

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta tělesné výchovy a sportu

DIPLOMOVÁ PRÁCE

2024

ING. ELIŠKA RYTÍŘOVÁ

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta tělesné výchovy a sportu

Rozvoj potenciálu sportovního cestovního ruchu
v Jižních Čechách

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce:
Mgr. Ing. Mgr. Daniel Opelík

Vypracovala:
Ing. Eliška Rytířová

Praha 2024

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem závěrečnou diplomovou práci zpracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité informační zdroje a literaturu. Některé části práce byly převzaty z jiných vlastních závěrečných prací, které byly předloženy k získání jiného či stejného akademického titulu. Konkrétně z bakalářské práce Bojová umění jako součást sportovního cestovního ruchu a z diplomové práce Dopady olympijských her na cestovní ruch hostující země.

V Praze dne 27. května 2024

.....
Podpis studentky

EVIDENČNÍ LIST

Souhlasím se zapůjčením své diplomové práce ke studijním účelům. Uživatel svým podpisem stvrzuje, že tuto diplomovou práci použil ke studiu a prohlašuje, že ji uvede mezi použitými prameny.

Jméno a příjmení	Fakulta/katedra	Datum vypůjčení	Podpis
-------------------------	------------------------	------------------------	---------------

PODĚKOVÁNÍ

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucímu diplomové práce panu Mgr. Ing. Mgr. Danielu Opelíkovi za odborné vedení, za pomoc a rady při zpracování této práce. Děkuji i své rodině a blízkým za podporu, péči a trpělivost projevenou nejen při psaní této práce. A v neposlední řadě děkuji všem osobám zúčastněným na praktické části této práce.

ABSTRAKT

Název: Rozvoj potenciálu sportovního cestovního ruchu v Jižních Čechách

Cíle: Cílem práce je sestavení doporučení pro rozvoj sportovního cestovního ruchu v regionu Jižních Čechy.

Metody: Hlavními metodami v analytické části byli kvalifikační, obsahová a komparativní analýza dostupných dat. Na základě těchto dat byla stanovena SWOT analýza, která nejlépe vystihuje aktuální stav cestovního ruchu v Jižních Čechách. Dále byl SWOT analýza komparována s oficiální SWOT analýzou regionu. Všechny tyto údaje sloužily jako základ pro brainstorming specializované skupiny. Zároveň byla SWOT analýza bodově ohodnocena odborníkem na cestovní ruch z vysokého školství a s tímto odborníkem byla provedena také závěrečná diskuze návrhů a doporučení vyplývající z výzkumu.

Výsledky: Region Jižní Čechy dosahuje vysokého potenciálu pro sportovní cestovní ruch, především u sportů provozovaných v přírodě. Avšak všechny základní služby cestovního ruchu (ubytovací, stravovací a dopravní) vykazují potenciál pro zlepšení. Zároveň by se měla posílit propagace regionu pro motivaci většího počtu návštěvníků, kteří generují dodatečné finanční prostředky.

Klíčová slova: cestovní ruch, SWOT analýza, brainstorming, Jižní Čechy, potenciál cestovního ruchu, sportovní cestovní ruch

ABSTRACT

Title: Developing the potential of sports tourism in South Bohemia

Objectives: The aim of the thesis is to make recommendations for the development of sports tourism in the South Bohemia region.

Methods: The main methods in the analytical part were qualification, content and comparative analysis of the available data. Based on these data, a SWOT analysis was determined, which best describes the current state of tourism in South Bohemia. Furthermore, the SWOT analysis was compared with the official SWOT analysis of the region. All this data served as a basis for the brainstorming of the specialised group. At the same time, the SWOT analysis was scored by a tourism expert from higher education and a final discussion of the suggestions and recommendations resulting from the research was also conducted with this expert.

Results: The South Bohemia region has a high potential for sports tourism, especially for outdoor sports. However, all basic tourism services (accommodation, catering and transport) show potential for improvement. At the same time, the promotion of the region should be strengthened to motivate more visitors who generate additional financial resources.

Keywords: tourism, SWOT analysis, brainstorming, South Bohemia, tourism potential, sports tourism

OBSAH

1	Úvod.....	14
2	Cíle a úkoly práce.....	16
3	Teoretická východiska.....	17
3.1	Cestovní ruch.....	17
3.2	Sportovní cestovní ruch.....	19
3.2.1	Charakteristika sportovního cestovního ruchu v České republice.....	21
3.2.2	Význam sportovního cestovního ruchu pro destinaci.....	23
3.3	Charakteristika vybraného regionu: Jižní Čechy.....	24
3.3.1	Budějovicko.....	26
3.3.2	Česká Kanada.....	27
3.3.3	Český Krumlov region.....	28
3.3.4	Lipensko.....	29
3.3.5	Novohradsko-Doudlebsko.....	30
3.3.6	Písecko-Blatensko.....	31
3.3.7	Šumavsko.....	31
3.3.8	Toulava.....	32
3.3.9	Třeboňsko.....	33
3.4	Destinační management.....	34
3.5	Udržitelný rozvoj cestovního ruchu.....	36
4	Metodika práce.....	41
5	Analytická část.....	45
5.1	Analýza sportovního potenciálu v regionu.....	45
5.1.1	Geografické a ekologické předpoklady.....	45
5.1.2	Ekonomické předpoklady.....	48

5.1.3	Demografické předpoklady	49
5.1.4	Sportovní předpoklady.....	53
5.1.5	Materiálně-technická základna.....	59
5.2	SWOT analýza	66
5.2.1	Bodové hodnocení SWOT analýzy odborníkem	67
5.2.2	Komparace se SWOT analýzou z Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji pro rok 2021-2030	71
5.3	Brainstorming specializované skupiny	74
6	Návrhová část.....	78
7	Diskuse	85
8	Závěr	87
	Seznam použité literatury	90
	Přílohy.....	98
	Příloha I.....	99
	Příloha II	101
	Příloha III.....	103

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

AIEST	Mezinárodní asociace vědeckých pracovníků v cestovním ruchu
AHR	Asociace hotelů a restaurací České republiky
ČSÚ	Český statistický úřad
ČUS	Česká unie sportu
DMO	Kancelář destinačního managementu
EIA	Informační systém pro posuzování vlivů na životní prostředí
FTVS	Fakulta tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy
HDP	Hrubý domácí produkt
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
IUCN	Mezinárodní svaz ochrany přírody
JCCR	Jihočeská centrála cestovního ruchu
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky
MTZ	Materiálně-technická základna cestovního ruchu
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy České republiky
NSA	Národní sportovní agentura České republiky
OSN	Organizace spojených národů
ŘSD	Ředitelství silnic a dálnic České republiky
SDG	Sustainable development goals (Cíle udržitelného rozvoje)
SLDB	Sčítání lidu, domů a bytů (z roku 2021)
TO	Turistická oblast
UK	Univerzita Karlova
UNESCO	Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
SWOT	Analýza silných stránek, slabých stránek, příležitostí a hrozeb
VŠE	Vysoká škola ekonomická v Praze
ŽD	Železniční doprava
ŽP	Životní prostředí

SEZNAM TABULEK, GRAFŮ A OBRÁZKŮ

Tabulky

Tabulka 1: Porovnání návštěvnosti v HUZ a počet přenocování v HUZ v Jižních Čechách v letech 2015-2022. Zdroj: JCCR, 2023; vlastní zpracování.....	25
Tabulka 2: Klíčové indikátory udržitelnosti cestovního ruchu. Zdroj: UNWTO, 1998 In: Pásková, 2014, s. 191-193.....	39
Tabulka 3: Počet kulturně-historických atraktivit (se zpoplatněným vstupem) v Jižních Čechách. Zdroj: JCCR, 2021, str. 12	47
Tabulka 4: Počet turisticky významných technických atraktivit v Jižních Čechách. Zdroj: JCCR, 2021, str. 12.....	47
Tabulka 5: Počet pravidelně organizovaných klíčových eventů (akcí) v destinaci ve členění na sportovní a kulturní akce. Zdroj: JCCR, 2021, str. 13	48
Tabulka 6: Počet obyvatel v Jihočeském kraji a jeho okresech k 30. 6. 2022, Zdroj: ČSÚ ³ , 2023.....	51
Tabulka 7: Počet sportovních zařízení v Jihočeském kraji podle okresů, Zdroj: ČUS, 2023; vlastní zpracování.....	55
Tabulka 8: Turistické plavby v Jižních Čechách. Zdroj: JCCR, 2021, str. 13	57
Tabulka 9: počet a délka naučných stezek v Jižních Čechách. Zdroj: JCCR, 2021, str. 12.	57
Tabulka 10: Počet a délka pěších turistických značených tras v Jižních Čechách. Zdroj: JCCR, 2021, str. 13.....	57
Tabulka 11: Počet lyžařských areálů v Jižních Čechách. Zdroj: JCCR, 2021, str. 13	58
Tabulka 12: Délka značených a upravovaných lyžařských běžeckých tratí (běžecké lyžování) v Jižních Čechách. Zdroj: JCCR, 2021, str. 13.....	59
Tabulka 13: Přehled kapacit HUZ v jednotlivých TO (v roce 2021), Zdroj: vlastní zpracování dle CzechTourism, 2022	60
Tabulka 14: Bodové hodnocení silných stránek SWOT analýzy. Zdroj: vlastní zpracování dle názoru odborníka	67
Tabulka 15: Bodové hodnocení slabých stránek SWOT analýzy. Zdroj: vlastní zpracování dle názoru odborníka	68
Tabulka 16: Bodové hodnocení příležitostí SWOT analýzy. Zdroj: vlastní zpracování dle názoru odborníka.....	70

Tabulka 17: Bodové hodnocení hrozeb SWOT analýzy. Zdroj: vlastní zpracování dle názoru odborníka..... 70

Grafy

Graf 1: Pohyb obyvatel v Jihočeském kraji v 1. polovině 2021 a 2022. Zdroj: ČSÚ³, 2023. 50

Graf 2: Obyvatelstvo ve věku 15 a více let podle nejvyššího dosaženého vzdělání v SO ORP Jihočeského kraje, Zdroj: ČSÚ⁴, 2023..... 52

Graf 4: Místa pro stany a karavany podle kategorie HUZ a okresů v Jihočeském kraji v roce 2022, Zdroj: ČSÚ, 2023⁹ 61

Graf 3: Lůžka podle kategorie HUZ a okresů v Jihočeském kraji v roce 2022, Zdroj: ČSÚ, 2023⁹ 61

Obrázky

Obrázek 1: Celkový potenciál cestovního ruchu, zdroj: Bína 2002, str. 4..... 23

Obrázek 2: Typy celkového potenciálu cestovního ruchu, zdroj: Bína, 2002, str. 5 23

Obrázek 3: Turistické oblasti Jižních Čech. Zdroj: JCCR, 2022 25

Obrázek 4: Mapa Budějovická - žlutá oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023 26

Obrázek 5: Mapa České Kanady - modrá oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023 27

Obrázek 6: Mapa regionu Český Krumlov - modrá oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023 28

Obrázek 7: Mapa Lipenska - zelená oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023 29

Obrázek 8: Mapa Novohradsko-Doudlebska - oranžová oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023..... 30

Obrázek 9: Mapa Písecko-Blatenska - zelená oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023 31

Obrázek 10: Mapa Šumavska - červená oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023 32

Obrázek 11: Mapa Toulavy - oranžová oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023 33

Obrázek 12: Mapa Třeboňska - tmavě oranžová oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023 34

Obrázek 13: Cíle udržitelného rozvoje podle Agendy 2030. Zdroj: OSN, 2015..... 39

Obrázek 14: Mapa rozložení sportovních zařízení napříč Jihočeským krajem. Zdroj: ČUS, 2023..... 55

Obrázek 15: Stravovací zařízení v Jihočeském kraji podle Gastromapy Lukáše Hejlíka. Zdroj: GASTROMAPA, 2023..... 62

Obrázek 16: SWOT analýza Jihočeského kraje dle Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji pro rok 2021-2030. Zdroj: JCCR, 2021, str. 19..... 72

Figure

Figure 1: SWOT analýza stanovená na základě analýzy sekundárních dat. Vlastní zpracování 66

1 ÚVOD

Sportovní cestovní ruch je opomíjenou formou cestovního ruchu, nikoliv však bezvýznamnou, právě naopak. Mnoho odborníků zabývajících se cestovním ruchem, případně destinačním managementem, považuje sport pouze jako jednu z činností, kterou mohou turisté či návštěvníci v destinaci vykonávat, ale zřídka kdy připouštějí, že se jedná o primární motivaci k cestování. Většinou však záleží na úhlu pohledu jednotlivých destinací, např. kanceláře destinačního managementu alpských středisek profitujících z lyžařské sezóny v zimě a z turistické v létě, budou na sportovní cestovní ruch pohlížet jinak než DMO evropských velkoměst. Nevýhodou sportovního cestovního ruchu je, že spojuje dva obory – sport a cestovní ruch – jejichž představitelé navzájem téměř nespolupracují. Navíc, v mnoha případech, představitelé sportu ani nepřipouštějí, že cestování za účelem sportu nebo návštěvy sportovní akce je vlastně forma cestovního ruchu. Představitelé cestovního ruchu nejsou tak názorově striktní a uznávají, že sport může být motivací pro cestovní ruch. Sportovní cestovní ruch se stal trendem, který není odbornou veřejností tak podrobně popsán, ale přesto ve velké míře existuje a rozšiřuje se.

Odborná literatura zaměřená na sportovní cestovní ruch také není tak častá jako u jiných forem cestovního ruchu. Naštěstí pro tento obor, se v posledních letech objevují tendence, tlaky a uvědomění si, že právě sport má velký potenciál být primárním motivem návštěvy destinace. Ostatně třeba takové Olympijské hry jsou dokonalým příkladem motivu návštěvy destinace, ať kvůli aktivní či pasivní účasti. Tento fakt si začali uvědomovat autoři koncepcí rozvoje cestovního ruchu i kanceláře destinačního managementu. A začali do koncepcí zařazovat kroky pro rozvoj sportovního cestovního ruchu, které v praxi aplikují. Je však potřeba dosáhnout diskuze o sportovním turismu ve vyšších politických patrech. Zařadí-li do svých plánů sport/sportovní cestovní ruch i příslušné ministerstvo (MMR potažmo NSA) získá tento podobor výrazné pozornosti na kterou je vázána i finanční podpora pro jeho rozvoj.

Sportovní cestovní ruch je možné popsat na několika politických úrovních – celostátní, regionální a mikroregionální. Ne každá oblast České republiky má potenciál pro sportovní cestovní ruch, to však neznamená, že nemá potenciál pro jinou formu cestovního ruchu. Tato diplomová práce se zabývá regionální oblastí, a to regionem Jižní Čechy a dílčími mikroregiony. Oblast jednoznačně má potenciál pro sportovní cestovní ruch (Bína, 2002). Řeky, hory, lesy, pláně a další vodní plochy přinášejí možnosti pro řadu sportovních aktivit od pěší turistiky, přes cyklistiku (nejhustší síť cyklotras v České

republice) až po plachtění a potápění či lyžování. Šumava a Pošumaví, Lipensko a Vltava, Třeboňské rybníky, Toulava, ale i historická sídla jako Český Krumlov, Tábor, Písek, Červená Lhota, Blatná, Hluboká nad Vltavou a jiné. To vše nabízí Jižní Čechy. Sport má také tu výhodu, že dokáže propojit kulturně-historický a sportovní cestovní ruch, kdy během cyklovýletu návštěvníci zastaví na prohlídku zámku nebo splouvání Otavy propojí s návštěvou Sušice, Horažďovic, Strakonice či Písku. Jižní Čechy nabízejí mnoho takovýchto propojení a je to jeden ze směrů, které by DMO mohli využít k rozvoji. Diplomová práce se zabývá možným rozvojem potenciálu pro sportovní cestovní ruch, tak aby cestovní ruch v oblasti dlouhodobě a nejlépe udržitelně prosperoval.

2 CÍLE A ÚKOLY PRÁCE

Cílem práce je sestavení doporučení pro rozvoj sportovního cestovního ruchu v regionu Jižních Čechy. K dosažení cíle je použita metoda analýzy dostupných sekundárních zdrojů, sestavení SWOT analýzy se zaměřením na rozvoj sportovního cestovního ruchu a brainstorming v rámci vybrané skupiny respondentů.

Úkoly práce:

1. Stanovení teoretických východisek zaměřených na cestovní ruch, regionální infrastrukturu, geografické, ekologické, demografické a ekonomické předpoklady regionu, materiálně-technickou základnu cestovního ruchu a regionální koncepce na základě dostupných zdrojů.
2. Zajištění sekundárních dat z internetových zdrojů, odborných studiích a časopisů či jiné dostupné literatury – především webové stránky Jihočeské centrály cestovního ruchu, Jihočeského kraje a regionálních destinačních kanceláří, vč. dokumentů dostupných na webových stránkách těchto institucí.
3. Analýza sekundárních dat z cestovního ruchu – kvantita a kvalita materiálně-technické základny cestovního ruchu: délka a hustota dopravní infrastruktury, kvalita a kvantita sportovní infrastruktury, stravovacích a ubytovacích zařízení atd.
4. Sestavení SWOT analýzy na základě analýzy sekundárních dat z bodu 3.
5. Bodové hodnocení SWOT analýzy odborníkem z vysokého školství v oblasti cestovního ruchu a diskuze tohoto hodnocení.
6. Porovnání výsledné SWOT analýzy se SWOT analýzou uvedenou v Koncepci rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji pro rok 2021-2030.
7. Brainstorming skupiny absolventů cestovního ruchu a managementu sportu pro objektivní stanovení doporučení.
8. Soupis doporučení vyplývajících z brainstormingu a z vlastních poznatků autorky v návaznosti na provedenou SWOT analýzu.
9. Zhodnocení doporučení odborníkem z vysokého školství v oblasti cestovního ruchu a diskuze těchto doporučení.
10. Sestavení závěrečných doporučení pro rozvoj potenciálu sportovního cestovního ruchu v Jižních Čechách.

3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

Kapitola ve stručnosti představí základní teoretická východiska na základě, kterých je možné propojit jednotlivá data, důležitost zkoumané oblasti cestovního ruchu i regionu Jižních Čech s výsledky diplomové práce.

3.1 CESTOVNÍ RUCH

UNWTO na Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu v roce 1991 definovala pro účely statistického sledování cestovní ruch následovně (Petrů, 2007, str. 28-29):

„Cestovní ruch (tourism) jako činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště), a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“ (Petrů, 2007: 28).

„Cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, a to za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi“ (Petrů, 2007: 29).

Tyto dvě spolu související definice jsou všeobecně používány za účelem statistického monitorování a většina odborné veřejnosti je považuje za hlavní definice cestovního ruchu. Což je logické – je-li potřeba statisticky sledovat určitý jev na mezinárodní úrovni, je k tomu nutná jednotná definice.

Existují však přístupy předcházející výše zmiňované konferenci, které definují cestovní ruch nepatrně jinak, např. na počátku vědeckého poznání o cestovním ruchu definoval Schullern zu Schrattenhofen (1911, In Freyer, 2006; Berg, 2010; In Linderová, 2015) cestovní ruch jako označení všech hospodářských procesů souvisejících s pobytem a tokem cizinců mezi státy a oblastmi. Za přelomovou definici je považována ta od Hunzikera a Krapfa (1942), kteří považovali cestovní ruch za *„soubor jevů a vztahů, vyplývajících z pobytu osob na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalé usazení nebo výkon výdělečné činnosti“* (In: Linderová, 2015). Tato definice se v roce 1954 stala oficiální definicí cestovního ruchu podle organizace AIEST. Následovalo období upřesňování a přizpůsobení definice, v té době, aktuálním potřebám cestovního ruchu (např. rozvoj kongresového turismu) až UNWTO stanovila dnes známou, výše zmiňovanou, definici (Linderová, 2015). Nicméně v podmínkách České republiky se hojně využívá i definice Gúčika (2000, In Gúčík, 2004; Gúčík, 2010; In Linderová, 2015): *„Cestovním ruchem rozumíme soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním*

a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Jejich cílem je odpočinek, poznávání, zdraví, rozptýlení a zábava, kulturní a sportovní vyžití, služební cesty, tj. získání komplexního zážitku“. Všechny definice však mají společnou podstatu – cestovní ruch se uskutečňuje v místě jiném než v místě trvalého pobytu. Podle Zelenky a Páskové (2012, s. 83, In: Linderová, 2015) „*cestovní ruch zahrnuje aktivity osob cestujících mimo trvalé bydliště (obvyklé prostředí) za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, služební (pracovní) cesty atd. a také aktivity subjektů poskytujících služby a produkty těmto osobám“.*

Lze konstatovat, že mezi definicemi nejsou velké rozdíly a pojetí cestovního ruchu je podle různých autorů výrazně podobné. Nelze tedy s jistotou určit, která z definic je pro účely této práce nejvhodnější.

Cestovní ruch plní funkci ekonomickou, rekreačně-zdravotní, kulturně-poznávací, informační a výchovnou. Podle jejich převládající funkce se rozlišuje řada forem cestovního ruchu, např. kulturně-poznávací, sportovně-turistický, kongresový, lovecký nebo lázeňský cestovní ruch (Petrů, 2007, str. 29).

Dále je možné cestovní ruch členit na druhy. Podle místa realizace na domácí, tranzitní a zahraniční cestovní ruch, podle způsobu účasti a formy úhrady nákladů na komerční a sociální cestovní ruch. Podle způsobu a organizace zabezpečení služeb cestovního ruchu na organizovaný a neorganizovaný, podle délky účasti na krátkodobý a dlouhodobý (Petrů, 2007, str. 30). Přejícná doba pro statistické pozorování, je stanovena na 1 rok u mezinárodního cestovního ruchu a 6 měsíců u domácího (Rytířová, 2018). Cestovní ruch se dá členit i z pohledu jiných faktorů, např. ročních období (Petrů, 2007, str. 30).

Z definic je zřejmé, že se do cestovního ruchu nepočítají aktivity v okolí bydliště trvalého či přechodného. Např. pokud občan Českého Krumlova navštíví Státní hrad a zámek Český Krumlov, nebude se jednat o cestovní ruch, když naopak tentýž občan navštíví Pražský hrad nebo Stezku korunami stromů na Lipně, bude se jednat o domácí cestovní ruch, protože cestuje mimo své obvyklé bydliště. Pak je možné se ještě zabývat tím, zda se jedná o krátkodobý či dlouhodobý cestovní ruch a zda je výše zmíněný občan návštěvník, výletník či turista. To je z pohledu statistického sledování také velmi důležité. UNWTO v roce 1991 definovala osoby účastnící se cestovního ruchu následovně (Petrů, 2007, str. 34):

- Návštěvník: osoba cestující mimo své bydliště, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti;
- Výletník: jednodenní návštěvník, který se zdrží pouze jeden den v navštíveném místě, aniž by zde přenocoval;
- Turista: dočasný návštěvník, který se v místě (zemi) zdrží alespoň 24 hodin a uskuteční alespoň jedno přenocování a motivem jeho cesty je využití volného času nebo vyřizování různých záležitostí.

V posledních zhruba 10-15 letech je též populární business turismus, kde tito účastníci uskutečňují přenocování, proto by definice turisty nebo cestovního ruchu neměla explicitně vylučovat výdělečnou činnost jako účel cesty.

3.2 SPORTOVNÍ CESTOVNÍ RUCH

Hinch a Higman (2001) definují sportovní cestovní ruch jako *„sportovně založené cesty mimo domácí prostředí na omezenou dobu, kde sport je charakterizován jednoznačnými pravidly, fyzickou zdatností a hravým charakterem“*.

Podle Hince a Higmana (2001) se však častěji pro sportovní cestovní ruch používá definice Standevena a DeKnopa (In: SMITH, STEWART, 1999): *„Všechny formy aktivní i pasivní účasti na sportovní činnosti, účasti na oficiálních či neoficiálních, komerčních či nekomerčních akcích, kde je nutné vycestovat z domácího či pracovního prostředí“*.

Rytířová (2018) shrnula sportovní cestovní ruch takto: *„tělesná činnost, která si klade za cíl rozvoj tělesné i psychické kondice, společenských vztahů a upevňování zdraví odehrávající se během přechodné doby mimo běžné životní prostředí účastníka“*.

Podle Schwartzhoffové (2010:105) *„je sportovní cestovní ruch zaměřen na aktivní nebo pasivní účast ve sportovních aktivitách, na nichž probíhá formálním nebo neformálním způsobem z komerčních či nekomerčních důvodů, které vyžadují cestovat mimo trvalé bydliště nebo pracoviště. Jeho posláním je vyplňovat volný čas pohybovými aktivitami, zejména těmi sportovně-rekreačními.“*

Všechny tyto definice mají společné prvky: účastník cestuje ze svého obvyklého bydliště za účelem sportovní činnosti, ať už jako aktivní či pasivní účastník, bez ohledu na to, zda se jedná o individuální či organizovanou sportovní činnost. Lehce se od sebe odlišují ve formulaci sekundárního motivu cesty – Rytířová uvádí rozvoj tělesné i psychické kondice a společenských vztahů. Podobně i Schwartzhoffová uvádí, že

účastníci vyplňují volný čas zejména sportovně-rekreačními. Naopak Hinch a Higman a Standeven a DeKnop se sekundárním motivem nezabývají a je pro ně důležitý prvek organizovaného sportu.

Schwartzhoffová (2010) také sumarizovala nejčastější druhy sportovního cestovního ruchu, a to následovně:

- domácí sportovní turismus je cesta delší jednoho dne přesahující vzdálenost 40 km od bydliště a zahraniční sportovní cestovní ruch je cestou do cizí země za účelem sportu, ať už jako aktivní či pasivní účastník,
- výkonnostní a závodní sportovní turismus. Osoby, mající sport jako zaměstnání (atleti, trenéři, maséři, doprovodný tým...), cestují za účelem účasti na závodech, soustředěních apod.,
- rekreační a relaxační sportovní turismus. Typické jsou rekreační sporty během dovolené např. rafting, golf nebo horolezectví. Může se jednat o sporty, které dotyčný provozuje příležitostně, právě během dovolené. Vyžadují však určitou míru sportovních dovedností a nabízejí možnost zážitku. Sporty se mohou dále členit podle prostředí (vodní, mořské, vzdušné...) nebo ročního období (letní a zimní),
- diváctví na sportovních akcích. Turisté cestují na sportovní akce mimo své bydliště, doma či v zahraničí, aby se jich účastnili jako diváci. Provozují tzv. pasivní sportovní cestovní ruch. Tento typ lze označit také jako *event tourism*, tj. cestování za účelem účasti na akci, ať aktivně (jako sportovec) či pasivně (jako divák).

Trochu odlišně klasifikovali sportovní cestovní ruch Weed a Bull (in Malcolm, 2008). Ti ho rozdělili na pět typů:

- sportovní turismus se sportovním obsahem, kdy sport není hlavním motivem/účelem cesty, ale vedlejším,
- účastnický sportovní turismus je cestováním za účelem sportovní dovolené,
- tréninkový sportovní turismus, kde hlavním účelem cesty je sportovní trénink či instruktáž a nezáleží na tom, zda se jedná o víkendový kurz horolezectví či profesionální soustředění národní reprezentace v hokeji,
- sportovní eventy. Hlavním motivem cesty je účast na sportovní události buď jako aktivní sportovec/realizační tým, či jako divák,

- luxury sport tourism. Zde se nejedná o konkrétní typ aktivity, ale spíše o kvalitu ubytovacího a sportovního zařízení/vybavení. V tomto případě účastníci preferují vysoce kvalitní až luxusní zařízení.

Higham (2004) rozděluje sportovní cestovní ruch na další druhy podle orientace. V rámci volnočasového cestování definuje event sport turismus – cesty za účelem účasti na sportovní akci, kulturní dědictví – návštěva sportovních síní slávy a muzeí, např. Mezinárodní olympijské muzeum v Lausanne, *fantasy sport camps* – tréninkové kempy se sportovními hvězdami, *sport cruising* – provozování sportu na výletní lodi, *outdoor and adventure travel* – spojení cestování a adrenalinových sportů a zdravotní a wellness turismus – turisté kombinují lehkou sportovní aktivitu a wellness. Mezi business cesty řadí cesty členů sportovních organizací, cesty sportovních týmů a individuální cestovatele (dále rozdělení podle věku) a vzdělávací cesty – např. rekvalifikace, certifikace trenérů/rozhodčích...

3.2.1 CHARAKTERISTIKA SPORTOVNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICĚ

Charakteristika sportovního cestovního ruchu v České republice se spíše zaměřuje na jeho potenciál v jednotlivých lokalitách. „*Potenciál cestovního ruchu je chápán jako formalizovaný výsledek zhodnocení co možná nejkompexnějšího okruhu lokalizačních podmínek a předpokladů pro další možný rozvoj cestovního ruchu*“ (Bína, 2002:1). Existují tři hlavní formy lokalizačních podmínek (Bína, 2002):

- vhodnost krajiny pro určitou aktivitu cestovního ruchu, např. pro zimní sporty, vodní turistiku, cykloturistiku...
- lidmi vytvořené atraktivity, např. kulturně-historické památky, muzea, skanzeny...
- kulturní, sportovní a jiné akce, které zvyšují návštěvnost lokalit.

