

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Rozvoj cestovního ruchu v Národním parku Šumava

Vedoucí diplomové práce

RNDr. Blažena Gehinová

Autor

Bc. Eva Gaislerová

2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Rozvoj cestovního ruchu v Národním parku Šumava vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu použité literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b Zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění, souhlasím se zveřejněním diplomové práce v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích 10. 5. 2010

.....

Bc. Eva Gaislerová

Poděkování

Děkuji touto cestou paní RNDr. Blaženě Gehinové za její odbornou spolupráci, cenné připomínky a ochotu při vedení mé diplomové práce. Dále děkuji pracovníkům Správy Národního parku Šumava, Regionální rozvojové agentury Šumava, o. p. s., ubytovacích a stravovacích zařízení za poskytnutí potřebných informací.

Obsah

1 Úvod	3
2 Literární rešerše	5
2.1 Cestovní ruch	5
2.2 Regionální literatura a zdroje	19
2.3 Marketing	20
3 Metodika práce	26
3.1 Objekt práce	26
3.2 Cíl práce	26
3.3 Pracovní hypotézy	26
3.4 Vlastní metodika	27
4 Charakteristika sledované oblasti	30
4.1 Vymezení sledované oblasti	30
4.2 Konkrétní charakteristiky	30
5 Národní park Šumava	35
5.1 Vznik Chráněné krajinné oblasti a Národního parku Šumava	35
5.2 Postavení a působnost NP a CHKO Šumava	36
5.3 Poslání Národního parku Šumava	37
5.4 Cestovní ruch a Národní park Šumava	38
5.5 Spolupráce s Národním parkem Bavorský les	43
6 Cestovní ruch v Národním parku Šumava	49
6.1 Historie cestovního ruchu v Národním parku Šumava	50
6.2 Analýza současné situace cestovního ruchu v NP Šumava	51

6.2.1	Specifika cestovního ruchu v Národním parku Šumava	52
6.3	Situační analýza prostředí	53
6.3.1	Primární nabídka	53
6.3.2	Sekundární nabídka	71
7	Regionální značení služeb ŠUMAVA - originální produkt®	73
7.1	Regionální rozvojová agentura Šumava	74
7.2	Kritéria certifikace a udělování značky	74
7.3	Cíle ekologické certifikace služeb	76
8	Marketingové šetření	79
8.1	Řízený rozhovor s Národním parkem Šumava	79
8.2	Dotazníkové šetření s ubytovacími a stravovacími subjekty	88
8.3	Řízený rozhovor s Regionální rozvojovou agenturou Šumava, o. p. s.	100
9	Návrhy dalšího rozvoje	106
9.1	Návrh propojení destinačního managementu s ekologickou certifikací	107
10	Závěr	122
11	Summary	124

1 Úvod

Práce se zaměřuje na problematiku cestovního ruchu a jeho rozvoje v přísně chráněném území Národního parku Šumava. Je zde řešena otázka, zda je možné provozovat cestovní ruch i v tak vzácných lokalitách a oblastech jako je území šumavského národního parku, aniž by docházelo k ničení zdejších přírodních ekosystémů. Cestovní ruch zde má díky této ochraně svá specifika a odlišnosti od cestovního ruchu provozovaného v jiných oblastech. Dochází k jeho regulaci, monitorování a zkoumání jeho vlivu na navštěvované lokality. Ze statutu národního parku vyplývá, že ochrana přírody a zachování přírodního dědictví je zde povýšena nade vše, nad všechny aktivity, včetně cestovního ruchu. V případě ničení krajiny musí být cestovní ruch omezen, anebo úplně zastaven.

Národní park Šumava je jednou z nejcennějších přírodních památek České republiky. Toto území zároveň disponuje širokou nabídkou cestovního ruchu zahrnující přírodní, kulturní i historické atraktivity, služby cestovního ruchu a materiálně-technickou základnu. Jeho rozvoj je zde na velmi dobré úrovni. Vzhledem k tomu, že je provozován v chráněném prostředí plném vzácných ekosystémů a dosud zachovalých přírodních hodnot, je nezbytné nalezení rovnováhy mezi těmito dvěma skutečnostmi. Z toho plyne nutnost trvalé udržitelnosti rozvoje cestovního ruchu. Zničení vzácných lokalit a přírodních atraktivit tohoto území by v konečném důsledku znamenalo také zničení důležitého potenciálu pro cestovní ruch a minimální atraktivitu této destinace. To by mělo za následek úpadek cestovního ruchu a tím i odliv finančních prostředků a investic z oblasti. Hledání optimální rovnováhy je složitou záležitostí a někdy se dá říci, že tuto rovnováhu ani nalézt nelze. Vždy budou existovat některé subjekty, které se budou snažit prosazovat jednostranně své zájmy bez ohledu na celou tuto problematiku a nutnost její provázanosti. Avšak soulad mezi ochranou přírody, která je v národních parcích na prvním místě a rozvojem cestovního ruchu v těchto územích, je velmi důležitým bodem, který by měl být projednáván a neměl by být opomíjen. Tato práce se snaží ukázat, jak důležité je zachování přírodního dědictví a jeho ochrana, a to nejen pro rozvoj cestovního ruchu, ale také, jaké jsou přínosy z cestovního ruchu pro sledovanou oblast. Důležitým bodem práce je problematika

uvedení těchto dvou skutečností do již zmiňovaného souladu a vzájemného spolupůsobení.

Cestovní ruch je dnes významnou, dynamicky se rozvíjející součástí světového hospodářství. Uspokojení lidských potřeb, jako jsou odpočinek, zábava nebo poznání, se prostřednictvím turismu stává trendem moderního životního stylu. Cestovní ruch je spojován s využitím volného času, poznáváním a rekreací. Zahrnuje aktivity osob, které cestují a pobývají v místech mimo jejich trvalé bydliště po dobu nepřesahující jeden rok, v převážné většině případů za účelem vyplnění volného času. A právě tyto aktivity nabízí území Národního parku Šumava.

Návštěvníci tohoto území zde naleznou celoroční možnosti vyžití a nepřeberné množství atraktivit cestovního ruchu. Oblast poskytuje bohatou nabídku turistiky a mnoho dalších sportovních i kulturních aktivit. Láká svými přírodními atraktivitami i kompletní nabídkou cestovního ruchu. Nabídka je zde orientována na všechny cílové segmenty, jak na jednotlivce a skupiny, tak na děti, mladé lidi, bezdětné manželské páry, rodiny s dětmi, na seniory, ale i na handicapované občany. Zpravidla se v této oblasti jedná o rekreanty hledající pohyb a o rekreanty hledající sportovní vyžití.

Pomocí dotazníkového šetření bude zjištěno, zda a jakým způsobem se subjekty působící ve vymezené oblasti snaží o propojení trvale udržitelného cestovního ruchu se zachováním a ochranou přírodního dědictví. Tato otázka bude rovněž zkoumána při řízených rozhovorech s odborníky ze Správy Národního parku Šumava a Regionální rozvojové agentury Šumava. Na základě tohoto marketingového výzkumu pak budou navrženy závěry dalšího rozvoje a návrhy řešení sledované problematiky. Řešení vyplývají z nutnosti zachovat tento bohatý přírodní potenciál i pro další generace a z nutnosti nalezení rovnováhy či optimální kombinace těchto dvou faktorů – cestovního ruchu a ochrany přírody v této vzácné oblasti.

2 Literární rešerše

2.1 Cestovní ruch

Vymezení cestovního ruchu

Podle M. Heskové (2006)³ je cestovní ruch významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace nejen za účelem rekreace, ale i poznávání. Je pozoruhodnou součástí spotřeby a způsobu života obyvatel, zejména ekonomicky vyspělých zemí. Cestovní ruch zaujímá téměř stejně významné postavení ve světovém vývozu jako telekomunikace, ropný, chemický a automobilový průmysl.

M. Hesková dále uvádí, že charakteristika cestovního ruchu jako otevřeného systému zdůrazňuje význam vlivu vnějšího prostředí na jeho strukturu a vývoj. Ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí nemá k cestovnímu ruchu výlučný vztah, ale cestovní ruch je těmito faktory ovlivňován.

J. Oriška (1996)¹⁰ pojednává o tom, že cestovní ruch jako forma uspokojování potřeb rekreace, kultury a léčení se zpravidla realizuje ve volném čase a mimo místo trvalého bydliště. Člověk tedy nepocítuje potřebu cestovního ruchu jako takového, ale pocítuje konkrétní potřeby, např. potřebu poznávání, odpočinku, sportovního nebo kulturního vyžití, které je možné uspokojit právě účastí na cestovním ruchu. Uvedené konstatování vyplývá ze všeobecného chápání potřeby jako pocitu nedostatku něčeho, co je pro život člověka nezbytné a nutí ho k určitému chování. Potřeby však nevznikají jako určitý stav ve vědomí, ale dostávají se do vědomí jako odraz pocitu, že člověk považuje cosi pro svůj život za potřebné.

J. Oriška (1999)⁹ se ve své další knize Metodika činnosti průvodce cestovního ruchu zabývá myšlenkou, že Česká republika patří mezi země s vhodnými přírodními a kulturně-historickými předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu a zároveň pro něj vytváří potřebné společensko-ekonomické podmínky. Cestování je jedna z možných forem zotavení, představuje formu účelného využívání volného času, je součástí způsobu života obyvatelstva.

M. Pásková a J. Zelenka (2002)¹¹ ve svém Výkladovém slovníku cestovního ruchu, který je prvním slovníkem svého druhu, napsaný a vydaný v českém jazyce pojednávají o tom, že cestovní ruch vždy zahrnuje cestování, ale ne každé cestování je cestovním ruchem. Cestovní ruch zahrnuje rekreaci, ale ne každá rekreace je cestovním ruchem. Cestovní ruch se uskutečňuje ve volném čase, ale ne celý volný čas je věnován cestovnímu ruchu.

Dle tohoto slovníku je nejčastěji používána a citována statisticky zaměřená definice UNWTO, která v sobě zahrnuje místní, časové i motivační vymezení cestovního ruchu: aktivity osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem trávení volného času, sjednávání kontraktů pro následné podnikání apod.

Ve slovníku vychází jeho autoři z následující vlastní definice: Cestovní ruch je komplexní, mnoha oblastmi a z mnoha hledisek se prolínající společenský jev bez jakýchkoli pevně stanovených hranic, který je synergickým souhrnem všech jevů, vztahů a dopadů v časoprostorovém kontextu, souvisících s narůstající mobilitou lidí, motivovanou uspokojováním jejich potřeb v oblasti využití volného času, rekreace, cestování a poznání, dále v oblasti sociální, kulturní a v dalších oblastech. Jevovou náplní cestovního ruchu jsou především souhrnné aktivity jeho účastníků, procesy souvisící s budováním a provozováním zařízení poskytujícím těmto účastníkům služby, aktivity spojené s rozvojem a ochranou zdrojů pro jeho funkci, souhrn politických a veřejně-správních aktivit (politika, propagace a regulace cestovního ruchu, mezinárodní spolupráce apod.) a současně i reakce místních komunit a ekosystémů na uvedené aktivity (zpětná vazba).

Ve svém pojetí výkladu vycházeli autoři také z postupně se prosazujícího vnímání cestovního ruchu jako specifického hospodářského odvětví. Tento svébytný obor by měl být v celém procesu uspokojování potřeb svých účastníků i poskytovatelů s sebou souvisejících služeb založen na dlouhodobém šetrném využívání, ochraně a rozvoji potenciálu nejen přírodního a antropogenního prostředí, ale také sportovní, dopravní, městské, komunikační a jiné infrastruktury společenských jevů. Tento proces by měl být spojen s moderními metodami regulace, plánování, monitorování, využívání

informační a komunikační technologie, s občanskou participací, s uplatňováním principu partnerství atd. Žádoucí udržitelnost rozvoje cestovního ruchu by měla vycházet z koordinace a spolupráce veřejné a soukromé sféry a z respektu k místní komunitě, tj. k jejím potřebám a tradicím, a ve svých regulích by měla obsahovat i pozitivní usměrňování jeho účastníků.

Dalším aspektem cestovního ruchu je široké spektrum způsobů, jak uspokojit potřeby lidí. Primární je zejména potřeba poznání v mnoha podobách (nová země, kultura, lidé, neobvyklé zážitky atd.), potřeba změny životního rytmu, odpočinku a relaxace, motivace souvisící s vírou, potřeba nových sociálních kontaktů atd. Z těchto potřeb či motivací vycházejí různé konkrétní formy cestovního ruchu.

Rozšířené pojetí cestovního ruchu pak vychází z vnímání cestovního ruchu jako kompletního procesu, který zasahuje nejen jeho účastníky, ale také poskytovatele služeb, destinace, v nichž je cestovní ruch realizován, a tranzitní destinace.

L. Jarolímková (2009)⁷ ve své publikaci Informatorium pro studenty oboru cestovní ruch uvádí, že cestovní ruch je možné vnímat ze dvou základních úhlů pohledů:

- podle oficiální definice cestovního ruchu jako součást spotřeby obyvatelstva; účast na cestovním ruchu se týká širokých vrstev obyvatelstva a zahrnuje různorodé aktivity. Ročně světové statistiky vykazují stamiliony turistů – účastníků mezinárodního cestovního ruchu.
- jako součást struktury národního či světového hospodářství; průmysl cestovního ruchu tvoří podniky zajišťující služby pro účastníky cestovního ruchu. Přínos ekonomiky cestovního ruchu (zahrnující veškeré efekty včetně zprostředkovaných dopadů) pro světové hospodářství je odhadován na cca 10% podíl na tvorbě HDP.

Dle této autorky je dále cestovní ruch odvětvím, které zahrnuje různorodou škálu podniků zajišťujících služby pro účastníky cestovního ruchu. Mnoho aktivit v cestovním ruchu často úzce souvisí s činnostmi organizací spadajících do jiných resortů národního hospodářství. Cestovní ruch souvisí také s činností mnoha zájmových organizací a různých institucí.

E. Francová (2003)² se podrobně zabývá problematikou cestovního ruchu v knize Cestovní ruch. Podává přehled nejpodstatnějších informací z oblasti teorie a praxe tohoto oboru a zabývá se historií a vývojem cestovního ruchu, terminologií, složkami a charakteristikami cestovního ruchu. Cestovní ruch charakterizuje jako dnes významnou, dynamicky se rozvíjející součást světového hospodářství.

J. Beránek a P. Kotek (1998)¹ se ve své knize Řízení hotelového provozu zabývají myšlenkou, že cestovní ruch jako takový je specifickou oblastí národního hospodářství. Z těchto specifíků je nejdůležitější sama podstata služeb. Služby jsou podle autorů vázány na místo, časovost, pomíjivost, osobní charakter a výslednici společné činnosti. Cestovní ruch se jako součást sektoru služeb velmi výrazně podílí na zvyšujícím se podílu tohoto sektoru na hrubém domácím produktu a tím i na vlastním růstu významnosti v našem hospodářství.

V. Hrala (1997)⁴ říká, že specifickou formou mechanického pohybu obyvatelstva, jejíž rozsah a intenzita roste, je cestovní ruch. V zásadě se člení na domácí (vnitrostátní) cestovní ruch, který se statisticky obtížně vyhodnocuje, a mezinárodní cestovní ruch (spojený s překročením státní hranice), který je celosvětově relativně přesně evidovaný. Materiály Světového fóra cestovního ruchu (listopad 1994 v Ósace) konstatují, že se cestovní ruch stává hlavním odvětvím světového hospodářství; ještě koncem 80. let byl na třetím místě – za ropným a automobilovým průmyslem. Z celkového objemu příjmů připadá (odhadem) 80 % na domácí cestovní ruch.

Ve vyspělých zemích se cestovní ruch, v souvislosti s růstem životní úrovně a rozšiřováním fondu volného času, stává masovým jevem a ekonomicky a sociologicky důležitým fenoménem. Dotýká se i rozvojových zemí, které jsou jako „přijímající“ země stále intenzivněji zapojovány do mezinárodního cestovního ruchu.

Z geografického hlediska je důležité, že moderní cestovní ruch v různých formách soustřeďuje k dlouhodobým či krátkodobým pobytům obyvatelstvo do významných středisek, oblastí a zemí.

Z ekonomického i územního hlediska se mezinárodní cestovní ruch vyznačuje určitými zvláštnostmi. Export materiálních hodnot (běžného zboží) ke „konzumentovi“

v zahraničí je spojen s dopravními i dalšími náklady. Příjmy z aktivního cestovního ruchu však „konzumenti“ přinášejí do přijímající země. Přitom přírodní a společenské atraktivita, které jsou objektem jejich zájmu, v zemi zůstávají.

Cestovní ruch je v globálním měřítku i vyznaným zaměstnavatelem; odhadem v něm pracuje přímo 120 – 130 milionů lidí (téměř 8 % registrovaného ekonomicky aktivního obyvatelstva). Cestovní ruch vytváří pracovní příležitosti relativně bez velkých investic. Díky velkému „multiplikačnímu efektu“ každé pracovní místo vytvoří v průměru 1,5 až 2 pracovní příležitosti pro jeho potřeby (v rozvojových zemích dokonce 4 – 6). Cestovní ruch poskytuje značné možnosti pro strukturální změny v hospodářství transformujících se zemí střední a jihovýchodní Evropy. Pro rozvojové země jako celek jsou příjmy z cestovního ruchu druhým největším zdrojem deviz (po ropě).

Cestovní ruch bývá často označován jako „průmysl bez továrních komínů“. Jeho boom vedl k rozvoji služeb zajišťujících ubytování a stravování turistů, k rozvoji cestovních kanceláří, škol pro odborné pracovníky, orgánů řízení cestovního ruchu, informačních a reklamních služeb pro jeho potřeby, výroby suvenýrů apod.

Možnosti realizace cestovního ruchu se rozšiřují; prosazují se stále nové formy uspokojování klientů, např. v posledním desetiletí získává na oblibě tzv. agroturistika či ekoagroturistika. Tyto formy lze v zásadě rozčlenit do několika základních druhů: rekreační cestovní ruch zajišťující odpočinek, příp. léčbu a exkurzní cestovní ruch spojený s poznáváním kulturních hodnot a společenských akcí, dále cestovní ruch spojený s vědecko-odbornými aktivitami regionálního či globálního charakteru v rámci široké škály vědeckých disciplín (odhadem 6 - 7 % z celkového počtu klientů) a tzv. podnikatelský cestovní ruch spojený s realizací různorodých podnikatelských aktivit (12 až 13 % klientů mezinárodního cestovního ruchu). V praxi tyto druhy neexistují v „čisté“ formě, ale zpravidla se více či méně prolínají. Specifickou formou mezinárodního cestovního ruchu jsou náboženské poutě do posvátných míst monoteistických náboženství (např. Jeruzalém či Mekka a Medina) a proslavených poutních středisek, zejména v Evropě (např. Lurdy či Fátima apod.).

I. Kučerová (1997)⁸ se ve své publikaci *Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch* zabývá tématem, že v rámci cestovního ruchu dochází stejně jako v jiných odvětvích k uspokojování řady potřeb. Jejich specifikem je to, že se jedná sice o potřeby nadstandardního typu, ale ve vyspělejších zemích běžně pocíťované. Obecně je možné říci, že služby cestovního ruchu se vryly do povědomí většiny lidí, ale současně se jedná o potřeby zbytné. Uspokojování těchto potřeb tedy závisí na určité hospodářské úrovni dané společnosti, na stabilizovaném mírovém klimatu a samozřejmě i na preferencích této společnosti. Potřeby, které jsou uspokojovány prostřednictvím odvětví cestovního ruchu, jsou totožné s funkcemi cestovního ruchu. Řada potřeb může být ale uspokojována i jinými způsoby a cestovní ruch je jedním z nich. Jedná se například o vzdělávací programy nebo klasickou potřebu odpočinku, regeneraci psychické i fyzické stránky lidské osobnosti. V posledních desetiletích se stávají velmi žádanými různé speciální programy při současném uspokojování potřeby cestovat – například organizace zájezdu na konkrétní akci (světové šampionáty ve sportu, koncerty hvězd pop music, návštěva dané země papežem). O první místo v pomyslné hierarchii hodnot v této oblasti soutěží úsilí o uspokojení potřeb relaxačních a poznávacích. Ty stály v popředí již na samotném začátku cestování; později k nim přibýly další potřeby, jež právě cestovní ruch jako jedna z forem jejich saturace (naplnění) může splnit. Jsou to například potřeby sportovně-turistické, kvalifikační, léčebné; může se jednat i o potřebu navázání určitých společensko-komunikativních vztahů.

Výše uvedené potřeby se dají označit jako cílové z hlediska jejich uspokojování cestovním ruchem. Primárně cestovní ruch zabezpečuje uspokojení naprosto běžných potřeb, například stravování, ubytování, dopravu, základní informace o dané lokalitě. Tyto potřeby nebývají vždy cílové, ale pro subjekty pracující v cestovním ruchu jsou vlastně základním kamenem pro nabídku doplňujících služeb, jež představují určitý konkurenční prvek.

D. Jakubíková, J. Ježek a M. Pavlák (1995)⁶ ve svých skriptech *Cestovní ruch* píše, že cestovní ruch se zařazuje mezi nejvýznamnější hospodářská odvětví na světě. Často se hovoří o průmyslu cestovního ruchu. Cestovní ruch má svou dlouhou historii. Ne všechny cesty a pohyby lidí lze považovat za cestovní ruch. Lidé cestovali již

v dávnověku. Tyto cesty měly rozličný charakter a byly převážně obchodního a vojenského rázu. Spolu s vývojem doby se charakter cest měnil.

Autoři uvádí definici, která byla přijata na konferenci v kanadské Ottawě roku 1991, kdy se za cestovní ruch považuje činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (tento pojem nezahrnuje cesty v rámci místa bydliště a pravidelné pracovní cesty), přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon placené činnosti v navštíveném místě (tím má být vyloučeno pouze přestěhování kvůli dočasné práci). Za tři základní kategorie cestovního ruchu konference považuje:

- vnitřní cestovní ruch,
- národní cestovní ruch,
- mezinárodní cestovní ruch.

Vnitřní cestovní ruch zahrnuje:

- domácí cestovní ruch,
- aktivní zahraniční cestovní ruch.

Pod pojmem domácí cestovní ruch se rozumí cesty občanů po vlastní zemi. Pod pojmem aktivní zahraniční cestovní ruch, nebo také příjezdový cestovní ruch, se rozumí cesty cizinců do dané země.

Cestovní ruch stejně, jako i jiná odvětví národního hospodářství je ovlivněn působením mnoha činitelů prostředí. Z marketingového pohledu rozlišujeme vlivy působící z vnějšího prostředí a vlivy vnitřní. Účast obyvatelstva na cestovním ruchu je ovlivněna mnoha faktory, které působí s různou intenzitou. Některé faktory účast obyvatelstva na cestovním ruchu stimulují, jiné faktory spíše účast modifikují a některé faktory dokonce účast obyvatelstva na cestovním ruchu limitují. Určit vliv jednotlivých činitelů na účast obyvatelstva na cestovním ruchu i na rozvoj cestovního ruchu samotného je obtížné, s ohledem na složitost a mnohostrannost účinků a výskyt nekvantifikovaných vlivů.

Jednotlivé aktivity cestovního ruchu jsou spojeny s určitým prostředím. V tomto prostředí působí celá řada faktorů z oblasti ekonomické, ekologické, sociálně kulturní,

politické, právní, demografické, technologické, z oblasti trhu. Některé z těchto faktorů jsou ovlivnitelné (kontrolovatelné), jiné neovlivnitelné (nekontrolovatelné). Mezi subjekty cestovního ruchu a jednotlivými faktory vznikají vzájemné vazby (včetně zpětné vazby).

Autoři v knize rovněž uvádí charakteristiku cestovního ruchu dle Manilské deklarace o mezinárodním cestovním ruchu, přijaté roku 1980, kde se uvádí, že cestovní ruch je třeba pokládat za činnost se zásadním významem pro život národů, protože má přímý účinek na sociální, kulturní, výchovné a ekonomické aspekty života národů a na jejich mezinárodní vztahy. Rozvoj cestovního ruchu je spojen se společenským a ekonomickým rozvojem národů.

Účastník cestovního ruchu

Dle M. Páskové a J. Zelenky (2002)¹¹ je účastník cestovního ruchu každá osoba, která pobývá přechodně mimo místo svého běžného pobytu, přičemž motivací pro cestu není výdělečná činnost v tomto místě, a účastní se tedy některého druhu nebo formy cestovního ruchu.

Forma cestovního ruchu

Dle těchto autorů je forma cestovního ruchu typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem motivace návštěvníka. Základními motivacemi cestovního ruchu jsou odpočinek, poznávání prostředí a kontakty s lidmi, odtud základní formy cestovního ruchu: rekreační (cestovní ruch mimo veřejné formy cestovního ruchu, pobytový „plážový“ cestovní ruch, lázeňský cestovní ruch, sportovně orientovaný cestovní ruch, lovecký cestovní ruch), poznávací (kulturně–poznávací, přírodně–poznávací, historicko–poznávací), socio–profesní (profesně orientovaný cestovní ruch: např. obchodní cestovní ruch, kongresový cestovní ruch, incentivní cestovní ruch) a společenský cestovní ruch (např. krajanský cestovní ruch, etnický cestovní ruch, návštěvy přátel a příbuzných – VFR). Negativní dopady civilizačního procesu daly vzniknout též speciální základní formě cestovního ruchu – tzv. pseudo–cestovnímu ruchu.

Dle knihy Cestovní ruch od D. Jakubíkové, J. Ježka a M. Pavláka (1995)⁶ jednotlivé formy cestovního ruchu vystihují jeho podstatu, způsob realizace a požadavky na rozsah a strukturu zabezpečovaných služeb. Liší se podle rozdílu v uspokojování potřeb jednotlivých účastníků cestovního ruchu:

- rekreační cestovní ruch,
- kulturně – poznávací cestovní ruch,
- sportovně – turistický cestovní ruch,
- léčebný a lázeňský cestovní ruch,
- zvláštní formy cestovního ruchu (cestovní ruch mládeže, důchodců, sociální, kongresový, mototuristika a další).

Druh cestovního ruchu

M. Pásková a J. Zelenka (2002)¹¹ také uvádí definici druhu cestovního ruchu. Dle této definice se jedná o typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem „jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách, jakož i jeho účinky“. Toto obecné kritérium se dále dělí podle objektivních faktorů (prostorové, časové, sociální a demografické, vlivů cestovního ruchu) – místa realizace cestovního ruchu (domácí cestovní ruch, zahraniční cestovní ruch, mezinárodní cestovní ruch, národní cestovní ruch, příhraniční cestovní ruch, výjezdový cestovní ruch, vnitřní cestovní ruch), vztahu k platební bilanci státu (zahraniční aktivní cestovní ruch, zahraniční pasivní cestovní ruch), doby trvání pobytu – kritériem je hranice tří (někde čtyř i pěti) přenocování (krátkodobý cestovní ruch, dlouhodobý cestovní ruch), způsobu zabezpečení cesty a pobytu (organizovaný cestovní ruch, neorganizovaný cestovní ruch), počtu účastníků (individuální cestovní ruch, skupinový cestovní ruch), způsobu financování (komerční cestovní ruch, sociální cestovní ruch), věku účastníků (cestovní ruch dětí, cestovní ruch mládeže, seniorský cestovní ruch), převažujících prostředí pobytu (městský cestovní ruch, venkovský cestovní ruch, lázeňský cestovní ruch, cestovní ruch ve střediscích, přírodní cestovní ruch, vodní cestovní ruch), vlivu na

místní komunitu a životní prostředí (měkký cestovní ruch, tvrdý cestovní ruch), ostatních kritérií (rozložení cestovního ruchu během roku – celoroční cestovní ruch a sezónní cestovní ruch, způsobu ubytování, použitého dopravního prostředku – motorizovaný cestovní ruch).

D. Jakubíková, J. Ježek a M. Pavlák (1995)⁶ definují i druhy cestovního ruchu. Uvádí, že členění cestovního ruchu podle druhů zohledňuje jeho jevový průběh, způsob realizace v závislosti na geografických, společenských a jiných podmínkách. Umožňuje blíže charakterizovat účastníka cestovního ruchu podle jeho potřeb a přání a způsob jejich uspokojení. V dostupné české literatuře se setkáme s následujícím členěním cestovního ruchu podle druhů:

- podle místa realizace (domácí cestovní ruch a zahraniční cestovní ruch, ten se dále člení na pasivní a aktivní zahraniční cestovní ruch),
- podle způsobu a formy úhrady nákladů (volný cestovní ruch, vázaný cestovní ruch),
- podle způsobu a organizačního zabezpečení jeho průběhu (neorganizovaný cestovní ruch a organizovaný cestovní ruch, ten se dále člení na individuální a skupinový cestovní ruch),
- podle délky účasti (krátkodobý a dlouhodobý).

Atraktivita cestovního ruchu

M. Pásková a J. Zelenka (2002)¹¹ se dále zabývají pojmem atraktivita cestovního ruchu. Je to podle jejich výkladu zajímavá součást přírody a přírodní podmínky (klíma, léčivé prameny, krajinná scenérie, jeskyně, moře, ledovce, propasti, vodopády, skalní města, gejzíry, a toky atd.), sportovní, kulturní nebo společenský objekt, kulturní, sportovní, společenská nebo jiná událost, přitahující účastníky cestovního ruchu.

L. Jarolímková (2009)⁷ ve své knize Informatorium pro studenty oboru cestovní ruch také charakterizuje pojem atraktivita cestovního ruchu. Definuje ji jako významnou složku nabídky v cestovním ruchu – zvláště atraktivity kulturně historické a přírodní. Autorka uvádí, že náplní práce odborníků, pracujících v oblasti atraktivit cestovního ruchu patří správa atraktivit a kromě ochrany kulturního a přírodního

dědictví naší země také vytvoření podmínek pro jejich využití v cestovním ruchu. To vyžaduje zavedení režimu zpřístupnění atraktivity, využívání marketingových nástrojů pro jejich úspěšné uplatnění na trhu cestovního ruchu, iniciaci vzniku navazujících služeb atd. Kromě historických a kulturních objektů – muzeí, galerií apod. – patří mezi atraktivity i zábavní parky, aquaparky, zoologické a botanické zahrady, bludiště a další.

Průmysl cestovního ruchu

L. Jarolímková (2009)⁷ uvádí, že pojem průmysl cestovního ruchu zahrnuje širokou škálu podniků, které přímo zajišťují služby pro účastníky cestovního ruchu (např. ubytovací zařízení, restaurace a další podniky veřejného stravování, cestovní kanceláře a cestovní agentury a další). Další široké spektrum činností v cestovním ruchu zajišťují podniky poskytující doplňkové služby pro návštěvníky, např. příležitosti pro sportovní vyžití návštěvníků, půjčovny sportovních potřeb, dílny pro volnočasové aktivity, prodej suvenýrů, prodej cestovního pojištění a další.

Ekonomika cestovního ruchu

L. Jarolímková (2009)⁷ píše, že pojem ekonomika cestovního ruchu je používán pro vyjádření celkového přínosu cestovního ruchu pro hospodářství, zahrnuje i zprostředkované efekty cestovního ruchu (výkony podniků jiných odvětví, např. stavebnictví, zpracovatelského průmyslu, spojů apod.).

D. Jakubíková, J. Ježek a M. Pavlák (1995)⁶ se ve své publikaci věnují rovněž ekonomické stránce cestovního ruchu. Píší, že v národních ekonomikách jednotlivých zemí je zavedeno roční sledování tempa ekonomického růstu. Tempo ekonomického růstu se sleduje za jednotlivá odvětví, za regiony, za podniky, atd. Uvádí se zde, že výdaje obyvatelstva rostou pomaleji než jeho příjmy. Část příjmů je saturována. Spolu s rostoucím tempem ekonomického růstu rostou výdaje za služby, ve kterých jsou obsaženy výdaje spojené s účastí na cestovním ruchu. Služby se stále více podílejí na celkovém množství produkce v národním hospodářství, které je vyjádřeno hrubým národním produktem (GNP). Charakteristickým rysem silných ekonomik je růst výdajů za služby. Také uspokojování potřeb cestovního ruchu se zabezpečuje převážně

službami. Výdaje na rekreaci a cestovní ruch jsou součástí výdajů za služby. Přesné stanovení objemu výdajů na služby za cestovní ruch, je prakticky nemožné. Výše výdajů spojených s cestovním ruchem je ovlivněna nejen celkovými příjmy, ale také jejich rozložením na jednotlivé členy společnosti, druhem a naléhavostí potřeb, které mají být spotřebou uspokojeny. S růstem průměrného příjmu na jednoho člena domácnosti rostou obvykle výdaje na cestovní ruch. Pro dlouhodobý cestovní ruch je podstatná nerealizovaná kupní síla (úspory obyvatelstva). Mezi ekonomické činitele ovlivňující účast na cestovním ruchu patří také ceny služeb a zboží.

Mezi ekonomické faktory působící na cestovní ruch patří také celková zaměstnanost obyvatelstva a míra nezaměstnanosti, ale také celková délka nezaměstnanosti.

Cestovní ruch výrazně ovlivňuje ekonomiku země, regionu, místa, zařízení cestovního ruchu, atd.. Cestovní ruch poskytuje nejvíce pracovních míst ve světě. Nejvíce finančních prostředků na cestovní ruch vynakládají obyvatelé nejvyspělejších zemí.

Trh cestovního ruchu

V publikaci Cestovní ruch D. Jakubíková, J. Ježek a M. Pavlák (1995)⁶ uvádí, že trh cestovního ruchu je možno chápat jako specifickou, relativně samostatnou část zbožového trhu. Mezi trhem jako takovým a specifickým trhem cestovního ruchu existuje úzká propojenost.

Trh cestovního ruchu je ve větší míře než trh spotřebního zboží ovlivňován mimoekonomickými faktory (přírodními, politickými, technickými, uměle vytvořenými). Tyto mimoekonomické faktory ovlivňují jak poptávku, tak nabídku.

Nabídka v cestovním ruchu

Dle D. Jakubíkové, J. Ježka a M. Pavláka (1995)⁶ nabídku v cestovním ruchu představuje především rekreační prostor, který je vymezen přírodními podmínkami

(geomorfologickými, klimatickými, hydrologickými a biologickými) a uměle vytvořenými podmínkami.

Materiálně technická základna vytváří další předpoklad nabídky pro cestovní ruch a svým charakterem podmiňuje návštěvnost a využití rekreačního prostoru.

Důležitým faktorem nabídky cestovního ruchu jsou lidské zdroje, jejich kvalita i kvantita. Cestovní ruch je oblastí s vysokým podílem lidské práce a je náročný na množství pracovních sil s různou úrovní vzdělání.

Charakteristické rysy nabídky v cestovním ruchu:

- různorodost a komplexnost,
- vázanost nabídky na rozsáhlé investice,
- vysoký stupeň pohotovosti k výkonům.

Poptávka v cestovním ruchu

D. Jakubíková, J. Ježek a M. Pavlák (1995)⁶ poptávku chápou jako projev potřeb účastníka cestovního ruchu, podložený koupěschopností. Poptávka je v cestovním ruchu podmíněna nejen biologicky, ale i ekonomicky, psychologicky, sociálně, atd.

Změny objemu struktury poptávky v cestovním ruchu jsou vyvolány:

- pohybem důchodů obyvatelstva,
- růstem volného času,
- cenovými změnami,
- změnami spotřebitelských preferencí,
- motivací účasti,
- módou,
- způsobem života,
- prestiží.

Charakteristické rysy poptávky v cestovním ruchu:

- komplexnost poptávky – potřeby jsou různorodé a lze je uspokojit prostřednictvím nabídky komplexu (package) služeb,
- periodický charakter poptávky – vlivem přírodních a společenských faktorů se určitá poptávka realizuje vždy jen v určité době (dovolená, víkend, volno),
- pružnost poptávky – rychle se přizpůsobí v objemu i struktuře, nabídka není schopna se okamžitě přizpůsobit poptávce,
- masovost poptávky,
- prioritizace poptávky, vzniká jako důsledek omezených přírodních podmínek na straně nabídky.

Destinační management

Tento management, jak bylo zjištěno na přednáškách z předmětu Destinační management (2009), vytváří a řídí silné, tržně orientované a systémově řízené jednotky a reaguje na požadavky mezinárodního globálního trhu. Je zde vysoká míra spolupráce jednotlivých subjektů účastnících se na destinačním managementu, které mají snahu o společný rozvoj. Podstatou je neustálý rozvoj poptávky, zásada trvale udržitelného rozvoje, rozšíření nabídky a marketing – management destinace.

Regionální rozvoj

Dle J. Indrové (2009)⁵ sehrává cestovní ruch značnou roli při rozvoji regionů, proto je této problematice dlouhodobě věnována mimořádná pozornost ze strany Ministerstva pro místní rozvoj ČR i agentury Czech Tourism ve strategických materiálech rozvoje této obalsti. Do roku 2000 byl cestovní ruch v regionech rozvíjen především na základě koncepčních materiálů MMR ČR. V souvislosti se vznikem krajů k 1. 1. 2001 se na základě iniciativy agentury Czech Tourism začaly vypracovávat regionální a krajské programy rozvoje cestovního ruchu. Současně byly definovány turistické regiony (které však nejsou totožné s vymezením krajů). Hlavním cílem těchto aktivit bylo podpořit spolupráci v regionu, sdružovat prostředky na řešení zvolených priorit a celkově podpořit rozvoj cestovního ruchu.

Myšlenka rozvíjet cestovní ruch na určitém území dle přírodních a kulturně-historických předpokladů má v České republice dlouhou tradici. Vlastní organizace a řízení cestovního ruchu v regionech České republiky je v současné době značně roztržštěná. Turistické regiony České republiky byly vytvářeny především pro účely propagace svého turistického potenciálu.

2.2 Regionální literatura a zdroje

O. Kaskoun (2002)¹⁶ ve své knize Toulky Šumavou popisuje řadu šumavských míst a oblastí. Rovněž zde autor líčí životy dřívějších obyvatel, jejich tradice a zvyky. Popisuje také památky, které po sobě tito lidé zanechali. Zabývá se zde minulostí, ale také historickým vývojem daných oblastí. Autor rovněž popisuje politický vliv za totalitních dob na tuto oblast a srovnává tuto dobu s vývojem po roce 1989. Vyvozuje závěr, že totalitní doba měla na kulturní a historické památky katastrofální vliv. Řada těchto památek byla zbourána a již nikdy neobnovena. Na druhou stranu ale uvažuje, že tato doba měla pozitivní vliv pro přírodu. Z důvodu nepřístupnosti pohraniční oblasti příroda zůstala zachována ve své původní podobě.

Kolektiv autorů (2003)¹⁷ v turistickém průvodci Šumava – Železnorudsko popisuje Železnorudsko jako oblast, která se nachází v jihozápadní části republiky a představuje nejzápadnější část Šumavy a jejího přilehlého podhůří. Jako ostatní okrajová pohoří v naší zemi, tak i Šumava sehrála v historii důležitou roli ve formování prostoru státního území. Z hlediska přírodních poměrů patří Šumava obecně k těm nejzachovalejším a nejkrásnějším oblastem republiky. Autoři se dále věnují vzniku Národního parku Šumava a Chráněné krajinné oblasti Šumava. Národní park je zde charakterizován jako území, u kterého společnost přijetím zákonné normy vyhlášující určité území za národní park bere na sebe závazek, že na takto vymezeném území povýší ochranu přírody nad své ostatní zájmy. Od národního parku se očekává, že bude územím, na kterém je příroda ponechána sama sobě. Národní parky jsou rovněž střeženou oblastí chráněných nebo ohrožených druhů rostlin a živočichů a genetickou základnou přírodním způsobem selektovaných rostlin, dřevin a zvěře. Národní park by měl plnit i funkci vzdělávací a pokud možno i výchovnou. Autoři zde uvádějí s tím

související problematiku rozšíření brouka kůrovce, který se na území parku značně rozšířil. Průvodce doporučuje zajímavé trasy pro pěší turisty, cykloturisty a výlety autem. Jsou zde také uvedeny důsledky železné opony. V těchto důsledcích se autoři shodují s O. Kaskounem.

M. Martan (2006)¹⁸ popisuje v Průvodci Šumavou padesát nejkrásnějších turistických tras po horách a údolích Šumavy. Průvodce je doplněn sto třiceti barevnými snímky a čtyřiceti devíti výřezy turistických map včetně celkové přehledné mapky. Cílem průvodce je přiblížit celé horstvo i předhůří, nezaměřit se pouze na vyhlášené a známé lokality, ale i na méně známá a méně navštěvovaná místa. Uvádí všeobecné informace o historii Šumavy, ochraně přírody, turistice. Autor se zabývá i doporučenými výlety při špatném počasí, což je pro turisty velmi přínosné a jiní průvodci se o této možnosti nezmiňují.

2.3 Marketing

Marketingový výzkum

M. Pásková a J. Zelenka (2002)¹¹ také říkají, že marketingový výzkum je systematické zkoumání a analýza různých aspektů trhu, marketingových aktivit vlastních i aktivit konkurence, chování spotřebitelů, distribučních kanálů apod. Podle způsobu provedení se rozděluje na primární výzkum, který vychází z přímo zjištěných dat – např. z dotazníkového šetření a řízených pohovorů, a na sekundární výzkum, který vychází z dat již publikovaných, agregovaných, zpracovaných, a podle zaměření a výstupů na kvantitativní výzkum, kvalitativní výzkum a teoretický výzkum. Často jsou kombinovány různé způsoby a metody marketingového výzkumu.

J. Kynclová a E. Karásková (2009)²¹ v publikaci Marketing a management pro střední a vyšší hotelové školy uvádí, že marketingový výzkum poskytuje specifické, ověřitelné informace, týkající se trhu, konkurence, prostředí a zejména zákazníků, které není možné získat z ostatních částí informačního systému. Jedná se o souhrn aktivit, které zkoumají všechny části marketingové praxe včetně trhu, výrobků, distribučních cest, cen a chování zákazníků. Jeho cílem je systematické plánování, shromažďování,

analýza a vyhodnocování informací potřebných pro účinné řešení konkrétních marketingových problémů. Marketingový výzkum je často zaměňován s pojmem průzkum trhu, což je jedna z částí marketingového výzkumu. Výzkum je aktivita systematická, dlouhodobá, komplexní, zatímco průzkum trhu slouží k řešení jednotlivých aktuálních problémů a je nejčastěji používanou metodou k jednorázovému zjišťování potřebných informací. Analýza informací získaných marketingovým výzkumem umožní:

- porozumět trhu, kde podnik působí nebo hodlá podnikat,
- identifikovat problémy spojené s podnikáním a zjistit příležitosti, které se na trhu mohou vyskytnout,
- formulovat možné směry marketingových činností a hodnotit dosažené výsledky.

Účelem marketingového výzkumu může být popis určitého stavu nebo probíhajících trendů na trhu na základě monitorování trhu a marketingového prostředí, vysvětlování příčin určitých zkoumaných jevů nebo procesů a nebo odhad budoucího vývoje na sledovaném trhu s přihlédnutím ke všem faktorům, které mohou tento vývoj ovlivnit. Celková úspěšnost výzkumu závisí také na tom, jak jsou výsledky interpretovány.

Autorka se zde také zabývá typy marketingového výzkumu, kdy uvádí, že z hlediska sběru informací se rozlišují dva základní typy výzkumu a to:

1. výzkum v terénu, kdy jsou získávány primární informace (tento výzkum se dále člení na kvantitativní a kvalitativní) a
2. výzkum od stolu, kterým jsou získávány informace sekundární.

Kvantitativní výzkum v terénu zkoumá rozsáhlé soubory. Jeho cílem je charakterizovat dostatečně velký a reprezentativní vzorek – zjistit názory lidí a popsat jejich chování a zjištěné hodnoty zpracovat staticky.

Kvalitativní výzkum v terénu umožňuje zjistit především motivy chování lidí a vysvětlit jeho příčiny. Je vhodný pro první seznámení s problematikou. Jeho výsledky nelze zobecnit. V praxi se často kvantitativní a kvalitativní výzkumy kombinují.

Z hlediska řešených problémů se hovoří o výzkumu:

1. základním, který se zabývá řešením teoretických problémů, neočekávají se konkrétní doporučení,
2. aplikovaném, který se týká konkrétních situací a bývá realizován na objednávku; obsahuje návrh konkrétních opatření a praktická doporučení.

Podle metodologie známe výzkum:

1. popisný (deskriptivní), kdy jde o popis jevů, se kterými se můžeme v dané oblasti setkat,
2. kauzální (diagnostický), který nejen popisuje, ale pátrá po příčinách popisovaných jevů, hledá souvislosti; vychází z výzkumu popisného, je náročnější na přípravu, zpracování a interpretaci údajů,
3. předpovědní (prognostický), který se snaží určit předpokládaný budoucí stav sledovaných jevů.

Podle M. Příbové (1996)²⁴ je marketingový výzkum disciplína vycházející z poznatků řady vědních oborů – matematiky, statistiky, ekonometrie, psychologie, sociologie, informatiky a dalších. Postupně si vybudovala svůj specifický systém metod a postupů pro práci s marketingovými informacemi, který se neustále obnovuje a aktualizuje v závislosti na vývoji těchto vědních oborů.

M. Příbová dále uvádí, že podle přijaté definice je marketingový výzkum chápán jako funkce, která spojuje spotřebitele, zákazníka a veřejnost s marketingovým pracovníkem prostřednictvím informací – informací užívaných k zjišťování a definování marketingových příležitostí a problémů, k tvorbě, zdokonalování a hodnocení marketingových akcí, monitorování marketingového úsilí a k zlepšení pochopení marketingu jako procesu. Marketingový výzkum specifikuje požadované informace podle vhodnosti k řešení těchto problémů, vytváří metody pro sběr informací, řídí a uskutečňuje proces sběru dat, analyzuje výsledky a sděluje zjištěné příznaky a jejich důsledky.

S. Majaro (1996)²³ říká, že marketingový výzkum se vztahuje na shromažďování, zaznamenávání a analyzování těch údajů, které se týkají marketingu určitého zboží nebo služeb. Podle něj je shromažďování údajů velmi důležitá etapa

realizace programu. Je třeba vyhledávat zdroje informací. Pokud jsou tyto informace využitelné, je třeba je získat. Dále je nutné využít i vnitřních zdrojů informací. Konkrétně je třeba systematicky podniknout kroky, jako nalezení zdrojů informací – vnitřních i vnějších, pokud je do výzkumu začleněn dotazníkový výzkum respondentů, je třeba dotazník otestovat na vybraném vzorku, překontrolovat odpovědi, odstranit chyby, dvojnásobnosti a nejasnosti dotazníku a shromáždit a rozřadit údaje.

Dotazníkové šetření

M. Pásková a J. Zelenka (2002)¹¹ ve svém Výkladovém slovníku cestovního ruchu definují i podstatu dotazníkového šetření. Podle těchto autorů se jedná o metodu shromažďování dat o respondentech v rámci primárního výzkumu, založené na využití více či méně sofistikovaných dotazníků. Každý respondent buď odpovídá na stejnou sadu otázek pokládaných ve stejném pořadí a stejným způsobem školenými tazateli (řízený rozhovor, nejpřesnější výsledky, nejdražší), anebo dotazníky vyplňují respondenti samostatně.

J. Kynclová a E. Karásková (2009)²¹ zařazují dotazování mezi nejrozšířenější a nejpoužívanější metody marketingového výzkumu. Informace se získávají kladením záměrně cílených otázek a odpovědi respondenta jsou potom zdrojem informací. Otázky se sestavují do tzv. dotazníku a vhodně se volí kontakt s nositeli informací (respondenty). Tato metoda může být použita při šetření jakýchkoli souborů (např. podniků, zájmových skupin obyvatelstva, zákazníků). Šetření může být vyčerpávající nebo výběrové. Při vyčerpávajícím se zjišťují hodnoty zkoumaných proměnných u všech jednotek základního souboru. Poskytuje tak podklady pro zcela přesné charakterizování základního souboru a poskytuje data jednotlivě o každé zkoumané jednotce. Při výběrovém šetření se zjišťují hodnoty šetřených proměnných jen u části jednotek základního souboru, což je méně nákladné, je zde snadnější a rychlejší kontrola správnosti úplnosti získaných údajů a následné zpracování a vyhodnocování je rychlejší než při šetření vyčerpávajícím. Má ale i některé zápory. K hlavním patří to, že odhady pořízené pomocí výběru se plně nekryjí se skutečnými vlastnostmi zkoumaného základního souboru, ale poněkud se od nich odchyľují (jsou zatíženy tzv. výběrovou

chybou). Největším problémem je výběr vzorku, tj. skupiny respondentů, která bude co nejlépe vystihovat všechny charakteristiky sledovaného základního souboru a zvolení správné velikosti tohoto vzorku. Druhy výběru vzorku respondentů jsou pak:

- náhodný – provádí se tehdy, když nemáme žádné znalosti o základním souboru,
- záměrný – o základním souboru máme dostatečné informace a vybíráme záměrně jednotky, které jsou pro daný soubor typické,
- typický – skloubení principu náhodnosti s využitím informací o základním souboru. Základní soubor rozdělíme na stejnorodé části a v každé z nich provedeme výběr náhodný.

Důležitou částí, kterou se autorky rovněž zabývají je rozlišení dotazování, kdy rozlišujeme dotazování osobní, písemné, telefonické a elektronické. Základní formou osobního dotazování je rozhovor, který může být individuální nebo skupinový (diskuse). Dochází k přímému, osobnímu kontaktu tazatele s dotazovým (respondentem). Výhodou tohoto dotazování je možnost výběru reprezentativního vzorku a vysoká návratnost dotazníků. Jeho nevýhodou je větší časová i finanční náročnost a dále to, že respondent při svých odpovědích může být ovlivněn přítomností tazatele a nebude odpovídat po pravdě. U písemného dotazování dostává respondent dotazník předem. Výhodou jsou relativně nízké náklady, menší náročnost na organizaci šetření, je vyloučen vliv tazatele. Jeho nevýhodou je nízká návratnost dotazníků. Telefonické dotazování je podobné dotazování osobnímu. Výhodou je rychlost a nižší náklady. Je vhodné pro rychlé orientační rozhovory. Nevýhodou je závislost na hustotě telefonní sítě a jejím spolehlivém fungování. Elektronické dotazování je založeno na využití výpočetní techniky. Jeho výhodou je rychlost zpracování dat, nevýhodou určité omezení počtem účastníků elektronické pošty.

M. Příbová (1996)²⁴ se dále zabývá myšlenkou, že pro shromažďování údajů v rámci kvantitativního výzkumu má největší význam dotazování – osobní, telefonické, písemné. Je založeno na více či méně strukturovaném dotazníku. Zpracování kvalitního dotazníku je klíčovým bodem provádění tohoto typu výzkumu.

Tato autorka rovněž uvádí, že každý dotazník má svou logickou strukturu, dynamiku, která pomáhá udržet zájem respondenta, a určitou omezenou délku. Není to v žádném případě pouhý součet jednotlivých otázek. Při konstrukci dotazníku jako celku má význam funkce jednotlivých otázek v dotazníku, zvážení míry jeho strukturovanosti, vytvoření logické struktury, která podporuje plynulost rozhovoru.

Primární výzkum

M. Pásková a J. Zelenka (2002)¹¹ uvádí, že primární výzkum je získávání informací a názorů od respondentů přímým kontaktem s nimi (užší pojetí – řízené rozhovory, vyplňování dotazníků apod.), resp. v širším pojetí přímým kontaktem s nimi a kontaktem zprostředkovaným přenosem přes různá média (telefon, pošta, e-mail atd.). V cestovním ruchu je primární výzkum zdrojem dat pro statistiku cestovního ruchu, pro marketingový výzkum (zjišťování preferencí návštěvníků, jejich spokojenosti, množství utracených peněz atd.)

E. Mainzová (2005)²² v publikaci Praktický marketing definuje primární a sekundární výzkum. Uvádí, že primární zdroje shromažďují nová data pomocí specifických metod u určených subjektů resp. objektů. Sběr a vyhodnocení dat je vaše časově, finančně a personálně velmi náročný a často nelze zajistit vlastními silami a je proto zadáván externím agenturám. Takto prováděný výzkum se nazývá výzkum v poli (v terénu), tzv. field research, někdy také výzkum primární.

Sekundární výzkum

Sekundární zdroje dle naposledy uváděné autorky shromažďují informace již dříve vytvořené, které mohou být interní- podnikové (statistiky peněžního obratu, poptávky a nabídky a vnějších služeb, kartotéka zákazníků, statistika reklamací, účetnictví apod.) nebo externí, které jsou získávány z různých zdrojů. Výhodou využívání těchto informací jsou nízké náklady, relativní rychlost pořízení a širší záběr. Nevýhodou je nedostatečná aktualizace a vzájemná srovnatelnost. Získávají se za pomoci výzkumu u stolu (desk research), někdy též nazývaném sekundární výzkum.

3 Metodika práce

3.1 Objekt práce

Objekt zkoumání představuje vymezené území Národního parku Šumava, jeho cestovní ruch, primární a sekundární nabídka oblasti a přínosy cestovního ruchu pro tuto oblast. Objektem práce je také hledání rovnováhy mezi tímto cestovním ruchem a ochranou přírody, která stojí v území národního parku na prvním místě a je upřednostňována před všemi ostatními činnostmi. Důležitou součástí tvoří také problematika ochrany a zachování přírodního potenciálu a kooperace subjektů působících v území včetně Správy Národního parku Šumava. Podstatným bodem je také nalezení souladu mezi provozovaným cestovním ruchem a zachováním zdejšího přírodního potenciálu.

3.2 Cíl práce

Cílem práce je provést analýzu současného stavu cestovního ruchu a zhodnotit jeho vliv na ochranu přírody v Národním parku Šumava. Pomocí marketingového šetření zjistit možnosti rozvoje cestovního ruchu v oblasti, dále zabezpečení ochrany přírody ze strany subjektů cestovního ruchu a současný stav ekologické certifikace subjektů cestovního ruchu v území. Cílem jsou také návrhy dalšího rozvoje, které vyplynou z tohoto šetření.

3.3 Pracovní hypotézy

Rozvoj cestovního ruchu v Národním parku Šumava je na velmi dobré úrovni.

Národní park Šumava zavádí každoročně nové projekty zaměřené na cestovní ruch ve sledované oblasti.

Díky ochraně přírody v Národním parku Šumava je zachováno atraktivní prostředí, které má vliv na rozvoj cestovního ruchu.

3.4 Vlastní metodika

- sběr dat a informací (zahrnutí studia odborné literatury)
- vymezení sledovaného regionu
- analýza současného stavu
- terénní šetření
- marketingové šetření (řízené rozhovory, dotazníkové šetření)
- vyhodnocení terénního a marketingového šetření a návrhy dalšího rozvoje

Sběr dat a informací

Nejprve byla shromážděna literatura o vybrané oblasti, turistické mapy, plánky a letáky propagující oblast a možnosti pro návštěvníky v dané oblasti. Opěrným bodem se také stala četba odborné literatury týkající se cestovního ruchu. Informace byly čerpány z knih, turistických průvodců, odborných publikací a propagačních materiálů a také z internetových stránek týkajících se Národního parku Šumava. Důležitým zdrojem byly materiály poskytnuté Správou Národního parku Šumava a Regionální rozvojovou agenturou Šumava. Informace byly také získávány vlastním šetřením a pozorováním.

Vymezení sledovaného území

Sledované území se shoduje s oficiálními hranicemi Národního parku Šumava.

Analýza současného stavu

Situační analýza nabídky cestovního ruchu v Národním parku Šumava a stav ochrany přírodního potenciálu byly prováděny na základě marketingového šetření. Dále pomocí vlastního zkoumání a pozorování, na základě práce v informačním centru v Nýrsku a v neposlední řadě na základě četby odborné literatury a návštěvy specializovaných internetových stránek. Důležité informace pro analýzu byly také

zjišťovány od pracovníků v ubytovacích a stravovacích zařízeních a informačních a regionálních centrech.

Terénní šetření

Terénní šetření probíhalo formou pochůzek po sledovaném území, kde byl zjišťován současný stav. Jednalo se např. o mapování turistických tras, přístupu k informacím, zabezpečení potřebné materiálně-technické základny. Také bylo zkoumáno chování turistů. Samozřejmě probíhala fotodokumentace a následné vyhodnocení tohoto šetření.

Řízené rozhovory

Řízené rozhovory byly prováděny zejména se Správou Národního parku Šumava, konkrétně s předními odborníky z této správy. Díky těmto rozhovorům a díky ochotě zmíněných pracovníků byly získány důležité a stěžejní informace pro zpracování práce. Cenné poznatky byly také získány při řízeném rozhovoru s Regionální rozvojovou agenturou Šumava.

Dotazníkové šetření

Toto šetření probíhalo u ubytovacích a stravovacích subjektů působících ve sledované oblasti. Dotazníky byly rozdávány do těchto zařízení. Šetření probíhalo ve dvou směrech, u subjektů se zavedenou ekologickou certifikací a u subjektů bez této certifikace. Šetření sloužilo k zjištění názorů zmíněných subjektů na zavedení této certifikace. Zkoumáno také bylo, zda těmto subjektům certifikace přináší výhody, zda v ní spatřují význam apod. Dotazníky byly rozdávány v měsících říjen až únor. Poté byly vyhodnoceny a na tomto základě byly stanoveny výstupy, závěry a návrhy dalšího rozvoje.

Vyhodnocení terénního a marketingového šetření a návrhy dalšího rozvoje

Na základě situační analýzy a vyhodnocení terénního a dotazníkového šetření byly stanoveny návrhy dalšího rozvoje, řešení zkoumané problematiky a byly stanoveny

závěry a výstupy tohoto šetření. Tyto závěry byly také zkoumány na základě porovnání s poznatky vycházející z odborné literatury a vlastního pozorování.

Zhodnocení řízených rozhovorů

Řízené rozhovory se staly důležitou součástí při zkoumání dané problematiky a při zpracovávání této práce. Na jejich základě byly získány cenné informace, které nelze vyčíst ani z odborných publikací ani z webových stránek organizací, se kterými byly rozhovory prováděny, stejně tak nejdou získat vlastním zkoumáním. Díky dialogům s kvalifikovanými a zkušenými odborníky mohla být práce zpracovávána na základě důležitých poznatků a kvalitních informací, které do zkoumané problematiky vnesly nové poznatky a zjištění.

4 Charakteristika sledované oblasti

„Šumava, to je především krajina hlubokých lesů, klidných a romantických údolí s dosud čistými řekami a potoky, rozlehlých slatí, horských luk a pastvin, tajemných jezer, horských vrcholů se žulovými skalisky a kamennými moři, míst dalekých výhledů, ale i strážných hradů a hrádků, hradišť, starých kostelů, starobyklých měst, půvabných usedlostí i pozoruhodných technických památek.“^{14, strana 7}

4.1 Vymezení sledované oblasti

Zkoumané území představuje území Národního parku Šumava. Toto území je dáno oficiálními hranicemi parku. Hranice parku začíná v jihozápadní části Šumava v obci Alzbětín a končí v jihovýchodní části bodem Zadní Zvonková. Prochází např. místy Borová Lada, Strážný, Pěkná, Nová Pec. Rozloha zkoumaného území činí 690 km². Mapa tohoto území je uvedena v seznamu příloh.

Obrázek 1: Region Šumava na mapě České republiky



Zdroj: www.retour.cz [14. 3. 2007]

4.2 Konkrétní charakteristiky

V těchto popisech je zahrnut celý region Šumava. Národní park Šumava leží v tomto pohoří a jednotlivé charakteristiky se vztahují na celé pohoří a jsou identické s vymezeným územím národního parku, tudíž není možné striktní oddělení.

Geografický charakter

Geograficky je pohoří Šumava rozsáhlá horská oblast, která leží při státní hranici s Německem a Rakouskem. Na severozápadě začíná Všerubským průsmykem, na jihovýchodě pak končí Vyšebrodským průsmykem. Pohoří se táhne přibližně ve směru severozápad – jihovýchod v délce 120 km. Max. šířka včetně podhůří dosahuje 45 km, celková plocha pak činí 1 671 km². Sklání se k jihozápadu a nejvyšší okraje dosahují výšky kolem 1 000 m. n. m. Z geografického hlediska se masiv dělí na vlastní šumavské pohoří a podhůří – na vlastní Šumavu a Šumavské podhůří. Geomorfologicky se celá oblast dělí do oblastí menších. Jedná se o oblast Železnorudska, Plání (s Povydrím), Trojmezenskou hornatinu a Boubín a Lipenskou oblast s Želnavskou hornatinou. Nejvyšším vrcholem celé Šumavy je německý Velký Javor (Gross Arber), který dosahuje výšky 1 457 m. n. m., na české straně je to se svou výškou 1 378 m. n. m. vrchol Plechý.¹⁸

Historický charakter

„Současná podoba tohoto pohoří se začala utvářet až v třetihorách v období před 2,5 miliony až 8 tisíci lety v době ledové. Při ústupu ledovců pak vznikala kamenná moře a pod karovými stěnami jezera. Faktický začátek osídlování vlastní Šumavy sahá až do našeho tisíciletí a souvisí zejména s dobou rozvoje obchodu a s ním spojeným větším pohybem obyvatelstva. Šumavou byly postupně prokletstěny stezky, vedené většinou místy dnešních hraničních přechodů. Ve městech se vybíralo mýto, vařilo pivo, rozvíjela řemesla, služby a zábavné podniky. Některá města obdržela plná královská práva trhu. Šumava se stala zajímavou i svým nerostným bohatstvím, především zlatem, které se zde na četných rýžovištích nejprve rýžovalo a později těžilo, zejména v okolí Kašperských Hor, dále hnědelem, křemenem a stříbrem. K symbióze nerostného bohatství se dřevem došlo ve sklárnách (14.– 20. stol.). Šumavě, jako hraničním horám, byl vždy přikládán velký strážní význam.“^{18, strana 10} Díky historickému vývoji patřily dříve některé šumavské bývalé okresy k nejrůdněji osídleným v České republice. Tím se zachovalo přírodní prostředí, které dnes nabízí velký potenciál pro cestovní ruch.

Geologický charakter

Z geologického pohledu je pohoří Šumavy součástí Českého masivu. Tvoří ho metamorfované horniny a hlubinné vyvřeliny. Horský systém Šumavy byl vyvrásněn v mladších prvohorách. Současný horský vzhled však vznikl teprve ve třetihorách, kdy byla vyklenuta někdejší parovina. Tyto geologické pochody, které zásadně podmínily výškovou členitost krajiny vytvořily regionu Šumava optimální podmínky pro cestovní ruch a turistiku.¹³ Výhodný je také charakter náhorní plošiny, který je velmi vhodný pro provozování cykloturistiky.

Klimatický charakter

Šumava se díky průměrné roční teplotě, která představuje v nadm. výškách 1 300 m. n. m. přibližně 3 °C a ve výšce 750 m. n. m. cca 6 °C, řadí do chladné klimatické oblasti (dle klimatického členění České republiky). Nejchladnějším měsícem zde bývá zpravidla leden, naopak nejteplejším červenec. V nejstudenějších místech trvá zima celkem pět měsíců. Podnebí zde má přechodný ráz s uplatněním vlivů oceánského i kontinentálního klimatu, což má za následek malé teplotní výkyvy a vysoké srážky v průběhu roku. Pohoří se nachází se v oblasti přechodného střeoevropského klimatu. Srážky se na Šumavě pohybují průměrně od 1 200 do 1 450 mm ročně, zvyšují se s rostoucí nadm. výškou. Největší množství srážek spadne v centrální části Šumavy (např. Březník – 1 486 až 1 552 mm v třicetiletém průměru). Sněhová pokrývka dosahuje průměrně 60-100 cm, samozřejmě je také ovlivněna nadm. výškou. Souvislá pokrývka leží v nejvyšších polohách 120 – 150 dní. Pohybující se sníh, který dává vzniknout lavinám, plazivému sněhu a sněhovým závalům se vyskytuje na Šumavě pouze na karových stěnách.²⁵ Klimatickou zvláštností ve sledovaném území je šumavský fén, který proudí na Šumavu.¹⁷ Tyto klimatické podmínky mají přímý vliv na cestovní ruch v této oblasti. V průměru mu zajišťují optimální podmínky. V zimní sezóně nabízí vyžití pro lyžování, běžky, sněžnice i brusle, po zbytek roku pak vhodné podmínky pro pěší turistiku, cykloturistiku, splouvání řek a mnohé další vyžití.

Hydrologický charakter

Vrcholovou částí Šumavy vede hlavní evropské rozvodí, což zvyšuje atraktivitu šumavského pohoří. Díky němu patří Šumava k úmoří Severního a Černého moře. Česká část masivu patří z převážné části k úmoří Severního moře, a to díky povodí Vltavy, pouze malá část spadá do povodí Dunaje a tím k úmoří Černého moře.

Největší šumavské toky představují řeky Vltava a Otava. Obě tyto řeky pramení v oblasti šumavských plání v centrální části Šumavy.¹⁷ Mají velký význam z hlediska cestovního ruchu, kdy jsou hojně využívány vodáky.

Důležitý potenciál pro cestovní ruch také představují šumavská ledovcová jezera, která jsou specifickým hydrologickým jevem. Na české straně jich leží pět (Černé, Čertovo, Plešné, Prášilské a Laka), na německé pak další tři (Grosser Arbersee - Velké Javorské jezero, Kleiner Arbersee - Malé Javorské jezero a Rachelsee - Roklanské jezero. Všechna jezera se vyskytují v nadm. výšce kolem 1 000 m.

System přirozených povrchových vod pak na Šumavě tvoří prameniště a rašeliniště, síť vodních toků a již zmiňovaná ledovcová jezera. Tento systém je doplněn umělými vodními díly, která představují plavební kanály, náhony a umělé nádrže. Nejvýznamnějším umělým vodním dílem v území je Lipenská přehrada.²⁵ Rybníky se v pohoří Šumavy téměř nevyskytují, což vyplývá z horského typu tohoto území.

Flóra a fauna sledované oblasti

Šumava patří z botanického hlediska do oblasti středohorské stredoevropské lesní květeny s málo výživnými půdami a relativně drsným podnebím. Původní horské porosty zůstaly zachovány jen v nejvyšších polohách a jsou chráněny v rezervacích. Nejznámější je Boubínský prales nebo okolí Černého a Čertova jezera. Tato středohorská oblast je domovem především původní stredoevropské lesní zvířeny.²⁵

Všechny tyto podmínky podporují rozvoj cestovního ruchu ve sledovaném území. Zdejší klima nabízí optimální podmínky pro provozování letní i zimní turistiky.

V důsledku geologického vývoje vznikl horský masív, atraktivní pro provozování celosezónních sportů a dal oblasti tvář, nabízející i mnoho přírodních atraktivit. Historické události měly vliv na zachování přirozeného prostředí Šumavy, a tak se dnes návštěvníci dostanou do míst se zcela zachovalými, nenarušenými, přírodními ekosystémy ve své původní podobě. Flóra a fauna této oblasti dotváří její charakter. I ta je lákavým cílem pro turisty, a to díky programům Národního parku Šumava, který jimi přibližuje rostlinstvo a živočišstvo této oblasti návštěvníkům a široké veřejnosti.

5 Národní park Šumava

Šumava... Zelená loď lesů, bažin a řek, vesničky a samoty utopené v lesích. Místa ticha a klidu. Také místa, kde ještě žije to, co si člověk navykl nazývat příroda. Je něčím, čeho si přirozeně váží, co ctí, co si chce nerušeně užít. Co chrání.²⁰

Šumava patří z hlediska přírodních poměrů k nejzachovalejším oblastem České republiky, a proto je nutné ji chránit. Společně s Bavorským lesem, se kterým sousedí, tvoří nejrozsáhlejší lesnaté území střední Evropy. Tento lesnatý komplex o rozloze 2 000 km² je právem nazýván „zelená střecha Evropy“. Nejcennější části přírodního dědictví jsou chráněny v Národním parku Šumava, který je největším národním parkem v České republice.¹⁷

5.1 Vznik Chráněné krajinné oblasti a Národního parku Šumava

Zřízení Chráněné krajinné oblasti Šumava a na to navazující vyhlášení národního parku bylo vyvrcholením dlouhodobého úsilí o ochranu přírody šumavského horského masivu. Periferní poloha tohoto území i funkce přirozeného hraničního valu po staletí umožňovala relativně malé využívání přírodních zdrojů. Ještě v 16. století většinu centrální Šumavy v povodí řek Křemelné a Vydry pokrývaly původní pralesy.²⁰

První ochrana těchto lesů se datuje již do roku 1355, kdy s ní začal Karel IV. V 19. stol. v období kolonizace došlo ke snaze zachránit před jejími vlivy zbylá území. V roce 1910 se do ochrany angažoval spisovatel Karel Klostermann, který požadoval ochranu Povydrí. Roku 1920 pak bylo doporučeno zřízení rezervace v oblasti Černého a Čertova jezera. Postup ochrany tohoto území pokračoval i ve 20. letech, kdy kníže Jan Schwarzenberg vyhlásil na svém panství některé rezervace. Tyto návrhy byly potvrzeny až v roce 1933 příslušným ministerstvem. První návrh na zřízení národního parku na Šumavě podal v roce 1939 berlínský profesor Eichhorn. Tento návrh pak podal také v roce 1946 český zoolog prof. Dr. Julius Komárek. Tehdejší návrh národního parku zahrnoval lokalitu Černého a Čertova jezera, území mezi státní hranicí a Javornou, Hartmanicemi, Rejštejnem, Borovými Ladami a Strážným. Dlouhý proces vyhlášení národního parku pokračoval v roce 1958, kdy vznikla dobrovolná organizace Sbor

ochrany přírody „Šumavská skupina“. Ta chtěla realizovat Komárkův návrh. V roce 1961 byl navržen tzv. Interwald – společný národní park na území Šumavy, Bavorského lesa a rakouského Mühlviertelu.¹³

V roce 1962 skupina odborníků dokončila „Projekt CHKO Šumava“. Chráněnou krajinnou oblast Šumava vyhlásilo Ministerstvo školství a kultury 27. 12. 1963, a to v celkové rozloze 1 630 km². Roku 1989 vláda ČSR přijala harmonogram postupu vyhlášení národního parku.¹⁷ „V roce 1990 dostala Šumava od UNESCO statut biosférické rezervace.“^{18, strana 11}

Po vzniku Ministerstva životního prostředí v roce 1990 se přípravné práce na zřízení národního parku urychlily a Národní park Šumava byl vyhlášen 21. března 1991. Rozkládá se na ploše 690 km² a díky této rozloze je Národní park Šumava (dále jen „NP Šumava“) největší z národních parků České republiky.¹⁸ Vymezení NP Šumava je legislativní úpravou, která poskytuje tomuto území nejvyšší možnou formu právní ochrany. Národní park Bavorský les, který byl založen roku 1970 je partnerským národním parkem NP Šumava.²³ Mapka Chráněné krajinné oblasti a NP Šumava a mapka NP Šumava a Biosférické rezervace Šumava je uvedena v seznamu příloh.

5.2 Postavení a působnost NP a CHKO Šumava

„Správa Národního parku a chráněné krajinné oblasti Šumava je příspěvkovou organizací, která byla zřízena rozhodnutím ministra životního prostředí v souvislosti se zřízením Národního parku Šumava v dubnu roku 1991. Hlavní náplní činnosti správy je výkon státní správy na úseku ochrany přírody a krajiny, ochrany zemědělského půdního fondu, myslivosti a rybářství v rozsahu daném zákonem č. 114/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny. Správa NP a CHKO Šumava také spravuje státní majetek, především zajišťuje péči o lesní pozemky a porosty, některá nelesní území a drobné vodní toky v NP Šumava. Profesionální strážci NP Šumava poskytují informace návštěvníkům a dohlíží na dodržování ochranného režimu.“²⁵

Správa parku sídlí ve Vimperku a je doplněna o Radu NP Šumava, kterou tvoří starostové, zástupci obecních úřadů, podniků aj. Tato rada slouží jako iniciativní a konzultační orgán.¹⁹

5.3 Poslání Národního parku Šumava

Základním posláním NP Šumava je především uchování a obnova přirozených ekosystémů a zamezení snižování biodiverzity, ochrana přírodního vývoje, zachování přírody s podporou jakéhosi „zdivočení“ některých jejích částí a posílení ekologické stability krajiny, stejně tak i zachování typického vzhledu krajiny a ochrana a obnova samořídících funkcí přírodních ekosystémů spolu s ochranou fauny a flóry. Tato ochrana je spojena s ochranou planě rostoucích druhů rostlin a volně žijících živočichů, kteří v kulturní a civilizované krajině již ztratili své místo. Takovými druhy jsou např. rysy, tetřevi, kosi horští, z rostlin hořce panonské, různé druhy orchidejovitých apod.⁵³ Tato ochrana vyplývá ze statutu národního parku, který představuje nejvyšší stupeň ochrany přírody. Národní park by měl také plnit funkci vzdělávací a výchovnou a rovněž slouží vědeckým účelům.²³ „Pracovníci Národního parku Šumava i Národního parku Bavorský les, kromě své základní funkce, kterou je uchovat vzácnou krajinu pro budoucí generace, přispívají také nezanedbatelným dílem, zejména z hlediska informovanosti, i k rozvoji turistiky.“^{18, strana 5}

„Národní park Šumava chrání typické ekosystémy středoevropské horské krajiny, zejména lesy, ledovcová jezera, rašeliniště a horské louky, včetně všech jejich vývojových stádií. Zajišťuje ochranu přirozených přírodních procesů v souladu s celosvětovým posláním národních parků, a zároveň poskytuje dostatek prostoru pro aktivní ochranu druhové a genetické rozmanitosti.“²⁵ „Je to chráněné, velmi cenné území s plochami přírodních nebo přírodě blízkých stanovišť. Území národního parku je využíváno k vědeckému výzkumu a výchovným účelům a patří k vyhledávaným turistickým cílům. Veškeré využití národních parků je podřízeno zachování a zlepšení přírodních podmínek.“^{55, strana 7}

„V rámci Národního parku Šumava jsou vzácné lokality zahrnuty do klidových území. Z hlediska ochrany přírody je území parku rozděleno do tří ochranných zón.

V první zóně se nacházejí nejvzácnější lokality, často nepřístupné návštěvníkům.¹⁶
strana 11 V těchto zónách je cílem uchování a obnova samořídících funkcí přírody a postupné omezení lidských zásahů do přírodního prostředí. V druhých zónách je pak cílem udržení přírodní rovnováhy a postupné přibližování ekosystémů jejich samoregulaci. Třetí zóny udržují a podporují především možnosti pro trvalé bydlení, služby, zemědělství i potřebné zázemí pro turistiku a rekreaci, pokud toto není v rozporu se základním posláním národního parku.¹³ Park k ochraně využívá i tzv. bezzásadových zón, které zabírají 21 % rozlohy parku. Tyto zóny jsou ponechány svému přirozenému vývoji bez zásahu člověka.

Obrázek 2: Logo Národního parku a Chráněné krajinné oblasti Šumava



Zdroj: www.npsumava.cz [28. 10. 2009]

5.4 Cestovní ruch a Národní park Šumava

„Využití území národního parku k turistice a rekreaci nezhoršující přírodní prostředí je orientováno na prožitek z přírody. Šetrný turismus je zároveň zdrojem příjmů pro místní podnikatele. Osvěta se zaměřuje na zprostředkování cílů národního parku, prezentaci přírodních procesů a zvýšení pochopení pro ochranu přírody a krajiny. Obce jsou vnímány jako důležitý partner při rozhodování.“²⁵

NP Šumava disponuje velkým potenciálem pro provozování cestovního ruchu. Primárním cílem národního parku je ochrana přírody, ale i tak je možné zde provozovat ekologicky šetrný turismus. Správa NP Šumava každoročně připravuje mnoho krátkodobých i dlouhodobých projektů pro širokou veřejnost. Tyto projekty podporují cestovní ruch a turistiku v této oblasti a jsou velmi přínosné pro jejich rozvoj. Je zde

velmi dobře vidět, že ochranu přírody a rozvoj cestovního ruchu lze uvést do vzájemného souladu a že je zde možné provozovat turistiku na základě trvale udržitelného rozvoje.

Tématice cestovního ruchu ve sledovaném území bude věnována samostatná kapitola v této práci. Tato podkapitola pouze přibližuje oblasti, ve kterých Správa NP Šumava působí. Podrobný popis cestovního ruchu v tomto území a konkrétní projekty jsou popsány v kapitole 6. Cestovní ruch v Národním parku Šumava.

Působení Národního parku Šumava v oblasti cestovního ruchu

„Správa Národního parku a Chráněné krajinné oblasti Šumava připravuje pro návštěvníky a obyvatele regionu dlouhodobé projekty i akce kratšího časového rozsahu.“²⁵ Seznam jednotlivých činností nepřímo se vztahujících k cestovnímu ruchu je uveden v seznamu příloh.

Informační střediska a informační systém Národního parku Šumava

Správa NP Šumava zřizuje svá informační střediska, která mají za účel poskytnout informace a usnadnit návštěvníkům lepší orientaci v Národním parku a Chráněné krajinné oblasti Šumava. Smyslem NP Šumava totiž není jen ochrana přírody, ale také péče o návštěvníky. Proto byla vybudována síť informačních středisek. Do současné doby vzniklo celkem osm hlavních informačních středisek, z čehož jedno bylo již zrušeno (IS České Žleby). Vedle těchto stálých středisek jsou během letní turistické sezóny v provozu navíc i sezónní informační střediska na vyhlídkové věži Poledník a na Březníku. Podobně působí i Muzeum ve Vimperku, kde v letní sezóně také mohou turisté dostat kvalitní informace. Celoročně mohou zájemcům sloužit i informace a informační materiály umístěné ve vestibulu správy parku ve Vimperku. Informační střediska jsou zbudována na území NP Šumava s rovnoměrným rozestupem v turisticky nejatraktivnějších lokalitách a s vyšší návštěvností. Síť středisek národního parku dále doplňují městská a obecní informační centra. Dle statistik parku je nejnavštěvovanější středisko na Kvildě, kde průměrná denní návštěvnost v sezóně činí 400 osob, maximální je pak 800 osob. Toto vyplývá z tabulky s přehledem návštěvnosti

jednotlivých IS v letech 2004 – 2008, která je umístěna v seznamu příloh. Hned za tímto přehledem je umístěna tabulka s přehledem informačních středisek v NP a CHKO Šumava k roku 2008.

Informační střediska poskytují informace turistům, jak jednotlivcům, tak skupinám. Pracovníci těchto center jsou proškoleni a absolvují kurzy o komunikaci s veřejností. Návštěvníkům jsou v centrech k dispozici neprodejné materiály, distribuované Správou NP Šumava a dalšími subjekty. Mohou si zde zakoupit prodejné materiály a mají možnost shlédnout dia a videopásma. Centra také realizují programy pro veřejnost a spolupracují s ostatními informačními středisky včetně obecních a městských, dále s obcemi, realizují drobné doplňkové expozice a výstavy a nabízí další služby pro širokou veřejnost. Jednotlivá střediska jsou v provozu dle turistické sezóny a dopravní dostupnosti. Provozní doba je pravidelně aktualizována pro období letní a zimní turistické sezóny a informují o ní webové stránky parku.

Novinkou v roce 2009 bylo vybudování infocentra Zelený bod Strašín. Bylo otevřeno 1. 6. 2009 a tímto otevřením se posunul informační prostor NP Šumava do méně známého regionu. Centrum jako všechna ostatní poskytuje publikace, letáčky a informace, dále propaguje myšlenky a poslání parku, ochranu přírody a přirozené přírodní procesy.

Kromě informačních středisek zřizuje Správa NP Šumava také samoobslužná informační střediska (např. samoobslužné IS Bučina) a informační body (např. na okraji obcí Kvilda, Modrava). Na Plešném jezeře byl také zřízen unikátní infostánek, který slouží návštěvníkům tohoto jezera v letních měsících. Dotazy návštěvníků zodpovídají proškolení studenti vysokých škol. V roce 2008 byl infostánek pořádán ve spolupráci s Jihočeskou univerzitou a Hnutím Duha. Přímou v terénu pak poskytují informace pracovníci informační a strážní služby.

Informační a strážní služba Národního parku Šumava

Pracovníci informační a strážní služby (dále jen „ISS“) mají za úkol zabezpečovat kontrolu dodržování předpisů o ochraně přírody a krajiny, která vyplývá ze zákona 114/1992 Sb., především kontrolují dodržování omezení vstupu do

uzavřených lokalit a dodržování návštěvního řádu parku, velký důraz je také kladen na zajištění bezpečnosti návštěvníků. Za rok 2008 bylo zjištěno celkem 903 přestupků proti tomuto zákonu.

ISS se dále ve spolupráci s informačními středisky podílí na zabezpečení informačního servisu pro návštěvníky a obyvatele žijící v tomto území, monitorují počty i potřeby návštěvníků, distribuují tiskoviny správy a zabezpečují výchovnou a osvětovou činnost. Zde se jedná zejména o doprovody s přednáškami pro skupiny nebo jednotlivce, kteří o tyto doprovody projeví zájem. Roku 2008 proběhlo 142 doprovodů pro 2 689 osob a 67 přednášek pro 3 061 osob.⁵⁵

Inovativní je spolupráce s Policií České republiky, Hasičským záchranným sborem a Horskou službou. V květnu 2009 v parku vznikl unikátní projekt Integrovaného záchranného systému, do něhož byla ISS aktivně zapojena. Tento projekt vede k vyšší bezpečnosti návštěvníků tohoto území i osob trvale zde žijících. Díky spolupráci složek je zajištěna rychlá a účinná záchrana lidských životů nebo likvidace mimořádné události v horských podmínkách a nepřístupném terénu. Tato integrace je zatím jedinou na území České republiky. V roce 2008 se uskutečnila v rámci tohoto projektu celkem tři cvičení a proběhly čtyři záchranné akce.

V neposlední řadě ISS rozvíjí spolupráci s partnery v zahraničí, především s Národním parkem Bavorský les. V roce 2008 se staly novinkou společné služby pracovníků obou parků. Více informací o těchto společných službách je uvedeno dále v kapitole 5.6. Spolupráce s Národním parkem Bavorský les.

ISS také zajišťuje program výchovy mládeže na základních školách, doprovází školní výpravy, které o toto projeví zájem a dohlíží na činnost dobrovolných strážců.⁵³

Terénní informační systém

Do informačního systému území patří kromě již zmíněných středisek také informační dvojpanely na hlavních parkovištích v obcích ve vymezeném území, dále informace na malých parkovištích podél komunikací a informace u přírodních atraktivit.

Zelené autobusy v Národním parku Šumava

Tzv. Zelené autobusy zajišťují v NP Šumava ekologickou hromadnou dopravu za účelem odlehčení od osobních aut v chráněném území.²⁵ Tento projekt zde má dlouholetou tradici a trvalé místo v nabídce služeb pro návštěvníky tohoto území. Provoz začal již v roce 1995. Úspěšně opakovaný projekt bude pokračovat i nadále, v letech 2009 - 2011 bude spolufinancován z prostředků Evropské unie, z Evropského fondu pro regionální rozvoj. Dotace byla získána na základě žádosti k projektu Inovace projektu Zelené autobusy v rámci programu přeshraniční spolupráce Cíl 3 Česká republika – Svobodný stát Bavorsko. Z 85 % tak tento projekt financuje Evropská unie, zbývajících 15 % pak hradí Správa Národního parku a Chráněné krajinné oblasti Šumava. Díky této podpoře mohlo dojít k významné inovaci tohoto projektu. Provedené změny jsou velkým pozitivem pro návštěvníky parku a pro rozvoj cestovního ruchu v oblasti. Jedná se o zlepšení služeb pro cestující (prodloužení sezóny a zavedení pevných intervalů mezi spoji), dále o zlepšení návaznosti na vlaky a prázdninovou dopravu v sousedním Národním parku Bavorský les. Velkou inovací znamenalo zavedení nového produktu – jednodenní jízdenky *NP-Ticket*. Jedná se o jednodenní jízdenku, která umožňuje celý den cestovat linkami Zelených autobusů a přestupovat mezi nimi. Jízdenka zrychluje odbavování, napomáhá rozvoji cestovního ruchu a je cenově zvýhodněna. Je možné ji koupit v označených autobusech a ve vybraných informačních střediscích.⁵⁵

Autobusy slouží i k přepravě cyklistů a jejich kol, samozřejmě jsou proto přívěsy s kapacitou 25 kol. S nakládkou a vykládkou pomáhají cyklistům přítomní stewardi. Přeprava kol je zpoplatněna. V případě zájmu dopravce posiluje linky cyklobusů, tudíž není potřebná rezervace. Od roku 2009 jezdí tyto autobusy v nově prodloužené letní sezóně, a to od 30. 5. do 30. 9. Díky této změně došlo k prodloužení sezóny o dva měsíce, o jeden v tzv. předprázdninové části sezóny a druhý v tzv. poprázdninové části sezóny (dříve od 30. 6. do 31. 8.).

Ekobusy jsou označeny logy projektu a světelným návěštím. Pohání je ekologické motory, které jsou šetrnější k životnímu prostředí. Kapacita jednoho vozu je 70 lidí. Turisté získávají během přepravy informace o zastávkách, kterými projíždějí,

prostřednictvím zvukového průvodce. Dopravu Zelenými autobusy zajišťují ČSAD autobusy Plzeň a. s.²⁵

Dle oficiální statistiky uvedené v Ročence Správy NP a CHKO Šumava pro rok 2008 přepravily Zelené autobusy v roce 2008 celkem 107 683 osob.⁵⁵

Muzeum Národního parku Šumava

Toto muzeum je umístěno ve Vimperku a je v něm instalována expozice národního parku a přírody spolu s ukázkou knihtisku a sklářství. Je otevřeno od 1. května do 31. října denně, kromě pondělí, od 9-ti do 16-ti hodin. Prostory muzea slouží i pro konání kulturních akcí, jako jsou např. koncerty. Návštěvnost muzea v roce 2008 je znázorněna v tabulce, která je umístěna v seznamu příloh.

5.5 Spolupráce s Národním parkem Bavorský les

NP Šumava sousedí s Národním parkem Bavorský les, který je označován jako klenot Německa. Poloha těchto parků dala vzniknout jejich vzájemné spolupráci. Státní hranice, která je zároveň administrativním dělením, byla po desetiletí pod vlivem železné opony, po které dodnes zůstaly kilometry pozvolna zarůstajících průseků a stovky kilometrů cest protínajících ty nejcennější části šumavské přírody. S cílem toto odstranit bylo v roce 1999 podepsáno Memorandum o vzájemné spolupráci Správ Národního parku Šumava a Bavorský les.⁵⁵

Od vzniku Memoranda docházelo k jeho úspěšnému naplňování, kdy se konaly koordinační schůzky, pracovní jednání i neformální setkání, při nichž se realizovaly a hodnotily společné projekty. Díky této spolupráci se stal samozřejmostí dvojjazyčný překlad tiskovin, informačních materiálů a prvků venkovního informačního systému v obou parcích.⁵³ Svědčí o tom i fakt, že české popisky a hlasové interpretace se staly samozřejmou součástí informačního střediska Bavorského parku Haus zur Wildniss – Dům divočiny. Také došlo k propojení letní autobusové dopravy pomocí Zelených autobusů s bavorskými Igel busy. Dalším přínosem jsou každoročně pořádané přednášky a doprovody pro české turisty v Národním parku Bavorský les a naopak pro

německé návštěvníky na území NP Šumava. Po vstupu České republiky do Schengenského prostoru došlo k dalšímu propojení obou parků a vznikly společné terénní pochůzky českých a německých strážců přírody po trasách obou parků. Hlavním cílem tohoto projektu bylo zlepšení informačního servisu pro návštěvníky parků z obou stran hranice. Do těchto území totiž přichází stále více návštěvníků z obou spolu sousedících států.

Vybrané projekty uskutečněné v rámci přeshraniční spolupráce

Projekt Skleněná archa

Tento projekt probíhal v letech 2003 – 2008. Skleněná archa symbolicky vyplula dne 28. 6. 2003 a začala své putování na vrchu Luzný v Bavorském lese. Jádrem tohoto projektu spočívalo v přesunech vyrobené lodě ze skla, která byla přemístována v oblasti česko-bavorského příhraničí a umístována v lesích, příhraničních obcích i na horských vrcholech obou parků.

Lodě má symbolizovat zachovalost přírody v obou sousedních parcích. Je dlouhá 5 metrů, široká 1,6 m a váží 3 tuny. Projekt na sebe při přesunech nabaloval další měkké projekty.⁵⁵ Skleněná archa „kotvila“ celkem na 19-ti místech. Po ukončení symbolické plavby bylo dne 22. 2. 2008 po jednáních v německém Frauenau rozhodnuto, že skleněný artefakt bude přesunut a umístěn na úpatí hory Luzný v Národním parku Bavorský les tak, aby ji mohli navštěvovat bez problémů turisté z obou stran hranice. Této slavnosti se účastnila široká veřejnost se zastoupením 24 různých národností světa. Dá se říci, že svou velikostí a výlučností se tato Skleněná archa stala hmatatelným symbolem dvou jedinečných, spolu sousedících, území se zachovalou přírodou.⁵⁵ „Skleněná archa zůstane na místě pod Luzným až do doby než naprosto splyne s prostředím, odkud vzešla.“^{55, strana 33}

Obrázek 3: Skleněná archa



Zdroj: www.fotoaparar.cz [22. 2. 2010]

Putování Skleněné archy v posloupnosti Poledník – Prachatice – Stožec je zobrazeno v seznamu příloh.

Skleněná archa na vodě

Projekt vznikl jako připomínka Skleněné archy. Vystavené fotografie byly umístěny na vodní hladinu, po které pluly od 23. 7. do 15. 9. 2005 v blízkosti Rokyty mezi Antýglem a Srním. Samotná instalace pak byla umístěna na toku plavebního kanálu jeden km od Rokyty. Díky tomuto projektu vznikla jedinečná přírodní galerie v NP Šumava.⁵³

Obrázek 5: Výstava fotografií Skleněné archy na vodě



Zdroj: <http://telemetrie.npsumava.cz> [22. 2. 2010]

Výzkum a monitoring

Jedná se zejména o projekty telemetrie, které slouží nejen vědeckému zkoumání chování a putování zde žijících zvířat, ale jsou také zaměřeny na širokou veřejnost a návštěvníky parku, kteří mohou sledovat pohyb zvěře na interaktivní mapě umístěné na webu parku. Toto pozorování je velmi zajímavé pro veřejnost a má velký úspěch.

Tierisch Wild

Tento projekt vznikl v roce 2008 za účelem podpory měkké turistiky ve vymezeném území. Obce zapojené do projektu si zvolily jako marketingový symbol zvíře, které má vazbu k regionu a pod tímto symbolem budou realizovat jednotlivé turisticky atraktivní akce. Na české straně se do projektu zapojilo celkem devět obcí. Tierisch Wild bude po dobu tří let spolufinancován Evropskou unií z operačního programu Přeshraniční spolupráce Cíl 3 Česká republika – Svobodný stát Bavorsko.⁵⁵

V rámci spolupráce vzniklo také společné jádrové území obou parků v centrální části Šumavy mezi Luzným, Roklanem a Poledníkem. Toto území zahrnuje nejcennější lokality šumavských rašelinišť a horských a podmáčených smrčín.⁵⁵ Takto vznikl projekt *Divoké srdce Evropy*, který je podrobně popsán v kapitole 6. Cestovní ruch v Národním parku Šumava.

NP Šumava je také součástí soustavy *Natura 2000*, která vznikla v rámci společného projektu ochrany lokalit, které tvoří tuto soustavu. „Výsledky tohoto projektu, další odborné informace sdílené mezi oběma správami i koordinovaná terénní šetření odporníků z obou NP jsou důležitými podklady při rozhodování o managementu území.“⁵⁵, strana 31

Dne 12. září 2009 se NP Šumava stal také součástí *Transboundary Parks – following nature's design*, kdy spolu s Národním parkem Bavorský les převzal prestižní certifikát kvality EUROPARC Federation. Společnost udělující toto ocenění je největší evropskou organizací sdružující velkoplošná chráněná území Evropy. Certifikát byl oběma parkům předán ve Švédsku. NP Šumava získal toto ocenění jako třetí národní park České republiky. Certifikace byla udělena na základě celoevropsky používaných kritérií. Plnění těchto kritérií bylo hodnoceno nezávislými hodnotiteli. Oceněna byla vysoká kvalita vzájemné spolupráce obou spolu sousedících národních parků. Certifikace byla udělena na příštích pět let. Po těchto letech dojde k obhajobě certifikátu, včetně zhodnocení naplnění doporučení hodnotících komisařů. NP Šumava se tak stal uznávaným, dobře se rozvíjejícím národním parkem.⁶⁰

Závěrem této kapitoly lze konstatovat, že po pečlivém prostudování působení Správy NP Šumava bylo zjištěno, že tento park se snaží nejenom o ochranu vzácných přírodních lokalit, ale je zde také velká snaha o rozvoj cestovního ruchu. Jedná se o trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu, který má svá specifika právě díky tomu, že je uskutečňován na území s přísnou ochranou přírody. Správa parku a její pracovníci se snaží o přiblížení šumavské přírody návštěvníkům a turistům. K tomu jim pomáhají četné pestré programy pro širokou veřejnost, které správa sestavuje. Některé projekty nemají v České republice obdoby a jsou postaveny na roveň evropským národním parkům (např. projekt Nouzová nocoviště), což je velkou předností tohoto území. Správa NP Šumava dokáže využít i negativní vlivy působení přírodních sil k vytvoření projektu pro veřejnost, jako např. v případě polomu po orkánu Kyrill, kdy v těsné blízkosti Poledníku zřídila zážitkovou trasu vedoucí tímto polomem za účelem aktivního sledování přirozené obnovy horské smrčiny. Díky spolupráci s Národním

parkem Bavorský les vznikají unikátní projekty v rámci přeshraniční spolupráce, které jsou rovněž velkou atraktivitou pro turisty a návštěvníky území. Tato spolupráce láká do obou parků více turistů, kterým je v rámci dvojjazyčných překladů a česko-německých průvodců zajištěna informovanost v jejich rodném jazyce, což napomáhá rozvoji místního cestovního ruchu. NP Šumava také čerpá dotace z fondů Evropské unie prostřednictvím operačního programu Přeshraniční spolupráce Cíl 3 Česká republika – Svobodný stát Bavorsko, čímž získává prostředky i na projekty rozvíjející cestovní ruch v této oblasti.

Návštěvníci si tak mohou vychutnávat neporušenou přírodu spolu s turistikou, sporty, poznáním a dalším vyžitím, za kterými na toto území přijíždějí. Prostřednictvím projektů zaváděných správou parku dochází i k osvětě veřejnosti a návštěvníků, vzdělávání, zvýšení informovanosti a tím jsou účastníci cestovního ruchu nejen bohatší o zajímavé informace a zážitky, které mohou v této krajině díky zachovalé přírodě zažít, ale zároveň jsou také vychováváni k péči o tato vzácná území, jsou informováni jak se zde chovat a proč. Správa parku zaměřuje své mnohé projekty také na dětské návštěvníky, kterým přibližuje šumavskou krajinu a problematiku ochrany přírody zábavnou formou, pro dětského návštěvníka stravitelnou a lákavou, např. v podobě „Vydrýskova povídání“. NP Šumava tak nepředstavuje jen striktní ochranu a zákazy, ale také příjemnou dovolenou. Chvilé strávené v této nenarušené přírodě s vzácnými ekosystémy a dosud zachovalým přírodním bohatstvím se stávají nezapomenutelným zážitkem.

6 Cestovní ruch v Národním parku Šumava

Rozmanité členění vzácného přírodního terénu území NP Šumava má ideální podmínky pro cyklistiku, pěší turistiku, Nordic Walking, splouvání řek, lyžování či jízdu na běžkách a pro mnohé další vyžití. Otevření dříve uzavřeného hraničního pásma přineslo celkové oživení a rozšíření turistických možností. Díky dřívějšímu uzavření tohoto pásma se zachovala unikátní příroda, pro kterou bylo toto uzavření významným pozitivem, nedošlo k jejímu porušení, a tak dnes tyto oblasti nabízí významné zachovalé přírodní ekosystémy ve své původní podobě. Oblast je citlivě protkána turistickými a cyklo trasami, které se v zimních měsících mění v běžecké trasy. Tyto trasy umožňují poznat nejhezčí i nejdlehlší místa území NP Šumava. Tato místa i další části Šumavy jsou ojedinělé také svou zvláštností, a to vyhlídkami na Alpy. Tyto vyhlídky se návštěvníkům otevírají z hraničních hřebenů, vrchů a svahů. Za optimálních podmínek viditelnosti je možné pozorovat alpské štíty velmi zřetelně.

Obrázek 6: Výhled na Alpy



Zdroj: <http://www.boubin.cz> [17. 3. 2010]

6.1 Historie cestovního ruchu v Národním parku Šumava

Turistika území celé Šumavy, nejen území parku sahá hluboko do historie. Nejstarší zprávy o turistice se datují do 2. pol. 18. stol. a popisují výlety k Černému a Čertovu jezeru. Turistika zde byla také ovlivněna i literaturou, kdy toto území propagovali svými díly spisovatelé Adalbert Stifter a Karel Klostermann. Turistické spolky pak začaly vznikat od konce 19. stol. a zprostředkovávaly letní pobyty na Šumavě. Postupem času zde začal působit Klub českých turistů, který stavěl rozhledny a turistické chaty a budoval síť turistických značek. Turistika se zde zastavuje po začátku 2. sv. války. Přichází úpadek turismu, který pokračoval uzavřením hraničního pásma v 50. letech. Turistické cesty byly přerušeny, chaty zbourány či zabaveny k jiným účelům. Turistika byla omezena jen na vybrané oblasti na dobu dalších čtyřiceti let.¹⁶ Rozvoj turistiky zde začal opět až po pádu Železné opony, kdy po roce 1990 bylo zrušeno dříve přísně střežené hraniční pásmo. To umožnilo otevření celé Šumavy pro turisty i v místech, kam po dlouhá desetiletí byl turistům a běžným občanům vstup přísně zakázán. Tento zákaz dnes připomínají už jen zbytky zaniklých vsí, osad, samot, kostelů a jiných historických a kulturních památek, které byly v tomto období tehdejším režimem bezostyšně zbourány.

Dnes se do těchto míst již vrací život i turismus, rozvíjí se zde cestovní ruch. Návštěvníci mohou také překračovat hranice a poznávat Šumavu i z druhé strany. Tato izolace měla však blahodárný vliv na zachování krajiny a jejího rázu a vzácných ekosystémů. Do krajiny se nezasahovalo necitlivou výstavbou hotelových komplexů tak, jak tomu bylo v jiných pohraničních horách České republiky. Rostlinstvo a živočišstvo bylo zcela ponecháno svému přirozenému vývoji. A tak se dochovaly tyto ekosystémy, které chrání NP Šumava. Dnes je cílem přilákat do oblasti návštěvníky, pečovat o ně, nabídnout jim nezapomenutelné zážitky tak, aby se do oblasti zase vraceli. Dříve by toto bylo nemyslitelné. Toto je důkaz rozvoje tohoto regionu i území NP Šumava a cestovního ruchu zde. I přes to by ale návštěvníci neměli zapomínat, jakému režimu za zachování této evropsky unikátní přírody „vděčí“ a jaké historické události zmítaly tímto územím.

6.2 Analýza současné situace cestovního ruchu v NP Šumava

Cestovní ruch patří mezi hlavní priority rozvoje Jihočeského kraje, mimořádný potenciál má z tohoto pohledu centrální oblast Šumavy, Lipensko a podhůří Šumavy. Vysoké zastoupení území s různým stupněm ochrany přírody nelze vnímat pouze jako omezující faktor, nýbrž zároveň jako příležitost pro další turistické nabídky, odpovídající diferenciovaným přírodním podmínkám. Vzhledem k tomu, že právě cestovní ruch významně podmiňuje rozvoj celého šumavského regionu, je na místě usilovat o jeho celoročně efektivnější využití.^{12, strana 4}

Cestovní ruch v NP Šumava má svá specifika. Správa parku se však snaží směřovat využití území národního parku k turistice a rekreaci, která nezhoršuje přírodní prostředí a je orientována na prožitek z přírody a poznání. „Šetrný turismus je zároveň zdrojem příjmů pro místní podnikatele. Osvěta se zaměřuje na zprostředkování cílů národního parku, prezentaci přírodních procesů a zvýšení pochopení pro ochranu přírody a krajiny. Obce jsou vnímány jako důležitý partner při rozhodování.“²³ Díky spolupráci se sousedním Národním parkem Bavorský les vzniká turisticky nejvýznamnější region ve střední Evropě. Významný vliv mělo v tomto směru přistoupení České republiky k Schengenskému prostoru, čímž nastal volný pohyb osob přes hranice a došlo k rozšíření možností pro vzájemné poznávání těchto dvou významných území.⁵⁵

Území NP Šumava nabízí návštěvníkům mnoho možností pro aktivní i pasivní trávení volného času. V oblasti se nachází hustá síť tras pro pěší, cyklisty, běžkaře i lyžaře. Zájemci si mohou projít naučné stezky, vyzkoušet chůzi na sněžnicích, Nordic Walking či Nordic Blading, sjet řeku či vystoupat na rozhledny, anebo se zúčastnit některého z programů pro veřejnost, kterých správa parku připravuje nepřeberné množství. Tyto programy jsou velmi pestré, probíhají celoročně, jsou zaměřeny na všechny věkové a zájmové kategorie, jsou neustále obměňovány a zlepšovány. Každoročně přibývají projekty nové a u veřejnosti dosahují velkých ohlasů. Samozřejmostí je pro turisty možnost návštěvy terénních informačních center. Správa parku se také snaží zpřístupnit toto atraktivní území i pro handicapované občany. V oblasti vznikly trasy pro vozičkáře, jejichž zřízení umožňuje návštěvu i lidem, kteří

by se jinak turistiky v dané lokalitě nemohli zúčastnit. Cestovní ruch je zde tedy na velmi dobré úrovni rozvoje, a to hlavně díky Správě NP Šumava, která se řídí myšlenkou, že národní parky by měly sloužit i široké veřejnosti, samozřejmě za předpokladu dodržování stanovených podmínek. Protože národní park, uzavřený široké veřejnosti slouží jen vědcům a výzkumům, ale veřejnost ho pak prakticky nezná a nepozná.

6.2.1 Specifika cestovního ruchu v Národním parku Šumava

Na území NP Šumava, kde se vyskytují ekosystémy s různými stupni ochrany přírodních atraktivit jsou samozřejmě různá omezení a zákazy pro rozvoj cestovního ruchu. Jak vyplývá z definice národního parku, ochrana přírody je zde samozřejmě povýšena nade vše ostatní. Tato ochrana a s ní související omezení s sebou ale nepřináší pouze negativa co se týče rozvoje turismu. Naopak, ochrana vzácných ekosystémů rozvíjí novou, specifickou formu cestovního ruchu. V těchto podmínkách se rozvíjí specifická forma cestovního ruchu. Ukazuje se, že na činnost Správy NP Šumava lze nahlížet i jiným, taktéž přínosným způsobem. Správa parku si je vědoma těchto specifík a připravuje pro návštěvníky Šumavy originální projekty, které vedou k souladu rozvoje cestovního ruchu s ochranou přírody, a také k maximálnímu požitku pro návštěvníka z čisté a zachované přírody. Využití této specifické formy cestovního ruchu v NP Šumava vede také ke vzdělávání a rozšiřování informací široké veřejnosti, jak místních obyvatel, tak návštěvníků parku. Ti mohou pozorovat vývoj přírody ve své přirozené podobě, bez zásahu člověka a moderní doby a učit se tak poznávat přirozený přírodní ekosystém se svou jedinečnou a vzácnou flórou a faunou.

Důležitým dokumentem v této oblasti je Návštěvní řád parku, vydávaný zejména za účelem ochrany parku před možnými rušivými vlivy turistických, sportovních a rekreačních činností. Tento řád se vztahuje na všechny osoby, které se na území národního parku zdržují nebo zde vykonávají činnost.²⁵

6.3 Situační analýza prostředí

6.3.1 Primární nabídka

Přírodní atraktivita

Území NP Šumava představuje nejvýznamnější přírodní a krajinářskou atraktivitu celého regionu Šumava. Tento celek je dosud velmi málo poznamenán negativními důsledky civilizačního vývoje a disponuje vysoce atraktivním a hodnotným přírodním krajinným potenciálem.¹² Celý region Šumava je pak díky svým přírodním atraktivitám jednou z turisticky nejvyhledávanějších rekreačních oblastí cestovního ruchu. Cestovnímu ruchu je zde tedy přisuzován značný význam i do budoucna. „Jeho rozmach je spojen se zcela novými rozvojovými šancemi pro celé území Šumavy.“^{12, strana 10}

Ledovcová jezera:

Jezero Laka

Toto jezero je nejmenší, leží na ploše 2,78 ha s obvodem 870 m a nejmělčí, max. hloubka dosahuje pouhých 3,9 m, průměrná jen 1,4 m. Se svou nadm. výškou 1 096 m je také nejvýše položeným ze všech šumavských jezer. Leží pod horou Plesná. Dno jezírka tvoří rašelina, čímž vznikají ostrůvky organogenního původu, které plavou na hladině. Jezero je dostupné pěšky nebo na kole, v zimě pak na běžkách či sněžnicích.

Obrázek 7: Jezero Laka



Zdroj: <http://ubytovani.racanek.cz> [22. 3. 2010]

Prášílské jezero

Leží v nadm. výšce 1 080 m. na východních svazích hory Poledník. Nad hladinou se tyčí karová stěna o výšce 150 m. Hráz jezera tvoří 9 m vysoká moréna. Plošná výměra jezera činí 3,72 ha a hloubka dosahuje až 14,9 m, obvod hladiny je dlouhý 730 m. Jezero tvoří přírodní rezervaci o rozloze 157 ha. K jezeru se lze dostat jen pěšky, na kole lze dojet pouze k odpočívadlu pod jezerem.

Plešné jezero

Toto jezero leží pod nejvyšší horou české strany Šumavy, Plechým. Je hluboké 90 m a rozkládá se na ploše 7,5 ha. Na skalním výběžku nad jezerem ve výšce 130 m je instalován památník spisovatele A. Stiftera.

Slatě:

Tříjezerní slat'

Jedná se o vrchovištní rašeliniště, rozkládající se na ploše 5 ha v nadm. 1 062 m. Tvoří ji tři rašelinná jezírka, podle nichž je slat' pojmenována. Byla zde zbudována naučná stezka, která vede po poválovém chodníku v délce 200 m. Toto rašeliniště spolu s dalšími šumavskými patří mezi mokřady mezinárodního významu. Tyto mokřady jsou zapsány do seznamu tzv. Ramsarské konvence.²⁵

Chalupská slat'

Tato slat' leží 1 km od obce Borová Lada. Je přístupná z parkoviště po asfaltové cestě a poválovém chodníku. Nachází se zde největší rašelinné jezírko v České republice. Průměrná hloubka rašeliny zde dosahuje 1,9 m. Slat' se rozkládá na ploše 137 ha a je zde uloženo asi 2 340 000 m³ rašeliny.

Obrázek 8: Chalupská slat' z leteckého pohledu



Zdroj: www.npsumava.cz [23. 3. 2010]

Jezerní slat'

Toto rašeliniště je přístupné po zpevněné cestě. Na jeho okraji stojí vyhlídková věž. Slat' rovněž patří mezi vrchovištní rašeliniště. Průměrná hloubka rašeliny zde činí 2,5 m. Tato slat' je jedním z nejstudenějších míst České republiky.

Vodní toky:

Řeka Otava

Otava vzniká soutokem dvou horských řek, Vydry a Křemelné. Křemelná je typická svou tmavou barvou, kterou získává z pozůstatků šumavských rašelinišť. Místo soutoku je nazýváno podle někdejšího majitele pily Čeňka Bubeníčka Čeňkova Pila. Toto místo leží již v 1. zóně NP Šumava. Řeka Otava má bohatou historii. Dříve zlatonosná řeka je spojována s rýžováním zlata, zejména v osadách Rejštejn a Kašperské Hory, kde po této historické etapě zbyly technické památky. Byla také po stovky let významnou dopravní tepnou, rozvíjela se zde voroplavba a lodní doprava.⁵¹ Toto místo také proslulo pobytem Bedřicha Smetany, který zde roku 1867 zasadil na pravém břehu Otavy tzv. Smetanův smrk. Tento smrk se zde údajně tyčí dodnes. Fotografie soutoku Vydry a Křemelné je umístěna v seznamu příloh.

Řeka Křemelná

Tento hlavní pramenný tok Otavy pramení na východním svahu Můstku ve výšce 1.214 m. n. m.

Řeka Vydra

Vydra je dlouhá pouze 23 km. Pramení na severozápadním svahu Luzného ve výšce 1 215 m. n. m.⁵¹ Podél ní vede naučná stezka Povydrím. Správa NP Šumava zde zbudovala trasu vhodnou i pro handicapované občany. Vydra proslula svými velkými balvany, které leží v celém jejím korytě. Je typická svou nahnědlou barvou, kterou získává z rašelinišť. Nejznámějším úsekem je úsek Čeňkova pila – Antýgl, kde vede již zmiňovaná naučná stezka. V tomto úseku je zakázáno koupání i přiblížování se k řece, cesta prochází územím, kde je zakázáno opouštět značenou trasu. Cesta je pouze pro pěší turisty, cyklistům je zde vjezd zakázán. V polovině tohoto úseku stojí Turnerova chata, která je významným ubytovacím a stravovacím objektem s bohatou historií. Fotografie řeky Vydry jsou umístěny v seznamu příloh.

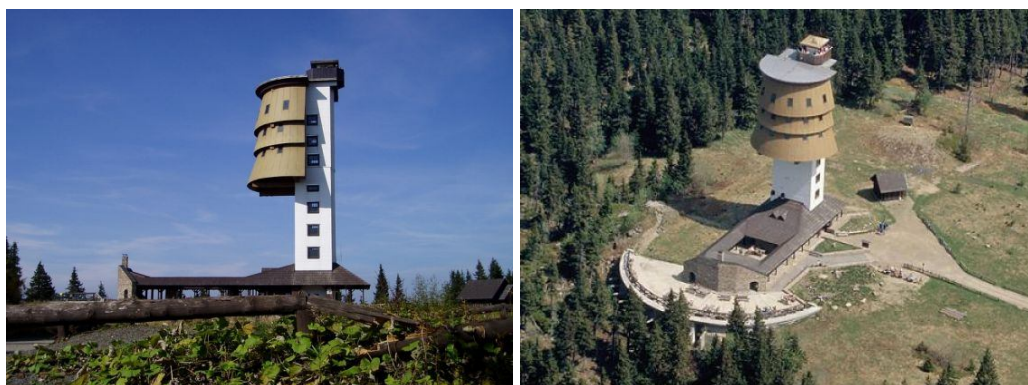
Vrcholy:

Poledník

Vrchol Polední hory se tyčí do výšky 1 315 m. n. m. a je nejvyšším bodem Prášílských plání.⁴² V minulých dobách zde byla umístěna stanice protivzdušné ochrany ČSSR a rozsáhlý vojenský objekt, který sloužil k radiovému odposlechu a byl obehnan ostnatými dráty a minovým polem. Po roce 1989 byl částečně zbořen (celkové náklady na toto zbourání činily 5,5 mil. Kč) a upraven pro turistické účely. A tak zde 18. července 1998 byla rozhodnutím Správy NP Šumava otevřena 37 m vysoká rozhledna, která byla přestavěna z vojenské věže. Náklady na tuto přestavbu se vyšplhaly do 12 mil. Kč. Byly sem instalovány tři vyhlídkové půlkruhové plošiny s expozicí správy parku.²³ Poledník nabízí výhledy na nejvyšší vrcholy šumavského pohoří, na Ostrý, Jezerní horu, Pancíř, Luzný či Velký Javor, za dobré viditelnosti lze spatřit i oblast Brdy ve středních Čechách či alpské vrcholky. Poledník se nachází v klidovém území NP Šumava, proto je vstup mimo značené cesty zakázán. Od října do

května je vstup omezen z důvodu hnízdění a zimování tetřevů.²³ Na vrchol se nelze dostat automobilem, je přístupný pěšky či na kole. Rozhledna na Poledníku je dle statistik hojně navštěvována, do konce roku 1998 ji navštívilo přes 40 000 návštěvníků, v následujícím roce pak 50 000 turistů.

Obrázek 11: Rozhledna na Poledníku



Zdroj: <http://ubytovani.racanek.cz> [22. 3. 2010]

Tabulka 4: Otevírací doba rozhledny Poledník

Den	Červenec - září	Říjen
Pondělí - pátek	10:00 – 17:00 hod	---
Sobota - neděle	10:00 – 18:00 hod	10:00 – 16:00 hod

Zdroj: Tabulka byla sestavena na základě vlastního zkoumání.

Poznámka: Vstupné na rozhlednu činí Kč 20,---.

Březník

Zde se nachází historická hájenka, obývaná do roku 1951, pak zabavena pohraniční stráží. Zabavení mělo za následek její pustnutí, kterému zabránila až rekonstrukce financovaná NP Šumava. Od té doby je zde instalována expozice K. Klostermanna.

Technické památky

Schwarzenberský plavební kanál

Tento kanál vznikl stejně jako Vchynicko-tetovský plavební kanál za účelem plavení dřeva mimo úseků řek, které byly nesplavné. Kanál nechal vybudovat kníže Jan Schwarzenberg v 18. st. Naposledy se zde dříví plavilo roku 1966. Dnes kolem něj vede turistická trasa.

Vchynicko-tetovský plavební kanál

Kanál byl vytvořen uměle za účelem splavování dřeva z těžce dostupných horských lokalit do vnitrozemí Ing. J. Rosenauerem, který vybudoval i Schwarzenberský plavební kanál. Byl vybudován v letech 1799 -1801. Začíná 2 km od Modravy u bývalé osady Vchynice-Tetov a vede přes Čeňkovu Pilu až pod Spálený vrch a končí v Křemelné. K plavení dřeva byl využíván až do roku 1958. Kanál je dlouhý celkem 14,4 km a překonává výškový rozdíl 190 m. Koryto je široké max. 5 m a obložené kamennými deskami nebo vyzdívkou. Dodnes bylo zachováno několik původních klenutých kamenných mostů. Část kanálu dnes slouží jako přivaděč vody do elektrárny na Čeňkově Pile. Pro turisty vede po celé délce kanálu asfaltová a šterková cesta, je zde také zřízena naučná stezka NP Šumava. Lze jí projít buď pěšky, anebo projet na kole. Tato nenáročná cesta je hojně vyhledávána rodinami s dětmi. Z této cesty vedou také odbočky na jiná, turisticky zajímavá místa, např. na Tříjezerní slat', Modravu či Oblík. V zimě je pak část kanálu upravována jako běžkařská trasa.⁴²

Obrázek 12: Vchynicko-tetovský plavební kanál



Zdroj: <http://www.retour.cz> [29. 3. 2010]

Vodní elektrárna Čeňkova pila

Vodní elektrárna Čeňkova pila je národní technickou památkou. Leží v nadm. výšce 650 m. na soutoku řek Vydry a Křemelné. Původně byla pilou, a to od roku 1870. Ta byla roku 1912 přestavěna na elektrárnu. Náhon elektrárny je dlouhý 105 m.⁴² Ještě dnes tato technická památka vyrábí el. energii, kterou předává elektrárně Vydra. Za příznivého počasí si návštěvníci mohou prohlédnout strojovnu elektrárny za doprovodu zdejších pracovníků.

Vodní elektrárna Vydra

Tato hydroelektrárna byla uvedena do provozu v roce 1939 a dnes je funkční technickou památkou.

Stálá expozice Západočeské energetiky

Tato expozice zahrnuje expozice: historie hydroenergetiky na Šumavě, model elektrárny na Černém jezeře, model elektrárny Vydra, model Vchynicko-tetovského plavebního kanálu a přívodního potrubí k elektrárně Vydra, třiceti minutový film o šumavské hydroenergetice, prosklený průhled přímo do strojovny elektrárny Vydra, za příznivého počasí ještě strojovna elektrárny Čeňkova pila.⁴²

Tabulka 5: Otevírací doba Stálé expozice Západočeské energetiky

Měsíc	Den	Otevírací doba (v hod)
Květen, červen, září, říjen	Středa a sobota	09:00 – 16:00
Červenec, srpen	Úterý - neděle	09:00 – 16:00

Zdroj: Tabulka byla sestavena na základě vlastního zkoumání

Poznámka₁: Vstupné do expozice je zdarma.

Poznámka₂: Prohlídky začínají vždy v 09:00, 11:00, 13:00 a 15:00 hod.

Kulturní a historická památka

Bývalá Hauswaldská kaple

Toto místo ležící nedaleko obce Srní je poutním místem, opředeným mnoha legendami. Dle historických pramenů zde v minulosti docházelo k zázračnému uzdravení poutníků a nemocných. Místo je přístupné i pro handicapované občany. Kaple byla postavena roku 1820, několikrát byla opravena, ale roku 1957 byla minulým režimem nenávratně zničena.⁴²

Naučné stezky

Správa parku zřizuje na svém území naučné a zážitkové stezky a přírodně poznávací okruhy. Zde je ukázka některých:

Naučná stezka okolo Srní

Tato stezka je vybudována kolem obce Srní a nabízí odpočinek i poznání. Jedná se o naučnou stezku o flóře, fauně i hamernictví Šumavy. Začíná u hotelu Srní a je 4 km dlouhá. Je vedena po lesní pěšině a vznikla ve spolupráci s NP Šumava.⁴²

Naučná stezka Povydrí

Stezka začíná v obci Čeňkova pila a končí v osadě Antýgl. Měří 7 km a vede kolem koryta řeky Vydry. Byla vyhlášena roku 1975 a dnes je nejnavštěvovanější oblastí Šumavy. Stezka přibližuje přírodní zajímavosti okolí řeky Vydry.

Okruh Stožecká skála

Tato stezka měří 1,5 km a začíná na rozcestí pod Stožeckou skálou. Zde lze zanechat kolo a pokračovat stoupáním na horu Stožec. Stožecká stezka prochází jádrovou zónou území národního parku. Vede k dřevěné lesní kapli, která byla obnovena roku 1989. Odtud je možné dále stoupat až na Stožeckou skálu, kde se nabízí výhled na Trojmezenskou hornatinu. V místech, kudy stezka vede, rostl až do let 1810-1813 prales.²⁵

Zážitková trasa Poledník

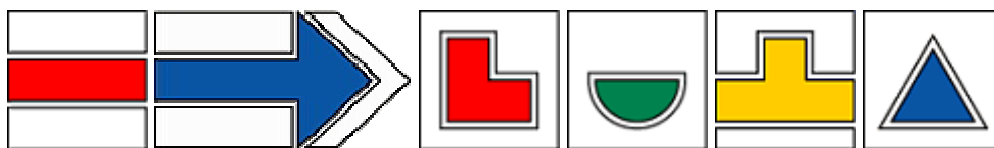
Jedná se o novou zážitkovou trasu, která vede poloměm horské smrčiny v délce necelý jeden kilometr. Trasa je postavena na základě možnosti návštěvníků sledovat aktivní formou přirozenou obnovu horské smrčiny, která byla zlikvidována orkánem Kyrill.

Sportovní vyžití

Pěší turistika

V oblasti NP Šumava se jedná zejména o turistické trasy v oblastech Prášílsko, Modravsko a Kvildsko. „Tyto trasy nemají speciální značení, jsou shodné se sítí pěších tras vyznačených běžným pásovým způsobem používaným Klubem českých turistů.“²⁵ Dle článku 3 Návštěvního řádu NP Šumava je po pěších turistických trasách, dle standardizovaného značení KČT pěší pohyb osob možný po celém území. Z důvodu ochrany přírody, zejména ochrany druhů živočichů citlivých na rušení, jsou úseky pěších turisticky značených tras přístupné pouze v určitém ročním období. Tyto úseky jsou v terénu zřetelně označeny informačními tabulemi. Pěší pohyb osob mimo pěší turistické trasy je možný po celém území národního parku s výjimkou území I. zón a území, ve kterých je pohyb osob omezen podle § 64 Zákona o ochraně přírody a krajiny. Tato stejná opatření platí stejně i pro lyžaře pohybující se po turisticky značených lyžařských trasách.²⁵

Obrázek 13: Turistické značení KČT používané pro pěší turistiku v NP Šumava



Zdroj: <http://www.kct.cz> [10. 1. 2010]

Cykloturistika

Území parku nabízí velké vyžití a možnosti pro cykloturistiku. Území se stalo v posledních letech rájem cyklistů. Díky charakteru náhorní plošiny, který pohoří Šumavy má, patří tento region ke středně těžkým terénům. V zimě trasy slouží k úpravě běžeckých stop, jedná se tedy o využití těchto tras jak v letní sezóně, tak i v zimní. Ve sledovaném regionu jsou optimální podmínky pro jízdu na všech typech kol, jak na horských, tak na trekingových i na silničních kolech. Pro vyznavače jízdy na horských kolech jsou určeny trasy v terénu, většinou vedoucí po pěších trasách. Pro jízdu na silničním kole lze využít 250 km nových kvalitních silnic. Celá Šumava je známá také tím, že je to místo konání mnoha cyklistických závodů, které přilákají do regionu mnoho návštěvníků. Nejznámější z těchto závodů je Král Šumavy. Cykloturistiku lze dle článku 4 Návštěvního řádu NP Šumava ve sledovaném území provozovat mimo silnice a místní komunikace pouze v zastavěných územích a na trasách a stezkách vyhrazených Návštěvním řádem národního parku Šumava. I pro cykloturistiku jsou některé úseky tras a stezek přístupné pouze v určitém ročním období, což vymezují informační tabule.²⁵

Hipoturistika

Velmi oblíbeným způsobem jak poznávat a užívat si krás přírody je jízda na koni. I na území NP Šumava mohou vyznavači hipoturistiky uspokojit svá přání. Tento druh sportu je poměrně mladým odvětvím v oblasti cestovního ruchu a až v posledních letech vzrůstá jeho význam. Jedná se o nový způsob trávení volného času na koňském hřbetě, kdy se jedná o pobyt v přírodě a převažuje zde složka poznávací nad sportovní – technickou složkou. Oblast Šumavy a Pošumaví je specifická díky své krajině a používání koní zde má svou bohatou tradici.³⁴ Vzhledem k tomu, že popularita poznávání krajiny a přírodních krás z koňského hřbetu roste, vznikají četné hipostezky spolu s hipostanicemi a hipofarmami. Tyto stezky jsou vyhledávaným cílem nejen u tuzemských turistů, ale těší se i velké oblibě turistů ze zahraničí. Dle článku 6 Návštěvního řádu NP Šumava je pohyb osob na koních po jezdeckých turistických trasách, které jsou standardizovaným značením KČT, možný po celém

území národního parku. Mimo jezdecké turistické trasy je možný pohyb po celém území národního parku, vyjma území I. zón ochrany přírody, lesa mimo lesní cesty a území, ve kterých je pohyb osob omezen podle § 64 zákona o ochraně přírody a krajiny.²⁵

Na území NP Šumava provozuje hipoturistiku několik jízdáren. Zajímavou myšlenkou je propojení těchto stezek a jejich návaznost na další stezky, vedoucí jinými regiony v České republice i v zahraničí. Toto propojení bude realizováno např. pomocí Evropské koňské stezky, která je nyní ve fázi příprav. Tímto dojde k návaznosti na zahraniční, již fungující trasy. Na Kvildě jsou v přípravě dvě stanice Bohemica Rustica a Chata Kvilda.³⁷

Ukázka jízdárny - Jízdárna Srní

Tato turistická jízdárna organizuje vyjížďky do přírody pro dospělé na koních, dále vyjížďky pro děti s poníkem a výuku základů jízdy na koni. Pracovníci jízdárny samozřejmě koně pro zájemce připraví a zajistí zkušeného jezdeckého instruktora. Zákazníci si vyberou konkrétní cíl, ke kterému je instruktor dovede. Oblíbené trasy vedou např. k Hauswaldské kapli, na Klostermannovu vyhlídku či na Tříjezerní slat'. Vyjížďky s dětmi jsou zajišťovány formou procházky s poníkem na vodítku po stanoveném okruhu. Samozřejmostí je zapůjčení ochranných pomůcek pro jezdce, stejně tak jako pojištění koní i jezdců. Jízdárna Srní poskytuje vyjížďky celoročně.³⁵

Tabulka 6: Ceník Jízdárny Srní

Čas (v hod)	Cena (v Kč)
1	250
1/2	150

Zdroj: Tabulka byla sestavena na základě vlastního zkoumání

Pozn.: Při pravidelném ježdění je cena od páté jízdy 200 Kč/hod.

Evropská koňská stezka

Tato stezka je zatím ve fázi příprav a teprve vzniká. Podrobné informace jsou zatím k dispozici pouze omezeně. Trasy této nově vznikající hipostezky jsou již

vytipovány a probíhá jejich značení. Připravují se mapy a informace pro média. Stezka vzniká za účelem propojení hipostezek po Evropě a možnosti projet na koni Evropou. Trasy vedoucí přes region Šumava budou mít návaznost na trasy vedoucí do Německa a přes jižní Čechy do Rakouska. Tato evropská stezka je podmíněna existencí ubytování pro jezdce a ustájení koní. Hlavní myšlenka spočívá v tom, že jezdci budou mít po určitém úseku jízdy možnost ubytování a občerstvení, spolu s ustájením, napojením a kmením pro koně.³⁰ Mapka této stezky je uvedena v příloze.

Obrázek 14: Hipoturistika v Národním parku Šumava



Zdroj: <http://www.jizdarnasrni.com> [28. 3. 2010]

Splouvání řek

NP Šumava nabízí i pro vyznavače vodní turistiky mnoho zajímavých zážitků a příležitostí, jak si v tomto krásném území vychutnat splouvání řek. Tato aktivita cestovního ruchu se zde dá realizovat na řece Vltavě, Otavě a Vydře. Tuto část turistického ruchu vymezuje článek 5 návštěvního řádu, který říká, že provozování vodních sportů je možné pouze na úsecích vodních toků vyhrazených tímto řádem, přičemž se bere v úvahu roční období, denní doba, stav vody, druh a počet plavidel a stanovení nástupních, výstupních a odpočinkových míst označených za tímto účelem informačními tabulemi. Ve vymezeném úseku Soumarský Most – most u Pěkné vodního toku Vltava je navíc provozování vodních sportů ještě podmíněno registrací.²⁵

Řeka Otava

Řeka Otava je sjízdňná na kanoi, kajaku i raftu. Od jejího vzniku, čili od soutoku Vydry a Křemelné, je Otava velmi dravou řekou, která dosahuje do Rejštejna stupně WW-III. Vodáctví na Otavě je uskutečňováno dvěma druhy. První splouvání je jarní, sportovní. Druhé je pak letní, turistické. Letní turistická Otava může svým výchozím bodem překrývat úsek sportovního pojetí.⁴⁰ Úseky splouvání Otavy jsou uvedeny v příloze.

Obrázek 15: Splouvání řeky Otavy



Zdroj: <http://www.sumavanet.cz> [29. 3. 2010]

Řeka Vydra

V jarních měsících je na této řece možné provozovat rafting. Mnoho vodáků tuto lákavou nabídku využívá k prožití nevšedního zážitku v peřejích šumavské vody.³⁴

Řeka Vltava

Vltava patří k nejčistším a člověkem nejméně ovlivněným řekám v České republice, a proto je často diskutovanou řekou v oblasti splouvání na území NP Šumava. V roce 2009 poprvé spustila Správa NP Šumava internetový registrační systém pro vodáky ohledně splouvání řeky Vltavy. A to proto, že vodní turistika v jedinečném území jako je NP Šumava musí mít svá pravidla, aby se zachovala rovnováha vodního světa.²⁵

Výsledky systému splouvání

V letní sezoně roku 2009 byly optimální podmínky pro splouvání. Pouze ve dvou týdnech celé sezony se nemohlo splouvat.

Za sledované období od 1. května do 31. října 2009 proplulo úsekem Soumarský most - Pěkná celkem 4 408 lodí. Z tohoto počtu bylo registrovaných 1 895, bez registrace, čili v případě nadlimitního stavu hladiny řeky, proplulo 2 513 lodí. Služeb vodáckého průvodce bylo využito celkem v jedenácti případech za účasti pětadvaceti lodí.

Za registrační poplatky bylo vybráno Kč 570 000,-- bezhotovostním způsobem a Kč 190 000, -- bylo placeno hotově. Celkem bylo tedy zapláceno Kč 760 000,--.²³ „Registrovaným se z této částky vrátilo cca Kč 350 000,-- - registrace byla zrušena u 1 431 lodí (z důvodu nadlimitního stavu hladiny řeky), možnosti vlastního zrušení využilo 257 přihlášených. Vybrané finanční prostředky budou investovány do vodácké infrastruktury, např. do oprav nebo úprav nástupních míst pro vodáky.“²⁵

Nově zavedený režim splouvání části Teplé Vltavy se dle Správy Národního parku Šumava osvědčil. „Významně zklidnil celou letní sezónu na řece, zvýšil kvalitu ochrany jejího ekosystému a zlepšil poznávací zážitky hostů NP Šumava na této řece.“²⁵

Inline bruslení

Území NP Šumava nenabízí podmínky pouze pro tradiční sporty, jako jsou lyže, běžky, pěší turistika či kolo. Existují zde také ideální podmínky pro vyznavače inline bruslení, jízdy na kolečkových lyžích, a také pro vyznavače Nordic Blading. V tomto vymezeném území se nachází mnoho inlinových tras a stezek, také se zde jezdí závody v tomto sportu. Samozřejmě, zájemci mohou jezdit i po běžných komunikacích, které nejsou oficiálně uváděny jako stezky pro inlinové bruslení. Kromě těchto cest se zde nabízí velké množství tras s různými stupni obtížnosti, kde se dá provozovat inline bruslení, bruslení na kolečkových lyžích, kombinace inline bruslí a Nordic Walking a v neposlední řadě i Nordic Blading. Vhodné trasy na inline bruslení jsou např. kolem

obce Stožec, Kvilda, Srní či Modrava. I na kolečkách mohou návštěvníci poznávat mnohá zákoutí a krásy šumavských hvozdů. Vybrané trasy pro inlinové bruslení jsou uvedeny v seznamu příloh.

Závody v inline bruslení na území Národního parku Šumava

Návštěvníci si mohou projet také bývalou trasu dnes již zrušeného závodu Patria Direct Inline, který vedl z Horní Vltavice na Kvildu. Tento prestižní a velmi oblíbený závod byl v roce 2009 zrušen a byl nahrazen tzv. Stožeckou bruslí.⁴⁶

Stožecká brusle

V roce 2009 proběhl první ročník těchto veřejných závodů v inline bruslení, tzv. Stožecká brusle. Tento závod je součástí série závodů O₂ InLine CUP. Stožecká brusle zahrnuje tratě v délce jeden, tři, osm a šestnáct kilometrů. Startovními místy jsou Nová Pec, Pěkná a Černý Kříž. Závodí se i na kolečkových lyžích a dále také na inline bruslích spolu s holemi, což jsou závody kategorie Nordic Blading. Specifickou kategorií je také disciplína rodiče na bruslích s kočárky. Obec Stožec podporuje tyto závody i tento druh sportu, a to tak, že přístup obce je velmi kladný a podpora probíhá v rámci možností obce. V přípravě je záměr dalšího rozšíření a hlavně zokruhování trasy.⁴⁴

Obrázek 18: Závodní trať Stožecká brusle



Zdroj: <http://www.skisumava.cz> [1. 4. 2010]

Zimní sporty

I pro provozování zimních sportů jsou na území NP Šumava ideální podmínky. Je upravován systém běžeckých tras, které v zimních měsících vedou po cyklotrasách. V zimní sezóně 2009/2010 byla otevřena šumavská magistrála, kdy je možné na běžkách projet celé pohoří Šumavy. Nově vznikajícím sportem je zde chůze na sněžnicích. Výlety na nich organizuje také Správa NP Šumava, kdy je možné zúčastnit se vycházky na sněžnicích s průvodcem. Tradiční je zde i sjezdové lyžování, které zajišťuje množství lyžařských areálů. Menší absenci zde představuje nedostatek ledových ploch pro bruslení.

Projekty Národního parku Šumava

Průvodci divočinou

Jedná se o provázení zájemců po krajině Národního parku Šumava za doprovodu odborně vyškolených průvodců. „Všichni Průvodci divočinou jsou vyškolení Průvodci krajinou a přírodou Šumavy, kteří absolvovali kurz pořádaný Správou NP a CHKO Šumava a Akademií věd v Českých Budějovicích v letech 2006 - 2007. Za účelem doprovodů návštěvníků národního parku do nejpřísněji chráněných částí národního parku pro ně Správa NP získala výjimku Vlády ČR opravňující je ke vstupu do veřejně nepřístupných území se skupinou v doprovodu. Všechny podmínky jsou pro doprovody dány dopředu a nelze je v průběhu projektu měnit.“²³ Mapka výletů s průvodcem je uvedena v seznamu příloh.

Projekty Vaše Šumava 2008-10

Na tyto roky připravila Správa NP Šumava (oddělení marketingu a PR) několik projektů pro veřejnost s cílem „doprovázet“ těmito tématy obyvatele i návštěvníky Šumavy slovem, obrazem i zážitkem. Projekty byly zaměřeny na tematiku Horská smrčina, Šumavská řeka, Šumavský domov, Zelená Šumava a Zoologický program.²⁵

Nouzová nocoviště v Národním parku Šumava

Jedná se o projekt nazvaný „Přenocuj a jdi dál“, který se veřejnosti představil poprvé v roce 2008, ale úspěšně pokračuje i nadále. „Systém nouzových nocovišť nabízí pomoc turistům, kteří prochází Šumavu především po páteřní, červené turisticky značené trase, vedené v blízkosti státní hranice od Nové Pece až po Železnou Rudu. Vymezený ohraničený prostor je určen pro legální nouzové přespání na území Národního parku Šumava za předem stanovených podmínek.“²³ Na těchto místech lze legálně přespát ve stanu či pod širým nebem, přičemž vymezené plochy slouží pěším turistům. Délka páteřní trasy (Železná Ruda – Zadní Zvonková) je 103 km. Míst pro nouzové přenocování zřídil národní park celkem šest, a to v místech Hůrka u Prášil, Poledník, Modrava, Bučina, Strážný a Nové Údolí. Dle provozního řádu smí být místo využito pouze na jednu noc, v jednom místě může přes noc přespát přibližně 15 lidí, nesmí se zde rozdělovat oheň, zanechávat odpad a je nakázáno dodržovat klid. Nouzová nocoviště slouží k celoročnímu využívání, vždy od 18.00 hod. do 9.00 hod. Strážci parku denně provádějí kontrolu stavu a dodržování provozního řádu těchto kempů. Podobné bivak kempy běžně fungují v jiných evropských národních parcích, např. v parcích ve státech v Norsku nebo Finsku.²³ V České republice se jedná o unikátní projekt, který nemá jinde v naší republice obdoby, NP Šumava je jediným národním parkem, který zavedl síť nouzových přespání na území NP Šumava. Základní vybavení bivak kempu tvoří dvě mobilní WC a dřevěná lavice se stolem. Mapka nouzových nocovišť v NP Šumava je uvedena v seznamu příloh.

Obrázek 19: Směrovka k Nouzovému nocovišti v terénu



Zdroj: www.npsumava.cz [2. 11. 2009]

Projekt Zaparkuj a jdi dál

Tento projekt je novinkou roku 2009 a je alternativou k projektu nouzových nocovišť – Přenocuj a jdi dál. Oba tyto projekty jsou postaveny na myšlence, že

ochrana přírody v NP Šumava nemusí znamenat pro veřejnost pouze zákazy a sankce, ale že může být ochrana přírody dána do souladu s šetrnou turistikou a poznáváním přírodních krás návštěvníky a turisty.

Nedostatek parkovacích míst pro návštěvníky Šumavy a velká poptávka po nich vedla Správu parku k rozhodnutí zřídit více těchto míst a vznikl tak tento přínosný projekt. U parkovacích ploch je osazena informační tabule s důležitými údaji, jako je např. název místa, mapy a tipy na výlet, GPS identifikace a v neposlední řadě důležitá telefonní čísla pro tísňové volání v případě nouze. Tyto parkovací plochy jsou také strategicky umístěny u zastávek Zelených autobusů. Přehled parkovišť v rámci projektu Zaparkuj a jdi dál je uveden v seznamu příloh.²⁵

Revitalizace zámku ve Vimperku

Jedná se o dlouhodobý projekt národního parku. Probíhá zde rozsáhlý záchranný archeologický výzkum. Veřejnost se poprvé v historii zámku může podívat do dosud nepřístupných prostor. Rekonstrukce probíhá již několik let a opravený zámek bude sloužit k informovanosti a prezentaci o ochraně přírody a krajiny v oblasti Šumavy a Bavorska. Tento projekt je nazván „Krajina a lidé Šumavy ve třech tisíciletích“. Prostory zámku budou také sloužit pro kulturní a společenské akce. Celý projekt by měl být kompletně dokončen v roce 2016.²⁵

Krátkodobé projekty pro veřejnost

V průběhu roku Správa NP Šumava pořádá velké množství krátkodobých akcí pro širokou veřejnost. Jedná se např. o činnosti zaměřené na děti (např. Výtvarná přeshraniční soutěž Zelená Šumava), pro umělce (např. Šumava na plátně) a o spoustu dalších zajímavých aktivit.

Divoké srdce Evropy

Projekt Divoké srdce Evropy propojuje NP Šumava a Národní park Bavorský les. Cílem je zachovat přírodní hodnoty unikátního území a zároveň umožnit veřejnosti se s tímto územím, které se dá označit za středoevropský klenot, bezpečně seznámit.

Myšlenka tohoto projektu spočívá v bezpečném poznávání pro návštěvníky, ale i pro přírodu. Exkurze do těchto vzácných lokalit vedou vyškolení průvodci. První exkurze začaly v létě 2008. Divoké srdce Evropy se rozkládá na ploše více než 10 000 ha. Je zde umožněna existence přírody bez přímého ovlivňování člověkem. Staré ekologické zátěže, které se v tomto území nacházejí, např. cesty, které necitlivě narušily vodní režim, budou v rámci tohoto projektu odstraněny. Tento projekt naplňuje základní poslání národních parků a umožňuje zachovat přírodní bohatství i pro další lidské generace. Dále je nadějí, že již nikdy v budoucnosti nebude hranice států a dvou národních parků hranicí mezi různými přístupy péči o šumavskou přírodu.⁵⁵

Speciální program - Trasy pro vozičkáře

Na internetových stránkách si mohou zájemci prohlédnout nabídku tras s klasifikací povrchu a výškového gradientu cest. „Tato nabídka je sestavena tak, aby pomohla a dodala odvahy k návštěvě Šumavy vozičkářům, ale třeba také rodinám s dětskými kočárky.“²⁵ K usnadnění orientace a snadnějšímu výběru míst vytvořila správa parku klasifikační systém, který popisuje kvalitu povrchu a výškový gradient cest. Nabídka tras pro vozičkáře: Rechle - trasa 1, Povydří - trasa 2, Jezerní slat' - trasa 3 Chalupská slat' - trasa 4, Schwarzenberský plavební kanál - trasa 5.²⁵ Ukázka popisu profilu a charakteru trasy je uvedena v seznamu příloh.

6.3.2 Sekundární nabídka

Území NP Šumava disponuje širokou sekundární nabídkou. V oblasti je velké množství ubytovacích a stravovacích zařízení všech kategorií. Ubytovací zařízení jsou reprezentována kempy, penziony, ubytováním v soukromí, apartmány, chatami a chalupami, a také hotely všech kategorií. Některé tyto subjekty vlastní certifikaci Cyklisté vítáni, některé získaly regionální ekologickou certifikaci. Několik subjektů se snaží zavádět nekuřácký trend pro své zákazníky.

Stravovacích zařízení vzniklo v oblasti rovněž velké množství všech kategorií. Jedná se buď o samostatná zařízení či o zařízení přidružená k ubytovacím subjektům.

Dopravní dostupnost oblasti je dobrá, zastoupena autobusovým a vlakovým spojením a sítí veřejných komunikací. Po území parku je zajišťována ekologická přeprava Zelenými autobusy.

Síť informačních center je poměrně hustá, informační centra zřizované správou parku jsou vhodně doplněna obecními a městskými infocentry.

Území parku tedy nabízí návštěvníkům a turistům možnosti sportovního i kulturního vyžití, relaxaci a poznávání po celý rok. Okouzlí je v každém ročním období. Letní sezóna nabízí nepřeborné možnosti aktivit a vyžití, pěší a cyklo turistikou začínaje a přes objevování šumavských zákoutí z koňského hřbetu pomocí hipoturistiky a např. přes aktivity, na které se zaměřují klidnější povahy turistů, jako je rybaření a houbaření a konče netradičními a adrenalinovými sporty, jako je např. rafting, inline bruslení a nordic walking. Zimní sezóna tradičně nabídne sjezdové lyžování, běžecké tratě, bruslení a nově chůzi na sněžnicích či snowtubing.

Mezi hlavními sezónami, čili na jaře a na podzim má národní park svým návštěvníkům také co nabídnout. Podzim uchvátí turisty svými barvami a nabídne netradiční pohledy na zabarvené lesy, stráně a kopce. Jaro přichází do parku později, vzhledem ke klimatickým podmínkám, čímž se prodlužuje lyžařská a běžecká sezóna. Poznávání přírodních a kulturních památek, stejně tak jako relaxační a wellness vyžití nabízí území NP Šumava celoročně. Pestrá nabídka možností vyžití v každém období během roku je velmi výhodná, v tomto regionu je vyloučena sezónnost.

Území NP Šumava je proto velmi vyhledávaným regionem a významným územím v oblasti cestovního ruchu. „Cestovní ruch je dynamicky se rozvíjející aktivitou, která se od devadesátých let rozhodujícím způsobem podílí na ekonomickém rozvoji Šumavy. Ukazuje se, že i do budoucna má celé území velký turistický potenciál.“ [10, strana 5]

7 Regionální značení služeb ŠUMAVA - originální produkt[®]

Ekologická certifikace vznikla na Šumavě původně pro značení pravých šumavských výrobků, ale dnes se pomocí této značky certifikují s velkým zájmem také služby, a to dva významné produkty cestovního ruchu, ubytovací služby a stravovací služby. Tento proces, zaměřený na ekologickou certifikaci zmíněných služeb se na Šumavě úspěšně rozvíjí. Certifikace je zaváděna pod označením ŠUMAVA - originální produkt[®]. Jedná se o regionální ekoznačku, kterou uděluje Regionální rozvojová agentura Šumava. Do ubytovacích subjektů, které mohou tuto certifikaci získat patří všechny kategorie těchto zařízení. Značku mohou tedy získat nejen hotely a pensiony, ale také ubytování v soukromí či kempy. První zasedání Certifikační komise pro značení služeb na Šumavě se konalo dne 12. srpna 2008, kde byly uděleny první tři certifikáty ubytovacím zařízením.³¹

Projekt vznikl za finanční podpory Ministerstva životního prostředí v rámci grantového řízení, dále byl spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR. Značení a certifikace služeb byla zavedena také jako součást projektu Tourism for Nature, který je financován ze zdrojů GEF.³¹

Tato ekologická certifikace prostřednictvím značky ŠUMAVA - originální produkt[®] je jediná v České republice, její obdoba, aplikovaná na služby v cestovním ruchu, se nevyskytuje v žádném jiném regionu České republiky.

Obrázek 20: Logo ekologické certifikace



Zdroj: www.regionalni-znacky.cz [25. 2. 2010]

7.1 Regionální rozvojová agentura Šumava

Regionální rozvojová agentura Šumava, o.p.s. (dále jen „RRA Šumava“) zajišťuje a koordinuje celý systém značení ekologické certifikace ŠUMAVA - originální produkt[®] ve vymezeném území, tedy v regionu Šumava. Tato agentura má právo poskytovat značku a zodpovídá za udílení a odejímání práv k užívání značky poskytovatelům služeb, zajišťuje komunikaci a poskytování informací uživatelům značky a novým zájemcům. Dále zveřejňuje aktuální znění pravidel a kritérií pro udělování značky, a také seznam udělených a odejmutých certifikátů. Dohlíží na kontrolu plnění zásad pro udělování a užívání značky a certifikačních kritérií. Spolu s Asociací regionálních značek, o. s. zajišťuje propagaci značky a vyhledává finanční zdroje pro fungování systému značení. V neposlední řadě se stará o koordinaci společných aktivit uživatelů.³¹

Sídlo agentury:

Regionální rozvojová agentura Šumava, o.p.s. (RRA Šumava)

Stachy 422

384 73 STACHY

Webová stránka: www.rras.cz

Telefonní spojení: 380 120 263

7.2 Kritéria certifikace a udělování značky

Značka ŠUMAVA - originální produkt[®] garantuje, že zařízení, které ji užívá, prošlo přísným procesem certifikace. Tato certifikace je udělována na základě žádosti o značku, kterou žádající poskytovatel služeb předkládá koordinátorovi značky, kterým je RRA Šumava. Základní podmínkou udělení certifikátu je místní původ hodnoceného zařízení, což znamená, že se zařízení nachází na území regionu Šumava. Aby provozovatel získal tuto ekologickou značku, musí splnit certifikační kritéria pro ubytovací a stravovací služby. Držitelem certifikátu může být právnická i fyzická osoba.

Pokud žadatel o značku provozuje ubytovací zařízení zároveň s restaurací, musí splnit certifikační kritéria pro ubytování i stravování. Pro subjekty, které získaly tuto značku plyne z jejího užívání povinnost přispívat k dobrému jménu regionu, což je zajišťováno zejména prostřednictvím tří kritérií – kritérium kvality, kritérium šetrnosti a kritérium jedinečnosti.³¹

Kritérium kvality

Splnění kritéria kvality znamená povinnost poskytovat kvalitní služby svým zákazníkům nejen z hlediska plnění zákonných předpisů, ale také i z hlediska maximální spokojenosti zákazníků. Neméně důležitým hlediskem je zde také vstřícnost pro zahraniční hosty, což předpokládá především jazykovou vybavenost personálu na úrovni odpovídající charakteru daného ubytovacího či stravovacího zařízení. Základní informace jako jsou např. ceny ubytování nebo jídelní lístek musí být k dispozici v německém jazyce. Při hodnocení plnění kritéria kvality je také zkoumáno, zda odpovídá deklarovaný standard či kategorie zařízení skutečné nabídce a nedochází ke klamání zákazníka, čili ke střetu propagace s realitou.³¹

Kritérium šetrnosti

Při užívání ekoznačky ŠUMAVA - originální produkt[®] je velmi důležitým požadavkem, na který je kladen zvláštní důraz a který je kontrolován šetrný přístup k životnímu prostředí, ekologický provoz a sounáležitost s regionem Šumava.³¹

Kritérium jedinečnosti

Posledním, neméně důležitým kritériem je dle certifikace kritérium jedinečnosti a jedinečný vztah k Šumavě. To znamená, že provozovatel zařízení poskytuje svým hostům aktuální informace o regionu a budova zařízení nenarušuje krajinný ráz. Držitel certifikace může také naplnit toto kritérium i dalšími způsoby. Může přispívat k zachování místních tradic, což přináší zatraktivnění oblasti a oživení cestovního ruchu v regionu, nabízet vlastní doprovodné aktivity tématicky zaměřené na region Šumava, dále může podporovat výrobky certifikované stejnou ekoznačkou ŠUMAVA -

originální produkt[®] a podporovat socioekonomický rozvoj regionu. Další způsob plnění kritéria jedinečnosti může spočívat v umístění sídla provozovatele v regionu, ochrana životního prostředí Šumavy pomocí ekologického způsobu vytápění, dále je možná nabídka dětského koutku či bezbariérový přístup do zařízení. Zajištění jedinečnosti může také přinášet nadstandardní kvalita poskytovaných služeb či dobré reprezentování Šumavy. U stravovacích zařízení je kritérium jedinečnosti naplňováno v rámci nabídky minimálně tří druhů starošumavských pokrmů po celou dobu, kdy je zařízení otevřeno pro veřejnost.

V certifikovaných ubytovacích i stravovacích zařízeních musí mít zákazník trvale přístup k aktuálním informacím v tištěné podobě o regionu, turistických aktivitách, možnostech trávení volného času, dále musí být informován o možnostech využití veřejné dopravy v daném místě a o značce ŠUMAVA - originální produkt[®]. Počet těchto výtisků musí být návštěvníkům k dispozici v přiměřeném počtu vzhledem ke kapacitě zařízení. Provozovatel je také povinný nabízet pestré doplňkové aktivity, samozřejmostí je vstřícný personál.

Splnění všech těchto kritérií hodnotí u každého ubytovacího a stravovacího subjektu nezávislá Certifikační komise, kterou tvoří samotní poskytovatelé služeb ve vymezeném regionu a další místní zástupci, jako je např. RRA Šumava, ARZ, Správa NP a CHKO Šumava, Hospodářská komora a další. Právo užívat značku ŠUMAVA - originální produkt[®] a výhody plynoucí z tohoto držení podnikatel získává formou certifikátu a smlouvy s RRA Šumava na 2 roky. Po uplynutí této lhůty může být platnost certifikátu po přezkoumání Certifikační komisí prodloužena.²⁹

7.3 Cíle ekologické certifikace služeb

Hlavním cílem značení služeb ekologickou značkou ŠUMAVA - originální produkt[®] je zviditelnit region Šumavy a území chráněné soustavou Natura 2000, využít jeho socioekonomických výhod a pomoci místním podnikatelům, kteří v tomto vymezeném území poskytují své služby šetrně, tradičně a v souladu se zájmy ochrany přírody. Certifikovaná zařízení tak získávají prostřednictvím této ekoznačky hlavně

kvalitní propagaci a marketingový nástroj. Rovněž je oceněno jejich úsilí podnikat citlivě v chráněném území šumavského regionu.³¹

Tato ekoznačka usnadňuje orientaci návštěvníkům šumavského regionu, kteří vyhledávají kvalitní služby ubytovacích a stravovacích zařízení a chtějí přispět k socioekonomickému rozvoji regionu v souladu s ochranou životního prostředí. Značení tedy pomáhá zákazníkům lépe identifikovat poskytovatele ubytovacích a stravovacích služeb, kteří přispívají k trvale udržitelnému rozvoji Šumavy v souladu s rozvojem cestovního ruchu v regionu. Zajišťuje vysokou kvalitu poskytovaných služeb, ale zároveň také ochranu životního prostředí v místě působení držitele certifikace. Značka byla vytvořena v rámci projektu „Natura 2000 – Lidé přírodě, příroda lidem“. Projekt je financován Evropskou komisí, DG Environment a funguje jako součást systému regionálních značek.³¹

Neméně důležitým cílem značky je přispět k udržitelnému cestovnímu ruchu. Tato udržitelnost je podporována zkvalitněním rekreačních zážitků turistů díky tomu, že získaná certifikace garantuje původ služby v regionu, šetrnost k životnímu prostředí, kvalitu a přímou návaznost na dané území.

Značení služeb ekologickou certifikací ŠUMAVA - originální produkt[®] v regionu Šumava je jednou z možností, jak lze spojit ochranu přírody a zachování přírodního dědictví s ekonomickou činností člověka. Tato ekoznačka je důkazem, že lze i v chráněných oblastech provozovat prosperující cestovní ruch, aniž by docházelo k narušování přírodních struktur. Značka získává na významu díky výjimečnosti Šumavy jakožto území se zachovalou přírodou, která je součástí národního parku a také soustavy Natura 2000. Dle současných trendů cestovního ruchu v Evropě turisté požadují více než pouhé ubytování a stravování. Vyhledávají doplňkové a něčím zajímavé služby, chtějí navštívený region skutečně poznat. V západoevropských zemích je běžné, že se turisté orientují podle regionálních značek, značek kvality či ekologických značek.

Poskytovatelům certifikovaných služeb ve sledovaném regionu certifikace ŠUMAVA - originální produkt[®] především přináší konkurenční výhodu a zvýšení poptávky, propagaci a reklamu, pocit sounáležitosti s regionem a vzájemnou spolupráci.

Zavedení těchto značek znamená velký posun kupředu. Provozovatelé těchto zařízení si začínají uvědomovat jejich odpovědnost i k životnímu prostředí a snaží se být šetrní se svým provozem. Nejsou pro ně důležité už jen zisky, ale také ekologie a zachování přírodního bohatství. Toto bohatství s sebou také samozřejmě nese rozvoj cestovního ruchu. Jestliže ho provozovatelé zničí, prostředí přestane být pro turisty atraktivním.

8 Marketingové šetření

Pro marketingové šetření bylo použito dotazníkové šetření a řízené rozhovory. Na základě zhodnocení rozhovorů a vyhodnocení dotazníkového šetření byly stanoveny závěry a výstupy. Na základě těchto výstupů a poznatků a také vlastního zkoumání byly stanoveny nové návrhy a řešení zkoumané problematiky.

8.1 Řízený rozhovor s Národním parkem Šumava

Šetření s NP Šumava proběhlo na základě řízeného rozhovoru s projektovým manažerem z oddělení řízení projektů Správy NP Šumava. Část šetření, věnující se Zeleným autobusům, pak byla konzultována s odborným referentem, který projekt ekologických autobusů koordinuje. Na základě tohoto řízeného rozhovoru byly stanoveny nové návrhy.

1. Jsou i na rok 2010 připraveny některé projekty, jako tomu bylo např. v roce 2008 (projekt Zelená Šumava, Šumavská řeka) nebo v roce 2009 (Zaparkuj a jdi dál)?

Ano, i na rok 2010 připravuje Správa NP Šumava projekty pro širokou veřejnost. Stávající programy budou pokračovat a budou rozšířeny. Kromě těchto stávajících programů budou vznikat i nové programy. Plánuje se posílení propagace šumavské divočiny a jejího projektu Divoké srdce Evropy a Průvodci divočinou.

Správa parku také usiluje o začlenění do mezinárodní sítě PAM parků (národní parky s rozlohou 20 000 ha bezzásahových území, poznámka autorky).

Zpřístupní Správa Národního parku Šumava i některé klidové zóny tak, jak se o tom v posledních měsících vedou četné diskuse?

Ano, Správa NP Šumava se chystá zpřístupnit veřejnosti některé klidové zóny a některá klidová území. Jedná se o nové projekty, které budou vznikat v průběhu roku 2010 i dalších let.

2. *Sestavuje Správa Národního parku Šumava tyto projekty v souladu s rozvojem cestovního ruchu na území Národního parku Šumava?*

Koncept trvale udržitelného rozvoje se zde teprve začíná utvářet, vlastní koncept se teprve připravuje.

3. *Spolupracuje Správa Národního parku Šumava s dalšími subjekty v rámci rozvoje cestovního ruchu? Pokud ano, s jakými a jakými způsobem?*

Ano, Správa NP Šumava spolupracuje s dalšími subjekty. Jedná se o spolupráci s oběma kraji, tedy s Jihočeským a Plzeňským krajem. Dále jde o spolupráci s bývalými okresními městy. Velký význam má spolupráce s Regionální rozvojovou agenturou Šumava, o. p. s. sídlící ve Stachách.

Park má i své partnery. Těmi jsou komerční subjekty, které podporují myšlenky národního parku. Tyto osoby jsou školené, dostávají informační a publikační materiály a tiskoviny. V této síti partnerů parku jsou zahrnuti poskytovatelé ubytovacích a stravovacích služeb.

4. *Je Občasník Nová Šumava doručován i do některých subjektů cestovního ruchu (např. hotely, penziony, informační centra)? Pokud ne, z jakých důvodů?*

Cíleně ne, cíleně jsou doručovány pouze na adresu obyvatelům vymezeného území a územním pracovištím a komerčním partnerům.

5. *Existuje zpětná vazba mezi čtenáři těchto novin a Správou Národního parku Šumava?*

U Občasníku Nová Šumava zpětná vazba není, ale u časopisu Šumava ano. Zde jsou to často subjekty, které jsou v tomto časopise zahrnuty.

6. Monitoruje Správa Národního parku Šumava počet návštěvníků na území Národního parku Šumava? Pokud ano, jakým způsobem?

Ano, k tomuto monitoringu na území parku dochází. Samotná správa parku monitoruje nejnavštěvovanější a vytipovaná místa, a to pomocí pracovníků informační a strážní služby a pomocí statistik, vedených muzei a informačními centry. Na monitoringu návštěvnosti vymezeného území se podílí také Karlova univerzita. Ta první dva týdny v měsíci srpnu na vybraných místech provádí výzkum návštěvnosti území. Tato sledovanost návštěvníků je v Národním parku Šumava prováděna již deset let.

Pomocí těchto výsledků bylo také zjištěno, že průměrná délka pobytu turistů na území Národního parku Šumava činí 2 až 3 dny.

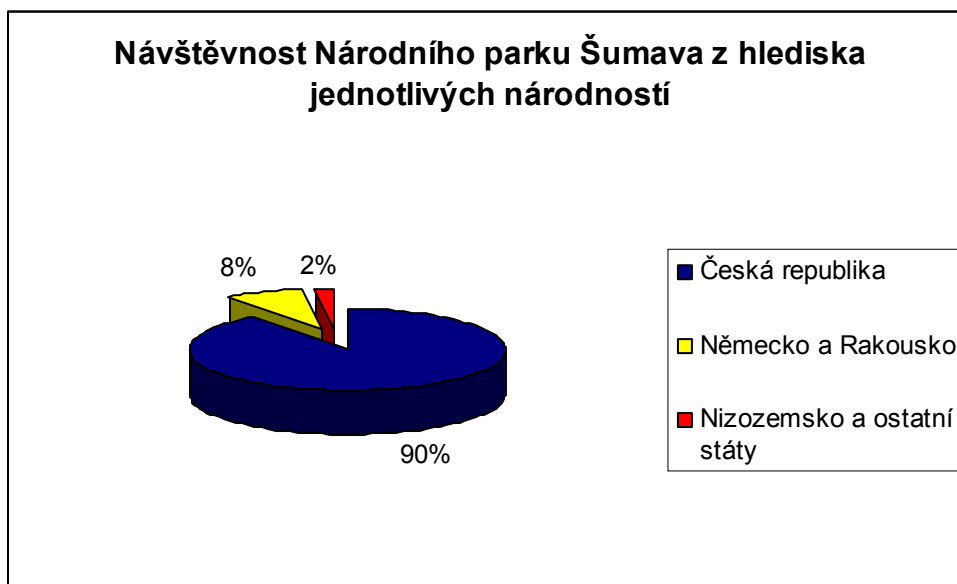
7. Zvýšily programy jako např. Zaparkuj a jdi dál, Přenocuj a jdi dál, Průvodci divočinou apod. návštěvnost Národního parku Šumava?

Zavedení programu Přenocuj a jdi dál mělo za následek přilákání nové cílové skupiny do území národního parku. Dříve nebylo možné na tomto území přenocovat ve volné přírodě, takže tu samozřejmě nikdo nepřespával, dnes je toto díky systému nouzových nocovišť možné. Díky této možnosti přišli do oblasti i vyznavači putování jen s batohem a přespání ve volné přírodě. Před zavedením tohoto programu zde samozřejmě nikdo legálně nemohl přespát. V Evropě je toto zavedení nocovišť na území národního parku výjimečné, Národní park Šumava je jedním z prvních parků, který toto zavedl, čímž se velmi zvýšila jeho atraktivnost. Je to nová možnost pro turisty, která je postavena na roveň mezinárodním podmínkám.

8. Jaký podíl z celkového počtu návštěvníků tvoří zahraniční turisté a z jakých zemí do Národního parku Šumava nejčastěji přijíždějí?

Dle statistik Národního parku Šumava tvoří 90 % návštěvníků čeští turisté, 8 % pak návštěvníci ze sousedních států, což jsou Němci, Rakušané a ve zbylých 2 % jsou zahrnuti nizozemští turisté a turisté z ostatních zemí, kteří mají minimální podíl na návštěvnosti.

Graf 1: Návštěvnost NP Šumava z hlediska jednotlivých národností



Zdroj: Marketingové šetření

9. Je propagován Národní park Šumava v zahraničí a příp. jakým způsobem?

Na veletrzích NP Šumava propagován není, ale jiné subjekty toto zprostředkovávají. Propagace je zajištěna informačními a propagačními materiály v cizích jazycích. Propagace také probíhá v rámci ostatních národních parků a rezervací, kdy dochází k výměně propagačních a informačních materiálů a tiskovin.

10. Bude i v roce 2010 (případně i v dalších letech) pokračovat projekt Průvodce Tetřevím domovem? Bude udělena výjimka vlády i nadále? Na jakém základě je tato výjimka udělována?

V době rozhovoru (začátek listopadu 2009) vše nasvědčovalo, že ano, že výjimka bude udělena i nadále a projekt bude moci pokračovat. Byli již smluvně sjednaní a zajištění průvodci pro tento projekt.

11. Jsou tzv. Zelené autobusy plně vytíženy nebo dávají turisté přednost svým automobilům? Je pro Národní park Šumava zavedení těchto ekologických autobusů efektivní?

Ano, Zelené autobusy jsou plně vytíženy. Jsou také konkurencí pro ostatní provoz, mimo jiné i tím, že jezdí i tam, kam je provoz pro automobilová vozidla zakázán.

Tabulka 7: Počet přepravených osob Zelenými autobusy v letech 2008-2009

Rok	Počet přepravených osob
2008	99 000
2009	135 900

Zdroj: Marketingové šetření

Z tabulky je patrný 40% meziroční nárůst přepravených osob. V roce 2009 bylo těmito autobusy navíc přepraveno 11 000 kol.

12. Jezdí ekologické autobusy i v zimní sezóně (např. přeprava běžkařů)? Pokud ne, proč tomu tak je?

Ekologické autobusy v zimní sezóně nejezdí, jezdí pouze v letní sezóně. Tato sezónnost vyplývá z poptávky po této přepravě. V letní sezóně je poptávka velká, autobusy plně vytíženy a využívány, dochází k pokrytí nákladů. Zimní měsíce jsou ale opakem. Poptávka je minimální, tudíž by byl provoz neefektivní a ztrátový, nedošlo by ani k pokrytí vynaložených nákladů. Přeprava sjezdových lyžařů je zajišťována vozy samotných středisek, kam lyžaři míří. Běžkaři nemají o tuto přepravu zájem, nemají totiž zájem se přepravovat přes celý park či větší nebo jednotlivé úseky. Navíc využívají vlaky, vlastní automobily, anebo bílou stopu.

13. Funguje systém Zaparkuj a jdi dál jen v letní sezóně nebo je v provozu i v zimních měsících? Jsou parkoviště udržována i v těchto měsících?

Tento program funguje i v zimních měsících, pokud je to technicky možné. Parkoviště jsou udržována v rámci těchto technických podmínek, které jsou ovlivněny množstvím sněhu a dostupností. Správa parku se však snaží o jejich maximální

udržování a provoz i v zimní sezóně. Parkoviště jsou udržována pomocí sněhové frézy, jiné úpravy zde nejsou možné. Přednostně jsou upravována parkoviště, kde jsou východiska zimních tras.

14. Uvítala by Správa Národního parku Šumava zavedení ekologické certifikace pro ubytovací a stravovací subjekty, které na území parku působí a které podnikají v tomto chráněném území plném vzácných ekosystémů a zachovalých přírodních hodnot?

Správa NáP Šumava samozřejmě zavedení ekologické certifikace vítá. V tomto území se začíná rozšiřovat ekologická certifikace služeb ŠUMAVA - originální produkt[®].

Této problematice byla věnována samostatná kapitola 7 Ekologická certifikace ubytovacích a stravovacích zařízení na území NPŠ - Regionální značení služeb ŠUMAVA - originální produkt[®]. Dále probíhalo samostatné šetření na toto téma, viz. dále.

15. Byl již zřízen post Architekta Šumavy? Bude se tato oblast týkat i rekreačních zařízení a jakým způsobem se jich dotkne?

V době rozhovoru (začátek listopadu 2009) tento post dosud neexistoval. Vzhledem k této skutečnosti nelze říci konkrétní představy a oblasti působení případného architekta.

Zhodnocení řízeného rozhovoru s Národním parkem Šumava

Díky tomuto rozhovoru byly získány cenné poznatky a informace, které Správa NP Šumava neuvádí ve svých veřejně dostupných publikacích. Tyto poznatky vedly k následujícím závěrům:

Správa NP Šumava neustále připravuje mnohé projekty a programy pro širokou návštěvnickou veřejnost. Ani rok 2010 nebude výjimkou, v přípravě jsou nové projekty za účelem přilákání návštěvníků a zvýšení atraktivity tohoto území. Cílem těchto projektů je také propagace šumavské přírody a činnosti národního parku. Stávající

programy a projekty budou i v nadcházejícím roce pokračovat a dojde k jejich rozšíření a inovaci. Správa parku nejvíce plánuje zvýšení propagace šumavské divočiny a projektu Divoké srdce Evropy, kam jsou zahrnuti i Průvodci divočinou.

Neustálé rozšiřování a zavádění programů a projektů pro veřejnost je velmi přínosné pro rozvoj cestovního ruchu ve vymezeném území. Správa parku tímto rozšiřuje nabídku cestovního ruchu v této oblasti. Návštěvníci mají možnost přijít do míst, která představují nejzachovalejší přírodní dědictví. Správa parku pečuje o své návštěvníky, což je velký posun vpřed. Zřizuje jim parkoviště, ekologické autobusy, nabízí pozorování divoké zvěře i telemetrii zvířat, jako jeden z mála parků Evropy zavedl systém nouzových nocovišť... Dle vlastního zkoumání a na základě řízeného rozhovoru bylo zjištěno, že správa parku velmi dbá o rozvoj cestovního ruchu v jejím území. Samozřejmě je tento rozvoj uváděn do souladu se zachováním přírodních hodnot a ochranou přírody. I přes to, že správa parku dbá na ochranu přírody a zároveň se snaží o rozvoj cestovního ruchu, koncept trvale udržitelného rozvoje zde zatím však neexistuje, teprve se začíná utvářet. Tento koncept je pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu v oblasti velmi důležitý.

Rozvoj cestovního ruchu v této oblasti představuje příležitosti i pro místní podnikatele a příviv finančních prostředků do oblasti.

Snahy o mezinárodní začlenění NP Šumava také zvyšují atraktivitu tohoto území. Tyto snahy byly již oceněny certifikátem kvality *Transboundary Parks – following nature's design*, který NPŠ získal roku 2009.

Významná je také spolupráce NP Šumava s ostatními subjekty a partnery. Park není izolován a dochází k jeho propagaci a zviditelnění. S RRA Šumava spoluvytváří rozvojový koncept udržitelného cestovního ruchu na Šumavě.

Ze šetření bylo také zjištěno, že návštěvníci území NP Šumava nemají velkou příležitost setkat se s občasníkem Nová Šumava. Občasník není cíleně doručován do míst pobytu návštěvníků. V tomto přístupu byla nalezena mezera. Samozřejmostí je doručení místním obyvatelům, ale tyto noviny jsou určeny i pro návštěvníky tohoto území. Některé pasáže, např. o nových programech parku je mohou dokonce zaujmout

více než místní obyvatelé, kteří v této oblasti žijí, tudíž nemají takovou potřebu ji poznávat a účastnit se těchto programů. Turisté by měli mít možnost získání tohoto informačního a publikačního občasníku. Výhodné by bylo jeho umístění do informačních center, nejen terénních, zřizovaných správou parku, ale noviny by měly být doručovány i do obecních informačních center tak, jako tam jsou doručovány jiné propagační a informační materiály parku. Samozřejmě by mělo být také zapojení ubytovacích subjektů do tohoto programu. Návštěvníci by měli mít možnost přístupu k těmto novinám tak, jako k ostatním propagačním materiálům. Občasník Nová Šumava totiž poskytuje velmi zajímavé a cenné informace, které návštěvníci využijí stejně či více než rezidenti.

Správa NP Šumava samozřejmě monitoruje počet návštěvníků na jejím území. Toto je důležité ke zhodnocení efektivnosti projektů a programů pro veřejnost. Ukazatel je také důležitý k vyhodnocení vlivu návštěvnosti na zachování přírody. Díky tomuto monitorování bylo mimo jiné zjištěno, že na území je v průměru uskutečňován krátkodobý cestovní ruch, který je realizován návštěvníky, nikoli výletníky.

Další otázky řízeného rozhovoru byly zaměřeny na vybrané projekty či programy, které správa parku zavádí pro širokou návštěvnickou veřejnost. Byly vybrány projekty, které představují jedinečnou nabídku či mají značný vliv na cestovní ruch ve vymezeném území.

Zvýšení nabídky cestovního ruchu vyvolal program Přenocuj a jdi dál. Tento jedinečný program přitáhl do území novou cílovou skupinu. Lidé, kteří prochází místy pouze s batohem a jsou vyznavači přespávání ve volné přírodě zde teď nacházejí nové možnosti. Spaní ve volné přírodě sice nepřináší finanční prostředky ubytovacím subjektům, ale jisté finance do oblasti od těchto turistů proudí. Program Přenocuj a jdi dál je unikátní tím, že v České republice nemá obdoby a ani v Evropě se tato nocoviště téměř nevyskytují. NP Šumava je tedy jedním z prvních parků, který tuto možnost nabízí, a to i v rámci evropských rozměrů. Tím samozřejmě atraktivnost parku ještě stoupá. Tento systém nouzových nocovišť byl zaveden po vzoru amerických národních parků, kde je toto spaní ve volné přírodě běžně umožněno. NP Šumava se tímto zařadil

mezi tyto parky a zvýšil tím svou nabídku pro cestovní ruch, což mělo za následek přilákání více návštěvníků do tohoto území.

Projekt Průvodce Tetřevím domovem je také zajímavým činem správy parku. Tento projekt je ale uskutečňován na základě udělení výjimky Vlády České republiky, jelikož je realizován ve zvláště chráněném území. Tato nabídka cestovního ruchu je tedy striktně ovlivněna rozhodnutím vlády a ochranou přírody. Toto je oblast, kde se velmi těsně projevuje křehký vztah rozvoje cestovního ruchu na území národního parku a ochrana přírody.

Projekt Zelené autobusy spouští správa parku v letní sezóně. V této době jsou maximálně využívány a provoz je efektivní. Tato nabídka cestovního ruchu představuje také konkurenci ostatním dopravním službám. Turisté se pomocí těchto autobusů mohou dopravit i do míst, kam je běžný provoz zakázán. V zimní sezóně nejezdí, provoz by nebyl efektivní a byl by ztrátový. Tato sezónnost vyplývá z poptávky po této přepravě.

Dalším výhodným projektem pro turisty je projekt Zaparkuj a jdi dál. Otázkou zkoumání bylo, zda tento projekt funguje i v zimní sezóně, zda jsou parkoviště v provozu i v zimních měsících. Ze šetření vyplynulo, že i zde se správa parku snaží zajistit turistům a návštěvníkům kvalitní služby. I v zimních měsících, kdy jsou parkoviště pod silnou vrstvou sněhu je možné tato parkoviště využít, pokud to technický stav odklizení sněhu dovolí. Přednostně jsou samozřejmě upravována parkoviště, která jsou východisky zimních tras.

Návštěvnost území je zajištěna především domácími turisty (90 %). Zbytek je uskutečňován v rámci aktivního zahraničního cestovního ruchu.

Na propagaci parku klade správa velký důraz. Cílem je poskytnout široké návštěvnické i odborné veřejnosti všeobecné i tématické informace o území, turistických aktivitách, historii i ochraně přírody. Tato propagace je zajištěna pomocí propagačních a informačních tiskovin, webových stránek a spolupráce s partnery či ostatními subjekty. Publikační činnost Správa NP Šumava každoročně zpracovává pomocí edičního plánu. Propagace parku v zahraničí je zajištěna informačními

a propagačními materiály, které jsou překládány do anglického a německého jazyka. Na zahraničních veletrzích si park propagaci nezajišťuje, dochází ke zprostředkování jinými subjekty. Zviditelnění také probíhá v rámci ostatních národních parků a rezervací, kdy dochází k výměně propagačních a informačních materiálů a tiskovin.

V rozhovoru byla také konzultována otázka ekologické certifikace ubytovacích a stravovacích služeb ve sledovaném území. Tato problematika bude uvedena dále.

Zkoumána byla také otázka zavedení postu tzv. Architekta Šumavy. Tato otázka je diskutována již po mnoho měsíců a stále nebylo nalezeno řešení a tento post dosud nebyl zřízen. Celá Šumava, území parku nevyjímaje, je v současné době ohrožována nevhodnými stavbami, které zcela narušují krajinný ráz a do místní přírody se nehodí. Investoři skupují pozemky a realizují stavby těchto budov. Starostové šumavských obcí i správa parku vyžadují zastavení této skutečnosti zavedením postu Architekta Šumavy. Tato skutečnost by zasáhla i do oblasti cestovního ruchu, kdy by výstavba nových rekreačních zařízení, ubytovacích a stravovacích objektů a jiných objektů cestovního ruchu byla ovlivněna podmínkami, které by vyplynuly právě z působení Architekta Šumavy. Nemohlo by docházet ke stavbám sice luxusních, ale do šumavského prostředí se nehodících komplexů. Toto by v konečném důsledku mělo vliv i na účastníky cestovního ruchu, kdy se nadále mohou těšit z typické šumavské architektury a nejsou znechuceni nevhodnými se stavbami tak, jako je tomu v jiných regionech České republiky.

8.2. Dotazníkové šetření s ubytovacími a stravovacími subjekty

Dotazníkové šetření probíhalo u ubytovacích a stravovacích subjektů působících ve vymezeném území. Cílem bylo zjištění stavu rozšíření ekologické certifikace na tyto subjekty a zda je o tuto certifikaci ze strany těchto subjektů cestovního ruchu zájem. Pokud zájem nebyl, bylo předmětem zkoumání proč je tomu tak. Šetření bylo zaměřeno na ekologickou certifikaci služeb cestovního ruchu z důvodu, že provozovatelé těchto subjektů podnikají v chráněných oblastech a oblastech s velkým přírodním bohatstvím. Tyto subjekty mohou být největšími a zároveň i nejmenšími přispěvateli ke znečištění těchto oblastí. Navíc ekologická certifikace služeb cestovního ruchu nemá

na území České republiky obdoby, je zavedena pouze zatím jen v regionu Šumava.

Šetření probíhalo ve dvou směrech, u subjektů se zavedenou ekologickou certifikací a u subjektů bez této certifikace. Bylo rozdáno 102 dotazníků subjektům bez certifikace a 18 dotazníků subjektům s certifikací. Subjektů se zavedenou certifikací je v současné době zatím pouze 18, takže nemohlo být rozdáno dotazníků více a byla oslovena všechna tato zařízení. Avšak u těchto subjektů se zavedenou certifikací se ukázala lhostejnost a neochota při spolupráci a zjišťování výchozích údajů, proto nemohlo být toto šetření zařazeno jako směrodatné. návratnost dotazníků subjektům bez certifikace byla nadpoloviční, navráčeno bylo 73 dotazníků. Dotazníky byly zasílány elektronickou formou pomocí e-mailu, některá zařízení byla navštívena osobně. Osobní návštěva všech těchto 102 subjektů byla téměř nemožná, v některých případech o ni subjekty ani neměly zájem a vyžadovaly zaslání dotazníku e-mailem z důvodu úspory času a většího pohodlí. Proto byla ve většině případů zvolena právě elektronická forma zasílání dotazníků. Na základě dotazníkového šetření byly stanoveny návrhy dalšího rozvoje a řešení zkoumané problematiky. Dotazník pro ubytovací subjekty bez ekologické certifikace a dotazník pro ubytovací subjekty s ekologickou certifikací je uveden v seznamu příloh.

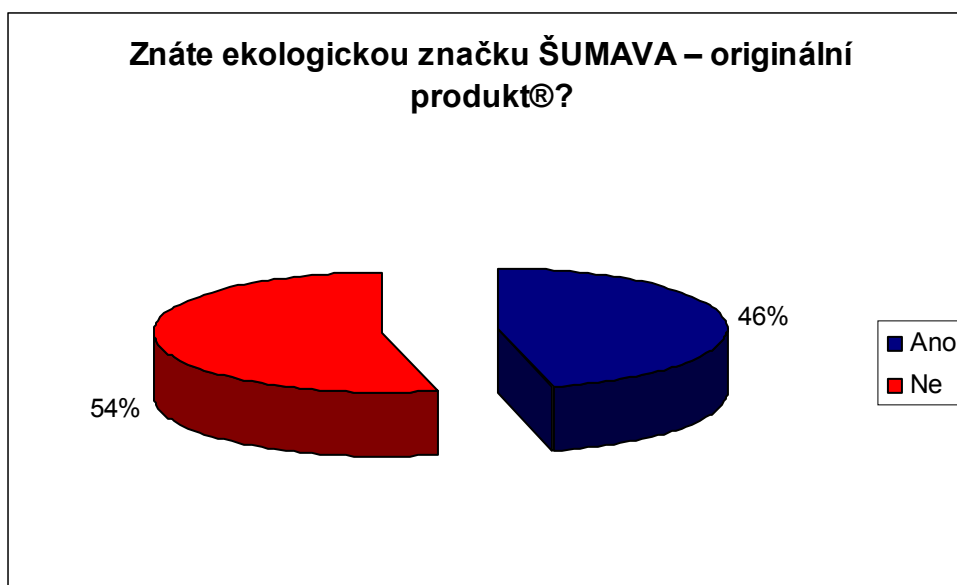
Vyhodnocení dotazníkového šetření

Dotazník 1: Dotazník pro ubytovací a stravovací subjekty bez ekologické certifikace

1. Část, věnující se ekologické certifikaci ŠUMAVA – originální produkt[®]

1. Znáte ekologickou značku ŠUMAVA – originální produkt[®], víte o jakou značku se jedná?

Graf 2: Povědomí ubytovacích a stravovacích subjektů o ekologické certifikaci ŠUMAVA – originální produkt[®]

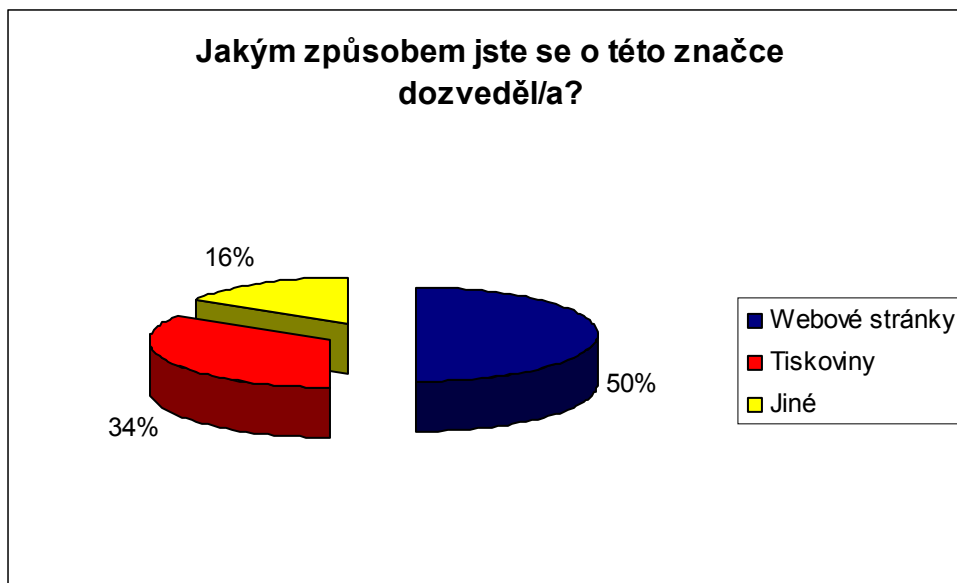


Zdroj: Dotazníkové šetření

Z vyhodnocení výsledků vyplynulo, že poskytovatelé ubytovacích a stravovacích služeb na území NP Šumava mají v průměru povědomí o existenci ekologické certifikace na Šumavě prostřednictvím značky ŠUMAVA – originální produkt[®]. Výsledky nejsou znepokojující, ale povědomí o této značce u těchto subjektů by se mohlo zvýšit. Z osobního zkoumání vyplynulo, že poskytovatelé těchto služeb i zákazníci těchto zařízení nemají příliš velké možnosti se s touto značkou setkat, pokud nejsou přímo vyznavači ekologické certifikace či bio výrobků, tudíž se nezajímají o tuto oblast.

2. Pokud ano, jakým způsobem jste se o ní dozvěděl/a?

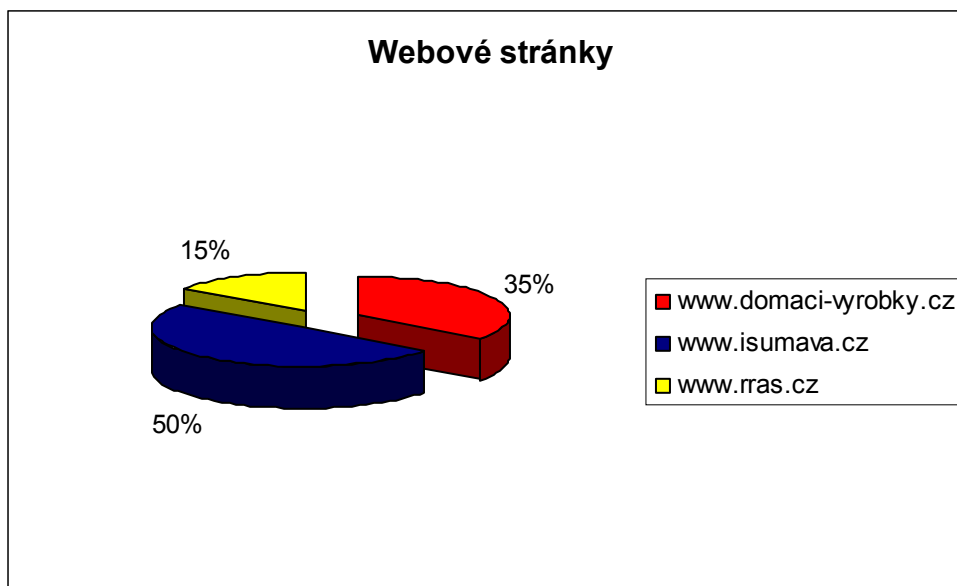
Graf 3: Způsob seznámení se s touto značkou



Zdroj: Dotazníkové šetření

Z grafu je patrné, že nejčastějším zdrojem informací o této značce jsou webové stránky. Jedná se zejména o stránky www.domaci-vyrobky.cz, www.isumava.cz a www.rras.cz (viz. dále). Jako tiskoviny byly vždy uvedeny Noviny Doma na Šumavě. V jiných zdrojích subjekty uváděly informace z doslechu, od známých a jiných provozovatelů.

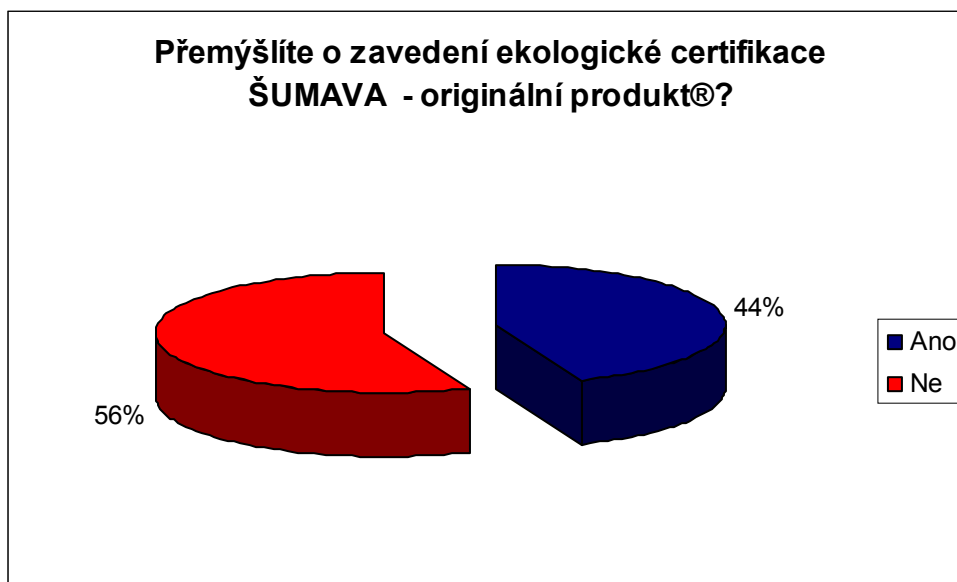
Graf 4: Webové stránky informující subjekty o zmiňované certifikaci



Zdroj: Dotazníkové šetření

3. Přemýšlíte o zavedení ekologické certifikace prostřednictvím značky ŠUMAVA - originální produkt® pro Vaše ubytovací zařízení?

Graf 5: Přemýšlí oslovené subjekty o certifikaci či nikoliv?

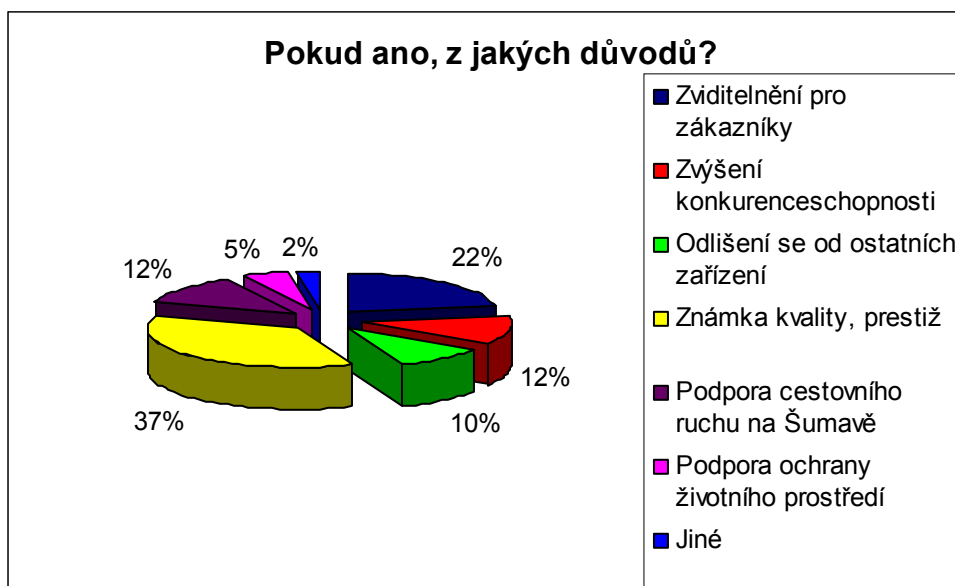


Zdroj: Dotazníkové šetření

Ze šetření vyplynulo, že polovina oslovených provozovatelů ubytovacích a stravovacích subjektů přemýšlí o zavedení zmiňované certifikace. Jejich rozhodnutí o zavedení certifikace by bylo významným přínosem, protože zatím vlastní tuto ekoznačku pouze 18 subjektů z celého území.

4. Pokud ano, z jakých důvodů?

Graf 6: Důvody zavedení ekologické certifikace

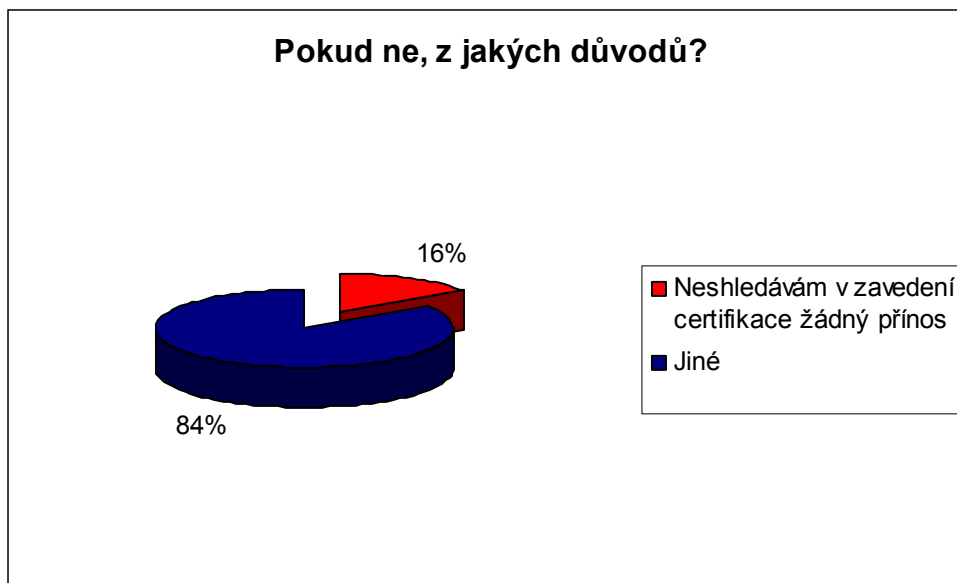


Zdroj: Dotazníkové šetření

Nejvíce motivuje subjekty k zavedení ekocertifikace to, že by jejich zařízení bylo označeno známkou kvality a přinášelo by prestiž. Na druhém místě je pak zviditelnění zařízení pro zákazníky. Za zvýšení konkurenceschopnosti považuje tuto značku pak pouze 12 % oslovených. Stejný podíl by tuto značku bral jako podporu cestovního ruchu na Šumavě. 2 % která označují jiné důvody zahrnují např. uvedenou možnost všech ukazatelů dohromady.

5. Pokud ne, z jakých důvodů?

Graf 7: Důvody nezavedení ekologické certifikace



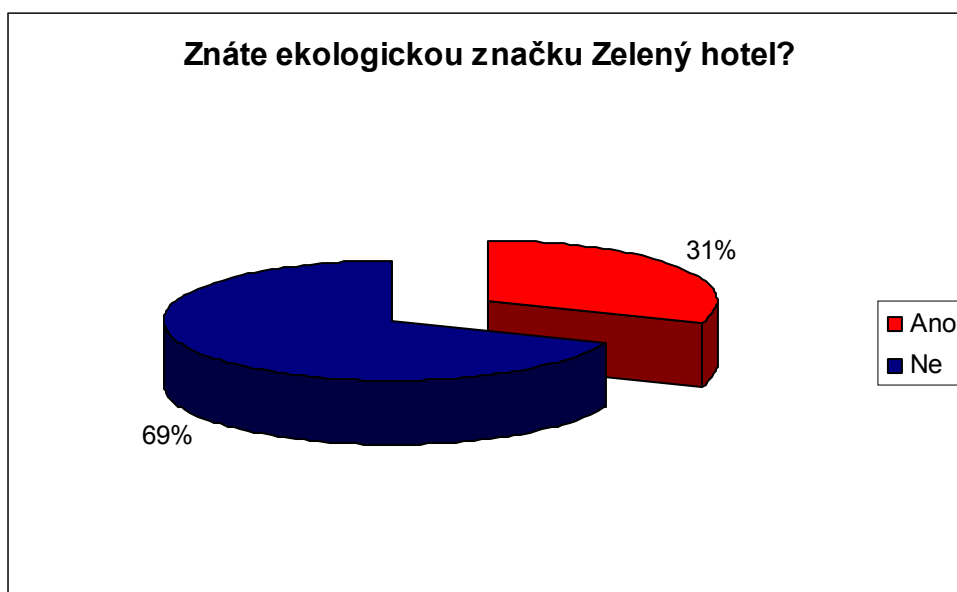
Zdroj: Dotazníkové šetření

V této části zkoumání bylo zjišťováno, proč nechtějí subjekty cestovního ruchu zavádět zmiňovanou ekologickou certifikaci. Odpovídaly buď, že neshledávají v zavedení této certifikace žádný přínos, což vyplývá z jejich osobního přesvědčení či systematického zkoumání této oblasti, anebo nechtějí zavedení z jiných důvodů. Mezi těmito důvody bylo uváděno např., že zápisné je drahé, nebo že subjekty jsou již zařazeny do programu Cyklisté vítáni či jsou nekuřáckým hotelem. Tento status jim ale nijak nepomáhá, proto nemají potřebu vstupovat do ekologické certifikace. Žádný subjekt neodpověděl, že by zařízení mělo problém splnit certifikační kritéria. Některé subjekty dokonce uvedly, že tyto kritéria splňují ve svém vlastním zájmu, ale nechtějí vstoupit do certifikace.

2. Část, věnující se ekologické certifikaci Zelený hotel

6. Znáte ekologickou značku Zelený hotel, víte o jakou značku se jedná?

Graf 8: Povědomí ubytovacích a stravovacích subjektů o ekologické certifikaci Zelený hotel

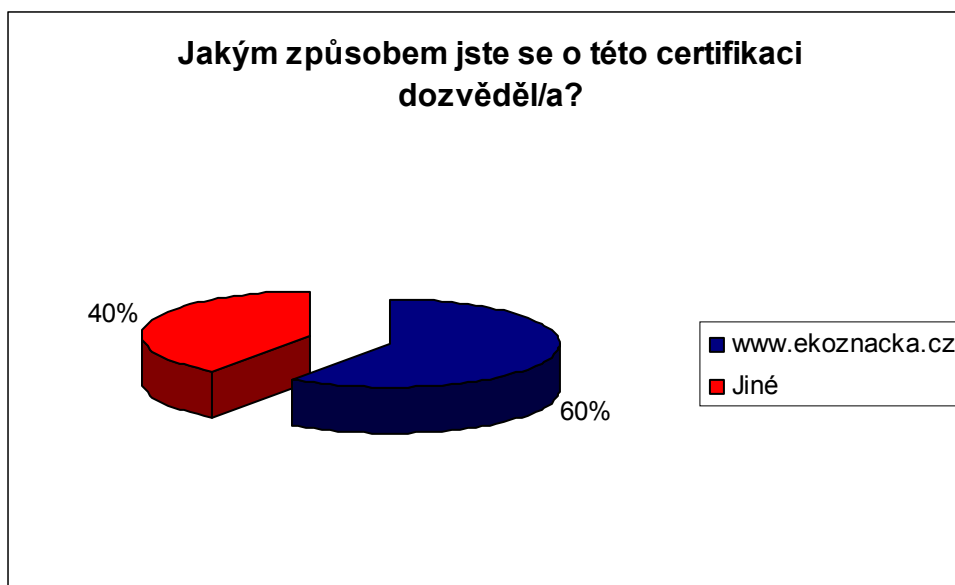


Zdroj: Dotazníkové šetření

Při dotazníkovém šetření bylo pro porovnání zkoumáno, zda ubytovací a stravovací subjekty znají či jsou zapojeni i v jiné ekologické certifikaci. Byla vybrána certifikace Zelený hotel, kterou uděluje společnost Cenia. V regionu Šumava se nenachází žádný subjekt, který by tuto ekologickou značku získal. Zkoumáním bylo zjištěno, že ekologickou značku zná pouze 31 %, což je jeden z důvodů, proč subjekty na Šumavě tuto značku nevlastní, většina o její existenci ani neví.

7. Pokud ano, jakým způsobem jste se o této certifikaci dozvěděl/a?

Graf 9: Způsob seznámení se s touto značkou



Zdroj: Dotazníkové šetření

Většina oslovených subjektů, kteří znají značku Zelený hotel se o ní shodně dozvěděli z webových stránek www.ekoznacka.cz, jiné stránky, např. www.cenia.cz žádný subjekt neuvedl. V jiných způsobech jsou uvedeny informace z doslechu, od známých, anebo si již nepamatují. Na veletrzích cestovního ruchu či z tiskovin nezískal žádný subjekt informace.

8. Přemýšlíte o zavedení ekologické certifikace prostřednictvím značky Zelený hotel pro Vaše ubytovací zařízení?

Tato otázka není graficky znázorněna, o zavedení ekologické certifikace prostřednictvím značky Zelený hotel uvažují pouze tři hotely z celého šetření, ostatní hotely o tuto značku nemají zájem.

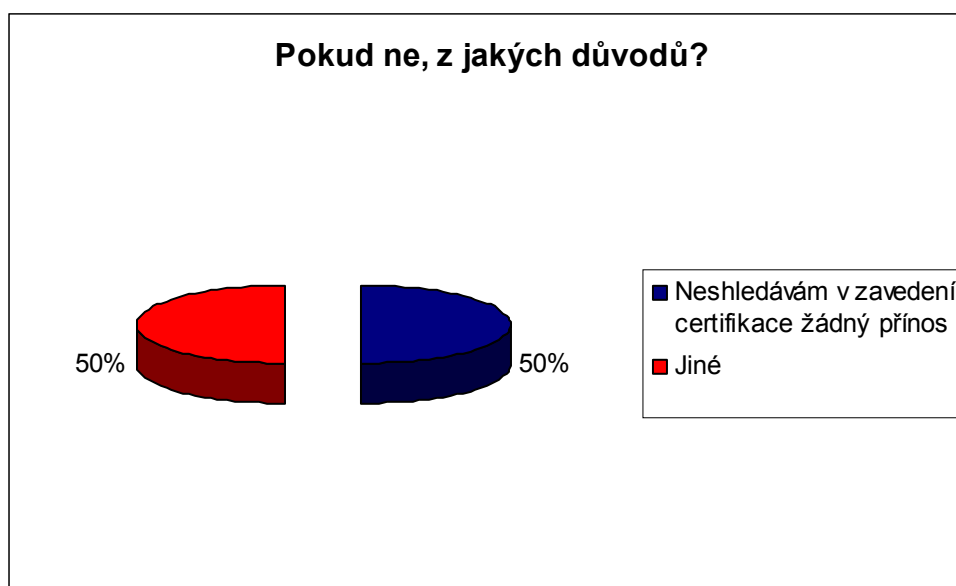
9. Pokud ano, z jakých důvodů?

Tyto tři subjekty, uvažující o zavedení certifikace se shodují v tom, že získání certifikace by pro ně znamenalo zviditelnění pro zákazníky a lepší orientaci návštěvníků

šumavského regionu. Jeden z těchto subjektů dále sledává přínos ve zvýšení konkurenceschopnosti zařízení, odlišení se od ostatních zařízení, známku kvality, prestiž a důkaz toho, že zařízení poskytuje kvalitní služby svým zákazníkům a v neposlední řadě kvalitní propagaci a marketingový nástroj.

10. Pokud ne, z jakých důvodů?

Graf 10: Důvody nezavedení ekologické certifikace Zelený hotel



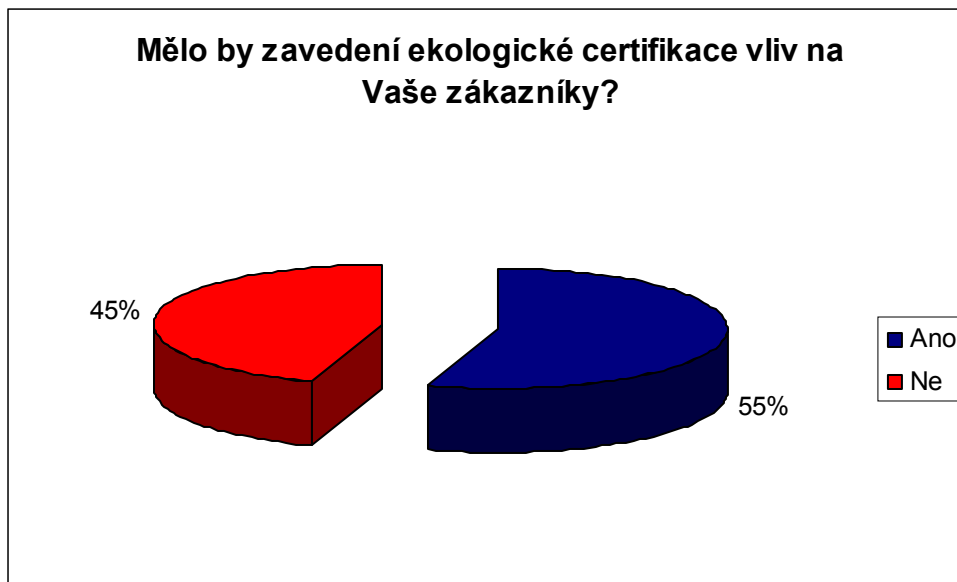
Zdroj: Dotazníkové šetření

Zde se po vyhodnocení důvody subjektů rozdělily přesně na dvě poloviny. První polovina uvedla, že neshledávají v zavedení této certifikace žádný přínos. V druhé polovině byly uvedeny důvody, jako např. subjekty neuvažují o zavádění nějakých značek, nemají potřebu či jsou zapojeni v jiných programech.

3. Část, věnující se oběma ekologickým certifikacím

11. Myslíte si, že by zavedení ekologické certifikace mělo vliv na Vaše zákazníky?

Graf 11: Vliv ekocertifikace na návštěvníky ubytovacích a stravovacích subjektů

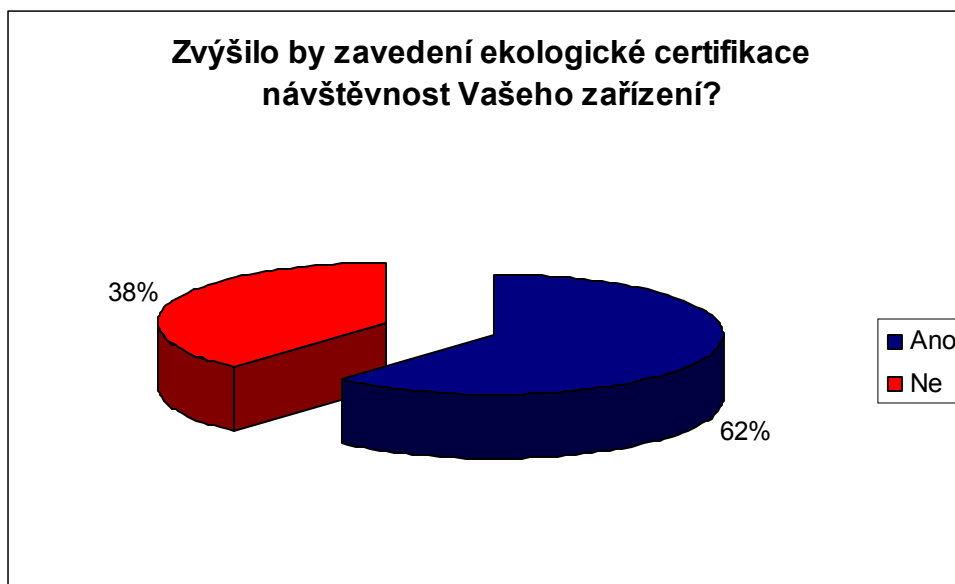


Zdroj: Dotazníkové šetření

Pouze 55 % si myslí, že by zavedení ekologické certifikace, ať již pomocí značky ŠUMAVA - originální produkt[®], anebo Zelený hotel mělo vliv na návštěvnost jejich zařízení. I proto je na území NP Šumava i v celém regionu Šumava tak málo certifikovaných zařízení a certifikace pomocí značky Zelený hotel zde není žádná.

12. Myslíte si, že by se po zavedení ekologické certifikace zvýšila návštěvnost Vašeho zařízení?

Graf 12: Zvýšila by ekocertifikace ubytovacích a stravovacích subjektů jejich návštěvnost?



Zdroj: Dotazníkové šetření

Oslovení podnikatelé si myslí, že by zavedení této ekologické certifikace zvýšilo jejich návštěvnost, je to pro ně druh zviditelnění. Procentní vyjádření není ale zas tak velké, aby se certifikace začala hromadně zavádět.

13. Podnikáte v chráněném území šumavského regionu. Je pro Vás důležitá ochrana této jedinečné přírody, snažíte se uvést do souladu podnikání a rozvoj cestovního ruchu spolu s ochranou přírody?

Zde všechny subjekty odpověděly shodně, a to, ano, určitě se snažím brát ohledy i na ochranu přírody v rámci podnikání. V dotaznících se objevovaly názory, že zavádění ekologických značek je velmi dobré, někteří podnikatelé si myslí, že tímto dojde mimo jiné k odlišení nekvalitních služeb od těch kvalitně poskytovaných. Podnikatelé rovněž uváděli, že příroda NP Šumava je pro ně velmi důležitá, je hlavním důvodem, proč podnikají právě zde. Šumavskou přírodu považují za základní „výrobní

prostředek“, bez kterého podnikání zde končí. Ukazuje se, že tito podnikatelé si uvědomují nutnost zachování přírodního dědictví, snaží se ho respektovat. Výrazný posun je i v uvědomění si, že důležité je veškeré aktivity prováděné na tomto území pořádně promýšlet, ne pouze jednostranně a snažit se o zachování přírodního dědictví.

Dotazník 2: Dotazník pro ubytovací subjekty s ekologickou certifikací

Jak již bylo uvedeno, tyto dotazníky byly rozeslány všem certifikovaným subjektům, avšak jejich značná neochota spolupracovat a zodpovědět otázky uvedené v dotazníku měly za následek to, že data, která se podařilo získat nemohou být uvedena jako relevantní a nemohou sloužit k objektivním závěrům. Zařízení, která odpověděla značku drží méně než jeden rok, tudíž by získané informace byly časově zkreslené.

8.3. Řízený rozhovor s Regionální rozvojovou agenturou Šumava,

O. p. s.

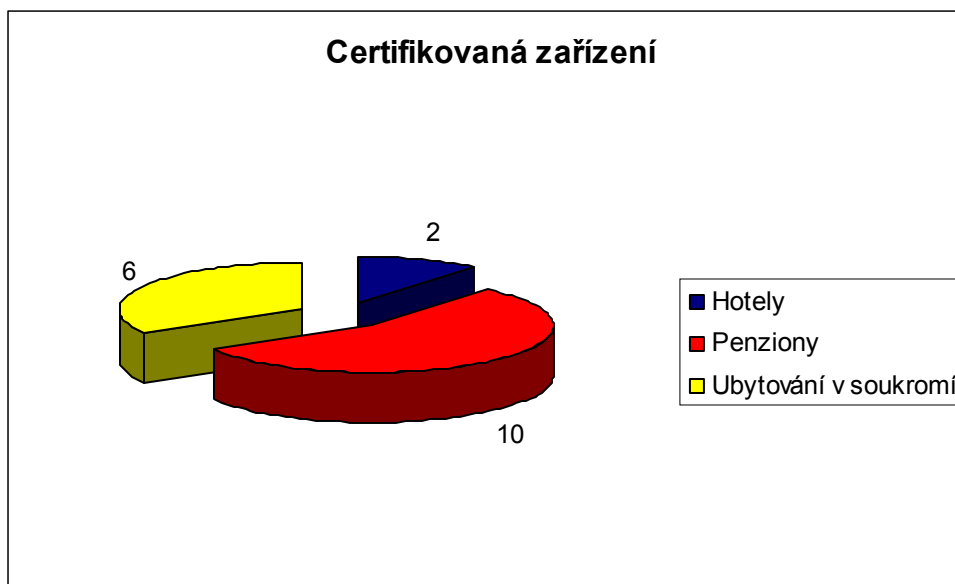
Tento rozhovor byl uskutečněn s projektovou manažerkou a koordinátorkou pro cestovní ruch regionu Šumava v RRA Šumava. RRA Šumava uděluje ekologickou certifikaci ŠUMAVA - originální produkt[®].

1. Vede Regionální rozvojová agentura Šumava přesné statistiky o tom, jaké je procentuální nebo číselné vyjádření počtu ubytovacích a stravovacích zařízení, které jsou držiteli ekologické certifikace ŠUMAVA – originální produkt[®] v regionu Šumava? Pokud ano, jaký je tento počet?

Ano, agentura eviduje počet subjektů, které získaly tuto certifikaci. V současné době je držiteli této certifikace 18 zařízení.

2. Jaký podíl z celkového počtu certifikovaných ubytovacích zařízení zaujímají jednotlivé kategorie těchto zařízení, čili hotely, penziony, ubytování v soukromí a kempy?

Graf 13: Typy certifikovaných zařízení



Zdroj: Marketingový výzkum

Z grafu je patrné, že nejvíce mají o tuto certifikaci zájem provozovatelé penzionů. Naopak zatím žádný kemp nevlastní tuto certifikaci.

3. Mají o ekologickou certifikaci zájem i ubytovací zařízení kategorie kemp, nebo u těchto subjektů zájem o udělení značky není?

Značku může získat i kategorie kemp, zatím byla podána jedna žádost, ta ale bohužel nesplňovala náročné podmínky certifikace

4. Jaký podíl na celkové certifikaci služeb cestovního ruchu zaujímají stravovací zařízení?

Pouze stravovací zařízení, čili bez možnosti ubytování certifikováno zatím není. Z certifikovaných ubytovacích subjektů jich šest nabízí stravování pro své hosty a z tohoto počtu dvě zařízení i pro veřejnost.

5. Jsou dodržovány podmínky certifikace ze strany subjektů, které tuto certifikaci získaly bez problémů, nebo vznikají problémy s těmito subjekty?

Zatím jsou podmínky splňovány bez problémů.

6. Musela Regionální rozvojová agentura Šumava někdy odejmout udělenou značku z důvodu neplnění certifikačních kritérií a porušení certifikační smlouvy?

U poskytovatelů služeb cestovního ruchu zatím nemuselo být odebráno žádné oprávnění. Toto může být i z důvodu, že certifikace probíhá zatím krátce.

7. Jak je zajišťována propagace této značky? Kde mají možnost se provozovatelé ubytovacích a stravovacích zařízení setkat s propagací ekologické značky ŠUMAVA – originální produkt[®], vyjma webové stránky Regionální rozvojové agentury? Např. probíhají v regionu Šumava určité kampaně, zaměřené na tuto značku a zvýšení informovanosti podnikatelů v regionu Šumava?

Jedná se o propagaci na webových stránkách - www.regionalni-znacky.cz, www.domaci-vyrobky.cz, www.isumava.cz. Každý držitel značky je povinen mít na svých webových stránkách, pokud je vlastní, prolink na webové stránky této značky.

Dále dochází k propagaci na veletrzích cestovního ruchu – nejčastěji Praha, Brno, České Budějovice, Plzeň, Ostrava, a německá místa Mnichov, Utrecht, Stuttgart a Lipsko.

Propagace je také zajištěna v tiskovinách, konkrétně se jedná o katalogové lístky, Noviny Doma na Šumavě, katalog certifikovaných výrobků a služeb a katalog certifikovaných služeb. Propagační materiály jsou také umístěny v informačních centrech, na veletrzích a ve vybraných obchodech.

Distribuce všech tiskovin je vždy zajištěna všem certifikovaným subjektům a na další místa, což je přibližně 70 distribučních míst, která se nachází hlavně na Šumavě a v Bavorském lese.

Propagace dále probíhá formou reklamních cedulí, které jsou rozmístěny po regionu Šumava. Jedná se o obecní a krajské úřady krajské úřady, informační centra, výrobce a vybrané obchody.

Další propagace probíhá přes média. Pravidelný pořad je vysílán v rádiu stanicí Český rozhlas České Budějovice, občas se jedná i o reportáže pro TV.

Dále je značka propagována na různých prezentačních akcích.

8. Jak vznikl nápad zavést tuto ekologickou certifikaci i na služby cestovního ruchu?

Tento nápad byl v regionu ještě před certifikací výrobků. RRA Šumava měla vidinu, že se jí tímto způsobem podaří zpřehlednit trh a zkvalitnit služby. Poté přišla příležitost značit domácí výrobky, a tak přišlo rozhodnutí, že pokud se tato značka agentuře podaří zavést pro výrobky, zavede ji agentura později i pro služby.

9. Existuje i v ostatních regionech České republiky jiná regionální značka, která je obdobou ekologické certifikace ŠUMAVA – originální produkt[®], kterou mohou získat ubytovací a stravovací zařízení? U výrobků tato obdoba existuje, je tomu tak i u těchto služeb cestovního ruchu, anebo je tím region Šumava jedinečný?

Jiná obdobná regionální ekoznačka zatím v České republice neexistuje.

10. Jaké jsou reakce ze strany návštěvníků regionu Šumava na zavedení této ekologické certifikace?

Zatím je značka pro služby na trhu krátce, a také je málo certifikovaných zařízení. To je zatím málo na zhodnocení této situace.

11. Existují statistiky, zda zavedení certifikace zvýšilo atraktivnost regionu Šumava ze strany návštěvníků, zda návštěvníci vnímají toto zavedení? Zvýšila se návštěvnost regionu v rámci zavedení certifikace? Pokud ano, máte k dispozici procentuální nebo číselné vyjádření a jaké jsou tyto konkrétní údaje?

Odpověď na tuto otázku je shodná jako v předchozím případě, čili - zatím je značka pro služby na trhu krátce, a také je málo certifikovaných zařízení. To je zatím málo na zhodnocení této situace.

12. Jakým způsobem agentura zjišťuje vliv zavedení ekologické certifikace na návštěvníky regionu a zákazníky těchto zařízení? Existuje zpětná vazba ze strany návštěvníků (např. dotazníky, ankety, průzkumy a hodnocení spokojenosti mezi návštěvníky regionu)?

Dotazníky a ankety jsou v přípravě na letní sezónu 2010.

13. Jak hodnotí zavedení této certifikace Správa Národního parku a Chráněné krajinné oblasti Šumava? Máte nějakou zpětnou vazbu od tohoto subjektu?

Na certifikaci agentura spolupracuje, jedním z členů hodnotící komise je i zaměstnanec NP Šumava.

14. Přemýšlí Regionální rozvojová agentura Šumava o rozšíření ekologické certifikace pomocí značky ŠUMAVA – originální produkt® i na další služby cestovního ruchu, či na další subjekty, podnikající v oblasti cestovního ruchu na území regionu Šumavy (např. poskytovatelé doprovodných služeb v regionu). Pokud ano, o jaké subjekty se jedná?

Po zavedení značky pro služby a zvýšení počtu certifikovaných zařízení, má agentura v plánu rozšířit značku o další služby v cestovním ruchu, produkty cestovního ruchu a možná i na informační centra.

Zhodnocení řízeného rozhovoru s Regionální rozvojovou agenturou, o. p. s.

Tento rozhovor poskytl cenné a důležité informace, které vedly k těmto závěrům:

RRA Šumava již certifikovala 18 zařízení na území regionu Šumava. Jedná se zatím pouze o ubytovací subjekty, samotné stravovací subjekty tuto certifikaci zatím nezískaly. Nejvíce mají o tuto certifikaci zájem provozovatelé penzionů. Následuje pak ubytování v soukromí a certifikované hotely jsou zatím pouze dva. Zatím žádný kemp nevlastní tuto certifikaci. Jeden se o získání pokoušel, avšak nesplnil přísná kritéria certifikace. Z dotazníkového šetření prováděného u subjektů cestovního ruchu ale také vyplynulo, že kemp v Železné Rudě vážně usiluje o získání této certifikace. Což je velmi přínosné, tato certifikace by měla mít zastoupení u všech typů ubytování.

Podmínky certifikace jsou zatím u certifikovaných subjektů splňovány bez problémů, zatím nemusela být odebrána žádná certifikace, což může být ovlivněno i krátkodobostí, kdy tato certifikace zatím existuje.

RRA Šumava se snaží o rozsáhlou propagaci. Počínaje webovými stránkami, přes prezentaci na veletrzích cestovního ruchu v České republice i Německu, propagace je také zajištěna v tiskovinách, formou reklamních cedulí a prostřednictvím médií.

Zavedením této certifikace i do oblasti cestovního ruchu se podařilo agentuře zpřehlednit trh cestovního ruchu a zkvalitnit jeho služby. Toto zavedení je jedinečné, protože jiná regionální ekologická značka zaváděná na služby cestovního ruchu zatím v České republice neexistuje. Region Šumava, včetně území NPŠ, je tímto velmi unikátní. V letní sezóně 2010 bude moci mít agentura zpětnou vazbu od návštěvníků těchto zařízení, jsou připraveny dotazníky a ankety.

Do této certifikace je zapojena i Správa NPŠ, což je velmi přínosná spolupráce. Jedním z členů hodnotící komise je i zaměstnanec Národního parku Šumava.

Agentura má do budoucna v plánu rozšířit tuto značku i o další služby v cestovním ruchu, na produkty cestovního ruchu a možná i na informační centra.

9 Návrhy dalšího rozvoje

Po zhodnocení všech zkoumání a šetření bylo zjištěno, že Správa NP Šumava se velmi snaží o propagaci parku a zajišťuje programy a projekty pro veřejnost, které jsou na velmi dobré úrovni. Projekty, které pro Správu NP Šumava nejsou efektivní (např. provoz Zelených autobusů v zimní sezóně) správa neprovozuje. Je zajištěna dokonalá informovat, i ve dvou mezinárodních jazycích. Park zavádí také nové projekty, které nemají obdoby v České republice ani Evropě. Proto se návrhy dalšího rozvoje zaměřily ne na tvorbu nového produktu cestovního ruchu, kterých je v oblasti dostatek, ale na destinační management a ekologickou certifikaci a jejich propojení.

Marketingový výzkum se v oblasti zaměřoval i na zavedení ekologické certifikace na služby cestovního ruchu. Tato certifikace pomocí regionální značky je zavedena zatím pouze v regionu Šumava. V jiných částech České republiky regionální certifikace na služby cestovního ruchu zaváděna není, což bylo zjištěno řízeným rozhovorem. Bylo také zjištěno, že v rámci celého regionu Šumava je aplikován destinační management. Ten je rozšířen i na přeshraniční spolupráci s Bavorským lesem a vznikl jako jedna destinace, která láká návštěvníky na obě strany hranice. Prezentován je pod názvem *Turistický destinační management Bavorský les – Šumava*. Tento společný projekt je spolufinancován Evropskou unií z Evropského fondu pro regionální rozvoj, přičemž se jedná o projektové období 09/2008 – 08/2011. Na české části Šumavy tento destinační management zajišťuje Regionální rozvojová agentura Šumava, o.p.s., v Bavorsku je pak partnerem Volkshochschule für den Landkreis Regen.²⁹

Obrázek 21: Symbol přeshraniční spolupráce



Zdroj: <http://www.rra-sumava.cz> [4. 5. 2010]

9.1 Návrh propojení destinačního managementu s ekologickou certifikací

RRA Šumava v popisu zmiňovaného projektu uvádí, že se vzniklá společná turistická destinace Bavorský les – Šumava bude velmi střetávat se stále rostoucí konkurencí, jak domácích, tak i zahraničních turistických regionů. Toto dle agentury vyžaduje efektivní koordinaci zvláště marketingových aktivit. Proto se agentura zaměřuje na účinnější a efektivnější propagaci a prezentaci společného turistického regionu. Při této propagaci zohledňuje především rozdílnosti a vnitřní specifika regionu, a také vydávání propagačních a informačních materiálů pod sjednocenou vizuální identitou.

Zajímavým návrhem by zde ale bylo zvýšení konkurenceschopnosti pomocí zavádění ekologické certifikace na služby cestovního ruchu. V rámci rozvoje destinace je tato certifikace zahrnuta, ale není umístěna na prvním místě. Propagace certifikovaných výrobků a služeb je zařazena do oblasti realizace podpory zvyšování kvality služeb. Z provedeného dotazníkového šetření však vyplynulo, že polovina oslovených ubytovacích a stravovacích subjektů tuto certifikaci ani nezná. Dále bylo zjištěno, že rovněž cca polovina oslovených neuvažuje o této certifikaci. A proto je návrhem zatraktivnění zdejšího destinačního managementu prostřednictvím zavedení této ekologické certifikace, především zvýšení počtu subjektů, vlastnících tuto certifikaci a postavení hlavní myšlenky managementu na základech kvality nabízených služeb v cestovním ruchu. Turisté budou především lákáni na kvalitu služeb. Tato nabídka je ještě více atraktivnější tím, že jinde v České republice tato regionální certifikace na služby cestovního ruchu zaváděna není. A v tom by byla shledána právě ona konkurenční výhoda.

V této kapitole tedy bude uveden návrh propojení této certifikace spolu s destinačním managementem a tím dojde k zatraktivnění destinačního managementu oblasti. Ačkoli je tento management uskutečňován v rámci celého regionu Šumava (mluvíme o české části destinačního managementu), uvedený návrh bude aplikován pouze na území NP Šumava. Samozřejmě by mohl být zaveden na zbytek regionu

Šumava, ale práce se zaměřuje pouze na území, které je vymezeno hranicemi národního parku.

Konkrétní návrh

Podstata inovace destinačního managementu

Podstata stávajícího managementu bude zachována, ale bude rozšířena o návrh inovace. Bude se jednat hlavně o:

- neustálý rozvoj poptávky po oblasti a jejích službách – bude zachováno,
- a to v rámci zásad trvale udržitelného rozvoje – bude zachováno,
- rozšíření nabídky – a to díky kvalitním, certifikovaným službám – předmět inovace.

Tuto nabídku zde tvoří komplex služeb cestovního ruchu, produkty cestovního ruchu a nabídka destinace. Ta bude nyní atraktivněna díky poskytování výhradně kvalitních služeb.

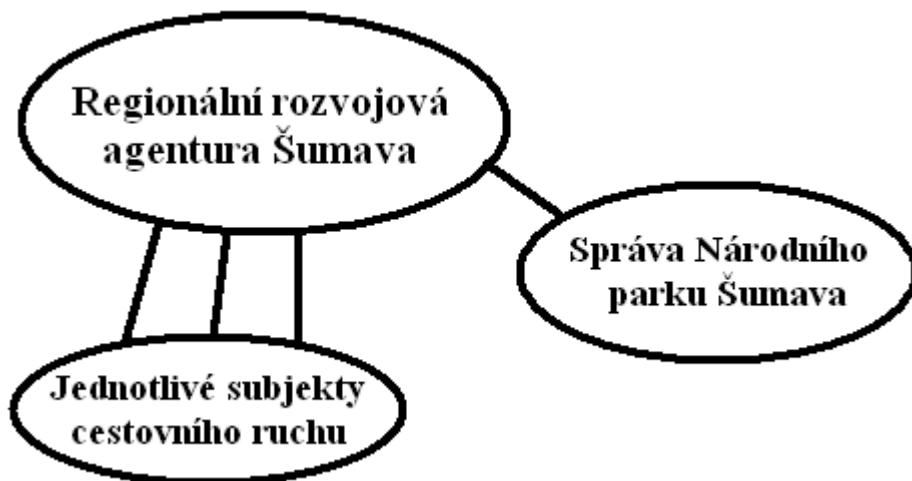
Česká republika má značné rezervy v managementu destinací, a proto by management zaměřený na ekologickou certifikaci služeb mohl být unikátní a mohl by sloužit jako vzor pro ostatní destinace. Přinejmenším v otázce zavádění regionální certifikace i na služby cestovního ruchu, nejen na regionální výrobky. Jeho jedinečnost také spočívá v tom, že je provozován v území se statutem národního parku a cestovní ruch je zde uskutečňován v souladu s ochranou přírody.

Koordinující orgán a struktura

Koordinujícím orgánem by zůstala RRA Šumava, která v rámci současného managementu destinace certifikaci pomocí značky ŠUMAVA – originální produkt[®] zavádí. Partnerem RRA Šumava dnes je a i pro tuto inovaci by byla Správa NP Šumava. Ta by se v rámci tohoto nového managementu spolupodílela na tvorbě a plnění navrhovaného managementu a byla by též konzultačním orgánem, zejména v oblasti ochrany přírody. Spolupracovníky by dále byly zapojené subjekty, které získají, anebo

mají snahu získat tuto ekologickou certifikaci. Toto schéma je patrné z navrhnutého obrázku uspořádání organizací managementu.

Obrázek 22: Návrh struktury inovovaného managementu



Zdroj: Vlastní návrh

Hlavní myšlenka návrhu

Jak již bylo uvedeno, hlavní princip destinačního managementu a tím i jeho zatraktivnění bude postaven na základě zavádění ekologické certifikace a kvality poskytovaných služeb. Cílem stávajícího managementu je zajištění udržitelného rozvoje cestovního ruchu a orientace na šetrný turismus. Tato orientace by byla zajištěna právě prostřednictvím zavádění ekologické certifikace.

Certifikované subjekty

Certifikace služeb cestovního ruchu je dnes zacílena na poskytovatele ubytovacích a stravovacích služeb. Z řízeného rozhovoru s RRA Šumava bylo zjištěno, že z celkového počtu osmnácti certifikovaných zařízení je mezi těmito subjekty deset penzionů, šest ubytování v soukromí a pouze dva hotely. Kategorie kemp zde nemá žádné zastoupení. Nejvíce o tuto certifikaci mají tedy zájem provozovatelé penzionů. Samotná ubytovací zařízení, čili zařízení bez možnosti ubytování, certifikována zatím nejsou. Cílem inovace managementu je zvýšení počtu těchto subjektů, aby se kvalita

služeb rozšířila v rámci celé destinace a tím mohla být destinace charakteristická právě kvalitními službami. Návrhy na zvýšení počtu těchto subjektů budou uvedeny níže.

Z řízeného rozhovoru s agenturou také vyplynul záměr agentury do budoucna rozšířit certifikaci i na další služby v cestovním ruchu, produkty cestovního ruchu a také na informační centra. Toto rozšíření by bylo samozřejmě zahrnuto do návrhů na další zlepšení. Inovace destinačního managementu předpokládá, že k rozšíření by došlo na informační centra a také na produkty cestovního ruchu.

Proč právě ekologická certifikace

Tato certifikace by byla zaváděna jednak z důvodu zachování životního prostředí, jelikož, jak již bylo v práci uvedeno, tyto subjekty mohou být největšími a zároveň i nejmenšími přispěvateli ke znečišťování prostředí v této oblasti. Dalším, a pro zákazníky důležitějším, důvodem je garance poskytování kvalitních služeb zákazníkům. Nejen zahraniční turisté, ale již i část české klientely, požaduje služby na velmi dobré úrovni a před výběrem dovolené hledají ocenění či jiný důkaz, který jim zajistí, že jim budou tyto služby skutečně poskytnuty. Jak již bylo zmiňováno, z řízeného rozhovoru s RRA Šumava vyplynulo, že na území České republiky je tato regionální certifikace zavedena zatím pouze v regionu Šumava, v jiných místech republiky se zatím nevyskytuje, což by činilo vymezenou destinaci atraktivnější, jedinečnou a více konkurenceschopnou.

Zvýšení zájmu o zavádění certifikace u subjektů cestovního ruchu

Jak bylo uvedeno výše, z provedeného dotazníkového šetření bylo zjištěno, že polovina oslovených ubytovacích a stravovacích subjektů o této certifikaci ani neví a přibližně polovina o této certifikaci neuvažuje. Hlavním cílem by zde tedy bylo zvýšení povědomí o této certifikaci a z toho plynoucí vyšší počet certifikovaných zařízení. Toto zvýšení by bylo zajištěno propagační kampaní. Za účelem zvýšení úrovně certifikace v destinaci by byla těmto subjektům nabídnuta spolupráce ve formě:

- poradenství ekologického podnikání,

- marketingového poradenství,
- informování o výhodách této certifikace,
- začlenění do destinačního managementu,
- poradce pro subjekty – osoba, oprávněná poskytovat informace a představovat certifikaci, vysvětlovat výhody z ní plynoucí, především, že počáteční náklady na zavedení certifikace subjektu přinesou zisk,
- bonusem pro nově příchozí by byla 20% sleva na registračním poplatku, čili Kč 800,-- (z registračního poplatku Kč 4 000,--).

Zavedení této certifikace má vliv na návštěvnost celé destinace, čili i na poskytovatele služeb. Toto je důležité jim vysvětlit. Osvěta by se tedy zaměřila hlavně na myšlenku nákladů, vynaložených subjektem na registraci. Jedná se o částku Kč 4 000,--, přičemž po 20% slevě by subjekt zaplatil pouze Kč 3 200,--. Tato cena je hrazena na dvouleté období při prvním udělení certifikátu. Po uplynutí této lhůty subjekt platí znovu poplatek ve výši Kč 3 000,--. Tato částka platí při každém prodloužení platnosti certifikátu opět na dvouleté období. Z této částky by sleva již poskytována nebyla. Přehled těchto poplatků znázorňuje následující tabulka.

Tabulka 8: Poplatky za registraci

Registrace	Cena (v Kč)	Cena po slevě (v Kč)
První	4 000	3 200
Prodloužená	3 000	---

Zdroj: Tabulka byla sestavena na základě vlastního zkoumání a vlastního návrhu

Marketingová strategie inovované destinace

Marketingová strategie, která je již v destinaci, by byla zachována, pouze rozšířena o hlavní myšlenku inovace, tedy zavedení ekologické certifikace. Její podporu a propagaci by stále zajišťovala RRA Šumava. Propagace by byla rozšířena i mezi jednotlivé zapojené subjekty. Marketing by byl provozován samozřejmě v souladu

s trvale udržitelným rozvojem, navíc dále s přihlédnutím ke statutu národního parku a po konzultaci se Správou NP Šumava, protože tento marketing nesmí mít za následek ničení oblasti.

Volba vhodné strategie je velmi důležitou částí této inovace managementu. Jelikož se inovace zaměřuje na zvýšení míry návštěvnosti oblasti, a to hlavně pomocí uspokojení přání a potřeb zákazníků, které plyne z kvality poskytovaných služeb. Tímto uspokojením bude samozřejmě vznikat jednotlivým organizacím zisk. Strategie se bude snažit o optimální rozvoj cestovního ruchu v oblasti, s ohledem na nutnost zachování přírodního prostředí. Bude vycházet z potřebných analýz, průzkumů a dotazníkových šetření.

Vytvoření značky destinace

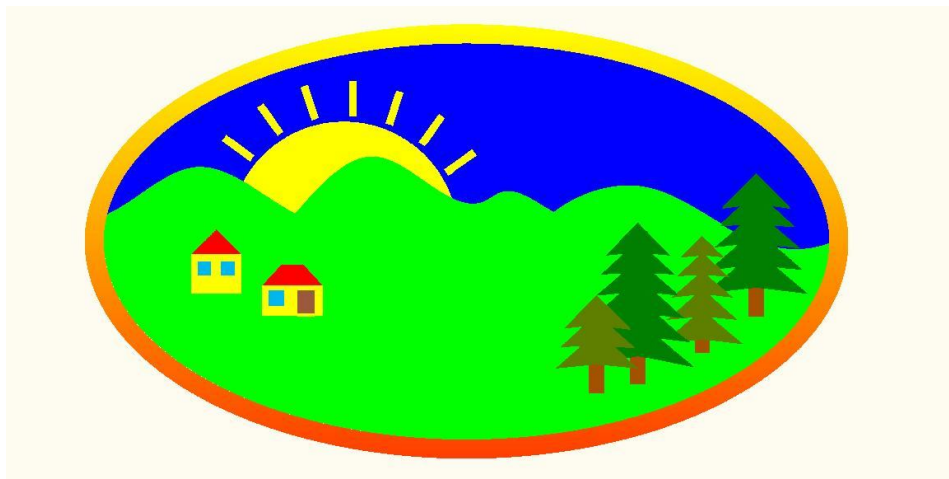
Součástí marketingové strategie by bylo samostatné vytvoření značky a loga destinace. V současnosti existuje logo společné destinace Bavorský les – Šumava, ale nejedná se o logo v pravém smyslu destinačního managementu. Toto logo je pouze logem přeshraniční spolupráce s uvedením zdrojů spolufinancování. Znázorňuje logo spolupráce v rámci Cíle 3 a také vlajku Evropské unie. Toto logo je uvedeno na začátku této kapitoly pod obrázkem 21: Symbol přeshraniční spolupráce.

Specifické logo samotné destinace zde chybí. Proto bylo jedním z hlavních bodů navrhovaného zlepšení tohoto managementu. Nově vzniklé logo má za cíl:

- ✓ spojení destinace s logem v návštěvníkově mysli,
- ✓ jednoduché vyjádření myšlenek a poslání destinace,
- ✓ jednoduché vyjádření nabídky destinace.

Obrázek 23: Návrh loga inovovaného managementu

Destinace Národní park Šumava – prožít a neublížit



Zdroj: Vlastní návrh

Logo bylo vytvořeno za použití základních barev, které se všeobecně v destinačním managementu využívají. Bylo sestaveno jednoduše, tak, aby sloužilo ke snadné zapamatovatelnosti v zákaznickově myslí a aby si zákazník toto logo spojil s uváděnou destinací. Jednotlivá symbolika loga:

- stromy – symbolizují neporušenou přírodu národního parku,
- domky – symbolizují kvalitní poskytované služby,
- kopce – symbolizují území NP Šumava.

Celkově pak obraz loga vytváří dojem kvalitní dovolené, díky kvalitním službám, v neporušené a zachovalé přírodě a vzájemnou propojenost těchto dvou faktorů.

Ve stávajícím managementu rovněž chybí slogan destinace. Toto je výrazný nedostatek, protože i všeobecné principy tvorby destinačního managementu uvádí, jak důležité je stanovení tohoto sloganu a že by slogan měl být vždy vymyšlen. V návrzích inovace bude tento nedostatek odstraněn vymyšlením jednoduchého sloganu. Jeho obdoba bude použita i při tvorbě katalogu destinace. Jedná se o slogan: „*Destinace Národní park Šumava – prožít a neublížit*“.

Marketingový mix inovativního destinačního managementu

1. Produkt (product)

Tento produkt bude zachován. Je tvořen:

- primární nabídkou destinace – přírodní a kulturně-historický potenciál,
- sekundární nabídkou destinace – infrastruktura a suprastruktura, tvořící nabídku

cestovního ruchu v destinaci. V návrzích na zlepšení se bude jednat především o služby s vysokou kvalitou. Konkrétně jsou to služby:

- základní – ubytování, stravování a doprava,
- doplňkové – činnost informačních center, programy a projekty, vycházející z činnosti Správy NP Šumava.

Kvalita a šetrnost k životnímu prostředí ubytovacích a stravovacích služeb bude zajištěna ekologickou certifikací ŠUMAVA – originální produkt[®]. Mezi těmito subjekty se mohou objevit i ekologické a bio farmy, které se ve sledovaném území rovněž vyskytují. Doprava po území je dnes zajišťována také Zelenými autobusy. V inovacích managementu bude této dopravě kladen vyšší důraz a bude tato doprava propojena a propagována spolu s ekologicky podnikajícími subjekty. Tím vznikne nabídka kvalitních služeb pro zákazníka a jejich provázanost. Kvalitní a šetrný provoz těchto autobusů dnes má a i v inovaci bude mít na starost Správa NP Šumava.

Samozřejmostí by bylo zavedení ekologické certifikace i na informační centra. Z řízeného rozhovoru s RRA Šumava vyplynulo, že se do budoucna o této certifikaci uvažuje.

Z tohoto popisu tedy vyplývá propojení ekologickou certifikací všech hlavních složek inovovaného destinačního managementu. V těchto zařízeních by rovněž docházelo k prodeji výrobků, které vlastní stejnou certifikaci, tedy ŠUMAVA – originální produkt[®]. Stravovací zařízení by rovněž nabízela pokrmy z těchto certifikovaných surovin, což je způsob jistého zatraktivnění služeb a zajímavější nabídky pro zákazníky.

Co se týče projektů a programů organizovaných Správou NP Šumava, ty jsou samozřejmě šetrné k životnímu prostředí, jinak by je správa parku nenavrhl. V rámci inovace managementu by zde byla zajištěna větší propagace výprav s průvodcem do šumavské divočiny a projektu Divoké srdce Evropy. Potřeba zvýšení této propagace vyplynula z řízeného rozhovoru s NP Šumava. Programy s průvodcem zajišťují také regulaci a dohled nad zde prováděným cestovním ruchem, čímž je zajištěna ekologičnost a ochrana prostředí, což je spolu s důrazem na kvalitu služeb základní priorita navrhovaného zlepšení destinačního managementu.

Součástí produktu

Tyto součásti by byly zachovány, avšak opět rozšířeny o nabídku certifikovaných služeb a zde i výrobků. Jedná se o:

- ✓ předměty – certifikované dárkové a upomínkové předměty a suvenýry,
- ✓ služby – certifikované služby cestovního ruchu,
- ✓ lidé – působící v organizacích a zařízeních, poskytující služby cestovního ruchu, personál je vstřícný, proškolený, kvalifikovaný a poskytuje kvalitní služby, tyto požadavky jsou součástí certifikačních kritérií,
- ✓ místa – místa uskutečňování cestovního ruchu a poskytování služeb,
- ✓ zainteresované organizace – organizace a subjekty zapojené do destinačního managementu, certifikované a splňující myšlenky a poslání destinačního managementu.

Důležitou součástí produktu i celého navrhovaného zlepšení managementu jsou myšlenky a poslání tohoto managementu a destinace, které ve stávajícím ve své podstatě chybí. Jednalo by se o propagaci myšlenek a poslání:

- ✓ myšlenky a poslání ekologické certifikace,
- ✓ myšlenky a poslání NP Šumava,
- ✓ vyšší atraktivita území, přilákání návštěvníků do oblasti.

Motto stávajícího destinačního managementu rovněž chybí. Tato absence bude odstraněna návrhem motto: „*Dovolená v čisté a zachovalé přírodě, kvalitní služby, splnění tužeb a přání, nezapomenutelné zážitky*“.

Nově navrhovaný produkt bude tedy tvořit celková nabídka destinace a balík hodnot. Tyto hodnoty budou představovat:

- ✓ sounáležitost s přírodou,
- ✓ dovolenou v čisté a zachovalé přírodě,
- ✓ poznání,
- ✓ kvalitní služby,
- ✓ zážitky.

Tyto hodnoty tedy vychází především z certifikovaných a kvalitně poskytovaných služeb.

V inovativním managementu bude tedy snaha o podání „totálního produktu cestovního ruchu“ – dovolená je více než soubor aktivit v destinaci, zákazník není uspokojen pouze základními a doplňkovými službami, ale jeho pobyt zde doprovází pocity, uspokojení a splnění přání pomocí kvalitních služeb, zachovalé přírody a propojení těchto hodnot navrhovaným destinačním managementem.

2. Cena (price)

Při tvorbě cen bude navrhovaný inovovaný destinační management vycházet z cen a podmínek trhu a z cenových podmínek konkurenčních destinací, stejně, jako je tomu u stávajícího managementu. V tomto směru nedojde k velkým změnám ani novým návrhům. Důležitým faktorem je zde také sezónnost. Ceny si sestavují jednotlivé subjekty samozřejmě samy, každý sám za sebe, ale v konečném důsledku ovlivňují celkovou cenovou dostupnost sledované destinace. Důležitým bodem při tvorbě ceny je cílový segment, jeho očekávání, požadavky a velikost. Ze šetření vyplynulo, že nejčastějšími návštěvníky oblasti jsou domácí turisté (90 %), a proto je třeba upravit cenové podmínky této skupině. Důležité je také sledovat ostatní regiony a destinace

a řídit se zde cenovou strategií, odvozenou od konkurence. Ceny budou samozřejmě sestavovány tak, aby došlo k pokrytí nákladů, maximálnímu využití kapacit a bylo dosaženo zisku.

3. Distribuce (place)

Budou využity stávající i nové distribuční cesty:

- přímé – rovnou k zákazníkům, oslovování cílové skupiny, prezentace na veletrzích cestovního ruchu, propagace prostřednictvím propagačních a informačních materiálů a občasníku Nová Šumava. Toto jsou aktivity, které využívá již stávající management. Budou využívány i v návrhu, ale budou rozšířeny o větší propagaci prostřednictvím občasníku Nová Šumava. Z řízeného rozhovoru se Správou NP Šumava vyplynulo, že tyto noviny nejsou cíleně doručovány do subjektů cestovního ruchu. Jsou doručovány pouze na adresu obyvatelům vymezeného území a územním pracovištím a komerčním partnerům. Toto je nedostatečná propagace, která bude v návrhu odstraněna. Tiskoviny budou umístěny v ubytovacích zařízeních a infocentrech tak, aby měl návštěvník možnost si je odnést s sebou. Dočte se zde mnoho zajímavých informací, které návštěvník využije více než rezident, na které je především stávající distribuce zacílena.
- nepřímé – jedná se o propagační a informační materiály umístěné v informačních centrech, ubytovacích a stravovacích subjektech, cestovních kancelářích a agenturách, reklamy v dopravních prostředcích, na webových stránkách a veletrzích. Tyto cesty budou zachovány ve stejné podobě i u navrhovaného managementu.

Inovací bude využití speciálních distribučních cest, kdy budou materiály nabízeny jednotlivým školám, klubům, asociacím a sdružením, zejména sportovním klubům, Klubu českých turistů, klubům, sdružujícím seniory a klubům, sdružujícím mládež a děti. Tyto speciální cesty se ve stávajícím managementu neobjevují a budou nově zavedeny.

Bude využívána distribuční síť:

- vnější – z řízeného rozhovoru vyplynulo, že na zahraničních veletrzích destinace NP Šumava prezentována není. Tento nedostatek by byl v rámci nově navrhovaného

managementu odstraněn a oblast by byla prezentována na těchto veletrzích jako destinace vhodná pro dovolenou pro všechny věkové a zájmové kategorie. Dále bude propagace zajištěna pomocí partnerských subjektů, prezentujících a působících v zahraničí. Zejména by se jednalo o oblast střední Evropy. Tato propagace bude samozřejmě zajištěna pomocí materiálů překládaných do německého, anglického, ruského a francouzského jazyka. Jak bylo zjištěno z řízeného rozhovoru s NP Šumava, propagace parku již probíhá také v rámci ostatních národních parků a rezervací. V této propagaci by se v rámci nového destinačního managementu pokračovalo i nadále.

- vnitřní – v rámci tuzemska, nyní je a i nadále bude uskutečňována již zmíněnými přímými i nepřímými cestami.

Dalším nástrojem, který v současném managementu chybí, je vytvoření kompletního katalogu destinace. Pro inovaci navrhovaného managementu bude tento katalog vytvořen. Bude zaveden především z důvodu distribuce a zajištění propagace. Ponese název: *„Kvalitní dovolená v Národním parku Šumava – prožít a neublížit“*. Tento název symbolizuje prožití dovolené v čisté a neporušené přírodě, zajištěné kvalitními službami.

4. Marketingová komunikace (promotion)

Toto je velmi důležitá část navrhovaného marketingového mixu. Nabízený produkt je nehmotné povahy, proto je velmi důležitá jeho komunikace. Příjemci těchto komunikačních sdělení budou potenciální návštěvníci destinace území NP Šumava. Jedná se zejména o již zmíněné tuzemské občany. Komunikace bude samozřejmě zacílena i na zahraniční návštěvníky, ale 80 % komunikačních aktivit bude zaměřeno na tuzemce, jelikož přináší do oblasti 90 % finančních prostředků v oblasti cestovního ruchu. Tato komunikace je dnes ve stávajícím managementu na velmi dobré úrovni. Zde by tedy návrhy zlepšení téměř neprobíhaly.

Marketingová komunikace je tedy uskutečňována pomocí prostředků, které byly uvedeny již v oblasti distribuce. Pro tuto formu není a ani do budoucna by nebyla volena reklama umístěná na billboardech a bigboardech. Pro propagaci zdejšího destinačního managementu se jeví tato forma nevhodná. Samozřejmostí je propagace na

stávajících stránkách rozvojové agentury. Důležitá je zde i zpětná vazba. Z řízeného rozhovoru v RRA Šumava vyplynulo, že dotazníky a ankety pro hosty a návštěvníky jsou v přípravě na letní sezónu 2010. V rámci navrhované změny destinačního managementu by tyto dotazníky byly umístěny v ubytovacích a stravovacích zařízeních a v informačních centrech. Po jejich vyplnění by je provozovatelé těchto zařízení odevzdali RRA Šumava, která je a bude hlavním koordinátorem destinačního managementu v této oblasti a na základě vyhodnocení těchto dotazníků navrhne další rozvojový plán, aktivity a zlepšení.

5. Politika (politics)

Politika uvnitř navrhované destinace by byla podobná jako u stávající destinace. Byla založena na systému, kdy je a bude hlavním koordináčním orgánem RRA Šumava. Správa NP Šumava je dnes na úrovni partnera. Tím by byla stále, ale její působnost by byla rozšířena i na post hlavního konzultačního orgánu. Ostatní zapojené organizace a subjekty budou dle návrhu brány jako spolupracovníci, kteří se řídí pokyny a nařízeními koordináčního orgánu. Podobný způsob funguje i ve stávajícím managementu. Důležitý bude soulad a spolupráce mezi jednotlivými složkami.

6. Veřejné mínění (public opinion)

Důležitou částí je a dále bude také veřejné mínění, kdy je ovlivňována image a módnost destinace. Vymezená destinace národního parku má dle návrhů za cíl získat si image jedinečné destinace, kladoucí důraz na soulad cestovního ruchu s ochranou přírody a na poskytování velmi kvalitních služeb svým zákazníkům.

7. Programování (programming) a tvorba paketů (packaging)

Tato část marketingového mixu je u stávajícího managementu na velmi dobré úrovni. Stávající management se snaží o zatraktivnění oblasti a rozvoj turistických nabídek. Jedná se o spolupráci organizací destinačního managementu mezi sebou a o spolupráci s dalšími komerčními subjekty za účelem vytváření různých balíčků a akcí, které zvyšují poptávku po destinaci. Toto by nebylo v rámci návrhů měněno,

jelikož spolupráce probíhá na velmi dobré úrovni. Zvláštní uplatnění zde také nachází mimo sezónní akce, kdy dochází k vyloučení sezónnosti.

8. Lidé (people)

V cestovním ruchu dochází k osobnímu poskytování služeb, a proto je v návrhu inovace kladen důraz především na pracovníky v cestovním ruchu, jejich vstřícnost, ochotu, kvalifikovanost a odbornost. Tuto část stávající management zahrnuje pouze do kritérií certifikace. Ovšem samozřejmě bere v úvahu vstřícnost pracovníků. Návrh se tedy zaměřuje na lidi působící v organizacích a zařízeních, poskytující služby cestovního ruchu a na pracovníky v organizacích, se kterými zákazník přijde do kontaktu. Pracovníci budou muset být vstřícní, což stanoví právě certifikace. Především musí být zachována navrhovaná kvalita služeb, s čímž bezprostředně souvisí chování personálu. Pokud zákazník nebude spokojen s chováním personálu, ovlivní to jeho celkový dojem, případný výběr další dovolené a zapříčiní šíření špatné reklamy a naopak.

9. Partnerství (partnership)

RRA Šumava spolupracuje s velkým množstvím partnerů. Cíle stávajícího destinačního managementu jsou zaměřeny z velké části na kooperaci. Toto by zůstalo zachováno i u navrhovaného zlepšení. Zde není zatím co zlepšovat, neexistují zde nedostatky.

Přínosy zavedení navrhovaných inovací do destinačního managementu

Zavedení navrhovaných inovací do stávajícího destinačního managementu by znamenalo jisté oživení oblasti. Zdejší cestovní ruch by byl uskutečňován v souladu s ochranou přírody, čímž by došlo k zachování těchto přírodních hodnot pro další generace a pro současné generace by znamenal poznání, klidnou dovolenou a kvalitní služby. Dnešní zákazníci kladou z velké míry důraz na kvalitu poskytovaných služeb. V této destinaci by je díky rozšíření ekologické certifikace našli. Přilákáním návštěvníků právě na tuto nabízenou kvalitu by se zvedly zisky i zdejším podnikatelům,

kteří si zatím výhodnost získání ekologické certifikace a zapojení do součásti destinačního managementu příliš neuvědomují. Při cílené a efektivní osvětě těchto podnikatelů by došlo k rozšíření certifikace, která by se šířila celou destinací. Tato destinace by byla propagována jako jedinečná a unikátní, díky kvalitě poskytovaných služeb. Zárukou této kvality pro zákazníky by byla zmiňovaná certifikace, která v České republice jinde nemá u služeb cestovního ruchu obdoby. A právě toto hledisko by bylo dostatečným lákadlem pro návštěvníky destinace. Nebudou tak muset složitě vyhledávat informace o destinaci a subjektech, ale rovnou jim budou podány kompletní informace a především nabídka kvalitní dovolené, pomocí kvalitních služeb v zachovalé a neporušené přírodě.

Zavedením loga a motta destinace se zvýší její propagace a dojde k snadnějšímu zapamatování této destinace. Poskytování kvalitních služeb zajištěných ekologickou certifikací je inovace, na kterou se zaměřuje návrh zlepšení. Destinace bude celkově kvalitnější, a pro zákazníky přitažlivější a atraktivnější. Dojde také k výraznému zvýšení konkurenceschopnosti. To bude mít za následek zvýšení návštěvnosti destinace a tím větší příliv peněžních prostředků do oblasti. V rámci této certifikace nebude docházet ani k porušování životního prostředí a k jeho zachování pro další provozování cestovního ruchu zde.

Financování navrhovaných změn

V rámci financování tohoto návrhu by nedošlo k výrazným změnám. A to z důvodu, že navrhnuté inovace jsou součástí stávajícího managementu. Ten je financován ze zdrojů rozvojové agentury a také z Evropského fondu pro regionální rozvoj. Tak by tomu bylo i v případě navrhnutých změn, ty by byly zahrnuty do oblasti realizace - Podpora zvyšování kvality služeb – regionální certifikace.

10 Závěr

Zkoumanou oblastí této práce bylo území Národního parku Šumava. Toto území je vymezeno oficiální hranicí parku a rozkládá se na ploše 690 km², což je poměrně rozlehlá oblast pro rozvoj cestovního ruchu.

Správa Národního parku Šumava neustále připravuje četné projekty a programy pro širokou návštěvnickou veřejnost. Ani rok 2010 nebude výjimkou, v přípravě jsou nové projekty za účelem přilákání návštěvníků a zvýšení atraktivity tohoto území. Cílem těchto projektů je také propagace šumavské přírody a činnosti správy národního parku. Neustálé rozšiřování a zavádění programů a projektů pro veřejnost je velmi přínosné pro rozvoj cestovního ruchu v tomto území. Návštěvníci mají možnost přijít do míst, která představují nejzachovalejší přírodní dědictví. Správa parku pečuje o své návštěvníky, což je velký posun vpřed. Zřizuje jim parkoviště, ekologické autobusy, nabízí pozorování divoké zvěře i telemetrii zvířat, jako jeden z mála parků Evropy zavedl systém nouzových nocovišť...

Dle vlastního zkoumání a na základě řízeného rozhovoru bylo zjištěno, že park velmi dbá o rozvoj cestovního ruchu v jeho území. Samozřejmě je tento rozvoj uváděn do souladu se zachováním přírodních hodnot a ochranou přírody. I přes to, že správa parku dbá na ochranu přírody a zároveň se snaží o rozvoj cestovního ruchu, koncept trvale udržitelného rozvoje zde zatím však neexistuje, teprve se začíná utvářet. Tento koncept je pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu v oblasti velmi důležitý. Pracovní hypotézy, které byly stanoveny na začátku práce, byly potvrzeny.

Rozvoj cestovního ruchu v této oblasti představuje příležitosti i pro místní podnikatele a příliv finančních prostředků do oblasti. Na základě zkoumání bylo zjištěno, že návštěvnost území Národního parku Šumava je zajištěna především domácími turisty (90 %), zbytek je uskutečňován v rámci aktivního zahraničního cestovního ruchu. Dále bylo zjištěno, že na tomto území je v průměru uskutečňován krátkodobý cestovní ruch, který je realizován návštěvníky, nikoli výletníky. Marketingový výzkum také ukázal stav ekologické certifikace ubytovacích a stravovacích služeb. Bylo zjištěno, že tato certifikace není v území zatím velmi rozšířena. Z oslovených subjektů, kteří nemají tuto certifikaci zavedenou, o ní přemýšlí

pouhá polovina. Bylo také zjištěno, že v oblasti není nutné zavádění nových produktů. Jako návrh vyplynulo propojení destinačního managementu s myšlenkami ekologické certifikace služeb cestovního ruchu. To by znamenalo zvýšení atraktivity území a také jeho konkurenceschopnost.

11 Summary

A study area in this work was area of National park Šumava. This area is defined by official park's border and is located on a flat 690 km². This is a spacious area for tourism development.

An administration of National park Šumava prepares constantly a lot of projects and programs for general visitor public. The year 2010 will not have an exception. In a preparing are new projects for attract visitors and attraction elevation this area. A point these projects is Šumava mountains promotion, a nature promotion and promotion of the activity of administration of national park. Continuous propagation and implementing of programs and projects for public is very beneficial for tourism development in this area. Visitors have chance to come to places, which represent the provedest natural inheritance. The administration of National park Šumava looks after visitors. This is a big moving ahead.

The administration of National park Šumava cares about tourism development in its area. Of course is this development brings in harmony with maintenance of natural valuation and nature conservation. A concept of sustainable development of tourism does not exist here. But it is begining about it. This koncept is for sustainable development of tourism in this area very important. Work hypotheses, which were determined in the work beginning were confirmed.

The tourism development in this area means opportunities for local entrepreneurs and flow of capital in the area. Has been learned, that an attendance in National park Šumava is ensure first of all home tourists (90 %), a rest is implementation with incoming. In this area is realize at average short-term tourism.

It was proposed a cross connection destination management with ecological certification services of tourism for attraction elevation of area and competitiveness elevation.

Přehled použité literatury a pramenů

Odborná literatura s tematikou cestovního ruchu

1. BERÁNEK, J. - KOTEK, P. *Řízení hotelového provozu*. Praha: Grada Publishing, 1998.
2. FRANCOVÁ, E. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2003.
3. HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006.
4. HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS, 1997.
5. INDROVÁ, J. *Cestovní ruch*. Praha: Oeconomica, 2009.
6. JAKUBÍKOVÁ, D. – JEŽEK, J. – PAVLÁK, M. *Cestovní ruch*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 1995.
7. JAROLÍMKOVÁ, L. *Informatorium pro studenty oboru cestovní ruch*. Praha: Oeconomica, 2009.
8. KUČEROVÁ, I. *Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch*. Praha: IDEA SERVIS, 1997.
9. ORIEŠKA, J. *Metodika činnosti průvodce cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS, 1999.
10. ORIEŠKA, J. *Technika služeb*. Praha: IDEA SERVIS, 1996.
11. PÁSKOVÁ, M. – ZELENKA, J. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002.
12. PICEK, M. – RŮŽIČKA, T. – SILOVSKÝ, V. – TĚŠITEL, J. – VLÁŠKOVÁ, K.: *Cestovní ruch na Šumavě – Rozvojový koncept udržitelného cestovního ruchu – Akční program*. REGIONÁLNÍ ROZVOJOVÁ AGENTURA ŠUMAVA, o. p. s., Stachy 2007

Odborná literatura s regionální tematikou

13. AUTORSKÝ A LEKTORSKÝ KOLEKTIV. *Šumava – Turistický průvodce*. Praha: Olympia, 1986.
14. DAVID, P. – SOUKUP, V. *Šumava*. Praha: Soukup & David, 2001-2002.
15. DAVID, P. – SOUKUP, V. *Šumava – Pláně*. Praha: Soukup & David, 1999.
16. KASKOUN, O. *Toulky Šumavou*. Sušice: Nakladatelství Dr. Radovan Rebstöck, 2002.
17. KOLEKTIV AUTORŮ. *Šumava – Železnorudsko*. Praha: Kartografie Praha, a. s., 2003.
18. MARTAN, M. *Průvodce Šumavou*. Praha: FREYTAG a BERNDT, Plzeň: KLETR, 2006.
19. MARTAN, M. – RAU, K. - ŘEŽÁB, L. *Šumava, Bavorský les*. Plzeň: KLETR, 1991.
20. TREMLOVÁ, M. - HUBENÝ, P. *Chráněná území v okrese Klatovy*. Klatovy: Dragon Press, 2000.

Odborná literatura týkající se marketingového výzkumu

21. KYNCLOVÁ, J. – KARÁSKOVÁ, E. *Marketing a management pro střední a vyšší hotelové školy*. Praha: FORTUNA, 2009.
22. MAINZOVÁ, E. *Praktický marketing*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2005.
23. MAJARO, S. *Základy marketingu*. Praha: Grada Publishing, 1996.
24. PŘIBOVÁ, M. – KOLEKTIV. *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada Publishing, 1996.

Webové stránky

25. <http://www.npsumava.cz/>
26. <http://www.mmr.cz/>
27. <http://www.cernykohoutek.cz/>
28. <http://www.regionalni-znacky.cz/>
29. <http://www.rras.cz/>
30. <http://www.ubytovani.racanek.cz/>
31. <http://www.kct.cz/>
32. <http://www.hotelkasperk.cz/>
33. <http://www.jizdarnasrni.com/>
34. <http://www.otavskaplavba.cz/op/>
35. <http://www.kvilda.org/chatakvilda/>
36. <http://sumava.spicak.cz/>
37. <http://www.otavatour.cz/>
38. <http://www.sumavanet.cz/>
39. <http://www.cs.wikipedia.org/>
40. <http://www.hotelysrni.cz/>
41. <http://www.brno-inline.cz/>
42. <http://www.ladronka.cz/>
43. <http://www.skisumava.cz/>
44. <http://www.isumava.cz/>
45. <http://svetkolecek.cz/>
46. <http://www.picasaweb.google.com/>
47. <http://www.arberland-bayerischer-wald.de/>
48. <http://www.fotoaparar.cz/>

49. <http://www.retour.cz/>
50. <http://www.boubin.cz/>
51. <http://www.bruckneruvdum.cz/>
52. <http://www.risy.cz/>
53. <http://www.telemetrie.npsumava.cz/>

Přednášky

54. Přednášky z předmětu Destinační management, 2009

Tiskoviny, propagační materiály

55. Ročenka 2008 Správy NP a CHKO Šumava. Správa NP a CHKO Šumava, 2008
56. Programy pro veřejnost, Jaro – léto 2009. Správa NP a CHKO Šumava, Vimperk, 2009
57. Programy pro veřejnost, Zima 09/10. Správa NP a CHKO Šumava, Vimperk, 2009
58. Nová Šumava, Léto 2008, číslo 04. Správa NP a CHKO Šumava, Vimperk, 2008
59. Nová Šumava, Léto 2009, číslo 09. Správa NP a CHKO Šumava, Vimperk, 2009
60. Nová Šumava, Podzim 2009, číslo 11. Správa NP a CHKO Šumava, Vimperk, 2009
61. Leták Národní park Šumava. Správa NP a CHKO Šumava, Vimperk, 2005
62. In-line skating v jižních Čechách a na Šumavě. Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2007

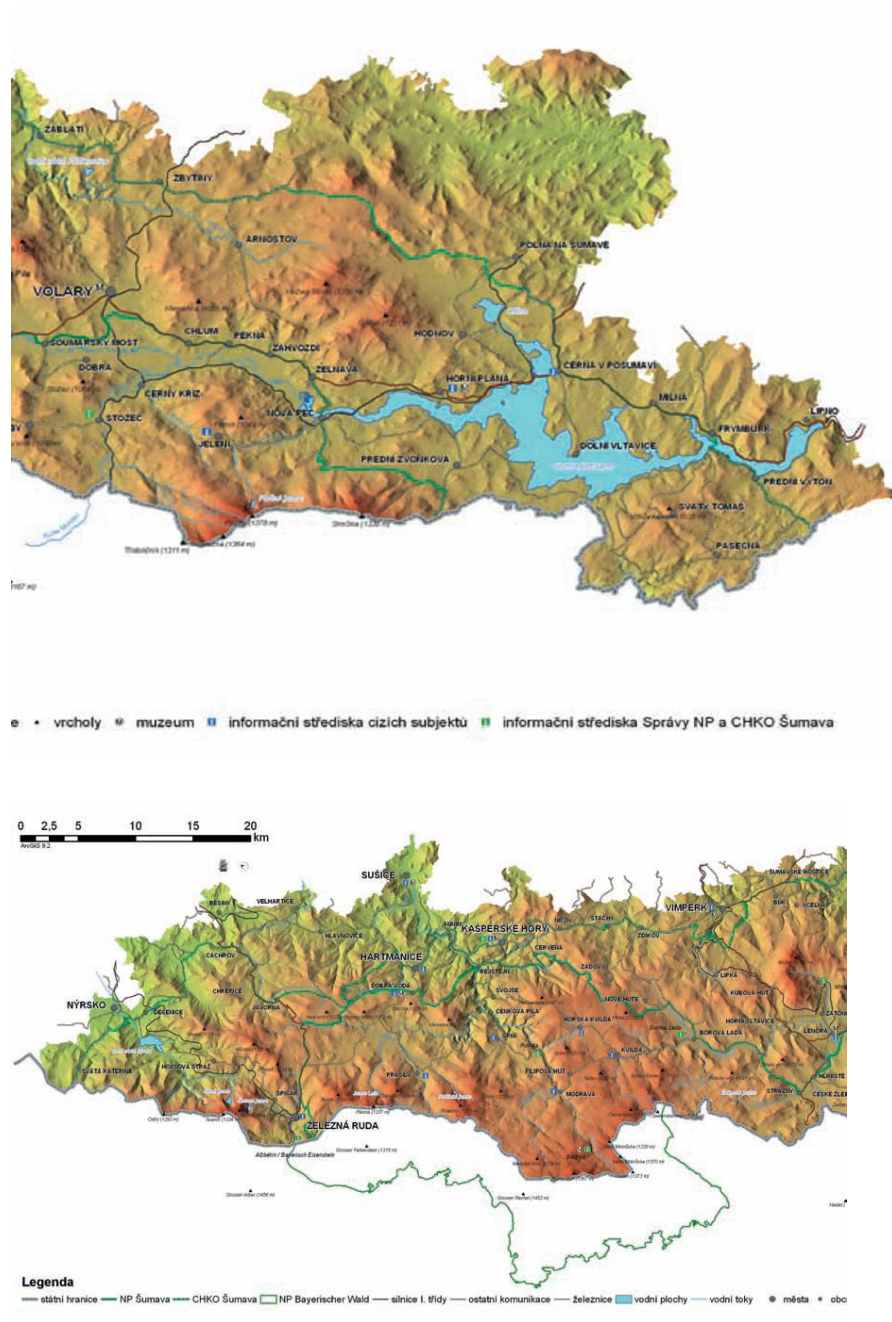
Seznam příloh

Mapka 1: Vymezení území Národního parku Šumava



Zdroj: Informační leták Správy NP Šumava, který byl graficky upraven

Mapka 2: Chráněná krajinná oblast a Národní park Šumava



Zdroj: www.npsumava.cz [2. 11. 2009]

Mapka 3: Národní park a Biosférická rezervace Šumava



Zdroj: www.npsumava.cz [2. 11. 2009]

Seznam jednotlivých činností správy NP Šumava, nepřímo se vztahující k cestovnímu ruchu

Časopis Šumava

Tento časopis publikovaný Správnou NP a CHKO Šumava je vydáván od roku 1973. Navazuje na tehdejší Zpravodaje CHKO Šumava. V roce 1996 došlo ke změně a časopis Šumava je produkován jako čtvrtletník a zájemci si ho mohou zakoupit ve volném prodeji nebo ho lze odebírat formou předplatného. Časopis obsahuje články s odbornou tematikou i články zachycující atmosféru šumavského života. Textová část je doplněna o fotografie Šumavy. Zájemci si mohou jednotlivá čísla prohlédnout i na webových stránkách NP Šumava.²³

Občasník Nová Šumava

Správa parku vydává svůj občasník Nová Šumava. Tyto noviny jsou doručovány zdarma do každé domácnosti v celém regionu. Návštěvníci parku je mohou rovněž získat v informačních centrech parku, nabízí je také Regionální rozvojová agentura Šumava, čili noviny jsou dostupné nejen pro místní obyvatele, kterým jsou doručovány, ale i návštěvníci parku mají možnost tyto noviny získat. Cílem je přiblížit místním obyvatelům i návštěvnické veřejnosti stručný popis výsledků práce správy parku a informovat o aktuálním dění v území. První číslo bylo vydáno na podzim roku 2007. Poslední číslo vydaného občasníku si mohou zájemci prohlédnout také na webových stránkách parku. Roku 2008 bylo vydáno celkem pět čísel tohoto občasníku.²³

Newslettery Národního parku Šumava

Pro turisty, obyvatele žijící na území Šumavy i další zájemce Správa NP Šumava zajišťuje bezplatné zasílání noviněk a informací z dění v parku prostřednictvím mailu. Zájemci se na webových stránkách parku zaregistrují a poté jim jsou informace zasílány v časovém intervalu, jaký si sami zvolí. Touto službou je zajištěna plná informovanost zájemců a milovníků přírody a turistiky ve vymezené oblasti.

Audio a video nahrávky

Novinkou v projektech Správy NP Šumava jsou audio a video nahrávky umístěné na jejím webu. Návštěvníci těchto internetových stránek zde mají možnost shlédnout zajímavá videa přibližující život zvířat, obývajících národních park a vyslechnout hlasy přírody. Tyto hlasy jsou ke stažení ve formátu mp3.

Tabulka 1: Přehled návštěvnosti jednotlivých IS v letech 2004 - 2008

	2004	2005	2006	2007	2008
Idina Pila	18 900	29 387	25 185	14 210	13 128
Svinná Lada	11 450	9 876	11 407	11 692	17 986
Muzeum Vimperk	9 494	12 205	10 482	11 711	12 376
Rokyta	21 935	23 601	25 946	17 189	10 721
Kvílda	73 940	70 940	65 110	65 935	57 457
Poledník	26 666	29 855	28 070	36 535	30 920
Kašperské Hory	11 344	12 431	11 332	14 682	17 110
Alžbětín	36 065	32 732	30 144	34 322	33 623
Stožec	10 021	9 461	8 238	7 201	5 894
Březník	3 500	3 500	6 950	6 182	4 969

Zdroj: Ročenka 2008 Správy NP a CHKO Šumava, str. 43

Tabulka 2: Přehled informačních středisek v NP a CHKO Šumava k roku 2008

	Zahájení činnosti	Rekonstrukce expozice	Uzavření
Idina Pila	1995	2003/2008-9	
Svinná Lada	1995	1999	
Muzeum Vimperk	1995 vestavěna expozice ochrany přírody	2007	
Rokyta	1997		
Kvilda	1997	2009	
Poledník	1998	2007 doplněno o expozici	
Kašperské Hory	1998	2001 učebna SEV 2002 minigalerie 2005 venkovní areál	
Alžbětín	2000		
České Žleby	2000		2007
Stožec	2001	2002 venkovní areál 2004 geologická expozice	
Březník	2003 expozice K. Klostermanna 2006 informační středisko		

Zdroj: Ročenka 2008 Správy NP a CHKO Šumava, str. 41 a 42

Tabulka 3: Přehled návštěvnosti Muzea NP Šumava v roce 2008

Měsíc	Návštěvnost celkem	Vstupné celkem (v Kč)	Z toho:			Počet skupin			Vlčková věž
			Neplatící	Děti, důchodci	Dospělí	Důchodci	Děti, studenti	Dospělí	
Květen	1 276	12 720	410	460	406	1	9	1	
Červen	1 217	12 020	397	438	382	0	12	0	
Červenec	3 875	48 310	412	845	1 368	0	5	0	1 250
Srpen	4 382	53 340	449	811	1 401	0	1	0	1 721
Září	1 020	12 300	161	488	371	6	1	0	
Říjen	606	7 090	159	185	262	1	4	0	
Celkem	12 376	145 780	1 988	3 227	4 190	8	32	1	2 971

Zdroj: Ročenka 2008 Správy NP a CHKO Šumava, str. 52

Obrázek 4: Putování Skleněné archy v posloupnosti Poledník – Prachatice – Stožec



Zdroj: <http://telemetrie.npsumava.cz> [22. 2. 2010]

Obrázek 9: Soutok Vydry a Křemelné



Zdroj: Vlastní fotografie

Obrázek 10: Řeka Vydra



Zdroj: Fotografie 1: <http://ubytovani.racanek.cz> [22. 3. 2010]

Fotografie 2: Vlastní fotografie

Úseky Otavy – kilometráž – vymezený úsek Čeňkova Pila - Sušice

Čeňkova Pila – ř. km 112,9

Toto místo je místem nástupu splutí nejvyššího a nejobtížnějšího úseku Otavy, protože řeka je již od tohoto soutoku velmi dravou řekou, která dosahuje do Rejštejna obtížnosti WW-III. Jedná se o rychlý peřejnatý tok s velkými kameny a prahy v řečišti. Tento úsek v délce 5 km je tedy vhodný pouze pro zkušené vodáky. Úsek z Čeňkovy Pily do Rejštejna je splavný od 15. 3. do 31. 10. od 8.00 hod. do 19.00 hod.

Silniční most Rejštejn – ř. km 107,7

Toto místo je vhodným nástupním místem pro celoroční splouvání Otavy. Zde končí 1. zóna NP Šumava.

Jez Radešov – ř. km 106,6

Tento jez býval oblíbenou částí při jarních závodech na Otavě. V současnosti je ale toto místo velmi nebezpečné a ke sjezdu vyloženě nevhodné. Jde o nesjízdné vývařiště zasypané lomovým kamením, díky kterému toto místo ohrožuje zdraví i materiál vodáků, hráze mají různou délku traverz a velmi nebezpečné ostré hrany. Vodáci by proto měli v každém případě loď přenést. Přenáší se po pravém břehu řeky a suchým korytem na velkou vzdálenost.

Stupeň u Annína – ř. km 103,3

Tento stupeň u náhonu tvoří malá hráz z místních oblých kamenů. Stejně tak jako jez v Radešově je ale i toto místo pro vodáky velmi nebezpečné. Pod vodou je umístěno zahrnuté ocelové lano, které mělo původně sloužit pro zpevnění této hráze. Lano trčí místy nad hladinu, ale větší část smyček a ostrých zkorodovaných hrotů zakrývá proudící voda. Nejnebezpečnější je tato překážka v sjížděných jazycích, a to jak pro nafukovací plavidla, kdy hrozí roztržení pláště, tak i pro lodě s větším zanořováním špičky. I pro plavce zde smyčky lana mohou představovat riziko utonutí v jinak nehluboké vodě.

Kemp Annín – ř. km 101,7

Zde je nástupní místo u kempu Annín. Toto místo je vhodným začátkem turistického splouvání Otavy pro zkušené vodáky – turisty.

Jez Dlouhá Ves – ř. km 98,9

Zde se jedná o starý dřevěný jez, jehož stav odpovídá mnohaleté nepřetržité a nekončící opravě. Z dřevěného bednění trčí spojovací materiál, proto lze sjíždět jen někdy. Lodě je možné přenášet vlevo i vpravo, ale v obou případech obtížně. Při přetahování lodí přes dřevěnou plochu za nízkých vodních stavů je důležitá zvýšená opatrnost, místo je velmi kluzké a hrozí úraz. Ani tento jez tedy není příliš bezpečný a vhodný pro splouvání.

Jez Páteček Červené Dvorce – ř. km 95,4

Tento jez je za nízkých vodních stavů možné sjet po levé straně. Při větší vodě je jez v celé své šíři díky nebezpečnému válci méně bezpečný. Tento jez si vodáci mohou nejprve bez problémů prohlédnout z mostu. Pro případ přenášení slouží pravý břeh. Na tomto břehu je instalována informační tabule Otavské cyklostezky. Na levém břehu je pak umístěno parkoviště, které slouží jak vodákům, tak i cyklistům.

Jez Na Fufernách Sušice – ř. km 92,8

Tímto jezem končí splutí horního úseku Otavy. Jez není sjízdný, za vyšší vody je zde velmi nebezpečný válec a za malé vody je jez suchý a vysoký. Lodě se tedy musí přenášet buď přes pravobřežní navigaci a prudkou stráň do většinou suchého koryta, anebo přes hrázku povodňového přepadu do koryta Volšovky a jím do Otavy. Přenášení lodí je zde tedy poměrně složité.

Vybrané trasy pro inlinové bruslení

Stožec – Nová Pec

V území NP Šumava se nachází jedna z nejlepších a nejoblíbenějších inline tras v České republice. Jedná se o patnáctikilometrovou trasu, která vede I. zónou NP Šumava a kopíruje Studenou Vltavu, Vltavu a železniční trať. Řadí se mezi nejzajímavější a nejdélší souvislé trasy vhodné pro inline bruslení. Začíná v Nové Peci a končí ve Stožci. Cesta je dostatečně široká s hrubším povrchem. Po celé délce platí zákaz vjezdu motorových vozidel. Možnost občerstvení a ubytování je na začátku a na konci trasy, čili v Nové Peci a ve Stožci, malé občerstvení je možné ještě na Černém Kříži. Cestu využívají i cyklisté. Dále je také využívána lesní správou, proto se na ní mohou objevit i nečistoty a stroje těžké lesní techniky, což je jedinou nevýhodou této trasy.⁴¹

Obrázek 16: Trasa Stožec – Nová Pec



Zdroj: <http://picasaweb.google.com> [2. 4. 2010]

Kvilda – Bučina

Tato trasa je fyzicky náročnější. Má velmi kvalitní povrch. Začíná na jižním okraji Kvildy a pokračuje jihovýchodním směrem na Bučinu po zelené turistické značce. Téměř celá vede lesem do táhlého kopce. Kolem trasy je instalováno několik odpočívadel. Vyhlídka na konci trasy potěší při příznivém počasí výhledem na Alpy. Cesta je doporučována pro inline bruslení pouze směrem na Bučinu, opačným směrem čeká bruslaře nebezpečný prudký sjezd. Z Bučiny mohou zájemci využít Ekobusy, které

zde ale jezdí pouze v hlavní turistické sezoně. Cesta je uzavřena pro motorová vozidla s výjimkou Ekobusů. Na Bučině lze také využít možnosti nouzového nocoviště a strávit tak noc v divoké šumavské přírodě.⁴⁰

Modrava – Rybárna

Z Modravy směrem na západ vede po červené turistické značce nenáročná, jen mírně zvlněná inline trasa. Pro její nenáročnost je vhodná pro děti a začátečníky. Je zde zákaz vjezdu motorových vozidel. Trasa prochází údolím Roklanského potoka podél rašelinišť směrem na Javoří pilu. Vede na křižovatku Rybárna – Tříjezerní slat', kde cesta pokračuje dál až na Poledník. Povrch této další cesty a převýšení ale neumožňuje využití pro inline bruslení. Je zde ale možné využít kombinaci Nordic Walking a inline bruslení a pokračovat až na rozhlednu na Poledníku.⁴⁰

Modrava – Březník

Jižním směrem z Modravy vede po Nové březnické cestě údolím Modravského potoka trasa s proměnlivou kvalitou povrchu. Převažuje kvalitní asfaltový povrch, který se střídá s povrchem hůře sjízným. Z tohoto důvodu je trasa vhodná pro zdatnější bruslaře. Kolem cesty se nachází několik odpočívadel. Přes Luzenské údolí dojedou bruslaři na jedno z nejkrásnějších míst Šumavy zvané Březník. Nad údolím je postavena Březnická hájenka a v letní sezoně je zde v provozu informační středisko. I tato trasa je uzavřena pro motorová vozidla. Pro inline bruslení je cesta doporučována spíše mimo období hlavní turistické sezony.⁴⁰

Srní a okolí

Kolem starého Srní

Nejlehčí trasa je zde na starém Srní, která vede od rozcestníku Staré Srní po cyklostezce na chatu Forward. Tato cesta, stejně tak jako ostatní vyjížd'ky na Šumavě nabízí krásné pohledy do krajiny. Trasa měří 1 200 metrů a vede po místní komunikaci s omezením rychlosti. Povrch je kvalitní.⁴⁰

Kolem Srní

Další trasa vhodná pro inline bruslení vede ze Srní přes hotel Vydra na nádrž. Cesta je dlouhá 1 100 metrů a nachází se na ní dva nepříjemné sjezdy. I zde je povrch kvalitní.⁴⁰

Kolem Rokyty

Další trasa začíná u informačního střediska v Rokytě. Odtud má dvě ramena. První vede po proudu kanálu a končí u rozcestí Plavební kanál. Druhé pak vede proti proudu a končí u hotelu Antýgl. Tato trasa měří 1 500 metrů a vede po komunikaci bez provozu motorových vozidel. Povrch je zde horší, ale jedná se o krásnou projížďku podél plavebního kanálu.⁴⁰

Trasa Filipova Huť - Kvilda

Tato trasa začíná ve Filipově Huti a je vhodná jen pro dobré bruslaře. Směrem zpět je velmi rychlá, bruslaři se zde mohou pohybovat rychlostí až přes 50 km/h. Trasa je vedena po silnici III. třídy a je dlouhá 1 800 m.⁴⁰

Trasa Kvilda - Račí

Tato trasa slibuje opravdu pořádné projetí. Vede údolím Vltavy po silnici III. třídy a měří 32 km.⁴⁰

V této oblasti lze také využít kombinaci Nordic Walking a inline bruslení, anebo Nordic Blading. Dá se zde dobře kombinovat jízda na bruslích a pěší chůze s holemi i bez, stezky a trasy vhodné na tyto obě aktivity se zde vhodně střídají a doplňují. Takto mohou zájemci dojít např. podél kanálu na Mechov. Tento způsob poznávání atraktivit tohoto území je zatím méně známý, avšak nabízí plno zajímavých zážitků.

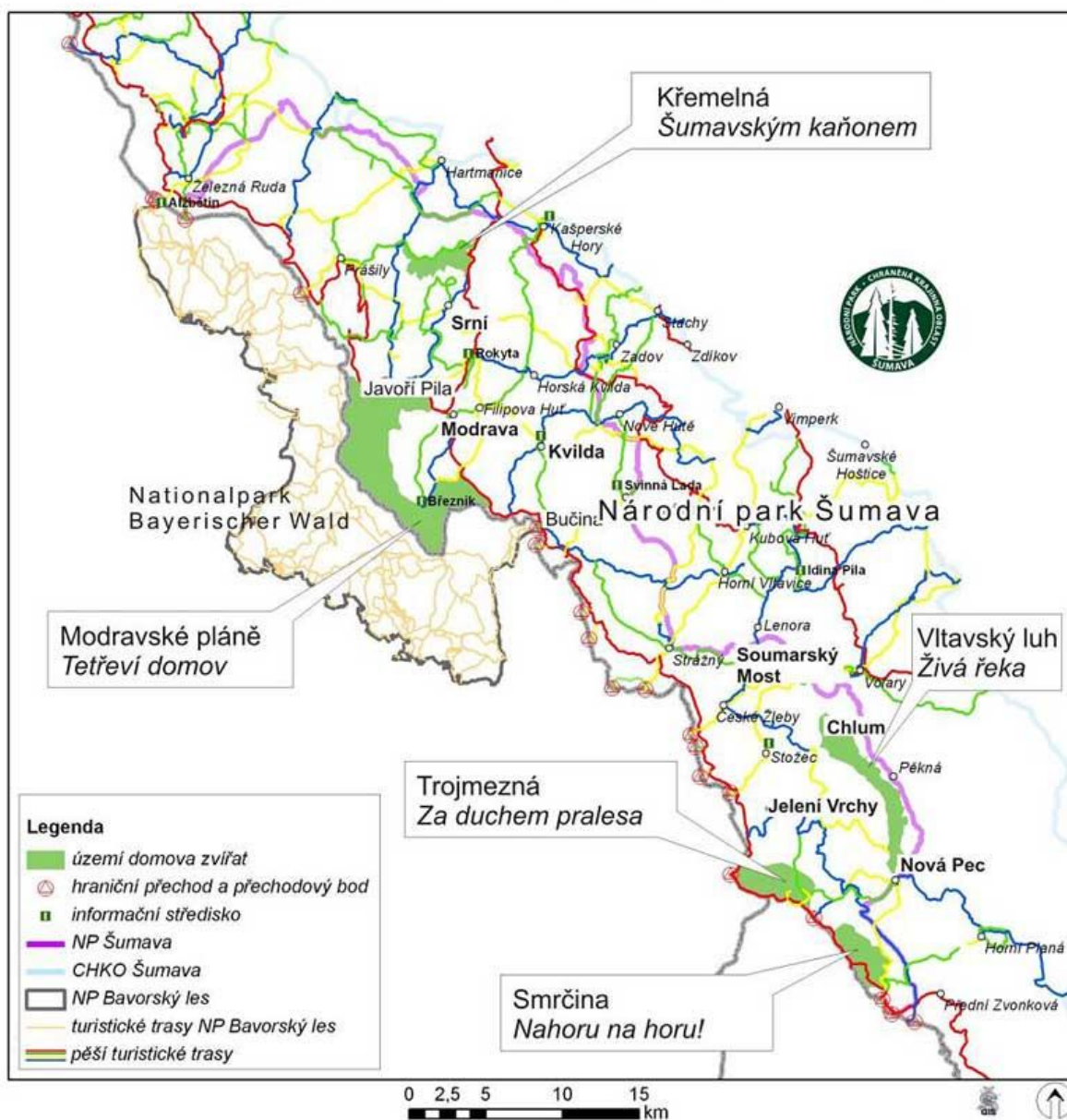
Obrázek 17: Trasy na inline bruslení v okolí Srní



Zdroj: <http://www.hotelysrni.cz> [18. 3. 2010]

Mapka 5: Mapka výletů s průvodcem

S průvodcem do šumavské divočiny - Na návštěvu do území domova zvířat



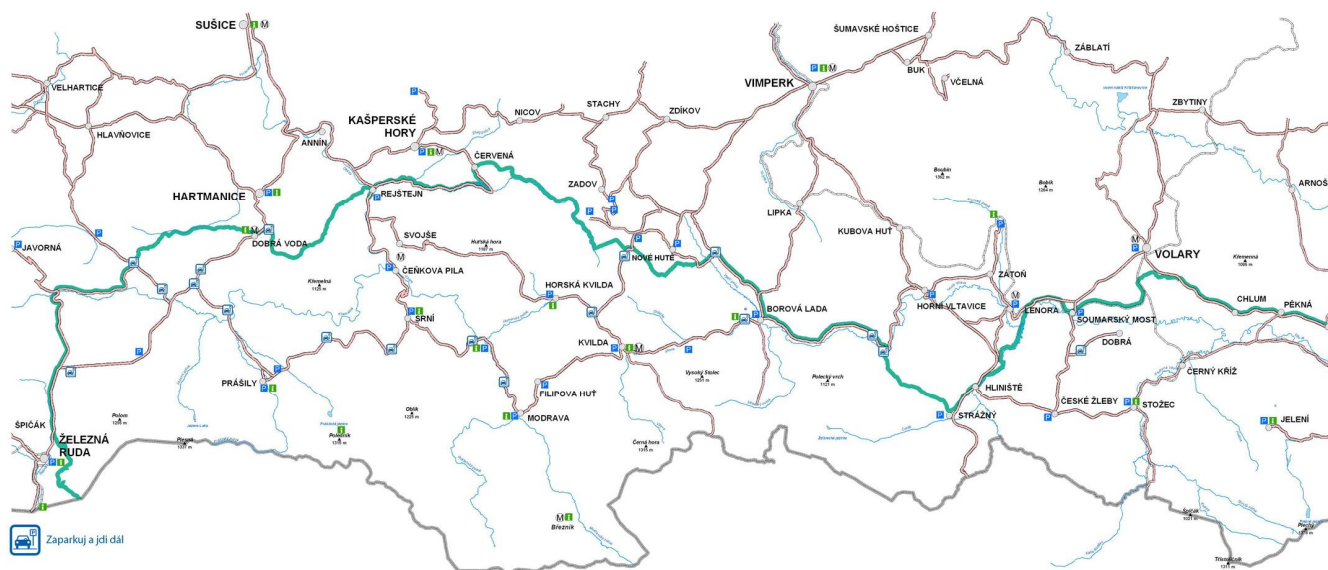
Zdroj: www.npsumava.cz [2. 11. 2009]

Mapka 6: Nouzová nocoviště v Národním parku Šumava



Zdroj: www.npsumava.cz [2. 11. 2009]

Mapka 7: Přehled parkovišť v rámci projektu Zaparkuj a jdi dál



Zdroj: www.npsumava.cz [2. 11. 2009]

Ukázka popisu profilu a charakteru trasy - Schwarzenberský plavební kanál

„Charakteristika trasy: B, 1, L, 5 km, P.

Výchozím bodem je parkoviště Jelení Vrchy před dolním portálem tunelu.

Parkoviště je však pro následný pohyb nevhodně umístěno (prudký svah). Doporučujeme proto výstup z doprovodného vozidla na křižovatce u kanálu před stoupáním k parkovišti a následně pak i nástup.

Cesta podél kanálu má velmi vhodný profil a atraktivitu zajišťuje nově opravený úsek tohoto díla. Vychází z Jeleních Vrchů směrem k Rosenauerově kapličce, která je cílem naší cesty.

Po téže cestě se vrátíme zpět na Jelení Vrchy. Plánovanou trasu lze však dle chuti prodloužit.

Povrch je šterkopískový a cesta je vedena zároveň jako cyklotrasa. Kolize s cyklisty snad nehrozí vzhledem k přehlednému a rovinnému charakteru trasy.“^[14]

Jak je patrné z ukázky popisu tras, je systém tras pro vozičkáře důmyslně propracovaný. Handicapovaní turisté zde najdou všechny potřebné a pro ně nutné informace. Popisované cesty jsou opravdu uzpůsobeny pro tyto turisty, včetně na nich se nacházejícího příslušenství. V tomto ohledu udělala Správa národního parku Šumava opravdu velký krok, kterým vyšla vstříc i méně pohyblivým turistům, pro které by jinak byla návštěva Šumavy a jejích míst nereálná.

Tento projekt je velmi užitečný a záslužný. Je založen také na myšlence využití těchto cest rodinami s dětskými kočárky.

Dotazník 1: Dotazník pro ubytovací a stravovací subjekty bez ekologické certifikace

Tento dotazník je věnovaný otázkám ekologické certifikace prostřednictvím značky ŠUMAVA – originální produkt[®] a značky Zelené hotely ve vymezeném regionu Šumava. Je součástí dotazníkového šetření prováděného v rámci zpracování diplomové práce na téma Rozvoj cestovního ruchu v Národním parku Šumava. Práce je prováděna na Ekonomické fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Děkuji za Váš čas věnovaný jeho vyplnění. Získané informace budou sloužit k vyhodnocení současné situace v regionu Šumava a na jejich základě budou navrženy možnosti zlepšení.

1. Část, věnující se ekologické certifikaci ŠUMAVA – originální produkt[®]

1. Znáte ekologickou značku ŠUMAVA – originální produkt[®], víte o jakou značku se jedná?

- a) Ano, značku znám
- b) Ne, o značce jsem nikdy neslyšel/a

2. Pokud ano, jakým způsobem jste se o ní dozvěděl/a?

a) Z webových stránek:

- aa) www.regionalni-znacky.cz
- ab) www.domaci-vyrobky.cz
- ac) www.isumava.cz
- ad) www.rras.cz
- ae) Jiné, prosím uveďte _____

b) Na veletrzích cestovního ruchu (prosím, uveďte o který veletrh se jednalo)

c) Z tiskovin:

- ca) Katalogové lístky
- cb) Noviny Doma na Šumavě
- cc) Katalog certifikovaných výrobků a služeb
- cd) Katalog certifikovaných služeb
- d) **Jiné**, prosím uveďte _____

3. Přemýšlíte o zavedení ekologické certifikace prostřednictvím značky ŠUMAVA - originální produkt® pro Vaše ubytovací zařízení?

- a) **Ano**, uvažuji o této certifikaci
- b) **Ne**, nepřemýšlím o získání této certifikace

4. Pokud ano, z jakých důvodů?

- a) **Zviditelnění pro zákazníky**, lepší orientace návštěvníků šumavského regionu
- b) **Zvýšení konkurenceschopnosti** mého zařízení
- c) **Odlišení se od ostatních zařízení**
- d) **Známka kvality, prestiž**, důkaz toho, že zařízení poskytuje kvalitní služby svým zákazníkům
- e) **Kvalitní propagace a marketingový nástroj** pro zařízení, poskytující služby cestovního ruchu
- f) **Podpora cestovního ruchu na Šumavě**
- g) **Podpora ochrany životního prostředí** a podnikání v chráněném území šumavského regionu
- h) **Jiné**, prosím, uveďte _____

5. Pokud ne, z jakých důvodů?

- a) Neshledávám v zavedení certifikace žádný přínos pro mé zařízení
- b) Zařízení by mělo problém splnit certifikační kritéria (kritérium kvality, šetrnosti a jedinečnosti)
- c) Jiné, prosím, uveďte _____

2. Část, věnující se ekologické certifikaci Zelený hotel

6. Znáte ekologickou značku Zelený hotel, víte o jakou značku se jedná?

- a) Ano, značku znám
- b) Ne, o značce jsem nikdy neslyšel/a

7. Pokud ano, jakým způsobem jste se o této certifikaci dozvěděl/a?

a) **Z webových stránek:**

aa) www.ekoznacka.cz

ab) www.cenia.cz

ad) Jiné, prosím uveďte _____

b) **Na veletrzích cestovního ruchu** (prosím, uveďte o který veletrh se jednalo)

c) **Z tiskovin:**

Prosím uveďte _____

8. Přemýšlíte o zavedení ekologické certifikace prostřednictvím značky Zelený hotel pro Vaše ubytovací zařízení?

- a) **Ano**, uvažuji o této certifikaci
- b) **Ne**, nepřemýšlím o získání této certifikace

9. Pokud ano, z jakých důvodů?

- a) **Zviditelnění pro zákazníky**, lepší orientace návštěvníků šumavského regionu
- b) **Zvýšení konkurenceschopnosti** mého zařízení
- c) **Odlišení se od ostatních zařízení**
- d) **Známka kvality, prestiž**, důkaz toho, že zařízení poskytuje kvalitní služby svým zákazníkům
- e) **Kvalitní propagace a marketingový nástroj** pro zařízení, poskytující služby cestovního ruchu
- f) **Podpora cestovního ruchu na Šumavě**
- g) **Podpora ochrany životního prostředí** a podnikání v citlivě v chráněném území šumavského regionu.
- h) **Jiné**, prosím, uveďte _____

10. Pokud ne, z jakých důvodů?

- a) **Neshledávám v zavedení certifikace žádný přínos** pro mé zařízení
- b) **Zařízení by mělo problém splnit certifikační kritéria** (kritérium kvality, šetrnosti a jedinečnosti)
- c) **Jiné**, prosím, uveďte _____

3. Část, věnující se oběma ekologickým certifikacím

11. Myslíte si, že by zavedení ekologické certifikace mělo vliv na Vaše zákazníky?

- a) **Ano**, určitě mělo, byla by to pro ně známka kvality našeho zařízení
- b) **Ne**, myslím, že zavedení této certifikace neovlivňuje naše zákazníky a návštěvníky

12. Myslíte si, že by se po zavedení ekologické certifikace zvýšila návštěvnost Vašeho zařízení?

- a) **Ano**, určitě by se návštěvnost zvýšila
- b) **Ne**, zavedení certifikace nemá na návštěvnost vliv

Můžete, prosím, uvést bližší důvody Vašeho hodnocení?

13. Podnikáte v chráněném území šumavského regionu. Je pro Vás důležitá ochrana této jedinečné přírody, snažíte se uvést do souladu podnikání a rozvoj cestovního ruchu spolu s ochranou přírody?

- a) **Ano**, určitě se snažím brát ohledy i na ochranu přírody v rámci podnikání
- b) **Ne**

Můžete, prosím, uvést bližší důvody Vašeho hodnocení?

Pokud chcete doplnit tento dotazník ještě o některé údaje, připomínky a informace, prosím, uveďte je na toto místo. Vaše další námítky a sdělení pomohou mé práci a probíhajícímu šetření.

Dotazník 2: Dotazník pro ubytovací a stravovací subjekty s ekologickou certifikací

Tento dotazník je věnovaný otázkám ekologické certifikace prostřednictvím značky ŠUMAVA – originální produkt[®] a je součástí dotazníkového šetření prováděného v rámci zpracování diplomové práce na téma Rozvoj cestovního ruchu v Národním parku Šumava. Práce je prováděna na Ekonomické fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Děkuji za Váš čas věnovaný jeho vyplnění. Získané informace budou sloužit k vyhodnocení současné situace v regionu Šumava a na jejich základě budou navrženy možnosti zlepšení.

1. Jak dlouho je Vaše zařízení držitelem ekologické certifikace ŠUMAVA – originální produkt[®]?
2. Co pro Vaše zařízení udělení a získání této certifikace znamená? Jaké výhody, plynoucí z této certifikace Vaše zařízení zaznamenalo?
3. Zaznamenal/a jste zvýšení návštěvnosti Vašeho zařízení po zavedení této certifikace, či můžete říci jaký vliv má tato certifikace na návštěvnost Vašeho zařízení?
4. Máte k dispozici číselné či procentuální vyjádření zvýšení, stagnace nebo snížení návštěvnosti po zavedení této značky? Pokud ano, můžete mi, prosím, sdělit tyto konkrétní údaje? (Tyto údaje budou důležitým hlediskem při vyhodnocování získaných informací a při tvorbě závěrů vlivu zavedení ekologické certifikace na návštěvnost regionu Šumava, za jiným účelem nebudou použity!).

5. Je nějakým způsobem zjišťována spokojenost ze strany návštěvníků Vašeho zařízení? Existuje zpětná vazba od vašich zákazníků (např. dotazníky, ankety, průzkumy a hodnocení spokojenosti Vašich návštěvníků)?

6. Pokud ano, co pro Vaše zařízení z tohoto hodnocení vyplynulo?

7. Bude Vaše zařízení po uplynutí dvouleté lhůty, na kterou je certifikace udělována žádat o prodloužení certifikace? Pokud ne, z jakých důvodů?

8. Jak jste se o možnosti získat tuto ekoznačku pro Vaše zařízení dozvěděl/a?

9. Je vedení Vašeho zařízení spokojeno s propagací značky ŠUMAVA – originální produkt[®] v rámci propagovaných zařízení držících tuto certifikaci a jejich zviditelněním?

10. Zvýšilo zavedení ekologické certifikace konkurenceschopnost Vašeho zařízení?

11. Jak byste hodnotil/a průběh certifikování?

a) **velmi dobrý průběh**, byl/a jsem velmi spokojen/a, celkový průběh certifikace hodnotím **100 %**

b) **dobrý průběh**, byl/a jsem spokojen/a, celkový průběh certifikace hodnotím **75 %**

c) **horší průběh**, byl/a jsem spíše nespokojen/a, celkový průběh certifikace hodnotím **50 %**

d) **špatný průběh**, byl/a jsem nespokojen/a, celkový průběh certifikace hodnotím **25 %**

e) **velmi špatný průběh**, byl/a jsem velmi nespokojen/a, celkový průběh certifikace hodnotím **méně než 25 %**

Můžete, prosím, uvést bližší důvody Vašeho hodnocení?

12. Bylo pro Vaše zařízení obtížné splnit certifikační kritéria?

a) **splnění kritérií bylo pro mé zařízení lehké**, bez problémů, možnost splnění certifikačních kritérií bez problémů hodnotím **100 %**

b) **splnění kritérií bylo pro mé zařízení spíše dobré**, s menšími problémy, možnost splnění certifikačních kritérií bez problémů hodnotím **75 %**

c) **splnění kritérií bylo pro mé zařízení horší**, s problémy, možnost splnění certifikačních kritérií bez problémů hodnotím **50 %**

d) **splnění kritérií bylo pro mé zařízení těžší**, s většími problémy, možnost splnění certifikačních kritérií bez problémů hodnotím **25 %**

e) **splnění kritérií bylo pro mé zařízení velmi těžké**, s velkými problémy, ale nakonec je zařízení splnilo, možnost splnění certifikačních kritérií bez problémů hodnotím **méně než 25 %**

Můžete, prosím, uvést bližší důvody Vašeho hodnocení?

13. Jak byste hodnotil/a spolupráci s Certifikační komisí v průběhu a při zavádění ekologické certifikace?

a) **výborná spolupráce**, byl/a jsem velmi spokojen/a, spolupráce s Certifikační komisí byla velmi dobrá, celkové hodnocení spolupráce hodnotím **100 %**

b) **dobrá spolupráce**, byl/a jsem spokojen/a, spolupráce s Certifikační komisí byla dobrá, celkové hodnocení spolupráce hodnotím **75 %**

c) **horší spolupráce**, byl/a jsem spíše nespokojen/a, spolupráce s Certifikační komisí nebyla dobrá, ale spíše horší, celkové hodnocení spolupráce hodnotím **50 %**

d) **špatná spolupráce**, byl/a jsem nespokojen/a, celkové hodnocení spolupráce hodnotím **25 %**

e) **velmi špatná spolupráce**, byl/a jsem velmi nespokojen/a, celkové hodnocení spolupráce hodnotím **méně než 25 %**

Můžete, prosím, uvést bližší důvody Vašeho hodnocení?

14. Jak byste hodnotil/a spolupráci s Regionální rozvojovou agenturou Šumava, která zajišťuje a koordinuje udělování této značky v regionu Šumava?

a) **výborná spolupráce**, jsem velmi spokojen/a, celkové hodnocení spolupráce hodnotím **100 %**

b) **dobrá spolupráce**, jsem spokojen/a, ale mám určité výhrady ke spolupráci s agenturou, celkové hodnocení spolupráce hodnotím **75 %**

c) **horší spolupráce**, spíše nejsem spokojen/a, s agenturou se mi spíše nespolupracuje dobře, mám více výhrad k této spolupráci a činnosti agentury, ale sledávám určitý přínos v práci agentury, celkové hodnocení spolupráce hodnotím **50 %**

d) **špatná spolupráce**, jsem nespokojen/a, s agenturou se mi nespolupracuje dobře, celkové hodnocení spolupráce hodnotím **25 %**

e) **velmi špatná spolupráce**, jsem velmi nespokojen/a, agentura nespolupracuje a nevyhází ubytovacím a stravovacím zařízením vstříc, celkové hodnocení spolupráce hodnotím **méně než 25 %**

Můžete, prosím, uvést bližší důvody Vašeho hodnocení?

Pokud chcete doplnit tento dotazník ještě o některé údaje, připomínky a informace, prosím, uveďte je na toto místo. Vaše další námítky a sdělení pomohou mé práci a probíhajícímu šetření.