeň	Úroveň	Druh jednotky	Charakteristika	Počet
NUTS 0	stát	administrativní	Česká republika	1
NUTS 1	území	neadministrativní	území celé ČR	1
NUTS 2	region	neadministrativní	region soudržnosti, sdružené kraje	8
NUTS 3	kraj	administrativní	vyšší územní samosprávný celek	14
NUTS 4 (LAU 1)	okres	administrativní	územně správní jednotka stf. stupně	77
NUTS 5 (LAU 2)	obec	administrativní	základní územní jednotka	6 254

Zdroj: zpracováno dle [20]

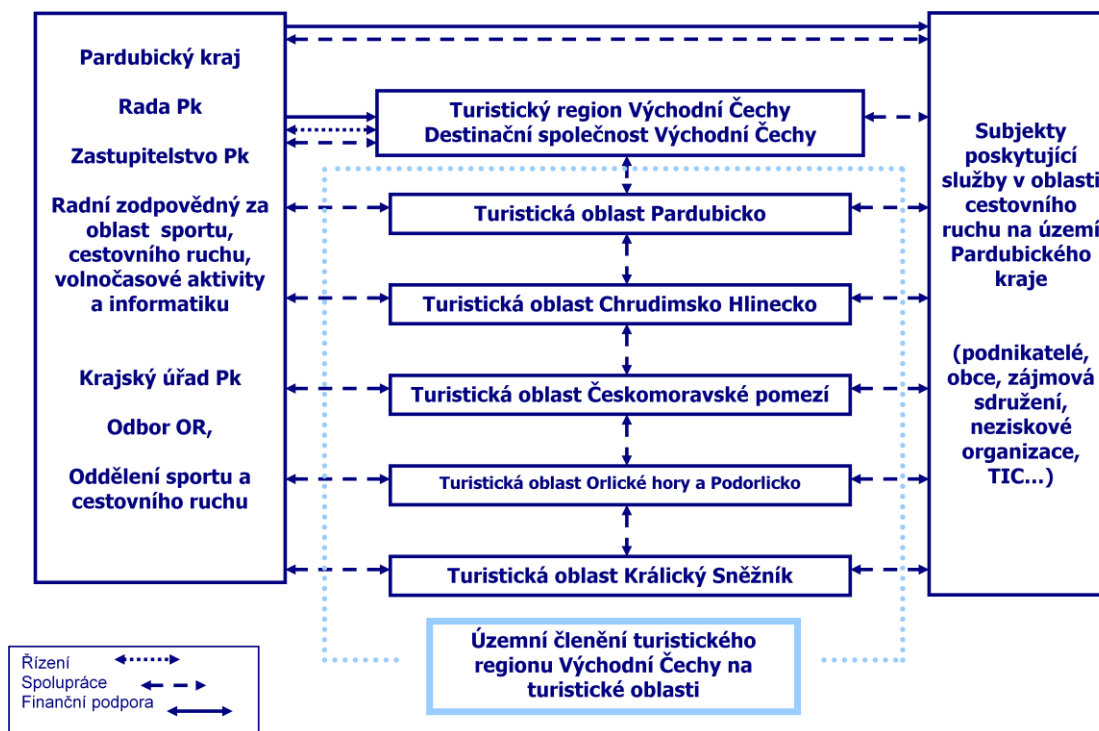
Vedle oficiálního členění územních celků podle systému NUTS se v cestovním ruchu objevují specificky vytvořené geografické oblasti, jako jsou mikroregiony, turistické regiony (resp. oblasti) a euroregiony. Mikroregion vzniká na základě dobrovolného sdružení obcí, které se sjednotily za účelem dosažení společného cíle. Na území Pardubického kraje se v současné době nachází 31 mikroregionů. [66] O turistických regionech a oblastech bylo pojednáno v rámci kapitoly 2.2. Euroregiony označují formu přeshraniční spolupráce nejčastěji obcí či regionů přímo sousedících zemí. Tato společenství řeší např. společný strategický postup v oblasti dopravy, životního prostředí nebo cestovního ruchu. Pardubický kraj je společně s krajem Královéhradeckým a Olomouckým členem Euroregionu Glacensis, největšího česko-polského euroregionu s nejdélší společnou hranicí. [30]

Na stupni NUTS 1 zodpovídá za řízení oblasti cestovního ruchu Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR). Tento představitel státní moci je metodickým a koordinačním orgánem pro všechny subjekty působící v cestovním ruchu. MMR předkládá zásadní strategické dokumenty, jimiž se řídí celé odvětví ČR. K současným nezbytným nástrojům ministerstva v dané oblasti patří Koncepce státní politiky rozvoje cestovního ruchu v ČR na období 2007-2013, která představuje střednědobý strategický dokument se zaměřením na rozvojové možnosti ČR u nás. Kromě toho MMR navrhuje příslušné zákony, vydává prováděcí vyhlášky a dále také zodpovídá za správné použití veřejných finančních prostředků určených pro ČR. Jeho státní politika se týká širokého spektra působnosti od legislativní činnosti, přes statistický monitoring až po tvorbu rozvojových a podpůrných programů ČR. [48]

Pro účely propagace a prezentace ČR na zahraničních i domácích trzích byla v roce 1993 založena státní příspěvková organizace MMR – Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism. Hlavním úkolem této agentury je představovat Českou republiku jako atraktivní turistickou destinaci a podnítit zájem zahraničních turistů k návštěvě s cílem neustálého zvyšování návštěvnosti naší země. Kromě příjezdového CR se zaměřuje na podporu a rozvoj domácího CR. Propagační aktivity probíhají formou prezentací ČR na veletrzích cestovního ruchu, pořádáním specializovaných akcí pro cestovní kanceláře, spoluprací s médii nebo součinností se zahraničním zastoupením. Jejimi partnery jsou představitelé krajských institucí, zástupci turistických regionů, organizace CR, města apod. S jejich pomocí se snaží zvýšit atraktivitu českých regionů, využít zdejšího turistického potenciálu, přičemž její prioritou je nalákat tuzemské i zahraniční návštěvníky. V současnosti se zaměřuje na konkrétní formy CR, jako je lázeňství, kongresový a incentivní CR a golfová turistika. Její činnost se dotýká rovněž marketingových šetření, statistických analýz, monitoringu současného stavu CR apod. [11]

4.2 Organizace a řízení cestovního ruchu v kraji

System řízení cestovního ruchu na území Pardubického kraje uvádí následující Obrázek 7, na němž je zobrazeno schéma organizací působících v CR a jejich vzájemné vazby.



Obrázek 7: Schéma řídicích institucí cestovního ruchu v Pardubickém kraji

Zdroj: [40]

4.2.1 Krajský úřad Pardubického kraje

Na stupni NUTS 3 zde vykonává svou působnost Pardubický kraj. Povinností a zodpovědností krajů je správa a rozvoj jejich území. Subjektem, který je na krajské úrovni kompetentní pro oblast řízení CR, je Krajský úřad Pardubického kraje. Krajský úřad se člení na jednotlivé odbory a oddělení. Pro zajišťování činností týkajících se CR bylo v rámci Odboru rozvoje, fondů EU, cestovního ruchu a sportu zřízeno Oddělení sportu a cestovního ruchu a Oddělení regionálního rozvoje. Obě oddělení se nezabývají pouze a výhradně cestovním ruchem, ale disponují v této oblasti značnými kompetencemi.

V rámci samostatné působnosti je předmětem jejich činnosti:

- podílet se na tvorbě analytických a koncepčních materiálů a dokumentů pro oblast CR na celostátní, regionální či krajské úrovni,
- podílet se na fungování a koordinaci Destinační společnosti Východní Čechy,

- zajišťovat administrativní náležitosti spojené s grantovými a dotačními programy v oblasti cestovního ruchu,
- zabezpečovat přípravu, realizaci a udržitelnost projektů kraje v oblasti CR spolufinancovaných z prostředků EU,
- spravovat síť turistických informačních center,
- zajišťovat provoz turistického portálu www.vychodni-cechy.info,
- vykonávat činnosti v souvislosti se zastoupením kraje v Euroregionu Glacensis,
- podílet se na pořádání významných sportovních akcí,
- a další. [57]

4.2.2 Destinační společnost Východní Čechy

Na území turistického regionu Východní Čechy působí od 4. ledna roku 2008 krajská organizace cestovního ruchu Destinační společnost Východní Čechy (DSVČ). Jedná se o zájmové sdružení právnických osob, o jehož vznik se zasloužilo 11 zakládajících členů, významných subjektů CR v Pardubickém kraji. V průběhu let jejího fungování došlo k několika změnám v členské základně – viz Tabulka 4. Jak z uvedeného výčtu vyplývá, DSVČ má v současnosti 12 členů.

Tabulka 4: Členská základna DSVČ k 1.1. 2013

Zakládající členové	Změny
<i>Pardubický kraj</i>	
<i>Sdružení měst a obcí regionu Východní Čechy pro podporu cestovního ruchu</i>	zánik v červnu 2009
<i>Českomoravské pomezí</i>	
<i>Králický Sněžník, o.p.s.</i>	
<i>Asociace hotelů a restaurací ČR, o.s.</i>	
<i>Krajská hospodářská komora Pardubického kraje</i>	
<i>East Bohemian Airport, a.s.</i>	
<i>Dostihový spolek, a.s.</i>	
<i>Léčebné lázně Bohdaneč, a.s.</i>	
<i>Smetanova Litomyšl, o.p.s.</i>	odstoupení k 31. 12. 2012
<i>Klub českých turistů Pardubický kraj</i>	
Přistupující členové	
<i>Sdružení obcí Orlicko</i>	přistoupení k 4. 11. 2008
<i>Destinační společnost Orlické hory a Podorlicko</i>	nahrazeno Sdružení obcí Orlicko k 4. 6. 2010
<i>Kongres hotel Jezerka</i>	přistoupení k 1. 1. 2013
<i>Kulturní centrum Pardubice</i>	přistoupení k 1. 1. 2013

Zdroj: zpracování vlastní dle poskytnutých informací od zástupce DSVČ

Za účelem řízení a podpory cestovního ruchu v daných turistických oblastech kraje byly založeny samostatné oblastní organizace. Nejvýznamnější z nich, Destinační společnost Orlické hory a Podorlicko (DSOHP), působí na území stejnojmenné turistické oblasti od dubna roku 2009. I v tomto případě se jedná o zájmové sdružení právnických osob,

příčemž členská základna, tvořena městy, obcemi a podnikatelskými subjekty, čítá celkem 28 členů. Tato společnost je rovněž členem DSVČ, a to od roku 2010. Formy financování této společnosti jsou obdobné, jako je tomu u DSVČ a ostatních oblastních organizací CR, s tím rozdílem, že DSOHP v rámci vlastní činnosti mj. provozuje cestovní agenturu. Podrobnější informace o finančním hospodaření této společnosti budou uvedeny později. V TO Českomoravské pomezí a Králický Sněžník působí oblastní organizace CR, jež jsou zároveň členy DSVČ. Naopak v turistických oblastech Pardubicko a Chrudimsko-Hlinecko žádné takovéto subjekty nefungují. Na Pardubicku tuto roli aktivně zastupuje TIC – Pardubice Region Tourism, jež je jednou ze složek Kulturního centra Pardubice. V poslední zmiňované oblasti tuto funkci zastřešuje město Chrudim, Hlinsko a MAS Železnohorský region, o.s. Mezi těmito subjekty je evidentní vůle k založení oblastní organizace CR, nicméně prozatím nebyly v této oblasti učiněny patřičné kroky. [40]

Nejvyšším orgánem této organizace je valná hromada, do jejíchž kompetencí spadá rozhodování o koncepci činností, schvalování finančních plánů či přijímání a odvolávání členů. Statutárním orgánem je sedmičlenná výkonná rada, na jejíž činnost a celkové hospodaření DSVČ dohlíží tříčlenná dozorčí rada.

Hlavním účelem a předmětem činnosti této organizace je realizace aktivit směřujících k rozvoji Pardubického kraje jako konkurenceschopné destinace na trhu cestovního ruchu. DSVČ se zaměřuje primárně na propagaci turistického regionu Východní Čechy a využívá k tomuto účelu podpůrné nástroje. Okruh činností a aktivit, které tato destinační společnost vykonává je následující: *(pozn. nejedná se o vyčerpávající výčet)*

- koordinace činností a prosazování zájmů politiky CR Pardubického kraje,
- propagace image a značky turistického regionu Východní Čechy,
- marketingová podpora témat CR v kraji s využitím PR, reklamy,
- ediční činnost (např. Turistické noviny),
- nabídka turistických produktů v destinaci,
- iniciace, příprava a realizace projektů CR v kraji,
- spolupráce při tvorbě strategických dokumentů souvisejících s cestovním ruchem,
- rozvoj partnerských vztahů a spolupráce s veřejnými a soukromými subjekty působícími v oblasti cestovního ruchu,
- realizace příhraničních a mezinárodních aktivit v oblasti cestovního ruchu,
- komunikace s významnými institucemi a organizacemi, rozvoj spolupráce a koordinace aktivit s agenturou CzechTourism,

- metodická pomoc a podpora při budování a rozvoji organizací CR v turistických oblastech na území Pardubického kraje,
- zajištění provozu regionálního turistického informačního portálu,
- zajištění informačního servisu pro subjekty působící v destinaci a pro návštěvníky (např. tvorba propagačních a informačních materiálů),
- spoluúčast na organizaci akcí cestovního ruchu v destinaci,
- a další.

Při DSVČ byla na základě pověření Pardubického kraje 1.1.2011 založena regionální kancelář kongresového CR – East Bohemia Convention Bureau, za účelem podpory a propagace subjektů poskytujících služby v oblasti kongresové a incentivní turistiky. [28]

Destinační společnost se z vlastní iniciativy rozhodla založit regionální filmovou kancelář East Bohemia Film Office s cílem nalákat do Pardubického kraje filmové štáby. Tento záměr je zacílen nejen na realizaci filmového natáčení ve zdejších lokalitách, ale i na podporu CR v kraji prostřednictvím filmu. Místa, kde se odehrávala natáčení filmů či seriálů, dle zastánců tohoto projektu, skrývají jistý potenciál jak nalákat další návštěvníky do kraje a podpořit tak zdejší CR. Tento projekt je podporován agenturou CzechTourism. I s touto myšlenkou přichází DSVČ, která svému novému propagačnímu nástroji důvěřuje a ráda by s využitím dřívějších známých filmových projektů zvýšila atraktivitu kraje. Na různých místech v Pardubickém kraji se totiž natáčely známé filmy či seriály. Jmenovat lze seriál Dobrá voda (hřebčín Slatiňany, Chrudim), Cirkus Humberto (Veselý Kopec) či pohádkový seriál Arabela (Kunětická hora). Ze slavných filmů to byl snímek Juraje Herze Spalovač mrtvol, jemuž posloužily prostory pardubického krematoria, které mj. patří mezi vzácné architektonické památky v kraji. [9]

DSVČ je financována třemi formami. Ze stanov vyplývá povinnost odvádět roční členské příspěvky, dále využívá finanční prostředky plynoucí z vlastní činnosti a rovněž finanční podpory v rámci dotačních programů (např. Regionální operační program NUTS II Severovýchod). Problematika financování této společnosti bude uvedena v další části práce.

4.2.3 Regionální rozvojová agentura Pardubického kraje

Regionální rozvojová agentura Pardubického kraje (dále RRA PK) je zájmovým sdružením právnických osob, které bylo v roce 1999 založeno několika většími městy Pardubického kraje společně se Sdružením měst a obcí ORLICE a Krajskou hospodářskou komorou. V současné době je členská základna tvořena deseti městy a Pardubickým krajem.

Posláním agentury je podporovat celkový rozvoj kraje. Za tímto účelem spolupracuje nejen s orgány veřejné regionální správy, představiteli měst a obcí, ale s významnými institucemi, jako je Ministerstvo pro místní rozvoj, Český statistický úřad, agentura CzechTourism a ostatní rozvojové agentury. [70] Svým členům i ostatním subjektům veřejného či soukromého sektoru poskytuje poradenskou činnost v oblasti strategického rozvoje, administrace projektů či poradenství při využívání prostředků z dotačních programů. Zároveň plní roli prostředníka mezi místní správou měst a obcí, jejichž zájmy zastupuje, a krajskými a státními orgány veřejné správy. Její činnost se týká rozvoje lidských zdrojů, vzdělávání, dopravy, životního prostředí a cestovního ruchu. [69]

V oblasti podpory a rozvoje cestovního ruchu v kraji pomáhá RRA PK připravovat a realizovat projekty, které jsou spolufinancovány z dotačních programů. V této oblasti je nápomocna např. destinační společnosti, pro niž pro tyto účely připravuje a zpracovává žádosti a příslušné podklady. Rovněž se angažuje při tvorbě strategických plánů měst, mikroregionů atd.