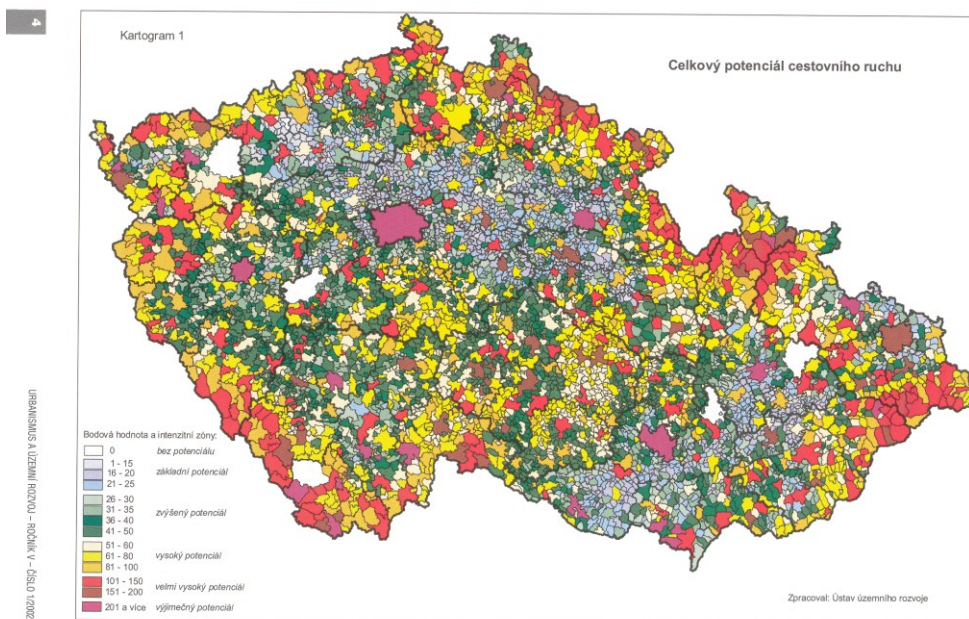
Podle Páskové (2014, s. 184) *lokalizační předpoklady vyjadřují atraktivnost destinace slouží zejména k podchycení potenciálu území pro rozvoj, predikci dalšího vývoje destinace a vymezení vhodných typů cestovního ruchu, systému preferencí aktivit cestovního ruchu, ekonomicky i ekologicky provozovatelných na daném území.*

Bína (2002) také rozděluje potenciál cestovního ruchu na dva subsystémy: přírodní a kulturní a na základě toho hodnotí potenciál v jednotlivých lokalitách. Podle jeho studie pouze dvě obce v ČR (Otvice a Strupčice) jsou hodnoceny jako bez potenciálu pro cestovní ruch, 7 obcí, které patří mezi vojenské újezdy do výsledků nezahrnuje a jinak

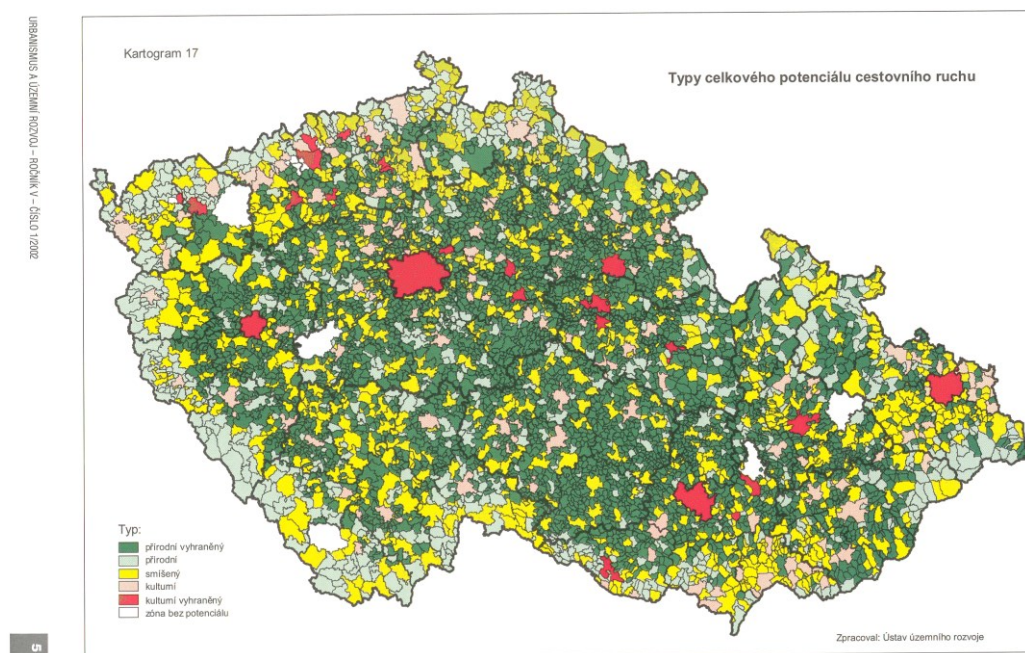
tedy 99,9 % obcí České republiky vykazuje vhodnost alespoň pro jednu aktivitu cestovního ruchu na základním stupni. Obrázek 1 zobrazuje celkový potenciál cestovního ruchu jednotlivých obcí podle bodových hodnot, získaných během měření. Rozděluje oblasti na oblasti bez potenciálu, se základním potenciálem, se zvýšeným potenciálem, s vysokým potenciálem, s velmi vysokým potenciálem a s výjimečně vysokým potenciálem. Příkladem oblasti s výjimečně vysokým potenciálem jsou velká města jako Praha, Plzeň a Brno. Vysoký potenciál pro cestovní ruch má velká část Jihočeského kraje a Šumavy.

Pásková (2014, s. 185) poukazuje na to, že „jako většina geografických jevů je potenciál cestovního ruchu nerovnoměrně – krajně asymetricky – rozložen (míst s vysokým potenciálem je velmi málo, s klesajícím potenciálem počet destinací roste), a proto dochází ke značné koncentraci návštěvnosti do destinací s nejvyšším potenciálem cestovního ruchu. Fenomén cestovního ruchu je koncentrován ještě ve větší míře, neboť přirozený vysoký potenciál destinací je posilován kumulací kapitálu cestovního ruchu, tj. kontinuální péčí o primární zdroje, budováním sekundárních zdrojů (infrastruktury cestovního ruchu) a rozvojem terciárních, příp. kvartérních zdrojů (management a výzkum cestovního ruchu). Tyto kumulační mechanismy lze charakterizovat jako určitý typ pozitivní zpětné vazby destinačního prostředí. Proto jsou aktivity cestovního ruchu koncentrovány ještě ve větší míře než potenciál území pro rozvoj cestovního ruchu. V místech nejvyšší koncentrace cestovního ruchu tedy zákonitě potenciál území pro rozvoj cestovního ruchu převyšuje jeho kapacitu tento rozvoj unést.“

Obrázek 2 znázorňuje typy potenciálu cestovního ruchu v České republice. Typy jsou rozděleny na přírodní vyhraněný, přírodní, smíšený, kulturní, kulturní vyhraněný a zóny bez potenciálu. Z obrázku je patrné, že Česká republika i konkrétně Jižní Čechy disponují především přírodním potenciálem pro cestovní ruch, což je vhodné pro rozvoj zejména sportovního cestovního ruchu, např. cykloturistiku, pěší, lyžařskou anebo vodní turistiku.



Obrázek 1: Celkový potenciál cestovního ruchu, zdroj: Bína 2002, str. 4



Obrázek 2: Typy celkového potenciálu cestovního ruchu, zdroj: Bína, 2002, str. 5

3.2.2 VÝZNAM SPORTOVNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU PRO DESTINACI

Sportovní turismus se stal v posledních letech jedním z nejrychleji rostoucích sektorů cestovního ruchu. Díky tomu má významné sociálně-kulturní, zdravotní,

environmentální a ekonomické dopady na destinaci. Jak sportovní akce, tak sportovci samotní přispívají ekonomickému růstu měst, regionů i státu. Může zrychlovat podíl příjmů z cestovního ruchu na HDP, protože „sportovní zařízení, aktivity, místa a akce generují návštěvníky odjinud a tito pak dále generují ekonomický benefit v daném místě prodeje. Konkrétně prodeje ubytování, stravování, dárků, vstupného a ostatní výdaje v zařízeních jako nájemné, jízdné apod.“ (Weed, 2008: 377), kromě toho sportovní akce generují i příjem od sponzorů a médií.

Sport a sportovní akce zlepšují image a zvyšují hodnotu dané destinace. Některé destinace jsou známé právě díky pravidelně se opakující akci, např. Nové Město na Moravě je známé díky Světovému poháru v biatlonu, Pardubice díky dostihům Velká Pardubická, New York díky US Open, Londýn díky Wimbledonu, Barcelona díky fotbalovému klubu FC Barcelona atd. Sportovní akce vyžadují kvalitní infrastrukturu, sportovní zázemí, funkční hromadnou dopravu, parkovací zóny, parky, ubytovací a stravovací zařízení (Schwartzhoffová, 2010). Na jednu stranu jsou sportovní akce výhodné i pro místní obyvatele, protože jsou motivací pro vybudování, potažmo zkvalitnění infrastruktury. Z dlouhodobého hlediska špatně řízené akce mohou být i nebezpečné z důvodu nekontrolovatelného přílivu návštěvníků a může dojít až k overturismu. Z toho vyplývá, že je potřeba podporovat cestovní ruch v destinaci a řídit ho, tak aby byl udržitelný.

3.3 CHARAKTERISTIKA VYBRANÉHO REGIONU: JIŽNÍ ČECHY

Turistický region Jižní Čechy se rozkládá přes oblast Jihočeského kraje a částečně přesahuje i do Středočeského kraje. Je rozdělen na devět menších turistických oblastí (viz Obrázek 3) – Šumavsko, Písecko-Blatensko, Toulava (přesahující do Středočeského kraje), Česká Kanada, Třeboňsko, Novohradsko – Doudlebsko, Budějovicko, Český Krumlov region, Lipensko a uzavřený vojenský prostor Boletice. Cestovní ruch je zastřešován Jihočeskou centrálou cestovního ruchu a certifikovanými DMO v každém z devíti regionů (JCCR, 2022).

Podle dat ČSÚ zpracovaných JCCR (2023) je v Jižních Čechách celkem 1368 HUZ, celková návštěvnost kraje v roce 2022 činila 1 468 426 osob, bylo uskutečněno přes 4,22 mil přenocování a průměrná délka pobytu byla 2,9 noci, přičemž přes 80 % podílu návštěvníků tvořili rezidenti České republiky. Z toho vyplývá, že meziročně se návštěvnost kraje zvýšila o více než 350 tis. návštěvníků. Více porovnání v následující tabulce.

Rok	Počet návštěvníků v HUZ	Počet přenocování
2015	1 342 000	3 644 147
2016	1 447 000	3 962 667
2017	1 562 000	4 018 639
2018	1 727 000	4 350 666
2019	1 789 000	4 475 809
2020	1 120 000	3 390 178
2021	1 116 000	3 349 393
2022	1 468 000	4 220 523

Tabulka 1: Porovnání návštěvnosti v HUZ a počet přenocování v HUZ v Jižních Čechách v letech 2015-2022. Zdroj: JCCR, 2023; vlastní zpracování

Vzrůstající tendence návštěvnosti i počtu přenocování se po letech restrikcí z důvodu pandemie Covid-19 opět vrací do před covidových let, avšak zatím nedosahuje čísel roku 2018-2019.

Podle statistiky návštěvnosti turistických cílů v regionu v roce 2020 Stezku korunami stromů Lipno v oblasti Lipenska navštívilo přes 238 tis. návštěvníků. Následovala ji Jihočeská zoologická zahrada Hluboká nad Vltavou s návštěvností přes 201 tis. osob. Třetím nejnavštěvovanějším turistickým cílem v roce 2020 byl Státní hrad a zámek Český Krumlov s návštěvností přes 196 tis. Čtvrtým turistickým cílem, který převýšil hranici návštěvnost 100 tis. je Státní zámek Hluboká nad Vltavou s cca 191 tis. návštěvníků. Do TOP 5 cílů Jižních Čech se s výrazným rozdílem v návštěvnosti dostala ještě Zoo Tábor s téměř 80 tis. návštěvníky (JCCR², 2023).

Následující podkapitoly shrnují hlavní atraktivity cestovního ruchu a současný stav jednotlivých turistických oblastí.



Obrázek 3: Turistické oblasti Jižních Čech. Zdroj: JCCR, 2022

3.3.1 BUDĚJOVICKO

Budějovicko, resp. Českobudějovicko-Hlubocko zahrnuje celkem 39 měst a obcí. Z Obrázků 3 a 4 je patrné, že turistická oblast neodpovídá okresu České Budějovice, a proto nelze úplně použít přesné statistiky např. Českého statistického úřadu. Největším městem jsou České Budějovice s celkovou populací necelých 93,5 tis. obyvatel, dále Týn nad Vltavou s 7,8 tis. a Hluboká nad Vltavou s necelými 5,5 tis. obyvatel (ČSÚ¹, 2023). Hlavním lákadlem Budějovicka je řeka Vltava, ta je velmi oblíbenou pro vodáckou turistiku, dokonce České Budějovice plánují výstavbu nového sportovního a volnočasového areálu na jejím břehu (České Budějovice, 2023). Z hlediska kulturně-historického cestovního ruchu může Budějovicko nabídnout historické centrum Českých Budějovic nebo zámek Hluboká nad Vltavou (JCCR, 2022). Celkem nabízí Budějovicko 135 HUZ s kapacitou 7 180 lůžek a 1 075 míst pro karavany a stany. V roce 2021 zde bylo uskutečněno 165 026 příjezdů s 360 174 přenocováními. Průměrná délka pobytu byla 3,18 dní (CzechTourism, 2022).



Obrázek 4: Mapa Budějovická - žlutá oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023

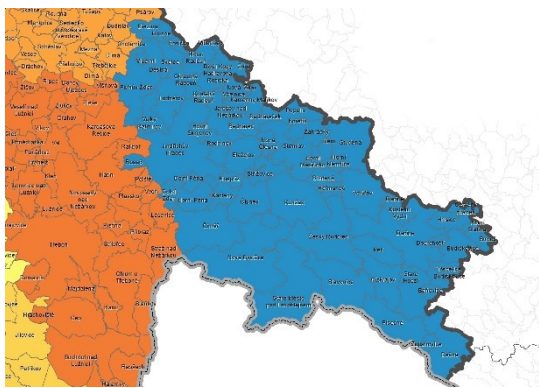
TOP 10 nejnavštěvovanějších turistických cílů Budějovicka jsou (i s návštěvností v roce 2020) (JCCR, 2023²):

- Jihočeská zoologická zahrada Hluboká nad Vltavou – 201 489 návštěvníků
- Státní zámek Hluboká nad Vltavou – 191 460 návštěvníků
- Plavební komory na Stezce Vltavy (Kořensko-České Vrbné) – 47 613 návštěvníků
- Jaderná elektrárna Temelín – 33 753 návštěvníků
- Historická budova Jihočeského muzea v Českých Budějovicích – 30 895 návštěvníků
- Městská plovárna Týn nad Vltavou – 24 772 návštěvníků
- Alšova jihočeská galerie Hluboká nad Vltavou – 23 120 návštěvníků

- Černá věž – 22 133 návštěvníků
- Plavby Týn nad Vltavou – 16 500 návštěvníků
- Otáčivé hlediště Týn nad Vltavou – 6 000 návštěvníků

3.3.2 ČESKÁ KANADA

Česká Kanada se rozkládá na východní části Jihočeského kraje přes oblasti Jindřichohradecka a Dačicka, kromě toho se zde nachází přírodní park Česká Kanada nebo zámek Červená Lhota a zahrnuje přes 50 obcí, viz Obrázek 5 (JCCR, 2022). Celkem se v České Kanadě nachází 144 HUZ s kapacitou 6604 lůžek a 1237 míst pro karavany a stany. V roce 2021 navštívilo Českou Kanadu 99 426 turistů, kteří uskutečnili 282 791 přenocování. Průměrná délka pobytu činila 3,84 dnů. V roce 2021 žilo v České Kanadě téměř 60 tis. obyvatel (CzechTourism, 2022). Téměř 50 % obyvatel regionu žije ve dvou největších městech České Kanady. V Jindřichově Hradci žije cca 36 % obyvatel regionu a v Dačicích cca 12,5 % obyvatel. Z hlediska kulturně-historického cestovního ruchu může region nabídnout Státní hrad a zámek Jindřichův Hradec, Státní zámek Červená Lhota nebo Dačice a celou řadu muzeí či technických památek. V rámci sportovního cestovního ruchu nabízí Česká Kanada hustou síť turistických tras, téměř 270 km naučných stezek, 3 lyžařské areály (malé rozlohy), přes 130 km běžkařských tras, plovárny, golfová a disk golfová hřiště a jiná hřiště (Česká Kanada, 2018).



Obrázek 5: Mapa České Kanady - modrá oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023

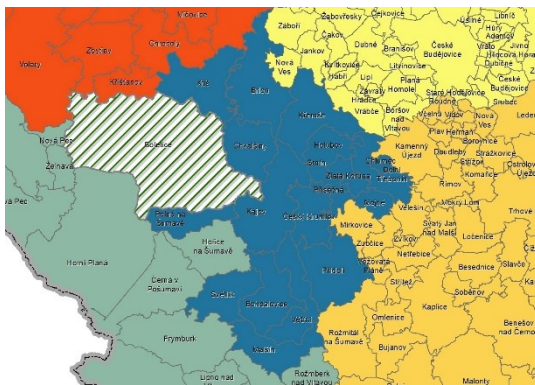
TOP 10 nejnavštěvovanějších turistických cílů České Kanady, dle návštěvnosti v roce 2020 (JCCR², 2023):

- Státní hrad Landštejn – 52 731 návštěvníků
- Státní zámek Červená Lhota – 52 448 návštěvníků
- Státní hrad a zámek Jindřichův Hradec – 52 321 návštěvníků
- Rozhledna a lesopark U Jakuba – 48 838 návštěvníků

- Muzeum Jindřichohradecka – 36 753 návštěvníků
- Státní zámek Dačice – 10 524 návštěvníků
- Městské muzeum a galerie Dačice – 7 459 návštěvníků
- Muzeum fotografie a moderních obrazových médií, o. p. s. Jindřichův Hradec – 4 722 návštěvníků
- Pevnostní areál Slavonice – 4 662 návštěvníků
- Letecké muzeum Deštná – 3 341 návštěvníků

3.3.3 ČESKÝ KRUMLOV REGION

Český Krumlov region je nejmenším turistickým regionem Jižních Čech (JCCR, 2022). Zahrnuje 19 měst a obcí (ckrumlov.info, 2022), s celkem 31,5 tis. obyvateli (CzechTourism, 2022). V roce 2021 nabízel region 163 HUZ s celkovou kapacitou 5 226 lůžek a 1731 míst pro karavany a stany. V témže roce bylo uskutečněno 140 995 příjezdů a 280 871 přenocování. V průměru turisté v regionu přetrvávali 2,99 dnů (CzechTourism, 2022). Jeho dominantou je historické centrum a Státní hrad a zámek Český Krumlov, který je uvedený na Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO (ckrumlov.info, 2022). Z přírodního, sportovního, ale i technického hlediska je lákadlem rozhledna Klet', vedle které se nachází jedna z nejvýznamnějších astronomických observatoří v České republice. Observatoř Klet' je nejvýše položená hvězdárna v Čechách a je světově známá díky výzkumu planetek a komet (Klet.cz, 2023). Kromě toho je Český Krumlov velkým motivem pro jedno i vícedenní plavby po Vltavě.



Obrázek 6: Mapa regionu Český Krumlov – modrá oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023

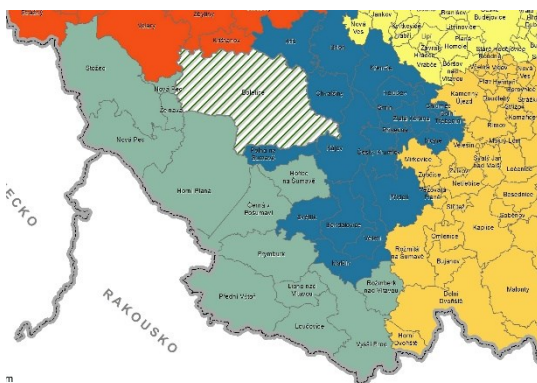
V regionu Český Krumlov je pouze 5 statisticky sledovaných turistických cílů (JCCR², 2023):

- Státní hrad a zámek Český Krumlov – 196 390 návštěvníků
- Klášter Český Krumlov – 45 700 návštěvníků

- Museum Fotoateliér Seidel – 9 604 návštěvníků
- Regionální museum v Českém Krumlově – 5 596 návštěvníků
- Grafitový důl – nesděluje JCCR data

3.3.4 LIPENSKO

Lipensko se vymezuje vodní nádrží Lipno a šumavskými hraničními hřebeny (JCCR, 2022). Jedná se o oblast velmi oblíbenou právě pro sportovní cestovní ruch. Nachází se zde skiareál, několik stovek kilometrů cyklostezek vhodné i pro bruslení, a vodní nádrž nabízí řadu vodních aktivit, od rybaření až po plachtění (Lipensko.cz, 2022). V roce 2021 se v oblasti Lipenska uskutečnilo 217 987 příjezdů a 695 736 přenocování, průměrná délka pobytu byla 4,19 dnů. V tom samém roce se v regionu nacházelo 217 HUZ s celkem 11 465 lůžky a 2 488 místy pro karavany a stany. Lipensko zahrnuje 9 obcí s celkem 11 263 obyvatel (CzechTourism, 2022). Jedná se o nejméně lidnatou turistickou oblast Jižních Čech, která však, díky svým atraktivitám dosahuje nejvyššího počtu příjezdů a přenocování.



Obrázek 7: Mapa Lipenska – zelená oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023

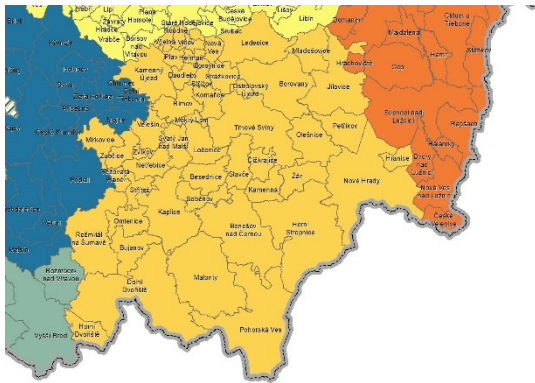
Na Lipensku je podle JCCR² (2023) celkem 11 atraktivit, z toho ke třem nejsou dostupná data o návštěvnosti, konkrétně se jedná o Hořické pašijové divadlo Hořice na Šumavě, Maria Rast am Stein, což je Kaple Spočinutí Panny Marie na konci křížové cesty z Vyššího Brodu a Stožecká kaple. Zbylé atraktivity jsou:

- Stezka korunami stromů Lipno – 238 830 návštěvníků
- Státní hrad Rožmberk – 50 866 návštěvníků
- Vítkův Hrádek – 20 000 návštěvníků
- Cisteriánský klášter Vyšší Brod – 17 000 návštěvníků
- Poštovní muzeum Vyšší Brod – 6 000 návštěvníků
- Památník – rodný dům Adalberta Stiftera Horní Planá – 2 000 návštěvníků

- Schwanzerberský plavební kanál – 1 000 návštěvníků
- Vodní elektrárna Lipno – 200 návštěvníků

3.3.5 NOVOHRADSKO-DOUDLEBSKO

Oblast Novohradsko-Doudlebska je charakteristická Novohradskými horami s hlubokými lesy a řekou Malše. Je rozdělena na podoblasti Benešovsko, Besednicko, Borovansko, Doudlebsko, Kaplicko, Novohradsko, Poluška, Trhvosvinensko a Velešínsko (novohradsko-doudlebsko.cz, 2022). Sdružuje 51 obcí s více jak 53 tis. obyvatel. V roce 2021 bylo v oblasti uskutečněno 38 717 příjezdů a 113 535 přenocování, průměrná délka pobytu byla 3,93 dnů. Celkem v regionu fungovalo v roce 2021 66 HUZ s kapacitou 2 633 lůžek a 634 míst pro karavany a stany (CzechTourism, 2022).



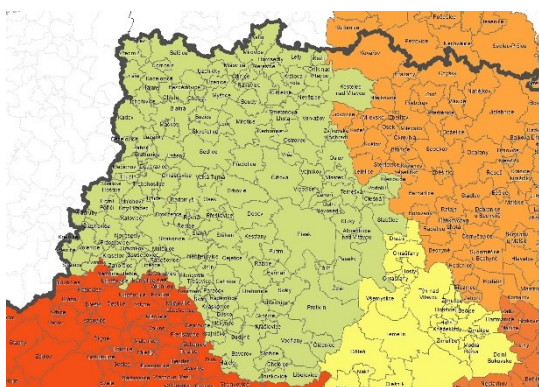
Obrázek 8: Mapa Novohradsko-Doudlebska – oranžová oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023

V oblasti Novohradsko-Doudlebsko lze najít následující turistické cíle (s návštěvností z roku 2020 dle JCCR², 2023):

- Zoo Dvorec – 55 900 návštěvníků
- Hrad Nové Hrady – 16 857 návštěvníků
- Tvrz Žumberk u Nových Hradů – 15 300 návštěvníků
- Památník Jana Žižky z Trocnova – 10 520 návštěvníků
- Hrad Pořešín – 10 000 návštěvníků
- Klášter Borovany – 7 736 návštěvníků
- Buškův hamr – 3 992 návštěvníků
- Galerie Krampus – 2 507 návštěvníků
- Skanzen železné opony Nové Hrady – 2 266 návštěvníků
- Hrobka Buquyoů – 1 309 návštěvníků
- Muzeum Koněspřežky Bujanov – 400 návštěvníků

3.3.6 PÍSECKO-BLATENSKO

V oblasti Písecko-Blatenska lze najít protékající řeky Otavu a Vltavu, hrad Zvíkov, zámek i vodní nádrž Orlík, historická město Písek, s nejstarším mostem v Česku, a Blatná nebo blatenské rybníky (JCCR, 2022). Turistická oblast je tvořena 75 obcemi (Píseckem, 2019), kde žije více jak 121,5 tis. obyvatel. V roce 2021 bylo v regionu 138 HUZ s kapacitou 9 221 lůžek a 1 865 míst pro karavany a stany. Bylo zde uskutečněno 107 788 příjezdů a 349 993 přenocování. Průměrná délka pobytu činila 4,25 dní (CzechTourism, 2022).



Obrázek 9: Mapa Písecko-Blatenska – zelená oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023

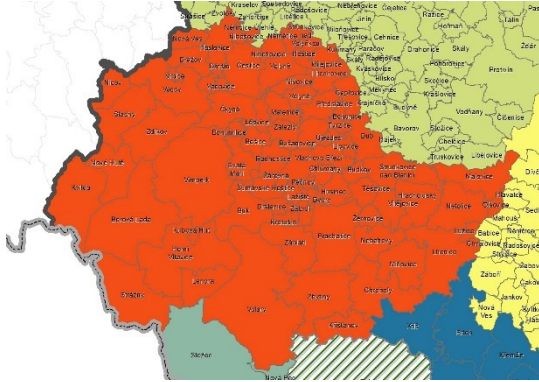
V oblasti Písecka-Blatenska se nachází celá řada kulturně-historických atraktivit. Níže je uvedeno TOP 10 nejnavštěvovanějších z nich dle JCCR² (2023):

- Rozhledna Jarník – 32 600 návštěvníků
- Sladovna Písek – 32 300 návštěvníků
- Státní hrad Zvíkov – 31 717 návštěvníků
- Zámek Orlík – 25 745 návštěvníků
- Zámek Blatná – 23 639 návštěvníků
- Zámek Lnáře – 15 693 návštěvníků
- Prácheňské muzeum v Písku – 14 300 návštěvníků
- Akvárium Orlík – 12 500 návštěvníků
- Lodní doprava Quarter – 5 100 návštěvníků
- Sedlická krajka – 3 800 návštěvníků

3.3.7 ŠUMAVSKO

Šumavsko se skládá z jihočeské Šumavy a jihočeského Pošumaví. Nejedná se pouze o oblast národního parku a chráněné krajinné oblasti Šumava. Lze zde pozorovat krásnou přírodní a zemědělskou krajinu s kopci a horskými hřebeny a řekami (sumavsko.cz,

2022). Turistická oblast se rozkládá na ploše o rozloze 1007 km², zahrnuje více jak 50 obcí s téměř 52 tis. obyvatel. V regionu bylo v roce 2021 191 HUZ s kapacitou 6 842 lůžek a 1 839 míst pro karavany a stany. Do těchto HUZ bylo uskutečněno 100 986 příjezdů, 307 316 přenocování a průměrná délka pobytu činila 4,04 dní (CzechTourism, 2022).



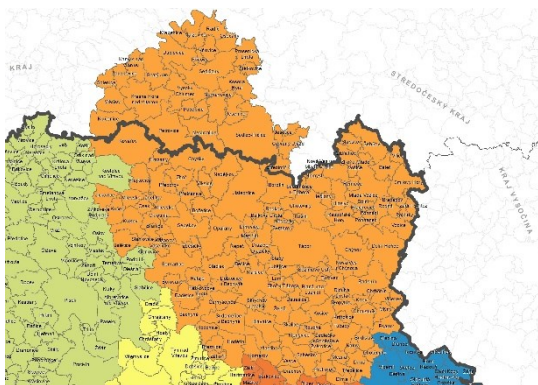
Obrázek 10: Mapa Šumavska – červená oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023

Na Šumavsku není mnoho turistických cílů kulturně-historického charakteru a jejich návštěvnost v roce 2020 byla velmi nízká, což odpovídá tomu, že oblast je vhodnější pro sportovní cestovní ruch. Dle JCCR² (2023) lze zde nalézt:

- Muzeum české loutky a cirkusu – 5 053 návštěvníků
- Prachatické muzeum – 4 930 návštěvníků
- Státní zámek Vimperk – 3 553 návštěvníků
- Centrum Jana Husa – 3 270 návštěvníků
- Galerie O. H. Hajeka – 44 návštěvníků
- Muzeum venkovského života LIVA Předslavice – 0 nebo bez údajů
- Věž kostela sv. Jakuba Většího – 0 nebo bez údajů
- Židovská synagoga v Čkyni – 0 nebo bez údajů

3.3.8 TOULAVA

Toulava je jediný turistický region, který překračuje hranice Jihočeského kraje a zasahuje do Středočeského kraje. Údolí řeky Lužnice, historické město Tábor a zříceniny... díky této krajině dostala oblast název Toulava, protože je stvořená k toulání (JCCR, 2022). Toulava se rozkládá na území o ploše 2243,2 km², zahrnuje přes 160 měst a obcí (Vaníček, Šíp, 2014) a žije zde přes 141 tis. obyvatel (CzechTourism, 2022). V turistické oblasti bylo v roce 2021 funkčních 185 HUZ s kapacitou 10 816 lůžek a 2 131 míst pro karavany a stany. Bylo zde uskutečněno 149 324 příjezdů a 546 486 přenocování, průměrná délka pobytu byla 4,66 dní (CzechTourism, 2022).



