

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta managementu

Jindřichův Hradec

Bakalářská práce

Hedvika Nekolová

2007

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta managementu

Jindřichův Hradec

Kultura jako multiplikátor cestovního ruchu

Vypracovala:

Hedvika Nekolová

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Jana Krbová, Ph.D.

Jindřichův Hradec, prosinec 2007

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma **Kultura jako multiplikátor cestovního ruchu** vypracovala samostatně a uvedla jsem veškeré zdroje, které jsem použila při jejím zpracování.

Podpis autora:

Jindřichův Hradec, prosinec 2007

Anotace

Kultura jako multiplikátor cestovního ruchu

Analýza vybraného oboru kultury a jeho význam pro cestovní ruch.

prosinec 2007

Poděkování

Chtěla bych poděkovat paní **Ing. Janě Krbové, Ph.D.** z Vysoké školy ekonomické v Praze, Fakulty managementu v Jindřichově Hradci za cenné rady, náměty a inspiraci při vedení mé bakalářské práce.

Hedvika Nekolová

Jindřichův Hradec, prosinec 2007

Obsah

Úvod	1
I. TEORETICKÁ VÝCHODISKA	3
1. Kultura.....	3
1. 1. Klasifikace kultury	3
1. 2. Pojem kulturní památka a památkový fond.....	4
1. 3. Financování kulturních památek	6
1. 4. Shrnutí kapitoly	10
2. Cestovní ruch.....	12
2. 1. Druhy cestovního ruchu	13
2. 2. Ekonomický význam cestovního ruchu	14
2. 3. Nabídka cestovního ruchu	15
2. 4. Poptávka v cestovním ruchu.....	16
2. 5. Cestovní ruch jako specifický nástroj regionální politiky.....	18
2. 6. Shrnutí kapitoly	20
3. Kultura jako multiplikátor cestovního ruchu.....	22
3. 1. Ekonomický přínos cestovního ruchu pro kulturní památky	26
3. 2. Shrnutí kapitoly	27
II. KULTURNÍ PAMÁTKY MĚSTA LEDEČ NAD SÁZAVOU A JEJICH VYUŽITÍ V CESTOVNÍM RUCHU	28
1. Město Ledec nad Sázavou.....	28
1. 1. Kulturní památky města Ledec nad Sázavou	28
1. 2. Další atraktivity v Ledči nad Sázavou a okolí.....	30
1. 3. Návštěvnost města a městského muzea.....	31
2. SWOT analýza	36
3. Návrhy efektivnějšího využití kulturních památek	40
Závěr.....	44
Přílohy	46
Seznam použité literatury	48

Úvod

Co je kultura? To je otázka, která se těžko zodpovídá. Kultura je velmi široký pojem, který nemá jednu konkrétní definici. Je třeba chápat kulturu komplexně – například návštěva kulturní památky, kulturního vystoupení nebo výstavy je stejně kulturní akcí jako návštěva letních slavností. Kultura je součástí každodenního života všech lidí na zemi, ať už si to uvědomují nebo ne. Je důležitým prvkem, který působí v mnoha oblastech jejich společenského a ekonomického života.

V práci se zabývám významem kultury pro odvětví cestovního ruchu. Cestovní ruch má řadu multiplikátorů, mezi něž patří právě i kultura. Kultura je velkým lákadlem pro turisty, kteří uskutečňují cestovní ruch. Práce pohlíží na kulturu, jako na důvod turistů k realizaci cestovního ruchu, ale také jako na prostředek propagace cestovního ruchu.

Práce je rozdělena do dvou částí. První část popisuje teoretická východiska, která slouží ke zpracování praktické části. Teoretická část je dále členěna na další tři kapitoly: Kultura, Cestovní ruch a Kultura jako multiplikátor cestovního ruchu. Nejprve jsem vymezila základní pojmy v oblasti kultury a cestovního ruchu a způsoby a možnosti financování kulturních památek v České republice. Dále se zabývám vlivem a multiplikačním efektem kultury na odvětví cestovního ruchu.

Druhá, praktická část, se dotýká popisu kulturních památek v konkrétním městě a jejich využití v cestovním ruchu. Mnou vybrané město je Leděč nad Sázavou. Důvod mého výběru je celkem prostý, jedná se o město, ve kterém žiji celý život a dobře znám jeho historii, všechny místní kulturní a historické památky a další atraktivita ve městě a okolí. Výhodou je, že na možné varianty rozvoje kultury a tím i cestovního ruchu pohlížím, jak ze strany obyvatele města, tak ze strany autora bakalářské práce o této problematice.

Ke zhodnocení situace ve městě Leděč nad Sázavou, vzhledem k cestovnímu ruchu, použiji metodu SWOT analýzy. Jedná se o standardní metodu používanou ke shrnutí a jednoduchou prezentaci nejvýznamnějších poznatků o zkoumaných objektech. Jejím principem je charakteristika silných a slabých stránek zkoumaného objektu a možných příležitostí a ohrožení.

Zadání mé bakalářské práce je „Analýza vybraného oboru kultury a jeho význam pro cestovní ruch“. Jelikož je toto téma velice široké, rozhodla jsem se, že se zaměřím na oblast kulturních památek, přičemž v praktické části jsem se zabývala kulturními památkami ve městě Leděč

nad Sázavou. Práce má tři dílčí cíle. Prvním dílčím cílem je shrnout teoretické poznatky o kultuře a kulturních památkách a poukázat na stav jejich financování v České republice. Dále je to pak vysvětlení pojmu cestovní ruch a dalších pojmů s ním souvisejících. Druhým dílčím cílem je zaměřit se na vztah mezi kulturou, kulturními památkami a cestovním ruchem. V rámci tohoto cíle se pokusím vyjádřit míru, s jakou má kultura vliv na rozvoj cestovního ruchu a jaký je ekonomický přínos, který přináší cestovní ruch zpět do oblasti kultury. Popis kulturních památek v Ledči nad Sázavou a jejich využití v cestovním ruchu je dílčí cíl číslo tři. Při naplňování podstaty tohoto cíle nejspíš využiji pomoci pracovníků městského úřadu a společně vytvoříme za pomoci metody brainstormingu podklady pro SWOT analýzu, která by měla odhalit jednotlivé silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení a stupeň jejich důležitosti vzhledem k rozvoji cestovního ruchu ve městě. Na základě této analýzy bych chtěla navrhnout možná řešení efektivnějšího využití kulturních památek při rozvoji cestovního ruchu v Ledči nad Sázavou.

V první, teoretické, části používám metodiku deskripce jednotlivých pojmů. Tuto metodu používám i na začátku praktické části bakalářské práce a jejím prostřednictvím popisuji jednotlivé kulturní památky ve městě Leděč nad Sázavou. Dále využívám metody brainstormingu, kterou jsem uplatnila ve skupině vytvořené z pracovníků městského informačního centra a městského úřadu. Výsledky, které vyšly z této společné práce, jsem shrnula pomocí SWOT analýzy do přehledných tabulek. Z těchto tabulek následně vycházela má doporučení pro lepší využití kulturních památek ve městě Leděč nad Sázavou.

I. TEORETICKÁ VÝCHODISKA

1. Kultura

Kultura pochází z latinského slova „*colo*“, resp. „*colere*“, což znamená pečovat o zemědělskou půdu. Postupně je tento výraz spojován s člověkem a jeho činností. Slavný řecký filosof Cicero chápal kulturu jako proces vzdělávání ducha člověka.

Existuje řada definic kultury. Například výkladový slovník uvádí, že kultura je, v širším slova smyslu, „*bytošně lidská reflexe vlastního bytí a jeho interakce s okolním světem, jeho antropogenními a přírodními aspekty v kontextu světového vývoje i lidské historie.*“¹ V užším slova smyslu se pak jedná o umělecká díla a jejich odkaz a o souhrn duchovních a uměleckých projevů. Nejčastěji citovanou definicí je definice britského antropologa Edwarda Burnetta Tylova, který ve svém díle *Primitive Culture*, vymezil kulturu jako „*složité celek, zahrnující soubor vědomostí, názorů, umění, morálky, práva, obyčejů a jiných zvyků, jež člověk nabyt jako člen společnosti.*“²

Rozlišujeme tři základní pojetí kultury:³ (1) kulturně antropologické, (2) tradiční a (3) redukcionistické. Právě z těchto tří pohledů je antropologické pojetí to nejčastěji používané, protože kulturu chápe nejen z pohledu vztahu člověka ke kultuře, ale i z pohledu jejího vlivu a významu pro společnost. Kultura by nemohla existovat bez společnosti a naopak společnost nemůže existovat bez kultury. Antropologické pojetí chápe kulturu jako „*souhrn lidských činností a produktů, které vycházely z určitých uznávaných hodnot a zvyků známých společnosti od samého počátku existence lidstva, kdy základem byly rituální a zvykové tance jako projev určité sounáležitosti k dané skupině a uznávání vytvořených hodnot.*“⁴

1. 1. Klasifikace kultury

Kulturu rozlišujeme na živou a neživou kulturu. Živá kultura, neboli umění, je kultura každodenního života. Zahrnujeme do ní divadlo, film, výtvarné umění, folklór, nebo tanec. Neživá kultura, neboli kulturní dědictví, je dědictví, které nám přenechali naši předci ve formě hodnot, norem či hmotných věcí. Patří sem například národní kulturní památky, muzea

¹ Pásková, M., Zelenka, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, Praha, 2002, str. 149.

² VV027 Kultura postmoderny. <http://www.fi.muni.cz/usr/prokes/postmoderna/postmoderna.htm>, cit. [2. 12. 2007] online.

³ Hamerníková, B.: *Kultura a masmédiá v tržních podmínkách. Veřejná podpora a alternativní zdroje financování*. Vysoká škola ekonomická, Praha, 1995, str. 5.

⁴ Krbová, J.: *Výbrané obory kultury a masmédií (organizace, právní prostředí a financování)*. Vysoká škola ekonomická, Praha, 2002, str. 11.

a galerie, skanzeny a vesnická architektura. Do neživé kultury nezahrnujeme pouze nemovitosti, ale i sbírky uměleckých děl.

UNESCO ke klasifikaci kultury nepoužívá rámcový pojem kultury, ale „využívá taxativní výčet tzv. „kulturního zboží a služeb“, který vychází z existujících mezinárodních i národních statistických a jiných mezinárodních klasifikací“.⁵

Současná klasifikace dělí kulturu do několika oblastí: (0) kulturní dědictví, (1) tisky a literatura, (2) hudba, (3) performing Arts, (4) vizuální umění, (5) audio a audiovizuální média, (6) rozhlas a TV, (7) socio-kulturní aktivity, (8) sport a hry, (9) prostředí a příroda. Každá z těchto oblastí má svoje podskupiny, které vytvářejí ještě podrobnější členění.⁶

1. 2. Pojem kulturní památka a památkový fond

Za kulturní památky považujeme „nemovité i movité věci, popřípadě jejich soubory, které jsou významnými doklady historického vývoje, životního stylu a prostředí společnosti od nejstarších dob do současnosti, nebo mají přímý vztah k významným osobnostem a historickým událostem.“⁷

Existuje několik způsobů dělení historických památek, například podle uměleckých slohů, místa vzniku nebo podle druhů. Jiné prameny třídí⁸ památky podle jejich povahy (movité a nemovité), významu (umělecké, historické) a účelu (obránné, sídelní, církevní). Dalším hlediskem,⁹ jak můžeme památky dělit:

- **Architektonické** památky, které dále dělíme na stavby a věci světské (profánní) a na památky církevní (sakrální). Mezi profánní památky zahrnujeme hrady, zámky, paláce, domy, tvrze, městskou architekturu. Kostely, kláštery a ostatní církevní stavby řadíme mezi památky sakrální.
- **Sochy, sousoší, kašny a drobná kamenická díla.**
- **Lidová architektura**, jejíž prvky bývají mnohdy zakomponovány do tzv. muzeí lidové architektury v přírodě neboli skansenů.
- **Technické** památky, mezi něž zahrnujeme technické výtvořky, jako například větrné a vodní mlýny, vodní kanály, nebo sýpky.

⁵ Stratifikace pojmu kultura – UNESCO. http://chr.nipax.cz/download/strat_pojmu_kultura.pdf, cit. [2. 6. 2007] online.

⁶ V letošním roce 2007 dojde k inovaci tohoto systému.

⁷ Pásková, M., Zelenka, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, Praha, 2002, str. 152.

⁸ Hesková, M.: *Základní problémy cestovního ruchu*. Vysoká škola ekonomická, Praha, 1999, str. 38.

⁹ Malá, V.: *Základy cestovního ruchu*. Vysoká škola ekonomická, Praha, 2002, str. 51.

- Památky **historické, kulturně historické a vojenské** jsou spojeny s významnými historickými osobnostmi nebo událostmi.
- Jako speciální druh památek můžeme vyčlenit **historické zahrady a parky**. Do této skupiny se řadí převážně zámecké zahrady a parky, které byly již v minulosti považovány za kulturní památku.

Památkový fond

Památkový fond, jehož historický, kulturní, umělecký a užitkový odkaz je nenahraditelný, je chráněnou součástí kulturního a z části i přírodního dědictví. Jedná se o „jednu z nejvýznamnějších složek národního kulturního bohatství – národního kulturního pokladu České republiky.“¹⁰ Stupeň péče a zájmu o tento národní poklad je dokladem o kulturním vzdělání společnosti dané země. Památkový fond a zájem, který je o něj projevován, podporuje vědomí národní identity. Je důležitou součástí životů lidí v současnosti, ale je i důležitým odkazem pro budoucí generace a jejich uvědoměním si národní historie.

Uchovávání, restaurování a péče o památkový fond má vliv na ekonomický rozvoj země, obcí a regionů, a s tím spojený i rozvoj cestovního ruchu. Je důležitým prvkem, „*jenž může významně podpořit, a to bez negativních dopadů na životní prostředí a tvář krajiny, hospodářský růst ve státě*“¹¹, a to nejen v současnosti, ale hlavně pro rozvoj budoucí.

Systém státní památkové péče v České republice, upravený zákonem č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči, je jedním z klíčových prvků pro obnovu a rozvoj kulturních památek. Ústředním orgánem, v tomto systému státních orgánů, je ministerstvo kultury. Ústředním řídicím pracovištěm v oboru památkové péče České republiky je Odbor památkové péče ministerstva kultury. Pravomoci, mezi něž patří například prohlášení a rušení věcí a jejich souborů za kulturní památky, zpracovávání návrhů a prohlášení vlády ve věcech kulturních památek, vydávání povolení k provádění archeologických výzkumů, zřizování památkových ústavů a dalších příspěvkových organizací, vytváří podmínky pro obnovu a zachování památkového fondu České republiky. Pro ještě větší podporu ochrany památek byla v roce 1998 vypracována Koncepce účinnější péče o památkový fond v České republice do roku 2005.

Výkon státní památkové péče byl původně svěřen okresním úřadům. K 1. 1. 2003 byla činnost okresních úřadů zrušena a státní správa památkové péče byla přenesena na obecní úřady s rozšířenou působností a kraje. Krajské úřady mají ze zákona povinnost kontrolovat činnost

¹⁰ Činnost odboru památkové péče. <http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=427>, cit. [31. 3. 2005] online.

¹¹ Dtto.

obecních úřadů s rozšířenou působností v oblasti výkonu státní památkové péče. Další povinnosti, které vykonává krajský úřad v oblasti státní památkové péče, jsou uvedeny v příloze č. 1. Zákon o státní památkové péči § 28.

Národní památkový ústav vede Ústřední seznam kulturních památek, který obsahuje tyto části: seznam kulturních památek, seznam památek světového dědictví na území ČR, seznam národních kulturních památek, seznam památkových rezervací, seznam památkových zón a seznam ochranných pásem. V současné době na Ústřední seznam kulturních památek patří na 38 713 nemovitých kulturních památek, 133 národních kulturních památek, dále je zde zapsáno 113 památkových rezervací a 390 památkových zón.