4.2.4 Koncepční dokument pro rozvoj cestovního ruchu v kraji

V současné době je výchozím a směrodatným dokumentem v této oblasti „Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji“. Jedná se o střednědobý dokument zpracovaný pro období let 2010-2015, který vytvořila RRA PK podle zadání Destinační společnosti Východní Čechy. Jako podklad pro tento dokument slouží analytická část, jež obsahuje nejen obecné vymezení Pardubického kraje, ale zejména podrobnou charakteristiku zdejší nabídky a poptávky CR.

Jako každá strategie, tak i tato definuje své cíle, které mají svým obsahem podpořit naplnění vize a image. Image Pardubického kraje je z pohledu CR založena na domácí turistice s důrazem na šetrný a udržitelný rozvoj CR jak ze strany návštěvníků, tak ze strany destinace. Výchozí bodem pro budování image této destinace není jeden společný prvek, ale pestrost a rozmanitost podmínek tohoto kraje.

V rámci definování strategické vize je Pardubický kraj charakterizován jako přátelská a atraktivní destinace CR, jež respektuje přirozené bohatství kraje, jeho tradice a zvyky s důrazem na udržitelný rozvoj, ochranu přírody a kulturního dědictví.

Globální cíl se zaměřuje na zvýšení podílu CR na ekonomické prosperitě kraje a vytvoření konkurenceschopného regionu v oblasti CR poskytujícího kvalitní infrastrukturu a nabídku služeb.

Mezi strategické cíle patří zvýšení počtu návštěvníků kraje s cílem prodloužit jejich zdejší pobyt, zatraktivnění podmínek pro rozvoj CR, vytvoření kvalitního informačního systému s využitím marketingových nástrojů pro propagaci kraje a vytvoření vhodného prostředí pro možnosti spolupráce subjektů působících v CR.

Strategie vytyčuje pět hlavních směrů rozvoje, jež jsou náplní tzv. obsahových cílů. Rozvoj CR v kraji se zaměřuje na tato témata:

- hipoturistika,
- aktivní dovolená,
- kulturní bohatství,
- tradice, řemesla, gastronomie,
- lázeňství.

Mezi prioritní cílové segmenty patří rodiny s dětmi, senioři a organizované skupiny dětí a mládeže. Na tyto skupiny potenciálních návštěvníků je zaměřena pozornost z důvodu zdejší nabídky atraktivit CR, služeb a celkových možností kraje. [27]

4.3 Finanční politika cestovního ruchu v Pardubickém kraji

Tato kapitola se zabývá ekonomickou problematikou týkající se finančního hospodaření vybraných subjektů v oblasti CR v Pardubickém kraji. Pozornost je nadále věnována možnostem a prostředkům finanční podpory, které jsou využívány pro účely rozvoje CR v kraji.

4.3.1 Finanční podpora od Pardubického kraje

Každý kraj hospodaří po roční období s určitými finančními prostředky, jež rozděljuje v rámci svého rozpočtu mezi jednotlivé oblasti své působnosti. Výdaje se pak rozlišují na běžné (neinvestiční, provozní) a kapitálové (investiční). Běžné výdaje jsou obecně spojeny s opakujícími se aktivitami a záležitostmi v rámci běžného hospodaření kraje. Kapitálové výdaje představují investiční nákupy a transfery. Do této kategorie spadá financování investičních projektů, které by v konečném důsledku měly přinést dlouhodobý užitek a efekt i pro dotyčný financující subjekt. Další kategorií výdajů vytvářejí granty, jež představují nevratné sumy peněz, které byly uděleny danému subjektu za účelem podpory konkrétního projektu.

Návrh rozpočtu Pardubického kraje pro rok 2013 se týká 14 kapitol, jež jsou v zásadě představovány jednotlivými odbory či odděleními, v rámci nichž se sleduje příjmová a výdajová stránka jejich hospodaření. Pro oblast cestovního ruchu bylo založeno Oddělení

sportu a cestovního ruchu. V rámci struktury rozpočtu pro rok 2013 se této organizační jednotky dotýká *kapitola sportu, volnočasových aktivit, cestovního ruchu a informatiky*. Následující Tabulka 5 zobrazuje výdajové položky s uvedením vyčleněných částek.

Tabulka 5: Výdajové položky rozpočtu Pardubického kraje pro rok 2013 na podporu CR

POLOŽKA	ČÁSTKA (v Kč)
Dotace obcím a DSO	350 000
Dotace ostatním subjektům:	5 210 000
- neinvestiční dotace – loď Arnošt z Pardubic	100 000
- neinvestiční dotace – KČT Pardubický kraj	330 000
- členský příspěvek – Euroregion Glacensis	280 000
- členský příspěvek - DSVČ	3 500 000
- dotace TIC na území Pardubického kraje	1 000 000
Ostatní běžné výdaje:	750 000
- knihy, učební pomůcky a tisk (propagační tiskoviny apod.)	50 000
- nákup služeb (projekty v cestovním ruchu)	700 000
BĚŽNÉ VÝDAJE CELKEM NA CR	6 310 000
Granty investiční:	2 000 000
grantový program "Podpora budování infrastruktury pro CR"	2 000 000
KAPITÁLOVÉ VÝDAJE CELKEM NA CR	2 000 000

Zdroj: upraveno podle [60]

V rámci *kapitoly strategického rozvoje kraje a evropských fondů* jsou uvolňovány mj. také finance v podobě členských příspěvků do Krajské hospodářské komory (400 tis. Kč) a do RRA PK (200 tis. Kč). [60]

Finanční příspěvky pro DSVČ

Z uvedených údajů v tabulce vyplývá, že největší objem peněz pro oblast CR v kraji bude v letošním roce vynaložen ve formě členského příspěvku na fungování DSVČ. V porovnání s loňským rokem se jedná o nárůst těchto výdajů až o 2 mil. Kč. Otázka zní, jaká je příčina tohoto vývoje. Jak již bylo uvedeno, DSVČ má v současnosti 12-ti člennou základnu. Ze stanov vyplývá povinnost odvádět členský příspěvek ve sjednané výši. Na základě zjištění autorky dle rozhovorů se zástupkyní příslušného oddělení CR činí nyní tento příspěvek 30 000 Kč. Jak je evidentní, Pardubický kraj, jakožto jeden ze členů, přispívá ročně až stonásobně více než ostatní. Stává se tak „dotujícím“ subjektem, na jehož finanční podpoře závisí fungování a existence této destinační společnosti. Současná ekonomická situace DSVČ, podle autorčina zjištění, není vůbec příznivá. Jak bude dále podrobněji uvedeno, letošním rokem končí poslední probíhající projekty realizované DSVČ s využitím

dotaných prostředků. Pro další období se žádné projekty z důvodu finanční nestability organizace neplánují. Na základě informací získaných v průběhu osobního rozhovoru autorky se zástupcem DSVČ vyplývá, že letošní a příští rok rozhodne o osudu této destinační společnosti. Efektivitu hospodaření bohužel nelze v této práci detailněji posoudit, neboť zástupci DSVČ odmítli poskytnout jakákoli data a údaje, které by dokumentovaly současnou finanční situaci ať už po stránce výdajové či příjmové. Důvodem je interní charakter těchto informací, které nejsou určeny pro žádnou formu zveřejnění, tudíž ani pro potřeby diplomové práce.

DSVČ by se měla v této oblasti inspirovat přístupem Destinační společnosti Orlické hory a Podorlicko (DSOHP). Tato organizace na svém informačním portále zveřejňuje nejen rozpočet pro daný rok, ale i příslušné finanční výkazy, z nichž vyplývá její současná ekonomická situace. Nejaktuálnější výkazy, které jsou tak k dispozici se vztahují k období let 2010 a 2011. Novější data dosud nebyla zveřejněna. Jelikož DSOHP vznikla v dubnu roku 2009, první finanční výkazy jsou uváděny za rok 2010. V tomto roce si společnost v rámci své ekonomické činnosti počínala úspěšně, neboť ke konci roku dosáhla zisku ve výši 319 tisíc Kč. Naopak tomu bylo v roce 2011, kdy dosáhla ztráty ve výši zhruba 80 tisíc Kč. Mezi její aktivity patří mj. provozování agentury. Dle zjištěných údajů však tato činnost negeneruje prozatím dostatečné příjmy, a proto byla v obou uvedených letech ztrátová. [25] Nicméně podle názoru zástupkyně oddělení CR je tato společnost perspektivním subjektem na poli cestovního ruchu a ze všech oblastních organizací CR (vč. DSVČ) má největší pravděpodobnost v této oblasti do budoucna fungovat a prosperovat.

System podpory turistických informačních center

Pardubický kraj uvolňuje značné finanční prostředky na podporu turistických informačních center, jež se nacházejí na jeho území. Jedná se o 40 certifikovaných TIC, jejichž hlavním účelem je poskytovat informace návštěvníkům, spoluvytvářet informační zázemí a nabídku pro turisty na informačním turistickém portále www.vychodni-cechy.info, případně zajišťovat některé další služby v oblasti CR. Jejich zřizovateli jsou nejčastěji obce a města, výjimečně právnické osoby (např. a.s., s.r.o.), které následně vystupují v roli žadatele o dotaci na činnost a provoz TIC.

Finanční podpora ze strany Pardubického kraje je vázána na tři okruhy činností TIC:

- činnost a provoz TIC v rozvojových jádrech cestovního ruchu a na ně navazujících lokalitách,

- zajištění činností v rámci informačního systému a propagace turistického portálu www.vychodni-cechy.info (sběr a aktualizace dat),
- činnost a provoz TIC certifikovaných profesním sdružení A.T.I.C.

Ke každému z uvedených bodů se váže jiný typ podpory. Přidělení podpory typu A, jež souvisí s prvním bodem, se odvíjí od splnění třech kritérií:

- TIC se musí nacházet na území rozvojových jader a na ně navazujících významných lokalit uvedených ve Strategii rozvoje cestovního ruchu Pardubického kraje (období 2010 – 2015) včetně okresních měst Svitavy, Ústí nad Orlicí a Jablonného nad Orlicí,
- TIC musí být certifikovaným členem profesního sdružení A.T.I.C.,
- TIC musí splňovat otvírací dobu stanovenou krajem.

Poskytnutí podpory je vázáno na splnění všech výše uvedených podmínek. Pokud nebude splněna alespoň jedna z podmínek, nevzniká nárok na poskytnutí tohoto typu podpory. Přidělený objem finančních prostředků může činit až 20% z celkové sumy určené na podporu TIC.

Podpora typu B je určena TIC, která se aktivně podílejí na aktualizování a zkvalitňování informačního prostředí turistického portálu. Pro poskytnutí tohoto typu podpory je nutné splnit dvě podmínky: TIC musí jasně vymezit území (uvést výčet obcí), jež spravuje a zároveň musí zajišťovat sběr a aktualizaci informací ve vztahu k CR na tomto území. TIC, která tyto podmínky dodrží, budou podporována částkou vypočtenou na základě relativního počtu získaných bodů podle platného bodového sazebníku. Celkový objem finanční podpory typu B může činit 70% z celkové částky vyčleněné na podporu TIC.

Podpora typu C je udělována všem TIC, která jsou certifikovanými členy profesního sdružení A.T.I.C. Toto členství je zároveň podmínkou pro její poskytnutí, přičemž výše finančních prostředků je přepočtena dle typu kategorie certifikace k celkovému počtu certifikovaných TIC. Výše podpory typu C může činit až 10% z celkové částky určené na podporu TIC.

V rámci rozpočtu kraje bylo v loňském roce vynaloženo na dotace pro podporu turistických informačních center v Pardubickém kraji celkem 3 miliony Kč, které byly v různých částkách rozděleny mezi všech 40 TIC. Tabulka 6 uvádí 5 TIC, jimž byly přiděleny nejvyšší částky dotací.

Tabulka 6: Prvních pět TIC s nejvyššími přidělenými dotacemi v roce 2012

Turistické informační centrum (TIC)	Výše přidělené dotace (v Kč)
1. Pardubice Region Tourism	195 952
2. Informační centrum Litomyšl	187 211
3. TIC Moravská Třebová	178 668
4. Ústí nad Orlicí – Informační centrum města a ČD	176 810
5. Informační centrum města Svitavy	174 054

Zdroj: upraveno podle [61]

V návrhu rozpočtu pro letošní rok je pro podporu TIC v kraji vyčleněn prozatím 1 milion Kč. Tento objem peněz je za poslední roky nejnižší částkou vyčleněnou pro tyto účely. Jak vyplývá z Tabulky 6, dotace přidělené uvedeným 5 TIC činí dohromady přes 912 tisíc Kč. Tato částka se tak blíží k celkovému objemu peněz vyčleněnému pro letošní rok na podporu všech 40 TIC. V důsledku toho kraj prozatím plánuje značně ponížít finanční podporu určenou právě pro TIC, což by mohlo mít negativní dopad na jejich fungování a na možnosti poskytování služeb. Např. v letech 2010 a 2011 dosáhla tato suma výše 4 milionů Kč. Tato situace je do jisté míry ovlivněna zvýšenými výdaji spojenými s fungováním DSVČ, jež oproti loňskému roku vzrostly o 2 miliony Kč. Dochází tak k přerozdělení finančních prostředků v podobě „záchranných“ injekcí, které s největší pravděpodobností nedocílí kýženého efektu. [61]

Grantový program pro oblast cestovního ruchu

Pardubický kraj každoročně uskutečňuje několik grantových programů pro různé oblasti své působnosti. Pro CR je určen grantový program *Podpora budování infrastruktury cestovního ruchu v Pardubickém kraji*. Cílem tohoto programu je kvalitativní a kvantitativní rozvoj infrastruktury CR na území kraje. Výše podpory pro jednu žádost je stanovena v mezích 50 000 až 1 000 000 Kč. Poskytnutí grantu je vždy vázáno na finanční spoluúčast žadatele ve výši nejméně 50% z celkových nákladů, což znamená, že výše podpory může dosáhnout maximálně 50% z celkových přijatelných nákladů projektu. V rámci jednoho grantového programu může žadatel získat podporu pro více projektů. Žadatelem se může stát obec (popř. svazek obcí), podnikatelský subjekt (v oblasti CR), nezisková organizace zaměřená na činnosti v CR, příspěvková organizace státu.

V rámci tohoto programu se jedná o projekty, které jsou zaměřeny na následující aktivity:

- budování informačního systému – tj. značení pro pěší, cyklo-, moto- či hipoturisty, lyžaře, informační tabule, zavádění informačních systémů atd.,
- oprava, údržba a modernizace objektů ve vazbě na cestovní ruch,

- budování doprovodné infrastruktury (dětská hřiště, vybavení odpočívadel, technické zázemí pro cykloturisty, sociální zařízení pro návštěvníky atraktivit apod.).

V loňském roce bylo v rámci tohoto programu schváleno 22 projektů, na jejichž realizaci byly uvolněny granty v celkové výši 4 886 515 Kč. Pro letošní rok je částka uvedená pro tyto účely v návrhu rozpočtu podstatně nižší (2 mil. Kč), nicméně skutečná částka vynaložených peněz bude s největší pravděpodobností vyšší, jako tomu bylo v předchozích letech. [56]

4.3.2 Národní program podpory cestovního ruchu

Mezi podpůrné programy a dotační tituly poskytované v rámci cestovního ruchu patří Národní program podpory cestovního ruchu (NPPCR) na období let 2010-2013. Tento program je jedním z nástrojů Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007-2013. Jeho cílem je podpořit rozvoj sociálního CR. Pro naplnění tohoto cíle byl v roce 2010 schválen podprogram s názvem *Cestovní ruch pro všechny*, jež byl zaměřen na tvorbu nových produktů v CR spolu s vytvořením podmínek pro jejich realizaci a marketingovou podporu. Nicméně v roce 2011 započal nový podprogram s názvem *Cestování dostupné všem*, který trvá do současnosti.