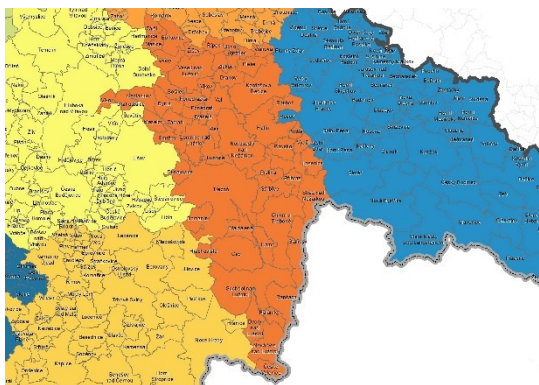
Obrázek 11: Mapa Toulavy – oranžová oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023

Toulava patří svou rozlohou mezi největší podoblasti Jižních Čech a dokazuje to i množstvím kulturně-historických turistických cílů. Níže je uvedeno TOP 10 dle návštěvnosti z roku 2020 podle JCCR² (2023):

- Zoo Tábor – 79 835 návštěvníků
- Husitské muzeum v Táboře – 42 728 návštěvníků
- Muzeum čokolády a marcipánu – 33 591 návštěvníků
- Chýnovská jeskyně – 26 751 návštěvníků
- Hrad Choustník – 16 545 návštěvníků
- Rozhledna Hýlačka – 15 991 návštěvníků
- Muzeum LEGA Tábor – 15 778 návštěvníků
- Kozí Hrádek – 12 693 návštěvníků
- Věž Kotnov a Bechyňská brána – 9 796 návštěvníků
- Zámek Bechyně – 8 000 návštěvníků

3.3.9 TŘEBOŇSKO

Třeboňsko je typické rybníky, kapry, ale také cyklistikou, lázeňstvím nebo biosférickou rezervací UNESCO (regiontrebonsko.cz, 2022). Turistická oblast v současné době sdružuje 20 obcí s obyvatelstvem přes 40,5 tis. osob. V roce 2021 v TO fungovalo 191 HUZ s kapacitou 8 018 lůžek a 2 375 míst pro karavany a stany. Bylo zde uskutečněno 142 801 lůžek a 595 363 přenocování. Průměrná délka pobytu byla 5,17 dní, jedná se o nejdelší průměrnou délku pobytu v Jižních Čechách (CzechToursim, 2022).



Obrázek 12: Mapa Třeboňska – tmavě oranžová oblast. Zdroj: JCCR.cz, 2023

A na závěr podkapitol je zde uvedena návštěvnost z roku 2020 kulturně-historických turistických cílů Třeboňska (JCCR², 2023):

- Státní zámek Třeboň- 36 542 návštěvníků
- Schwarzenberská hrobka – 32 765 návštěvníků
- Věž staré radnice – 22 409 návštěvníků
- Dům přírody Třeboňska – 8 059 návštěvníků
- Třeboň v marcipánu – 7 655 návštěvníků
- Dům Štěpána Netolického – 5 865 návštěvníků
- Galerie buddhistického umění ve vodárenské věži – 2 092 návštěvníků
- Prohlídka divadla J. K. Tyla – 517 návštěvníků

3.4 DESTINAČNÍ MANAGEMENT

Destinační management se v posledních přibližně 15-20 letech skloňuje v kruzích cestovního ruchu více a více. Destinační management vznikl v době globalizace a sílícím vlivu turismu v destinacích, jako nástroj řízení nabídky a poptávky v destinacích/regionech, tak aby podniky cestovního ruchu tvořily vzájemnou konkurenci, ale zároveň se navzájem neničily, ale kooperovaly (Metelková, 2005).

Před definicí destinačního managementu, je potřeba definovat pojem destinace. Destinace cestovního ruchu je, dle Výkladového slovníku cestovního ruchu (Pásková, Zelenka, 2002) „*cílová oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu v širším slova smyslu země, regionu, lidská sídla a další oblasti, typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejíchž výsledkem je dlouhodobá koncentrace návštěvníků*“. Destinaci můžeme tedy chápat jako soubor poskytovatelů služeb cestovního

ruchu, kteří jsou v symbióze s vnějším okolím (přírodní podmínky, ekonomické, politické a sociální aspekty...), tak že tvoří „produkt cestovního ruchu“.

Nyní lze definovat i destinační management. Ten je Výkladovým slovníkem cestovního ruchu (Pásková, Zelenka, 2002) definován jako *„soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci“*. Jak je uvedeno výše, destinace je produktem cestovního ruchu a produkty si navzájem konkurují, analogicky z toho vyplývá, že i jednotlivé destinace si konkurují a snaží se získat návštěvníky jiných destinací. Řízením destinace, jejího marketingu, kooperací jednotlivých subjektů a strategickým plánováním (mimo jiné) vzniká efektivní způsob, jak zvýšit návštěvnost destinace a vytěžit z cestovního ruchu maximum potenciálu. V podstatě je možné, představit si destinaci jako firmu, jejíž vedení = kancelář destinačního managementu (nebo také společnost destinačního managementu, turistická organizace, destinační společnost), se snaží dosáhnout svých cílů jako např. maximalizace zisku, maximalizace obrátu, dominantní postavení na trhu a jiné. Zásadní rozdíl je v tom, že destinační management funguje na více úrovních – národní i mezinárodní a s jinými cíli, např. zvýšení návštěvnosti, dosažení určité návštěvnosti ve vybrané části sezóny apod. Na národní úrovni si regionální destinace konkurují, ale na mezinárodní úrovni ty samé destinace potřebují kooperovat, protože jejich konkurencí je jiný stát. Názorným příkladem jsou lyžařská střediska v Rakousku, která si konkurují mezi sebou na národní úrovni, ale na mezinárodní úrovni potřebují spolupracovat, protože jejich konkurencí jsou Švýcarská či Italská lyžařská střediska. Primárním cílem rakouského destinačního managementu by mělo být, aby si turista vybral jako destinaci Rakousko, a to do kterého rakouského střediska finálně pojedou už je sekundární. Proto existují dvě úrovně destinačních kanceláří (provádějící destinační management dané oblasti). Na příkladu České republiky je CzechTourism, dříve Česká centrála cestovního ruchu, primární „destinační společnost“, která mimo jiné provozuje jak destinační management a marketing České republiky směrem k zahraničním trhům, tak i k domácímu trhu (Kudyznudy.cz) a spolupracuje s jednotlivými regionálními centrály cestovního ruchu (např. Jihočeská centrála cestovního ruchu) a i s destinačními kanceláři menších regionů (CzechTourism, 2020).

3.5 UDRŽITELNÝ ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU

Kompletní historický vývoj udržitelného rozvoje a environmentální ekonomie není pro účely této práce natolik zásadní, aby tu byl uveden. Některá fakta je však vhodné uvést v souvislostech. Proto je zde uvedeno pár základních událostí, které tomuto oboru přecházely. 2. světová válka a poválečný hospodářský vývoj zapříčinily v 2. polovině 20. století rozvoj diskuze na téma životní prostředí a jeho budoucí vývoj. Diskuze se rozvinula natolik, že se v roce 1972 schází 1. celosvětový summit o životním prostředí ve Stockholmu pod hlavičkou OSN, který se od té doby koná každých 10 let. Jedná se o summit, po kterém dochází ke vzniku environmentální politiky (např. administrativní nástroje na ochranu životního prostředí – emisní limity, limity na znečišťování vody a půdy...) a environmentální ekonomie, která přichází s teorií tržního selhání ve formě záporných externalit. Následuje diskuze o globálních problémech životního prostředí (ubývající ozón...) až vzniká otázka, jak harmonizovat ekonomický rozvoj s potřebou zdravého lidského vývoje. To vede ke vzniku Komise OSN pro životní prostředí a rozvoj v roce 1983 (Dvořák, 2014). Ta ve své zprávě „Our common future“ z roku 1987 definuje pojem udržitelný rozvoj jako *„takový ekonomický a sociální rozvoj, který umožňuje uspokojovat současným generacím jejich potřeby takovým způsobem, aniž by přitom byla narušena schopnost generací budoucích uspokojovat jejich potřeby“* (In: Dvořák, 2014). Definice udržitelného rozvoje existuje celá řada, avšak český právní řád jej definuje následovně: *„trvale udržitelný rozvoj společnosti je takový rozvoj, který současným i budoucím generacím zachovává možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby, a přitom nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystému“* (zák. 17/1992 Sb, §6). Jinými slovy se současná generace má chovat a rozvíjet tak, aby budoucí generace měla stejné přírodní možnosti jako ta současná.

Převede-li se definice udržitelného rozvoje do souvislosti s cestovním ruchem, měl by cestovní ruch být takový, že současná generace čerpá turistické zdroje (destinace) tak, aby se tyto zdroje (destinace) pro budoucí generace nesnižovaly či neznehodnocovaly. V dnešní době, kdy cestování a cestovní ruch zažívá boom (pomine-li se období pandemie Covid-19), dochází v mnoha turistických destinacích k tzv. „overturismu“ neboli nadměrný či masový cestovní ruch, je třeba udržitelný cestovní ruch projednávat a rozvíjet ještě více. Overturismus vzniká v důsledku nekontrolovaného a samovolného rozvoje cestovního ruchu v destinaci, kdy se např. z téměř turisticky nerozvinuté destinace stane velmi oblíbená a navštěvovaná destinace až do takové míry, že si místní

obyvatelé na turisty stěžují a nechtějí je tam, důsledkem, čehož vzniká vylidnění historických center místním obyvatelstvem. Obecným cílem udržitelného rozvoje cestovního ruchu je právě zamezit overturismu a devastaci přírodní oblasti/historické památky/destinace. Proto se tvoří koncepce a strategické plány a zavádějí se omezení pro turisty, např. zpoplatnění vstupu, omezení počtu návštěvníků na den, zákaz vstupu v určitém ročním období, předepsaný dress code (resp. např. zákaz procházení se ve městě v plavkách) apod. či jiné nástroje. V případě použití finančních nástrojů se prostředky ve většině případů použijí na údržbu a opravu dané lokality/památky.

Udržitelnost cestovního ruchu lze také zhodnotit pomocí různých metodologických přístupů. Jedním z nich je stanovení klíčových indikátorů udržitelnosti cestovního ruchu, které definovala Mezinárodní pracovní skupina pro indikátory cestovního ruchu při UNWTO v roce 1992. Indikátory se rozdělují na univerzální ve všech destinacích a specifické pro každou destinaci zvlášť (Pásková, 2014). V tabulce 2 níže jsou uvedené výše zmíněné indikátory.

Indikátor	Způsob vytvoření a zjišťování indikátoru	Příklad metod sběru dat
UNWTO 1 ochrana území	Kategorie ochrany území podle indexu IUCN	Záznamy správy území o jeho zařazení do určitých kategorií ochrany, mapy
UNWTO 2 stres	Počty turistů (návštěvníků) navštěvujících místo (za rok, za nejnavštěvovanější měsíce)	Počty turistů (návštěvníků), množství odpadu ve specifické studované oblasti
UNWTO 3 intenzita užívání	Počty osob/ha v hlavní sezóně	Počty návštěvníků pláží, ubytovaných hostů apod.
UNWTO 4 sociální dopady	Poměr počtu turistů (návštěvníků) a místních obyvatel (v hlavní sezóně a průměrně)	Počty turistů (návštěvníků) v místě, záznamy policie o přestupcích návštěvníků atd.
UNWTO 5 kontrola rozvoje	Existence procedury hodnocení dopadů na ŽP (EIA) nebo formální kontroly rozvoje místa a intenzity užívání	Materiály útvaru územního rozvoje, stavebního úřadu (zejména územní plán) atd.

Indikátor	Způsob vytvoření a zjišťování indikátoru	Příklad metod sběru dat
UNWTO 6 odpadové hospodářství	Množství pevného odpadu a podíl recyklovaného odpadu, kapacita a míra využití hygienických zařízení v místě	Data statistických úřadů, záznamy o odvozech nákladů (počty nakládek), poměr osob/hygienických zařízení v hlavní sezóně
UNWTO 7 proces plánování	Existence rozvojového regionálního plánu pro destinaci cestovního ruchu, který zahrnuje oblast cestovního ruchu	Plánovací dokumentace pro regionální i místní cestovní ruch (včetně překladu)
UNWTO 8 kritické ekosystémy	Počty vzácných/ohrožených biologických druhů	Časové řady počtů ohrožených druhů
UNWTO 9 spokojenost spotřebitelů	Míra spokojenosti návštěvníků	Pravidelná dotazníková šetření (cizinci zvláště)
UNWTO 10 spokojenost místních obyvatel	Míra spokojenosti místních obyvatel	Pravidelný monitoring faktorů spokojenosti s vývojem cestovního ruchu
Indikátory určené pro lokální úroveň		
Sezónnost cestovního ruchu	Poměr prodaných lůžek v hlavní a vedlejší sezóně	Měsíční časové řady hostů registrovaných ubytovacích zařízení
Negativní dopady na přírodu	Pytlačení, neoficiální vstupy do chráněných oblastí atd.	Úřední záznamy incidentů
Degradace kulturního kapitálu	Náklady náprav škod zapříčiněných turismem	Data správců památek pořadatelů festivalů atd.

Indikátor **Způsob vytvoření a zjišťování** **Příklad metod sběru dat**
indikátoru

Složené indikátory		
UNWTO A: únosná kapacity	Včasné varování: měření klíčových faktorů (několik složek) ovlivňujících schopnost místa absorbovat různou intenzitu cestovního ruchu	K vodě, citlivosti místa kapacity infrastruktury
UNWTO B: tlak na místo (lokalitu)	Měření míry vlivu cestovního ruchu a kumulovaných vlivů dalších odvětví na dané místo, přírodní a kulturní atributy vlivu	Náklady na úklid, odstranění škod, hustota využívání místa (osoby/m ²), sezónní návaly, negativní prvky chování
UNWTO C: atraktivnost	Kvantitativní měření těch atributů místa, které je dělají přitažlivým pro cestovní ruch a mohou se měnit v čase	Kombinace ukazatelů kvality vody, srovnávacího oceňování krajinné a socio-kulturní rozmanitosti, úroveň údržby, hodnocení návštěvníků

Tabulka 2: Klíčové indikátory udržitelnosti cestovního ruchu. Zdroj: UNWTO, 1998 In: Pásková, 2014, s. 191-193

V posledních desetiletích je udržitelnost cestovního ruchu velkým tématem. Proto v roce 2015 vznikla Agenda 2030 ve které je definováno 17 cílů udržitelného rozvoje (OSN, 2015) viz Obrázek 13. Tyto cíle částečně korespondují s výše uvedenými indikátory UNWTO.



Obrázek 13: Cíle udržitelného rozvoje podle Agendy 2030. Zdroj: OSN, 2015

Tato práce se primárně nezabývá hodnocením udržitelnosti cestovního ruchu, ale je to jeden z aspektů, který (někdy až významně) ovlivňuje rozvoj případného potenciálu a je tím pádem dobré zmínit i některou z těchto metod. Také je důležité uvést, že se udržitelností zabývají orgány OSN, kteří se na mezinárodní úrovni snaží prosadit cíle udržitelného rozvoje napříč celou planetou.

4 METODIKA PRÁCE

Metodika práce probíhala v několika fázích. V první fázi proběhlo zajištění sekundárních dat z dostupných zdrojů na základě rešerše literatury, např. Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji (JCCR, 2021), dopadové studie KPMG (KPMG, 2016), webových stránek jednotlivých turistických regionů, údajů Českého statistického úřadu a CzechTourismu, plánů Jihočeského kraje a jiných orgánů a z dalších internetových a knižních zdrojů. Data byla analyzována pomocí klasifikační, obsahové a komparativní analýzy.

Analýza jako taková znamená „rozbor, rozklad, rozdělování, myšlenkové rozčleňování zkoumaného objektu na jednotlivé, jednodušší části, aby mohly být stanoveny podstatné znaky. To umožňuje odhalit strukturu celku, umožňuje oddělení podstatného od nepodstatného, složité redukovat na jednoduché“ (UPOL, 2014:12). Klasifikační analýza je „analýza klíčových slov, která v optimalizaci pro vyhledávače pomáhá rozčlenit širší, obecnější téma na užší, konkrétnější podtémata, slouží k určení, které stránky, kategorie a vyhledávací kritéria jsou na webu potřeba“ (Cevelova.cz, 2020). Obsahová analýza vyžaduje rozbor důležitých obsahových údajů, směřujících k uspořádání a odhalování informací, které lze použít k formulaci textu práce. „Spočívá ve zjištění obsahu (a formy) sdělení, v odhalení příčiny sdělení a v určení pravděpodobných efektů sdělení“ (Sociologický ústav AV ČR, 2018). Komparativní analýza je kombinací metody analýzy a komparace – „porovnání objektů za účelem stanovení jejich shodných nebo rozdílných znaků. Je nejdůležitějším předpokladem zobecnění a hraje významnou úlohu v úsudcích podle analogie“ (UPOL, 2014:12). Metoda komparativní analýzy patří mezi nejpoužívanější metody v oblasti cestovního ruchu na základě, které jsou data dále zpracovávána.

V rámci analýzy současného stavu materiálně-technické základny a sportovních zařízení bylo mimo jiné použito i vyhledávání objektů skrze Google Maps a Mapy.cz. Nejedná se o ideální metodu výzkumu, avšak v momentě, kdy neexistují podrobnější přehledy či statistiky, je dobré vyzkoušet každý způsob získání dat. Navíc lze tímto způsobem zjistit jaké údaje získají běžní uživatelé/turisté v momentě, kdy potřebují získat tento typ informací. V případě sportovních zařízení tato metoda nebyla tak přínosná, protože ani jedna z map nemá funkci vyhledávání sportovních zařízení v okolí, nelze tedy zobrazit větší množství sportovních objektů na mapě. Naopak v případě stravovacích zařízení bylo možné zjistit kde se alespoň některá zařízení nachází a podle toho vyhodnotit, zda je síť stravovacích zařízení dostatečně či nedostatečně hustá.

V případě stravovacích zařízení bylo také použito vyhledávání skrze Gastromapu Lukáše Hejlíka a Tripadvisor. Vzhledem k diametrálně odlišnému (vyššímu) počtu nalezených výsledků na Tripadvisoru oproti ostatním vyhledávačům (Google Maps, Mapy.cz, Gastromapa Lukáše Hejlíka) by se dalo pochybovat o věrohodnosti tohoto vyhledávání (resp. jeho aktuálnosti co se týče databáze dat).

V druhé fázi došlo k sestavení SWOT analýzy. SWOT analýza je využita z toho důvodu, že nejlépe interpretuje aktuální stav a potenciál pro zlepšení ve zkoumané oblasti v daném regionu. SWOT analýza zahrnuje silné a slabé stránky vnitřních faktorů a příležitosti a hrozby působící na region z vnějšku. SWOT analýza byla sestavena na základě analýzy sekundárních dat – sekundární data byla vyhodnocena, popsána v kapitolách předcházejících samotné SWOT analýze. A z výsledků byly stanoveny silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Následně byla SWOT analýza bodově ohodnocena odborníkem z vysokého školství v oblasti cestovního ruchu. Hodnocení odborníkem probíhalo formou neformálního rozhovoru a diskuze s autorkou. Odborník stanovil bodové hodnocení 1-5 (1- nejméně významné a 5 nejvýznamnější) dle priority v rámci SWOT analýzy. Tento způsob hodnocení byl využit na základě Grace LaConte, která využívá hodnocení 1-5 pro určení pravděpodobnosti (1 - nejméně pravděpodobně nastalý jev či zanedbatelný dopad až 5 – nejpravděpodobněji nastalý jev či katastrofický dopad) nastání daného bodu ve svých vážených SWOT analýzách (LaConte, 2017). Tato škála byla však upravena, tak aby lépe odpovídala požadavkům této práce. Zároveň SWOT analýza neprochází výpočtem pravděpodobnosti nastalého jevu s využitím pravděpodobnostních vah. Hodnocení je dáno přímo dle odborného názoru osloveného odborníka. Dále byla porovnána se SWOT analýzou uvedenou v Konceptu rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji v roce 2021-2030 (JCCR, 2021). SWOT analýza byla s dalšími informacemi základním podkladem pro brainstorming ve specializované skupině (Managementmania.com, 2016¹).

Aby tato práce byla obohacena o praktický pohled, realizovala autorka brainstorming specializované skupiny. Skupina je charakteristická tím, že účastníci jsou absolventi navazujícího magisterského studia oboru Cestovní ruch na Fakultě mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze a oboru Management tělesné výchovy a sportu na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy. Toto složení účastníků bylo opodstatněno tím, že dotyční absolventi získali teoretický základ na vysoké úrovni a mohou tedy zhodnotit relevantnost zjištěných skutečností. Není nezbytně

nutné, aby účastníci již měli dokončené studium, ale z toho hlediska se mohli brainstormingu účastnit i studenti druhé poloviny druhého nebo studenti třetího ročníku, kteří měli pár měsíců přes státními závěrečnými zkouškami a tím absolvovali převážnou většinu studia. Vítanou výhodou bylo, pokud účastníci měli osobní zkušenost s cestovním ruchem v Jižních Čechách, nebylo to však podmínkou účasti. Důvodem výběru absolventů, a nikoliv odborníků pracujících v oboru destinačního managementu bylo, že odborníci by mohli být neobjektivní a nemuseli by přijmout nedostatky kraje, které byli zjištěny autorkou. Kdežto absolventi mohou na problematiku rozebíranou v práci nahlížet více otevřenou myslí, uživatelským pohledem, tak jak by oni sami uvítali fungování některých faktorů. Potenciální kandidáti byli předem vybráni autorkou a prodiskutováni s vedoucím práce. Oslovování potenciálních účastníků probíhalo na osobní bázi skrze různé komunikační kanály. Celkem autorka oslovila cca 25 osob, může i ženy.

Brainstorming proběhl v listopadu 2023 v Praze. Zúčastnilo se ho 6 žen ve věku 25 až 32 let, 4 absolventky cestovního ruchu, 2 absolventky managementu tělesné výchovy a sportu a autorka práce. Kromě autorky měli 2 účastnice přímou zkušenost s cestovním ruchem v Jižních Čechách – jedna byla v posledním půl roce v oblasti na dovolené a druhá v oblasti pořádala sportovní turnaj s mezinárodní účastí v posledních dvou letech.

Brainstorming trval lehce přes 2 hod a probíhal následovně: probandky byly seznámeny s Informovaným souhlasem, se kterým souhlasily vlastnoručním podpisem. Následně autorka představila celou práci, SWOT analýzy, probíhala diskuze o různých oblastech práce, v případě dotazu na oblast, která není v diplomové práci rozvedena, proběhlo vyhledání potřebných informací, tak aby účastnice byly co nejvíce informované. Poté proběhl 30 min brainstorming, kdy autorka zapisovala všechny body a myšlenky vyřčené účastnicemi. Po 30 min volného brainstormingu autorka korigovala diskuzi, tak aby byly dovysvětleny všechny zapsané body a tím byl brainstorming ukončen.

Návrhy a doporučení vyplývající z brainstormingu i z autorkou definované SWOT analýzy byly, v závěrečné fázi, prodiskutovány autorkou a odborníkem z vysokého školství v oblasti cestovního ruchu. Zároveň byla kriticky vyhodnocena proveditelnost jednotlivých doporučení v praxi.

Praktický výzkum zahrnující dvě konzultace s odborníkem a brainstorming specializované skupiny probíhal v období říjen až prosinec 2023 (v žádosti je uvedeno období říjen až listopad, ale z osobních důvodů odborníka bylo nutné závěrečnou

konzultaci přesunout na prosinec). Kvůli povolení tohoto postupu byla oslovena Etická komise UK FTVS. Žádost byla schválena pod číslem 263/2022 a je součástí přílohy I-III této práce.

5 ANALYTICKÁ ČÁST

V přechodí kapitole byl region představen pouze zběžně, aby bylo patrné, z jakých oblastí se skládá a jak nebo čím jsou dané oblasti – mikroregiony významné. V analytické části se diplomová práce zabývá konkrétními a podrobnými body celého regionu Jižní Čechy, tak aby z nich bylo možné vytvořit SWOT analýzu, která následně bude bodově ohodnocena odborníkem z cestovního ruchu. Dále bude definovaná SWOT analýza porovnána s již existující SWOT analýzou vypracovanou regionem, aby bylo možné poukázat na odlišnosti/podobnosti pohledů autorky diplomové práce a představitelů Jihočeské centrály cestovního ruchu. Na závěr kapitoly je proveden brainstorming specializované skupiny.

5.1 ANALÝZA SPORTOVNÍHO POTENCIÁLU V REGIONU

Jak je uvedeno v podkapitole 3.2.1 Jižní Čechy a část Šumavy mají potenciál pro sportovní cestovní ruch. V této kapitole proběhne analýza řady faktorů, které mají vliv na potenciál pro sportovní cestovní ruch, aby bylo možné zhodnotit, zda existuje prostor (a příp. kde) pro jeho rozvoj.

V podkapitole 3.3 jsou některé atraktivita či statistiky uvedené pro jednotlivé mikroregiony, např. počet hromadných ubytovacích zařízení, průměrná délka pobytu nebo TOP 10 atraktivit s roční návštěvností. V následujících podkapitolách jsou faktory rozděleny a popsány ve čtyřech kategoriích předpokladů – geografické, ekonomické, demografické a sportovní.

5.1.1 GEOGRAFICKÉ A EKOLOGICKÉ PŘEDPOKLADY

Ačkoliv jsou některé geografické charakteristiky regionu již výše zmíněné, je vhodné uvést je souhrnně a v krátkosti i v této podkapitole.

Poloha a rozloha

Jihočeský kraj (který tvoří největší oblast regionu Jižní Čechy) se rozkládá na ploše o rozloze 10 058 km², což tvoří 13 % území České republiky, na hranicích s Rakouskem a Spolkovou republikou Německo. Dále sousedí s Plzeňským, Středočeským (jehož část spadá do regionu Jižní Čechy), Jihomoravským krajem a krajem Vysočina (ČSÚ², 2021).

Poloha u státních hranic umožňuje přeshraniční spolupráci v pohraničních regionech. V současnosti se na území Jihočeského kraje nachází 3 euroregiony, a to Euroregion Šumava/ Bayerischer Wald/Mühlviertel, Silva Nortica a Dunaj-Vltava (ČSÚ², 2021). I přeshraniční spolupráce může být velice prospěšná pro cestovní ruch.

Ostatně cílem tohoto druhu spolupráce bývá výměna informací, rozvoj dopravy, služeb a cestovního ruchu a předávání zkušeností z jednotlivých ekonomických i sociálních oblastí (ČSÚ², 2021).

Krajina, přírodní bohatství, životní prostředí a klima

Převážná část Jihočeského kraje se nachází v nadmořské výšce 400-600 m n. m. Nejvyšším bodem území je šumavský vrchol Plechý (1378 m n. m.) a nejnižším je hladina Orlické přehrady 330 m n. m. Významným přírodním bohatstvím jsou lesy, které okupují více než třetinu území, především na Šumavě a v Novohradských horách. Nejvíce jsou zastoupeny lesy jehličnaté, smrkové a borové. Největším surovinovým bohatstvím jsou ložiska písků a štěrkopísků, cihlářské hlíny, kameniva a sklářských písků. Dále pak rašelina, vápenec, křemelina a grafit. Energetické suroviny se na území kraje téměř nenachází (ČSÚ², 2021).

Životní prostředí kraje je obecně málo poškozené, avšak i zde dochází ke znečištění, především v zemědělství a průmyslu. Kvalita lesů je ovlivněna změnami počasí v posledních letech nebo výskytem kůrovce (ČSÚ², 2021). Stejně jsou rozsáhlé lesy vhodnou lokalitou pro turistiku i cykloturistiku a houbaření.

Počasí se v regionu liší v závislosti na krajině. Šumavsko patří mezi nejchladnější oblasti v České republice, protože se nachází v oblasti přechodného středoevropského klimatu a hlavní část pohoří spadá do chladné klimatické oblasti (NP Šumava, 2023). Jiné teploty jsou také v méně obydlených lokalitách než ve městech.

Vodstvo

Zhruba 4 % území Jihočeské kraje tvoří vodní plochy. Nachází se zde povodí horní a střední Vltavy s celou řadou přítoků – Malší, Lužnicí, Otavou a dalšími. Jihočeský kraj je krajem rybníků, v minulosti zde bylo vybudováno až 7 tis. rybníků s celkovou plochou přes 30 tis. ha. Těmi největšími jsou rybníky Rožmberk, Horusický rybník a Bezdrev, a to nejen v kraji, ale i v celé České republice. Kromě toho se v kraji nachází významná vodní díla – vodní nádrže Lipno (největší vodní nádrž v ČR s plochou 4 870 ha), Orlík, Římov (který zásobuje pitnou vodou velkou část kraje) a Hněvkovice (dodávající vodu do jaderné elektrárny Temelín) (ČSÚ², 2021).

Atraktivita cestovního ruchu

Zjednodušeně lze charakterizovat atraktivitu cestovního ruchu jako veškeré přírodní, technické, kulturně-historické, sportovní a jiné atraktivitu, které si kladou za cíl přilákat návštěvníka do destinace. Tato práce se zabývá primárně sportovními

atraktivitami, proto budou rozepsány dále v samostatné podkapitole a zde jsou uvedené jiné než sportovní atraktivity. Konkrétní nejvýznamnější atraktivity jednotlivých turistických oblastí jsou uvedené v podkapitole 3.3, proto je zde uveden pouze krátký přehled typů atraktivit nacházející na území Jižních Čech.

Jihočeská centrála cestovního ruchu vytvořila přehledné tabulky atraktivit v rámci zpracování Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021-2030 (2021), které je vhodné využít i pro účely této práce. Následující Tabulka 3 udává počet kulturně-historických atraktivit v destinaci (se zpoplatněným vstupem). Téměř každou z níže zmíněných atraktivit lze také spojit se sportovní aktivitou – cyklistika, pěší turistika či hipoturistika a bylo by možné těchto cílů využít k propagaci sportovní dovolené s kulturně-historickým kontextem či občerstvením v pivovaru.