1. 3. Financování kulturních památek

Podle platného památkového zákona se o správu, péči, uchovávání a ochranu kulturní památky stará její vlastník a to na vlastní náklad. Takovýmto vlastníkem může být fyzická nebo právnická osoba, stát, obec nebo sdružení či jiné organizace. Cílem platné, vládou schválené Koncepce účinnější péče o památkový fond v České republice do roku 2005 je *„zajistit finanční podporu vlastníků kulturních památek různými formami obligatorní nepřímé pomoci a fakultativní přímé pomoci z veřejných rozpočtů.“*¹² Proto, po zrušení okresních úřadů, byly krajské a obecní úřady pověřeny poskytováním finanční podpory vlastníkům kulturních památek.

Na základě žádosti vlastníka se fakultativně poskytují prostředky na pokrytí zvýšených nákladů souvisejících s obnovou a zachováním kulturních památek.

Ministerstvo kultury poskytuje finanční podporu vlastníkům kulturních památek pouze, pokud se jedná o památku mimořádného společenského významu. Ministerstvo proto zřizuje speciální programy, určené k záchraně a obnově památkového fondu, a to:

- Program regenerace městských památkových rezervací a zón,
- Havarijní program,
- Program záchrany architektonického dědictví,
- Program péče o vesnické památkové rezervace, vesnické památkové zóny a krajinné památkové zóny,
- Program restaurování movitých památek.

V rámci Ministerstva kultury byl vytvořen Státní fond kultury České republiky, který je aktivním finančním nástrojem pro podporu české kultury. Finanční prostředky jsou z tohoto

¹² Financování památkové péče. <http://www.npu.cz/pp/dokum/ppclanky/ppcl05/ppcl051223financ/>, cit. [31. 3. 2005] online.

fondu poskytovány na obnovu, získávání a udržování kulturních památek. Následující tabulka č. 1 uvádí výdaje Státního fondu kultury ČR za rok 2006 a rok 2007.

Tabulka č. 1: Výdaje Státního fondu kultury ČR za rok 2006 a rok 2007

Výdaje	Ukazatel:	schválený rozpočet	schválený rozpočet
II	VÝDAJE	38 340	33 900
III	BĚŽNÉ VÝDAJE	23 940	20 600
	Neinvestiční nákupy a související výdaje	13 040	13 100
	Úroky	1 400	1 000
	Dotace a ostatní běžné transfery	9 500	6 500
	Transfery veřejným rozpočtům centrální úrovně	0	0
	Státnímu rozpočtu	0	0
	Státním fondům		
	Zvláštním fondům centrální úrovně		
	Dotace	3 900	2 200
	Finančním institucím		
	Nefinančním veřejným podnikům	1 400	1 000
	Transfery příspěvkovým apod. organizacím	1 400	1 000
	Převody vlastním fondům		
	Ostatním podnikům	2 500	1 200
	Transfery veřejným rozpočtům územní úrovně	200	200
	Transfery obyvatelstvu vč. neziskových organizací	5 400	4 100
	Transfery do zahraničí		
IV	KAPITÁLOVÉ VÝDAJE	14 400	13 300
	Pořízení investic	13 900	13 300
	Pořízení hmotného investičního majetku	13 900	13 300
	Pořízení nehmot. investičního majetku a pozemků		
	Investiční transfery	500	0
	Domáci	500	0
	Veřejným rozpočtům centrální úrovně	0	0
	Státnímu rozpočtu	0	0
	Státním fondům		
	Zvláštním fondům centrální úrovně		
	Veřejným rozpočtům územní úrovně	400	0
	Ostatní	100	0
	Zahraníční		
V	Poskytnuté půjčky a nákup finančního majetku (8+9)	0	0

Zdroj: Výroční zprávy a rozpočty MK ČR¹³

Dalším zdrojem jsou prostředky z rozpočtů obcí a krajů v rámci programových aktivit, které pomáhají vlastníkům kulturních památek.

K financování kulturních památek mohou přispět i jiná ministerstva, která poskytují nepřímou finanční podporu pomocí programů vyhlášených v rámci jejich působnosti. Ministerstva poskytují účelové dotace, které jsou využívány na rozvoj regionu. A právě tyto dotace mohou být využívány k obnově a regeneraci kulturních památek, které jsou součástí regionu. Jedná se

¹³ Rozpočet Fondu kultury na rok 2007. www.mkcr.cz/assets/statni-fondy/fond-kultury/Rozpo_et_Fondu_kultury_na_rok_2007.xls, cit. [19. 11. 2007] online.

například o program Ministerstva pro místní rozvoj Program obnovy venkova nebo o program Ministerstva hospodářství Program regenerace, který se soustřeďuje na podporu malého a středního podnikání.

Neziskovým organizacím je poskytována podpora v podobě úlev na daních. Tyto daňové úlevy se týkají například daně z nemovitosti, darovací daně, daně z příjmu, silniční daň a jiné.

Jelikož financování z veřejných rozpočtů nestačí k obnově a zachování kulturních památek, musí vlastníci přistoupit k financování z alternativních finančních zdrojů, kterými mohou být:¹⁴

- vlastní prostředky z podnikatelské činnosti v oblasti kulturní památky,
- finanční prostředky ze vstupného u objektů využívaných pro účely cestovního ruchu,
- nadace a nadační fondy,
- regionální nebo místní sbírky určené na financování konkrétních kulturních památek,
- sponzorské dary.

Pro příklad a představu nám následující tabulka č. 2 uvádí, jaké byly výdaje veřejných rozpočtů na kulturu celkem v období 1997 – 2005.

Tabulka č. 2 Výdaje veřejných rozpočtů na kulturu za období 1997 - 2005

Rok	Kap. 334 Ministerstvo kultury	OKÚ kap. 380	Státní rozpočet celkem (od roku 2001)	Obce + DSO + OkÚ (do roku 2000)	Kraje	Celkem rozpočty územní samosprávy (od roku 2001)	Celkem veřejné rozpočty
1997	3 776 307	x	x	7 648 092	x	x	11 424 399
1998	4 397 465	x	x	8 018 089	x	x	12 415 554
1999	5 244 078	x	x	8 576 661	x	x	13 820 739
2000	5 371 730	x	x	9 098 697	x	x	14 470 427
2001	4 760 291	1 679 343	6 439 634	8 380 189	376 814	8 757 003	15 196 637
2002	4 809 334	1 497 392	6 306 726	9 068 510	877 216	9 945 726	16 252 452
2003	6 233 477	x	6 233 477	9 348 358	1 831 737	11 180 095	17 413 572
2004	6 549 237	x	6 549 237	10 706 285	2 033 502	12 739 787	19 289 024
2005	6 497 303	x	6 497 303	10 914 842	2 327 251	13 242 093	19 739 396

Zdroj: Výdaje krajů v oblasti kultury v letech 2001 – 2005. <http://www.nipos-mk.cz/text.asp?ID=691>, cit. [26. 3. 2007] online.

¹⁴ Křbová, J.: *Vybrané obory kultury a masmédií (organizace, právní prostředí a financování)*. Vysoká škola ekonomická, Praha, 2002, str. 71.

Tabulka č. 3 Výdaje jednotlivých krajů v oblasti kultury v letech 2001 – 2005

Kraj	2005	2004	2003	2002	2001
Středočeský	320 705	282 531	278 098	108 643	28 805
Jihočeský	208 282	176 458	191 824	84 823	27 464
Plzeňský	207 393	177 787	160 144	118 027	70 088
Karlovarský	93 394	80 316	75 922	30 952	9 775
Ústecký	148 254	156 881	196 089	71 972	34 304
Liberecký	115 448	99 121	94 152	92 798	27 826
Královéhradecký	201 629	162 141	118 344	65 978	29 746
Pardubický	131 802	152 555	96 941	71 702	16 596
Vysočina	135 394	150 483	110 863	39 776	15 790
Jihomoravský	165 989	126 863	88 040	23 320	9 210
Olomoucký	278 487	187 509	168 112	100 135	85 012
Zlínský	128 279	110 952	99 212	36 834	8 607
Moravskoslezský	192 195	169 903	154 002	32 257	13 590
<i>Celkem</i>	<i>2 327 251</i>	<i>2 033 500</i>	<i>1 831 743</i>	<i>877 217</i>	<i>376 813</i>
<i>Zaokrouhlení</i>		<i>2</i>	<i>-6</i>	<i>-1</i>	<i>1</i>
Kraje celkem	2 327 251	2 033 502	1 831 737	877 216	376 814

Zdroj: Výdaje krajů v oblasti kultury v letech 2001 – 2005. <http://www.nipos-mk.cz/text.asp?ID=691>, cit. [26. 3. 2007] online.

Jednotlivé finanční prostředky je možné získat také ze **strukturálních fondů Evropské unie**. Podle dosavadních zjištění je zřejmé, že největší podíl na financování kulturních aktivit pochází právě z těchto fondů (až 80%). Pouze 20% finančních dotací plyne z komunitárních programů přímo na podporu kultury. Příkladem takového programu je program Culture 2000. Ze strukturálních fondů jsou financovány různé projekty s kulturní tematikou. Těchto projektů je celá škála. Řadíme mezi ně rekonstrukce historických budov, památkových objektů a historických městských center, budování kulturních a informačních center, umělecké akce, festivaly, výstavy a různé aktivity spojené s kulturou (sociálně kulturní aktivity, aktivity kulturní turistiky, oslavy obcí a aktivity spojené s tradičními řemesly). Na období 2007–2013 byly schváleny z fondů EU pro Českou republiku finanční prostředky ve výši 26,7 miliard eur tj. cca 752,7 miliard korun.

Na období 2007 – 2013 jsou určeny následující programy:

- Tématické operační programy: Integrovaný operační program, OP Podnikání a inovace, OP Životní prostředí, OP Doprava, OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost, OP Výzkum a vývoj pro inovace, OP Lidské zdroje a zaměstnanost, OP Technická pomoc
- Regionální operační programy: ROP NUTS II Severozápad, Severovýchod, Střední Čechy, Jihozápad, Jihovýchod, Moravskoslezsko, Střední Morava
- Operační programy Praha: OP Praha Konkurenceschopnost, OP Praha Adaptabilita

- Evropská územní spolupráce: OP Mezinárodní spolupráce, OP Nadnárodní spolupráce, ESPON 2013, INTERACT II, OP Přeshraniční spolupráce ČR – Bavorsko, ČR – Polsko, ČR – Rakousko, ČR – Sasko, ČR – Slovensko

Řada z těchto operačních programů je vhodná k financování kultury a kulturních památek. Jako nejvhodnější programy podporující kulturní památky se jeví Regionální operační programy, které reagují na potřeby příslušného regionu. Program se orientuje na rozvoj různých oblastí, např. rozvoj území nebo rozvoj cestovního ruchu. V rámci podpory rozvoje těchto oblastí jsou obnovovány kulturní a technické památky nebo kulturní zajímavosti. Finanční prostředky jsou vynakládány na rekonstrukci městských center a památkových zón. K obnově kulturních památek v hraničních regionech NUTS III jsou vhodné Operační programy přeshraniční spolupráce.

1. 4. Shrnutí kapitoly

Kultura je souhrn norem, zvyků a hodnot určité společnosti, které obklopují její členy. Tento pojem má řadu definic, které se snaží postihnout jeho podstatu. Avšak neexistuje pouze jedna jediná definice, která by to dokázala, protože každá v sobě má kousek toho důležitého.

Možností, jak pohlížet na kulturu, je nepřehledné množství, ale rozlišujeme tři základní pojetí kultury: kulturně antropologické, tradiční a redukcionistické. Dále dělíme kulturu na živou zahrnující divadlo, film, výtvarné umění nebo tanec, a neživou obsahující hmotné věci, jako jsou kulturní památky, muzea a galerie a obsahy jejich uměleckých sbírek. Kultura je tedy něco, co nás obklopuje každý den a co je neoddelitelnou součástí našich životů.

Součástí kultury jsou tedy i kulturní památky, za které považujeme jak movité, tak nemovité věci, které mají historickou hodnotu. I historické památky dělíme podle různých hledisek, například podle uměleckých slohů, místa vzniku, druhů, podle jejich povahy, významu a účelu. Kulturní památky jsou hrady, zámky, tvrze, kostely, kláštery, sochy, sousoší a kašny. Zahrnujeme sem i prvky lidové architektury, technické, historické a vojenské památky. Jako speciální druh můžeme vyčlenit historické zahrady a parky.

Důležitým pojmem v oblasti kultury a kulturních památek je památkový fond, který je chráněnou součástí kulturního a z části i přírodního dědictví. Stupeň ochrany kulturního dědictví vypovídá o vyspělosti a vzdělání dané země. Je i součástí ekonomického růstu země, regionů a obcí, protože uchovávání památek má vliv na rozvoj cestovního ruchu v těchto oblastech.

Aby kulturní dědictví bylo uchráněno, byl vytvořen systém státní památkové péče v České republice. Ten je upraven zákonem č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči. Odbor památkové

péče ministerstva kultury je ústředním řídicím pracovištěm v oboru památkové péče. V roce 1998, byla vypracována „Koncepce účinnější péče o památkový fond v České republice do roku 2005“, která zajistila ještě větší podporu ochrany a obnovy kulturního dědictví České republiky. Pro poskytnutí co nejlepší a nejefektivnější péče v oblasti kulturních památek byl v lednu roku 1995 vytvořen Ústředním seznamu kulturních památek, na kterém je v současnosti uvedeno 38 713 nemovitých kulturních památek, 133 národních kulturních památek, 113 památkových rezervací a 390 památkových zón. Od 1. 1. 2003 byl výkon státní památkové péče odejmut okresním úřadům¹⁵ a přenesen na obecní úřady s rozšířenou působností a krajské úřady.

Obnova, regenerace a údržba historických objektů je vysoce finančně náročná záležitost. Často není v silách vlastníků kulturních památek udržet objekty v současném stavu, tak aby se nezhoršoval jejich stavebně technický stav. Proto ministerstvo kultury zřizuje speciální dotační programy, kterými jsou např. Program regenerace městských památkových rezervací a zón, Havarijní program, Program záchrany architektonického dědictví, Program péče o vesnické památkové rezervace, vesnické památkové zóny a krajinné památkové zóny, Program restaurování movitých památek. V rámci samostatné působnosti zajišťují finanční podporu i kraje a obce s rozšířenou působností. Další možností k financování je využívání fondů Evropské unie. Podle dosavadních zjištění je zřejmé, že nejvíce finančních prostředků plyne právě z těchto fondů, až 80 %. Vlastníci historických objektů musí také využívat alternativní zdroje financování jako jsou vlastní prostředky, nadace a nadační fondy, regionální a místní sbírky, sponzorské dary nebo finanční prostředky ze vstupného.

¹⁵ Okresní úřady byly k 31. 12. 2002 zrušeny.

2. Cestovní ruch

Pojem cestovní ruch je všeobecně známý a používaný, ale přesto je jeho přesné definování velmi složité. V odborné literatuře můžeme vyhledat velké množství definic. Pro příklad dvě uvedu. V roce 1991 byla na konferenci Mezinárodní organizace cestovního ruchu (WTO – World Tourism Organization) v Ottawě vymezena statická definice cestovního ruchu. Za cestovní ruch se považuje „*činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo své trvalé bydliště, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávat výdělečnou činnost v navštíveném místě.*“¹⁶ Výkladový slovník cestovního ruchu definuje pojem cestovní ruch jako „*souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s vyžíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch.*“¹⁷

Obě tyto definice, a nejen tyto, vystihují pojem cestovní ruch a obě také obsahují společné znaky, které cestovní ruch vymezují: změnu místa trvalého bydliště, nevýdělečný charakter cesty, protože se jedná o cestování převážně ve volném čase a vztahy mezi lidmi.