Výše poskytnuté dotace činí maximálně 50% z celkových uznatelných výdajů projektu (akce), zbylou část tvoří vlastní zdroje žadatele, přičemž rozmezí finančního rozsahu uznatelných výdajů se musí pohybovat od 250 tis. – 5 mil. Kč. Udělená dotace musí být vyčerpána do konce roku, aktuálně do konce roku 2013. Zároveň je zde omezena i doba realizace spolufinancovaného projektu (akce) v rámci tohoto programu, tak, že akce musí být dokončena nejpozději v následujícím roce, tj. v prosinci roku 2014. Celková výše podpory Národního programu podpory cestovního ruchu na rok 2013 je 50 mil. Kč. Příjemce dotace může být podnikatelský subjekt (PO i FO), jež prokáže alespoň 2letou podnikatelskou činnost, finanční zdraví podniku a splní další požadavky, jež vyplývají ze zásad pro žadatele.

Podprogram Cestování dostupné všem je zaměřen na následující cíle:

- zachovat zaměstnanost v oblasti CR v souvislosti s aktuální ekonomickou situací ČR
- podporovat tvorbu nových produktů domácího CR s cílem snížit vliv sezónnosti
- začlenit nové cílové skupiny do aktivit CR, zejména ty, pro něž je účast v CR obtížná
- vytvořit ekonomické podmínky pro rozšiřování nabídky doprovodné infrastruktury CR
- zpřístupnit atraktivitu CR v souladu s ekologicky šetrnými formami CR

Mezi cílové segmenty patří rodiny s dětmi, zdravotně handicapovaní (handicap mobility, senzorický, mentální, fyziologický) a senioři (> 60 let). Projekty (akce), zaměřené na tyto cílové skupiny, budou při hodnocení bodově zvýhodněny. [50]

Tabulka 7: Přidělené dotace - Národní program podpory cestovního ruchu 2010-2013

Rok	Podprogram	Počet podpořených projektů	Dotace celkem (v Kč)	Dotace pro projekty v Pk (v Kč)	Počet projektů v Pk
2010	Cestování pro všechny	36	64 325 886	0	0
2011	Cestování dostupné všem	42	68 691 255	3 745 767	4
2012	Cestování dostupné všem	35	48 385 212	2 873 063	4

Zdroj: upraveno podle [49]

Tabulka 7 obsahuje informace týkající se přidělených finančních prostředků v rámci daných podprogramů v jednotlivých letech. Jak je z tabulky patrné, nejvyšší objem prostředků byl vynaložen v roce 2011, kdy bylo podpořeno 42 projektů. Co se týče podpořených projektů v Pardubickém kraji, nejsou uvedené údaje příliš uspokojivé. V prvním roce realizace tohoto dotačního programu nebyl podpořen žádný projekt, v roce 2011 a 2012 se jednalo o 4 projekty – viz Tabulka 8 a Tabulka 9. V roce 2011 bylo na projekty v Pardubickém kraji přiděleno necelých 5,5% z celkové sumy finančních prostředků dotace. V roce 2012 tento podíl činil necelých 6%. Tyto hodnoty svědčí o tom, že finanční podpora z tohoto zdroje není příliš využívána. Bylo by určitě vhodné v budoucnu podnikatelské subjekty více motivovat k zapojení do těchto programů a intenzivněji je informovat o využití této možnosti financování. Zkvalitňování infrastruktury CR je nezbytným předpokladem pro spokojenost všech účastníků CR a pro celkový rozvoj CR na daném území.

Tabulka 8: Podpořené projekty v Pardubickém kraji v rámci NPPCR v roce 2011

Projekty (akce) v roce 2011	Výše dotace
Přírodní koupaliště Roudná u Nových Hradů	
Zřízení odpočívadla, toalet, informačního panelu o atraktivních místech v regionu, půjčovny sportovního vybavení (kol, koloběžek).	189 750
Jablonné nad Orlicí – dovybavení turistických tras	
Vybudování odpočinkového místa cyklotrasy a pěší trasy v návaznosti na areál městského koupaliště, tvořeného odstavnou plochou pro jízdní kola s dětským koutkem.	241 050
Nový dvůr – sociální zařízení a zázemí pro cyklisty	
Vytvoření zázemí pro cyklisty v areálu Společenského centra Nový Dvůr v Letohradě, marketingové aktivity spojené s jeho provozem. Nákup stojanů, dřevěných stolů, atd.	2 074 967
Skatepark – Ústí nad Orlicí	
Zřízení doprovodné infrastruktury – krytého skateparku, vč. vybavení klubovny - u cyklostezky v údolí Tiché Orlice.	1 240 000
Celková výše přidělené dotace v roce 2011	3 745 767

Zdroj: upraveno podle [49]

Tabulka 9: Podpořené projekty v Pardubickém kraji v rámci NPPCR v roce 2012

Projekty (akce) v roce 2012	Výše dotace
Cyklostanice Kraskov	
Doplnění infrastruktury CR v areálu hotelu Kraskov. Půjčovna a servis cyklistických kol, odpočívadlo, dětský koutek, sportoviště s umělým povrchem.	1 640 060
Lanový park Hlinsko	
Vybudování sportovního zařízení - lanové dráhy pro sportovní a vzdělávací využití pro širokou veřejnost. Toto centrum navazuje na činnost v rekreačním ski areálu.	549 815
Stavební úpravy objektu ve Svitavách	
Vybudování doplňkového zázemí pro rekreační a odpočinkovou infrastrukturu města Svitav a mikroregionu Rosnička. Vybudování hygienického zázemí, odpočívadla, stojanů atd.	484 788
Úprava areálu přírodního koupaliště Roudná u Nových Hradů	
Úprava a rozšíření zázemí pro turisty, odpočívadlo, hygienické zázemí, informační koutek.	198 400
Celková výše přidělené dotace v roce 2012	2 873 063

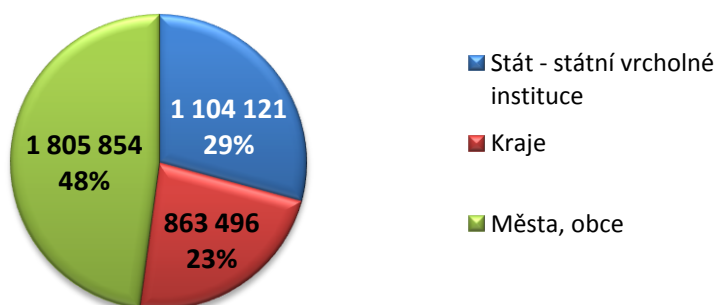
Zdroj: upraveno podle [49]

4.3.3 Veřejné výdaje a přínosy v oblasti cestovního ruchu v krajích ČR

Pro následující text bude využito informací z poskytnutých materiálů od zástupkyně oddělení cestovního ruchu. KMPG Česká republika je členem celosvětové sítě poradenských společností KPMG poskytujících služby v oblasti auditu, daní, poradenství a práva. Tato společnost zpracovala zajímavou studii, jež se zabývá cestovním ruchem v ČR a jednotlivých krajích z hlediska veřejných výdajů a přínosů. Použité údaje se vztahují k období do roku 2011, aktuálnější data pro tyto účely nebyla k dispozici.

Graf na Obrázku 8 vyjadřuje, jak se podílí jednotlivé úrovně státní správy na finanční podpoře cestovního ruchu. Jak z grafu vyplývá, nejvíce finančních prostředků plyne z rozpočtů měst a obcí, které se podílí téměř na polovině veškerých výdajů. Celkové výdaje jsou ze 70% tvořeny běžnými výdaji, zbylý podíl připadá na kapitálové. Tento podíl se však liší dle jednotlivých typů z pohledu atraktivity pro CR. Převažující podíl kapitálových výdajů je patrný zejména u malých měst s vysokým potenciálem pro CR. V přepočtu na jednoho obyvatele činí výše těchto výdajů cca 350 Kč.

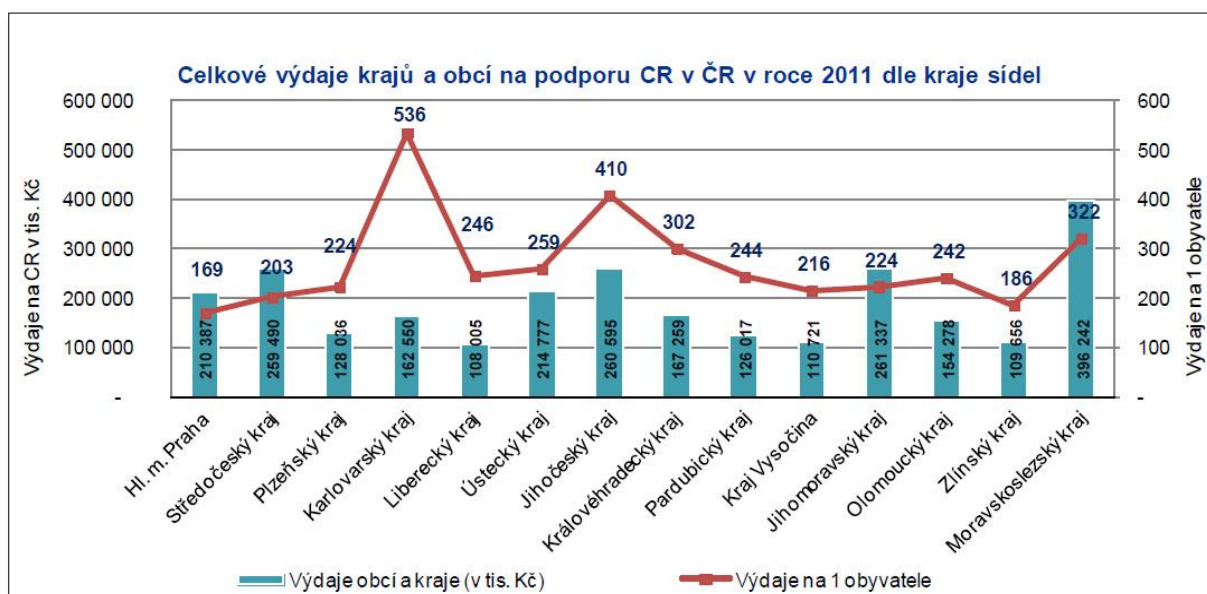
Struktura výdajů na podporu CR v ČR v roce 2011 (v tis. Kč)



Obrázek 8: Struktura výdajů na podporu CR v ČR dle úrovně státní správy v roce 2011

Zdroj: upraveno podle [40]

Kraje společně s městy a obcemi vynaloží na podporu CR přibližně 70% z celkových výdajů plynoucích pro tuto oblast. Nicméně výše této podpory se v jednotlivých krajích liší, jak dokládá Obrázek 9.



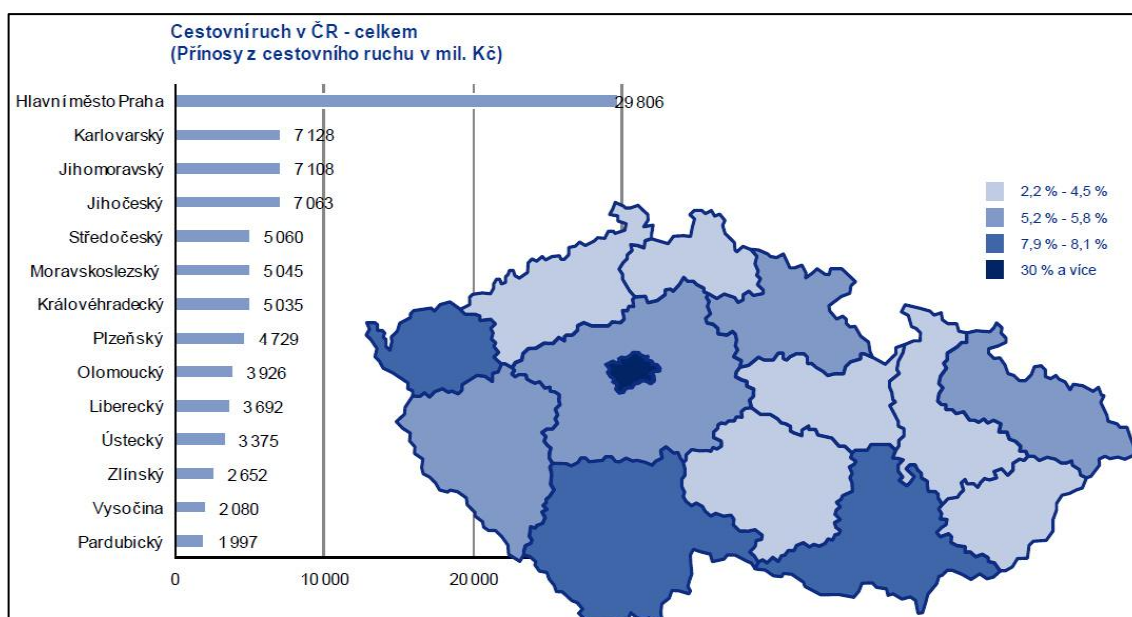
Obrázek 9: Struktura výdajů krajů a obcí na podporu CR v ČR v roce 2011

Zdroj: [40]

Graf zobrazuje dva ukazatele – absolutní celkové výdaje a výdaje na 1 obyvatele. Nejvyšší objem veřejných výdajů je pro CR vynakládán v Moravskoslezském kraji, což představuje poměrně zajímavé zjištění, neboť tento kraj je až sedmým nejnavštěvovanějším regionem v ČR a kraje, jež jsou v návštěvnosti před ním (např. Jihomoravský, Jihočeský či

Středočeský) - dle údajů návštěvnosti HUZ v r. 2012- uvolňují na tuto oblast mnohem menší objem peněz. Pardubický kraj a obce, jež se na jeho území nachází, podpořily zdejší CR v roce 2011 celkovou sumou 126 017 000 Kč. Jedná se tak o čtvrtou nejnižší částku v absolutním vyjádření.

Při zohlednění velikosti kraje z hlediska počtu obyvatel, je směrodatný ukazatel velikost výdajů na 1 obyvatele. Na prvním místě se umístil kraj Karlovarský s hodnotou 536 Kč/obyvatel, což je způsobeno i tím, že jde o kraj s nejmenším počtem obyvatel (cca 303 tisíc). Naopak nejméně na podporu CR v přepočtu na hlavu vydává Praha. Objem těchto výdajů na 1 obyvatele v Pardubickém kraji činí 244 Kč, což je v tomto vyjádření sedmá nejvyšší částka ze všech krajů. Toto zjištění znamená, že si Pardubický kraj ve výdajové stránce počíná obdobně jako ostatní kraje. Z hlediska porovnávání podpůrné finanční politiky mezi kraji je důležitým hodnotícím faktorem efektivita vynaložených výdajů. Pro její zhodnocení je nutné znát přínosy, které pro daný kraj plynou z cestovního ruchu. Tuto situaci zachycuje Obrázek 10.



Obrázek 10: Přínosy CR pro kraje ČR v roce 2011

Zdroj: [40]

Jak je z obrázku patrné, největšími přínosy na cestovním ruchu v ČR se podílí hlavní město Praha, a to více jak 33%. Pardubický kraj se v tomto směru umístil na posledním místě a celkově se na přínosech CR v ČR podílí zhruba 2,2%. Tento fakt koresponduje s již zmíněnými závěry, co se týče nízké návštěvnosti atd.

Efektivitu vynaložených veřejných výdajů dokládá Obrázek 11. V rámci posouzení efektivity veřejných podpory CR je hodnocen podíl přínosů a výdajů. Následující údaje říkají, kolik Kč přínosů je vytvořeno 1 Kč výdajů. Barevné odlišení jednotlivých krajů značí různé hodnoty tohoto ukazatele. Jak je evidentní, nejvyšší efektivita hospodaření s veřejnými výdaji v oblasti CR je patrná v Praze. Konkrétní částky za jednotlivé kraje jsou uvedeny v Tabulce 10.



Obrázek 11: Efektivita podpory cestovního ruchu v rámci krajů ČR

Zdroj: [40]

Tabulka 10: Efektivita podpory cestovního ruchu v krajích ČR (konkrétní částky)

Kraj	Počet Kč přínosů na 1 Kč výdajů (zaokr.)	Kraj	Počet Kč přínosů na 1 Kč výdajů (zaokr.)
Hl.m. Praha	141,7	Královéhradecký	30,1
Středočeský	19,5	Pardubický	15,9
Plzeňský	36,9	Vysočina	18,8
Karlovarský	43,9	Jihomoravský	27,2
Liberecký	34,2	Olomoucký	25,5
Ústecký	15,7	Zlínský	24,2
Jihočeský	27,1	Moravskoslezský	12,7

Zdroj: [40]

Z obrázku i tabulky vyplývá jednoznačně dominantní postavení hlavního města Prahy, které z 1 Kč vynaložených výdajů dokáže získat téměř 142 Kč příjmů. Zajímavé srovnání poskytuje údaj pro Moravskoslezský kraj. Tento region vydává nejvyšší objem veřejných výdajů ze všech krajů na podporu CR. S ohlednutím na výši generovaných přínosů lze konstatovat, že efektivita hospodaření s těmito prostředky je ze všech krajů nejnižší.