Počet kulturně-historických atraktivit (se zpoplatněným vstupem)	
Zámky, hrady, zříceniny, tvrze	34
Muzea, galerie, lidové tradice a dílny	84
Kláštery, kostely, modlitebny, hrobky	12
Města s hradbami, radnice, podzemní chodby	6
Vyhlídkové věže	4
Pivovary	2
Další (památkové rezervace, mlýny, doly, jeskyně, hamry, lodní doprava aj.)	22

Tabulka 3: Počet kulturně-historických atraktivit (se zpoplatněným vstupem) v Jižních Čechách. Zdroj: JCCR, 2021, str. 12

Tabulka 4 zobrazuje počet technických památek v oblasti. Je patrné, že jich je celá řada, ne všechny však musí být přístupné pro návštěvníky a je možné je zahlédnout pouze z dálky.

Počet turisticky významných technických atraktivit (továrny, technické provozy, lomy, doly, mlýny apod.)	
Technické provozy (plavební komory, vodní pily, podzemní chodby, elektrárny, atd.)	35
Vodní díla (rybníční soustavy, vodní nádrže...)	25
Lomy	8
Mlýny	20
Rozhledny	37
Továrny	35
Hvězdárny	5
Železnice	9
Doly	4
Mosty	30

Tabulka 4: Počet turisticky významných technických atraktivit v Jižních Čechách. Zdroj: JCCR, 2021, str. 12

Co je však pro účely této práce velmi zajímavé je počet pravidelně organizovaných sportovních akcí. Zde je klíčové slovo pravidelně (viz tabulka 5). Znamená to, že každé zhruba 3 dny se každý rok, na území Jihočeského kraje odehraje jedna sportovní akce. Navíc k tomu lze připočítat řadu nepravidelně organizovaných akcí, které svou jedinečností mohou přilákat zvýšený počet návštěvníků. Např. v roce 2016 byl Olympijský park Rio-Lipno takovouto jedinečnou akcí, která přilákala na Lipensko za 16 dní trvání 420 tis. návštěvníků (tj. návštěv za den) (KPMG, 2016). Téměř každý den v roce se navíc odehraje v Jižních Čechách jedna kulturní akce. Ty mají zase potenciál přilákat návštěvníky i z okolních krajů k tomu, aby zde přenocovali a druhý den potenciálně mohou využít ke sportu v oblasti. O jaký konkrétní typ kulturních či sportovních akcí se jedná JCCR neuvádí (JCCR, 2021).

Počet pravidelně organizovaných klíčových eventů (akcí) v destinaci ve členění na sportovní a kulturní akce	
Kulturní akce	358
Sportovní akce	113

Tabulka 5: Počet pravidelně organizovaných klíčových eventů (akcí) v destinaci ve členění na sportovní a kulturní akce. Zdroj: JCCR, 2021, str. 13

5.1.2 EKONOMICKÉ PŘEDPOKLADY

Ekonomická situace je zásadním faktorem při rozhodování o cestování. Rodiny i jednotlivci se rozhodují o své destinaci a výdajích v ní na základě svých disponibilních zůstatků a úspor. Na druhou stranu jsou ekonomické předpoklady důležité i pro stranu nabídky – je-li nízká nezaměstnanost, ale velká poptávka po práci, hrozí, že služby v cestovním ruchu nebudou poskytovány na tak vysoké úrovni, jak by mohly, a to může vést ke snížení poptávky po těchto službách. Základní ekonomické předpoklady jsou uvedené obecně pro Jihočeský kraj, údaje jednotlivých TO nejsou k dispozici.

Nezaměstnanost

V Jihočeském kraji se nezaměstnanost dlouhodobě pohybuje pod průměrem České republiky, a to na úrovni 4,3 tis. nezaměstnaných. Nejvíce nezaměstnaných je ve věku 35 až 44 let a to 1,4 tis. osob. Nejvíce nezaměstnaných v Jihočeském kraji podle dosažené úrovně vzdělání je středoškolské vzdělání bez maturity, a to 1,6 tis. osob. V Jihočeském kraji je o 0,7 tis. více nezaměstnaných žen než mužů (ČSÚ⁶, 2023).

Průměrná mzda

Průměrná hrubá měsíční mzda v roce 2022 v Jihočeském kraji činila 36 827 Kč, celorepublikový průměr byl 40 353 Kč. Pro porovnání, nejnižší mzda byla v Karlovarském

kraji a to 35 093 Kč. Oproti tomu v Praze dosahovala 49 782 Kč (ČSÚ⁷, 2023). Údaj průměrné mzdy ve službách cestovního ruchu v Jihočeském kraji není evidován.

Hrubý domácí produkt

Ačkoliv by se o vhodnosti a přesné vypovídací hodnotě HDP dalo podle některých ekonomů polemizovat, např. Sedláček (2013, In: Sedláček, 2021:280) uvádí, *„že jej lze nafukovat, že samotný růst HDP nepředpovídá dané jednotce lepší zítřky, že země může zbankrotovat i při prudkém růstu HDP a tak dále. (...) Rychle bychom se dozvěděli (při měření HDP regionů), že onen osten sever versus jih vzal během chvíle zasvé, protože bychom se dozvěděli, že určité jižní regiony rostou mnohem rychleji než některé regiony na severu.“* HDP je důležitým ukazatelem vývoje ekonomiky a jeho hodnota převedena na osobu je často využívána jako srovnávací parametr na národní i mezinárodní úrovni. HDP v Jihočeském kraji v roce 2021 činilo 453,21 tis. Kč/ob., což je 4. nejnižší HDP v krajích České republiky. Praha vykazovala v tomtéž roce 1,26 mil Kč/ob. Oproti roku 2020 Jihočeské HDP v roce 2021 nominálně vzrostlo o 15,73 tis. Kč/ob. ale v pořadí krajů si o 3 příčky pohoršilo (ČSÚ⁸, 2022).

Investice

Díky jihočeskému Krajskému investičnímu fondu se v roce 2022 uskutečnily investice na 37 projektech v celkové hodnotě 1,348 mld. Kč. Fond, který vznikl v roce 2020, poskytuje finanční pomoc při vícezdrojovém financování jednotlivých projektů, kdy část nákladů nese obec a část je podpořena ze strany státu či evropských fondů. Nejčastěji se investovalo do nové sportovní infrastruktury (sportovní hala v Dolním Třeboníně nebo zimní stadion v Plané nad Lužnicí), zařízení pro seniory či školky (Jihočeský kraj, 2022). Kromě toho byla uskutečněna řada projektů bez účasti Krajského investičního fondu Jihočeského kraje na základě jiných dotačních programů. Výdaje schválené na nejvýznamnější investice v 2022 činili 2,56 mld. Kč (Jihočeský kraj, 2021). Investice do sportovní infrastruktury jsou důležitým předpokladem pro rozvoj sportovního cestovního ruchu. Nová a moderní sportoviště jsou motivem jak pro turisty, tak důležité pro místní sportovce, kteří díky kvalitní infrastruktuře mohou zvyšovat kvalitu svých výkonů a úspěšně prezentovat region na národní úrovni a zemi na mezinárodní úrovni, což velkým obloukem může znamenat finanční přínos zpět pro region.

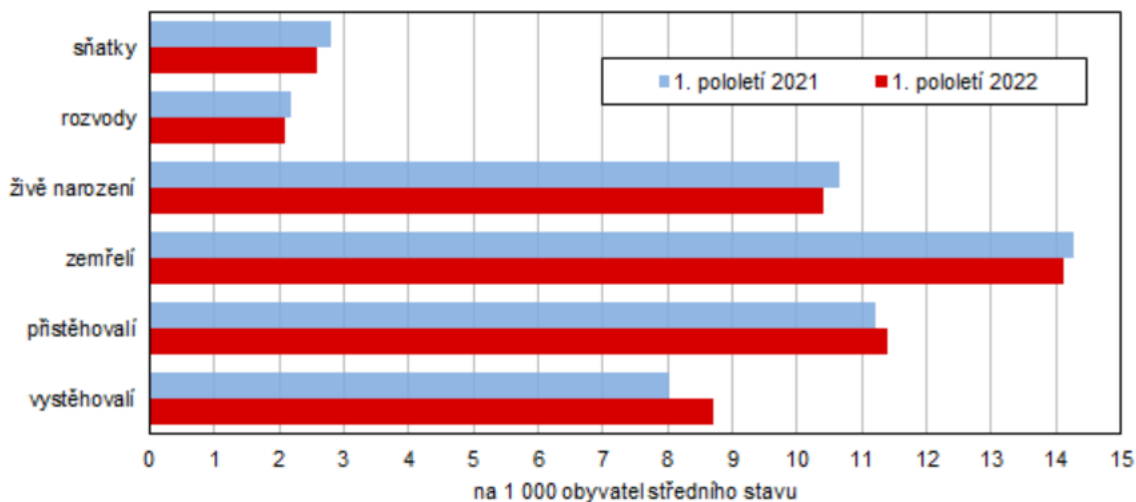
5.1.3 DEMOGRAFICKÉ PŘEDPOKLADY

V cestovním ruchu hraje roli i celá řada demografických předpokladů. Věkové rozložení obyvatelstva má vliv jak na nabídku cestovního ruchu, tak na poptávku. Silná

pracující populace znamená potenciální pracovníky ve službách cestovního ruchu (samozřejmě statistiky níže uvedené jsou plošné pro Jihočeský kraj a neudávají počet pracovníků v cestovním ruchu v destinaci). Naopak věkové rozložení a zdraví obyvatelstva na straně poptávky znamená jiné potřeby související s turismem. Kriminalita, resp. bezpečnost destinace značně ovlivňuje její návštěvnost.

Počet obyvatel a věkové složení

V Jihočeském kraji žilo ke konci 1. pololetí 2022 637 302 obyvatel, z toho 321 888 žen a 315 414 mužů. Navíc zde žilo téměř 19 tis. osob s uděleným pobytovým oprávněním v ČR v souvislosti s válkou na Ukrajině. Narodilo se zde 3 069 dětí a zemřelo 3 725 osob, nejvíce ve věkové skupině 70 až 89 let (ČSÚ³, 2023). Následující graf 1 zobrazuje pohyby obyvatel v Jihočeském kraji v 1. pololetí 2022 v porovnání s 1. pololetím 2021.



Graf 1: Pohyb obyvatel v Jihočeském kraji v 1. polovině 2021 a 2022. Zdroj: ČSÚ³, 2023.

Jihočeský kraj patří dlouhodobě k nejméně osídleným krajům v České republice. Průměrná hustota zalidnění se pohybuje kolem 64 ob/1 km². Nejvíce obydlený je okres České Budějovice, kde žije zhruba 30 % obyvatelstva kraje. Turistická oblast Jižní Čechy (nikoli Jihočeský kraj) zahrnuje přes 470 měst a obcí (ČSÚ², 2021). Následující tabulka 6 zobrazuje rozložení obyvatel v jednotlivých okresech Jihočeského kraje.

	Jihočeský kraj	Okres						
		České Budějovice	Český Krumlov	Jindřichův Hradec	Písek	Prachatice	Strakonice	Tábor
Celkem	637 302	195 777	60 129	89 142	70 846	50 265	69 793	101 350
Muži	315 414	96 064	30 383	44 019	35 044	25 251	34 572	50 081
Ženy	321 888	99 713	29 746	45 123	35 802	25 014	35 221	51 269

Tabulka 6: Počet obyvatel v Jihočeském kraji a jeho okresech k 30. 6. 2022, Zdroj: ČSÚ³, 2023

Věkově se obyvatelstvo v Jihočeském kraji, podle sčítání lidu, domů a bytů z roku 2021, vyskytovalo následovně (ČSÚ⁴, 2023):

- Ve věku 0 až 14 let: 101 258 dětí, tj. 16 % obyvatel kraje.
- Ve věku 15 až 64 let, tedy produktivní věk: 395 965 osob, tj. 62,7 % obyvatel kraje.
- Ve věku 65 let a více: 134 580 osob, tj. 21,3 % obyvatel kraje.
- Index stárí byl 132,9 (počet obyvatel ve věku 65 a více let na 100 obyvatel ve věku 0–14 let).
- Střední délka života při narození je v Jihočeském kraji 75,18 let u mužů a 81,14 let u žen (ÚZIS ČR, 2022, str. 15).

Podle Petrů (2007:7) nejvíce cestuje obyvatelstvo mezi 30. a 40. rokem věku a mladí lidé, kterým však občas brání nedostatek finančních prostředků. Největší zastoupení populace v produktivním věku je pozitivním signálem pro domácí cestovní ruch, kdy mohou navštěvovat jiné části turistické oblasti Jižní Čechy, než ve které žijí. 16 % obyvatel tvoří děti do 15 let. Rodiny s těmito dětmi tvoří segment trhu se specifickými nároky na materiálně-technickou základnu destinace. Mohou požadovat tzv. baby-friendly nebo kids-friendly ubytovací zařízení, dostatek parkovacích míst u atrakcí nebo jídelní lístky v restauracích s možnostmi dětských jídel.

Zdraví

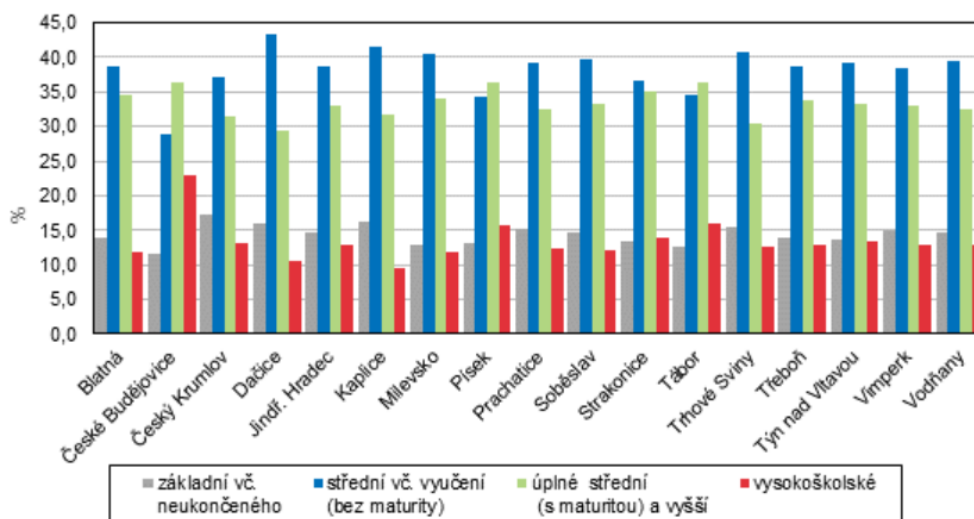
Samozřejmě i zdraví obyvatel má vliv na cestovní ruch. V roce 2021 bylo podle ÚZIS ČR (2022, str. 74) hospitalizováno v Jihočeském kraji 106 405 osob s průměrnou ošetrovací dobou 5,6 dnů. V celé České republice se uskutečnilo přes 1,6 mil. hospitalizací s průměrnou dobou ošetření 5,8 dnů. Bylo zde také nahlášeno 65,01 pracovních neschopností pro nemoci či úraz (počet případů na 100 nemocensky pojištěných). Celorepublikový průměr se pohybuje na čísle 58,01 případů. Dalo by se konstatovat, že v Jihočeském kraji jsou obyvatelé nemocnější, než je celorepublikový průměr, avšak tento

průměr je velmi ponížený hl. m. Prahou, kde počet případů na 100 nemocensky pojištěných byl 43,62. Vynechá-li se ze statistiky Praha, je průměrná hodnota tohoto ukazatele 64,79 případů (ÚZIS ČR, 2022, str. 54). Nízký počet případů pracovní neschopnosti v Praze by mohl být daný vyšším počtem osob v mladších věku, vyšším zájmem o zdravý životní styl obyvatel nebo nižší fyzickou náročností povolání vykonávaných v Praze (jedná se pouze o domněnky autorky).

Následuje krátký přehled zdravotnické infrastruktury v Jihočeském kraji. Kraj je vybaven 9 nemocnicemi, 7 ústavy odborné péče a 4 lázeňskými léčebnami, dále se zde nachází 1613 samostatných ambulantních, 23 zvláštních zdravotnických zařízení a 222 zařízení lékařské péče (ÚZIS ČR, 2022, str. 84-85). Celkem je k dispozici v Jihočeském kraji 3 532 nemocničních lůžek a 441 lůžek v odborných léčebných ústavech (ÚZIS ČR, 2022, str. 142). Zda je tato infrastruktura z pohledu zdravotnických expertů dostačující či nikoliv se tato práce nezabývá. Pozitivní však je, že obyvatelé i turisté mají možnosti péče a léčby, pokud ji potřebují a díky lázeňským léčebnám lze v kraji provozovat i lázeňský cestovní ruch.

Vzdělání

Během SLDB 2021 (ČSÚ⁴, 2023) bylo zjišťováno i vzdělání obyvatelstva. V roce 2021 v Jihočeském kraji žilo 13,5 % obyvatel se základním vzděláním vč. neukončeného, 35,4 % obyvatel se středním vzděláním bez maturity, 32,8 % obyvatel se středním vzděláním zakončené maturitní zkouškou, 1,7 % s vyšším odborným vzděláním a 15,9 % obyvatel uvedlo dokončené vysokoškolské vzdělání. Následující graf uvádí rozložení obyvatel podle okresů a dosaženého vzdělání:



Graf 2: Obyvatelstvo ve věku 15 a více let podle nejvyššího dosaženého vzdělání v SO ORP Jihočeského kraje, Zdroj: ČSÚ⁴, 2023

Nejvyšší počet obyvatel s dosaženým vysokoškolským vzděláním žije v okrese České Budějovice, kde je zároveň také nejmenší počet obyvatel pouze se základním vzděláním. To může být způsobeno také tím, že České Budějovice jsou 9. největší město České republiky podle počtu obyvatel a nachází se zde Jihočeská Univerzita a Vysoká škola ekonomická a technická. Kromě toho je možné v Jihočeském kraji studovat na Fakultě managementu Vysoké školy ekonomické v Jindřichově Hradci nebo dvou soukromých vysokých školách (ČSÚ², 2021). Data počtu obyvatel s vysokoškolským vzděláním v Jihočeském kraji podle vystudovaného oboru nelze dohledat. Není tedy možné určit kolik osob s vysokoškolským vzděláním v oboru cestovní ruch nebo management sportu v kraji žije. Byl by to však zajímavý ukazatel z hlediska toho, kolik odborníků v oboru zde působí a může případně vykonávat kvalifikovaná rozhodnutí s ohledem na rozvoj sportovního cestovního ruchu.

Kriminalita

Podle předběžných údajů Policejního prezidia České republiky bylo registrováno v roce 2022 v Jihočeském kraji 8 916 trestných činů z toho 5 385 jich bylo objasněných. 73 % trestných činů spadalo do obecné kriminality (násilné činy, krádeže vloupáním apod.) a 10,3 % do hospodářské kriminality. Obecně se kriminalita v kraji zvýšila meziročně o 19,1 %. 47 % objasněných trestných skutků bylo spácháno recidivisty (ČSÚ⁵, 2023). Celkem se v České republice v roce 2022 uskutečnilo téměř 182 tis. trestných činů. Nejčastěji se jednalo o obecnou a majetkovou kriminalitu. Nejvíce trestných činů bylo v Praze (40 704 činů), nejméně v Pardubickém kraji (5 230 činů). Jihočeský kraj byl z pohledu počtu trestných činů 5. nejbezpečnější kraj v České republice (PČR, 2023). To je pozitivní znamení vzhledem k turistům. Bezpečnost hraje při výběru destinace zásadní roli, a to jak při cestách do zahraničí, tak i u těch tuzemských. Převážná většina návštěvníků bude cestovat do lokalit, kde se cítí bezpečně nebo při nejmenším bude cítit jistotu podpory autorit/cestovní kanceláře/jiných v případě nastalé bezpečnostní komplikace.

5.1.4 SPORTOVNÍ PŘEDPOKLADY

Podkapitola si klade za cíl shrnout sportovní infrastrukturu v Jižních Čechách. Může se jednat o sportovní areály s více druhy sportovišť, o sportovní areály zaměřené na jeden typ sportu, např. fotbalové hřiště nebo o délku a množství cyklostezek či turistických tras. Zároveň se do sportovních předpokladů dají zahrnout i řeky a vodní plochy nebo pláně vhodné pro běžecké lyžování.

Sportovní zařízení evidovaná Českou unií sportu

Podle České unie sportu (2023) se v Jihočeském kraji nachází 610 sportovních zařízení. Na Obrázku 14 je vidět jejich rozložení napříč krajem. Nejvíce se jich nachází v Českých Budějovicích, následují okresní města a lokality vhodné z geografického hlediska jako např. Lipensko nebo NP a CHKO Šumava (více viz tabulka). Z toho je 83 vnitřních sportovišť, převážně určená pro fitness a kulturistiku, jezdeckví, stolní tenis, kuželky/bowling, aerobik/jógu, nebo multifukční sportovní haly určené pro volejbal, nohejbal, basketbal, florbal, futsal apod. 527 sportovních zařízení je venkovních. Převážně se jedná o fotbalová hřiště (253 zařízení – většina určena pro nižší soutěže), atletické areály či volejbalové/beachvolejbalové a tenisové kurty. Informační systém ČUS poskytuje i podrobné informace o sportovním zařízení typu rozloha, počet a rozměry sportovišť, v některých případech i kapacitu pro diváky, nelze však podle těchto parametrů zařízení filtrovat a řadit. Informační systém ČUS zároveň neobsahuje všechna sportoviště v regionu, protože zařízení není povinno být členem ČUS. Sportovní zařízení ČUS z velké většinou bude sloužit místnímu obyvatelstvu, např. na okresní fotbalové turnaje, odpolední kroužky pro děti nebo pro udržení zdravého životního stylu.

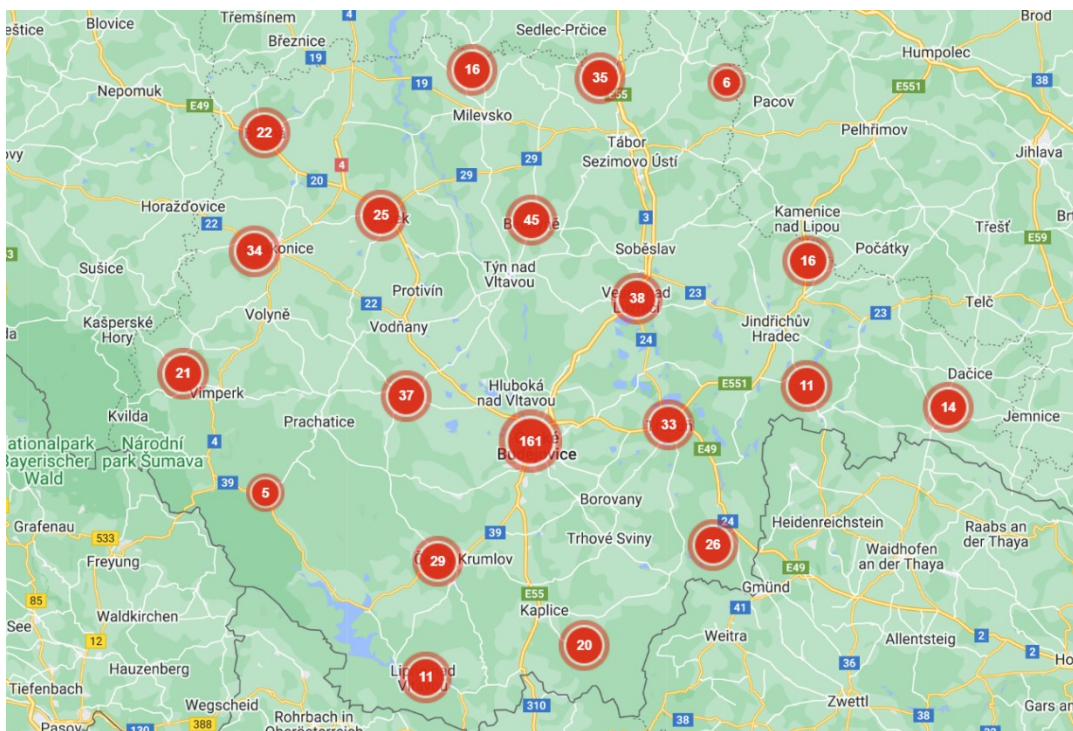
Sportovní zařízení neevidovaná Českou unií sportu

Velkými sportovními areály, které mají potenciál sportovních akcí celorepublikového, příp. mezinárodního charakteru mnoho není. Mapa, resp. ČUS, nepočítá s veřejně přístupnými prostranstvími jako cyklostezky, turistické trasy, lezecké přírodní stěny a via ferrata, s řekami, kde lze provozovat vodáctví či s většinou lyžařských a běžkařských areálů na Lipně či Monínci. Nebo např. s hokejovým stadionem v Českých Budějovicích s názvem Budvar arena s kapacitou necelých 6,5 tis. diváků (hcmotor.cz, 2023), fotbalovým stadionem v Českých Budějovicích s kapacitou lehce přesahující 6,5 tis. diváků (dynamocb.cz, 2023) nebo lyžařským areálem Zadov, který nabízí až 10 km závodních běžkařských tras a 60-80 km turistických upravovaných tras. Areál v 80. letech hostil Světový pohár v běhu na lyžích (ZADOV SKI AREÁL, 2023). Otázkou však zůstává, zda areály splňují současné normy pro pořádání mezinárodních soutěží. Na fotbalovém a hokejovém stadionu v Českých Budějovicích však probíhají prvoligové soutěže.

Autorka diplomové práce se snažila nalézt další sportovní či sportovně-rekreační zařízení v Jihočeském kraji na základě hledání v Google Maps a Mapy.cz (provedeného 8.9.2023). Obé hledání však nebyla úspěšná, resp. přinesla méně výsledků než IS ČUS, protože:

1. ne všechny sportovní zařízení jsou oficiálně zalistována v mapách (provozovatel musí tuto skutečnost sám provést),
2. ani jedna mapa neposkytuje funkci vyhledání sportovního zařízení v okolí jako je tomu např. u restaurací či ubytovacích zařízení.

Nelze tedy s jistotou určit přesný reálný počet sportovních zařízení v Jihočeském kraji natož v turistickém regionu Jižní Čechy.



Obrázek 14: Mapa rozložení sportovních zařízení napříč Jihočeským krajem. Zdroj: ČUS, 2023

Okres	Počet sportovních zařízení
České Budějovice	219
Český Krumlov	56
Jindřichův Hradec	82
Písek	59
Prachatice	38
Strakonice	62
Tábor	94

Tabulka 7: Počet sportovních zařízení v Jihočeském kraji podle okresů, Zdroj: ČUS, 2023; vlastní zpracování

Z mapy a tabulky výše je patrné nerovnoměrné rozložení sportovních zařízení v Jihočeském kraji. V průměru připadá 1044,75 obyvatel jihočeského kraje na 1 sportovní zařízení registrované u České unie sportu. V Českých Budějovicích je tato statistika 893,95 ob/sportovní zařízení, kdežto v Prachaticích připadá 1322,76 ob/sportovní

zařízení, což znamená, že sportovní zařízení v Prachaticích by teoreticky měla být více vytížená až přetížená než v Českých Budějovicích, otázkou však zůstává, zda mají kapacitu pro takto velké vytížení a zda jsou takto reálně vytížená. K tomu ovšem neexistuje statistika. Zároveň není známo, jaký vztah mají obyvatelé Jihočeského kraje ke sportu, zda sportují na denní bázi, zda navštěvují více venkovní či vnitřní sportovní zařízení atd. Řešením této neexistující statistiky by mohlo být obhlášení všech sportovních zařízení s dotazy nebo sociologický výzkum vztahu obyvatelstva ke sportu, to však není cílem této diplomové práce.

Vodáctví

Jižní Čechy jsou regionem vodáků. Vodáctví má v České republice dalekou tradici jejíž popularita v posledních letech stále roste a stále má vysoký potenciál. Bohužel s popularitou souvisí i řada problémů, např. užívání alkoholu, nezodpovědnost a neúcta vodáků (vůči floře a fauně i spoluobčanům) a komercializace řek. Komercializace je nejvíce patrná na Vltavě, kde se nejvíce ztrácí *genius loci* tradičního vodáctví. Města, obce i vláda se snaží problémům spojených s komercializací čelit, např. zákazem plavby na lodi pod vlivem alkoholu, zákazem kotvení lodí v centru města (Český Krumlov) nebo zákazem procházení se městem v plavkách (také Český Krumlov), ne vždy však úspěšně. Overturismus na Vltavě způsobuje enespokojenost tradičních vodáků, kteří pak volí méně exponované termíny mimo sezónu a řeku např. i čistí od odpadů. Řešení této situace se nabízí celá řada. Jedno z nich je zpoplatnění vjezdu na Vltavu (stejně jako je tomu na horním toku v NP Šumava) a použití vybraných finančních prostředků na úklid řeky. To by však zvýšilo náklady vodákům, které jsou už takto dosti vysoké a mohlo by to vyvolat pokles návštěvnosti a zvýšení cen občerstvovacích zařízení a kempů, kteří by tímto kompenzovali potenciální pokles zisků. Dalším řešením by bylo více propagovat ostatní řeky v oblasti např. Otavu, Lužnici či Malši jako skvělé destinace pro vodáctví, ale jak je výše uvedeno, většina vodáků jezdí na Vltavu, protože už je komercializovaná (a z důvodu většího komfortu, který poskytuje větší množství půjčoven lodí a velkému množství kempů a občerstvení na trase) a na ostatní řeky by nejeli, protože jsou méně „party-friendly“. Není však žádoucí ničit další české řeky komercializací. Nejlepším řešením je edukace vodáků již od dětství a starší generace upozorňovat např. vzdělávacími cedulemi, reportážemi nebo jinými formami vzdělávání a lepším řízením vodáckého cestovního ruchu na úrovni DMO.

Kromě Vltavy je možné pro vodáctví využít i další řeky: Lužnice, Otava, a menší přítoky Malše, Nežárka, Blanice, Lomnice, Volyňka, Skalice atd. Je nutné podotknout, že ne všechny řeky jsou sjízdné celoročně a na celém úseku (závisí na hladině vody). Nelze s přesností určit délku sjízdných řek na území Jihočeského kraje, jelikož se to odvíjí od aktuálního stavu vody.

Dalším typem vodní turistiky jsou turistické plavby na výletních lodích. To je možné v Jižních Čechách uskutečnit na dvou trasách v celkové délce 18 km a na celkem 8 výletních lodích, viz tabulka níže.