Subjekty cestovního ruchu jsou kupující a prodávající. Kupující uspokojují své potřeby a tím se účastní na cestovním ruchu. Proávající jsou naopak ti, kteří poskytují služby a zboží sloužící k účasti na cestovním ruchu.

Objekty cestovního ruchu jsou v určitém čase a místě k dispozici k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Jedná se o statky, které prodávající chtějí na trhu cestovního ruchu realizovat. Za objekty cestovního ruchu považujeme služby, zboží a volné statky (neboli přírodní statky, které jsou hlavním motivem účasti na cestovním ruchu).

Cestovní ruch je významnou součástí v životě lidí a plní řadu důležitých funkcí:

(1) **rekreačně zdravotní funkce**, kdy cestovní ruch napomáhá při reprodukci pracovních sil. Nejvhodnějšími místy pro provozování cestovního ruchu, který vede rekonvalescenci člověka a tím ke zlepšení jeho zdravotního stavu, jsou sportovně-rekreační zařízení.;

(2) **kulturně poznávací funkce**, kde provozování cestovního ruchu vede k duševnímu rozvoji člověka a napomáhá mu získávat kulturní hodnoty. Tyto hodnoty se pak stávají motivem k nové účasti na cestovním ruchu.;

¹⁶ Foret, M., Foretová, V.: *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Grada, Praha, 2001, str. 16.

¹⁷ Pásková, M., Zelenka, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, Praha, 2002, str. 45.

(3) **zdravotní funkce**, kdy cestovní ruch vede k upevňování zdraví lidí. Základními zařízeními poskytujícími prostředí, vhodné pro provozování cestovního ruchu s zdravotní funkcí, jsou lázeňské objekty. Lidé navštěvují lázně s úmyslem nejen zlepšit zdravotní stav, ale i odpočinout si, načerpat síly a poznat lázeňské město a jeho okolí.;

(4) **vědecko informační funkce**, jejíž význam roste spolu s vědecko technickým pokrokem. Tato funkce souvisí s výměnou informací, znalostí a zkušeností. Její vliv sílí s vytvářením mezinárodních integrací a organizací a s rozvojem mezinárodního obchodu.

2. 1. Druhy cestovního ruchu

Cestovní ruch zasahuje do mnoha stránek společnosti a proto je důležité ho nějakým způsobem rozčlenit a kategorizovat. Odborná literatura dělí podle zvolených kritérií cestovní ruch na velké množství druhů:

- podle místa realizace (domácí či zahraniční cestovní ruch),
- podle času (krátkodobý či dlouhodobý),
- podle způsobu organizace (individuální nebo skupinový),
- podle vztahu k platební bilanci státu (zahraniční cestovní ruch aktivní a pasivní),
- podle způsobu financování (komerční nebo sociální),
- podle věku účastníků (cestovní ruch dětí, mládeže, důchodců, rodin s dětmi, lidí mezi 40–50 rokem věku),
- podle převažujícího prostředí pobytu (městský a venkovský),
- dle ročního období (letní, zimní, sezónní, mimo sezónní),
- dle způsobu ubytování apod..

Za základní se považuje dělení podle účelu (motivů, cílů):

Kulturně-poznávací cestovní ruch vychází z potřeby poznávat historii, historické památky a přírodní zvláštnosti, hledat souvislosti vývoje vlastní země s cizími, vzdělávat se.

Rekreační cestovní ruch je zaměřen na uspokojování běžné lidské potřeby regenerace fyzických a psychických sil, čemuž by také mělo dopovídat rekreační přírodní prostředí včetně vyhovujícího vybavení.

Náboženský je spojen s návštěvou posvátných a poutních míst a s poznáváním církevních památek.

Vzdělávací se zaměřuje na cesty za účelem poznání, výuka jazyků, zájezdy do historických, kulturních a vědeckých míst s odborným programem.

Společenský cestovní ruch je spojen se společenskými aktivitami, jako je například návštěva příbuzných či přátel, vytváření nových přátel a kontaktů. Zahrnujeme sem i klubový cestovní ruch (klubovou turistiku), která je charakteristická cíleným setkáváním lidí, kteří mají společné zájmy a patří do nějakého klubu.

Zdravotně orientovaný (lázeňsko-léčebný) zahrnuje léčebné procesy, rehabilitaci a další lázeňské procedury prováděné převážně v lázeňském prostředí. Odvíjí se od zdravotního stavu populace a jeho význam neustále roste.

Sportovně orientovaný se orientuje na pobyty spojené se sportem a to nejen aktivní, ale i pasivní. Do pasivního sportovně orientovaného cestovního ruchu zahrnujeme cesty spojené s návštěvou sportovních událostí.

Cestovní ruch spojen s poznáváním přírodního prostředí. Přírodní prostředí je součástí velkého počtu druhů cestovního ruchu, ale tato kategorie zahrnuje hlubší poznání přírody a jejích zákonitostí. Jedná se například o návštěvu národních parků, přírodních rezervací a chráněných krajinných oblastí.

Dobrodružný cestovní ruch se zaměřuje na adrenalinové sporty.

Cestovní ruch s profesními motivy je spojen s pracovní a profesní činností. Probíhá především v pracovním čase účastníků, ale zahrnuje v sobě také prvky cestovního ruchu provozovaného ve volném čase.

Specifický cestovní ruch zahrnuje cestovní ruch, který je specifický. Můžeme sem zařadit nákupní nebo politický cestovní ruch.

2. 2. Ekonomický význam cestovního ruchu

Cestovní ruch je součástí životů velkého počtu lidí na světě, stal se prvkem moderní společnosti dnešního světa a jedním z největších oborů světové ekonomiky, který se nejen u nás, ale i ve světě, velmi rychle rozvíjí. Podle objemu tržeb ho lze řadit na třetí místo za petrochemický a automobilový průmysl a podle „*rozsahu zaměstnanosti a tvorby kvalitních pracovních příležitostí patří mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví.*“¹⁸

Jeho velikost a důležitost je až překvapující. Ze statistik ministerstva pro místní rozvoj o zahraničním cestovním ruchu v České republice vyplývá, že předběžné „*devizové příjmy ze zahraničního cestovního ruchu za leden – prosinec 2005 4,63 mld USD, což je o 11,0 % více než ve stejném období roku 2004.*“ Tyto „*devizové příjmy ze zahraničního cestovního ruchu*

¹⁸ Cestovní ruch. <http://www.mmr.cz/index.php?show=001027>, cit. [30. 12. 2006] online.

*za leden – prosinec 2005 představují ekvivalent 5,9 % exportu ČR a 3,7 % hrubého domácího produktu.*¹⁹

Podle WTO se v roce 1999 podílel cestovní ruch na tvorbě HDP světových ekonomik 13 %, ve státech Evropské unie dokonce 14 %. WTO odhaduje, že v budoucnu bude cestovního ruchu ve světě růst o 2,5 – 2,8 % ročně. V současnosti 11% pracovních míst ve světě tvoří právě cestovní ruch, ve státech Evropské unie je to dokonce až 15%.

Z uvedených čísel je jasně vidět, že cestovní ruch je velmi významnou součástí nejen naší, ale i světových ekonomik.

S odvětvím cestovního ruchu je spojeno mnoho hospodářských aktivit a činností. Mezi tyto činnosti můžeme zahrnout aktivity spojené s dopravou, ubytováním a poskytováním služeb turistům, kteří ve svém volném čase cestují z místa na místo, aby poznali krásy a kulturu vybraných míst a uspokojili svoje potřeby. Tyto aktivity přispívají k ekonomickému růstu.

Je tedy jasné, že na cestovní ruch se můžeme dívat ze dvou pohledů. Zaprvé, to je pohled ze strany turistů, kteří uspokojují svoje potřeby. Druhý pohled je ze strany obchodníků, podnikatelů a poskytovatelů služeb, kterým cestovní ruch a s ním spojené aktivity, přináší zisk a příležitosti k uplatnění jejich znalostí a dovedností.

2. 3. Nabídka cestovního ruchu

Nabídka cestovního ruchu je souhrn produktů a služeb na trhu cestovního ruchu, které má určitý subjekt (prodávající) v úmyslu realizovat (prodat) za danou cenu.

Předmětem nabídky cestovního ruchu jsou všechny objekty cestovního ruchu, kterými jsou služby, zboží a přírodní statky.

Funkce nabídky cestovního ruchu vyjadřuje poměr mezi maximálním množstvím produktu cestovního ruchu, které prodávající hodlá prodat, a jeho cenou. Objem nabídky závisí, kromě ceny nabízeného produktu, také na cílech prodávajícího (maximalizace zisku nebo podílu na trhu, stabilizace pozice, konkurenční boj atd.), technologické úrovni, cenové hladině v zemi (míra inflace), na politice prostorově či tematicky blízké konkurence, na ceně výrobních faktorů.

Nabídka cestovního ruchu se skládá ze dvou částí: (1) atraktivity cílových míst cestovního ruchu a (2) vybaveností míst zařízeními cestovního ruchu.

¹⁹ Zahraniční cestovní ruch v ČR v lednu – prosinci 2005. <http://www.mmr.cz/index.php?show=001027005010>, cit. [30. 12. 2006] online.

Hlavní složkou nabídky cestovního ruchu je právě atraktivita cílového místa cestovního ruchu. „*Atraktivita cestovního ruchu je zajímavá součást přírody (klíma, léčivé prameny, krajinná scenérie, jeskyně, moře, ledovce, propasti, vodopády, skalní města, gejzíry, atoly atd.), sportovní, kulturní nebo společenský objekt, kulturní, sportovní, společenská nebo jiná událost, přitahující účastníky cestovního ruchu.*“²⁰

Atraktivity cílových míst cestovního ruchu jsou zastoupeny přírodními, kulturně historickými (architektonické památky, kulturní zařízení, kulturní a historická místa spjatá s historií určitého národa, technické památky, lidové umění), organizovanými (festivaly, slavnosti, veletrhy, výstavy, sportovní akce, přehlídky) a sociálními atraktivitami (životní styl, gastronomie, tradice, zvyky).

Dále je můžeme dělit na hmotné a nehmotné, a na atraktivity mezinárodního, národního a místního významu, na atraktivity s potenciálním řádem vyšších (pro využití požadují další investice) a nižších (využitelné bez dalších investic) řádů.

Vybavenost míst zařízeními cestovního ruchu je označována za sekundární složku nabídky cestovního ruchu, protože umožňuje využívání atraktivit v cílových místech cestovního ruchu. Jedná se o zařízení, která uspokojují realizační potřeby účastníků cestovního ruchu.

Nabídka v cestovním ruchu je charakteristická různorodostí a mnohostranností produktů a služeb, které účastníci cestovního ruchu nakupují a spotřebovávají. Produkt cestovního ruchu není tvořen jednou složkou, ale je to celý soubor zboží a služeb poskytovaný účastníkům cestovního ruchu. Toto vypovídá o vysoké míře komplexnosti a vzájemného propojení nabídky, kterou poskytují podnikatelé. Nabídka v cestovním ruchu je vázaná přírodními atraktivitami, které nelze přemístit, a to způsobuje její poměrně malou elasticitu. Dále je také značně ovlivněna přírodními podmínkami a ročním obdobím. Odráží se v ní vysoká míra sezónnosti poptávky po cestovním ruchu.

Nabídka v cestovním ruchu se převážně orientuje na služby, které se nedají vyrábět do zásoby, je nutné je spotřebovat v době, kdy jsou k dispozici, což vede k nutnosti vysoké pohotovosti nabídky.

2. 4. Poptávka v cestovním ruchu

Pokud chceme mluvit o poptávce v cestovním ruchu, měli bychom se nejprve zaměřit na potřeby lidí, které souvisejí s rekreací a poznáním. Tyto potřeby jsou východiskem poptávky

²⁰ Pásková, M., Zelenka, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, Praha, 2002, str. 26.

v cestovním ruchu. Pokud lidé pociťují konkrétní potřeby (poznání, změna místa, relaxace a klidu, aktivního odpočinku, atd.) mohou je uspokojit jednotlivě a nezávisle na cestovním ruchu nebo právě v rámci cestovního ruchu. Obvykle se uspokojování potřeb v rámci cestovního ruchu neuskutečňuje jednotlivě, ale dochází k neustálému spojování a kombinaci potřeb do určitých komplexů. Tyto potřeby můžeme rozdělit na dvě skupiny.

První skupina jsou potřeby, jejichž uspokojení je vlastním cílem účasti na cestovním ruchu. Jedná se o potřeby, které vyvolávají cestování a pobyt v místě mimo bydliště. Označujeme je za motivační nebo primární.

Do druhé skupiny řadíme potřeby, které nejsou vlastním cílem účasti na cestovním ruchu, ale jejich uspokojení podmiňuje realizaci potřeb z první skupiny. Označujeme je za potřeby realizační nebo sekundární.

Veškeré potřeby, uspokojované při realizaci cestovního ruchu, můžeme označit za zbytné potřeby. Uspokojování zbytných potřeb není dlouhodobě nutné k přežití. Pokud dojde ke zhoršení ekonomické situace, lidé snižují výdaje na zbytné potřeby, aby uspokojili potřeby nezbytné, což činí cestovní ruch ekonomicky zranitelný. Avšak ve vyspělých zemích se cestovní ruch posunuje na žebříčku uspokojovaných potřeb stále výš, protože se stává důležitou součástí životního stylu lidí.

Poptávka v cestovním ruchu je množství dané služby nebo zboží cestovního ruchu, které kupující (jedinec nebo skupina jedinců) zajímající se o dané služby nebo zboží hodlá koupit (koupěschopná poptávka) za danou cenu na daném trhu a v daném čase.

Pokud jde o poptávku, kterou představují všichni účastníci cestovního ruchu, mluvíme o agregátní poptávce. Pokud jde o poptávku jedince nebo poptávku po produktu jednoho výrobce služeb, pak se jedná o individuální poptávku.

Nositelem poptávky je účastník cestovního ruchu, který se účastní cestovního ruchu za účelem uspokojení svých fyzických i duševních potřeb.

Poptávka v cestovním ruchu je parametrem měřeným po určitý časový úsek, zpravidla měsíc. Funkce poptávky je vztah mezi poptávaným produktem a jeho cenou. Křivka funkce poptávky vyjadřuje nepřímou úměru závislosti poptávaného množství produktu cestovního ruchu na ceně. Tato funkce má zpravidla klesající průběh. Změna polohy křivky (a jejího průběhu,

tvaru) je dána necenovými faktory (sezóna, politické vztahy, přírodní katastrofy, sociálně – ekonomická situace atd.).

Poptávka v cestovním ruchu má komplexní charakter, protože účastníci cestovního ruchu vyžadují při uspokojování svých potřeb komplexní služby (ubytovací, dopravní, programové atd.).

Sezónnost a periodický charakter poptávky vyplývá z jejího nerovnoměrného rozložení během roku. Během hlavní sezóny poptávka po službách cestovního ruchu a zpravidla i jejich cena výrazně roste.

Poptávka po produktech cestovního ruchu se vyznačuje vysokou pružností (elasticitou).

Stále více lidí využívá cestovní ruch jako způsob trávení volného času a regenerace. Cestovní ruch je stále více dostupnější stále širší skupině obyvatel, kteří mají nové požadavky na služby poskytované cestovním ruchem. Požadavky se liší podle různých vrstev a skupin obyvatel, ale také podle jednotlivých účastníků. Každý z účastníků cestovního ruchu má specifické potřeby a měnící se požadavky na poskytované služby. Tato vysoká míra determinovanosti poptávky způsobuje její diferenciaci.

2. 5. Cestovní ruch jako specifický nástroj regionální politiky

Cestovní ruch je významnou součástí nejen naší, ale i světových ekonomik. Rozvoj tohoto odvětví je důležitým faktorem pro rozvoj regionů, rozvoj jeho dopravní infrastruktury, obchodu a služeb, díky tomu se stává specifickým nástrojem regionální politiky.