Pardubický kraj si v tomto směru také nevede příliš uspokojivě, neboť vykazuje třetí nejnížší efektivitu po stránce výdajů a příjmů.

Pro závěrečné shrnutí ve vztahu k celé České republice poslouží následující skutečnosti. Ze studie vyplývá, že v roce 2011 přinesl cestovní ruch do státního rozpočtu 93 miliard Kč. V roce 2010 to bylo cca 90,5 miliardy Kč. Dle tohoto vývoje je zřejmé, že se českému turismu v posledních letech daří a významně se tak podílí na rozvoji české ekonomiky. Co se týče spotřeby CR v ČR, nejúspěšnějším obdobím byl rok 2007, kdy čeští i zahraniční turisté utratili přibližně 251 miliard Kč a přínosy do státního rozpočtu přesáhly historickou hranici 100 miliard Kč. V roce 2011 celková spotřeba CR u nás dosáhla 220 miliard Kč, přičemž podobný trend se očekává i v dalších letech. Dalším faktem je, že 40 Kč z každé turistou utracené 100 Kč putuje zpět do státního rozpočtu. Odvětví CR se podílí na příjmech státního rozpočtu zhruba 6,5% a v oblasti zaměstnanosti vytváří včetně multiplikačních efektů více než 330 tisíc plných pracovních úvazků. [40]

4.3.4 Dotační politika Evropské unie

Evropská unie usiluje o rovnoměrný hospodářský a společenský rozvoj všech svých členských zemí a jejich regionů s cílem zmírnit rozdíly v životní a ekonomické úrovni. Toto úsilí je hlavní náplní tzv. evropské politiky hospodářské a sociální soudržnosti, označované jako kohezní politika. Mezi hlavní nástroje realizace tohoto typu politiky patří fondy EU. Finanční prostředky z těchto fondů jsou zprostředkovávány pomocí tzv. operačních programů.

V programovacím období 2004-2006 využíval Pardubický kraj v rámci podpory CR tzv. Společného regionálního operačního programu (SROP). Tento program byl určen pro podporu vyváženého a udržitelného rozvoje jednotlivých regionů ČR. Pardubický kraj vystupoval v roli nositele tzv. grantových schémat, v rámci nichž byly poskytnuty dotace na podporu podnikání, sociálních služeb a cestovního ruchu. Prostřednictvím těchto schémat podpořil kraj celkem 73 projektů. Cestovnímu ruchu se věnovalo grantové schéma *Podpora regionálních a místních služeb v cestovním ruchu*, jež bylo určeno pro malé a střední podniky a veřejné subjekty. V rámci tohoto schématu mohly být poskytnuté finanční prostředky použity na vytváření produktů CR, realizaci propagačních a informačních kampaní, poradenství pro subjekty působící v CR, na tvorbu marketingových studií apod. Finanční podpora, jež byla určena pro veřejné subjekty, byla náležitě využita a veškeré podpořené projekty byly úspěšně dokončeny. Proběhla celkem 4 kola výzev, jichž se zúčastnila řada úspěšných žadatelů – např. Pardubický kraj, město Chrudim, Lázně Bohdaneč, Smetanova Litomyšl, o.p.s. atd.

Naopak tomu bylo v případě grantové podpory určené pro malé a střední podniky. Celkem byla uskutečněna 2 kola výzev, přičemž v prvním z nich se nepřihlásil žádný žadatel a v druhém kole proběhla neúspěšně pouze jedna žádost. Proto toto schéma určené pro malé a střední podniky bylo dne 23.11.2006 z důvodu nezájmu ze strany malých a středních podniků ukončeno. [59] Tato skutečnost odráží nízký stupeň motivace a spolupodílení se na rozvoji CR v kraji ze strany malých a středních podniků. I tento fakt určitým způsobem přispívá k nelichotivému postavení kraje v rámci atraktivity pro návštěvníky. Spolupráce a společná strategie zainteresovaných subjektů je nezbytným předpokladem úspěchu každého regionu či destinace. Dle názoru autorky se tato situace s trochou pozitivního nadhledu v současnosti mírně zlepšuje, ale stále jde spíše o výjimečné případy, kdy dochází k nějaké iniciativní snaze vzpružit či oživit zdejší CR – viz uvedené projekty v rámci NPPCR či další zmíněné projekty.

Pro podporu a rozvoj CR v Pardubickém kraji je v aktuálním plánovacím období 2007-2013 nejvýznamnější Regionální operační program (ROP) NUTS II Severovýchod. Globálním cílem tohoto programu je zvýšení kvality fyzického prostředí regionu, které přispěje ke zvýšení atraktivity nejen pro investice, podnikání, ale i pro život místních obyvatel. Pro tento program je vyčleněno celkem **671,29 mil €** a je spolufinancován z Evropského fondu pro regionální rozvoj. Program se zaměřuje na podporu aktivit v rámci 5 prioritních os:

- 1) **Rozvoj dopravní infrastruktury** (vyčleněno 244,3 mil. € = 36%)
- 2) **Rozvoj městských a venkovských oblastí** (vyčleněno 247,7 mil. € = 37%)
- 3) **Cestovní ruch** (vyčleněno 133,4 mil. € = 20%)
- 4) **Rozvoj podnikatelského prostředí** (vyčleněno 26,2 mil. € = 4%)
- 5) **Technická pomoc** (vyčleněno 19,7 mil. € = 3%)

Žadatelé mohou být jak veřejné subjekty (kraj, obce, svazky obcí, organizace zřizované kraji či obcemi aj.), tak soukromé podnikatelské subjekty. V jakém rozsahu byly dotace v rámci ROP Severovýchod čerpány v příslušných krajích (*pozn. do ledna 2012*), je graficky zobrazeno v Příloze C. [68]

Dosud bylo v rámci tohoto ROP realizováno 591 projektů, v Královéhradeckém kraji 229, Libereckém 185 a v Pardubickém 177. V Pardubickém kraji bylo dosud uskutečněno nejvíce projektů (72) v rámci Prioritní osy 2, 63 projektů bylo podpořeno v Prioritní ose 3 – Cestovní ruch, 27 projektů v rámci Rozvoje dopravní infrastruktury a 15 pro rozvoj podnikatelského prostředí. Projekty spojené s pátou prioritní osou zde nebyly realizovány.

Prioritní osa 3 – Cestovní ruch je rozdělena na dvě oblasti podpory – *Rozvoj základní infrastruktury a doprovodných aktivit v oblasti cestovního ruchu* a *Marketingové a koordinační aktivity v oblasti cestovního ruchu*. Většina projektů je spolufinancována v rámci první jmenované oblasti podpory, v současnosti činí jejich počet 47. Co se týče podpory z druhé oblasti, zde bylo financováno 16 projektů. Celková výše podpory v rámci tohoto programu se skládá z dotace Regionální rady (RR), což zahrnuje dotaci EU a finanční prostředky ze státního rozpočtu. Následující Tabulka 11 uvádí vybrané podpořené projekty, z nichž některé již byly zmíněny v předchozím textu práce. [67]

Tabulka 11: Vybrané realizované projekty podpořené v rámci ROP Severovýchod

Realizované projekty	Doba realizace	Dotace RR (EU+státní rozpočet) → z toho dotace EU (v Kč)
Centrum turistického ruchu Dolní Morava	červen 2010 - prosinec 2013	240 000 003,21 → 204 000 002,71
Vojenské muzeum Králiky	květen 2009 -červen 2010	70 191 382,29 → 64 500 189,29
Hotel Jezerka – dostavba kongresového centra	listopad 2008 -prosinec 2010	44 470 938,57 → 37 800 297
Rozšíření kapacit a zkvalitnění služeb Hotelu Bohemia Chrudim	říjen 2011 -srpen 2013	43 097 607,3 → 36 632 966,21
Lyžařský areál Červená Voda – Buková hora	srpen 2009 -červenec 2010	35 294 118 → 30 000 000
Zvýšení atraktivit a rozšíření návštěvnických služeb v areálu zámku Pardubice	září 2011 – listopad 2013	32 902 550,07 → 30 234 775,74
Revitalizace hotelu Kraskov (u Sečské přehrady)	březen 2011 – únor 2013	31 500 000 → 26 775 000
Revitalizace památkové rezervace lidové architektury Betlém Hlinsko a navazujících ploch	září 2010 – květen 2012	29 230 148,9 → 26 860 136,83
Švýcárna Slatiňany - Interaktivní muzeum starokladrubskeho koně	březen 2011 – červenec 2012	23 169 456,41 → 21 290 851, 85
Revitalizace hradu Svojanov pro zvýšení cestovního ruchu v regionu	leden 2010 –srpen 2013	23 122 064,35 →21 247 302,35

Zdroj: upraveno podle [67]

Finanční prostředky plynoucí z oblasti podpory *Marketingové a koordinační aktivity v oblasti cestovního ruchu* čerpají zejména organizace cestovního ruchu v kraji. Nejvíce projektů bylo podpořeno v rámci činnosti a aktivit DSVČ, dále se mezi uspokojené žadatele řadí oblastní turistické organizace Českomoravské pomezí a Králický Sněžník, Smetanova Litomyšl o.p.s., Pardubice Region Tourism, město Chrudim a KČT Pardubický kraj. [67]

5 CHARAKTERISTIKA PROJEKTOVÉ ČINNOSTI V OBLASTI ROZVOJE A PODPORY CESTOVNÍHO RUCHU V PARDUBICKÉM KRAJI

Následující kapitola se věnuje charakteristice a zhodnocení vybraných projektů, jež byly uskutečněny či se plánují za účelem zvýšení atraktivity turistického regionu Východní Čechy s cílem rozvíjet cestovní ruch v kraji a zvýšit tak jeho návštěvnost z řad turistů. Projekty byly vybrány autorkou na základě vlastního uvážení z pohledu vhodnosti jejich uvedení pro účely této práce a na základě získaných informací. V závěru této kapitoly je využito prostoru pro navržení projektů vycházejících z autorčiných názorů a postojů.

5.1 Centrum turistického ruchu Dolní Morava

Iniciátorem realizace tohoto projektu je akciová společnost Sněžník, a.s., která vybudovala na Dolní Moravě, nacházející se na jižním úpatí Králického Sněžníku, rozsáhlé turistické centrum, jež poskytuje komplexní služby pro celoroční využití. Jednalo se o projekt modernizace stávajícího lyžařského areálu s cílem vytvoření atraktivního centra cestovního ruchu na území Pardubického kraje. Vybudování tohoto střediska na Dolní Moravě představuje jednu z největších investic do cestovního ruchu v kraji v posledních letech.

Projekt byl zaměřen zejména na rozšíření infrastruktury CR v podobě výstavby několika objektů a zařízení, které zabezpečí ucelenou a kompletní nabídku služeb pro různorodé spektrum návštěvníků. Odrazovým můstkem pro uskutečnění tohoto projektu se stal tamní lyžařský areál Sněžník Dolní Morava, jehož dobré jméno a tradice využili realizátoři projektu pro nástup nového, moderního a konkurenceschopného subjektu, jenž se postupem času stane největším centrem celoročního aktivního trávení volného času v Pardubickém kraji.

Projekt byl zaměřen na vznik následujících součástí tohoto střediska:

- Propojení areálů (Sněžník a U Slona) novou místní komunikací a systémem lyžařských cest
- Výstavba hotelu VISTA****
- Lanová dráha „Sněžník“- nová čtyřsedačková lanová dráha (LD2)
- Víceúčelový objekt – chata Marcelka
- Horská chata Slaměnka
- Dětský ráj a lanové centrum

- Lanová dráha „U Slona“- nová čtyřsedačková lanová dráha (LD1) + rozšíření sjezdové trati
- Bobová dráha s celoročním provozem
- Zimní sáňkařská dráha - lyžařské propojení areálů
- Víceúčelový objekt – chata U Slona
- Provozní objekt – chata Terežka [4]

Součástí tohoto turistického centra je výše zmiňovaný 4* hotel Vista, jež poskytuje služby na vysoké úrovni a nabízí hostům rozsáhlou nabídku služeb (wellness centrum, kongresový sál, bowling, golfový trenážér atd.). Hotel se zaměřuje spíše na movitější klientelu, přičemž k cílovým segmentům patří účastníci kongresového a incentivního CR. Pro běžné turisty (lyžaře, cykloturisty apod.), jež vyhledávají ubytovací služby v nižších cenových relacích, byly vybudovány chaty Marcelka, Slaměnka a další. Realizací projektu vzniklo 255 lůžek, 169 parkovacích míst, 44 pracovních míst a 5,3 km zimní běžkařské dráhy. [65]

Za účelem poskytnutí bližších informací týkajících se projektu kontaktovala autorka této práce obchodního ředitele DOLNÍ MORAVA relax & sport resort, který se prostřednictvím strukturovaných odpovědí vyjádřil k finanční náročnosti projektu, ekonomickým dopadům a změnám z hlediska návštěvnosti. Celková investice vynaložená pro vytvoření tohoto centra v současnosti dosahuje 1 miliardy Kč, z toho dotace EU v rámci ROP Severovýchod činí cca 223 mil. Kč. Finanční prostředky byly čerpány na celý projekt disproporčně, dotazovaný nebyl schopen uvést jednotlivé částky pro konkrétní účely vzhledem k rozsáhlosti projektu. Přínosy projektu se projeví ve výrazném nárůstu návštěvnosti a s tím souvisejícím růstu obrátu. Oba ukazatele zaznamenaly růst v průměru o 20-25%. Z hlediska vlivu a dopadů projektu na malé a střední podniky mohl dotazovaný konstatovat pouze obecné závěry, a to že přínos projektu pocítily všechny subjekty, které se podílejí na CR v přilehlém regionu. Ostatní dopady není dle čeho hodnotit a ani to není cílem realizátorů projektu, jak dotazovaný uvedl.

Struktura návštěvníků je tvořena zejména aktivními lidmi v produktivním věku se zájmy, jako je lyžování, horská turistika a cykloturistika. Cílový segment tak zejména představují rodiny s dětmi, jež aktivně tráví svůj volný čas. Díky možnosti využití širokého portfolia služeb, se zde objevují tedy cílové segmenty od aktivních sportujících jedinců i skupin, přes rodiny s dětmi až po aktivní lidi 50+, jež využívají zdejších regeneračních pobytů. Samostatný segment pak představují účastníci kongresové a incentivní turistiky, pro jejichž potřeby a požadavky je primárně určen 4* hotel Vista.

Zimní období se z pohledu návštěvnosti a obratu nyní podílí zhruba 70%, přičemž dle dotazovaného by se měl tento poměr začít vyrovnávat v horizontu 5 let. Většinu návštěvníků tvoří domácí turisté, avšak v pořadí druhou nejvýznamnější skupinou je polská klientela.

Na závěr se dotazovaný vyjádřil k možným perspektivám dalšího rozvoje tohoto centra. V současné době je zpracován investiční plán pro příštích 5 let, který poslouží jako podklad pro plánované investice za účelem dalšího rozšíření centra pro možnosti celoročního využití. Pro zvýšení atraktivity střediska v zimním období jsou plánovány aktivity jako vybudování nových sjezdovek, vleků, zasněžování apod. Naopak v letním období je zacíleno na rozšíření lanového parku, dětského centra či nabídky služeb spojených s cykloturistikou a agroturistikou.

5.2 Projektová činnost Destinační společnosti Východní Čechy

Hlavní náplň činnosti DSVČ představují marketingové aktivity, jež jsou spojeny s propagací a prezentací Pardubického kraje jakožto atraktivního turistického regionu Východní Čechy. Za tímto účelem realizuje různé projekty, které mají podpořit zdejší CR. Předtím než bude pozornost věnována projektové činnosti DSVČ, bude se následující text týkat hodnoticích názorů a postojů vybraných subjektů z oblasti CR v kraji k činnosti a aktivitám DSVČ.