Turistické plavby	
Délka relace České Budějovice – Hluboká	12 km
Délka relace historické centrum města Č. Budějovice	6 km
Celkový počet výletních lodí	8

Tabulka 8: Turistické plavby v Jižních Čechách. Zdroj: JCCR, 2021, str. 13

Zároveň Lipenská přehrada nabízí řadu dalších vodních aktivit, které tam lze provozovat – jachting, jízdu na vodních skútrech, paddleboarding nebo rybolov.

Turistika

Počet a délka naučných a pěších turistických tras v Jižních Čechách (viz tabulky níže) velmi podporuje tento tip aktivit. Bohužel neexistuje statistické sledování vytíženosti turistických tras. Představují však prostor pro sport a rekreaci, který mohou využít místní obyvatelé i návštěvníci a turisté.

Počet a délka naučných stezek	
Počet naučných stezek	164
Délka naučných stezek	1781 km

Tabulka 9: počet a délka naučných stezek v Jižních Čechách. Zdroj: JCCR, 2021, str. 12

Počet a délka pěších turistických značených tras	
Počet pěších turistických značených tras	427
Délka pěších turistických značených tras	5 297 km

Tabulka 10: Počet a délka pěších turistických značených tras v Jižních Čechách. Zdroj: JCCR, 2021, str. 13

Jihočeským krajem vedou dvě mezinárodní pěší dálkové trasy – E6 vedoucí ze Švédska, přes Mariánské Lázně, Šumavu až do Řecka a E10, která začíná na Rujáně, půlí Českou republiku přes Varnsdorf, České středohoří, Prahu, Brdy, České Budějovice a přes hraniční přechod ve Studánkách pokračuje až do Bolzána v Itálii (KČT, 2023). Kromě toho vede Jižními Čechami i oblíbená Stezka Českem, která vznikla v roce 2020 a je prvním oficiálním přechodem České republiky. Dělí se na dvě větve – Severní a Jižní a každá

z větví má 1000 Km. Stezku Českem lze projít po etapách, které trvají několik málo dní, lze jít celou jižní nebo celou severní trasu nebo obejít celou Českou republiku dokola. Možností je mnoho a vždy záleží na preferencích daného jedince (Stezkaceskem.cz, 2023).

Cykloturistika

Cykloturistika je u mnoho rekreatantů oblíbenou sportovní aktivitou. Někdo považuje cyklistické kolo pouze za dopravní prostředek a spojí cyklovýlet s atraktivnějším cílem, např. hrad, rozhledna nebo sváteční jarmark. Někdo, po vzoru motto „i cesta je cíl“, si vyjede na výlet krásnou krajinou a těší se z provozované sportovní aktivity. A někdo nemá preferenci lokality, kterou jede, hlavně, že ujede dostatečný počet kilometrů v dostatečném tempu. Všem těmto případům slouží značené cyklostezky (a nejen ty), které vytvořil a spravuje Klub českých turistů (stejně jako u pěších a dalších tras). Na území Jižních Čech se nachází téměř 10 000 Km značených cyklotras, což z Jižních Čech dělá region s nejdelší sítí značených cyklostezek v České republice. Jednotlivé turistické oblasti nabízejí spoustu tipů, kam na výlet na kole, ať už se jedná o tradiční cykloturistiku, elektro cyklistiku, bike parky a singltreky nebo etapovou cyklistiku. Navíc Jižní Čechy nabízejí od května do září/října několik linek cyklobusů, aby se cyklisté mohli převést i do vzdálenějších lokalit (JIŽNÍ ČECHY, 2023).

Lyžování

V Jižních Čechách se nachází 25 lyžařských a 46 běžeckých areálů, které nabízí prostor pro zimní sporty. Jejich vytíženost silně závisí na počasí, tzn. je-li tzv. teplá zima, sníh je nekvalitní (nebo dokonce chybí úplně) a lyžaři raději zvolí alternativní sportovní aktivitu. Navíc se areály nacházejí v nižších nadmořských výškách než např. v Krkonoších, takže i umělý sníh v areálech moc dlouho nevydrží, a to i přesto, že Horská Kvilda je jedno z nejchladnějších míst v ČR i v letních měsících, např. 21.9.1997 bylo na Horské Kvildě přes den naměřeno -10,5 °C (ČHMÚ, 2023).

Počet lyžařských areálů	
Počet areálů	25
Celková délka lyžařských drah	34,6 km
Celkový počet vleků	56

Tabulka 11: Počet lyžařských areálů v Jižních Čechách. Zdroj: JCCR, 2021, str. 13

Délka značených a upravovaných lyžařských běžeckých tratí (běžecké lyžování)	
Počet běžeckých areálů	46
Celková délka běžeckých areálů	688,8 km

Tabulka 12: Délka značených a upravovaných lyžařských běžeckých tratí (běžecké lyžování) v Jižních Čechách. Zdroj: JCCR, 2021, str. 13

5.1.5 MATERIÁLNĚ-TECHNICKÁ ZÁKLADNA

Ve stručnosti je potřeba definovat co je to materiálně-technická základna cestovního ruchu. Podle Petrů (2007:36-37) „je nutná pro zabezpečení služeb uspokojujících potřeby účastníků cestovního ruchu, má význam pro funkční využití potenciálu krajiny pro cestovní ruch a pro tvorbu a realizaci zboží a služeb pro účastníky cestovního ruchu. Rozlišuje se vlastní MTZ cestovního ruchu (v užším slova smyslu), která byla vybudována výlučně nebo převážně pro účely cestovního ruchu a MTZ využívaná pro cestovní ruch (v širším slova smyslu), která byla primárně vytvořena k jinému hlavnímu účelu, ale je využívána i účastníky cestovního ruchu.“

Do základní materiálně-technické základny cestovního ruchu patří převážně zařízení tří základních služeb cestovního ruchu, tj. ubytovacích, stravovacích a dopravních, protože jsou nevyhnutelnou podmínkou pro většinu forem a druhů cestovního ruchu (Petrů, 2007). Mezi doplňková zařízení patří např. kongresové prostory nebo sportovní zařízení. Neexistuje přesná hranice mezi základním a doplňkovým zařízením MTZ a vždy záleží na dané konkrétní situaci. Sportovní zařízení, která jsou vyjmenovaná v předchozí podkapitole, lze považovat v případě sportovního cestovního ruchu za základní zařízení a jsou považována za jeden z faktorů rozvoje potenciálu. Proto jsou uvedeny samostatně a v této podkapitole se bude práce zabývat ostatními základními službami cestovního ruchu.

Ubytovací zařízení

Podrobněji jsou kapacity a návštěvnost ubytovacích zařízení v jednotlivých turistických oblastech uvedeny v kapitole 3.3 proto je zde pouze souhrn:

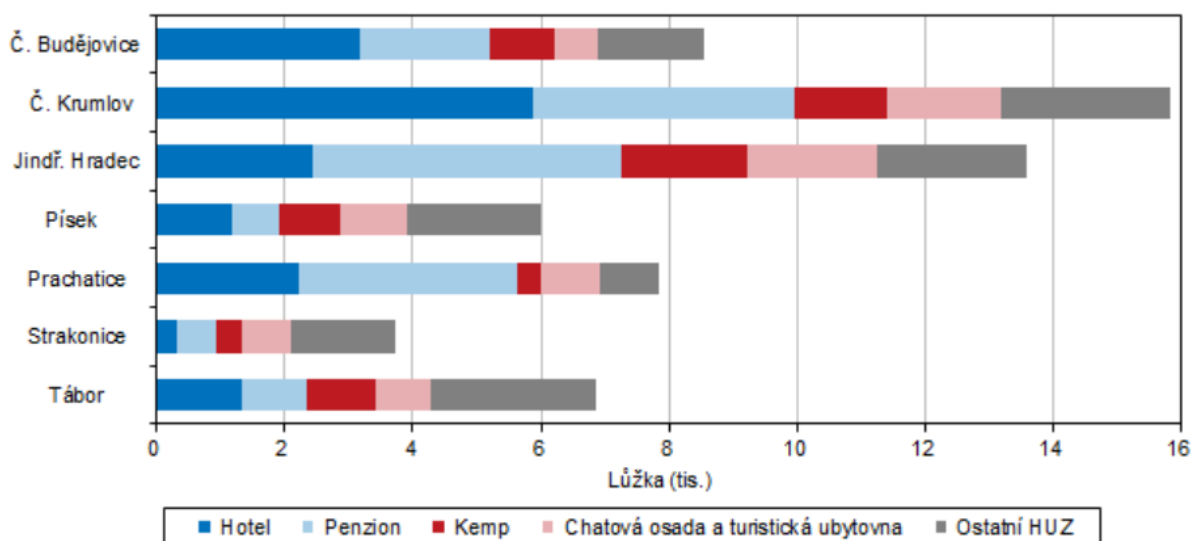
Turistická oblast	Počet HUZ	Počet lůžek	Počet míst pro karavany a stany
Budějovicko	135	7 180	1 075
Česká Kanada	144	6 604	1 237

Turistická oblast	Počet HUZ	Počet lůžek	Počet míst pro karavany a stany
Český Krumlov region	163	5 226	1 731
Lipensko	217	11 465	2 488
Novohradsko-Doudlebsko	66	2 633	634
Písecko-Blatensko	138	9 221	1 865
Šumavsko	191	6 842	1 839
Toulava	185	10 816	2 131
Třeboňsko	191	8 018	2 375
Celkem	1 430	68 005	15 375

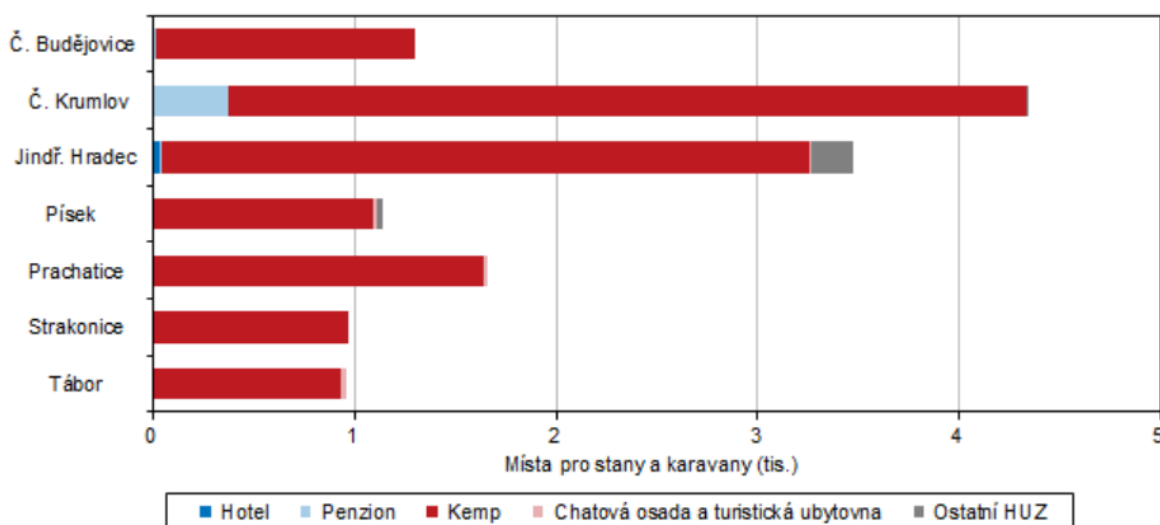
Tabulka 12: Přehled kapacit HUZ v jednotlivých TO (v roce 2021), Zdroj: vlastní zpracování dle CzechTourism, 2022

Následující dva grafy zobrazují počet lůžek v HUZ a počet míst pro karavany a stany v Jihočeském kraji v roce 2022. Kromě toho, že grafy jsou z jiného roku a jiného zpracovatele než tabulka níže, tak ukazují i velice odlišná čísla počtu lůžek v HUZ i ve stanech. Samozřejmě první faktor, který výsledky ovlivňuje je ten, že tabulka zobrazuje kapacity HUZ v jednotlivých turistických oblastech a grafy níže podle okresů. Okresů je méně a tím pádem, kapacity připadající na okres jsou vyšší než u TO. Druhým faktorem může být i meziroční změna počtu poskytovatelů ubytovacích zařízení v jednotlivých TO, resp. okresech. Třetím faktorem je právě jiný zpracovatel, přičemž ani jeden ze zpracovatelů neuvádí konkrétní metodologii sběru dat. A čtvrtým faktorem může být nemožnost získat data, tím, že ne každý poskytovatel ubytovacích služeb poskytne zpracovateli odpovídající údaje. Přesto však ČSÚ (2023⁹) uvádí souhrnná čísla, která jsou srovnatelná s údaji CzechTourism a to 1 311 HUZ, více jak 62 tis. lůžek a téměř 14 tis. míst pro karavany a stany v roce 2022. To je dáno tím, že CzechTourism využívá statistických dat z ČSÚ. Cílem tohoto porovnání není určit, která statistika je přesnější nebo reálnější, ale poukázat na velké rozdíly v podobných statistikách, které souvisí i s nedostatečnou propracovaností statistických metodologií pro oblast cestovního ruchu. V některých případech statistiky dokonce vůbec neexistují, v jiných dosahují různých výsledků. Podobný problém se statistikami je i v oboru sportu. Řešení statistických kolizí by mělo být systémové na úrovni nejvyšších představitelů obou oborů – MMR, MŠMT, NSA,

CzechTourism, ČSÚ, ČUS..., které by zároveň měly delegovat povinnost statistického monitorování dle daných metodik na jednotlivé krajské a regionální organizace – svazy nebo destinační kanceláře, které by měly vést podrobné statistiky o dané oblasti.



Graf 4: Lůžka podle kategorie HUZ a okresů v Jihočeském kraji v roce 2022, Zdroj: ČSÚ, 2023⁹

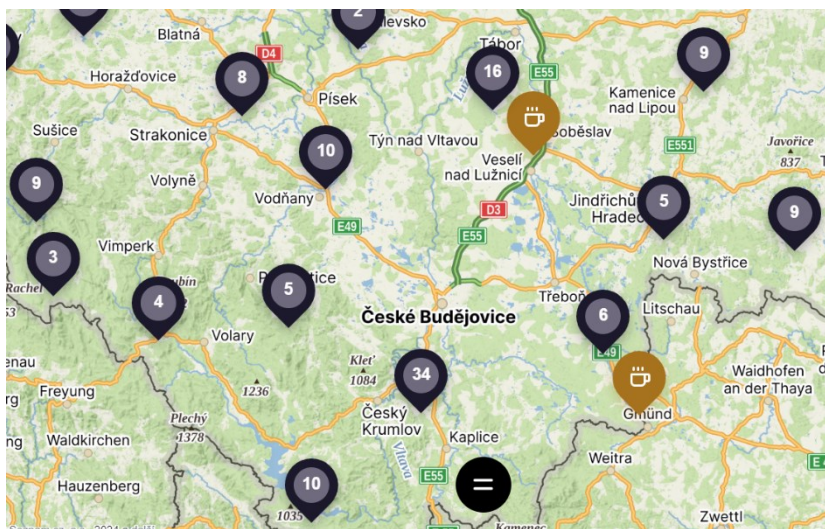


Graf 3: Místa pro stany a karavany podle kategorie HUZ a okresů v Jihočeském kraji v roce 2022, Zdroj: ČSÚ, 2023⁹

Stravovací zařízení

Stravovací služby jsou další ze základních služeb cestovního ruchu, bez jejich poskytování by se turisté a návštěvníci neměli kde stravovat. Navíc v posledních letech roste trend gastroturismu – cestování za účelem návštěvy vybraného gastronomického zařízení, který se velmi rozmohl s projektem Gastromapa Lukáše Hejlíka, který vytvořil průvodce kvalitními gastro podniky po celé České republice. Typů stravovacích zařízení existuje celá řada: restaurace, bistra, bary, hostince, hospody aj. Stejně tak různé je jejich rozložení po kraji/okrese a velmi se liší kvalitou. Oficiální databáze či statistika

stravovacích zařízení v Jihočeském kraji neexistuje. Český statistický úřad a CzechTourism se zabývají pouze statistikami kapacit a návštěvností HUZ, nikoliv sledováním stravovacích zařízení v jakékoliv formě. Asociace hotelů a restaurací České republiky sice vede seznam svých členů, avšak provozovatelé gastro podniků nejsou povinni být členy asociace, tudíž počet stravovacích zařízení, které asociace uvádí je irelevantní oproti reálnému počtu existujících podniků. V Jihočeském kraji pouze je 18 gastronomických/cateringových zařízení členy AHR (AHR, 2023). Podle serveru Tripadvisor se v Jižních Čechách nachází 779 stravovacích zařízení, vč. kaváren, čajoven, bister, přičemž nejvíce se koncentrují v Českých Budějovicích, Českém Krumlově, na Lipně, ve Strakonících, Písku, Táboře, Třeboni, Vimperku, Jindřichově Hradci a obecně ve městech (Tripadvisor, 2023). Gastromapa Lukáše Hejlíka eviduje v oblasti Jihočeského kraje zhruba 120 stravovacích zařízení, viz Obrázek 14, který zobrazuje orientační rozložení stravovacích zařízení opět do měst.



Obrázek 15: Stravovací zařízení v Jihočeském kraji podle Gastromapy Lukáše Hejlíka. Zdroj: GASTROMAPA, 2023

Podle průzkumu provedeném na Google Maps 8.9.2023 (formou funkce vyhledávání restaurací v okolí a postupným posouváním se po mapě) bylo zjištěno, že v Jihočeském kraji se nachází cca 160 stravovacích zařízení (bez započtení hotelů). Číslo však nemusí odpovídat realitě z důvodu:

1. nepřehlednosti vyhledávání na Google Mapách (s posunem mapy zmizí dříve zobrazená zařízení),
2. provozovatel není povinen svůj podnik zalistovat v Google Mapách, např. se nezobrazují podniky, které autorka DP, ví ze zkušenosti, že se v dané lokalitě nachází,
3. nezobrazují se např. i sezónní stánky s občerstvením, aj.

Z map však vyplývá (odhadem), že nejmenší hustota stravovacích zařízení je v oblasti Šumavska a České Kanady, kde se gastro podniky nachází většinou ve městech. Autorka také ví od rodinných příslušníků, kteří Českou Kanadu pravidelně navštěvují za účelem cykloturistiky, že výskyt stravovacích zařízení zde není příliš častý, a navíc jsou ne příliš vyhovující kvality. Tento postřeh nelze zobecňovat, je to však zajímavý bod, který se dá využít ve SWOT analýze.

Je také nutné podotknout, že počet stravovacích zařízení (či jiných podniků cestovního ruchu) se bude vždy odvíjet od poptávky po těchto službách. Nebude-li poptávka, tak potenciální podnikatel, zvolí jinou lokalitu s větší potenciální poptávkou. Na druhou stranu, lze k novým podnikům cestovního ruchu přistupovat i opačně – potenciální podnikatel připraví a zrealizuje takový podnikatelský záměr, který bude motivací pro obyvatele i návštěvníků z širokého okolí a stane se tak částečně atraktivitou, za kterou návštěvníci rádi pojedou.

Dopravní infrastruktura

Dopravní služby jsou poslední základní službou cestovního ruchu. Bez nich by se návštěvníci do destinace nedopravili. Podle ŘSD (In: ČSÚ¹⁰, 2022) se v Jihočeském kraji nacházelo téměř 6 149 km silnic a dálnic, nejvíce (3 800 km) silnic III. třídy. Hustota silnic a dálnic přepočtena na 1 km² řadí Jihočeský kraj až na 12. místo v celorepublikovém srovnání. Zajímavostí je, že k 1.1.2022 se v Jihočeském kraji nacházelo 1 461 mostů o délce 33 km, dále pak 254 železničních přejezdů a 247 železničních podjezdů.

Podle plánů (JIHOČESKÝ KRAJ², 2021) se má stát Jihočeský kraj významným dopravním uzlem jak na celorepublikové úrovni, tak na té evropské. Dojde k propojení kraje se sousedním Rakouskem. K tomu slouží výstavba dálnice D3 v trase Praha – Tábor – České Budějovice – Dolní Dvořiště státní hranice, která spadá do multimodálního koridoru M1. Tento koridor byl vymezen v Politice územního rozvoje České republiky dle mezinárodních smluv. Dálnice D3 má napojit Jihočeský kraj na rakouskou dálniční síť směrem do Lince. Dále se zde nachází severojižní dopravní osa evropského významu E55.

JIHOČESKÝ KRAJ² (2021) také zhodnocuje aktuální stav železniční sítě. V Jihočeském kraji se nachází 21 železničních tratí (8 celostátních a 13 regionálních) o celkové délce 978 km. V rámci sjednaného multimodálního koridoru M1 (mezinárodní dopravní koridory propojující Evropu ze všech světových stran, konkrétně M1 je na ose sever-jih spojující Evropu od Baltického k Jaderskému moři) je v plánu vybudovat i železniční koridor v úseku Praha – České Budějovice – Horní Dvořiště, hranice ČR.

Dále se pracuje na koridoru ŽD4 a ŽD5, tak aby se zvýšila kapacita a kvalita tratí Plzeň – České Budějovice – České Velenice až na hranice ČR a do Vídně a Veselí nad Lužnicí – Třeboň – České Velenice – hranice ČR a Vídeň. Kromě toho dochází k výstavbě nebo se plánuje výstavba regionálních tratí a nových vlakových stanic, tak aby došlo k zpřístupnění center a městských částí.

JIHOČESKÝ KRAJ² (2021) zpracoval SWOT analýzy 19 železničních tratí, konkrétně:

- 190 České Budějovice – Strakonice, 191 Strakonice – Plzeň,
- 192 Nepomuk – Blatná,
- 194 České Budějovice – Český Krumlov – Černý Kříž,
- 195 Rybník – Lipno nad Vltavou,
- 196 České Budějovice – Summerau,
- 197 Číčenice – Nové Údolí,
- 198 Strakonice – Volary,
- 199 České Budějovice – České Velenice,
- 200 Zdice – Písek,
- 201 Tábor – Ražice,
- 202 Tábor – Bechyně,
- 203 Březnice – Strakonice,
- 220 (Praha -) Benešov u Prahy – České Budějovice,
- 224 Tábor – Horní Cerekev,
- 225 Havlíčkův Brod – Veselí nad Lužnicí,
- 226 Veselí nad Lužnicí – České Velenice,
- 227 Kostelec u Jihlavy – Slavonice,
- 228 Jindřichův Hradec – Obrataň,
- 229 Jindřichův Hradec – Nová Bystřice.

Ze SWOT analýz vyplývá aktuální stav železniční dopravy v kraji. Obecně lze konstatovat:

- že tratě jsou převážně vedené daleko od sídel, kde je pak nutné napojení na autobusovou či automobilovou dopravu,
- na mnoha úsecích je nízká traťová rychlost, což prodlužuje délku cesty,

- některé trasy jsou (především časově) nekonkurenceschopné oproti autobusové a automobilové dopravě, což potvrzuje i zkušenost autorky, kde některé tratě především v okolí Lipenska a Šumavska nejsou propojené železničními uzly. Např. z obce Lipno nad Vltavou do Horní Plané cesta vlakem vede přes České Budějovice a trvá zhruba 4 hod, kdežto autobusem či autem trvá zhruba 30 min kolem vodní nádrže. Traťové uzly by se mohly vytvořit i dále od krajského města, aby došlo k lepší propojenosti kraje,
- mezi silné stránky řadí vedení tratě poblíž turisticky atraktivních lokalit nebo dobré umístění některých zastávek vzhledem k návaznosti na další cíle či dopravu.

Pro cestovní ruch je důležitá i veřejná linková doprava, která účastníky převezde do lokalit vzdálených od železniční tratě. Jihočeský kraj je charakterizován velkou rozlohou a řídkým osídlením, což vede nutnosti posílení veřejné linkové dopravy minimálně v době dopravní špičky. Ovšem i mimo ně by měla být dopravní dostupnost jednotlivých obcí zajištěna, přesto však existuje řada obcí, kde o víkendu není zajištěna veřejná doprava (JIHOČESKÝ KRAJ², 2021). Tento fakt velmi omezuje cestovní ruch obecně. Nedisponují-li turisté automobilem, nemají, jak se do lokality dopravit (neuvažuje-li se o provozování např. cykloturistiky). Ze SWOT analýzy veřejné linkové dopravy vyplývá, že aktuálně (JIHOČESKÝ KRAJ², 2021):

- poskytuje častou obsluhu ve špičkách pracovních dní,
- zajišťuje spoje i do méně osídlených lokalit,
- existuje mnoho přímých spojení s krajským či okresními městy aj.,
- mimo špičky je zajištěno málo spojů,
- chybí přestupní terminály,
- nebo již zmíněná neexistence spojů do některých lokalit o víkendu, kde pak dochází k nevyužití plného potenciálu cestovního ruchu.

Stejně jako u železniční dopravy, se i u té autobusové snaží kraj využít příležitostí ke zlepšení aktuálního stavu služby, např. vybudování nových přestupních terminálů, rozvoj integrovaného dopravního systému a přeshraniční a mezistátní dopravy nebo aktualizace vozového parku (JIHOČESKÝ KRAJ², 2021).

5.2 SWOT ANALÝZA

SWOT analýza patří mezi nejvyužívanější metody hodnocení stavu cestovního ruchu a regionální i mezinárodní úrovni.

Silné stránky

- 1.1 Kraj s významnými historickými, kulturními a přírodními atraktivitami
- 1.2 Vysoký potenciál krajiny pro sportovní cestovní ruch
- 1.3 Bezpečná destinace
- 1.4 Kraj řek a rybníků
- 1.5 DMO snaží se o propagaci destinace Jižní Čechy

Slabé stránka

- 2.1 Nedostatečné statistické sledování oblasti sportu
- 2.2 Nedostatečné statistické sledování cestovního ruchu
- 2.3 Nedostatečná propojenost kraje železniční sítí - především dále od krajského města
- 2.4 Malé množství stravovacích zařízení mimo města
- 2.5 Nedostatečná víkendová dostupnost veřejnou dopravou
- 2.6 TO se nezobrazují v internetových mapách, což vede k neznalosti názvů oblastí

Příležitosti

- 3.1 Motivovat zahraniční návštěvníky díky dokončení přeshraničních dopravních komunikací
- 3.2 Úžší spolupráce s DMO jiných krajů, Czechtourismem, MMR, NSA, ČUS a dalšími orgány kvůli statistickému sledování
- 3.3 Statisticky se zaměřit na oblast turistický region Jižní Čechy nikoliv pouze na Jihočeský kraj
- 3.4 Přilákat do regionu nové sportovní a kulturní akce
- 3.5 Dotační/investiční projekty pro oblast rozvoje sportovní a turistické infrastruktury

Hrozby

- 4.1 Rozpad či útlum spolupráce v rámci euroregionů
- 4.2 Výrazné teplotní výkyvy - teplé zimy a chladná léta, střídání suchého období a povodní
- 4.3 Restrikce návštěvnosti v souvislosti s epidemií, válkou či jinou globální krizí
- 4.4 Ekonomická krize ohrožující stranu nabídky i poptávky
- 4.5 Růst kriminality v důsledku migrace

Figure 1: SWOT analýza stanovená na základě analýzy sekundárních dat. Vlastní zpracování

Silné stránky zahrnují atraktivitu a priority regionu, které fungují jako motiv pro návštěvu Jižních Čech. U těchto bodů je důležité neztratit na jejich významnosti. Naopak je třeba udržet a rozvíjet jejich kvalitu. Zároveň poskytují dostatečný základ, na který je možné navázat další aktivity, např. využití řek a rybníků k vodním sportům, nebo propojit historické a kulturní památky s cyklo a pěší turistikou. Také je třeba dále rozvíjet vliv DMO, které v regionu působí.

Slabé stránky nejvíce reflektují nedostatečnou dopravní dostupnost, nedostatek stravovacích zařízení a statistické sledování. Eliminací slabých stránek, především v oblasti dopravy a stravování dojde k umocnění silných stránek. Lepší dopravní dostupnost umožní cestování do méně navštěvovaných lokalit a tím rozvine turismus v regionu. Stravovací zařízení naopak zvýší komfort návštěvníků.

Příležitosti zahrnují především spolupráci a propagaci na mnoha úrovních ať už přeshraniční, regionální a národní, tak i evropské (v případě možných dotačních programů).

Hrozby jsou spíše obecné, které zasáhnou celou Českou republiku v případě jejich výskytu. Zároveň žádnou (kromě rozpadu spolupráce euroregionů) ze zmíněných hrozeb nemůže region ovlivnit a musí počítat se zmírněním jejich dopadů.

5.2.1 BODOVÉ HODNOCENÍ SWOT ANALÝZY ODBORNÍKEM

SWOT analýza uvedená v předchozí podkapitole bude v této podkapitole bodově ohodnocena odborníkem z vysokého školství v oblasti cestovního ruchu. Body jsou udělovány na základě významnosti pro region v jednotlivých kategoriích analýzy stupnicí 1 až 5 (1 nejméně významné, 5 nejvýznamnější). Následující tabulky zobrazují bodové hodnocení každé kategorie analýzy:

Silné stránky

Kritérium	Bodové hodnocení
1.1. Kraj s významnými historickými, kulturními a přírodními atraktivitami	5
1.2. Vysoký potenciál krajiny pro sportovní cestovní ruch	5
1.3. Bezpečná destinace	5
1.4. Kraj řek a rybníků	4
1.5. DMO snažící se o propagaci destinace Jižní Čechy	4

Tabulka 13: Bodové hodnocení silných stránek SWOT analýzy. Zdroj: vlastní zpracování dle názoru odborníka

Komentáře odborníka ke kritériím silných stránek:

- 1.1. Kraj s významnými historickými, kulturními a přírodními atraktivitami: velmi významné kritérium pro region – jedná se o hlavní motivaci pro cesty do tohoto kraje.
- 1.2. Vysoký potenciál krajiny pro sportovní cestovní ruch: opět velmi významné kritérium pro region, protože tento potenciál představuje motivaci pro cesty především za aktivním sportem.
- 1.3. Bezpečná destinace: bezpečnost turistů v destinaci je důležitým předpokladem pro jakýkoliv cestovní ruch.
- 1.4. Kraj řek a rybníků: tento bod je předpokladem pro určité formy cestovního ruchu, které jsou populární především v rámci domácího cestovního ruchu: rybolov, vodáctví, cykloturistika kolem rybníků a další, které lze v kraji provozovat.
- 1.5. DMO snažící se o propagaci destinace Jižní Čechy: propagace destinace Jižní Čechy je důležitá i pro rozvoj sportovního cestovního ruchu. DMO by měly propagovat aktivity/eventy i mimo sezónně. Webové stránky DMO by měly obsahovat typy na výlety, přehled eventů jakéhokoliv druhu, seznam ubytovacích a stravovacích zařízení, které lze v regionu navštívit apod. A měly by také sloužit k propagaci TO v zahraničí, proto je třeba další jazyková mutace.