Pro posouzení skutečného významu a přínosu cestovního ruchu pro národní a regionální politiku je důležité věnovat se několika zásadním zdrojům a informacím:

- měření významu cestovního ruchu v národním hospodářství, ubytovací kapacity, realizovaná návštěvnost,
- základní charakteristiky světového a evropského mezinárodního cestovního ruchu,
- základní charakteristiky cestovního ruchu ČR.

Správné využití potenciálu cestovního ruchu jako nástroje regionálního rozvoje je závislé na efektivním a účinném řízení tohoto sektoru na všech úrovních. V České republice je funkční řízení problém, protože správa tohoto sektoru spadá do kompetence více orgánů státní správy a samosprávy. Rozčlenění zájmů odvětví cestovního ruchu mezi jednotlivé orgány se negativně projevuje na úspěšnosti využití jeho potenciálu.

Podle Ing. Š. Tittelbachové²¹ lze úlohy veřejné správy na úrovních územní samosprávy charakterizovat takto: Za regionální rozvoj v České republice nese podle zákona odpovědnost stát. A právě pomocí regionálního rozvoje je prosazována státní politika v oblasti cestovního ruchu. Podle zákona je ministerstvo pro místní rozvoj ústředním orgánem státní správy ve věcech regionální politiky a cestovního ruchu. Touto oblastí se zabývají i další ministerstva a orgány státní správy, která mezi sebou komunikují o této problematice pomocí meziresortní komise. Další státní organizací, zabývající se problematikou cestovního ruchu, je Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, která vznikla pod záštitou ministerstva pro místní rozvoj a která propaguje a prezentuje Českou republiku v zahraničí.

Kraje mají ze zákona povinnost rozvíjet svůj region a tím rozvíjet i regionální cestovní ruch. Úlohou je vypracovávat programy a vytvořit prostor pro marketing v rámci otázky rozvoje cestovního ruchu.

Sdružení obcí by mělo být „*garantem činnosti a propojenosti informačních center, rozvoje služeb v cestovním ruchu, sběru informací, prezentace mikroregionů, včetně marketingu.*“²²

Obce by měly podle zákona usilovat o celkový rozvoj obce a přilehlého území, rozvíjet dopravní a turistickou infrastrukturu a investovat do řešení problémů, které brání rozvoji cestovního ruchu.

Moderní nástroje podpory cestovního ruchu v regionu

Cestovní ruch je ovlivňován skupinami, které dělíme na (1) veřejně-právní instituce (Evropská unie, stát, obce), (2) soukromě-právní instituce (mezinárodní organizace), (3) dobrovolné zájmové skupiny a akční sdružení a (4) podnikatelé.

Nástroje, které používají tyto skupiny k ovlivňování politiky cestovního ruchu můžeme rozdělit na: ekonomické, legislativní, informační, administrativní a institucionální, nástroje strategického plánování, výzkum a vývoj, vzdělávání a osvěta, mezinárodní spolupráce.

Za hlavní nástroj podpory cestovního ruchu v regionech (destinacích²³) můžeme jednoznačně považovat „*fungující partnerství soukromého, veřejnoprávního a neziskového sektoru s občany regionu*“.²⁴ Pro dosažení efektivní podpory cestovního ruchu je důležité, aby komunikace a spolupráce mezi všemi subjekty a veřejnou správou probíhala hladce. Pokud by

²¹ Wokoun, R., Mates, P.: *Management regionální politiky a reforma veřejné správy*. Linde, Praha, 2006, str. 226.

²² Wokoun, R., Mates, P.: *Management regionální politiky a reforma veřejné správy*. Linde, Praha, 2006, str. 227.

²³ Destinace je místo na něž směřují účastníci cestovního ruchu, a které je pro ně něčím zajímavé, atraktivní.

²⁴ Wokoun, R., Mates, P.: *Management regionální politiky a reforma veřejné správy*. Linde, Praha, 2006, str. 228.

spolupráce byla nedostatečná, mělo by to negativní vliv na služby cestovního ruchu poskytované podnikatelskými subjekty a tím i na rozvoj cestovního ruchu v destinaci. Klíčem k eliminaci těchto negativních vlivů je systém řízení nazývaný destinační management. *„Destinační management (destination management) je souborem technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci CR v dané destinaci. Výsledkem takového procesu jsou udržitelné a konkurenceschopné produkty CR, společné sdílené logo, značka kvality, společný (sdílený) informačně rezervační systém, tvorba cenové politiky, provádění výzkumu a sběru statistických dat z oblasti CR, iniciace partnerství soukromého a veřejného sektoru CR i podpora vzniku profesních spolků, sdružení a organizací.“*²⁵ Tento systém řízení je již řadu let používán ve vyspělých zemích.

Hlavní podmínkou pro efektivní řízení rozvoje cestovního ruchu je vytvoření důvěry mezi jednotlivými obcemi, podnikatelskými subjekty a veřejno-soukromými subjekty. Tato důvěra je upevňována postupně pomocí získaných zkušeností ze společných projektů, které jsou výhodné pro všechny zúčastněné strany. Význam mají i kraje, které vedle propagovaných destinací upozorňují i na svůj turistický potenciál. Tento nejednotný přístup popírá existenci turistických destinací a jejich přirozený vývoj. Je neefektivní a pro turisty často matoucí.

Budování spolupráce mezi jednotlivými subjekty probíhalo v několika etapách. V 60. letech 20. století byly organizace za „zlepšení destinace“ a pro reklamu a propagaci, která se počítají do první etapy. Druhá etapa byla v 70 – 80. letech 20. století. Pro toto období byla typické regionální organizace cestovního ruchu, které poskytovali informační a servisní služby. Destinační management je charakteristický pro třetí etapu.

V současné době v České republice vznikají regionální organizace cestovního ruchu, jež jsou typické pro II. etapu. Destinační management by mohl být uplatňován pouze v místech, která jsou turisty velmi vyhledávaná.

Za nedostatečné, v rozvoji turistických destinací, můžeme považovat nedostatečně kvalitní systém propagace cestovního ruchu. Na propagaci jsou vynakládány poměrně velké sumy peněz, ale bez jasné vazby na kvalitní management jsou vydávány neefektivně.

2. 6. Shrnutí kapitoly

Stejně jako pojem kultura, je i pojem cestovní ruch, velmi těžko definovatelný. V odborné literatuře existuje řada definic, které se snaží objasnit význam tohoto pojmu. Základní znaky,

²⁵ Pásková, M., Zelenka, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, Praha, 2002, str. 60.

kteře cestovní ruch charakterizují, jsou změna místa trvalého bydliště, cestování ve volném čase účastníků cestovního ruchu a vztahy mezi lidmi.

Oblast cestovního ruchu má své subjekty, kterými jsou kupující a prodávající, a objekty, za které jsou považovány služby, zboží a přírodní statky.

Oblast cestovního ruchu se stává stále důležitější pro větší počet lidí a stále významnější složkou jejich života, protože plní řadu důležitých funkcí: rekreačně zdravotní, kulturně poznávací, zdravotní a vědecko informační.

Jako kulturu, tak i cestovní ruch můžeme rozdělit podle jednotlivých hledisek na řadu druhů. Přičemž za základní se považuje dělení podle účelu na kulturně-poznávací, rekreační, náboženský, vzdělávací, společenský, zdravotně orientovaný, sportovně orientovaný, dobrodružný, specifický a cestovní ruch s profesními motivy.

Z ekonomického hlediska se jedná o obor, který se velmi rychle rozvíjí a stává se stále významnější oblastí, ve které se nachází množství příležitostí k hospodářskému růstu jednotlivých zemí a regionů. Z čísel, které uvádí ministerstvo pro místní rozvoj, je patrné, že příjmy z cestovního ruchu rok od roku rostou. V rámci tohoto odvětví dochází k rozvoji i jiných oblastí, které s cestovním ruchem souvisejí a částečně jsou na něm závislé, jedná se například o služby spojené s ubytováním, pohostinstvím a dopravou.

Intenzita rozvoje odvětví v dané oblasti závisí na nabídce produktů, služeb a přírodních statků. Složka, která nejvíce ovlivňuje nabídku cestovního ruchu, je atraktivita cílového místa. Atraktivita je, něco co přitahuje pozornost lidí a dělá z nich účastníky cestovního ruchu. Jedná se například o přírodní úkazy, jako jsou jeskyně, moře, ledovce nebo krajinné scenérie, kulturní a sportovní události nebo kulturní památky. Cestovní ruch nabízí produkty, které jsou charakteristické různorodostí a mnohostranností.

Poptávka v cestovním ruchu závisí na potřebách lidí, které souvisejí s poznáváním a rekreací. Tyto potřeby dělíme na motivační a realizační, které jsou ale všechny zbytné. Tato poptávka má komplexní charakter, který vyplývá z požadavků účastníků na cestovním ruchu, kteří chtějí kompletní služby při uspokojování svých služeb.

V rámci regionální politiky je cestovní ruch používán jako specifický nástroj, který pomáhá rozvíjet region, jeho dopravní infrastrukturu, obchod a služby. Pokud se v určité oblasti nachází atraktivita cestovního ruchu, má tato oblast nějaký svůj potenciál. Správné využití tohoto potenciálu je závislé na efektivním řízení tohoto sektoru.

3. Kultura jako multiplikátor cestovního ruchu

Cestovní ruch má řadu multiplikátorů, neboli prvků zesilujících jeho účinek. Tyto prvky jsou zároveň součástí motivace turistů, kteří se rozhodují, kam chtějí vycestovat a kterou světovou destinaci poznat. Motivaci turistů dělíme na vnitřní a vnější a její kombinace tvoří základ pro realizaci cestovního ruchu. Mezi faktory motivace k cestovnímu ruchu řadíme kulturní památky, faunu a flóru, sportovní aktivity, zábavu a noční život, přírodní atraktivitu, historii dané destinace, návštěvu měst a řadu dalších faktorů motivujících k cestování. V následující tabulce je uvedeno 5 hlavních typů motivace a motivačních segmentů. Tabulka č. 4 ukazuje jejich název, velikost a hlavní motivační faktory, které na ně působí.

Tabulka č. 4 Pět hlavních typů motivace a motivačních segmentů

1. segment (33%) "průměrný turista"	2. segment (33%) "památky a historie"	3. segment (12%) "rekreační"	4. segment (10%) "pohodlný"	5. segment (11%) "zábava a noční život"
Nevyhraněná kombinace více činností: různé rekreační sportování, pobyt v přírodě a její poznávání, odpočinek, relaxace a odreagování se, rozumné ceny, koupání, mírné dobrodružství	Galerie, muzea, hrady, zámky, církevní památky, města. Příznivé podnebí a kvalitní zdravotní péče. Horská turistika a vodáctví	Pěší turistika, horská turistika, příroda, různé rekreační sportování, lyžování, solidní úroveň služeb pro turisty, ozdravné pobyty, zajímavá historie, kulturní akce	Nákupy, kulturní blízkost, vyspělost, jazyková vybavenost, dobrá zdravotní péče, vysoká úroveň služeb pro turisty, poctivost obchodníků, prohlídka měst	Noční život, různé rekreační sportování a koupání se, poznávání lidí a života v dané zemi, snadná doprava

Zdroj: Czech Tourism. www.czechtourism.cz/files/statistiky/motivace.ppt, cit. [2. 6. 2007] online.

V roce 2003 zpracovala společnost General Marketing analýzu pro ČCCR. Tato analýza ukazuje, že největší potenciál rozvoje cestovního ruchu pro Českou republiku představuje poznávání měst, „noční život“ a poznávání dějin země. V následující tabulce č. 5 jsou jednotlivé činnosti řazeny podle oblíbenosti dotazovaných subjektů.

Tabulka č. 5 Činnosti související s rozvojem cestovního ruchu v ČR

OBLIBA	IMPLICITNÍ DŮLEŽITOST	PODMÍNKY V ČR	RELATIVNÍ POZICE ČR
Odpočinek, regenerace, rekreace	Nízká	Vynikající	Slabá
Koupání se, vodní sporty	Nízká	Horší	Slabá
Poznávání života, lidí a kultury země	Průměrná	Velmi dobré	Průměrná
Odreagování se, změna od stereotypu	Nízká	Dobré	Slabá
Poznávání měst	Velmi vysoká	Vynikající	Silná
Návštěvy kulturních akcí	Průměrná	Dobré	Průměrná až silná
"Noční život"	Vysoká	Velmi dobré	Průměrná
Sportování (kromě uvedených sportů)	Nízká	Horší	Průměrná až podprůměrná
Poznávání dějin země	Vysoká	Vynikající	Silná
Zimní sporty	Vysoká	Horší	Průměrná

Zdroj: Czech Tourism. www.czechtourism.cz/files/statistiky/motivace.ppt, cit. [2. 6. 2007] online.

Z tabulky je patrné, že kultura je jedním z prvků motivace k cestovnímu ruchu. Zpracovatel, výše uvedené analýzy pro zvýšení cestovního ruchu v České republice, doporučuje na prvním místě zlepšit informovanost turistů orientovaných na památky a historii a zdůraznit, že v České republice je řada krásných měst a míst a to i mimo hlavní město republiky.

Jelikož každý národ má svojí vlastní kulturu, hodnoty a kulturní tradice, pak je tedy každá národní kultura jedinečná a něčím zajímavá pro okolí. A právě tato různorodost je jedním z důvodů proč je kultura významným multiplikátorem cestovního ruchu.

V České republice je dostatek kulturních památek, které se stávají cílem turistů. Následující tabulka č. 6 ukazuje počet hradů a zámků a jiných kulturních památek zpřístupněných turistům za vstupné v jednotlivých krajích v roce 2005. V tabulce č. 7 je znázorněn počet návštěvníků všech památkových objektů v jednotlivých krajů v tomtéž roce.

Tabulka č. 6: Počet hradů a zámků a jiných kulturních památek v roce 2005

Kraj	Počet památkových objektů
Středočeský	41
Jihočeský	29
Jihomoravský	29
Hlavní město Praha	22
Ústecký	22
Královehradecký	21
Plzeňský	20
Liberecký	17
Kraj Vysočina	16
Pardubický	15
Olomocký	10
Zlínský	10
Moravskoslezský	9
Karlovarský	8
Celkem	269

Zdroj: Výdaje krajů v oblasti kultury v letech 2001 – 2005. <http://www.nipos-mk.cz/text.asp?ID=691>, [cit. 26. 3. 2007] online.

Tabulka č. 7: Počet návštěvníků památkových objektů v roce 2005

Kraj	Počet návštěvníků
Hlavní město Praha	4 140 512
Středočeský	1 836 442
Jihočeský	1 250 850
Jihomoravský	794 557
Královehradecký	664 877
Liberecký	598 957
Plzeňský	542 256
Zlínský	405 822
Ústecký	298 538
Karlovarský	292 628
Kraj Vysočina	276 064
Olomocký	262 257
Pardubický	248 498
Moravskoslezský	184 492
Celkem	11 796 750

Zdroj: Výdaje krajů v oblasti kultury v letech 2001 – 2005. <http://www.nipos-mk.cz/text.asp?ID=691>, [cit. 26. 3. 2007] online.

Mimo kulturních památek zahrnujeme do kulturního potenciálu České republiky i kulturní zvyky a tradice, jichž je na naše území taktéž nepřeberné množství.