Časopis COT business uskutečnil v letošním roce anketu ohledně hodnocení aktivit a přínosů DSVČ pro podporu CR v kraji, přičemž mezi dotazovanými byl zástupce Letiště Pardubice, Léčebných lázní Bohdaneč a společnosti Kam na Pardubicku, s.r.o. Zástupce letiště shledává současnou situaci pro DSVČ velmi obtížnou. Hlavní nedostatky spatřuje v nedostatečné komunikaci s podnikatelským prostředím a nízké motivaci k uskutečňování projektů z jejich strany. Chybnou strategií dle něho je výhradní propagace památek na území kraje s abstrahováním od propagace poměrně blízkých turistických atraktivit (např. Kutná hora, Žleby, atd.). Důležitým směrem, kterým by se měly aktivity DSVČ ubírat je soustředění pozornosti na využívání možností sportovního využití se současným zapojením soukromých subjektů do získávání této klientely.

Podle názorů zástupce společnosti Kam na Pardubicku, s.r.o. se význam aktivit DSVČ účelově přeceňuje. Nespátřuje v její činnosti základ úspěchu pro CR v kraji, naopak vyzdvihuje úlohu soukromého sektoru – podnikatelů, jejich tvůrčí invence a každodenní péče o business. K otázce, zda DSVČ přispívá k podpoře aktivit podnikatelů a dalších subjektů, se dotazovaný vyjádřil, že se jedná o individuální případy, kdy záleží na vzájemných vazbách

a stupni zainteresovanosti. Poměrně skepticky hodnotí obchodní značku regionu – Východní Čechy. Problém shledává v tom, že mnoho návštěvníků si spojí zavítání do Východních Čech s jiným turistickým cílem, který však bohužel v Pardubickém kraji neleží a nachází se v Královéhradeckém kraji či v Krkonoších.

Pozitivně a bez výhrad se k činnosti aktivit DSVČ vyjádřil zástupce Léčebných lázní Bohdaneč. Její existenci vidí jako oprávněnou a přínosnou, jak z hlediska spolupráce se soukromými subjekty, tak z hlediska propagace zejména na zahraničních a domácích veletrzích. Rovněž vyzdvihuje její aktivity v oblasti kongresové turistiky, které se dotýkají i uvedených lázní. [7]

Autorka by se dle svého postoje přiklonila nejspíše k názorům prvních dvou dotazovaných. Významným problémem je právě nízká podnikatelská aktivita v oblasti CR. Jako impuls a motivátor pro ostatní podnikatele by mohl posloužit úspěšný projekt vybudování centra na Dolní Moravě, jež vzniklo především z iniciativy soukromého sektoru, o čemž svědčí i vynaložená suma finančních prostředků, kdy více jak 750 investovaných milionů pochází právě ze soukromých zdrojů.

5.2.1 Projekty DSVČ

Destinační společnost Východní Čechy pro své marketingové aktivity mj. využívá finanční podpory ze strany dotační politiky EU. Většina projektů byla podpořena v rámci ROP NUTS II Severovýchod, nicméně finance plynuly i z Operačního programu přeshraniční spolupráce Česká republika - Polská republika (Fond mikroprojektů v Euroregionu Glacensis). Tabulka 12 uvádí veškeré projekty spolufinancované ze strany EU, jejichž iniciátorem je DSVČ.

Tabulka 12: Realizované projekty DSVČ za spolufinancování EU

Projekty	Období realizace	Celkové výdaje	Program EU	Výše dotace
Podpora rozvoje DSVČ	květen 2008 -červen 2010	8 135 063,44 Kč	ROP NUTS II Severovýchod	6 208 582,97 Kč
Návrh a marketingová podpora tématu CR na rok 2009	červenec 2008 -únor 2010	3 615 297,91 Kč	ROP NUTS II Severovýchod	3 247 086,22 Kč
Turistické noviny pro region Východní Čechy	září 2008 - říjen 2010	3 051 617,17 Kč	ROP NUTS II Severovýchod	2 814 972,52 Kč
Marketingová podpora témat CR v Pk	leden 2011 -prosinec 2012	7 337 097,21 Kč	ROP NUTS II Severovýchod	6 964 614,91 Kč
Podpora turistického informačního systému v Pk	únor 2011 -leden 2013	10 364 089,42 Kč	ROP NUTS II Severovýchod	9 586 782,71 Kč
Po stopách tradic	listopad 2011 - září 2012	20 871,42 EUR	OP přeshraniční spolupráce ČR – PL	16 810,89 EUR
Po stopách moderní architektury	říjen 2012 - září 2013	24 720,16 EUR	OP přeshraniční spolupráce ČR – PL	21 012,13 EUR

Zdroj: upraveno podle [26]

Na začátku roku 2011 zahájila DSVČ realizaci 2 projektů, jež byly spolufinancovány z ROP Severovýchod. Jednalo se o projekt zaměřený na podporu turistického informačního systému v kraji a o projekt věnovaný marketingové podpoře témat CR ve zdejší regionu. Finanční prostředky poskytnuté v rámci dotace pokryly 92,5% uznatelných nákladů. Na obou projektech se rovněž finančně podílel i Pardubický kraj.

Největší investici si vyžádal projekt *Podpora turistického informačního systému v Pardubickém kraji*, jehož cílem bylo zvýšit zájem turistů o Pardubický kraj prostřednictvím vytvoření kvalitního informačního systému a inovativních produktů pro prezentaci kraje jako turistické destinace. Pozornost byla v tomto směru zaměřena především na zkvalitnění obsahu a rozšíření funkcí turistického portálu www.vychodni-cechy.info a na zkvalitnění poskytovaných služeb ze strany TIC. K hlavním aktivitám a výstupům tohoto projektu patřila příprava, vydání a distribuce velkého množství propagačních materiálů (turistické mapy (95 tis. výtisků), turistické katalogy s nabídkou atraktivit a možností pobytu v různých jazykových mutacích). Aktivity zaměřené na turistický portál se týkaly zejména aktualizace informačního prostředí, rozšíření nabízených uživatelských funkcí (zpřístupnění portálu pro mobilní telefony, zpuštění on-line ubytovacího reservačního systému) a v neposlední řadě propagační činnosti (prezentace regionu na sociálních sítích, propagace turistického portálu prostřednictvím reklamy, bannerové kampaně, PR články). V rámci tohoto projektu byly pořízeny a instalovány již zmíněné multimediální informační kiosky. [26]

Bohužel se autorce nepodařilo od zástupců DSVČ získat finanční údaje týkající se ať už finančního hospodaření či vynaložených finančních prostředků na jednotlivé aktivity a včetně vyjádření jejich přínosů. Tento projekt byl zhruba z 93% dotován EU. Investice vynaložená na zavedení informačních kiosků činila cca 2,2 mil. Kč. Tedy zbývajících ± 7 milionů poskytnutých z dotace bylo spotřebováno na financování tvorby tiskovin, propagačních aktivit a úprav portálu. Toto zjištění jen potvrzuje skutečnost, že dochází k „plýtvání“ finančních prostředků na některé aktivity DSVČ a to v takovém rozsahu, že vynakládání těchto prostředků není (ani nemůže) být efektivní.

Druhým uvedeným projektem je *Marketingová podpora témat CR v Pardubickém kraji*, jehož cílem je zvýšení přitažlivosti kraje z pohledu CR a zvýšení informovanosti návštěvníků i zprostředkovatelů v CR o jeho atraktivitách. Tento projekt se zaměřil na propagaci 2 konkrétních témat: **Téma roku 2011** - turistická oblast Orlické hory a Podorlicko, resp. aktivitní dovolená v Pardubickém kraji. **Téma roku 2012** - turistická oblast Chrudimsko-Hlinecko, resp. Pardubický kraj, krajina tradic. V rámci tohoto projektu se jednalo o aktivity,

mezi něž patřila účast na veletrzích, prezentačních akcích CR, příprava a distribuce propagačních tiskovin a předmětů (v nákladu statisíců kusů), reklamní činnost (bannery, PR články), realizace famtripů a presstripů. I zde celkové finanční prostředky činily více jak 7 milionů Kč. [26]

Jak již bylo dříve uvedeno, letošním rokem pro DSVČ končí všechny projekty spolufinancované z evropských operačních programů, pro jejichž účely byla uvolněna značná suma peněz. Finanční prostředky plynoucí do této společnosti nejsou podle uvedených zjištění nijak zanedbatelné, spíše naopak. Výše poskytnutých financí je jedna věc, jejich efektivní vynakládání a přínosy věc druhá. O skutečném stavu ekonomické výkonnosti DSVČ lze v nezasvěcených kruzích pouze polemizovat, nicméně existují určité indikátory toho, že činnost a existence této destinační společnosti je ohrožena. V následujícím období se ukáže, zda existence DSVČ se odvíjí pouze od finančních dotací ze strany ostatních subjektů nebo zda je tato organizace schopna se „uživit“ z větší části sama.

Letní pecky, poznej všecky

Pardubický kraj ve spolupráci s DSVČ připravil v loňském roce (1.7.-16.9.2012) prázdninovou cestovatelskou soutěž v rámci projektu *Letní pecky, poznej všecky*. Účastníci této soutěže mohli spojit příjemné s užitečným a ještě být za to odměněni. Každému zájemci byla udělena tzv. vandrovní knížka, do které musel nasbírat alespoň 7 razítek z 23 různých turistických míst v Pardubickém kraji. Prostřednictvím této formy prezentace a propagace kraje se podařilo vzbudit poměrně velký zájem o zdejší cestovní ruch. Vyzvednuto bylo celkem 14 tisíc vandrovních knížek, jež byly dostupné v každém TIC v kraji. Dle informací poskytnutých od zástupce DSVČ byla návratnost vyplněných knížek poměrně nízká, do slosování putovalo kolem 1 000 vandrovních knížek. Jako motivace zúčastnit se této soutěže posloužila možnost výhry hodnotných cen, kdy 20 vylosovaných účastníků bylo odměněno. Mezi cenami nechyběly atraktivní víkendové pobyty, volné vstupenky či propagační předměty. Hlavní výhru představoval víkendový pobyt pro 4 osoby na Dolní Moravě. Tento projekt je hodnocen jako zdařilý, jak z pohledu zúčastněných, tak do něho zapojených subjektů (zástupců jednotlivých atraktivit). Realizátoři tohoto projektu plánují pokračovat v této aktivitě i nadále. [26]

5.3 Tvorba turistických produktů

Kromě realizace projektů se destinační management Východních Čech zabývá definováním a specifikací regionálních turistických produktů. V současné jsou vymezeny dva tematické turistické produkty – *Východní Čechy pro milovníky koní* a *Po stopách tradic*. Pro každý produkt je vytvořen zjednodušený marketingový mix, jehož součástí je zejména stanovení cílových segmentů a zvolení propagačních nástrojů.

Turistický produkt *Východní Čechy pro milovníky koní* je postaven na tradici chovu koní a jezdeckého sportu v regionu. V kraji se nachází řada turistických atraktivit, jež souvisejí s tematikou koní. Tento turistický produkt je vytvořen pro realizaci ve všech ročních obdobích (částečně i v zimě). Z hlediska domácího CR je určen pro turisty, jež vyhledávají buďto poznávací turistiku či aktivní dovolenou strávenou v prostředí koní. Patří sem např. majitelé koní, aktivní či hobby jezdci nebo lidé, jež lákají netradiční zážitky. V oblasti příjezdového CR k tomuto turistickému tématu inklinují turisté z Německa, Nizozemí a Velké Británie, kteří mají vztah k jezdeckví jako takovému nebo turisté ze Slovenska a Polska, jež jsou motivováni zábavou a poznáním. Co se týče věkové kategorie účastníků CR, je tento produkt určen pro všechny věkové generace, přičemž si v něm každá cílová skupina nalezne to své. Komplexní nabídku turistických možností spojených s tímto produktem poskytuje turistický informační portál. Rovněž by bylo přínosné vytvořit pro daný produkt např. samostatnou mikrostránku v rámci turistického portálu, která by ulehčila návštěvníkovi orientaci a zahrnovala by veškeré příslušné informace vč. nabídky balíčků. Pro upoutání pozornosti pro dané téma by mohlo posloužit pořádání různých soutěží, přehlídek jezdeckví, společenských akcí apod. Za komunikační nástroje by mohly být zvoleny reklamní prostředky ve formě bannerů, PR článků na ostatních turistických portálech či v tisku, propagace prostřednictvím sociálních sítí či nástrojů podpory prodeje.

Další turistický produkt s názvem *Po stopách tradic* je zaměřen na prezentaci zdejších řemeslných tradic. Základní téma tohoto produktu představuje lidová architektura a slavnosti s odkazem na dlouholetou tradici místního lidového řemesla. Pozornost je tak zaměřena na atraktivitu, mezi něž patří např. Soubor lidových staveb Vysočina, masopustní průvody v Hlinsku, Muzeum řemesel v Letohradě či Muzeum perníku v Rábech u Pardubic, výroba tradičních regionálních produktů nebo folklórní slavnosti. Rovněž jako u výše zmiňovaného produktu by i zde bylo vhodné založení konkrétní tematické sekce či mikrostránky, která by přehledně nabízela komplexní informace o produktu. Produkt je navržen pro celoroční realizaci. V rámci domácího CR se zaměřuje primárně na dvě cílové skupiny, k nimž patří

rodiče s dětmi a školy a ostatní výchovná zařízení. Ostatní cílové skupiny tvoří menší část základny návštěvníků. V oblasti příjezdového CR je pozornost zaměřena na zahraniční zájemce o poznávací turistiku se vztahem k lidovému umění, tradicím a zvykům. Cílové trhy představují zejména Polsko, dále Německo a Slovensko. Komunikaci a propagaci by zajišťovaly nástroje v podobě webových prezentací (turistické portály – např. Kudy z nudy, sociální sítě), dále v podobě bannerové reklamy, článků v regionálních denících, TV spotů (pořad Toulavá kamera), nástrojů podpory prodeje (soutěže pro děti, možnosti vlastního zhotovení výrobků apod.) či direct mailingu s nabídkou např. pro školní skupiny apod. [40]

6 NÁVRHY A DOPORUČENÍ

V této kapitole jsou vyjádřeny návrhy a doporučení ze strany autorky k vybraným tématům v oblasti cestovního ruchu v Pardubickém kraji. Návrhy níže uvedených projektů či aktivit na podporu CR zvolila autorka na základě vlastní úvahy a rovněž s ohledem na poskytnuté informace a materiály. Následující návrhy jsou vždy vztaženy ke konkrétní již existující turistické atraktivitě a autorka v nich uvádí určité perspektivy možného směru rozvoje těchto atraktivit. Na závěr této kapitoly jsou vyjádřena obecná doporučení, vyplývající z uvedených závěrů a faktů, jež byly zmíněny v textu práce.

6.1 Zimní pecky, poznej všecky

V loňském roce byla poprvé zrealizována cestovatelská soutěž Letní pecky, poznej všecky. Tento projekt byl z pohledu organizátorů i účastníků podařený a do dalších let se plánuje jeho pokračování. Na podobném systému by mohl být uskutečněn projekt s názvem Zimní pecky, poznej všecky. Je fakt, že možností zimního vyžití není v Pardubickém kraji mnoho, ale i přesto se zde nacházejí atraktivní zimní střediska. V posledních letech byla navíc učiněna mnohá opatření za účelem zkvalitnění a modernizace zázemí těchto areálů nejen pro milovníky zimních sportů. V současnosti se na území kraje nacházejí zimní areály, jež jsou na obdobné úrovni po stránce vybavení a poskytování služeb jako nejnavštěvovanější zimní střediska v ČR. V Pardubickém kraji bezpochyby žije mnoho příznivců zimních sportů, zejména lyžování. Skutečnost je však taková, že mnoho lidí dá přednost lyžování v některém středisku v Orlických horách či v Krkonoších, než aby navštívilo lyžařské areály v tomto regionu.

Z tohoto důvodu je potřeba nalákat zdejší lyžaře k navštívení zdejších lyžařských středisek. Tento projekt by mohl představovat určitý motivační nástroj k navštívení zdejších středisek. Na rozdíl od letní podoby této soutěže by účastníci nemuseli nasbírat určitý počet razítek na několika různých místech, ale pouze určitý počet razítek na základě návštěv v rámci jednoho či dvou středisek dle jejich výběru. Do této soutěže by se mohly zapojit následující areály: Čeňkovice – Buková hora – Červená Voda, Dolní Morava, Ski areál v Hlinsku, Peklák v České Třebové, dále areály v Jablonném nad Orlicí, Českých Petrovicích, Pastvinách, Králíkách atd. Jako motivace by pro soutěžící sloužily hodnotné výhry nejčastěji v podobě víkendových pobytů či volných skipasů. O myšlence tento projekt zrealizovat hovořila autorka se zástupcem DSVČ, který konstatoval, že takovýto projekt by se v budoucnu mohl uskutečnit, nicméně v současné době není předmětem činnosti DSVČ.