Slabé stránky

Kritérium	Bodové hodnocení
2.1. Nedostatečné statistické sledování oblasti sportu	2
2.2. Nedostatečné statistické sledování cestovního ruchu	4
2.3. Nedostatečná propojenost kraje železniční sítí – především dále od krajského města	2
2.4. Malé množství stravovacích zařízení mimo města	3
2.5. Nedostatečná víkendová dostupnost veřejnou dopravou	3
2.6. TO se nezobrazují v internetových mapách, což vede k neznalosti názvů oblastí	1

Tabulka 14: Bodové hodnocení slabých stránek SWOT analýzy. Zdroj: vlastní zpracování dle názoru odborníka

Komentáře odborníka ke kritériím slabých stránek:

- 2.1. Nedostatečné statistické sledování oblasti sportu: tento bod není tak významný pro destinaci, protože statistika v oblasti sportu je záležitostí sportovních

organizací/pořadatelů akcí. Otázkou je získávání dat a provázanost na sportovní cestovní ruch. Zároveň tyto data mohou existovat a být vyžádána od nadřazených orgánů k dalšímu zpracování.

- 2.2. Nedostatečné statistické sledování cestovního ruchu: statistické sledování cestovního ruchu je dostačující a odpovídá metodice ČSÚ. Statistika HUZ sleduje i sezónnost.
- 2.3. Nedostatečná propojenost kraje železniční sítí – především dále od krajského města: železniční síť v kraji je dostatečná. Dopravu do vzdálenějších míst od krajského města lze zajistit jinými druhy dopravy. Otázkou není budovat další železniční tratě.
- 2.4. Malé množství stravovacích zařízení mimo města: v místech, kam turisté směřují se určitě nachází nějaké stravovací zařízení (stravovací zařízení jsou tam, kde je poptávka těchto službách).
- 2.5. Nedostatečná víkendová dostupnost veřejnou dopravou: veřejná doprava slouží především místním obyvatelům. Je třeba znát strukturu návštěvníků/turistů, většinou se dopravují jinak než veřejnou dopravou. Navíc se tímto způsobem vynucuje prodloužení počtu nocí v destinaci, což zvyšuje příjem z cestovního ruchu více než u jednodenních návštěvníků. Na druhou stranu to omezuje pohyb turistů, kteří cestují mezi jednotlivými obcemi v regionu z ubytování na výlety.
- 2.6. TO se nezobrazují v internetových mapách, což vede k neznalosti názvů oblastí: nejedná se o podstatné kritérium, protože znalost TO není důležitá. Jedná se o záležitost DMO, pod které TO patří.

Příležitosti

Kritérium	Bodové hodnocení
3.1. Motivovat zahraniční návštěvníky díky dokončení přeshraničních dopravních komunikací	4
3.2. Užší spolupráce s DMO jiných krajů, CzechTourismem, MMR, NSA, ČUS a dalšími orgány kvůli statistickému sledování	4
3.3. Statisticky se zaměřit na oblast turistický region Jižní Čechy nikoliv pouze na Jihočeský kraj	2
3.4. Přilákat do regionu nové sportovní a kulturní akce	5

Kritérium	Bodové hodnocení
3.5. Dotační/investiční projekty pro oblast rozvoje sportovní a turistické infrastruktury	4

Tabulka 15: Bodové hodnocení příležitostí SWOT analýzy. Zdroj: vlastní zpracování dle názoru odborníka

Komentáře odborníka ke kritériím příležitostí:

- 3.1. Motivovat zahraniční návštěvníky díky dokončení přeshraničních dopravních komunikací: důležitá příležitost, protože se zvýší počet především jednodenních návštěvníků ze sousedních zemí.
- 3.2. Užší spolupráce DMO jiných krajů, CzechTourismem, MMR, NSA, ČUS a dalším orgány kvůli statistickému sledování: ano, ale spolupráce DMO s CzechTourismem především za účelem propagace, všechny subjekty by měly více propagovat sportovní cestovní ruch
- 3.3. Statisticky se zaměřit na oblast turistický region Jižní Čechy nikoliv pouze Jihočeský kraj: irelevantní a finančně náročné. DMO si mohou již sledovaná data od ČSÚ vyžádat a spočítat pro svou TO, resp. některá samy sledovat.
- 3.4. Přilákat do regionu nové sportovní a kulturní akce: určitě se jedná o příležitost, ale je třeba přihlídnout k sezónnosti a vytíženosti kapacit.
- 3.5. Dotační/investiční projekty pro oblast rozvoje sportovní a turistické infrastruktury: zvážit s ohledem na dosavadní využití.

Hrozby

Kritérium	Bodové hodnocení
4.1. Rozpad či útlum spolupráce v rámci euroregionů	3
4.2. Výrazné teplotní výkyvy – teplé zimy a chladná léta, střídání suchého období a povodní	3
4.3. Restrikce návštěvnosti v souvislosti s epidemií, válkou či jinou globální krizí	3
4.4. Ekonomická krize ohrožující stranu nabídky i poptávky	3
4.5. Růst kriminality v důsledku migrace	2

Tabulka 16: Bodové hodnocení hrozeb SWOT analýzy. Zdroj: vlastní zpracování dle názoru odborníka

Komentáře odborníka ke kritériím hrozeb:

- 4.1. Rozpad či útlum spolupráce v rámci euroregionů: spolupráce/cestovní ruch může pokračovat i bez institucionálního rámce.

- 4.2. Výrazné teplotní výkyvy – teplé zima a chladná léta, střídaná suchého období a povodní: ano, ale zatím nepodloženo analýzou. Nabídka alternativních programů v destinacích.
- 4.3. Restrikce návštěvnosti v souvislosti s epidemií, válkou či jinou globální krizí: výjimečné, neplatí jen pro region Jižní Čechy. Jedná se o obecnou hrozbu platící pro jakékoliv odvětví či region České republiky.
- 4.4. Ekonomická krize ohrožující stranu nabídky i poptávky: obecná hrozba, která se vztahuje na jakékoliv odvětví ekonomiky, nejen v Jižních Čechách.
- 4.5. Růst kriminality v důsledku migrace: není prokázáno. Bezpečná destinace, ale potenciální hrozba by to mohla být a je potřeba brát ji v potaz.

5.2.2 KOMPARACE SE SWOT ANALÝZOU Z KONCEPCE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V JIHOČESKÉM KRAJI PRO ROK 2021-2030

V podkapitole bude porovnána, SWOT analýza (Figure 1) stanovená v rámci této diplomové práce se SWOT analýzou vytvořenou odborníky z Jihočeské centrály cestovního ruchu v rámci Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji pro rok 2021-2030 (2021). Cílem porovnání je zjistit, zda autorka, na základě průzkumu, který předcházel vytvoření SWOT analýzy, dospěla ke stejným či podobným bodům jako JCCR, případně, v čem se obě analýzy rozcházejí. Obrázek 16 zobrazuje SWOT analýzu Jihočeské centrály cestovního ruchu (2021). Porovnání obou analýz je zajímavým prvkem práce, na kterém lze do určité míry ukázat rozdíly a podobnosti možností výzkumu vysokoškolských studentů. Studentů, u kterých se nepředpokládá střet zájmů s danou oblastí (nemají možnost ovlivnit vývoj regionu interně, potenciálně pouze skrze svůj výzkum), kteří čerpají pouze ze sekundárních zdrojů. Oproti tomu, jaké mají možnosti výzkumu a znalosti regionu odborníci na destinační management, v tomto případě odborníci Jihočeské centrály cestovního ruchu, na jejichž výsledcích bude postaveno další směřování cestovního ruchu v regionu.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Výhodná geografická poloha regionu <ul style="list-style-type: none"> - v sousedství Rakouska a Německa - vhodné podmínky pro trávení letní i zimní dovolené • Pestrá nabídka turistických cílů a atraktivit <ul style="list-style-type: none"> - chráněná přírodní území, naučné stezky • Bezpečná, přátelská a rodinná destinace • Síť cyklotras a pěších turistických značených tras pro krátké i delší výlety • Vysoká kvalita životního prostředí • Koncentrace městských památkových rezervací, vesnických památkových zón a hustota kulturních památek • Kulturní oživování památek (četnost akcí) 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatek lidských zdrojů vs. kvalita lidských zdrojů • Kvalita služeb vs. cena • Sezonnost – malá nabídka mimo hlavní turistickou sezonu • Doprovodná infrastruktura – doprava, cyklo... • Ubytovací kapacity – struktura, množství, kvalita, lokalita • Iritace + udržitelnost • Neochota ke spolupráci + systematická podpora CR
Příležitosti	Hrozby (RIZIKA)
<ul style="list-style-type: none"> • Legislativa – zákon o CR • Strategie – zahrnutí škol, smart technologií a trendů • Profesionalizace organizací destinačního managementu • Infrastruktura (dálnice, letiště, cyklostezky atd.) • Rozvoj produktů, agroturistiky • Spolupráce s okolními kraji • Spolupráce s Rakouskem a Německem • Zkvalitnění služeb, zaměstnanost v CR, zapojení škol 	<ul style="list-style-type: none"> • Geopolitická situace a zásah vyšší moci (vč. pokračující nebo opakující se situace ve vztahu k pandemii, ohrožení zdravotní bezpečnosti návštěvníků) • Stagnace kvality služeb – podcenění významu investic • Odliv kvalitních lidských zdrojů • Iritační index – překročení kapacit • Neochota subjektů v CR domluvit společnou marketingovou strategii (strach z konkurence) • Zvýšení rizika podnikání v CR

Obrázek 16: SWOT analýza Jihočeského kraje dle Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji pro rok 2021-2030. Zdroj: JCCR, 2021, str. 19

Silné stránky

Obě analýzy se shodují v pestré nabídce významných historických, kulturních a přírodních atraktivit, potenciálem pro sportovní cestovní ruch a že se jedná o bezpečnou destinaci. JCCR rozdělila významné historické a přírodní památky do více bodů a zmiňuje i revitalizaci historických památek. Dále se zaměřuje na kvalitu životního prostředí. Naopak autorka ještě navíc uvádí jako silnou stránku Jihočeského kraje i DMO, které si kladou za cíl propagaci destinace.

Slabé stránky

Obě analýzy se shodují na nedostatečné dopravní dostupnosti kraje. JCCR uvádí jako slabou stránku ubytovací zařízení a autorka zase stravovací zařízení. Z toho by se dalo usoudit, že celkově služby cestovního ruchu v kraji nejsou na dostatečné úrovni, což potvrzují i body JCCR *kvalita služeb vs. cena a nedostatek lidských zdrojů vs. kvalita lidských zdrojů*. Nedostatek kvalitních lidských zdrojů je problém v sektoru služeb obecně, ale v gastronomii a cestovním ruchu se projevuje velmi zřetelně a negativně to ovlivňuje dojem účastníků cestovního ruchu z destinace. JCCR dále uvádí neochotu spolupráce

a systematickou podporu CR jako slabou stránku, na to autorka naráží bodem nedostatečného statistického sledování, které s tím souvisí.

Příležitosti

Obě SWOT analýzy pozorují příležitost ve spolupráci s okolními kraji, přeshraničním na přeshraniční dopravní infrastruktuře, která může motivovat nové návštěvníky k příjezdu do destinace. Zároveň JCCR uvádí jako příležitost legislativu, profesionalizaci DMO a strategii vč. zapojení škol. Naopak autorka se více zaměřuje na statistické sledování a možnosti dotačních a investičních projektů. Tyto poslední body jsou na první pohled odlišné, na druhou stranu jsou však provázané. Větší zapojení DMO v tvorbě legislativy nebo podrobnější strategie mohou zvýšit úspěšnost dotačních/investičních projektů v regionu. To implikuje přísun nových sportovních a kulturních akcí a tím i přísun většího počtu návštěvníků a financí.

Hrozby

Hrozby se dají rozdělit do dvou skupin – obecně platné pro celé území České republiky, které mají vliv i na Jihočeský kraj a na hrozby týkající se pouze Jihočeského kraje. Obecné hrozby zahrnují geopolitickou situaci v ČR např. restrikce návštěvnosti v souvislosti s vyšší mocí nebo ekonomická krize ohrožující nabídku cestovního ruchu i jeho poptávku a s tím spojený pokles kvality služeb nebo odliv kvalitních lidských zdrojů. JCCR navíc uvádí rizikovost podnikání v cestovním ruchu a iritační index. Naopak autorka pozoruje riziko ve výrazných teplotních výkyvech – kdy teplé zimy zkracují lyžařskou sezónu (přestože, lyžařské areály nejsou dominantou kraje, tak Šumava je, resp. bývávala charakteristická pro běžkování) a v důsledku dlouhodobého sucha hrozí povodně, které devastují krajinu a omezují možnosti cestování v regionech. Další potenciální hrozbou může být i rozpad či útlum spolupráce v rámci euroregionů, ale to by musel nastat výrazný politický převrat v obou zainteresovaných zemích. Případně může hrozit i růst kriminality v důsledku migrace související s válkou na Ukrajině či Blízkém Východě. Tato hrozba však doposud nebyla prokázána.

Shrnutí komparace

Autorka diplomové práce i Jihočeská centrála cestovního ruchu došly ve své podstatě k velmi podobným závěrům v příslušných SWOT analýzách (Figure 1 a Obrázek 16). V některých případech se jedná o jinou formulaci faktoru, např. potenciál pro cestovní ruch, pestrá nabídka atraktivit cestovního ruchu, spolupráce s okolními kraji a zeměmi či doprovodná (dopravní) infrastruktura. V jiném případě se faktory navzájem

doplňují a dovytváří komplexnější pohled na aktuální stav Jihočeského kraje, např. profesionalizace DMO, legislativa a statistické sledování. Největší rozdíly se dají pozorovat v pojetí hrozeb, kdy autorka práce považuje za větší hrozby pro region ty hrozby, které zároveň působí napříč celou Českou republikou. JCCR naopak více cílí na lokální hrozby typu odliv kvalitních lidských zdrojů, větší iritace místního obyvatelstva či stagnace kvality služeb.

Dá se konstatovat, že vysokoškolský student může stanovit velmi podobnou SWOT analýzu na základě dostupných zdrojů (aniž by byl nutný primární terénní výzkum), jako odborníci destinačního managementu. Je nutné však dodat, že bez primárního výzkumu těchto odborníků by nebylo možné SWOT analýzu sestavit, protože část zjištění JCCR je využita jako základ pro SWOT analýzu sestavené autorkou. Autorka však nahlíží a problematiku cestovního ruchu v regionu z trochu jiného úhlu pohledu.

5.3 BRAINSTORMING SPECIALIZOVANÉ SKUPINY

Na počátku bádání byla specializovaná skupina definována následovně: složená se z 6-8 členů, absolventů navazujícího magisterského studia oboru Cestovní ruch na Fakultě mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze a absolventů navazujícího magisterského studia oboru Management tělesné výchovy a sportu na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy. Orientačně se věková hranice účastníků pohybuje mezi 23-28 lety, vítáni jsou muži i ženy. Věk i absolutorium vybraných oborů je spíše orientační. Samozřejmě účastníci brainstormingu musejí pocházet z jednoho či druhého magisterského oboru, ale nezáleží na tom, kdy jej absolvovali. I student, který absolvoval již všechny povinné předměty studia, je na konci studia (tj. druhá polovina 2. ročníku nebo 3. ročník navazujícího magisterského studia) a čekají ho státní závěrečné zkoušky je podle autorky dostatečně vybaven znalostmi potřebnými k účasti na tomto typu výzkumu. Ve skutečnosti se brainstormingu účastnilo 6 žen ve věku 25-32 let, čtyři absolventky oboru Cestovní ruch a dvě absolventky oboru Management tělesné výchovy a sportu (resp. jedna z účastníků byla v době konání ještě studentkou). Členům skupiny byla představena SWOT analýza definovaná v rámci diplomové práce, SWOT analýza definovaná JCCR a další informace vyplývající z analýzy sekundárních dat, tak aby členové specializované skupiny byli dostatečně informováni. Následovalo 30 min volného brainstormingu, během kterého autorka diplomové práce zaznamenávala všechny nápady na papír. Následovala diskuze a vyjasnění vzniklých myšlenek, tak aby byla definována konkrétní

doporučení. Na základě výsledků byly stanovené návrhy a doporučení k rozvoji potenciálu sportovního cestovního ruchu v Jižních Čechách.

Výstupy z brainstormingu jsou následující:

- Využít potenciál Lipenska: nové ubytovací kapacity a tím i navýšení ubytovacích kapacit, lyžařský areál vhodný pro začátečníky a pro děti, blízkost státní hranice pro zahraniční návštěvníky, modernizovaná sportoviště, Stezka korunami stromů, možnost velkého množství vodních aktivit na Lipně, moderně působící oblast (přirovnání k resortu).
- Nedostatečná dopravní dostupnost: účastnice, i na základě vlastní zkušenosti, i na základě vyhledání některých dopravních spojů přímo během brainstormingu, vyhodnotily, že dopravní dostupnost v Jižních Čechách je nedostatečná. Chybí víkendové spoje, málo dostupné spoje do turistických oblastí, především mimo sezónu nebo v oblastech s vysokým potenciálem např. z Prahy na Lipno trvá cesta veřejnou dopravou 4,5 hod s několika přestupy; v Hluboké nad Vltavou je daleko vlakové nádraží od města, což při pořádání sportovních akcí s mezinárodní účastí ve sportovním areálu, který je zde oblíbený, znemožňuje/ztěžuje dopravu účastníků do místa konání. Složitá a zdoluhavá doprava na Šumavu – chcete-li přejít Šumavu, musíte se nejdříve na Šumavu dopravit autem, to zaparkovat v počátečním bodě a při návratu se složitě vracet veřejnou dopravou zpět k autu. Takovéto přechody by byly jednodušší, kdyby existovalo uživatelsky rozumné dopravní spojení na Šumavu, tak aby nebylo třeba dopravit se do lokality osobním automobilem. Jet na výlet bez automobilu je složité, protože se návštěvníci nedostanou do výletnický atraktivních, méně známých a navštěvovaných, lokalit. Zároveň jsou nuceni přizpůsobit trasu, tak aby vytvořili okruh od auta k autu, protože by se z bodu B nedostali zpět do bodu A k autu, což omezuje návštěvnost některých lokalit.
- Nedostatek velkokapacitních ubytovacích zařízení: ano, napříč krajem je mnoho ubytovacích kapacit, a i v dostatečné kvalitě a dostupné ceně. Pokud ale má kraj potenciál pro sportovní akce s velkou návštěvností, tak by k tomu měl mít i dostatečné množství ubytovacích kapacit v jednotlivých lokalitách, což v současné době úplně není. Velké množství kapacit je v Českých Budějovicích a v oblasti Lipenska, protože se zde staví nová zařízení, je zde řada kempů apod. a tím, že se zde konal Olympijský park Rio-Lipno, tak bylo nutné oblast v tomto směru zabezpečit. Znovu je zde zmíněna Hluboká nad Vltavou, protože jedna z účastnic zde pořádala

sportovní turnaj s mezinárodní účastí, pro zhruba 400 účastníků (bez započtení fanoušků) a část výprav musela být ubytována v Českých Budějovicích a musela jim být zajištěna soukromá autobusová doprava, protože nebylo možné využít veřejnou dopravu.

- Sezónnost: sezónnost je negativním faktorem ovlivňujícím cestovní ruch v mnoha destinacích napříč celým světem. V zimní sezóně těží z cestovního ruchu lyžařské areály, v městech a v přírodních lokalitách je návštěvnost nízká a nabídka těchto lokalit ani nevykazuje snahu motivovat návštěvníky k cestování. Jedna z probandek navštívila několik lokalit Jižních Čech v období Velikonoc a byla překvapená, že nenarazila na žádné tradiční oslavy ani na inzerci takovýchto oslav, jarmarků nebo něčeho podobného, co by mohli navštívit. Pouze na zámku v Hluboké nad Vltavou se konalo hledání Velikonočních vajíček pro děti. Naopak v letní sezóně, a obzvláště o víkendech, se ve městech i v přírodních lokalitách koná spousta akcí, fungují stánky s občerstvením a další sezónní podniky, které lákají lidi k návštěvě destinace, a to zvyšuje její návštěvnost.
- Stravování: probandky v tomto bodě nebyly úplně shodné v názorech. To, že se počty stravovacích zařízení velmi liší v jednotlivých oblastech je patrné z popisu stavu stravovacích zařízení uvedeném v předchozích kapitolách. Názory se však lišily v tom, zda jich je tedy vůbec dostatek a v dostatečné kvalitě, nebo zda jich je dostatek, v dostatečné kvalitě, ale s úzkým výběrem sortimentu v nabídce. Jedna ze zúčastněných, jakožto vegetariánka, měla potíže s výběrem pokrmů v restauracích, protože ve většině z těch, které navštívila, měli v nabídce pouze smažený sýr, jakožto vegetariánský pokrm.
- Propagace Jižních Čech: probandky konstatovaly, že o Jižních Čechách jakožto destinaci nezaregistrovaly v posledních 2 letech žádnou reklamní kampaň motivující k návštěvě regionu. Ať už CzechTourism nebo i lokálních DMO, která by byla zaměřena na Jižní Čechy. Zároveň ji ani aktivně nevyhledávaly, na druhou stranu, např. kampaň zaměřenou na lázeňství, Jižní Moravu či UNESCO památky ve svém okolí zpozorovaly, ať už to bylo na plakátech v metru, v médiích či na internetu. Některé účastnice např. ani nevěděly, že v obci Lipno nad Vltavou je skiareál. Z těchto poznatků lze konstatovat, že propagace turistického regionu Jižní Čechy je na domácí půdě nedostatečná. Navíc, když se v rámci brainstormingu účastnice ptaly na webové stránky jednotlivých DMO, tak byl zjištěn zajímavý

poznatek, že ani jedna z kanceláří nevede webové stránky v jiných jazykových mutacích než v českém jazyce. Což pokud si kladou za cíl přilákat přeshraniční návštěvníky do regionu, tak by webové stránky v anglickém či německém jazyce mohly být velmi užitečným propagačním a informačním nástrojem.

- Asociace s „když se řekne Jižní Čechy...“: účastnice shrnuly co je napadne, když se řeknou Jižní Čechy. Primárně to je Šumava – pěší turistika, voda – Lipno, rybníky v okolí Třeboně, řeky a vodáctví, sportovní rybolov, jachting, vodní skútry, zároveň i Třeboň a koně: tzv. hipoturistika a samozřejmě i nesportovní aktivity jako Český Krumlov, České Budějovice, Hluboká nad Vltavou a jiné a doporučují využít těchto asociací právě k propagaci kraje.

Výsledky dílčích analýz, teoretických východisek sepsaných ze sekundárních dat, SWOT analýzy i brainstormingu, včetně diskuze s odborníkem, budou promítnuté do návrhů a doporučení v následující kapitole.

6 NÁVRHOVÁ ČÁST

Návrhová kapitola obsahuje návrhy a doporučení jak autorky vč. akčních kroků ke SWOT analýze, tak návrhy a doporučení účastnic brainstormingu, které ony vytyčily jako nejdůležitější z jejich pohledu. Tyto doporučení jsou zároveň diskutovány a zařazovány do kontextu. Návrhy a doporučení vyplývající z brainstormingu částečně kopírují výstupy z něj a jsou doplněny o další myšlenky, poznatky a doporučení autorky, tak jak bylo prodiskutováno v závěrečné fázi brainstormingového setkání. Všechny návrhy byly zároveň prodiskutovány s odborníkem na cestovní ruch ohledně jejich realizovatelnosti v praxi.

Využít potenciál Lipenska

- Zavést přímé linky z Prahy na Lipno (do jakékoliv obce) – usnadní to cestování hromadnou dopravou řadě výletníků. Zavedení přímých linek může být také sezónní, záleží na podrobnější analýze dopravní vytíženosti. Zároveň je často uváděno spojení s Prahou, jednak protože autorka i probadky žijí v Praze a mají zkušenost s dopravou z Prahy. A také proto, že se v Praze nachází největší české letiště s mezinárodními spoji, takže by lepší spojení Prahy a Lipenska umožnilo zvýšení počtu zahraničních návštěvníků.
- Propagovat skiareál vhodný pro rodiny s dětmi. Mírné kopce jsou vhodné pro začátečníky.
- Vodní nádrž nabízí celou řadu vodních aktivit – jachting, vodní skútry, padleboardy, rybaření. Některé z těchto aktivit se dají považovat za adrenalinové, což je také motivem návštěvy pro řadu návštěvníků.
- Více propagovat pěší i cyklistické trasy v okolí s možností využití přívozů přes vodní nádrž.
- V posledních letech zde narostl počet ubytovacích zařízení, je tedy možné zde uskutečnit větší sportovní či kulturní akce.

Nedostatečná dopravní dostupnost

- Uskutečnit podrobnou analýzu dopravních spojů a zavést alespoň víkendové spoje do přírodně atraktivních, ale málo navštěvovaných lokalit, zároveň tyto lokality propagovat. Tím lze dosáhnout většího řízení cestovního ruchu – větší rozprostření turistů, aniž by docházelo k temporálnímu overturismu.

- Zjednodušit dopravní dostupnost z velkých měst okolních krajů i zemí i do menších měst, a ne pouze do Českých Budějovic. Např. cestu z Plzně do Písku je možné absolvovat i se čtyřmi přestupy a stále je to jedna z rychlejších cest (je možné využít i spoj s jedním přestupem, ale ten jezdí převážně v pracovní den odpoledne).
- Vytipovat turistické trasy ze kterých lze vytvořit přechod a umožnit odpojit se z trasy na hromadnou dopravu i během trasy.

Nedostatek velkokapacitních ubytovacích zařízení

- Není tím nutně myšlena stavba velkých hotelových komplexů, i když by to v některých případech či lokalitách bylo možné/vhodné řešení – např. v blízkosti Sportovního a rekreačního areálu v Hluboké nad Vltavou. Autorka také není schopna, z dostupných dat, určit ideální kapacitu HUZ v jednotlivých lokalitách. Avšak z logiky věci, chce-li někdo pořádat sportovní událost pro 400 osob, musí být schopen zajistit ubytování pro 400 os v co nejbližším možném okolí.
- U nových velkokapacitních ubytovacích zařízení může být problém s nedostatečnou vytížeností mimo sezónu. Také jednotlivé obce nemusí souhlasit se stavbou takovýchto zařízení a nemusejí ani odsouhlasit případné změny územních plánů.
- V případě událostí konaných v letním období (červenec-srpen) by bylo možné využít ubytování na středoškolských internátech či vysokoškolských kolejích. Další možností je využití krátkodobého pronájmu chat a chalup (možnost přivýdělků na způsob Airbnb).

Sezónnost

- Pořádat a propagovat sportovní a kulturní akce (pokud to typ akce umožňuje) v jarním a podzimním období (mimo letní sezónu). S tím souvisí větší využití státních svátků a prázdnin během školního roku pro pobyty turistů v Jižních Čechách. Příklady možných akcí: hallowenská výzdoba Stezky Olšina, stezka poznání Mistra Jana Husa, který má v Jižních Čechách řadu muzeí a památek. Jihočeský kraj je protkaný Křížovými cestami (osobní zkušenost autorky), které se dají tematicky propojit i např. během Velikonoc. Vytvořit stezky se soutěží s cenou za sběr např. razítek z různých památek (např. sběr turistických známek v rámci KČT) atd.
- Pro prodloužení sezónnosti lze využít i hipoturistiku, protože sezóna ježdění na koni je delší – trvá od jara do podzimu, nejen v létě. Podpořit hipoturistiku vhodnými cestami či odpočívadly pro koně. Propagovat hipoturistické zájezdy/přechody a umožnit je i pro začátečníky (lze spojit s agroturistikou).

Stravování

- Z hlediska vzájemného vztahu poptávky a nabídky cestovního ruchu využít potenciál i současných stravovacích zařízení pro rozvoj gastroturismu. Využít v dané lokalitě propagace lokálních gastronomických produktů (Czech Specials). Má-li potenciální podnikatel kreativní podnikatelský plán v oblasti stravovacích služeb v lokalitě, kde by se jednalo o jedinečný koncept, je vhodné využít dnešní síly internetové komunikace a sociálních sítí, k tomu motivovat klienty k návštěvě. V dnešní době je důležitým rozhodovacím prvkem poctivost a kvalita surovin (ideálně s bonusovou kreativitou). Pro prezentaci pokrmů využít estetičnost a fotogeničnost pokrmů (tzv. plating) i podniku.
- Rozšířit sortiment v klasických restauracích. Především ve stáncích s občerstvením, tak aby nabídka více odpovídala i novým stravovacím trendům (bezmasá jídla, bezlepková strava a jídla vhodná pro děti). V řadě restaurací a stáncích téměř nebo zcela chybí vegetariánské pokrmy.

Propagace Jižních Čech a Asociace s „když se řekne Jižní Čechy“

- Zvýšit povědomí o značce Jižní Čechy. Během brainstormingu se ukázalo, že značku Jižní Čechy znají 2 ze 6 zúčastněných. Pojem Jižní Čechy sice znaly všechny, ale jakožto místní název, který se používá místo Jihočeského kraje. Proč tedy nezvýšit povědomí o značce Jižní Čechy? Více propagovat Jižní Čechy v rámci kampaní CzechTourism (Kudyznudy.cz na republikové úrovni) nebo Jihočeské centrály cestovního ruchu na republikové úrovni. V rámci této propagace zvolit vhodnou tematiku pro Jihočeský kraj. Oblíbeným tématem pro zahraniční propagaci jsou památky UNESCO, a další. Na Jižní Čechy by se dala napasovat tematika vodáctví, rybníky a rybolov, dálkových přechodů, CHKO a NP, samozřejmě i UNESCO, po cestách historických událostí/osobností, rozhledny a astronomické observatoře, hipoturistika, po stopách rytířů a princezen a mnoho dalších.
- Využít inomingové agentury a agentury zabývající se incentivním cestovním ruchem a nabízet jejich klientům adrenalinové zážitky nebo rybolov s průvodcem v rámci teambuildingů. Toto zmínila jedna z probandek brainstormingu, která pracuje v jedné inomingové agentuře a z její zkušenosti vyplynulo, že toto je typ aktivit, které zahraniční skupiny turistů vyžadují.
- Využití nových směrů v marketingu cestovního ruchu jako jsou asociace, např. „když se řekne (lokalita)...“. Toto spojení může napomoci k vytvoření efektivnější marketingové

strategii. Dá se však využít i obráceným způsobem, tzn. nechat turisty, aby uvažovali nad tím, co je napadne „když se řekne Jižní Čechy“ a vytvořit z toho zábavnou a poučnou hádanku, skrze kterou objevují všechny krásy Jižních Čech. Ať už se jedná o asociaci s vodáctvím, rybolovem a hipoturistikou v Třeboni, Českým Krumlovem, Šumavou, Kletí, Železnou Rudou, cukrem v Dačicích...

