



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta
Katedra geografie

Bakalářská práce

ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU MĚSTA SUŠICE

Vypracovala: Radka Kopelentová
Vedoucí práce: RNDr. Růžena Štemberková

České Budějovice 2016

Prohlašuji, že jsem svoji bakalářskou práci vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 20. 4. 2016

.....
Radka Kopelentová

Tímto bych chtěla poděkovat své vedoucí práce paní RNDr. Růženě Štemberkové za vstřícný postoj při odborném vedení práce, cenné rady a připomínky ke kvalifikační práci. Dále bych také ráda poděkovala paní doc. RNDr. Dagmar Popjakové, PhD., za ochotu a užitečné rady, které mou práci navedly do konečné podoby a také rovněž děkuji MIC Sušice, za poskytnutí potřebných dat a informací.

ABSTRAKT

KOPELTOVÁ, R. (2016): Analýza cestovního ruchu města Sušice. Bakalářská práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Pedagogická fakulta, Katedra geografie, 97 s.

Bakalářská práce hodnotí cestovní ruch ve městě Sušice. V práci je zpracována geografická charakteristika města, analýza předpokladů rozvoje cestovního ruchu ve městě Sušice a zhodnocení dosavadního vývoje a současného stavu turismu. Jejím hlavním cílem je analýza a komplexní zhodnocení rozvoje cestovního ruchu města Sušice, a to s využitím dvou metod. Značná část výsledků práce vychází z dotazníkového šetření, které bylo provedeno s turisty a místními podnikateli. Dále také byla použita metoda strukturovaného řízeného rozhovoru s vybranými aktéry cestovního ruchu Sušice. Empirická část práce se zabývá analýzou názorů a pohledů místních podnikatelů a návštěvníků na cestovní ruch města. V závěru jsou shrnuty veškeré poznatky, vyhodnoceny stanovené hypotézy, zmíněny pozitiva a negativa města a v neposlední řadě také nastíněny nové možnosti rozvoje cestovního ruchu ve městě Sušice.

Klíčová slova: cestovní ruch, město Sušice, turisté, podnikatelé, výzkumné šetření

ABSTRACT

KOPELENTOVÁ, R. (2016): Analysis of tourism of Sušice. Bachelor thesis. University of South Bohemia in České Budějovice, Faculty of Education, Department of Geography, 97 p.

The bachelor thesis evaluates tourism in the town of Sušice. The work contains geographical characteristic of the town, analysis of preconditions for development of tourism and assessment of its progress and current state. Analysis and complex evaluation of development of tourism in Sušice is the main aim of this work. Two methods were used for reaching this goal. The significant part of results is based on a survey, which is based on tourists' and local entrepreneurs' opinions. The method of controlled structured interview with chosen actors of tourism in Sušice was also used. The empirical part analyzes opinions and views of local entrepreneurs and visitors on the matter of tourism in this town. The conclusion summarizes all the knowledge, appraises set hypothesis, mentions all advantages and disadvantages of the town, and, last but not least, it also outlines new opportunities for further development of tourism in Sušice.

Key words: tourism, Sušice, tourists, entrepreneurs, a survey

OBSAH

ÚVOD	7
1 CÍLE A HYPOTÉZY PRÁCE	9
2 METODIKA PRÁCE A POUŽITÉ METODY	11
2.1 Postup zpracování bakalářské práce.....	11
2.2 Použité metody.....	12
3 TEORETICKÁ ČÁST	18
3.1 Vymezení obsahu pojmu cestovního ruchu	18
3.2 Vývoj cestovního ruchu	19
3.3 Základní kategorie cestovního ruchu	20
3.4 Předpoklady cestovního ruchu	22
3.5 Vybrané materiálně-technické předpoklady rozvoje cestovního ruchu	24
3.5.1 Charakteristika ubytovacích služeb.....	24
3.5.2 Charakteristika stravovacích služeb	26
4 PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU VE MĚSTĚ SUŠICE	28
4.1 Historický vývoj města	28
4.2 Geografické předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu města.....	29
4.2.1 Lokalizační předpoklady	29
4.2.2 Selektivní předpoklady.....	35
4.2.3 Realizační předpoklady	37
5 ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU MĚSTA SUŠICE	42
5.1 Vývoj návštěvnosti města Sušice	42
5.2 Analýza návštěvnosti města Sušice.....	43
5.2.1 Domácí a zahraniční návštěvnost	43
5.2.2 Motivy návštěvnosti	45
5.2.3 Frekvence návštěvnosti	47
5.2.4 Typologie návštěvníků a způsoby jejich přepravy	48
5.2.5 Ubytování a stravování respondentů	49
5.2.6 Celkové zhodnocení pobytu z pohledu respondentů.....	51
5.3 Hodnocení podmínek cestovního ruchu z pohledu místních podnikatelů.....	52
5.3.1 Zhodnocení zařízení v oblasti cestovního ruchu	53
5.3.2 Propagace a spolupráce podniků	55
5.3.3 Pohled místních podnikatelů na cestovní ruch v Sušici	56
5.4 Hodnocení návštěvnosti z pohledu manažera cestovního ruchu města.....	57
5.5 SWOT analýza	60
ZÁVĚR	62
POUŽITÁ LITERATURA A DALŠÍ INFORMAČNÍ ZDROJE.....	66
SEZNAM ZKRATEK A PŘÍLOH	71
PŘÍLOHY	73

ÚVOD

Cestovní ruch tvoří, zejména poslední desítky let, velmi důležitou součást národního hospodářství. Na celkovém HDP České republiky se v roce 2013 podílel přibližně 3 %. Je také nedílným komponentem spotřeby obyvatelstva. Právem je také považován za jedno z nejdůležitějších odvětví ekonomiky. Celkově napomáhá k posílení ekonomiky území, uvádí ji v jednotlivých regionech státu do rovnováhy a stává se faktorem ekonomické stabilizace regionu. I v budoucnu bude mít ve společnosti nezastupitelný význam. Jeho rozvoj má pozitivní vliv na zachování původních kultur, tradic a životního prostředí. Cestovní ruch nabízí také mnoho rozvojových příležitostí. Toto hospodářské odvětví nemá přílišnou spotřebu energie a není závislé na zdrojích surovin, proto je možné ho realizovat téměř kdekoliv. Pracovní příležitosti poskytuje jak v kvalifikovaných profesích, tak i v takových profesích, kde není potřeba žádné zvláštní kvalifikace (Indrová 2010). Pozitivem cestovního ruchu je také fakt, že může přispívat k ochraně galerií, muzeí, skanzenů či historických a přírodních atraktivit území. Příjezdový, domácí a výjezdový cestovní ruch vykazuje dlouhodobě pozitivní trendy. Zlepšení materiálně-technické základny a odstranění rozdílů v regionech také napomáhá k příznivému rozvoji cestovního ruchu. Zásahu si může připsat i agentura CzechTourism a její cílená reklama v zahraničí. Speciální produkty, které vznikají díky finančním prostředkům z fondů Evropské unie, prezentují Českou republiku různým segmentům trhu. Toto odvětví vytváří hodnoty při relativním zachování životního prostředí a přírodního bohatství (Johnston 2000).

Cestovní ruch v Česku neustále nabývá na významu, neboť do státního rozpočtu přináší ročně nemalé příjmy. Vytváří finanční zdroje pro rozvoj území, přispívá k vytváření nových pracovních příležitostí, a to především díky svému multiplikačnímu efektu. Poprvé tuto teorii aplikoval H. G. Clement v 60. letech 20. století (Gúčík 2000). V České republice cestovní ruch zaměstnává přibližně 240 tisíc osob, což je 4,6 % z celkového počtu ekonomicky aktivních obyvatel (MMR 2015). Podíl pracujících v cestovním ruchu v České republice je srovnatelný s Německem, Nizozemskem nebo Finskem. Nejvyšší hodnoty vykazují státy, které mají nejvhodnější podmínky pro turismus – Španělsko, Portugalsko. V roce 2014 navštívilo Česko 25,7 milionů zahraničních turistů. Hromadná ubytovací zařízení využilo přibližně 8,1 milionů zahraničních turistů, což je o 3,5 procenta více než v roce 2013. Rostoucí trend je tedy

zjevný. V roce 2014 byl překonán historický rekord v počtu zahraničních turistů i veškerá očekávání analytiků (CzechTourism 2015a).

Na rozvoji cestovního ruchu se podílí celá řada faktorů. Mezi ně patří například zvyšování počtu obyvatel, celosvětové zlepšování zdravotní péče, růst vzdělanosti, která pomáhá postupně zdolávat jazykové bariéry a vyvolává dychtivost po poznání nových míst, kultur či mimořádných zážitků. Dále se na rozvoji cestovního ruchu podílí postupující globalizace, která je spojená se soustředováním osob do větších aglomerací či rozšiřováním moderních technologií, které nabízejí snazší komunikaci a stále rychlejší časoprostorovou konvergenci (Johnston 2000). V cestovním ruchu se také postupně potřeby člověka přesunují z potřeb luxusních a zbytných do potřeb běžných. Stávají se tak nedílnou součástí jeho spokojeného života (Toušek, Kunc, Vystoupil a kol. 2008).

Celková myšlenka cestovního ruchu jde přenést i na regionální a obecní úroveň. Každý racionální hejtman, primátor nebo starosta by měl ve své působnosti považovat turismus za jeden z nástrojů rozvoje území. Důležitou hnací silou pro cestovní ruch jsou lidé a jejich nápady, inovace. Naopak to, co cestovní ruch zpomaluje, je nenaplnění této služby náležitým obsahem. Pokud se cestovní ruch rozvíjí v méně rozvinutých regionech, je vhodné znovuoživit ekonomiku pomocí vyrovnávací funkce (Bieger 1996). Tento impuls přinese novou poptávku a příjmy, poté následně i návštěvníky. Vyrovnávací funkce je zaměřena na to, že finanční prostředky turistů, které jsou získávány v oblasti jejich stálého bydliště, jsou vynaloženy v místě jejich přechodného pobytu, tudíž jsou přesouvány z jednoho regionu do regionu druhého. Lze také říci, že jsou přesouvány z regionu ekonomicky silného do ekonomicky slabšího. Návštěvníci v regionu svou útratou posílí místní podnikatele a vytvoří ekonomickou aktivitu důležitou pro uspokojování potřeb cestovního ruchu.

Tématem předložené bakalářské práce je analýza cestovního ruchu města Sušice. Cílem bude mimo jiné zjistit, návštěvnost turistů tohoto města v západních Čechách, jehož název je často synonymem sousloví „Brána Šumavy“. Bude také zjišťována připravenost města pro sportovní, kulturní a rekreační vyžití, nabídku služeb či atraktivnost zázemí. Fakt, že se v Sušici nachází několik pozoruhodných staveb a objektů, by měl mít vliv na turistiku dané oblasti.

1 CÍLE A HYPOTÉZY PRÁCE

Předkládaná bakalářská práce *Analýza cestovního ruchu města Sušice* komplexně rozebírá a zhodnocuje problémy cestovního ruchu ve městě Sušice. Zaměření BP na toto město bylo podmíněno zájmem a osobními vztahy autorky k městu.

Práce zhodnocuje dosavadní rozvoj i současný stav cestovního ruchu (CR), přičemž oba dva uvádí ve vzájemných souvislostech. Dále definuje potřeby místních podnikatelů, navrhuje možné budoucí perspektivy vývoje CR nebo geograficky charakterizuje zájmové území města. Na základě získaných informací provede dotazníkové šetření stavu a možností rozvoje cestovního ruchu v Sušici.

Bakalářská práce také vyhodnotí strukturu návštěvníků, jež navštívili město od 1. 5. 2015 do 29. 2. 2016, přičemž využije dotazníkového šetření. To bylo pro maximální míru objektivitu realizováno na tomto území mezi turisty a místními podnikateli, kteří provozovali ve sledovaném období svou živnost v oblasti ubytování a pohostinství.

Na základě literatury byly sestaveny dvě hypotézy:

H₁: Podle Vystoupila a kol. (2007) patří mezi nejvýznamnější faktory, které určitým způsobem ovlivňují návštěvnost daného místa, množství informací o komplexní turistické nabídce a možnostech trávení volného času. V poslední době, kdy se cestovní ruch stal významným hospodářským odvětvím, je podstatné přiměřeným způsobem propagovat a prezentovat jak turistické atraktivitu (přírodní, kulturní, historické a jiné památky), tak i objekty, které jsou součástí materiálně-technické základny (ubytovací a stravovací zařízení, sportovně-rekreační, apod.), dále různé kulturní, společenské a sportovní akce, které mají vliv na cestovní ruch v území. Na základě této hypotézy lze předpokládat, že turisté, kteří navštíví Sušici, budou o městě dopředu dobře informováni, tudíž propagace města bude relativně dostačující.

H₂: Jak ve své publikaci uvádí Galvasová a kol. (2008), dopravní infrastruktura patří ke stěžejním pilířům k rozvoji cestovního ruchu. Kraft, Vančura (2009, s. 21) tvrdí, že: „*Možnosti rozvoje jednotlivých regionů jsou výrazně determinovány jejich postavením v dopravním systému. Výhodná dopravní poloha určitého regionu může přispívat k jeho rozvoji.*“ S tím souvisí i rozhodování o druhu dopravního prostředku použitého k dostupnosti určitého území, které umožňují přemístění z místa trvalého bydliště do místa rekreace (Toušek, Kunc, Vystoupil a kol. 2008). Z hlediska

druhé hypotézy lze říci, že Sušice má výhodnou dopravní polohu a bude tedy dobře přístupná, a to zejména z hlediska silniční dopravy. Turisté budou tedy nejčastěji využívat pro návštěvu Sušice silniční infrastrukturu.

2 METODIKA PRÁCE A POUŽITÉ METODY

Kapitola metodika práce a použité metody detailně popisuje, jak bylo postupováno při tvorbě jednotlivých částí práce. Obsahuje popis postupu tvorby jednotlivých kapitol a hodnocení dotazníkového šetření. Zmiňuje také použité metody, přičemž se snaží o problémový přístup. Samotnému počátku práce předcházelo pečlivé studium významné literatury zaměřující se především na problematiku cestovního ruchu. Následně byla sepsána v kontextu s odbornou literaturou deskriptivní část práce a až na závěr bylo vyhodnoceno dotazníkové šetření, které je komplexně shrnuto v závěru.

2.1 Postup zpracování bakalářské práce

Po nastudování odborné literatury, týkající se v teoretické rovině cestovního ruchu započala samotná práce. Nejprve byly v úvodní části stanoveny hypotézy a cíle práce. Zde bylo hlavním problémem stanovit hypotézy tak, aby se daly dobře aplikovat na výzkumné město a nebyly přitom příliš jednoduché. Ovšem po detailním seznámení se s odbornou literaturou se tento problém zredukoval na korektní formulaci. Hlavním cílem bakalářské práce bylo komplexně zhodnotit problémy cestovního ruchu ve městě Sušici. Proto se muselo nutně začít od kapitoly teoretická východiska práce, kde je i mimo jiné definován CR z různých úhlů pohledu. Každý autor na turismus nahlíží odlišně a z tohoto důvodu bylo důležité alespoň stručně nastínit vybrané názory. Především nepřeborné množství těchto autorů, podstatně ztěžovalo redukující selekci. Nakonec byli vybráni ti, jejichž názory jsou dle autorky relevantní a důvěryhodné. Přičleněn byl také stručný historický vývoj CR, čtenář tak rychle a snadno získá celkový vhled do problematiky.

Pro objektivní zhodnocení dosavadního rozvoje i současného stavu CR byly sepsány tyto podkapitoly: základní kategorie a předpoklady CR. Podkapitola základní kategorie CR rozděluje cestovní ruch na druhy a formy, přičemž každou oblast stručně definuje. Oddíl předpoklady cestovního ruchu patří k dalším důležitým částem práce, neboť je následně aplikován na turismus vybraného města Sušice. Zde autorka popisuje jednotlivé kategorie předpokladů ve vzájemné souvislosti s městem. Kvůli zhodnocení současného stavu CR Sušice byla vytvořena také SWOT analýza, která podchycuje silné a slabé stránky města, dále jeho potenciální příležitosti a hrozby.

2.2 Použité metody

Pro splnění hlavního předpokladu práce, tj. komplexně zhodnotit a rozebrat problémy CR v Sušici, bylo nutno využít kvalitativního a kvantitativního výzkumu.

Dotazníkové šetření

Hendl (2008, s. 46) tvrdí, že: „*Kvantitativní výzkum je založen na tom, že lidské chování můžeme do určité míry měřit a předpovídat. Tento výzkum tak využívá náhodné výběry, experimenty i silně strukturované sběry dat pomocí testů, dotazníků či pozorování. Celkový výsledek je zajištěn měřením, přičemž v následujícím kroku jednotlivá získaná data popisujeme, verifikujeme či explorujeme ve vztahu k proměnným. Východiskem pro kvantitativní výzkum je počáteční hypotéza.*“

V BP je kvantitativní výzkum reprezentován daty, která jsou získaná z dotazníkového šetření provedeného na turistech. Dotazníky byly pro co nejkvalitnější výsledky zhotoveny ve třech různých jazycích – v českém, anglickém a německém. Dotazníkové šetření, mělo celkem dvě základní formy – papírovou a elektronickou. Papírová verze dotazníků byla po celou dobu výzkumu (od 1. května 2015 do 29. února 2016) umístěna v městském informačním centru, kde ji pracovnice rozdávaly příchozím návštěvníkům. Pro zvýšení počtu respondentů byly také dotazníky rozdávány samotnou autorkou práce. Elektronická forma dotazníku byla stejně jako papírová verze k dispozici po celou dobu sledovaného období, tedy deset měsíců. Rozšíření této formy dotazníku umožnil internetový portál Survio.cz. Reprezentativní vzorek respondentů byl zajištěn účastí všech věkových kategorií ve výzkumu, kde nebyl nikdo předem upřednostňován či favorizován. Tím byl zajištěn náhodný výběr dotazovaných.

Samotný dotazník dohromady čítal po dohodě s vedoucí práce 18 otázek, které byly otevřené i uzavřené (*Příloha 10, 11, 12*). Na jeho úvodní stranu autorka umístila kontakt, prosbu o vyplnění a formální poděkování. Úvodní otázky se zaměřily na zjištění základních informací a respondentech, tj. pohlaví a věkovou kategorií. Tyto dvě otázky jsou pro výzkum důležité, neboť z nich lze usoudit základní struktura návštěvníků. Další okruh otázek se zabýval hlavními motivy turistů, jež je vedly k samotné návštěvě Sušice, jejich geografickým původem či způsobem dopravy do města. Nejrozsáhlejší oblast otázek se tázala na četnost návštěvy města, délku pobytu, způsob stravování či typ ubytovacího zařízení, také na celkovou spokojenost s ním. Kromě toho od této sekce otázek autorka očekávala zjištění informačního zdroje turistů o městě. Závěr dotazníku byl věnován názoru respondentů na město.

Na dotazník během celé výzkumné doby odpovědělo celkem 378 návštěvníků, přičemž nelze určitě jeho přesnou návratnost. Elektronická i papírová verze tiskopisu byla k dispozici po celou dobu zkoumaného období ve více kusech. Na MIC Sušice bylo vždy k dostání 50 dotazníků, které se při vyčerpání kapacity doplňovaly. Statistika o neochotě turistů vyplnit dotazník se nevedla. Stejně tak tomu bylo na internetovém portále Survio.cz, kde byl online dotazník neustále k dispozici. Na dotazník v listinné podobě turisté odpovídali nejvíce během letních měsíců, což bylo v přímé korelaci s jejich návštěvností. Zimní měsíce byly slabší. U internetové verze dotazníku byly počty jejich vyplnění mezi jednotlivými měsíci více rovnoměrné. Roční období zde nebylo rozhodujícím faktorem, neboť návštěvníci mohli dotazník vyplnit kdykoliv z pohodlí domova.

Z celkových 378 dotazníků bylo vyplněno 244 skrze internetový portál Survio.cz. Problémem celého výzkumu bylo, že někteří respondenti nechtěli s tiskopisem ztrácet čas, a proto vyplnili jen stěžejní části dotazníku. V ojedinělých případech se také stalo, že některé vyplněné otázky zcela chyběly. Jednalo se však o výjimky. Na druhou stranu korektních až detailně rozepsaných odpovědí bylo, především díky velkému vzorku respondentů, poměrně hodně.

Negativem internetového výzkumu byla troufalost některých jedinců, kteří se úmyslně pokoušeli výzkum svými nevhodnými odpověďmi narušit či zesměšnit. Tyto respondenti museli být z výzkumného vzorku vyřazeni.

Za pozitiva autorka považuje především práci s turisty, setkávání s novými lidmi či prohloubení svých dosavadních znalostí. *Tabulka 1* poskytuje přehled věkové a pohlavní struktury respondentů, kteří se zapojili do realizovaného výzkumu.

Tabulka 1: Struktura respondentů cestovního ruchu zapojených do výzkumného šetření ve městě Sušice od 1. 5. 2015 do 29. 4. 2016

Věkové kategorie	do 25 let	26-35 let	36-45 let	45-55 let	56-65 let	66 let a více	Celkem	Celkem (%)
Muži	62	29	12	6	5	10	124	33
Ženy	151	58	14	12	5	14	254	67
Celkem	213	87	26	18	10	24	378	100
Celkem (%)	56	23	7	5	3	6	100	

Zdroj: vlastní šetření

V dotazníkovém šetření celkem odpovídalo 67 % žen a 33 % mužů. Díky osobnímu kontaktu autorky s účastníky lze tvrdit, že ženy převládají o 17 % především díky větší vstřícnosti. Jednalo se zejména o rodiny s dětmi, kdy hlavní iniciativu k vyplňování

předloženého dotazníku převzaly hlavně matky. Muži obecně často neměli čas, nebo nebyli tak ochotní.

Co se týče rozložení věkových kategorií, tak převážná část respondentů byla ve věku do 25 let (56 %). Věková kategorie do 25 let převažuje především kvůli většímu množství volného času turistů v tomto věku a moderním technologiím, díky kterým je možné se zúčastnit online výzkumu. Tuto možnost logicky využili zejména mladí lidé ve věkové kategorii do 25 let, kteří se často pohybují v online světě. Přibližně čtvrtina odpovídajících respondentů (23 %) byla ve věku 26-35 let, kdy se jednalo zejména již o pracující osoby nebo o rodiny s malými dětmi. U této kategorie byla v terénním šetření rozpoznatelná značná vyčerpání, a pokud se jednalo o pracující osoby, byla zde z jejich strany větší neochota spolupracovat a odpovídat. Následně bylo 7 % odpovědí v rozmezí věku 36-45 let, 5 % ve věku 46-55 let a 6% ve věku 56-65 let. V důchodovém věku 66 let a více odpovídalo na otázky 6 % respondentů. Lze obecně konstatovat, že spolupráce s těmito lidmi byla výborná. Velkým pozitivem celého výzkumu bylo, že důchodci své odpovědi důkladně četli a mnohem více promýšleli, popř. rozepisovali, a to i když nemuseli.

Interview

Podle Croswella (1998, s. 12) je kvalitativní výzkum definován takto: „*Proces hledání porozumění, založený na různých metodologických zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách.*“

V této práci je kvalitativní výzkum reprezentován rozhovory s pracovníky MIC Sušice a dále zejména s místními podnikateli. Ty se ovšem nepodařilo vždy zastihnout, a proto byla v případě jejich zaneprázdnění použita dotazníková metoda, kdy jim byl tiskopis nechán v papírové formě či internetově zaslán e-mailem. Výzkum probíhal stejně jako v případě turistů deset měsíců. Rozdíl oproti předešlému dotazníkovému šetření byl v tom, že u podnikatelů byl výzkum veden pouze v češtině. U nich nebylo nutné rozhovory, popřípadě i dotazníky, připravovat v cizích jazycích, neboť všichni živnostníci jsou převážně ze Sušice a hovoří česky.

Z internetových stránek městského informačního centra byl zjištěn kompletní seznam veškerých sušických podnikatelů, na jehož základě byli následně oslovení s prosbou o interview. Pro splnění cílů této práce byli vybráni jen ti, kteří podnikají buď

v oblasti stravování, nebo ubytování. Tomuto kritériu celkem odpovídalo 49 živnostníků, z nichž vlastnilo 30 podnik nabízející svým hostům ubytování a 19 živnost se stravováním. Interview po dohodě s vedoucí práce obsahovalo celkem 18 výzkumných otázek, z nichž byly tři otevřené a zbytek uzavřených (*Příloha 13*). Na úvodní straně byl, opět jako u dotazníku pro turisty – kontakt, krátký kontextový úvod a prosba autorky o vyplnění dotazníku.

První okruh otázek řízeného rozhovoru se zaměřil na zjištění základních informací o živnostech. Autorka se tázala na jméno a druh podniku, jeho kapacitu či počet zaměstnanců. Další oddíl byl zacílen na příchozí klientelu. Podnikatelé zde odhadovali počet osob, který za šetřené období deseti měsíců využije jejich služby, průměrný věk klientely, procentuální skladbu zákazníků, co se týče poměru tuzemci-cizinci, nebo typ dopravního prostředku, jímž se jejich klienti nejčastěji dopravují do města. Třetí část výzkumných otázek prověřovala spolupráci podnikatelů s cestovními kanceláři a městským informačním centrem, také způsob propagace jejich živnosti. Místní podnikatelé mohli své potřeby definovat v závěru rozhovoru, který byl kvůli tomuto účely vytvořen. Byl zde dán prostor k nastínění jejich pohledu na CR v Sušici, vylíčení svých budoucích plánů a záměrů s podnikem či návrhů na zlepšení sociálního a kulturního statusu města.

Během sledovaného období si celkem ze 49 podnikatelů našlo čas 34, přičemž z 19 stravovacích živností odpovědělo 15 majitelů a z 30 ubytovacích 19. Celkem na rozhovor odpovědělo 69 % podnikatelů. Diskuse s živnostníky vlastníci podnik poskytující stravování zaznamenala lepší výsledky, konkrétně 79 % úspěšnosti, než interview s podnikateli vedoucími podnik v ubytovací oblasti. Ta zaznamenala úspěch jen v 63 %. Autorka během výzkumné kontaktovala všech 49 podnikatelů, bohužel 15 z nich bylo neochotných se sejít či alespoň vyplnit dotazník přes internet. To bylo pravděpodobně největším problémem této části výzkumu. Proto se muselo dále pracovat jen s výzkumným vzorkem 34 živnostníků. Z nich se celkem v 18 případech autorce povedlo uskutečnit řízený rozhovor, jenž byl pro ni pozitivní zkušeností. Dohromady uvedlo 6 podnikatelů při osobní návštěvě autorky, že nemá momentálně čas, a proto jim byla nechána papírové verze dotazníku. Někteří z nich působili nepříjemně až našťvaně, což v autorce zanechalo negativní dojmy. Přesto byla však při její další návštěvě papírová forma rozhovoru vyplněna. Zbývajících 10 živnostníků se nepodařilo osobně zastihnout, a proto byli kontaktováni přes internet. Následně jim byla zaslána internetová verze dotazníku, kterou dříve či později vyplnili. Roční období nemělo na

šetření značný vliv. Autorka většinu řízených rozhovorů uskutečnila v zimních měsících, kdy měli podnikatelé nejvíce času z důvodu menšího počtu klientely. Papírové i internetové verze rozhovoru byly vyplněny vzápětí po jejich doručení a odeslání.