Vláda si důležitost významu kulturních památek v cestovním ruchu uvědomuje a toto spojení je tedy považováno za jeden z hlavních směrů státní politiky cestovního ruchu. V již zmíněné Koncepti účinnější péče o památkový fond v České republice do roku 2005²⁶ jsou v části,

²⁶ Ke Koncepti o účinnější péči o památkový fond v ČR do roku 2005. http://www.mkcr.cz/assets/kulturni-dedictvi/pamatky/Ke_Koncepti_inn_j_p_e_o_pam_tkov_fond_v_esk_republice.doc, cit. [2. 4. 2005] online.

týkající se památek a cestovního ruchu, jako hlavní úkoly na úseku státní památkové péče definovány tyto:

- zpracovat a průběžně aktualizovat seznam nejohroženějších a nevyužívaných kulturních památek jako strategický dokument pro stanovování priorit v poskytování bezplatné odborné pomoci a přímé finanční podpory vlastníkům kulturních památek a pro řešení způsobů začlenění těchto kulturních památek do rozvoje cestovního ruchu
- koncipovat a realizovat celostátní informační systém označení nemovitých kulturních památek a památkově chráněných území v terénu (analogicky s obdobnými informačními systémy v členských státech Evropské unie), s cílem bezprostředně informovat občany a návštěvníky o památkovém fondu v České republice a zapojit občany do jeho přirozené preventivní ochrany kulturního dědictví
- posilovat operativnost využití finančních prostředků v existujících programech Ministerstva kultury na úseku památkové péče pro záchranu a přiměřené funkční využití a prezentaci dosud chátrajících a nevyužívaných kulturních památek
- aktivně se podílet na vytvoření nové strategie (politiky) státu na úseku památky a cestovních ruch

Počet kulturních památek v České republice je nejen významným faktorem, který pozitivně přispívá k rozvoji nabídky služeb cestovního ruchu, ale je rovněž významným faktorem při zvyšování úrovně v jednotlivých regionech, tedy při regionálním rozvoji.

Vzájemného vztahu kultury a cestovního ruchu se týkají dva pojmy: „kulturně poznávací cestovní ruch“ a „kulturně orientovaný cestovní ruch“. Kulturně poznávací cestovní ruch je forma cestovního ruchu, která je specifická zájmem turistů o poznávání kulturních památek dané země a její historie, což je motivuje k cestování. Cestovní ruch kulturně orientovaný je atraktivní pro turisty především možností navštívit specifické akce v jednotlivých kulturně – historických objektech, jako jsou například rekonstrukce bitev a rytířská klání.

Přestože je v České republice kulturní potenciál opravdu veliký, je zde řada překážek a problémů, které znemožňují nebo zpomalují možnost jeho plného využití v rámci rozvoje cestovního ruchu, a s tím souvisejícího regionálního rozvoje. Mezi tyto brzdy můžeme jednoznačně zařadit: Nedostatečné zpětné financování, kdy se do obnovy památek nekládá takové množství prostředků, které je získáno prostřednictvím cestovního ruchu. Problémem může být i velké množství kulturních památek, které si navzájem konkurují a tím docilují toho, že se počet turistů, kteří navštíví určitou oblast, rozprostře do většího počtu kulturních

objektů. Nedostatečná informovanost obyvatel o možnosti využití kulturního kapitálu, který je v památkách ukryt, taktéž nepřispívá k rozvoji místního cestovního ruchu. Dalším prvkem, který můžeme považovat za příčinu nedostatečného využití kultury jako multiplikátoru cestovního ruchu, je tvorba jednotných turistických produktů a zároveň rostoucí konkurence, snažící se o zatraktivnění jednotlivých oblastí a jejich specifické kultury.

3. 1. Ekonomický přínos cestovního ruchu pro kulturní památky

Cestovní ruch je souhrnem aktivit, které ovlivňují ve velké míře ekonomiku zemí světa. Rychlost, jakou se toto odvětví rozvíjí, neustále roste a je zřejmé, že poroste i v budoucnu. Se zvyšujícím se zájmem o poznávání poroste i podíl nových regionů atraktivních pro provozování cestovního ruchu. Tento fakt zvyšuje požadavky na monitorování cestovního ruchu a komplexní informace o tomto odvětví. Právě takovýto ucelený obrázek, o ekonomických přínosech pro národní ekonomiky, přináší satelitní účet pro cestovní ruch. Jedná se o specifický nástroj pro měření skutečného přínosu cestovního ruchu pro národní hospodářství, který vznikl za účelem lepšího pochopení toho, co cestovní ruch znamená pro národní ekonomiku. V minulosti byly hlavními hledisky, charakterizujícími cestovní ruch, popis turistů, podmínky ubytování, cíl cestování apod., v současnosti je orientace na zjišťování informací o příjmech, které cestovní ruch přináší, o zaměstnanosti spojené s cestovním ruchem, nebo o vlivu na ekonomiku. Základní struktura je založena na obecné rovnováze mezi poptávkou a nabídkou po zboží a službách vytvářených průmyslem cestovního ruchu. Cílem je podrobná analýza poptávky po produktech cestovního ruchu a popis, jak nabídka těchto produktů, zapadá do ostatních ekonomických činností.

V České republice připadl úkol vytvářet satelitní účet cestovního ruchu na Český statistický úřad, a to v roce 1999. Tento úkol nebyl v prvních letech pro ČSÚ lehký, protože neměl dostatek materiálů a podkladů. Postupně však bylo zjištěno a utříděno dostatečné množství informací o cestovním ruchu, posouzena jejich důležitost pro satelitní účet cestovního ruchu. První podoba národní metodiky, zveřejněná v roce 2004, byla provázena problémy v podobě absence věrohodných údajů. První výsledky o poptávce v cestovním ruchu jsou již k dispozici. Analýza nabídky zatím dokončena nebyla.

Satelitní účet cestovního ruchu definuje řadu globálních standardů:²⁷

- procentní podíl cestovního ruchu na tvorbě HDP,
- podíl cestovního ruchu na vytváření pracovních míst,

²⁷ Satelitní účet cestovního ruchu. http://www.cot.cz/data/cesky/00_12/12_stat_1.htm, cit. [22. 10. 2007] online.

- objem kapitálových investic vyvolaných cestovním ruchem,
- daňové příjmy z aktivit cestovního ruchu,
- vliv cestovního ruchu na platební bilanci státu.

Díky těmto ukazatelům je možné měřit skutečný přínos cestovního ruchu pro národní hospodářství.

3. 2. Shrnutí kapitoly

Cestovní ruch je významnou oblastí světových ekonomik a jeho rozvoj je v zájmu všech států. Jelikož není cestovní ruch oblastí jednoznačně specifikovanou, je jeho rozvoj závislý na regionální atraktivitách, které lákají turisty přijíždějící do města. A právě některé tyto prvky mohou zesilovat jeho účinek a podporovat jeho rozvoj. Jedná se o multiplikátory cestovního ruchu, které zároveň posilují motivaci k účasti na cestovním ruchu. Motivaci turistů dělíme na vnitřní a vnější a její kombinací pokládáme základ pro realizaci cestovního ruchu. Mezi faktory motivace řadíme například kulturní památky, přírodní zajímavosti, zábavu a noční život, historická místa a města, nebo sportovní akce. Z analýz vyplývá, že v České republice patří, k nejvýznamnějším motivům k účasti na cestovním ruchu, poznávání měst, historie a noční život. Kultura a kulturní památky představují velký potenciál při rozvoji v oblasti cestovního ruchu. Tento potenciál je dán faktem, že v České republice je dostatek krásných a historicky zajímavých míst. Nejvíce kulturních památek se nachází ve Středočeském kraji, který má zároveň druhou nejvyšší návštěvnost turistů. První místo, v návštěvnosti, patří našemu hlavnímu městu, Praze. Vedle kulturních památek řadíme do kulturního potenciálu i kulturní zvyky a tradice.

Hlavním prvkem státní politiky cestovního ruchu je spojení kultury a turismu. Tento trend je i součástí Koncepce účinnější péče o památkový fond v České republice, která se snaží o záchranu kulturního dědictví a využití jeho potenciálu k zvýšení atraktivity území republiky a tím i návštěvnosti. Vláda si uvědomuje, jak významné jsou kulturní památky ve vztahu k cestovnímu ruchu, avšak je řada překážek, které brání jejich dostatečnému využití. Problémem je například velký počet kulturních objektů a zároveň nedostatek uvolňovaných finančních prostředků na jejich obnovu a regeneraci.

V současné době je ve světě kladen velký důraz na monitorování cestovního ruchu a jeho vlivů na národní ekonomiky. V České republice, provádí analýzy cestovního ruchu Český statistický úřad, který pracuje se stále ucelenějšími a kvalitnějšími informacemi.

II. KULTURNÍ PAMÁTKY MĚSTA LEDEČ NAD SÁZAVOU A JEJICH VYUŽITÍ V CESTOVNÍM RUCHU

1. Město Ledec nad Sázavou

Město Ledec nad Sázavou se rozkládá v západní části Českomoravské vrchoviny v kotlině na obou březích řeky Sázavy. Jedná se o malebné městečko s necelými šesti tisíci obyvateli, ležící v Havlíčkovobrodském okrese, který je součástí kraje Vysočina. Město se nachází v místě, ze kterého je velmi blízko do dalších dvou krajů a to do kraje Pardubického a Středočeského. Pro svou krásu a půvab je vyhledávaným letoviskem v Posázaví.

Město má velmi pestrou a dlouhou historii a patří jistě mezi nejstarší sídla v Čechách. Na místním hradě se v panování vystřídala řada vlivných a významných mužů a rodin české šlechty. První písemné zprávy o městě pochází z 12. století, kdy byl zmiňován Vladyka Zikmund z Ledče. Tento muž patřil mezi významné lidi v české zemi za vlády krále Přemysla Otakara I. a po smrti byl pochován v chrámu sv. Víta v Praze. Během husitské doby byli vladykové z Ledče na straně tohoto hnutí. Majiteli panství byli Ledecí z Říčan, Meziříčtí z Lomnice a Trčkové z Lípy. Po valdštejském spiknutí, kterého se účastnil i pán z rodu Trčků z Lípy, bylo panství zkonfiskováno, rozděleno a dáno nizozemskému dobrodruhovi Adrianu z Enkefurtu. Na panství se následně vystřídala řada majitelů a v roce 1753 ho koupila císařovna Marie Terezie, která zde zřídila nadační velkostatek pro řád zchudlých šlechticů.

1. 1. Kulturní památky města Ledec nad Sázavou

Díky bohaté historii města se zde nachází řada historických památek, které lákají turisty k návštěvě.

Mezi nejvýznamnější kulturní památky v Ledči nad Sázavou patří místní **hrad**, který se vypíná na skále na pravém břehu řeky Sázavy. Hrad zde stával již ve 13. století. Bohužel nejsou o jeho vzniku zachovány žádné písemné zprávy. Původně se jednalo o gotickou stavbu, která byla mnohokrát přestavována kvůli velkému počtu majitelů. Tyto úpravy byly prováděny v renesančním a barokním stylu. V roce 1879 ho zachvátil, tři dny trvající, požár, který z velké části hrad zničil. Do dnešní doby se zachovaly nejstarší části hradu, kterými jsou velký palác, věž a zbytky jižní parkánové zdi. Dnes patří hrad společnosti Hrad Ledec nad Sázavou, s. r. o. a společnosti AQUACOMP HARD, s. r. o. Přestože je v současnosti poměrně zchátralý a zanedbaný, je ledečský hrad jedním z nejzachovalejších hradů na břehu řeky Sázavy a tvoří dominantu města. V prostorách hradu je zřízeno městské muzeum, které

láká svou expozicí všechny turisty přicházející do města. Jsou zde soustředěny exponáty připomínající historii města – archeologie, etnografie, nářadí a výrobky zdejších řemeslníků, cechovní památky, sklářské výrobky, sbírka zbraní, mincí a papírových platidel, atd. Pozoruhodná je sgrafitová výzdoba stropu renesančního sálu – středoevropský unikát.

Na levém břehu řeky Sázavy, přímo naproti hradu, byl ve 14. století vystavěn **kostel sv. Petra a Pavla**. Evropskou raritou kostela je falešná klenba lodi z 16. století, která byla prací místních hrnčířů, kteří měli ve své době ve městě velký význam, a jejich umění dosáhlo velkého rozkvětu. Chránová loď je „*sklenuta pozdně gotickou valenou klenbou s lunetami, nesenou přízemními pilíři, do nichž byl vsazen zdobný ornament síťového křížení žeber z pálené hrnčířské hlíny.*“²⁸ Podle gotického zvyku bylo po nové úpravě kostela zasazeno nad kněžištěm příčné břevno, na kterém je umístěna dřevěná socha Ježíše Krista. Původně byl kolem kostela i místní hřbitov, který byl po výstavbě kostela Nejsvětější Trojice přemístěn k tomuto kostelu. Děkaný chrám svatých apoštolů je chráněným památkovým objektem první kategorie a po ledečském hradu, je to nejstarší stavba ve městě. Jedná se významnou kulturní památku nejen pro věřící, ale pro celé město.

Další významnou kulturní památkou je již zmiňovaný **kostel Nejsvětější Trojice**, kolem kterého je starý hřbitov. Kostel byl vystavěn v roce 1585, což dosvědčuje nápis uvnitř kostela. Jedná se o renesanční stavbu.

V Ledči najdeme i kulturní památky židovské obce, která zanikla v roce 1942 deportací Židů do koncentračních táborů. Mezi tyto památky patří **Synagoga** vystavěná v roce 1739 jako náhrada za shořelou dřevěnou. Po válce tento objekt sloužil jako skladiště a velmi zchátral. Naštěstí byl později prohlášen za kulturní památku, opraven a dnes slouží jako místo pro pořádání výstav a koncertů. **Židovský hřbitov** v Ledči nad Sázavou, který byl založen v roce 1601, patří mezi nejstarší v Čechách a je na něm pohřbeno na tisíc Židů. Od roku 1942 se na něm již nepohřbívá.

V Horní Ledči východně od hradu se nachází **Thunovský letohrádek**, který byl vystavěn ve druhé polovině 17. století jako letní sídlo pro Jana Arnošta z Thunu. Původně barokní stavba byla upravena klasicistně. V současnosti začal nový majitel provádět rekonstrukci této značně zchátralé budovy, která přibližuje letohrádek jeho původní podobě.

²⁸ Pleva, F., *Toulky vrchovinou*, Leděč nad Sázavou, 1999, str. 175.

Za zmínku stojí i smírčí kámen. Kámen je umístěn v ulici Hůrka, kam byl přemístěn z Koželské ulice. Podle pověsti byl tento kámen vyroben po nešťastné události, ke které zde došlo: Dva otcové se pohádali kvůli svým dětem a nakonec se v souboji navzájem ubili.

Ve městě se nachází i několik zajímavých a historicky atraktivních soch a sousoší. Na Husově náměstí stojí **socha Mistra Jana Husa**. Tuto sochu z umělého kamene vytvořil tábořský sochař Rudolf Kubeš. Pochází z roku 1926. Ve druhé části náměstí je **Mariánské sousoší** z roku 1770. Toto 11 metrů vysoké sousoší je tvořeno sochami českých patronů: sv. Vojtěcha, sv. Václava, sv. Jana Nepomuckého a sv. Floriána. Uprostřed se tyčí sloup se sochou Panny Marie. **Sochu sv. Jana Nepomuckého** nalezneme také před farním úřadem kostela sv. Petra a Pavla.

Vedle sochy a sousoší se nacházejí na náměstí i historické domy, které patřili místní šlechtě. Jedním z těchto domů je dům č. 76 v Mlýnské ulici s renesančním arkýřem na spočívajícím noze. Ve středověku takovéto arkýře sloužily jako domácí presbyteria. Další zajímavou budovou na náměstí je secesní budova dnešního gymnázia, která byla původně vystavěna v roce 1900 jako hotel.

Díky značnému počtu zachovalých kulturních památek byla 1. 9. 2003 vytvořena Městská památková zóna Leděč nad Sázavou. Seznam kulturních památek patřících do této památkové zóny je uveden v příloze.