- Dalším z nových a velmi oblíbených směrů v marketingu cestovního ruchu je tzv. „Storytelling“, tj. vyprávění příběhů odehrávajících se v dané lokalitě za účelem navození příjemných pocitů, vč. těch, že divák chce lokalitu navštívit. Např. příběh Kateřiny Neumannové a běžecké lyžování.

Následující část podkapitoly je věnována návrhům a doporučením v návaznosti na SWOT analýzu provedenou v této práci.

Silné stránky

- 1.1. Kraj s významnými historickými, kulturními a přírodními atraktivitami: využít je k propagaci, např. propojením příběhy, jak je vysvětleno výše.
- 1.2. Vysoký potenciál krajiny pro sportovní cestovní ruch: zlepšit dopravní dostupnost do jednotlivých oblastí, aby se tento vysoký potenciál mohl efektivně využít.
- 1.3. Bezpečná destinace: jediné možné doporučení je udržet destinaci bezpečnou vymáháním zákona.
- 1.4. Kraj řek a rybníků: opět uvedeno výše. Využít tento potenciál k propagaci a jako motiv cestování v rámci domácího i zahraničního cestovního ruchu.
- 1.5. DMO snažící se o propagaci destinace Jižní Čechy: zpřehlednit kalendáře akcí tak, aby se v nich lépe filtrovaly události podle charakteru: sportovní, hudební, kulturní, pro děti..., nebo podle velikosti/odhadovaného počtu návštěvníků, podle lokality. Dále vytvořit více jazykových (minimálně anglickou a německou) mutací webových stránek a tím zaměřit propagaci i na přeshraniční návštěvníky.

Slabé stránky

- 2.1. Nedostatečné statistické sledování oblasti sportu: řešením by mohla být povinnost sportovních zařízení reportovat nadřazenému orgánu či ČSÚ, který by tvořil a zveřejňoval statistická data. Nebo naopak statistická data jsou sledována, ale nejsou zveřejňována a prezentována (např. webové stránky zařízení/sportovních akcí/nadřazených orgánů), přitom by mohla pomoci zároveň potenciálním organizátorům velkých sportovních akcí mohou data pomoci se rozhodnout, zda v této lokalitě mají potenciál návštěvnosti a podle toho tam tu akci uskutečnit.

- 2.2. Nedostatečné statistické sledování cestovního ruchu: podle odborníků cestovního ruchu je statistické sledování HUZ a návštěvnosti atraktivit dostačující. Chybí evidence o návštěvnosti např. stravovacích zařízení nebo přírodních atraktivit. Jejich sledování by umožnilo lepší plánování sportovního cestovního ruchu. Body 2.1. a 2.2. spolu úzce souvisí.
- 2.3. Nedostatečná propojenost kraje železniční sítí – především dále od krajského města: na tomto bodě kraj již částečně pracuje tím, že provedl podrobnou analýzu současné situace a plánuje modernizaci tratí, případně stavbu nových tratí. Také plánuje návaznost na pozemní hromadnou dopravu. Doporučením je také propojit tratě i mimo České Budějovice, aby pro přestup nebylo nutné jezdit až do Českých Budějovic.
- 2.4. Malé množství stravovacích zařízení mimo města: uvedeno výše v rámci doporučení z brainstormingu.
- 2.5. Nedostatečná víkendová dostupnost veřejnou dopravou: uvedeno výše v rámci doporučení z brainstormingu, ale také obecné doporučení, zavést nebo posílit víkendové spoje do vybraných lokalit.
- 2.6. TO se nezobrazují v internetových mapách, což vede k neznalosti názvů oblastí: pokusit se navrhnout poskytovatelům online map, zda by do některého zobrazení map mohli zavést názvy odpovídajících TO a spojit to s větší propagací TO. Např. pokud by se v mapách název TO zobrazoval, mohlo by to vést k většímu povědomí o názvu a může to vést ke zvýšenému zájmu o TO.

Příležitosti

- 3.1. Motivovat zahraniční návštěvníky díky dokončení přeshraničních dopravních komunikací: dokončení a modernizace přeshraničních dopravních komunikací usnadní cestování do Jižních Čech zahraničním turistům. Zahraniční turisté jsou pro TO perspektivní z důvodu delší doby pobytu a tím i vyšších výdajů.
- 3.2. Užší spolupráce s DMO jiných krajů, CzechTourismem, MMR, NSA, ČUS a dalším orgány kvůli statistickému sledování: slabou stránku lze přetvořit v příležitost, protože statistická data zjednodušují proces tvorby a realizace plánů, ať už marketingových nebo investičních.
- 3.3. Statisticky se zaměřit na oblast turistický region Jižní Čechy nikoliv pouze Jihočeský kraj: tím, že turistický region Jižní Čechy zasahuje i do Středočeského kraje, je existující statistické sledování zkreslené a nepřesné. Pro přesné statistické

sledování je třeba si vyžádat data za obce, která jsou ve Středočeském kraji a údaje dopočítat.

- 3.4. Přilákat do regionu nové sportovní a kulturní akce: tato příležitost je vázána na vyřešení nedostatku ubytovacích kapacit v téměř celém regionu a na sportovních zařízeních splňujících mezinárodní normy pro pořádání vybraných sportovních akcí.
- 3.5. Dotační/investiční projekty pro oblast rozvoje sportovní a turistické infrastruktury: příležitost lze využít na základě krajem vypsanych krajských investičních či neinvestičních grantů a podporou a poradenstvím při žádostech republikové i evropské granty.

Hrozby

- 4.1. Rozpad či útlum spolupráce v rámci euroregionů: tato hrozba by mohla způsobit komplikace při stavbě příhraniční a přeshraniční dopravní sítě, útlum v návštěvnosti regionu zahraničními návštěvníky a jiné. Doporučením je udržovat v rámci euroregionů příjemné diplomatické vztahy a snažit se hledat nejlepší řešení pro obě strany.
- 4.2. Výrazné teplotní výkyvy – teplé zimy a chladná léta, střídání suchého období a povodní: variantou, jak se vyhnout této hrozbě je vytvořit alternativní atraktivitu, které jsou nezávislé závislé na výkyvech počasí, např. vnitřní sportovní nebo zábavní areály. Obecně pestrost činností, které se v regionu dají uskutečňovat v případě nepříznivého počasí. V případě nastalých povodní minimalizovat škody jimi způsobené např. protipovodňovými zábranami, regulací vody v přehradách, úpravou či revitalizací koryt řek v některých úsecích a další. Ostatně tyto protipovodňové kroky již byly v minulosti provedeny.
- 4.3. Restrikce návštěvnosti v souvislosti s epidemií, válkou či jinou globální krizí: doporučení pro všechny podniky: vytvořit si dostatečnou finanční rezervu odpovídající několika měsícům fungování, hledat kreativní řešení a rychle se přizpůsobit situaci. Případně využít možnosti existujících komerčních pojištění.
- 4.4. Ekonomická krize ohrožující stranu nabídky i poptávky: platí stejné doporučení jako v případě bodu 4.3, tzn. vytvořit dostatečnou finanční rezervu nebo využití komerčních pojištění.
- 4.5. Růst kriminality v důsledku migrace: dodržovat, udržovat a vymáhat zákonné chování u místního obyvatelstva i u návštěvníků.

Návrhy byly jednotlivě diskutovány v rámci konzultace s odborníkem v oblasti cestovního ruchu. Z diskuze vyplynulo následující hodnocení:

„Autorka v návrhové části vycházela ze shrnutí brainstormingu vybrané skupiny, vlastní SWOT analýzy a SWOT analýzy Jihočeské centrály cestovního ruchu. Návrhy svědčí o znalosti autorky, pokud jde o danou problematiku, jak cestovního ruchu obecně, tak sportovního cestovního ruchu. Řada návrhů je v praxi realizovatelná danými subjekty v i krátkodobém horizontu.“

7 DISKUSE

Ze sestavené SWOT analýzy vyplývá, že Jižní Čechy mají potenciál pro sportovní cestovní ruch, což potvrzuje i SWOT analýza JCCR (2021), ale i hodnocení potenciálu sportovního ruchu provedeného Bínou (2002). Zároveň se na území Jižních Čech nachází široká nabídka atraktivit cestovního ruchu, ať už přírodních, vhodných pro sportovní cestovní ruch, tak kulturně-historických památek. To zvyšuje možnosti i pro sportovní cestovní ruch, tím, že se spojí cyklo či pěší turistika s návštěvou historických měst. V práci také byly zjištěny nedostatky v oblasti ubytovacích služeb, konkrétně nedostatek kapacit pro velké mezinárodní akce mimo oblast Českých Budějovic a Lipenska. Mezi slabé stránky Jižních Čech řadí ubytovací služby i JCCR (2021), konkrétně jejich množství, kvalitu, lokalitu i strukturu. Dalším zjištěným nedostatkem, který také potvrzují JCCR (2021) i JIHOČESKÝ KRAJ² (2021) je dopravní dostupnost v regionu. Víkendová dopravní dostupnost v některých obcích ani neexistuje a ve všední dny mimo dopravní špičku je velmi omezená. Velmi omezená je také dopravní dostupnost do lokalit s potenciálem pro cestovní ruch. Dalším poznatkem je potenciál nových zahraničních návštěvníků po dokončení mezinárodního dopravního koridoru M1 a zvýšené propagace regionu v zahraničí. Podle údajů z roku 2022 bylo 80 % návštěvníků Jižních Čech rezidentů České republiky, tzn. že pouze 20 % návštěvníků bylo zahraničních (JCCR, 2023). Práce také naráží na nízkou mezioborovou spolupráci a institucionální řízení. To uvádí i JCCR (2021) ve své SWOT analýze, kde v slabých stránkách uvádí neochotu spolupráce a systematickou podporu cestovního ruchu a v hrozbách neochotu orgánů cestovního ruchu při plánování marketingové strategie. Přičemž tohle by měl být cíl kanceláří destinačního managementu na národní a regionální úrovni, tak aby cestovní ruch v mikroregionech rostl rovnoměrně a regulovaně jak v lokalitách, tak v časovém horizontu. To je důležité i proto, aby nedocházelo k sezónnímu a lokálnímu overturismu (jako např. v letních měsících na Vltavě). Tento bod (profesionalizaci DMO) uvádí JCCR (2021) také v příležitostech SWOT analýzy.

Diplomová práce také naráží na řadu limitů. V první řadě dlouhý časový horizont během, kterého byla práce psána. Z počátku aktuální statistická data z roku 2020-22 nejsou již v roce 2024 tak relevantní a vypovídající jako při zahájení výzkumu. Dále by výsledky mohli být ovlivněny výběrem odborníka na cestovní ruch, který hodnotil SWOT analýzu a následně i návrhy a doporučení vyplývající z práce. Jiný odborník by mohl mít na poznatky a výsledky jiný názor, který by mohl být jak negativního nebo i více

pozitivního charakteru. Výsledky jsou také ovlivněny výběrem metody bodového hodnocení. V případě využití bodového hodnocení se zapojením vah a výpočtem relevantnosti jednotlivých faktorů, by hodnocení jednotlivých faktorů mohlo být jiné. Odlišných výsledků by také bylo dosaženo při využití různých metod, např. multikriteriální analýzy. Autorce však nešlo o statistický výzkum, ale spíše o subjektivní (zároveň co nejvíce objektivizované) hodnocení zúčastněných respondentů. A v neposlední řadě jsou výsledky do velké míry ovlivněny složením brainstormingové skupiny. Výsledky brainstormingu jsou silně provázané s jednotlivci, kteří se ho účastní a velmi pravděpodobně by jiné závěry přinesla skupina složená pouze z mužů, nebo jedinců, kteří mají odbornost a zkušenosti z destinačního managementu. Stejně tak by jiné výsledky přinesla skupina studentů bakalářského či doktorského studia vybraných oborů, obyvatel regionu Jižní Čechy nebo obyvatel jiné části České republiky, kteří Jižní Čechy ani nikdy nenavštívili.

Diplomová práce *Rozvoj potenciálu sportovního cestovního ruchu v Jižních Čechách* nabízí další prostor k bádání, které by bylo možné uskutečnit v jiných kvalifikačních pracích. Je možné zaměřit další výzkumnou činnost na jednotlivé části MTZ či podrobnější popis jednotlivých sportovních, přírodních či kulturních atraktivit. Terénní výzkum by mohl umožnit vyhodnotit a aktualizovat potenciál cestovního ruchu v oblasti. Nebo by mohla být vytvořena marketingová strategie (sportovního) cestovního ruchu v Jižních Čechách.

8 ZÁVĚR

Sportovní cestovní ruch je v dnešní době velmi významnou, i když občas trochu opomíjenou, formou cestovního ruchu. Cestování za účelem lyžování, cyklistiky, vodáctví, či provozování jiných sportů v destinaci, je dnes naprosto běžný typ dovolené. Návštěvníci si ani neuvědomují, že svým chováním popularizují jednu z forem cestovního ruchu. Proto, aby mohl být sportovní turismus v destinaci provozován musí být destinace vybavena vhodnou materiálně-technickou základnou a doprovodnou infrastrukturou. Zároveň musí mít destinace potenciál pro sportovní cestovní ruch. Přes 99 % území České republiky vykazuje potenciál alespoň pro jeden druh cestovního ruchu (přírodní, smíšený, kulturní či jejich podkategorie). Avšak ne všude je tento potenciál plně využit. Tato práce se zabývá rozvojem potenciálu sportovního cestovního ruchu, konkrétně v turistickém regionu Jižní Čechy. Jižní Čechy vykazují vysoký až výjimečný potenciál pro přírodní, přírodně vyhraněný a pro smíšený cestovní ruch. To znamená, že poskytují velký prostor pro sporty provozované v přírodě. Při pohledu na jihočeský kraj je tento závěr velmi logický. Šumavské pohoří, velké množství vodních ploch, ať už se jedná o řeky, rybníky či vodní nádrže, největší síť cyklotras v České republice a další. To vše nabízejí Jižní Čechy. Je však tento potenciál plně využit? Jaký je aktuální stav cestovního ruchu v regionu? Existuje dostatečná MTZ? Existuje prostor pro zkvalitnění či vybudování nové MTZ? Tím vším se tato práce zabývala. Cílem práce je sestavení doporučení pro rozvoj sportovního cestovního ruchu v regionu Jižních Čechy.

V první řadě je nutné konstatovat, že sekundární výzkum není vhodný pro zjištění nakolik přesně je potenciál využíván. Práce se zabývala jeho zhodnocením na základě dostupných dat, kterou slouží k sumarizaci, alespoň částečné, aktuálního stavu MTZ a atraktivit cestovního ruchu v regionu. Následně byla sestavena SWOT analýza, která byla ohodnocena odborníkem na cestovní ruch a byla porovnána s oficiální SWOT analýzou JCCR. Následoval brainstorming specializované skupiny, kde probandi, z řad absolventů cestovního ruchu a managementu sportu, se snažili, na základě SWOT analýzy i osobní zkušenosti s regionem, stanovit návrhy a doporučení pro zlepšení aktuální situace cestovního ruchu v Jižních Čechách. A na závěr tyto návrhy a doporučení (spolu s vlastními návrhy a doporučeními) autorka opět prodiskutovala a zhodnotila s odborníkem na cestovní ruch z vysokého školství.

Z analýzy aktuálního stavu sportovního cestovního ruchu vyplývá následující:

- jedná se o region bohatý na kulturní, historické i přírodní atraktivity,
- kraj s vysokým potenciálem pro sportovní cestovní ruch,
- Jižní Čechy jsou bezpečnou destinací,
- existují zde DMO, které se snaží propagovat cestovní ruch, avšak jejich zapojení by mohlo být větší a efektivnější,
- region neposkytuje dostatečnou víkendovou dopravní dostupnost veřejnou dopravou do lokalit s potenciálem pro cestovní ruch (ne ve všech lokalitách, ale pro mnoho z nich to platí),
- kromě Českých Budějovic a Lipenska nemají ostatní oblasti dostatek ubytovacích kapacit pro velké národní či mezinárodní sportovní události,
- stravovací zařízení v Jižních Čechách nenásledují současné trendy a neposkytují dostatečně široký výběr pokrmů vhodné pro vegetariány, celiaky, děti a jiné,
- nedostatečná statistická sledovanost sportu a cestovního ruchu v regionu. Resp. ty statistiky kolikrát existují, ale je nutné si je vyžádat od nadřazených orgánů, protože nejsou veřejné, či je nutné si je pro daný region dopočítat individuálně,
- existuje potenciál pro motivaci zahraničních návštěvníků zlepšením přeshraniční dopravní dostupnosti a dostupnosti z letiště v Praze,
- neexistuje, nebo minimálně není veřejně dostupný, spolehlivý a komplexní zdroj ve kterém by bylo možné dohledat všechna sportovní ani stravovací zařízení v regionu,
- a v neposlední řadě, propagace Jižních Čech v rámci domácího cestovního ruchu není tak výrazná, jak by měla/mohla být.

Hlavními doporučeními pro rozvoj cestovního ruchu v Jižních Čechách vyplývající ze zkoumání této práce jsou následující:

- využít potenciál Lipenska, oblast je dobře vybavena ubytovacími, stravovacími i sportovními zařízeními, chybí jí však efektivnější dopravní dostupnost a propagace,
- zavést víkendové spoje do přírodně atraktivních, ale málo navštěvovaných lokalit, zároveň tyto lokality propagovat,

- rozšířit nabídku sortimentu ve stravovacích zařízeních, příp. vytvořit nové gastropodniky,
- posílit marketing destinace skrze nové trendy v marketingu cestovního ruchu, např. storytelling či asociace. Zároveň posílit kampaně určené pro domácí trh,
- omezit výkyvy sezónnosti díky aktivitám, které lze provozovat i v jarních a podzimních měsících, pořádat sportovní akce mimo letní sezónu nebo rozšířit aktivity, které nejsou závislé na počasí,
- motivovat zahraniční obyvatele žijící v příhraničí, aby navštěvovali region Jižní Čechy, tím, že se zlepší dopravní dostupnost, vytvoří se marketingové kampaně, a vytvoří se nové jazykové mutace webových stránek turistických oblastí.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. AHR. *Členství*. *Ahr-cr.cz*. 2023. Online. 8. 9. 2023. Dostupné z: <https://www.ahrcr.cz/pro-cleny/>
2. ALIMOVA, Z. *Analýza vlivu cestovního ruchu na sociokulturní prostředí vybrané destinace*. Praha, 2018. Diplomová práce. Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r. o. Vedoucí práce Pavel Attl. Dostupné z: https://is.vsh.cz/th/rmsn1/DP_ALIMOVA_Z.pdf
3. BÍNA, J. *Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky*. 2002. Online. 11. 1. 2021. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/econ/jaro2007/C_KRGCR/um/Hodnocen_potenci_lu_CR_v_obc_ch_R_b_na.pdf
4. BRAINSTORMING. *Managementmania.com*. 2016². Online. 21. 3. 2022. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/brainstorming>
5. Budvar aréna – Informace o aréně. *Hcmotor.cz*. 2023. Online. 18.9.2023. Dostupné z: <https://hcmotor.cz/zobraz.asp?t=informace-o-arene>
6. CZECHTOURISM. Interaktivní HUZ report 2021 pro oblastní certifikované DMO – Česká Kanada. *Tourdata.cz*. 2022. Online. 29. 8. 2023. Dostupné z: <https://tourdata.cz/regionalni-reporty/interaktivni-huz-report-2021-pro-oblastni-certifikovane-dmo/>
7. CZECHTOURISM. *Czechtrourism.cz*. 2023 Online. 7. 9. 2023. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ>
8. CZECHTOURISM. Činnosti CzechTourismu (interní přednáška). 3. 3. 2020.
9. ČESKÁ KANADA. Strategický dokument rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Česká Kanada na období 2019-2023. 2018. Online. 29. 8. 2023. Dostupné z: <https://www.ckanada.cz/file/NJ3/Strategicky-dokument-rozvoje-cestovniho-ruchu-turisticke-oblasti-Ceska-Kanada-2019-2023.pdf>
10. ČESKÁ KANADA MAPA. *Jccr.cz*. 2022. Online. 21. 3. 2022. Dostupné z: [https://www.jccr.cz/files/uploads/files/Ceska_Kanada\(1\).pdf](https://www.jccr.cz/files/uploads/files/Ceska_Kanada(1).pdf)
11. ČESKÁ REPUBLIKA. Zákon č. 17/1992 Sb. o životním prostředí. In: *Zákony pro lidi*. Online. 22. 9. 2023. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-17?text=udr%C5%BEiteln%C3%BD+rozvoj>
12. ČESKÝ KRUMLOV REGION. *Ckrumlov.info*. 2022. Online. 21. 3. 2022. Dostupné z: <https://www.ckrumlov.info/cz/cesky-krumlov/>

13. ČESKÉ BUDĚJOVICE. *Město postaví nový sportovní a volnočasový areál s přírodní pláží na levém břehu Vltavy.* *c-budejovice.cz*. 2023. Online. 5. 3. 2023. Dostupné z: <https://www.c-budejovice.cz/mesto-postavi-novy-sportovni-volnocasovy-areal-s-prirodni-plazi-na-levem-brehu-vltavy>
14. ČESKOBUDĚJOVICKO-HLUBOCKO. *Úvod.* *Cb-hl.cz*. 2023. Online. 5. 3. 2023. Dostupné z: <https://www.cb-hl.cz/>
15. ČHMÚ [Český hydrometeorologický ústav]. *Extrémní denní teploty.* 2023. Online. 18.9.2023. Dostupné z: <https://www.chmi.cz/historicka-data/pocasi/historicke-extremy>
16. ČSÚ¹ [Český statistický úřad]. *Počet obyvatel v obcích Jihočeského kraje k 1. 1. 2022.* Online. 5.3.2023. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/11256/17878992/obce_1_1_22_jhc.pdf/0e92fef9-5ab2-4960-9f1f-3bed30d8dbb9?version=1.3
17. ČSÚ² [Český statistický úřad]. *Charakteristika kraje – Jihočeský kraj.* 2021. Online. 22.9.2023. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xc/charakteristika_kraje
18. ČSÚ³ [Český statistický úřad]. *Obyvatelstvo Jihočeského kraje v 1. pololetí 2022.* 2023. Online. 28.9.2023. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xc/obyvatelstvo-jihoceskeho-kraje-v-1-pololeti-2022>
19. ČSÚ⁴ [Český statistický úřad]. *Výsledky SLDB 2021 v Jihočeském kraji – věková struktura, ukončené vzdělání, rodinný stav.* 2023. Online. 28.9.2023. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xc/vysledky-sldb-v-jihoceskem-kraji-vekova-struktura-ukoncene-vzdelani-rodinny-stav>
20. ČSÚ⁵ [Český statistický úřad]. *Kriminalita v Jihočeském kraji v roce 2022.* 2023. Online. 28.9.2023. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xc/kriminalita-v-jihoceskem-kraji-v-roce-2022>
21. ČSÚ⁶ [Český statistický úřad]. *Věk, vzdělání a specifické skupiny nezaměstnaných podle krajů (2022).* 2023. Online. 12.9.2023. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/191257273/2501322337.xlsx/32dbe739-5ca4-49a0-b32c-d7fb9059e68e?version=1.1>
22. ČSÚ⁷ [Český statistický úřad]. *Průměrná hrubá měsíční mzda ve 4. čtvrtletí 2022.* 2023. Online. 12.9.2023. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xs/prumerna-hruba-mesicni-mzda-ve-4-ctvrtleti-2022>

23. ČSÚ⁸ [Český statistický úřad]. *Porovnání krajů – pořadí krajů HDP na obyvatele (KČ)*. 2022. Online. 14.9.2023. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/porovnani-kraju-poradi-kraju>
24. ČSÚ⁹ [Český statistický úřad]. *Hromadná ubytovací zařízení na jihu Čech podle kategorie a okresů*. 2023. Online. 20.9.2023. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xc/hromadna-ubytovaci-zarizeni-na-jihu-cech-podle-kategorie-a-okresu>
25. ČSÚ¹⁰ [Český statistický úřad]. *Dopravní infrastruktura v kraji k 1.1.2022*. 2022. Online. 30.9.2023. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xc/infrastruktura-silnicni-dopravy-v-kraji-k-1-1-2022>
26. ČUS [Česká unie sportu]. *Sportovní zařízení v Jihočeském kraji*. 2023. Online. 8.9.2023. Dostupné z: https://iscus.cz/web/pasport/?sport=&sportFieldType=&objectType=&name=&surfaceType=®ion=R3&city=&owningClubName=&owningClubIco=&operatingClubName=&operatingClubIco=&appbundle_functionary%5B_token%5D=iXbw88w7EGJt4MyvqiBrEk-kp7eXv-4RARwVd3qXUL0&is_map_active=0
27. DVOŘÁK, A. *Udržitelný rozvoj a životní prostředí*. Vysokoškolská interní skripta k předmětu ZP101. Vysoká škola ekonomická v Praze. 2014.
28. Fotbalový stadion Střelecký ostrov. *Dynamocb.cz*. 2023. Online. 8.9.2023. Dostupné z: <https://www.dynamocb.cz/zobraz.asp?t=zakladni-informace-stadion>
29. GASTROMAPA. *Gastromapa Lukáše Hejlíka*. 2023. Online. 8. 9. 2023. Dostupné z: <https://gastromapa.hejlik.cz/>
30. HIGHAM, J. *Sport Tourism Destinations: Issues and Analysis*. Taylor & Francis Group, 2004 317 s. E-ISBN: 9780080474434, ISBN: 9780750659376.
31. HINCH, T. D. – HIGHAM, J. E. S. Sport Tourism: a Framework for Research. *International Journal of Tourism Research*. 2001, vol. 3, str. 49
32. JIHOČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU (JCCR). *Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021-2023*. 2021. Online. 26. 9. 2023. Dostupné z: <https://view.publitas.com/jccr/koncepce-rozvoje-cestovniho-ruchu-v-jihoceskem-kraji-2021-2030/>
33. JIHOČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU (JCCR). *Turistické oblasti*. *Jccr.cz*. Online. 21. 3. 2022. Dostupné z: <https://www.jccr.cz/jizni-cechy/turisticke-oblasti>

34. JIHOČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU (JCCR). *Statistiky a analýzy – Návštěvnost HUZ 2022*. *Jccr.cz*. Online. 26. 2. 2023. Dostupné z: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMzI4ZDAwYzAtOGU5Zi00YmQ0LTgzZDktNDU3MzljY2JkZDM5IiwidCI6ImMyMGU3ODFhLTNmZGMtNGZjZC04NDg5LWFmNDYxODczOWYyYSIsImMiOjI9&pageName=ReportSection>
35. JIHOČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU (JCCR²). *Návštěvnost turistických cílů v Jihočeském kraji 2017-2020*. *Jccr.cz*. Online. 26. 2. 2023. Dostupné z: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMjFkMmRiYmYtZjdhdjNS00NTE1LTkzNjEtNzI4NzE4YzQ4NmNlIiwidCI6ImMyMGU3ODFhLTNmZGMtNGZjZC04NDg5LWFmNDYxODczOWYyYSIsImMiOjI9&pageName=ReportSectiond555fa358c469305383e>
36. JIHOČESKÝ KRAJ. Krajský investiční fond 2022: Z 232 milionů vyrostly stavby za 1,3 miliardy. *Kraj-jihocesky.cz*. 2022. Online. 15. 9. 2023. Dostupné z: <https://www.kraj-jihocesky.cz/cs/kraj-sky-investicni-fond-2022-z-232-milionu-vyrostly-stavby-za-13-miliardy>
37. JIHOČESKÝ KRAJ. Rozpočet Jihočeského kraje na rok 2022. 2021. Online. 15. 9. 2023. Dostupné z: <https://www.kraj-jihocesky.cz/sites/default/files/inline-files/2020/P%25%99%C3%ADloha%20%C4%8D.%201%20-%20Schv%C3%A1len%C3%BD%20Rozpo%C4%8Det%20Jiho%C4%8Desk%C3%A9ho%20kraje%20na%20rok%202022.pdf>
38. JIHOČESKÝ KRAJ². Plán dopravní obslužnosti území Jihočeského kraje 2022-2026 s výhledem do roku 2035. České Budějovice, 2021. Online. 30. 9. 2023. Dostupné z: <https://www.jikord.cz/web-data/JIKORD/dopravni-obs-luznost-regionu/pdou-jihoceskeho-kraje-2022-2026.pdf>
39. JIŽNÍ ČECHY. Cykloturistika v Jižních Čechách. 2023. Online. 20.9.2023. Dostupné z: <https://www.jiznicechy.cz/top/100-cykloturistika-v-jiznich-cechach>
40. KČT [Klub českých turistů]. *Turistické značení*. 2023. Online. 20.9.2023. Dostupné z: <https://kct.cz/turisticke-znaceni>
41. KLASIFIKAČNÍ ANALÝZA. *Cevelova.cz*. 2020. Online. 21. 3. 2022. Dostupné z: <https://www.cevelova.cz/slovnicek/klasifikacni-analyza/>
42. KPMG. *Analýza návštěvnosti Lipenska v souvislosti s konáním Olympijského parku Rio-Lipno 2016*. [Praha]: KPMG, 2016/09