Za největší pozitivum kvalitativního výzkumu této práce jsou považována osobní setkání autorky s místními podnikateli, kdy většina z nich proběhla v přátelské atmosféře. Autorka tak získala zcela novou pozitivní zkušenost týkající se výzkumného šetření v terénu.

Negativem byla především neochota některých podnikatelů spolupracovat či jejich případné nevhodné chování. Cílem tohoto celého kvalitativního výzkumu bylo definovat základní potřeby místních podnikatelů a navrhnout možné budoucí perspektivy vývoje CR v budoucnosti, což bylo umožněno díky odpovědím podnikatelů. Základní přehled informace o podnikatelích lze sledovat v *Tabulce 2*.

Tabulka 2: Soubor zařízení cestovního ruchu zapojených do výzkumného šetření ve městě Sušice od 1. 5. 2015 do 29. 4. 2016

Typ podniku	Dotazované podniky	Podniky zapojené do výzkumu	Podniky zapojené do výzkumu (%)
Ubytovací zařízení	30	19	63
Stravovací zařízení	19	15	73
Celkem	49	34	69
Celkem (%)	100	69	

Zdroj: vlastní šetření

Shrnutí použitých metod

V této bakalářské práci byly použity dva výzkumy, kvantitativní a kvalitativní. Kromě nich autorka užívala i jiné metody, především kartografické a grafické. Jednalo se zejména o tvorbu tematických tabulek a diagramů. Při hodnocení cestovního ruchu byly použity kvantitativní údaje v absolutních i relativních hodnotách, vypočítané řetězovým indexem změn, který vyjadřuje, o kolik se zvýšila hodnota časové řady v okamžiku t_i v porovnání s hodnotou řady v čase t_{i-1} . Tento fakt lze vypočítat podle vzorce $k_i = t_i / t_{i-1} * 100$ (*Příloha 8*). V názornosti práce jsou vytvořeny také grafy, které umožňují jednoduše pochopit souvislosti komplikovaného problému (Brašnová 2009).

Kapitola analýza CR města Sušice patří společně se závěrem práce ke stěžejním oddílům celé BP. Zde se shrnují a na základě syntézy poté vyhodnocují dotazníková šetření. Blíže se představují dotazovaní respondenti, také jsou prezentovány názory podnikatelů. V závěru samotné práce se zhodnocuje celková úspěšnost a přínosnost BP,

potvrzují nebo vyvracejí se hypotézy a navrhují se možná zlepšení CR ve výzkumném městě. Tato kapitola metodika práce a použité metody byla vytvořena až na samotný závěr.

3 TEORETICKÁ ČÁST

Následující část práce se zabývá rozбором teoretických východisek k tématu cestovního ruchu.

3.1 Vymezení obsahu pojmu cestovního ruchu

Cestovní ruch je složitým jevem, a to z hlediska jeho širokého spektra oborovosti a průřezovosti, což následně činí obtížné i jeho jednotné definování.

Během rozvoje cestovního ruchu z hlediska společensko-ekonomického jevu se mění i postoj k jeho vymezení a definování. Převážná část autorů, kteří se turismem zabírají, vyzdvihují různá hlediska tohoto komplikovaného jevu, častokrát v závislosti na tom, ze kterého vědního oboru je cestovní ruch zkoumán a definován (Indrová a kol. 2004).

Podle Hunzíkera a Krapfa (1942) je cestovní ruch považován za soubor přístupů a jevů, které znamenají pobyt na cizím území, jestliže úmyslem není stálé usazení nebo vidina výdělečné činnosti.

Švýcarský profesor Kaspar (1990, s. 17) říká, že cestovní ruch je: „*Souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, pro které místo pobytu (rozuměj místo cestovního ruchu) není ani místem trvalého bydliště ani místem pracoviště.*“

Slovenský profesor Gúčik (2000) ve své knize definuje cestovní ruch jako souhrn činností, které uspokojují potřeby spojené s cestováním, ale i s pobytem mimo místo stálého bydliště a zejména v rámci volného času za účelem poznávání, odpočinku, zábavy, sportovního a kulturního vyžití, pracovních cest a získávání zážitků.

Zatímco Šíp (2001) chápe cestovní ruch jako všeobecně pojatý objekt, který představuje věcný socioekonomický nezávislý systém, kde lze za jeho podstatnou složku považovat subsystém nabídky, poptávky či realizační subsystém a vazby mezi nimi, které představují proudění turistů, informací, služeb a finančních prostředků.

Parmová (2003) předkládá teorii, že cestovní ruch je pobyt mimo místo trvalého bydliště, který je využíván zejména k relaxaci, sportu, návštěvě přírodních a kulturních památek nebo dalším prožitkům, jež jsou spjaty s cestováním. Člověk jakožto „subjekt cestovního ruchu“ mění naprosto dobrovolně a především z velké části pro své vlastní potřeby svůj pobyt a navštěvuje oblasti cestovního ruchu mimo své obvyklé bydliště, což reflektuje tato zestručněná definice.

Podle geografů Hornera a Swarbrooka (2003) tvoří cestovní ruch mnoho složek. Z obecného hlediska se definuje jako přesun osob na jiná místa za účelem krátkodobého pobytu, mimo místo jejich běžného pobytu, kde hlavním cílem jsou příjemné činnosti. Tato definice může vypadat jednoduše, ale není úplně výstižná, jelikož neobsahuje například výdělečnou činnost služebních cest, jejichž klíčovým významem není zábava, ale práce. Není taky snadné stanovit, kolik nocí musí člověk setrvat mimo svůj domov nebo do jaké vzdálenosti musí cestovat, aby mohl být považován za turistu. Někteří lidé nepovažují cestovní ruch za nezávislé odvětví, nýbrž za činnost, jež je výsledkem služeb dalších úseků, jako jsou stravování, ubytování či doprava. Jde-li vyloženě o nějaký průmysl cestovního ruchu, nejspíš se sestává z činností organizátorů zájezdů, tzv. cestovních kanceláří (touroperatorů), či cestovních agentur (prodejců). Do vstupu etapy moderního cestovního ruchu, který je založen na komplexní nabídce více služeb, průmysl CR neexistoval.

Výše uvedené definice zřetelně poukazují na obtížnost jednoznačně vymezit cestovní ruch s úplným vystižením jeho mnohostrannosti a odbornosti. Pro autorku je však nejpodrobnější a nejvýstižnější následující definice.

Za cestovní ruch je považována činnost osoby, která cestuje na přechodnou dobu (u mezinárodního cestovního ruchu max. jeden rok, u domácího půl roku) do místa, které není místem jejího trvalého bydliště. Hlavním účelem cesty však není výdělečná činnost v navštěvovaném místě. Smí se jednat o obchodní, služební či jinak pracovní stimulovanou cestu, kde zdroj úhrady plyne z pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště nebo v působišti sídla podniku. Tuto definici poskytla Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu (1991) pořádaná Světovou organizací cestovního ruchu v kanadské Ottavě.

3.2 Vývoj cestovního ruchu

Historie cestování a cestovního ruchu sahá až do dávné minulosti k počátkům naší civilizace. První expedice začínaly na souši a na vodě, později se přidaly výpravy vzduchem, nakonec i vesmírným prostorem. Jednalo se o důvody obchodní (obchodní stezka), náboženské (misijní činnost), vojensko-politické (dobyvatelská válečná tažení), sportovní (překonání velehor), poznávací (přírodovědecké výpravy) nebo i o čistě prestižní (první člověk ve vesmíru nebo první přistání na Měsíci) (Foret, Foretová 2001).

Za prvopočátek cestovního ruchu je považováno období starověku, kdy byli Římané, Egypťané a Řekové označováni za jedny z prvních cestovatelů. Při svých cestách používali organizátory cest, stejně tak jako místní obyvatele, jejichž činností bylo průvodcovství, tlumočnictví či znalectví lokálních poměrů (Hladká 1997). Ze starověkého cestování se postupem času stal životní standard a styl typický pro bohaté měšťanstvo, kupce a také vysokou šlechtu. Samotné cestování se tak stalo cílenou přepravou, která měla cestovatele připravit na jeho budoucí službu či povolání. Začaly vznikat hodnotné mapy tehdejšího známého světa a důležité cestopisy, jež představovaly názory o kulatosti Země. V této době docházelo k nejvýznamnějším námořním objevům. Zcela zásadním krokem vpřed pro cestování po moři bylo první užití kompasu, který byl do Evropy dovezen z Číny.

První zmínky o průvodcovském povolání se začaly objevovat již od 17. století z řad zcestovalých krajanů, nebo z řad věrohodného městského obyvatelstva. V tehdejší době však nebylo úkolem průvodce jen provádět danými lokalitami, nýbrž i ochraňovat poutníky před přepadením a usnadňovat jim cestu nabytými poznatky o zemi, národních zvycích nebo o ubytování (Hesková a kol. 2006). S rozvojem dopravy a průmyslu v 19. století byly vyvolány další podněty pro cestování. Počátek novodobého cestovního ruchu se tradičně datuje rokem 1841, kdy se poprvé realizoval hromadný turistický výlet pěti set sedmdesáti účastníků vlakem. Tento výlet se uskutečnil při slavnostní příležitosti otevření nové železniční tratě z Derby do Rugby v Anglii. Za zakladatele první cestovní kanceláře je tedy považován Thomas Cook, organizátor této akce. Karl Baedeker, současník Thomase Cooka, měl velkou zásluhu na vydání knižních průvodců, jež měly všechny potřebné náležitosti (mapky, trasy, údaje o kulturních a historických pamětihodnostech, ubytovacích zařízeních, obyvatelstvu nebo o možnostech dopravního spojení a podobně). Již roku 1827 byl vydán jeho první průvodce (Hladká 1997). Jelikož se cestovní ruch neustále rozvíjí, zvyšují se i požadavky na odbornou klasifikaci, materiálně-technické a administrativní podmínky (Hesková a kol. 2006).

3.3 Základní kategorie cestovního ruchu

Z výše uvedených popisů a definic lze tvrdit, že cestovní ruch je konsepektem jevů a vztahů, který zahrnuje velké množství obsahů a působností. Je tedy vhodné určité členění, jež pomůže usnadnit jeho studium. V rámci odborné literatury je nejběžnější rozdělení na druhy, formy a popř. typy. Odborná literatura obsahuje několik anomálií,

v některých případech se lze setkat i s překryvem dílčích kategorií. Tento jev je dán díky neustálému vývoji rozsáhlého cestovního ruchu.

Formy cestovního ruchu posuzují prvotní důvody, které mají vliv na účastníka, a následné důsledky, které mu cestovní ruch přináší. Potřeby účastníka cestovního ruchu mívají zvláštní charakter a jednotlivé formy specifické potřeby, které závisí na způsobu zabezpečení a uskutečnění služeb (Toušek, Kunc, Vystoupil a kol. 2008). Naopak někteří autoři jako Malá a kol. (2002) nebo Galvasová a kol. (2008) rozčleňují formy CR podle motivace účastníka daného místa. V následujícím rozdělení jsou formy CR diverzifikovány převážně do následujících skupin. *Rekreační cestovní ruch* je prvotní a nejčastější složkou CR, kde si účastník odpočine jak fyzicky, tak psychicky. Jde zejména o příměstskou rekreaci, chataření a chalupaření apod. *Kulturně poznávací cestovní ruch* má poznávací charakter, kdy může být účelem poznávání náboženství, kultura, tradice, zvyky a obyčeje různých společností. *Společensky orientovaný cestovní ruch* se zaměřuje zejména na sociální motivaci účastníka, např. návštěva příbuzných a známých. *Sportovní cestovní ruch* lze rozdělit na aktivní a pasivní (Francová 2003). Aktivní sportovní CR se zaměřuje na pobyty se sportovním naplněním, naopak pasivní cestovní ruch je spojen s pozorováním sportovní aktivity. *Ekonomicky orientovaný cestovní ruch* je nejběžněji uskutečňován v pracovní době účastníka. Jde např. o pracovní cesty, odborné vědecké kongresy, konference nebo semináře. Poslední kategorií je *specifický cestovní ruch*, do kterého můžeme zařadit např. vojenský cestovní ruch, politický cestovní ruch nebo cestovní ruch, který je spojen s nakupováním (Parmová a kol. 2013).

Druhy cestovního ruchu z velké části zkoumají jevový průběh a prostředek realizace cestovního ruchu. Vše závisí na geografických, ekonomických, společenských a ostatních podmínkách (Foret, Foretová 2001). Ve vztahu k určitému státu lze cestovní ruch dělit *podle místa realizace* na vnější a vnitřní nebo *podle původu účastníku* na domácí a zahraniční. Další členění lze provést *podle vztahu k platební bilanci*. Jedná se o příjezdový cestovní ruch, který zahrnuje různé aktivity související s návštěvou zahraničních osob v rámci určitého státu, tranzitní cestovní ruch zahrnující aktivity zahraničních návštěvníků projíždějících přes území státu, nebo výjezdový cestovní ruch, který řeší výjezd osob daného státu. Následně se druhy cestovního ruchu dělí *podle počtu účastníků* na individuální, kolektivní a masový CR. *Podle délky trvání* je CR buď krátkodobý (max. 3 přenocování), nebo dlouhodobý (4 a více přenocování). V neposlední řadě se dělí *dle způsobu zabezpečení průběhu* na organizovaný

a neorganizovaný CR. V případě organizovaného CR se jedná o zajištění účasti pomocí cestovní kanceláře nebo jiné organizace. V neorganizovaném CR si zařizuje účast sám účastník (Parmová a kol. 2013). Na závěr je dle Galvasové a kol. (2008) CR rozdělen *podle způsobu financování* na volný CR (komerční), kde si veškeré náklady hradí sám účastník, a na vázaný CR (nekomerční, sociální), v jehož případě dochází k částečnému nebo celkovému uhrazení veškerých nákladů účastníka pomocí jiného subjektu. V druhém příkladu jde třeba o lázeňský pobyt hrazený pojišťovnou nebo o příspěvky od zaměstnavatele či odborů.

Typy cestovního ruchu mají určitou podobu a konkrétní svébytný charakter. Záleží na motivaci účastníků a na druhu cestovního ruchu, kterému jsou podřadné, ale zároveň jsou spojeny s užším okruhem typických aktivit. Je možné využít je přímo v tvorbě produktů cestovního ruchu a zároveň je rovnou provázat s kroky k jejich rozvoji. Typy cestovního ruchu jsou nepostradatelné zejména v samotném přilákání návštěvníků do konkrétního území (Galvasová a kol. 2008). Tyto typy lze rozdělit na *aktivní turistiku* – pěší turistika, cykloturistika, zimní turistika, vodácká turistika; *venkovskou turistiku* – agroturismus, ekoturismus a ekoagroturismus; *incentivní turistiku*; *poznávací turistiku* – hmotná i nehmotná specifika dané oblasti; *veletržní a kongresovou turistiku* – účast na odborných akcích zaměřených na konkrétní téma obvykle mezinárodního významu; *lázeňskou a relaxační turistiku* a *specifickou turistiku* – městská a nákupní turistika, gastroturistika, pasivní sportovní turistika, lovecká turistika nebo turistika za uměním (Williams 1998).

3.4 Předpoklady cestovního ruchu

V poslední čtvrtině dvacátého století se cestovní ruch uplatnil nejvíce jako významný kulturní, ekonomický a společenský jev. Každý den se na cestování a aktivitách spojených s cestovním ruchem podílí patrná část světové populace. K součástem lidského života a současného životního stylu patří bezpochyby cestování za rekreací, poznáním, sportem, kulturou nebo i cestování za prací a obchodem (Drobná, Morávková 2004).

Předpoklady ovlivňující vývoj a existenci cestovního ruchu, jeho obecné zákonitosti a uplatnění v určitých oblastech či střediscích se obvykle člení na předpoklady lokalizační, selektivní a realizační (Mariot 1983).

Lokalizační předpoklady umožňují rozvoj cestovního ruchu, a to díky umístění a realizaci aktivit CR do určité lokality (Jonhston 2000). Ve vztahu k rozvoji CR mají

však druhotný význam. Rozhodující postavení zaujímá při konkrétní lokalizaci jeho realizace bez ohledu na to, zda jsou přírodního či společenského charakteru. V. Hrala (2002) ve své knize dělí lokalizační předpoklady takto:

- a) *Přírodní podmínky a atraktivita* zahrnují např. povrch, podnebí, vodstvo, floru a faunu.
- b) *Kulturní (kulturně – municipální – historické) podmínky* vzniklé působením člověka a úzce související s historickým vývojem území, jedná se např. o architektonické památky, galerie, muzea, významné parky i památky lidové architektury.

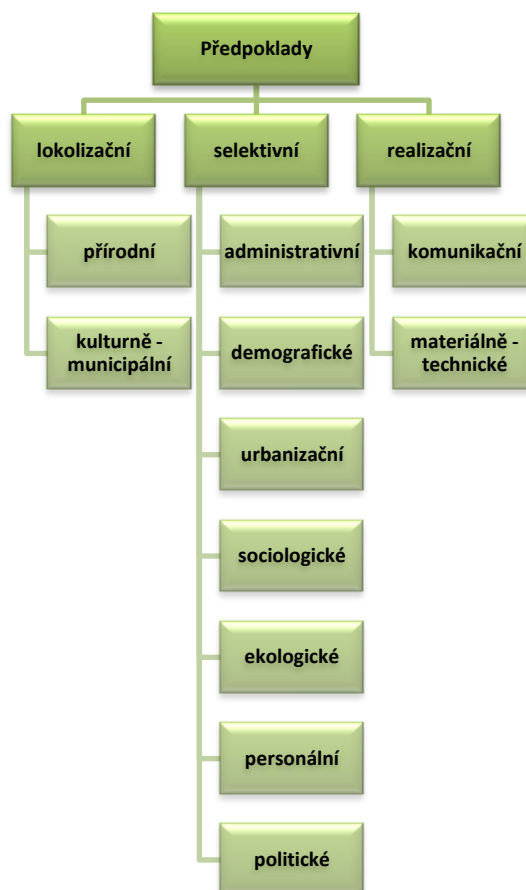
Selektivní předpoklady cestovního ruchu vyjadřují schopnost společnosti podílet se na cestovním ruchu, a to jak aktivně, tak pasivně (stávat se účastníkem cestovního ruchu i přijímat účastníky). Selektivní faktory mohou vybírat oblasti nebo obyvatele, které disponují prvotřídními předpoklady pro účast na cestovním ruchu (Mirvald 1996). Nejčastěji se dělí na předpoklady objektivní a subjektivní (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001).

- a) *Objektivní předpoklady* se skládají ze souboru činitelů působících na cestovní ruch v území – jde o politickou, ekonomickou, demografickou a životní úroveň místních obyvatel, také stav životního prostředí.
- b) *Subjektivní předpoklady* lze označit za faktory, které mají vliv na rozhodování o účasti na cestovním ruchu – existují sociologické (příslušnost k sociální a profesní skupině, rodinné poměry) a ostatní subjektivní předpoklady (reklama a propagace cestovní kanceláře, znalost jazyků, módnost návštěvy určitých středisek).

Realizační předpoklady umožňují realizovat požadavky návštěvníků v oblasti cestovního ruchu. Dávají možnost dopravit se do těchto míst a využít je k pobytu, rekreaci a jiným aktivitám. Uskutečnění těchto realizačních vztahů podmiňuje základní a doprovodná infrastruktura cestovního ruchu a komunikační předpoklady (Galvasová a kol. 2008). Dělí se na předpoklady dopravní a materiálně-technické.

- a) *Dopravní předpoklady* se řadí mezi primární podmínky. O nutnosti turistů cestovat do daného území rozhoduje nejen dobré dopravní spojení, ale také kvalita a hustota dopravní sítě.
- b) *Materiálně-technické předpoklady* určují vybavenost území ubytovacími, stravovacími, sportovními, kulturními a dalšími zařízeními, které vyhovují potřebě turistů (Drobná, Morávková 2004).

Schéma č. 1: Předpoklady cestovního ruchu



Zdroj: Mariot, P. (1983), vlastní zpracování

3.5 Vybrané materiálně-technické předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Součástí této bakalářské práce bylo výzkumné šetření zaměřené na sušické podnikatele, jež provozovali ve sledovaném období živnost v oblasti stravování a ubytování obyvatel. Jelikož se předchozí kapitola BP obecně zabývá lokalizačními, selektivními a realizačními předpoklady cestovního ruchu, tato část práce se již může detailně zaměřit na materiálně-technickou stránku realizačních předpokladů, kdy budou kvůli kvantitativně-kvalitativnímu výzkumu této BP konkrétně rozebírány ubytovací a stravovací zařízení.

3.5.1 Charakteristika ubytovacích služeb

Dle Indrové a kol. (2004) představují ubytovací služby primární předpoklad k rozvoji cestovního ruchu. Lze je charakterizovat jako poskytnutí přechodného ubytování mimo místo trvalého bydliště. Ubytovací zařízení a jejich rozvoj je velmi úzce propojen s hospodářskými, sociálními a politickými změnami ve společnosti, ty mají vliv na

pohyb obyvatelstva mimo místo trvalého bydliště a ovlivňují vznik různých druhů ubytovacích zařízení.

Ubytovací služby jsou v této moderní době neodmyslitelnou součástí cestovního ruchu. Předmětem těchto služeb je výstavba, vedení a organizace hotelů i velkých hotelových řetězců, zabezpečování jejich provozu a poskytování hotelových služeb. Nyní se hojně hovoří o hotelovém průmyslu.

Na území České republiky vývoj hotelů sledoval evropské trendy a je spojován s rozvojem cyklistiky, železnice, lázeňství, obchodu, dostavníků a obecně s celkovým hospodářským rozmachem státu. S postupem času, kdy se cestovní ruch začíná více rozvíjet, nastává postupná diferenciací různých kategorií ubytovacích zařízení, která umožňují poskytovat účastníkům cestovního ruchu služby v různém rozsahu a úrovni (Francová 2003).

Ubytovací zařízení lze klasifikovat podle různých kritérií, a to např. podle velikosti, doby provozu (celoroční, sezónní), umístění, převažující klientely a podle druhu zařízení a jeho funkce při uspokojování potřeb cestující veřejnosti (hotel, motel, botel, penzion, turistická ubytovna, chatová osada, kemp) (Čertík a kol. 2000). Tyto hlediska mají výrazný vliv na to, jak je ubytovací zařízení vybaveno a jakou má úroveň nabízených služeb. Členění ubytovacích zařízení podle druhu je podstatnou částí pro klasifikaci a kategorizaci těchto zařízení. Kategorie ubytovacích zařízení, dle metodiky platné v České republice, jsou hotel, motel, penzion, botel, kemp, chatová osada, turistická ubytovna a ubytování v soukromí (Orieška 2010).

Klasifikací se dá rozumět začlenění dílčích kategorií dle vybavení, úrovně a mírou poskytovaných služeb do tříd. Jakákoliv klasifikace by měla mít za cíl zachování daného standardu při výstavbě a zakládání ubytovacího zařízení a zachovávat určité kvality poskytovaných služeb.

Třída udává úroveň daných služeb projevující se ve vybavení, kvalitě a rozsahu nabízených služeb. V mnoha zemích se třída ubytovacího zařízení označuje pomocí hvězdiček. Některé země však tvoří výjimky a je možné se u nich setkat s odlišným označením, např. v Anglii s korunkami, klíči nebo se slovním označením. V České republice se však dle současné platné klasifikace ubytovací zařízení označují takto:

* Tourist; ** Economy; *** Standard; ****First class; *****Luxury.

Aktuálně neexistuje společná klasifikace ubytovacích zařízení platná ve všech zemích světa. Převážná část zemí má vlastní klasifikaci i jednotlivé kategorie (Křížek, Neufus 2011).

Mají-li být nanejvýš uspokojeny potřeby hostů v ubytovacích zařízeních, měla by se jejich struktura sledovat více než jednou. Návštěvníky ubytovacích zařízení lze dělit podle několika kritérií, a to podle teritoria odkud přicházejí (geografická segmentace – domácí, zahraniční), věku (demografická segmentace – senioři, junioři, děti) a podle účelu účasti na cestovním ruchu (segmentace podle spotřebního chování). Členění hostů má sloužit k lepšímu povědomí o tom, co zákazník potřebuje, a slouží jako podklad pro vytváření správné marketingové strategie a marketingového mixu ubytovacího zařízení (Indrová a kol. 2004).

3.5.2 Charakteristika stravovacích služeb

S využitím služeb cestovního ruchu jsou spjaty také jiné primární služby, a to služby stravovací, které uspokojují podstatnou potřebu jedince – potřebu výživy. Těchto služeb využívá účastník cestovního ruchu kdykoliv během pobytu v konkrétní destinaci, tak při přemísťování. Stravování poskytuje nejen účel nasycení, ale také dává možnost seznámit se blíže se specifickým kulturním prvkem konkrétního národa nebo regionu. Tyto specifické zvyklosti či gastronomické produkty mohou být i samotným motivem k účasti na cestovním ruchu. Může se jednat např. o oblasti pěstování vinné révy, výroby destilátů, piva či sýrů. Provozovny zaměřené na stravovací služby se člení do dvou kategorií – restaurace a bary. Rozlišují se podle převažujícího druhu poskytovaných služeb (Parmová a kol. 2013).

Do kategorie restaurace se řadí zejména výdej hlavních jídel v průběhu dne nebo poskytují nabídku, která může hlavní jídla nahradit, řadíme sem provozovny typu restaurace, pohostinství, jídelní železniční vozy, motorest, samoobslužná restaurace, bufet, bistro (fast food), občerstvení, kiosky. Nevylučuje se zde to, že v těchto jednotkách může být uskutečněná funkce doplňková či společensko-zábavní.

Do druhé kategorie provozoven řadíme bary, které nabízejí klientům hlavně společensko-zábavné potřeby, řadíme sem denní bary (gril bar, snack bar, aperitiv bar, lobby bar, pizzerie), noční bary (noční klub, varieté, dancing, diskotéka) a v neposlední řadě provozovny specializované na podávání nápojů (vinárna, kavárna, espresso, hostinec, pivnice, výčep). I v těchto zařízeních zákazník může najít občerstvení (Parmová a kol. 2013).

V praxi se lze setkat s tím, že veškeré funkce spolu těsně souvisí a mnozí podnikatelé se snaží ve stravovacích službách přichystat zákazníkům co nejrozsáhlejší nabídku. Stravovací služby nemají další členění kategorií podle kvality poskytovaných

služeb a vybavení provozovny jako služby ubytovací. Vybavenost provozovny a úroveň kvality záleží individuálně na každém podnikateli, stejně tak jako určení ceny jeho produktů. Každý podnikatel by měl však jednat v souladu s platnými zákony a předpisy, které upravují tuto sféru činnosti. Největší pozornost je zapotřebí věnovat hygienickým podmínkám provozu, jelikož pokud se nebudou dodržovat, může dojít k ohrožení zdraví i životů zákazníků (Čertík a kol. 2000).

Zákazníci při svém pobytu využívají stálou síť provozoven veřejného stravování v daném místě. Specifické možnosti stravování nabízejí pro turisty zejména hotely, a to v rámci svých komplexních služeb. V tomto případě může turista využívat stravovací služby v rozmanitém rozsahu (ubytování se snídaní, polopenze, plná penze, all inclusive). Účastník si vybírá rozsah stravovacích služeb v závislosti na zvolené formě cestovního ruchu, délce pobytu, podnětem účasti, finančními možnostmi a jeho potřebami (Indrová a kol. 2004).