6.2 Zvýšení atraktivity rekreační oblasti u Sečské přehrady

Sečská přehrada je v letním období využívána za účelem rekreace a vodních sportů. Tato vodní nádrž, zasazená do samotného centra Železných hor, představuje největší vodní plochu v kraji. Zejména v devadesátých letech minulého století patřila k nejvyhledávanějším cílům rodinné či firemní rekreace. Kapacita ubytovacích zařízení je v současné době z hlediska jejího využití dostatečná. Nabídka ubytovacích služeb je zde poměrně pestrá, od nadstandardního 4* hotelu, přes klasické hotely a penziony, až po chatové oblasti či rozlehlý autokemp. Nicméně v posledních letech se zájem o strávení rodinné dovolené ve zdejší oblasti snižuje. Sečská přehrada již neláká jako dřív a lidé raději cestují za účelem letní rekreace do jiných krajů ČR (Lipno, Vranov, Slapy apod.). Je třeba vyvíjet činnost ze strany různých subjektů na zvýšení potenciálu této oblasti. Mnoha milionové dotace, jež plynuly do této oblasti, byly využity pro zkvalitnění a rozšíření služeb v rámci ubytovacích zařízení (např. Kongres hotel Jezerka, Hotel Kraskov). Tyto projekty byly či jsou uskutečňovány z iniciace soukromých subjektů. Obec Seč je v tomto ohledu poměrně laxní a projektovou činností s cílem zvýšení atraktivity pro potenciální rekreaty se nezabývá.

Jako další problém, který doprovází snížený zájem o trávení dovolené u břehů Sečské přehrady, je rychle se zhoršující kvalita vody. Zejména v průběhu delšího trvání období s vysokými letními teplotami je zde nebezpečí přemnožení sinic a následného zákazu koupání. Tato situace se každoročně opakuje a dochází k ní zhruba v polovině léta. Tento fakt se vryl do povědomí mnoha obyvatel v kraji, kteří často z tohoto důvodu dají právě přednost jiným podobným turistickým lokalitám. Jednou z možností, jak tento problém vyřešit, je např. vyčištění dna přehrady od nánosů bahna. Jednalo by se však o značně finančně náročný projekt, jejímž hlavním iniciátorem a realizátorem by musel být státní podnik Povodí Labe. V tomto směru již v dřívějších letech jisté návrhy proběhly, bohužel nikdy nebyly uskutečněny. V roce 2006 se jednalo o vybudování sítě čističek odpadních vod na řece Chrudimce, jež by zamezily přísunu fosforu, kterým se sinice živí. Předpokládaná investice by činila kolem půl miliardy Kč, a tak z důvodu finanční neuskutečnitelnosti nebyl tento projekt realizován.

Na základě těchto zjištění kontaktovala autorka zástupce státního podniku Povodí Labe. Z jeho vyjádření vyplynulo, že podnik v žádném případě neplánuje uskutečnit projektové akce v oblasti těžení nánosů bahna ze dna přehrady. Na druhé straně se však aktuálně začalo jednat o podpoření rekreačního potenciálu Sečské přehrady, jež představuje pro podnik z hlediska jeho působnosti zcela prioritní oblast. V blízké době se tak začne pracovat na vytvoření studie

rozvoje rekreace s případným stanovením využití území. Příslušná jednání jsou však v začátcích, bližší informace nemohly být ze strany podniku pro účely této práce poskytnuty.

Další projekt, který by mohl zvýšit atraktivitu této oblasti, se týká vybudování cyklostezky podél břehu přehrady. Pro inspiraci by mohl posloužit obdobný realizovaný projekt, jehož výsledkem je cyklostezka vedoucí kolem Lipenské přehrady. Jednalo by se o vytvoření asfaltového povrchu trasy, která by vedla podél břehu z oblasti Autokempu Seč Pláž směrem na Horní Ves až do Dolní Vsi, kde by končila. Celková délka podle propočtů prostřednictvím aplikace dostupné na www.mapy.cz by činila kolem 7 kilometrů. Podél břehu na opačné straně přehrady by nebylo možné tuto stavbu realizovat z důvodu kopcovitého terénu. Cyklostezka by sloužila pro cyklisty a in-line bruslaře. Vytvořená trasa by byla doplněna o pouliční osvětlení, odpočívadla a na určitých místech by byla opatřena zábradlím.

Tento návrh projektu pochází čistě z hlavy autorky. O možnosti jeho reálného provedení jednala autorka se zástupkyní oddělení cestovního ruchu na krajském úřadě. Projekt by byl bezpochyby finančně náročný a zejména by se musel najít konkrétní investor, který by celý projekt zaštil (dle vzoru společnosti Sněžník, a.s. na Dolní Moravě). Na tomto projektu by se mohla finančně spolupodílet obec Seč, Pardubický kraj a státní podnik Povodí Labe. Co se týče finanční stránky, vybudování 12 km dlouhé cyklostezky podél Lipna si vyžádalo investici kolem 30 milionů Kč. Zde by se dle poměrného přepočtu jednalo o investici cca 20 milionů Kč. Po zahrnutí dalších nezbytných výdajů souvisejících s pracemi za účelem přizpůsobení původního terénu, obstaráním nezbytné techniky či režijních nákladů apod. by se celková investice pohybovala kolem 30 milionů (*pozn. jde pouze o orientační (řádkové) částky nepodložené údaji z reálné projektové dokumentace*). Projekt by mohl být rovněž spolufinancován prostřednictvím dotační podpory v rámci ROP Severovýchod (Prioritní osa 3: Cestovní ruch – 3.1 Rozvoj základní infrastruktury a doprovodných aktivit v oblasti cestovního ruchu) v příštím plánovacím období 2014-2020.

6.3 Marketingová podpora Orlického cyklo & inline království

Na území Pardubického kraje vznikl unikátní turistický produkt se sportovním zaměřením, jež nese název Orlické cyklo & in-line království. Jedná se o vybudovanou síť cyklostezek na Ústeckoorlicku, jejíž výstavba probíhala v letech 2007-2009. Cyklostezky procházejí různými končinami této oblasti v celkové délce kolem 40 km. Nositelem projektu je dobrovolný svazek obcí Region Orlicko-Třebovsko (DSO ROT), v jehož majetku se stezky nacházejí. Tato síť tras je hojně využívána zejména místními obyvateli pro aktivní trávení

volného času. Hlavní výhodou je kvalitní hladký asfaltový povrch stezek, díky němuž jsou po této stránce stezky řazeny mezi nejlepší v ČR.

Celková atraktivita tohoto produktu je podpořena okolní turistickou infrastrukturou. V blízkém či vzdálenějším okolí se nachází několik ubytovacích a stravovacích zařízení, a další turistické cíle sportovního, zábavního či poznávacího charakteru. Dopravní dostupnost tohoto místa je velmi příznivá, přičemž většina návštěvníků využívá automobilové či vlakové dopravy.

Tento turistický produkt je zacílen na lidi, kteří se věnují aktivnímu trávení svého volného času. Cílovými segmenty jsou aktivní turisté, cyklisté a in-line bruslaři. Marketingová podpora tohoto produktu je zajišťována ze strany DSO ROT a Destinační společnosti Orlické hory a Podoorlicko prostřednictvím veletrhů, turistických portálů, článků v tisku apod. Současným problémem je však skutečnost, že produkt - cyklostezka je využívána ke svému účelu, nicméně neváže na sebe prodej dalších služeb v oblasti CR. Zároveň je ještě stále evidentní nízké povědomí o této turistické atraktivitě. Zástupkyně Oddělení cestovního ruchu a sportu, která byla nápomocna autorce této práce v oblasti poskytování podkladů, se možnostmi propagace tohoto produktu zabývá. Jejím návrhem pro podpoření propagace bylo vytvoření spolupráce zejména s Choceňskou mlékárnou, která v této lokalitě sídlí. Jako propagační nástroj by byl použit regionální produkt, který mlékárna vyrábí, a to Choceňské pomazánkové máslo (neochucené), jehož obal by posloužil pro propagaci cyklo & in-line království. Na obale produktu by bylo uváděno logo a slogan, který by zněl: „*Královský in-line – jedeš jako po másle*“. V současnosti však nastal problém s uváděním názvu pomazánkové máslo a dle nařízení EU se slovo máslo v tomto spojení nesmí používat. Tím pádem je tento slogan reálně nepoužitelný a zároveň i možnost využití zmiňovaného potravinářského produktu jako propagačního nástroje postrádá smysl. Je tak třeba nalézt jinou formu propagace, díky níž by se tento turistický produkt zviditelnil. [40]

Dle názoru autorky by původní myšlenka využít obalu určitého regionálního potravinářského produktu pro propagační účely nemusela být zapuzena. Například ve spolupráci s místními pivovary (např. Pardubický pivovar, Rychtář Hlinsko) by pro tento účel mohla posloužit zadní strana etiket na lahvových pivech, kde by byl umístěn slogan, logo a odkaz na webové stránky týkající se tohoto turistického produktu. Slogan by se mohl nést v duchu hesla „*Přijed'te si k nám udělat žízeň*“ apod. Současně by mohly být realizovány časově omezené soutěže v podobě sbírání pivních zátek či etiket, kdy pro soutěžící by mohly být připraveny ceny v podobě víkendových pobytů v ubytovacích zařízeních v okolí

cyklostezek, vybavení pro cyklistiku a in-line bruslení, volné vstupenky apod. Výše finančních nákladů spojená s tvorbou reklamních prvků na pivních etiketách, objem jejich výroby a další spojené náklady by byla stanovena po domluvě se zástupci pivovarů. Na financování těchto nákladů a dalších výdajů spojených s propagací soutěže, cenami pro vítěze aj. by se mohly společně podílet Pardubický kraj, destinační management v oblasti (DSOHP), DSO ROT, příslušný pivovar či podnikatelské subjekty v okolí stezky (ubytovací, stravovací zařízení).

6.4 Ostatní doporučení

Na základě uvedených zjištění a faktů, které jsou obsaženy v textu práce, se autorka na tomto místě věnuje vyjádření doporučení, která by mohla svou myšlenkou přispět k následné realizaci opatření ze strany subjektů, jež se zabývají CR v Pardubickém kraji.

Základem pro rozvoj CR v kraji je zaměření se na nosné produkty CR, které mohou znamenat pro kraj konkurenční výhodu. V tomto směru je myšleno podporovat tradiční i netradiční turistické možnosti, které region dokáže nabídnout. Dle autorky je třeba vyzdvihnout, zviditelnit unikátní a neobvyklé atraktivity. Co se týče tradičních hodnot, které přispívají k rozvoji CR, patří k nim motiv a téma koní. Tento symbol slouží jako asociativní pouto, které si většina lidí vybaví při zmínce o Pardubickém kraji. Zároveň atraktivity spojené s touto tematikou představují v mnoha případech jediné zajímavosti v ČR tohoto druhu. Nebylo by od věci více využívat tento symbol v rámci propagačních sloganů v rámci prezentace kraje a jeho atraktivit.

V rámci příjezdového CR dochází k úniku potenciální ruské klientely, která pro zavítání do ČR využívá služeb pardubického letiště. Problémem je, že Rusové zde však nezůstávají a odjíždějí do jiných krajů ČR. Jak je známo, Rusové holdují památkám, proto by mohlo být přínosné do prostor letiště zakomponovat vizuální upoutávky na zdejší turistické atraktivity, jež by mohly upoutat pozornost nejen ruských pasažérů. Příčinou jejich nezájmu o tento region v oblasti CR může být neznalost zdejších turistických možností. Ruská klientela při návštěvě Česka ráda utrácí, cestovní ruch v Pardubickém kraji tak přichází o významný zdroj příjmů. Další možnost, jak tento trend změnit, spočívá v oslovení a přilákání ruských jezdců (žokejů) pro účast na Velké pardubické. Samotní jezdci a jejich doprovod by využívali místních služeb (zejména ubytovacích a stravovacích), přičemž toto klání by mohlo rovněž přilákat i některé ruské turisty, kteří by blíže poznali zdejší region a mohli v něm najít zalíbení v oblasti cestovního ruchu.

Znepokojivým faktem je nízké využívání ubytovacích kapacit v kraji. Navzdory tomu, že se současná situace oproti předchozím letům podstatně zlepšila, stále se Pardubický kraj v počtu přenocování nachází na posledním místě mezi všemi kraji ČR. K propagaci a za účelem získání většího množství hostů by mohlo posloužit využívání slevových portálů. V dnešní době zažívají velký boom a lidé je využívají nejen při hledání výhodných poukazů pro trávení dovolené. Na nejznámějších slevových portálech je nabídka těchto výhodných balíčků, zahrnujících ubytování, stravování, turistické možnosti, wellness aj., pro Pardubický kraj velmi omezená. Bylo by tedy vhodné zkusit se zaměřit na podporu nejen ubytovacích služeb touto formou. Zároveň by tak docházelo ke spolupráci různých subjektů z oblasti CR, přičemž pro každého z nich by tato forma podpory prodeje znamenala jistý přínos.

Na základě uvedených faktů, jež byly zmíněny v části práce týkající se finanční podpory pro CR, vyplývá nízká míra zaujetí pro využívání čerpání grantových a dotačních programů na podporu CR. Je vhodné intenzivně informovat subjekty o těchto možnostech spolufinancování projektových aktivit a motivovat tyto subjekty k jejich uskutečňování. Řada potenciálních zájemců z důvodu nedostatečné informovanosti a obavy z rizika své záměry nezrealizuje.

Dalším podpůrným řešením je hledat a oslovovat možné investory, jež by se spolupodíleli na rozvoji infrastruktury CR v kraji. Většina projektů je velmi nákladná a často je třeba, aby je inicioval a finančně zaštiťoval konkrétní soukromý subjekt. Ve spolupráci soukromého a veřejného sektoru spočívá úspěch rozvojových aktivit na podporu CR v kraji. Konkrétní využití takovéto spolupráce by mohlo posloužit jako východisko např. pro zatraktivnění rekreační oblasti u Sečské přehrady, jež skrývá velký potenciál, který nemůže být dostatečně využit.

Z hlediska finančního hospodaření by se kraj měl zaměřit na vyhodnocení efektivity vynaložených prostředků. To znamená sledovat přínos činností, na něž jsou v rámci podpory CR v kraji vynakládány finance. Zejména se jedná o propagační aktivity, které hrají důležitou roli pro podporu CR v každé destinaci, ale je třeba vyhodnotit, kterým aktivitám se z hlediska jejich efektivity věnovat a které eliminovat. S touto skutečností souvisí i aktuální situace kolem existence DSVČ. Zde by se kraj měl zaměřit na zhodnocení celkové činnosti DSVČ s důrazem na efektivní vynakládání prostředků pro její aktivity. Případně ve vzájemné spolupráci obou stran vymezit nový koncept fungování této společnosti.

7 SWOT ANALÝZA

Tato kapitola je věnována kvalitativnímu zhodnocení současného stavu CR v Pardubickém kraji. Prostřednictvím SWOT analýzy jsou shrnuty výsledky vyplývající ze zjištění z předchozích kapitol. Kromě vymezení silných a slabých stránek, jež charakterizují současnou situaci cestovního ruchu v kraji, jsou formulovány rovněž příležitosti, které mohou představovat směry dalšího vývoje, a hrozby, které by mohly v důsledku svého podcenění budoucí vývoj zkomplikovat a znamenat tak další slabou stránku. SWOT analýza je rozdělena do 2 částí – slabé a silné stránky zahrnuje Tabulka 13, příležitosti a hrozby jsou uvedeny v Tabulce 14.

Tabulka 13: SWOT analýza: silné a slabé stránky Pardubického kraje

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Výhodná geografická a dopravní poloha kraje v rámci ČR 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nejnižší návštěvnost ze všech krajů v ČR
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Příznivý krajinný a historický potenciál pro rozvoj CR 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nízké využívání kapacit ubytovacích zařízení
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Přítomnost mnoha turistických atraktivit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nízký počet přenocujících turistů, vysoký podíl jednodenních návštěvníků
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pestrost atraktivit CR (přírodní, historické, společenské,...) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Neatraktivní destinace pro zahraniční turisty
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atraktivity mezinárodního významu – UNESCO, Velká pardubická steeplechase, Zlatá přilba 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Odliv ruské klientely
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zachování tradic - koně, lidová architektura, řemesla, regionální produkty,... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nemožnost přímého napojení na dálnice, rychlostní silnice
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dostatek ubytovacích kapacit všech úrovní 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Špatný stav silničních komunikací
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kvalitní poskytování služeb v oblasti CR 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Výrazná koncentrace CR pouze do několika lokalit
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rozvoj kongresového a incentivního CR 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Neefektivní propagační aktivity
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Možnosti pro letní i zimní turistiku 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Netransparentnost činnosti DSVČ z hlediska efektivity (výdaje, příjmy atd.)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dopravní dostupnost – vlaková doprava 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nízká podnikatelská aktivita v CR
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Přítomnost mezinárodního letiště v Pardubicích 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nízký zájem o využívání dotací v rámci NPPCR
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Systém hodnocení a podpory TIC – bodový sazebník 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nízká efektivita z pohledu vynaložených veřejných výdajů a získaných přínosů v CR
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Systém pokrytí území TIC, poskytování informačních služeb 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nízká míra spolupráce veřejného a soukromého sektoru
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existence turistického informačního portálu 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nízká atraktivita pro investory v oblasti rozvoje infrastruktury CR
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existence oblastních organizací CR 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nedostatečná nabídka turistických produktů
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizované významné projekty na podporu CR – Dolní Morava, Orlické cyklo & inline království 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dostatečně nevyužitý potenciál pro rekreační možnosti (např. Seč)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Čerpání dotačních prostředků z fondů EU pro rozvoj CR (ROP II NUTS Severovýchod) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Neefektivní hospodaření destinačního managementu v oblasti propagační činnosti
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rozvoj a modernizace zimních středisek 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nejednotný koncept zaměření v oblasti CR
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Časté používání označení regionu Východní Čechy i pro kraj Královéhradecký
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nevyužívání možností propagace a podpory prodeje formou slevových portálů

Zdroj: zpracování vlastní + využito poznatků z [27]

Tabulka 14: SWOT analýza: příležitosti a hrozby Pardubického kraje

PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Intenzivní propagace (na celostátní úrovni) „nosných“ turistických atraktivit	Další pokles návštěvnosti
Spolupráce subjektů v oblasti CR	Odliv návštěvníků za atraktivitami do sousedních krajů
Uskutečnění velkých projektů, jež zvýší atraktivitu kraje (viz Dolní Morava)	Úpadek významných dříve významných turistických lokalit (Seč, Pastviny)
Tvorba turistických balíčků + jejich nabídka prostřednictvím slevových portálů	Nezdar ve snaze zaujmout novými propagačními nástroji a produkty
Další investice do infrastruktury CR v kraji	Současná situace kolem fungování DSVČ – omezení její činnosti
Významné trhy – Polsko – cílový zahraniční segment pro příhraniční oblasti (oblast Králicka)	Nedostatek finančních prostředků pro CR v rámci rozpočtu kraje
Efektivní vynakládání finančních prostředků za účelem rozvoje CR v kraji	Nezájem ze strany subjektů o podnikatelské aktivity v CR
Motivace subjektů pro podnikatelské aktivity v CR	V budoucnu nízká míra investic do infrastruktury CR
Zvýšení zájmu o využívání dotační a grantové podpory pro aktivity v CR	Nenaplňování jednotné strategie za účelem podpory CR
Zaměřovat se nadále na kongresový a incentivní CR a přizpůsobovat tomu nabídku	Nenavázání spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem
Využívat tradičních hodnot, symbolů, znaků pro prezentaci kraje, propagaci atraktivit	Omezení dotační činnosti a čerpání finančních prostředků z evropských fondů
Upoutat pozornost zahraniční klientely (tradiční trhy i netradiční – Rusko)	

Zdroj: zpracování vlastní + využito poznatků z [27]

ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo komplexně zhodnotit cestovní ruch v Pardubickém kraji a na základě zjištěných faktů stanovit určitá doporučení a návrhy pro možnosti dalšího rozvoje. Důležitým východiskem pro zpracování práce byla skutečnost, že Pardubický kraj patří k nejméně navštěvovaným regionům ČR. Diplomová práce byla proto koncipována tak, aby na jedné straně odhalila příčiny tohoto nelichotivého stavu a na druhé straně zjistila, zda má kraj potenciál a předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Pro tento účel posloužila rozsáhlá analýza nabídky a poptávky cestovního ruchu, ze které vyplynulo, že Pardubický kraj (turistický region Východní Čechy) má poměrně dobré předpoklady a potenciál pro rozvoj cestovního ruchu na svém území, který však zatím nebyl dostatečně využit a zároveň je jistými nedostatky celého systému CR v kraji omezován.

Příčinou tohoto zjištění je nejednotná strategie ve vytváření koncepce cestovního ruchu. Pardubický kraj dokáže nabídnout mnoho forem cestovního ruchu, ale de facto v žádné z nich nevyvíká. V porovnání s ostatními kraji chybí tomuto regionu jistá konkurenční výhoda (atraktivita), která by představovala stěžejní motiv pro zvolení tohoto kraje oproti ostatním oblastem ČR. Na druhou stranu realita je taková, že Pardubický kraj nemůže konkurovat turistickým regionům, jako je Praha, Jižní Čechy či Jižní Morava, které díky svým jedinečným atraktivitám patří k nejnavštěvovanějším u nás. Nicméně v posledních letech jsou podnikány jisté kroky pro zviditelnění Pardubického kraje v oblasti cestovního ruchu. Podílí se na tomto instituce, jež zajišťují organizaci a řízení turismu v regionu. Hlavním subjektem je Pardubický kraj, který prostřednictvím svého rozpočtu a grantových schémat finančně podporuje nejen ostatní organizace CR (DSVČ, TIC), ale i soukromé subjekty v rámci jejich projektové činnosti. Z pohledu vynakládání veřejných výdajů pro oblast CR a jejich efektivity však kraj nepatří mezi nejlépe hospodařící a přínosy z CR nejsou adekvátní k vynaloženým veřejným prostředkům. Do jisté míry tento fakt způsobuje i jistá nespolupráce soukromého a veřejného sektoru. Podnikatelské subjekty v kraji, až na některé výjimky, neprojevují zájem o realizaci aktivit pro podporu zdejšího CR.

Významnou část podpory plní dotační programy Evropské unie pro oblast cestovního ruchu. Finančně náročné a rozsáhlejší projekty byly spolufinancovány zejména formou dotací z Regionálního operačního programu NUTS II Severovýchod. Mnoho projektů, které využily dotaci z tohoto programu, úspěšně přispělo ke zvýšení atraktivity daného turistického cíle a zájmu návštěvníků. Jako příklad lze uvést Centrum turistického ruchu Dolní Morava, které představuje největší investici (cca 1 mld.) do cestovního ruchu v kraji za posledních 20 let.

Za účelem propagačních aktivit byla v roce 2008 založena Destinační společnost Východní Čechy. Její činnost se však do značné míry omezuje na tvorbu propagačních tiskovin a správu turistického portálu, což nepřináší kýžený efekt. Pro svou činnost využívá poměrně značné finanční prostředky, jak ze strany Pardubického kraje, tak ze strany dotačních programů, nicméně efektivita jejího fungování je při nejmenším diskutabilní. Navíc se v současnosti potýká s finančními problémy a je ohrožena její existence.

V práci autorka rovněž navrhuje obecná i konkrétní doporučení, která stanovila na základě zjištění vyplývajících z analýz. Zvláštní pozornost věnuje například rekreační oblasti kolem Sečské přehrady, která je v posledních letech pro potřeby CR nedostatečně využita a ztrácí na svém významu. Zde autorka navrhuje konkrétní opatření, jež by v případě realizace mohla podpořit rozvoj CR v dané oblasti. Další návrhy a doporučení se týkají i propagačních aktivit.

Cíl práce byl dle názoru autorky splněn a tento dokument může být přínosem nejen pro subjekty cestovního ruchu v kraji, ale i pro potenciální návštěvníky a turisty.

POUŽITÁ LITERATURA

- [1] Asociace turistických informačních center. *Členové a čekatelé*. [on-line]. [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <<http://aticcr.cz/clenove-a-cekatele-a-t-i-c/d-1682/p1=1001>>.
- [2] BECKOVÁ, H. *Vedení cestovních kanceláří*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2001. ISBN 80-7194-353-3.
- [3] Camp.cz. *Kempy v ČR - vyberte si kemp podle turistického regionu*. [on-line]. [cit. 2013-03-01]. Dostupné z: <<http://www.camp.cz/camping/regiony.aspx?sflang=cs>>.
- [4] Centrum turistického ruchu Dolní Morava. [on-line]. [cit. 2013-04-04]. Dostupné z: <<http://www.pardubickykraj.cz/viewDocument.asp?document=19199>>.
- [5] Ceny Kudy z nudy. *Soutěž Ceny Kudy z nudy 2012 zná své vítěze!* [on-line]. [cit. 2013-03-07]. Dostupné z: <<http://www.cenykudyznudy.cz/aktuality/soutez-ceny-kudy-z-nudy-2012-zna-sve-viteze-48.html>>.
- [6] COT business: Časopis pro profesionály v cestovním ruchu. *Mají regiony v kongresovém turismu perspektivu?* Praha: C.O.T. Media, s.r.o. Listopad 2012. s. 28. ISSN 1212-4281
- [7] COT business: Časopis pro profesionály v cestovním ruchu. *Regiony – Pardubický kraj*. Praha: C.O.T. Media, s.r.o. Březen 2013. s. 64-73. ISSN 1212-4281
- [8] COT business. *Regiony – Pardubický kraj*. [on-line]. [cit. 2013-03-15]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=1040816156>>.
- [9] COT business. *Regiony – Pardubický kraj. Filmová kancelář láká do Pardubického kraje filmaře a turisty*. [on-line]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=1040817889>>.
- [10] Czech Specials. *Czech Specials aneb Ochutnejte Českou republiku!* [on-line]. [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <<http://www.czechspecials.cz/>>.
- [11] CzechTourism. *Informace o CzechTourism*. [on-line]. [cit. 2013-03-31]. Dostupné z: <<http://www.czechtourism.cz/informace-o-czechtourism/>>.
- [12] CzechTourism. *Nové rozdělení turistických regionů České republiky*. [on-line]. [cit. 2013-03-01]. Dostupné z: <<http://www.czechtourism.cz/media/tiskove-zpravy/nove-rozdeleni-turistickyh-regionu-ceske-republiky.html>>.

- [13] České noviny: zpravodajský server ČTK. *Čtyřpruh mezi Pardubicemi a H. Králové se má otevřít v roce 2013*. [on-line]. [cit. 2013-03-24]. Dostupné z: <<http://www.ceskenoviny.cz/regiony/zpravy/ctyrpruh-mezi-pardubicemi-a-h-kralove-se-ma-otevrit-v-roce-2013/845250>>.
- [14] Český rozhlas. *Pohádkový zámek Nové Hrady nabízí unikátní muzeum cyklistiky*. [on-line]. [cit. 2013-03-07]. Dostupné z: <<http://www.radio.cz/cz/rubrika/cestujeme/pohadkovy-zamek-nove-hrady-nabizi-unikatni-muzeum-cyklistiky>>.
- [15] Český statistický úřad, Pardubický kraj. *Cestovní ruch – časové řady*. [on-line]. [cit. 2013-03-28]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr>.
- [16] Český statistický úřad, Pardubický kraj. *Charakteristika Pardubického kraje za rok 2011. Základní tendence demografického, sociálního a ekonomického vývoje Pardubického kraje v roce 2011*. [on-line]. [cit. 2013-03-02]. Dostupné z: <<http://www.pardubice.czso.cz/xe/redakce.nsf/i/kraj>>.
- [17] Český statistický úřad, Pardubický kraj. *Kapacita a návštěvnost HUZ CR v Pardubickém kraji v roce 2011*. [on-line]. [cit. 2013-03-26]. Dostupné z: <http://www.pardubice.czso.cz/xe/redakce.nsf/i/kapacita_a_navstevnost_hromadnych_u_bytovacich_zarizeni_cestovniho_ruchu_v_pardubickem_kraji_v_roce_2011>.
- [18] Český statistický úřad, Pardubický kraj. *Počet hostů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních podle zemí v Pardubickém kraji v roce 2012*. [on-line]. [cit. 2013-03-28]. Dostupné z: <[http://www.czso.cz/xe/redakce.nsf/bce41ad0daa3aad1c1256c6e00499152/d32257c541736379c1257b0b003e46b4/\\$FILE/CR-cizinci-1.-4.Q.2012.pdf](http://www.czso.cz/xe/redakce.nsf/bce41ad0daa3aad1c1256c6e00499152/d32257c541736379c1257b0b003e46b4/$FILE/CR-cizinci-1.-4.Q.2012.pdf)>.
- [19] Český statistický úřad, Pardubický kraj. *Statistická ročenka Pardubického kraje 2012*. [on-line]. [staženo 2013-03-15]. Dostupné z: <<http://www.pardubice.czso.cz/csu/2012ediciplan.nsf/krajp/531011-12-xe>>.
- [20] Český statistický úřad. *Předmět a konstrukce klasifikace CZ-NUTS*. [on-line]. [cit. 2013-04-08]. Dostupné z: <[http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/predmet_a_konstrukce_klasifikace_cz_nuts_nuts_2011/\\$File/predmet_a_konstrukce_klasifikace_cznuts_2008_2011.pdf](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/predmet_a_konstrukce_klasifikace_cz_nuts_nuts_2011/$File/predmet_a_konstrukce_klasifikace_cznuts_2008_2011.pdf)>.

- [21] Český statistický úřad, Středočeský kraj. *Statistická ročenka Středočeského kraje 2012*. [on-line]. [cit. 2013-03-24]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/krajkapitola/201011-12-r_2012-17>.
- [22] DAVID, P. a SOUKUP, V. *Velká turistická encyklopedie: Pardubický kraj*. 1.vyd. Praha: Euromedia Group, k. s., 2010. 328 s. ISBN 978-80-242-2972-0.
- [23] Dekra automobil. *Seznam partnerských STK*. [on-line]. [cit. 2013-03-01]. Dostupné z: <<http://www.dekra-automobil.cz/index.php?file=sezstk.php>>.
- [24] Deník.cz. *Pardubický zámek patří k nejnavštěvovanějším památkám v kraji*. [on-line]. [cit. 2013-03-29]. Dostupné z: <<http://www.denik.cz/pardubicky-kraj/pardubicky-zamek-patri-k-nejnavstevovanejsim-pamatkam-v-kraji-20130129.html>>.
- [25] Destinační společnost Orlické hory a Podorlicko. *Výroční zprávy 2010 a 2011*. [on-line]. [cit. 2013-04-02]. Dostupné z: <<http://www.dsohp.cz/home/vyrocnizpravy>>.
- [26] Destinační společnost Východní Čechy. *Projekty. Soutěže*. [on-line]. [cit. 2013-04-08]. Dostupné z: <<http://www.vychodni-cechy.org/>>.
- [27] Destinační společnost Východní Čechy. *Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010-2015 – návrhová část. Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010-2015- analytická část*. [on-line]. [staženo 2013-03-15]. Dostupné z: <http://www.vychodni-cechy.org/cs/ke-stazeni/cat_view/41-dokumenty>.
- [28] Destinační společnost Východní Čechy. *Zpráva o činnosti DSVČ za rok 2011*. [on-line]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <<http://www.vychodni-cechy.org/cs/ospolenosti/vyrocnizpravy>>.
- [29] East Bohemia Convention Bureau. *Východní Čechy*. [on-line]. [cit. 2013-03-01]. Dostupné z: <<http://www.eastbohemiaconvention.cz/vychodni-cechy/>>.
- [30] Euroregion Glacensis. *Úvodem*. [on-line]. [cit. 2013-03-31]. Dostupné z: <<http://www.euro-glacensis.cz/uvodem.html>>.
- [31] Finanční noviny: ekonomický server ČTK. *Výletní lodě by z Pardubic mohly jezdit jednou do Hradce Králové*. [on-line]. [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: <<http://www.financninoviny.cz/zpravodajstvi/doprava/zpravy/vyletni-lode-by-z-pardubic-mohly-jezdit-jednou-do-hradce-kralove/917167>>.