1. 2. Další atraktivita v Ledči nad Sázavou a okolí

Vedle řady historických památek, láká turisty do Ledče nad Sázavou množství kulturních akcí, které jsou zde často za podpory města provozovány. Většina z nich je, bohužel, pouze jednorázová a neopakuje se pravidelně. Přesto jsou tyto aktivity pro rozvoj a podporu cestovního ruchu významné. Jedná se například o **výstavy** na ledečském hradě (v současnosti zde probíhá expozice gotických kostýmů a dobových doplňků), koncerty a výstavy fotografií a obrazů v opravené synagoze, a mnoho dalších. Z těch kulturních akcí, které se pravidelně opakují, můžeme jmenovat například každoroční **letní slavnosti**, nebo **Bitvu o Notorburg**, která se v Ledči nebo jeho nejbližším okolí konala pravidelně v posledních čtyřech letech. Za vydařené kulturní akce jsou zde považovány i **divadelní představení** divadelního spolku Mimořadkem, která nejsou uváděna tradičně v uzavřených sálech, ale využívají otevřené

prostory ledečského hradu nebo lesoparku Šeptouchov. Tato divadelní představení se těší velké oblibě z řad diváků a vždy přilákají velký počet turistů.

Město je také prezentováno jako „Perla Posázaví“ prostřednictvím **Jaroslava Foglara**, který trávil čas ve Sluneční zátocce nedaleko Ledče. V letošním roce 2007 proběhlo setkání příznivců skautingu u příležitosti 100. výročí narození Jaroslava Foglara.

Dalším lákadlem pro turisty je **řeka Sázava**, která protéká městem a je vhodná pro vodáctví, především pro začátečníky, protože se jedná o poměrně klidný a mělký vodní tok. Pokud není období sucha, je řeka s oblibou vodáků sjížděna z nedalekých Stvořidel, která jsou charakteristická kamenitým dnem řeky.

1. 3. Návštěvnost města a městského muzea

Zjistit příliv turistů do města během roku je velmi těžké. Metodou, jak určit návštěvnost města, je sledovat pohyb na místech, která turisté přicházející do města navštěvují a na kterých se zdržují. Tabulku, udávající návštěvnost informačního centra, jsem sestavila z údajů, které mi poskytli jeho pracovníci. Hlavní náplní informačního centra je poskytování informací. Tyto informace nejsou podávány pouze návštěvníkům, ale i místním obyvatelům. Avšak většina zákazníků informačního centra jsou právě turisté. Během běžného provozu centra pracovníci pořizují záznamy o počtu zákazníků. Každý člověk, který si přijde pro radu, je zanesen do statistiky návštěvnosti informačního centra. Díky tomuto faktu je možné udělat si obrázek o návštěvnosti města. Následující tabulka znázorňuje, počet zákazníků informačního centra během turistické sezóny, tedy od května do října.

Tabulka č. 8 Návštěvnost informačního centra v období květen – říjen 2006

	květen	červen	červenec	srpen	září	říjen
Návštěvnost (osob)	730	826	858	984	941	388
<i>celkem</i>						<i>4 727</i>

Zdroj: Statistika Informačního centra v Ledči nad Sázavou

Z tabulky č. 8 vyplývá, že největší zájem o služby, poskytované pracovníky informačního centra, je v letních měsících.

Počet turistů přicházejících do města demonstrují, také údaje získané z Městského muzea v Ledči nad Sázavou. V následujících tabulkách je zaznamenána návštěvnost a výnosy z prodeje zboží městského muzea v roce 2006. Tyto údaje jsou opět poskytnuty pracovníky

informačního centra. Návštěvnost městského muzea je zjišťována z počtu prodaných lístků. Během tohoto roku se v městské galerii na hradě uskutečnilo sedm výstav.

Tabulka č. 9 Návštěvnost městského muzea za rok 2006

	celkem (osob)	z toho jednotlivě	ve skupině
muzeum včetně výstav	3 563	2 961	602
výstavy samostatně	1 065	835	230
věž	2 791	2 300	491
celkem	7 419	6 096	1323

Zdroj: Statistika Informačního centra v Ledči nad Sázavou

Tabulka č. 10 Návštěvnost městského muzea podle věkových skupin za rok 2006

	dospělí		důchodci + děti do 15 let		školy
	jednotlivě	ve skupině	jednotlivě	ve skupině	
muzeum + galerie	1 939	71	1 022	175	365
výstavy	664		171		230

Zdroj: Statistika Informačního centra v Ledči nad Sázavou

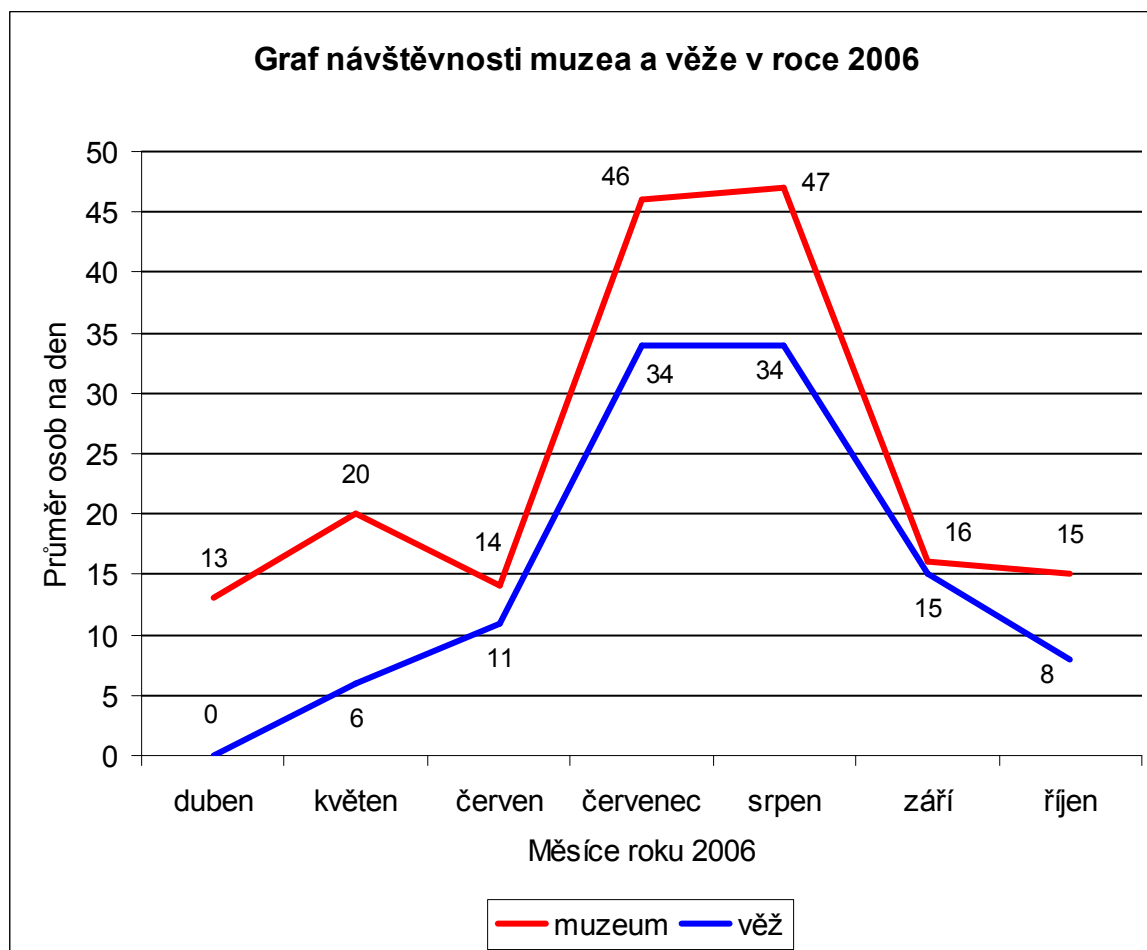
Tabulka č. 9 ukazuje, že během roku 2006, byla většina lístků (82 %) koupena jednotlivě a pouze necelých 18 % lístků, bylo zakoupeno pro skupiny. Výstavy, pořádané v městském muzeu, zvyšují jeho celkovou návštěvnost. Tabulka č. 10 potvrzuje, že většina lístků je prodána jednotlivcům.

Tabulka č.11 Návštěvnost muzea, včetně výstav a věže, dle jednotlivých měsíců (duben – prosinec)

	muzeum + galerie	věž
duben	292	-
květen	513	150
červen	354	295
červenec	1203	895
srpen	1270	912
září	409	377
říjen	321	162
prosinec	266	-
celkem	4 628	2 791

Zdroj: Statistika Informačního centra v Ledči nad Sázavou

Graf č. 1 Návštěvnost muzea a věže v roce 2006



Zdroj: Statistika městského muzea v Ledči nad Sázavou

Jednoznačné vedoucí postavení v návštěvnosti, jak muzea a galerie, tak věže, mají prázdninové měsíce červenec a srpen. Během těchto dvou měsíců je uskutečněna, více než polovina všech návštěv muzea a téměř 65 % výstupů na hradní věž. Tyto údaje vyplývají z tabulky č. 11. Ještě patrnější jsou z grafu č. 1, který tuto tabulku doplňuje. V grafu jsou zaneseny průměrné počty osob na den během jednotlivých měsíců.

V následující tabulce č. 12 je zaznamenán počet prodaných suvenýrů a pohledů a výnosy, které tento prodej přinesl. Největší počet kusů zboží, které bylo prodáno, se jednoznačně staly pohledy. Avšak ty nepřinášejí největší podíl na celkových tržbách. Více než polovinu celkových tržeb připadá na turistické známky, které byly prodány také v poměrně velkém počtu, ale jejich cena je vyšší než cena pohledů.

Tabulka č. 12 Prodej zboží městského muzea a výnosy, plynoucí z tohoto prodeje v roce 2006

druh zboží	počet v kusech	Kč/ks	Kč celkem
pohledy	970	5,-	4 850,-
turistické známky	562	25,-	14 050,-
puzzlové pohledy	114	25,-	2 850,-
skládačka Leděč	100	5,-	500,-
Leděč - mapa	52	15,-	780,-
Lipnice n. Sáz.	24	12,-	288,-
Pohledy velké	50	7,-	350,-
skládačka Posázaví	20	28,-	560,-
mapa HB	5	89,-	445,-
mapa ČV	24	49,-	1 176,-
mapa HBJ	3	79,-	237,-
mapa PUL	5	79,-	395,-
celkem			26 481,-

Zdroj: Statistika městského muzea v Ledči nad Sázavou

Ze statistik vedených pracovníky informačního centra a městského muzea je patrné, že největší příliv turistů do města je v období letních prázdnin. V této době je nejvyšší poptávka o služby informačního centra. Tyto služby zahrnují poskytování informačního servisu o městě, výstavách a kulturních akcích pořádaných ve městě, prodej pohledů, turistických známek a map.

Během měsíců července a srpna, je také největší zájem o prohlídky v městském muzeu. Z tabulek vyplývá, že tento zájem, je v době výstav, prováděných na hradě, výrazně vyšší než v období, kdy se výstavy nekonají. Hradní věž je, v této době, jednou z nejvýznamnějších atraktivit ve městě.

V letošním roce proběhlo několik kulturních akcí, které přilákaly turisty z celého okolí. Jednalo se o první ročník Poutě v historickém duchu a noční prohlídku hlavního paláce hradu. Obou těchto kulturních akcí jsem se osobně zúčastnila. O víkendu, kdy se konala pouť, se počet výstupů na věž a prodaných lístků do muzea, zvýšil o 20 %. Během noční prohlídky, která zahrnovala i výstup na věž, byl tento nárůst 100 %, jelikož se jednalo o jedinečnou akci s možností pohledu na noční město.

Další možností, jak sledovat návštěvnost ve městě, je vytvoření dotazníku a s jeho pomocí zjišťovat počet turistů, kteří přicházejí do města. Tato metoda, aby podala ucelený obrázek o návštěvnosti, by musela být aplikována dlouhodobě v turistické sezóně, nejlépe od května do října.

Zjišťování obsazenosti ubytovacích kapacit ve městě a v jeho okolí, je další varianta, jak určit počet turistů přicházejících do města. Vypovídací schopnost těchto údajů, je však závislá na

počtu ubytovacích kapacit. Ve městě a jeho okolí je jich, bohužel, nedostatek a zjištěné počty ubytovaných, by proto neměly dostatečnou váhu.

2. SWOT analýza

Ke zhodnocení situace ve městě Leděč nad Sázavou, vzhledem k cestovnímu ruchu, použiji SWOT analýzu. Jedná se o standardní metodu používanou ke shrnutí a jednoduchou prezentaci nejvýznamnějších poznatků o zkoumaných objektech. Jejím principem je charakteristika silných a slabých stránek zkoumaného objektu a možných příležitostí a ohrožení.

Za spolupráce pracovníků Městského úřadu v Ledči nad Sázavou z oddělení kultury, sportu a školství a pracovníků informačního centra, jsem s využitím brainstormingu vytvořila seznam faktorů ovlivňujících oblast kultury a cestovního ruchu ve městě. Silné a slabé stránky jsme seřadili pomocí bodovací metody podle váhy významnosti. Následovalo určení dopadu příležitostí a ohrožení na danou oblast a pravděpodobnost jejich vzniku. Výsledkem bylo vytvoření následujících dvou tabulek č. 13 a č. 14. Ve sloupci napravo od jednotlivých poznatků analýzy je jejich bodové ohodnocení. Toto bodové ohodnocení je průměrný výsledek bodování jednotlivých členů týmu. Celkově se na tvorbě této analýzy podílelo 6 lidí, včetně mě.

Tabulka č. 13 Silné a slabé stránky SWOT analýzy

S – silné stránky		W – slabé stránky	
o řada kulturních památek a přírodních zajímavostí ve městě a okolí	10	o neuspokojující stav většiny kulturních památek (např. hrad)	10
o poměrně dobré vlakové spojení díky trati „Posázavského Pacifiku“	9	o nedostatečné využití potenciálu těchto památek na propagaci turismu	9
o řeka Sázava hojně využívána k vodní turistice	9	o absence kulturního sálu pro pořádání větších kulturních, ale i propagačních a kongresových akcí	8
o výhodná geografická poloha – blízkost dálnice D1	8	o chybějící informační tabulky s názvy ulic, kulturních památek a objektů ve městě pro lepší orientaci turistů	8
o kvalitní životní prostředí	7	o rozpor mezi komerčním využíváním a chráněním kulturních památek	7
o město leží na trase Posázavské cyklotrasy	6	o nedostatečné zázemí pro vodní turistiku	7
o blízkost přírodní rezervace Stvořidla a přírodního parku Melechov se zříceninou tvrze	5		
o propagace města pomocí jména spisovatele Jaroslava Foglara, jeho tvorby a spojením s nedalekou Sluneční zátokou	5		
o dobré zázemí pro sportovní aktivity vytvořením několika nových sportovišť (nová sportovní hala, zimní stadion)	1		

Zdroj: Vlastní výzkum

Do matice SWOT byly zaznamenány velmi silné a podstatné slabé stránky. Z analýzy silných stránek jasně vyplývá, že nejvýznamnější součástí kulturního potenciálu, je počet kulturních památek ve městě a jeho okolí. Nejedná se jen o památky prohlášené za kulturní památky ve smyslu zákona o státní památkové péči, ale i o jiné budovy s historickou hodnotou. Další významným plusem je poloha města vzhledem ke kulturním a přírodním atraktivitám, které lákají turisty. Poloha je také významná co se týče dostupnosti. Blízkost dálnice D1 je jednoznačně výhodou. V tabulce by se jistě tento bod dočkal vyššího umístění, dostal by více bodů, pokud by na dálnici byly informační tabule o městě a místním hradu, které zatím chybí. Významnost tohoto bodu je tedy snižována faktem, že málokdo ví o možnosti navštívit město s řadou kulturních památek. Silnými stránkami je i fakt, že město leží na trase tzv. Posázavského pacifiku a cyklostezky. Tato skutečnost přivádí do města také řadu turistů. Za silnou stránku, která způsobuje příliv turistů do města, můžeme považovat i zázemí pro sportovní aktivity. Například nově vybudovaný zimní stadion láká sportovce z celé republiky, kteří přijíždí do města na sportovní soustředění.