43. LaCONTE, G. *How Do I Make a Weighted SWOT Diagram?* *Laconteconsulting.com*. 2017. Online. 21.3.2022. Dostupné z: <https://laconteconsulting.com/2017/12/16/how-do-i-make-a-weighted-swot/>
44. LINDEROVÁ, I. 2015. *CESTOVNÍ RUCH – Základy a právní úprava*. 1. vydání. Idea Service. ISBN 978-80-85970-86-9.
45. LIPENSKO. *Lipensko.cz*. 2022. Online. 21. 3. 2022. Dostupné z: <https://www.lipensko.cz/>
46. MALCOLM, D. *The Sage Dictionary of Sport Studies*. 2008. London: Sage.
47. METELKOVÁ, P. 2005. *Destinační management v České republice*. Masarykova univerzita, Brno. Online. 7. 9. 2023. Dostupné z: https://is.muni.cz/do/1456/soubory/katedry/kres/3910085/MSMT_MCR.pdf
48. NP ŠUMAVA. *Přírodní poměry*. *Npsumava.cz*. 2023. Online. 29. 8. 2023. Dostupné z: <https://www.npsumava.cz/priroda/prirodni-pomery/>
49. OBSERTAVOŘ KLEŤ. *O observatoři*. *Klet.cz*. 2023. Online. 29. 8. 2023. Dostupné z: <https://www.klet.cz/cz/o-observatori>
50. OSN [Organizace spojených národů]. *Cíle udržitelného rozvoje*. Online. Praha: Informační centrum OSN, 2022. 27. 7. 2023. Dostupné z: <https://osn.cz/vyzva-k-predlozeni-projektu-czech-undp-partnership-for-sdgs/cile-udrzitelneho-rozvoje/>
51. OSN [Organizace spojených národů]. *Agenda 2030*. 2015. Online. 27. 8. 2023. Dostupné z: <https://sdgs.un.org/2030agenda>
52. PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinací*. Praha: Grada Publishing. 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.
53. PÁSKOVÁ, M, ZELENKA, J. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. MMR, Praha, 2002.
54. PÁSKOVÁ, M. *Udržitelnost cestovního ruchu*. GAUDEAMUS Univerzita Hradec Králové. 2014. ISBN 978-80-7435-329-1
55. PČR [Police České republiky]. *Statistické přehledy kriminality za rok 2022 – období 1.1.-31.1.2022*. 2023. Online. 29.9.2023. Dostupné z: <https://www.policie.cz/soubor/2022-12-prosinec-sest-01a-xlsx.aspx>
56. PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha. IDEA SERVICE, 2007, ISBN 9788085970555
57. PÍSECKEM. *Strategie rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Písecko-Blatensko v letech 2020-2026*. 2019. Online. 1. 9. 2023. Dostupné z: https://www.piseckem.cz/Pisecko-Blatensko_strategie_2020-2026.pdf

58. RYTÍŘOVÁ, E. *Bojová umění jako součást sportovního cestovního ruchu*. Praha, 2018. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů. Vedoucí práce Markéta Kalábová. Dostupné z: https://insis.vse.cz/zp/portal_zp.pl?prehled=vyhledavani;podrobnosti_zp=63893;zp=63893;download_prace=1
59. RYTÍŘOVÁ, E. *Dopady olympijských her na cestovní ruch hostující země*. Praha, 2021. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů. Vedoucí práce Markéta Kalábová. Dostupné z: <https://vskp.vse.cz/82629>
60. SEDLÁČEK, T. *Co takhle srovnávat HDP mužů a žen?* Hospodářské noviny 4.7.2013 In: Druhá derivace touhy: Pravdoláskaři a bohémové *Úvahy nad (ne)končícími otázkami*. 2021. str. 280. ISBN: 978-80-88268-53-6
61. SOCIOLOGICKÝ ÚSTAV AV ČR. Sociologická knihovna. *Obsahová analýza. Encyklopedie.soc.cas.as*. 2018. Online. 21. 3. 2022. Dostupné z: https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Anal%C3%BDza_obsahov%C3%A1
62. SCHWARTZHOFFOVÁ, E. Sportovní turismus. *Tělesná kultura*. 2010, vol. 33, no. 2, s. 97-106. Online. 12. 1. 2021. Dostupné z: <https://telesnakultura.upol.cz/pdfs/tek/2010/02/06.pdf>
63. SMITH, A. STEWART, B. *Sport Management: A Guide to Professional Practice*. St. Leonards, NSW: Allen & Unwin, 1999.
64. Stezka Českem. *Stezkaceskem.cz*. 2023. Online. 12. 9. 2023. Dostupné z: <https://www.stezkaceskem.cz/>
65. STRNAD, D. *Overturismus v České republice*. Praha, 2020. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů. Vedoucí práce Zdenka Petrů. Dostupné z: https://vskp.vse.cz/79298_overturismus_vceske_republice
66. SWOT analýza. *Managementmania.com*. 2016¹. Online. 21. 3. 2022. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>
67. ŠAUER, P. *Kapitoly z environmentální ekonomie a politiky i pro neekonomy*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova, Centrum pro otázky životního prostředí, 2007. 163 s. ISBN 978-80-87076-06-4.
68. ŠKARVADOVÁ, H. Sociální efekty cestovního ruchu v destinaci Český Krumlov. INPROFORUM, České Budějovice, 2011. ISBN 978-80-7394-315-8
69. ŠUMAVSKO. *Sumavsko.cz*. 2022. Online. 21. 3. 2022. Dostupné z: <https://www.sumavsko.cz/>

70. TOULAVA o. p. s. Marketingový plán a akční plán 2020-2021. Online. 21. 3. 2022. Dostupné z: https://www.toulava.cz/api/upload_4e411b8ae0a367a2dc2f0f2d9a9b9fad.pdf
71. RESTAURACE V JIHOČESKÉM KRAJI. *Tripadvisor.cz*. 2023. Online. 8. 9. 2023. Dostupné z: https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g2423255-South_Bohemian_Region_Bohemia.html
72. TURISTICKÁ OBLAST NOVOHRADSKO-DOUDLEBSKO. *Novohradsko-doudlebsko.cz*. 2022. Online. 21. 3. 2022. Dostupné z: <https://www.novohradsko-doudlebsko.cz/>
73. TURISTICKÁ OBLAST TŘEBOŇSKO. *Regiontrebonsko.cz*. 2022. Online. 21. 3. 2022. Dostupné z: <https://www.regiontrebonsko.cz/turisticka-oblast>
74. UPOL. Metodologie odborné práce – Pomocný materiál pro seminární práce. 2014. Univerzita Palackého v Olomouci. Online. 1. vyd. Olomouc. 19. 2. 2015 [vid 19. 2. 2023]. Dostupné z: http://www.upol.cz/fileadmin/user_upload/FF-katedry/kae/Metodologie_odborne_prace_-_opory.pdf
75. ÚZIS ČR [Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR] *Zdravotnická ročenka České republiky 2021*. 2022. Online. 28.9.2023. Dostupné z: <https://www.uzis.cz/res/f/008435/zdrroccz2021.pdf>
76. VANÍČEK, J. Destinační management. Karviná: Slezská univerzita v Opavě. 2017.
77. VANÍČEK, J., ŠÍP, J. Strategický plán rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Toulava. 2014
78. WEED, M. (Eds). *Sport and tourism*. Reader. London: Routledge, 2008.
79. ZADOV SKI AREÁL. *Běh na lyžích*. *Lazadov.cz*. 2023. Online. 8.9.2023. Dostupné z: <https://www.lazadov.cz/la/stredisko-bezky.asp>
80. Zákon č. 17/1992 Sb., Zákon o životním prostředí
- Obrázky**
81. Obrázek 4: Mapa Budějovicka. *Jccr.cz*. 2023. Online. 5. 3. 2023. Dostupné z: https://www.jccr.cz/files/uploads/files/Turistick%C3%A9%20oblasti/mapy/ORP_Bud%C4%9Bjovicko.jpg
82. Obrázek 5: Mapa České Kanady. *Jccr.cz*. 2023. Online. 5. 3. 2023. Dostupné z: https://www.jccr.cz/files/uploads/files/Turistick%C3%A9%20oblasti/mapy/ORP_%C4%8Cesk%C3%A1%20Kanada.jpg
83. Obrázek 6: Mapa regionu Český Krumlov. *Jccr.cz*. 2023. Online. 5. 3. 2023. Dostupné z:

- https://www.jccr.cz/files/uploads/files/Turistick%C3%A9%20oblasti/mapy/ORP_%C4%8Cesk%C3%BD%20Krumlov%20Region.jpg
84. Obrázek 7: Mapa Lipenska. *Jccr.cz*. 2023. Online. 5. 3. 2023. Dostupné z: https://www.jccr.cz/files/uploads/files/Turistick%C3%A9%20oblasti/mapy/ORP_Lipensko.jpg
85. Obrázek 8: Mapa Novohradsko-Doudlebska. *Jccr.cz*. 2023. Online. 5. 3. 2023. Dostupné z: https://www.jccr.cz/files/uploads/files/Turistick%C3%A9%20oblasti/mapy/ORP_NH-DL.jpg
86. Obrázek 9: Mapa Písecko – Blatenska. *Jccr.cz*. 2023. Online. 5. 3. 2023. Dostupné z: https://www.jccr.cz/files/uploads/files/Turistick%C3%A9%20oblasti/mapy/ORP_P%C3%AD-Bl-St-Vo.jpg
87. Obrázek 10: Mapa Šumavska. *Jccr.cz*. 2023. Online. 5. 3. 2023. Dostupné z: https://www.jccr.cz/files/uploads/files/Turistick%C3%A9%20oblasti/mapy/ORP_%C5%A0umavsko.jpg
88. Obrázek 11: Mapa Toulavy. *Jccr.cz*. 2023. Online. 5. 3. 2023. Dostupné z: https://www.jccr.cz/files/uploads/files/Turistick%C3%A9%20oblasti/mapy/ORP_Toulava.jpg
89. Obrázek 12: Mapa Třeboňska. *Jccr.cz*. 2023. Online. 5. 3. 2023. Dostupné z: https://www.jccr.cz/files/uploads/files/Turistick%C3%A9%20oblasti/mapy/ORP_T%C5%99ebo%C5%88sko.jpg
90. Obrázek 13: Mapa rozložení sportovních zařízení napříč Jihočeským krajem. *Iscus.cz*. 2023. Online. 19.9.2023. Dostupné z: https://iscus.cz/web/pasport/?sport=&sportFieldType=&objectType=&name=&surfaceType=®ion=R3&city=&owningClubName=&owningClubIco=&operatingClubName=&operatingClubIco=&appbundle_functionary%5B_token%5D=iXbw88w7EGJt4MyvqiBrEk-kp7eXv-4RARwVd3qXUL0&is_map_active=1
91. Obrázek 14: Stravovací zařízení v Jihočeském kraji podle Gastromapy Lukáše Hejlíka. *Gastromapa Lukáše Hejlíka*. 2023. Online. 18. 9. 2023. Dostupné z: <https://gastromapa.hejlik.cz/>

PŘÍLOHY

Seznam příloh

Příloha I – Žádost o vyjádření Etické komise UK FTVS

Příloha II – Informovaný souhlas k žádosti 263/2022 – brainstorming

Příloha III – Informovaný souhlas k žádosti 263/2022 – osobní rozhovor

PŘÍLOHA I

UNIVERZITA KARLOVA
FAKULTA TĚLESNÉ VÝCHOVY A SPORTU
José Martího 31, 162 52 Praha 6-Veleslavín

Žádost o vyjádření Etické komise UK FTVS

k projektu výzkumné, kvalifikační či seminární práce zahrnující lidské účastníky

Název projektu: Rozvoj potenciálu sportovního cestovního ruchu v Jižních Čechách

Forma projektu: výzkumná práce - diplomová práce

Období realizace: Říjen 2023 – Listopad 2023

Předkladatel: Ing. Eliška Rytířová, UK FTVS Katedra managementu sportu

Hlavní řešitel: Ing. Eliška Rytířová, UK FTVS Katedra managementu sportu

Místo výzkumu (pracoviště): UK FTVS Katedra managementu sportu – zde budete prováděn brainstorming, setkání s odborníkem proběhne na UK FTVS, nebo online.

Spoluřešitel(é): -

Vedoucí práce (v případě studentské práce): Ing. Mgr. Daniel Opelík

Finanční podpora: -

Popis projektu: Diplomová práce *Rozvoj potenciálu sportovního cestovního ruchu v Jižních Čechách* si klade za cíl stanovit doporučení, jak využít sport k rozvoji sportovního cestovního ruchu v regionu Jižní Čechy. K dosažení cíle bude použita metoda analýzy dostupných sekundárních zdrojů, ať už v podobě odborných publikací či jiných internetových zdrojů. Na základě klasifikační, obsahové a komparativní analýzy bude sestavena SWOT analýza (tedy silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby regionu Jižní Čechy), která bude bodově ohodnocena odborníkem z oblasti cestovního ruchu. SWOT analýza bude použita jako primární zdroj informací pro specializovanou skupinu účastníků brainstormingu (což je primárním důvodem nutnosti podání této žádosti). Charakteristika účastníků výzkumu je uvedena níže. Brainstorming je skupinová kreativní technika, jejímž cílem je generování co nejvíce nápadů na vybrané téma. Členům skupiny bude představena SWOT analýza definovaná v rámci diplomové práce a výsledky z ní plynoucí, případně další informace vyplývající z analýzy sekundárních dat, tak aby členové specializované skupiny byli dostatečně informováni. Následovat bude 30 min volného brainstormingu, během kterého autorka diplomové práce bude všechny nápady zapisovat na papír. Může následovat krátká diskuze a vyjasnění nápadů. Na základě výsledků budou sepsány návrhy a doporučení k rozvoji potenciálu sportovního cestovního ruchu v Jižních Čechách. Výsledky budou autorkou a odborníkem z vysokého školství v oblasti cestovního ruchu kriticky zhodnoceny. Setkání se bude nahrávat, tak aby autorka mohla lépe vyhodnotit a kriticky zhodnotit průběh metody a sběr dat, bude trvat max. 2 hod v klidných prostorech, přesný termín a čas bude stanoven později, dle časových možností všech zúčastněných.

Charakteristika účastníků výzkumu: Předpokládaný počet účastníků je 6-8 ve věku přibližně 23 až 28 let. Účastníci budou absolventi navazujícího magisterského studia oboru Cestovní ruch na Fakultě mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze a absolventi navazujícího magisterského studia oboru Management tělesné výchovy a sportu na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy. Oslovení bude probíhat na základě vlastních kontaktů nebo oslovení studentů FTVS. Odborník bude osloven emailem na základě vlastního kontaktu.

Zajištění bezpečnosti: Rizika prováděného průzkumu nebudou vyšší než rizika běžně očekávaná u tohoto typu výzkumu.

Etické aspekty výzkumu: Výzkum nemá zdravotní přínosy ani nevýhody. Nebudou oslovány osoby z vulnerabilních skupin.

Potenciální střet zájmů: Střet zájmů účastníků výzkumu ani řešitelky nehrozí ani není znám. Nemám soukromý zájem na výsledku výzkumu a ani výzkum nevede k osobnímu prospěchu.

Ochrana osobních dat: Data budou shromažďována a zpracovávána v souladu s pravidly vymezenými nařízením Evropské Unie č. 2016/679 a zákonem č. 110/2019 Sb. – o zpracování osobních údajů. Budou získávány následující osobní údaje: jméno, příjmení, věk, pohlaví, vzdělání, email a telefon (potažmo jiný kontaktní údaj), odpovědi v rámci výše zmíněných metod - které budou bezpečně uchovány na heslem zajištěném počítači v uzamčeném prostoru, přístup k nim bude mít pouze řešitelka diplomové práce. Uvědomuji si, že text je anonymizován, neobsahuje-li jakékoli informace, které jednotlivě či ve svém souhrnu mohou vést k identifikaci konkrétní osoby – budu dbát na to, aby jednotliví účastníci nebyli rozpoznatelní v textu práce. Osobní data, která by vedla k identifikaci účastníků výzkumu, budou do 1 dne po testování anonymizována. Získaná data budou zpracovávána, bezpečně uchována a publikována v anonymní podobě v diplomové práci, případně v odborných časopisech, monografiích a prezentována na konferencích, případně budou využita při další výzkumné práci na UK FTVS. V diplomové práci se budou vyskytovat pouze následující údaje: věk, pohlaví a vzdělání, a to z důvodu charakteristiky skupiny vybraných účastníků pro brainstorming.

UNIVERZITA KARLOVA
FAKULTA TĚLESNÉ VÝCHOVY A SPORTU
José Martího 31, 162 52 Praha 6-Vešslavín

Požizování fotografií/videí/audio nahrávek účastníků: Nebudou pořizovány audio nahrávky.
Fotografie: Budou pořizovány fotografie, které nebudou nikde zveřejněné. Neanonymizované fotografie budou bezpečně uchovány na heslem zajištěném počítači v uzamčeném prostoru, přístup k nim bude mít řešitelka diplomové práce a budou do 3 měsíců od dne skupinového setkání smazány. Tato doba je nutná pro možnost vrátit se k záznamům během psaní DP a příp. přípravy na obhajobu.
Videa: Budou pořizována videa, která nebudou nikde zveřejněna. Neanonymizovaná videa budou bezpečně uchována na heslem zajištěném počítači v uzamčeném prostoru, přístup k nim bude mít pouze řešitelka diplomové práce a budou do 3 měsíců od dne skupinového setkání smazány. Tato doba je nutná pro možnost vrátit se k záznamům během psaní DP a příp. přípravy na obhajobu. Po přepsání bude účastníkům výzkumu text předložen ke schválení. Zveřejněny budou pouze přepsané anonymizované a účastníkem schválené rozhovory či jejich části.
V maximální možné míře zajistím, aby získaná data nebyla zneužita.
Text informovaného souhlasu (IS): přiložen.

Povinností všech účastníků výzkumu na straně řešitele je chránit život, zdraví, důstojnost, integritu, právo na sebeurčení, soukromí a osobní data zkoumaných subjektů, a podniknout k tomu veškerá preventivní opatření. Odpovědnost za ochranu zkoumaných subjektů leží vždy na účastnících výzkumu na straně řešitele, nikdy na zkoumaných, byť dali svůj souhlas k účasti na výzkumu. Všichni účastníci výzkumu na straně řešitele musí brát v potaz etické, právní a regulační normy a standardy výzkumu na lidských subjektech, které platí v České republice, stejně jako ty, jež platí mezinárodně.
Potvrzuji, že tento popis projektu odpovídá návrhu realizace projektu a že při jakékoli změně projektu, zejména použitých metod, zašlu Etické komisi UK FTVS revidovanou žádost.

V Praze dne: 20. 6. 2023

Podpis předkladatele:

Datum a podpis odpovědného pracovníka z místa výzkumu:

Vyjádření Etické komise UK FTVS

Složení komise: Předsedkyně: doc. PhDr. Irena Parry Martínková, Ph.D.

Členové: prof. MUDr. Jan Heller, CSc.

Mgr. Eva Prokešová, Ph.D.

prof. PhDr. Pavel Slepíčka, DrSc.

Mgr. Tomáš Ruda, Ph.D.

PhDr. Pavel Hráský, Ph.D.

MUDr. Simona Majorová

Projekt práce byl schválen Etickou komisí UK FTVS pod jednacím číslem: 263/2022

dne: 15. 4. 2023

Etická komise UK FTVS zhodnotila předložený projekt a **neshledala rozpory** s platnými zásadami, předpisy a mezinárodními směrnici pro provádění výzkumu zahrnujícího lidské účastníky.

Řešitel projektu splnil podmínky nutné k získání souhlasu Etické komise UK FTVS.

UNIVERZITA KARLOVA
Fakulta tělesné výchovy a sportu
razítko UK FTVS
José Martího 31, 162 52, Praha 6

podpis předsedkyně EK UK FTVS

PŘÍLOHA II

INFORMOVANÝ SOUHLAS k žádosti 263/2022 – brainstorming

Vážený pane, vážená paní,

v souladu se Všeobecnou deklarací lidských práv, nařízením Evropské Unie č. 2016/679 a zákonem č. 110/2019 Sb. – o zpracování osobních údajů a dalšími obecně závaznými právními předpisy (*jakož jsou zejména Helsinská deklarace, přijatá 18. Světovým zdravotnickým shromážděním v roce 1964 ve znění pozdějších změn (Fortaleza, Brazílie, 2013); Zákon o zdravotních službách a podmínkách jejich poskytování (zejména ustanovení § 28 odst. 1 zákona č. 372/2011 Sb.) a Úmluva o lidských právech a biomedicíně č. 96/2001, jsou-li aplikovatelné*), Vás žádám o souhlas s Vaší účastí ve výzkumném projektu na UK FTVS v rámci diplomové práce s názvem **Rozvoj potenciálu sportovního cestovního ruchu v Jižních Čechách** prováděné na Katedře managementu sportu, Fakulty tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy.

1. Projekt bude probíhat v období: říjen 2023 – listopad 2023
2. Projekt není financován z žádných zdrojů
3. Cílem výzkumného projektu je stanovení doporučení, jak využít sport k rozvoji sportovního cestovního ruchu v regionu Jižní Čechy.
4. Způsob zásahu bude neinvazivní. Budete se účastnit brainstormingu. Na základě prostudování autorem distribuovaných podkladů se budete ve vybrané skupině snažit vymyslet relevantní a objektivní doporučení, jaké kroky by se měli uskutečnit pro rozvoj sportovního cestovního ruchu v Jižních Čechách.
5. Časová náročnost projektu: 2hodinové skupinové setkání dle časových možností všech zúčastněných v prostorách FVTS.
6. Rizika prováděného průzkumu nebudou vyšší než rizika běžně očekávaná u tohoto typu výzkumu.
7. Projektu se nemohou účastnit osoby, které nemají vysokoškolské vzdělání v oboru cestovní ruch či management tělesné výchovy a sportu.
8. Přínosem tohoto výzkumného projektu pro Vás bude možnost kreativních řešení ekonomických a manažerských problémů.
9. Odměna za Vaši účast v projektu bude občerstvení během setkání.
10. Ochrana osobních dat: Data budou shromažďována a zpracovávána v souladu s pravidly vymezenými nařízením Evropské Unie č. 2016/679 a zákonem č. 110/2019 Sb. – o zpracování osobních údajů. Budou získávány následující osobní údaje: jméno, příjmení, věk, pohlaví, vzdělání, email a telefon (potažmo jiný kontaktní údaj), odpovědi v rámci výše zmíněných metod - které budou bezpečně uchovány na heslem zajištěném počítači v uzamčeném prostoru, přístup k nim bude mít pouze řešitelka diplomové práce. Uvědomuji si, že text je anonymizován, neobsahuje-li jakékoli informace, které jednotlivě či ve svém souhrnu mohou vést k identifikaci konkrétní osoby – budu dbát na to, aby jednotliví účastníci nebyli rozpoznatelní v textu práce. Osobní data, která by vedla k identifikaci účastníků výzkumu, budou do 1 dne po testování anonymizována. Získaná data budou zpracovávána, bezpečně uchována a publikována v anonymní podobě v diplomové práci, případně v odborných časopisech, monografiích a prezentována na konferencích, případně budou využita při další výzkumné práci na UK FTVS. V diplomové práci se budou

vyskytovat pouze následující údaje: věk, pohlaví a vzdělání, a to z důvodu charakteristiky skupiny vybraných účastníků pro brainstorming.

11. V průběhu výzkumu budou pořizovány **fotografie a video záznam** pro jednodušší a jednoznačnější zhodnocení setkání a vyhodnocení výsledků brainstormingu. Fotografie a video záznam budou použity pouze pro účely autorky, nebudou nikde zveřejňovány. Neanonymizované fotografie a videozáznam budou bezpečně uchovány na heslem zajištěném počítači v uzamčeném prostoru, přístup k nim bude mít řešitelka diplomové práce a budou do 3 měsíců od dne skupinového setkání smazány.
12. S celkovými výsledky a závěry výzkumného projektu se můžete seznámit v diplomové práci, kterou Vám autorka pošle na vyžádání.
13. V maximální možné míře zajistím, aby získaná data nebyla zneužita.

Jméno a příjmení předkladatele projektu Podpis:

.....

Jméno a příjmení hlavního řešitele a spoluřešitelů

.....

Jméno a příjmení osoby, která provedla poučení

Podpis:.....

Prohlašuji a svým níže uvedeným vlastnoručním podpisem potvrzuji, že dobrovolně souhlasím s účastí ve výše uvedeném projektu a že jsem měl(a) možnost si řádně a v dostatečném čase zvážit všechny relevantní informace o výzkumu, zeptat se na vše podstatné týkající se účasti ve výzkumu a že jsem dostal(a) jasné a srozumitelné odpovědi na své dotazy. Byl(a) jsem poučen(a) o právu odmítnout účast ve výzkumném projektu nebo svůj souhlas kdykoli odvolat bez represí, a to písemně Etické komisi UK FTVS, která bude následně informovat předkladatele projektu. Dále potvrzuji, že mi byl předán jeden originál vyhotovení tohoto informovaného souhlasu.

Místo, datum

Jméno a příjmení účastníka Podpis:

PŘÍLOHA III

INFORMOVANÝ SOUHLAS k žádosti 263/2022 – osobní rozhovor

Vážený pane, vážená paní,

v souladu se Všeobecnou deklarací lidských práv, nařízením Evropské Unie č. 2016/679 a zákonem č. 110/2019 Sb. – o zpracování osobních údajů a dalšími obecně závaznými právními předpisy (*jakož jsou zejména Helsinská deklarace, přijatá 18. Světovým zdravotnickým shromážděním v roce 1964 ve znění pozdějších změn (Fortaleza, Brazílie, 2013); Zákon o zdravotních službách a podmínkách jejich poskytování (zejména ustanovení § 28 odst. 1 zákona č. 372/2011 Sb.) a Úmluva o lidských právech a biomedicíně č. 96/2001, jsou-li aplikovatelné*), Vás žádám o souhlas s Vaší účastí ve výzkumném projektu na UK FTVS v rámci diplomové práce s názvem **Rozvoj potenciálu sportovního cestovního ruchu v Jižních Čechách** prováděné na Katedře managementu sportu, Fakulty tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy, nebo online.

14. Projekt bude probíhat v období: říjen 2023 – listopad 2023
15. Projekt není financován z žádných zdrojů
16. Cílem výzkumného projektu je stanovení doporučení, jak využít sport k rozvoji sportovního cestovního ruchu v regionu Jižní Čechy.
17. Způsob zásahu bude neinvazivní. Budete se účastnit osobního rozhovoru. Na základě prostudování autorem distribuovaných podkladů ohodnotíte SWOT analýzu body a následně vyhodnotíte relevantnost výsledků brainstormingu.
18. Časová náročnost projektu: 1hodinový osobní rozhovor, který může být proveden skrze online komunikační platformu a zhruba 2hodinové bodové hodnocení SWOT analýzy.
19. Rizika prováděného průzkumu nebudou vyšší než rizika běžně očekávaná u tohoto typu výzkumu.
20. Projektu se nemohou účastnit osoby, které nemají vysokoškolské vzdělání v oboru cestovní ruch či management tělesné výchovy a sportu.
21. Přínosem tohoto výzkumného projektu pro Vás bude možnost kreativních řešení ekonomických a manažerských problémů.
22. Odměna za Vaši účast v projektu bude občerstvení během setkání.
23. Ochrana osobních dat: Data budou shromažďována a zpracovávána v souladu s pravidly vymezenými nařízením Evropské Unie č. 2016/679 a zákonem č. 110/2019 Sb. – o zpracování osobních údajů. Budou získávány následující osobní údaje: jméno, příjmení, věk, pohlaví, vzdělání, email a telefon (potažmo jiný kontaktní údaj), odpovědi v rámci výše zmíněných metod - které budou bezpečně uchovány na heslem zajištěném počítači v uzamčeném prostoru, přístup k nim bude mít pouze řešitelka diplomové práce. Uvědomuji si, že text je anonymizován, neobsahuje-li jakékoli informace, které jednotlivě či ve svém souhrnu mohou vést k identifikaci konkrétní osoby – budu dbát na to, aby jednotliví účastníci nebyli rozpoznatelní v textu práce. Osobní data, která by vedla k identifikaci účastníků výzkumu, budou do 1 dne po testování anonymizována. Získaná data budou zpracovávána, bezpečně uchována a publikována v anonymní podobě v diplomové práci, případně v odborných časopisech, monografiích a prezentována na konferencích, případně budou využita při další výzkumné práci na UK FTVS. V diplomové práci se budou

vyskytovat pouze následující údaje: věk, pohlaví a vzdělání, a to z důvodu charakteristiky vybraného odborníka.

24. V průběhu výzkumu budou pořizovány **poznámky a video záznam** pro jednodušší a jednoznačnější zhodnocení setkání a vyhodnocení výsledků rozhovoru. Poznámky a video záznam budou použity pouze pro účely autorky, nebudou nikde zveřejňovány. Neanonymizované fotografie a videozáznam budou bezpečně uchovány na heslem zajištěném počítači v uzamčeném prostoru, přístup k nim bude mít řešitelka diplomové práce a budou do 3 měsíců od dne rozhovoru.
25. S celkovými výsledky a závěry výzkumného projektu se můžete seznámit v diplomové práci, kterou Vám autorka pošle na vyžádání.
26. V maximální možné míře zajistím, aby získaná data nebyla zneužita.

Jméno a příjmení předkladatele projektu Podpis:

.....

Jméno a příjmení hlavního řešitele a spoluřešitelů

.....

Jméno a příjmení osoby, která provedla poučení

Podpis:.....

Prohlašuji a svým níže uvedeným vlastnoručním podpisem potvrzuji, že dobrovolně souhlasím s účastí ve výše uvedeném projektu a že jsem měl(a) možnost si řádně a v dostatečném čase zvážit všechny relevantní informace o výzkumu, zeptat se na vše podstatné týkající se účasti ve výzkumu a že jsem dostal(a) jasné a srozumitelné odpovědi na své dotazy. Byl(a) jsem poučen(a) o právu odmítnout účast ve výzkumném projektu nebo svůj souhlas kdykoli odvolat bez represí, a to písemně Etické komisi UK FTVS, která bude následně informovat předkladatele projektu. Dále potvrzuji, že mi byl předán jeden originál vyhotovení tohoto informovaného souhlasu.

Místo, datum

Jméno a příjmení účastníka Podpis: