

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**  
Ekonomická fakulta  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

## Možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Chodsko

Studijní program: 6208 N Ekonomika a management  
Studijní obor: Obchodní podnikání

Vedoucí diplomové práce  
RNDr. Blažena Gehinová

Zpracovala  
Bc. Weberová Ivana

2010

# JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Akademický rok: 2009/2010

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení: **Bc. Ivana WEBEROVÁ**

Studijní program: **Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Chodsko**

Anglicky: Possibilities of strategic development of tourism in Chodsko area

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

#### **Cíl práce:**

Zhodnotit primární a sekundární potenciál rozvoje cestovního ruchu ve vybraném území. Na základě analýzy navrhnout možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu s vymezením priorit a opatření.

#### **Metodický postup:**

1. Studium teoretických východisek
2. Situační analýza
3. Marketingový průzkum u návštěvníků
4. SWOT analýza
5. Problémová analýza a formulování možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu

#### **Rámcová osnova:**

1. Úvod. 2. Cíle a metodika. 3. Literární rešerše. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury. 8. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah průvodní zprávy: **60 – 80 stran**  
Forma zpracování diplomové práce **tištěná**

Seznam odborné literatury:

- KIRÁĚOVÁ, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress Nakladatelství, 2003.  
Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013. MMR, Praha, 2006.  
KOZEL, R. a kol.: Moderní marketingový výzkum. Praha: Grada Publishing, 2005.  
MORRISON, A.M.: Marketing pohostinství a cestovního ruchu, Praha: Victoria Publishing, 1995.  
PALÁTKOVÁ, M.: Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Praha: Grada Publishing, 2006.  
PROCHÁZKA, Z.: Domažlice – město. Domažlice: Nakladatelství Českého lesa, 1993  
VYSTOUPIL, J. a kol.: Metody pro tvorbu strategických a programových dokumentů cestovního ruchu. Brno: Masarykova univerzita, 2007.  
WOKOUN, R., Malinovský, J. a kol.: Regionální rozvoj. Východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování. Praha: Linde, 2008.

Vedoucí diplomové práce: RNDr. Blažena Gehinová  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání diplomové práce: 15. 2. 2009

Termín odevzdání diplomové práce: 30. 4. 2010

L.S.

Ing. Kamil Pícha, Ph.D.  
vedoucí katedry

prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.  
děkanka

V Českých Budějovicích dne 16. března 2009

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Chodsko zpracovala samostatně, na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s tím, že jeden výtisk diplomové práce bude uložen v knihovně Jihočeské univerzity k prezenčnímu nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Prohlašuji, že v souladu s §47b zákona 111/1998 Sb. v platném znění a souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne 30. dubna 2010

### **Poděkování**

Děkuji vedoucí práce RNDr. Blaženě Gehinové za cenné rady, připomínky a metodické vedení práce a také všem ostatním, kteří mi pomáhali, za jejich odbornou pomoc a poskytnuté informace.

1. ÚVOD.....	3
2. CÍLE PRÁCE A METODIKA.....	5
2.1 Cíle práce.....	5
2.2 Metodika práce.....	5
3. LITERÁRNÍ PŘEHLED.....	9
3.1 Cestovní ruch.....	9
3.2 Služby a služby cestovního ruchu.....	10
3.3 Potenciál cestovního ruchu.....	14
3.4 Turistický region .....	15
3.5 Strategie, strategie cestovního ruchu.....	16
3.6 Strategický rozvoj v cestovním ruchu.....	17
3.7 Marketing, marketing v cestovním ruchu.....	17
3.8 Marketingový výzkum.....	18
3.9 Dotazování, písemné dotazování.....	19
3.10 Situační analýza.....	20
3.11 SWOT analýza.....	21
3.12 Problémová analýza .....	23
3.13 Priority, cíle rozvoje a opatření.....	23
3.14 Metoda Balanced Scorecard (BSC).....	24
4. VYMEZENÍ A CHARAKTERISTIKA TURISTICKÉ OBLASTI CHODSKO – ČESKÝ LES.....	26
4.1 Charakteristika turistické oblasti Chodsko – Český les a etnografického subregionu Chodsko .....	27
5. SITUAČNÍ ANALÝZA TURISTICKÉ OBLASTI CHODSKO – ČESKÝ LES.....	31
5.1 Analýza a hodnocení přírodního potenciálu.....	31
5.1.1 Reliéf a půdní pokryv.....	31
5.1.2 Klima.....	32
5.1.3 Hydrologie.....	33
5.1.4 Ochrana přírody.....	34
5.1.5 Atraktivita CHKO Český les pro cestovní ruch.....	35
5.2 Kulturně-historický potenciál.....	36
5.2.1 Kulturně-historické památky.....	37
5.2.2 Kulturní zařízení.....	39
5.2.3 Společenské akce.....	40
5.3 Základní a doprovodná turistická infrastruktura.....	41
5.3.1 Ubytovací a gastronomická zařízení.....	42
5.3.2 Turistická dopravní infrastruktura .....	44
5.3.3 Sportovně-rekreační infrastruktura.....	45
5.4 Hlavní druhy cestovního ruchu v turistické oblasti Chodsko – Český les.....	48
5.5 Rekreační funkce turistické oblasti Chodsko – Český les.....	49
5.5.1 Turistický význam turistické oblasti Chodsko – Český les.....	50
5.6 Analýza a hodnocení poptávky cestovního ruchu.....	50
5.6.1 Analýza konkurence .....	50
5.6.2 Analýza návštěvnosti turistického regionu Šumava a turistické oblasti Chodsko – Český les.....	51
5.7 Analýza a hodnocení ekonomického významu cestovního ruchu.....	52
5.8 Organizace a řízení cestovního ruchu.....	53

6. MARKETINGOVÝ PRŮZKUM.....	57
7. SWOT ANALÝZA TURISTICKÉ OBLASTI CHODSKO – ČESKÝ LES.....	66
7.1 Silné a slabé stránky turistické oblasti Chodsko – Český les.....	66
7.2 Příležitosti a ohrožení turistické oblasti Chodsko – Český les.....	68
8. PROBLÉMOVÁ ANALÝZA.....	72
9. NÁVRHY OPATŘENÍ STRATEGICKÉHO ROZVOJE TURISTICKÉ OBLASTI CHODSKO – ČESKÝ .....	74
9.1 Stanovení strategické vize, strategických cílů, priorit a opatření.....	74
9.2 Možnost aplikace strategické vize a strategických cílů do praxe.....	81
10. ZÁVĚR.....	83
11. SUMMARY.....	85
12. POUŽITÉ ZDROJE.....	86
13. SEZNAM PŘÍLOH	

## 1. ÚVOD

Cestovní ruch je průřezovým odvětvím, které zahrnuje nejrůznější služby a profese a je napojeno na mnoho dalších hospodářských činností. Má dopad na taková odvětví, jako je doprava, stavebnictví, kultura, maloobchod a také na další oblasti, která vytváří produkci související s rekreací nebo poskytují služby týkající se volného času a především obchodního cestovního ruchu. Je to odvětví sektoru služeb, které v ekonomikách vyspělých států představuje již nadpoloviční až dvoutřetinový podíl. I v rámci služeb, které jako celek vykazují vysokou dynamiku, patří cestovní ruch k těm rychle rostoucím. [13.]

Cestovní ruch se také stává stále významnějším a nepostradatelnějším faktorem regionálního rozvoje. Rozvoj cestovního ruchu hraje důležitou úlohu v rozvoji většiny evropských regionů i našich krajů. Infrastruktura vytvořená pro účely cestovního ruchu přispívá k místnímu rozvoji a jsou vytvářeny či udržovány pracovní příležitosti dokonce i v oblastech, kde dochází k průmyslovému či venkovskému úpadku nebo městské obnově. Potřeba zvýšit přitažlivost regionů je pro stále více destinací a zúčastněných stran podnětem přistoupit na udržitelnější a ekologičtější postupy a politiky. [1.]

Pro řízený rozvoj cestovního ruchu jsou na úrovni republiky, krajů a někdy i okresů a měst zpracovány strategické dokumenty. Výchozím dokumentem v oblasti cestovního ruchu je pro Českou republiku Koncepte státní politiky cestovního ruchu České republiky na období 2007 - 2013. Zabývá se zejména rozvojem cestovního ruchu v České republice a řeší také moderní produkty cestovního ruchu vycházejí ze sociokulturních specifik regionů, jejich přírodního bohatství a historického, kulturního a technického dědictví. Ty totiž přispívají k socioekonomickému rozvoji regionů, jenž je zároveň šetrný vůči přírodním a jiným zdrojům, které jsou předmětem zájmu odvětví cestovního ruchu. [1.]

Na Koncepti poté navazují programy rozvoje jednotlivých krajů. Program rozvoje kraje je základní střednědobý program podpory regionálního rozvoje na úrovni kraje, sestávající z cílených opatření a intervencí zaměřených na stimulaci rozvoje kraje. Tyto programy rozvoje obsahují také koncepci rozvoje cestovního ruchu. Program rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji je zaměřen především na permanentní vyhledávání možností optimálního rozvoje cestovního ruchu a spojení všech již existujících a nově vzniklých aktivit. Zpracováním programu tak dochází k vytvoření předpokladů pro rozvoj veřejných a soukromých investic v oblasti cestovního ruchu



v Plzeňském kraji. V rámci zpracování tohoto dokumentu a sledování trendů jsou také navrhovány konkrétní aktivity rozvoje cestovního ruchu. Spojením plánovaných aktivit, které byly doposud navrženy a jsou obsaženy v nejrůznějších dílčích strategiích, marketingových studiích a turistických produktech, dochází vznikem tohoto strategického dokumentu k významnému synergickému efektu. V neposlední řadě na programy rozvoje kraje dále navazují konkrétnější programy rozvoje obcí, svazků obcí, mikroregionů, turistických regionů, turistických oblastí a podobně. [27.]

Turistická oblast Chodsko – Český les a samotný etnografický subregion Chodsko nabízí širokou škálu nejrůznějších atraktivit, které jsou zcela odlišné od atraktivit v ostatních turistických oblastech na území České republiky. Region se slavnou historií královských strážců hranic si zachovává živou tradici, svérázný folklor, půvabnou krajinu s množstvím zřícenin, řadu církevních a jiných kulturních památek či četná chráněná krajinná území. Jsou zde silně zakořeněny regionální tradice výjimečné svým nářečím, obyčejí, bohatými kroji i kulinářskými specialitami. Proto je potřeba zaměřit se na strategický rozvoj cestovního ruchu na Chodsku jako na turistickou oblast, která má svou zvláštní atmosféru a je jedinečná.

## 2. CÍLE PRÁCE A METODIKA

### 2.1 Cíle práce

Hlavním cílem práce je zhodnotit primární a sekundární potenciál rozvoje cestovního ruchu na Chodsku a poté na základě analýzy navrhnout možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu s vymezením priorit a opatření, které vedou k naplnění navržené strategické vize a strategických cílů. Pro splnění všech cílů byla kromě situační analýzy vypracována také SWOT analýza a problémová analýza zkoumaného území.

Dosažení hlavního cíle umožnila provedená situační analýza turistické oblasti Chodsko – Český les, z které jsou získány silné a slabé stránky stejně tak, jako ohrožení a příležitosti zkoumané destinace. Pro lepší porozumění prostředí a pro navržení možností dalšího rozvoje oblasti byl proveden také marketingový výzkum. Ten umožní objasnit přání a potřeby návštěvníků destinace, které zatím nejsou uspokojeny, nebo jsou uspokojeny nedostatečně. Dalším krokem bylo zpracování problémové analýzy, která pojmenovává hlavní problémy a bariéry rozvoje zkoumaného území. Poslední část práce obsahuje konkrétní návrhy možností strategického rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Chodsko – Český les, které jsou zaměřeny na naplnění strategických cílů a tím i celé strategické vize destinace.

Předkládaná diplomová práce obsahuje také potvrzení či vyvrácení hypotéz, které zní:

Hypotéza 1 – Většina návštěv v turistické oblasti Chodsko – Český les je realizována bez přenocování.

Hypotéza 2 – Možnost rozvoje cestovního ruchu na Chodsku představuje využití kulturně-historického potenciálu ve spojení s doprovodnými společenskými akcemi.

### 2.2 Metodika práce

Diplomová práce Možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Chodsko je rozdělena na tři části - analytickou, syntetickou a aplikační část.

Na počátku **analytické části** probíhá studium odborné literatury a analýza primárního a sekundárního potenciálu cestovního ruchu na Chodsku. Při studiu odborné literatury byly využity informace ze sekundárních zdrojů, zejména odborné publikace z knihoven či zpřístupněné na internetu, které se přímo věnují problematice cestovního ruchu, dále také data z Českého statistického úřadu, od asociací působících v oblasti

cestovního ruchu i od jednotlivých poskytovatelů služeb cestovního ruchu. Podstatným zdrojem informací byla také řada internetových stránek zaměřených na cestovní ruch v turistické oblasti Chodsko – Český les.

Pro vytvoření analýzy prostředí cestovního ruchu zkoumané oblasti byla provedena situační analýza destinace. Analýza zkoumá a hodnotí zejména nabídku cestovního ruchu, poptávku cestovního ruchu, ekonomický význam cestovního ruchu a organizaci a řízení cestovního ruchu. Do nabídky cestovního ruchu jsou zařazeny přírodní a kulturně-historické předpoklady a potenciál, základní, dopravní a doprovodná infrastruktura cestovního ruchu, hlavní druhy cestovního ruchu v oblasti či turisticko-rekreační funkce Chodska. Na základě těchto informací je možné posoudit celkový turistický význam destinace. Poptávka cestovního ruchu je zaměřena na složení návštěvníků zkoumané destinace a také na konkurenci. Tato část odhalí profil domácích i zahraničních návštěvníků a také ohrožení konkurenčními destinacemi. Ekonomický význam cestovního ruchu je posuzován zejména z pohledu vlivu cestovního ruchu na zaměstnanost a hrubý domácí produkt Plzeňského kraje. Zkoumá, jak cestovní ruch ovlivňuje životní úroveň obyvatel a jak přispívá k hospodářskému růstu celé oblasti. Organizace a řízení cestovního ruchu zahrnuje svazky obcí regionu, místní akční skupiny či euroregion Šumava, které se podílí na rozvoji, propagaci a konkurenceschopnosti Domažlicka-Chodska, a také turistická informační centra, která poskytují informace návštěvníkům oblasti a rovněž spolupracují na rozvoji cestovního ruchu zkoumané destinace. [35.]

**Do části syntetické** patří příprava a realizace marketingového výzkumu. Pro realizaci marketingového výzkumu bylo nutno získat konkrétní a relevantní informace. Použité zdroje informací jsou jak primární, to znamená získané za konkrétním účelem, pro vzniklou situaci, tak i informace sekundární, které již byly někde prezentovány (například z Českého statistického úřadu, internetu, knihoven, statistických ročenek a podobně). Nejpoužívanější metody pro získání těchto informací jsou pozorování, experiment či dotazování.

V práci je použita metoda dotazování, jelikož se domnívám, že touto metodou se nejlépe odkryje míra a kvalita poskytovaných služeb cestovního ruchu, spokojenost návštěvníků s nabízenými službami a také nedostatky v oblasti cestovního ruchu dané destinace. Výhodou je obsažení velkého počtu zkoumaných osob a relativně snadné zpracování s pomocí výpočetní techniky. Dotazování je založeno na komunikaci dotazovaného (respondenta) s dotazujícím (tazatelem), přičemž je použit dotazník, který

představuje standardizovaný soubor otázek, na které mají respondenti odpovědět (dotazník je umístěn v příloze č. 3). [2.] Otázky obsažené v dotazníku byly vytvořeny tak, aby osvětlily stav a kvalitu poskytovaných služeb cestovního ruchu na Chodsku, přiblížily segment návštěvníků, odhalily problémy či nedostatky cestovního ruchu ve zkoumané destinaci a napomohly k vytvoření návrhu strategického rozvoje destinace. Dotazníkové otázky jsou zejména otázky uzavřené. Uzavřenými otázkami, konkrétně známkovací stupnicí od 1 do 5, popřípadě písmenem N (neumím posoudit), samotní návštěvníci hodnotí základní i doplňkové služby cestovního ruchu v regionu, cenovou úroveň těchto služeb a infrastrukturu na Chodsku. Dále jsou použity otázky, kde mají návštěvníci možnost vybrat si z více odpovědí. Tyto otázky se týkají například oblasti demografické či toho, jaký je jejich účel cesty, jak dlouhý pobyt plánují, zda Chodsko už někdy navštívili nebo na jakou z priorit by se podle nich měl destinační management oblasti nejvíce zaměřit. Dotazování bylo prováděno jak formou osobní, kdy byly jednotlivé otázky pokládány náhodně vybraným respondentům osobně, tak i formou neosobní, to znamená za pomoci různých poskytovatelů základních služeb cestovního ruchu v zkoumané destinaci.

Syntetická část obsahuje také SWOT analýzu cestovního ruchu, která vychází z výsledků situační analýzy a ještě podrobněji poukazuje na silné a slabé stránky s přihlédnutím na příležitosti a ohrožení destinace. Faktory, které představují silné a slabé stránky, byly hodnoceny z pohledu posouzení stavu (výkonnosti) a závažnosti, grafickým výstupem je matice závažnost/výkonnost. Faktory, které představují příležitosti byly hodnoceny z pohledu posouzení přitažlivosti a pravděpodobnosti úspěchu a faktory, které představují ohrožení byly posuzovány z pohledu stanovení závažnosti a pravděpodobnosti výskytu. Výsledkem je matice přitažlivost/pravděpodobnost úspěchu (pro příležitosti) a matice závažnost/pravděpodobnost výskytu (pro ohrožení). Pro hodnocení jednotlivých faktorů byla zvolena třístupňová hodnotící škála. Z výsledků situační analýzy a SWOT analýzy vychází dále problémová analýza, která poukazuje na konkrétní problémy a bariéry rozvoje území. Je nezbytné určit kritické oblasti, u nichž je oblast schopna dosáhnout prostřednictvím potenciálně dostupných zdrojů zlepšení. [10.]

**Aplikační část** obsahuje stanovení strategické vize, hlavních strategických cílů a priority a opatření zaměřené na strategický rozvoj Chodska. Strategické cíle pro zatraktivnění regionu obsahují návrhy, které vychází z provedené situační analýzy, SWOT analýzy a z výsledků marketingového výzkumu. Návrhy mají za úkol odstranit

problémy cestovního ruchu na Chodsku a motivovat návštěvníky k opakované, pokud možno k dlouhodobější návštěvě. Problémové oblasti Chodska jsou definovány v problémové analýze. Konkrétní návrhy a opatření v závěru práce řeší problémy rozvoje zkoumaného regionu tak, aby naplňovaly navrženou strategickou vizi a strategické cíle destinace a tím celkově podporovaly rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Chodsko – Český les.

### 3. LITERÁRNÍ PŘEHLED

#### 3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je, podle definice Hunzikera a Krapfta z roku 1942, soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti (Hesková, 2006:10).

Z dávnějšího období stojí také za zmínku názor Hermanna von Schullarda z roku 1910, který poukázal i na ekonomické aspekty cestovního ruchu. Cestovní ruch považoval za soubor operací zejména ekonomického charakteru, které se přímo vztahují na vstup, pobyt a pohyb cizinců vně i uvnitř určité země, města nebo regionu (Hesková, 2006:10).

Naproti tomu Kaspar definoval v roce 1975 cestovní ruch jako souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání (Hesková, 2006:10). Tato definice se také stala oficiální definicí Mezinárodního sdružení vědeckých pracovníků cestovního ruchu (AIEST).

Další organizací, která se pokusila sjednotit názory na definování předmětu cestovního ruchu z hlediska statistiky je Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO). Ta v roce 1991 v kanadském městě Ottawa přijala návrh, podle kterého se cestovním ruchem rozumí činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě. Stanovenou dobou se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu šest měsíců. Definice UNWTO vylučuje z definice cestovního ruchu cestování v rámci místa trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přestěhování se za prací a dlouhodobou migraci (Hesková, 2006:11).

V české verzi evropské normy EN 13809:2003 z roku 2004, která má status české technické normy, je cestovní ruch specifikován v kombinaci s cestováním jako činnost lidí, kteří cestují na místa mimo své běžné prostředí anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovní nebo z jiných důvodů (Hesková, 2006:11).

Setkat se můžeme i účelově-funkčním vymezením cestovního ruchu. Podle Gúčika je cestovní ruch soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase za účelem odpočinku, poznávání, zdraví, rozptýlení a zábavy,

kulturního a sportovního vyžití, služebních cest a získání komplexního zážitku (Hesková, 2006:12).

Orieška (1992:5) chápe cestovní ruch jako formu uspokojování potřeb rekreace, kultury a léčení, která se zpravidla realizuje ve volném čase a mimo místo trvalého bydliště. Člověk tak 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.

Pásková a Zelenka (2002:45) definují cestovní ruch jako komplexní společenský jev a souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.

### **3.2 Služby a služby cestovního ruchu**

Kotler a Armstrong definují službu jako jakoukoliv činnost nebo užitek, které může jedna strana poskytnout druhé, a jejich výsledkem není nabytí vlastnictví (Raši, 2003:19).

Orieška definuje obecně službu jako ekonomický statek, jehož podstatou je činnost a jehož hodnota je určena užitekem, který přináší. Poskytnutí služby se od výrobku liší tím, že jde o nemateriální činnost. Do procesu poskytování služby je nevyhnutné začlenit i vnější faktor (zákazníka a zboží), v důsledku čehož dochází k souladu výroby služby s její spotřebou (synchronizace), a pomíjivostí služby, čili nemožnost vytváření zásob (Hesková, 2006:97).

Podle Hladké (1997:27) představují služby cestovního ruchu činnosti, jejichž výsledkem je užitečný efekt buď individuální, nebo společenský. Význam služeb cestovního ruchu během pobytu mimo místo trvalého bydliště roste, protože kromě každodenních existenčních potřeb (potřeb výživy, bydlení, hygieny) účastník chce, respektive musí, uspokojit i další potřeby podmíněné rekreačními aktivitami například lyžováním, plavání apod.

Gúčík (2004:117) vymezuje, že služby jsou rozhodující součástí produktu cestovního ruchu a představují heterogenní soubor užitečných efektů určených na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu.

Z hlediska funkcí se služby člení na výrobní, distribuční, osobní a společenské, podle způsobu realizace na tržní a netržní, podle umístění na trhu na služby orientované na domácí trh a exportovatelné. Služby cestovního ruchu jsou osobní a z části i společenské, tržní i netržní a také exportovatelné (Hesková, 2006:99).

V jiné publikaci Oriška (1992:6) uvádí, že služby cestovního ruchu představují činnosti, jejichž výsledkem je užitečný efekt buď individuální, nebo společenský. Individuální efekt, který je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu, může mít různorodý charakter podle zvolené formy účasti. Společenský efekt zpravidla podmiňuje anebo umožňuje dosažení individuálního efektu, například služby související s udržováním čistoty a hygieny veřejných prostranství, zeleně atd.

Kolektiv autorů Vystoupil, Šauer, Holešinská, Metelková (2006) definují služby cestovního ruchu jako služby poskytované turistům, návštěvníkům a cestujícím – ubytovací, stravovací, dopravní včetně silničního servisu pro motoristy, informační, zprostředkovatelské, směnářské, sportovně-rekreační, zábavní, kulturní, lázeňské aj. Podle vztahu k uspokojování potřeb návštěvníků jsou rozdělovány na základní služby cestovního ruchu a doplňkové služby cestovního ruchu, podle způsobu placení na placené služby a neplacené služby, podle způsobu zajištění dostupnosti na předem rezervované služby a služby nerezervované.

Pásková, Zelenka (2002:268) popisují služby cestovního ruchu jako služby poskytované turistům, návštěvníkům a cestujícím – ubytovací, stravovací, dopravní včetně silničního servisu pro motoristy, informační, zprostředkovatelské, směnářské, sportovně-rekreační, zábavní, kulturní, lázeňské atd. podle vztahu k uspokojování potřeb návštěvníků jsou rozdělovány na základní služby cestovního ruchu a doplňkové služby cestovního ruchu, podle způsobu placení na placené a neplacené služby, podle způsobu zajištění dostupnosti na předem rezervované služby a služby nerezervované. Základní služby cestovního ruchu jsou služby, které zajišťují uspokojování základních potřeb návštěvníků a jejichž úhrada a čerpání zpravidla také činí největší část cestovních výdajů – doprava, ubytování, stravování. Doplňkové služby cestovního ruchu jsou služby komplementární k základním službám cestovního ruchu – služby průvodců cestovního ruchu, turistických informačních center, cestovních kanceláří, cestovních agentur, půjčoven sportovních potřeb, směnárny, prodej upomínkových předmětů atd.

Předkládaná diplomová práce je zaměřena jak na služby základní (ubytovací a stravovací), tak i na služby doplňkové (sportovně-rekreační, kulturně-společenské či služby informačních center).



## **Ubytovací služby**

Orieška (1992:9) uvádí, že ubytovací služby souvisejí s pobytovou stránkou cestovního ruchu. Umožňují přenocování nebo přechodné ubytování účastníků cestovního ruchu a jsou významným předpokladem vzniku a rozvoje zejména dlouhodobého cestovního ruchu. Jejich součástí jsou i další služby, které s pobytem hostů v ubytovacím zařízení souvisejí, např. podávání informací, úschova zavazadel a jejich přeprava, buzení hostů, půjčování společenských her, úschova cenností v hotelovém trezoru, rezervování míst v odbytových střediscích, zprostředkování telefonických hovorů, podávání telegramů, prodej vybraných druhů zboží, časopisů, literatury, upomínkových předmětů, květin, praní a žehlení prádla, čištění a žehlení oděvů, sekretářské a další služby.

V jiné literatuře Orieška dodává, že poskytování ubytovacích služeb je předpokladem také pro rozvoj pobytového cestovního ruchu. Ubytovací služby poskytují veřejnosti přístupné ubytovací zařízení, která pracují na ziskovém principu (tzv. komerční zařízení) nebo na neziskovém principu (zařízení občanských sdružení, podnikové rekreační zařízení atd.) (Hesková, 2006:110).

Dále se Orieška (1992:63) zmiňuje, že poskytování ubytovacích služeb je také významným předpokladem rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu. Jejich úkolem je umožnit účastníkům cestovního ruchu přenocování nebo přechodné ubytování mimo místa jejich trvalého bydliště, včetně uspokojení dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným ubytováním souvisejí.

Naproti tomu Pásková a Zelenka (2002:301) definují ubytování jako placené nebo neplacené zajištění minimálně podmínek pro spaní a osobní hygienu. Zpravidla je poskytováno také stravování a další služby (informace, buzení hostů, drobný prodej atd.).

## **Stravovací služby**

Podle Oriešky (1992:9) zabezpečují stravovací služby uspokojování základních potřeb výživy účastníků cestovního ruchu. Jde o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení, jakož i o služby společensko-zábavní, spojené s hudební produkcí, s kulturním programem, případně další služby. Dále Orieška (1992:85) také uvádí, že stravovací služby mohou být poskytovány jak přímo v dopravních prostředcích, případně na silničních, hlavně dálkových trasách (jídelní a bufetové vozy, lodní restaurace apod.), tak i v místech cestovního ruchu, kdy jde hlavně o služby základního stravování.

Naproti tomu Hladká (1997:55) uvádí, že poskytování stravovacích služeb je podmínkou rozvoje cestovního ruchu. Zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy účastníků cestovního ruchu během jejich přepravy i pobytu v cílovém městě. Jejich zajištění je možné různými způsoby – v závodech veřejného stravování (jidelny, restaurace, bufety apod.), v zařízeních vázaného cestovního ruchu (např. lázeňské ústavy, podnikové chaty) nebo individuální stravování (nákup hotových jídel nebo polotovarů či potravin pro individuální přípravu).

### **Informační služby**

Podle Orišky patří informační služby mezi služby dodavatelské a umožňují šíření objektivních poznatků o cílových místech cestovního ruchu, objektech cestovního ruchu a službách, čímž napomáhají a usměrňují rozhodování účastníků cestovního ruchu. Jde o informace o přírodních podmínkách, klimatických podmínkách, obyvatelstvu a způsobu jeho života, všeobecné infrastrukturu a suprastrukturu cestovního ruchu, hlavních dopravních trasách a prostředcích na dosažení cílového místa, výše cestovního, možnostech ubytování a stravování, možnostech sportovně-rekreačního a společensko-kulturního vyžití, výletech, prohlídkách měst, možnostech pojištění, celních, vízových, pasových, devizových a zdravotnických předpisech a mnohé další. Druh a rozsah informací závisí na tom, zda jde o komplex služeb s bohatým aranžmá (např. zájezd) nebo o jednotlivou službu (např. prodej dopravní ceniny) a také na stupni informovanosti účastníka. Občasný účastník cestovního ruchu vyžaduje obvykle více informací než ten, který se cestovního ruchu zúčastňuje pravidelně (Hesková, 2006:106).

Definici turistického informačního centra (dále jen TIC) uvádí například Pásková, Zelenka (2002:297), kteří ho chápou jako účelové zařízení poskytující informace a případně i služby ze všech oblastí souvisejících s cestovním ruchem pro potřeby návštěvníků a rezidentů včetně postupně realizovatelných rezervací služeb cestovního ruchu s využitím informační technologie. Součástí služeb TIC je prodej informačních materiálů, publikací, map, průvodců, upomínkových předmětů. Označuje se mezinárodní značkou „i“, jsou vytvářeny a zaváděny standardy služeb pro minimální rozsah, podmínky realizace a způsob realizace služeb TIC. TIC často spolupracuje s místními podnikateli a municipalitou při vytváření a realizaci produktů cestovního ruchu. Dříve bylo v České republice TIC označováno jako turistické informační středisko (zkratka TIS).

### **3.3 Potenciál cestovního ruchu**

Vystoupil a kol. (2007:48) uvádí, že základní úlohou analýz programových a strategických dokumentů je vyhodnocení geografického prostředí a jeho jednotlivých prvků z hlediska možností rozvoje cestovního ruchu a identifikování oblastí s nejpřitažlivějšími podmínkami pro rozvoj návštěvnosti. Je tedy nutné posoudit území z hlediska vhodnosti jeho prostředí pro cestovní ruch a zhodnotit předpoklady rozvoje cestovního ruchu.

Mariot (Vystoupil a kol., 2007:48) člení předpoklady cestovního ruchu do tří skupin: lokalizační, selektivní a realizační předpoklady. Lokalizační a selektivní předpoklady mají charakter potenciálu. Lokalizační předpoklady zahrnují ty prvky systému cestovního ruchu, které významným způsobem určují místo výskytu cestovního ruchu v krajině. Mají tedy z prostorového hlediska na cestovní ruch výrazné lokalizační vlivy. Lokalizační předpoklady tvoří celá řada komponentů, které se projevují především jako výsledek vzájemných interakcí. Pouze výjimečně působí na lokalizaci cestovního ruchu samostatně. Tyto komponenty tradičně dělíme do dvou velkých skupin lokalizačních předpokladů: přírodní potenciál (reliéf, klima, vodstvo, fauna a flóra, celkový vzhled krajiny) a kulturně-historický potenciál (stavební památky, lidová kultura, ostatní kulturně-historické předpoklady).

Pásková, Zelenka (2002:221) popisují potenciál cestovního ruchu jako souhrnnou hodnotu všech předpokladů cestovního ruchu oceněných na základě bodovací škály, snižená o zápornou hodnotu negativních faktorů rozvoje cestovního ruchu – zejména o špatný stav složek životního prostředí a konfliktní využití půdy (land-use) daného území.

#### **Přírodní potenciál**

Vystoupil a kol. (2007:50) zdůrazňuje, že výzkum, tj. především analýza a hodnocení přírodních rekreačních zdrojů, je jedním z nejvýznamnějších směrů výzkumu geografie cestovního ruchu a rekreace. Významný je zejména proto, že přírodní zdroje jsou základním předpokladem pro vznik a formování rekreačních procesů a systémů – oblastí cestovního ruchu. Nejde zde přitom o studium vnitřní struktury samotných přírodních zdrojů, ale především o hodnocení jejich využitelnosti pro rekreaci a cestovní ruch a o objasňování zákonitostí vztahů mezi přírodními zdroji a podmínkami jejich rekreačního využití.

## **Kulturně-historický potenciál**

Vystoupil a kol. (2007:57) uvádí, že přestože kulturně-historické předpoklady sehrávají při motivaci návštěvníka spíše sekundární roli, jsou bezesporu významnou součástí celkového potenciálu cestovního ruchu v území, a z tohoto důvodu je nezbytné se v analytické části strategického či programového dokumentu touto oblastí zabývat.

V odborné literatuře se lze dále setkat s členěním kulturně-společenského potenciálu cestovního ruchu, které se v zásadě shoduje. Podle Bíny je společným znakem stupeň rigidnosti a časové neměnnosti na základě kterého je možné kulturně-historický potenciál členit na tři komponenty (složky), a to – kulturně-historické památky, kulturní zařízení a společenské akce (Vystoupil a kol., 2007:58).

### **3.4 Turistický region**

Podle Gúčika (2004:107) je region cestovního ruchu území, ve kterém se ve funkční návaznosti organizují ekonomické a sociální činnosti, využívající specifické prvky primární a sekundární nabídky a ekonomické zdroje na rozvoj aktivit cestovního ruchu. Přitom má jistý stupeň kompaktnosti z hlediska krajiny, kultury a historie. Z hlediska návštěvníka je region cestovního ruchu identifikovatelnou územní jednotkou, která vyvíjí marketingové aktivity na trhu, především nabízí produkty a organizuje podporu jejich prodeje. Proto ho není možné ztotožňovat s územně-správními jednotkami (např. kraji). V cestovním ruchu jsou regiony různě velké, od mikroregionů (několik prostorově navazujících obcí) až po makroregiony (kontinenty).

V dokumentu Strategický rozvoj destinace cestovního ruchu (2007:17) jsou turistické regiony definovány jako území, pro něž je typický určitý druh cestovního ruchu, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje a sjednocuje, ale zároveň i odlišuje od ostatních regionů.

Pásková, Zelenka (2002:245) definují region cestovního ruchu jako jeden z typů regionu, který může být vymezen jako homogenní region cestovního ruchu (území relativně homogenní z hlediska předpokladů pro realizaci cestovního ruchu – typů atraktivit cestovního ruchu, dostupností a úrovní infrastruktury cestovního ruchu) nebo heterogenní region cestovního ruchu. Odlišné pojetí turistické regionalizace představuje členění na marketingové regiony cestovního ruchu iniciované Českou centrálou cestovního ruchu, kde hlavní kritérium spočívá v organizačně-ekonomických vazbách, v ochotě obcí a mikroregionů daného regionu komunikovat a spolupracovat

na společném marketingu a rozvoji infrastruktury cestovního ruchu – hranice regionů nejsou pevně vymezeny, ale vyvíjejí se v čase. Problémem zůstává statistické podchycování rozvoje cestovního ruchu, neboť vymezení těchto regionů se plně nekryje ani nesestává ze správních jednotek, pro které jsou statistická data zjišťována, a také finanční toky jsou rozhodujícím způsobem určeny podle administrativních jednotek.