Všechny slabé stránky, uvedené v analýze, mají poměrně velkou váhu. Jejich bodové hodnocení se pohybuje v rozmezí 10 – 7, což je poměrně dost vzhledem k faktu, že bodovací stupnice byla od 1 do 10. Téměř všechny slabé stránky se týkají stavu kulturních památek a způsobu jejich financování. Velkou nevýhodou je absence informačních tabulek a směrovek, které by turistům usnadnily orientaci ve městě a tím zlepšily i kvalitu služeb, které město pro turisty nabízí. Slabá stránka je i nejednotnost občanů v otázce zbourání nebo zachování budovy kina. Jedna strana je pro zachování kina jako historického objektu, který je v současnosti v katastrofálním stavu, a na jeho obnovu by muselo být vydáno velké množství finančních prostředků. Jeho opravou by město získalo sál k pořádání kulturních akcí. Druhá část obyvatel je pro jeho zbourání, jelikož nevidí v jeho opravě žádný přínos. Zastává myšlenku, že počet kulturních akcí je tak malý, že se nevyplatí investovat do opravy peníze.

Tabulka č. 14 Příležitosti a ohrožení SWOT analýzy

O – příležitosti		T – ohrožení	
○ lepší využití místního hradu, jeho lepší zpřístupnění turistům a využití ke kulturním akcím	10	○ nedostatek finančních zdrojů na obnovu kulturních a historických památek	9
○ větší propagace historicky a architektonicky zajímavých objektů ve městě, jak v očích vlastníků, tak v očích turistů	9	○ neznalost majitelů památek skutečné historické hodnoty těchto objektů	8
○ dodržování Programu regenerace Městské památkové zóny	8	○ zhoršování stavebně-technického stavu kulturních památek	6
○ využití potenciálu vodního toku a vytvoření solidního zázemí pro vodní turistiku – přístaviště, půjčovna lodí, vytvoření propustí na jezích pro jejich snadnější překonávání	7	○ ohrožení historických budov v centru města novou výstavbou	6
○ využití přírodních lokalit – zpřístupnění a propagace jeskyně Pod Šeptouchovem a jeskyně Na Hůrce	7	○ nízká nabídka pro aktivní trávení volného času	6
○ prohloubení spolupráce v rámci mikroregionu Leděčsko, vyhledání partnerských měst a využití vzájemné podpory	4	○ snížení opakovaných návštěv turistů	5
○ vytvoření většího počtu kvalitních ubytovacích kapacit – například využití kapacit na hradě	4	○ nedostatečnou propagací přicházet o určité skupiny turistů	4
○ vytvoření z informačního centra kulturně-informační středisko s větší nabídkou propagačních a informačních materiálů	3		

Zdroj: Vlastní výzkum

V předcházející tabulce jsou zaznamenány velké příležitosti a závažné hrozby. Z osmi uvedených příležitostí jich je 5 vysoce bodově ohodnoceno. To svědčí o velkém potenciálu, který toto město má a může turistům nabízet. Příležitosti, které byly vysoce ohodnoceny, se týkají kulturních památek ve městě. Je třeba lépe informovat jejich majitele o možnosti financování obnovy a regenerace historických památek, o možnosti získávání grantů a dotací a o nutnosti pečovat o tyto kulturní památky. A jelikož vše souvisí se vším, pak je patrné, že pokud se zlepší stav památek, ty pak přilákají větší počet turistů.

I když SWOT analýza odhalila i řadu ohrožení, v závěru můžu shrnout, že tato ohrožení nejsou tak velká, aby bylo nutné je okamžitě začít eliminovat. Zaměřením se na příležitosti řada ohrožení ztratí na významnosti, tak jak je uvedena v této analýze.

Provedená SWOT analýza byla zhodnocením současné situace kultury vzhledem k cestovnímu ruchu ve městě Leděč nad Sázavou. Analýza odhalila silné a slabé stránky,

upozornila na ohrožení a zároveň shrnula příležitosti k rozvoji místního cestovního ruchu za pomoci kultury a kulturních památek.

SWOT analýza je využívána jako silný nástroj k vytvoření strategie společnosti, projektu nebo pro zlepšení stávajícího stavu. Strategie vycházející ze SWOT analýzy záleží na maximalizaci a minimalizaci silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení.

Tabulka č. 14 Strategie vycházející ze SWOT analýzy

SWOT analýza	S – silné stránky Vlastní disponibilní prostředky a možnosti k úspěšné realizaci koncepce	W – slabé stránky Vnitřní negativní faktory, které mohou negativně ovlivňovat realizaci koncepce
O – příležitosti Vnější pozitivní faktory potenciálně působící na realizaci koncepce	MAX-MAX strategie maximalizací silných stránek – maximalizovat příležitosti	MIN-MAX strategie minimalizací slabých stránek – maximalizovat příležitosti
T – ohrožení Vnější negativní faktory potenciálně negativně ovlivňující realizaci koncepce	MAX-MIN strategie maximalizací silných stránek – minimalizovat hrozby	MIN-MIN strategie minimalizací slabých stránek – minimalizovat hrozby

Zdroj: Ochrana, F., *Manažerské metody ve veřejném sektoru*. Ekopress, Praha, 2002, str. 85.

Základním cílem prováděné analýzy, bylo navržení možných variant jak, pomocí kultury a kulturních památek ve městě Ledec nad Sázavou, zvýšit zájem turistů o tuto lokalitu. Výsledkem bylo nastínění strategie vycházející ze SWOT analýzy a řešící současnou situaci. Shrnutím všech poznatků a všech závěrů, které jsem zaznamenala za jednotlivé části analýzy, tedy za tabulky č. 13 a 14, je doporučení využít strategie MIN-MAX. Tato strategie minimalizací slabých stránek maximalizuje příležitosti. Tuto strategii považuji za nejvhodnější, jelikož silné stránky mají opravdu velký význam, co se týče vlivu na rozvoj cestovního ruchu. Z analýzy vyšla, jako slabá stránka s nejvyšší vahou významnosti, poznámka o stavu kulturních památek. Současný stav těchto památek je, ve většině případů, neuspokojivý. Zvýšením povědomí jejich majitelů o možnosti získání dotací a grantů na jejich obnovu a regeneraci a poukázáním na jejich významnost a naznačením postupů obnovy, je možné tuto slabou stránku minimalizovat.

Jelikož z analýzy vyplynula řada významných příležitostí k rozvoji cestovního ruchu ve městě, je částí zvolené strategie. Záměrem je maximálně využít možností, které se nabízejí.

3. Návrhy efektivnějšího využití kulturních památek

V této části bakalářské práce jsem vypracovala doporučení k lepšímu využití potenciálu kulturních památek ve městě. Tato doporučení vycházejí z uvedené SWOT analýzy, která odhalila silné a slabé stránky, poukázala na hrozby a zvýraznila příležitosti. Po provedení této analýzy jsem doporučila strategii MIN-MAX, která eliminací slabých stránek maximalizuje nabízející se příležitosti.

Jako největší nedostatek z analýzy vyplynul neutěšený stav většiny kulturních památek (např. hradu). Dále pak nedostatečné využití potenciálu těchto kulturních památek na propagaci turismu. Zlepšením stavebně technického stavu těchto historických objektů, by přispělo k rozvoji cestovního ruchu ve městě a jeho okolí. Mezi příležitosti s vysokou významností patří právě lepší využití kulturních památek. Místní hrad je v současnosti nejvýznamnějším historickým objektem, který skrývá velký potenciál. Bohužel je v současnosti v katastrofálním stavu. Velké příležitosti také skýtají další historické objekty ve městě, které potřebují větší či menší opravy. Naštěstí existuje řada dotačních programů a grantů. Tyto dotace jsou poskytovány státem, krajem a obcemi na obnovu a zachování kulturních památek. V práci navrhuji možné varianty využití těchto dotačních programů, podmínky, které musí splňovat historické objekty a jejich vlastníci, aby mohli využívat peněz z veřejných zdrojů.

Ministerstvo kultury poskytuje finanční podporu vlastníkům kulturních památek prostřednictvím speciálních programů. Z těchto programů jsem vybrala ty, které by bylo vhodné použít k financování obnovy a záchrany kulturního dědictví v Ledči nad Sázavou a jeho okolí. Řada těchto programů je již vlastníky historických objektů využívána.

Program záchrany architektonického dědictví je program, který financuje záchranu a obnovu nejvýznamnějších kulturních památek. Finance, poskytované tímto programem, jsou určeny na záchranu kulturní památky nebo částí, které tvoří jeho podstatu, měly by přispět ke zlepšení životního prostředí, ale i ke zvýšení efektivnosti správy a provozu kulturních památek. Podmínkou zařazení do Programu záchrany architektonického dědictví je předložení Projektu záchrany architektonického dědictví. Tento projekt musí obsahovat zhodnocení významu kulturní památky, dokumentaci obnovy a její finanční plán.

V minulých letech bylo do tohoto programu zařazeny dvě kulturní památky v Ledči nad Sázavou. V letech 2003 – 2007, putovaly finance poskytnuté programem, na obnovu Hradu a Thunovského letohrádku. Tabulka č. 15 dokládá částky, které byly poskytnuty Ministerstvem kultury ČR.

Tabulka č. 15 Financování z Programu záchrany architektonického dědictví

rok	2003	2004	2005	2006	2007
Hrad	300 000,-	400 000,-	600 000,-	400 000,-	400 000,-
Thunovský letohrádek	-	2 500 000,-	150 000,-	1 360 000,-	800 000,-

Zdroj: Interní materiály Kraje Vysočina²⁹

Výše finanční podpory z tohoto Programu je značná. Opravy hradu zahrnují rekonstrukci východní budovy a havarijní stav střech a střešních konstrukcí. Žádáním o dotace se zvyšuje pravděpodobnost další obnovy a rekonstrukcí, probíhajících na těchto historických objektech. Další možností, nabízející se k financování nejnaléhavějších oprav nemovitých kulturních památek, je **Havarijní program**. Vlastník kulturní památky by měl uhradit nejméně 40 % ze sjednané smluvní ceny se zhotovitelem nebo 30 % z ceny nakoupeného a v daném roce použitého stavebního materiálu. V rámci tohoto Programu, je možno získat až 95 % finančních prostředků na úhradu celkových nákladů, v případě doložení neschopnosti zaplacení oprav.

V letech 2000 – 2003, bylo čerpáno z tohoto Programu, celkem 365 000,- Kč k odstranění havarijního stavu Thunovského letohrádku a hradu. Tabulka č. 16 zaznamenává rozložení těchto financí do jednotlivých let.

Tabulka č. 16 Financování z Havarijního programu

rok	2000	2001	2002	2003
Hrad	100 000,-	100 000,-	65 000,-	-
Thunovský letohrádek	-	-	-	100 000,-

Zdroj: Interní materiály Kraje Vysočina³⁰

Program regenerace městských památkových rezervací (MPR) a městských památkových zón (MPZ) je program, jehož cílem je všestranně pomáhat městům, při realizaci programů regenerace jejich historicky nejcennějších částí. V příloze č. 2 je uveden seznam kulturních památek zahrnutých v městské památkové zóně Ledec nad Sázavou. Na opravu, obnovu a regeneraci všech objektů uvedených na tomto seznamu, je možno využít finančních dotací z Programu regenerace MPR a MPZ. Tabulka č. 17 mapuje financování městské památkové zóny Ledec nad Sázavou v letech 2000 – 2007.

²⁹ Seznam kulturních památek v kraji Vysočina podpořených MK ČR v roce 2000–2007 z Programu záchrany architektonického dědictví. http://www.kr-vysocina.cz/vismo/dokumenty2.asp?u=450008&id_org=450008&id=764797&p1=0&p2=&p3=, cit. [20. 11. 2007] online.

³⁰ Kulturní památky v kraji Vysočina podpořené MK ČR v roce 2000 – 2007 z Programu havarijní fond. http://www.kr-vysocina.cz/vismo/dokumenty2.asp?u=450008&id_org=450008&id=765297&p1=0&p2=&p3=, cit. [20. 11. 2007] online.

Tabulka č. 17 Financování městské památkové zóny Leděč nad Sázavou

rok	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
MPZ Leděč n/Sáz.	-	-	-	-	407 000,-	200 000,-	-	-

Zdroj: Interní materiály Kraje Vysočina³¹

Z předcházející tabulky je patrné, že z fondu Programu regenerace MPR a MPZ, město Leděč nad Sázavou, za posledních sedm let čerpalo pouze dvakrát. Tento program by město mohlo využívat ve větší míře. Zvýšením žádostí o dotace, se zvýší i příliv peněz na obnovu kulturních památek, spadajících do městské památkové zóny.

Dotace na obnovu kulturních památek jak movitých, tak i nemovitých, je možné získat z rozpočtu kraje Vysočina. Tyto dotace jsou poskytovány vlastníkům kulturních památek na jejich obnovu, rekonstrukci nebo údržbu, a to v souladu s **Programem rozvoje kraje Vysočina**. Dotace se poskytují ve výši do 30 % ceny prací maximálně do výše 250 000,-Kč na obnovu nemovitých památek a ve výši do 40 % ceny prací maximálně do výše 300 000,-Kč na movité kulturní památky. Tato podpora je podmíněna finanční spoluúčastí obce, na jejímž katastrálním území se památka nachází, v minimální výši 20 % z celkových nákladů v daném kalendářním roce. V tabulce č. 18 je zaznamenáno financování hradu v Leděči nad Sázavou v roce 2004 z rozpočtu kraje Vysočina.

Tabulka č. 18 Finanční podpora obnovy hradu z rozpočtu kraje Vysočina v roce 2004

Objekt obnovy	Prováděné práce	Vlastník	Celkové náklady	Podíl vlastníka	Podíl obce	Podíl kraje
Hrad Leděč	Statické zajištění park. zdí	Hrad Leděč s. r. o., Leděč n. Sáz.	933 000,-	446 400,-	186 600,-	300 000,-

Zdroj: Interní materiály Kraje Vysočina³²

Při využívání peněžních prostředků z tohoto Programu je problémem fakt, že obec se musí podílet na spolufinancování kulturní památky, na jejíž obnovu či údržbu, jsou finance použity. Pokud není zájem obce spolupracovat s vlastníky kulturních památek, ti pak nemohou žádat o

³¹Seznam městských památkových zón a rezervací v kraji Vysočina podpořených MK ČR v roce 2000–2007 z Programu regenerace městských památkových zón a rezervací. http://www.kr-vysocina.cz/vismo/dokumenty2.asp?u=450008&id_org=450008&id=764997&p1=0&p2=&p3=, cit. [20. 11. 2007] online.

³²Kulturní památky v kraji Vysočina podpořené v roce 2004 podle Pravidel pro poskytování dotací na obnovu KP v kraji Vysočina. http://www.kr-vysocina.cz/vismo/dokumenty2.asp?u=450008&id_org=450008&id=764176&p1=0&p2=&p3=, cit. [20. 11. 2007] online.

dotace poskytnuté z Programu rozvoje kraje Vysočina. Pokud by zájem byl, pak je nutné podat žádost o dotace na rok 2008 v termínu 1. 1. – 15. 2. 2008.

Dotace lze získat také prostřednictvím strukturálních fondů Evropské unie. V této práci neuvádím konkrétní příklady programů nejvhodnějších na obnovu kulturních památek, protože zatím není spuštěn průvodce dotačními programy na období 2007 – 2013.

Závěrem mohu poznamenat, že existuje řada programů, poskytujících finanční podporu na obnovu kulturních památek v Ledči nad Sázavou a okolí. Programy vhodné pro zachování kulturního dědictví, jsem uvedla v předcházejícím textu. Zároveň z výše uvedených tabulek je patrné, že již v minulosti vlastníci historických objektů, čerpaly z těchto dotačních programů. Což, ale neznamená, že vlastníci nemohou pokračovat v jejich využívání každý rok znovu a znovu.

Závěr

Cílem mé bakalářské práce bylo analyzovat vybraný obor kultury a určit jeho význam pro cestovní ruch. Prvním dílčím úkolem bylo vymezit pojem kultura a kulturní památka a zjistit způsob jejich financování v České republice. Dále jsem se zabývala cestovním ruchem, jeho druhy, poptávkou a nabídkou a jeho vztahem ke kulturním památkám, resp. jak kultura přispívá k rozvoji cestovního ruchu.

Cestovní ruch je velmi rychle se rozvíjejícím odvětvím a na jeho rozvoj je v zahraničí kladen velký důraz. Z analýz vyplývá, že největší potenciál rozvoje cestovního ruchu pro Českou republiku představuje poznávání měst, „noční život“ a poznávání historie země. Kultura a kulturní památky jsou důležitým motivačním faktorem pro turisty při realizaci cestovního ruchu. V České republice je dostatek kulturních a historických památek, které turisty lákají. Tím se kultura stává důležitým prvkem v oblasti cestovního ruchu a zároveň možností, jak ho propagovat. Kultura se tedy stává nedílnou součástí odvětví cestovního ruchu. Jak již bylo řečeno, u nás je největším multiplikátorem cestovního ruchu oblast kultury, kulturních památek a aktivního trávení volného času. Proto se stále více klade důraz na obnovu a zachování kulturního dědictví České republiky.

Největší bariérou pro dostatečné využití kulturního potenciálu, který se nám nabízí, je financování kulturních památek, a to i přesto, že se nabízí poměrně široká škála možností financování. Řada z kulturních památek je ve velmi špatném stavebně – technickém stavu a majitelé nemají zájem nebo dostatek financí na jejich opravu a údržbu. Proto je třeba lépe přerozdělovat rozpočty obcí a krajů a dostatečně využívat všechny potenciální zdroje ze státního rozpočtu a z podpůrných rozvojových programů Evropské unie.

V praktické části bakalářské práce bylo mým úkolem zaměřit se na obec nebo lokalitu v České republice, popsat její kulturní památky, provést analýzu vzhledem k cestovnímu ruchem a navrhnout možná řešení, jak zvýšit cestovní ruch v oblasti za pomoci historických objektů ve městě a okolí.

Předmětem mého zkoumání se stalo město Ledec nad Sázavou, ve kterém žiji po celý svůj život. Město se rozkládá na obou březích řeky Sázavy, od čehož se odvíjí jeho bohatá historie a tím i dostatek kulturních a historických památek.

Ke zhodnocení situace ve městě jsem použila SWOT analýzu, ve které jsem shrnula všechny silné a slabé stránky, které město má vzhledem k cestovnímu ruchem. Poukázala jsem i na

příležitosti, které by se daly využít pro zvýšení turismu ve městě. V poslední části analýzy jsem shrnula ohrožení, která jsou pro rozvoj cestovního ruchu ve městě nepříznivá a která by mohla způsobit jeho stagnaci nebo úpadek. Tato analýza odhalila, že velký význam mají slabé stránky, jejichž negativní účinek se může snížit, pokud budou maximalizovány příležitosti. Jako největší se slabiny se ukázal fakt, že většina historických objektů je v neuspokojujícím stavu a že vlastníci těchto památek nemají povědomí o možnostech financování jejich obnovy a údržby.

Na základě této SWOT analýzy jsem navrhla možné varianty pro zvýšení atraktivity města v očích turistů prostřednictvím zlepšení stavu kulturních památek a efektivnějšího využívání dotačních a grantových programů. Finanční prostředky na opravu, obnovu a regeneraci je možné získat například z dotačních programů Ministerstva kultury ČR, grantových programů kraje Vysočina nebo ze strukturálních fondů Evropské unie. Tyto programy již v minulosti poskytly peněžní podporu a do budoucnosti přináší naději, že je způsob, jak zabezpečit financování údržby kulturního dědictví. Jednoznačně největší potenciál ve městě má ledečský hrad, který se dá využít mnoha způsoby ke kulturnímu vzestupu města. Pořádání kulturních akcí, spojených s dobovou poutí, výstavami nebo koncerty, je způsob, jak se město může zapsat do povědomí turistů.

V praktické části jsem dokázala, že město Ledec nad Sázavou má dostatečný kulturní potenciál, a tím i možnost k rozvoji cestovního ruchu. Teď závisí jen na jeho zastupitelích, místních podnikatelích a ochotě obyvatel, jestli se podaří vybudovat z města Ledec nad Sázavou kulturní centrum na řece Sázavě. Místo, kam se budou turisté rádi vracet, a o kterém budou vyprávět.

Přílohy

Příloha č. 1 : Výňatek ze zákona o státní památkové péči § 28.

§28

(1) Krajský úřad metodicky řídí výkon státní památkové péče v kraji.

(2) Krajský úřad

a) plní úkoly orgánu státní památkové péče pro národní kulturní památky, pokud nepřísluší Ministerstvu kultury nebo vládě České republiky,

b) dozírá v rozsahu své působnosti na dodržování tohoto zákona a předpisů vydaných pro jeho provedení,

c) uplatňuje stanovisko k územně plánovací dokumentaci pro území, ve kterém je památková zóna nebo nemovitá národní kulturní památka, nejde-li o působnost ministerstva kultury podle § 26 odst. 2 písm. c) , a ve vztahu k tomuto území uplatňuje stanovisko k vymezení zastavěného území,

d) je dotčeným orgánem k zabezpečení nepředvídaných nálezů kulturně cenných předmětů, detailů stavby nebo archeologických nálezů, k nimž došlo při řízení nebo postupu podle zvláštního právního předpisu,[1] nejde-li o nálezy učiněné při přípravě nebo provádění obnovy kulturní památky nebo při přípravě nebo provádění prací v území, na němž uplatňuje svůj zájem státní památková péče,[9]

e) vydává jako dotčený orgán na návrh nebo z vlastního podnětu závazné stanovisko[2a] a poskytuje další podklady do řízení vedených jinými správními úřady než orgány státní památkové péče podle zvláštních právních předpisů,[19] jde-li o zabezpečení péče o národní kulturní památky,

f) vykonává dozor při obnově národních kulturních památek z hlediska státní památkové péče,

g) plní další úkoly stanovené tímto zákonem.

§ 28a

Kraj v samostatné působnosti

a) schvaluje koncepci podpory státní památkové péče v kraji v souladu s koncepcí rozvoje státní památkové péče v České republice a po projednání s Ministerstvem kultury,

b) schvaluje návrhy dlouhodobých, střednědobých a prováděcích plánů a programů zachování a obnovy kulturních památek v kraji,

c) usměrňuje kulturně výchovné využití kulturních památek v kraji.

Příloha č.2 : Seznam kulturních památek nacházejících se v památkové zóně Ledec nad Sázavou

Císlo rejstříku ÚSKP ČR	Okres	Obec s rozšířenou působností	Obec	Památko	Ulice,nám./ umístění	č. p.
14401 / 6-267	Havlíčkův Brod	Světlá nad Sázavou	Ledec nad Sázavou	kostel Nejsvětější Trojice		
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>ohradní zeď</i>		
15511 / 6-265	Havlíčkův Brod	Světlá nad Sázavou	Ledec nad Sázavou	kostel sv. Petra a Pavla		
32979 / 6-260	Havlíčkův Brod	Světlá nad Sázavou	Ledec nad Sázavou	sousoší sv. Jana Nepomuckého	Mlýnská	
15724 / 6-264	Havlíčkův Brod	Světlá nad Sázavou	Ledec nad Sázavou	sloup se sochou P. Marie	Husovo nám.	
17356 / 6-5074	Havlíčkův Brod	Světlá nad Sázavou	Ledec nad Sázavou	pomník obětem I. a II. světové války	v parčíku pod skalou Šeptouchov, Tyršovo nábřeží	
46616 / 6-258	Havlíčkův Brod	Světlá nad Sázavou	Ledec nad Sázavou	pivovar	Husovo nám.	č. p.62
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>sýpka</i>		
45581 / 6-259	Havlíčkův Brod	Světlá nad Sázavou	Ledec nad Sázavou	rodinný dům	Husovo nám.	č. p.72
45217 / 6-263	Havlíčkův Brod	Světlá nad Sázavou	Ledec nad Sázavou	rodinný dům	Husovo nám.	č. p.76
22852 / 6-261	Havlíčkův Brod	Světlá nad Sázavou	Ledec nad Sázavou	špitál	Mlýnská	č. p.145
24607 / 6-262	Havlíčkův Brod	Světlá nad Sázavou	Ledec nad Sázavou	jiná škola	Mlýnská	č. p.146
19808 / 6-255	Havlíčkův Brod	Světlá nad Sázavou	Ledec nad Sázavou	hrad	Hradní	č. p.701
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>palác</i>		
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>bývalé konírny</i>		
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>věž</i>		
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>budova vnitřní brány</i>		
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>jihovýchodní budova</i>		
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>tarasní zdi a altán</i>		
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>jihozápadní budova</i>		
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>západní brána s bašty</i>		
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>parkán s východní branou</i>		
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>most</i>		
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>zbytek horní brány</i>		
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>kašny na dolním nádvoří</i>		
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>kašna na horním nádvoří</i>		
18882 / 6-256	Havlíčkův Brod	Světlá nad Sázavou	Ledec nad Sázavou	letohrádek Thunovský		č. p.710
	<i>Havlíčkův Brod</i>	<i>Světlá nad Sázavou</i>	<i>Ledec nad Sázavou</i>	<i>ohradní zeď zahrady</i>		
37757 / 6-5508	Havlíčkův Brod	Světlá nad Sázavou	Ledec nad Sázavou	synagoga	ul. Na Potoce	
10203 / 6-5804	Havlíčkův Brod	Světlá nad Sázavou	Ledec nad Sázavou	sbor Husův	Koželužská ul.	

Zdroj: Městská památková zóna Ledec nad Sázavou. http://www.kr-vysocina.cz/vismo/dokumenty2.asp?u=450008&id_org=450008&id=1110195&p1=0&p2=&p3=, [cit. 5. 6. 2007] online.

Seznam použité literatury

Odborná literatura

- [1] Foret, M., Foretová, V.: *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Grada, Praha, 2001, ISBN 80-247-0207-X.
- [2] Hamerníková, B.: *Kultura a masmédiá v tržních podmínkách. Veřejná podpora a alternativní zdroje financování*. Vysoká škola ekonomická, Praha, 1995, ISBN 80-239-0152-4.
- [3] Hesková, M.: *Základní problémy cestovního ruchu*. Vysoká škola ekonomická, Praha, 1999, ISBN 80-707-9047-4.
- [4] Krbová, J.: *Vybrané obory kultury a masmédií (organizace, právní prostředí a financování)*. Vysoká škola ekonomická, Praha, 2002, ISBN 80-245-0287-9.
- [5] Malá, V.: *Základy cestovního ruchu*. Vysoká škola ekonomická, Praha, 2002, ISBN 80-245-0439-1.
- [6] Ochrana, F.: *Manažerské metody ve veřejném sektoru*. Ekopress, Praha, 2002, ISBN 80-86119-51-3.
- [7] Pásková, M., Zelenka, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, Praha, 2002, ISBN 80-239-0152-4.
- [8] Pleva, F., *Toulky vrchovinou*. Ledec nad Sázavou, 1999, ISBN 80-238-4258-7.
- [9] Trhlínová, Z.: *Kulturní dědictví jako faktor regionálního rozvoje*. In IX. Mezinárodní kolokvium o regionálních vědách, ESF MU, Brno, 2006, ISBN 80-210-4155-2.
- [10] Wokoun, R., Mates, P.: *Management regionální politiky a reforma veřejné správy*. Linde, Praha, 2006, ISBN 80-7201-547-8.

Ostatní zdroje

- [1] VV027 Kultura postmoderny.
<http://www.fi.muni.cz/usr/prokes/postmoderna/postmoderna.htm>, cit. [2. 12. 2007] online.
- [2] Stratifikace pojmu kultura – UNESCO.
http://chr.nipax.cz/download/strat_pojmu_kultura.pdf, cit. [2. 6. 2007] online.
- [3] Činnost odboru památkové péče. <http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=427>, cit. [31. 3. 2005] online.
- [4] Financování památkové péče.
<http://www.npu.cz/pp/dokum/ppclanky/ppcl05/ppcl051223financ/>, cit. [31. 3. 2005] online.

- [5] Rozpočet Fondu kultury na rok 2007. [www.mkcr.cz/assets/statni-fondy/fond-kultury/Rozpo et Fondu kultury na rok 2007.xls](http://www.mkcr.cz/assets/statni-fondy/fond-kultury/Rozpo_et_Fondu_kultury_na_rok_2007.xls), cit. [19. 11. 2007] online.
- [6] Cestovní ruch. <http://www.mmr.cz/index.php?show=001027>, cit. [30. 12. 2006] online.
- [7] Zahraniční cestovní ruch v ČR v lednu – prosinci 2005. <http://www.mmr.cz/index.php?show=001027005010>, cit. [30. 12. 2006] online.
- [8] Ke Koncepti o účinnější péči o památkový fond v ČR do roku 2005. [http://www.mkcr.cz/assets/kulturni-dedictvi/pamatky/Ke Koncepti inn j p e o pam tkov fond v esk republice.doc](http://www.mkcr.cz/assets/kulturni-dedictvi/pamatky/Ke_Koncepci_inn_j_p_e_o_pam_tkov_fond_v_esk_republice.doc), cit. [2. 4. 2005] online.
- [9] Satelitní účet cestovního ruchu. http://www.cot.cz/data/cesky/00_12/12_stat_1.htm, cit. [22. 10. 2007] online.
- [10] Výdaje krajů v oblasti kultury v letech 2001 – 2005. <http://www.nipos-mk.cz/text.asp?ID=691>, [cit. 26. 3. 2007] online.
- [11] Czech Tourism. www.czechtourism.cz/files/statistiky/motivace.ppt, cit. [2. 6. 2007] online.
- [12] Městská památková zóna Ledec nad Sázavou. http://www.kr-vysocina.cz/vismo/dokumenty2.asp?u=450008&id_org=450008&id=1110195&p1=0&p2=&p3=, [cit. 5. 6. 2007] online.
- [13] Seznam kulturních památek v kraji Vysočina podpořených MK ČR v roce 2000–2007 z Programu záchrany architektonického dědictví. http://www.kr-vysocina.cz/vismo/dokumenty2.asp?u=450008&id_org=450008&id=764797&p1=0&p2=&p3=, cit. [20. 11. 2007] online.
- [14] Kulturní památky v kraji Vysočina podpořené MK ČR v roce 2000 – 2007 z Programu havarijní fond. http://www.kr-vysocina.cz/vismo/dokumenty2.asp?u=450008&id_org=450008&id=765297&p1=0&p2=&p3=, cit. [20. 11. 2007] online.
- [15] Seznam městských památkových zón a rezervací v kraji Vysočina podpořených MK ČR v roce 2000–2007 z Programu regenerace městských památkových zón a rezervací. http://www.kr-vysocina.cz/vismo/dokumenty2.asp?u=450008&id_org=450008&id=764997&p1=0&p2=&p3=, cit. [20. 11. 2007] online.
- [16] Kulturní památky v kraji Vysočina podpořené v roce 2004 podle Pravidel pro poskytování dotací na obnovu KP v kraji Vysočina. [49](http://www.kr-</p></div><div data-bbox=)

vysocina.cz/vismo/dokumenty2.asp?u=450008&id_org=450008&id=764176&p1=0&p2=&p3=, cit. [20. 11. 2007] online.

[17] Statistika městského muzea v Ledči nad Sázavou.

[18] Statistika informačního centra v Ledči nad Sázavou.