- [32] FORET, M. a FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0207.
- [33] Chráněná krajinná oblast Orlické hory. *Základní údaje*. [on-line]. [cit. 2013-03-04]. Dostupné z: http://www.cittadella.cz/europarc/index.php?p=index&site=CHKO_orlicke_hory_cz.
- [34] Chráněná krajinná oblast Žďárské vrchy. [on-line]. [cit. 2013-03-04]. Dostupné z: <http://www.zdarskevrchy.cz/chko/>.
- [35] Chráněná krajinná oblast Železné hory. [on-line]. [cit. 2013-03-04]. Dostupné z: <http://www.zeleznehory.ochranaprirody.cz/>.
- [36] Chrudimský deník. *Hotel Bohemia oblékne do osmi měsíců nový kabát*. [on-line]. [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: http://chrudimsky.denik.cz/zpravy_region/hotel-bohemia-oblekne-do-osmi-mesicu-novy-kabat-20121128.html
- [37] Idnes.cz. Pardubice a Pardubický kraj. *Pardubické letiště se chce do nového terminálu pustit vlastními silami*. [on-line]. [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: http://pardubice.idnes.cz/novy-terminal-letiste-pardubice-do0-/pardubice-zpravy.aspx?c=A130313_1899494_pardubice-zpravy_mt.
- [38] INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch (základy)*. 2. přepracované vydání, Praha: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4.
- [39] Internetový zpravodaj Komunikace a doprava. *Rada Pardubického kraje podporuje projekt splavnění Labe*. [on-line]. [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: <http://www.izdoprava.cz/2013/01/rada-pardubickeho-kraje-podporuje-projekt-splavneni-labe/>.
- [40] Interní materiály poskytnuté Bc. Alexandrou Jetmarovou – zástupkyně Oddělení sportu a cestovního ruchu, Krajský úřad v Pardubicích.
- [41] KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Ekopress, Praha, 2003. ISBN 80-86119-56-4.
- [42] KOTLER, P. a ARMSTRONG, G. *Principles of marketing*. Upper Saddle River: Pearson Education, 2006. ISBN 0-13-146918-5.
- [43] Králický Sněžník. [on-line]. [cit. 2013-03-02]. Dostupné z: <http://www.sneznik.cz/cs/sneznik-z-ceska/vrcholy-ceske-strany-snezniku/kralicky-sneznik/>.

- [44] LACINA, K. *Management a marketing cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2010. ISBN 978-80-7408-035-7.
- [45] Léčebné lázně Bohdaneč. [on-line]. [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: <<http://www.llb.cz/>>.
- [46] Letiště Pardubice. [on-line]. [cit. 2013-03-24]. Dostupné z: <<http://www.airport-pardubice.cz/>>.
- [47] MALÁ, V. *Cestovní ruch (Vybrané kapitoly)*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999. ISBN 80-7079-443-7.
- [48] Ministerstvo pro místní rozvoj. *Cestovní ruch*. [on-line]. [cit. 2013-03-31]. Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch>>.
- [49] Ministerstvo pro místní rozvoj. *Dotace a programy*. [on-line]. [cit. 2013-04-03]. Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace>>.
- [50] Ministerstvo pro místní rozvoj. *Národní program podpory cestovního ruchu*. [on-line]. [cit. 2013-04-03]. Dostupné z: <[http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-\(2010-201\)](http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-(2010-201))>.
- [51] Monitoring CzechTourism. *Východní Čechy Zima - Léto 2012*. [on-line]. [cit. 2013-03-29]. Dostupné z: <<http://monitoring.czechtourism.cz/CzechTourism/zpravyz12.html>>.
- [52] Národní památkový ústav. *Chráněná území*. [on-line]. [cit. 2013-03-06]. Dostupné z: <<http://monumnet.npu.cz/chruzemi/list.php?KrOk=Kr&Typy%5B%5D=DS&Typy%5B%5D=NP&Typy%5B%5D=RA&Typy%5B%5D=RM&Typy%5B%5D=RV&Typy%5B%5D=ZK&Typy%5B%5D=ZM&Typy%5B%5D=ZV&Nazev=&KodKr=53>>.
- [53] Národní památkový ústav. *Nemovitě památky Pardubického kraje*. [on-line]. [cit. 2013-03-06] Dostupné z: <<http://monumnet.npu.cz/pamfond/list.php?hledani=1&KrOk=Kr&HiZe=&VybUzemi=1&sNazSidOb=&Adresa=&Cdom=&Pamatka=&CiRejst=&Uz=B&PrirUbytOd=3.5.1958&PrirUbytDo=6.3.2013&KodKr=53>>.
- [54] PALATKOVÁ, M., ZICHOVÁ, J. *Ekonomika turismu. Turismus České republiky*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5.

- [55] Pardubický kraj. Aktuality. *Multimediální kiosky v kraji zlepšují služby nejenom turistům*. [on-line]. [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <<http://www.pardubickykraj.cz/aktuality/72994/multimedialni-kiosky-v-kraji-zlepsil-sluzby-nejenom-turistum?previev=archiv>>.
- [56] Pardubický kraj. *Grantové programy v oblasti územního plánování, cestovního ruchu a regionálního rozvoje pro rok 2012*. [on-line]. [cit. 2013-04-03]. Dostupné z: <<http://www.pardubickykraj.cz/granty-ukoncene-v-oblasti-uzemniho-planovani-cestovniho-ruchu-a-regionalniho-rozvoje-/68386/grantove-programy-pk-v-oblasti-uzemniho-planovani-cestovniho-ruchu-a-regionalniho-rozvoje-pro-rok-2012>>.
- [57] Pardubický kraj. *Náplň práce oddělení regionálního rozvoje*. [on-line]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <<http://www.pardubickykraj.cz/napln-prace-oddeleni-regionalniho-rozvoje-a-cestovniho-ruchu>>.
- [58] Pardubický kraj. *Obce Pardubického kraje*. [on-line]. [cit. 2013-03-01]. Dostupné z: <<http://www.pardubickykraj.cz/obce?typeMap=17&location=19>>.
- [59] Pardubický kraj. *Podpora regionálních a místních služeb cestovního ruchu – malé a střední podniky*. [on-line]. [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <<http://www.pardubickykraj.cz/podpora-regionalnich-a-mistnich-sluzeb-cestovniho-ruchu-male-a-stredni-podniky>>.
- [60] Pardubický kraj. *Rozpočet pro rok 2013*. [on-line]. [cit. 2013-04-02]. Dostupné z: <<http://www.pardubickykraj.cz/rozpocet/72198/>>.
- [61] Pardubický kraj. *System podpory TIC v Pardubickém kraji*. [on-line]. [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <<http://www.pardubickykraj.cz/system-podpory-turistickyh-informacnich-center-v-pardubickem-kraji>>.
- [62] PÁSKOVÁ, M. a ZELENKA, J. *Cestovní ruch výkladový slovník*. Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. ISBN 80-239-0152-4.
- [63] PAVELKA, T. *Makroekonomie Základní kurz*. 3. vydání. Melandrium, 2007. ISBN 978-80-86175-58-4.
- [64] PODHORSKÝ, M. *Pardubický kraj: průvodce na cesty*. Freytag&berndt, 2004. ISBN 80-7316-077-3.

- [65] Regionální rada NUTS II Severovýchod. *Centrum turistického ruchu Dolní Morava*. [on-line]. [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <<http://www.rada-severovychod.cz/realizovane-projekty/centrum-turistickeho-ruchu-dolni-morava>>.
- [66] Regionální informační servis. *Mikroregiony*. [on-line]. [cit. 2013-04-03]. Dostupné z: <<http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/pardubicky-kraj/regionalni-informace/mikroregiony/>>.
- [67] Regionální rada NUTS II Severovýchod. *Realizované projekty*. [on-line]. [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <<http://www.rada-severovychod.cz/modules/projects/index.php>>.
- [68] Regionální rada NUTS II Severovýchod. *Regionální operační program NUTS II Severovýchod*. [on-line]. [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <<http://www.rada-severovychod.cz/regionalni-operacni-program-nuts-ii-sv>>.
- [69] Regionální rozvojová agentura. *Činnost*. [on-line]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <<http://www.rrapk.cz/o-agenture/cinnost.htm>>.
- [70] Regionální rozvojová agentura. *Základní informace*. [on-line]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <<http://www.rrapk.cz/o-agenture/zakladni-informace-o-agenture.htm>>.
- [71] Regiony24.cz. Pardubicko. *Památky v Pardubickém kraji navštívilo letos oproti roku 2011 méně lidí*. [on-line]. [cit. 2013-03-28]. Dostupné z: <<http://pardubicko.regiony24.cz/56-167646-pamatky-v-pardubickem-kraji-navstivilo-letos-oproti-roku-2011-mene-lidi>>.
- [72] Rozhlas.cz. *Pardubické letiště na přelomu roku odbaví stovky cestujících, hlavně z Ruska*. [on-line]. [cit. 2013-03-24]. Dostupné z: <http://www.rozhlas.cz/zpravy/regiony/_zprava/pardubicke-letiste-na-prelomu-roku-odbavi-stovky-cestujicich-hlavne-z-ruska--1155381>.
- [73] RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČNEROVÁ, I. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3
- [74] Smetanova Litomyšl. [on-line]. [cit. 2013-03-15]. Dostupné z: <<http://festival.smetanovalitomysl.cz/festival-smetanova-litomysl>>.
- [75] Strukturální fondy. *NUTS*. [on-line]. [cit. 2013-03-31]. Dostupné z: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Temp/Glosar/N/NUTS>>.
- [76] Sydos.cz. *Ročenka dopravy 2011*. [on-line]. [cit. 2013-03-24]. Dostupné z: <<https://www.sydos.cz/cs/rocenky.htm>>.

- [77] UNESCO. *World Heritage List*. [on-line]. [cit. 2013-03-06]. Dostupné z: <<http://whc.unesco.org/en/list/>>.
- [78] VACULÍK, J. *Marketingové řízení*. 2. rozš. vydání. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2005. ISBN 80-7194-765-2.
- [79] VEBER, J. a kol. *Management-základy, prosperita, globalizace*. Praha: Management Press, 2002. ISBN 80-7261-029-5.
- [80] Velká pardubická České pojišťovny. *Krátce z historie Velké Pardubické*. [on-line]. [cit. 2013-03-15]. Dostupné z: <<http://www.vpcp.cz/cs/historie.html> />.
- [81] Východní-Čechy.info: Oficiální turistický portál Pardubického kraje. *Jízda na koni*. [on-line]. [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: <<http://www.vychodni-cechy.info/jizda-na-koni>>.
- [82] Východočeské muzeum v Pardubicích. [on-line]. [cit. 2013-03-06]. Dostupné z: <<http://www.vcm.cz/>>.
- [83] Zlatá přilba. [on-line]. [cit. 2013-03-15]. Dostupné z: <<http://www.zlataprilba.cz/>>.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A: Přehled památkově chráněných území v Pardubickém kraji

Příloha B: Bodový sazebník pro turistická informační centra v Pardubickém kraji

Příloha C: Čerpání dotací z ROP NUTS II Severovýchod v jednotlivých krajích

Příloha A

Č.rejst.	Kód	Typ chráněného území	Okres	Název	Od roku
9	DS	Světové kulturní dědictví	Svitavy	Litomyšl, zámek	1999
354	NP	Národní kulturní památky	Chrudim	Kostel sv. Bartoloměje v Kočí u Chrudimi (Kočí)	2010
149	NP	Národní kulturní památky	Chrudim	Pietní území Ležáky (Miřetice)	1978
271	NP	Národní kulturní památky	Chrudim	Zámek Slatiňany (Slatiňany)	2001
272	NP	Národní kulturní památky	Pardubice	Hřebčín v Kladrubech nad Labem (Kladruby nad Labem)	2001
356	NP	Národní kulturní památky	Pardubice	Krematorium v Pardubicích (Pardubice)	2010
151	NP	Národní kulturní památky	Pardubice	Pietní území Zámeček v Pardubičkách (Pardubice)	1978
355	NP	Národní kulturní památky	Pardubice	Zámek s opevněním v Pardubicích (Pardubice)	2010
273	NP	Národní kulturní památky	Pardubice	Zřícenina hradu Kunětická Hora (Ráby)	2001
357	NP	Národní kulturní památky	Svitavy	Kostel sv. Jakuba Většího v Poličce s rodnou světničkou Bohuslava Martinů (Polička)	2010
327	NP	Národní kulturní památky	Svitavy	Radnice v Poličce (Polička)	2008
128	NP	Národní kulturní památky	Svitavy	Zámek v Litomyšli (Litomyšl - část Záhradí)	1962
1013	RA	Archeologické památkové rezervace	Chrudim	České Lhotice, archeologická lokalita	1965
1012	RM	Městské památkové rezervace	Pardubice	Pardubice	1964
1015	RM	Městské památkové rezervace	Svitavy	Litomyšl	1965
1040	RM	Městské památkové rezervace	Svitavy	Moravská Třebová	1980
1098	RV	Vesnické památkové rezervace	Chrudim	Hlinsko - Betlém	1995
2389	ZK	Krajinné památkové zóny	Chrudim	Slatiňansko-Slavicko	1996
2006	ZM	Městské památkové zóny	Chrudim	Heřmanův Městec	1990
2007	ZM	Městské památkové zóny	Chrudim	Chrast	1990
2008	ZM	Městské památkové zóny	Chrudim	Chrudim	1990
2009	ZM	Městské památkové zóny	Chrudim	Luže	1990
2010	ZM	Městské památkové zóny	Chrudim	Skuteč - Předhradí	1990
2017	ZM	Městské památkové zóny	Pardubice	Dašice	1990
2021	ZM	Městské památkové zóny	Svitavy	Bystré	1990

Č.rejst.	Kód	Typ chráněného území	Okres	Název	Od roku
2022	ZM	Městské památkové zóny	Svitavy	Jevíčko	1990
2023	ZM	Městské památkové zóny	Svitavy	Polička	1990
2024	ZM	Městské památkové zóny	Svitavy	Svitavy	1990
2362	ZM	Městské památkové zóny	Ústí n.Orlicí	Brandýs nad Orlicí	1995
2363	ZM	Městské památkové zóny	Ústí n.Orlicí	Česká Třebová	1995
2029	ZM	Městské památkové zóny	Ústí n.Orlicí	Jablonné nad Orlicí	1990
2030	ZM	Městské památkové zóny	Ústí n.Orlicí	Králíky	1990
2031	ZM	Městské památkové zóny	Ústí n.Orlicí	Lanškroun	1990
2032	ZM	Městské památkové zóny	Ústí n.Orlicí	Letohrad	1990
2033	ZM	Městské památkové zóny	Ústí n.Orlicí	Ústí nad Orlicí	1990
2034	ZM	Městské památkové zóny	Ústí n.Orlicí	Vysoké Mýto	1990
2364	ZM	Městské památkové zóny	Ústí n.Orlicí	Žamberk	1995
2329	ZV	Vesnické památkové zóny	Chrudim	Svobodné Hamry	1995
2472	ZV	Vesnické památkové zóny	Svitavy	Telecí	2004
2479	ZV	Vesnické památkové zóny	Ústí n.Orlicí	Vysoká	2004

Zdroj: [52]

Příloha B

BODOVÝ SAZEBNÍK (platný od 1. 8. 2012)	
Druh aktivity	Bodové ohodnocení
a) Registrace nového zařízení/střediska	20
b) Editace základních údajů zařízení/střediska	7
c) Upozornění na neaktuální otevírací dobu objektu	10
d) Zadání akce	5
e) Zadání popisu akce (minimálně 100 znaků bez mezer)	2
f) Zadání zprávy / aktuality	20
g) Zadání obrázku	
- obrázek objektu	5
- obrázek akce	2
h) Kontrola nově registrovaného střediska	10
i) Kontrola zadané akce	2
j) Vytvoření nového inspirativního turistického programu	70
k) Zkvalitnění (aktualizace, zatraktivnění) stávajících inspirativních programů	50
l) Zákres průběhu jedné trasy	70
m) Oprava/zadání GPS souřadnic	10
n) Vytvoření turistického programu pro vozíčkáře	100
o) Uvádění uzavřeného / již neexistujícího významného objektu	- 60
p) Neaktuální údaj u významného objektu	- 40
q) Chybějící významný objekt	- 40

Poznámka: aktualizace objektů/údajů bude probíhat k 31. 5. a 30. 11. a následně bude provedena kontrola.

Zdroj: [61]

Příloha C

Čerpání dotací ROP NUTS II Severovýchod
v rámci oblasti rozvoje měst, venkova,
infrastruktury cestovního ruchu
a infrastruktury pro podnikání od spuštění
programu do konce ledna 2012