Stravovací služby, které jsou poskytovány v dané destinaci, a jejich úroveň jsou často odrazem ekonomického a kulturně-historického vývoje oblasti. Je proto možné říci, že většina zahraničních turistů hodnotí navštěvovanou zemi i dle úrovně poskytovaných služeb a nabídek v restauracích.

Sítě provozoven restauračního stravování jsou rozmanité. Hustota a zastoupení jejich dílčích kategorií závisí na typu dané lokality. Provozovny ve vesnické oblasti se liší od provozoven ve městech. Tam, kde se nejvíce soustředí cestovní ruch, je obvykle i vysoce koncentrována nabídka stravovacích služeb se širokým zastoupením nejrůznějších kategorií. V posledních letech se stále více tíhne ke specializovaným restauracím, které se zaměřují na služby etnické (italská, čínská, řecká a jiná kuchyně), nebo se objevují provozovny specializované na konkrétní druhy pokrmů a nápojů (vegetariánské restaurace, steak house, drůbeží občerstvení, pizzerie, čajovny a bary) či zaměřené na určitý způsob nabídky a odbytu (rychlé stravování) (Křížek, Neufus 2011).

Také regionální a národní gastronomie je v rámci mezinárodního cestovního ruchu jednou z významných aktivit. Může být samostatným motivem zájmu na cestovním ruchu, jak již bylo zmíněno, a zároveň je i součástí kulturního dědictví národa. Gastronomie určité oblasti je ovlivňována geografickou polohou, podnebím, prvky fauny a flóry, které jsou používány k hospodářským účelům, náboženstvím, kulturní tradicí, úrovni ekonomického rozvoje, prostupností vlivů cizích zemí, míšením kultur a jinými faktory (Indrová a kol. 2004).

4 PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU VE MĚSTĚ SUŠICE

Město Sušice se nachází v Plzeňském kraji nedaleko hranic s Jihočeským krajem. Je také součástí klatovského okresu, ve kterém zastává pozici obce s rozšířenou působností (ORP). ORP Sušice leží v šumavské periférii kraje, přičemž na severu sousedí s ORP Horažďovice a ORP Klatovy, na východě s Jihočeským krajem a na jihozápadě se Spolkovou republikou Německo (Chromý, Skála 2010). Sušice se se svými šestnácti městskými částmi rozprostírá na 4 564 ha a k trvalému pobytu je zde přihlášeno 11 277 osob (k 1. 1. 2014, ČSÚ 2014). Název města je často spojován s „Bránou Šumavy“ kvůli poloze na hranicích Chráněné krajinné oblasti Šumava, na níž se napojuje Národní park Šumava. Sušice nemůže zapřít blízkost těchto chráněných území, o blízké vzdálenosti Šumavy svědčí i 42 % podílu lesního porostu, což je více, než činí republikový průměr. V celé oblasti se nachází také mnoho kopců s výraznou sítí vodních toků.

V případě rajonizace cestovního ruchu České republiky lze Sušici začlenit do turistického regionu Šumava a turistické oblasti Šumava – východ (Turistické regiony a oblasti ČR 2005). Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR nezařazuje Sušici do oblasti jako Šumavu, ale řadí ji do stejné skupiny jako podhůří pohraničních hor a vnitrostátních hor a vysočin. V této rajonizaci je možné říci, že Sušice náleží do kategorie – venkovská krajina s velmi příznivými předpoklady pro cestovní ruch charakteristická 57,0-74,9 % potencionálních rekreačních ploch. Sušici se tedy dá považovat za středisko neregionálního významu s celoročním městským cestovním ruchem s výraznou letní sezónou (Vystoupil a kol. 2007).

4.1 Historický vývoj města

První zmínky o osídlení oblasti, kde leží dnešní město Sušice, pocházejí dle archeologických nálezů ze starší doby kamenné. Dále jsou zde archeologické nálezy z pozdní doby bronzové, odkud pochází bronzový hrot kopí, který byl nalezen na sušickém náměstí. Z laténské doby byly objeveny keltské zlaté mince a z 11. století slovanské kostrové pohřebiště nalezené při úpatí vrchu Svatoboru (Pokorný, Řezníčková 2001).

Původně byla celá oblast pravěkou rýžovnickou osadou při obchodní cestě do Bavor. Jméno města značí suché místo mezi vodními toky Otava a Roušarka. První

písemné zmínky o Sušici pocházejí až z roku 1233. Samotná osada však byla nejspíš založena již kolem roku 790 n. l. Během 12. století náleželo celé Sušicko bavorským hrabatům z Bogen (Kavale, Staňková 2015). Kolem roku 1257 český panovník Přemysl Otakar II. vojensky obsadil celý region a o tři roky později se pustil do budování královského města, které mělo sloužit jako jeho opora pro tento kraj. Sukcese města byla dokončena za Jana Lucemburského, kdy se vybuďovalo mohutné opevnění s dvojitým pásem hradeb a třemi branami. Výhodná poloha města na Zlaté stezce umožnila zdejším měšťanům bohatnout z rýžování zlata a obchodní spolupráci s Bavorskem (Pokorný, Řezníčková 2001).

V husitské době se Sušice přidala na stranu táborského městského bratrstva. V 16. století poté zaznamenala velký hospodářský růst. Město ve větší míře navázalo spolupráci s blízkým susedem – Bavorskem. Obchodovalo se jak s obilím, tak se solí a sladem. Probíhaly zde také velké změny, docházelo k přestavbám domů a stavbě renesanční radnice uprostřed náměstí. Renesanční vzhled radnici však dlouho nevydržel. Roku 1707 byla zničena požárem. Z tohoto období je dnes v Sušici možné nalézt i muzeum s velkým atikovým štítem (Kavale, Staňková 2015).

V 17. a 18. století bylo město značně poškozeno požáry, válkami a protireformacemi, kterým napomáhal kapucínský klášter ve městě i poutní kaple na vrchu Stráži.

V 19. století docházelo k velkému rozkvětu města. Nejvýznamnější pro rozvoj Sušice byl rok 1839, kdy došlo k zavedení výroby fosforových zápalek. V tomto roce se o hospodářský růst města zasloužil nejvíce Vojtěch Scheinost, kterého stejně jako Sušici proslavila tato výroba. V této době se zde rozvinul kožedělný průmysl a na konci 19. století těžba a zpracování vápence. Na počátku 19. století mělo město přibližně 3000 obyvatel, v 1. pol. 20. stol. již 6500 obyvatel (Rebstöck 2003).

4.2 Geografické předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu města

V následujících kapitolách se autorka snažila stručně vystihnout prvky, které jsou důležité pro rozvoj cestovního ruchu v Sušici a nejbližší okolí.

4.2.1 Lokalizační předpoklady

Tato kapitola vystihuje nejdůležitější a nejvýznamnější místa či objekty v Sušici, které by se mohly stát lákadlem pro potencionální návštěvníky. Rozebírají se zde také přírodní a společenské části města.

Přírodní předpoklady

Podle Galvasové a kol. (2008) má na rozmístění cestovního ruchu značný vliv reliéf, klima, vodstvo, fauna a flóra.

Reliéf patří do velice významného kritéria vertikální členitosti. Město Sušice se nachází na obou březích řeky Otavy v nadmořské výšce 465 m n. m. Plochu města, která je zastavěná, obklopují kopce s vrcholy od 520 m n. m. do 845 m n. m. Sušice je součástí Svatoborské vrchoviny. Jde především o vrch Stráž s poutní kaplí Anděla Strážce (552 m n. m.), Žižkův vrch s Kalichem (630 m n. m.), Kalovy (704 m n. m.) a Svatobor s rozhlednou (845 m n. m.). Všechny tyto lokality jsou turisticky zpřístupněny s vyznačenými trasami a poskytují turistům dobrý výhled na celý region (Demek a kol. 2006).

Klima má vliv na rozmístění cestovního ruchu zejména teplotou vzduchu, rozložením a intenzitou srážek. Podle Krajského úřadu Plzeňského kraje (2015) je oblast Šumavy územím s chladným podnebím, které lze zařadit do mírně chladného typu. Proti proudu vodních toků je možné zaznamenat znatelný přechod do teplejších klimatických zón. Klima Sušice se podle Quittovy klasifikace začleňuje do mírně teplé oblasti MW7, která svým dlouhodobým měřením uvádí průměrnou roční teplotu v Sušici 7,2 °C. Jako nejchladnější měsíc ve městě se uvádí leden (-2,5 °C) a nejteplejší měsíc červenec (17 °C). V zimním období jsou typické inverzní stavy. Převažuje proudění vzduchu od JZ – Z a geomorfologická členitost má vliv na srážkovou činnost. Závětrnou stranu Šumavy tvoří srážkový stín hor, a proto když na vrcholcích Šumavy spadne kolem 1300 mm/rok, tak v místě srážkového stínu lze naměřit pouze kolem 500 mm/rok. Konkrétně v Sušici dosahuje průměrný úhrn srážek 654 mm/rok. Nejvyšší úhrn srážek je zaznamenán od dubna do září (411 mm) a nejnižší hodnoty v lednu (Kolektiv autorů 2007).

Vodstvo patří neodmyslitelně k významným prvkům přírodních předpokladů. Tak je tomu i v případě Sušice, která leží na řece Otavě vznikající soutokem řek Vydry a Křemelné v Čeňkově Pile. Hladina řeky je využívána především vodáky v letním období. Okolí Otavy mohou využít také cyklisté, zejména na přístupné Otavské cyklotrase. Na své si přijdou i příznivci pěší turistiky, kteří mohou využít červených turistických značek v úseku Čeňkova Pila – Sušice a Horažďovice – Strakonice. Zelené turistické značky jsou v úseku Sušice – Horažďovice (Vlček a kol. 1984).

Fauna a flóra, která se v Sušici nachází, není zavádějícím faktorem pro rozmístění cestovního ruchu. Vyskytují se zde klasické druhy rostlin a živočichů.

Sledovaná oblast je pokryta lesními porosty, zejména jehličnany. Z živočišného hlediska je zde typická vysoká zvěř a prase divoké. Naopak je zaznamenán úbytek bažantů, koroptví a zajíců.

Ochrana přírody na Sušicku je nedílnou součástí smýšlení tamějších obyvatel, a to především díky již výše zmíněné Chráněné krajinné oblasti a Národního parku Šumava. Směrem na severovýchodní stranu Sušice se napojuje také Přírodní park Buděticko. Ten je typický tím, že se v severní části vyskytuje acidofilní doubrava a na jihu vápencové vrchy. V této oblasti jsou velmi významné vrchy Chanovec a Čepičná, přičemž Čepičná je evropsky významná lokalita, kde jsou chráněny lesostepní bory s podrostem jalovce obecného a porosty sukulentů. Do Přírodního parku Buděticko patří také evropsky významná lokalita Rabí a Vlkonice. Všemi lokalitami, které jsou výše zmíněny, vedou značené turistické trasy dosažitelné z města Sušice ve vzdálenosti do 15 km. Za návštěvu zcela jistě stojí také přírodní park Kochánov a kašperská vrchovina, které turista projde taktéž po značených turistických trasách. Žihobský zámek s letní kolonií vrápence malého je dostupný ze Sušice po modré turistické značce. V Národní přírodní památce Pastviště u Fínů, nacházející se 5 km jihovýchodně od Sušice, jsou chráněny především louky, pastviny a na nich se vyskytují rostliny: švihlík krutiklas a hořeček mnohotvárný český. Pastviště u Fínů patří také mezi evropsky významné lokality v rámci soustavy Natura 2000, bohužel však není přístupná po značených trasách. Nedostupnými evropskými významnými lokalitami v tomto regionu jsou také Ostružná (výskyt mihule potoční) a Pohorsko (výskyt hořečku mnohotvárného českého). Všechny zmiňované lokality se nacházejí v těsné blízkosti města Sušice (AOPK ČR 2015).

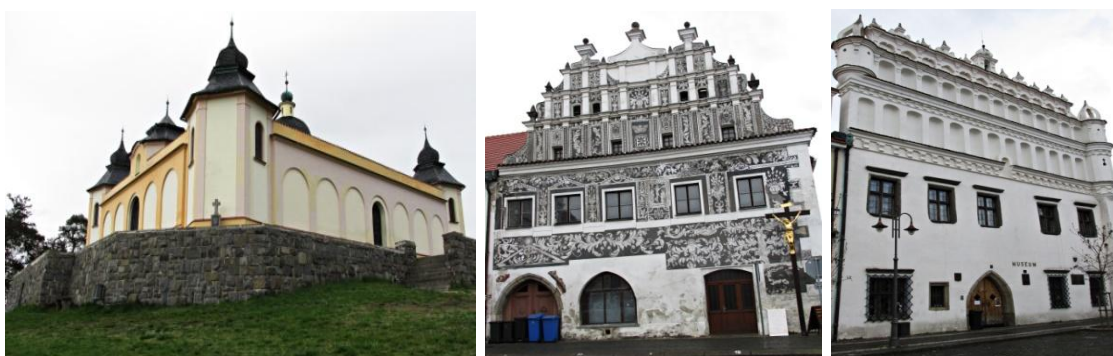
Společenské předpoklady

Podle Mirvalda a kol. (1996) mají společenské předpoklady důležitou územní koncentraci, která stanoví zaměření cestovního ruchu. Jde o výslednou činnost člověka, a proto souvisí s vývojem určité oblasti (Hrala 2005). Mezi společenské předpoklady patří kulturně-historické památky, kulturní zařízení a akce, sportovní a zábavní zařízení (Galvasová a kol. 2008).

Kulturně-historické památky v Sušici jsou pro svou jedinečnost chráněny městskou památkovou zónou. Do těchto památek řadíme čtyři sakrální stavby. Nejvýraznější stavbou je poutní kaple Anděla Strážce (*Obrázek 1*), nazývaná také Andělíček, která se tyčí nad městem. Postavena byla již v 80. letech 17. století a podle

pověsti se v daném místě zjevil anděl, aby ochránil malé dítě před jedovatým hadem (Město Sušice 2015a). Kaple je otevřena jen během sušické pouti a v letních měsících, konkrétně v červenci a srpnu pouze při čtvrtěčních mších. Co se týče měšťanských domů, tak se na náměstí Svobody nachází Rozacínovský dům (Obrázek 2), který má bohatou sgrafiku. Od 90. let 20. století je opuštěný. Vysokým renesančním štítem se může pyšnit Voprchovský dům, v němž nyní sídlí Muzeum Šumavy (Obrázek 3). Krocínovský dům s barokní balustrádovou atikou je v současné době využíván hotelem Fialka (Rebstöck 2003).

Obrázky (zleva doprava): 1. kapele Anděla Strážce, 2. Rozacínovský dům, 3. Muzeum Šumavy



Zdroj: vlastní foto

V současné době je poměrně novinkou, že se v Sušici konají prázdninové pondělní prohlídkové okruhy s výkladem průvodce. V dopoledních hodinách probíhají prohlídky v centru města – kámen neštěstí na náměstí Svobody, sušický betlém v Muzeu Šumavy, kostel sv. Václava, Židovský hřbitov a k tomu výhled z radniční věže. Naopak v odpoledních hodinách se prohlídka zaměřuje na okolní památky – kaple Anděla Strážce, hřbitovní kostel Panny Marie, kostel sv. Felixe, kapucínský klášter a kostel sv. Václava. Skupiny mívají kolem třiceti osob a celé prázdninové okruhy s výkladem průvodce jsou velmi žádané (MIC Sušice 2015b).

Účastníky cestovního ruchu, kteří mají rádi historické památky, zajisté potěší i blízká vzdálenost hradů Rabí, Kašperk a Velhartice. Hrad Rabí, postavený počátkem 13. století, lze navštívit po zelené a dále po žluté turistické značce. Hrad Kašperk, vybudovaný ve 14. století Karlem IV., je dostupný po červené a dále po žluté turistické značce. Na hrad Velhartice, pocházejícího z přelomu 13. a 14. století, se lze ze Sušice podívat po červené turistické trase.

Kulturní zařízení v Sušici z velké části zastupuje *Muzeum Šumavy*. Sídli ve Voprechovském domě na náměstí Svobody a mezi jeho trvalé expozice patří historie sklářství na Šumavě, historie sirkařství (Solo Sušice), život a dílo spisovatele Karla Klostermanna a sklo od švýcarského sběratele Bruna Schreiberera. Od roku 2004 se v muzeu nachází také mechanický betlém, který vytvořili šumavští řezbáři Pavel Svoboda a Karel Tittl. Betlém je z části pohyblivý a obsahuje objekty staré Sušice i charakteristické stavby Šumavy (Muzeum Šumavy Sušice 2015).

Dalším významným zařízením je *Kulturní dům Sokolovna*, které je centrem společenského dění. Pořádají se zde divadla, koncerty, diskotéky, plesy, zábavy, společenské akce, dětská představení, přednášky, semináře a mnoho dalších událostí (Sirkus 2015).

Smetanův sál Gymnázia v Sušici byl přebudován z původní školní kaple z roku 1910 na koncertní sál. V sále se nacházejí historické varhany a kromě koncertů vážné i jiné hudby se zde konají slavnostní setkání studentů gymnázia. Byl zde také uspořádán Slavnostní večer ke vstupu České republiky do Evropské unie (Gymnázium Sušice 2015).

Kino Sušice prošlo mezi roky 2011–2012 plnou rekonstrukcí. Nyní má multifunkční sál, který disponuje moderním vybavením pro promítání filmů i technikou vhodnou pro širší využití. Konají se zde divadelní a taneční představení, přednášky, besedy, konference, různé hry a jiné (Kino Sušice 2015). V létě je v provozu i letní kino na ostrově Santos.

Kulturních akcí v Sušici je poměrně hodně, a proto jsou vyjmenovány a stručně charakterizovány jen ty pravidelné. V *Příloze 1* je následně uvedena přehledná tabulka celoročních akcí konaných v roce 2015.

Z pravidelně pořádaných kulturních akcí, lze zmínit *Reprezentační ples města Sušice* konaný v lednu. Ples se každý rok zaměřuje na různá historická období. Dále je koncem dubna jednou za 2 roky pořádán nesoutěžní festival, který je věnovaný odkazu Miroslava Raichla a nese název – *Je kraj, kde voní tráva*. Zaměřuje se zejména na školní i dětské sbory a jejich přípravná oddělení při základních uměleckých školách. V rámci tohoto festivalu bývá i sbormistrovský seminář. Každoročně se v ten stejný měsíc dne 30. dubna pořádá – *Slet čarodějnic*, jež organizují studenti gymnázia. Na náměstí města se koná přehlídka čarodějnic a ježibab, probíhá také „upálení“ jedné čarodějnice. Průvod se poté přesune na ostrov Santos, kde navazuje připravený kulturní program. Koncem května pořádá město *Oslavy osvobození* u pamětní desky v Muzeu

Šumavy. Probíhá zde vzpomínkový akt u Památníku padlých, prohlídka historické vojenské techniky a promenádní koncert. Následně se v Sušici uskutečňuje *Majáles*, který pořádá Gymnázium Sušice. Ten má tradici již od roku 1994. Typický studentský svátek je každý rok tematicky zaměřen. Program je završen přehlídkou sušických kapel na ostrově Santos. Nejvýznamnější akcí ve městě jsou *Sušické slavnosti*, které se konají pravidelně od roku 1998. Jedná se vícedenní kulturní akci zahajující turistickou sezónu. Hlavní program probíhá vždy na náměstí (přehlídka zájmové umělecké činnosti dětí i dospělých, vystoupení hudebních i tanečních skupin, účast souborů ze zahraničí, ohňostroj a další). Doprovodné akce se konají mimo centrum na Fufernách a na ostrově Santos. Dále jsou tradičně jednou měsíčně od května do konce října pořádány *Farmářské trhy* většinou spojené s kulturním vystoupením. Za zmínku stojí i divadelní workshop *Dramasteria* v červenci, který je završen vystoupením určeným pro veřejnost. Jak již bylo zmíněno výše v kapitole Kulturně-historické památky, tak Sušici vyzdvihují i *Prohlídky města*, konané každé pondělí o letních prázdninách.

Letní sezónu ukončuje pravidelný hudební festival *Šumava Rock*. Regionální open air music festival se odehrává na ostrově Santos a je velmi oblíbenou akcí pro široké spektrum návštěvníků, v roce 2016 se uskuteční již po třiadvacáté. Každý rok na akci vystupuje mnoho celorepublikových kapel (Monkey Business, Chinasky, Žlutý pes a další). Šumava Rock také pomáhá sušické nemocnici, postiženým dětem, ochraně přírody apod. Akci navštíví přibližně kolem 1 500 osob. Každou první zářijovou neděli mohou hosté města zavítat na *Sušickou pouť*, na které se pravidelně konají bohoslužby v kapli Anděla Strážce, trhy, výstavy, pouťové atrakce a hudební zábavy. V neposlední řadě z pravidelných akcí zaujímá v říjnu místo – *Oslava Dne vzniku samostatného československého státu*, kde je zvyklostí uskutečňovat lampionový průvod. Poté následuje slavnostní prohlášení a závěrečný ohňostroj. Vánoční čas v Sušici s sebou přináší *Slavnostní rozsvěcení vánočního stromku* (první adventní neděle), *Společné zpívání koled a Vánoce na náměstí*, kde se uskutečňují trhy s vánočním zbožím a v každý podvečer se prezentuje jedna škola nebo umělecké sdružení (Město Sušice 2015b).

Sportovní zařízení lze v Sušici využít na mnoha místech, a to na zimním a atletickém stadionu, fotbalovém, tenisovém a volejbalovém hřišti, bazénu, nově zrekonstruovaném letním koupališti či skateparku, dále také v několika posilovnách a tělocvičnách. Je zde možnost využít například outdoorové centrum Offpark, které nabízí lanový park, sjezd ze Svatoboru na terénních koloběžkách nebo

aktivitu Raftem po Otavě. Vyzkoušet si lze i další aktivity, zejména paintball, segway, in-line, potápění, lety balónem, paragliding, zážitkové lety a lety vrtulníkem. V Sušici se pravidelně konají i sportovní akce. V květnu se na náměstí uskutečňuje kvalifikační kolo dřevorubecké soutěže na Mistrovství světa ČR – *Stihl Timbersports*. Přelom května a června je už od roku 1994 ve znamení mezinárodního mládežnického fotbalového turnaje – *Otava Cup*. Jedná se o jeden z největších turnajů konaných na území České republiky. Do Sušice přijíždí každý rok více než 50 žákovských dorosteneckých mužstev z Evropy. Zavítají sem mužstva např. z ČR, Belgie, Německa, Francie, Nizozemí, Rakouska, Polska, Slovenska, Švýcarska apod. Otava Cup se stal velice žádanou a uznávanou sportovní událostí, kterou pořádá mimo jiné nadace Euro-sportring, licenční organizace UEFA. V červnu pořádá *High Point Svatobor Cup* závod horských kol. Další událost je zahájena první sobotou v červenci – *Šumavský Strongman*, jde o soutěž extrémně silových disciplín. Srpen může do města přilákat nadšence běhání, a to zejména událostí – *Běh podél Otavy*. Předposlední akcí roku (září) je *Svatobor Tour*, kde se mísí závod cyklistů a běžců. Soutěž začíná na sušickém náměstí a končí na vrchu Svatoboru.

Pravidelné sportovní akce v Sušici uzavírá *Extreme Challenge* v říjnu. Jedná se o štafetový závod čtyřčlenných družstev. Tým je složený z běžce, cyklisty, kajakáře a paraglidisty. Od roku 2009 pořádá tuto akci Offpark Sušice a zatím přilákal 25 závodních týmů (MIC Sušice 2015b). Podrobnější přehled akcí je uveden v *Příloze 1* spolu s kulturními akcemi. Uvedené akce jsou lákadlem pro návštěvníky, kteří hledají sportovní využití v Sušici, ale i pro ty, jež chtějí jen fandit nebo si užívat doprovodný program.

4.2.2 Selektivní předpoklady

Podle autorů Štěpánka, Kopačka, Šípa (2001) představují selektivní předpoklady určitou způsobilost obyvatelstva dané oblasti účastnit se cestovního ruchu nebo naopak přijímat tyto účastníky. Selektivní předpoklady je možné dělit na objektivní a subjektivní.

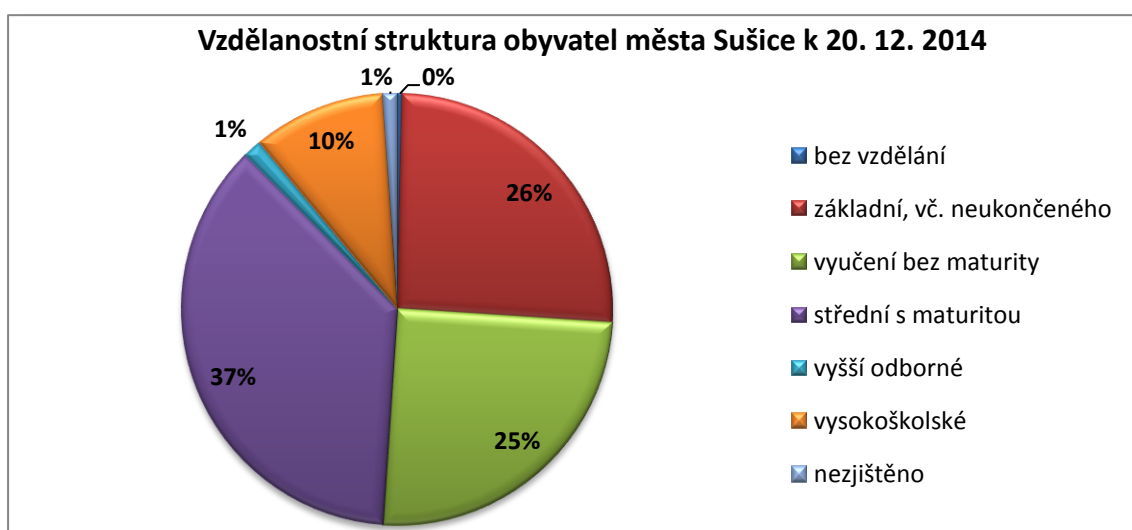
Objektivní předpoklady

V těchto předpokladech jde především o politickou a bezpečnostní stabilitu území, ekonomickou a životní úroveň obyvatelstva nebo stav životního prostředí (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001).

V další knize od Mirvalda a kol. (1996) se uvádí, že z demografických údajů má na cestovní ruch největší dopad vzdělanostní struktura a věkové složení. Proto se

autorka rozhodla uvést tyto ukazatele aplikované na Sušici. Podle veřejné databáze ČSÚ (2014) je v Sušici přirozený úbytek obyvatel (-20), což značí, že je zde více zemřelých než narozených. Migrační saldo je v roce 2014 na 0, jelikož počet vystěhovalých a přistěhovalých je dle ČSÚ v obou případech 198. Odchod obyvatelstva z města je způsoben zejména pracovními příležitostmi. Lidé se nejčastěji stěhují do větších sídel, především do Klatov a Plzně. V Sušici žije (k 1. 1. 2014) 11 277 obyvatel z toho je 68,8 % v produktivní věkové kategorii 15-64 let. Ve skupině nad 65 let se nachází 17,1 % obyvatel města. Průměrný věk obyvatel Sušice je 41,3 let, což je o něco málo méně než celorepublikový průměr (41,7 let). Co se týče vzdělanostní struktury obyvatel města, tak převažují občané se středoškolským vzděláním zakončeným maturitou. Čtvrtina obyvatel má dokonce jen základní vzdělání nebo výuční list (*Graf 1*). Vzdělanostní struktura Sušice však odpovídá celorepublikovým hodnotám.

Graf 1:



Zdroj: ČSÚ (2014), vlastní zpracování

Podle aktuálních údajů za leden 2016 dosáhla nezaměstnanost v Sušici 7 %, přičemž je k dispozici 161 volných pracovních míst pro 790 uchazečů (MPSV 2016). V sezónním období logicky nezaměstnanost klesá. Nejvíce vykazují poptávku po zaměstnancích oblasti cestovního ruchu, ubytování a stravování. Naopak nejmenší zájem je po nekvalifikovaném středoškolském, vysokoškolském obyvatelstvu a po ženách s malými dětmi nebo po uchazečích ve věkové kategorii nad 50 let. V současné době jsou největšími zaměstnavateli v Sušici podniky Dopla Pap a. s., Solodoor a. s., Spak food s r. o., Jihozápadní dřevařská a. s., Sušická stavební, s r. o., Koramex a. s. Dále se jedná o zbourání historického podniku – Solo Sušice, který má být nahrazen německým

obchodním řetězcem Kaufland. Dle názoru autorky by došlo ke zvýšení počtu volných pracovních míst, ale zbourání takto významné historické budovy, díky které se Sušice proslavila výrobou zápalek, je neuvážené.

Subjektivní předpoklady

Hrala (2005) uvádí, že subjektivními předpoklady jsou faktory, které ovlivňují účast lidí na cestovním ruchu. V dnešní době se jedná zejména o propagaci a módnost návštěvy dané destinace. Návštěvník, který bude chtít nalézt informace o Sušici, může zavítat na oficiální internetové stránky Město Sušice (2015) nebo na ŠumavaNet (2015), také na Turistický portál Plzeňského kraje (2015), kde lze najít o městě většinu informací. Portálů zabývajících se Šumavou je mnoho a je jen na návštěvníkovi, který si vybere.

Souhrnné a přehledné informace o městě postrádají weby: Oficiální rozcestník cestovního ruchu turistického regionu Šumava (2015), Krásy Šumavy (2015) a Jižní Čechy a Šumava (2015). V základních údajích je Sušice prezentována na portálu Plzeňského kraje (2015) i na Informačním portálu Šumavy (2015). Na stránkách Otavská plavba (2015) může návštěvník zjistit informace o cykloturistice, hipoturistice, vodní turistice a jiných příležitostech v celém Pootaví. Web je společným projektem měst Sušice, Horažďovice, Strakonice a Písek. Oficiální web – Město Sušice (2015) poskytuje o městě základní údaje, historii, památky, události, možnosti stravování, ubytování a mnoho dalšího. Vše je doplněno množstvím tematických fotografií. Podle autorčina názoru je tento portál velice přehledný a informativně velmi bohatý.

4.2.3 Realizační předpoklady

Podle autorů Štěpánka, Kopačky a Šípa (2001) mají realizační předpoklady rozhodující vliv na konečnou fázi realizace cestovního ruchu. Umožňují dosáhnout a využít konkrétní destinaci. Tyto činitele lze dělit na dopravní předpoklady, ubytovací a stravovací zařízení, také na doplňkové služby pro návštěvníky (Mirvald a kol. 1996).

Dopravní předpoklady

Hrala (2005) uvádí, že dopravní předpoklady mají vliv na hustotu a kvalitu dopravních sítí, také že ovlivňují možnosti dopravních spojení. Město Sušice neleží na žádných hlavních silničních nebo železničních tazích (*Příloha 2*). Nachází se zde železniční trať lokálního významu č. 185 (Horažďovice předměstí – Horažďovice – Sušice – Klatovy – Janovice nad Úhlavou – Kdyně – Domažlice) (Seznam železničních tratí v Česku

2016). Co se týče spojení s Českými Budějovicemi, tak ze Sušice se lze do tohoto města dostat spojením Sušice – Horažďovice – Horažďovice předměstí, s přestupem na rychlík z Plzně do Brna, kde jeho trasa vede přes Horažďovice předměstí – Strakonice – Ražice – Protivín – Číčenice – České Budějovice. Přímé spojení s Českými Budějovicemi zajišťuje jednou za den veřejná autobusová doprava (IDOS 2016, k 3. 2. 2016), což je velmi málo. Při analýze dopravních spojení s Prahou, jakožto hlavním centrem republiky, poskytuje veřejná autobusová doprava během dne celkem dvanáct spojů tam i zpět po lince Sušice – Strakonice – Praha. S Plzní, regionálním centrem, existuje stejně jako s Českými Budějovicemi pouze jedno přímé spojení. Spoje do Klatov jsou už četnější (IDOS 2016, k 2. 3. 2016). V letní sezóně zajišťují spojení se Šumavou ekologické autobusy, které mohou využít jak turisté, tak cyklisté (ČSAD 2015). Naopak v zimní sezóně jsou hojně využívány skibusy, které jezdí v pátek, sobotu a neděli (CzechTourism 2015b).

Další významnou dopravní komunikací jsou silnice. Páteří silniční tah tvoří silnice II/169 Horažďovice – Sušice – Rejštejn – Kvilda, která má poměrně dobrou kvalitu. Dále mezi významné tahy patří silnice II/187 Sušice – Hrádek – Kolinec – Plánice – Nepomuk, silnice II/171 Janovice nad Úhlavou – Běšiny – Petrovice u Sušice – Sušice – Podmokly – Strašín – Vacov – Čkyně (SÚSPK 2016). Tyto silnice mají vyhovující stav, ostatní místní komunikace jsou označovány jako nevyhovující, nebo dokonce za silnice havarijního typu, lze je vidět v *Příloze 3*.

Ubytovací a stravovací zařízení

Hrala (2005) ve své knize tvrdí, že ubytovací a stravovací zařízení stanovují kapacitu území, kde lze využít lokalizační podmínky. Návštěvníci si během svého pobytu v Sušici mohou vybrat z mnoha hromadných ubytovacích zařízení. Jde zejména o tři tříhvězdičkové hotely (Hotel Gabreta, Sporthotel Pekárna, Hotel U Daliborky) nebo o jednohvězdičkové hotely (Hotel Svatobor, Hotel Fuferna). Dále se jedná o sedm penzionů (Eva, Libuše, Milli, Otava, U Vítovců, U jezu, Volšovka), dva kempy (Jitřenka, Vodácký kemp), chatovou osadu (Luh), chatu (Svatobor) a tři turistické ubytovny (Pražská, TJ Sušice, SOŠ a SOU Sušice) (MIC 2015b). Ubytovat se lze také v soukromí a apartmánech (Apartmány Bašta, T-mix, McVítek a mnoho dalších).

Přehled ubytovacích zařízení s kapacitou a cenou je uveden v *Příloze 4*. Údaje uvedené v této příloze jsou zjištěné díky osobní návštěvě zařízení, pokud chybí, tak se nedaly přímo dohledat. V Sušici jsou také provozovny, které mají většinou celoroční

provoz, ale najdeme zde i ty, které jsou otevřeny jen v letním období, jedná se především o kempy, chatové osady a Chatu Svatobor. V celkovém součtu nabízí Sušice 520 míst pro karavany a stany, 161 pokojů s 568 lůžky, přičemž čtvrtinu z těchto lůžek poskytují právě hotely a penziony.

Stravovací zařízení v Sušici poskytují nabídku jídel různé kvality a cenové hladiny. Město nabízí návštěvníkům celkem 19 restaurací (Gabreta, Gloria, Fialka, U Chovatelů, U Kněžů, U Vítovců, Zlatá Otava a jiné), dvě pizzerie (La Piota, Paradisso) a dvě rychlá občerstvení (McVítek, U Vaněčků). Převážná část stravovacích zařízení se nachází na náměstí Svobody nebo v přilehlých ulicích. Každá restaurace poskytuje jak hotová jídla, tak minutky a mnohdy i polední menu. Sušice nabízí i možnost využití cukrárny (Madam Čokoláda), kavárny (Café Bar v Jablíčku, Café Koruna, Café L'Amour, U Školy), vinárny (Pod Kalichem, U Vítovců, Vinotéka Fialka, Vinotéka Integraf) a čajovny (Čajové pohlazení) (MIC 2015b).

Doplňkové služby

Mírvald a kol. (1996) ve své knize píše, že doplňkové služby obsahují cestovní kanceláře, informační centra, policii, zdravotnická zařízení a jiné.

Městské informační centrum Sušice je, co se týče poskytování informací, na velmi kvalitní úrovni. V roce 2009 bylo vyhodnoceno jako nejlepší informační centrum Plzeňského kraje (A.T.I.C. ČR). Ochotné a vstřícné pracovnice zde nabízejí informace a materiály jak o Sušici, tak o Šumavě, prodávají místenky na veřejnou autobusovou dopravu či upomínkové předměty, v neposlední řadě zajišťují úschovnu zavazadel nebo zpřístupňují radniční věž. Samotné městské informační centrum se nachází ve středu náměstí v přízemí radniční budovy.

Městské kulturní středisko Sušice pořádá také jednodenní výlety na Šumavu nebo do blízkého Německa. Klub českých turistů pořádá v pravidelných intervalech aktivní výlety pro pěší turisty a cykloturisty. Přímo městem vede také šest regionálních cyklotras a jedna mezinárodní (*Tabulka 3*). Přehledná mapa cyklotras na Sušicku je uvedena v *Příloze 5*.

Tabulka 3: Přehled cyklotras procházejících Sušicí v roce 2015

Číslo	Trasa cyklotrasy	Délka (km)
305	Sušice – Tedražice – Hrádek – Kolinec – Mlázovy	19,1
313	Sušice – Chmelná – Čepice – Žichovice	11
331	Sušice – Dlouhá Ves – Annín – Rejštejn – Zhůří – Horská Kvilda – přírodní rezervace Jezerní slať – Kvilda – Bučina	39
2031	Sušice – Svatobor – Odolenka – Odolenov – Svojšice – Cihelna – Velhartice	11,9
2079	Sušice – Dohaličky – Žikov – Posobice – Kněžice – Petrovice – Vojetice – Rovná – Dolní Kochánov – Keplý	14,5
Otavská	Modrava – Hartmanice – Sušice – Horažďovice – Strakonice – Zvíkovské Podhradí	166

Zdroj: *Cyklotrasy (2016), vlastní zpracování*

Sušické náměstí je, co se týče příjezdových cest, relativně málo rozmanité. Umožňuje totiž pěším turistům přijít pouze osmi směry. Pro přehlednější orientaci je sestavena *Tabulka 4*, ve které jsou napsány turistické trasy. Ty jsou následně rozděleny podle barev.

Tabulka 4: Přehled turistických pěších tras z náměstí Sušice v roce 2015

Turistická značka	Trasa
zelená	Sušice – Hrádek – Čejkovy – Ústaleč – Zavlekov – Plánice
zelená	Sušice – Kalovy – Žichovice – Velké Hydčice – Horažďovice
zelená	Sušice – Volšovy – Loučová – Hartmanice
červená	Sušice – Albrechtice – hrad Kašperk
červená	Sušice – Svatobor – Velhartice – Klatovy
červená	Sušice – Annín – Rejštejn – Modrava
modrá	Sušice – Kadešice – Žihobce
modrá	Sušice – Petrovice u Sušice – Zhůří – Hůrka

Zdroj: *MIC (2015b), vlastní zpracování*

Další dvě turistické značky vedou od vlakového nádraží. Po žluté značce může jít turista přes Čímice – Žichovice – Rabí – Nalžovské hory – Plánice až do Klatov. Modrá značka ho dovede přes Dobrušín – Budětice až do Vlkonic. Po této značce si může zajít i k pozůstatkům hradu Džbán.

Za zmínku také stojí sušické naučné stezky. K nalezení je jich zde deset, přičemž osm z nich se týká projektu Sušické pavučiny (*Tabulka 5*). Těchto osm naučných stezek provází návštěvníka městem a jeho okolím. Turista poznává město z mnoha směrů. Z jedné strany jako město královské s hojnou historií a nesčetnou řadou kulturních památek a na druhé straně jako město moderní s krásnou architekturou z počátku

20. století. Sušická pavučina prezentuje město jako kolébku sirkařství nebo jako město, které podporovalo husitské hnutí. Návštěvník města také může hloubat při zastávkách kované křížové cesty. Rodiny s dětmi zajisté využijí putování podél řeky Otavy. Síť je dlouhá 20 km a je označována pavučinkou (*Příloha 6*). Každá jednotlivá trasa je specifická svou barvou a ti, kteří se rádi zúčastňují soutěží, se mohou zapojit do turistické soutěže – *Putování po sušické pavučině* (Sušická pavučina 2016). V *Příloze 7* je uvedena mapa sušické pavučiny, která byla získána od Městského informačního centra.

Tabulka 5: Trasy Sušické pavučiny v roce 2015

Název trasy	Barva označení	Délka trasy
Sušice město královské	zlatá	2
Architektura XX. Století	stříbrná	2
Křížová cesta na Andělíček	fialová	1
Zábavné putování podél řeky Otavy	zelená	3
Hadí stezka na Svatobor	oranžová	4
Sušice kolébka sirkařství	žlutá	3
Sušické setkání s Kalichem	vínová	2
Cestou nejkrásnějších vyhlídek	modrá	8

Zdroj: *Sušická pavučina (2016), vlastní zpracování*

Zbývající dvě turistické trasy se již netýkají Sušické pavučiny. Jedná se o trasu s názvem – *Hrátky se zvířátky*, která je zacílená na nejmenší účastníky. Má celkem 5 zastávek, kdy každá z nich dětem představí určitou oblast Sušicka, a to přitažlivou poutavou formou pomocí lesního zvířátka. Druhá trasa – *Přes Sušici se skřítkem Kolečkem* je zaměřena na naučnou cyklostezku (Město Sušice 2016).

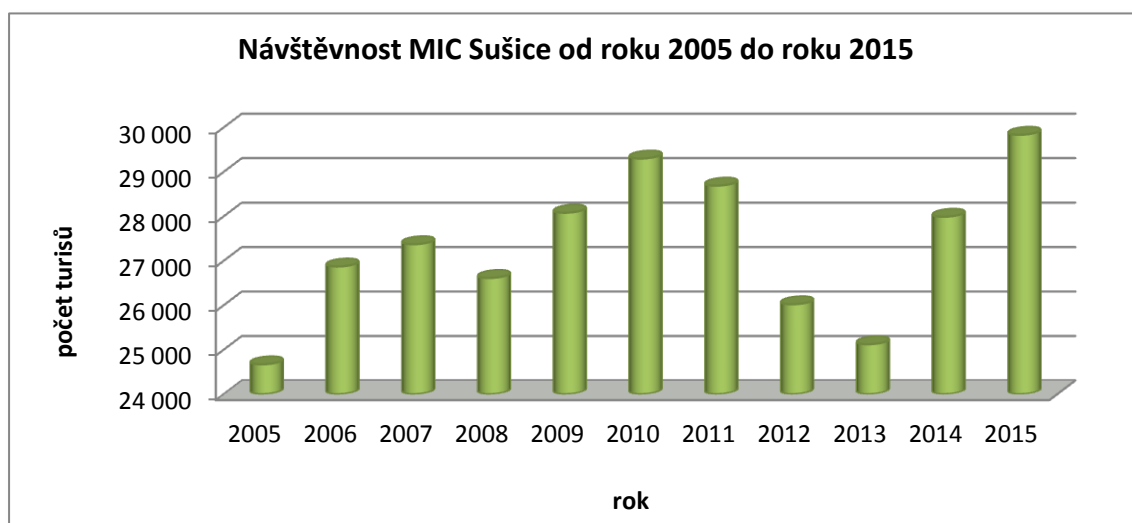
5 ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU MĚSTA SUŠICE

Cestovní ruch daného města je možné zhodnotit mnoha způsoby. Jednou z možností je rozbor jednotlivých předpokladů, jak bylo uvedeno v předešlé kapitole. Druhou možností je zhodnotit návštěvnost na základě ročních statistik z MIC Sušice. K tomu také napomáhá výzkumné šetření turistů a posléze podnikatelů.

5.1 Vývoj návštěvnosti města Sušice

Městské informační centrum (MIC) navštívilo v roce 2015 téměř 30 tisíc turistů (Graf 2). Údaje o návštěvnosti města Sušice neexistují, ale přibližné počty příjezdějících turistů lze zjistit z ročních statistik MIC Sušice, které jsou vedené od roku 2005 (Příloha 8). Návštěvnost města a jeho informačního centra se bude mírně lišit, jelikož ne každý zavítá také do místního MIC. Pro účely této bakalářské práce jsou však údaje o návštěvnosti městského informačního centra dostačující, protože charakter návštěvnosti MIC Sušice se jistě odrazí i v charakteru návštěvnosti samotného města. Kromě počtu návštěvníků je sledována i jejich národnost (Příloha 9).

Graf 2:



Zdroj: MIC (2015a), vlastní zpracování

Návštěvnost informačního centra zaznamenala během posledních deseti let velké výkyvy. Na základě veřejných statistik MIC lze tvrdit, že od roku 2005 do roku 2007 docházelo k růstu návštěvnosti centra. V roce 2008 však došlo k poklesu turistů, což nejspíše ovlivnila celosvětová ekonomická krize. Do Sušice, stejně jako do jiných měst, cestovalo méně turistů než v letech předchozích (MIC 2015b). Mezi roky 2009–2010

návštěvnost opět stoupala, a to až do druhého nejvyššího dosaženého maxima v roce 2010 (přes 29 299 osob). Poté až do roku 2013 klesala. Na základě rozhovoru s pracovníci v IC se autorka domnívá, že je tento pokles zapříčiněn částečnou rekonstrukcí centra, které bylo po část roku zavřeno. Po skončení oprav v roce 2014 byl zaznamenán růst návštěvnosti. Celkové hodnoty však nedosahují počtů turistů z předešlých let, především kvůli pozvolné inovaci centra. Trend růstu návštěvnosti pokračuje až do současnosti. Dnes je středisko na relativně vysoké úrovni, a to ať už díky kvalitnímu vybavení či jeho pracovnícím, které jsou vůči přichozím návštěvníkům pozitivní, ochotné a vstřícné. V roce 2015 dosáhla návštěvnost absolutně nejvyššího počtu (29 834 návštěvníků). Bylo to nejvíce za celé sledované období deseti let.

5.2 Analýza návštěvnosti města Sušice

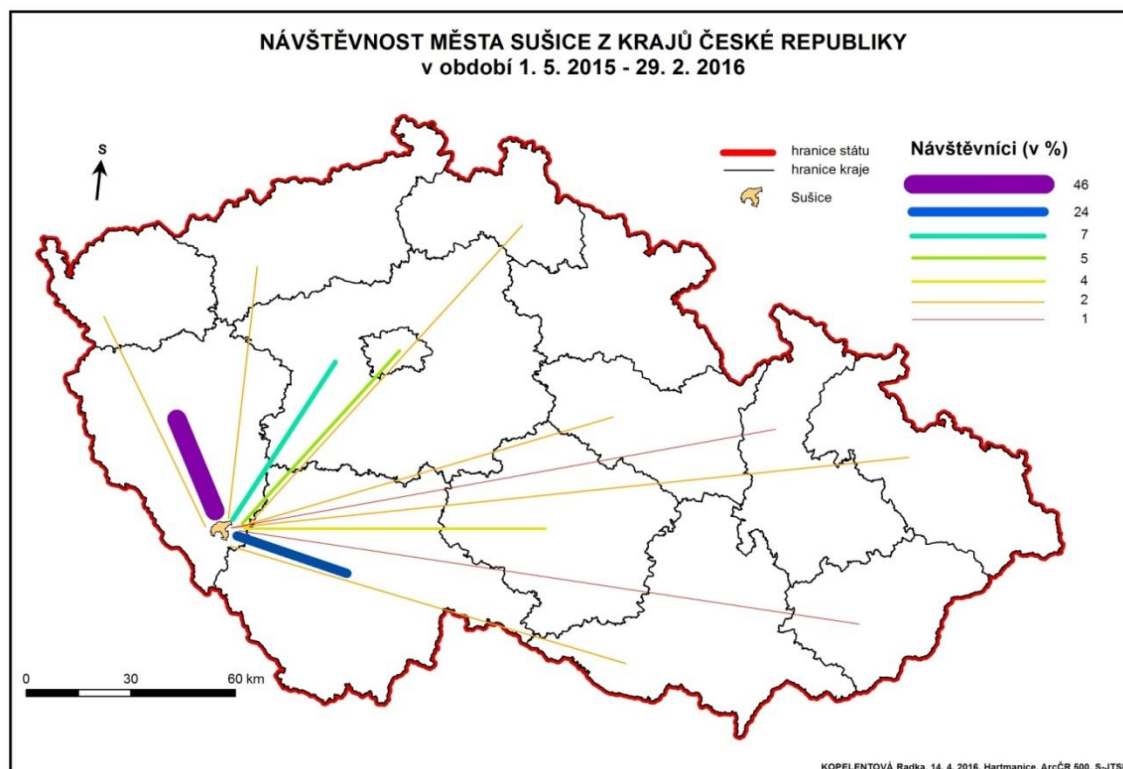
V této podkapitole autorka rozebírá detailně návštěvnost turistů, kteří do Sušice přijeli během desetiměsíčního výzkumného šetření, přičemž reflektuje své názory.

5.2.1 Domácí a zahraniční návštěvnost

Město Sušice navštěvují zahraniční i domácí turisté. Z *Přílohy 9* je patrné, že domácí turisté převažují nad zahraničními. Jelikož se Sušice nachází na území České republiky, tak jde o logický fakt. Tuto návštěvnost je možné dokumentovat na základě MIC, kde čeští turisté v roce 2015 tvořili 98 %. Zároveň to potvrzuje i dotazníkový výzkum, podle kterého čeští turisté tvořili ve sledovaném období 89 % všech respondentů.

Při zaměření na Čechy lze zjistit, že přijížděli nejvíce z Plzeňského kraje (*Mapa 1*). Konkrétně téměř polovina z nich – 47 %. Jde o logickou dedukci, jelikož se v tomto kraji nachází i samotná Sušice. Druhým největším krajem, ze kterého pocházeli turisté přijíždějící do Sušice, je kraj Jihočeský, který s Plzeňským sousedí na jihovýchodě. Především díky velmi blízké vzdálenosti (19 km) a dobrému dopravnímu spojení (IDOS 2016) bylo 26 % turistů z Jihočeského kraje. Tři odpovědi zaznamenal kraj Zlínský a Olomoucký. Nízká návštěvnost turistů z obou krajů je způsobena především velkou vzdáleností Sušice. Absolutně nejnižší počet turistů byl z Královéhradeckého kraje, který jako jediný nezaznamenal žádnou odpověď.

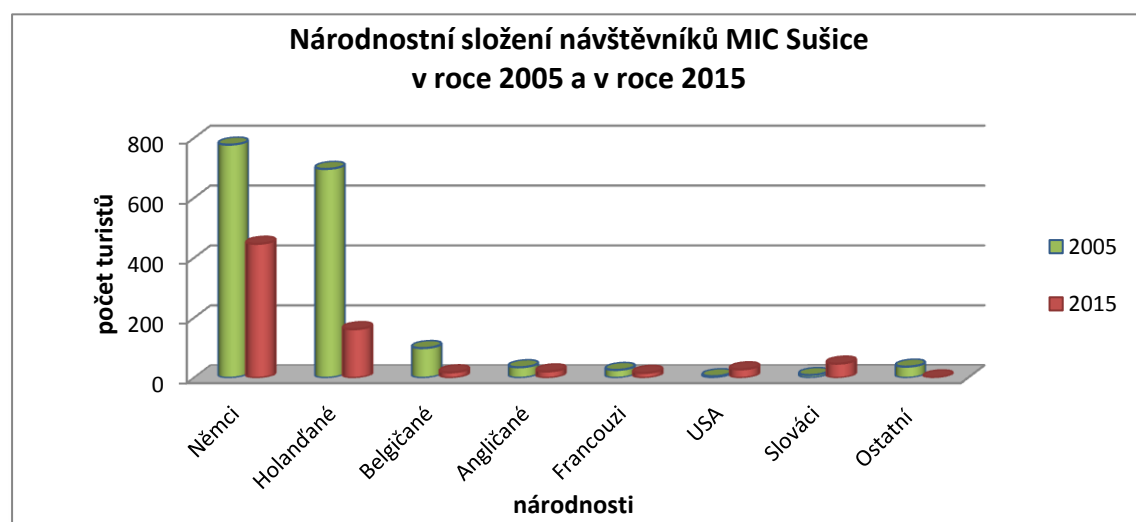
Mapa 1:



Dále je patrné, že nejvíce turistů, kteří navštěvují MIC, je kromě Čechů Němců. Jelikož Sušice leží poměrně blízko německých hranic (cca 40 km), je proto vysoká návštěvnost Němců očekávaná. Z poskytnutých informací je známo, že město navštěvují jak mladí, tak staří němečtí obyvatelé (60 % z celkového počtu zahraničních turistů v roce 2015). V létě převažují spíše rodiny s dětmi, které sem jezdí za rekreací a aktivním životem. Senioři do Sušice zavítají hlavně v klidných měsících, jako je září, březen či duben. Po Němcích jsou nejčastějšími návštěvníky MIC Holanďané (22 % z celkového počtu zahraničních turistů v roce 2015). Ti, přijíždějí právě k nám, kde se rekreují. Někteří zde dokonce budují své nové zázemí – kupují chalupy, domy či apartmány. Tento trend postupně roste, zejména v posledních deseti letech. Návštěvnost dalších národností je již o hodně nižší než u prvních dvou. Dominantní postavení z nich mají především Belgičané (99 turistů). Ti Sušici navštěvují ve větší míře díky blízkosti svojšického hotelu, který je výhradně zaměřený na belgickou klientelu. Hotel se nachází ve vesnici – Svojšice u Sušice, která je od samotné Sušice vzdálena 8,8 km. Hlavním důvodem přítomnosti belgických turistů v Sušici je tedy kromě atraktivity města a krásy Šumavy i blízká vzdálenost hotelu. Ostatní turisté jiných národností tvoří zanedbatelnou část celkových návštěvníků.

Mezi jednotlivými léty 2005 a 2015 jsou v návštěvnosti MIC velké rozdíly (Graf 3). V roce 2015 je stále patrná vysoká návštěvnost Němců a Holanďanů, ta je však oproti roku 2005 nižší. Díky zkoumání ročních statistik MIC autorka zjistila, že během posledních deseti let soustavně klesá návštěvnosti centra zahraničními turisty, přičemž je tato regrese nejvíce patrná na německých a holandských účastnících cestovního ruchu. To je dáno především vyšší návštěvností MIC Čechy. Těch v roce 2005 bylo 22 981, zatím co v roce 2015 již 29 094. Za tento pokles také pravděpodobně může dluhová krize v eurozóně, která započala již rokem 2009. Od této doby se postupně šířila celou Evropou až do roku 2013. Její vliv v ekonomice je však patrný i dnes. Zajímavostí je že, oproti roku 2005, v roce 2015 navštívilo MIC Sušice více Američanů a sousedních Slováků.

