

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch



Prostředí cestovního ruchu – vodní hrad Švihov

Vedoucí bakalářské práce
Ing. arch. Martin Jirovský, Ph.D.

Autor
Hana Hanzlíková

2007

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Zemědělská fakulta
Katedra cestovního ruchu
Akademický rok: 2005/2006

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Hana HANZLÍKOVÁ**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Prostředí cestovního ruchu - vodní hrad Švihov**

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

Cíl práce:

Sestavit teritoriální model cestovního ruchu - vodní hrad Švihov a okolí.
Kriticky zhodnotit současný stav využití vybraného rekreačního prostoru.
Na tomto základě vypracovat návrh opatření optimalizujících využití rekreačního prostoru.

Metodický postup:

1. Analýza pramenů a literatury.
2. Terénní výzkum.
3. Analýza předpokladů cestovního ruchu.
4. Metoda vysvětlujícího popisu.
5. Metoda interpretace kartografických a grafických děl.
6. Metody sociologického výzkumu.

Rámcová osnova:

1. Úvod s přehledem literatury k oblasti a tématu. 2. Metodika. 3. Analýza předpokladů cestovního ruchu. 4. Výsledky sociologického výzkumu. 5. Závěr - návrhy opatření. 6. Použitá literatura. 7. Přílohy (grafické, tabulky, event. grafy).

Rozsah práce: 30 - 50 stran
Rozsah příloh: fotodok., analytické mapy
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná


Seznam odborné literatury:

- Disman, M.: Jak se vyrábí sociologická znalost. Praha, 2000.
Hudečková, H., Kučerová, E., Kříž, L.: Metodologie sociologického výzkumu pro nesociology. Praha: ČZU, 2004.
Kollárik, T., Sollánová, E., Hradiská, E., Verešová, M., Sollár, T., Friezeová, I., Kubušová, S., Letovancová, E., Páleník, C., Kabát, L., Ritomský, A.: Metódy sociálnopsychologickej praxe. Bratislava: Ikar, 2004.
Mariot, P.: Geográfia cestovného ruchu. Bratislava: Academia, 1983.
Robinson, G., M.: Methods and techniques in human geography. Chichester: John Wiley and Sons, 1998.
Kopp, J. a kol.: Úvod do regionálního výzkumu. Plzeň: ZČU, 2001.
Horner, S., Swarbrooke, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada Publishing, 2003.

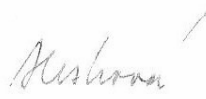
Vedoucí bakalářské práce: Ing. arch. Martin Jírovský, Ph.D.
Katedra cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: 15. března 2006

Termín odevzdání bakalářské práce: 15. dubna 2007


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Katedra cestovního ruchu
VANČUROVÁ 2004 290 02 PABEJ


doc. Ing. Marie Hesková, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2006

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Prostředí cestovního ruchu – vodní hrad Švihov vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které jsou uvedeny v seznamu použité 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.

V Klatovech 11.4. 2007

Hana Hanzlíková

Poděkování

Děkuji svému vedoucímu práce Ing. arch. Martinu Jirovskému, Ph.D. za pomoc při vypracování bakalářské práce. Současně děkuji panu starostovi města Švihov PaedDr. Václavu Petrusovi a panu kastelánovi vodního hradu Švihov Tomáši Bojčukovi za poskytnuté informace, které mi byly velmi cenné při zpracování práce.

1 ÚVOD	8
1.1 CESTOVNÍ RUCH MIKROREGIONU BĚLEČ	8
2 METODIKA A ZPRACOVÁNÍ	10
2.1 CÍL PRÁCE.....	10
2.2 METODIKA PRÁCE.....	10
3 DOPRAVA	12
3.1 SILNIČNÍ SÍŤ.....	12
3.2 ŽELEZNIČNÍ SÍŤ.....	12
3.3 VEŘEJNÁ DOPRAVA	12
3.4 CYKLOTRASY A CYKLOSTEZKY	13
4 NÁVŠTĚVNOST VODNÍHO HRADU ŠVIHOV	14
4.1 ZHODNOCENÍ.....	14
4.2 KULTURNÍ A SPOLEČENSKÉ AKCE	15
4.2.1 Cíl kulturních a společenských akcí.....	15
4.2.2 Efekt z hlediska návštěvnosti.....	17
4.3 NÁVRHY, DOPORUČENÍ.....	17
4.3.1 Koncerty, vystoupení.....	17
4.3.2 Program pro školy	18
4.3.3 Den dětí.....	18
4.3.4 Sportovní klání pro dospělé	18
4.3.5 Vánoční noční prohlídky.....	19
5 DOTAZOVACÍ ČÁST	20
5.1 ŘÍZENÉ ROZHOVORY	20
5.1.1 Rozhovor s pracovníci IC Klatovy.....	20
5.1.2 Rozhovor s pracovníci IC Švihov	21
5.1.3 Rozhovor s profesorkou dějepisu Gymnázia J.V. Vrchlického v Klatovech.....	22
5.1.4 Rozhovor se starostou města Švihov	22
5.2 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ- VODNÍ HRAD ŠVIHOV.....	23
5.2.1 Návrhy, doporučení.....	24
5.2.2 Návrhy, doporučení.....	25
5.2.3 Návrhy, doporučení.....	26
5.3 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ- MĚSTO ŠVIHOV	28
5.3.1 Návrhy, doporučení.....	29
5.3.2 Návrhy, doporučení.....	30
5.4 PROFIL TYPICKÉHO NÁVŠTĚVNÍKA VODNÍHO HRADU ŠVIHOV.....	31
6 ZÁVĚR ANALYTICKÉ ČÁSTI	32
6.1 PROMOTION	32
6.1.1 Stávající propagační materiály.....	32
6.1.2 Zjednodušená SWOT analýza propagačních materiálů.....	33
6.1.3 Zhodnocení.....	33
6.1.4 Návrhy, doporučení.....	34
6.1.4.1 Vytvoření propagačního letáku	35
6.1.4.2 Internetové stránky	37
6.2 UBYTOVÁNÍ A STRAVOVÁNÍ	37
6.2.1 Ubytování.....	38
6.2.1.1 Zjednodušená SWOT analýza ubytovacích zařízení	38
6.2.1.2 Seznam ubytovacích zařízení	38
6.2.1.3 Návrhy, doporučení	39
6.2.2 Stravování.....	40
6.2.2.1 Zjednodušená SWOT analýza stravovacích zařízení	40
6.2.2.2 Seznam stravovacích zařízení.....	40
6.2.2.3 Návrhy, doporučení	41
6.3 VOLNOČASOVÉ AKTIVITY	42
6.3.1 Návrhy, doporučení.....	43

7 LITERÁRNÍ REŠERŠE	44
7.1 DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU	44
7.2 MARKETING DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU	44
7.3 MARKETINGOVÝ MIX.....	45
7.3.1 Produkt (product).....	45
7.3.2 Cena (price).....	45
7.3.3 Distribuce (place).....	46
7.3.4 Komunikační politika (promotion).....	46
7.4 PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU	47
7.5 OSTATNÍ AUTOŘI ZABÝVAJÍCÍ SE CESTOVNÍM RUCHEM A PROBLEMATIKOU SLEDOVANÉHO REKREAČNÍHO PROSTORU	47
8 MARKETINGOVÝ PLÁN PODLE P. KOTLERA – 2003 (5)	49
8.1 SITUAČNÍ ANALÝZA	49
8.1.1 SWOT analýza.....	51
8.1.2 Zhodnocení konkurence	52
8.2 CÍLE.....	53
8.3 STRATEGIE.....	54
8.4 TAKTICKÉ KROKY	55
8.5 ROZPOČET	56
8.6 KONTROLA	56
9 ZÁVĚR.....	57
10 SUMMARY.....	58
11 PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY	59
11.1 LITERATURA.....	59
11.2 ELEKTRONICKÉ ZDROJE.....	59
12 SEZNAM GRAFŮ, OBRÁZKŮ A TABULEK	60
13 SEZNAM PŘÍLOH	63
14 PŘÍLOHY	64

1 ÚVOD

Existuje mnoho definicí cestovního ruchu a do roku 1991 bylo téměř nemožné vybrat pouze jednu, která by byla vyčerpávající. Proto v tomto roce Světová organizace cestovního ruchu (WTO – World Tourism Organisation) uspořádala, s cílem sjednotit názory na definování předmětu cestovního ruchu z hlediska statistiky, mezinárodní konferenci v kanadském městě Ottawa. Její účastníci přijali návrh, že cestovním ruchem se rozumí (4) „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovaná, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě.“

Po roce 1989, kdy Česká republika zaznamenala četné politické a ekonomické změny, zaznamenal cestovní ruch velký vývoj a stal se významnou součástí ekonomiky služeb. Pro turisty je Česká republika atraktivní především velkým množstvím kulturně-historických památek. Právě ono množství, ale i hodnota památkových objektů tvoří významnou složku v rozvoji cestovního ruchu a zároveň tímto kompenzuje neexistenci moře a jiných atraktivit, které nejsou v naší zemi dostupné.

Město Švihov, na jehož okraji se nachází stejnojmenný velmi zachovaný hrad, leží v údolí řeky Úhlavy v regionu Klatovsko, nacházejícím se v Plzeňském kraji. Přestože není hlavní atraktivitou regionu, které jsou soustředěny většinou přímo v Klatovech, je ovšem každoročně hojně navštěvován díky své výhodné dopravní poloze. Nejvýznamnější dominantou města a atraktivitou cestovního ruchu nadregionálního významu je vodní hrad Švihov, zapsaný na seznamu národních kulturních památek.

1.1 Cestovní ruch mikroregionu Běleč

V Plzeňském kraji se nacházejí oblasti, které jsou velmi významné z hlediska cestovního ruchu. Rovněž zde lze nalézt regiony, které zatím dostatečně svůj potenciál nevyužívají a stále ještě nenašly své místo na trhu. Jedním z těchto míst je právě mikroregion Běleč. Za hlavní atraktivity mikroregionu Běleč, do kterého spadá město Švihov, lze vedle kvalitního přírodního prostředí považovat turisticky oblíbené historické památky – především již zmíněný vodní hrad Švihov, Starý zámek v Chudenicích spolu s rozhlednou Bolfánek a Americkou zahradou. Hlavní předností tohoto území by se do budoucna mohl stát vzrůstající zájem o trávení volného času v zachovalém přírodním prostředí, v kombinaci s návštěvou osvědčených památek. Přírodní předpoklady nabízejí

mnoho možností pro pěší turistiku, cykloturistiku a řadu dalších sportovních i odpočinkových aktivit spojených s pobytem v přírodě. Především oblast Švihovska by měla těžit ze své dopravní polohy, přímo na trase autobusového a vlakového spojení Plzeň – Klatovy – Železná Ruda, a měla by se stát vstupní branou do zájmového mikroregionu.

V posílení cestovního ruchu této oblasti a služeb s cestovním ruchem přímo souvisejících spočívá nejdůležitější impuls pro zvýšení celkové atraktivity regionu a vznik nových pracovních příležitostí.

Problematiku vodního hradu Švihov považuji za zajímavou a protože je mi velmi blízká oblast Švihovska, stává se často cílem mých výletů, zvolila jsem si pro svou bakalářskou práci právě toto téma.

2 METODIKA A ZPRACOVÁNÍ

2.1 Cíl práce

Cílem je odhalit nevyužitý potenciál sledovaného území a identifikovat potenciální střety zájmů a nedostatky v současném využití a na jejich základě vypracovat návrhy a opatření na odstranění zjištěných rezerv. Dále nalézt rozpory mezi ideálním a reálným využitím rekreačního prostoru, provést průzkum materiálně technické základny a zjistit preference návštěvníků vodního hradu Švihov.

Práce bude zaměřena na problematiku provozu objektu, posouzeno bude současné využití, dále se pokusím charakterizovat přínos objektu pro cestovní ruch v regionu, skladbu a vývoj návštěvnosti, charakter průvodcovské činnosti, možnosti propagace, reklamy, public relations, spolupráce s cestovními kancelářemi atd. S tím souvisí posouzení podmínek pro rozvoj cestovního ruchu, zejména stravování, ubytování, dopravní obslužnosti, doprovodných akcí.

2.2 Metodika práce

Metodika práce vychází z logické návaznosti činností a harmonogramu sestaveného v projektu bakalářské práce. Zpracování bylo rozděleno do různých fází:

- 1. fáze-** bylo provedeno studium odborné literatury zabývající se danou problematikou,
- 2. fáze-** shromažďování informací o sledované oblasti (mezi zdroje informací patřily také internetové stránky, které se vztahují k mikroregionu Běleč, vodnímu hradu Švihov a rovněž statistiky a tabulky Českého statistického úřadu a České centrály cestovního ruchu – CzechTourism), vybraná literatura je podrobněji popsána v kapitole 7 Literární rešerše, knižní publikace, časopisy, turističtí průvodci, propagační materiály a mapy byly získávány v Městské knihovně v Klatovech, Univerzitní knihovně Jihočeské Univerzity katedry cestovního ruchu, ve Vědecké knihovně v Plzni a v informačních centrech v Klatovech a ve Švihově,
- 3. fáze-** problematika byla konzultována s kastelánem vodního hradu Švihov, panem Tomášem Bojčukem, a starostou města Švihov PaedDr., panem Václavem Petrusem,
- 4. fáze-** zjišťování úrovně nabídky a poptávky (v rámci této části byla provedena dvě dotazníkové šetření – metodika těchto dotazníkových šetření podrobněji v kapitole 5.2 Dotazníkové šetření- vodní hrad Švihov, 5.3

Dotazníkové šetření- město Švihov, první bylo určeno především pro turisty a návštěvníky vodního hradu, druhé pro místní obyvatele),

5. fáze- v rámci průzkum nabídky a poptávky dále byly prováděny řízené rozhovory (podrobněji viz kapitola 5.1 Řízené rozhovory) a průzkum materiálně technické základny, tedy ubytovacích a stravovacích kapacit, v této fázi byla analyzována rovněž dopravní dostupnost Švihova,

6. fáze- po dokončení sběru dat byly všechny informace tříděny a postupně zpracovávány pomocí počítačového programu Microsoft® Excel především za využití kontingenčních tabulek, které byly následně převedeny v kontingenční grafy pro lepší orientaci,

7. fáze- nakonec probíhalo shromažďování výstupů dotazovací části, tedy hlavních problémů, kterým by měla být věnována pozornost a na které navazují návrhy a doporučení této bakalářské práce.

3 DOPRAVA

3.1 Silniční síť

Celé území se s výjimkou oblasti Švihova a Červeného Poříčí nachází v dopravně nepřilíživě vytížené oblasti stranou hlavních dopravních tahů. Jedinou významnou komunikací je silnice I/27 Plzeň – Klatovy – Železná Ruda, která patří do evropské sítě dálkových silnic pod označením E53.

Zbytkem území procházejí silnice II. a III. třídy, které i přesto, že nejsou příliš frekventované komunikace, tvoří samostatný základ dopravní sítě. Jsou jimi zpřístupněny všechny obydlené lokality a přináší základní podmínky pro život a podnikání obyvatel každé obce mikroregionu. Měřítkem jejich potřeby proto není a ani nemůže být dopravní výkon, nýbrž zabezpečení základní dostupnosti území.

3.2 Železniční síť

Jedinou železniční trať, která prochází sledovaným územím, je trať číslo 183 Plzeň – Klatovy- Železná Ruda (v úseku Plzeň – Klatovy byla tato trať elektrifikována). Jedná se o jednokolejnou trať regionálního významu. Slouží především k dojíždění do zaměstnání a škol. Je rovněž významným turistickým dopravním spojením do jihozápadní části Šumavy (oblast Železnorudska).

K posílení vazeb na Klatovy a Plzeň by mohlo dojít výhledovým zdvojkolejněním úseku Klatovy – Plzeň, které by pak umožňovalo prodloužení příměstské dopravy z Přeštic až do Klatov. (1)

3.3 Veřejná doprava

Veřejná autobusová doprava je pro většinu obcí, nepočítáme-li individuální automobilovou dopravu, jediným možným dopravním spojením s okolními středisky regionu. V průběhu 90. let došlo, stejně jako v celé ČR, k výraznému útlumu veřejné hromadné autobusové dopravy (omezení počtu linek i jejich frekvence). U většiny obcí bylo zachováno pouze základní autobusové spojení.

Většina spojů je soustředěna do ranních a odpoledních hodin a slouží pro dopravu lidí do zaměstnání, škol, k lékaři a zpět. Možnosti dojíždět za prací veřejnou dopravou jsou omezeny především proto, že poslední večerní spoje končí zpravidla kolem 18- té hodiny a tak je většina lidí, kteří pracují ve směnném provozu, odkázána za prací jezdit osobním

automobilem. O sobotách a nedělích je navíc provoz značně omezen jen na několik opravdu málo spojů. V lepším případě jedou 1-2 spoje denně, v horším žádný.

Poměrně dobré spojení mají pouze Švihov a Červené Poříčí těžící z výhodné dopravní polohy při hlavním silničním tahu z Plzně do Klatov

Díky nízké hustotě provozu a členitosti zdejšího území lze zdejší komunikace dobře využívat pro cykloturistiku.

3.4 Cyklotrasy a cyklostezky

Jednou z možností jak zvýšit návštěvnost venkovských oblastí za relativně nízkých pořizovacích nákladů je značení cyklotras. V případě cyklistických tras nelze zůstat u pouhého značení, ale je nutné podniknout další kroky vedoucí zejména k zvýšení bezpečnosti cyklistů. Na území mikroregionu jsou v současnosti vyznačeny následující cyklotrasy, resp. úseky těchto tras:

trasa č. 38 (332) – Švihov – Dolany – Tajanov – Klatovy

trasa č. 305 – Koloveč – Chocomyšl – Lučice – Poleň – Tajanov – Klatovy

trasa č. 2042 – Němčice – Chocomyšl – Chudenice – Chlumská – Švihov

trasa č. 2099 – Drslavice – Dolany – Chudenice – Býšov – Křenice – Ježovy – Mezihoří-Švihov

Uvedené cyklotrasy jsou znázorněny v mapě, která je součástí přílohy číslo 9.

Zmiňované cyklotrasy jsou převážně regionálního významu, tudíž jsou nejčastěji využívány především v letním období obyvateli odlehlých částí mikroregionu, rovněž slouží jako propojení center rekreace a cestovního ruchu v okrese.

Plánované je dovybudování cyklostezky č. 38 (332) z Klatov do Železné Rudy, u níž obce Klatovska prosazují napojení na bavorskou cyklostezku Regental. Tato cyklostezka nabízí nejen prohlídku mnoha přírodních krás Šumavy, ale také zajímavou podívanou pro děti díky „Pohádkové říši“, která je na ní zřízena. Z Regenu dále pokračuje tato cyklostezka do Degendorfu, kde se napojuje na Podunajskou magistrálu. Tímto by mohla územím mikroregionu vést cyklostezka globálního významu, která by do budoucna mohla způsobit zvýšení návštěvnosti Švihova.

4 NÁVŠTĚVNOST VODNÍHO HRADU ŠVIHOV

Návštěvnost vodního hradu je sledována především pro hodnocení vývoje počtu příchozích turistů a odráží míru atraktivity a úspěšnosti historické památky na trhu. Rovněž slouží jako zpětná vazba pro správu vodního hradu Švihov v oblasti hodnocení kvality jejich práce. Z tohoto důvodu se stala prvním článkem analytické části této práce.

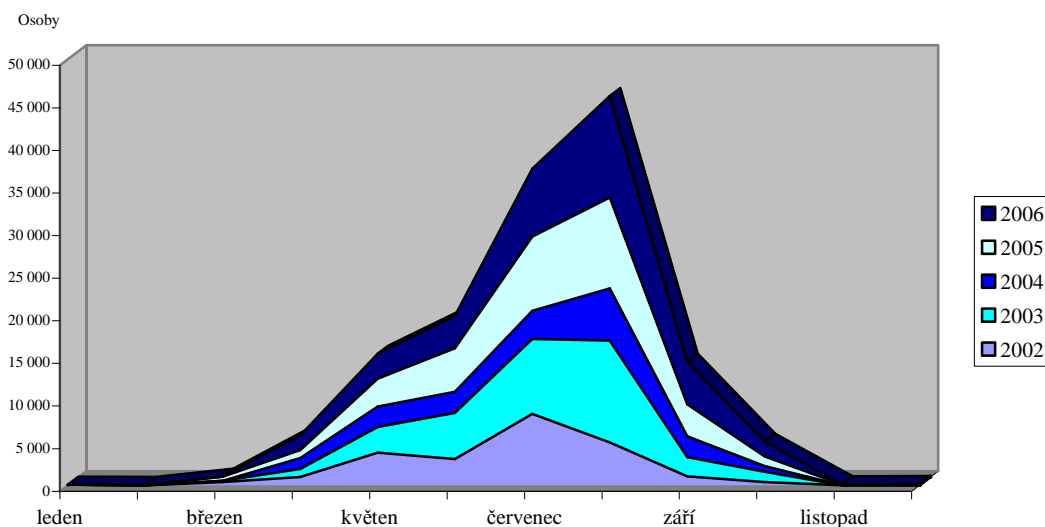
Tabulka 1- Návštěvnost vodního hradu Švihov v letech 2002-2006

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	
2002	57	0	370	963	3 845	3 080	8 365	5 018	1 031	372	0	0	23 101
2003	0	0	152	934	2 973	5 414	8 801	11.947	2 262	1 193	0	0	33 676
2004	0	0	1	1 285	2 436	2 482	3 305	6 123	2 435	694	0	92	18 853
2005	0	46	483	961	3 258	5 086	8 729	10.696	3 783	1 133	58	34	34 267
2006	0	0	0	1 719	2 938	3 795	7 971	11.904	4 989	1 698	50	0	35 064

Zdroj: Data zpracovaná z pokladny vodního hradu Švihov

Pro přehlednost jsou data uvedená v tabulce znázorněna v následujícím grafu.

Graf 1- Vývoj návštěvnosti vodního hradu Švihov v období 2002-2006



Zdroj: Statistika návštěvnosti 2006

4.1 Zhodnocení

Návštěvnost vodního hradu Švihov má v posledních letech stoupající tendenci. Nejnavštěvovanějším měsícem se dlouhodobě stává měsíc srpen, kdy je návštěvnost hradu nejvyšší z celé sezóny. Jak je patrné z tabulky i grafu, návštěvnost v měsících květnu, červnu a červenci v roce 2006 byla nižší než v roce 2005. Zde je nutné zmínit souvislost na

rekonstrukci a uzavření náměstí, protože návštěvnost hradu je přímo závislá na dobré dostupnosti individuální automobilové dopravy.

Každopádně nejnižší návštěvnost hradu v období, kdy je otevřen, jsou měsíce duben, květen a říjen. Toto jsou „prázdná místa, která by bylo nutné vyplnit“.

4.2 Kulturní a společenské akce

V následující tabulce jsou znázorněny kulturní a společenské akce, které se konaly v průběhu roku 2006 v prostorách hradu.

4.2.1 Cíl kulturních a společenských akcí

Cílem je zvýšit návštěvnost a přilákat co největší počet účastníků, kteří se v rámci konaných akcí stávají návštěvníky vodního hradu Švihov. Doplnkové akce činí návštěvu zajímavější a poutavější, tudíž umožňují opakované navštívení hradu. Dále rozšiřují rozhled v kulturním vzdělání, ale i v oblastech, které s kulturou přímo nesouvisejí, např. den dětí, různé sportovní akce... Rovněž působí pozitivně do rozpočtu hradu. Tyto příjmy je možné později použít např. v oblasti rozvoje nebo jiné.

Tabulka 2- Kulturní a společenské akce

Zvláštní prohlídky

- 15. – 16. 4. – Mezinárodní den památek – zpřístupnění tzv. Půtovy ložnice
- 26. – 28. 5. – Přednášky o zbraních a vývoji evropských bojových umění v rámci návštěvnického okruhu ve zbrojnici
- 2. – 4. 6. – Přednášky o zbraních a vývoji evropských bojových umění v rámci návštěvnického okruhu ve zbrojnici
- 9. – 11. 6. – Přednášky o zbraních a vývoji evropských bojových umění v rámci návštěvnického okruhu ve zbrojnici
- 14. – 16. 6. – Přednášky o zbraních a vývoji evropských bojových umění v rámci návštěvnického okruhu ve zbrojnici
- 21. – 23. 7 – Přednášky o zbraních a vývoji evropských bojových umění v rámci návštěvnického okruhu ve zbrojnici
- 18. – 19. 8. – Noční prohlídky – „Půtův návrat“
- 25. – 26. 8. – Noční prohlídky – „Půtův návrat“

<p>1. – 2. 9. – Noční prohlídky – „Půtův návrat“</p> <p>9. – 10. 9. – Dny evropského kulturního dědictví – zpřístupnění tzv. Půtovy ložnice</p> <p>27. – 28. 10. – Noční prohlídky na závěr sezóny</p>
<p>Koncerty</p> <p>25. 3. – Koncert ženského pěveckého sboru Carmina Přeštice</p> <p>26. 5. – Koncert v rámci 10. ročníku festivalu „Šumava-Bayerischer Wald“</p> <p>3. 6. - Švihovské hudební léto – 33. ročník mezinárodní přehlídky mládežnických dechových orchestrů a pohybových skupin</p> <p>10. 6. – Koncert skupiny Čechomor</p> <p>15. 7. – Folkový večer s vystoupením Karla Plíhala, Ivo Jahelky a Radka Tomáška</p> <p>28. – 29. 7. – Festival ČESKÉ HRADY</p> <p>16. 12. – Předvánoční koncert ZŠ Švihov v nově otevřeném sále</p>
<p>Dramatická vystoupení</p> <p>17. 4. – Divadelní vystoupení „Strašidýlko z Matenville“ a „Oba šelmy“</p> <p>30. 4. – Čarodějnice – večerní šermířské divadelní představení</p> <p>5. – 9. 6. – Divadelní představení loutkového divadla ŠUS pro MŠ a ZŠ</p> <p>17. 6. – Šermířské divadelní představení „Dábelská ženitba aneb dobývání hradu Švihov“</p> <p>3. 9. – Šermířské divadelní představení „Švihovské slavnosti“</p>
<p>Výstavy</p> <p>4. – 30. 6. – Výstava „Velikonoce na Švihově“ o velikonočních zvycích</p> <p>5. – 31. 10. – Výstava skřítků a strašidel Vítězslavy Klimtové</p> <p>5. – 31. 7. – Autorská výstava keramiky Jiřího Duchka „Kus ze Mě“</p> <p>20. 9. – 31. 10. – Výstava tvorby Ivety Hrabětové „Rozvášněné snění“</p> <p>16. – 31. 12. – Výstava „Pojďte na kus tepla“ o boji lidstva se zimou</p>
<p>Přednášky a workshopy</p> <p>24. 5. – 9. 6. – Program o středověkém a novověkém způsobu života s praktickými ukázkami odívání, stravování a válečnictví pro školní zájezdy</p> <p>9. 9. – Přednáška o hradních pověstech</p>
<p>Ostatní</p> <p>25. 3. – Bohoslužba v hradní kapli – Slavnost Zvěstování Panny Marie</p> <p>17. 4. – Velikonoční malování vajíček pro děti</p> <p>31. 5. – Bohoslužba v hradní kapli – Svátek Navštívení Panny Marie</p>

- 17. – 18. 6. – Lukostřelnice pro veřejnost
- 8. 7. – Komponovaný program „Pohádkový den“
- 12. 8. – Komponované odpoledne „Prázdniny na Švihově“ pro děti
- 20. 8. – Bohoslužba v hradní kapli – Slavnost Nanebevzetí Panny Marie

Zdroj: Výroční zpráva 2006- Švihov

4.2.2 Efekt z hlediska návštěvnosti

Celková návštěvnost hradu činí 35 081 návštěvníků ročně (z toho připadá 24 524 na prohlídkový okruh „Hrad“, 3 155 na prohlídkový okruh „Kuchyně“ a 7 402 na ostatní zvláštní prohlídky). U příležitosti různých kulturních a společenských akcí navštívilo hrad přibližně 38 000 návštěvníků.¹

Období, kdy hrad není přístupný veřejnosti, tedy mimosezónní doba, je příliš dlouhé a nevyužité. Toto období je vhodné pro jednorázové akce, které návštěvníka zaujmou něčím neobvyklým, co v hlavní sezóně nebude mít možnost vidět nebo zažít. Rovněž je tato doba vhodná pro školní exkurze a výlety. Samozřejmě, že není možné, aby byl hrad přístupný nepřetržitě celý rok, protože je to velmi nákladné a v zimě o kulturně-historické památky není zájem tak vysoký jako v letním období a navíc hrad potřebuje určitou dobu na „rekonvalescenci“, ale toto období nemusí být tak dlouhé a z hlediska návštěvnosti prázdné.

4.3 Návrhy, doporučení

Návrhy a doporučení navazují na absenci programů pro určité segmenty v obdobích s nižší návštěvností. Proto je většina akcí vytvořena pro konkrétní segment.

4.3.1 Koncerty, vystoupení

- možné prostory pro konání koncertů a jiných vystoupení (např. vystoupení ochotnického divadla)- hradní kaple, za příznivého počasí nádvoří, nebo jiné prostory vodního hradu,
- vhodné období: celý rok, ale měly by být soustředěny především do období, která vykazují nižší návštěvnost,
- možnost zapojit různé žánry, které uspokojí široké spektrum návštěvníků.

¹ Zdroj: Výroční zpráva 2006- Švihov

4.3.2 Program pro školy

- vhodné období: jarní prázdniny nebo i v průběhu školního roku,
- návrh: vytvořit soutěž pro základní, případně střední školy z bývalého klatovského okresu
 - povinná návštěva vodního hradu (vyhrazen jeden týden, kdy by každý žák absolvoval za zlevněné vstupné prohlídkový okruh),
 - žák by následně musel vypracovat slohové cvičení, seminární práci nebo namalovat nebo nakreslit hrad,
 - nejlepší práce odměněny (knížkou...) a všechny vystaveny v galerii vodního hradu.
- účel akce: zpestření výuky českého jazyka, historie, výtvarné výchovy, případně dalších a především bližší seznámení studentů s vodním hradem Švihov (přiblížení regionální historie a regionálních památek),
- akce případně nemusí být časově omezena, průběh možný po celý rok.

4.3.3 Den dětí

- ideální možnost přilákat na hrad desítky, možná stovky návštěvníků,
- účastníci akce: žáci především prvních stupňů základních škol z klatovska a okolí,
- místo konání: nádvoří hradu, případně prostory za hradem,
- součástí „startovního“ je cena vstupného na hrad,
- možnost uspořádat noční prohlídky v tentýž den: vstupné pro děti zdarma, dospělí za základní cenu vstupného.

4.3.4 Sportovní klání pro dospělé

- obdobná akce jako den dětí, ale ve sportovním duchu,
- účastníci akce: dospělí i děti (možnost pro každého),
- humorné pojetí,
- pro účastníky akce zdarma prohlídka (zahrnuta v ceně „startovního“), případně opět noční prohlídka.

4.3.5 Vánoční noční prohlídky

- doba konání: advent, období mezi svátky,
- účastníci akce: především děti, ale i dospívající mládež a dospělí samostatně, nebo rodiny s dětmi,
- v duchu vzpomínek na pohádky, které byly natočeny na vodním hradě: Tři oříšky pro Popelku a Šípková Růženka – doba Vánoc = doba pohádek.

5 DOTAZOVACÍ ČÁST

5.1 Řízené rozhovory

Cílem řízených rozhovorů byla snaha odhalit silné, slabé stránky, příležitosti a hrozby vodního hradu Švihov, případně cestovního ruchu ve vymezeném mikroregionu.

Byly provedeny řízené rozhovory:

- s dvěma pracovníci IC Klatovy,
- s pracovnící IC Švihov,
- s profesorkou dějepisu a historického semináře Gymnázia J.V. Vrchlického v Klatovech,
- se starostou města Švihov.

Řízené rozhovory probíhaly na základě scénáře. Podkladem tohoto scénáře se stal upravený dotazník pro návštěvníky vodního hradu Švihov, který je uveden v příloze číslo 4. Pro přehlednost byly výsledky znázorněny ve zjednodušených SWOT analýzách.

5.1.1 Rozhovor s pracovníci IC Klatovy

Tabulka 3- Zjednodušená SWOT analýza (rozhovor s pracovníci IC Klatovy)

Silné stránky <ul style="list-style-type: none">– Dobrá dopravní poloha– Největší poptávka konkrétně po vodním hradě Švihov– Vysoká poptávka po ubytování v soukromí ve Švihově	Slabé stránky <ul style="list-style-type: none">– Pracovnice navštívili vodní hrad naposledy před 5 lety – nemohou podávat subjektivní informace– Neexistence samostatného propagačního materiálu na vodní hrad- způsobuje propagaci i okolních atraktivit– Letáky pouze pro hrady a zámky v okolí Klatov obecně– Neznají ceny vstupného na hrad
Příležitosti <ul style="list-style-type: none">– Rozvoj CR v obci vytvoří nová pracovní místa– Možnost rozšíření ubytovacích kapacit v soukromí, obecně velká poptávka po	Hrozby <ul style="list-style-type: none">– Vysoká konkurence v okolí

nemovitostech ve Švihově – rozšíření podnikatelské aktivity	
---	--

Zdroj: Vlastní výzkum

5.1.2 Rozhovor s pracovníci IC Švihov

Tabulka 4- Zjednodušená SWOT analýza (rozhovor s pracovníci IC Švihov)

<p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> – Vysoká informovanost pracovnice IC – trvalá obyvatelka Švihova (přes 20 let pracuje na odboru kultury) – Ceny vstupného na vodní hrad a ve stravovacích kapacitách jsou dle jejího názoru přiměřené – Dobrá spolupráce mezi zástupci města a provozovatelem (kastelánem) vodního hradu – Dobrá dopravní poloha obce- lákavé i pro náhodné kolemjdoucí turisty 	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> – Zastaralé a často velmi zakouřené prostředí ve stravovacích zařízeních – Nabídka stravovacích a ubytovacích kapacit není dostačující – Ve večerních hodinách nejsou možnosti stravování – Minimální zájem ze strany rezidentů o dění v obci
<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> – Od 1.1. 2007 funguje komise pro CR (jejím cílem rozvoj CR) – Rozšíření IC ve městě, přesídlení do přízemí budovy Radnice ve Švihově – zpřístupnění pro širší veřejnost, rozšíření poskytovaných služeb 	<p>Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> – Propagace (zlepšení za posledních několik let, ale přetrvávající hrozba jakožto krok zpět oproti konkurenci)

Zdroj: Vlastní výzkum

5.1.3 Rozhovor s profesorkou dějepisu Gymnázia J.V. Vrchlického v Klatovech

Tabulka 5- Zjednodušená SWOT analýza (rozhovor s profesorkou dějepisu)

<p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> – Gymnázium v rámci dějepisných seminářů zadává samostatné práce na téma vodní hrad Švihov v souvislosti s tím studenti vykonávají individuální návštěvy hradu 	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> – Hromadné exkurze Gymnázium nepořádá, Švihov je pro tento účel příliš blízkou lokalitou, jezdí spíše do vzdálenějších a méně přístupných míst pro studenty, např. Praha, Jižní Čechy, Morava, Vídeň,
<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> – Samostatné práce mohou přinést nápady, které mohou vést k rozvoji CR 	<p>Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> – Upřednostňování vzdálenějších atraktivit a opomíjení regionální historie

Zdroj: Vlastní výzkum

5.1.4 Rozhovor se starostou města Švihov

Tabulka 6- Zjednodušená SWOT analýza (rozhovor se starostou města Švihov)

<p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> – Dobrá dopravní poloha – Spolupráce se zahraničními městy, např. z Německa a Irska – 1.1.2007 byla vytvořena komise CR – vznikla za účelem plánování a rozvoje CR ve Švihově (členy: vybraní zastupitelé města Švihov, nadšení amatérští historici, profesionální historici, kastelán VH Švihov 	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> – Spolupráce s Národním památkovým ústavem je slabou stránkou – Nedostatečné využívání kulturních zařízení, např. kina, kulturního domu – Propagace – je nedostatečná a jsou v ní velké rezervy (nutné vytvořit propagační materiál, který bude odkazovat na volnočasové aktivity ve Švihově) – Místní podnikatelé ve službách CR – Nedostatek stravovacích i ubytovacích kapacit na úrovni (nedostatek co do počtu, i do kvality) – zastaralé prostředí ve stávajících – Neúčast na akcích pořádaných městem Švihov
<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> – Plánovaná výstavba hotelového zařízení včetně restaurace na náměstí E. Beneše – Vytvoření naučné stezky – v tomto roce žádost o dotaci, v příštím roce realizace 	<p>Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> – Chybí místní hrdost rezidentů, že jsou obyvateli Švihova, do budoucna může způsobit absolutní nezájem a migraci obyvatelstva do větších měst

<p>(informační tabule vytvořeny trojjazyčně)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Posílení volnočasových aktivit – rekonstrukce kulturního domu a upravení sálu uvnitř pro využívání na míčové hry, např. volejbal, tenis atd., dále vytvoření posilovny a bowlingové dvoudráhy s minibarem (každá část bude fungovat v samostatném provozu) – Nástavba hasičské zbrojnice- vytvoření turistické ubytovny s cca. 7 místnostmi – Vytvoření multimediálního sálu v prostorech kina v kulturním domě (moderní prostředky, vč. dataprojektoru umožní promítání filmů, pořádání seminářů, svatebních hostin atd.) 	<ul style="list-style-type: none"> – Nezájem ze strany rezidentů o dění v obci
---	---

Zdroj: Vlastní výzkum

5.2 Dotazníkové šetření- vodní hrad Švihov

Tabulka 7- Dotazníkové šetření- vodní hrad Švihov (hlavička)

Kdy se konalo dotazníkové šetření?	Červenec- září 2006 *
Místo výzkumu	Vodní hrad Švihov
Cílová skupina	Návštěvníci vodního hradu Švihov a turisté ve Švihově
Počet respondentů	144 **
Cílem dotazníkového šetření	Zjistit spokojenost turistů, provést průzkum materiálně-technické základny
Zdroje	Dotazník byl vytvořen na základě získaných zkušeností z předmětu Marketingového výzkumu. Data vlastní + názory získané z řízených rozhovorů

Zdroj: Vlastní výzkum- vodní hrad Švihov

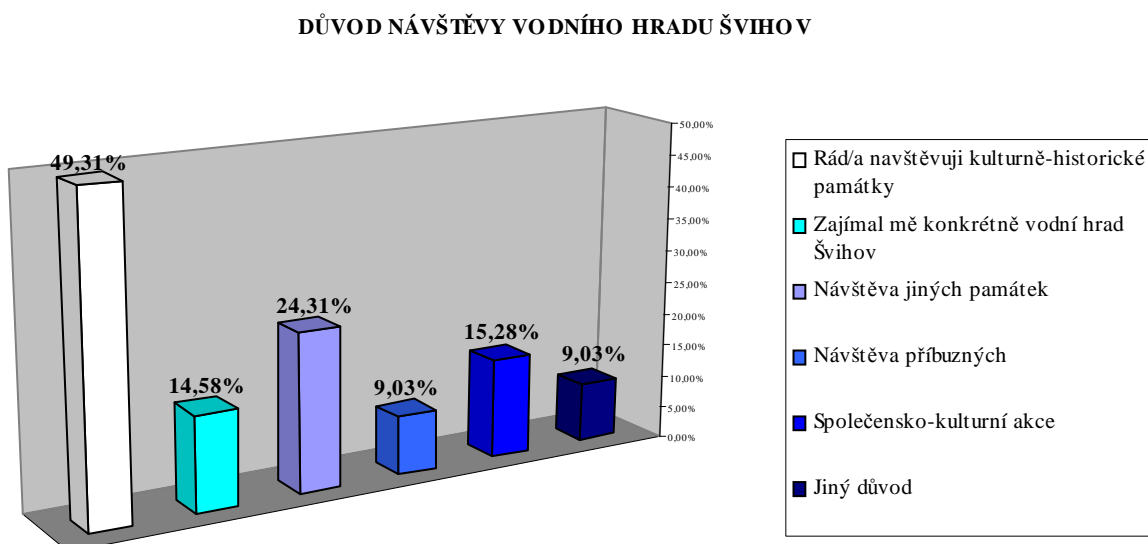
* Období červenec- září bylo zvoleno z důvodu nejvyšší návštěvnosti památky.

** Výběr respondentů byl nahodilý, podmínkou byla návštěva hradu.

V této kapitole jsou použity a graficky zpracovány pouze ty otázky z dotazníkového šetření, které souvisí s hlavními sledovanými problémy. Zbylé jsou k nalezení v příloze číslo 4.

Z jakého důvodu jste navštívil/ a vodní hrad Švihov?

Graf 2- Důvod návštěvy vodního hradu Švihov



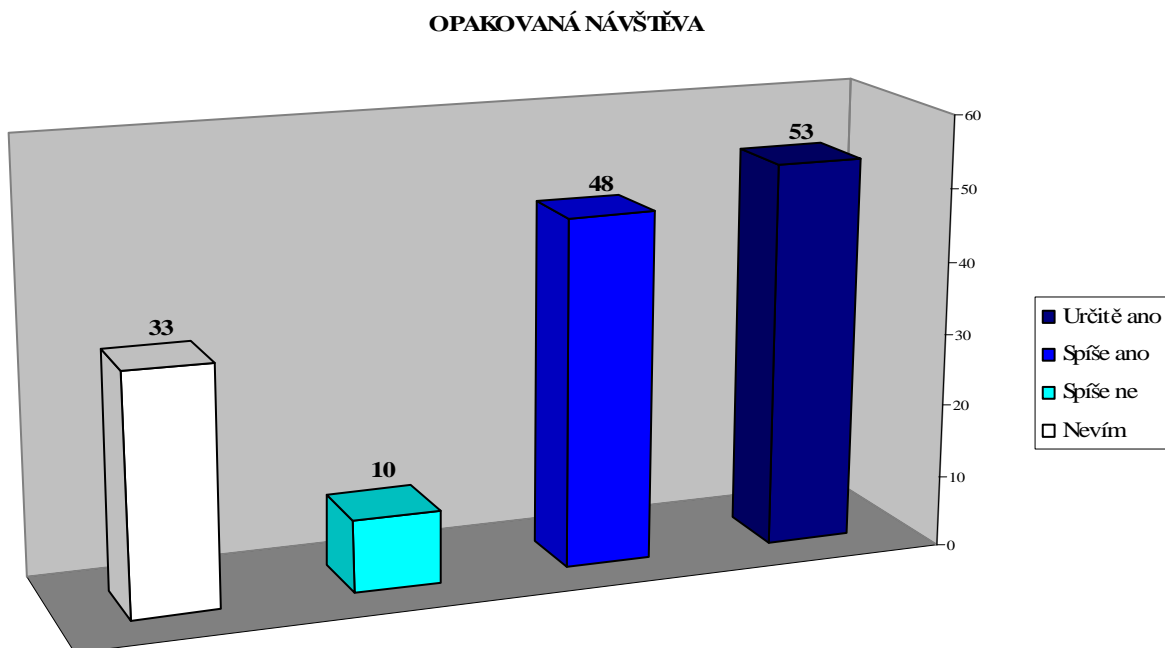
Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

5.2.1 Návrhy, doporučení

Možnost, jak rozšířit počet návštěvníků, je zaměřit se na studenty, kteří navštěvují hrad v rámci výuky. Obzvláště studenti Plzeňského kraje by se měli zaměřovat na regionální památky, které mají v dosahu a Švihov je jedním z těch nejzajímavějších v této oblasti. Rovněž zvýšení počtu zajímavých kulturních či společenských akcí by mohlo výrazně zvýšit návštěvnost vodního hradu, protože přes 15 % respondentů navštívilo hrad právě díky nějaké akci konané na Švihově. Jak již bylo uvedeno, velké rezervy jsou v programech pro studující mládež. Ta může vyplnit jinak poměrně zřídka navštěvované dny především ve vedlejší sezóně (duben, květen, říjen) nebo dokonce úplně mimo sezónu, viz výše kapitola 4.2 Kulturní a společenské akce.

Uvažujete někdy o opakované návštěvě?

Graf 3- Opakovaná návštěva



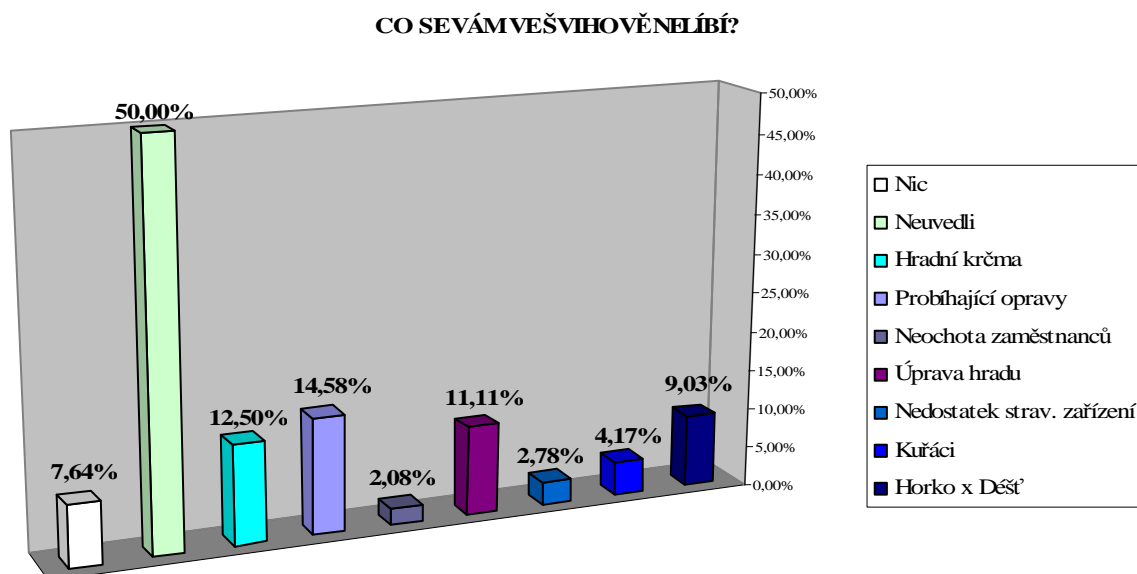
Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

5.2.2 Návrhy, doporučení

Platí, že pouze spokojený návštěvník se vrací a pouze takový podává kladné doporučení svým blízkým. Výsledek je více než dobrý. Přesto lze stále něco zlepšovat a přesvědčit i ty, kteří nebyli přesvědčeni o tom, že se někdy vrátí, že ve Švihově na ně čeká stále „něco nového“, co je může překvapit. To „nové“ by mělo být v podobě různých výstav, společenských, kulturních akcí nebo jiných speciálních programů, aby i návštěvník, který se na hradě ocitl již po několikáté, odcházel spokojený a například mile překvapený. Každopádně neustálá inovace je nepostradatelná (viz citát Wayne Callowaye v kapitole 8 Marketingový plán podle P. Kotlera – 2003 (5))

Vyjmenujte 3 věci, které se Vám tady nelíbí.

Graf 4- Co se ve Švihově turistům nelíbí



Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

Snahou této otázky bylo zjistit spokojenost návštěvníků vodního hradu. Bohužel 50 % respondentů na tuto otázku neodpovědělo, i přesto, že byla cíleně umístěna až na konec dotazníku. Nebo odpověděli, že nic, což má stejnou vypovídací hodnotu. Pravděpodobně respondentům nevyhovují otevřené otázky.

5.2.3 Návrhy, doporučení

Velkým nedostatkem je, že na nádvoří se nenachází žádné prostory, které by poskytovaly návštěvníkům možnost schovat se před prudkým sluncem nebo naopak před deštěm. Vhodné prostory se na nádvoří nachází, pro větší spokojenost by toto bylo určitě vhodné zvážit.

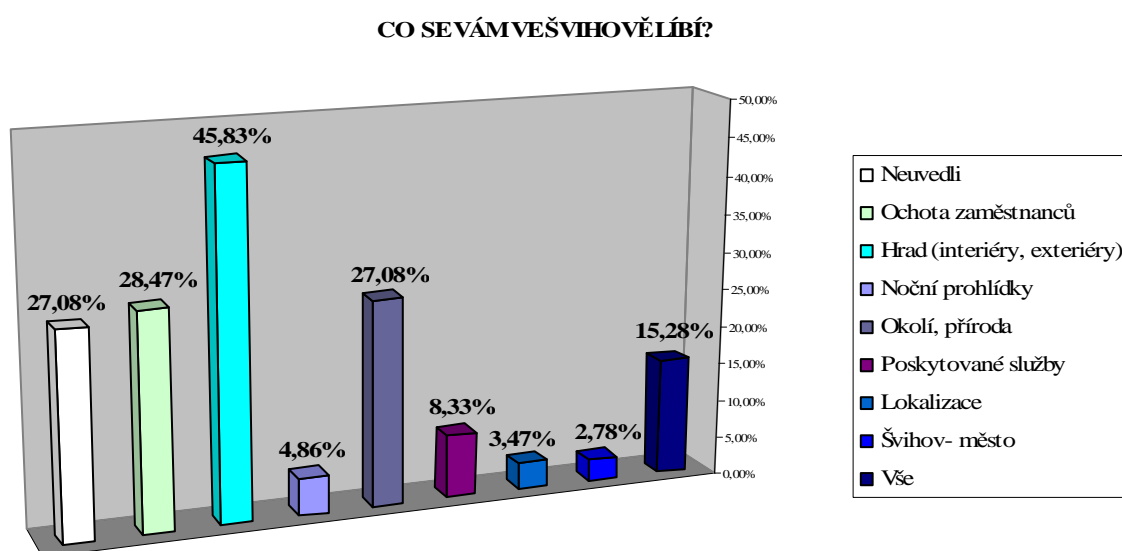
Na nádvoří by mělo být vymezeno konkrétní místo pro kuřáky nebo kouření úplně zakázáno a následné porušení tohoto zákazu náležitě pokutováno, protože není vhodné toto dovolit na celém prostoru nádvoří. Často to nevyhovuje rodinám s dětmi.

V souvislosti s dětmi: na hradě chybí místo, kde by se děti mohly zabavit při čekání na prohlídku nebo kde by bylo možné dítě na dobu prohlídky úplně odložit. Opět prostory pro tento účel se na nádvoří nacházejí, takže by i toto stálo za zvážení.

Ochota průvodců a jiných zaměstnanců hradu je samozřejmostí a tito si nemohou dovolit, aby návštěvník poznal jejich špatnou náladu, musí za každou cenu působit příjemně, uvolněně a profesionálně, protože právě oni dotvářejí finální názor na produkt, který jim byl nabídnut.

S předešlou otázkou souvisí další, kde postačující je znázornění výsledků v grafu. Respondenti uváděli 3 věci, které se jim ve Švihově líbí.

Graf 5- Co se ve Švihově turistům líbí



Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

5.3 Dotazníkové šetření- město Švihov

Tabulka 8- Dotazníkové šetření- město Švihov (hlavička)

Kdy se konalo dotazníkové šetření?	Listopad 2006- leden 2007 *
Místo výzkumu	Město Švihov
Cílová skupina	Rezidenti a případní turisté
Počet respondentů	83 **
Cílem dotazníkového šetření	Zjistit spokojenost místních obyvatel, provést průzkum materiálně-technické základny
Zdroje	Dotazník byl vytvořen na základě získaných zkušeností z předmětu Marketingového výzkumu. Data vlastní + názory získané z řízených rozhovorů

Zdroj: Vlastní výzkum- město Švihov

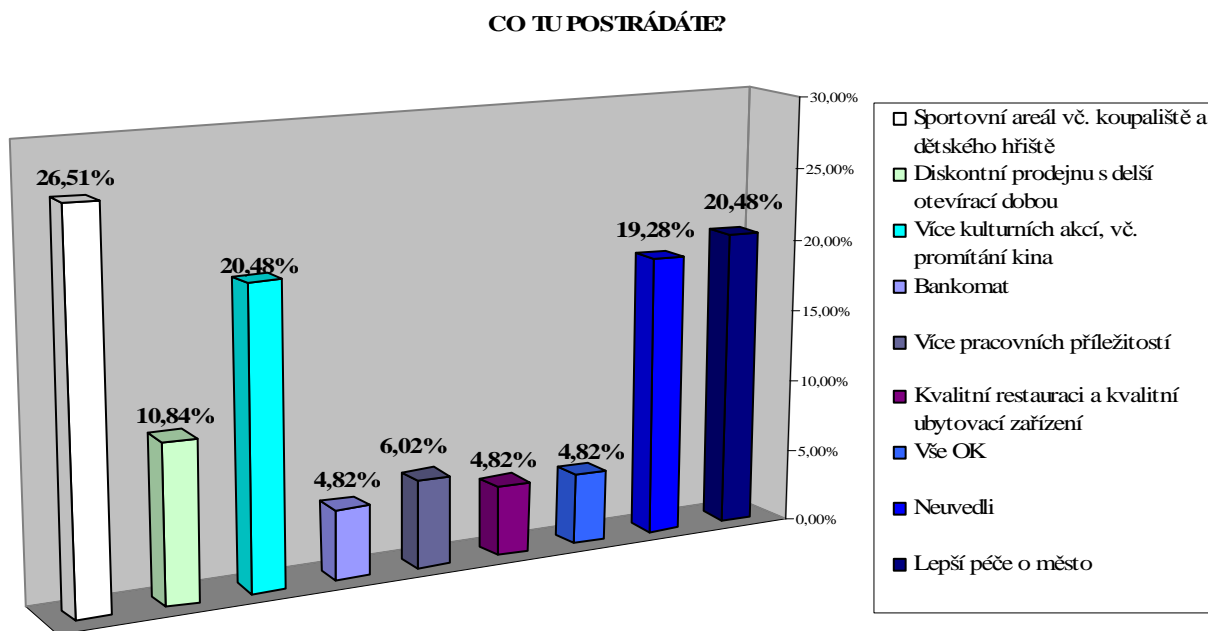
* Při vyhodnocování prvního dotazníkového šetření byla odhalena potřeba výzkum doplnit, proto po vyhodnocení prvního proběhlo druhé dotazníkové šetření.

** Výběr respondentů byl nahodilý, podmínkou bylo, že se respondenti nacházeli v katastrálním území města Švihov.

V této kapitole jsou použity a graficky zpracovány pouze ty otázky z dotazníkového šetření, které souvisí s hlavními sledovanými problémy. Zbýlé jsou k nalezení v příloze číslo 5.

Co byste ve Švihově změnil/a ve prospěch obce, co tu postrádáte?

Graf 6- Co turisté ve Švihově postrádají



Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

5.3.1 Návrhy, doporučení

Obecně řečeno, Švihov postrádá možnost věnovat se volnočasovým aktivitám, protože v městě nejsou kromě vodního hradu jiné zajímavosti, které by zde turistu zdržely déle než například původně plánoval.

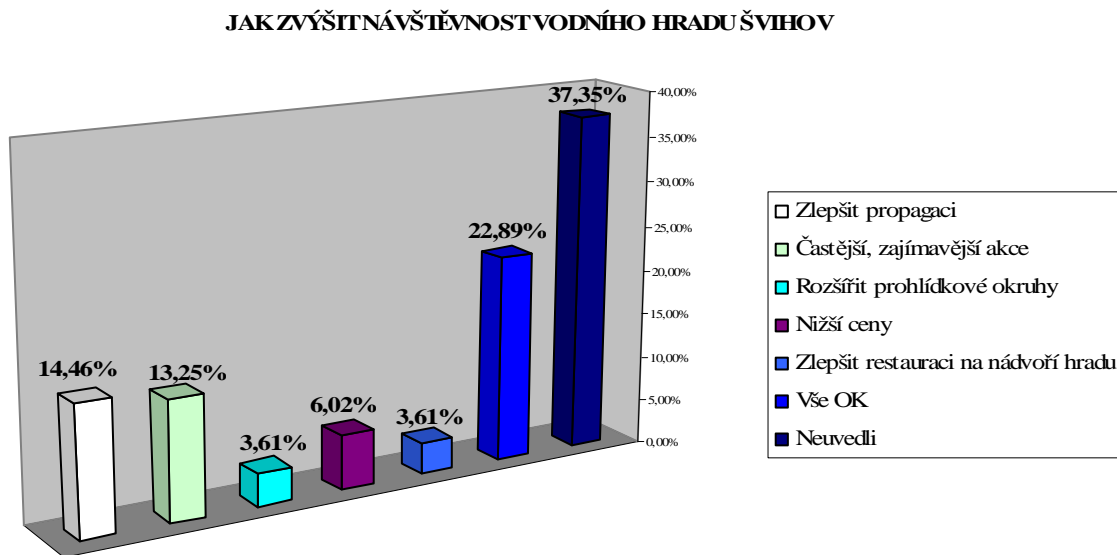
Dále respondenti často uváděli, že v městě postrádají diskontní prodejnu s delší otevírací dobou. Stávající prodejna (ZKD Sušice) nenabízí dostatečně široký sortiment a rovněž respondenti postrádají větší ochotu ze strany zaměstnanců. Také by přivítali větší péči o město, i přesto, že po rekonstrukci náměstí se celkový vzhled města velmi změnil k lepšímu, neměla by se vytratit pravidelná péče o město.

Respondenti by uvítali častější konání kulturních akcí, které se konají buď v prostorách hradu nebo v sále kulturního střediska. Přestože návštěvnost takovýchto akcí ze strany rezidentů klesla, uvedli toto jako věc, kterou postrádají. Mezi další patří nedostatek pracovních příležitostí, bankomat, kvalitní stravovací a ubytovací zařízení. Pracovní příležitosti by mohl přivést právě plánovaný rozvoj cestovního ruchu. Výstavba hotelového zařízení včetně restaurace, turistické ubytovny, posilovny, bowlingové herny,

dále například rozšíření informačního centra by měla vytvořit v městě několik desítek pracovních míst.

Co byste změnil/a ve prospěch zvýšení návštěvnosti vodního hradu Švihov?

Graf 7- Způsoby, jak zvýšit návštěvnost vodního hradu Švihov



Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

5.3.2 Návrhy, doporučení

Vážně bych se pokusila změnit přístup občanů k dění v obci, např. pořádáním pravidelných anket, kde by mohli trvalí občané sdělovat své návrhy, problémy, spokojenost, případně nespokojenost. Zvolila bych pravděpodobně tuto variantu, protože pravidelné konání něčeho takového by mohli obyvatelé přijmout jako nedílnou součást svého života, zvykli by si na ni a nečinilo by jim problémy vyjadřovat se k dění ve Švihově. Možná bych vybrala anonymní ankety, které odstraní počáteční nejistotu z následných problémů. Považuji to za nevyhnutelné, protože zájem rezidentů o rozvoj města či rozvoj cestovního ruchu, který je v podstatě živí, je minimální. Byla opět potvrzena neoblíbenost otevřených otázek ze strany respondentů.

Rozšíření prohlídkových okruhů je záležitostí, která zatím není zvažována, protože největší zájem je, i přes existenci trasy Kuchyně, o trasu Hrad. Možná výhledově do budoucna by stálo za zvážení přijetí většího počtu průvodců a rozšíření stávajících prohlídkových tras, ale tomu by mělo předcházet nejprve zvýšení návštěvnosti.

Ceny vstupného na vodní hrad jsou podle mého názoru přiměřené a rozhodně bych neřekla, že jsou příliš vysoké, aby bylo nutné je snížit.

5.4 Profil typického návštěvníka vodního hradu Švihov

Tabulka 9- Profil typického návštěvníka vodního hradu Švihov

<ul style="list-style-type: none">- žena,- 19-29 let,- středoškolské vzdělání,- z Plzeňského kraje,- do Švihova se dopravila autem,- cesta bez problémů,- na Švihově poprvé,- důvod návštěvy: ráda navštěvuje kulturně- historické památky,- nevyužila služeb CK, CA pro zajištění návštěvy vodního hradu Švihov,- informace získala od známých, či příbuzných,- není v okolí ubytována,- stravuje se kombinovaně, tzn. část si zajišťuje sama a část ve stravovacích zařízeních („půl na půl“),- určitě uvažuje o opakované návštěvě,- navštívila nebo ještě hodlá navštívit další atraktivity, a to atraktivity blízkého okolí a Klatov,- nelíbí se jí probíhající opravy, úprava hradu a nemožnost schovat se před prudkým sluncem nebo deštěm,- líbí se jí hrad (interiéry, exteriéry), ochota pracovníků hradu, okolí a příroda.
--

Zdroj: Vlastní výzkum

Profil typického návštěvníka lze ve větším vzorku respondentů použít pro tvorbu produktů „šitých návštěvníkům na míru“. Vzorek, který byl získán výzkumem provedeným v rámci této práce, posloužil k vytváření návrhů a doporučení.

6 ZÁVĚR ANALYTICKÉ ČÁSTI

Hlavní kategorie analytické části

1. **Promotion**
2. **Ubytování a stravování**
3. **Volnočasové aktivity**

Hlavní kategorie analytické části jsou odrazem nejčastějších problémů, které byly odhaleny v prováděných výzkumech. Následující kapitoly jsou věnovány především těmto oblastem.

6.1 Promotion

6.1.1 Stávající propagační materiály

Tabulka 10- Stávající propagační materiály

Možnost získat zdarma	Možnost zakoupit
<ul style="list-style-type: none">– Švihovsko, Chudenicko- mikroregion Běleč (Informační středisko MěÚ Švihov, 2003) – leták– Cyklotrasy mikroregionu Běleč, Švihovsko, Chudenicko (Běleč, z.s.p.o., 2003) – leták– Putování za památkami (Město Klatovy, 2005) – brožura– Hrady a zámky v okolí Klatov (IC Klatovy) – brožura– Proměny Švihova (Město Švihov ve spolupráci s nakladatelstvím Arkáda, 2006)– Svatební katalog 2006- Karlovarský, Plzeňský kraj (Forte Trading, 2006) – brožura	<ul style="list-style-type: none">– Švihov (Gloriet, 2006) – brožura– ŠVIHOV od založení do r. 1994 (Město Švihov- Městský úřad, 1994) – almanach– ŠVIHOV Zajímavosti a obrázky z historie města (Město Švihov za finanční podpory FMP Phare CBC, 2001) – almanach

Zdroj: Vlastní analýza propagačních materiálů

6.1.2 Zjednodušená SWOT analýza propagačních materiálů

Tabulka 11- Zjednodušená SWOT analýza propagačních materiálů

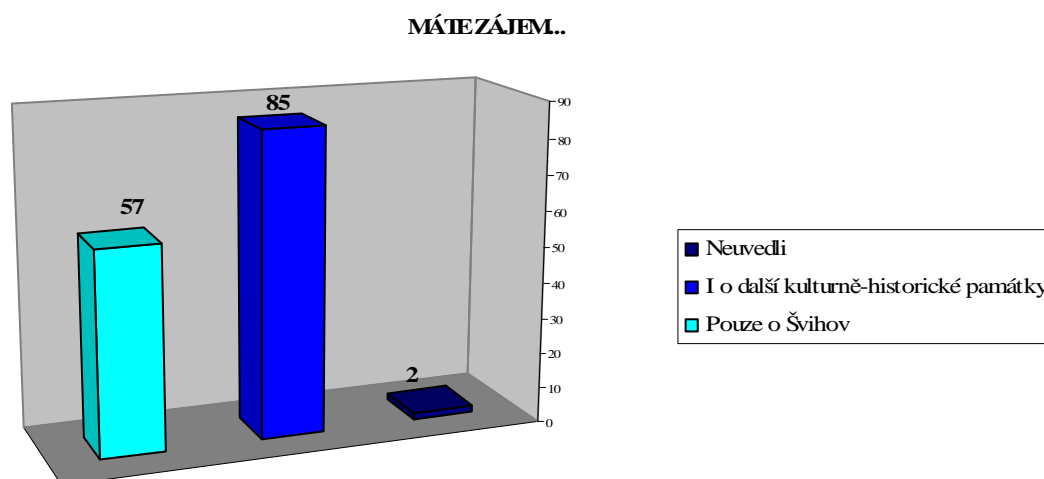
Silné stránky <ul style="list-style-type: none">– Zvyšuje informovanost zájemců o návštěvu– Výjimečnost Švihova, tím, že je to jeden z neznámějších vodních hradů, je nejlepší reklama– V letní sezóně je vodní hrad Švihov nejčastěji poptávaným v Informačním centru v Klatovech	Slabé stránky <ul style="list-style-type: none">– Nedostatečná propagace vodního hradu Švihov– Neexistuje samostatný propagační materiál hradu, který by byl volně k dispozici– Nejčastější současný zdroj informací jsou informace od známých a příbuzných- neovlivnitelný zdroj informací
Příležitosti <ul style="list-style-type: none">– Může zvyšovat návštěvnost VH Švihov	Hrozby <ul style="list-style-type: none">– Nevhodně navržené propagační materiály (absence důležitých informací, nekvalitní fotografie...) – negativní reklama

Zdroj: Vlastní výzkum

6.1.3 Zhodnocení

Z dotazníkových šetření, které byly prováděny na vodním hradě a v řadách místních obyvatel Švihova, vyplynulo, že nejčastějším zdrojem informací pro respondenty byly známí a příbuzní. Tento zdroj je neovlivnitelný a nikdy se nedá předpovědět, jaké informace budou zájemcům o hrad podávány. Proto by měla být vždy snaha, aby potencionální návštěvníci vodního hradu a města měli k dispozici spolehlivé a pravdivé informace. Propagace konkrétně vodního hradu rozhodně není dostačující a navíc absolutně chybí materiál, ve kterém by byly zachyceny všechny potřebné informace, které zájemce o návštěvu zajímají.

Graf 8- Zájem turistů o kulturně historické památky



Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

Vodní hrad Švihov není jedinou kulturně-historickou památkou v okruhu několika desítek kilometrů. Návštěva Švihova je často spojována s návštěvou jiných kulturně-historických památek, jak vyplynulo z předešlého grafu. Ale je výjimečný, protože jako jediný v okolí je to vodní hrad. Navíc je považován za patrně nejznámější vodní hrad v České republice. To se odráží i v zájmu o něj. Pracovnice Informačního centra v Klatovech uvedly, že v letní sezóně se přicházejí turisté dotazovat především na vodní hrad Švihov. Turisté se zájmem o Švihov zde dostanou propagační materiál „Hrady a zámky v okolí Klatov“ (IC Klatovy), případně „Putování za památkami“ (Město Klatovy, 2005). Toto je výrazná slabina, která může způsobit, že zájemce o Švihov si v obdrženém informačním letáku vybere jinou kulturně-historickou památku a Švihov nakonec vůbec nenavštíví.

6.1.4 Návrhy, doporučení

Vodního hrad Švihov je velmi oblíbený mezi turisty, ale to neznamená, že jeho návštěvnost dosahuje svého maxima. Právě kvalitní propagace je možná cesta, jak se k tomuto maximu přibližovat.

Kulturní, společenské akce a různé jiné speciální programy (noční prohlídky, výstavy, přednášky, workshopy, apod.) konané na Švihově by měly rovněž být podpořeny kvalitní propagací. Propagační materiál v této oblasti má výrazné rezervy, které by měly

být každopádně vyplněny, protože tyto příležitosti jsou nejčastějším důvodem návštěvy vodního hradu.

6.1.4.1 Vytvoření propagačního letáku

Je nutné vytvořit chybějící propagační leták, který bude volně k dispozici v informačních centrech nejen v Klatovech, Švihově, Plzni, Sušici, Železně Rudě ale i dalších. Bude se jednat o skládačku formátu A4 o šesti stránkách. Bude vytvořena v několika jazykových mutacích, protože častými návštěvníky vodního hradu se stále více stávají obyvatelé Německa, Nizozemí, ale i jiných států. Vlivem toho bych doporučila českou, německou a anglickou verzi.

Obsah:

- základní informace o vodním hradě,
- způsob dopravy do Švihova, včetně mapy,
- provozní dobu hradu,
- případně ceny vstupného, protože se nemění tak často, aby nemohly být zachyceny v takovémto materiálu,
- možnosti stravování a ubytování v městě,
- odkaz na internetové stránky vodního hradu Švihov,
- kontakt.

Přitažlivost propagačního letáku mohou zvýšit zajímavé fotografie zasazené do obsahu.

Distribuce:

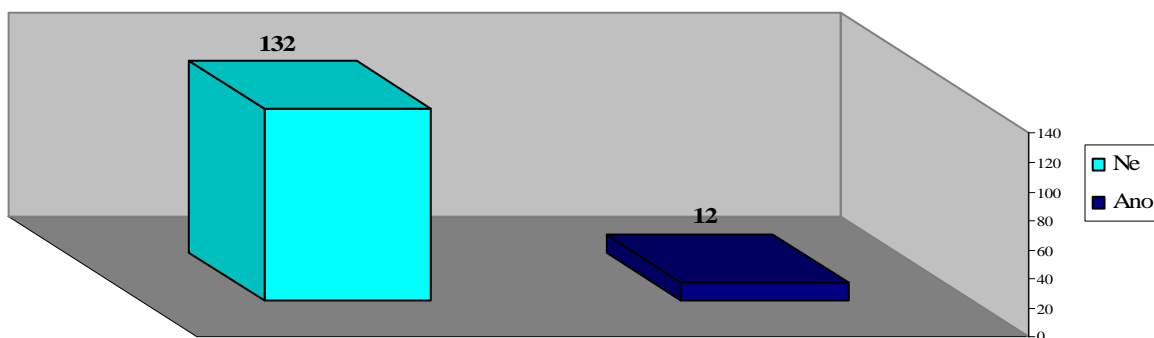
- výše zmíněná informační centra,
- cestovní kanceláře nejen v nejbližším okolí, nýbrž i cestovní kanceláře v Bavorsku, případně v jiných příhraničních oblastech, protože obyvatelé těchto míst jsou častými návštěvníky vodního hradu Švihov,
- v hotelech a restauracích v regionu.

V rámci zvyšování návštěvnosti existuje možnost spolupracovat právě s cestovními kancelářemi, vytvořit kapitálové propojení cestovní kanceláře a vodního hradu Švihov a nabídnout jim za zvýšení návštěvnosti různé výhody v podobě sníženého vstupného

apod. Rovněž existuje možnost zahrnout vodní hrad jako komplementární zařízení do balíčku služeb některé cestovní kanceláře. Respondenti jen velmi zřídka využívají k zabezpečení návštěvy vodního hradu služby cestovní kanceláře nebo cestovní agentury, jak je patrné z následujících dvou grafů. I toto je možnost, jak přivést na vodní hrad náhodné turisty, kteří původně návštěvu nezvažovali.

Graf 9- Využití služeb CK, CA pro zabezpečení návštěvy vodního hradu Švihov

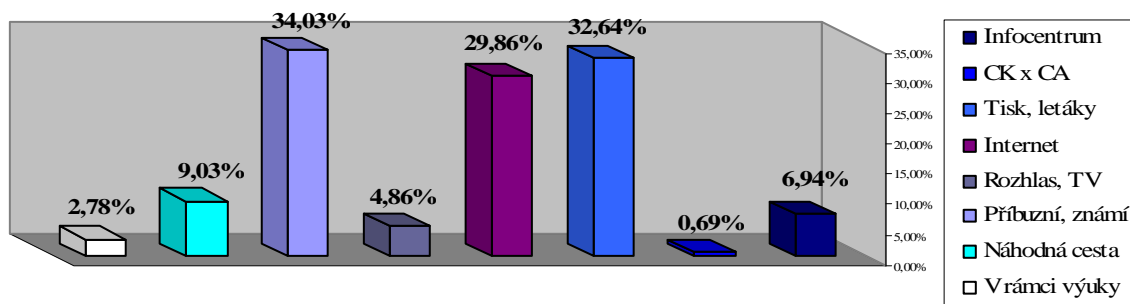
VYUŽITÍ SLUŽEB CK x CA



Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

Graf 10- Původ informací o vodním hradě Švihov

PŮVOD INFORMACÍ



Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

V informačním materiálu by dále mohly být stručně zachyceny možnosti trávení volného času nejen přímo ve Švihově, ale volnočasové aktivity celého mikroregionu Běleč, např. odkaz na cyklotrasy mikroregionu.

6.1.4.2 Internetové stránky

Dalším krokem by měla být úprava internetových stránek, protože byly rovněž častým zdrojem informací pro respondenty. Stávající podoba stránek je na poměrně dobré úrovni, aktualizace stránek jsou rovněž poměrně časté, ale vzhledem ke zvýšené míře používání multimediální komunikace, je nezbytná neustálá obnova a modernizace. Navrhla bych především umožnit na oficiálních stránkách diskusi návštěvníků vodního hradu, která se v posledních letech stala součástí internetových stránek mnoha kulturních a historických památek. Potenciální návštěvníci zde mohou sledovat názory lidí, kteří hrad již navštívili. Dále může sloužit pracovníkům hradu jako zpětná vazba jejich práce, protože se zde mohou dozvědět o případné spokojenosti či nespokojenosti návštěvníků a rovněž zde mohou hledat podněty pro různé úpravy a inovace.

Navrhla bych vytvořit interaktivní prohlídku vodního hradu, kde by si potenciální návštěvníci mohli prohlídnout, co je na Švihově čeká a rovněž to může podstatně zvýšit image stávajících internetových stran. Podle P. Kotlera – 2006 (1) výhodami on-line reklamy jsou možnost oslovit vybrané cílové skupiny, nízké náklady, rychlý kontakt, interaktivita. Nevýhodami jsou nízký počet oslovených, relativně malý vliv, nemožnost sledování reakce.

6.2 Ubytování a stravování

Přestože pro rekreaci a cestovní ruch existují v zájmovém území dobré předpoklady, jsou z hlediska zabezpečení potřebných služeb a ubytování reálné podmínky pro jejich rozvoj zatím nedostatečné. Pro možnosti rozvoje cestovního ruchu chybí elementární podmínky pro rekreační vyžití návštěvníků, to znamená zejména dostatek vhodných ubytovacích a stravovacích kapacit, sportovních areálů, koupališť apod. Obdobná zjištění lze zaznamenat v celé oblasti i v případě služeb souvisejících s cestovním ruchem. (6)

6.2.1 Ubytování

Základem pro rozvoj cestovního ruchu je dostačený počet ubytovacích zařízení v odpovídající kvalitě a geografickém rozmístění. Vybavenost mikroregionu Běleč ubytovacími kapacitami se v současnosti jeví právě jako největší překážka pro rozvoj cestovního ruchu. Jediným větším ubytovacím zařízením s možností stravování v mikroregionu je Hotel v zámku Lázeň v Chudenicích (cca. 50 lůžek). Zcela nedostatečné ubytovací kapacity jsou vzhledem k významu lokality z hlediska cestovního ruchu stále ve Švihově.

6.2.1.1 Zjednodušená SWOT analýza ubytovacích zařízení

Tabulka 12- Zjednodušená SWOT analýza ubytovacích zařízení

Silné stránky <ul style="list-style-type: none">– Dostatek volných prostorů a ploch– Relativně levné pozemky– Relativně levné pracovní síly– Roste zájem o rozvoj CR v regionu– Dobrá dopravní poloha (mezinárodní silniční tah E53)	Slabé stránky <ul style="list-style-type: none">– Neexistence kvalitního a kapacitního zařízení, které by bylo schopné pojmout min. 45 osob najednou (zájezd)– Malé množství pracovních příležitostí– Nezájem některých osob pracovat
Příležitosti <ul style="list-style-type: none">– Zvýší se počet pracovních míst– Zvýšení ubytovacích kapacit pro turisty ve Švihově– Prodloužení doby pobytu turistů (doby, kterou turisté stráví ve Švihově)	Hrozby <ul style="list-style-type: none">– špatný provozovatel, špatná reklama = špatné fungování

Zdroj: Vlastní výzkum

6.2.1.2 Seznam ubytovacích zařízení²

Tabulka 13- Seznam ubytovacích zařízení ve Švihově

Ubytování „U Lišků“	Komenského 416, 340 12 Švihov
Ubytování „U Kopeckých“- pension Delija	Švihov 187, 340 12

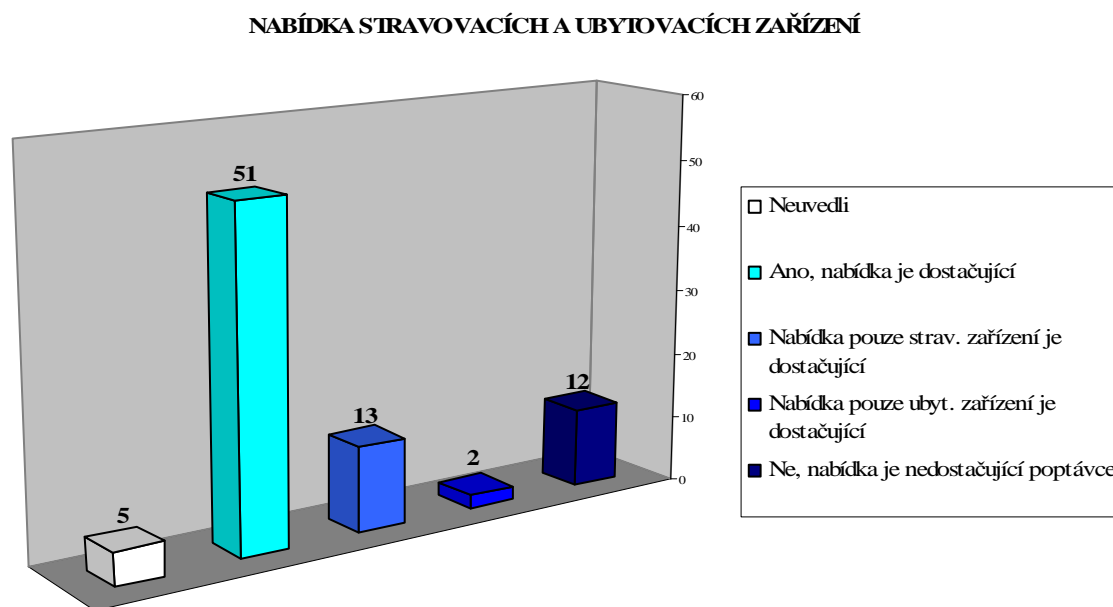
² Podrobnější informace o ubytovacích zařízeních jsou uvedeny v příloze číslo 7

Penzion „Švihovský dvůr“	Náměstí E. Beneše 200, 340 12 Švihov
Ubytování „V Podzámčí“	Komenského 80, 34012 Švihov

Zdroj: Vlastní analýza ubytovacích zařízení

Výsledkem provedeného dotazníkového šetření bylo zjištěno, že většina respondentů považuje počet těchto zařízení za dostatečný, viz následující graf.

Graf 11- Nabídka stravovacích a ubytovacích zařízení



Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

6.2.1.3 Návrhy, doporučení

Pravda je ovšem jiná. Ani jedno z ubytovacích zařízení nemá možnosti ubytovat účastníky autokarového zájezdu najednou. Dalším problémem je, že návštěvník Švihova v případě zájmu o ubytování v pozdních hodinách, nemá nikde možnost se navečeřet, protože ani jedna z restaurací ho nepohostí. Úroveň stávajících zařízení rovněž není v odpovídající potřebné kvalitě. Tento problém by měl být během následujících pár let vyřešen výstavbou nového hotelu s restaurací přímo na náměstí Švihova. Plánovaná kapacita tohoto hotelu je kolem 45 lůžek. Rovněž je součástí plánovaného rozvoje cestovního ruchu přestavba hasičské zbrojnice na turistickou ubytovnu, kde by mělo být vystavěno 7 dvoulůžkových pokojů s přistýlkami.

6.2.2 Stravování

Téměř stejně jako tomu bylo u ubytovacích kapacit, lze i v počtu a především kvalitě stravovacích zařízení vidět jeden z hlavních limitujících faktorů rozvoje cestovního ruchu. V celé oblasti se nachází pouze několik málo hostinců a restaurací, z nichž pouze některé jsou schopny zabezpečit uspokojení základních potřeb stravování návštěvníků regionu během jejich přepravy a pobytu v cílovém místě. (6)

6.2.2.1 Zjednodušená SWOT analýza stravovacích zařízení

Tabulka 14- Zjednodušená SWOT analýza stravovacích zařízení

Silné stránky <ul style="list-style-type: none">– Dostatek volných prostorů a ploch– Relativně levné pozemky– Relativně levné pracovní síly– Roste zájem o rozvoj CR v regionu– Dobrá dopravní poloha (mezinárodní silniční tah E53)	Slabé stránky <ul style="list-style-type: none">– Neexistence kvalitního a kapacitního zařízení, které by bylo schopné pojmout min. 45 osob najednou (zájezd)– Malé množství pracovních příležitostí– Nezáměr některých osob pracovat
Příležitosti <ul style="list-style-type: none">– Zvýší se počet pracovních míst– Zvýšení stravovacích kapacit pro turisty ve Švihově	Hrozby <ul style="list-style-type: none">– Nedostatečná péče provozovatele může způsobit, že i nové stravovací zařízení brzy „zestárne“

Zdroj: Vlastní výzkum

6.2.2.2 Seznam stravovacích zařízení

Tabulka 15- Seznam stravovacích zařízení

Restaurace „U Lišků“	Komenského 416, 340 12 Švihov
Restaurace „U Hradu“	Náměstí E. Beneše 145, 340 12 Švihov
Pizzerie	Náměstí E. Beneše 200, 340 12 Švihov
Občerstvení „Na Hradě“- Hradní Krčma	Nádvoří vodního hradu Švihov
Pohostinství nižší cenové kategorie- Kulturní dům ve Švihově	340 12 Švihov omezená nabídka stravování

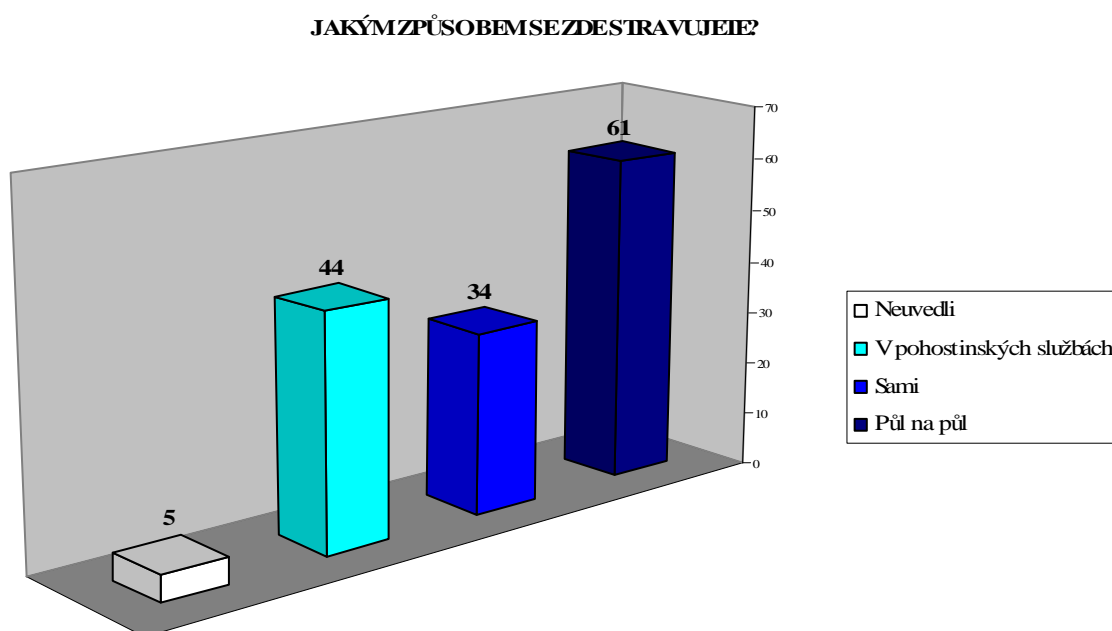
Zdroj: Vlastní analýza stravovacích zařízení

Mimo Švihov teplá jídla po celý rok v mikroregionu nabízí: Restaurace „U České koruny“ v Červeném Poříčí, Restaurace „U Baláků“ v Chudenicích. Pohostinství nižší

cenové kategorie s omezenou nabídkou stravování se nachází ještě v Biřkově, Dolanech, Chocomyšli, Ježovech, Poleni a Chudenicích (Restaurace „Ve Staré škole“).

Prostředí ve stravovacích zařízeních působí někdy velmi zastarale, zanedbané svými majiteli či pronajímateli, málo důrazu je kladeno na výzdobu a dokonce nejsou odděleny kuřácké prostory od nekuřáckých. To činí velké problémy rodinám s dětmi, ale i bezdětným nekuřákům a může to způsobit, že dané stravovací zařízení vůbec nenavštíví. To může mít za následek, že z prováděného výzkumu vyplynulo, že pouze necelá jedna třetina respondentů vyhledává pohostinství ve stravovacích zařízeních ve Švihově, viz následující graf.

Graf 12- Způsob stravování turistů



Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

6.2.2.3 Návrhy, doporučení

Každé ze stravovacích zařízení ve Švihově by potřebovalo rekonstrukci a modernizaci. Rovněž ochota personálu by se měla rozhodně zlepšit, aby pozvedla úroveň v těchto pohostinských zařízeních. Stejně jako tomu bylo u ubytovacích kapacit, chybí takové, které by mohlo poskytnout služby účastníkům autokarového zájezdu a rovněž tento problém by měla vyřešit plánovaná výstavba hotelu s restaurací na náměstí Švihova, viz výše.

Hradní krčma, restaurace nacházející se na nádvoří vodního hradu, by stoprocentně zasloužila, aby byly zváženy nějaké úpravy nebo kompletní rekonstrukce. Interiéry, vybavení a nabízené pokrmy nepůsobí dobrým dojmem. Rovněž její nabídka je nízká a otevírací doba krátká. Součástí doporučení je rekonstrukce a úplná změna vnitřního interiéru a, v rámci možností, co největší rozšíření prostorů. Architektonicky by byla vhodná přestavba do dobového stylu stejného jako je vodní hrad a personál pracující v restauraci by mohl obsluhovat v dobových kostýmech.

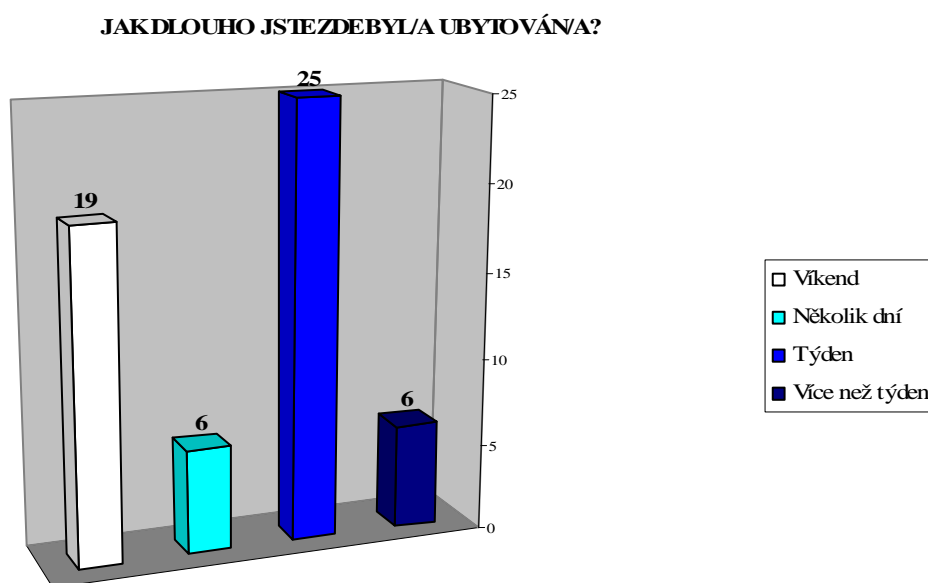
6.3 Volnočasové aktivity

Zachovalé přírodní prostředí a jeho ekologická hodnota jsou velkou výhodou zájmového území. Jsou zde vhodné podmínky pro pěší turistiku a cykloturistiku. Nevýhodou je nedostatek vodních ploch, které by byly vhodné ke koupání. Dvě koupaliště, které odpovídají svou kvalitou nárokům rekreace, se nacházejí v Dolanech a Němčicích.

Větší sportovní areál se nachází pouze ve Švihově. Kromě víceúčelového hřiště a tělocvičny, které patří základní škole, je zde fotbalové hřiště, tenisový a volejbalový kurt. Nabídka sportovišť je velmi omezená a svou kvalitou a rozsahem neodpovídá požadavkům dnešní doby.

Volnočasové aktivity v městě jsou opravdu neuspokojující, což se odráží na tom, jak dlouho zde turisté tráví svůj čas, viz následující graf.

Graf 13- Délka pobytu ve Švihově



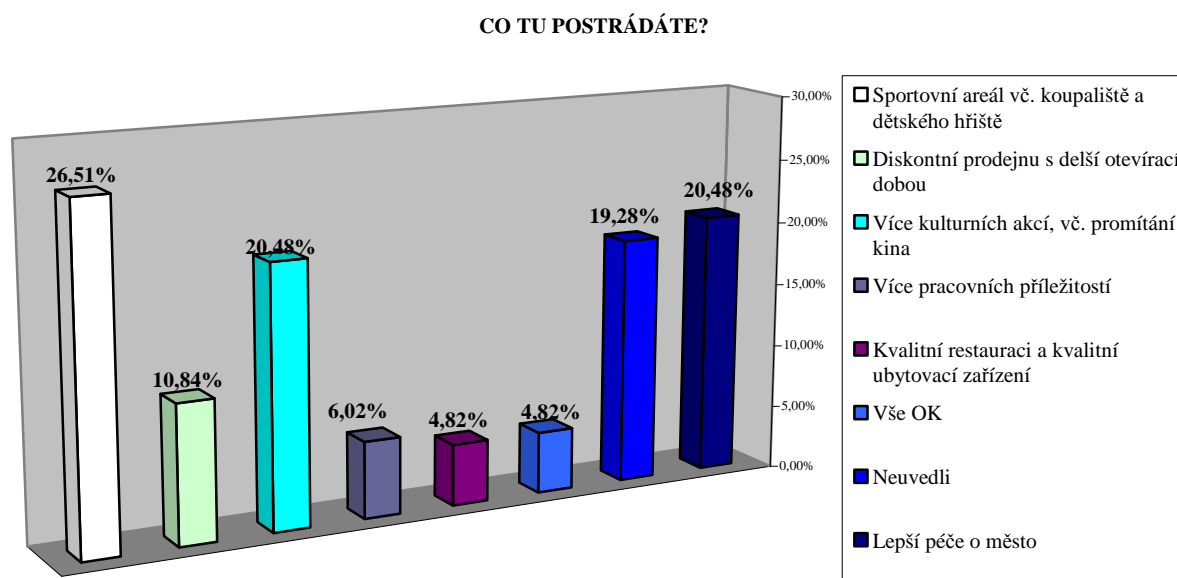
Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

6.3.1 Návrhy, doporučení

Rozšíření volnočasových aktivit je dalším plánem rozvoje cestovního ruchu ve Švihově. Měla by zde být vybudována víceúčelová tělocvična, která bude splňovat potřeby především zájemců o košíkovou, sálovou kopanou, tenis, volejbal a další. Dále je plánovaná přestavba bývalé sokolovny, kde by měla vzniknout dvoudráha na bowling s minibarem (samostatný provoz) a moderní posilovna (samostatný provoz). Rovněž je v procesu přípravy budování cyklostezky a naučné stezky jak pro turisty, tak pro místní obyvatele.

V následujícím grafu je znázorněno, že absenci volnočasových aktivit si uvědomují i respondenti, jelikož jejich nejčastější odpovědí bylo, že postrádají sportovní areál, včetně koupaliště a dětského hřiště.

Graf 14- Co turisté ve Švihově postrádají



Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Součástí rozšíření volnočasových aktivit je plánované dovybudování cyklostezky č. 38 (332) z Klatov do Železné Rudy, u níž obce Klatovska prosazují napojení na bavorskou cyklostezku Regental. Tato cyklostezka nabízí nejen prohlídku mnoha přírodních krás Šumavy, ale také zajímavou podívanou pro děti díky „Pohádkové říši“, která je na ní zřízena. Z Regenu dále pokračuje tato cyklostezka do Degendorfu, kde se napojuje na Podunajskou magistrálu.

7 LITERÁRNÍ REŠERŠE

Tato kapitola řeší vymezení a definice všech základních pojmů a vzájemných souvislostí, kterých se práce dotýká nebo se kterými se pracuje v další části bakalářské práce. V poslední části jsou zmíněni autoři zabývající se danou problematikou.

7.1 Destinace cestovního ruchu

Podle A. Kiráľové – 2003 (2) je destinace cestovního ruchu přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací.

Destinace cestovního ruchu podle Světové organizace cestovního ruchu (World Tourism Organisation) (4) je definována jako „místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina zvolil pro návštěvu“. Z této definice vyplývá, že destinace cestovního ruchu může představovat jak cílové místo, tak i produkt cestovního ruchu spojený s daným místem. Zároveň je důležité zdůraznit, že území destinace cestovního ruchu nemusí být vždy totožné s administrativním členěním států, regionů, ale v praxi, především z hlediska plánování a realizace rozvoje cestovního ruchu, bývá často s těmito administrativními celky ztotožňováno. Jako příklad, kdy území destinace není shodné s administrativním členěním území, lze uvést marketingové regiony vymezené v českém prostředí Českou centrálou cestovního ruchu – Czech Tourism v roce 1999.

Výkladový slovník cestovního ruchu (3) vysvětluje pojem destinace cestovního ruchu v užším smyslu jako cílovou oblast v daném regionu, která je typická významnou nabídkou atraktivit cestovního ruchu a infrastrukturou cestovního ruchu a v širším smyslu jako země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.

7.2 Marketing destinace cestovního ruchu

Marketing je jednou z vědních disciplín, které mohou nastartovat regionální rozvoj. Aplikace marketingového řízení je nepostradatelná pro moderní řízení destinací cestovního ruchu.

Podle M. Heskové a kol. – 2006 (4) je marketingová strategie destinace sestavena s ohledem na cílové trhy a tomu odpovídající nástroje marketingového mixu.

7.3 Marketingový mix

Jakmile je zvolena marketingová strategie³, může se začít s plánováním jednotlivých složek marketingového mixu⁴, jednoho ze základních prvků moderního marketingu. (1) Marketingový mix tvoří všechny aktivity, které jsou vyvíjeny, aby vznikala poptávka. Tyto aktivity lze utřídit do čtyř skupin, které jsou všeobecně známy jako „čtyři P“ (4P): výrobek (produkt), cena (price), distribuce (place) a komunikační politika (promotion)

7.3.1 Produkt (product)

Produkt představuje všechny výrobky, služby i návazné služby, které budou nabízeny zákazníkům na cílovém trhu. Hlavním produktem bakalářské práce je vytvoření volně dostupného propagačního letáku, skládačky formátu A4 o šesti stránkách. Tento produkt bude v rámci této práce vytvořen pouze v české verzi, ale součástí doporučení je vytvoření tří jazykových mutací.

Dalšími produkty jsou návrhy na vylepšení nebo vytvoření možností pro ubytování, stravování a trávení volného času v prostředí cestovního ruchu Švihov a tím vylepšení podmínek pro rekreaci. Vedlejším efektem bude zvýšení návštěvnosti vodního hradu Švihov, celkové atraktivity regionu a oblíbenosti u turistů a tím vytvoření turistického a rekreačního zájmu o tuto oblast. Mezi další produkty lze zařadit různé jiné služby, které turista na dovolené bude využívat- např. služby Informačního centra ve Švihově apod.

7.3.2 Cena (price)

Primárním zájmem tohoto projektu není tvorba zisku, ale vytvoření co nejlepších podmínek pro rekreaci a další rozvoj cestovního ruchu. Proto je hlavním cílem vznik volně dostupného propagačního materiálu, který se nebude primárně podílet na zvýšení zisku, ale přiláká více turistů do sledovaného prostředí cestovního ruchu. Ceny v rekreačním prostoru lze obecně považovat za přiměřené lokalizaci a nabídce, tudíž částku, kterou musí turista vynaložit lze považovat rovněž za přiměřenou a tudíž přístupnou široké veřejnosti.

³ **Marketingová strategie** je základní strategie, ze které vycházejí jednotlivé podnikatelské jednotky při plnění vlastních marketingových cílů. (1)

⁴ **Marketingový mix** je souborem taktických marketingových nástrojů- výrobové, cenové, distribuční a komunikační politiky, které firmě umožňují upravit nabídku podle přání zákazníků na cílovém trhu. (1)

7.3.3 Distribuce (place)

Distribuce shrnuje veškeré aktivity směřující k tomu, aby se produkt stal pro cílové zákazníky fyzicky dostupným. Bude zajištěna propagačním letákem, prostřednictvím internetu, ale také zaměstnanci informačních center v Klatovech, Švihově, Sušici, Plzni, případně dalších. Dále distribuci mohou zajišťovat cestovní kanceláře (viz kapitola 6.1.4.1 Vytvoření propagačního letáku).

7.3.4 Komunikační politika (promotion)

Pojem „komunikační politika“ zahrnuje veškeré aktivity, které mají za cíl oslovit cílovou skupinu a vzbudit zájem. Oslovit potenciální zákazníky může jak provozovatel vodního hradu Švihov samostatně, tak i společně s různými podnikatelskými subjekty.

Propagace by měla probíhat v těchto rovinách:

1. Vydávání propagačních materiálů

Prezentace by měla probíhat prostřednictvím vlastního propagačního letáku, podrobněji je uvedeno v kapitole 6.1 Promotion.

2. Prezentace na internetu

Internetové stránky mohou nabídnout podrobnější informace než propagační leták. Především jsou zdrojem i souvisejících odkazů a poskytují větší množství vizuálních ukázek, např. fotografie vodního hradu, ubytovacích a stravovacích zařízení v okolí. Úpravy internetových stránek jsou podrobněji v kapitole 6.1 Promotion

3. Publikace v denním tisku

Pro nabídku služeb a konaných akcí by mělo být využito i denního tisku, potenciální návštěvníci se s ním setkávají jako se zdrojem informací velmi často. Výhodami tohoto média jsou flexibilita, pravidelný kontakt, dobré pokrytí místního trhu, možnost oslovení širokého spektra čtenářů, vysoká důvěryhodnost. Nevýhodami jsou krátká životnost, nízká kvalita tisku, nepozornost při čtení inzerce. (1)

4. Využívání rozhlasového vysílání

Především k propagaci speciálních programů konaných v prostorách vodního hradu by mělo být využíváno tohoto média, které má schopnost oslovit široké spektrum posluchačů. Výhodami jsou příznivý ohlas, možnost oslovení vybraných skupin posluchačů (využití geografických a demografických kritérií) a nízké náklady.

Nevýhodami jsou pouze sluchové vjemy, pomíjivost sdělení,, nízká pozornost posluchačů a nepravidelný poslech. (1)

7.4 Produkt cestovního ruchu

P. Kotler – 2004 (1) pod pojmem produkt rozumí vše, co tvoří nabídku na trhu. Jedná se o veškeré hmotné i nehmotné statky, které mohou být nakupovány, používány a spotřebovány a které mohou uspokojovat potřeby a přání.

M. Hesková a kol. – 2006 (4) chápe pod pojmem produkt cestovního ruchu vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jedná se o soubor především služeb, které produkuje a nabízí cílové místo (primární nabídka) a podniky a instituce cestovního ruchu (sekundární nabídka).

J. Zelenka a M. Pásková – 2002 (3) produkt cestovního ruchu definují jako souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu podnikajícího v cestovním ruchu nebo cestovní ruch koordinujícího. Jedná se o zboží (suvenýry, knižní průvodce, mapy apod.) a služby (ubytování, stravování, doprava, služby průvodců apod.).

7.5 Ostatní autoři zabývající se cestovním ruchem a problematikou sledovaného rekreačního prostoru

Tabulka 16- Seznam autorů zabývajících se cestovním ruchem a problematikou sledovaného rekreačního prostoru

Publikace související s cestovním ruchem
Hudečková H., Kučerová E. & Kříž L. <i>Metodologie sociologického výzkumu pro nesociology</i> . Praha: ČZU, 2004
Homer S. & Swarbrooke <i>Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času</i> . Praha: Grada, 2003
Hrala,V. <i>Geografie cestovního ruchu</i> . Praha: Idea Servis, 1994
Kopp J. et al. <i>Úvod do regionálního výzkumu</i> . ZČU, Plzeň, 2001
Mariot P. <i>Geografie cestovního ruchu</i> . Academia. Bratislava, 1983
Kotler, P. <i>Marketing</i> . Praha : Grada Publishing, a.s., 2004. ISBN 80-247-0513-3
Publikace týkající se rekreačního prostoru
Bělohávek M. a kol. <i>Hrady, zámky a tvrze v Čechách, na Moravě a ve Slezsku. 4. díl, Západní Čechy</i> . Praha: Svoboda, 1985

Čížek, J. <i>Hrady a zámky v Čechách A-Z na cesty</i> . Praha: Olympia, 1986
Durdík, T. <i>Encyklopedie českých hradů</i> . Praha: Libri, 1995. ISBN 80-901579-8-X
Menclová, D. <i>České hrady II</i> . Praha: Odeon, 1972
Myslivoček, M., Koubová, Z., Vrbenská, F. <i>Čas hradů v Čechách I</i> . Praha, 1986
Kumpera, J. <i>Západní Čechy od A do Z: historie, památky, příroda</i> . Praha: Beta, 2002

8 MARKETINGOVÝ PLÁN PODLE P. KOTLERA – 2003 (5)

Každý podnik, každá instituce... vždy je potřeba vize, vize potřebuje strategii, strategie vyžaduje plán a plán vyžaduje akci. Tudiž je potřeba připravit podrobný marketingový plán. „Marketingový plán obsahuje šest kroků: situační analýzu, cíle, strategii, taktické kroky, rozpočet a kontrolu.“

8.1 Situační analýza

V této části se provádí průzkum sledovaného prostředí, analýza SWOT (silných, slabých stránek, příležitostí a hrozeb) a analyzuje se konkurence.

Město Švihov, ve kterém se nachází vodní hrad Švihov je součástí mikroregionu Běleč. Mikroregion Běleč je sdružení obcí, které vzniklo začátkem roku 1999 z iniciativy starostů obcí, které jej tvoří: Biřkov, Červené Poříčí, Dolany, Chocomyšl, Chudenice, Ježovy, Kaničky, Křenice, Mezihorí, Němčice, Poleň, Švihov, Úboč, Únějovice, Vřeskovice, Všepadly. Nachází se na severozápadním okraji okresu Klatovy při hranicích s okresy Domažlice a Plzeň- jih. Dohromady dospěli k závěru, že jedině společným úsilím, jednotným postupem a sdružením finančních prostředků může dojít k rozvoji spádového území na kvalitativně vyšší stupeň. Konkrétní vymezení mikroregionu je součástí přílohy 13.

Hlavní oblasti, kterým je třeba se věnovat:

- Potřeba vymezit cílový trh a zjistit potřeby tohoto trhu.
- Nutno zjistit, co se líbí cílovým zákazníkům a co se jim nelíbí a toho dělat méně.
- Vytvořit specifickou a úspěšnou hodnotovou nabídku a tím získat konkurenční výhodu.

Hlavní předpoklady:

- Výborná lokalizace a s tím související dobrá dopravní dostupnost.
- Vlastní informační centrum (nutné vylepšit provozní dobu, poskytované služby...).
- Stále se věnovat inovaci a změnám (viz uvedeno v citátu Wayne Callowaye výše).
- Obstát v konkurenčním boji.

Součástí situační analýzy jsou dále:

- přírodní podmínky (viz příloha 13),
- přírodní předpoklady rozvoje cestovního ruchu (viz příloha 13)
- historie území (viz příloha 13),
- doprava (viz kapitola 3 DOPRAVA),
- ekonomika (viz příloha 13),
- životní prostředí (viz příloha 13).

8.1.1 SWOT analýza

Tabulka 17 – SWOT analýza rozvoje cestovního ruchu

Zdroj: Studie sociálně ekonomického rozvoje mikroregionu Běleč. AgAkcent, s.r.o. 2006

<p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> – Vysoký přírodní a kulturně historický potenciál pro rozvoj CR – Bohatá historická tradice kraje a významní místní rodáci (Dobrovský, Kvapil, Hostaš atd.) – Dobré podmínky pro provozování a rozvoj pěší turistiky, cykloturistiky a rekreace v přírodě (absence průmyslu, nízká intenzita dopravy, množství málo frekventovaných komunikací, lesních a polních cest) – Hustá síť kvalitně značených pěších turistických tras a cyklotras – Vhodné prostředí pro ozdravné pobyty, letní dětské tábory a sportovní soustředění – Velký počet objektů individuální rekreace – Vyhlášení krajinné památkové zóny Chudenicko – Národní kulturní památka vodní hrad Švihov – Rostoucí zájem obcí o oblast cestovního ruchu v regionu – Společný postup obcí při vytváření podmínek pro rozvoj CR – Poloha v blízkosti Klatov a hlavního mezinárodního silničního tahu E53 	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> – Nízké využití potenciálu cestovního ruchu – Nedostatečná podpora cestovního ruchu ze strany obcí a státu – Nedostatečná spolupráce a provázanost s okolními regiony – Nízká úroveň marketingu regionu v oblasti CR- nedostatečná propagace, neexistence systému lokální organizace CR – Nedostatečné kapacity kvalitního ubytování a stravování, nízká nabídka ubytování v soukromí – Nedostatečná nabídka a profesionalita doprovodných služeb CR – Nedostatek nabídek k využití volného času mimo sezónu a v případě špatného počasí – Málo kvalitních možností koupání – Zchátralost velké části kulturně- historických památek – Malá informační provázanost a spolupráce mezi poskytovateli služeb – Chybějící nabídka v oblasti agroturistiky a „prázdnin na venkově“ – Špatná dopravní dostupnost (především o víkendu a ve svátcích)
<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> – Důsledné uplatňování regionální marketingové strategie CR – Prezentace regionu, vytvoření vlastního profilu, turistické značky – Podpora vzniku nových informačních středisek – Vytvoření návrhů programů pro návštěvníky a cestovní kanceláře – Zkvalitnění a rozšíření nabídky služeb, především u ubytování a stravování – Vybudování cyklostezky v úseku Klatovy – Švihov jako součástí mezinárodní dálkové Šumavské cyklotrasy č. 38 – Předpoklady pro rozvoj agroturistiky a hipoturistiky – Nabídka pobytů s využitím atraktivních lokalit i v sousedních regionech – Využít zvyšujícího se zájmu tuzemských turistů o rekreaci – Adaptace nevyužitých objektů v jednotlivých obcích pro zvýšení kapacity ubytovacích a stravovacích zařízení – Vytvoření nových pracovních míst v oblasti cestovního ruchu 	<p>Rizika</p> <ul style="list-style-type: none"> – Pokračující nekonceptní rozvoj cestovního ruchu, neorganizovanost – Celkově nedostatečná prezentace a propagace regionu – Nedostatečná spolupráce subjektů orientovaných na cestovní ruch – Nedostatek finančních prostředků na realizaci plánovaných investičních záměrů – Nedostatek finančních prostředků na předfinancování projektů za Strukturálních fondů EU – Strach z vynaložení nutných investic bez záruky podnikatelského úspěchu – Konzervativnost místních obyvatel – Konkurence sousedních regionů – Malý zájem turistů o vymezenou oblast

8.1.2 Zhodnocení konkurence

V následující tabulce jsou znázorněny významnější kulturně historické památky z okolí. Jsou popisovány a částečně porovnávány se situací vodního hradu Švihov.

Tabulka 18 – Seznam atraktivit v okolí Švihova

Hrady a zámky	Popis	Výhody	Nevýhody
Chudenice- Starý zámek	Zámek	<ul style="list-style-type: none"> – možnost ubytování (kapacita cca. 50 lůžek) – větší koncentrace atraktivit cestovního ruchu do jedné destinace (Americká zahrada, Bolfánek, Starý zámek) 	<ul style="list-style-type: none"> – nepříliš výhodná lokalizace – špatná dopravní dostupnost
Kašperk	Hrad	<ul style="list-style-type: none"> – lokalizován v krásné přírodě – „brána Šumavy“- z věže skvostný výhled 	<ul style="list-style-type: none"> – velmi špatná dopravní dostupnost – bez možnosti ubytování
Klenová	Zámek, hrad, galerie	<ul style="list-style-type: none"> – větší koncentrace atraktivit cestovního ruchu – dobrá lokalizace (10 km od Klatov – bývalé okresní město) 	<ul style="list-style-type: none"> – bez možnosti ubytování – horší dopravní dostupnost – neposkytuje cizojazyčné prohlídky
Velhartice	Hrad	<ul style="list-style-type: none"> – svou nápadnou lokalizací (vysoko postaven) láká náhodné turisty 	<ul style="list-style-type: none"> – špatná dopravní dostupnost – bez možnosti ubytování
Zříceniny			
Nový Herštejn	Zřícenina gotického hradu	<ul style="list-style-type: none"> – volně dostupný 	<ul style="list-style-type: none"> – špatná dopravní dostupnost, lokalizace – náročný terén
Opálka	Gotická tvrz	<ul style="list-style-type: none"> – volně dostupná 	<ul style="list-style-type: none"> – špatná dopravní dostupnost, lokalizace
Pajrek	Zřícenina hradu		<ul style="list-style-type: none"> – špatná dopravní dostupnost, lokalizace
Rabí	Hradní zřícenina	<ul style="list-style-type: none"> – přístupný s průvodci – nejrozsáhlejší hradní zřícenina v Čechách – poměrně zachovalý 	<ul style="list-style-type: none"> – špatná dopravní dostupnost
Rýzmbek	Zřícenina pomezního hradu	<ul style="list-style-type: none"> – poměrně dobrá dopravní dostupnost 	<ul style="list-style-type: none"> – nemožnost ubytování na poměrně frekventovaném místě

Zavlekov	Zřícenina gotické tvrze		– špatná dopravní dostupnost, lokalizace
----------	-------------------------------	--	---

Zdroj: Vlastní výzkum

8.2 Cíle

Situační analýza určí nejlepší příležitosti, které je nutné seřadit, a stanoví cíle a specifické cíle, s ohledem na jednotlivé zájmové skupiny.

- Potřeby cílového trhu byly zjištěny pomocí dotazníkových šetření (viz kapitola 5.2. Dotazníkové šetření – vodní hrad Švihov a 5.3. Dotazníkové šetření – město Švihov).
- Stejně tak bylo zjišťováno, co se cílovým zákazníkům líbí a nelíbí.
- V návaznosti na provedené výzkumy byly sestaveny návrhy a opatření, které by měly pomoci upravit stávající nabídku.

Tabulka 19 - Hlavní návrhy a opatření

Návrhy, opatření	Důvod, proč se tomuto návrhu budu/nebudu podrobněji věnovat dále
Zvýšení návštěvnosti VH Švihov ve vedlejší sezóně a v období mimo sezónu	<ul style="list-style-type: none"> – dlouhodobá záležitost – finančně náročná činnost, nedostatek finančních zdrojů
Rozšíření Informačního centra ve Švihově-poskytovaných služeb, prodloužení otevírací doby	<ul style="list-style-type: none"> – není dostatek časového prostoru na realizaci – nutné do přípravy zapojit více osob (především stávající zaměstnankyni, zaměstnavatele...)
Úprava nádvoří VH Švihov (vytvoření prostoru, který umožní schovat se před prudkým sluncem a deštěm, oddělit kuřácké prostory, vytvořit koutek pro děti)	<ul style="list-style-type: none"> – není dostatek časového prostoru na realizaci – finančně náročná činnost, nedostatek finančních zdrojů
Úprava Hradní krčmy (nabídky, interiéru)	<ul style="list-style-type: none"> – potřeba architektonického plánu-finančně velmi náročné – nedostatek časového prostoru
Zlepšení a zvýšení počtu stravovacích	– nedostatek finančních prostředků na

kapacit	realizaci – potřeba zapojení více osob
Zlepšení a zvýšení počtu ubytovacích kapacit	– nedostatek finančních prostředků na realizaci – potřeba zapojení více osob
Propagace	– není potřeba příliš finančních prostředků na vytvoření jednoho kusu vzorového propagačního materiálu – není potřeba takový časový prostor – prostředek, jak zvýšit informovanost turistů a tím zvýšit návštěvnost VH Švihov
Volnočasové aktivity	– příliš široký rozsah činností – větší počet zapojených osob do takového projektu – nedostatek časového prostoru a finančních zdrojů na realizaci

Zdroj: Vlastní výzkum

8.3 Strategie

Základem úspěchu je vytvořit dobrou strategii a dobrá strategie je založena na neustálém vnímání budoucnosti a především na originalitě.

„Máte-li stejnou strategii jako vaši konkurenti, žádnou strategii nemáte. Je-li vaše strategie odlišná, ale snadno napodobitelná, máte slabou strategii. Máte-li strategii odlišnou, jedinečnou a obtížně napodobitelnou, máte strategii silnou a trvalou.“ (5)

Vždy je nutné dívat se dopředu, protože špatná strategie lze nazvat „včerejší strategie“.

To potvrzuje následující citát (5): Wayne Calloway, generální ředitel PepsiCo, uvedl: „V dnešním světě platí, že pokud něco funguje, měli byste to raději změnit sami, než přijde někdo jiný a udělá to za vás.“

Výhody Švihova oproti konkurenci

- Návštěvníci zde mají možnost se ubytovat, výhledově do dvou let zde bude dokonce prostor ubytovat autokarový zájezd.
- Výborná lokalizace a dobrá dopravní dostupnost.
- Neustálé inovace- v posledních pěti letech bylo provedeno několik proměn města Švihov a výrazně se zlepšilo i nejbližší okolí hradu- to způsobuje, že Švihov rok od roku přitahuje více turistů, filmařů a organizátorů různých kulturních akcí. Novinky vodního hradu Švihov pro rok 2007 jsou uvedeny v příloze 14.

Strategie musí být rozpracována do nejmenších podrobností, a to s ohledem na 4P⁵.

8.4 Taktické kroky

Největší nevýhodou oproti konkurenci je neexistence samostatného propagačního materiálu, protože v případě, kdy turista obdrží společný leták pro památky na Klatovsku, vzniká konkurenční nevýhoda a hrozí, že zájemce o Švihov si vybere jinou atraktivitu. Proto hlavním krokem je vytvořit samostatný propagační leták (podrobněji rozpracováno v kapitole 6.1 Promotion).

V následujících bodech jsou popsány taktické kroky vedoucí k vytvoření samostatného propagačního letáku.

1. Shromáždování informací a fotografií, které budou uváděny v propagačním materiálu.
2. Seskupení možností trávit čas ve Švihově – volnočasových aktivit, které mohou působit rovněž jako lákadlo pobytu, případně návštěvy.
3. Smluvní zajištění se soukromými vlastníky ubytovacích a stravovacích zařízení, kteří mají zájem o zahrnutí jejich zařízení v letáku. V rámci bakalářské práce tento krok vynechán, v propagačním letáku jsou uvedeny všechny ubytovací i stravovací zařízení. Ve skutečnosti by byly zahrnuty pouze ty, které by projevily zájem a se kterými by byla uzavřena smlouva o poskytování reklamy, v níž by byla dohodnuta i platba za tuto službu.
4. Rozvržení textu, fotografií, návrh grafické stránky.
5. Zpracování v počítači v programu Adobe Illustrator 10 CE.

⁵ výrobek- produkt, cena- price, distribuce- place, propagace- promotion (viz marketingový mix 7 Literární řešerše)

6. Překlad do jazykových mutací:
 - angličtina,
 - němčina viz 6.1 Promotion.
7. Zahájení tisku vzorových kusů.
8. Odevzdání vzorových kusů komisi pro cestovní ruch ve Švihově a zastupitelstvu Švihova ke schválení.
9. Po schválení – zahájení tisku, v případě neschválení – přepracování.

8.5 Rozpočet

Náklady na splnění hlavního cíle: vytvoření propagačního letáku

Sběr dat, zjišťování informací: 1 den (4 hodiny)	4 * 250 Kč= 1 000 Kč
Rozvržení textu, návrh grafické stránky (2 hodiny)	2 * 250 Kč= 500 Kč
Zpracování v Adobe Illustrator 10 CE (4 hodiny)	4 * 250 Kč= 1 000 Kč
Překlad do tří mutací (600 Kč za skládačku A4 o šesti stránkách).....	600 Kč
Tisk vzorových kusů (5 Kč/ ks)	2 * 5 Kč= 10 Kč
Tisk 10 000 kusů	10 000 * 5 Kč= 50 000 Kč
<hr/>	
Celkové náklady.....	53 110 Kč

8.6 Kontrola

Musí být stanoveny měřítka a termíny pro hodnocení postupu při naplňování cílů. Pokud jejich plnění pokulhává, musí být posouzeny cíle, strategie nebo aktivity, aby byla tato situace napravena.

Termín pro hodnocení:

- Jeden rok.

Měřítka pro hodnocení úspěšnosti záměru:

- Zvýšení informovanosti turistů a návštěvnosti hradu, které bude každý rok zjišťováno formou dotazníkových akcí.
- Na internetové stránky vložit počítadlo návštěvnosti portálu, které bude zjišťovat, zda větší atraktivita stránek láká více zájemců.

9 ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo především odhalit nevyužitý potenciál sledovaného území – prostředí cestovního ruchu vodního hradu Švihov a okolí, identifikovat potenciální střety zájmů a nedostatky v současném využívání vymezeného území. Následně nalézt rozpory mezi ideálním a reálným využitím rekreačního prostoru, provést průzkum materiálně technické základny, zjistit preference návštěvníků vodního hradu Švihov a na základě zjištění různých nedostatků vypracovat návrhy a opatření. Práce se zaměřovala rovněž na problematiku provozu objektu, skladbu a vývoj návštěvnosti, charakter průvodcovské činnosti, možnosti propagace, reklamy, public relations, spolupráce s cestovními kancelářemi atd.

Mikroregion Běleč, v němž se nachází město a vodní hrad Švihov, představuje tradiční český venkovský stabilizovaný mikroregion. Pro rozvoj tohoto území je nutné se do budoucna orientovat především na podporu turismu a rekreace, a to jak individuální turistiky krátkodobé, tak i rekreace střednědobé a dlouhodobé v jednotlivých zařízeních cestovního ruchu. Zde nastal nejzávažnější problém – nedostatek ubytovacích a stravovacích kapacit v odpovídající kvalitě, které jsou pro rozvoj cestovního ruchu absolutně nepostradatelné. Stejně důležité je i vytvoření dostatečně progresivní mediální strategie, která bude zaměřena na propagaci mikroregionu nebo jeho jednotlivých obcí či atraktivit. Oblast promotion je silně nedostatečná, což bylo podnětem pro hlavní návrhy a doporučení této práce. Hlavním produktem bakalářské práce je vytvoření chybějícího, volně dostupného propagačního letáku vodního hradu Švihov a blízkého okolí, který zahrnuje i propagaci obce, ubytovacích, stravovacích zařízení a volnočasových atraktivit v městě.

Je nutné vybudovat jednak materiálně technickou základnu pro rozvoj rekreace a cestovního ruchu na území mikroregionu a rovněž budovat celkovou image regionu jako turisticky jedinečné a přitažlivé destinace.

Zamyšlení se nad návrhy a doporučeními by mohlo vést k zefektivnění využití prostředí cestovního ruchu.

10 SUMMARY

Purpose of the bachelor work was especially find out an unused potential of the followed territory –environment of tourism – water castle Švihov and surroundings, to identify battle of interests and deficiencies in current using of determine territory. After to find variances among ideal and real use recreational territory, to make a survey material-technical base, to detect preferences of water castle Švihov customers and following detections various deficiencies to elaborate proposals and proceeding. The work sights on problems of operation object as well, constitution and progression of visit rate, character of guides, possibility of propagation, advertisement, public relations, cooperation with travel agencies etc.

Microregion Běleč, where the town and water castle Švihov are situated, apprehensions traditional Czech countrified and stabilized microregion. For a development of this territory is necessary to orientate into future primarily on encouragement tourism and recreation, so short-time individual tourism, as recreation middle-range and longer - range in severally facilities of tourism. Here comes the most serious problem – an absence of accommodation and catering establishments in consistent quality, they are absolutly indispensable for tourism development. The creating of enough progressive medial strategy is also important. This strategy will be focused on propagation of the microregion or its several villages or attractions. The promotion is strongly insufficient, which was instigation for main proposals and recommendations of this work. The main product of the bachelor work is to create missing, freely sight leaflet of the water castle Švihov and its neighbourhood, that includes the propagation of the town, accommodation facilities, catering establishment and freetime activities in the town.

It is necessary to build the material-technical ground for the development of recreation and tourism on a territory of microregion and so to build the total image of region like a tourist oneness and attractive destination.

The muse about proposals and recommendations could lead to the improvement of using the tourism in this territory.

11 PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY

11.1 Literatura

- (1) KOTLER, Philip. *Marketing*. 6.vyd. Praha : Grada Publishing, a.s., 2004. 856 s. ISBN 80-247-0513-3.
- (2) KIRÁĽOVÁ, Alžběta. *Marketing destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80- 86119-56-4. [3] Zelenka, J., Pásková, M.: *Cestovní ruch – výkladový slovník*. Praha: MMR ČR, 2002
- (3) PÁSKOVÁ , Martina, ZELENKA, Josef. *Cestovní ruch - výkladový slovník*. 1. vyd. Praha : MMR ČR, 2002. 448 s.
- (4) HESKOVÁ, Marie, et al. *Cestovní ruch : Pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
- (5) KOTLER, Philip. *Marketing od A do Z : Osmdesát pojmů, které by měl znát každý manažer*. 1.vyd. Praha : Management Press, 2003. 203 s. ISBN 80-7261-082-1.
- (6) *Studie sociálně ekonomického rozvoje mikroregionu Běleč*. Klatovy : AgAkcent, s.r.o., 2006.
- (7) MENCLOVÁ, Dobroslava. *České hrady*. 2. doplň. vyd. Praha : ODEON, 1972. 560 s.
- KUMPERA, Jan. *Západní Čechy od A do Z : historie, památky, příroda*. 2. rozš. vyd. Praha : BETA, 2003. 374 s.
- DURDÍK, Tomáš. *Encyklopedie českých hradů*. 1. vyd. Praha : LIBRI, 1995. 368 s. ISBN 80-901579-8-X.

11.2 Elektronické zdroje

<http://amapy.atlas.cz> (použito dne 22.3.2007)

<http://www.hradsvihov.cz> (použito dne 14.2.2007)

<http://www.hrady.cz> (použito dne 14.2.)

<http://mapy.atlas.cz> (použito dne 4.4.2007)

<http://www.nakole.cz/regiony/mapa.php3> (použito dne 3.4.2007)

<http://www.paladix.cz/clanky/svihov.html> (použito dne 29.3.2007)

<http://svihov.webpark.cz> (použito dne 4.4.2007)

<http://sweb.cz/svihovskydvr/index.html> (použito dne 14.2.2007)

<http://www.turisturaj.cz/?cid=279&obec=&field12=1&field11=&sendit=Hledat> (použito dne 29.3.2007)

<http://www.turistik.cz/cs/pruvodce/cil/hrad-svihov> (použito dne 3.4.2007)

12 SEZNAM GRAFŮ, OBRÁZKŮ A TABULEK

Graf 1- Vývoj návštěvnosti vodního hradu Švihov v období 2002-2006.....	14
Graf 2- Důvod návštěvy vodního hradu Švihov	24
Graf 3- Opakovaná návštěva	25
Graf 4- Co se ve Švihově turistům nelíbí	26
Graf 5- Co se ve Švihově turistům líbí	27
Graf 6- Co turisté ve Švihově postrádají	29
Graf 7- Způsoby, jak zvýšit návštěvnost vodního hradu Švihov.....	30
Graf 8- Zájem turistů o kulturně historické památky	34
Graf 9- Využití služeb CK, CA pro zabezpečení návštěvy vodního hradu Švihov	36
Graf 10- Původ informací o vodním hradě Švihov	36
Graf 11- Nabídka stravovacích a ubytovacích zařízení.....	39
Graf 12- Způsob stravování turistů.....	41
Graf 13- Délka pobytu ve Švihově.....	42
Graf 14- Co turisté ve Švihově postrádají	43
Graf 15- Bydliště respondentů.....	70
Graf 16- Způsob dopravy	71
Graf 17- Problém během cesty	72
Graf 18- Problémy s parkováním	72
Graf 19- Problémy způsobené probíhajícími opravami	73
Graf 20- Dřívější návštěva.....	74
Graf 21- Ubytování.....	75
Graf 22- Místo přechodného bydliště.....	76
Graf 23- Další navštěvované atraktivity	77
Graf 24- Pohlaví respondentů.....	77
Graf 25- Věk respondentů	78
Graf 26- Nejvyšší dosažené vzdělání	78
Graf 27- Trvalý obyvatel	81
Graf 28- Dřívější návštěva.....	82
Graf 29- Návštěva místních stravovacích zařízení.....	82
Graf 30- Ceny ve stravovacích zařízeních.....	83
Graf 31- Kvalita jídel ve stravovacích zařízeních	84

Graf 32- Obsluha ve stravovacích zařízeních.....	85
Graf 33- Prostředí ve stravovacích zařízeních.....	84
Graf 34- Ubytování.....	85
Graf 35- Ceny v ubytovacích zařízeních	86
Graf 36- Prostředí v ubytovacích zařízeních	86
Graf 37- Úroveň personálu v ubytovacích zařízeních	87
Graf 38- Čistota v ubytovacích zařízeních	87
Graf 39- Snídaňové menu v ubytovacích zařízeních.....	88
Graf 40- Pohlaví respondentů.....	88
Graf 41- Věk respondentů	89
Graf 42- Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů.....	89
Obrázek 1- Schéma vodního hradu Švihov	66
Obrázek 2- Mapa ubytovacích zařízení ve Švihově	93
Obrázek 3- Mapa cyklotras.....	94
Obrázek 4- Mapa České republiky	95
Obrázek 5- Mapa Plzeňského kraje	95
Obrázek 6- Mapa znázorňující dopravní polohu Švihova	96
Obrázek 7- Vstupní věž	100
Obrázek 8- Bašta	100
Obrázek 9- Obytný palác	100
Obrázek 10- Průčelí hradu	100
Obrázek 11- Kuchyně.....	101
Obrázek 12- Interiér.....	101
Obrázek 13- Švihov- černobílá malba	102
Obrázek 14- Hrad zezadu	102
Obrázek 15- Vstup do kuchyně	103
Obrázek 16- Jedna ze čtyř strážních věží	103
Obrázek 17- Vodní příkop.....	104
Obrázek 18- Přední strana	104
Obrázek 19- Pohled zezadu	105
Obrázek 20- Hlavní průčelí	105
Obrázek 21- Švihov- čelní pohled	106
Obrázek 22- Švihov (pohled od silnice E53)	106

Obrázek 23- Hradní kaple.....	107
Tabulka 1- Návštěvnost vodního hradu Švihov v letech 2002-2006.....	14
Tabulka 2- Kulturní a společenské akce.....	15
Tabulka 3- Zjednodušená SWOT analýza (rozhovor s pracovníci IC Klatovy)	20
Tabulka 4- Zjednodušená SWOT analýza (rozhovor s pracovníci IC Švihov).....	21
Tabulka 5- Zjednodušená SWOT analýza (rozhovor s profesorkou dějepisu)	22
Tabulka 6- Zjednodušená SWOT analýza (rozhovor se starostou města Švihov)	22
Tabulka 7- Dotazníkové šetření- vodní hrad Švihov (hlavička).....	23
Tabulka 8- Dotazníkové šetření- město Švihov (hlavička)	28
Tabulka 9- Profil typického návštěvníka vodního hradu Švihov	31
Tabulka 10- Stávající propagační materiály	32
Tabulka 11- Zjednodušená SWOT analýza propagačních materiálů	33
Tabulka 12- Zjednodušená SWOT analýza ubytovacích zařízení.....	38
Tabulka 13- Seznam ubytovacích zařízení ve Švihově.....	38
Tabulka 14- Zjednodušená SWOT analýza stravovacích zařízení.....	40
Tabulka 15- Seznam stravovacích zařízení	40
Tabulka 16- Seznam autorů zabývajících se cestovním ruchem a problematikou sledovaného rekreačního prostoru	47
Tabulka 17 – SWOT analýza rozvoje cestovního ruchu.....	51
Tabulka 18 – Seznam atraktivit v okolí Švihova.....	52
Tabulka 19 - Hlavní návrhy a opatření.....	53
Tabulka 20- Seznam ubytovacích zařízení ve Švihově.....	93
Tabulka 21- Konkrétní vymezení mikroregionu (počet obyvatel a rozloha mikroregionu)	97

13 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1- Provoz vodního hradu Švihov	64
Příloha 2- Prohlídkové trasy	65
Příloha 3- Nabídka pokladny	67
Příloha 4- Dotazníkové šetření- vodní hrad Švihov	68
Příloha 5- Dotazníkové šetření- město Švihov	79
Příloha 6- Propagační leták.....	90
Příloha 7- Podrobnější informace o ubytovacích zařízeních	90
Příloha 8- Mapa ubytovacích zařízení	93
Příloha 9- Mapa cyklotras	94
Příloha 10- Mapa České republiky	95
Příloha 11- Mapa Plzeňského kraje	95
Příloha 12- Mapa znázorňující dopravní polohu Švihova	96
Příloha 13- Situační analýza	97
Příloha 14- Novinky pro rok 2007 na vodním hradě Švihov	100
Příloha 15- Fotografie Švihova.....	100

14 PŘÍLOHY

Příloha 1- Provoz vodního hradu Švihov

Zdroje:

<http://www.hradsvihov.cz/oteviracka.html>

<http://www.hradsvihov.cz/cenik.html>

<http://www.hradsvihov.cz/kontakt.html>

Poštovní adresa:

správa hradu: Správa státního hradu Švihov, 340 12 Švihov

Telefonické spojení:

pevná linka / fax: (+420) 376 393 378

GSM brána ústředny: (+420) 606 666 419

Elektronické adresy:

e-mail: hrad@hradsvihov.cz

e-mail- kastelán: kastelan@hradsvihov.cz

web: www.hradsvihov.cz

Provozní doba:

duben *	SO + NE + svátky	9:00 - 15:00
květen	ÚT až NE + svátky	9:00 - 16:00
červen - srpen	ÚT až NE + svátky	9:00 - 17:00
září	ÚT až NE + svátky	9:00 - 16:00
říjen *	SO + NE + svátky	9:00 - 15:00

* V **dubnu** a **říjnu** ve všední dny pro objednané skupiny **min. 10 osob**.

Polední přestávka od 12:00 do 13:00.

Poslední prohlídka začíná s ukončením otevírací doby (tj. v 15:00, 16:00 nebo 17:00).

Ceník vstupného:

	Návštěvní trasa "KUCHYNĚ"	Návštěvní trasa "HRAD"
Základní vstupné	40 Kč	50 Kč
Snížené vstupné *	30 Kč	40 Kč
Děti do 6 let	5 Kč	5 Kč
Hromadně do 6 let **	10 Kč	10 Kč
Volné vstupné ***	0 Kč	0 Kč
Výklad v cizím jazyce	PŘÍPLATEK 100%	PŘÍPLATEK 100%

* Na snížené vstupné mají nárok:

- Děti od 6 do 15 let, studenti, senioři nad 65 let, držitelé průkazek ZTP a ZTP-P.

** Hromadné vstupné do 6 let je určeno pro skupiny předškoláků.

*** Na volný vstup má nárok:

- Průvodce skupiny nad 20 osob, držitel průkazky NPÚ / AMG, průvodce držitele průkazky ZTP-P.

Příloha 2- Prohlídkové trasy

- Hrad
- Kuchyně

Hrad:

Zdroj: <http://svihov.webpark.cz/trasa1.html>

Červená bašta – Parkánové nádvoří – Vnitřní hradní nádvoří – Severní hradní sklepy – Vstupní síň – Ložnice hradní paní – Dolní pavlán – Kaple – Horní pavlán – Taneční sál – Hodovní síň – Zbrojnice

První prohlídkový okruh si rozhodně zaslouží přízvisko základní. Zavede Vás do reprezentativních prostor hradu, zprostředkuje Vám historii stavby, ale i architektonické zajímavosti v ní obsažené. Méně se pak tento okruh zaměřuje na každodennost, té je

koneckonců věnována druhá prohlídková trasa. Okruh nazývaný zjednodušeně "hrad" lze doporučit především těm, kteří mají v oblíbě velké a honosné prostory.

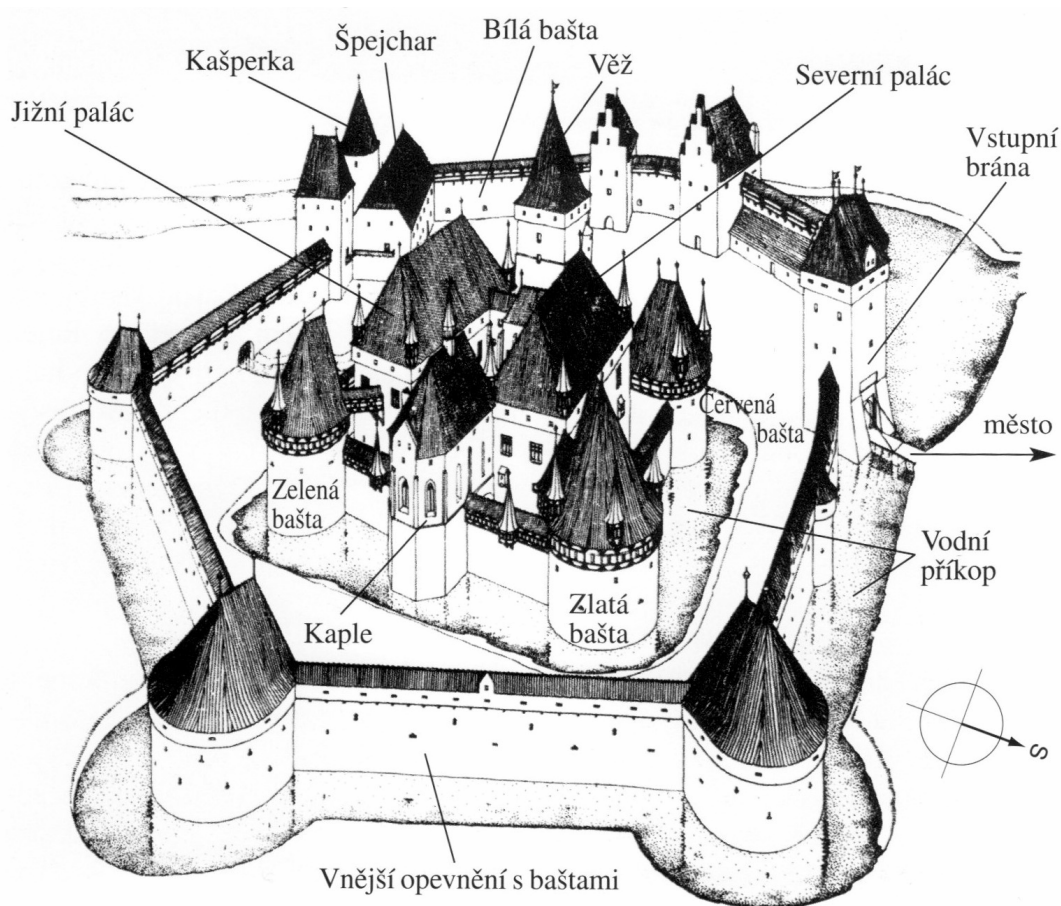
Kuchyně:

Zdroj: <http://svihov.webpark.cz/trasa2.html>

Hejtmanská místnost – Jižní sklepení – Vnitřní nádvoří – Gotický sál – Podkaplí – Strážnice – Fraucimor – Parkánové nádvoří – Černá kuchyně

Druhá prohlídková trasa se více než na samotné architektonické a historické zajímavosti hradu koncentruje na každodenní život, který probíhal ve staletých zdech. Namísto místností pro šlechtu nabízí spíše pohled do života běžného obyvatele hradu, ačkoli samozřejmě dojde i na výjevy ze života vrchnosti.

Obrázek 1- Schéma vodního hradu Švihov



Zdroj: Švihov, Gloriet 2006

Příloha 3- Nabídka pokladny

- pohlednice,
- brožury,
- turistické známky,
- turistické karty,
- turistické odznaky,
- symbolický klíč Švihova,
- mapa památek západních Čech,
- hrnky s logem,
- zvonky s logem,
- trička s motivy Švihova,
- pexeso,
- vystřihovánky,
- puzzle,
- přívěsky,
- různé druhy nerostů.

Příloha 4- Dotazníkové šetření- vodní hrad Švihov

Dobrý den,

následující dotazník je součástí dotazníkového šetření prováděného studentkou Zemědělské fakulty Jihočeské univerzity Hanou Hanzlíkovou. Zkoumám preference návštěvníků vodního hradu Švihov a okolí. Vyhodnocené informace budou použity pro mou bakalářskou práci, nikde jinde. Děkuji Vám za čas věnovaný vyplnění tohoto dotazníku.



1. Odkud pocházíte?

uveďte:

2. Jakým způsobem (dopravním prostředkem) jste se dopravili do Švihova?

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| a) osobním automobilem | b) vlakem |
| c) autobusem | d) na motocyklu |
| e) na kole | f) kombinovanou dopravou |
| g) pěšky | |

3. Vyskytl se nějaký problém během cesty? Př. se zaparkováním auta, kola...

ANO x NE (pokud NE, pokračujte 5. otázkou)

4. Pokud ANO, uveďte, prosím, jaký:

5. Navštívil/ a jste vodní hrad Švihov již někdy dříve?

ANO x NE

pokud ANO, kolikrát v posledních deseti letech:

6. Z jakého důvodu jste navštívil/ a vodní hrad Švihov?

- a) rád/a navštěvuji kulturně-historické památky
- b) zajímal mě konkrétně vodní hrad Švihov
- c) při příležitosti návštěvy jiných památek z Klatovska (Plzeňska) jsem navštívil/a Švihov
- d) při příležitosti návštěvy příbuzných
- e) kvůli společenské/kulturní akci konané na Švihově
- f) jiný důvod, uveďte:.....

7. Využil/ a jste pro zabezpečení své návštěvy/ pobytu placených služeb některé cestovní kanceláře nebo agentury?

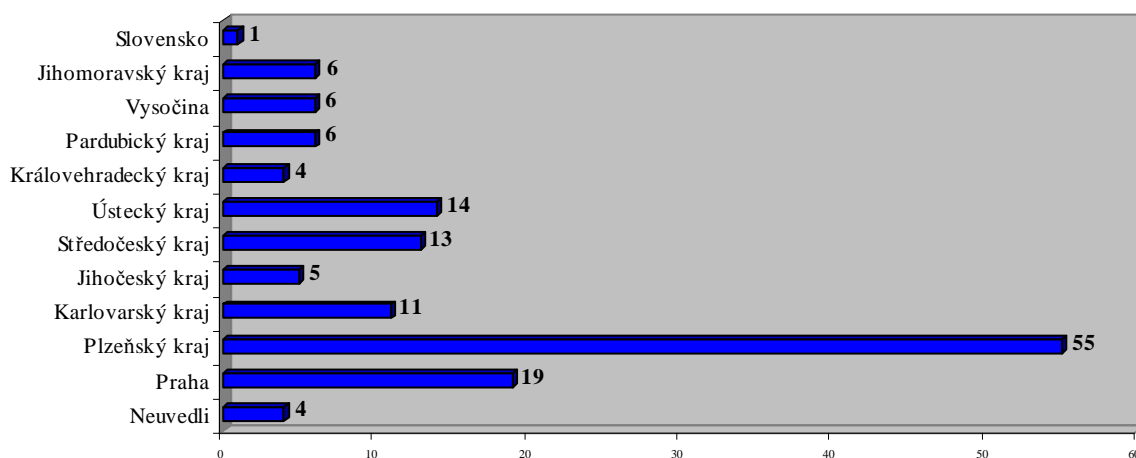
ANO (zaplacený zájezd/ pobyt) x NE

8. Kde jste získal/ a informace o vodním hradě Švihov?

- a) z informačního centra
- b) z cestovní kanceláře/agentury
- c) z tisku, letáků a jiných publikací
- d) z internetu
- e) z rozhlasu, z televize
- f) od příbuzných, známých apod.
- g) jinde, uveďte:.....

Odkud pocházíte?

Graf 15- Bydliště respondentů



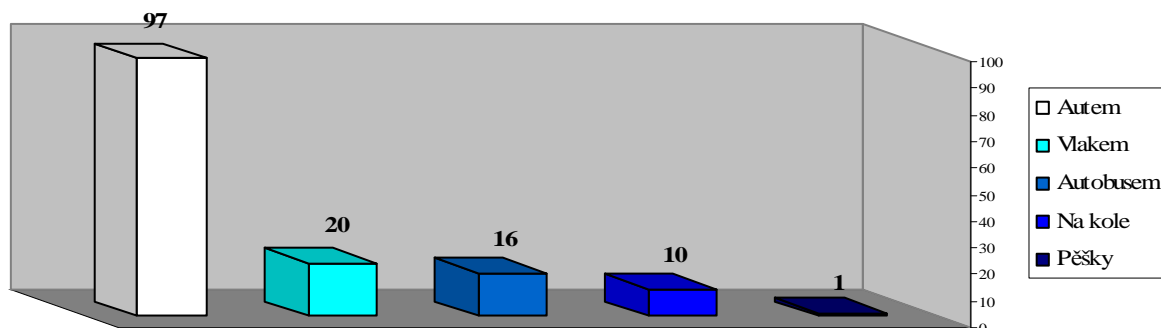
Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

Zhodnocení:

Z grafu vyplývá a předem se dalo očekávat, že návštěvníci vodního hradu Švihov pocházejí nejčastěji z Plzeňského kraje, ve kterém se samotný vodní hrad nachází. Druhé místo obsadili respondenti z Prahy a třetí respondenti z Ústeckého kraje. Ve vzorku respondentů se dokonce objevila obyvatelka Slovenska, což svědčí o tom, že vodní hrad Švihov je velice oblíben nejen u nás v České Republice, ale i za hranicemi. Každý rok se na nádvoří hradu objevují skupinky cizinců, kterým mohou být poskytnuty prohlídky hradu i v cizích jazycích, především v němčině, ale i v angličtině.

Jakým způsobem (dopravním prostředkem) jste se dopravili do Švihova?

Graf 16- Způsob dopravy



Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

Zhodnocení:

Nejčastěji použitým dopravním prostředkem, který respondenti využívají jako způsob, jak se dostat do Švihova, je osobní automobil, ale návštěvníci hradu mají rovněž možnost využít železnice nebo autobusové dopravy. Díky tomu, že Švihov leží na hlavní trase z Klatov do Plzně, jsou spoje poměrně časté a vyhovující. Jediným problémem jsou jízdni řády na zastávkách. Jsou poškozené, tudíž je složité se v nich orientovat.

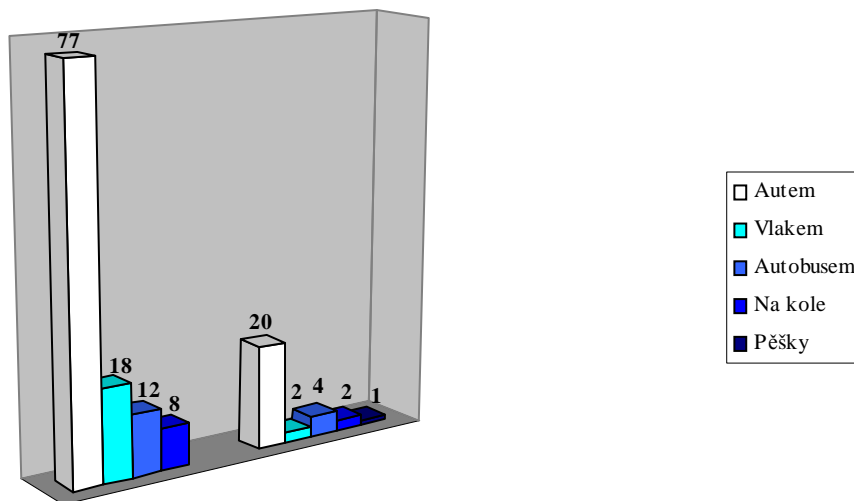
Návrhy, doporučení:

Jízdni řády by měly být umístěny pod plastovým krytem nebo jinak lépe chráněny, aby nebylo tak jednoduché je poškodit, nebo dokonce úplně zcizit.

Vyskytl se nějaký problém během cesty? Př. se zaparkováním auta, kola...

ANO x NE

Graf 17- Problém během cesty



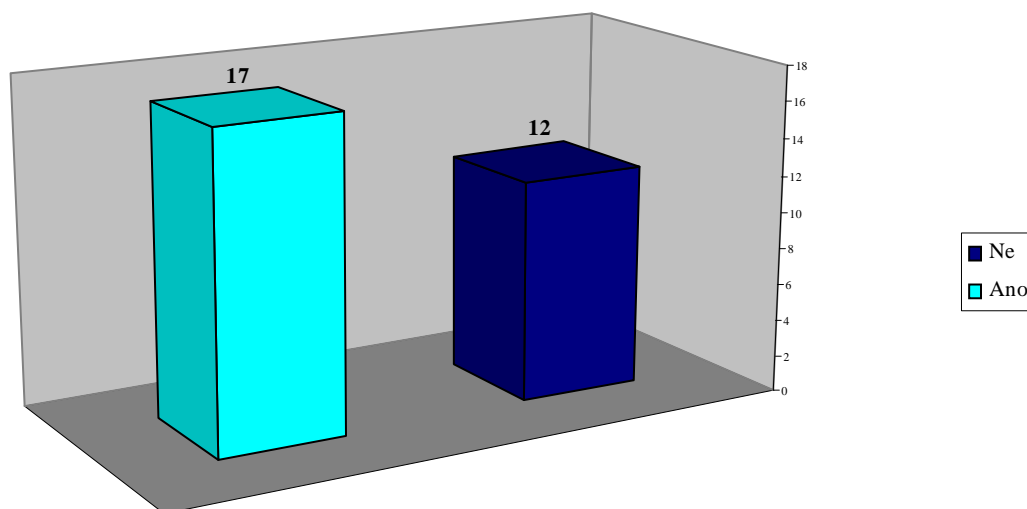
Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

Zhodnocení:

Respondentům se občas stane, že se vyskytne nějaký problém během cesty a především v průběhu letní sezóny 2006 jich bylo opravdu hojně. Bylo to způsobeno tím, že probíhaly rozsáhlé opravy na náměstí města a komplikovaly dopravní situaci v obci.

Pokud ANO, uveďte, prosím, jaký:

Graf 18- Problémy s parkováním



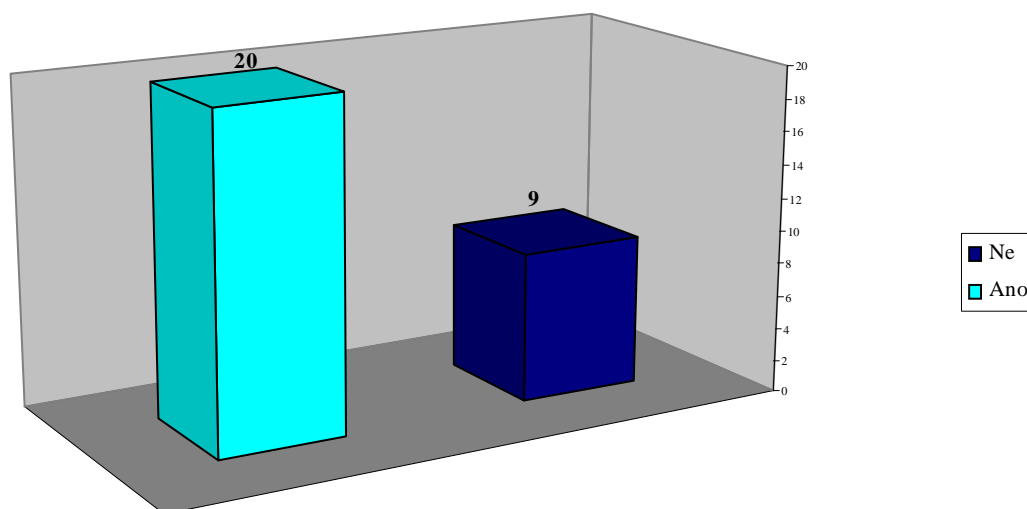
Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

Zhodnocení:

Problém s parkováním býval častým v minulých letech a návštěvníci si často stěžovali, že parkovací místa jsou nedostatečná. Ale tento problém by měl být vyřešen, protože v průběhu minulého roku 2006 proběhla ve Švihově rekonstrukce náměstí a bylo vybudováno nové placené parkoviště, takže návštěvníci si musejí za parkování ve městě zaplatit, ale parkovacích ploch by měl být dostatek.

Rovněž by měly být vyřešeny problémy způsobené probíhajícími opravami, protože probíhající rekonstrukce již byly dokončeny.

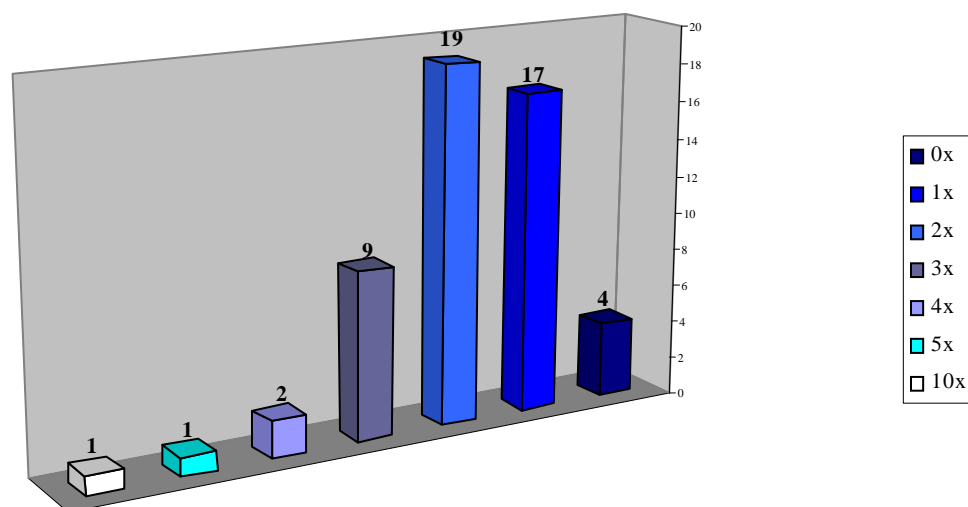
Graf 19- Problémy způsobené probíhajícími opravami



Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

Navštívil/ a jste vodní hrad Švihov již někdy dříve?

Graf 20- Dřívější návštěva



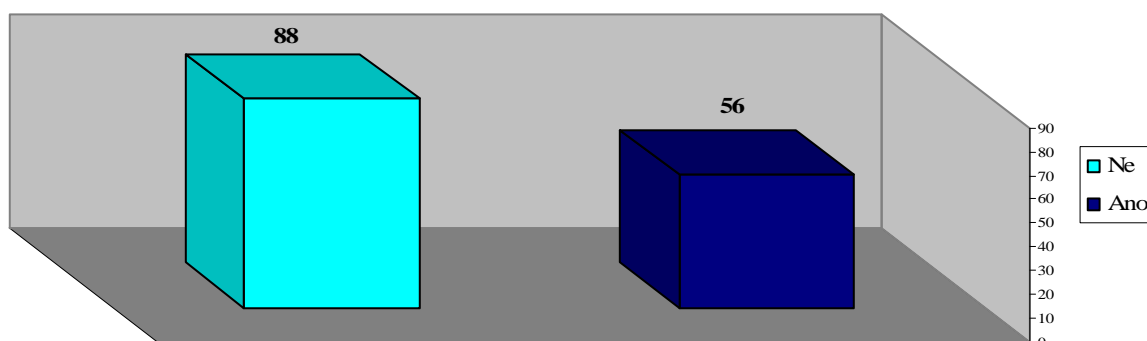
Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

Zhodnocení:

Jelikož z prováděného dotazníkového šetření vyplynulo, že 63 % respondentů navštívilo vodní hrad již dříve, nechá se předpokládat, že s předchozí návštěvou byly spokojeni, protože pouze spokojení zákazníci se vracejí. A právě tyto návštěvníci podávají kladná doporučení svým známým a tím zajišťují vyšší zájem o destinaci.

Jste zde (v okolí) ubytován/ a?

Graf 21- Ubytování



Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

Zhodnocení:

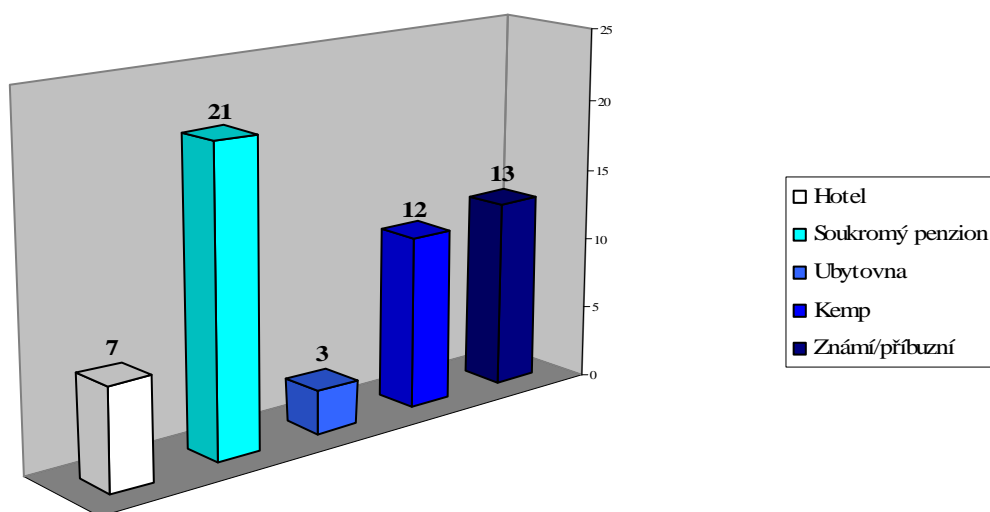
Z grafu je patrné, že jen 39 % respondentů se v okolí ubytovalo. Tento výsledek byl očekáván, protože kapacity v obci, či v okolí v rámci mikroregionu Běleč nejsou rozhodně dostačující poptávce. Neexistuje zde ubytovací zařízení, které by svými kapacitami splňovalo možnost ubytovat autobus turistů .

Návrhy, doporučení:

Tento nedostatek si Městský úřad ve Švihově uvědomuje a je rozhodnut ho řešit výstavbou nového hotelu na náměstí ve Švihově a rovněž jednou ubytovnou, která by měla vzniknout přestavbou hasičské zbrojnice. Nedostatkem rovněž je, že když se turista ve Švihově ubytuje, předpokládá se, že bude mít zájem i o stravování a to je rovněž ve sledovaném území velkým problémem.

Jakým způsobem jste ubytován/ a?

Graf 22- Místo přechodného bydliště



Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

Zhodnocení:

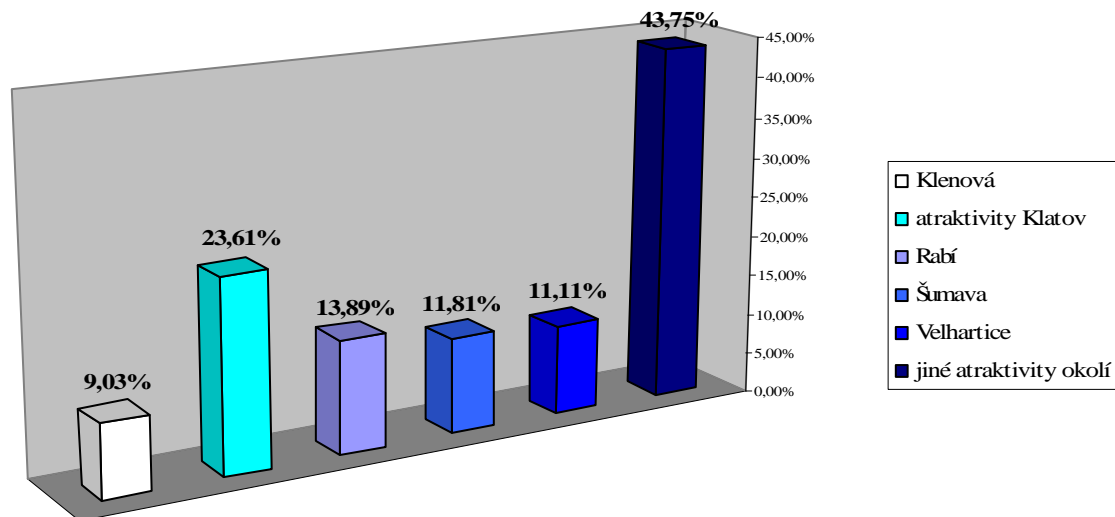
Převažující využití ubytovací zařízení je soukromý penzion, který je vlastně jedinou možností, jak se v současnosti ubytovat přímo ve městě. Nacházejí se zde 4 soukromé penziony, ale jejich kapacity lůžek nejsou absolutně dostačující pro poptávku. V městě není jediné ubytovací zařízení, které by mělo prostory na ubytování účastníků autokarového zájezdu.

Návrhy, doporučení:

To by měla napravit plánovaná výstavba hotelu na náměstí Švihova, jehož součástí by měla být i kvalitní restaurace. V souvislosti s tímto plánem souvisí rozšíření volnočasových aktivit, protože, aby zde návštěvník strávil několik dní, je nutné, aby měl možnosti, jak se zabavit.

Prohlídka Švihova je nejčastěji spojována s návštěvou atraktivit uvedených v následujícím grafu.

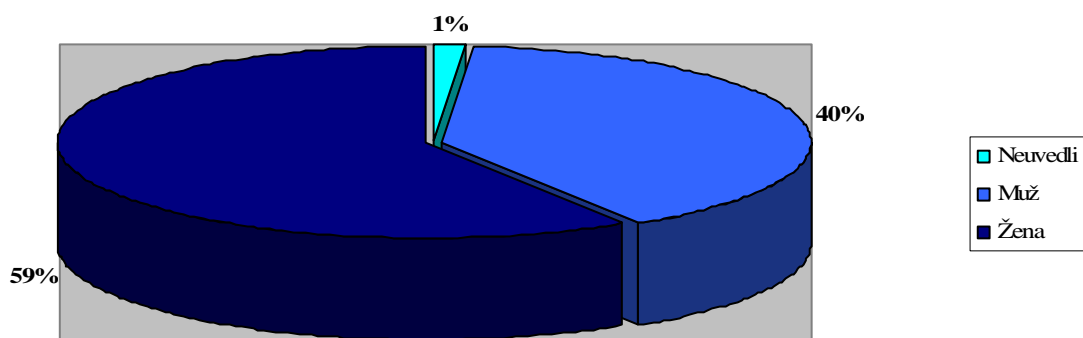
Graf 23- Další navštěvované atraktivity



Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

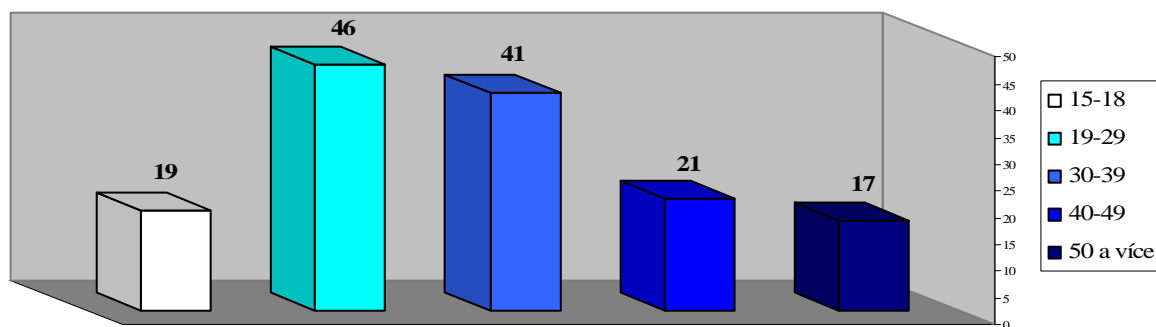
Údaje o respondentovi:

Graf 24- Pohlaví respondentů



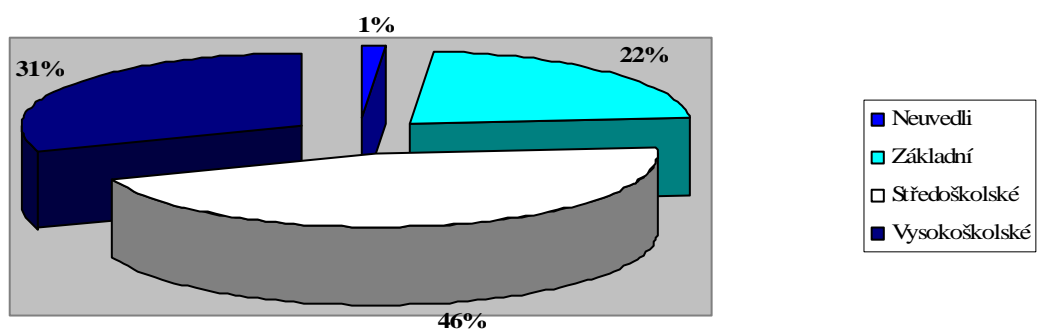
Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

Graf 25- Věk respondentů



Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

Graf 26- Nejvyšší dosažené vzdělání



Zdroj: Vlastní výzkum, vodní hrad Švihov

Příloha 5- Dotazníkové šetření- město Švihov

Dobrý den,

následující dotazník je součástí dotazníkového šetření prováděného studentkou Zemědělské fakulty Jihočeské univerzity Hanou Hanzlíkovou. Zkoumám preference návštěvníků vodního hradu Švihov a okolí. Vyhodnocené informace budou použity pro mou bakalářskou práci, nikde jinde. Děkuji Vám za čas věnovaný vyplnění tohoto dotazníku.



Vybrané odpovědi označte křížkem, prosím!

1. Jste trvalým obyvatelem Švihova?

- ANO
- NE, ale znám místní prostředí dobře (pracuji zde, jezdím sem na návštěvu...)
- NE a ani to tu neznám

2. Navštívil/ a jste vodní hrad Švihov?

- ANO, 1x v posledních pěti letech
- ANO, navštěvuji ho každý rok
- ANO, navštěvuji ho častěji
- NE

3. Při jakých příležitostech vodní hrad navštěvujete především?

- Za účelem návštěvy kulturně-historické památky
- Při různých kulturních a společenských akcích (Švihovské hudební léto,...)
- V rámci speciálních programů (noční prohlídky, výstava strašidel a jiné výstavy...)
- Při návštěvě známých, příbuzných
- Při procházkách okolím
- Další, uveďte: ...

4. Jak často navštěvujete místní stravovací zařízení (restaurace, hospody)?

- Každý den Každý týden
- Párkrát v měsíci Zřídka
- Nenavštěvuji (pokračujte otázkou č. 7)

5. Jak hodnotíte ceny v těchto stravovacích zařízeních v porovnání s nabídkou? (označte křížkem)

	Hodně vysoké	Vysoké	Přiměřené nabídce, lokalizaci a velikosti obce	Nízké
Ceny				

6. Jak jste spokojen/a s úrovní těchto stravovacích zařízení? (označte křížkem)

	Zcela spokojen/a	Zcela nespokojen/a	Postrádám (doplňte sami)
Kvalita jídel			
Obsluha			
Prostředí			

Možnost doplnit důvod Vaší (ne)spokojenosti: ...

7. Byl/ a jste někdy ubytován/ a v ubytovacím zařízení ve Švihově (místní penzion...)?

- ANO, 1x v posledních pěti letech
- ANO, ubytovávám se zde každý rok
- ANO, ubytovávám se zde každý měsíc
- NE, musím-li zde přenocovat, dávám přednost větším městům, např. Klatovy...
- NE, musím-li zde přenocovat, tak u příbuzných

OTOČTE NA DRUHOU STRANU, PROSÍM!

8. Jak hodnotíte ceny v těchto ubytovacích zařízeních v porovnání s nabídkou? (označte křížkem)

	Hodně vysoké	Vysoké	Přiměřené nabídce, lokalizaci a velikosti obce	Nízké
Ceny				

9. Jak jste spokojen/a s úrovní těchto ubytovacích zařízení? (označte křížkem)

	Zcela spokojen/a	Zcela nespokojen/a	Postrádám (doplňte sami)
Prostředí pokojů, zařízení			
Úroveň personálu			
Čistota			
Snídaňové menu			

Možnost doplnit důvod Vaší (ne)spokojenosti: ...

10. Je nabídka místních stravovacích a ubytovacích zařízení dostačující poptávce?

- ANO, nabídka je dostačující
- Nabídka pouze stravovacích zařízení je dostačující
- Nabídka pouze ubytovacích zařízení je dostačující
- NE, nabídka je nedostačující poptávce

11. Co byste ve Švihově změnil/a ve prospěch obce, co tu postrádáte?

Uveďte, prosím:

12. Co byste změnil/a ve prospěch zvýšení návštěvnosti vodního hradu Švihov?

Uveďte, prosím: ...

Údaje o respondentovi

Pohlaví: Muž x Žena

Věk:

15- 18 let 19- 29 let 30- 39 let 40- 49 let 50 a více
let

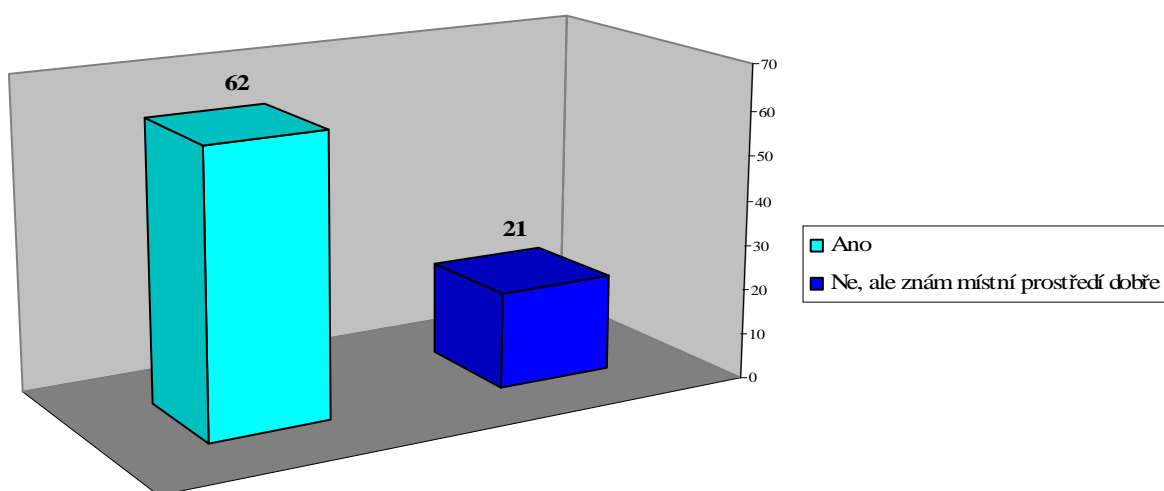
Nejvyšší dosažené vzdělání:

základní vyučen/ a středoškolské vysokoškolské

*Děkuji za spolupráci a přeji pěkný den
Hana Hanzlíková*

Jste trvalým obyvatelem Švihova?

Graf 27- Trvalý obyvatel



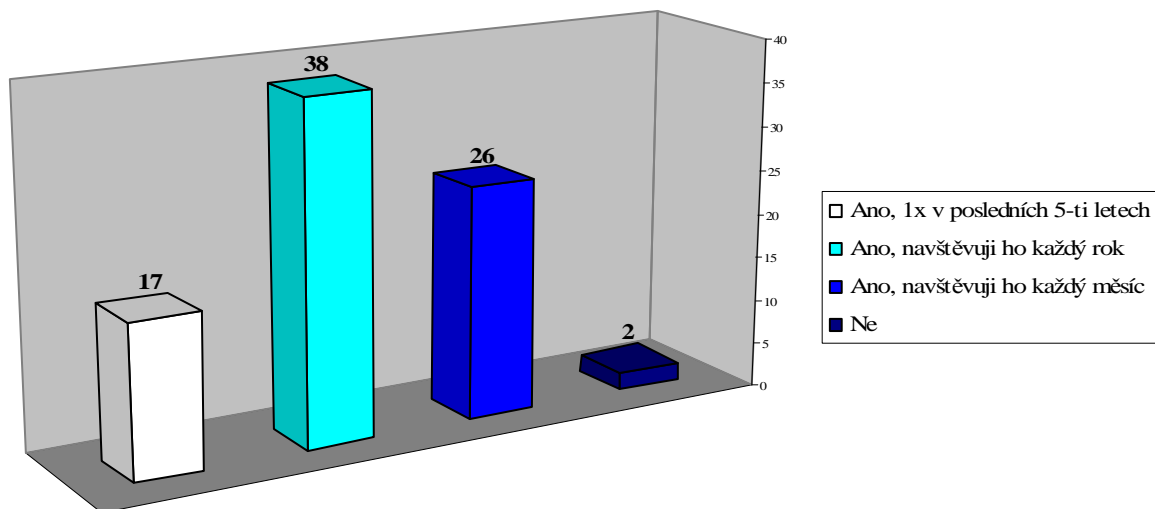
Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Zhodnocení:

Tento výzkum je zaměřen především na trvalé obyvatele a jejich náhled na cestovní ruch v regionu. Výzkum byl prováděn v měsíci prosinci, kdy se v městě turisté vyskytují jen výjimečně. I přesto, že do výzkumu byly zahrnuty i některé podniky cestovního ruchu v městě, mezi respondenty se nevyskytl ani jeden, který by místní prostředí neznal a navštívil by Švihov s účelem poznávání.

Navštívil/ a jste vodní hrad Švihov?

Graf 28- Dřívější návštěva



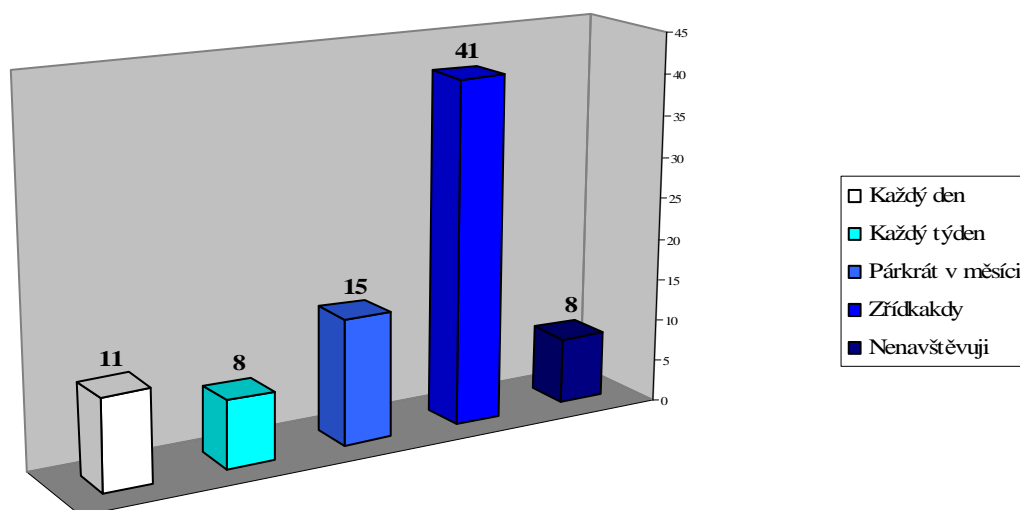
Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Zhodnocení:

Cílem této otázky bylo zjistit, jak se rezidenti podílejí na cestovním ruchu v regionu. Výsledek je poměrně kladný, protože 38 % respondentů odpovědělo, že vodní hrad navštěvují každý rok, někteří i častěji.

Jak často navštěvujete místní stravovací zařízení (restaurace, hospody)?

Graf 29- Návštěva místních stravovacích zařízení



Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Zhodnocení:

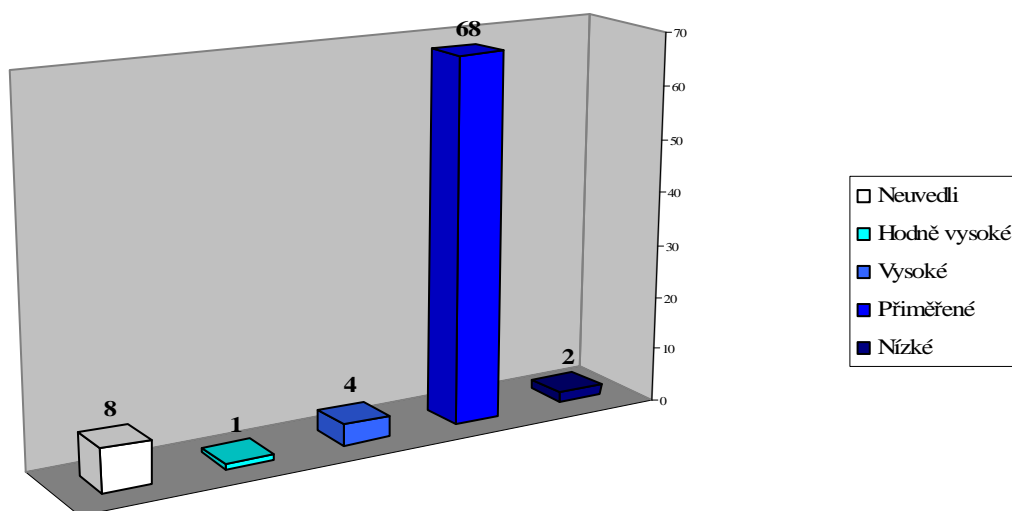
Jaký je důvod tak málo časté návštěvy stravovacích zařízení? Je odpověď nízká úroveň, zastaralé prostředí nebo úroveň personálu? Nebo je chyba ještě někde jinde? Proč si ale respondenti nestěžují ani na jedno z výše zmíněného? Je to proto, že jejich zájem o obecné dobré mínění je minimální? Pravděpodobně ano, protože ani jedno z místních stravovacích zařízení nemá prostředky na to, aby uspokojilo požadavky návštěvníka destinace cestovního ruchu. Prostor v těchto stravovacích zařízeních působí někdy velmi zastaralé a není dostatečně opečovávané majiteli nebo pronajímateli, ač místní obyvatelé si na to nestěžují, ale tyto zařízení často nenavštěvují. Mnohdy dodávají, že při jakýchkoli slavnostních příležitostech, kdy hodlají navštívit např. restauraci, opouštějí své místo bydliště a jedou navštívit restauraci jinam.

Návrhy, doporučení:

Kromě Pizzerie na náměstí Švihova by všechny stravovací kapacity potřebovaly rekonstrukci a větší péči jejich majitelů.

Jak hodnotíte ceny v těchto stravovacích zařízeních v porovnání s nabídkou?

Graf 30- Ceny ve stravovacích zařízeních



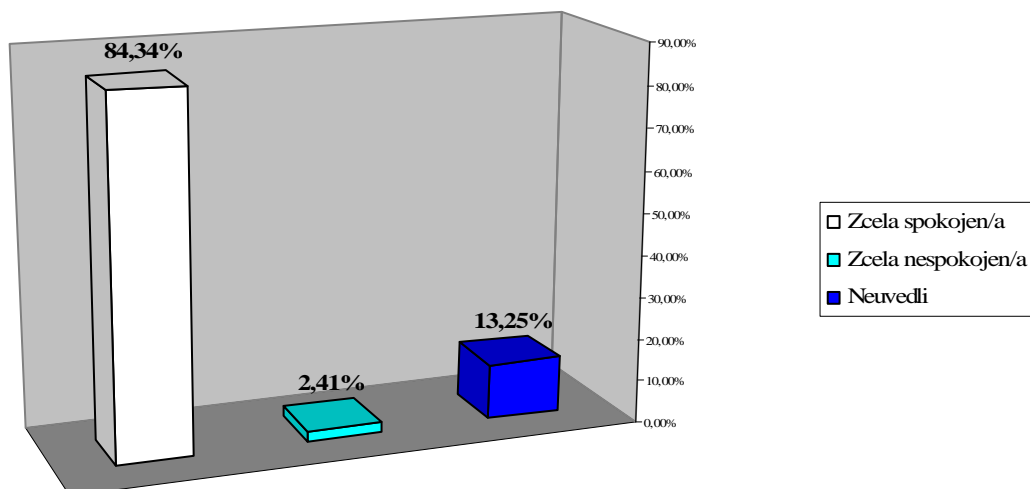
Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Zhodnocení:

Ceny v městě většina respondentů hodnotí jako přiměřené lokalizaci, nabídku a sortimentu. Někteří dokonce za vysoké. Ale důležité je, že hodnotí ceny ve stravovacích zařízeních, která uvedli, že navštěvují jen zřídkakdy nebo dokonce vůbec nenavštěvují. Ceny opravdu nejsou nepřiměřeně vysoké, tudíž jsou právem považovány za přiměřené lokalizaci, nabídku a sortimentu.

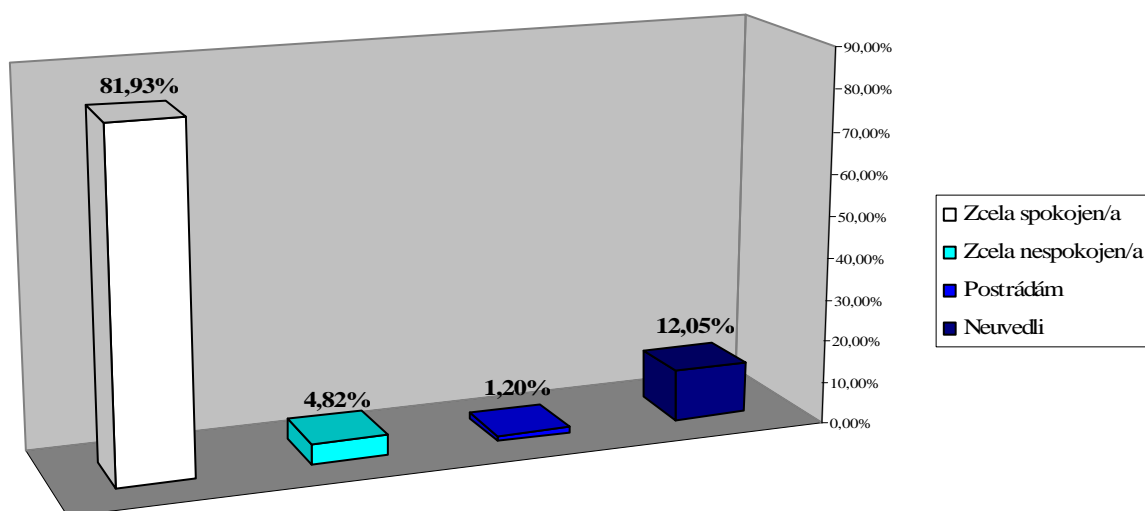
Jak jste spokojen/a s úrovní těchto stravovacích zařízení?

Graf 31- Kvalita jídel ve stravovacích zařízeních



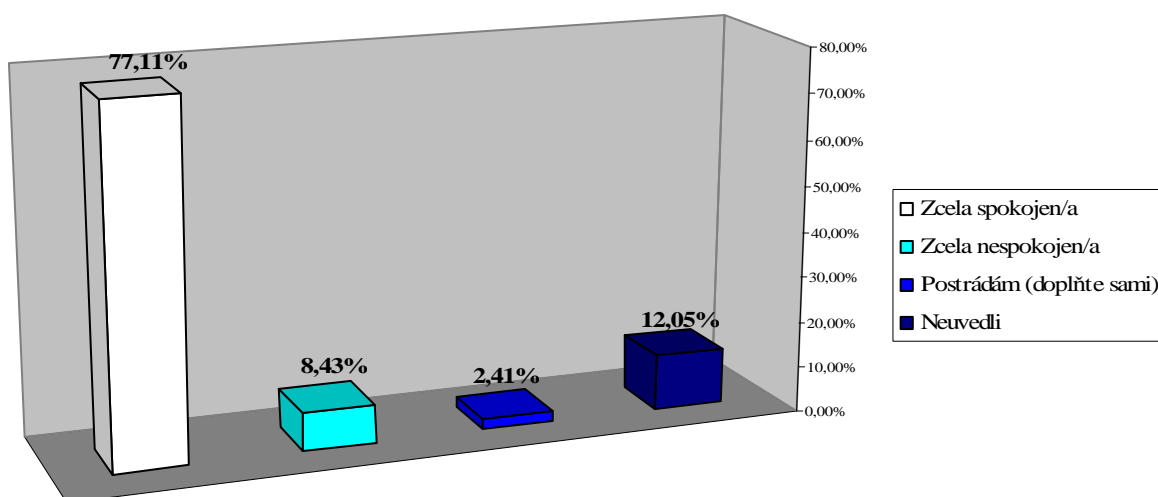
Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Graf 32- Obsluha ve stravovacích zařízeních



Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Graf 33- Prostředí ve stravovacích zařízeních



Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Zhodnocení:

Stravovací zařízení jsou hodnocena vesměs kladně, ale proč tedy jsou tak málo navštěvována? Je na vině zastaralé prostředí, vysoké ceny, nízká úroveň personálu nebo něco jiného? Podle odpovědí respondentů pravděpodobně ani jedno. I přesto, že jsou stravovací zařízení ve městě asi téměř „dokonalá“, většina respondentů z trvalých obyvatel je nenavštěvuje a rovněž jen malá část turistů v nich vyhledává pohoštění.

Přesto vše je kvalita jídel opravdu hodnocená velmi kladně. Přes 84 % respondentů jsou s kvalitou zcela spokojeni a upřímně doporučují. S obsluhou je to podobné, i když se objevil názor, že respondent postrádá větší ochotu ze strany zaměstnanců pohostinského

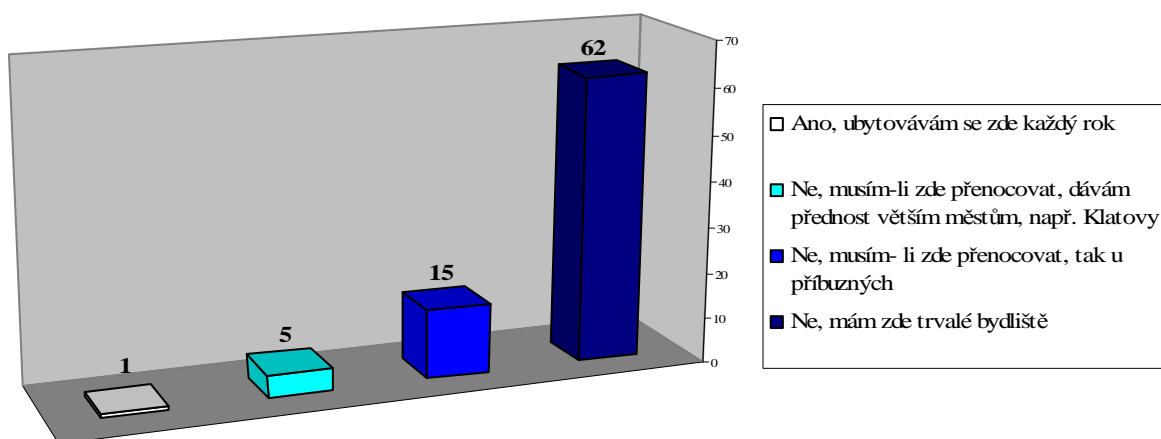
zařízení. Rovněž vzrostl počet těch, kteří jsou zcela nespokojeni. A takovéto názory by se neměly objevovat absolutně vůbec.

Návrhy, doporučení:

V prostředí stravovacích zařízení spočívá největší problém. Klesá počet spokojených, kteří pravděpodobně mnohé problémy přehlédli, protože prostředí je velmi zastaralé, zanedbané, málo důrazu je kladeno na výzdobu a dokonce nejsou odděleny kuřácké prostory od nekuřáckých. Což činí velké problémy rodinám s dětmi, ale i bezdětným nekuřákům a může to způsobit, že dané stravovací zařízení vůbec nenavštíví.

Byl/ a jste někdy ubytován/ a v ubytovacím zařízení ve Švihově (místní penzion...)?

Graf 34- Ubytování



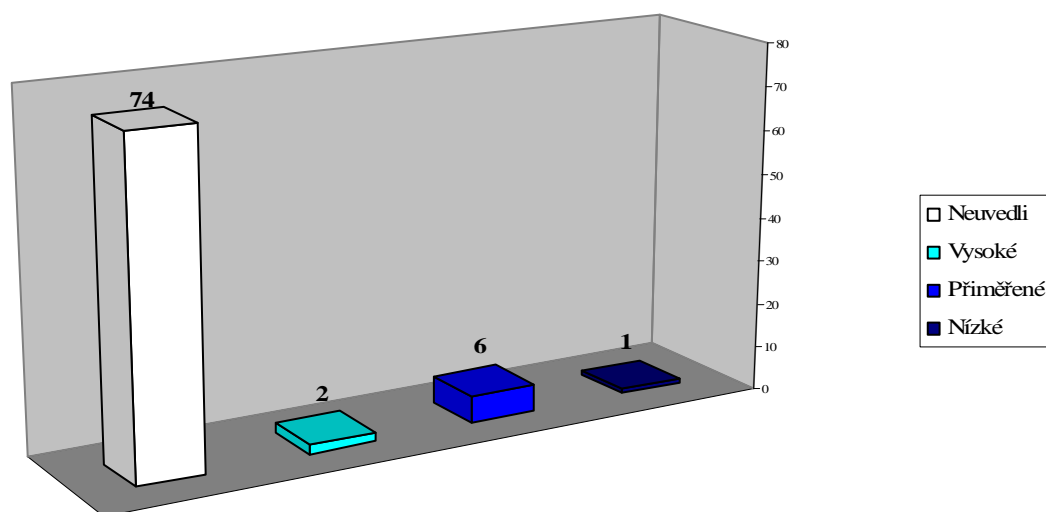
Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Zhodnocení:

Výsledkem této otázky je, že v období, kdy bylo prováděno dotazníkové šetření se nevyskytovali ve městě žádní turisté a tudíž většina odpovědí byla typu „neubytovávám se“. Rezidenti většinou nevyhledávají možnosti ubytování v místě trvalého bydliště.

Jak hodnotíte ceny v těchto ubytovacích zařízeních v porovnání s nabídkou?

Graf 35- Ceny v ubytovacích zařízeních



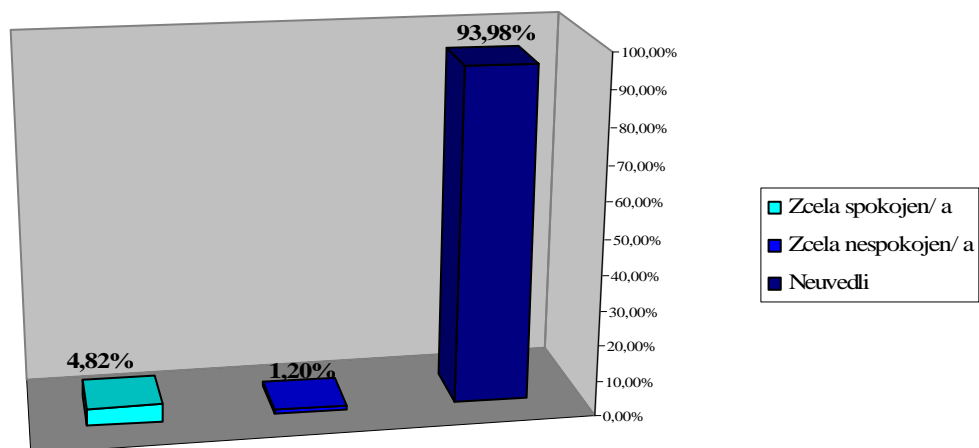
Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Zhodnocení:

Stejně jako u předešlé otázky, ani z této nelze vyvozovat jakékoliv závěry, protože většina respondentů neodpověděla. Ti co odpověděli, většinou považují ceny za přiměřené lokalizaci, nabídce a velikosti obce.

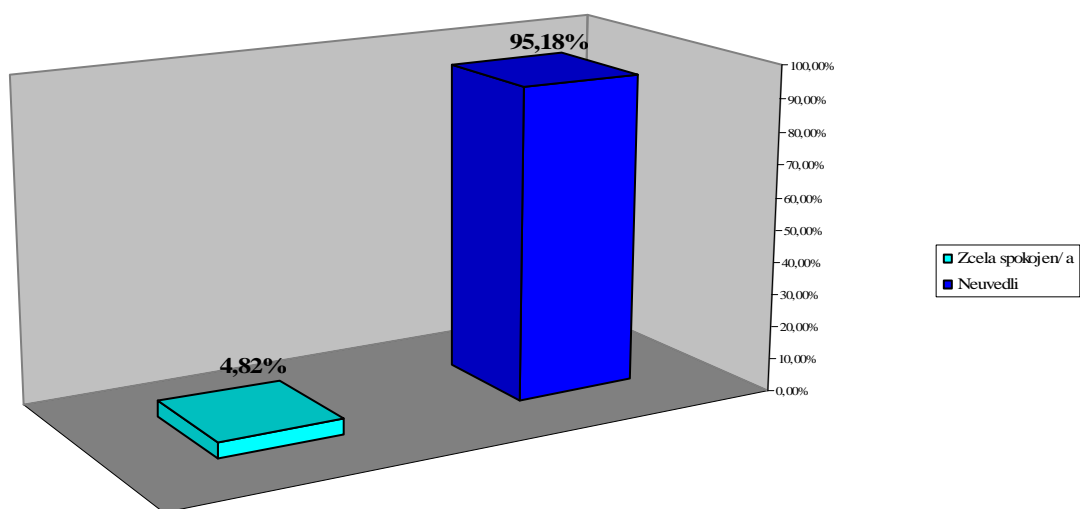
Jak jste spokojen/a s úrovní těchto ubytovacích zařízení? (označte křížkem)

Graf 36- Prostředí v ubytovacích zařízeních



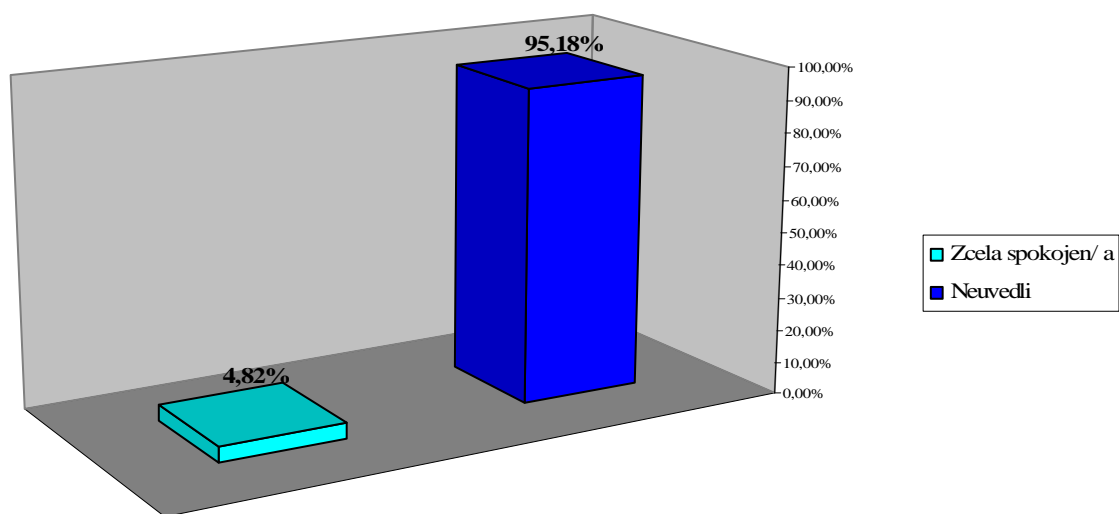
Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Graf 37- Úroveň personálu v ubytovacích zařízeních



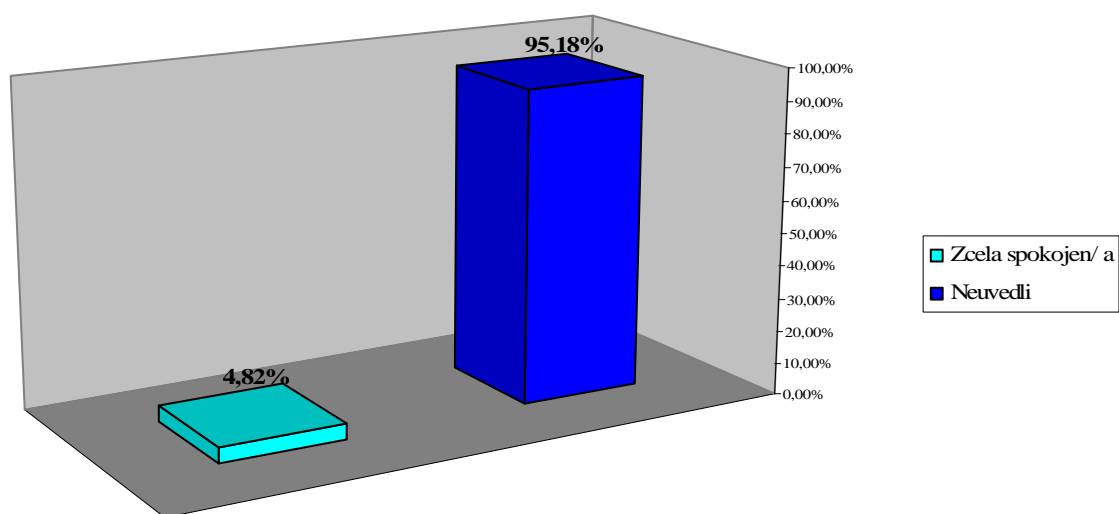
Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Graf 38- Čistota v ubytovacích zařízeních



Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Graf 39- Snídaňové menu v ubytovacích zařízeních



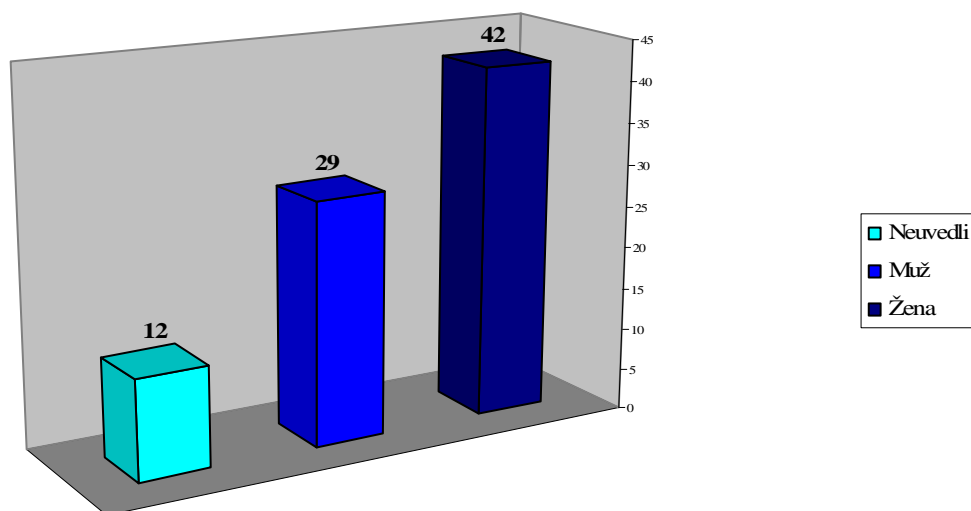
Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Zhodnocení:

Rovněž na tuto otázku většina respondentů neodpověděla, ale ti, kteří odpověděli, se povětšinou shodli, že jsou spokojeni.

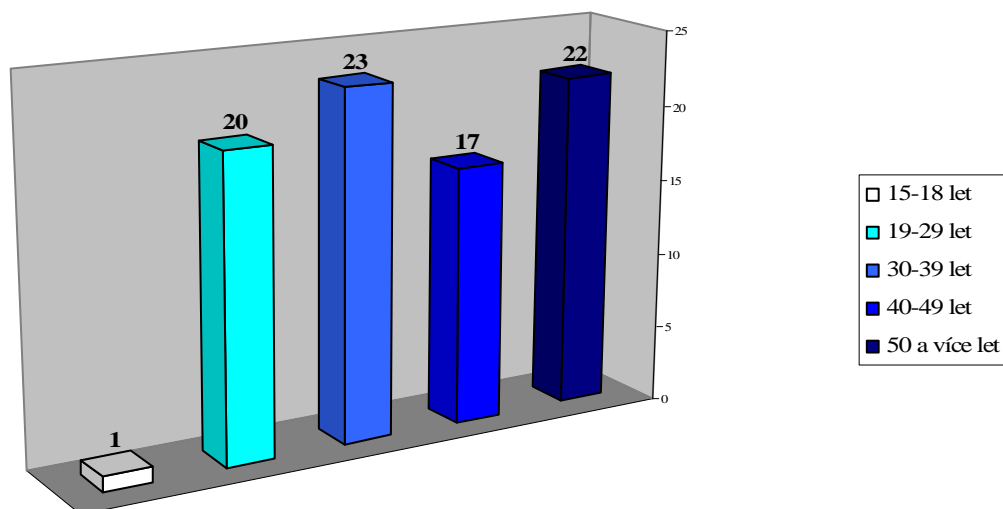
Údaje o respondentovi

Graf 40- Pohlaví respondentů



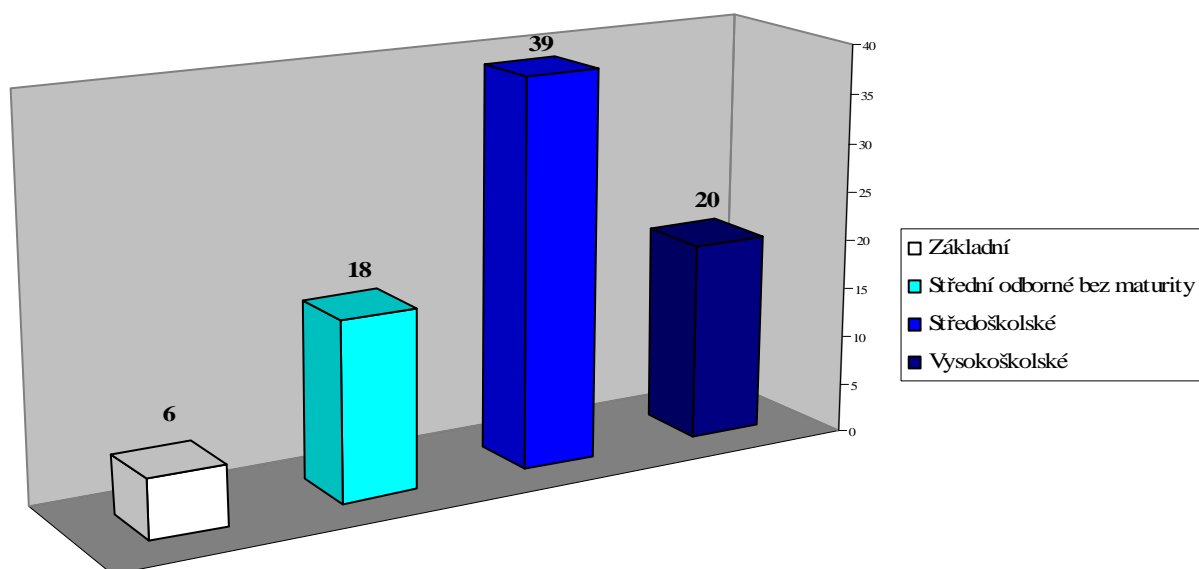
Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Graf 41- Věk respondentů



Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Graf 42- Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů



Zdroj: Vlastní výzkum, město Švihov

Příloha 6- Propagační leták

Propagační leták je k dispozici na přiloženém CD ve formátu PDF a jeden kus byl vytisknut na barevný křídový papír a je k nahlédnutí v této bakalářské práci.

Příloha 7- Podrobnější informace o ubytovacích zařízeních

Zdroje:

<http://www.turisturaj.cz/?cid=279&obec=&field12=1&field11=&sendit=Hledat>
<http://sweb.cz/svihovskydvur/index.html>

PENZION „U KOPECKÝCH“- DELIJA

Popis:

- ubytování s výhledem na hrad, vhodné pro rodiny s dětmi.

Telefon:

- (+420) 376 316 355,
- (+420) 604 967 114.

Typ zařízení:

- pension.

Ubytovací kapacita:

- 16.

Typy pokojů:

- dvoulůžkové- čtyřlůžkové, apartmán.

Vybavení pokojů:

- chladnička,
- rádio,
- telefon,
- TV.

Vybavení ubytovacího zařízení:

- letní terasa,
- parkoviště,
- povolena domácí zvířata.

UBYTOVÁNÍ „U LIŠKŮ“

Popis:

- možnost návštěvy vodního hradu Švihov, příjemné okolí.

Telefon:

- (+420) 376 393 710,
- (+420) 723 714 077.

Typ zařízení:

- pension.

Ubytovací kapacita:

- 11.

Typy pokojů:

- třílůžkové- pětilůžkové pokoje

Vybavení pokojů:

- kuchyňka,
- chladnička,
- TV,
- sprcha,
- WC.

Vybavení ubytovacího zařízení:

- letní terasa,
- restaurace,
- parkoviště.

PENSION ŠVIHOVSKÝ DVŮR**Popis:**

- ubytování přímo v centru Švihova.

Telefon:

- (+420) 376 393 060,
- (+420) 739 083 703.

Typ zařízení:

- pension.

Ubytovací kapacita:

- 15.

Typy pokojů:

- dvoulůžkový, třílůžkový, čtyřlůžkový pokoj, apartmán.

Vybavení pokojů:

- koupelna,
- WC,
- televize,
- chladnička.

Vybavení ubytovacího zařízení:

- parkoviště,
- úschova jízdních kol,
- restaurace a pizzerie.

UBYTOVÁNÍ „V PODZÁMČÍ“**Popis:**

- v blízkosti vodní hrad Švihov.

Telefon:

- (+420) 376 395 307,
- (+420) 607 513 929.

Typ zařízení:

- privat.

Ubytovací kapacita:

- 10.

Typy pokojů:

- třílůžkové- čtyřlůžkové pokoje.

Vybavení ubytovacího zařízení:

- letní terasa,
- konferenční místnost,
- parkoviště,
- bazén,
- půjčovna kol.

Příloha 8- Mapa ubytovacích zařízení

Obrázek 2- Mapa ubytovacích zařízení ve Švihově



Zdroj: <http://amapy.atlas.cz/?from=amapy.cz#x=-833597@y=-1097938@cs=1@sidx=10@app=2@route=f227352,t293169>

Tabulka 20- Seznam ubytovacích zařízení ve Švihově

Ubytování „U Lišků“	Komenského 416, 340 12 Švihov
Ubytování „U Kopeckých“- pension Delija	Švihov 187, 340 12
Penzion „Švihovský dvůr“	Náměstí E. Beneše 200, 340 12 Švihov
Ubytování „V Podzámčí“	Komenského 80, 34012 Švihov

Zdroj: Vlastní analýza ubytovacích zařízení

Příloha 9- Mapa cyklotras

Obrázek 3- Mapa cyklotras



Zdroj: <http://www.nakole.cz/regiony/mapa.php3>

Příloha 10- Mapa České republiky

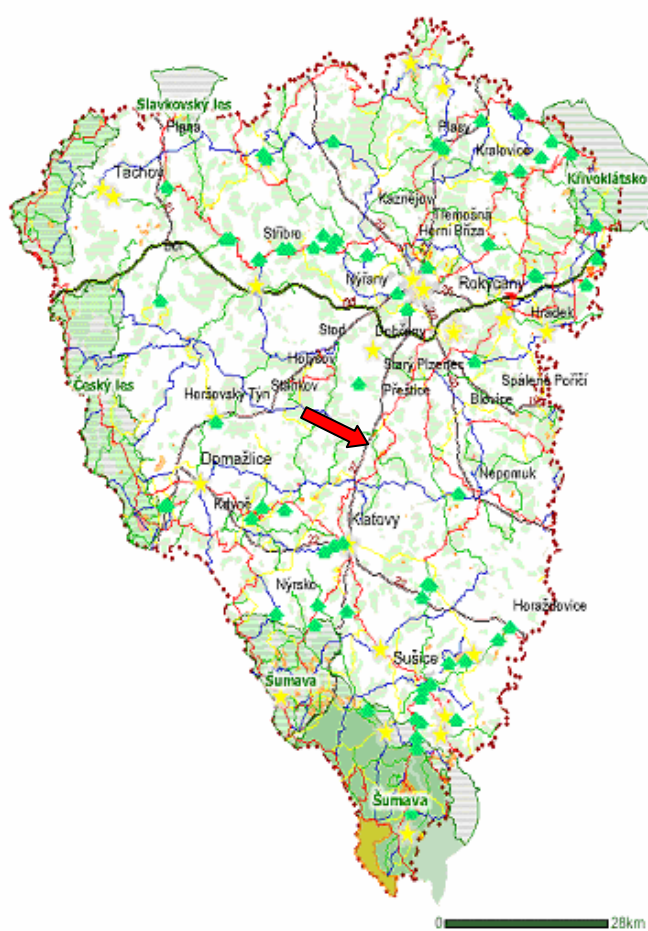
Obrázek 4- Mapa České republiky



Zdroj: <http://www.turistik.cz/cs/pruvodce/cil/hrad-svihov>

Příloha 11- Mapa Plzeňského kraje

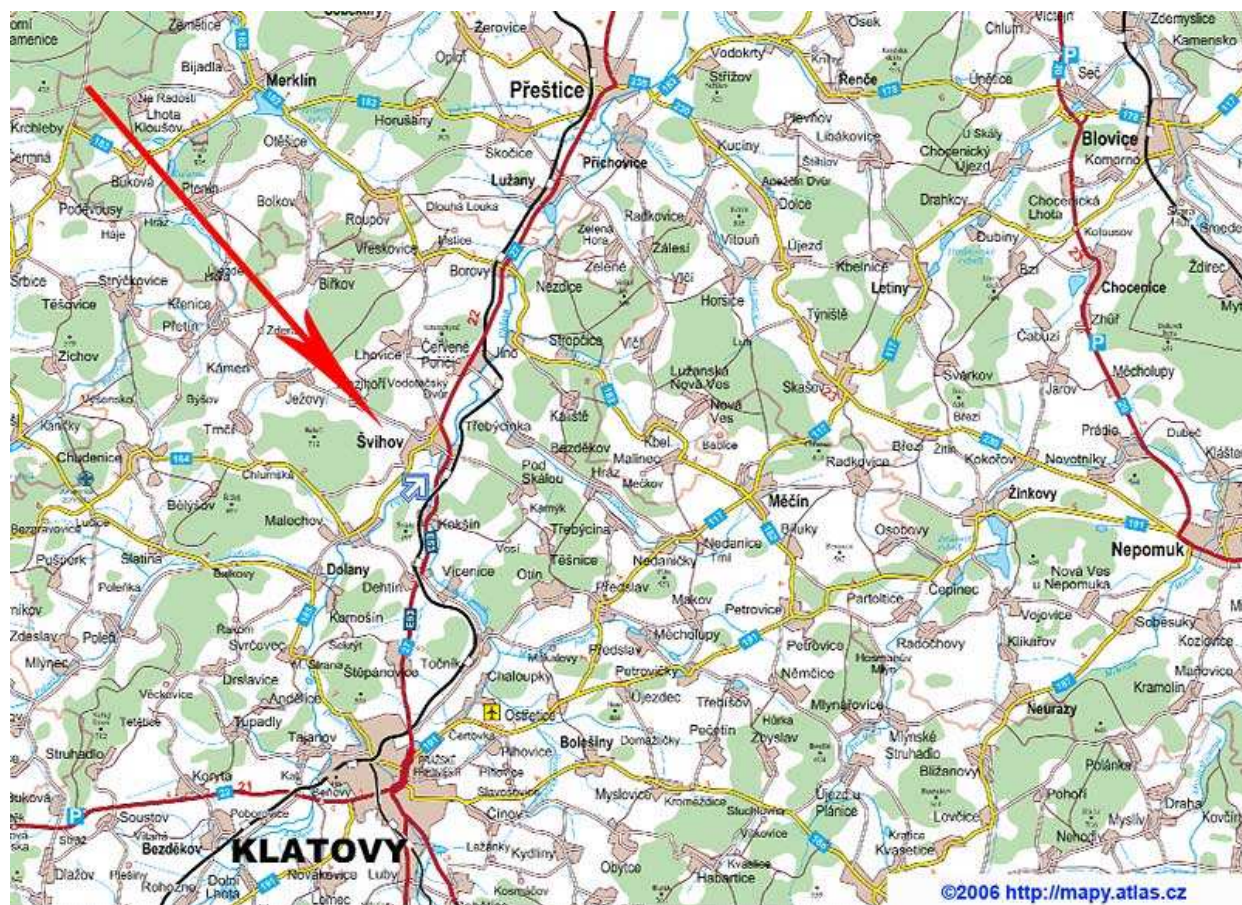
Obrázek 5- Mapa Plzeňského kraje



Zdroj: http://mapy.kr-plzensky.cz/arcims/turistika_cs/viewer.htm

Příloha 12- Mapa znázorňující dopravní polohu Švihova

Obrázek 6- Mapa znázorňující dopravní polohu Švihova



Zdroj: <http://mapy.atlas.cz>

Příloha 13- Situační analýza

Tabulka 21- Konkrétní vymezení mikroregionu (počet obyvatel a rozloha mikroregionu)

Obec	Katastrální výměra v ha	Počet obyvatel k 31. 12. 2001	Části obce
Bířkov	551	134	2- Bířkov, Zderaz
Červené Poříčí	498	224	1- Červené Poříčí
Dolany	2 529	736	9- Dolany, Andělice, Balkovy, Komošín, Malechov, Řakom, Sekrýt, Svrčovec, Výrov
Chocomyšl	418	166	1- Chocomyšl
Chudenice	2 113	700	5- Chudenice, Bezpravovice, Býšov, Lučice, Slatina
Ježovy	1 147	256	3- Ježovy, Chlumská, Trnčí
Kaničky	150	36	1- Kaničky
Křenice	875	180	3- Křenice, Přetín, Kámen
Mezihoří	180	78	1- Mezihoří
Němčice	323	110	3- Němčice, Ulíkov, N. Erštejn
Poleň	1 766	275	5- Poleň, Mlýnec, Poleňka, Pušperk, Zdeslav
Švihov	2 741	1 530	8- Švihov, Kokšín, Kamýk, Lhovice, Bezděkov, Těšnice, Třebýcinka, Vosí
Úboč	744	111	2- Úboč, Stará Huť
Únějovice	550	77	1- Únějovice
Vřeskovice	868	274	2- Vřeskovice, Mstice
Všepadly	443	71	1- Všepadly
celkem	15 896	4 958	

Zdroj: ČSÚ 2001

Přírodní podmínky:

Převážná část zkoumaného území, především v oblasti Chudenic, má ráz značně zalesněné lučinaté pahorkatiny s jehličnato-listnatými lesy, jenž pokrývají většinu vrchů. Celé území je rozčleněno množstvím hřbetů a údolím různých vodních toků. Na východní straně lemují tuto oblast výrazné hřbety přesahující nadmořskou výšku 700 m. Na západní straně oblast ohraničují hřebeny kdyňského masivu. Prostor mezi nimi tvoří dlouhé táhlé

svahy, které jsou občas přerušené drobnými vodními toky. Východní svahy nad údolím Úhlavy, od Dolan až po Švihov, jsou často rozčleněny keři a stromy. Volné plochy jsou tu však poměrně intenzivněji využívány než-li v oblasti Chudenic a většinou jsou zorněné. Téměř bez dřevinné vegetace se nachází oblast mezi Červeným Poříčím, Lhovicemi, Mezihořím a Švihovem a dále v pásnu obcí Trnčí, Ježovy, Křenice a Biřkov.

V současné době jsou některá z míst vyhlášena za přírodní rezervace. Příkladem jsou jižní svah Bělýšovského lesa, přírodní rezervace Běleč, které spolu představují jeden ze zbytků přirozených lesních společenstev Branžovského hvozdu. Již v roce 1933 bylo za přírodní památku prohlášeno území „Bažantnice“ pro ochranu zhruba 200 let starého porostu vzácných dřevin a rostlin, jenž vytváří příznivé podmínky pro rozvoj ptačích společenstev. K dalším přírodním pozoruhodnostem patří Americká zahrada, národní přírodní památka, s vyhlášenou dendrologickou sbírkou. Nejznámější je mohutná douglaska tisolistá a dřín květnatý, který kvete pouze jednou za tři roky. Geomorfologický fenomén sledovaného území s výskytem chráněných druhů rostlin představuje národní přírodní památka Stará Úhlava, jež je tvořena stagnujícím říčním ramenem, které ztratilo spojení s novým korytem Úhlavy.

Přírodní předpoklady rozvoje cestovního ruchu:

Z hlediska rozvoje cestovního ruchu a rekreace je nutné chápat využitelnost přírodního potenciálu území zejména jako oblast:

- s málo znečištěným životním prostředím,
- vysokými estetickými kvalitami krajiny,
- s podmínkami pro rozvoj různých forem pobytu v přírodě.

Zmíněné přírodní předpoklady nabízí mnoho možností pro pěší turistiku, cykloturistiku a řadu dalších sportovních i odpočinkových aktivit spojených s pobytem v přírodě.

Historie území:

Historie zdejšího území je spojena především s městem Švihov a částečně s oblastí Chudenicka. Město Švihov má opravdu velmi bohatou historii. Bylo osídleno již v dávných dobách. Nejslavnější kapitolou města je období, kdy Švihov byl ve vlastnictví rodu Rýmberků, tj. od poloviny 14. století. Tento rod nechal ve Švihově nechat postavit vodní tvrz v údolí. Největší zásluhu na výstavbě hradu, která trvala téměř 50 let, měl

nejvýznamnější člen rýzmberského rodu Půta Švihovský z Rýzmběrka. Tento významný muž, který zastával funkci nejvyššího sudího, vymohl pro město mnoho městských práv, který obec obdržela v roce 1501. Je proto zajímavostí, že Švihov (stejně jako ostatní města patřící Rýzmberkům) vlastnil právo rýžovat zlato. Po smrti Půty se ze Švihova stali dvě samostatná města- horní a spodní. V polovině 16. století se novým majitelem panství stává Herlad Kafka z Říčan. V této době navštívil město a hrad slavný císař Rudolf II. Habsburský, který na hradě dokonce nocoval. Po 50 letech koupili hrad a panství Černínové z nedalekých Chudenic a drželi jej až do roku 1945. Hrad byl zpřístupněn veřejnosti teprve poté, co se stal státním majetkem a prošel četnými rekonstrukcemi. Kromě uvedených turisticky nejznámějších míst se v oblasti nachází množství dalších z historického hlediska hodnotných lokalit a staveb dokumentujících bohatou historii zdejšího území, např. zřícenina hradu Kokšín, Starý zámek v Chudenicích, zámek Lázeň u Chudenic, zámek v Červeném Poříčí, zřícenina hradu Pušperk...

Ekonomika:

Současný stav ekonomického prostředí mikroregionu Běleč je dán existencí specifických podmínek zdejšího jak přírodního, tak zvláště sociálně-ekonomického prostředí, které jsou dány zejména absencí větších zaměstnavatelů a nižší podnikatelskou aktivitou.

Trh práce:

Situace na trhu práce je význačná svou nerovnováhou, již dříve danou převahou disponibilních pracovních sil nad počtem pracovních příležitostí. Nezaměstnaností jsou postiženi zejména méně přizpůsobivé skupiny obyvatelstva. Hlavním důvodem je především malé množství pracovních příležitostí v místě bydliště, neochotu dojíždět za prací na delší vzdálenost a rovněž nezájem některých osob pracovat.

Životní prostředí:

Vzhledem k celkové situaci v zájmovém území lze konstatovat, že nejzákladnější cenné prvky kostry ekologické stability zůstaly při porovnání s historickým stavem v podstatě zachovány. Privatizační a transformační proces, jehož cílem je snížení celkového výměru pozemků a zvýšení sortimentu plodin i přechod na extenzivní způsob obhospodařování luk na zamokřených místech, by měl zásadním způsobem příznivě ovlivnit i celkový estetický ráz krajiny.

Příloha 14- Novinky pro rok 2007 na vodním hradě Švihov

Na podzim roku 2006 proběhla rekonstrukce gotického špýcharu, čímž hrad získal unikátní reprezentativní sál, který je vhodný pro nejrůznější kulturní a společenské akce.

Příloha 15- Fotografie Švihova

Obrázek 7- Vstupní věž



Zdroj:
<http://www.paladix.cz/gallery.php?ido=17906>

Obrázek 8- Bašta



Zdroj:
<http://www.paladix.cz/gallery.php?ido=17905>

Obrázek 9- Obytný palác



Zdroj:
<http://www.paladix.cz/gallery.php?ido=17909>

Obrázek 10- Průčelí hradu



Zdroj:<http://www.hrady.cz/index.php?OID=305>

Obrázek 11- Kuchyně



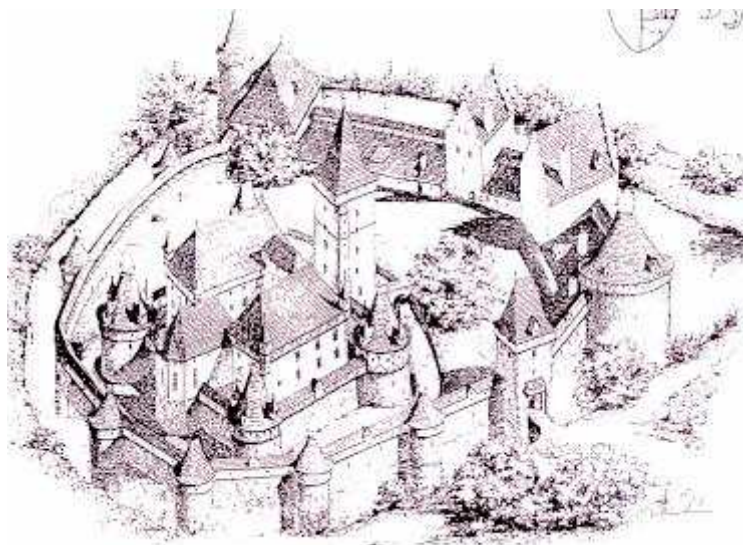
Zdroj: http://svihov.webpark.cz/trasa2/Trasa2_%20kuchyne02.jpg

Obrázek 12- Interiér



Zdroj: http://svihov.webpark.cz/trasa2/trasa2_frauc03.jpg

Obrázek 13- Švihov- černobílá malba



Zdroj: http://www.hrady.cz/wnd_show_pic.php?picnum=6328

Obrázek 14- Hrad zezadu



Zdroj: http://www.hrady.cz/wnd_show_pic.php?picnum=6328

Obrázek 15- Vstup do kuchyně



Zdroj: http://www.hrady.cz/wnd_show_pic.php?picnum=6328

Obrázek 16- Jedna ze čtyř strážních věží



Zdroj: http://www.hrady.cz/wnd_show_pic.php?picnum=6328

Obrázek 17- Vodní příkop



Zdroj: http://www.hrady.cz/wnd_show_pic.php?picnum=6328

Obrázek 18- Přední strana



Zdroj: http://www.hrady.cz/wnd_show_pic.php?picnum=6328

Obrázek 19- Pohled zezadu



Zdroj: http://www.hrady.cz/wnd_show_pic.php?picnum=6328

Obrázek 20- Hlavní průčelí



Zdroj: <http://www.hrady.cz/index.php?OID=305>

Obrázek 21- Švihov- čelní pohled



Zdroj: http://www.hrady.cz/wnd_show_pic.php?picnum=6328

Obrázek 22- Švihov (pohled od silnice E53)



Zdroj: http://www.hrady.cz/wnd_show_pic.php?picnum=6328

Obrázek 23- Hradní kaple



Zdroj: <http://www.paladix.cz/gallery.php?ido=17912>