Graf 3:



Zdroj: MIC (2015a), vlastní zpracování

Pro porovnání s výsledky Ročních statistik MIC Sušice slouží dotazníkové šetření, ve kterém odpovědělo celkem 42 osob cizí národnosti. Během výzkumu bylo zjištěno, že se jedná v nadpoloviční většině (57 %) o Němce. Dalšími národnostmi turistů byly ve 21 % belgická a v 17 % nizozemská. Během výzkumné doby, zejména v letním období, do Sušice zavítalo i 5 % Angličanů. V porovnání s Roční statistikou MIC Sušice (2015) se výzkum shoduje s převládající návštěvou německých občanů.

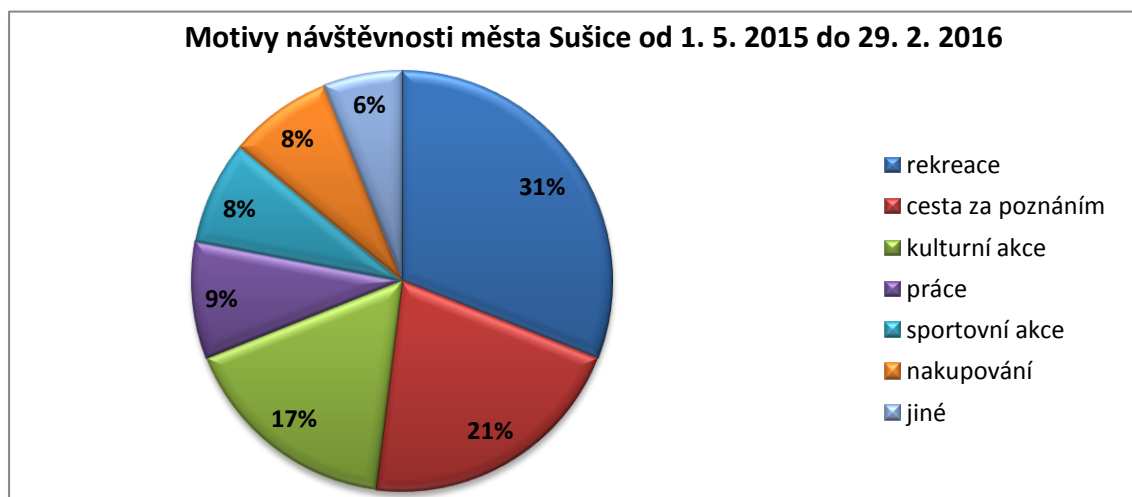
5.2.2 Motivy návštěvnosti

V rámci realizovaného dotazníkového šetření byly zjištěny hlavní motivy návštěvnosti města Sušice. Největším turistickým lákadlem ve městě je u 31 % dotazovaných

(151 osob) rekreace. Někteří respondenti zde mají chatu, na kterou pravidelně dojíždí. Většinou je však láká okolní příroda a klidná šumavská atmosféra. Kulturní a historické památky v Sušici jsou druhým největším lákadlem města. Pro téměř čtvrtinu turistů (21 %) jsou právě tyto pamětihodnosti zajímavé. Mezi hlavní památky navštěvované turisty patří kaple Anděla Strážce, která je lidově nazývána „Andělíčkem“. Důvodem velké obliby tohoto místa turisty je především krásný výhled na celé město. Dalšími hojně navštěvovanými pamětihodnostmi jsou následně rozhledna Svatobor či historické centrum města.

17 % návštěvníků považuje za hlavní důvod své návštěvy kulturní akce, kterých je ve městě celá řada (*Příloha 1*). Nejvíce z nich přijíždí právě na kulturní akci pořádanou městem Sušice, s názvem – *Sušické slavnosti*. Jak již bylo zmiňováno výše, tak tato akce láká nejen české, ale i zahraniční návštěvníky. Kolik osob přesně navštívilo v roce 2015 – *Sušické slavnosti* se bohužel nepodařilo zjistit, především z důvodu neochoty organizátorů akce. 9 % osob navštívilo město z pracovních důvodů. Podobné procento respondentů (8 %) považuje za hlavní důvod své návštěvy města sportovní akci (např. fotbalový zápas), přičemž stejné procentuální zastoupení má i nakupování. Zbýlých 6 % turistů uvedlo jiný důvod návštěvy. Nejčastěji se jednalo o návštěvu přátel či příbuzných nebo o variantu, kdy byly všechny výše zmiňované možnosti důvodem k návštěvě. Zjištěné výsledky byly srovnány s výsledky Roční statistiky MIC Sušice (2015). Ta dosáhla podobných závěrů. Nejvíce turistů proudí do Sušice za rekreací a kulturními, historickými památkami. S Roční statistikou IC Sušice se tento výzkum shodl také v tom, že sušické kulturní akce jsou poměrně velkým turistickým lákadlem (*Graf 4*).

Graf 4:



Zdroj: vlastní šetření

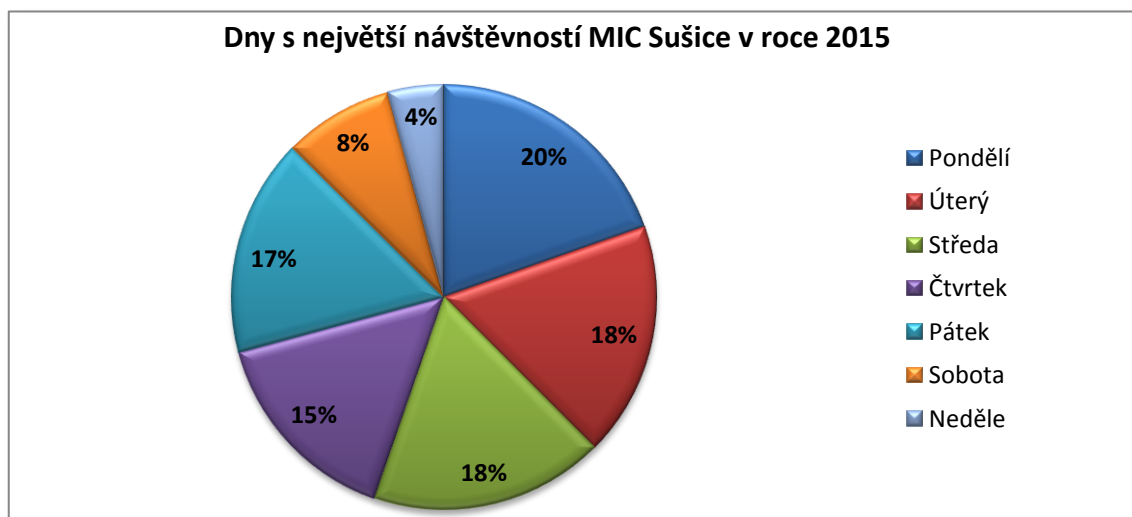
Z výzkumného šetření je patrné, že téměř 27 % respondentů získalo informace o Sušici ze své předešlé návštěvy. O něco méně, 22 % respondentů, zavítalo do města na základě doporučení známých či příbuzných. Poměrně hodně návštěvníků si informace zjišťovalo pomocí médií, zejména internetu. Do budoucích let se dá se vzrůstem konzumace médií a rostoucí digitalizací předpokládat, že tato kategorie turistů bude mít přibývající charakter. Dnes činí 15 %. Dále návštěvníci čerpali informace z propagačních materiálů města (letáky, brožury, průvodci), kdy šlo přibližně o 7 % dotazovaných. Srovnatelný počet turistů (6 %), získalo informace z jiných zdrojů než z výše uvedených, především z map. Nejméně respondentů zjišťovalo informace přes cestovní kanceláře či agentury, jednalo se o pouhá 4 %. Velké procento z dotazovaných, konkrétně 18 %, také uvedlo, že si předem žádné informace nezjišťovalo.

5.2.3 Frekvence návštěvnosti

Přes 75 % respondentů nenavštívilo Sušici poprvé. Na základě těchto odpovědí lze předpokládat, že do města přijíždějí turisté často opakovaně, většinou po předchozí kladné zkušenosti. Pro město je opakovaná návštěva turistů velice významná a pozitivní. Lze proto říci, že v oblasti cestovního ruchu má Sušice dostatečný potenciál a v současné době je oblíbenou destinací, kam se lidé opakovaně vrací. Dále v dotazníku, až 61 % oslovených návštěvníků uvedlo, že Sušici navštívilo více než třikrát, což je dalším důkazem toho, že město je turisticky perspektivní.

42 % z dotazovaných v Sušici pobýlo pouze jeden den bez přenocování. Jednalo se zejména o návštěvníky z Plzeňského kraje. 26 % turistů ve městě zůstalo po dobu jednoho týdne, tzn. 5-7 nocí. Turisté přijíždějící na víkend (1-2 přenocování) představují ve výzkumu 22 %. Odpověď jiné zvolilo 10 % respondentů, kteří uváděli delší dobu pobytu, např. dva měsíce, z důvodu rekreace na vlastní chatě. Při nahlédnutí do statistik MIC Sušice, lze zjistit, že za rok 2015 navštívilo středisko celkem 29 834 turistů, přičemž nejvíce během pracovních dnů a to zejména v pondělí (*Graf 5*). Je to dáno zejména tím, že MIC Sušice má otevírací dobu o víkendech pouze od 9:00 do 14:00 a v sobotu střídají turnusy.

Graf 5:

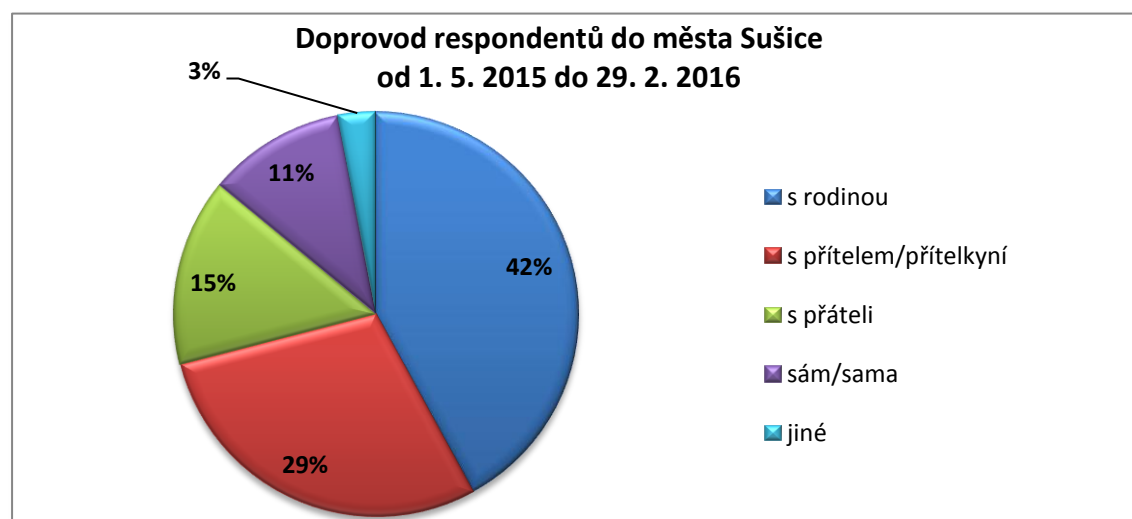


Zdroj: MIC (2015a), vlastní zpracování

5.2.4 Typologie návštěvníků a způsoby jejich přepravy

Nejčastější skupinou, se kterou respondenti do Sušice přijeli, byla ze 42 % rodina. Nižší zastoupení poté vykazovali přítel/přítelkyně s 29 %. Přátelé zaznamenali pouze 15 %. Ti, kteří Sušici navštívili především z pracovních důvodů, přijeli až na výjimky samostatně. Konkrétně šlo o 11 % respondentů. 3 % z dotazovaných uvedla odpověď jiné. Zde šlo o různou kombinaci nabízených odpovědí, např. respondenti přijeli do Sušice ve skupině dohromady s rodinou a přáteli (Graf 6).

Graf 6:

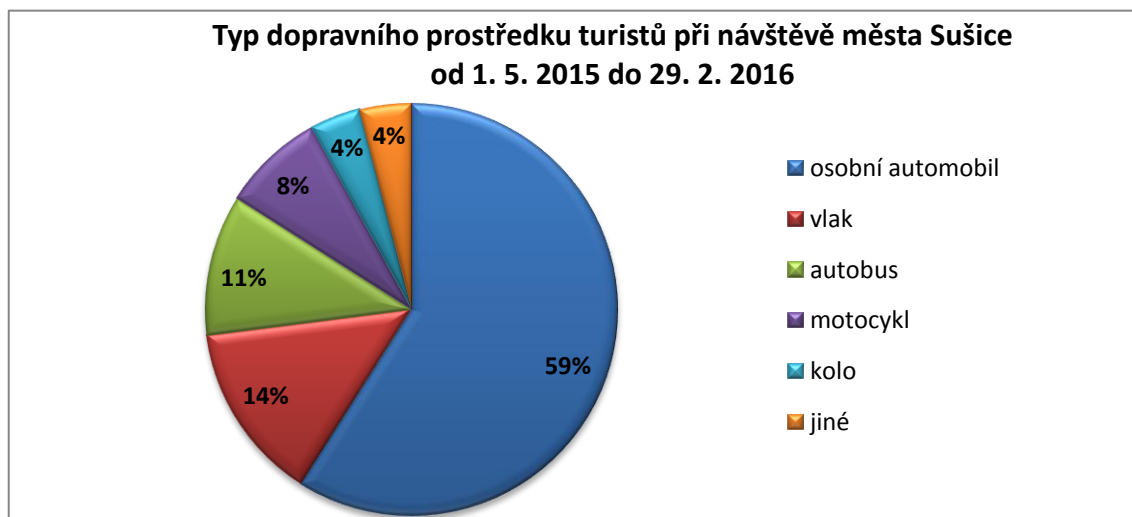


Zdroj: vlastní šetření

Bylo zjištěno, že nadpoloviční většina turistů (59 %) použila k dopravě do města osobní automobil. V České republice vlastní přibližně každý druhý člověk osobní automobil.

Osobní automobil také představuje pohodlný dopravní prostředek, který rychle přepraví osoby z bodu A do bodu B (Toušek, Kunc, Vystoupil a kol. 2008). Při aplikaci na Sušici dojdeme k jednoznačnému závěru, že automobil je nejlepším řešením, jelikož spojení autobusové a vlakové dopravy není příliš dobré. Spoje na sebe nenavazují, proto jen 14 % turistů z celkového počtu dotazovaných využilo při své cestě do města vlak a jen 11 % návštěvníků veřejnou autobusovou dopravou. 8 % využilo k dopravě svůj vlastní motocykl a 4 % dokonce jen kolo. Turistů, kteří k návštěvě Sušice využili kolo, je poměrně hodně. Tento jev se dá vysvětlit dobře značenými a upravenými sušickými cyklostezkami. 4 % turistů také uvedla možnost jiné. Do Sušice se dostali raftem či kánoí nebo využili kombinaci vlaku a kola (Graf 7). Pro srovnání opět slouží statistická ročenka MIC Sušice (2015a), kde je využití dopravních prostředků turisty obdobná.

Graf 7:



Zdroj: vlastní šetření

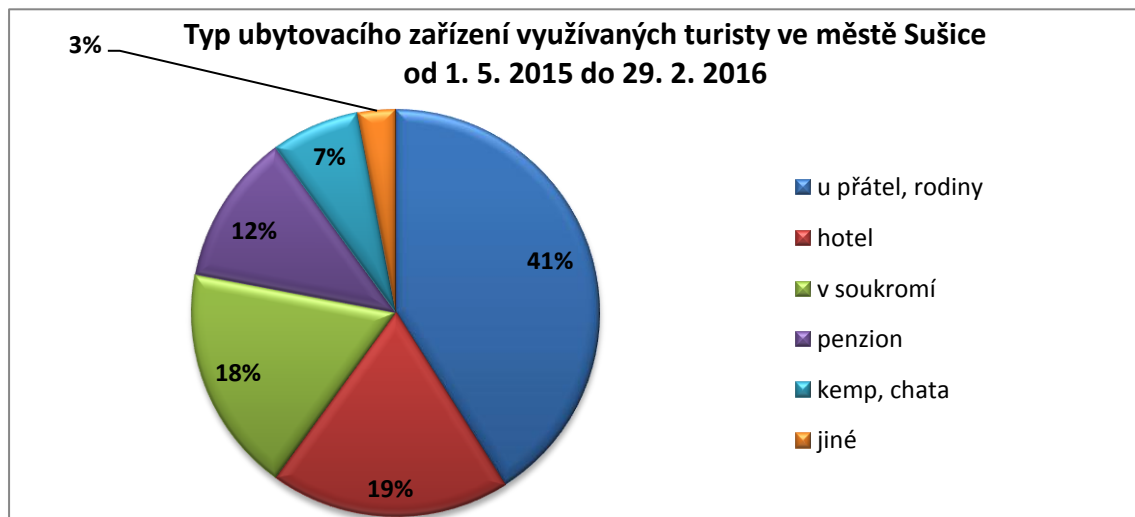
5.2.5 Ubytování a stravování respondentů

V rámci dotazníkového šetření bylo také zjišťováno ubytování a stravování respondentů. U volby ubytovacího zařízení odpovídali jen ti, kteří ve městě strávili více než jeden den. Na tuto otázku tedy celkem odpovídalo 220 osob (více než polovina ze všech dotazovaných). Celkem 91 návštěvníků přespává u známých či příbuzných, tj. 41 %. Zbylých 129 turistů využilo ubytování v místním hotelu, penzionu, kempu, chatě nebo soukromí (např. apartmán). Výčet ubytovacích zařízení lze vidět v Příloze 3. Např. hotel Gabreta disponuje 34 lůžky v cenovém rozmezí 650–1350 Kč/osoba/noc, kdy jsou ceny uvedeny včetně snídaně. Konkrétně 19 % návštěvníků své ubytování mělo zajištěno v hotelu. Možnost ubytování v soukromí využilo 18 % respondentů

a v penzionu 12 %. Zejména v poslední době se zlepšují služby pro vodáky, kteří hlavně v letní sezóně navštěvují Sušici. Dochází k proznačení řeky Otavy a budování nových záchranných prvků. Sušické kempy, popř. chaty, jsou od června do srpna poměrně hodně turisty navštěvovány, přesto tuto možnost využilo ve sledovaném období jen 7 % respondentů. Např. kemp Jitřenka nabízí svým návštěvníkům 240 ubytovacích míst, a to jak v chatových osadách, tak ve stanech, přičemž se cena pohybuje od 40–1200 Kč. U varianty odpovědi jiné návštěvníci většinou uváděli, že svůj pobyt tráví např. ve svém vlastním ubytovacím zařízení (*Graf 8*), kdy se jedná zejména o chatové oblasti v Sušici.

Z hlediska spokojenosti turistů s ubytováním je možné usuzovat, že je Sušice poměrně oblíbeným místem. Hodnocení ubytovacího zařízení se netýkalo těch, kteří svůj pobyt trávili u přátel, rodin nebo na vlastní chatě. Ubytování hodnotilo 123 návštěvníků, přičemž 82 % z nich bylo se svým pobytem ve městě spokojeno. Pouhých 15 % respondentů bylo během svého pobytu s ubytovacím zařízením mírně spokojeno a jen 3 % mírně nespokojena. Vyloženě nespokojený návštěvník se v Sušici nenacházel žádný, což svědčí o dobrém turistickém předpokladu města.

Graf 8:

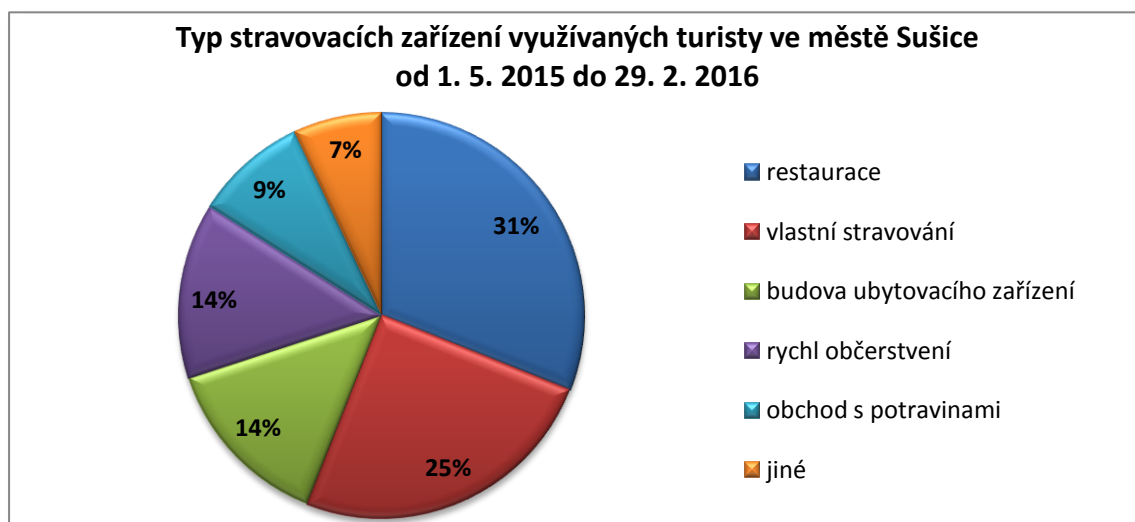


Zdroj: vlastní šetření

Z celkových 378 návštěvníků se 31 % stravovalo v restauracích, kdy se zejména jednalo o žádané restaurace U Vítovců a Gabreta. 25 % dotazovaných využilo své vlastní stravování. Jde především o ty, kteří v Sušici strávili jen jeden den (42 %). Dalších 14 % turistů během svého pobytu navštívilo rychlé občerstvení. Stejně procento respondentů využilo stravování v ubytovacím zařízení v rámci plné penze či polopenze.

Nakupování v obchodech s potravinami využívalo jen 9 % turistů. Zbýlých 7 % zvolilo možnost jiné, kde se opět jednalo o různé kombinace z nabízených možností (Graf 9).

Graf 9:



Zdroj: vlastní šetření

5.2.6 Celkové zhodnocení pobytu z pohledu respondentů

Za silnou stránku města turisté považují nově postavený plavecký bazén, který byl dokončen v roce 2014. V jeho areálu mohou návštěvníci využít plavecký a zábavní bazén, brouzdaliště, vířivky, tobogán a také speciální finskou parní saunu, ve které se může každý osvěžit v ochlazovacím bazénku. Specialitou aquaparku je venkovní ochlazovna s průhledem na řeku Roušarku, která protéká přímo pod bazénem. Součástí komplexu je také občerstvení, které má v letních měsících přístupnou dřevěnou terasu, odkud je výhled na atletický a fotbalový stadion. Není tedy divu, že se turistům nejvíce líbí právě tento nový moderní bazén, který se zejména v posledním roce stal vyhledávanou turistickou atrakcí pro volný čas. Bazén navštěvují především rodiny s dětmi, které dokážou zcela využít jeho potenciál, ale i příchod jednotlivců či seniorů není výjimkou.

V roce 2015 proběhla rozsáhlá rekonstrukce sušického venkovního koupaliště. To je nyní přístupné od června až do září. Z vlastní zkušenosti autorky je téměř vždy přeplněné (zejména v letním období). Dotazovaní respondenti ho ale hodnotili velmi pozitivně.

Dalšími atraktivitami zmíněnými turisty jsou např. „Andělíček“, rozhledna Svatobor, ostrov Santos, Fuferna, naučné stezky nebo Offpark, u kterého turisté v první řadě uváděli především lanový park a terénní koloběžky, kterými se lze Svatoboru

dostat až do města. Také sušické náměstí s historickým centrem bylo shledáno za zajímavé. Velmi kladně turisté hodnotili místní památky, kulturní akce, sportovní zařízení a přilehlé rekreační zóny. Příjemným zpestřením pro návštěvníky byla šumavská příroda a relativně čisté město.

Naopak návštěvníkům, kteří přijeli do města vlakem, chyběla provázanost vlakového a autobusového spojení do centra města. Jednalo se zejména o nenávaznost autobusového spojení na příjíždějící vlaky. Turisté také zdůrazňovali, že museli poměrně dlouho čekat na autobus. V současné době je tento problém řešen jen částečně. Autobusové doprava ve městě je na tom v současné době lépe, na příjíždějící návštěvníky autobus čeká o několik minut delší dobu, ale tento problém to však příliš neřeší, jelikož železniční doprava zaznamenává neustálé zpoždění. V případě návštěvy města osobním automobilem je absence parkovacích míst, zejména v centru Sušice. Městu také chybí popisné tabule s překladem do znakového jazyka. Hezký dojem městu kazí některé nevhledné a neopravené kulturní památky. Především návštěvníci z větších měst (zejména z Prahy) postrádali velké obchodní nákupní centrum nebo další kvalitní stravovací zařízení, jako je např. již zmiňovaná restaurace U Vítovců.

Závěr dotazníku se zaměřoval na hodnocení Sušice v porovnání s ostatními městy a budoucí plány turistů. Celkem 61 % dotazovaných hodnotilo Sušici kladně a 36 % srovnatelně s ostatními městy. Některým turistům Sušice připadala atraktivní a kulturně velmi bohatá. Jejich pozitivní reakce se také odrážely ve velkém množství využití volného času. O zábavu, dle reakcí respondentů, je v Sušici postaráno, a to zejména v letním období, kdy lze navštívit mnoho kulturních akcí, venkovní koupaliště, řeku Otavu, Offpark Sušice a mnoho dalšího. Pouhá 3 % dotazovaných hodnotila svůj pobyt v Sušici záporně. Drtivá většina turistů (74 %) uvedla, že by se do Sušice v budoucích letech chtěla znovu vrátit, což opět deklaruje turistický potenciál města. Návštěvníci, kteří se do Sušice vrací opakovaně, dokonce tvrdili, že v rozvoji města zaznamenávají velké pokroky. Jen pouhá 3% se do města znovu vrátit již nechtějí.

5.3 Hodnocení podmínek cestovního ruchu z pohledu místních podnikatelů

Druhá část výzkumného šetření bakalářské práce se zaměřila na sušické podnikatele, kteří ve městě provozují svojí živnost v rámci cestovního ruchu. Hlavním cílem byli především businessmani, kteří vlastní ubytovací a stravovací zařízení.

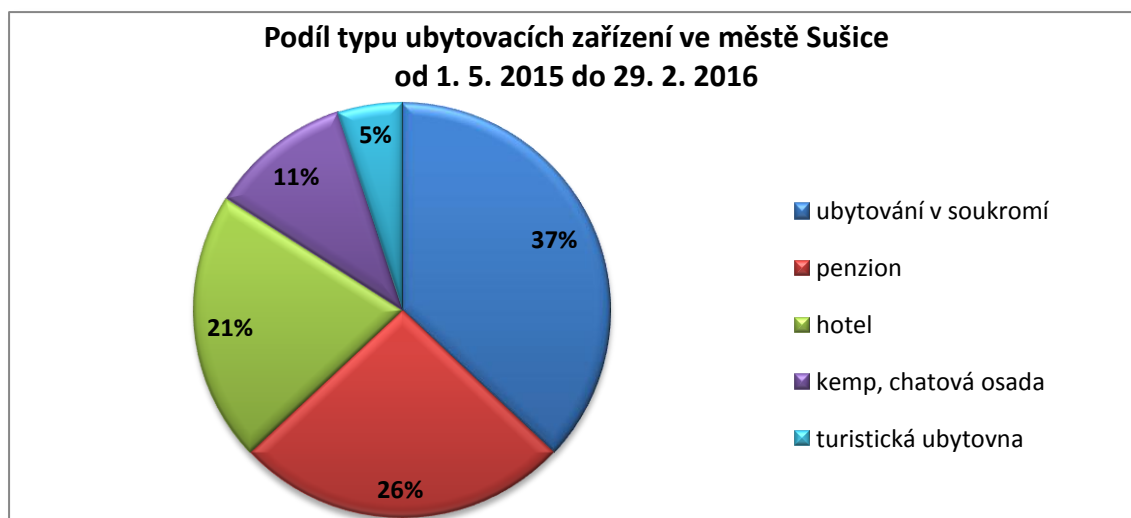
5.3.1 Zhodnocení zařízení v oblasti cestovního ruchu

Z celkového počtu třiceti sušických ubytovacích zařízení odpovědělo na výzkumné otázky 19 podniků. Jednalo se o 4 hotely, 5 penzionů, 7 ubytování v soukromí, 2 kempy a chatové osady a 1 turistickou ubytovnu. Na druhé straně z celkových devatenácti sušických stravovacích zařízení bylo na otázky v dotazníku ochotno odpovědět 15 majitelů, přičemž 8 z nich vlastnilo restauraci, 3 kavárny, 2 bary, 1 cukrárnu a 1 bistro.

Všichni tito majitelé uvedli, že provozují svou živnost v průběhu celého roku. Přestože tedy v Sušici převažuje celoroční provoz podniků, ve městě jsou živnosti zaměřeny spíše na letní sezónu. Tato skutečnost se odrazila i v odpovědích podnikatelů, z nichž 67 % uvedlo, že nejvyšší návštěvnost turistů zaznamenává od června do září. Zejména majitelé ubytovacích zařízení tvrdí, že své hosty z důvodů plných kapacit nemají v tomto ročním období kam ubytovat. Tento fakt potvrdila i pracovnice MIC Sušice, která během rozhovoru zmínila, že v letním období za ní chodí často turisté s žádostmi, zda by jim z důvodu přeplněných ubytovacích kapacit nedoporučila nějaké další ubytování. I v případě dotazovaných turistů nadpoloviční většina z nich uvedla, že město navštěvují nejraději v létě. Sušice je tedy v letních časech přeplněna turisty.

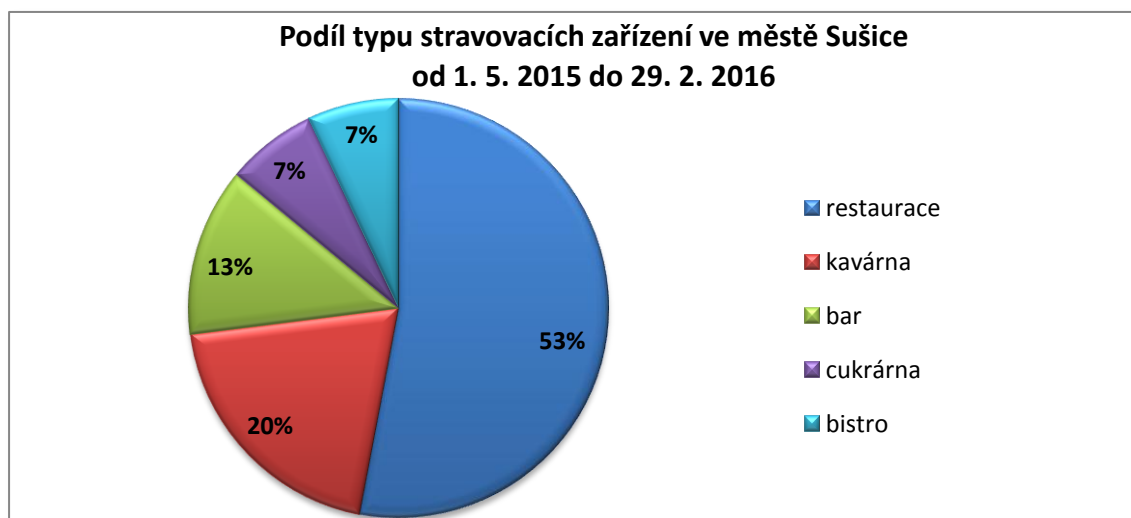
63 % ubytovacích zařízení také zaznamenalo zdržování se jejich klientů nejčastěji po dobu víkendu (2 přenocování). Méně (21 %) již po dobu jednoho týdne (5-7 přenocování). Úplně nejméně majitelů ubytovacích zařízení eviduje jednodenních klientů (11 %). Specifickou možnost jiné označilo 5 % respondentů. Tato možnost v podání majitelů znamená dlouhodobější, a to až např. několika měsíční pobyt. V *Grafech 10 a 11* lze spatřit procentuální zastoupení všech ubytovacích a stravovacích podniků v Sušici, které se zúčastnily výzkumu.

Graf 10:



Zdroj: vlastní šetření

Graf 11:



Zdroj: vlastní šetření

Více než 70 % dotázaných místních podnikatelů svou živnost provozuje samo. Toto zjištění je velkým pozitivem pro Sušici, a to především z hlediska cestovního ruchu, který může vytvořit příznivé podmínky pro podnikání, čímž i zvýšit kvalitu poskytovaných služeb. Ostatní zbylé podniky jsou majiteli pouze pronajímány. Vlastníci zaznamenávají stálou nebo spíše stálou domácí klientelu. Úplně novou nezaznamenává nikdo. Spíše nové návštěvníky registruje jen 6 dotázaných podniků. Většina také uvádí (78 %), že počet zahraniční klientely je do 15 %. Co se týče podílu cizinců v jednotlivých zařízeních, tak 12 % vlastníků zaznamenává 16-35 % cizinců, 7 % podnikatelů 36-45 % a jen 3 % zařízení navštěvuje až 46-55 % zahraniční klientely.

Více než padesátiprocentní podíl zahraničních turistů nezaznamenává žádný podnik. Nadpoloviční většina zařízení také tvrdí, že je jejich klientela nejčastěji v rozmezí věku 36-45 let. Další nejvíce zastoupenou odpovědí pak byla možnost jiné (24 %), kdy podniky navštěvují všechny věkové kategorie nebo kombinace různých věkových tříd. Dále byla návštěvnost v různých podnicích ve zbylých věkových kategoriích přibližně stejná, vyjma věkové kategorie 66 a více let. Tu neuvedl samostatně žádný podnik. Byla zařazena pouze v kombinaci různých věkových kategorií v možnosti odpovědi jiné. Naopak nejmladší návštěvníci proudí do baru PDA Sušice, který svým zákazníkům nabízí téměř každý týden živé hudební akce, na kterých se střídá mnoho zajímavých a oblíbených domácích i zahraničních interpretů.

Co se týká dopravních prostředků, kterými se klienti do ubytovacích či stravovacích zařízení dopravují, tak stejně jako v prvním případě u dotazníku pro turisty, i majitelé místních podniků uvádějí, že se k nim klienti dostávají nejčastěji za pomoci osobního automobilu (65 %). Zbylá procenta mají zastoupení v autobusové, vlakové, motocyklové a cyklistické dopravě nebo v jejich různých kombinacích.

Autorka se ptala také na budoucí plány podnikatelů, tzn. případné rekonstrukce, přestavby či jiná vylepšení jejich zařízení. Část podnikatelů své služby vylepšuje neustále. V zařízení zkvalitňují interiéry nebo exteriéry pro větší spokojenost zákazníků. Jiní tvrdí, že jsou již po rekonstrukci, nebo že mají v plánu svůj podnik rozšířit. Polovina podnikatelů, žádnou změnu neplánuje.

5.3.2 Propagace a spolupráce podniků

Propagace je nedílnou součástí snad každého podniku. V Sušici se však najdou i 4 podniky, které se nijak nepropagují, jelikož jsou např. spokojeni se stálou nebo místní klientelou. Většina zařízení má své webové stránky, které působí převážně sympatickým dojmem. Další možnost propagace nabízí Městské informační centrum Sušice, které může poskytnout informační letáčky nebo určité zařízení propagovat na internetových stránkách. Trendem v současné době je i založení internetové stránky na Facebooku, který se stává čím dál tím více rozšířenějším propagujícím portálem. Využívána je i inzerce v tisku. Dva místní podniky uvedly, že spolupracují i s tuzemskou či zahraniční cestovní kanceláří. Dále se propagace provádí za pomoci všech zvolených či vybraných možností.

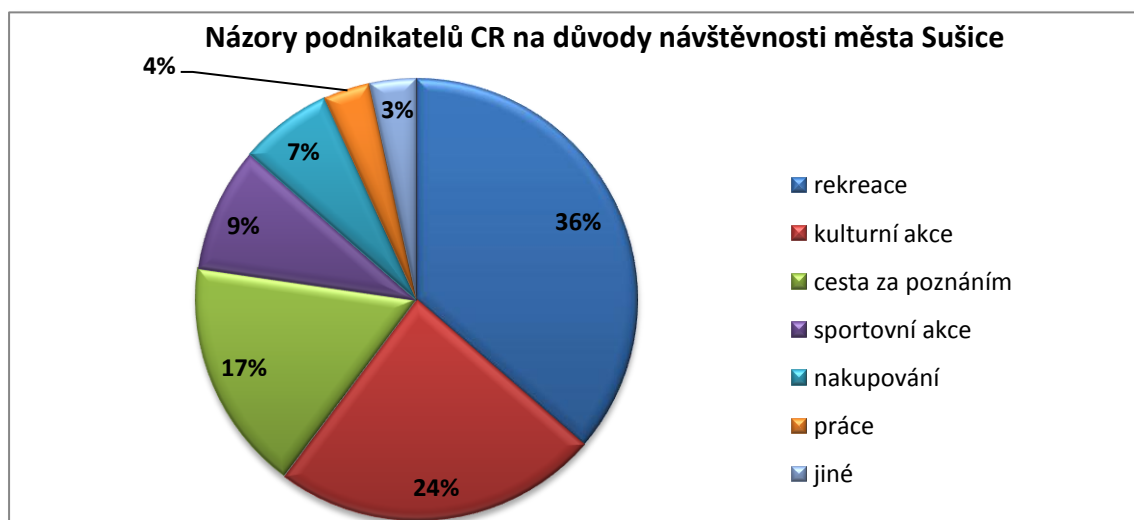
73 % podniků uvedlo, že s MIC Sušice spolupracují pravidelně. Malá část podnikatelů se koordinuje i mezi sebou. Zejména pokud je v letních měsících jedno

ubytovací zařízení přeplněné a nemá dále volná místa, informuje o tom další zařízení, kam je případný turista posléze poslán. Takto to však funguje jen ve výjimečném stavu. 27 % dotazovaných nevedlo žádnou spolupráci. Autorka během strukturovaných rozhovorů zjistila, že mnozí podnikatelé ani netušili, že je to možné.

5.3.3 Pohled místních podnikatelů na cestovní ruch v Sušici

Podnikatelé měli také zhodnotit cestovní ruch ve městě Sušice. 32 % podnikatelů tvrdilo, že je největším lákadlem pro turisty možnost rekreovat se, a to v kombinaci s okolím a místní šumavskou přírodou. Velkým lákadlem jsou i z pohledu 21 % majitelů sušické kulturní akce (*Graf 12*). Jedná se zejména o *Sušické slavnosti* nebo *Sušickou pouť*. 15 % také uvedlo, že turisty do města láká návštěva kulturních a historických památek, např. sušický „Andělíček“, rozhledna Svatobor a jiné. 8 % podnikatelů zastávalo názor, že lákadlem pro turisty jsou sušické sportovní akce, kdy šlo nejčastěji o fotbalové utkání či cyklistické závody. Dále se 6 % podnikatelů domnívalo, že turisté do Sušice přijíždějí za účelem nákupu. Zbylé 3 % odpovědí označily za hlavní účel cesty turistů do Sušice návštěvu přátel. Obdobně na tom skončily i pracovní cesty.

Graf 12:



Zdroj: vlastní šetření

Na druhou stranu, z hlediska místních podnikatelů, byl velkým záporům města nedostatek parkovacích míst pro osobní automobily, a to především v centru Sušice. Živnostníci se v hodnocení celkové situace s turisty shodují také v tom, že špatná

návaznost vlakového a autobusového spojení do města snižuje celkovou spokojenost návštěvníků.

Dále byla před podnikatele v rámci otevřené otázky postavena možnost vytvořit návrhy, které by pomohly zlepšit sociální a kulturní status města, přilákat více turistů. Mnoho podnikatelů uvedlo, že se Sušice v posledních letech v ekonomicko-kulturních oblastech zlepšuje, což je prý umožněno díky jejímu dobrému vedení. Přesto i tak v Sušici zbývá pár detailů, které podnikatelé vytkli. Jedná se zejména o již zmiňovaná parkovací místa, která by se mohla navýšit, popř. zmenšit poplatek za parkování, lepší a častější spojení z vlakového nádraží autobusovou dopravou do centra a z centra města, otevřenost místního muzea, které je o víkendech zavřené, vyčistění památkové zóny od nepovolených reklamních cedulí a nápisů či např. záchranu nápisu Klášterní ulice/Klostergasse apod. Dále by bylo dobré snížit znečištění vzduchu v kotlině, které vzniká především ze spalování nízkoteplotních tuhých paliv. V Sušici je čistější vzduch pouze v letním období. Místní obyvatelé skutečnost mnohdy nevnímají, ale pro návštěvníky, kteří vystoupí z auta ve zdání, že jsou v šumavském městě, je to často šokující. Někteří podnikatelé uvádějí, že si hosté na špatnou kvalitu vzduchu často stěžují. Dalším návrhem podnikatelů byla povolení obousměrného provozu jízdních kol ve všech jednosměrných ulicích a vyvlastnění či zbourání hotelu Otava v Luhu, který již dlouhá léta chátrá.

5.4 Hodnocení návštěvnosti z pohledu manažera cestovního ruchu města

Předposlední část bakalářské práce se věnuje analýze primárních zdrojů – řízených rozhovorů. Tyto rozhovory jsou zpracovány pro nabytí ucelenějších informací. Pro podnikatele byly použity obdobné otázky jako v dotaznících a pro vedoucí MIC Sušice byly upraveny otázky nové. Řízené rozhovory s podnikateli jsou již zahrnuty v předcházející kapitole 5.3, a proto tato kapitola obsahuje jen přímé odpovědi od paní Jany Šimové z MIC Sušice, která představuje jednu z místních manažerů CR města.

1. Přijíždějí do Sušice spíše zahraniční turisté nebo česká klientela (popř. jaký národ zahraničních turistů)?

Do Sušice přijíždějí převážně Češi. Cizinci také, určitě daleko více než kdysi. Cizinci však už nepotřebují naše informace, město už znají, vědí, kam mají jít a co navštívit, jelikož se do Sušice vracejí opakovaně. Zahraniční turisté, kteří do Sušice přijíždí poprvé, jsou už o městě informováni (internet, známí a příbuzní).

Z hlediska národnosti do Sušice přijížděli spíše Němci. V současné době jsou to převážně Holanďané, Belgičané a nově i Francouzi. Dále pak Slováci či Poláci, kteří začali přijíždět spíše teď, v minulosti se téměř nevyskytovali. Výjimkou při návštěvě nejsou ani turisté např. z Jižní Ameriky či jiných exotických zemí.

2. Jaký je podle Vás nejčastější účel příjezdu turistů do města? Co je podle Vás nejvíce láká a co jim zde naopak chybí?

Turisté navštěvují město především na základě doporučení známých či příbuzných. Nejvíce návštěvníky láká Sušice, jakožto „Brána Šumavy“, dále pak různé sporty, pěší turistika, která má dobré značení, Otavská cyklistická stezka podél řeky Otavy a mnoho dalšího. Sušice nabízí vhodný terén pro všechny věkové kategorie. Rodiny s dětmi využívají nejčastěji ostrov Santos. Vhodný, nenáročný terén je zde i pro seniory. Naopak nedostatkem města je špatná dopravní dostupnost (autobusová, vlaková) nebo nedostatek ubytovacích kapacit v letní sezóně, kdy nastává příliv velkého množství turistů (Sušice – letní centrum).

3. Kdo je nejčastěji návštěvníkem Vašeho informačního centra (věková kategorie)?

Nejčastějším návštěvníkem našeho centra je české obyvatelstvo. O prázdninách (v letním období) zejména rodiny s dětmi a od září jsou to pak převážně senioři.

4. Myslíte si, že se do Sušice vrací turisté opakovaně nebo město navštíví jednou a už se nevrátí?

Opakovaně, převážná část turistů se do města vrací, vidáme je každý rok.

5. Jak dlouho se podle Vás účastník cestovního ruchu zdrží v Sušici?

Návštěvníci se v Sušici zdrží delší dobu (cca týden), ale někdo i jen na víkend.

6. Projevuje se podle Vás ve městě Sušici sezónnost?

Určitě projevuje. Maximální počet návštěvníků je v létě, to doslova praská město „ve švech“. V zimním období je to daleko slabší.

7. Myslíte si, že je pokryta nabídka ubytovacích zařízení poptávkou návštěvníků?

Vypadá to, že je to pokryté, ale když přijde hlavní sezóna, tak ubytovací kapacita není dostatečná. Lidé poté chodí k nám na informační centrum a chtějí doporučit nějaké jiné (další) ubytování.

8. Jaký typ ubytování si myslíte, že návštěvník v Sušici využívá?

Hlavně penziony, jelikož jsou cenově přijatelné. Hotely až tak často ne. Vodáci, kteří jsou ve městě (zejména v létě) vyhledávají vodácký kemp.

9. Jsou turisté dle Vašeho názoru spokojeni s ubytovacími službami (navrhují např. nějaké zlepšení nebo mají nějaké připomínky)?

Snad nikdy se nestalo, že by k nám někdo přišel a stěžoval si, až na jeden nejmenovaný hotel, u kterého jednou proběhla stížnost, od té doby tam návštěvníky neposíláme, nemáme s ním dobré zkušenosti.

10. Jsou turisté dle Vašeho názoru spokojeni se stravovacími službami (navrhují např. nějaké zlepšení nebo mají nějaké připomínky)?

Ke stravovacím službám mají lidé připomínky, zejména, že jim ve městě chybí kuchyně, která je typicky šumavská, jsou tu jen restaurace, které nabízejí převážně stejná jídla jako kdekoliv jinde. Dále turisté vyžadují více rychlého a lehkého občerstvení. Dále zejména rodinám s dětmi chybí dětské koutky, které někde sice jsou, ale vypadá to spíše na rádooby napodobeniny dětských koutků, tzn. je tam například pytel s hračkami, a to je vše.

11. Je vyloženě nějaká restaurace, kterou si turisté nejvíce chválí nebo s jakou jsou nejvíce spokojeni a rádi se tam vrací?

Turisté si chválí především – Hotel Gabreta, restauraci U Vítovců. Velkým lákadlem pro turisty je pivovar U Švelchů, kde vaří typické sušické pivo „Sušičák“.

12. Jaké kulturní akce jsou dle Vašeho názoru nejvíce navštěvovaná a jaká nejméně?

Největším lákadlem jsou zejména *Sušické slavnosti*, které otevírají turistickou sezónu. Na tyto slavnosti města se poptávají i stálí zahraniční turisté. Dále je to *Sušická pouť*, na kterou se sjíždějí lidé z daleka. Mohu ale říci, že i duchovní akce jsou nyní v našem městě vyhledávané, zajímá se o ně i širší veřejnost. Překvapivě je navštěvují i lidé, kteří se o duchovnost příliš nezajímají. Akce – *Noc na Andělíčku*, která proběhla, měla velký úspěch. Zájem této akce proběhl i ze strany lidí, kteří do kostela běžně nezavítají.

13. Myslíte si, že turisté přijíždějí nejvíce za účelem rekreace?

Ano, myslím, že velmi. Zájem probíhá o aktivní odpočinek, ale i naopak.

14. Přípravují se do dalších let v Sušici nějaké nové akce, stavby ..., které by přilákali/zvýšili návštěvnost města (nebo něco, na co se mohou turisté, obyvatelé těšit)?

Probíhá revitalizace historického centra, zlepšují se služby pro vodáky, tzn. proznačení řeky Otavy a budování záchranných prvků. Jinak v nedávné době se zrealizoval nový bazén, rekreační Otavský park, Sušická pavučina, Otavská cyklistická stezka, obnova ostrova Santos.

5.5 SWOT analýza

Při zhodnocení současné situace cestovního ruchu v Sušici, byla použita metoda SWOT analýzy. Tento proces nastává až po zjištěných skutečnostech. SWOT analýza řeší na jedné straně silné a slabé stránky města a na druhé porovnává hrozby a příležitosti. Díky této metodě lze zjistit problémy a zároveň nové příležitosti pro růst regionu. Každá z položek vyplývá z předcházející analýzy předpokladů pro rozvoj regionu z hlediska cestovního ruchu.

Silné stránky

- ✓ geografická poloha nedaleko Národního parku Šumava a německých hranic
- ✓ zachovalé životní prostředí
- ✓ vysoké procento lesního porostu
- ✓ území, kde se nenachází žádné skládky nebezpečného odpadu
- ✓ ubytovací zařízení pro celoroční využití
- ✓ množství ubytovacích, stravovacích zařízení různých cenových relací
- ✓ množství atraktivních, kulturně-historických památek
- ✓ vybavení sportovními a kulturními zařízeními
- ✓ občanská vybavenost na dobré úrovni
- ✓ existence městských památkových zón
- ✓ kvalitní služby informačního centra
- ✓ velké množství cyklotras a pěších turistických tras (cyklistika je zde velmi žádaná)
- ✓ dlouhodobě existující a dobře prosperující systémy pro rekreační obsluhu území (cyklobusy, skibusy z plzeňských aglomerací)
- ✓ předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v Sušici a blízkém okolí

Slabé stránky

- nekvalitní silniční síť
- slabá vzdělanostní struktura
- vysoký počet obyvatel, kteří dojíždějí za prací do jiného města
- neuspokojivá propagace některých zařízení cestovního ruchu
- nízká spolupráce informačního střediska s podnikateli v cestovním ruchu
- letní a zimní sezóna ve městě a okolí je nevyvážená (zřetelná sezónní rekreace, nevyužitelné kapacity mimo hlavní sezóny, problém zvládnout velké množství turistů ve špičkách letní sezóny)
- slabá propojenost vlakového spojení s městskou autobusovou dopravou
- stoupající trend jednodenní návštěvnosti turistů

Příležitosti

- ✓ přeshraniční spolupráce
- ✓ vylepšení spolupráce mezi jednotlivými subjekty cestovního ruchu
- ✓ prodloužení sezóny, uvést do rovnováhy rozdíly mezi letní a zimní sezónou, snížit mezidobí na minimum
- ✓ využití lesních cest pro účely turistických tras
- ✓ zlepšení dopravní a technické infrastruktury
- ✓ rozvoj nových sportovních aktivit
- ✓ vznik wellnes hotelů a zařízení
- ✓ obnovení tradic, společenských a kulturních aktivit
- ✓ podpora podnikání v cestovním ruchu
- ✓ vytvořit vhodné podmínky pro seberealizaci mladého, aktivního a podnikavého obyvatelstva
- ✓ využití prostředků z fondů EU a dotace

Hrozby

- odchod obyvatel
- neochota spolupráce v oblasti cestovního ruchu (stagnace rozvoje)
- slabá podpora a málo prostředků pro zkvalitnění sociální a technické infrastruktury
- zvyšující se provoz dopravy v centru
- nezájem místního obyvatelstva o rozvoj cestovního ruchu ve městě
- konkurence ostatních region

ZÁVĚR

Bakalářská práce se pokusila komplexně zhodnotit problémy cestovního ruchu ve městě Sušice. Zaměřila se na rozvoj i současný stav turismu, přičemž vše uváděla ve vzájemných souvislostech. Během sledovaného období autorka došla k závěru, u kterého lze konstatovat, že úroveň cestovního ruchu na Sušicku prodělala v několika posledních desítkách let značné změny. Díky otevření nových hraničních přechodů po r. 1989 se tato oblast těšila velkému nárůstu návštěvnosti a turistům se zvětšily jejich možnosti aktivního vyžití. V návaznosti na to se začalo rozvíjet poskytování služeb cestovního ruchu. Dnes turismus představuje stále se vyvíjející odvětví, které může být charakterizováno snahou uspokojit požadavky a nároky svých návštěvníků.

V práci byly definovány potřeby místních podnikatelů a vyhodnocena struktura návštěvníků města. Autorka zjistila, že nejvíce turistů bylo české národnosti ve věku do 25 let, kdy převažovaly ženy. Turisté nejčastěji pocházeli z Plzeňského kraje, jehož je město Sušice součástí. Nejméně návštěvníci přijížděli ze vzdálených krajů, jako jsou např. Zlínský, Olomoucký či Královéhradecký kraj. Převažujícími cizinci byli jednoznačně Němci (60 % ze všech zahraničních turistů v roce 2015), především kvůli blízkosti německých hranic. Na základě desetiměsíčního (od 1. 5. 2015 do 29. 2. 2016) dotazníkového šetření byl také zjištěn stav a možnosti rozvoje turismu v Sušici.

Výzkum byl pro maximální možnou míru objektivitu realizován nejen s turisty, ale také s místními podnikateli, kteří ve sledovaném období provozovali svou činnost v oblasti ubytování a pohostinství. Šetření přineslo očekávané závěry, že turisté do Sušice nejvíce přijíždějí v letním období (67 % z dotazovaných), kdy je otevřeno nejvíce památek a lze aktivně využít sportovní a kulturní vyžití a rekreaci. Tento fakt byl potvrzen výzkumným šetřením i statistikou MIC Sušice. Bylo také zjištěno, že v letním období jsou ubytovací zařízení často přeplněná, zatímco v zimě je tomu naopak. Manažerka městského centra v Sušici zaznamenává v létě časté žádosti o doporučení jiného ubytování z důvodu plných ubytovacích kapacit. Turisté nejčastěji navštěvovali město v pracovní dny. Tento jev byl zapříčiněn otevírací dobou MIC Sušice, které má o víkendech zkrácenou pracovní dobu. Proto byla podle statistik centra nejnižší návštěvnost v sobotu (8 %) a v neděli (4 %).

Sušičtí podnikatelé mapovali především stálou českou klientelu v různých věkových kategoriích, která se zdržovala nejvíce přes víkendy. Místní podniky jsou

neustále vylepšovány, přičemž se jejich majitelé snaží co nejvíce svou živnost propagovat a zvýšit tak o daném zařízení povědomí.

V práci byly stanoveny celkem dvě hypotézy. První z nich předpokládala, že turistické atraktivity (přírodní, kulturní, historické a jiné památky) a objekty materiálně-technické základny (ubytovací, stravovací a sportovně-rekreační střediska) a dále různé kulturní, společenské a sportovní akce budou relativně dobře propagovány. Na základě dotazníkového šetření, inzerce v tisku, informačních letáků či webových adres a profilů na sociálních sítích bylo zjištěno, že propagace atraktivit, materiálně-technické základny a různých kulturních, společenských a sportovních akcí je poměrně dostatečná. Nejvíce se tak stává skrze sociální stránky, zejména Facebook, a webové adresy. Také inzerce v tisku není opomíjena. Místní podnikatelé využívají ke své propagaci zdejší deník *Sušické noviny* či regionální *Klatovský deník*. Do obou periodik umisťují své reklamy, kterými se snaží přilákat více potenciálních návštěvníků do svého podniku. První hypotéza tak byla potvrzena.

Druhá hypotéza tvrdila, že dopravní infrastruktura města je jedním z nejdůležitějších základů k rozvoji. Předpokládala také, že výhodná dopravní poloha může pozitivně ovlivnit rozvoj města. V aplikaci na Sušici došlo tedy ke stanovení předpokladu, že město má výhodnou dopravní silniční polohu, díky které je i dobře přístupné. Bylo také zmíněno, že turisté využívají nejčastěji k dopravě do města silniční infrastrukturu. Autorka po provedení dotazníkového šetření s turisty a podnikateli zjistila, že nejčastějším dopravním prostředkem, kterým turisté dojíždějí do města, je osobní automobil, čímž byla potvrzena druhá hypotéza. U Sušice lze dojít k jednoznačnému závěru. Díky méně kvalitnímu autobusovému a vlakovému spojení je osobní automobil nejlepší prostředek přepravy do města.

Během výzkumného období byl v Sušici také zjištěn nedostatek parkovacích míst. Za negativní jev je možné také považovat převládající sezónnost, kdy v létě město praská ve „švech“, zatímco v zimě je tomu naopak. Proto je zejména v letní sezóně nedostatek ubytovacích kapacit, na které si turisté často stěžují. Ve městě také chybí typická šumavská kuchyně, protože místní podniky nabízejí pouze běžná jídla jako v jiných koutech republiky. Dalším nedostatkem by mohl být nedostatečný počet dětských koutků a aktivit pro děti ve stravovacích a ubytovacích zařízeních.

Zmíněná oblast má velmi dobré předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v budoucnosti. Mezi nejdůležitější přednosti města patří výhodná dopravní a blízká poloha vzhledem k hranicím s Německem a přírodní bohatství a krásy Šumavy, proto je

také Sušice často nazývána tzv. „Bránou Šumavy“. Dalšími zajímavostmi, které umožňují rozvoj cestovního ruchu, jsou bezpochyby četné historické a kulturní památky. Každý návštěvník tohoto území může navštívit nespočetně kulturních akcí či využít klidného prostředí a aktivního odpočinku. Sušice je s jejím nejbližším okolím dobře propojena velkým množstvím cyklotras a pěších turistických tras. Širší povědomost o Sušici v zahraničí je zapříčiněna jejím partnerstvím s jinými evropskými městy. Jedná se především o dvě německá města Wenzelbach a Kötzing, švýcarské město Uetendorf, britské město Sherborne a polské město Chojna. Sušice nejvíce spolupracuje s německými partnery, kdy např. s městem Kötzing ji pojí již téměř dvacetileté přátelství. Důkazem dobrých vztahů je, k dvacetiletému výročí připravována, výstava a společný a sportovní a kulturní víkend v Sušici. Partneři se také pravidelně zúčastňují velké kulturní akce na zahájení letní turistické sezóny v Sušici – *Sušických slavností*.

Jestliže chce město zvýšit svou prosperitu a atraktivitu v oblasti cestovního ruchu, mělo by dle autorky více spolupracovat s okolními obcemi a kraji, přičemž by svoji pozornost mělo zaměřit i na další subjekty a občany. Společné úsilí by mělo zvýšit počet přijíždějících turistů, kteří město navštíví jen v případě, že jim bude mít co nabídnout. Otevřený postoj města k rozvoji potvrdila i vedoucí MIC. Dalším doporučením je navýšení parkovacích kapacit, kterých je zejména v letním období nedostatek. Zajímavá by také mohla být kooperace města se zdejší cestovní kanceláří a podnikateli. Dohromady by mohli vytvořit celek, který by poskytoval turistům různé vícedenní výletní balíčky po městě a okolí. Mohlo by jít o ideální turistický management pro sušický region. Těchto potenciálních turistických balíčků lze vytvořit hned několik, přičemž by se mohly lišit svojí délkou (třídenní, pětidenní, sedmidenní), specifikací (pro seniory, rodiny s dětmi) a konstrukcí. Balíčky by byly prezentovány v propagačních materiálech, webových stránkách, novinách či rádiu (nastíněný vzorový turistický balíček je v *Příloze 14*). Všechna výše uvedená doporučení by měla pozitivně rozvíjet cestovní ruch města. Také by měla přilákat nové turisty a celkově zlepšit postavení Sušice na trhu a zvýšit její konkurenční schopnost.

Hlavním přínosem této práce je shrnutí komplexních poznatků o cestovním ruchu ve městě Sušice, které autorka získala desetiměsíčním dotazníkovým šetřením a studiem odborné literatury. Autorka se snažila shrnout a poskytnout ucelené informace o cestovním ruchu města. Během výzkumné doby bylo autorce navrženo, že pokud svou bakalářskou práci úspěšně dokončí, bude ji možné zařadit mezi informační

dokumenty města, což je pro tuto práci i samotné město velice přínosné. V neposlední řadě je přínosem této práce nastínění autorčiných doporučení pro město.

POUŽITÁ LITERATURA A DALŠÍ INFORMAČNÍ ZDROJE

BIEGER, T. (1996): Management von Destinationen und Tourismusorganisationen. München, Wien, Oldenbourg, 395 p.

BRAŠNOVÁ, K. (2012): Kartografické metody pro vizualizaci časových změn prostorových dat. Diplomová práce. Západočeská univerzita v Plzni, Plzeň, 122 s.

CROSWELL, J. W. (1998): Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches. Thousand Oaks Sage Publications, 416 p.

ČERTÍK, M. a kol. (2000): Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení. OFF, s.r.o, Praha, 352 s.

DEMEK, J. a kol. (2006): Zeměpisný lexikon: Hory a nížiny. AOPK ČR, Brno, 582 s.

DROBNÁ, D., MORÁVKOVÁ, E. (2004): Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost. Fortuna, Praha, 205 s.

FORET, M., FORETOVÁ, V. (2001): Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Grada Publishing, spol. s r. o., Praha, 178 s.

FRANCOVÁ, E. (2003): Cestovní ruch. Univerzita Palackého, Olomouc, 119 s.

GALVASOVÁ, I. a kol. (2008): Průmysl cestovního ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha, 262 s.

GÚČIK, M. (2000): Základy cestovního ruchu. Ekonomická fakulta, Banská Bystrica, 307 s.

HESKOVÁ, M. a kol. (2006): Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Fortuna, Praha, 223 s.

HENDL, J. (2008): Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. Portál, Praha, s. 46.

HLADKÁ, J. (1997): Technika cestovního ruchu. Grada Publishing, spol. s r. o., Praha, 161 s.

HORNER, S., SWARBROOKE, J. (2003): Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Grada, Praha, 486 s.

HRALA, V. (2005): Geografie cestovního ruchu. Oeconomica, Praha, 109 s.

- CHROMÝ, P., SKÁLA, J. (2010): Kulturně-geografické aspekty rozvoje příhraničních periferií: analýza vybraných složek územní identity obyvatelstva Sušicka. *Geografie*, 115, č. 2, s. 223 – 246.
- INDROVÁ, J. a kol. (2004): *Cestovní ruch I. Oeconomica*, Praha, 113 s.
- JOHNSTON, R. J. a kol. (2000): *The dictionary of Human Geography*. Blackwell publishing, Oxford, 958 p.
- KASPAR, C. (1990): *Einführung in das touristische Management*. Paul Haupt, Bern, s. 17.
- KAVALE, J., STAŇKOVÁ, A. (2015): *Sušice brána Šumavy*. Typos, Praha, 155 s.
- KOLEKTIV AUTORŮ (2007): *Atlas podnebí Česka. Český hydrometeorologický ústav, Univerzita Palackého v Olomouci*, Praha, Olomouc, 255 s.
- KRAFT, S., VANČURA, M. (2009): *Dopravní systém České republiky: efektivita a prostorové dopady*. *Národohospodářský obzor*, 9, č. 1, s. 21 – 33.
- KŘÍŽEK, F., NEUFUS, J. (2011): *Moderní hotelový management*. Grada Publishing a. s., Praha, 195 s.
- MALÁ, V. a kol. (2002): *Základy cestovního ruchu*. *Fakulta mezinárodních vztahů, VŠE*, Praha, 100 s.
- MARIOT, P. (1983): *Geografia cestovního ruchu*. SAV, Bratislava, 248 s.
- MIC (2015a): *Roční statistiky města Sušice*.
- MIC (2015b): *Konzultace s pracovníky MIC Sušice*.
- MIRVALD, S a kol. (1996): *Geografie cestovního ruchu*. *Pedagogická fakulta ZČU, Plzeň*, 128 s.
- ORIEŠKA, J. (2010): *Služby v cestovním ruchu*. *Idea servis*, Praha, 405 s.
- PARMOVÁ, D. (2003): *Provoz služeb cestovního ruchu*. *Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, České Budějovice*, 160 s.
- PARMOVÁ, D. a kol. (2013): *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. *Občanské sdružení Chance in nature, České Budějovice*, 178 s.

POKORNÝ, M., ŘEZNÍČKOVÁ, Z. (2001): Historie a současnost podnikání na Klatovsku, Sušicku a Horažďovicku. Městské knihovny s. r. o., Žehušice, 263 s.

REBSTÖCK, R. (2003): Sušice objektivem 20. století. Dr. Radovan Rebstöck, Sušice, 95 s.

ŠTĚPÁNEK, V., KOPAČKA, L., ŠÍP, J. (2001): Geografie cestovního ruchu. Karolinum, Praha, 228 s.

TOUŠEK, V., KUNC, J., VYSTOUPIL, J. a kol. (2008): Ekonomická a sociální geografie. Plzeň, 411.

VLČEK, V. a kol. (1984): Vodní toky a nádrže. Academia, Praha, 316 s.

VYSTOUPIL, J. a kol. (2007): Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR. Masarykova univerzita, Brno, 98 s.

WILLIAMS, S. (1998): Tourism Geography. Routledge, London, 212 p.

Použité internetové zdroje

AOPK ČR (2015) : Ústřední seznam ochrany přírody 2015,
<http://drusop.nature.cz/> (20. 11. 2015)

A.T.I.C. ČR (2009): Asociace turistických informačních center ČR,
http://www.aticcr.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=200039&id_dokumenty=1369 (11. 3. 2016)

Cyklotrasy (2016): Šumava – východ,
http://cyklotrasy.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=113892&id_t_oblasti=113892
(8. 3. 2016)

CzechTourism (2015a): Do České republiky přijelo historicky nejvíce turistů,
<http://www.czechtourism.cz/pro-media/tiskove-zpravy/do-ceske-republiky-prijelo-historicky-nejvice-turi/> (15. 7. 2015)

CzechTourism (2015b): Skibusy Šumava 2015,
<http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Akce/Skibusy-Sumava-2012.aspx>
(13. 12. 2015)

ČSAD (2015): ČSAD autobusy Plzeň a.s.,
http://www.csadplzen.cz/?ob=jizdnirady&ls1=menu_jizdnirady (20. 11. 2015)

- ČSÚ (2014): Databáze demografických údajů za obce ČR,
<https://www.czso.cz/csu/czso/databaze-demografickych-udaju-za-obce-cr> (21. 8. 2015)
- Gymnázium Sušice (2015): Historie sušického gymnázia,
<http://www.gymsusice.cz/o-skole/historie-skoly.html> (22. 11. 2015)
- IDOS (2016): Jízdní řády,
<http://jizdnirady.idnes.cz/vlaky/spojeni/> (2. 3. 2016)
- INDROVÁ, J. (2010): Cestovní ruch: důležitá součást ekonomiky a významný faktor rozvoje destinací. Ochrana přírody, 2, zvláštní číslo.
<http://www.casopis.ochranaprirody.cz/zvlastni-cislo/cestovni-ruch/> (15. 7. 2015)
- Informační portál Šumavy (2015): Města a obce,
<http://www.sumavainfo.cz/sumava-od-a-do-z?action=search&q=su%C5%A1ice>
(11. 12. 2015)
- Jižní Čechy a Šumava (2015): Průvodce po zajímavostech a pamětihodnostech regionu,
<http://www.jiznicechy.org/cz/> (11. 12. 2015)
- Kino Sušice (2015): O kině,
<http://www.kinosusice.cz/cz/o-kine> (23. 11. 2015)
- Krajský úřad Plzeňského kraje (2015): Charakteristika zájmového zemí,
<http://portal.kr-plzensky.cz/article.asp?sec=1630> (20. 11. 2015)
- Krásy Šumavy (2015): Města a obce,
http://www.sumava.xf.cz/mesta_obce/mesta_obce.htm (11. 12. 2015)
- Mapové služby Plzeňského kraje (2016): Stav povrchu silnic II. a III. třídy v Plzeňském kraji,
http://mapy.kr-plzensky.cz/gis/silnice_stav_povrchu/ (2. 3. 2016)
- Město Sušice (2015a): Turistika,
<http://www.mestosusice.cz/susice/turist.asp> (14. 11. 2015)
- Město Sušice (2015b): Pravidelné kulturní akce,
<http://www.mestosusice.cz/susice/fr.asp?tab=icsusice&id=163> (3. 12. 2015)
- Město Sušice (2016): Naučné stezky,
<http://www.mestosusice.cz/susice/fr.asp?tab=icsusice&id=59> (9. 3. 2016)

MMR (2015): Počet zaměstnanců v cestovním ruchu ČR začal poprvé od roku 2009 narůstat,
<http://www.mmr.cz/cs/Ministerstvo/Ministerstvo/Pro-media/Tiskove-zpravy/2015/Pocet-zamestnancu-v-cestovnim-ruchu-CR-zacal-poprve-od-roku-2009-narus> (21. 8. 2015)

MPSV (2016): Statistika nezaměstnanosti z územního hlediska,
<http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/uzem> (6. 2. 2016)

Muzeum Šumavy Sušice (2015): Mechanický betlém, Sušické sirkařství a Historie muzea,
http://muzeum.sumava.net/?page_id=43 (22. 11. 2015)

Oficiální rozcestník cestovního ruchu turistického regionu Šumava (2015): Šumava pohodová zábava,
<http://www.isumava.cz/> (11. 12. 2015)

Otavská plavba (2015): Společný projekt měst Sušice, Horažďovice, Strakonice a Písku,
<http://www.otavskaplavba.cz/op/> (16. 12. 2015)

Seznam železničních tratí v Česku (2016): Seznam tratí – Česká republika,
<http://www.zelpage.cz/trate/ceska-republika?lang=cs> (3. 2. 2016)

Sirkus (2015): Kulturní dům Sokolovna,
<http://www.kulturatusice.cz/cz/sokolovna/article/3/prostory-kd-sokolovna-susice.html>
(5. 2. 2016)

Sušická pavučina (2016): Nejkrásnější procházky po Sušici a okolí,
<http://www.susicebranasumavy.cz/> (8. 3. 2016)

SÚSPK (2016): Správa a údržba silnic Plzeňského kraje,
<http://www.suspk.eu/mapy.html> (2. 3. 2016)

ŠumavaNet (2015): Města a obce,
<http://www.sumavanet.cz/mesta.asp> (11. 12. 2015)

Turistické regiony a oblasti České republiky (2005): Šumava – východ,
<http://www.6.oblast.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=113892&lng=&menu>
(14. 11. 2015)

SEZNAM ZKRATEK A PŘÍLOH

Seznam zkratek

AOPK	Agentura ochrany přírody a krajiny
A.T.I.C.	Asociace turistických informačních center
BP	Bakalářská práce
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČSAD	Československá státní automobilová doprava
ČSÚ	Český statistický úřad
IDOS	Integrovaný dopravní systém
MIC	Městské informační centrum
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj ČR
MPSV	Ministerstvo práce a sociálních věcí
ORP	Obec s rozšířenou působností
SÚSPK	Správa a údržba silnic Plzeňského kraje

Seznam tabulek

Tabulka 1: Struktura respondentů cestovního ruchu zapojených do výzkumného šetření ve městě Sušice od 1. 5. 2015 do 29. 4. 2016

Tabulka 2: Soubor zařízení cestovního ruchu zapojených do výzkumného šetření ve městě Sušice od 1. 5. 2015 do 29. 4. 2016

Tabulka 3: Přehled cyklotras procházejících Sušicí v roce 2015

Tabulka 4: Přehled turistických pěších tras z náměstí Sušice v roce 2015

Tabulka 5: Trasy Sušické pavučiny v roce 2015

Seznam schémat

Schéma 1: Předpoklady cestovního ruchu

Seznam grafů

Graf 1: Vzdělanostní struktura obyvatel města Sušice k 20. 12. 2014

Graf 2: Návštěvnost MIC Sušice od roku 2005 do roku 2015

Graf 3: Národnostní složení návštěvníků MIC Sušice v roce 2005 a v roce 2015

Graf 4: Motivy návštěvnosti města Sušice od 1. 5. 2015 do 29. 2. 2016

Graf 5: Dny s největší návštěvností MIC Sušice v roce 2015

Graf 6: Doprovod respondentů do města Sušice od 1. 5. 2015 do 29. 2. 2016

Graf 7: Typ dopravního prostředku turistů při návštěvě města Sušice od 1. 5. 2015 do 29. 2. 2016

Graf 8: Typ ubytovacího zařízení využívaných turisty ve městě Sušice od 1. 5. 2015 do 29. 2. 2016

Graf 9: Typ stravovacích zařízení využívaných turisty ve městě Sušice od 1. 5. 2015 do 29. 2. 2016

Graf 10: Podíl typu ubytovacích zařízení ve městě Sušice od 1. 5. 2015 do 29. 2. 2016

Graf 11: Podíl typu stravovacích zařízení ve městě Sušice od 1. 5. 2015 do 29. 2. 2016

Graf 12: Názory podnikatelů CR na důvody návštěvnosti města Sušice

Seznam obrázků

Obrázek 1: kaple Anděla Strážce

Obrázek 2: Rozacínovský dům

Obrázek 3: Muzeum Šumavy

Seznam map

Mapa 1: Návštěvnost města Sušice z krajů České republiky v období 1. 5. 2015 – 29. 2. 2016

Seznam příloh

Příloha 1: Přehled kulturních a sportovních akcí v Sušici za rok 2015

Příloha 2: Poloha města Sušice vzhledem k dopravní síti v roce 2015

Příloha 3: Klasifikace stavu povrchu silnic II. a III. třídy na Sušicku od roku 2010 do roku 2013

Příloha 4: Přehled hromadných ubytovacích zařízení v Sušici v roce 2015

Příloha 5: Cyklotrasy na Sušicku pro rok 2014

Příloha 6: Sušická pavučina

Příloha 7: Trasy Sušické pavučiny

Příloha 8: Počet turistů MIC Sušice od roku 2005 do roku 2015

Příloha 9: Návštěvnost cizinců v MIC Sušice v roce 2005 a v roce 2015

Příloha 10: Dotazník pro turisty v Sušici (česká verze)

Příloha 11: Dotazníky pro turisty v Sušici (anglická verze)

Příloha 12: Dotazníky pro turisty v Sušici (německá verze)

Příloha 13: Dotazník pro podnikatele v Sušici

Příloha 14: Turistický balíček města Sušice

PŘÍLOHY

Příloha 1: Přehled kulturních a sportovních akcí v Sušici za rok 2015

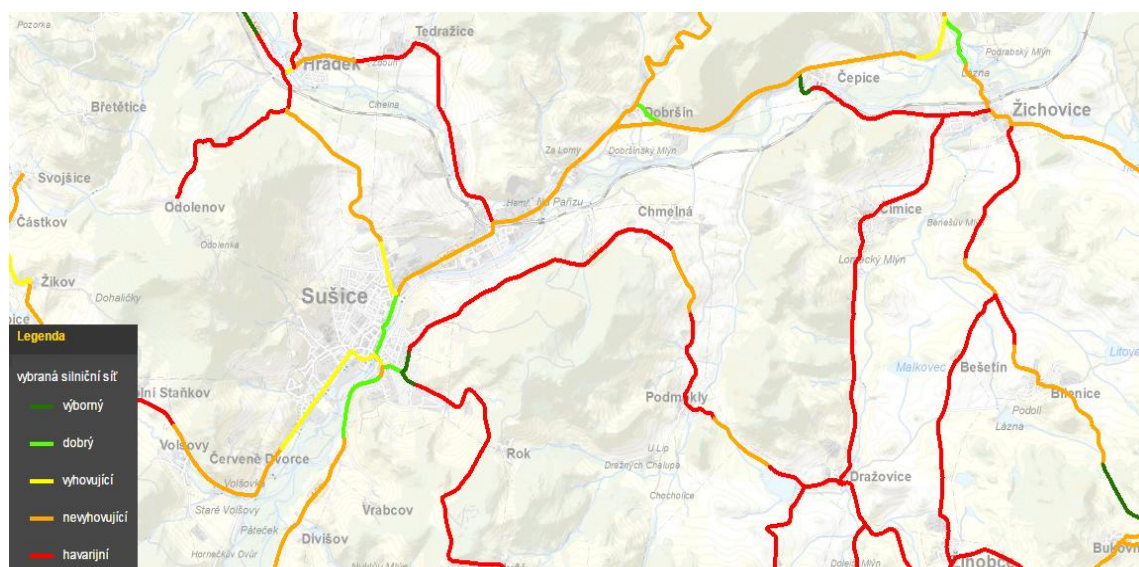
leden		únor		březen	
4.1.	Příchod Tří králů	2.2.	Cyklus cestovatelských přednášek	6.3.	Loutkové divadlo
8.1.	Beseda o domácím vzdělávání	5.2. - 9.4.	Taneční kurz pro dospělé	9.3.	Tanec v Sušici
9.1.	Loutkové divadlo	6.2.	Loutkové divadlo	13.3.	Loutkové divadlo
10.1.	Adéla ještě nevečeřela	6.2.	Koncert - Sirkyskon	17.3.	Balet v kině
12.1.	Cyklus cestovatelských přednášek	7.2.	Dětský karneval	20.3.	Loutkové divadlo
12.1.	Tanec v Sušici	7.2.	Divadelní představení - Motýli	21.3.	Memoriál Evy Hrabové - 5. ročník S
16.1.	Loutkové divadlo	7.2.	Farní ples	28.3.	Volejbalový turnaj O pohár města Sušice
16.1.	Nebe na zemi	9.2.	Tanec v Sušici		
17.1.	Nebe na zemi	13.2.	Loutkové divadlo		
20.1.	Škrtněte si, prosím	13.2.	Tři zlaté zuby děda Vševěda		
22.1.	Beseda s Janem Hnízdilem	14.2.	Chovatelský ples		
22.1.	Absolventský koncert - Štěpán Potužák	16.2. - 20.2.	Jarní příměstský tábor		
23.1.	Loutkové divadlo	17.2.	Škrtněte si, prosím		
24.1.	Adéla ještě nevečeřela	19.2.	" Z louže pod okap "		
24.1. - 22.2.	Zimní fotbalový turnaj O pohár starosty města Sušice	20.2.	Loutkové divadlo		
25.1.	Maškarní rej	21.2.	Hasičský ples		
27.1.	František Nedvěd se skupinou Tiebreak	22.2. - 15.3.	Zimní turnaj fotbalistů		
28.1.	Přednáška - Trochu jinak o smrti	23.2.	Sportovec Klatovska		
31.1.	XV. Reprezentační ples města Sušice - " The Beatles - 60 - 70. léta ★	25.2.	Beseda o knize " Tichá srdce - o kláštěrech a lidech v nich "		
		25.2.	Screamers		
		26.2.	Koncert - Duo, Jana Votášková - Nováková, housle a Jana Vavřínková, viola		
		27.2.	Loutkové divadlo		
duben		květen		červen	
2.4.	Sedláčkovo kvarteto, Jan Potměšil - recitace	1.5. - 31.5.	Výstava - Josef Černý, výtvarné práce	1.6. - 30.6.	Výstava fotografií - autor Josef Juriga
12.4.	Velikonoční koncert ČKA	3.5.	Timbersports 2015 - Czech Cup Města Sušice ★	13.6.	High Point Svatobor Cup 2015 ★
13.4.	Tanec v Sušici	5.5.	Balet v kině	13.6.	Lehká atletika - II. Liga
16.4.	Jom ha - šoa	8.5.	Memoriál Václava Hrabého - turnaj přípravek v kopané	18.6.	Vlachovo kvarteto Praha
18.4.	Sušický horský běh	9.5.	EnduroXRace	20.6.	Otava Cup ★
18.4.	Jarní setkání turistů Plzeňského kraje - 125. výročí založení odboru KČT v Sušici★	11.5.	Tanec v Sušici	20.6.	Závěrečný koncert Sušického dětského sboru
26.4.	Lehká atletika - Vrhácký čtyřboj	12.5.	Lehká atletika - Memoriál A. Blahůta a Zdeňka Nešpora - Velká cena města Sušice	20.6.	Sušická volejbalová soutěž I. kolo
30.4.	Slet čarodějnic ★	16.5.	Májáles 2015 ★	20.6. - 21.6.	Otava Cup - mezinárodní mládežnický turnaj v kopané
		16.5.	Úklid Otavy 2015	24.6.	Lehká atletika - Oblastní přebor družstev
		17.5.	Den pro rodiny	29.6.	Prohlídky města Sušice ★
		21.5. - 24.5.	Sušické slavnosti 2015 ★		
		23.5.	Pohádkový les		
		29.5. - 31.5.	III. Sportovní hry SOŠ a SOU Sušice 2015		

červenec		srpen		září	
2.7. - 31.7.	Výstava - paní Jaroslava Kroužková	1.8. - 31.8.	Výstava fotografií - Pocta básníkovi Rainer Maria Rilke	1.9. - 30.9.	Výstava fotografií - Voda
2.7. - 30.7.	Letní Santos - letní kino	2.8.	Memoriál Rendy Vachouška	4.9.	Noc na Anděličku - koncert Eva Hanychová a Citová záležitost
3.7.	Noc na Anděličku - koncert T N T	3.8. - 31.8.	Prohlídky města Sušice ★	5.9.	Pouťový Santos
3.7. - 11.7.	Dramasterie 2015	6.8. - 27.8.	Letní Santos - letní kino	5.9. - 6.9.	Výstava drobného zvířectva
4.7.	Algida Cup	7.8.	Noc na Anděličku - koncert Gregoriánská Schola	6.9.	Sušická pouť ★
6.7. - 27.7.	Prohlídky města Sušice ★	14.8.	Noc na Anděličku - koncert Filip Mana	10.9.	Klavírní recitál Lukáš Klánský
10.7.	Noc na Anděličku - koncert Los Gitanos Rubios	15.8.	Dead Sailor	19.9.	Sušická volejbalová soutěž II. kolo
11.7. - 12.7.	Žandův pohár	21.8.	Noc na Anděličku - koncert KOS	19.9.	Farmářské trhy ★
12.7.	Canicrossový závod na Svatobor	22.8.	Šumava Rocks ★	26.9.	Svatobor Tour 2015, Memorial Josefa Krivance ★
17.7.	Noc na Anděličku - koncert Smyčcové Trio Terzetto	22.8.	Farmářské trhy ★	26.9. - 27.9.	Výstava hub
18.7.	Red Hot Island	23.8.	Lehká atletika - Memoriál A. Donáta - Běh podél Otavy ★		
18.7.	Šumavský strongman 2015 ★	23.8.	Volejbalový turnaj O soudek města Sušice		
18.7.	1. ročník šachového turnaje	24.8.	S krajinou s podtitulem Svatoborské putování		
18.7. - 19.7.	Volšovský Jazýček	28.8.	Noc na Anděličku - Koncert Křesťanské sbory		
19.7.	Koncertní léto na Šumavě	29.8.	Metal Madness - open air festival		
25.7.	Farmářské trhy ★				
25.7.	Latino Párty				
25.7.	Den s hasiči				
26.7.	Dětský Santos				
18.7. - 19.7.	Volšovský Jazýček				
říjen		listopad		prosinec	
3.10.	Farmářské trhy ★	6.11.	Loutkové divadlo	4.12.	Loutkové divadlo
15.10.	Akademie sv. Václava	7.11.	Sušická volejbalová soutěž III. kolo	1.12. - 31.12.	Výstava fotografií - ŽŠ TGM V. Kohoutová - Vlková
16.10.	Loutkové divadlo	13.11.	Loutkové divadlo	11.12.	Loutkové divadlo
23.10.	Loutkové divadlo	17.11.	Oslavy dne boje za svobodu a demokracii - tradiční setkání pod lípou	13.12.	Adventní koncert - " Popelka Nazaretská
28.10.	Oslavy Dne vzniku samostatného československého státu ★	20.11.	Loutkové divadlo	15.12.	Od Bacha po lidové Vánoce ★
30.10.	Loutkové divadlo	27.11.	Loutkové divadlo	18.12.	Loutkové divadlo
31.10.	13. Svatohubertské slavnosti	29.11.	Slavnostní rozsvícení vánočního stromu ★		

pozn.: ★ pravidelné každoroční kulturní a sportovní akce
Zdroj: Město Sušice (2015c), vlastní zpracování



Příloha 3: Klasifikace stavu povrchu silnic II. a III. třídy na Sušicku od roku 2010 do roku 2013



Zdroj: Mapové služby Plzeňského kraje (2016)

Příloha 4: Přehled hromadných ubytovacích zařízení v Sušici v roce 2015

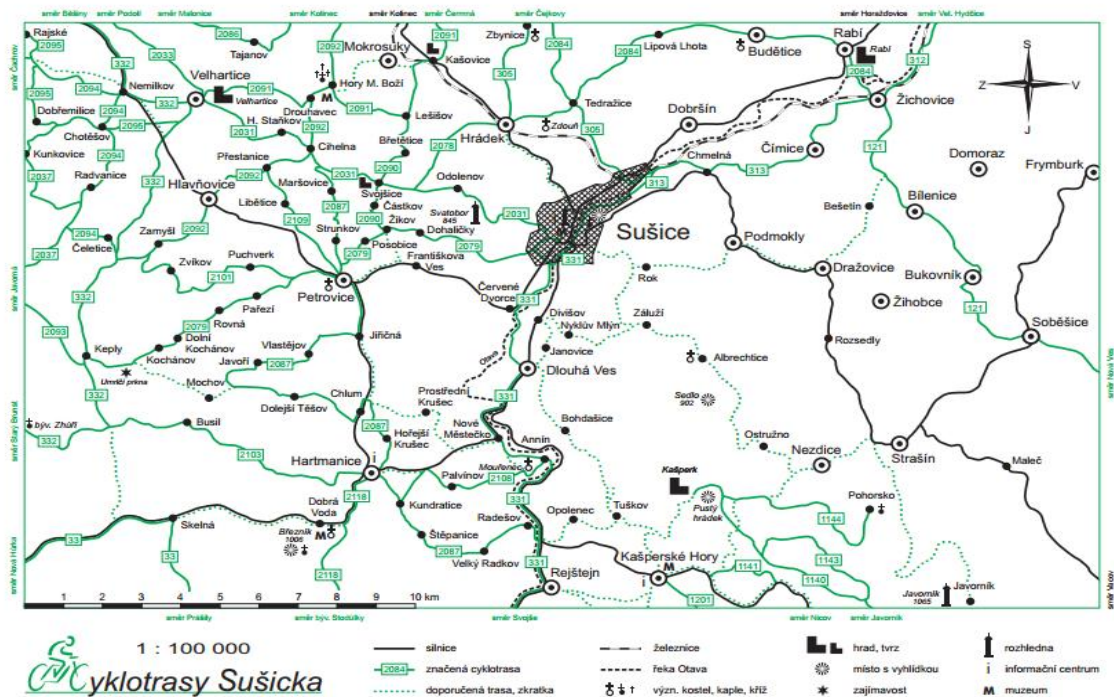
Ubytování v Sušici			
Název	Kategorie	Počet lůžek	Cena (Kč/osoba/noc)
Hotel Fuferna	hotel	20	250
Gabreta	hotel	34	650 – 1350*
Sporthotel Pekárna	hotel	49	od 567
Svatobor	hotel	74	400 – 800
U Daliborky	hotel	58	od 580*
Eva	pension	6	150 – 270
Libuše	pension	14	150 – 350
Milli	pension	16	250 – 450
Otava	pension	–	–
U Vítovců	pension	17	200 - 350
Volšovka	pension	–	–
Penzion U Jezu	pension	8	od 150
Apartmenty "BAŠTA"	ubytování v soukromí	22	od 900**
Atrium Šumava - bungalovy	ubytování v soukromí	10	od 300
J.M.S.	ubytování v soukromí	13	300 – 1700
Krátká Marie	ubytování v soukromí	–	–
Makrlík Miroslav	ubytování v soukromí	5	900 – 1200**
Švrčulová Helena	ubytování v soukromí	10	od 250
T-Mix	ubytování v soukromí	7	250
Urbánková Naděžda	ubytování v soukromí	8	250 – 300
Apartmenty McVítek	ubytování v soukromí	14	290
Apartment Pod Lípou	ubytování v soukromí	–	–
Koutný	ubytování v soukromí	4	–
Chata Svatoobor	ubytování v soukromí	30	350 – 500

Vodácký kemp	kemp	–	20**
Jitřenka	kemp	240	40 – 1200**
Luh	chatová osada	85	480 – 800**
Pražská	turistická ubytovna	11	130 – 190
TJ Sušice	turistická ubytovna	24	140 – 160
SOŠ a SOU Sušice	turistická ubytovna	–	240 – 260

pozn.: – nezjištěno, *cena se snídaní, **cena za apartmán/objekt/stan

Zdroj: MIC (2015b), vlastní dotazování a zpracování

Příloha 5: Cyklotrasy na Sušicku pro rok 2014



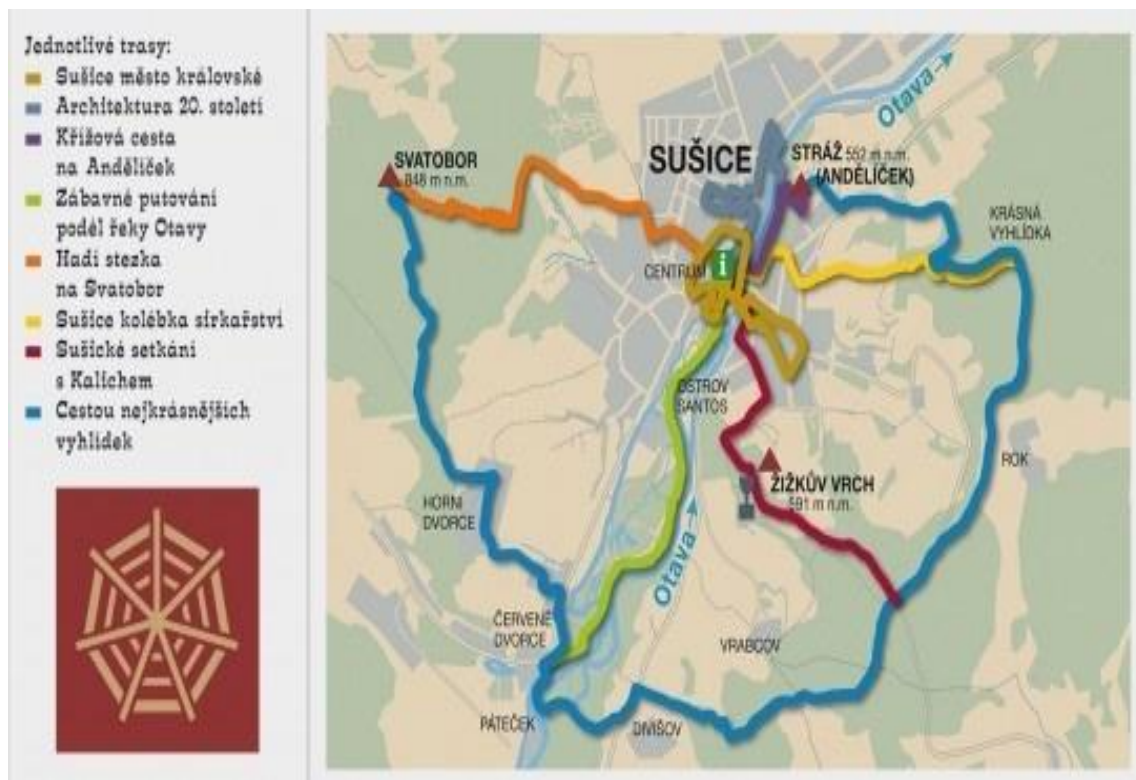
Zdroj: MIC (2015b)

Příloha 6: Sušická pavučina



Zdroj: Sušická pavučina (2016)

Příloha 7: Trasy Sušické pavučiny



Zdroj: Sušická pavučina (2016)

Příloha 8: Počet turistů MIC Sušice od roku 2005 do roku 2015

Rok	Počet turistů	Řetězový index vývoje návštěvnosti v %
2005	24 670	100,0
2006	26 871	108,9
2007	27 372	101,9
2008	26 613	97,2
2009	28 080	105,5
2010	29 299	104,3
2011	28 690	97,9
2012	26 021	90,7
2013	25 122	96,5
2014	27 990	111,4
2015	29 834	106,6

pozn.: viz. podkapitola 2.2.3

Zdroj: MIC (2015a), vlastní zpracování

Příloha 9: Návštěvnost cizinců v MIC Sušice v roce 2005 a v roce 2015

Národnostní složení	2005	v % na zahraniční návštěvníky celkem	2015	v % na zahraniční návštěvníky celkem
Němci	778	46,1	447	60,4
Holandané	697	41,3	162	21,9
Belgičané	99	5,9	18	2,4
Angličané	35	2,1	21	2,8
Francouzi	26	1,5	16	2,2
USA	5	0,3	28	3,8
Slováci	9	0,5	47	6,4
Ostatní	37	2,2	1	0,5
Zahraníční návštěvníci celkem	1 686	100,0	740	100,0
		v % na návštěvníky celkem		v % na návštěvníky celkem
Domácí návštěvníci celkem	22 981	93,2	29 094	97,5
Návštěvníci celkem	24 670	100,0	29 834	100,0

Zdroj: MIC (2015a), vlastní zpracování

Příloha 10: Dotazníky pro turisty v Sušici (česká verze)

Katedra geografie
studentka Radka Kopelentová,
kontakt: tel. 721 825 809
adresa katedry: Jeronýmova 200/10,
České Budějovice 371 15



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

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

DOTAZNÍK PRO TURISTY V MĚSTĚ SUŠICE

Dobrý den,

jmenuji se Radka Kopelentová. Studuji Pedagogickou fakultu Jihočeské Univerzity v Českých Budějovicích a v rámci mé bakalářské práce „**Analýza cestovního ruchu města Sušice**“ provádím výzkum, a proto bych Vás ráda požádala o vyplnění tohoto anonymního dotazníku. Získané údaje budou použity jen pro účely bakalářské práce. Zakroužkujte prosím údaje, které nejlépe vyjadřují Váš názor.

Předem děkuji za Váš čas a spolupráci při vyplňování dotazníku!

1. Osobní údaje

Pohlaví:

- a) muž b) žena

Věková kategorie:

- a) do 25 let d) 46 – 55 let
b) 26 – 35 let e) 56 – 65 let
c) 36 – 45 let f) 66 let a více

2. Jste v Sušici poprvé?

- a) ano b) ne

3. Z jakého kraje České republiky přijíždíte? Jaké roční období pro návštěvu Sušice preferujete?

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| a) Jihomoravský kraj | e) Liberecký kraj |
| b) Jihočeský kraj | f) Olomoucký kraj |
| c) Královéhradecký kraj | g) Moravskoslezský kraj |
| d) Karlovarský kraj | h) Pardubický kraj |

- i) Plzeňský kraj
- j) Středočeský kraj
- k) Ústecký kraj
- l) Vysočina
- m) Zlínský kraj
- n) hlavní město Praha

roční období:

.....

4. Pokud nejste z České republiky, jaká je Vaše národnost?

.....

5. Jakým dopravním prostředkem jste se do Sušice dopravil/a?

- a) autobus
- b) kolo
- c) motocykl
- d) osobní automobil
- e) vlak
- f) jiná doprava (*napište jaká*)

.....

6. Jaký je účel Vaší cesty?

- a) cesty za poznáním (muzeum, kostely, rozhledna, ...)
- b) nakupování
- c) návštěva kulturních akcí (koncerty, výstava, dny města, ...)
- d) návštěva přátel
- e) práce
- f) rekreace
- g) sportovní akce (utkání, závod, ...)
- h) jiné (*napište jaké*)

.....

7. Z jakého informačního zdroje jste se o Sušici dozvěděl/a?

- a) média (internet, tisk, TV, rádio)
- b) propagační materiály (letáky, průvodci, brožury)
- c) informace od příbuzných či známých
- d) osobní předchozí zkušenost
- e) od cestovních agentur, cestovních kanceláří
- f) žádné informace jsem nezjišťoval/a

g) jiné (*napište odkud*)

.....

8. S kým jste do města Sušice přijel/a?

a) sám/sama

d) s přáteli

b) s přítelem/přítečkyní

e) jiné (*napište s kým*)

c) s rodinou

.....

9. Po kolikáté jste navštívil/a Sušici?

a) jsem tu poprvé

b) 1 – 3 krát

c) více než 3 krát

10. Jak dlouhý je Váš pobyt?

a) jednodenní (bez noclehu)

c) týdenní (5-7 přenocování)

b) víkendový (1-2 přenocování)

d) jiné (*napište jaké*)

.....

11. V jakém typu ubytovacího zařízení trávíte svůj pobyt? (*Pokud zde nepřespáváte, přejděte prosím k otázce č. 13*)

a) hotel

d) v soukromí

b) penzion

e) u přátel nebo u rodiny

c) kemp, chata

f) jiné (*napište jaké*)

.....

12. Jak jste byl/a spokojen/a s ubytováním? (*Nevyplňujte v případě, že bydlíte u přátel, či rodiny*)

a) spokojená/ý

c) mírně nespokojená/ý

b) mírně spokojená/ý

d) silně nespokojená/ý

Proč?

.....

13. Jakým způsobem se zde stravujete?

- a) budova ubytovacího zařízení
- b) obchod s potravinami
- c) restaurace
- d) rychlé občerstvení
- e) vlastní stravování
- f) jiné (*napište kde*)

.....

14. Jak jste byl/a spokojen/á s pobytem v Sušici?

- a) spokojen/á
- b) spíše spokojen/á
- c) spíše nespokojen/á
- d) nespokojen/á

Proč?

.....

15. Co Vás zde nejvíce zaujalo a doporučil/a byste to svým známým či přátelům?

.....

.....

16. Jaké služby Vám při Vašem pobytu v Sušici chyběly?

.....

.....

17. Jak byste hodnotili Sušici v porovnání s ostatními městy, které jste navštívil/a?

- a) kladně
- b) srovnatelně
- c) záporně

18. Plánujete navštívit Sušici znovu?

- a) ano
- b) zatím nevím
- c) ne

Děkuji Vám za Vaši pomoc!

Příloha 11: Dotazníky pro turisty v Sušici (anglická verze)

Department of Geography
student Radka Kopelentová,
contact: tel. 721 825 809
address department: Jeronýmova 200/10,
České Budějovice 371 15



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

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

QUESTIONNAIRE FOR TURISTS IN THE TOWN SUŠICE

Dear respondents,

My name is Radka Kopelentová. I study Pedagogical Faculty in the university of South Bohemia. I would like to make a research as a part of my bechelor thesis Analysis of Tourism in the Town Sušice. I would like to ask you to fill the form. It is completely anonymous and gained information will be used only for this work. Please choose the answer which is the most suitable for you.

Thank you for your time and cooperation.

1. Personal information

Gender:

a) male

b) female

Age category:

a) to 25 years old

d) 46 – 55 years

b) 26 – 35 years

e) 56 – 65years

c) 36 – 45 years

f) 66 years old and more

2. Have you ever been in Sušice?

a) yes

b) no

3. Which country are you coming from? Which season of the year is most convenient for your visit in Sušice?

.....
season:

4. If you're not from the Czech Republic, what's your nationality?

.....

5. Which way of transport did you use to get to Sušice?

- a) bus
- b) bicycle
- c) motorcycle
- d) car
- e) train
- f) other (*please specify*)

.....

6. What's the purpose of your visit?

- a) sightseeing (museums, churches, lookout tower, ...)
- b) shopping (malls, markets,...)
- c) culture exploring (music activities, exhibitions, ...)
- d) meeting friends
- e) business
- f) holiday
- g) sport (matches, races, ...)
- h) other (*please specify*)

.....

7. How did you find your interest in Sušice?

- a) social media (internet, newspapers, TV, radio)
- b) public relations (leaflet, guider, booklet)
- c) friends or family members
- d) personal previous experience
- e) previous experience
- f) travel agency
- g) other (*please specify*)

.....

8. With whom did you come to Sušice?

- a) by yourself
- b) boyfriend/girlfriend
- c) family
- d) friends
- e) other (*please specify*)

.....

9. How many times have you been here?

- a) for the first time
- b) 1 – 3 times
- c) more than 3 times

10. How long is your stay?

- a) one day (no accommodation)
- b) weekend (1-2 overnight acom.)
- c) one week (5-7 overnight acom.)
- d) other (*please specify*)

.....

11. What kind of accommodation do you prefer? (*Do NOT answer this question if staying with family members or friends; continue with question 13*)

- a) hotel
- b) pension
- c) camp, cabin
- d) private by myself
- e) friends or family
- f) other (*please specify*)

.....

12. How satisfied were you with your accommodation? (*Do NOT answer this question if staying with family members or friends*)

- a) very satisfied
- b) slightly satisfied
- c) slightly dissatisfied
- d) very dissatisfied

Why?

.....

13. What type of board did you choose here?

- a) place where you stay
- b) grocery
- c) restaurant
- d) fast food
- e) your own
- f) other (*please specify*)

.....

14. Were you satisfied with the visit of Sušice?

- a) very satisfied
- b) slightly satisfied
- c) slightly dissatisfied
- d) very dissatisfied

Why?

.....

15. What did you find exciting? Would you recommend Sušice to your friends/neighbours?

.....
.....

16. What can we improve to make your experience in Sušice more interesting?

.....
.....

17. How satisfied are you overall with Sušice, comparing to other cities you've been to?

- a) positively b) comparably c) negatively

18. Are you planning to come back to Sušice?

- a) Yes b) I don't know c) No

Thank you for your help!

4. Welche Jahreszeit ziehen Sie für Ihren Besuch vor?

.....

5. Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie nach Schüttenhofen gekommen?

- | | |
|-------------|-----------------------|
| a) Bus | e) Zug |
| b) Fahrrad | f) auf andere Weise |
| c) Motorrad | (bitte spezifizieren) |
| d) Pkw | |

6. Welchen Zweck hat ihre Reise?

- a) Erkenntnisreise (Museum, Kirchen, Aussichtstürme)
- b) Einkaufen
- c) Besuch der Kulturveranstaltungen
- d) Besuch der Freunde
- e) Arbeit
- f) Urlaub
- g) Sportveranstaltungen
- h) andere (bitte spezifizieren)

.....

7. Aus welchen Informationsquellen haben Sie von Schüttenhofen erfahren?

- a) Medien (Internet, Zeitungen, TV, Radio)
- b) Propagationsmateriale (Flugblätter, Reiseführer)
- c) von Bekannten oder Verwandten
- d) Vorkenntnisse
- e) von Reisebüros
- f) ich habe keine Informationen gesucht
- g) andere Quelle (schreiben Sie, welche)

.....

8. Mit wem sind Sie nach Schüttenhofen gekommen?

- | | |
|------------------------|---------------------------------|
| a) allein | d) mit Freunden |
| b) mit Freund/Freundin | a) andere (bitte spezifizieren) |
| c) mit Familie | |

9. Zum welchen Mal haben Sie Schüttenhofen besucht?

- a) zum ersten Mal
- b) 1 – 3 mal
- c) mehr als 3 mal

10. Wie lang war ihr Aufenthalt?

- a) eintägig
 - b) Wochenende
 - c) eine Woche (5-7 Übernachtungen)
 - d) andere Länge (*bitte spezifizieren*)
-

11. In welchem Typ der Unterkunftseinrichtung haben Sie Ihren Aufenthalt verbracht? (*Falls Sie hier nicht übernachten, kommen Sie zur weiteren Frage weiter*)

- a) Hotel
 - b) Pension
 - c) Camping
 - d) Privatzimmer
 - e) bei Freunden oder Bekannte
 - f) anders (*bitte spezifizieren*)
-

12. Waren Sie mit der Unterkunft zufrieden?

- a) zufrieden
- b) eher zufrieden
- c) eher unzufrieden
- d) unzufrieden

Warum?

.....

13. Wie haben Sie sich ernährt?

- b) in der Unterkunftseinrichtung
 - c) Lebensmittelgeschäft
 - d) Restaurant
 - e) Fastfood
 - f) eigene Ernährung
 - g) andere (*bitte spezifizieren*)
-

14. Waren Sie mit dem Aufenthalt in Schüttenhofen zufrieden?

- a) zufrieden
- b) eher zufrieden
- c) eher unzufrieden
- d) unzufrieden

Příloha 13: Dotazník pro podnikatele v Sušici

Katedra geografie
studentka Radka Kopelentová,
kontakt: tel. 721 825 809
adresa katedry: Jeronýmova 200/10,
České Budějovice 371 15



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

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

DOTAZNÍK PRO UBYTOVACÍ A STRAVOVACÍ ZAŘÍZENÍ **V MĚSTĚ SUŠICE**

Dobrý den,

jmenuji se Radka Kopelentová. Studuji Pedagogickou fakultu Jihočeské Univerzity v Českých Budějovicích a v rámci mé bakalářské práce „**Analýza cestovního ruchu města Sušice**“ provádím výzkum, a proto bych Vás ráda požádala o vyplnění tohoto dotazníku. Získané údaje budou použity jen pro účely bakalářské práce. Doplňte prosím údaje, které nejlépe vyjadřují Váš názor.

Předem děkuji za Váš čas a spolupráci při vyplňování dotazníku!

1. Jaký druh živnosti provozujete?

- | | |
|--------------------------------------|---------------|
| a) Hotel | d) Kavárna |
| b) Penzion | e) Cukrárna |
| c) Kemp, chatová osada | f) Restaurace |
| g) jiné (<i>napište jaké</i>)..... | |

2. Jaká je kapacita Vašeho objektu?

Odpověď:

3. Kolik máte zaměstnanců?

- | | |
|-------------|--------------|
| a) 5 a méně | c) 11 – 15 |
| b) 6 – 10 | d) 15 a více |

4. Kolik osob za rok využije vaše služby?

Odpověď:

5. V jakém věku jsou nejčastěji Vaši klienti?

- | | |
|----------------|------------------|
| a) do 25 let | d) 46 – 55 let |
| b) 26 – 35 let | e) 56 – 65 let |
| c) 36 – 45 let | f) 66 let a více |

6. Jaká je procentuální skladba zákazníků, kteří využívají Vaše služby? (tuzemci x cizinci)

- | | |
|---------------------|------------------------|
| a) do 15 % cizinců | d) 46 – 55 % cizinců |
| b) 16 – 35% cizinců | e) 56 – 65% cizinců |
| c) 36 – 45% cizinců | f) 66 % a více cizinců |

7. Jakým dopravním prostředkem se k Vám Vaši klienti nejčastěji dopravují?

- | | |
|-------------|---|
| a) autobus | d) osobní automobil |
| b) kolo | e) vlak |
| c) motocykl | f) jiná doprava (<i>napište jaká</i>) |

.....

8. Vaši hosté jsou spíše stálí, nebo Vaše služby využívá spíše nová klientela?

- | | |
|----------------|-------------------------|
| a) stálí | c) spíše nová klientela |
| b) spíše stálí | d) nová klientela |

9. Jak dlouhý je obvykle pobyt návštěvníků ve Vašem zařízení? (*pokud nejste ubytovací zařízení, pokračujte prosím dále*)

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| a) jednodenní (1 přenocování) | c) týdenní (5-7 přenocování) |
| b) víkendový (2 přenocování) | d) jiné (<i>napište jaké</i>) |

.....

10. Provozujete svoji živnost celoročně?

- | | |
|--------|-------|
| a) ano | b) ne |
|--------|-------|

11. V kterém časovém úseku zaznamenáváte vyšší návštěvnost turistů?

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| a) od března do května | c) od října do listopadu |
| b) od června do září | d) od prosince do února |

12. Spolupracujete s cestovní kanceláří?

- a) ano, s místní CK
- b) ano, s jinou tuzemskou či zahraniční CK
- c) ne

13. Spolupracujete s Městským informačním střediskem? (vzájemné poskytování informací)

- a) ano
- b) ne, ale máme zájem
- c) ne

14. Jaký způsobem propagujete Vaše zařízení?

- h) média (internet, tisk, TV, rádio)
- i) propagační materiály (letáky, průvodci, brožury)
- j) příbuzní či známí
- k) cestovní agentury, cestovní kanceláře
- l) nijak nepropaguji
- m) jiné (*napište*)

.....

15. Zaznamenáváte v posledních letech nárůst klientely ve Vašem zařízení?

- a) ano
- b) ne

16. Jaké máte plány se svým zařízením do budoucích let?

- a) rekonstrukce
 - b) kompletní přestavba
 - c) změnu neplánuji
 - d) jiné (*napište jaké*)
-
-

17. Co je podle Vás v Sušici největším lákadlem pro turisty?

- a) cesty za poznáním (muzeum, kostely, rozhledna, ...)
 - b) nakupování
 - c) návštěva kulturních akcí (koncerty, výstava, dny města, ...)
 - d) návštěva přátel
 - e) práce
 - f) rekreace
 - g) sportovní akce (utkání, závod, ...)
 - h) jiné (*napište jaké*)
-

18. Co by podle Vás zlepšilo sociální a kulturní status města a přilákalo tak více turistů?

Odpověď:

Děkuji Vám za Vaši pomoc!

Příloha 14: Turistický balíček města Sušice

Název produktu: Do Sušice za sportem

Turistická oblast: Sušice a okolí

Program: 3 denní program orientovaný na sportovní aktivity v oblasti města Sušice a blízkého okolí – bazén, bowling, outdoorové centrum Offpark, paintball, squash, tenis, vodáctví. V případě špatného počasí – alternativní sportovní program ve vnitřních prostorách budov, spojený s návštěvou místních památek a ochutnávkou tradičního piva „Sušičák“ (bazén, bowling, squash, prohlídka muzea, radniční věže, kaple Anděla Strážce, pivovar U Švelchů)

Služby zahrnuté v produktu:

- ✓ **Ubytování:** Hotel Gabreta *** nebo hotel Pekárna ***, záleží na výběru zákazníka.
- ✓ **Stravování:** Hotel Gabreta *** nebo hotel Pekárna ***, polopenze.
- ✓ **Doprava:** Vlastní.