Agentura CzechTourism definuje na svých webových stránkách turistické regiony jako oblasti, pro něž je typický určitý druh turistiky, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje a sjednocuje, ale zároveň i odlišuje od ostatních regionů. Základem pro turistický region je existence produktů a turistické nabídky. Turistické regiony naopak netvoří politické a institucionální hranice. Nejsou striktně vymezeny, protože snahou je poskytnout zejména lokalitám umístěným na okrajích těchto regionů určitou samostatnost při rozhodování a vlastní prezentaci.

### **3.5 Strategie, strategie cestovního ruchu**

#### **Strategie**

Podle Horákové (2003:11) znamenal termín strategie v terminologii obchodníků a výrobců původně schopnost rozhodovat na základě vysoké odbornosti a profesionality. Někteří autoři hovoří v této souvislosti o schopnostech hraničících s uměním.

Dle dokumentu Strategický rozvoj destinace cestovního ruchu (2007:7) neexistuje pro pojem „strategie“ jednotná, všeobecně přijímaná definice. Strategii lze obecně definovat jako dlouhodobý záměr činnosti k dosažení určitého cíle. Lze ji chápat jako prostředek k dosažení žádoucího výsledku, ale také jako metodu získání konkurenční výhody. Strategie může být vypracována také pro oblast cestovního ruchu. Termín strategie je odvozený z řeckého strategos (generál) a agein (vést) a v širším kontextu původně označoval umění a vědu, jak řídit vojenské operace.

Jedna z nejstarších definic strategie od Chandlera (Wokoun a kol., 2008:153) říká, že strategie je určení základních dlouhodobých cílů subjektu, způsobu jejich dosažení a alokace zdrojů nezbytných pro uskutečnění těchto cílů.

Naproti tomu Quinn (Wokoun a kol., 2008:154) vnímá strategii jako model nebo plán, který integruje hlavní cíle subjektu, politiky a aktivity do soudržného celku.

Glueck (Wokoun a kol., 2008:155) definuje strategii jako jednotný, souhrnný a integrovaný plán, který je navržený, aby zabezpečil dosažení základních cílů subjektu.

Horner a Swarbrooke (2003:476) chápou strategii jako způsob myšlení nebo postup, který vychází z dlouhodobého a celkového pohledu na řešený problém.

### **Strategie cestovního ruchu**

Strategie cestovního ruchu je podle Gúčika (2004:123) strategie, která je založená na analýze vnějšího a vnitřního prostředí cestovního ruchu a definuje poslání a cíle rozvoje cestovního ruchu na delší časové období. Strategie se určuje na úrovni státu a v závislosti na konkrétní situaci a vytyčených cílů se vybírají částečné strategie jako součást politiky cestovního ruchu.

### **3.6 Strategický rozvoj v cestovním ruchu**

Podle dokumentu Strategický rozvoj destinace cestovního ruchu (2007:6) musí strategický rozvoj destinace nezbytně reflektovat aktuální požadavky na strategický management, který destinacím umožní koordinované uplatnění jejich možností a potenciálů na národních a mezinárodních trzích a pružnou reakci na požadavky relevantních partnerů při uplatňování na trhu. Strategický rozvoj je rozpracován ve strategickém rozvojovém dokumentu, který je v dlouhodobém horizontu základem kontinuálního rozvoje území, neboť pouze na základě kvalitního plánování je možné maximálně zužitkovat růstový potenciál. Existence strategického rozvojového dokumentu navíc významně přispívá ke konkurenceschopnosti daného regionu ve všech strategických oblastech, včetně oblasti cestovního ruchu.

Pásková, Zelenka (2002:256) definují rozvoj turistické destinace jako systematické dlouhodobé plánování, rozvoj infrastruktury cestovního ruchu, atraktivit cestovního ruchu a marketing destinace cestovního ruchu, jehož cílem je ekonomický a společenský rozvoj destinace. Zatím bývá cíl rozvoje turistické destinace zužován na zvyšování množství příjezdů návštěvníků a prodloužení jejich pobytu v destinaci, což není v souladu s udržitelným rozvojem destinace.

### **3.7 Marketing, marketing v cestovním ruchu**

Nejznámější a nejužívanější definicí marketingu je definice schválená Americkou marketingovou asociací: marketing je procesem plánování a provádění koncepce, tvorby cen, propagace a distribuce myšlenek, zboží a služeb s cílem vytvářet směny, které uspokojují cíle jednotlivce. Jiným vyjádřením definice marketingu je formulace, že marketing je aktivita, která má dopomoci tomu, aby bylo správné zboží (služby) nabídnuto správným zákazníkům, a to ve správný čas a na správném místě

a za správné ceny s přispěním správné (přiměřené) podpory prodeje a při respektování správných (přiměřených) nákladů.

Podle Kotlera (2004:43) je marketing společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot.

V současné době se můžeme setkat s celou řadou dalších definic marketingu. Pro všechny je společným výchozím bodem názor, že marketing je nedílná součást řízení organizací a je nástrojem, který umožňuje sladit zájmy spotřebitele na jedné straně a zájmy výrobců a poskytovatelů služeb na straně druhé.

Naproti tomu marketing v cestovním ruchu charakterizuje Krippendorf (Gúčík, 2004:45) jako systematickou a koordinovanou orientaci podnikatelské politiky cestovního ruchu na místní, regionální, národní i mezinárodní úrovni a na co nejlepší uspokojování potřeb určitých skupin zákazníků při dosahování přiměřeného zisku.

Podle Gúčíka (2004:72) jde o systematickou a koordinovanou činnost, způsob myšlení s aktivním přístupem k trhu. Východiskem je poznání potřeb a přání cílových skupin zákazníků, které ovlivňují všechny činnosti spojené s jejich uspokojováním, a přitom dosahování přiměřeného zisku/rentability. Tato aktivita proniká do všech ostatních činností podniku, je filozofií podnikání.

Pro Morrisona (1995:512) představuje marketing v cestovním ruchu trvalý, sekvenční proces, jehož prostřednictvím vedení subjektů odvětví pohostinství a cestovního ruchu plánuje, zkoumá, realizuje, kontroluje a hodnotí veškeré aktivity, spojené s uspokojováním potřeb a přání zákazníků a zároveň svých vlastních podnikatelských cílů.

Kaspar rozumí marketingem cestovního ruchu politiku podniku cestovního ruchu, která se orientuje na trh a trh jí ovlivňuje. V národohospodářském smyslu jde o politiku cestovního ruchu, kterou ovlivňuje trh a která se orientuje na trh organizací cestovního ruchu soukromého i veřejnoprávního charakteru. Hotely, cestovní kanceláře a jiné podniky cestovního ruchu se chovají podle situace na trhu. Snaží se prosadit s nabídkou, po které je poptávka (Raši 2003:18).

### **3.8 Marketingový výzkum**

Podle Americké marketingové asociace je marketingový výzkum systematickým sběrem, zaznamenáváním a vyhodnocováním údajů o problémech spojených s marketingem zboží a služeb.

Kotler definuje marketingový výzkum jako systematické určování, shromažďování, analyzování a vyhodnocování informací týkajících se určitého problému, před kterým firma stojí (Kozel a kol., 2006:48).

Svobodová pak dodává, že se jedná o cílevědomý proces, který směřuje k opatření určitých konkrétních informací, které nelze získat jinak. Je základním předpokladem uplatňování marketingového přístupu k řízení firmy ovlivňované proměnlivým marketingovým prostředím (Kozel a kol., 2006:48).

Pásková a Zelenka (2002:170) popisují marketingový výzkum jako systematické zkoumání analýzu 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 dotazníkových 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.

Horner a Swarbrooke (2003:419) definují marketingový výzkum jako výzkum, který má organizaci pomoci zefektivnit její marketingovou činnost. Marketingový výzkum je precizní, úžeji soustředěná činnost s jediným cílem poskytnout údaje, které pomohou zlepšit efektivitu marketingu organizace. Účelem marketingového výzkumu je umožnit organizaci zhodnotit svoji současnou výkonnost, identifikovat příležitosti a vyvíjet produkty a komunikaci, které pomohou využít zjištěných příležitostí.

Marketingový výzkum definovali také Aaker a Day (Palatková, 2006:83) jako kontinuální proces specifikace, sběru, analýzy a interpretace dat o prostředí, v němž se daný subjekt nachází, s cílem lepšího porozumění prostředí a dalšího rozvoje subjektu.

### **3.9 Dotazování, písemné dotazování**

Podle Kotlera (1994:141) je smyslem dotazování zadávání otázek respondentům. Jejich odpovědi jsou podkladem pro získání požadovaných primárních údajů. Vybraní respondenti, kteří budou dotazováni, musí odpovídat cíli a záměrům výzkumu.

Písemné dotazování nebo také dotazování poštou patří podle Kotlera (1994:143) mezi rozšířené typy dotazování. Výhodou písemného dotazování jsou jeho relativně nízké náklady v porovnání s jinými typy dotazování (pozorování a experiment). Nemusíme totiž budovat tazatelskou síť a přitom můžeme mnohdy adresně oslovit okruh respondentů na širokém území. Respondent má časový prostor na rozmyšlení



odpovědi, není negativně ovlivňován tazatelem. Největší nevýhodou písemného dotazování je nízká návratnost. Kromě malého množství navrácených vyplněných dotazníků je problémem také struktura respondentů, kteří odpověděli. Tím dochází k narušení reprezentativnosti výzkumu, a protože navíc nevíme, kdo doopravdy dotazník vyplnil, mívá anketní charakter.

Písemné dotazování podle Kotlera (1994:151) také znamená, že respondent vyplňuje většinou dotazník bez cizí pomoci, proto jsou požadavky na dotazník při tomto typu dotazování největší. Otázky je nutno formulovat co možná nejprecizněji, aby respondent pochopil, co se po něm v konkrétní otázce vlastně chce. Součástí dotazníků je často i motivační průvodní dopis.

### **3.10 Situační analýza**

Kozel (2006:39) uvádí, že marketingová situační analýza systematicky a důkladně zkoumá marketingovou situaci subjektu trhu a jeho postavení v daném prostředí ve třech časových horizontech – dosavadní vývoj, současný stav, odhad možného budoucího vývoje. Hlavními výstupy situační analýzy jsou identifikace silných a slabých stránek firmy a jejích konkurentů, profil firmy včetně vymezení příležitostí a problémů přicházejících z vnějšího prostředí. Výsledky provedené analýzy určují firemní schopnosti i jedinečnosti a slouží jako podklad pro stanovení marketingových cílů, určení strategií a k vyhotovení marketingových plánů.

Horáková (2003:39) uvádí, že situační analýza je prostředek, který na základě analytického zhodnocení minulého vývoje a současného stavu a na základě kvalifikovaného odhadu pravděpodobného budoucího vývoje ve strategickém období může pomoci při formulování budoucí tržní pozice podniku. Dále Horáková (2003:46) závěrem konstatuje, že výsledky řádně a důkladně provedené marketingové situační analýzy představují pro podnik dobré znalosti okolností, které podstatnou měrou ovlivňují možnosti uspokojovat potřeby zákazníků. Situační analýzu lze považovat za analytický nástroj, který podniku pomáhá určit jeho místo v prostředí, charakterizovat možnosti a identifikovat reálné předpoklady pro vývoj budoucích aktivit, znamenajících realizaci strategických cílů.

Morrison (1995:98) popisuje situační analýzu v pohostinství a cestovním ruchu jako kritické, nestranné, systematické i důkladné zkoumání vnitřní situace podniku (s důrazem položeným na marketingové činnosti) a šetření postavení podniku v daném prostředí s ohledem na vliv vnějšího prostředí (s důrazem položeným na analýzu trhu).

### 3.11 SWOT analýza

Kozel (2006:38) definuje SWOT analýzu jako velmi jednoduchý nástroj pro stanovení firemní strategické situace vzhledem k vnitřním i vnějším firemním podmínkám. Podává informace jak o silných (Strength) a slabých (Weakness) stránkách firmy, tak i o možných příležitostech (Opportunities) a hrozbách (Treaths).

Horáková (2003:46) uvádí, že SWOT analýza slouží k základní identifikaci současného stavu podniku – sumarizuje základní faktory působící na efektivnost marketingových aktivit a ovlivňující dosažení vytyčených cílů. Tvoří logický rámec vedoucí ke konkrétnímu systematickému zkoumání vnitřních předností a slabin, vnějších příležitostí a ohrožení i k vyslovení základních strategických alternativ, o kterých může podnik uvažovat. SWOT analýza je užitečnou součástí situační analýzy. Podniky ji většinou umísťují na její závěr, jelikož sumarizuje klíčové silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení. Může být samozřejmě prováděna i jako samostatný krok v rámci marketingového procesu.

Podle Steinemanna a Schreyogga (Čertík, 2001:163) musí analýza silných a slabých stránek brát v úvahu konkurenční schopnost destinace, jakož i silné a slabé stránky konkurenčních destinací, protože konkurenční destinace se svými strategickými rozhodnutími navzájem ovlivňují. Analýza vnějšího prostředí spolu s analýzou silných a slabých stránek, jakož i s následným určením specifických předností, umožňuje sdružení cestovního ruchu odhadnout příležitosti a ohrožení destinace na trhu. Příležitosti destinace na trhu cestovního ruchu představují nejen výhody vyplývající ze silných stránek, ale i výhody vyplývající z vnějšího prostředí destinace, v případě, že je možné je využít. Ohrožení destinace na trhu cestovního ruchu obvykle vyplývá z jejich slabých stránek, respektive z nevýhod v rámci vnějšího prostředí (například směnný kurz měny, stoupající ceny ropy, mezinárodní terorismus apod.)

Kotler, Jain, Abel a Hammond (Čertík, 2001:102) shodně uvádějí, že analýza může sloučit ohrožení s příležitostmi a uvést je do vztahu s interními silnými a slabými stránkami. Uvedení autoři se shodují i v názoru na obsah analýzy vnějšího prostředí, když upozorňují na nevyhnutelnost získání informací o makroekonomických faktorech ovlivňujících destinaci, a to ekonomických, kulturně sociálních, politických, technologických, a ekologických.

Horner a Swarbrooke (2003:237) uvádí, že SWOT analýza je metoda používaná k hodnocení stavu marketingu organizace. Zahrnuje analýzu vnitřních silných a slabých stránek organizace a identifikuje příležitosti a ohrožení, které jí přináší její

podnikatelské prostředí. Horner a Swarbrooke (2003:471) uvádí také, že jedním z důležitých hledisek analýzy SWOT je možnost vidět spojení mezi různými kategoriemi. Nejlepší organizace jsou ty, které účinným využitím zdrojů dokážou změnit hrozby v příležitosti.

Pásková, Zelenka (2002:283) popisují SWOT analýzu jako metodu analýzy vnitřních silných stránek a slabín organizace, jejích vnějších příležitostí a vnějších omezení. SWOT analýza se využívá v managementu i marketingu a soustřeďuje se na kritické faktory úspěchu organizace. Je jednou z metod zhodnocení potenciálu dalšího rozvoje organizace a jeho rizik.

Foret, Foretová (2001:76) uvádí, že SWOT analýza zahrnuje široký okruh problémů, jejichž podstatným jádrem jsou otázky spojené a označované jako marketingové prostředí. Marketingové prostředí se člení na mikroprostředí a makroprostředí, a analýzou těchto prostředí lze odhalit výhody a nevýhody, přednosti a slabiny daného místa, jejího dalšího rozvoje a uvědomit si své postavení na trhu vůči konkurenci i klíčovým, cílovým skupinám.

Podle Attla (Čertík, 2001:110) je analýza SWOT prvním krokem k určení současné pozice destinace na trhu cestovního ruchu. Určení silných a slabých stránek destinace znamená odpovědět na otázku "Z čeho se skládá nabídka destinace na trhu cestovního ruchu?" Rozeznání příležitosti a ohrožení nabídky destinace znamená odpovědět na otázku "Co ovlivňuje úspěšnost nabídky destinace na trhu a v jakém směru?" Silné stránky představují výhody destinace oproti konkurenci na trhu cestovního ruchu. Analýza a následné využití silných stránek je předpokladem úspěchu nabídky destinace na trhu cestovního ruchu. Slabé stránky destinace cestovního ruchu představují naopak nevýhody oproti konkurenci na trhu. Je třeba je co nejdříve odhalit, snížit jejich vliv na minimum, případně je celkem odstranit. V této souvislosti je nutné říci, že není žádoucí koncentrovat se na odstraňování slabých stránek za každou cenu. Může to zbytečně oslabit silné stránky i pozici destinace na trhu cestovního ruchu.

Internetová stránka týkající se metodické podpory regionálního rozvoje definuje SWOT analýzu z pohledu rozčlenění faktorů rozvoje na čtyři skupiny: silné a slabé stránky, tj. vnitřní faktory, příležitosti a ohrožení, tj. vnější faktory, a to vždy z hlediska subjektu hodnocení. Pro správné uplatnění SWOT analýzy je klíčový fakt, že příležitosti a hrozby jsou definovány jako parametry prostředí, které nejsou pod přímou kontrolou místní správy a mají významné dopady na socio-ekonomický rozvoj regionu. Silné a slabé stránky jsou faktory alespoň částečně kontrolovatelné místní správou. Pojmy

"externí" a "interní" se v případě koncepcí veřejné správy vztahují na okruh kompetencí subjektu (v případě dané analýzy kraje, resp. dalších subjektů působících v kraji), nikoli výhradně na měřítko geografického působení procesů. [101.]

### **3.12 Problémová analýza**

Vlk a kol. (2004:9) definuje, že problémová analýza vychází se situační analýzy a SWOT analýzy a pojmenovává hlavní problémy a bariéry rozvoje území mikroregionu. Je nezbytné určit kritické oblasti, u nichž je mikroregion schopen dosáhnout prostřednictvím potenciálně dostupných zdrojů zlepšení, tj. definovat odvětvové disparity a vymezit cílové skupiny obyvatelstva se soustředěnou podporou, uvést opatření, na něž bude podpora zaměřena a stanovit územní disparity.

Webová stránka věnující se metodické podpoře regionálního rozvoje uvádí, že problémová analýza vychází ze situační analýzy a SWOT analýzy a pojmenovává hlavní problémy a bariéry rozvoje v daném rozvojovém kontextu. Jde o syntézu souvislostí vážících se k nejvýznamnějším rozvojovým problémům. Určuje kritické oblasti, u nichž je region schopen dosáhnout prostřednictvím dostupných zdrojů zlepšení. [102.]

### **3.13 Priority, cíle rozvoje a opatření**

#### **Priority**

Vystoupil a kol. (2007:7) uvádí, že strategický dokument charakterizuje slabé a silné stránky dané oblasti, vymezuje základní priority (podpory) rozvoje, definuje cíle podpory/rozvoje, přičemž pod pojmem priority rozvoje se rozumí prohlášení komplexní povahy, vybrané a seřazené na základě významu, které v obecné formě definují řešení rozporu mezi současným a budoucím obrazem společnosti.

Labouňková a kol. (2009:22) definují prioritu jako přednostní směr pro dosahování příslušného cíle. Ke každému cíli pro problémový okruh bude existovat zpravidla více než jedna priorita. Aplikace jednotlivých konkrétních priorit je realizována formou projektů, nebo jiných rozvojových aktivit. Priority jsou definovány v příslušném programovém dokumentu.

V jiné literatuře uvádí Labouňková a kol. (2004:10), že priority rozvoje tvoří základní strukturu směrů rozvoje mikroregionu, přičemž rozvojové priority musí mít provázanost a logické zdůvodnění v situační analýze a SWOT analýze.

## **Cíle rozvoje**

Podle Vystoupila a kol. (2007:7) jsou cíle rozvoje chápány jako proklamace o budoucím stavu, kterého má být dosaženo, přičemž se rozlišuje v úrovni konkrétnosti jejich definování.

Labounková a kol. (2009:21) uvádí, že cíle rozvoje představují směrné ukazatele pro rozvoj regionu a informaci o stavu, kterého by mělo být dosaženo. Stanovení cílů musí být jasné a stručné. Cíle se odvozují od vize regionu o jeho budoucím vývoji a ze SWOT analýzy. Cíle rozvoje by měly využívat silné stránky a eliminovat slabé stránky mikroregionu, dále by měly využívat příležitosti rozvoje a reagovat na ohrožení rozvoje mikroregionu a musí být v souladu se strategickými cíli strategie rozvoje kraje.

## **Opatření**

Pod pojmem opatření se podle Vystoupila a kol. (2007:7) rozumí soubor takových aktivit realizovaných prostřednictvím projektů, které vedou k naplnění priorit potažmo cílů rozvoje.

Labounková a kol. (2004:10) definují opatření jako konkrétní nástroje, vedoucí k naplňování příslušných priorit. Aplikace jednotlivých konkrétních rozvojových opatření je realizována formou projektů nebo programů. Opatření by mělo zahrnovat zařazení do příslušného strategického cíle, směru rozvoje a priority, název opatření, cíl opatření, slovní charakteristiku opatření, hodnocení k nutnosti opatření řešit, klíčové aktivity, územní pokrytí, odpovědný subjekt, hlavní výstupy opatření, časový rozvrh realizace, cílové skupiny, finanční rámec opatření, předpokládané finanční zdroje financování a vazby opatření na aktivity jiných strategických a programových dokumentů.

### **3.14 Metoda Balanced Scorecard (BSC)**

Veber a kol. (2002:435) uvádí, že metoda balanced scorecard představuje metodu, která vytváří vazbu mezi strategií (strategickými záměry formulovanými v podobě strategických plánů, podnikatelských plánů, dílčích strategií apod.) a operativní činností s důrazem na měření výkonu. Metoda vznikla jako reakce na empirická zjištění, že řada strategických záměrů nebyla dotažena do praxe. Mnoho organizací má totiž často problém s reálným propojením strategií s operativní činností tak, aby se strategie realizovala ve všech podnikových oblastech a bylo možné měřit dosažení strategických cílů. Dále je nezbytné sledovat a vzájemně vyvážit kromě finančních ukazatelů také ukazatele zaměřené na zákazníky, firemní procesy

a zaměstnance.

Autoři Kaplan a Norton (2005:14) popisují balanced scorecard jako soubor nástrojů pro manažery, které potřebují k navigaci svého budoucího úspěchu. BSC „převádí“ poslání a strategii podniku do srozumitelného souboru měřítek výkonnosti, které poskytují rámec pro posuzování jeho strategie a systému řízení. BSC klade důraz na dosahování finančních výsledků, zahrnuje však také „hybné síly“, které těchto výsledků umožní dosáhnout. BSC měří výkonnost podniku pomocí čtyř vyvážených perspektiv: finanční, zákaznické, interních procesů, učení se a růstu.

Podle Huška, Šusty a Půčka (2006) jsou pro tuto metodu klíčové řízení a inovace. BSC umožňuje velmi efektivně řídit kraj, město, úřad či jakoukoli organizaci veřejného sektoru. Vytváří velký prostor a prostředí pro inovativní přístupy. Kraje či města používají BSC například k efektivnímu řízení své strategie a nutí také stanovit cíle a cílové hodnoty (očekávané výsledky), stanovit metodiky měření a porovnávat plánované výsledky se skutečnými. BSC je metoda, která hodnotí organizaci veřejného sektoru z několika strategických hledisek.

## 4. VYMEZENÍ A CHARAKTERISTIKA TURISTICKÉ OBLASTI

### CHODSKO – ČESKÝ LES

Česká republika se z pohledu cestovního ruchu dělí na marketingové turistické regiony. Z názvu „marketingové regiony“ vyplývá, že byly vytvářeny zejména pro účely propagace svého turistického potenciálu a také pro potřeby řešení organizace cestovního ruchu. Základním účelem marketingových regionů je tedy prezentovat turistický potenciál v tzv. turistických regionech, nebo-li přirozených celcích, které mají z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných regionů. Jedná se o místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh. Turistické regiony jsou území, pro něž je typický určitý druh cestovního ruchu, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje a sjednocuje, ale zároveň i odlišuje od ostatních regionů.

Hlavní myšlenkou vzniku turistických regionů je možnost ucelené prezentace té které oblasti, a to nejen ve vztahu k zahraničí. Domácí turisté díky znalosti republiky vnímají i daleko menší celky. Především z tohoto důvodu byly vyčleněny i turistické oblasti, které tvoří nižší územní celky (v rámci České republiky je nyní spolu s oblastí Chodsko – Český les 40 turistických oblastí). Turistické regiony ani oblasti pak většinou nekorespondují s územněsprávním členěním státu. [1.; 39.; 40.]

Chodsko se v rámci administrativního členění České republiky nachází na území Plzeňského kraje, v okrese Domažlice. V roce 1993 se stal okres Domažlice členem euroregionu Šumava. [41.] Pro potřeby cestovního ruchu tvořilo Chodsko (spolu s turistickou oblastí Šumava-východ) až do roku 2009 turistický region Šumava. V roce 2010 zpracovali Ministerstvo pro místní rozvoj a Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism novou mapu marketingových turistických regionů a turistických oblastí. Nové rozdělení vychází ze Strategií cestovního ruchu jednotlivých krajů pro léta 2007 – 2013. Původní rozdělení potenciálu cestovního ruchu na mapě turistických regionů je z roku 1999 a již neodpovídalo současným potřebám. Chodsko tedy již nepatří do turistického regionu Šumava, ale stalo se součástí turistického regionu Plzeňsko – Český les, konkrétně turistické oblasti Český les. Podstatné je, že území Chodska sice již netvoří vlastní turistickou oblast, ale územně je nyní součástí turistické oblasti Český les. [104.] Tato diplomová práce byla zpracovaná v období platnosti „starého rozdělení“ turistických regionů a turistických oblastí. Z tohoto důvodu je možno se v práci setkat

i s popisem Chodska jako součásti turistického regionu Šumava. S přihlédnutím na nové rozdělení marketingových turistických regionů a turistických oblastí České republiky je dále v diplomové práci používán název „turistická oblast Chodsko – Český les“. Mapa nového členění turistických oblastí České republiky je umístěna v příloze č. 1 (obrázek č. 7). Dle mého názoru by bylo vhodnější zachovat původní označení turistické oblasti, jelikož název „Chodsko“ je vžitý v povědomí návštěvníků, ihned si vybaví charakteristické atraktivitu oblasti a označení „Chodsko“ vytváří také image typickou pro toto území.

Plzeňský kraj leží na jihozápadě České republiky. Hranici kraje na západě tvoří státní hranice se Spolkovou republikou Německo (Bavorskem), severozápadně leží kraj Karlovarský, severovýchodně kraj Středočeský a na jihovýchodě kraj Jihočeský. Svou rozlohou 7 561 km<sup>2</sup> je třetím největším krajem v České republice, avšak počtem obyvatel se řadí na deváté místo v České republice. Sedm okresů kraje (Domažlice, Klatovy, Plzeň-město, Plzeň-jih, Plzeň-sever, Rokycany a Tachov) představuje územní celky výrazně se odlišující krajinným charakterem, počtem i skladbou obyvatelstva, ekonomickým potenciálem, velikostí i hustotou osídlení. [42.]

Okres Domažlice patří svou polohou mezi pohraniční okresy Plzeňského kraje. Západní a jihozápadní částí sousedí asi v délce 75 km se Spolkovou republikou Německo, na severu s okresem Tachov, na severovýchodě s okresem Plzeň-jih, na východě a na jihu s okresem Klatovy. Přístup do Německa umožňují 4 silniční přechody (Folmava, Všeruby, Lísková a Železná), 1 železniční hraniční přechod (Česká Kubice) a 5 turistických přechodů. Rozloha okresu Domažlice 1 123 km<sup>2</sup> představuje 14,9 % plochy Plzeňského kraje. Počtem obyvatel (59 731 – stav k 1. 1. 2008) a hustotou obyvatelstva (53 osob na km<sup>2</sup>) se v Plzeňském kraji řadí na páté místo. [41.] Poloha okresu Domažlice v rámci České republiky a samotný okres Domažlice viz příloha č. 1 (obrázek č. 1 a obrázek č. 2).

#### **4.1 Charakteristika turistické oblasti Chodsko – Český les a etnografického subregionu Chodsko**

Turistická oblast Chodsko – Český les zabírá území okresu Domažlice, jižní část dokonce zasahuje na území sousedního okresu Klatovy.

Z pohledu cestovního ruchu má každá turistická oblast svoji zvláštní atmosféru, která jí dodává kouzlo jedinečnosti. Chodsko však mezi nimi přesto vyniká. Je zkrátka jiné – nesmírně zvláštní, přitažlivé a výjimečné svým nářečím, obyčejí, bohatými kroji



i kulinařskými specialitami. Rázovité Chodsko, kde silně zakořenily regionální tradice, odedávna lákalo spisovatele. Pro širokou čtenářskou obec je objevil Alois Jirásek svým historickým obrazem Psohlavci, ale část života zasvětili Chodsku také například Josef Dobrovský, František Palacký, Karel Jaromír Erben či Božena Němcová. [44.]

Krajinná rekreační a turistická oblast Chodsko – Český les se rozprostírá v příhraničním pruhu podél české státní hranice s Německem od Chodské Úhlavy poblíž Nýrska v západní Šumavě až doprostřed Českého lesa za Bělou nad Radbuzou a k osadě Železná. Všude se zde setkáme s velmi přívětivými lidmi, potomky starých Chodů. [45.] Území turistické oblasti Chodsko – Český les je znázorněno v příloze č. 1 (obrázek č. 3).

Časopis C. O. T. Business ve svém článku z listopadu 2006 popisuje Chody jako královské poddané, kteří byli pověřeni úkolem střežit zemskou hranici – odtud i pojmenování odvozené od chození po hranici. Hraniční služba byla velmi náročná a vyžadovala vedle značné fyzické zdatnosti i velkou dávku odvahy. Jejich úkolem bylo včas signalizovat nebezpečí, případně odrážet menší oddíly. O tom, že Chodové nebrali tuto povinnost na lehkou váhu svědčí po staletí stabilní poloha západní hranice českého státu. Náročnost strážní služby byla ze strany panovníků kompenzována ve 14.– 17. století řadou privilegií, jimiž se Chodové odlišovali od ostatních poddaných v zemi, například vlastní samosprávou či zproštěním od povinnosti roboty. Jejich postavení bylo velmi podobné postavení obyvatelů poddanských měst. [46.]

Chodskem jako takovým rozumíme pohraniční oblast na rozhraní Českého lesa a Šumavy, zahrnující také jedenáct historických chodských obcí – **Chodov, Chodskou Lhotu, Draženovice, Klenčí pod Čerchovem, Klíčov, Mrákov, Pocinovice, Postřekov, Stráž, Tlumačov a Újezd**. Zkoumaná destinace má image oblasti folkloru, historie a kultury, kde se nacházejí lesy, příroda a dobré sportovní možnosti společně s výborným klimatem. Navíc se zde dodnes dochovala lidová architektura a v některých vesnicích také lidová nářečí a zvyky. Lidový folklor připomínají různé slavnosti, například Chodské slavnosti v Domažlicích. Tam se sjíždějí v polovině srpna všichni dudáci z České republiky. V kraji se dochovalo také krajkářství, paličkování nebo výroba keramiky či gastronomická specialita – chodské koláče. [46.]

Chodsko je nejen turistická oblast, ale zároveň také **etnografický subregion**. Takto chápané území jihozápadních Čech je vázané na okruh přibližně 25 obcí v okolí Domažlic, původně sahající až do německého Bavorska. Tento subregion se slavnou historií královských strážců hranic byl zmiňovaný již v Dalimilově kronice ze 14.

století. Podle charakteru krajiny, kroje, ale i zpěvu se člení na:

### **Horní Chodsko**

Jedná se o kraj kolem Klenčí pod Čerchovem, dnes je národopisně živá především obec Postřekov. Dále do této oblasti patří obce Draženov, Chodov či Újezd. V tomto podhorském, spíše chudším kraji se příliš nedařilo zemědělství. Právě proto se lidé věnovali řemeslu (klenečská keramika či postřekovští komináři). V jejich kalendáři se častěji objevují světské svátky, například postřekovský masopust. Lidový kroj je oproti dolnímu méně zdobný a působí chudším dojmem. Méně zdobné jsou i tradiční chodské koláče, které používají sice stejnou technologii, ale tvarohu (nejdražší suroviny) používají menší množství. Obyvatelé jsou velmi temperamentní, rovněž hudba i tanec působí „divočejším“ dojmem.

### **Dolní Chodsko**

Tento kraj se nachází blíže k Domažlicím, patří sem například obce Stráž, Klíčov, Chodská Lhota, Mrákov, Pocinovice a Tlumačov. Leží dále od horského pásma Českého lesa i Šumavy. Podmínky pro zemědělství zde byly mnohem příznivější než na Horním Chodsku, proto se tato oblast vyznačovala větším bohatstvím. To se promítlo i do některých jiných sfér života. Dolský kroj je co do výzdoby mnohem pestřejší, slaví se více církevní svátky (pouti, Boží tělo), chodské koláče používají více drahého tvarohu a navíc jsou sypány rozinkami a mandlemi. Zdejší obyvatelé působí v rámci Chodska rozvázněji a klidněji, stejně jako styl dudácké muziky je uhlazenější.

Ve skutečnosti Chodové nežili jen v oněch jedenácti vsích okolo Domažlic. Hlídali celý pohraniční hvozd, jehož středem probíhala hranice, a existovali tedy i Chodové tachovští, prachatičtí atd. Jejich význam však od středověku postupně upadal, jednotlivá panství kupovala od českých králů šlechta a dávná privilegia zmizela v čase.

Co se **lidové architektury** týče, statky se vždy stavěly účelně a hospodárně, obyčejně vchodem proti slunci, k východu. Chalupy bývaly roubené ze dřeva s podezdívkou z lámaného kamene. Pozdější hliněné domy nesly charakteristický znak – skladovací prostory pro obilí (špýchary) byly spojeny pod jednou střechou s vlastním obydlím a tím vznikaly výšky tvořící skutečně výraznou nadstavbu.

Významným a nepřehlédnutelným prvkem chodské lidové tradice je **kroj**. Na Chodsku přežil tento lidový oděv až do 20. století, v některých vsích jsou zvláště ženy kroji věrné dodnes. Kroj má prostý, horský ráz. Pro mužský oděv je typický polodlouhý kabát bez límce a tradiční plstěný širák – klobouk s širokou krempou. Symbolem Choda

je čakana – dlouhá hůl nahoře opatřená sekyrkou – pozůstatek kroje někdejších strážců zemských hranic. Základem ženského oděvu je do varhánků skládaná vlněná sukně. Živůtek a košile bývaly překryty dvěma šátky. Šátek na hlavě se vázal v týle a jedním koncem splýval dopředu. Vdané ženy si nasazovaly čepce, tzv. koláče. Kroj chudšího Horního Chodska si zachoval jednodušší styl než pestřeji zdobený kroj Chodska Dolního.

Přeslechnout nelze také zdejší **lidovou hudbu**. Nejméně od 13. století až doposud udávají tón v lidové hudbě dudy – pukl. Dudáci – pukláci svým stylem hry, užívajícím trylků, nátrylů, obalů, přírazů a rychlého opakování téhož tónu, podněcovali lidovou tvořivost. Dudáci chodívali sami a vlastní zpěv doprovázeli druhým hlasem na dudy. Později se k nim přidával houslista – houdek. Svědectví o tomto nejstarším typu muziky podává např. v "Obrazech z okolí domažlického" Božena Němcová. Ve 20. letech 19. století se přidává klarinet a vzniká malá nebo-li selcká muzika. Od konce 19. století ji překrývá čtyř až šestičlenná velká dudácká muzika se dvěma klarinety, kontrováním houslí a později i kontrabasem. Na vánoční a novoroční koledování se chodilo s fanfrnochem. Tvoří ho džbán, jehož hrdlo je potaženo kůží. Otvorem v ní vyčnívají koňské žíně, které se mokřými dlaněmi přejíždějí, "drhnou" a vydávají typický bručivý, houkavý zvuk. Píseň "Zelení hájové" je považována za chodskou hymnu.

K hudbě patří neodmyslitelně tanec, a ten chodský má opět svá specifika. Nejrozšířenějším **lidovým tancem** Chodska je kolečko, též zvaný do kolečka, chodské kolo. Svým původem spadá do 15. století. Tancovali jej chlapci, dívky nebo páry na jednoduché písni. Jedná se o klasický typ vířivého hbitého tance, jehož podstatným pohybovým rysem je prudké otáčení dvojice na místě dokolečka. [46.; 47.]

## **5. SITUAČNÍ ANALÝZA TURISTICKÉ OBLASTI CHODSKO – ČESKÝ LES**

Situační analýza v cestovním ruchu je podle Vystoupila (2007) zaměřena na analýzu a hodnocení nabídky cestovního ruchu, analýzu a hodnocení poptávky cestovního ruchu, analýzu a hodnocení ekonomického významu cestovního ruchu a na organizaci a řízení cestovního ruchu ve zkoumané oblasti. Všechny tyto části analýzy jsou poté východiskem pro provedení SWOT analýzy, na základě které je možné zhodnotit silné a slabé stránky a stejně tak i odhadnout příležitosti a ohrožení sledované turistické oblasti. [35.]

Pro turistickou oblast Chodsko – Český les není vypracovaná souhrnná analýza nabídky cestovního ruchu. Je to zejména z toho důvodu, že hranice území turistických regionů, na rozdíl například od hranic území krajů či okresů, nejsou zákonně (administrativně) stanoveny. Území turistických regionů i turistických oblastí není striktně vymezeno, protože snahou je poskytnout zejména lokalitám umístěným na okrajích těchto regionů určitou samostatnost při rozhodování a vlastní prezentaci. [48.]

Jelikož území Chodska je v podstatě totožné s územím okresu Domažlice (turistická oblast Chodsko – Český les zasahuje pouze malou plochou na území okresu Klatovy, většina území Chodska se rozkládá v okrese Domažlice), v diplomové práci jsou využity také informace za okres Domažlice.

### **5.1 Analýza a hodnocení přírodního potenciálu**

Přírodní prostředí je jednou ze základních složek produktu a poukazuje na možnou funkci destinace z hlediska cestovního ruchu. Soubor přírodních podmínek představuje významný činitel determinující účast na cestovním ruchu. Patří k rozhodujícím faktorům rozvoje cestovního ruchu v destinaci. V této souvislosti jde o geomorfologický, klimatický, hydrologický a biologický potenciál. [15.]

#### **5.1.1 Reliéf a půdní pokryv**

Z geografického hlediska je převážná část okresu vyplněna zvlněnou pahorkatinou s nadmořskou výškou kolem 450 m. [41.]

Z pohledu cestovního ruchu je významná vrchovina Český les. Většinu ploch zaujímají lesní porosty. Výchozími místy pro turisty jsou Tachov, Rozvadov, Přimda, Poběžovice a Klenčí pod Čerchovem. Nejvyšším vrcholem a častým letním turistickým

cílem návštěvníků Chodska je Čerchov (1042 m). Pro zimní rekreaci (sjezdové lyžování i běh na lyžích) jsou v případě příznivých sněhových podmínek k dispozici tři běžecké tratě a jedna sjezdovka v Caparticích. Ta je v provozu pouze o víkendech. V letní sezóně je k dispozici velké množství značených i neznačených cest, ideálních pro turistiku. [49.; 50.]

Na základě znalostí půdních poměrů lze hodnotit také rekreační potenciál území. Za rekreačně využitelné plochy z registru, jež spravuje Český úřad zeměměřičský a katastrální, jsou považovány plochy lesní půdy, luk a pastvin, zahrad, sadů a vodní plochy. Hodnota ukazatele vzniká součtem ploch rekreačně využitelných v katastrálních územích jednotlivých obcí České republiky, který je poté vydělen celkovou rozlohou obce. Pro názornou prostorovou diferenciaci uvedeného ukazatele byla zvolena následující stupnice [35.]:

1. do 20 % potenciálních rekreačních ploch – pro cestovní ruch a rekreaci jen velmi málo vhodné přírodní podmínky,
2. 20,0 – 37,9 % potenciálních rekreačních ploch – pro cestovní ruch a rekreaci velmi málo vhodné přírodní podmínky,
3. 38,0 – 56,9 % potenciálních rekreačních ploch – průměrné přírodní podmínky pro cestovní ruch a rekreaci,
4. 57,0 – 74,9 % potenciálních rekreačních ploch – podhorská a vysočinná venkovská krajina s příznivými přírodními podmínkami pro cestovní ruch a rekreaci,
5. 75,0 a více % potenciálních rekreačních ploch – povětšinou horské oblasti s velmi příznivými přírodními podmínkami pro cestovní ruch a rekreaci.

Zkoumaná turistická oblast Chodsko – Český les patří z menší části do čtvrté a páté stupnice (oblast Českého lesa) a z větší části do druhé a třetí stupnice (zbylá část území Chodska). To znamená, že pouze část Českého lesa vykazuje velmi příznivé či příznivé přírodní podmínky pro cestovní ruch a rekreaci. [1.]

### **5.1.2 Klima**

Analýza klimatických poměrů umožní vyčlenit území s různými typy podnebí s ohledem na rekreační využití (území s vhodnými klimatickými podmínkami pro letní rekreaci nebo území vhodné pro letní i zimní rekreaci apod.). Pro cestovní ruch se v našich zeměpisných šířkách určuje zejména teplota vzduchu, sněhová pokrývka a sluneční svit. [35.]

Celé území České republiky je pro tento účel rozděleno do 13 klimatických oblastí (regionů), pro které jsou společně přesně definované klimatické charakteristiky. Česká republika tak byla podle Quitta (1971) rozčleněna na oblasti teplé (T1 nejchladnější nejvlhčí - T5 nejteplejší nejsušší), mírně teplé (MT1 nejchladnější nejvlhčí - MT11 nejteplejší nejsušší) a chladné (CH1 nejstudenější - CH7 nejteplejší). [51.]

Turistická oblast Chodsko – Český les je dle tohoto dělení klimatu složena z následujících klimatických oblastí (viz také příloha č. 1 obrázek č. 5):

- CH7 – v západní části Chodska (oblast Českého lesa) se nachází tři menší oblasti s označením chladná oblast (ale v rámci chladných oblastí ta nejteplejší),
- MT3, MT5, MT7, MT9 a MT 10 – většina území Chodska se řadí mezi mírně teplé oblasti,
- na zkoumaném území se nenachází žádná oblast označena jako teplá.

Podrobnější informace typické pro jednotlivé klimatické oblasti jsou uvedeny v tabulce č. 1 v příloze č. 2.

### 5.1.3 Hydrologie

Hydrologické podmínky mají jeden z rozhodujících vlivů na lokalizaci, určení rozsahu, intenzity a směru turistických proudů a rekreačních pobytů (v České republice je okolo vodních ploch a toků soustředěno okolo 40 % rekreační ubytovací základny). Databáze krajských hygienických stanic rozlišuje dva typy vodních ploch, kde je sledována kvalita vody – letní rekreace u vody (základní, průměrný či vysoký stupeň) a vodní turistika (základní a zvýšený stupeň). [35.]

Ve zkoumané destinaci je turisty v letních měsících nejvíce vyhledávaný rybník Babylon. Nachází se uprostřed krásné přírody Českého lesa, 7 km jihozápadně od Domažlic. Nabízí příjemné koupání s travnatou pláží. V tomto letovisku jsou k dispozici tenisové kurty, fotbalové a volejbalové hřiště, minigolf a v okolí také mnoho turistických stezek. V posledních letech však došlo k zanedbávání turistické suprastruktury a infrastruktury cestovního ruchu (např. občerstvení, sociální zařízení, šatny, hřiště, dopravní dostupnost apod.) a také k neudržování a znečištění travnaté plochy i rybníka. Proto Babylon často nebyl vhodný ke koupání (výskyt řas, sinic). [52.]

Nedaleko města Horšovský Týn se nachází rekreační oblast Podhájí. U tohoto přírodního koupaliště je zajištěno občerstvení, půjčovna loďek, šlapadel a také možnost ubytování ve stanovém tábořišti, chatkách či buňkách. [53.] Z ostatních rybníků na Chodsku jsou zejména místními obyvateli využívány vodní nádrže většinou bez

nabídky služeb (občerstvení, sociální zařízení či šatny). Z tohoto důvodu se Chodsko podle turistického významu letní rekreace u vody řadí mezi základní až průměrný stupeň (areály letního přírodního koupaliště s omezenou nabídkou služeb, využívány domácími návštěvníky z blízkých regionů, nižší čistota vody). [35.]

Pro vodní turistiku je v oblasti využívána pouze řeka Radbuza. Je to klidná řeka s množstvím starých jezů, které ale nejsou udržovány. Sjízdná délka toku činí 66 km, celý úsek je vhodný pro začátečníky a lze ho sjet za 2 - 3 dny. [54.] Řeku Radbuza je možno na základě těchto skutečností zařadit do zvýšeného stupně turistického významu jako vodní tok s vícedenní plavbou, splavnou během skoro celé sezóny a vhodnou pro méně zkušené vodáky. Z hlediska využívání pro cestovní ruch však nabývá řeka Radbuza spíše lokálního významu. [35.]

#### **5.1.4 Ochrana přírody**

Účelem ochrany přírody je přispět k udržení a obnově přírodní rovnováhy v krajině, k ochraně rozmanitosti forem života, přírodních hodnot a krás a k šetrnému hospodaření s přírodními zdroji. [35.]

Na území Chodska se z velkoplošných zvláště chráněných území nachází Chráněná krajinná oblast Český les, z maloplošných zvláště chráněných území přírodní rezervace a z obecně chráněných území pak přírodní park Sedmihoří. Ve zvláště chráněných územích jsou stanoveny zakázané nebo nedovolené činnosti, které by mohly negativně ovlivnit jejich přírodní vývoj. [55.]

Mezi přírodní rezervace patří Přírodní rezervace Herštýn (listnaté lesy s přirozeným porostem v katastrálním území obce Pocinovice), Přírodní rezervace Jezivec (bučiny s přirozeným porostem v okolí obcí Pocinovice a Orlovice) a Přírodní rezervace Nový Herštejn (v okolí zříceniny hradu Nový Herštejn, je vzácná zejména výskytem vzácných rostlin např. kyčelnice, orsej, jaterník, bílá sasanka či velmi vzácný áron skvrnitý). Na území obce Postřekov se nachází ornitologická rezervace Postřekovské rybníky. Byla vyhlášena v roce 1990 a jedná se o soustavu rybníčků obklopených vlhkými loukami s bohatou flórou a ptačí faunou. Rezervaci tvoří soustava více než 20 menších obhospodařovaných rybníků obklopených vlhkými loukami. Celá lokalita je mokřadem nadregionálního významu, bylo zde zjištěno přes 300 druhů cévnatých rostlin, nejvýznamnější jsou hnízdiště mnoha ptáků. Mezi další Přírodní rezervace patří také Bystřice a Čerchovské hvozdy nedaleko obce Klenčí pod Čerchovem. [57.; 58.; 59.; 60.; 62.]

Z obecně chráněných území nalezneme na území Chodska jeden přírodní park. Přírodní park Sedmihoří je pozoruhodný přírodní celek charakterizovaný vrchy, jež jsou posety žulovými balvany a porostlé hlubokými borovými lesy. Jméno získalo Sedmihoří po sedmi nejvýraznějších kopcích. [61.]

Ze vzácné fauny se na území turistické oblasti Chodsko – Český les vyskytuje dokonce bobr evropský. Žije především v oblasti kolem Babylonu a České Kubice. Jedná se však o jedince, kteří tu neměli původní teritorium, ale přišli sem z Bavorského lesa, kde je jejich výskyt mnohem rozšířenější. [56.]

Mezi hodnotící kritéria přírodní atraktivity patří přítomnost národních parků, chráněných krajinných oblastí, významných jeskyní, lázeňských míst či památek UNESCO. Z tohoto důvodu se území okresu Domažlice řadí do druhého stupně (přítomnost CHKO Český les a také výše zmíněná maloplošná zvláště chráněná území). [1.]

#### **5.1.5 Atraktivita CHKO Český les pro cestovní ruch**

Území Českého lesa patří v rámci České republiky mezi oblasti s nejzachovalejším životním prostředím. I když je v současné době tato oblast jednou s cílových destinací domácího, ale i zahraničního cestovního ruchu, není zde taková návštěvnost jako např. na Šumavě, v Krkonoších či kolem velkých údolních nádrží. Nižší návštěvnost je způsobena právě konkurencí lépe vybavených středisek na Šumavě či na druhé straně hranice. Při srovnání rozložení návštěvnosti během roku převažuje v území Českého lesa, vzhledem k omezeným sněhovým podmínkám, letní sezóna.

V souvislosti s vyhlášením CHKO Český les se předpokládá zvýšený zájem turistů z České republiky i ze zahraničí. Z tohoto důvodu bylo důležité stanovení limitů rekreačního využití území při zachování přírodního prostředí.

Současnou strukturu návštěvnosti území lze rozdělit na krátkodobou návštěvnost místních obyvatel a obyvatel ze sousedících okresů na německé straně, a dále pak na návštěvníky z ostatních částí České republiky a částečně i ze zahraničí. Tato skupina se v území zpravidla zdržuje déle. Z hlediska celkové délky pobytu v území převažuje krátkodobá návštěvnost.

Při pohledu na motivy a cíle návštěvnosti lze turisty rozdělit na několik skupin. V první řadě se jedná o turisty, jejichž cílem jsou především města Domažlice a Tachov. V případě Domažlic a okolí je tento motiv umocněn existencí kulturních tradic (Chodové).



U německých návštěvníků jsou patrné i ekonomické efekty, o nichž se dá hovořit i v případě tržišť, duty free shopů a kasin u hraničních přechodů. Dalším motivem k návštěvě území je vazba k původnímu osídlení. Jedná se zejména o německé obyvatelstvo, které bylo po válce vysídleno a v současné době se při různých příležitostech vrací k pozůstatkům svých sídel. Vzhledem k přírodní a částečně i kulturně-historické atraktivitě území je dalším významným motivem návštěvnosti aktivní vyžití ve formě pěší turistiky, cykloturistiky, případně v zimním období lyžařské turistiky (ale to spíše na Šumavě).

Roční přechod návštěvníků přes hranici činí v okrese Domažlice cca 14,5 mil. osob. Při srovnání s předchozími lety, kdy překročilo státní hranici v území okresu cca 19 mil. osob, se jedná o celkový pokles. [25.]

Poloha chráněné krajinné oblasti Český les viz příloha č. 1 (obrázek č. 4).

Je nutno si uvědomit, že pro cestovní ruch je ochrana přírody limitujícím faktorem. Nalezení rovnováhy mezi zájmy ochrany přírody na jedné straně a socio-ekonomickým rozvojem území na straně druhé by proto mělo vycházet z principů udržitelného rozvoje. [35.]

Nejvýznamnější složkou přírodního potenciálu je tedy zejména výskyt Chráněné krajinné oblasti Český les. Toto velkoplošně zvláště chráněné území spolu s ostatními maloplošně zvláště chráněnými územími tvoří významný přírodní potenciál Chodska.

## **5.2 Kulturně-historický potenciál**

V rámci kulturně-historického potenciálu si lze představit uměle vytvořené, lokalizované složky produktu, které svou atraktivitou přitahují určitý okruh návštěvníků. Důraz je kladen zejména na hrady, zámky, muzea, sakrální stavby, městské památkové rezervace, lidovou architekturu a národně-historické památky zkoumané destinace. [15.]

Dle odborné literatury je možné kulturně-historický potenciál členit na tři komponenty, a to:

- kulturně-historické památky – historická jádra měst, městská architektura, lidová architektura, sochy, sousoší, kašny či církevní památky,
- kulturní zařízení – skanzeny, muzea, galerie, divadla, hvězdárny apod.,
- společenské akce – kulturní, sportovní a kongresové akce. [35.]

### **5.2.1 Kulturně-historické památky**

Z pohledu cestovního ruchu a podle územní příslušnosti se ve zkoumané oblasti Chodsko nachází následující nejvýznamnější a turisty nejvíce vyhledávané kulturně-historické památky [1.]:

#### **Domažlice**

Městská památková rezervace Domažlice - z období středověku se zde dochoval jeden z mála městských hradů v českých zemích, dnes nabízí Chodský hrad významné národopisné sbírky. Výraznou dominantou města je válcová šikmá věž gotického farního kostela. Náměstí má neobvykle protáhlý tvar a je lemováno řadami starobylých měšťanských domů s barokními a klasicistními fasádami. [63.]

Chodský hrad a muzeum Chodska Domažlice – hrad založil Přemysl Otakar II. spolu s městem. Po požáru v roce 1592 se proměnil ve zříceninu a takřka zanikl. Zbytky hradu byly v 18. stol. postupně přestavěny do dnešní barokní podoby. Z původního hradu zůstala zachována obvodová zeď a válcová věž. V prostorách hradu se nachází také muzeum a je možno vystoupit na hradní věž, navštívit lapidárium a prohlédnout si hradní nádvoří. Expozice muzea Chodska zahrnuje archeologii starověku a středověku, historii od 15. do 19. století, ševcovskou dílnu, chodskou světnici, chodskou svatbu, keramiku, lidový a měšťanský nábytek a přírodovědu okresu. Hrad s muzeem jsou přístupné od poloviny dubna do poloviny října (denně kromě pondělí) a od poloviny října do poloviny dubna (úterý – pátek). [69.; 70.]

#### **Horšovský Týn**

Městská památková rezervace Horšovský Týn - město na řece Radbuze vzniklo ve 14. století při raně gotickém biskupském hradě, který byl později přestavěn v reprezentativní renesanční zámek. Z raně gotické fáze se zachovala jedinečná trojlodní kaple s působivými moderními vitrailemi. Malebné náměstí zdobí řady starobylých měšťanských domů s barokními štíty a kostel sv. Petra a Pavla. [64.]

Národní kulturní památka Zámek a hrad Horšovský Týn - historii a současnost památky odhaluje osmdesát prohlídkových místností. Státní hrad a zámek patří mezi nejvýznamnější architektonické skvosty západních Čech. Jeho historie sahá až do poloviny 13. století. Vystavěn byl jako raně gotický hrad kostelového typu, po požáru přestavěn na renesanční zámek. Přístupný veřejnosti je v dubnu až říjnu (víkendy a svátky) a v květnu až září (denně mimo pondělí). Návštěvnost činí přes 20 tisíc turistů ročně. [1.; 67.]

## **Ostatní kulturně-historické památky Chodska**

Městská památková zóna Poběžovice – střed města a měšťanský dům na náměstí. [65.]

Vesnické památkové zóny – patří sem vesnické památkové zóny Kanice, Klenčí pod Čerchovem, Pocinovice, Stráž a Trhanov, s dochovanou původní zástavbou, mají však spíše lokální význam. [66.]

Kostel v Čečovicích - je jedním z nejpozoruhodnějších gotických staveb domažlického okresu a je výjimečným dokladem vrcholně gotické architektury. Architektura kostela má obdobu v řezenské katedrále a v kostele sv. Jana Křtitele v Nabburgu. Předpokládá se, že zdejší kostel je dílem umělců z huti stavějící katedrálu v Řeznu. Na žádné jiné dochované stavbě venkovského kostelíku v Česku není možné nalézt takovou koncentraci gotických prvků a detailů. Prohlídka pozoruhodného interiéru je možná po dohodě s obecním úřadem. [68.]

Zřícenina hradu Rýzmberek - hrad Rýzmberek byl postaven ve 13. století jako strážní hrad Všerubského průsmyku. Později hrad vyhořel, byl přestavěn, ale v roce 1641 opuštěn a zničen Švédy. V 19. století hrad získal Jan Filip Stadion. Upravil okolí i samotný hrad a vytvořil hostinec. V roce 1848 zde nechal postavit věž s cimbuřím odkud lze spatřit oblast Domažlicka a Český les. Mimo vyhlídkové věže je možné si prohlédnout také areál hradu a na požádání i sklepení. V amfiteátru pod zříceninou je každoročně pořádán proslulý festival folkové a country hudby “Rýzmberský hradní guláš”. K dispozici je také prodej suvenýrů a občerstvení. Zřícenina je volně přístupná, občerstvení je k dispozici v červnu až srpnu (denně kromě pondělí). [71.]

Rozhledna Čerchov - kamenná rozhledna se nachází na stejnojmenném vrcholu na území CHKO Český les. Původní dřevěná rozhledna byla postavena v roce 1894 a později k ní byla přistavěna horská chata. Pro velkou návštěvnost však brzy přestala vyhovovat, a tak byla v roce 1905 postavena rozhledná nová, kamenná, tzv. Kurzova věž. O několik let později byla k objektům přistavěna ještě jedna turistická chata. Po okupaci byly objekty armádou zbořeny a ohoz rozhledny byl upraven. Kolem byly přistavěny vojenské objekty a radarová věž. V nedávné době byla rozhledna zpět předána Klubu českých turistů a je postupně opravována. Přístupná je v květnu, červnu, září, říjnu (víkendy) a v červenci a srpnu (denně). [72.]

Rozhledna Koráb – Koráb je nejvyšší vrchol Chudenické vrchoviny, který se tyčí nad městem Kdyně. Rozhledna je dostupná autem po asfaltové silnici nebo z centra Kdyně po žluté značce. Původní dřevěná rozhledna postavená turisty byla v 80. letech

20. století zbourána a v roce 1992 postavena nová s železnou konstrukcí. U rozhledny je vystavěna turistická chata i s ubytováním. [73.]

### **5.2.2 Kulturní zařízení**

Turistická oblast Chodsko – Český les je rodištěm několika známých osobností (například spisovatelů Jindřicha Šimona Baara a Jaroslava Kvapila, lékaře Josefa Thomayera, lidového vůdce Jana Sladkého Koziny nebo hudebního skladatele Jindřicha Jindřicha) a pobývalo zde také více známých českých spisovatelů (Božena Němcová, Karel Jaromír Erben, Jaroslav Vrchlický). Z tohoto důvodu najdeme v okrese Domažlice několik památných desek, památníků či pomníků. Památníky známých osobností najdeme v Domažlicích, v Chudenicích, na České Kubici, v Klenčí pod Čerchovem či ve Všerubech. [74.]

Pro cestovní ruch zkoumané oblasti jsou však z kulturních zařízení významnější spíše muzea či galerie. Z muzeí jsou návštěvníky nejvíce vyhledávaná tyto muzea a galerie:

#### **Domažlice**

Muzeum Chodska - nejstarší muzeum na Domažlicku, založeno v roce 1883, nejvíce lákají expozice archeologická, historická a národopisná, nachází se v prostorách Chodského hradu.

Muzeum Jindřicha Jindřicha - věnováno hudebnímu skladateli a milovníkovi chodského národopisu J. Jindřichu, ukázky chodské keramiky a především unikátní sbírka lidových podmaleb na skle.

Galerie Bratří Špillarů – stálá expozice s obrazy bratří J. a K. Špillarových. V druhé části galerie jsou výstavy soudobé tvorby českých i zahraničních umělců.

#### **Koloveč**

Muzeum techniky a řemesel, výroba a prodej kolovečské keramiky – výstavní plocha má 800 m<sup>2</sup> a více než 3 500 exponátů, patří mezi největší a nejobsáhlejší muzea svého druhu v České republice, v expozicích jsou zastoupena všechna tradiční řemesla a živnosti, které se nacházely na vesnici. V současnosti se v muzeu nachází přes 20 kompletních řemeslných dílen a živností a jejich počet se každoročně zvyšuje. K zhlédnutí je např. dílna řeznická, pekařská, cukrářská, ševcovská, truhlářská, kolářská, kloboučnická či kožešnická.

## Újezd u Domažlic

Kozinův statek - pro turisty, kteří chtějí lépe poznat etnografickou oblast Chodsko a dějiny domažlických Chodů je určena expozice v Újezdu u Domažlic v takzvaném Kozinově statku. [75.; 76.]

### 5.2.3 Společenské akce

Na Domažlicku-Chodsku se koná řada kulturních, náboženských a sportovních akcí. Mezi ty nejatraktivnější patří bezpochyby **Chodské slavnosti nebo-li Vavřínecká pouť** konaná každoročně v srpnu v Domažlicích již od roku 1955. Tyto slavnosti patří v rámci České republiky k nejstarším a největším národopisným slavnostem. Každoročně je navštíví desetitisíce návštěvníků, a to nejen tuzemských ale i ze zahraničí. Kromě toho zde vystupuje pravidelně přes pět set účinkujících – sólistů i členů národopisných souborů nejen z České republiky, ale také z jiných evropských států, například z Itálie, Belgie, Velké Británie či Slovenské republiky. Poutě zahajují obvykle šermíři se svým vystoupením, v následujících dvou dnech se návštěvníci mohou těšit například na multižánrový koncert, sólové i komponované pořady či tradiční koncerty dudácké hudby, tanců, zvyků a obyčejů. Zpestřením je tradiční velký staročeský jarmark v historickém centru města.

V rámci Chodských slavností jsou k vidění i dvě zvláštnosti. První zajímavostí je zvláštní souprava vlaku s parní rychlíkovou lokomotivou „Šlechtična“ z roku 1947 s historickými osobními vozy z let 1949 až 1950 o kapacitě 250 sedících a přibližně 100 stojících cestujících a s historickým služebním vozem pro přepravu jízdních kol a dětských kočárků. Tento vlak jezdí každoročně během Chodských slavností trasu Domažlice – Furth im Wald a zpět. Druhou neméně výjimečnou atraktivitou jsou noční pochůzky ponocného. Patří k živé tradici Domažlic, oblečen je do historického kostýmu s halapartnou a lucernou a svým zpěvem odpovídá na hlas pověžního, který pěje chválu Hospodinu a varuje před ohněm z ochozu věže. [77.]

Pro milovníky chodského folkloru je v Domažlicích také připraven Chodský bál. Každoročně zde účinkují různé chodské pěvecké a národopisné soubory, k tanci hraje dechová hudba Hájenka a součástí je také divadelní představení.

Také v jiných městech Domažlicka-Chodska se konají turisticky zajímavé kulturní akce – například nejvyhlášenější a nejrozsáhlejší masopust je k vidění na začátku února v Postřekově. Postřekov sice patří mezi menší obce (cca 1120 obyvatel), ale pouze zde se masopust slaví v takové míře. To také poukazuje na stále

trvající dodržování lidových tradic na Chodsku.

Mezi nejvýznamnější kulturní akci města Horšovský Týn patří červencová Anenská pouť. Návštěvníkům se nabízí bohatý kulturní program s doprovodnými akcemi – vystoupení řady hudebních skupin nejrůznějších žánrů, staročeský jarmark se staročeskou krčmou, ukázky dávných řemesel, pouliční muzikanti, ochotnický soubor, ukázky historického šermu, střelecká soutěž, fotbalová utkání či pouťový rockový festival.

V létě se každoročně konají také babylonské letní slavnosti Babylonské léto. Jedná se o třídní kulturní akci, v rámci které jsou pro návštěvníky připraveny vystoupení rockových a folklórních skupin, dechová muzika, Mistrovství České republiky ve zvedání kamene, ohňostroj, ukázky Integrovaného záchranného systému či bojových umění.

Pro mladší návštěvníky je v Holýšově připraven letní rockový festival Hurican rock. Vystupuje zde vždy kolem 16 hard a heavymetalových českých i zahr. kapel. Výtěžek z této akce putuje do Nadace pro transplantaci kostní dřeně. [78.]

Mezi hodnocená kritéria celkové kulturně-historické atraktivity území patří zejména přítomnost měst. památkových rezervací a měst. památkových zón, významných hradů a zámků, památek UNESCO, významných souborů lidové a církevní architektury, veletrhů a festivalů mezinárodního významu. Z tohoto pohledu se okres Domažlice řadí do třetího stupně atraktivity (přítomnost měst. památkových rezervací a měst. památkových zón, významného zámku a církevní památky). [1.]

Mezi nejvýznamnější prvky kulturně-společenského potenciálu tedy patří bezpochyby Státní hrad a zámek Horšovský Týn jako jediná národní kulturní památka Chodska, městské památkové rezervace Domažlice a Horšovský Týn a jediná kulturní akce nadregionálního významu - Chodské slavnosti v Domažlicích. Celkovou image Chodska jako oblasti s výraznou lidovou architekturou dokreslují také vesnické památkové zóny či úzce specializovaná muzea (chodská keramika, statek Jana Koziny).

### **5.3 Základní a doprovodná turistická infrastruktura**

Pro využití území jako destinace cestovního ruchu není důležitá pouze primární nabídka, tj. přírodní a kulturně-společenský potenciál, ale rozhodující roli má také sekundární nabídka cestovního ruchu. Struktura, rozmístění a úroveň sekundární nabídky cestovního ruchu jsou určujícími faktory využitelnosti regionu pro aktivity cestovního ruchu. Představují prostředky ke splnění a uspokojení potřeb a požadavků

účastníků cestovního ruchu. [79.]

Složky základní a doprovodné turistické infrastruktury jsou ubytovací a gastronomická zařízení, turistická dopravní infrastruktura a sportovně-rekreační infrastruktura. [35.]

### 5.3.1 Ubytovací a gastronomická zařízení

Na území Plzeňského kraje se počet hromadných ubytovacích zařízení od roku 2004 až do roku 2007 zvyšoval, ale v roce 2008 nastal oproti roku 2007 mírný pokles. Tento pokles byl způsoben snížením počtu ostatních hotelů a penzionů a ostatních hromadných ubytovacích zařízení, jelikož počet hotelů\*\*\*\* a hotelů\*\*\*\*\* se od roku 2004 více než zdvojnásobil. Co se návštěvnosti týče, počet hostů se každoročně pohybuje kolem 500 tisíc, z toho nerezidentů je každoročně 150 – 180 tisíc. Podrobnější informace jsou uvedeny v tabulce č. 2 v příloze č. 2. [81.]

Na území turistické oblasti Chodsko – Český les bylo v roce 2008 evidováno celkem 50 **hromadných ubytovacích zařízení**, z toho 4 hotely\*\*\*, dva hotely\*\*, dva hotely\*, jeden hotel garni, 20 penzionů, 4 kempy, 3 chatové osady, 5 turistických ubytoven a 9 ostatních ubytovacích zařízení jinde neuvedených. Na sledovaném území se nenachází žádný hotel\*\*\*\*\* ani hotel\*\*\*\*. Co se týče počtu pokojů, z celkového počtu 838 pokojů jich bylo nejvíce zařazeno do kategorie ostatní jinde neuvedená ubytovací zařízení (193 pokojů). Druhé místo obsadily penziony se 152 pokoji a dále kempy se 136 pokoji. Počet pokojů v hotelech\*\*\* (84) je dokonce nižší než počet pokojů v chatových osadách (115). S počtem lůžek je to podobné. Z celkových 2 511 lůžek se nejvíce lůžek nachází v ostatních jinde neuvedených ubytovacích zařízeních (672), poté v kempech (434), pensionech (400), chatových osadách (368), hotelech\*\*\* (214) a nejmenší počet lůžek je v turistických ubytovnách (175). [80.] Další informace a také srovnání Chodska s turistickým regionem Šumava či s okresem Domažlice jsou uvedeny v tabulkách č. 3 a č. 4 v příloze č. 2.

Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v roce 2008 činila celkem 30 325 hostů, z toho 23 545 rezidentů a 6 780 nerezidentů. Počet přenocování celkem činilo 95 117, z toho u rezidentů 76 722 přenocování a u nerezidentů 18 395 přenocování. Podle národností se v zkoumané destinaci ubytovalo nejvíce Němců (3 627), Poláků (796) a Nizozemců (654). Přes 200 návštěvníků bylo dále ze zemí Rakousko a Slovenská republika. [81.]

Do základní turistické infrastruktury řadíme také **gastronomická zařízení**. Patří sem hostinská zařízení, která připravují pokrmy a nápoje, zabezpečují jejich odbyt a spotřebu, uskutečňují doplňkový prodej polotovarů a zboží potravinářského charakteru a poskytují služby s tím související, a to celoročně nebo sezónně. Patří sem například restaurace, motoresty, denní bary, snack bary, pizzerie, jídelny se samoobsluhou, hostince, kavárny, espressa, vinárny, pivnice, noční bary, disco cluby apod. [15.]

Český statistický úřad eviduje pohostinské provozovny za okresy pouze za rok 2001. Podle typu pohostinských provozoven nalezneme v okrese Domažlice celkem 215 pohostinských provozoven, z toho 75 s podáváním jídel, 128 s podáváním nápojů a 12 s ostatními službami.

Dále je registrováno, že v okrese Domažlice má přes 90 % pohostinských provozoven celoroční charakter provozu a necelých 10 % má pouze sezónní charakter provozu. Podle kategorie zaměstnanců jsou evidovány pouze 3 pohostinské provozovny s počtem zaměstnanců 20 a více, většina pohostinských provozoven na Domažlicku tudíž zaměstnává 19 a méně zaměstnanců. Přesný přehled ukazatelů v rámci gastronomických zařízení je znázorněn v příloze č. 2 (tabulka č. 5 a tabulka č. 6). [82.]

Dle dostupných informací a v rámci širší nabídky poskytovaných služeb nabízí stravovací služby také některá ubytovací zařízení. Český statistický úřad ovšem neregistruje odděleně ty hotelová zařízení, která nabízí také stravovací služby. Zmíněny jsou zde ty ubytovací zařízení, která se nachází v turisticky zajímavých městech v rámci okresu Domažlice. Vlastní hotelové restaurace provozují například hotely na Babyloně – Hotel Babylon a Hotel Bohman či Horský hotel Sádek na Dílých. V Horšovském Týně jsou to například restaurace Gurmán či Šumava, ve Kdyni Horský hotel Koráb, v Klenčí pod Čerchovem tříhvězdičkový Hotel Game či Hotel Výhledy v Caparticích nedaleko pomníku spisovatele J. Š. Baara odkud je překrásný výhled na celé Chodsko.

V Domažlicích se nachází více kuriozit z oblasti stravovacích zařízení. Patří k nim například Historická krčma U Meluzíny. Nabízí výlet do 16. století, posezení u dubových stolů, slámu na oknech, brnění na zdech. Přípravuje staročeskou kuchyni, kterou servíruje na kameninových nádobách. Návštěvníci velice kladně hodnotí jak atmosféru, rychlost a ochotu obsluhy, tak i kvalitu jídla a nápojů. O něco nižší ohodnocení, přesto však pozitivní, zaznamenala restaurace Maštal v Podhradí. Vlastní parkoviště, ubytování i zahrádku nabízí k využití Akva bar v Horšovském Týně. Specialitou jsou připravované rybí pokrmy, dary moře a také páteční živá country



hudba. Z kdyňských pohostinských zařízení vyniká svým širokým zaměřením Restaurace a pension Černý orel. Provozuje restauraci, hotelovou restauraci, vinárnu, vinotéku a internetovou kavárnu. Zejména obsluha, příjemné prostředí a kvalita jídla jsou velice příznivě hodnoceny. Široký výběr nápojů (piva německých i českých značek) a pokrmů (české, italské, čínské, německé, řecké i ruské kuchyně) nabízí Pizza – café Klenčí – sauna restaurant v turisticky vyhledávané lokalitě Klenčí pod Čerchovem. Poskytuje také další služby – reprodukovanou i živou hudbu, občasně zvěřinové hody, automaty, kulečnick, saunu, bazén, salonek, parkoviště, bezbariérový přístup a další. Za standard se považuje konání různých konferencí, oslav a svateb. [83.]

### 5.3.2 Turistická dopravní infrastruktura

Pro cestovní ruch je doprava velice důležitým faktorem, bez něhož by rozvoj cestovního ruchu nebyl možný. Proto je nutné zaměřit se při analýze turistické dopravní infrastruktury na následující oblasti:

- infrastrukturu zajišťující dostupnost daných lokalit v prostoru,
- dostupnost daného regionu hromadnou dopravou,
- dopravu jako vlastní atraktivitu cestovního ruchu.

V rámci infrastruktury zajišťující dostupnost lokalit v prostoru je třeba se zaměřit na polohu regionu v rámci infrastruktury silniční dopravy, železniční dopravy, polohu regionu vzhledem k hlavním hraničním přechodům a polohu regionu v rámci infrastruktury letecké dopravy, vzhledem k mezinárodním letištím. [35.]

Silniční síť okresu Domažlice měřila k 31. 12. 2008 753 km, v tom délka silnic I. třídy činila 67 km, II. třídy 202 km a III. třídy 483 km. Územím okresu neprochází žádná dálnice ani rychlostní silnice. K významným silničním spojnicím mezinárodního významu patří Plzeň-Folmava. Železniční síť je poměrně řídká. Významná železniční spojnice Plzeň-Domažlice pokračuje přes Českou Kubici do Spolkové republiky Německo. Tato trať sloužila v minulých letech převážně pro nákladní železniční dopravu, v dnešní době je využívána i pro osobní dopravu pro mezinárodní rychlík (Praha-Plzeň-Regensburg). Významný je i místní osobní spoj (Domažlice-Furth im Wald). Nejbližší letiště vzhledem k mezinárodním letištím se nachází v Praze. [41.; 84.]

Dostupnost zkoumaného regionu Chodsko hromadnou dopravou zajišťuje řada železničních a autobusových spojů. Tato dostupnost je však zabezpečena zejména v pracovních dnech, naopak o víkendech a svátcích jsou turisticky zajímavé lokality regionu hromadnou dopravou spíše nedostupné (zejména co se týče autobusové

dopravy).

Program rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje zmiňuje jako slabou stránku dopravní infrastruktury cestovního ruchu nedostatečnou dopravní obslužnost a také zanedbanou silniční a železniční síť. Program rozvoje Plzeňského kraje se také věnuje problematice veřejné dopravy. Ve svém dokumentu navrhuje zlepšení dopravní obslužnosti (zvýšení atraktivity veřejné dopravy pro obyvatele zkrácováním doby přepravy včetně čekání, vytvoření integrovaného dopravního systému, úpravy železničních tratí, v autobusové dopravě modernizace infrastruktury i obnova vozového parku atd.). Cílem je zvýšit kvalitu veřejné dopravy a navazujících služeb, zvýšit stupeň integrace veřejné dopravy a zastavit pokles podílu veřejné dopravy na přepravním výkonu. [27.; 28.]

V turistické oblasti Chodsko – Český les nalezneme také využití dopravy jako vlastní atraktivity cestovního ruchu. V rámci Chodských slavností v Domažlicích pořádaných každoročně již řadu let se lze svézt historickým parním vlakem. V sobotu a v neděli lze k dopravě na trati Domažlice – Furth im Wald a zpět využít zvláštní vlak tažený parní lokomotivou „Šlechtična“. Pro tuto příležitost je také vyhotoven podrobný jízdní řád, který je k dispozici v Městském informačním centru v Domažlicích. [85.]

### **5.3.3 Sportovně-rekreační infrastruktura**

Mezi sportovně-rekreační infrastrukturu především pro venkovní aktivity v přírodě v zimní sezóně řadíme tratě pro sjezdové lyžování a podobné sportovní aktivity, vybavenost středisek sjezdového lyžování a vybavenost pro běžecké lyžování. [35.]

Ve zkoumané oblasti je pro sjezdové i běžecké lyžování nejvíce využíván lyžařský areál Čerchov (Sádek), který se nachází na části území Českého lesa. Pro běžkaře je nejvhodnější dopravit se do Capartic (nedaleko obce Klenčí pod Čerchovem) a odtud se vydat buď po trati Capartice (7 km dlouhá, obtížnost středně těžká) nebo po trati Ke Třem znakům (délka 3,5 km, obtížnost středně těžká). Přístupová trasa k těmto tratím vede z Capartic k Rozcestí pod Čerchovem, je dlouhá 2,5 km a obtížnost je lehká. Pro sjezdové lyžování lze využít sjezdovou trať střední obtížnosti, která je dlouhá 550 m. K dispozici je jeden vlek, sjezdovka je denně upravována, je vhodná také pro snowboarding, ale osvětlení ani umělé zasněžování není zajištěno. V sezóně a v případě příznivých podmínek je v sobotu i v neděli vždy v 9.00 a ve 12.30 hodin zajištěna doprava lyží a batohů na sjezdovku. Areál je přístupný v sobotu a v neděli (9:00-12:00, 12:30-16:00, pro větší skupiny po domluvě i ve všední dny). U sjezdovky

se nachází také Chata na Sádce (denně 9:00-16:00), ale občerstvení je možné pouze z vlastních zásob. [50.; 86.]

Do kategorie sportovně-rekreační infrastruktura především pro venkovní aktivity v přírodě v letní sezóně řadíme **infrastrukturu pro pěší turistiku a infrastrukturu pro cykloturistiku**. [35.]

Okresem Domažlice prochází jedna cyklotrasa **1. řádu (mezinárodní), trasa číslo 3**. Tato trasa Praha – Plzeň – Regensburg byla otevřena v červnu 2005 z iniciativy Krajského úřadu Plzeňského kraje. Trasa vede převážně po silnicích s nízkou intenzitou motorové dopravy, po polních a lesních cestách a vede po nejstarší evropské zemské stezce. Z Prahy do Plzně trasa měří 100 km, z Plzně do Všerub 70 km a úsek na území Německa je dlouhý 110 km. Plzeňský kraj vydal "Průvodce mezinárodní cyklotrasou" s mapkami a stručným popisem trasy. [89.]

Mezi cyklostezky **2. řádu (nadregionální, tzv. Šumavská magistrála)**, procházející Domažlickem patří **trasa č. 36**. Vede podél hranic s Rakouskem a Německem, částečně u řeky Vltavy. Díky spoustě silniček bez provozu je rájem cyklistů. Jedná se o středně obtížnou trasu s možností vodních sportů. [90.] Pro lepší představu je v příloze č. 1 (obrázek č. 6) umístěna mapa s cyklotrasami v okolí Domažlic.

Na území turistické oblasti Chodsko – Český les se nachází **dvě naučné stezky a velké množství značených turistických tras**.

**Naučná stezka Po stopách Jiráskovy Lucerny** vede z obce Osvračín do Staňkova. Má deset zastávek, měří 14 km a je zaměřená na historii, archeologii a ekologii. Jedná se o lehký terén, který je určený jak pro pěší tak pro cyklisty, prohlídka trvá přibližně 4 hodiny.

**Naučná stezka Sedmihoří**, která prochází přírodním parkem Sedmihoří, je dlouhá přibližně 10 km. Milovníky pravěkých legend osloví kamenné mísy. Zajímavostí je balvan zvaný U Ručiček – jsou na něm vytesány dvě proti sobě napřažené ruce a pod nimi je německy vyryt nápis „Vítejte“ s letopočtem 1766. [87.]

Na zkoumaném území se nachází také velké množství turistických tras, například:

**Turistická trasa Domažlice – Klatovy** měří 35,5 km, vychází z domažlického náměstí a směřuje pod volně přístupnou zříceninu hradu Rýzmbek, dále pokračuje lesy na hradisko Příkopy, kam pověst klade tzv. "Žižkovy valy", tábořiště z doby obléhání Nového Herštejna. Archeologická sonda tu odhalila pevné hradisko až z 11. století.

Trasa dále prochází pod hradem Nový Herštejn a lesy směřuje ke zbytkům hradu na Velkém Kouřimu, končí v Klatovech, v moderním městě s bohatou historickou tradicí.

**Trasa Domažlice – Švihov** v délce 34 km vychází z domažlického náměstí a za vsí Chrastavice prochází lesem s významným mohylovým pohřebištěm milavečské kultury. Poté zavede turisty ke zřícenině hradu Netřeb, a končí ve Švihově, kde se nachází velice zachovalý a turisty vyhledávaný vodní hrad Švihov. Přístupný je od dubna do října a k dispozici jsou dvě návštěvní trasy.

Zejména v severozápadní oblasti domažlické části Českého lesa se nachází relativně nové turistické trasy (vyznačeny v letech 1991-1992). Zajímavými místy prochází například tyto:

**Trasa Domažlice – Výhledy**, která měří 10,5 km vede z Domažlic a prochází známými chodskými místy (Újezdem, Hrádkem, Trhanovem a Klenčím pod Čerchovem). Na Výhledech se napojuje na síť turistických tras, které směřují do centrální části Českého lesa. Určena je tedy zejména těm, který chtějí lépe poznat chodské vesničky a zachovalou přírodu Chodska.

**Trhanov – Domažlice**, v celkové délce 10 km, prochází rekreační oblastí a koupalištěm Babylon, oblastí klidu Zelenovské rybníky a pokračuje přes chodskou vesničku Vavřinec do Domažlic. Je vhodná pro turisty, kteří chtějí spojit poznávání Chodska s koupáním. [88.]

Z dalších sportovně-rekreačních zařízení nabízí zajímavé využití volného času Jezdecká stáj Prela Nové Svržno u Hostouně. Zabývá se agroturistikou a jezdeckým výcvikem, v letních měsících pořádá jezdecké tábory pro děti (k dispozici je penzion), celoročně pak víkendové pobyty u koní pro jednotlivce i vícečlenné skupiny. Víkendy a dovolenou ve westernovém stylu nabízí KickingHorse Ranch v Němčicích u Kdyně. Přímo ve Kdyni se nachází Ranch Jestřáb, který se zabývá westernovým výcvikem koní, učením jízdy na koních a účastní se také westernových závodů a show. Dále pořádají různé akce a jsou jednou z hipostanic. [91.; 92.] Soukromá Ekofarma Rybník nabízí veřejnosti ekoagroturistiku - pobyty na ekofarmě. Nachází se na pomezí Šumavy a Českého lesa, v chráněné krajinné oblasti Český les. Farma je zaměřena na chov masného skotu, ovcí, koní a také drobného zvířectva - nutrie, pštrosi, divoká prasata a jiné. Ubytování je zajištěno v penzionu\*\*, v chatkách či v kempu pro karavany a stany. Nepoškozená příroda a okolní lesy jsou vhodné v letních měsících pro pěší turistiku a cykloturistiku a v zimních měsících pak na běžky či sjezdovky. [99.; 100.]

Z dalších kulturních zařízení je na území okresu Domažlice registrováno šest stálých kin, ale žádné divadlo, šest galerií a pouze jedno středisko pro volný čas dětí a mládeže. Ze sportovních zařízení je to 18 koupališť či bazénů, jeden krytý zimní stadion (další je momentálně ve výstavbě ve Kdyni). Podrobnější vybavenost regionu dalšími kulturními a sportovními zařízeními upřesňuje tabulka č. 7 v příloze č. 2.

Z předcházejícího textu vyplývá, že Chodsko disponuje dostatečným počtem ubytovacích a stravovacích zařízení, ale co do kvality chybí vyšší kategorie (čtyři a pět hvězdiček). Na území se nachází dostatek značených naučných stezek, turistických tras a cyklotras, ale problémem je dostupnost atraktivit veřejnou dopravou zejména o víkendech a svátcích.

#### **5.4 Hlavní druhy cestovního ruchu v turistické oblasti Chodsko – Český les**

Pro turistickou oblast Chodsko – Český les jsou nejvýznamnější tyto druhy cestovního ruchu:

##### **1. Městský cestovní ruch**

Historický vývoj a rozvoj cestovního ruchu v České republice vždy významně souvisel s návštěvností měst, zejména z důvodu bohaté nabídky kulturně-historických, architektonických a stavebních památek v nich na jedné straně, a z důvodu jejich postavení jako přirozených center obchodu, kultury a služeb na straně druhé. Pro hodnocení turistické atraktivnosti měst byla vybrána přítomnost nejvýznamnějších kulturně-historických památek a atraktivit. V turistické oblasti Chodsko – Český les dosahují nadregionálního významu (z pohledu městského cestovního ruchu) města Domažlice a Horšovský Týn. V těchto městech se nachází městské památkové rezervace a v Horšovském Týně navíc významný zámek. [1.]

##### **2. Letní rekreace a turistika u vody**

Rekreace u vody a vodní turistika patří k tradičním formám cestovního ruchu. Jejich lokalizace je vázána na vodní plochy a toky, čímž se podílí na liniovém rozmístění cestovního ruchu. Stupeň využití území je však podmíněn klimatickými faktory. Na zkoumaném území se vodní plochy lokálního významu nachází v obcích Babylon a Meclov. Vodní turistika není příliš rozšířena, jelikož územím protéká pouze jedna řeka (Radbuza), která je k vodní turistice využívána v lokálním měřítku. [1.]

##### **3. Zimní sporty a rekreace**

Zimní sezóna je ve srovnání s létem specifickým obdobím, v němž je cestovní ruch spojen především s aktivitami charakteristickými sportovním vyžitím –

k nejdůležitějším zimním sportům přitom patří sjezdové a běžecké lyžování. Na Chodsku je využíváno pouze jedno lyžařské středisko zimního lyžování lokálního významu (Sádek u Capartic). [1.]

Na základě předchozího shrnutí hlavních druhů cestovního ruchu a dominující či převažující funkce daného střediska je stanovena **funkční specializace středisek cestovního ruchu**. V oblasti Chodsko – Český les se tedy (s ohledem na nutnost splnění předpokladu obce s více než 300 lůžky v hrom. ubyt. Zař.) nachází jedno historické město nadregionálního významu (Domažlice), jedno významné středisko letní rekreace u vody (Babylon) a jedno středisko zimní rekreace (Capartice – Sádek). [1.]

### 5.5 Rekreační funkce turistické oblasti Chodsko – Český les

Jedním z významných ukazatelů prostorové diferenciací cestovního ruchu území na národní i regionální úrovni je turisticko-rekreační funkce, vyjadřující intenzitu turistické aktivity v dané destinaci. Tato funkce je vyjádřena poměrem počtu stálých turistických lůžek ku počtu trvale bydlících obyvatel (obvykle v procentech).

Turisticko-rekreační funkce je poté přiřazena dle následujících hodnot [1.]:

Turisticko-rekreační funkce	Lůžka v hromadných ubytovacích zařízeních a v objektech individuální rekreace/počet trvale bydlících obyvatel v obci x 100
zcela dominantní	201 a více
velmi významná	101 - 200
významná	51 - 100
rozvojová	26 – 50
malá	25 a méně

Velká většina území turistické oblasti Chodsko – Český les vykazuje malou turisticko-rekreační funkci. Pouze menší části území mají rozvojovou či významnou turisticko-rekreační funkci. Velmi významnou a dokonce zcela dominantní funkci vykazuje pouze oblast kolem střediska zimní rekreace – Capartic.

Z hlediska funkčně-prostorového využití je pro Chodsko typická především horská krajina (oblast Českého lesa) a venkovská krajina s průměrnými předpoklady pro cestovní ruch. Pouze oblast kolem města Domažlice patří mezi urbanizované prostory a nejnižší část Chodska (přibližně ¼ území) se řadí do venkovské krajiny s velmi příznivými předpoklady pro cestovní ruch. Na území převažuje pěší a městská turistika a časové využití je celoroční ovšem s významnou letní sezónou. [1.; 35.]

### **5.5.1 Turistický význam turistické oblasti Chodsko – Český les**

Turistický význam území se posuzuje z hlediska ubytovací infrastruktury a návštěvnosti a poté z hlediska celkové turistické atraktivnosti. Chodsko se z hlediska ubytovací infrastruktury a návštěvnosti řadí do čtvrté kategorie, tzn. 1 001 – 3 000 lůžek v ubytovacích zařízeních, 90 - 240 tisíc přenocování hostů a podíl cizinců na počtu přenocování 11 – 20 %. Celkové hodnocení turistické atraktivnosti Chodska bylo provedeno jako aritmetický průměr tří analyzovaných ukazatelů (přírodní předpoklady, kulturně-historické předpoklady, ubytování a návštěvnost). Z tohoto pohledu se Chodsko řadí na třetí pořadí, čili dosahuje atraktivity regionálního významu. [1.]

### **5.6 Analýza a hodnocení poptávky cestovního ruchu**

Cílem analýzy je celkově zhodnotit postavení řešeného území na trhu cestovního ruchu. Předmětem analýzy je návštěvnost území zkoumaná z hlediska počtu a struktury návštěvníků, doplněná o výzkum jejich spotřebitelského chování. [35.]

#### **5.6.1 Analýza konkurence**

Marketingové členění turistického potenciálu České republiky rozlišuje turistické regiony a dále v rámci turistických regionů turistické oblasti. Chodsko je součástí turistického regionu Šumava a patří mezi příhraniční turistické oblasti.

Jako konkurenci k Domažlicku-Chodsku lze z pohledu geografické polohy označit sousední Spolkovou republiku Německo, zejména Bavorsko, které se nachází na německé straně Šumavy. Disponuje podobným přírodním potenciálem, ale konkuruje širším rozsahem a vyšší kvalitou služeb cestovního ruchu. Z pohledu příznivců městského cestovního ruchu lze jako konkurenci označit také město Plzeň, které je krajským městem a tudíž opět nabízí širší nabídku služeb, větší počet zajímavých historických památek a také více možností společenského vyžití a zábavy. Naopak z pohledu obdivovatelů přírodních krás je nutno zmínit Krkonošský národní park. Krkonoše mají tradičně výraznější podíl zahraniční klientely, než Chodsko, kde podíl zahraničních návštěvníků činí pouze 15 %. Podle statistik ubytovacích zařízení činí v Krkonoších podíl ubytovaných hostů ze zahraničí 45 – 50 %, zatímco u Chodska je to přibližně 20 %. Tato skutečnost se promítá i do cen za ubytování, stravování a služby. Ty jsou v průměru vyšší, než srovnatelné ceny na Chodsku.

Ve skutečnosti má však turistický region Šumava a destinace Chodsko z pohledu jednotlivých cílových skupin samozřejmě konkurenci mnohem početnější. Aktivní

milovníci přírody a turistiky mají v České republice poměrně bohatou nabídku zejména v podobě dalších velkoplošných chráněných území přírody. Cykloturistiku, s kvalitní infrastrukturou a službami, lze dnes také provozovat v mnoha dalších turistických oblastech České republiky. [24.; 48.]

### **5.6.2 Analýza návštěvnosti turistického regionu Šumava a turistické oblasti**

#### **Chodsko – Český les**

Turistická atraktivita Chodska je dána především hodnotným a málo civilizací poznamenaným krajinným a přírodním potenciálem. Chodsko má navíc image živého folklóru a historie, kde se dodnes dodržují tradice v typicky chodských vesnicích.

Území disponuje také nabídkou kulturně-historických atraktivit, i když nadregionálního významu dosahují pouze města Domažlice a Horšovský Týn a z kulturních akcí letní Chodské slavnosti či Anenská pouť. Přírodní potenciál představuje zejména nenarušená příroda Českého lesa. Tu lze využít pro pěší turistiku či cykloturistiku, pro které je připravena řada turistických stezek, tras a cyklotras vedoucích také k zajímavých kulturně-historickým památkám.

Hlavní skupinu klientely představují tuzemští návštěvníci, kteří tvoří více než ¾ všech návštěvníků Chodska. Z celkových 15 % zahraničních návštěvníků tvoří největší část Němci, s odstupem pak Slováci a Nizozemci. Mezi tuzemskými návštěvníky převažují obyvatelé Plzeňského a Jihočeského kraje a obyvatelé pražské aglomerace.

Návštěvníci jezdí na Šumavu a na Chodsko hlavně kvůli krásám přírody a krajiny, turistice a možnostem sportovního vyžití, poznání, zdravému prostředí, klidu a tichu. Oblast Chodska navíc nabízí jedinečný, v mnoha typických vesnicích dodnes živý folklór. Zhruba pětina návštěvníků přijíždí do oblasti poprvé, více než třetina návštěvníků se na Chodsko vrací opakovaně (63 %). Pro většinu návštěvníků je pobyt spojen s poznáváním a relaxací. Mezi hlavní aktivity návštěvníků Chodska patří zejména pěší turistika, cykloturistika, koupání, návštěvy kulturních památek, o něco méně pak venkovská turistika, wellness či zábava. [3.; 24.; 48.]

Turistická oblast Chodsko – Český les bezpochyby disponuje významným potenciálem, jelikož destinace je jedinečná z pohledu neustále živého folklóru a historie, tradic, zvyků, výskytem svérázné lidové architektury či zachovalé přírody a nemá tudíž na území České republiky zcela srovnatelnou konkurenční turistickou oblast.



## 5.7 Analýza a hodnocení ekonomického významu cestovního ruchu

Rozvoj cestovního ruchu přináší ekonomický a rozvojový multiplikační efekt, kdy řada odvětví profituje na jeho rozvoji (nejen ubytování a stravování, ale i doprava, obchod a další služby), dále dochází k podpoře zaměstnanosti, zachování a udržování kulturního dědictví, rozvoji dopravní infrastruktury a občanské vybavenosti, architektonickým úpravám významných území sídel i krajiny a v řadě případů i budování ekologických zařízení. [27.]

Pro hodnocení celkového ekonomického významu cestovního ruchu je třeba se zaměřit zejména na zaměstnanost v cestovním ruchu, na podnikatelskou aktivitu fyzických osob v cestovním ruchu a na význam cestovního ruchu na tvorbě hrubého domácího produktu (HDP). První dva zmíněné ukazatele jsou dostupné také za jednotlivé kraje České republiky, ale vliv cestovního ruchu na tvorbu HDP je evidován pouze za celou Českou republiku.

Podnikatelská aktivita v cestovním ruchu (odvětví pohostinství a ubytování) je v Plzeňském kraji nadprůměrná (25 podnikatelů na 1 000 ekonomicky aktivních obyvatel; v České republice je průměr 24). Podíl ekonomicky aktivních v pohostinství a ubytování z celkového počtu ekonomicky aktivních je naopak spíše podprůměrný (v kraji 3,1 %; v České republice 3,9 %). [36.]

Na většině území Chodska je počet podnikatelů na 1 000 ekonomicky aktivních obyvatel přibližně 14,5 – 33,2, čímž se Chodsko řadí mezi oblasti s průměrnou intenzitou podnikatelské aktivity. Co se zaměstnanosti týče, dosahuje Chodsko průměrné až nadprůměrné intenzity, jelikož podíl ekonomicky aktivních osob v pohostinství a ubytování činí na většině území 2,3 – 5,8 %. [1.]

Význam cestovního ruchu na tvorbě HDP mapuje ČSÚ, který vydal v roce 2008 publikaci „**Satelitní účet cestovního ruchu České republiky. Vývoj za roky 2003 - 2007**“. Tento dokument poskytuje a shrnuje následující základní informace a data o ekonomickém postavení a významu odvětví cest. ruchu ve zmiňovaném období [30.]:

Ekonomické ukazatele cestovního ruchu	Rok 2007
Celková spotřeba vnitřního cestovního ruchu za Českou republiku	234 mld.
Podíl cestovního ruchu na tvorbě hrubé přidané hodnoty	2,6 %
Podíl cestovního ruchu na HDP	2,9 %
Podíl výdajů cizinců na celkových výdajích	54,9 %

Celková spotřeba vnitřního cestovního ruchu na území České republiky dosáhla v roce 2007 hodnoty 234 mld. Kč. Cestovní ruch se tak podílel na tvorbě hrubé přidané hodnoty české ekonomiky 2,6 %, podíl na HDP dosáhl 2,9 %. V letech 2003 až 2007 s výjimkou roku 2004 podíl cestovního ruchu na HDP klesal, a to přesto, že výdaje účastníků cestovního ruchu byly v roce 2007 o 20,9 % vyšší než na počátku sledovaného období. Spotřeba vnitřního cestovního ruchu byla z 54,9 % tvořena výdaji cizinců (nerezidentů), jejichž podíl se oproti roku 2003 zvýšil o 3,3 procentního bodu.

Podrobný počet pracovních míst a zaměstnaných osob v cestovním ruchu podle odvětví cestovního ruchu v roce 2006 a hlavní ukazatele národního hospodářství a cestovního ruchu v letech 2003 - 2007 v České republice obsahují tabulky č. 8 a č. 9 v příloze č. 2. [30.]

Ve srovnání s jinými zeměmi vyplývá, že ekonomický potenciál cestovního ruchu není v České republice využíván dostatečně efektivně. Počet zahraničních návštěvníků ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních a příjmy jsou výrazně nižší než například v Rakousku (6 mil. ubytovaných osob oproti 19 v Rakousku a 4,2 mil. USD oproti 19,4 v Rakousku). Projevuje se v tom krátká průměrná doba pobytu (dvě třetiny tvoří jednodenní návštěvníci), vysoký podíl ekonomicky nevýhodné masové turistiky a přílišná koncentrace cestovního ruchu z hlediska rozložení v čase (nízký počet návštěvníků mimo hlavní sezónu) i z hlediska územního rozložení (malý počet návštěvníků některých regionů).[32.]

## **5.8 Organizace a řízení cestovního ruchu**

Vzhledem k vývoji institucionálního uspořádání cestovního ruchu v České republice lze hovořit spíše o průzkumu a popisu, než o skutečném hodnocení organizační struktury a následně jejich prvků, tedy samotných organizací, které se zabývají řízením destinací cestovního ruchu. Česká republika jako celek je tak z pohledu tohoto vývoje spíše na začátku, i když jsou v České republice destinace, ve kterých se realizuje vyšší forma spolupráce blížící se destinačnímu managementu – ale i tam jsou zkušenosti malé. [35.]

V České republice bohužel není význam organizace cestovního ruchu doceněn. Málo destinací si uvědomuje, jak může fungující organizace cestovního ruchu napomoci konkurenceschopnosti destinace jako celku vůči ostatním destinacím. I když je tradice organizací cestovního ruchu krátká, lze identifikovat dva způsoby jejich vzniku:

- shora – založené z iniciativy kraje (Jihočeská centrála cestovního ruchu apod.),
- zdola – založené z iniciativy jednotlivých obcí či sdružení obcí či podnikatelských subjektů. [36.]

Města Domažlicka-Chodska (Bělá nad Radbuzou, Domažlice, Holýšov, Horšovský Týn, Hostouň, Kdyně, Poběžovice a Staňkov) spolu s dalšími obcemi regionu jsou členy následujících organizací cestovního ruchu:

### **Euroregion Šumava**

Euroregion je formální nástroj pro přeshraniční spolupráci regionálních organizací a obcí spojených případně s partnery ze všech sociálních a hospodářských oblastí. Euroregion Šumava vznikl roku 1993 v Českém Krumlově. Zahrnuje území okresů Domažlice, Klatovy, Prachatice, Český Krumlov a Strakonice. V současné době má přibližně 128 členských měst a obcí. Členy jsou také obce a města okresu Domažlice a také například organizace Správa NP a CHKO Šumava atd. Zahraničními partnery Euroregionu Šumava jsou Euregio Bayerischer Wald – Unterer Inn v Bavorsku a Regionalmanagement Mühlviertel v Horním Rakousku. Dohromady s těmito partnery tvoří Euroregion Šumava jeden přeshraniční celek. Hlavní činností Euroregionu Šumava je zkvalitnění a koordinace přeshraniční spolupráce, reprezentace regionu, výměna informací, správa Dispozičního fondu INTERREG IIIA a účast na tvorbě strategií rozvoje a programů EU. Faktickými výstupy je např. tvorba propagačních materiálů Šumava Český les nebo účast na veletrzích apod. [97.]

**Svazek Domažlicko** – Svazek českých měst a obcí v česko-bavorském pohraničním prostoru Domažlicko

Tento svazek byl založen v roce 1992 a ve svých začátcích se skládal z 25 českých i bavorských měst. Dnes se na činnosti svazku účastní pouze obce okresu Domažlice, svazek však spolupracuje s obcemi okresu Tachov, zejména prostřednictvím Místní akční skupiny Český les a také s městem Furth im Wald, zejména při přípravě a realizaci společných přeshraničních projektů. K 1. lednu 2009 má svazek Domažlicko 43 členů s více než 43 tisíci obyvateli. Tento svazek se zaměřuje zejména na vypracování projektů podle jednotlivých dotačních titulů tak, aby bylo možno na rozvoj regionu získat dotace ze strukturálních fondů a grantů Evropské unie. Díky tomu již proběhly například tyto projekty: revitalizace území Domažlicko-Chodsko, rekonstrukce památkových objektů, strategie rozvoje mikroregionu, studie proveditelnosti "Využití území Čerchovska pro cestovní ruch ". V současné době

probíhá například projekt venkovní informační systém - významné přírodní a historické cíle. Pro rok 2010 jsou hlavními cíli tohoto sdružení například zajistit účast Domažlicka na REGIONTOURU 2011, podporovat rozvoj cykloturistiky domažlického okresu či podílet se na vytváření managementu turistické destinace domažlického okresu. [93.]

#### **Svazek obcí Mikroregion Dobrohost v Českém lese**

Mikroregion nese jméno významného českého šlechtice Dobrohosta z Ronšperka, který v raném středověku vlastnil rozlehlé panství a své sídlo v Poběžovicích přestavěl z tvrze na rozsáhlý gotický hrad, městečko nechal opevnit mohutnými hradbami s 3 branami a v roce 1502 povýšil Poběžovice na město. Toto sdružení má 6 členských obcí a 3 přidružené obce. Na svých stránkách poskytuje široké spektrum nejen turistických informací, například o chystaných či probíhajících akcích, zprávách z regionu, o ubytování v regionu, o možnostech pro cyklisty, historických památkách či službách cestovního ruchu. Partnery svazku jsou Centrum Bavaria Bohemia a Občanské sdružení Abraham. [96.]

#### **Mikroregion Chodská liga**

Tento svazek se skládá z 15 členských obcí a založen byl v roce 1998. Mezi hlavní zájmy tohoto mikroregionu patří například všeobecná ochrana životního prostředí v zájmovém území, zastupování členů svazku při jednání o společných věcech s třetími osobami, propagace svazku a jeho zájmového území či spolupráce při rozvoji cestovního ruchu v zájmovém území. Na svých stránkách nabízí nejrozsáhlejší informace ohledně památek, přírody, cykloturistiky, ubytování, fotogalerie apod. [94.]

#### **Místní akční skupina Český les**

Místní akční skupina (MAS) Český les byla založena v roce 2004. Území tohoto seskupení se rozkládá v části okresu Domažlice a části okresu Tachov na území 73 obcí a počet obyvatel přesahuje 60 tisíc. Realizované byly například projekty zlepšení kulturního a společenského života čtyř členských obcí, podpora turistiky na kole v regionu Český les, rekonstrukce dětského hřiště atd. V současné době probíhá projekt „Venkov není izolovaný ostrov“. Místní akční skupina Český les spolupracuje také s dalšími místními akčními skupinami po celé České republice. [95.]

Jedním z nejvýznamnějších faktorů, které rozhodujícím způsobem ovlivňuje návštěvnost určitého místa je dostatek informací o komplexní turistické nabídce a možnostech trávení volného času. Proto je důležité důsledným a odpovídajícím způsobem prezentovat a propagovat nejen turistické atraktivity daného území, ale také objekty materiálně-technické základny a různé sportovní, kulturní a společenské akce

mající vliv na cestovní ruch v území. [36.]

Na území turistické oblasti Chodsko – Český les se za tímto účelem nachází **sedm turistických informačních center** ve městech Bělá nad Radbuzou, Domažlice, Holýšov, Horšovský Týn, Kdyně, Klenčí pod Čerchovem a Poběžovice. Podrobný přehled a kontaktní informace těchto informačních center jsou uvedeny v příloze č. 2 (tabulka č. 10). Tyto turistická informační centra nabízí například prodej map a plánů měst, prodej pohlednic, památních mincí, odznaků, leteckých snímků měst a propagačních materiálů, informace o památkách a turistických zajímavostech regionu, přehled kulturních, sportovních a společenských akcí, zajištění vstupenek, informace o ubytování v regionu, kopírování formátu A3 a A4, inzertní službu a prodej knižních publikací s regionální tematikou, informace o dopravním spojení, prodej upomínkových předmětů či zajištění překladatelských a průvodcovských služeb. [15.]

Turistická informační centra Domažlicka-Chodska nenabízí žádné produkty cestovního ruchu ve smyslu kompletních "balíčků" služeb obsahujících turistický cíl, občerstvení případně ubytování včetně dopravního zabezpečení. Na stránkách informačních center nalezneme spíše doporučení a tipy pro turisty, tipy pro pěší turistiku a cykloturistiku, kalendář akcí, nejzajímavější kulturně-historické památky a další zajímavosti v okolí jednotlivých měst Chodska, tipy na kulturní, sportovní či společenské akce, informace týkající se vstupného, ubytovacích a stravovacích služeb či dopravní dostupnosti atraktivních míst.

Velké množství potřebných turistických informací v rámci destinace Chodsko lze nalézt také na stránkách výše zmíněných organizací cestovního ruchu, na stránkách Asociace turistických regionů, Asociace turistických informačních center, Turistického portálu České republiky, na InfoČesko.CZ atd.

Cestovní ruch na Chodsku řídí jednotlivé odbory měst okresu Domažlice. V Domažlicích je to odbor výstavby a územního plánování, v Holýšově stavební odbor, v Horšovském Týně odbor vnitřních věcí a památkové péče, ve Kdyni je řízena kultura v rámci organizačního a správního odboru. Ostatní města Domažlicka řeší cestovní ruch obdobně, vždy v rámci odboru, který má primárně na starost jinou oblast (například investice, územní plánování, životní prostředí apod.). V žádném z měst ve zkoumané oblasti Chodsko – Český les není zřízen odbor speciálně pro cestovní ruch.

## 6. MARKETINGOVÝ PRŮZKUM

Pro zjištění spokojenosti návštěvníků s mírou a kvalitou poskytovaných služeb a pro odkrytí problémových oblastí cestovního ruchu v destinaci je v práci použita metoda dotazování. Výhodou je mimo jiné obsažení velkého počtu zkoumaných osob a relativně snadné zpracování s pomocí výpočetní techniky.

Dotazování je založeno na komunikaci respondenta s tazatelem, přičemž je použit dotazník, který představuje standardizovaný soubor otázek, na které mají respondenti odpovědět. Použity jsou jak otázky uzavřené, tak i otázky otevřené. Uzavřenými otázkami, konkrétně známkovací stupnicí od 1 do 4, popřípadě písmenem N (neumím posoudit), samotní návštěvníci hodnotí základní i doplňkové služby cestovního ruchu v regionu, infrastrukturu regionu a také rozvoj cestovního ruchu na Chodsku. Dále jsou použity otázky, kde mají návštěvníci možnost vybrat si z více odpovědí. Tyto otázky se týkají například oblasti demografické či toho, jaký je jejich účel cesty, jak dlouhý pobyt plánují, zda tento region už někdy navštívili nebo na které problémové oblasti cestovního ruchu by se měl destinační management zaměřit. Tato otázka je obzvlášť důležitá, protože vybízí návštěvníky, aby se sami k danému tématu vyjádřili. Na základě toho je pak možno navrhnout priority a opatření k rozvoji a zlepšení situace cestovního ruchu ve zkoumaném regionu.

Dotazníky byly vyplňovány během léta a podzimu 2009, a to konkrétně v červenci v Horšovském Týně při příležitosti konání Anenské pouti, v srpnu na Chodských slavnostech v Domažlicích a o spolupráci bylo požádáno také domažlické informační centrum a podnikatelé v oblasti služeb cestovního ruchu v destinaci Chodsko – Český les. Vyplněno bylo 210 dotazníků a marketingového průzkumu se zúčastnili jak tuzemci, tak i zahraniční turisté (dotazník viz příloha č. 3).

Cílem bylo zjistit spokojenost návštěvníků s poskytovanými službami v oblasti cestovního ruchu, jejich plány ohledně opakované návštěvy zkoumaného regionu a také zjistit které atraktivity jsou pro návštěvníky nejlákavější a tudíž jakým oblastem cestovního ruchu je nutné věnovat pozornost, popřípadě co v regionu vylepšit. Na základě výsledků dotazníku je poté také navrženo opatření řešící problémy zjištěné na základě provedené situační analýzy, SWOT analýzy a z dotazníků.

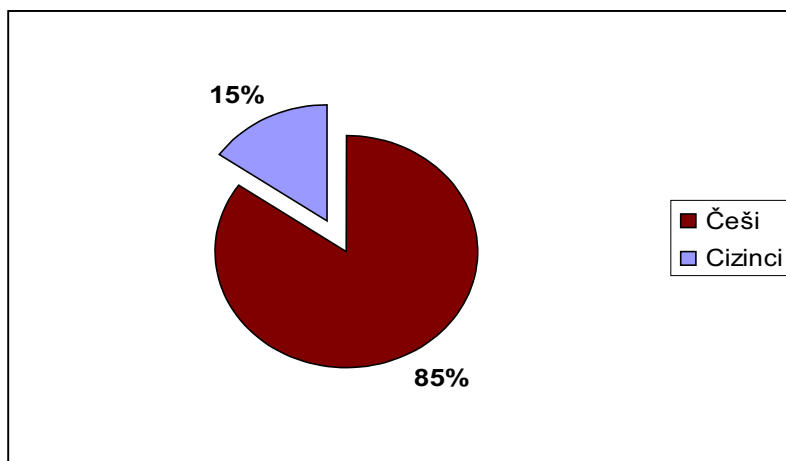
Četnost odpovědí je zpracována formou grafů a rozdělena na podkapitoly profil návštěvníků, pozitivní a negativní výsledky marketingového výzkumu.

Poslední graf poukazuje na problémové oblasti (nedostatky destinace), na které upozornili samotní návštěvníci formou volné odpovědi.

## 6.1 Profil návštěvníků

Kapitolu marketingového výzkumu otevírá profil návštěvníků. Zkoumány jsou především národnostní složení, věková struktura a pohlaví návštěvníků turistické oblasti Chodsko- Český les.

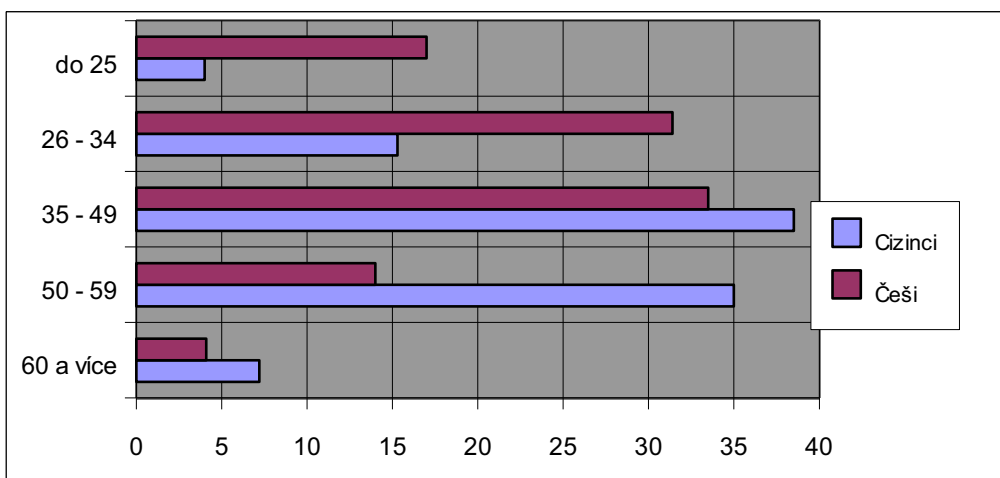
Graf 1 Rozdělení dotazovaných podle národnosti



Zdroj: vlastní šetření

Graf 1 ukazuje, že převážnou většinu návštěvníků tvoří tuzemci, pouze z 1/7 přijíždí na Chodsko zahraniční turisté. Z celkového počtu cizozemců je 70 % návštěvníků ze Spolkové republiky Německo, podstatně méně je návštěvníků ze Slovenské republiky (12 %) a ještě méně z Holandska (4 %).

Graf 2 Návštěvníci turistické oblasti Chodsko – Český les podle věkových kategorií (v %)



Zdroj: vlastní šetření

Graf 2 je zaměřen na věkové složení příjezdějících, přičemž je rozlišováno mezi tuzemci a cizozemci, jelikož zde lze nalézt rozdíly. Většina českých turistů je ve věku 26 – 49 let, zatímco většina příjezdějících ze zahraničí jsou v rozmezí 35 – 59 let. Rozdíl je také patrný u návštěvníků do 25 let – tuzemců přijíždí přes 15 %, ale zahraničních turistů pouze necelých 5 %. Seniorů ze zahraničí naopak cestuje na Chodsko větší počet než seniorů z České republiky, i když rozdíl není tak markantní jako u mladých do 25 let.

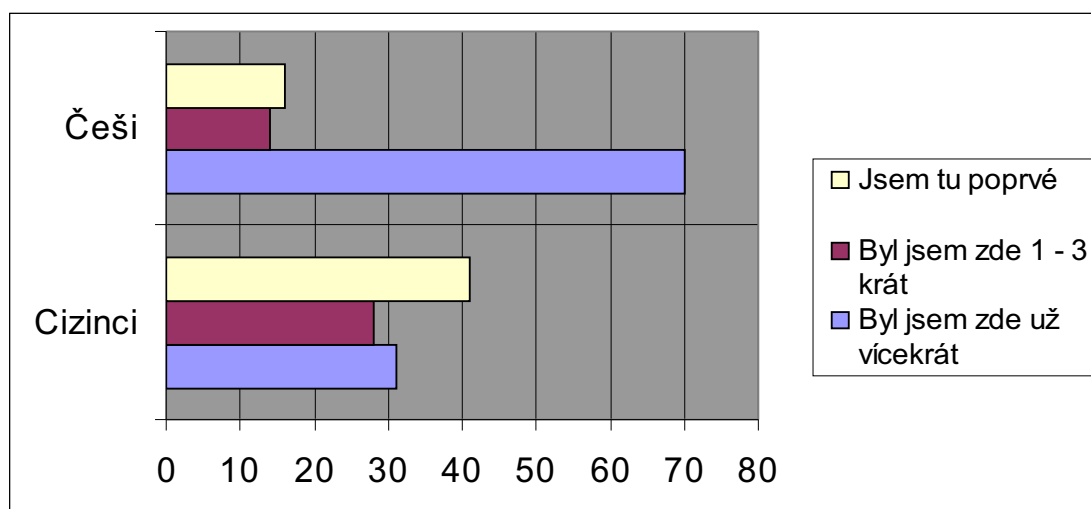
Marketingovým průzkumem u návštěvníků bylo dále zjištěno, že mezi příjezdějícími nepřevažují ani ženy, ani muži, složení je rovnoměrné.

## 6.2 Pozitivní výsledky průzkumu

V této části jsou uvedeny odpovědi, které znamenají pro turistickou oblast Chodsko – Český les výhodu či příležitost. Do kladných výsledků výzkumu lze zařadit například opakované návštěvy turistů, důvody návštěvy a nejlákavější atraktivity Chodska, hodnocení vybavenosti službami cestovního ruchu (cizinci) či hodnocení spokojenosti s poskytovanými službami (cizinci).

Z grafu 3 je patrné, že na Chodsko se vrací opakovaně více Čechů než cizinců, ale rozdíl mezi cizinci, kteří jsou na Chodsku poprvé a těmi, kteří oblast již navštívili není příliš vysoký (činí 10 %).

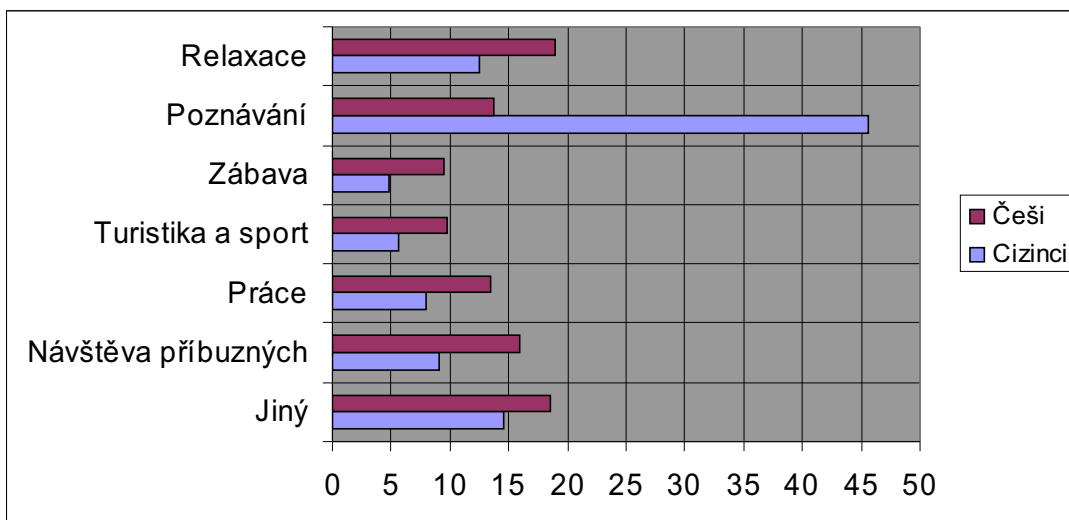
Graf 3 První versus opakovaná návštěva turistické oblasti Chodsko – Český les (v %)



Zdroj: vlastní šetření



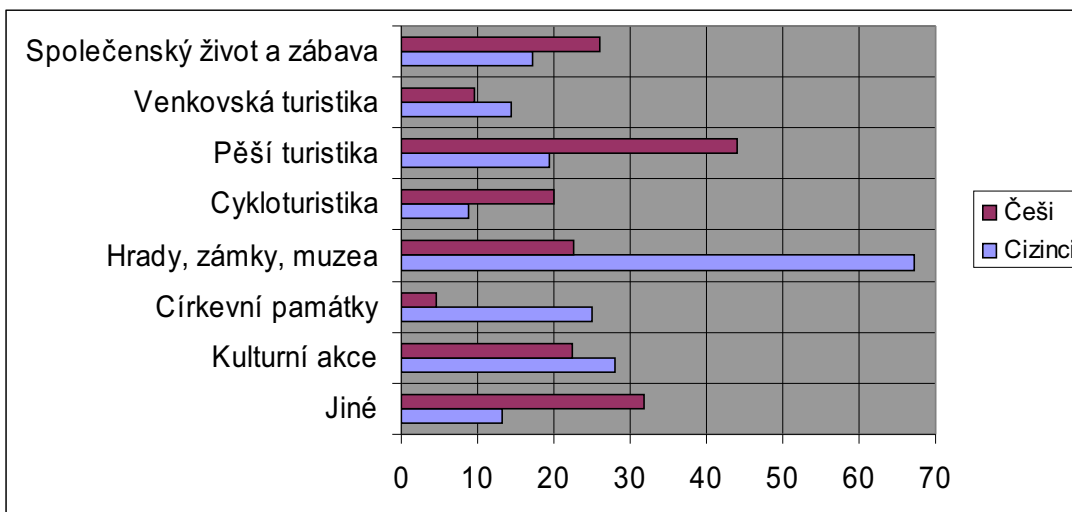
Graf 4 Důvod návštěvy turistické oblasti Chodsko – Český les (v %)



Zdroj: vlastní šetření

Z grafu 4 dále vyplývá, že pro tuzemce představuje nejčastější důvod návštěvy zkoumané oblasti relaxace či návštěva příbuzných, u cizinců silně převažuje zájem o poznávání. Je to jistě také z důvodu, který je patrný z předchozího grafu, a tudíž, že nejvíce cizinců přijíždí na Chodsko poprvé, zatímco Češi se opakovaně vrací.

Graf 5 Nejlákavější atraktivity turistické oblasti Chodsko – Český les (v %)

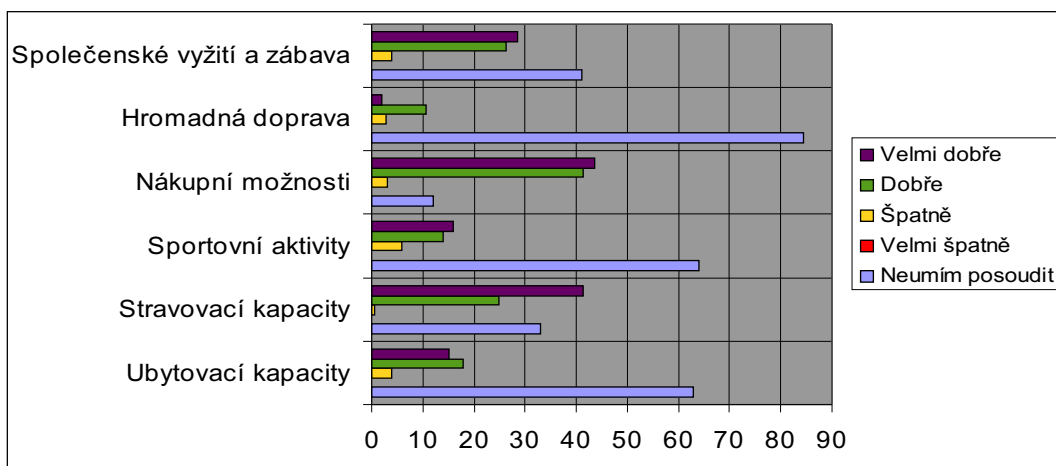


Zdroj: vlastní šetření

Jak ukazuje graf 5, návštěvníci Chodska byli schopni pojmenovat atraktivity, které jsou pro ně v oblasti nejlákavější. Z odpovědí vyplývá, že zatímco Češi nejčastěji přijíždí kvůli pěší turistice či společenskému životu a zábavě, cizinci z drtivé většiny upřednostňují návštěvu hradů, zámků a muzeí. Je to jistě opět z důvodu první návštěvy cizozemců, kteří mají většinou zájem o poznávání, přičemž Češi, kteří již oblast díky

opakovaným návštěvám znají, upřednostňují výlety do přírody či zábavu ve městech. Nejmenší zájem je ze strany Čechů o církevní památky a venkovskou turistiku a ze strany zahraničních návštěvníků o cykloturistiku.

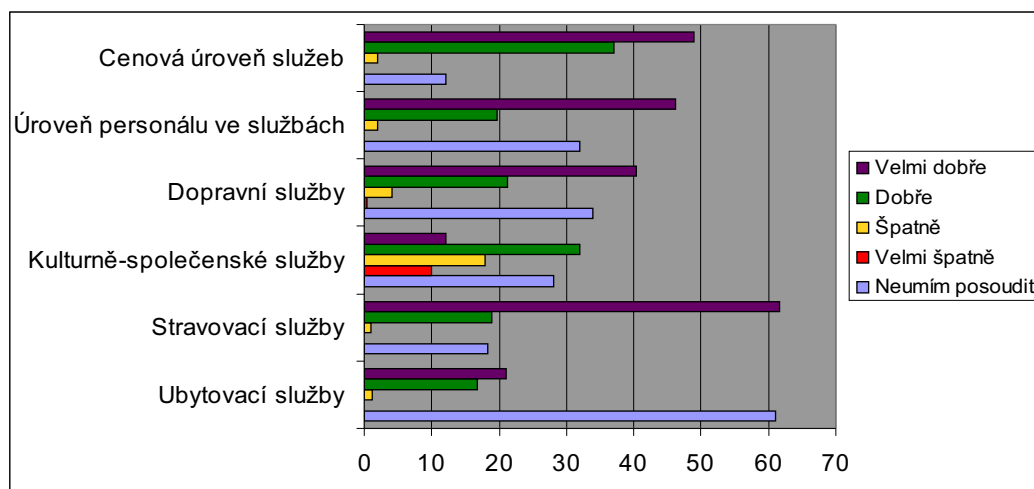
Graf 6 Hodnocení vybavenosti turistické oblasti Chodsko – Český les (cizinci v %)



Zdroj: vlastní šetření

Cizinci, dle výsledků grafu 6, hodnotili vybavenost Chodska jednotlivými zařízeními obecně velmi dobře nebo dobře. Z těch zahraničních návštěvníků, kteří vybavenost uměli posoudit, hodnotili často velmi dobře zejména nákupní možnosti, stravovací kapacity či společenské vyžití a zábavu. Špatné či velmi špatné hodnocení se objevovalo velice zřídka.

Graf 7 Hodnocení spokojenosti se službami v turistické oblasti Chodsko – Český les (cizinci v %)



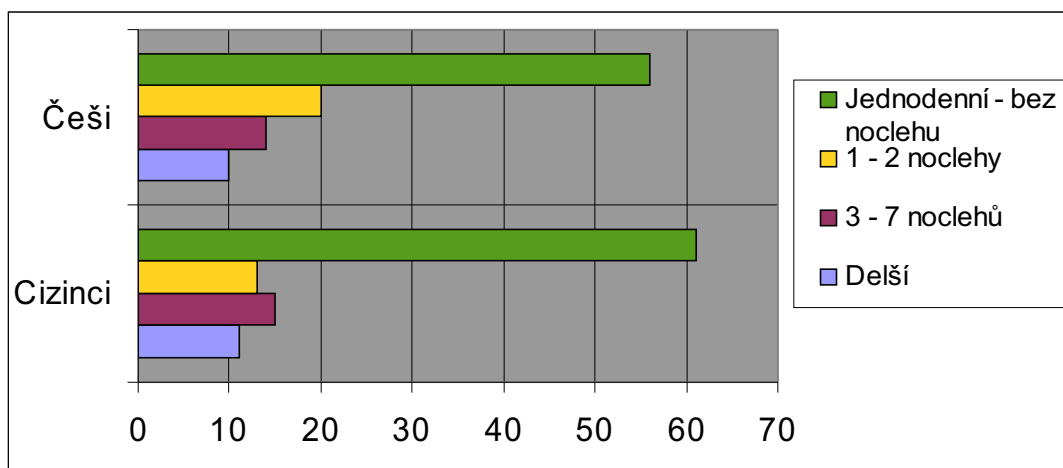
Zdroj: vlastní šetření

Další oblastí, kterou návštěvníci hodnotili byla spokojenost s určitými službami. Cizinci, kteří toto uměli posoudit, opět nejčastěji hodnotili služby velmi dobře (ubytovací, stravovací a dopravní služby, cenová úroveň služeb, úroveň personálu ve službách), ale kulturně-společenské služby dostaly nejčastěji hodnocení dobré až špatné. Je to způsobeno zřejmě tím, že na Domažlicku-Chodsku se největší počet kulturních akcí koná v letní sezóně, zatímco zimní sezóna je na podobné akce slabá.

### 6.3 Negativní výsledky průzkumu

V této části jsou uvedeny odpovědi, které znamenají pro turistickou oblast Chodsko – Český les nevýhodu či ohrožení. Do záporných výsledků výzkumu lze zařadit například délku pobytu turistů, využitý typ ubytování, hodnocení vybavenosti službami cestovního ruchu (Češi) či hodnocení spokojenosti s poskytovanými službami (Češi).

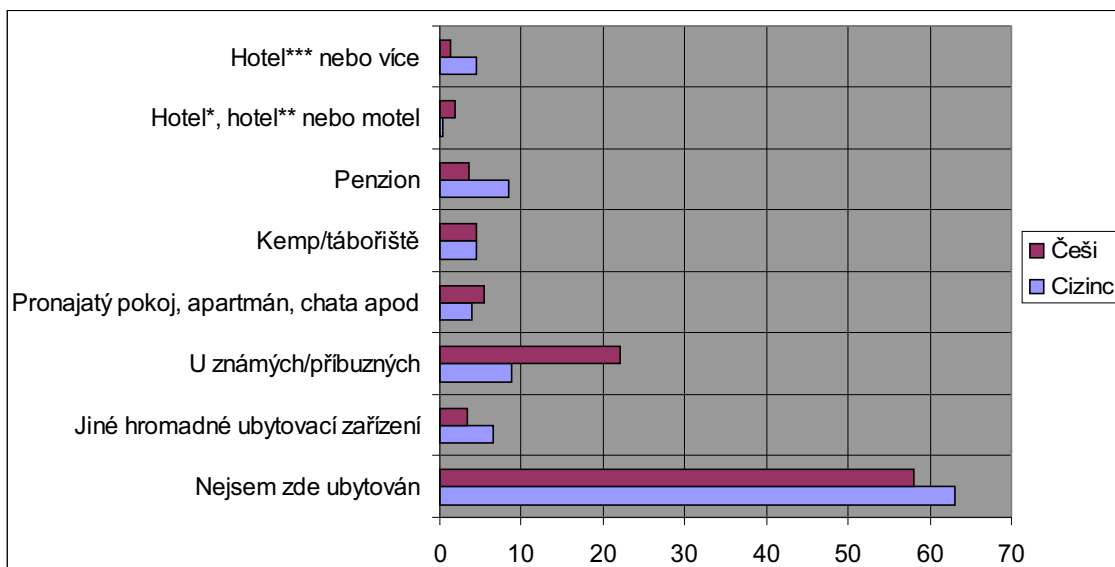
Graf 8 Délka pobytu v turistické oblasti Chodsko – Český les (v %)



Zdroj: vlastní šetření

Graf 8 potvrzuje, že tuzemci i cizozemci přijíždějí na Chodsko z velké většiny pouze na jednodenní výlety bez noclehu. Z tohoto důvodu přichází oblast o podstatnou část příjmů (zejména za ubytování a stravování). Pouze 20 % Čechů a necelých 15 % cizinců se ubytují na Chodsku do dvou přenocování a přibližně stejný počet domácích a zahraničních návštěvníků přijede do oblasti na týden. Kolem 20 % z celkových návštěvníků zůstává na Chodsku déle než 7 dní.

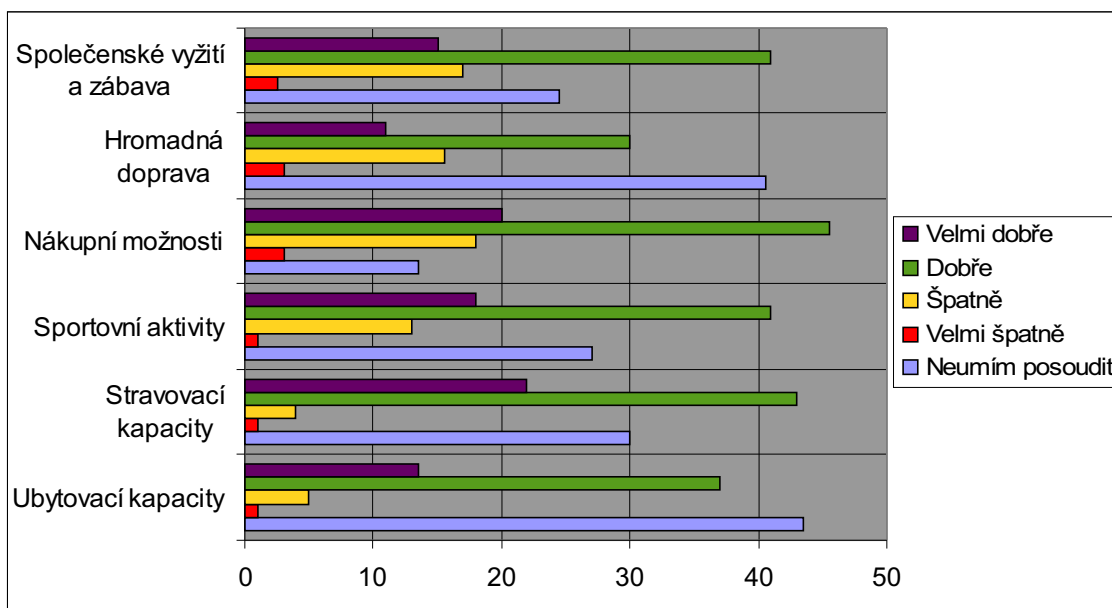
Graf 9 Využitý typ ubytování (v %)



Zdroj: vlastní šetření

Dle využitého typu ubytování je opět zřejmé, že drtivá většina návštěvníků přijíždí pouze na jednodenní výlety, a proto se na Chodsku neubytují. Podstatná část Čechů je ubytována u známých či příbuzných, což potvrzuje zjištění, že přes 15 % Čechů přijíždí do oblasti z důvodu návštěvy příbuzných či známých. Z typů ubytovacích zařízení jsou nejvíce využívány penziony, naopak hotely jsou využívány minimálně, dokonce méně než kempy či pronajaté chaty.

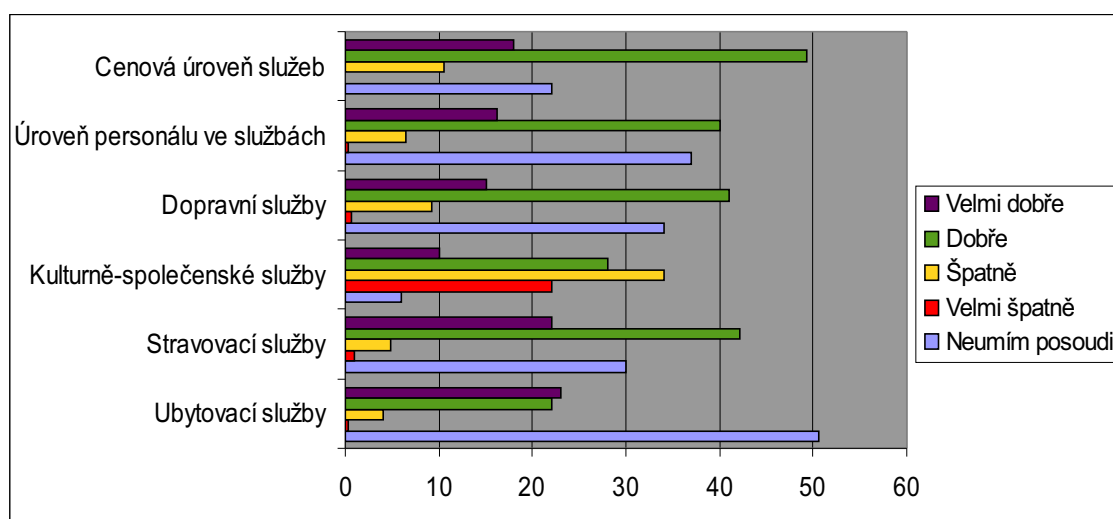
Graf 10 Hodnocení vybavenosti turistické oblasti Chodsko – Český les (Češi v %)



Zdroj: vlastní šetření

Češi hodnotí vybavenost službami o něco hůře než zahraniční návštěvníci. Většina tuzemců, kteří byli schopni vybavenost posoudit, používala označení dobrá. V některých případech dosahovalo velmi dobré a špatné hodnocení vybavenosti službami velice podobných čísel (společenské vyžití a zábava, nákupní možnosti, hromadná doprava či sportovní aktivity). Oproti cizincům ohodnotilo větší procento Čechů vybavenost některými službami dokonce jako velmi špatnou.

Graf 11 Hodnocení spokojenosti se službami v turistické oblasti Chodsko – Český les (Češi v %)



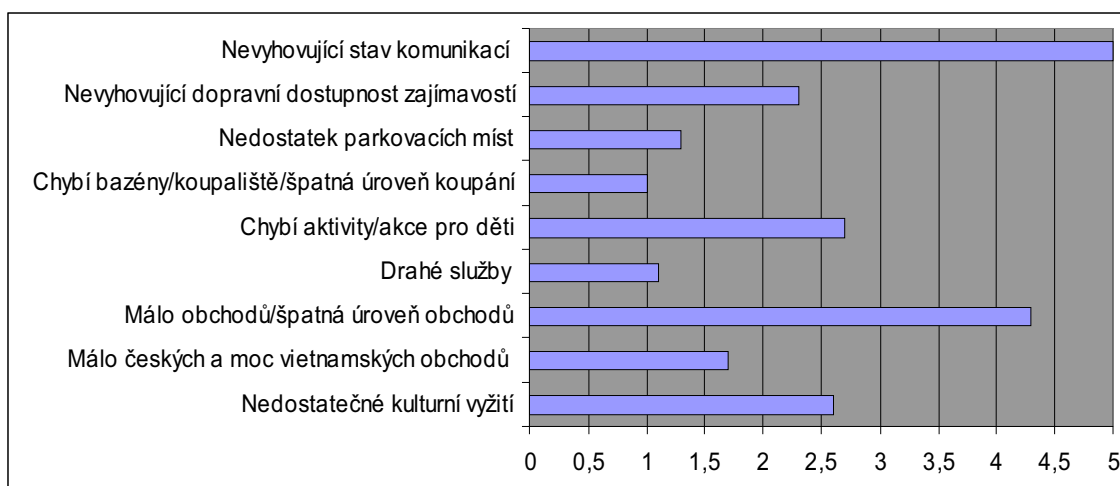
Zdroj: vlastní šetření

Spokojenost se službami hodnotili oproti cizincům opět o něco hůře Češi. Většinou hodnotili spokojenost stupnicí dobře, ale ubytovací služby posuzovali nejčastěji jako velmi dobré nebo dobré. Z grafu 5 vyplývá, že až 20 % Čechů přijíždí na Chodsko z důvodu společenského vyžití a zábavy, ale z grafu 11 je zřejmé, že vysoké procento Čechů ohodnotilo spokojenost s kulturně-společenskými službami spíše negativně (přes 20 % velmi špatně).

#### 6.4 Problémové oblasti

Poslední graf poukazuje na nedostatky turistické oblasti Chodsko – Český les, které uvedli dotazovaní spontánně. Z tohoto důvodu je počet jednotlivých výpovědí relativně vysoký a uvedená procenta jsou čistě orientační. Jde spíše o to, které odpovědi jsou uvedeny alespoň jednou a ne až tak o jejich frekvenci. Na základě výsledků je poté možno odhalit co návštěvníkům ve zkoumané destinaci nejvíce schází či vadí.

Graf 12 Návštěvníkům v turistické oblasti Chodsko – Český les nejvíce schází/vadí (v %)



Zdroj: vlastní šetření

Z grafu vyplývá, že nejčastěji si dotazovaní stěžovali na nevyhovující stav komunikací. Je to zřejmě způsobeno tím, že až 70 % návštěvníků přijíždí do oblasti vlastním automobilem (dle výzkumu agentury CzechTourism) a tudíž si více všímají stav vozovky. Jako další nedostatky Chodska byly označeny počet a úroveň obchodů, chybějící aktivity či akce, nedostatečné kulturní vyžití či nevyhovující dopravní dostupnost zajímavostí. Určitý počet lidí se dále shodl na malém počtu českých a velkém počtu vietnamských obchodů a na nedostatku parkovacích míst.

## 6.5 Potvrzení/vyvrácení hypotéz

Na základě provedené situační analýzy a z výsledků marketingového průzkumu lze také zhodnotit stanovené pracovní hypotézy:

**Hypotéza 1 – Většina návštěv v turistické oblasti Chodsko – Český les je realizována bez přenocování.**

Tato hypotéza se potvrdila. Z marketingového výzkumu (graf 8) je patrné, že pouhých 10 % dotazovaných se v oblasti zdrží déle než týden a až 60 % přijíždí pouze na jednodenní výlety bez přenocování.

**Hypotéza 2 – Možnost rozvoje cestovního ruchu na Chodsku představuje využití kulturně-historického potenciálu.**

Tato hypotéza se částečně potvrdila. Motivem návštěvy Chodska je nejčastěji poznávání (přes 45 % cizinců) a to nejvíce hradů a zámků (necelých 70 % cizinců) nebo sportovní aktivity (relaxace necelých 20 % domácích návštěvníků a pěší turistika přes 40 % domácích návštěvníků).

## 7. SWOT ANALÝZA TURISTICKÉ OBLASTI CHODSKO – ČESKÝ LES

SWOT analýza slouží k základní identifikaci současného stavu – sumarizuje základní faktory působící na efektivnost marketingových aktivit a také faktory ovlivňující dosažení vytyčených cílů. Tvoří logický rámec vedoucí ke konkrétnímu systematickému zkoumání vnitřních předností a slabin, vnějších příležitostí a ohrožení i k vyslovení základních strategických alternativ, o kterých může podnik uvažovat. SWOT analýza sumarizuje klíčové silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení. [10.]

Praktické provedení SWOT analýzy je opřeno o poznatky z odborné publikace Strategický marketing od Horákové. Vnitřní i vnější faktory byly vymezeny na základě provedené situační analýzy a dotazníkového šetření.

### 7.1 Silné a slabé stránky turistické oblasti Chodsko – Český les

Faktory, které představují silné a slabé stránky, byly hodnoceny z pohledu posouzení stavu (výkonnosti) a závažnosti, zvolena byla třístupňová hodnotící škála. Hodnocení faktorů pro S-W analýzu, tj. analýzu silných a slabých stránek, lze graficky vyjádřit maticí závažnost/výkonnost. [10.]

Tabulka 1 - Posouzení stavu a závažnosti

Hodnocené faktory		Posouzení stavu (výkonnost)			Závažnost		
		D	P	Š	V	P	N
Přírodní potenciál							
1	Reliéf a půdní pokryv		X		X		
2	Klima	X			X		
3	Hydrologie			X		X	
4	Ochrana přírody	X			X		
Kulturně-historický potenciál							
5	Městské památkové rezervace	X			X		
6	Městské/vesnické památkové zóny	X				X	
7	Církevní památky		X		X		
8	Hrady a zámky	X			X		
9	Zříceniny a rozhledny		X		X		
10	Muzea		X		X		
11	Galerie		X		X		
12	Společenské akce		X		X		
13	Jiný kulturně-historický potenciál		X			X	
Turistická infrastruktura							
14	Ubytovací zařízení – kapacita	X			X		
15	Ubytovací zařízení – kvalita			X	X		
16	Gastronomická zařízení – kapacita	X			X		
17	Gastronomická zařízení - kvalita		X		X		
18	Dopravní dostupnost		X		X		
19	Doprava jako atraktivita	X				X	





Pravý horní kvadrant obsahuje nejdůležitější faktory, na které je nutné soustředit pozornost, jelikož jejich závažnost i výkonnost jsou vysoké. Jsou to faktory přírodního potenciálu (klíma a ochrana přírody), hrady a zámky, kapacita ubytovacích a stravovacích zařízení. Výskyt vzácných rostlinných a živočišných druhů a zachovalá příroda v Chráněné krajinné oblasti Český les je častým motivem návštěvy Chodska stejně tak, jako nadregionálně významné kulturně-historické bohatství v podobě Chodského hradu v Domažlicích a Státního hradu a zámku v Horšovském Týně.

Levý dolní kvadrant obsahuje nepříliš důležité faktory, nejsou prioritní pro budoucnost turistické oblasti. Zařazeny jsou zde zejména ty faktory, pro které nejsou vhodné klimatické podmínky a tudíž je ani není možné výrazně ovlivnit.

V pravém dolním kvadrantu jsou soustředěny faktory nízké důležitosti jejichž výkonnost je průměrná.

Za silné stránky lze tedy považovat zejména existenci národní kulturní památky (Státní hrad a zámek Horšovský Týn), zachovalou přírodu Chráněné krajinné oblasti Český les, výskyt městských památkových zón či příznivé klimatické podmínky. Naopak mezi slabé stránky se řadí například kvalita ubytovacích a stravovacích zařízení, špatná dostupnost atraktivit Chodska veřejnou dopravou či pouze lokální význam zřícenin, rozhleden, církevních památek atd.

## 7.2 Příležitosti a ohrožení turistické oblasti Chodsko – Český les

Faktory, které představují příležitosti byly hodnoceny třístupňovou škálou z pohledu posouzení přitažlivosti a pravděpodobnosti úspěchu. Výsledek lze graficky vyjádřit maticí přitažlivost/pravděpodobnost úspěchu. [10.]

Tabulka 2 – Možné příležitosti

Hodnocené faktory		Pravděpodobnost úspěchu			Přitažlivost		
		V	P	N	V	P	N
1	Vytvoření organizace cestovního ruchu pro Chodsko		X		X		
2	Vytvoření prezentace turistické oblasti Chodsko – Český les	X			X		
3	Nabídka produktových balíčků	X			X		
4	Možnost čerpání finančních zdrojů z fondů Evropské unie		X		X		
5	Prodloužení sezony		X		X		
6	Prodloužení doby pobytu návštěvníků		X		X		
7	Zlepšení dopravní dostupnosti zajímavých míst	X			X		
8	Zlepšení stavu komunikací		X		X		

V – vysoká

P – průměrná

N - nízká

Obrázek 2 – Matice přitažlivost/pravděpodobnost úspěchu

		Pravděpodobnost úspěchu	
		vysoká	nízká
Přitažlivost	vysoká	2,3,7	1,4,5, 6,8
	nízká		

Nejlépe využitelné příležitosti se nachází v levém horním kvadrantu. Jsou to vytvoření prezentace oblasti Chodsko – Český les jako celku, nabídka produktových balíčků a zlepšení dopravní dostupnosti atraktivit veřejnou dopravou. Je důležité formou samostatné prezentace poukazovat na výjimečnost Chodska jako na region se stále živými tradicemi a folklórem, který je v rámci České republiky zcela jedinečný. K vytvoření produktových balíčků by bylo vhodné využít například spolupráce se sousedním Bavorskem, k financování pak použít dotace z Evropské unie.

Pravý horní kvadrant prezentuje atraktivní příležitosti obtížně realizovatelné. Do této kategorie lze zařadit vytvoření destinačního managementu pro turistickou oblast Chodsko – Český les, čerpání finančních zdrojů z Evropské unie, zlepšení stavu komunikací, prodloužení sezony či prodloužení doby pobytu návštěvníků. Vytvoření organizace cestovního ruchu pro oblast Chodsko – Český les může snadno znemožnit neochota veřejných institucí a dalších subjektů spolupracovat. Čerpání dotací z fondů Evropské unie s sebou nese další náklady a zájemci musí čekat na vypsání konkrétní, pro jejich záměr vhodné výzvy. Pro poslední dva zmiňované faktory by bylo nutné nabídnout dostatečně atraktivní důvody k prodloužení doby pobytu a tím i k prodloužení sezony.

Faktory, které představují ohrožení byly posuzovány z pohledu stanovení závažnosti a pravděpodobnosti výskytu. Třístupňová škála byla zachována. Závěrečné zhodnocení faktorů pro možná ohrožení lze shrnout v matici závažnost/pravděpodobnost výskytu. [10.]

Tabulka 3 – Možná ohrožení

Hodnocené faktory		Pravděpodobnost výskytu			Závažnost		
		V	P	N	V	P	N
1	Zánik živého folkloru a lidových tradic		X		X		
2	Pokles zájmu o poznávání tradic Chodska		X		X		
3	Devastace kulturně-historických atraktivit	X			X		
4	Devastace čistého životního prostředí		X		X		
5	Nenalezení investora pro rekonstrukci sportovně-rekreační infrastruktury letního rekreačního střediska Babylon	X				X	
6	Růst konkurenčních destinací		X		X		

V – vysoká

P – průměrná

N – nízká

Obrázek 3 – Matice závažnost/pravděpodobnost výskytu

		Pravděpodobnost výskytu	
		vysoká	nízká
Závažnost	vysoká	3	1,2,4,6
	nízká	5	

Nejvýraznější hrozby jsou v levém horním kvadrantu, je nezbytné okamžitě se na ně zaměřit. V důsledku nedostatku finančních zdrojů na ochranu a rekonstrukci kulturně-historických památek hrozí jejich devastace. Na Chodsku se nachází národní kulturní památka Státní hrad a zámek Horšovský Týn, městské památkové zóny a také řada vesnických památkových zón. Je nutné nezapomínat na zachování těchto významných atraktivit pro další generace.

Mezi hrozby v pravém horním kvadrantu patří zánik živého folkloru a lidových tradic, devastace zachovalého životního prostředí či zvyšování počtu konkurenčních destinací. Všechny tyto faktory je potřeba neustále sledovat, neboť v budoucnu by mohlo dojít ke zvýšení pravděpodobnosti jejich výskytu a to by mohlo turistickou oblast značně ohrozit.

Poznatky získané z provedené SWOT analýzy jsou shrnuty v následujícím stručném přehledu.

Tabulka 4 – Výsledná SWOT analýza turistické oblasti Chodsko – Český les

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>výskyt národní kulturní památky (Státní hrad a zámek Horšovský Týn)</li> <li>nadregionální význam měst Domažlice a Horšovský Týn</li> <li>existence městských památkových zón</li> <li>péče o ochranu zachovalého životního prostředí</li> <li>příznivé klimatické podmínky</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>nevyhovující struktura ubytovacích zařízení (absence vyšších kategorií)</li> <li>špatná dostupnost atraktivit veřejnou dopravou</li> <li>nízký počet společenských akcí regionálního a nadregionálního významu</li> <li>špatná úroveň komunikací</li> </ul>
Příležitosti	Ohrožení
<ul style="list-style-type: none"> <li>založení organizace cestovního ruchu pro Chodsko</li> <li>vytvoření prezentace turistické oblasti Chodsko – Český les</li> <li>nabídka produktových balíčků</li> <li>využití finančních zdrojů z fondů Evropské unie</li> <li>prodloužení sezóny</li> <li>prodloužení doby pobytu návštěvníků</li> <li>zlepšení dopravní dostupnosti zajímavých míst</li> <li>zlepšení stavu komunikací</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zánik živého folkloru</li> <li>pokles zájmu poznávat lidové tradice</li> <li>devastace kulturně-historických atraktivit</li> <li>devastace zachovalé přírody Chodska</li> <li>nenalezení vhodného investora pro rekonstrukci sportovně-rekreační infrastruktury střediska Babylon</li> <li>růst konkurence</li> </ul>

Z výsledné SWOT analýzy turistické oblasti Chodsko – Český les jsou zřejmé nejvýznamnější silné a slabé stránky a také možné příležitosti a ohrožení.

Jak také potvrzuje provedená situační analýza, hlavní silnou stránkou je existence národní kulturní památky v podobě Státního hradu a zámku v Horšovském Týně. Příznivou image destinace Chodsko dokreslují také městské rezervace v Domažlicích a Horšovském Týně s řadou historických městských domů či okolní vesnické památkové zóny v zachovalé přírodě Chráněné krajinné oblasti Český les.

Jako podstatnou slabou stránkou se ukázala nevyhovující struktura ubytovacích zařízení, jelikož chybí hromadná ubytovací zařízení vyšších kategorií (čtyři hvězdičky a výše), dále špatná dopravní dostupnost atraktivit na Chodsku či špatný stav komunikací, na který si stěžovali samotní dotazovaní. Dalším nedostatkem je nízký počet nadregionálních společenských či kulturních akcí, na který opět upozorňují dotazovaní návštěvníci.

Hlavními příležitostmi se ukázalo založení destinačního managementu pro turistickou oblast Chodsko – Český les a vytvoření samostatné prezentace pro Chodsko. Naopak devastace významných kulturně-historických památek oblasti či postupné zanikání živého folkloru by do budoucna znamenalo výrazná ohrožení.

## 8. PROBLÉMOVÁ ANALÝZA

Problémová analýza vychází ze situační analýzy a SWOT analýzy a pojmenovává hlavní problémy a bariéry rozvoje v daném rozvojovém kontextu. Jde o syntézu souvislostí vážících se k nejvýznamnějším rozvojovým problémům. Určuje kritické oblasti, u nichž je region schopen dosáhnout prostřednictvím dostupných zdrojů zlepšení. [102.]

Z provedené situační analýzy, SWOT analýzy a z výsledků marketingového výzkumu turistické oblasti Chodsko – Český les jsou patrné určité problémové oblasti, jimž by se v budoucnosti měla věnovat zvýšená pozornost. SWOT analýza, která vyplývá ze situační oblasti Chodska odhalila tyto zásadní problémy:

### **Neexistence organizace cestovního ruchu pro turistickou oblast Chodsko – Český les**

Turistická oblast Chodsko – Český les disponuje dle provedené situační analýzy značným přírodním a kulturně-historickým bohatstvím což společně s výhodnou geografickou polohou vůči Spolkové republice Německo či krajskému městu Plzni vytváří velmi dobré předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu.

Problémem je neexistence regionální organizace cestovního ruchu, která by byla zodpovědná za koordinaci, management a marketing na úrovni celého regionu. Tato organizace by vykonávala aktivity na celoregionální úrovni a tím přispívala ke koordinaci a cílenému managementu a marketingu destinace Chodsko – Český les.

### **Neexistence samostatné prezentace turistické oblasti Chodsko – Český les**

Pro turistickou oblast Chodsko – Český les nejsou vytvořeny žádné zvláštní informační materiály a dokonce ani internetová stránka, která by představila Chodsko jako ojedinělou destinaci se stále živým folklorem, dodnes udržovanými lidovými tradicemi, se zajímavou lidovou architekturou, tradičními řemesly, zachovalou přírodou a s řadou atraktivních míst. Pouze některé turistické portály nabízí možnost vyhledat ubytování, stravování či zajímavé turistické cíle na území Chodska, ale ucelená prezentace a nabídka produktových balíčků pro turistickou oblast Chodsko – Český les dosud neexistuje.

### **Neexistence nabídky produktových balíčků**

Turistické informační centra ani jiné organizace cestovního ruchu nenabízejí možnost nákupu balíčků služeb s programem pro návštěvníky Chodska. Vytvoření této nabídky by mohlo pomoci přilákat návštěvníky také na mimosezónní akce, například

na vánoční trhy, velikonoce apod., a tím také prodloužit sezónu a motivovat návštěvníky k vícedenním pobytům v regionu.

### **Nedostatečné množství přitažlivých společenských akcí regionálního a nadregionálního významu**

Chodské slavnosti v Domažlicích a Anenská pouť v Horšovském Týně patří mezi jediné letní slavnosti nadregionálního významu a ročně přilákají tisíce návštěvníků. Jsou to tří až čtyřdenní akce zaměřené zejména na folklór, tradiční řemesla a stále udržované tradice Chodska. Mimo sezónu se však nekonají žádné podobné akce alespoň regionálního významu, které by pomohly prodloužit jak sezónu, tak také délku pobytu návštěvníků, kteří přijíždějí z velké většiny pouze na jednodenní návštěvu bez přenocování.

### **Nevyhovující struktura ubytovacích zařízení – chybí hromadná ubytovací zařízení vyšších kategorií**

V turistické oblasti Chodsko je většina ubytovacích zařízení kategorie dvě až tři hvězdičky, vyšší kategorie pro náročnější klienty chybí. Proto by se měli ubytovatelé zaměřit na zvyšování kvality poskytovaných služeb a na zavádění označení klasifikace ubytovacích zařízení.

### **Muzea a galerie mají pouze lokální význam, pro návštěvníky nejsou příliš atraktivní**

Ve zkoumaném regionu se nachází několik muzeí a galerií, jak ale vyplývá z marketingového průzkumu, nejsou návštěvníky příliš vyhledávané. Tyto kulturní zařízení sice mají zajímavou nabídku expozic, problémem je spíše nedostatečná propagace ze strany informačních center a ostatních organizací cestovního ruchu. Ty by mohly propagovat návštěvu muzeí a galerií například jako doprovodnou akci či jako alternativu v případě špatného počasí apod.

### **Špatná dostupnost atraktivit veřejnou dopravou**

V marketingovém průzkumu návštěvníci často uváděli, že dostupnost atraktivit nacházejících se v okolí Domažlic je nedostatečná a to zejména o víkendech a svátcích. Možná také z tohoto důvodu přijíždí velká většina návštěvníků vlastními osobními automobily. Tato skupina dotazovaných si poté stěžuje na nevyhovující stav komunikací a špatné silnice.

## **9. NÁVRHY OPATŘENÍ STRATEGICKÉHO ROZVOJE TURISTICKÉ OBLASTI CHODSKO – ČESKÝ**

### **9.1 Stanovení strategické vize, strategických cílů, priorit a opatření**

Výsledky provedeného marketingového průzkumu u návštěvníků, výsledná SWOT analýza a také problémová analýza umožňují navrhnout strategickou vizi, strategické cíle, priority a opatření, které by v případě realizace mohly vést ke zlepšení současného stavu a k budoucímu rozvoji cestovního ruchu v turistické oblasti Chodsko – Český les.

Je nutné si uvědomit, že návrhy a opatření musí navazovat na strategickou vizi, globální cíl a priority definované ve strategických dokumentech vyšší kategorie, tzn. zejména na Koncepti státní politiky cestovního ruchu České republiky na období 2007 – 2013. Z tohoto dokumentu vychází pro danou oblast konkrétnější Program rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji, popřípadě Strategie rozvoje Šumavy.

Strategická vize, která je popisem ideálního stavu rozvoje daného území v delším časovém horizontu a je stanovena v Koncepti státní politiky cestovního ruchu České republiky zní „Destinace Česká republika – jednička v srdci Evropy“. Globální cíl popisuje poslání politiky cestovního ruchu zaměřené na zvýšení ekonomické výkonnosti cestovního ruchu využitím a dalším rozvojem dostupného potenciálu a tím docílení zvýšení konkurenceschopnosti celého odvětví cestovního ruchu na národní i regionální úrovni, při respektování zájmů ochrany přírody a krajiny a dalších složek životního prostředí. Specifickými cíli jsou poté priority, kterým jsou následně dekomponovány do jednotlivých opatření. Opatření tedy stojí na nejnižší hierarchické úrovni návrhové části dokumentu a jejich specifikací vznikají konkrétní aktivity, ať už jako projekty nebo programy, které vymezí rámec pro tyto projekty. [16.]

Program rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji definuje svojí strategickou vizi následovně: „Plzeňský kraj - významná destinace národního a mezinárodního cestovního ruchu s celoroční nabídkou turistických produktů“. Na tuto vizi navazují jednotlivé cíle rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji. Jsou to například zlepšení pozice kraje v počtu návštěvníků a turistů, zlepšení pozice kraje v počtu přenocování domácích i zahraničních turistů a tím i v průměrné délce pobytu turistů v kraji, změna image kraje jako atraktivního, zdravého, pohodového a přátelského regionu pro návštěvy i pobyty, zlepšení kvality služeb, zvýšení rozsahu, komplexnosti a přitažlivosti poskytované nabídky a další. Na tyto cíle dále navazují priority, které konkrétněji vymezují oblasti, na které se chce kraj zaměřit. Je to osm základních priorit, v rámci

kterých jsou stanovena jednotlivá opatření. První prioritou je vytvoření příznivého image Plzeňského kraje, další jsou pak zaměřené na infrastrukturu a služby cestovního ruchu, na tvorbu produktů cestovního ruchu, marketing a management cestovního ruchu, lidské zdroje a na ochranu a obnovu přírodního a kulturního bohatství. [27.]

Následující strategická vize, strategické cíle, priority a opatření vychází z výše zmíněných strategických dokumentů, ale jsou navrženy pro tuto diplomovou práci. Jedná se o konkrétnější cíle vymezené pro turistickou oblast Chodsko – Český les, přičemž respektují výsledky provedené situační analýzy, marketingového výzkumu a SWOT analýzy Chodska.

### **Strategická vize turistické oblasti Chodsko – Český les**

Po vlastním provedení situační a SWOT analýzy a také na základě výsledků marketingového výzkumu byla pro zkoumanou oblast stanovena následující strategická vize: „*Turistická oblast Chodsko – Český les jako kompaktní území, které využije svých rozvojových předpokladů spočívajících ve strategické poloze, přírodním a kulturním bohatství k dalšímu rozvoji cestovního ruchu v oblasti.*“

Na tuto strategickou vizi navazují následující strategické cíle, priority a opatření vytyčené dle mého úsudku, přičemž jsou zaměřeny zejména na řešení problémových oblastí, které byly přiblíženy v problémové analýze.

### **Strategický cíl 1 – Založení organizace cestovního ruchu pro Chodsko**

**Priorita 1** – založení destinačního managementu pro turistickou oblast Chodsko – Český les

#### **Opatření**

1. spolupráce měst Chodska na vytvoření regionální organizace cestovního ruchu
2. vytvoření destinačního managementu, který bude zodpovědný za koordinaci, management a marketing celé oblasti
3. vykonávání aktivit v oblasti cestovního ruchu a kultury na celoregionální úrovni
4. kooperace s dalšími organizacemi cestovního ruchu

Chodsko disponuje bezpochyby značným přírodním a kulturně-historickým bohatstvím a má díky výhodné geografické poloze také velmi dobré předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Přesto v oblasti cestovního ruchu neexistuje pro turistickou oblast Chodsko – Český les destinační management, který by byl zodpovědný za koordinaci, management a marketing a také za naplňování jednotlivých strategií a programů rozvoje cestovního ruchu. Strategickým cílem 1 je proto navržení vzniku organizace, která by vykonávala aktivity na celoregionální úrovni a tím přispívala



ke koordinaci a cílenému managementu a marketingu destinace Chodsko – Český les. Konkrétně by tato organizace měla na starosti tvorbu produktů cestovního ruchu, provoz Informačního systému cestovního ruchu na Chodsku, ediční činnost (image materiál Chodska, přehledy kulturních, sportovních a společenských akcí, katalog turistických produktů, informační materiály k turistickým produktům apod.), prezentace turistického regionu Chodsko – Český les na vybraných výstavách a veletrzích cestovního ruchu, spolupráce s ostatními organizacemi cestovního ruchu na regionální i státní úrovni či realizace projektů zaměřených na rozvoj cestovního ruchu v regionu a prezentaci regionu jako turisticky atraktivní destinace.

### **Strategický cíl 2 - Prezentace turistické oblasti Chodsko – Český les**

**Priorita 1** - rozšíření a prohloubení znalosti a povědomí o turistické oblasti Chodsko – Český les jako o přitažlivé destinaci s jedinečným folklorním a etnografickým významem

#### **Opatření**

1. zvýšení povědomí o turistické oblasti Chodsko – Český les
2. vytvoření samostatného informačního portálu pro turistickou oblast Chodsko – Český les
3. zvýšení informovanosti o turistických atraktivitách na území Chodska
4. zpracování a racionalizace prezentací Chodska na výstavách a veletrzích cestovního ruchu

Pro turistickou oblast Chodsko – Český les neexistuje ucelená prezentace potenciálu, který tato zajímavá destinace nabízí. Turistická informační centra, internetové turistické portály a organizace cestovního ruchu pouze registrují existenci Chodska, ale chybí specializovaná organizace či alespoň samostatný informační portál, který by propagoval Chodsko jako oblast s bohatou historií, nádhernými architektonickými památkami, nenapodobitelným folklórem a čarokrásnou panenskou přírodou. Je důležité rozvíjet povědomí o Chodsku jako rekreačním regionu s širokou nabídkou kulturních akcí a historickými památkami, které uspokojí touhu návštěvníků po poznávání a zároveň s dostatečnou turistickou infrastrukturou. Turisté musí být obsáhle a profesionálně informováni k tomu, aby vnímali Chodsko jako přitažlivou destinaci, a aby jim v případě zájmu navštívit Chodsko – Český les byl poskytován dostatek informací o možnostech cestovního ruchu v regionu. Zvýšit povědomí o turistické oblasti Chodsko – Český les by mohla také prezentace destinace na výstavách a veletrzích cestovního ruchu.

### **Strategický cíl 3 - Produkt cestovního ruchu a tvorba balíčků**

**Priorita 1** - tvorba produktů a produktových balíčků využívajících potenciálu Chodska

#### **Opatření**

1. vytvoření produktového balíčku prezentovaného v turistických informačních centrech na Domažlicku-Chodsku a také na vlastním informačním portálu Chodska
2. návrh vytvoření motivačního systému pro tvorbu turistických produktů (ze strany vládních organizací)

**Priorita 2** - využití tradičních akcí a nejzajímavějších historických atraktivit pro zvýšení návštěvnosti a prodloužení sezóny

#### **Opatření**

1. marketing nejvýznamnějších společenských a kulturních atraktivit
2. zvýšení kvality poskytovaných služeb
3. podpora propagace a prodeje regionálních a subregionálních produktů prostřednictvím turistických informačních center či zapojením muzeí a galerií v oblasti

Jak již bylo řečeno, pro turistickou oblast Chodsko – Český les neexistuje ucelená prezentace a zatím není vytvořen ani skutečný produkt zaměřený na zvolené cílové skupiny turistů. Turistická informační centra a další organizace cestovního ruchu v okrese Domažlice nenabízejí žádný balíček služeb ani v rámci destinace Domažlice a okolí. Využití tradičních akcí a slavností a také využití potenciálu Chodska by tak mohlo vést ke zvýšení návštěvnosti a prodloužení sezóny.

Z marketingového výzkumu vyplývá, že přes 60 % dotazovaných navštívilo Chodsko více než 3 krát, ale většina z nich (skoro 60 %) přijíždí na jednodenní výlety bez noclehu. Motivem návštěvy jsou nejčastěji poznání a relaxace (téměř 40 % dotazovaných). Proto by bylo vhodné vytvořit pro Chodsko produkt cestovního ruchu, který by naplňoval touhu po poznávání a relaxaci a zároveň by prodloužil pobyt turistů v oblasti a zavedl je i do méně známých, přesto však zajímavých míst.

Hlavní kulturní akce regionu – třídní Chodské slavnosti a čtyřdenní Anenská pouť se konají v letních měsících (srpen a červenec) a přilákají nejvyšší počet návštěvníků za celý rok. Pro turisty by však jistě bylo zajímavé navštívit Chodsko také v jiném období či na delší pobyt a poznat krásu celé oblasti a ne pouze centra okresu. Turisté by mohli přijet na Chodsko již ve čtvrtek a odjeli by například až v pondělí. Měli by tak více času poznat nejen město Domažlice, ale také navštívit nejzajímavější

historické atraktivitu v okolí, obdivovat zachovalou přírodu Chodska a nejen zúčastnit se pouze Chodských slavností či Anenské pouti. Finanční prostředky na realizaci tohoto strategického cíle by bylo možné získat z projektu Podpora činnosti informačních center na území Plzeňského kraje pro rok 2010, který vypsal Evropská unie. Předmětem podpory je podpora vzniku společné nabídky produktů cestovního ruchu (propagační materiály), vytvoření tiskových materiálů a webových prezentací či pořízení inventáře pro informační centra. [102.]

#### **Strategický cíl 4 – Rekonstrukce turistické infrastruktury rekreačního střediska Babylon**

**Priorita 1** – zajištění zázemí pro sportovní a rekreační vyžití v středisku letní rekreace u vody

##### **Opatření**

1. zajištění finančních prostředků na rekonstrukci, popřípadě výstavbu sportovně-rekreační infrastruktury v rekreačním středisku Babylon
2. rekonstrukce a výstavba sportovně-rekreačního zázemí na Babyloně

**Priorita 2** – zvýšení návštěvnosti tohoto rekreačního střediska

##### **Opatření**

1. propagace Babylonu jako rekreačního střediska s možnostmi sportovního vyžití a rekreace u vody
2. zajištění dopravní dostupnosti veřejnou dopravou

Středisko letní rekreace Babylon bylo pro rekreační účely vybaveno již na přelomu 19. a 20. století. Toto letovisko získávalo rychle popularitu, vznikaly první hotely a penziony v okolí a sportovní vyžití zajišťovalo samotné koupaliště, ale také fotbalové hřiště, tenisové kurty, volejbalové hřiště, minigolf či značené turistické trasy a cyklotrasy. Bohužel v průběhu 20. století došlo postupně k zastarávání turistické infrastruktury a ke zhoršení dopravní dostupnosti veřejnou dopravou. Zavírání většiny stánků s občerstvením a zhoršení kvality písčinych pláží i kvality vody ke koupání způsobili pokles návštěvnosti. Středisko přestali vyhledávat nejen obyvatelé nejbližšího okolí, ale také příjíždějící turisté. Z tohoto důvodu by bylo vhodné přistoupit k vyhledání vhodného investora, který by byl ochoten vložit do opravy, obnovy a udržování rekreačního střediska Babylon finanční prostředky. V současné době probíhá v rámci dotací z Evropské unie projekt Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu. Dotace v celkové hodnotě 400 milionů korun je určena pro Jihočeský a Západočeský kraj, žádosti je možno podávat od února do května 2010 a finanční podporu lze využít

například právě na výstavbu a rekonstrukci sportovně-rekreační vybavenosti pro cestovní ruch, ale také na výstavbu a rekonstrukci kulturní vybavenosti pro cestovní ruch či na výstavbu, rekonstrukci a modernizaci ubytovacích kapacit. [102.]

### **Strategický cíl 5 - Ochrana a obnova přírodního a kulturního bohatství pro cestovní ruch**

**Priorita 1** - zajištění trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Chodsko – Český les prostřednictvím ochrany a obnovy přírodního a kulturního bohatství pro cestovní ruch

#### **Opatření**

1. podpora obnovy, údržby a využití kulturně-historických i technických památek a přírodních atraktivit, zejména nevyužívaných či málo využívaných, prioritně památek a atraktivit nadregionálního a regionálního významu
2. využívání drobných památek místního významu, jež jsou pro krajinu důležité a spoluvytváří image Chodska

Pro cestovní ruch turistické oblasti Chodsko – Český les je důležitý jak přírodní potenciál, tak také kulturní bohatství. Z přírodního potenciálu je pro cestovní ruch významná Chráněná krajinná oblast Český les, která je jedinečná četným výskytem vzácných rostlinných i živočišných druhů. To však na druhé straně představuje určitá omezující opatření v zájmu ochrany a zachování čistého životního prostředí. Pro rozvoj cestovního ruchu je však důležitý také kulturně-společenský potenciál. V destinaci se nachází dvě městské památkové rezervace (Domažlice a Horšovský Týn), městské a vesnické památkové zóny a také národní kulturní památka Státní hrad a zámek Horšovský Týn. Jedinečnost a zachovalost těchto míst zajišťuje každoročně příliv turistů, a proto je nezbytné investovat nejen do propagace Chodska a do zvyšování počtu dlouhodobě pobývajících návštěvníků, ale také do ochrany a obnovy kulturního bohatství. Souvisí to také s trvale udržitelným rozvojem, čili využívání potenciálu destinace v takové míře, která nebude představovat jeho devastaci, ale zachová jej pro budoucí generace. Toho lze docílit například zvyšováním návštěvnosti zejména nevyužívaných či málo využívaných drobných památek místního významu, jež jsou pro krajinu důležité a spoluvytváří image Chodska. Také pro tento strategický cíl by bylo možné zažádat o dotaci z fondů Evropské unie například na zvýšení atraktivity stávajících turistických cílů, tvorbu propagačních materiálů, rozvoj řemesel na venkově či podpora tvorby místních nebo regionálních tradičních výrobků. [102.]

Tabulka 5 - Souhrnný přehled strategické vize, cílů, priorit a opatření

<b>Strategická vize:</b> „Turistická oblast Chodsko – Český les jako kompaktní území, které využije svých rozvojových předpokladů spočívajících ve strategické poloze, přírodním a kulturním bohatství k dalšímu rozvoji cestovního ruchu v oblasti.“		
Strategické cíle	Priority	Opatření
<b>Založení organizace cestovního ruchu pro Chodsko</b>	Založení destinačního managementu pro Chodsko	spolupráce měst Chodska na vytvoření regionální organizace
		vytvoření dest. managementu
		kooperace
<b>Prezentace turistické oblasti Chodsko – Český les</b>	Rozšíření a prohloubení znalosti a povědomí o Chodsku	zvýšení povědomí o turistické oblasti Chodsko – Český les
		vytvoření samostatného informačního portálu
		zvýšení informovanosti o turistických atraktivitách
		zpracování a racionalizace prezentací Chodska
<b>Produkt cestovního ruchu a tvorba balíčků</b>	Tvorba produktových balíčků využívajících potenciálu Chodska	vytvoření produktového balíčku
		návrh vytvoření motivačního systému pro tvorbu tur. produktů
	Využití tradičních akcí a nejzajímavějších historických atraktivit pro růst návštěvnosti	marketing nejvýznamnějších spol. a kult. atraktivit
		zvýšení kvality služeb
<b>Rekonstrukce infrastruktury střediska Babylon</b>	Zajištění zázemí pro sportovní a rekreační využití v středisku	zajištění finančních prostředků
		rekonstrukce a výstavba střediska
	Zvýšení návštěvnosti Babylonu	propagace Babylonu
		zajištění dopravní dostupnosti
<b>Ochrana a obnova přírodního a kulturního bohatství pro cestovní ruch</b>	Zajištění trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu	podpora obnovy, údržby a využití atraktivit
		využívání drobných památek místního významu

Pro naplnění navržené strategické vize a strategických cílů je nutno také navrhnout kdo bude zabezpečovat realizaci, tj. management organizace cestovního ruchu, který bude za realizaci zodpovědný a bude vytvářet image turistické oblasti Chodsko – Český les. Jak již bylo několikrát zmíněno, Chodsko nemá vlastní destinační management. O realizaci strategie by se tedy v případě založení takové organizace (jak je to navrženo ve strategickém cíli 1) mohla starat tato organizace cestovního ruchu. V současných podmínkách by to spadalo do kompetence odboru územního plánování okresního města Domažlice.

## 9.2 Možnost aplikace strategické vize a strategických cílů do praxe

Po navržení strategické vize a strategických cílů je potřeba zajistit jejich aplikaci do praxe a to nejen zvolením kompetentní organizace cestovního ruchu, ale také navržením vhodné aplikační metody.

V posledních deseti letech se moderní metody řízení stále častěji a úspěšně uplatňují ve veřejném sektoru. Důvodem je snaha o zvyšování výkonnosti a kvality veřejné správy a služeb. Také v oblasti cestovního ruchu se zavádí moderní metody strategického plánování mikroregionů, turistických regionů a turistických oblastí. Mezi tyto metody patří například metoda vyvážených ukazatelů nebo-li metoda Balanced Scorecard (dále jen BSC). Je-li správně uplatněna, je základem pro koncept „učících se regionů“. [20.]

Před uplatněním metody BSC bylo nutné vyjasnit si strategickou vizi a priority, jelikož úkolem metody BSC není jejich stanovení, ale jejich naplnění, přičemž na navrženou vizi a jednotlivé strategické cíle zkoumané oblasti je nutno pohlížet ze čtyř perspektiv, které musí být vyváženy. Je potřeba uvědomit si očekávání občanů, kteří na Chodsku žijí, finanční zabezpečení navržených opatření, systém procesů, kterými se zajistí dostatek zdrojů a také nelze zapomenout na neustálý růst a učení se (viz příloha č. 1 obrázek č. 8).

Tabulka 6 – Strategická mapa pro turistickou oblast Chodsko – Český les

Strategické cíle	Prezentace turistické oblasti Chodsko – Český les Produkt cestovního ruchu a tvorba balíčků Rekonstrukce turistické infrastruktury rekreačního střediska Babylon Ochrana a obnova přírodního a kulturního bohatství pro cestovní ruch
Občan	příchov nových zákazníků vznik nových pracovních míst možnost rekreačního vyžití v letní sezóně upravená města a zachovalé kulturně-historické památky čisté životní prostředí
Hospodárnost a financování	zodpovědné financování z různých zdrojů účelné hospodaření s finančními prostředky
Interní procesy	promyšlená příprava a realizace investičních akcí kvalitní činnost turistických informačních center a dalších organizací cestovního ruchu partnerství k realizaci záměrů podpora spolků a neziskových organizací
Učení se a růst	posilování prostředí spolupráce, důvěry a zodpovědnosti zdokonalování procesu komunitního plánování a projektového řízení rozvíjení dovedností a znalostí, zavádění nových metod a technologií

Zdroj: vlastní tvorba podle publikace Metodická příručka pro zpracování strategických a programových dokumentů

Základem celé strategické mapy je strategická vize turistické oblasti Chodsko – Český les, která je popisem ideálního stavu rozvoje daného území v delším časovém horizontu. Na tuto strategickou vizi navazují jednotlivé strategické cíle, které jsou stanoveny na základě provedených analýz a marketingového výzkumu. Dále následují čtyři perspektivy – občanská, finanční, interních procesů a učení se a růstu.

Pro občany Chodska bude splnění jednotlivých strategických cílů znamenat například nárůst pracovních možností či růst poptávky nejen po službách cestovního ruchu. Rekonstrukce rekreačního střediska Babylon by jim přinesla možnost rekreačního vyžití v letní sezóně v přírodě u vody, ochrana životního prostředí zajistí zachovalou přírodu i pro další generace a péče o kulturně-historický potenciál přinese upravená veřejná prostranství a kulturně-historické památky.

Finanční perspektiva klade důraz na zodpovědné financování nejen z veřejných financí státu, ale také z fondů Evropské unie.

Interní procesy zahrnují například promyšlenou přípravu a realizaci všech strategických cílů, které vedou k naplnění strategické vize, partnerství k realizaci těchto záměrů, ale také kvalitní činnost turistických informačních center a dalších organizací cestovního ruchu.

Pro budoucí úspěch turistické destinace Chodsko je v neposlední řadě důležitá perspektiva neustálého růstu a učení se. Znamená to posilování kooperace, důvěry a zodpovědnosti, zdokonalování územního plánování a projektového řízení a také rozvíjení znalostí a zavádění nových technologií či metod řízení.

## 10. ZÁVĚR

Cestovní ruch se stává stále významnějším a nepostradatelnějším faktorem regionálního rozvoje, přičemž rozvoj cestovního ruchu hraje důležitou úlohu v rozvoji většiny evropských regionů.

Hlavním cílem diplomové práce bylo zhodnotit primární a sekundární potenciál rozvoje cestovního ruchu na Chodsku a poté na základě analýzy navrhnout možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu s vymezením priorit a opatření, které vedou k naplnění navržené strategické vize a strategických cílů. Pro splnění všech cílů byla kromě situační analýzy vypracována také SWOT analýza a problémová analýza zkoumaného území. Strana poptávky byla studována na základě marketingového průzkumu, který odhalil účel cesty návštěvníků, délku jejich pobytu, opakovanost návštěvy či problémové oblasti, na které by se podle nich měl destinační management Chodska zaměřit.

Provedená situační analýza přírodního a kulturně-historického potenciálu odhalila, že turistická oblast Chodsko – Český les disponuje značným rozvojovým potenciálem. Jedinečnou image Chodska tvoří zejména existence národní kulturní památky v podobě Státního hradu a zámku v Horšovském Týně, městské památkové zóny v Domažlicích a Horšovském Týně, stále živý folklór a udržované lidové tradice spolu s polohou chráněné krajinné oblasti Český les s řadou přírodních rezervací. Na druhé straně analýza základní a doplňkové infrastruktury poukázala na nedostatky v kvalitativním složení hromadných ubytovacích zařízení, jelikož chybí vyšší kategorie.

Dotazníkové šetření odhalilo profil dotazovaných a řadu pozitivních, ale i negativních stránek z pohledu návštěvníků turistické oblasti Chodsko – Český les.

Mezi pozitiva patří například opakovaná návštěva (zhruba 50 % všech dotazovaných navštívilo zkoumanou oblast více než třikrát) a hodnocení vybavenosti Chodska či spokojenost se službami ze strany zahraničních návštěvníků (většina dotazovaných cizinců toto hodnotila označením velmi dobré či dobré).

Jako nedostatek se ukázala délka pobytu (přes 50 % dotazovaných přijíždí na Chodsko na jednodenní výlet bez noclehu) a hodnocení vybavenosti Chodska či spokojenost se službami ze strany Čechů (velká většina dotazovaných tuzemců toto označila hodnocením dobře a často také špatně či dokonce velmi špatně).

Z dotazníků také vyplynul motiv návštěvy, kterým je nejčastěji poznávání a relaxace (u cizinců) či relaxace a návštěva příbuzných (u domácích dotazovaných).



Jako najlákavější atraktivity turistické oblasti Chodsko – Český les byly označeny hrady, zámky a muzea, pěší turistika či kulturní akce (zejména nejnavštěvovanější kulturní akce regionu Chodské slavnosti v Domažlicích).

Na základě situační analýzy, SWOT analýzy a problémové analýzy byly navrženy strategické cíle, priority a opatření, které by mohly pomoci vyřešit zjištěné problémy a vést k strategickému rozvoji cestovního ruchu v turistické oblasti Chodsko – Český les. V strategickém cíli 1 byl navržen vznik destinačního managementu pro Chodsko, který by měl v kompetenci mimo jiné také naplnění navržené strategické vize. Důležitá je také samostatná prezentace Chodska jako přitažlivé destinace s jedinečným folklorním a etnografickým významem. Tím by se zvýšilo povědomí o existenci této výjimečné oblasti a zkvalitnilo by se poskytování informací díky sjednocenému informačnímu systému. Dále byla navržena tvorba produktových balíčků využívajících tradičních kulturních akcí a nejzajímavějších historických atraktivit, což by mohlo vést ke zvýšení návštěvnosti, prodloužení sezóny či prodloužení pobytu návštěvníků.

V neposlední řadě je nutné se do budoucna zaměřit také na ochranu a obnovu přírodního a kulturního bohatství pro cestovní ruch, tzn. zajistit trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Chodsko – Český les tak, aby se přírodní a kulturní dědictví zachovalo také pro budoucí generace.

Realizaci navržené strategické vize a strategických cílů by zajistil nově vzniklý destinační management (jak je to navrženo ve strategickém cíli 1), který by také vykonával aktivity na celoregionální úrovni a vytvářel image turistické oblasti Chodsko – Český les.

Pro aplikaci strategie do praxe byla navržena moderní metoda řízení Balanced Scorecard, která je stále častěji uplatňována také ve veřejném sektoru. Vychází ze stanovené strategické vize, strategických cílů, priorit a opatření s ohledem na občany, kteří v oblasti žijí, finanční zdroje, interní procesy a neustálý růst a učení se.

## 11. SUMMARY

Tourism become still more important and indispensable factor of regional development. Development of tourism is major for development most of european regions.

The main objective of this thesis was to evaluate the primary and secondary potential for tourism development in Chodsko and then on basis of analysis propose options of strategic development of tourism with priorities and measures. These lead to fulfillment of strategic vision and strategic objectives. Except situation analysis was made also SWOT analysis and analysis of problems in surveyed region.

Conducted situation analysis of the natural and cultural-historical potential revealed that the tourist area Chodsko – Český les has considerable development potential. The existence of national monuments State Castle in Horšovský Týn, folk traditions and protected landscape area Český les make a unique image of Chodsko. On the other hand, the analysis of basic and complementary infrastructure showed deficiencies in the qualitative composition of accommodation facilities because miss high-end classes.

Survey with questionnaires revealed a profile of respondents and the number of positives and negatives aspects. The positive aspect include for example repeat visits (approximately 50 % of all respondents came more than three times) and failing is the length of stay (over 50 % of respondents coming on a day trip without bed). Reason for visit is the most sightseeing, relaxation or visit relatives. For visitors are most attractive castles and museums, hiking or cultural events in summer.

On basis of situation analysis, SWOT analysis and analysis of problems was suggested strategic vision, strategic objectives, priorities and measures for tourist area Chodsko – Český les. For future development of tourism are the most important to create destination management for Chodsko and presentation of Chodsko as attractive destination with unique folklore and ethnographic significance.

Strategic vision and objectives must be introduction to practice. This can provide suggested destination management in Chodsko area.

In the end of thesis is proposed to apply modern method of management for application strategy to reality – Balanced Scorecard.

## 12. POUŽITÉ ZDROJE

### Odborné publikace

1. *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2006a. 160 s.
2. BUNEŠOVÁ, M.; VANĚČEK, D. *Technika zpracování bakalářských a diplomových prací* [online]. České Budějovice : Jihočeská univerzita, 2008. Dostupné z WWW: <[www.ef.jcu.cz/education/uvodni/ke\\_stazeni/technika\\_zprac\\_bp\\_a\\_dp](http://www.ef.jcu.cz/education/uvodni/ke_stazeni/technika_zprac_bp_a_dp)>.
3. *Cestovní ruch v regionech České republiky*. Ostrava : Česká centrála cestovního ruchu, 2003. 83 s.
4. ČERTÍK, M, et al. *Cestovní ruch - vývoj, organizace a řízení*. Praha : OFF, 2001. 352 s.
5. DAVID, P., et al. *Chodsko – Domažlicko*. Praha : S&D, 2009. 240 s.
6. FORET, M; FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha : Grada Publishing, 2001. 180 s.
7. GÚČIK, M. *Krátký slovník cestovního ruchu*. Banská Bystrica : Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovního ruchu, 2004. 175 s.
8. HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy* . Praha : Fortuna, 2006. 223 s.
9. HLADKÁ, J. *Technika cestovního ruchu*. Praha : Grada Publishing, 1997. 161 s.
10. HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. Praha : Grada Publishing, 2003. 204 s.
11. HORNER, S; SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : Grada Publishing, 2003. 486 s.
12. HUŠEK, Z.; ŠUSTA, M.; PŮČEK, M. *Aplikace metody Balanced Scorecard (BSC) ve veřejném sektoru* [online]. Praha : Národní informační středisko pro podporu jakosti, 2006 [cit. 2010-04-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.mepco.cz/vystup/Publikace%20Aplikace%20metody%20Balanced%20Scorecard%20%28BSC%29.pdf>>.
13. KALMAN, M., et al. *Národní a regionální politiky a strategické dokumenty v oblasti cestovního ruchu*. Praha : Vzdělávací centrum pro veřejnou správu ČR, o.p.s., 2007. 103 s.
14. KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. *Balanced scorecard: strategický systém měření výkonnosti podniku*. Praha : Management Press, 2005. 267 s.
15. KIRÁĽOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha : Ekopress, 2003. 173 s.
16. *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013* [online]. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2007a [cit. 2010-12-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=9436a891-44cd-426a-88b9-373e4ce4900a>>.
17. KOTLER, P. *Marketing management*. Praha : Victoria, 1992. 789 s.
18. KOTLER, P; ARMSTRONG, G. *Marketing*. Praha : Grada Publishing, 2004. 855 s.
19. KOZEL, R., et al. *Moderní marketingový výzkum*. Praha : Grada, 2006. 277 s.
20. LABOUNKOVÁ, V., et al. *Metodická příručka pro zpracování strategických rozvojových dokumentů mikroregionů* [online]. Brno : Ústav územního rozvoje, 2009 [cit. 2010-03-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?PubID=108942&TypeID=7>>.
21. MORRISON, A. M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha : Victoria Publishing, 1995. 523 s.
22. ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha : IDEA SERVIS, 1992. 244 s.
23. PALATKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha : Grada, 2006. 341 s.
24. PICEK, M., et al. *Cestovní ruch na Šumavě* [online]. Stachy : Regionální rozvojová agentura Šumava o.p.s., 2007 [cit. 2010-03-03]. Dostupné z WWW: <[http://www.oete.de/tourism4nature/results/su\\_pictures/su03\\_tmp\\_cz.pdf](http://www.oete.de/tourism4nature/results/su_pictures/su03_tmp_cz.pdf)>.
25. *Plán péče o NCHKO Český les* [online]. Plzeň : Regionální rozvojová agentura Plzeňského kraje, 2003 [cit. 2010-02-24]. Dostupné z WWW: <<http://www.plzensky->

- kraj.cz/file.asp?name=1004102040127154450.pdf&folder=291>.
26. PROCHÁZKA, Z. *Domažlice-město*. Domažlice : Nakladatelství Českého lesa, 1993. 195 s.
  27. *Program rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji*. Plzeň : Krajský úřad Plzeňského kraje, 2004. 27 s.
  28. *Program rozvoje Plzeňského kraje - aktualizace* [online]. Plzeň : Plzeňský kraj, 2008 [cit. 2010-03-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.kr-plzensky.cz/file.asp?name=1005154090806073743.pdf&folder=1791>>.
  29. RAŠI, Š. *Marketing podniku cestovního ruchu*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2003. 160 s
  30. *Satelitní účet cestovního ruchu České republiky* [online]. Praha : Český statistický úřad, 2009 [cit. 2010-03-03]. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tabulky\\_satelitniho\\_uctu\\_cestovniho\\_ruchu](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tabulky_satelitniho_uctu_cestovniho_ruchu)>.
  31. *Strategický rozvoj destinace cestovního ruchu*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2007b. 89 s.
  32. *Strategie regionálního rozvoje* . Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj, 2006b. 107 s.
  33. VEBER, J. *Management: základy, prosperita, globalizace* . Praha : Management Press, 2002. 700 s.
  34. VLK, J, et al. *Monitoring mikroregionů Jihomoravského kraje. Metodická příručka pro zpracování strategických rozvojových dokumentů mikroregionů*. Brno : Ústav územního rozvoje, 2004. 13 s.
  35. VYSTOUPIL, J., et al. *Metody pro tvorbu strategických a programových dokumentů cestovního ruchu*. Brno : Masarykova univerzita, 2007a. 124 s.
  36. VYSTOUPIL, J., et al. *Návrh nové rajonizace cestovního ruchu České republiky*. Brno : Masarykova univerzita, 2007b. 108 s.
  37. WOKOUN, R., et al. *Regionální rozvoj. Východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování*.. Praha : Linde, 2008. 475 s.
  38. ZELENKA, J.; PÁSKOVÁ, M. *Výkladový slovník - kognitivní věda*. Hradec Králové : Gaudeamus, 2005. 181 s.

### Internetové zdroje

39. *Český statistický úřad* [online]. 2010 [cit. 2010-02-25]. Turistické regiony a oblasti. Dostupné z WWW: <<http://www2.czso.cz/xl/redakce.nsf/i/0207005>>.
40. *Turistické oblasti České republiky* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-23]. Asociace turistických informačních center. Dostupné z WWW: <<http://www.atic.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=115042>>.
41. *Charakteristika okresu Domažlice* [online]. 2010 [cit. 2010-02-23]. Český statistický úřad. Dostupné z WWW: <[http://www2.czso.cz/xp/redakce.nsf/i/charakteristika\\_okresu\\_domazlice](http://www2.czso.cz/xp/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_domazlice)>.
42. *Charakteristika Plzeňského kraje* [online]. 2010 [cit. 2010-02-23]. Český statistický úřad. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/xp/redakce.nsf/i/charakteristika\\_plzenskeho\\_kraje](http://www.czso.cz/xp/redakce.nsf/i/charakteristika_plzenskeho_kraje)>.
43. *Poloha - Šumava* [online]. 2005-2008 [cit. 2010-02-25]. Regionální informační servis. Dostupné z WWW: <<http://www.risy.cz/index.php?pid=202&sid=108&mid=5004>>.
44. *Czech.Republic.CZ - rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-23]. 07 Chodsko. Dostupné z WWW: <[http://www.atic.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=113893&id\\_t\\_oblasti=113893](http://www.atic.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=113893&id_t_oblasti=113893)>.
45. *Turistický portál České republiky* [online]. 2002-2010 [cit. 2010-02-23]. Chodsko. Dostupné z WWW: <[http://www.czecot.com/cz/?id\\_region=60](http://www.czecot.com/cz/?id_region=60)>.
46. *Turistický portál České republiky* [online]. 2002-2010 [cit. 2010-02-23]. Chodsko – perla Plzeňského kraje. Dostupné z WWW: <<http://www.czecot.com/cz/?page=14&cotid=6708>>.

47. *Turistické regiony a oblasti České republiky* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-23]. Etnografický subregion Chodsko. Dostupné z WWW: <<http://www.7.oblast.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=122574>>.
48. *CzechTourism* [online]. 2005-2010 [cit. 2010-02-25]. Turistické regiony v České republice. Dostupné z WWW: <<http://czechtourism.com/cze/cz/docs/what-to-see/tourist-regions/all/index.html>>.
49. *Tisícovky Čech, Moravy a Slezska* [online]. 2002-2009 [cit. 2010-02-25]. Český les. Dostupné z WWW: <<http://www.tisicovsky.cz/cs/hory/cesky-les/>>.
50. *Turistický průvodce POOH.cz* [online]. 2002 [cit. 2010-02-25]. Lyžařský areál Čerchov. Dostupné z WWW: <<http://www.pooh.cz/pruvodce/a.asp?a=2002473&db=444>>.
51. PIVEC, Jan. *Janpivec.wz.cz* [online]. 2001 [cit. 2010-02-26]. Porovnání klimatické regionalizace České republiky podle Moravce - Votýpky (1998) a Quitta (1971). Dostupné z WWW: <<http://janpivec.wz.cz/pivec.htm>>.
52. *InfoČesko* [online]. 2002-2010 [cit. 2010-02-26]. Babylonský rybník. Dostupné z WWW: <<http://zajimavosti.infocesko.cz/content/cesky-les-chodsko-stribrsko-prirodni-zajimavosti-vodni-plochy-babylonsky-rybnik.aspx>>.
53. *Turistický portál Plzeňského kraje* [online]. 2004-2010 [cit. 2010-02-26]. Horšovský Týn a okolí. Dostupné z WWW: <<http://www.turisturaj.cz/?cid=191>>.
54. *Raft.cz* [online]. 2010 [cit. 2010-02-26]. Řeka Radbuza. Dostupné z WWW: <<http://www.raft.cz/cechy/radbuza.aspx>>.
55. PIVOŇKOVÁ, Lenka. *Plzeňský kraj* [online]. 2007 [cit. 2010-02-26]. Maloplošná zvláště chráněná území. Dostupné z WWW: <<http://www.plzensky-kraj.cz/article.asp?itm=32819>>.
56. *Czech.Republic.CZ – rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-23]. Bobr evropský. Dostupné z WWW: <<http://www.atic.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=134000>>.
57. *Czech.Republic.CZ - rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Přírodní rezervace Herštýn. Dostupné z WWW: <<http://www.atic.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=130458>>.
58. *Czech.Republic.CZ - rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Přírodní rezervace Jezivec. Dostupné z WWW: <<http://www.atic.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=130459>>.
59. *Czech.Republic.CZ - rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Přírodní rezervace Nový Herštejn. Dostupné z WWW: <<http://www.atic.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=130464>>.
60. *Czech.Republic.CZ - rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Postřekovský rybníky. Dostupné z WWW: <<http://www.atic.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=131027>>.
61. *Czech.Republic.CZ - rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Sedmihoří. Dostupné z WWW: <<http://www.atic.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=130079>>.
62. *Czech.Republic.CZ - rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Přírodní rezervace. Dostupné z WWW: <[http://www.atic.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=142&id\\_t\\_oblasti=113893](http://www.atic.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=142&id_t_oblasti=113893)>.
63. *Turistické regiony České republiky* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Městská památková rezervace Domažlice. Dostupné z WWW: <<http://www.tourism.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=76953>>.
64. *Turistické regiony České republiky* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Městská památková rezervace Horšovský Týn. Dostupné z WWW: <<http://www.tourism.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=76955>>.
65. *Czech.Republic.CZ – rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Městská památková zóna . Dostupné z WWW: <[http://www.atic.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=454&id\\_t\\_oblasti=113893](http://www.atic.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=454&id_t_oblasti=113893)>.

66. *Czech.Republic.CZ - rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Vesnická památková zóna . Dostupné z WWW: <[http://www.atic.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=454&id\\_t\\_oblasti=113893](http://www.atic.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=454&id_t_oblasti=113893)>.
67. *Czech.Republic.CZ - rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Zámek a hrad Horšovský Týn. Dostupné z WWW: <<http://www.atic.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=76962>>.
68. *Wikipedie, otevřená encyklopedie* [online]. 2009 [cit. 2010-02-27]. Kostel sv. Mikuláše (Čečovice). Dostupné z WWW: <[http://cs.wikipedia.org/wiki/Kostel\\_svatého\\_Mikuláše\\_\(Čečovice\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Kostel_svatého_Mikuláše_(Čečovice))>.
69. *InfoČesko* [online]. 2002-2010 [cit. 2010-02-27]. Chodský hrad a muzeum Chodska. Dostupné z WWW: <<http://kultura.infocesko.cz/content/cesky-les-chodsko-stibrsko-kultura-muzea-chodsky-hrad-muzeum-chodska-domazlice.aspx>>.
70. *Turistický portál České republiky* [online]. 2002-2010 [cit. 2010-02-27]. Chodský hrad - hrad a muzeum . Dostupné z WWW: <[http://www.czecot.com/cz/turisticky-objekt/3393\\_chodsky-hrad-hrad-a-muzeum-domazlice](http://www.czecot.com/cz/turisticky-objekt/3393_chodsky-hrad-hrad-a-muzeum-domazlice)>.
71. *InfoČesko* [online]. 2002-2010 [cit. 2010-02-27]. Hrad Rýzmberek. Dostupné z WWW: <<http://hrady-zamky.infocesko.cz/content/cesky-les-chodsko-stibrsko-historicke-zajimavosti-hrad-ryzmberek.aspx>>.
72. *InfoČesko* [online]. 2002-2010 [cit. 2010-02-27]. Rozhledna Čerchov - Kurzova věž. Dostupné z WWW: <<http://www.atic.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=114480>>.
73. *Czech.Republic.CZ - rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Rozhledna Koráb. Dostupné z WWW: <<http://www.atic.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=130438>>.
74. *Czech.Republic.CZ - rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Pomník či památník. Dostupné z WWW: <[http://www.atic.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=76&id\\_t\\_oblasti=113893](http://www.atic.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=76&id_t_oblasti=113893)>.
75. *Czech.Republic.CZ - rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Muzeum. Dostupné z WWW: <[http://www.atic.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=68&id\\_t\\_oblasti=113893](http://www.atic.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=68&id_t_oblasti=113893)>.
76. *Czech.Republic.CZ - rezervační a informační systém* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Galerie. Dostupné z WWW: <[http://www.atic.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=9&id\\_t\\_oblasti=113893](http://www.atic.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=9&id_t_oblasti=113893)>.
77. *Turistické regiony a oblasti České republiky* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-02-27]. Chodské slavnosti a Vavřínecká pouť. Dostupné z WWW: <<http://www.chodsko.tourism.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=22052>>.
78. *Městské kulturní středisko Domažlice* [online]. 2005-2008 [cit. 2010-02-27]. Putování za folklorem. Dostupné z WWW: <<http://www.idomazlice.cz/cs/kultura-folklor/>>.
79. *Organizace cestovního ruchu* [online]. 2004 [cit. 2010-02-27]. Informační systém cestovního ruchu Písecka. Dostupné z WWW: <<http://www.icpisek.cz/docs/cz/ocr.xml>>.
80. *Český statistický úřad* [online]. 2009 [cit. 2010-02-27]. Cestovní ruch - časové řady. Dostupné z WWW: <[http://www.plzen.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cruuc\\_cr](http://www.plzen.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cruuc_cr)>.
81. *Český statistický úřad* [online]. 2010 [cit. 2010-02-27]. Plzeňský kraj - cestovní ruch. Dostupné z WWW: <[http://www.plzen.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/cestovni\\_ruch-xp](http://www.plzen.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/cestovni_ruch-xp)>.
82. *Český statistický úřad* [online]. 2009 [cit. 2010-02-20]. Regionální struktura pohostinských a ubytovacích provozoven za rok 2001. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2002edicniplan.nsf/p/9105-02>>.
83. *Turistický portál České republiky* [online]. 2002-2010 [cit. 2010-02-20]. Restaurace, kavárny, bary atd. Chodsko. Dostupné z WWW: <<http://www.czecot.com/cz/?page=10&fastregion=60>>.
84. *Statistická ročenka Plzeňského kraje - 10. Cestovní ruch, doprava* [online]. 2010 [cit. 2010-03-02]. Český statistický úřad. Dostupné z WWW:

- <<http://www.czso.cz/xp/edicniplan.nsf/kapitola/321011-09-2009-10>>.
85. *Oficiální web města Domažlice* [online]. 2009 [cit. 2010-03-02]. Program chodských slavností 2009. Dostupné z WWW: <<http://www.domazlice.info/volny-cas/chodske-slavnosti/chodske-slavnosti-2009/program-chodskych-slavnosti-2009.html>>.
  86. *Turistický portál České republiky* [online]. 2002-2010 [cit. 2010-03-02]. Sádek - lyžařské středisko. Dostupné z WWW: <[http://www.czecot.com/cz/lyzovani/363\\_sadek-klenci-pod-cerchovem](http://www.czecot.com/cz/lyzovani/363_sadek-klenci-pod-cerchovem)>.
  87. *Turistické regiony a oblasti České republiky* [online]. 1998-2010 [cit. 2010-03-02]. Chodsko - naučná stezka. Dostupné z WWW: <[http://www.chodsko.tourism.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=148&id\\_t\\_oblasti=113893](http://www.chodsko.tourism.cz/encyklopedie/seznam.phtml?typ=148&id_t_oblasti=113893)>.
  88. *Informační server ŠumavaNet.CZ* [online]. 1997-2007 [cit. 2010-03-02]. Značené turistické trasy v Českém lese. Dostupné z WWW: <<http://www.sumavanet.cz/www/fr.asp?tab=snet&id=3816&burl=>>>.
  89. *Výletnik.cz* [online]. 2009 [cit. 2010-03-02]. Cyklotrasy a cyklostezky. Dostupné z WWW: <<http://www.vyletnik.cz/cyklotrasy/>>.
  90. *Správa veřejného statku města Plzně* [online]. 2005-2009 [cit. 2010-03-02]. Mezinárodní cykloturistická trasa č. 3. Dostupné z WWW: <<http://www.svsmp.cz/view.php?cislocianku=2006040703>>.
  91. *Prela* [online]. 2009 [cit. 2010-03-02]. Jezdecká stáj Prela. Dostupné z WWW: <<http://www.prela.ic.cz/>>.
  92. *KickingHorse.cz* [online]. 2009 [cit. 2010-03-02]. Kicking horse ranch. Dostupné z WWW: <<http://www.kickinghorse.cz/>>.
  93. *Úvodní strana* [online]. 2005-2009 [cit. 2010-03-03]. Svazek Domažlicko. Dostupné z WWW: <<http://www.svazekdomazlicko.cz/cs/strategieaprojekty/>>.
  94. *Obecné informace* [online]. 2004 [cit. 2010-03-03]. Mikroregion Chodská liga. Dostupné z WWW: <[http://www.mikroregion.net/chodska\\_liga/cz/](http://www.mikroregion.net/chodska_liga/cz/)>.
  95. *Úvodní stránka* [online]. 2001-2010 [cit. 2010-03-03]. Místní akční skupina Český les. Dostupné z WWW: <<http://www.masceskyles.jz.cz/>>.
  96. *Dobrohost je dobrý hostitel* [online]. 2010 [cit. 2010-03-03]. Mikroregion Dobrohost. Dostupné z WWW: <<http://www.dobrohost.cz/>>.
  97. *Euroregion Šumava* [online]. 2001-2010 [cit. 2010-03-03]. Euroregion Šumava. Dostupné z WWW: <<http://www.euregio.cz/>>.
  98. *Citace 2.0* [online]. 2004-2010 [cit. 2010-03-03]. Generátor citací. Dostupné z WWW: <<http://citace.com/generator.php>>.
  99. *Turistický portál České republiky* [online]. 2002-2010 [cit. 2010-03-09]. Ekofarma Rybník. Dostupné z WWW: <[http://www.czecot.com/cz/ubytovani/13726\\_ekofarma-rybnik](http://www.czecot.com/cz/ubytovani/13726_ekofarma-rybnik)>.
  100. *Ekofarma* [online]. 2009 [cit. 2010-03-09]. Ekofarma Rybník. Dostupné z WWW: <<http://www.ekofarma.unas.cz/>>.
  101. *Metodická podpora regionálního rozvoje* [online]. 2010 [cit. 2010-03-10]. SWOT analýza. Dostupné z WWW: <<http://www.regionalnirozvoj.cz/index.php/swot-analyza.html>>.
  102. *Metodická podpora regionálního rozvoje* [online]. 2010 [cit. 2010-03-10]. Problémová analýza. Dostupné z WWW: <<http://www.regionalnirozvoj.cz/index.php/problemovea-analyza.html>>.
  103. *E-dotace.cz* [online]. 2010 [cit. 2010-04-01]. Katalog dotací. Dostupné z WWW: <<http://www.edotace.cz/katalog-dotaci/-/volny-cas-a-cestovni-ruch-51/-/plzensky-kraj-1868/kultura-54/#NUTS>>.
  104. *Nové rozdělení turistických regionů České republiky* [online]. 2010 [cit. 2010-04-12]. CzechTourism. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/media/tiskove-zpravy/nove-rozdeleni-turisticky-ch-regionu-ceske-republiky.html>>.

## **13. SEZNAM PŘÍLOH**

### **Příloha č. 1 – Obrázky**

Obrázek č. 1 – Poloha okresu Domažlice v rámci České republiky a Plzeňského kraje

Obrázek č. 2 – Okres Domažlice

Obrázek č. 3 – Turistická oblast Chodsko

Obrázek č. 4 – Chráněné krajinné oblasti a národní parky na území České republiky

Obrázek č. 5 – Klimatické oblasti České republiky

Obrázek č. 6 – Cyklotrasy Domažlice a okolí

Obrázek č. 7 – Nové členění turistických oblastí České republiky

Obrázek č. 8 – Metoda Balanced Scorecard pro organizace veřejného sektoru

### **Příloha č. 2 – Tabulky**

Tabulka č. 1 - Charakteristiky klimatických oblastí České republiky dle Quitta

Tabulka č. 2 – Vybrané údaje za cestovní ruch v Plzeňském kraji v letech 2004 – 2008

Tabulka č. 3 – Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu  
v Plzeňském kraji k 31.12.2008

Tabulka č. 4 – Počet hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle  
kategorie k 31.12.2008

Tabulka č. 5 – Počet pohostinských provozoven podle typu poskytovaných služeb  
v roce 2001

Tabulka č. 6 – Počet pohostinských provozoven podle charakteru provozu a podle  
kategorie počtu zaměstnanců v roce 2001

Tabulka č. 7 – Vybavenost kulturními, sportovními, školními a zdravotnickými  
zařízeními v Plzeňském kraji a v okrese Domažlice v roce 2006

Tabulka č. 8 – Počet pracovních míst a zaměstnaných osob v cestovním ruchu v České  
republice podle odvětví cestovního ruchu v roce 2006

Tabulka č. 9 – Hlavní ukazatele národního hospodářství a cestovního ruchu v České  
republice v letech 2003 – 2007 (v mil. Kč)

Tabulka č. 10 – Informační střediska Domažlice a okolí

### **Příloha č. 3 – Dotazník**



Obrázek č. 2

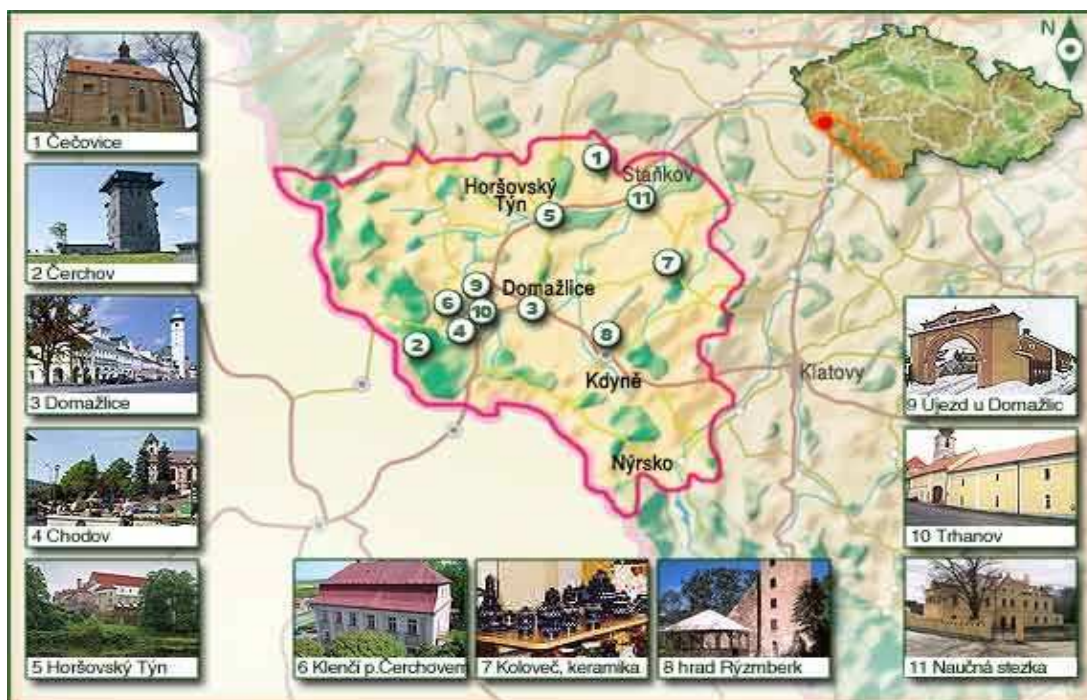
### Okres Domažlice



Zdroj: [www.mesta.obce.cz](http://www.mesta.obce.cz)

Obrázek č. 3

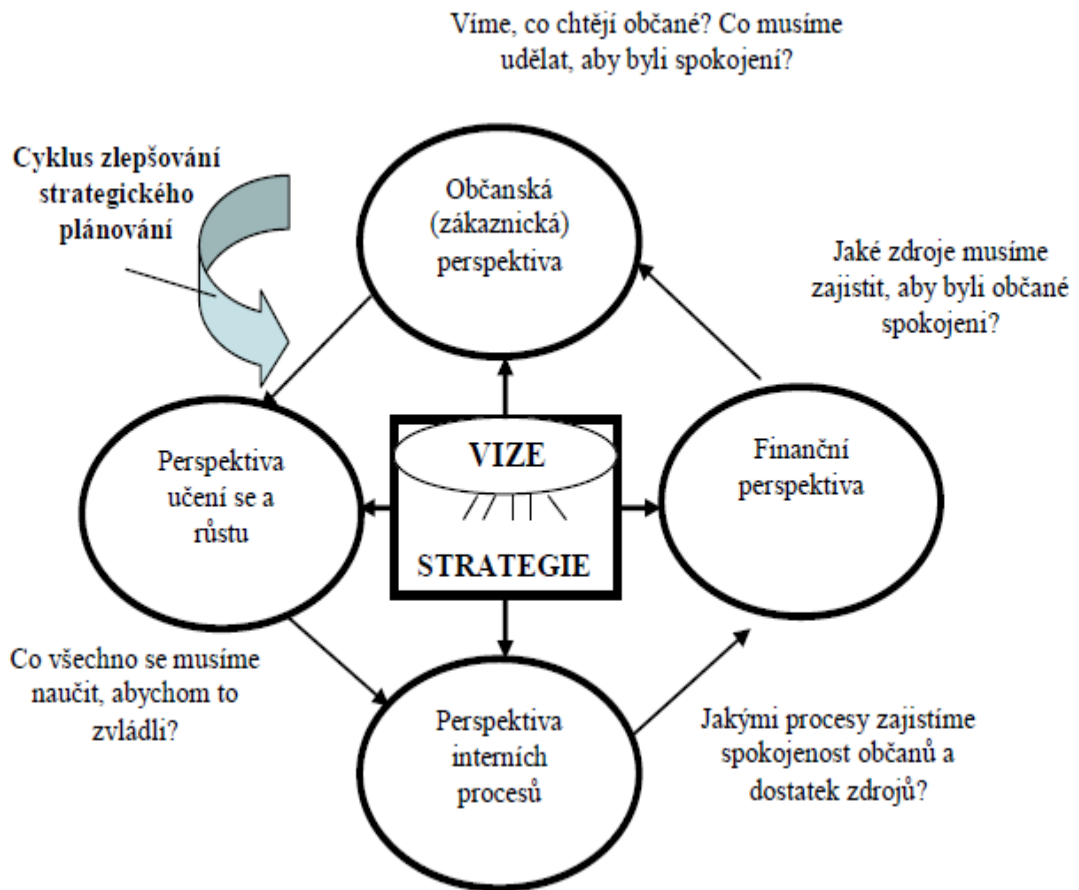
### Turistická oblast Chodsko



Zdroj: [http://www.atice.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=113893&id\\_t\\_oblasti=113893](http://www.atice.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=113893&id_t_oblasti=113893)

Obrázek č. 8

### Metoda Balanced Scorecard pro organizace veřejného sektoru



Zdroj: Metodická příručka pro zpracování rozvojových a programových dokumentů

Tabulka č. 2

**Vybrané údaje za cestovní ruch v Plzeňském kraji v letech 2004 – 2008**

	2004	2005	2006	2007	2008
Hromadná ubytovací zařízení celkem	426	418	417	517	501
v tom hotely ***** a ****	7	7	7	12	18
ostatní hotely a penziony	238	234	232	300	284
ostatní hromadná ubytovací zařízení	181	177	178	205	199
Pokoje celkem	7 655	7 466	7 566	9 182	9 608
Lůžka celkem	21 810	21 210	21 313	25 693	26 635
Průměrná cena a ubytování	270	277	288	302	.
v hotelu ***** a ****	1 257	1 188	1 395	1 175	.
v ostatních hotelech a penzionech	342	347	355	359	.
v ostatních hromadných ubytovacích zařízeních	138	148	156	167	.
Hosté	519 024	469 280	487 927	514 126	487 490
z toho nerezidenti	170 586	155 153	154 828	168 137	154 685
Přenocování	1 673 475	1 514 196	1 560 526	1 572 649	1 448 988
z toho nerezidenti	499 654	450 902	444 970	454 665	379 957

. údaje nejsou k dispozici

Zdroj: ČSÚ 2009

Tabulka č. 3

**Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu v Plzeňském kraji k 31.12.2008**

Území	Hromadná ubytovací zařízení	Pokoje	Lůžka
turistický region Šumava	748	10 424	30 279
turistická oblast Chodsko	50	838	2 511
okres Domažlice	49	835	2 497

Zdroj: ČSÚ 2009

Tabulka č. 4

**Počet hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle kategorie  
k 31.12.2008**

	Česká republika	Plzeňský kraj	Šumava	Chodsko	okres Domažlice
Hromadná ubytovací zařízení celkem	7 705	501	748	50	49
Hotely a podobná zařízení celkem	4 482	302	444	29	29
Hotely *****	41	-	1	-	-
Hotely ****	360	18	14	-	-
Ostatní hotely a penziony	4 081	284	429	29	29
Ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem	3 223	199	304	21	20
Kempy	509	40	55	4	3
Chatové osady a turistické ubytovny	941	58	80	8	8
Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	1 773	101	169	9	9

Zdroj: ČSÚ 2009

Tabulka č. 5

**Počet pohostinských provozoven podle typu poskytovaných služeb v roce 2001**

Území	Počet pohostinských provozoven			
	celkem	s podáváním jídel	s podáváním nápojů	s ostatními službami
Plzeňský kraj	1 524	681	780	63
okres Domažlice	215	75	128	12

Zdroj: ČSÚ 2009

Tabulka č. 6

**Počet pohostinských provozoven podle charakteru provozu a podle kategorie počtu zaměstnanců v roce 2001**

Území	Počet pohostinských provozoven celkem			
	charakter provozu		kategorie počtu zaměstnanců	
	celoroční	sezónní	0 – 19	20 a více
Plzeňský kraj	1 411	113	1 512	12
okres Domažlice	198	17	212	3

Zdroj: ČSÚ 2009

## Příloha č. 3

### Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Ivana Weberová a studuji cestovní ruch na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích. Ráda bych Vás požádala o spolupráci s vyplněním dotazníku pro výzkum mé diplomové práce s názvem „Možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Chodsko“.

Údaje z dotazníku budou využity pouze pro podklady mé diplomové práce.

Děkuji Vám za spolupráci.

#### 1) Z jakého místa přijíždíte?

#### 2) Jak dlouhý pobyt zde plánujete?

- a) bez přenocování                      b) do 2 přenocování                      c) do 7 přenocování                      d) více

#### 3) Už jste někdy navštívili tuto oblast?

- a) ne    b) ano, 1 – 3 krát    c) ano, více než 3 krát – kolikrát?

#### 4) Jaký je účel Vaší cesty?

- a) relaxace                                      b) poznávání                                      c) zábava                                      d) práce  
e) turistika a sport                              f) návštěva příbuzných                                      g) jiný

#### 5) Jaký typ ubytování využíváte?

- a) hotel\*\*\*                                      b) hotel \*\*, hotel\* nebo motel                                      c) penzion  
d) kemp/tábořiště                                      e) pronajatý apartmán/chata apod.                                      f) u známých/příbuzných  
g) nejsem zde ubytován h) jiné

#### 6) Které atraktivity jsou zde pro Vás nejlákavější?

- a) pěší turistika                                      b) cykloturistika                                      c) církevní památky                                      d) kulturní akce  
e) hrady, zámky, muzea f) společenský život a zábava                                      g) venkovská turistika                                      h) jiné

#### 7) Jak hodnotíte infrastrukturu oblasti?

(označte: 1 = velmi dobře, 2 = dobře, 3 = špatně, 4 = velmi špatně, N = neumím posoudit)

- a) rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit                                      d) úroveň komunikací, parkovišť a MHD  
b) rozsah a dostupnost stravovacích kapacit                                      e) nákupní možnosti vybavenost pro  
c) sportovní aktivity                                      f) společenské vyžití a zábava

#### 8) Jak hodnotíte následující služby v destinaci?

(označte: 1 = velmi dobře, 2 = dobře, 3 = špatně, 4 = velmi špatně, N = neumím posoudit)

- a) ubytovací služby                                      d) úroveň personálu ve službách  
b) stravovací služby                                      e) kulturně-spoločenské služby  
c) dopravní služby                                      f) cenová úroveň služeb

#### 9) Z jakých zdrojů jste se o této destinaci dozvěděli?

- a) internet                                      b) příbuzní/známí                                      c) turistická centra  
d) propagační materiály destinace                                      e) cestovní kancelář nebo agentura

#### 10) Co nejvíce v této destinaci postrádáte nebo naopak co vám vadí?

#### 11) Jaký je Váš věk?

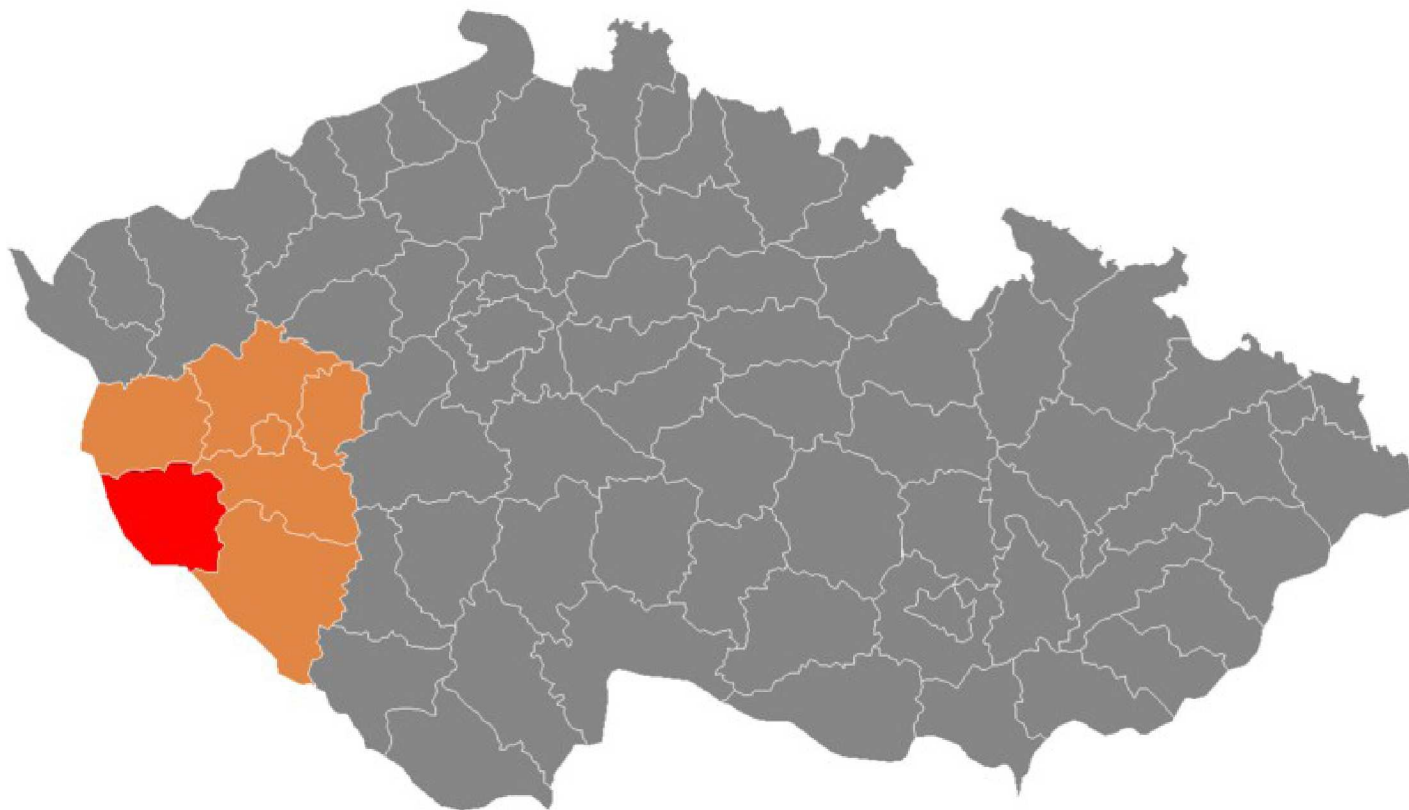
- a) do 25                      b) 26 - 34                      c) 35- 49                      d) 50 – 59                      e) 60 a více let

#### 12) Jste muž nebo žena?

**Příloha č. 1**

Obrázek č. 1

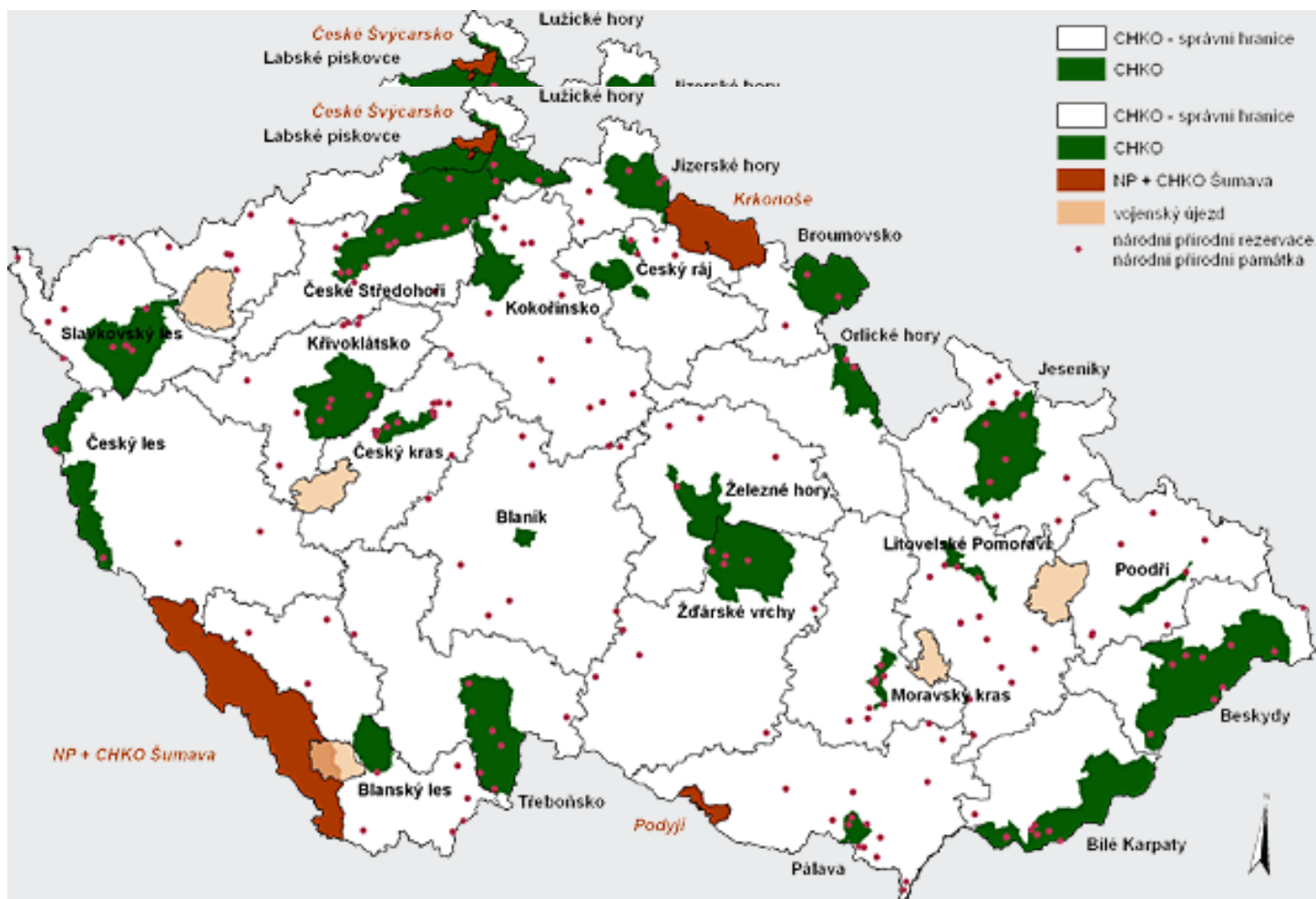
**Poloha okresu Domažlice v rámci České republiky a Plzeňského kraje**



Zdroj: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Okres\\_Domazlice](http://cs.wikipedia.org/wiki/Okres_Domazlice)

Obrázek č. 4

### Chráněné krajinné oblasti a národní parky na území České republiky

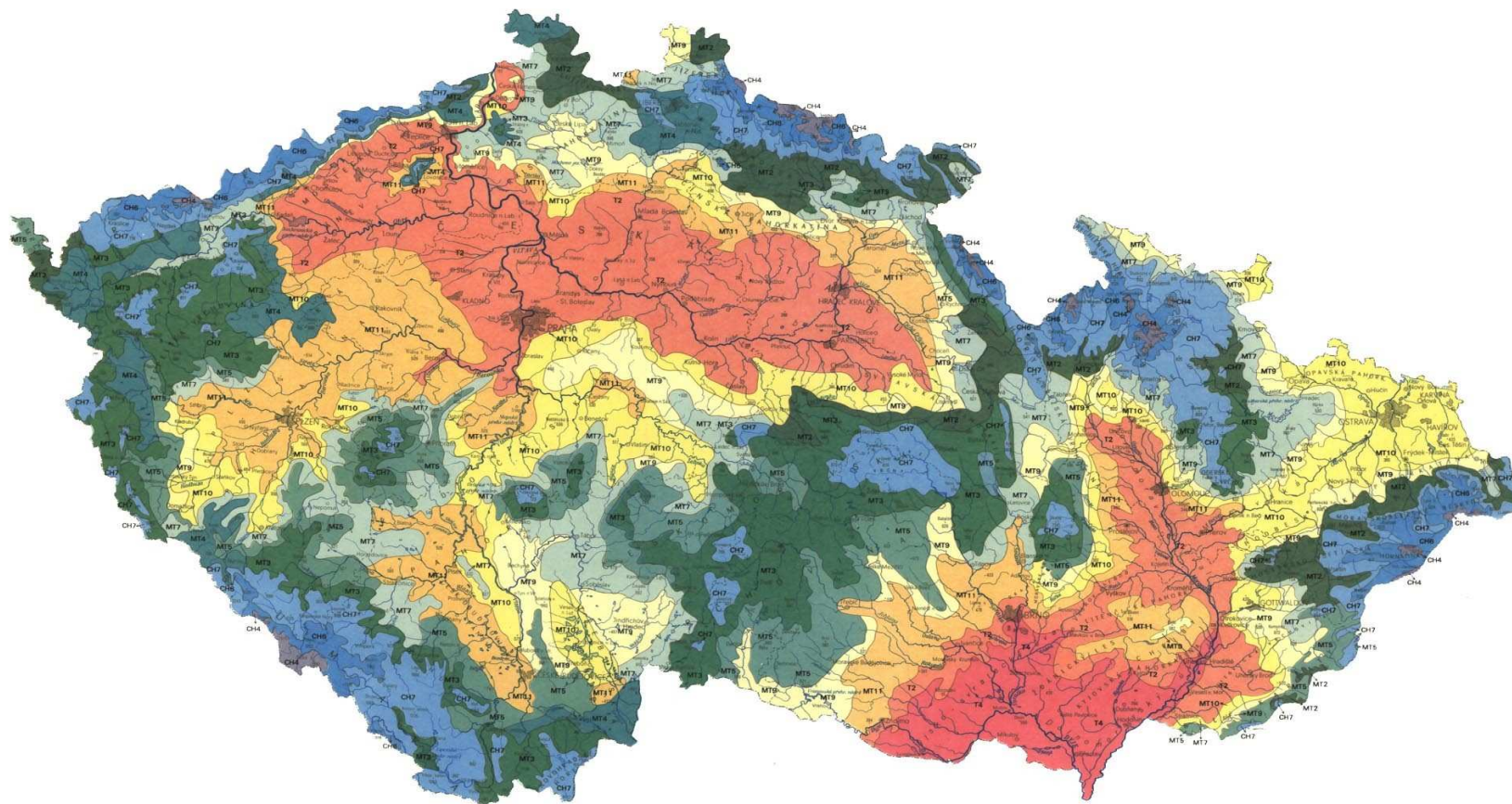


Zdroj: <http://www.ochranaprirody.cz/?cmd=page&type=102>



Obrázek č. 5

## Klimatické oblasti České republiky



Zdroj: <http://janpivec.wz.cz/pivec/002.htm>





## Příloha č. 2

Tabulka č. 1

### Charakteristiky klimatických oblastí České republiky dle Quitta (Quitt, 1971)

	TEPLÁ		MÍRNĚ TEPLÁ								CHLADNÁ		
	T2	T4	MT2	MT3	MT4	MT5	MT7	MT9	MT10	MT11	CH4	CH6	CH7
	oranžová	červená	khaki	tmavě zelená	olivová	zelená	světle zelená	světle žlutá	žlutá	okrová	šedá	modrá	světle modrá
Letní dny	50-60	60-70	20-30			30-40		40-50			0-20	10-30	
Počet dní s teplotou alespoň 10°	160-170	170-180	140-160	120-140	140-160						80-120	120-140	
Mrazové dny	100-110		110-130	130-160	110-130	130-140	110-130			160-180	140-160		
Ledové dny	30-40		40-50				30-40			60-70		50-60	
Leden °C	-2 - -3		-3 - -4		-2 - -3	-4 - -5	-2 - -3	-3 - -4	-2 - -3		-6 - -7	-4 - -5	-3 - -4
Duben °C	8-9	9-10	6-7					7-8		2-4		4-6	
Červenec °C	18-19	19-20	16-17				17-18			12-14	14-15	15-16	
Říjen °C	7-9	9-10	6-7				7-8			4-5	5-6	6-7	
Počet dní se srážkami alespoň 1 mm	90-100	80-90	120-130	110-120		100-120			90-100	120-140	140-160	120-130	
Srážkový úhrn ve vegetačním období	350-400	300-350	450-500	350-450			400-450		350-400	600-700		500-600	
Srážkový úhrn v zimním období	350-400	300-350	450-500	350-450			400-450		350-400	600-700		500-600	
Počet dní se sněhovou pokrývkou	40-50		80-100	60-100	60-80	60-100	60-80		50-60		140-160	120-140	100-120
Počet dní zatažených	120-140	110-120	150-160	120-150	150-160	120-150				130-150	150-160		
Počet dní jasných	40-50	50-60	40-50			50-60	40-50			30-40	40-50		

Zdroj: <http://www.ovocnarska-unie.cz/web/web-sispo/klimreg/tabreg.html>

Tabulka č. 7

## Vybavenost kulturními, sportovními, školními a zdravotnickými zařízeními v Plzeňském kraji a v okrese Domažlice v roce 2006

	Plzeňský kraj	okres Domažlice
<b>Kulturní zařízení/celkem</b>	<b>1 108</b>	<b>134</b>
Stálá kina	33	6
Veřejné knihovny včetně poboček	548	85
Muzea včetně poboček a samostatných památníků	46	7
Galerie včetně poboček, památníků, expozic a výstav	49	6
Divadla	14	0
Přírodní amfiteátry včetně letních kin	16	2
Střediska pro volný čas dětí a mládeže	31	1
Ostatní kulturní zařízení	371	27
<b>Sportovní zařízení/celkem</b>	<b>1 113</b>	<b>186</b>
Koupaliště a bazény s provozovatelem	84	18
Kryté bazény – z počtu koupališť a bazénů	14	2
Hřiště s provozovatelem	468	76
Tělocvičny včetně škol s přístupem veřejnosti	269	34
Stadiony otevřené	67	4
Zimní stadiony kryté i otevřené	12	1
Ostatní zařízení pro tělovýchovu	199	51
<b>Školská zařízení/celkem</b>	<b>588</b>	<b>74</b>
Mateřské školy	255	36
Základní školy	204	26

	Plzeňský kraj	okres Domažlice
<b>Školská zařízení/celkem</b>	<b>1 108</b>	<b>134</b>
Školy speciální	46	5
Střední odborné školy	32	3
Gymnázia	14	1
Střední odborná učiliště	30	2
Vyšší odborné školy	5	1
Vysoké školy	2	0
<b>Zdravotnická zařízení/celkem</b>	<b>58</b>	<b>5</b>
Přepočtený počet lékařů celkem	2 362	131
Nemocnice	10	1
Ambulantní zařízení	25	2
Sdružená ambulantní zařízení	9	0
Odborné léčebné ústavy	2	0
Léčebny dlouhodobě nemocných	3	0
Dětské domovy	9	2

Zdroj: ČSÚ 2009

Tabulka č. 8

Počet pracovních míst a zaměstnaných osob v cestovním ruchu v České republice podle odvětví cestovního ruchu v roce 2006<sup>1)</sup>

Ukazatel	Počet pracovních míst v cestovním ruchu <sup>3)</sup> <i>Number of jobs in tourism <sup>3)</sup></i>			Počet zaměstnaných osob v cestovním ruchu <i>Number of people employed in tourism</i>		
	Odvětví cestovního ruchu	Sebezaměstnaní <sup>2)</sup> <i>Self-employed <sup>2)</sup></i>	Zaměstnanci <i>Employees</i>	Celkem <i>Total</i>	Sebezaměstnaní <sup>2)</sup> <i>Self-employed <sup>2)</sup></i>	Zaměstnanci <i>Employees</i>
1 – Hotely a podobná zařízení	5 192	33 834	39 025	4 942	34 397	39 339
2 – Restaurace a podobná zařízení	22 379	48 227	70 606	22 778	49 571	72 349
3 – Osobní železniční doprava	2	7 365	7 367	2	7 364	7 366
4 – Osobní silniční doprava	3 563	12 163	15 725	3 598	12 060	15 658
5 – Osobní lodní doprava	12	75	87	11	75	87
6 – Osobní letecká doprava	7	4 390	4 397	7	4 412	4 419
7 – Doplnkové služby osobní dopravy	76	1 460	1 536	76	1 450	1 526
8 – Pronájem zařízení pro osobní dopravu	54	97	151	54	97	151
9 – Cestovní agentury a podobná zařízení	6 897	8 622	15 519	6 654	8 578	15 232
10 – Kulturní služby	1 578	10 611	12 188	1 613	11 172	12 786
11 – Sportovní a ostatní rekreační služby	507	1 707	2 213	518	1 761	2 278
<b>Charakteristická odvětví CR</b>	<b>40 266</b>	<b>128 549</b>	<b>168 815</b>	<b>40 254</b>	<b>130 937</b>	<b>171 191</b>
<b>Související odvětví CR</b>	<b>17 037</b>	<b>40 587</b>	<b>57 625</b>	<b>17 348</b>	<b>41 631</b>	<b>58 980</b>
<b>Nespecifická odvětví CR</b>	<b>1 102</b>	<b>8 203</b>	<b>9 305</b>	<b>1 076</b>	<b>8 218</b>	<b>9 293</b>
<b>Odvětví celkem</b>	<b>58 405</b>	<b>177 339</b>	<b>235 744</b>	<b>58 679</b>	<b>180 786</b>	<b>239 465</b>

Zdroj: ČSÚ 2009

1) Předběžná data

2) Vyjadřuje počet pracujících majitelů firmy a spolupracujících členů domácnosti, pro které je činnost ve firmě hlavním zaměstnáním

3) Počet pracovních míst přepočtený na plný úvazek

\* Roční průměr počtu zaměstnaných osob v hlavním zaměstnání



Tabulka č. 9

**Hlavní ukazatele národního hospodářství a cestovního ruchu v České republice  
v letech 2003 – 2007 (v mil. Kč)**

Ukazatel	2003 <sup>1</sup>	2004 <sup>1</sup>	2005 <sup>1</sup>	2006 <sup>2</sup>	2007 <sup>3</sup>
Produkce celkem (zc)	6 392 815	7 052 693	7 441 528	8 322 718	9 063 033
Mezispotřeba celkem (kc)	4 032 970	4 517 567	4 763 005	5 419 050	5 877 760
Hrubá přidaná hodnota celkem (zc)	2 359 845	2 535 126	2 678 523	2 903 668	3 185 273
Hrubý domácí produkt	2 596 094	2 814 159	2 987 125	3 218 977	3 539 995
Produkce cestovního ruchu (zc)	215 365	231 581	223 865	224 387	239 275
Mezispotřeba cestovního ruchu (kc)	135 865	148 338	143 286	146 102	155 180
<b>Podíl cestovního ruchu na hrubé přidané hodnotě (v %)</b>	<b>3,4</b>	<b>3,3</b>	<b>3,0</b>	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>
Hrubá přidaná hodnota cestovního ruchu (zc)	79 500	83 243	80 578	78 285	84 095
Daně cestovního ruchu	8 832	16 638	16 028	17 088	17 688
HDP cestovního ruchu	88 332	99 882	96 607	95 374	101 783
<b>Podíl cestovního ruchu na HDP (v %)</b>	<b>3,4</b>	<b>3,5</b>	<b>3,2</b>	<b>3,0</b>	<b>2,9</b>

Zdroj: Satelitní účet cestovního ruchu České republiky

<sup>1</sup> revidovaná data

<sup>2</sup> revidovaná semi-definitivní data

<sup>3</sup> předběžná data

(zc) základní ceny

(kc) kupní ceny

Tabulka č. 10

**Informační střediska - Domažlice a okolí**

<b>Město</b>	<b>Adresa</b>	<b>Telefonní číslo</b>	<b>E-mail</b>	<b>Webové stránky</b>
Bělá nad Radbuzou	Informační centrum Bělá nad Radbuzou Městská knihovna, 345 26 Bělá nad Radbuzou	-	knihovna@belanr.cz	www.sumavanet.cz/bela
Domažlice	Městská informační služba Domažlice Náměstí Míru 51, 344 01 Domažlice	379 725 852	mks@domazlice.cz	www.idomazlice.cz
Holýšov	Městské kulturní středisko a informační středisko Holýšov Americká 516, 345 62 Holýšov	379 491 111	mkis@holysov.info	www.mestoholysov.cz
Horšovský Týn	Regionální informační centrum Horšovský Týn Náměstí Republiky 105, 346 01 Horšovský Týn	379 422 247 776 801 593	info@horsovskytyn.cz	www.horsovskytyn.cz
Kdyně	Informační centrum města Kdyně Masarykova 12, 345 06 Kdyně	379 734 385	infocentrum@kdyne.cz	www.kdyne.cz
Klenčí pod Čerchovem	Informační středisko Klenčí pod Čerchovem	379 795 325	is@klenci.jz.cz	www.sumava.net/icklenci
Poběžovice	Informační středisko Poběžovice Náměstí Míru 210, 345 22 Poběžovice	379 497 889	info@pobezovice.cz	www.pobezovice.cz

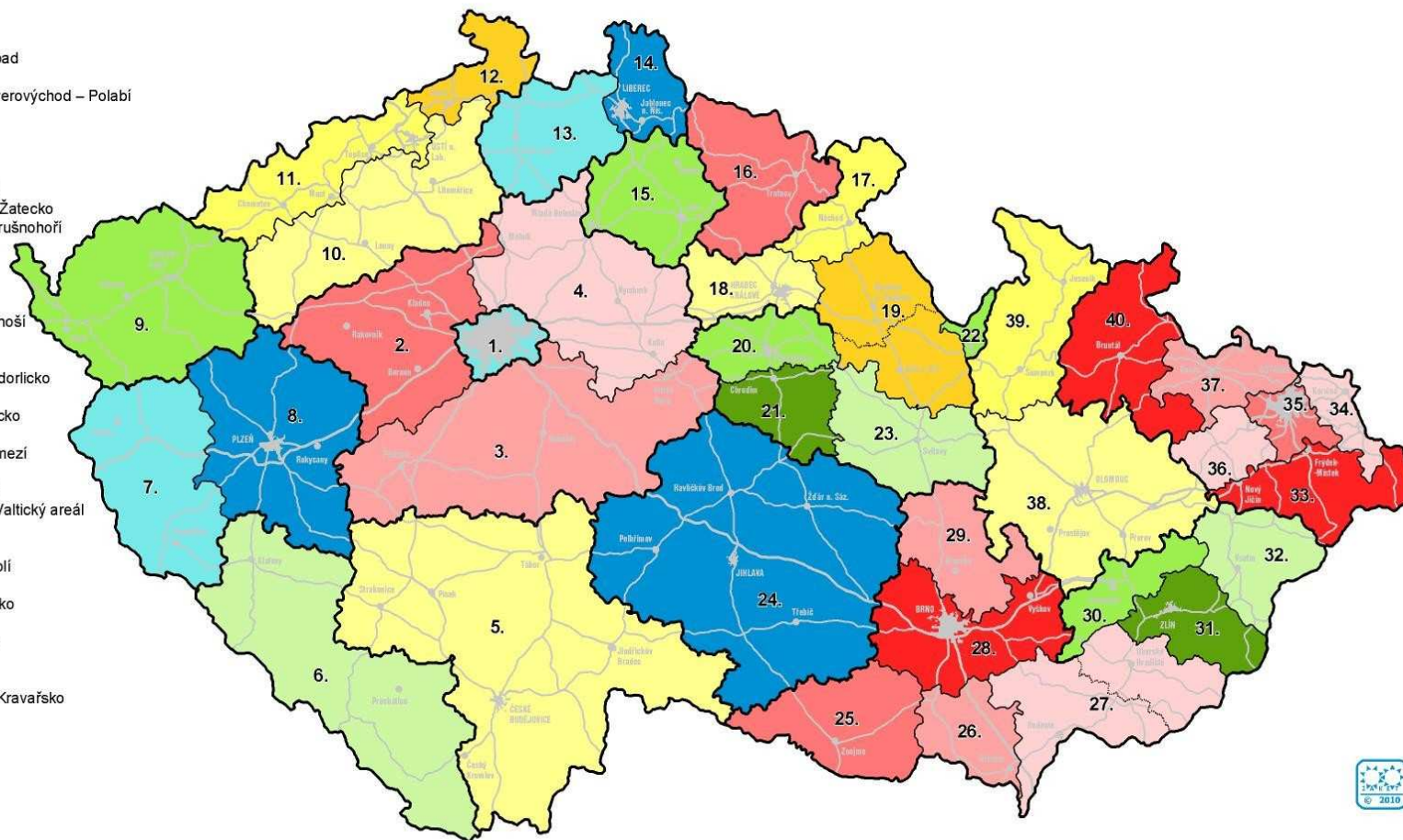
Zdroj: <http://www.czecot.com/cz/?page=21&fastregion=60>

Obrázek č. 7

## Nové členění turistických oblastí České republiky

### Turistické oblasti České republiky

1. Praha
2. Střední Čechy – západ
3. Střední Čechy – jih
4. Střední Čechy – severovýchod – Polabí
5. Jižní Čechy
6. Šumava
7. Český les
8. Plzeňsko
9. Západočeské lázně
10. České Středohoří a Žatecko
11. Krušné hory a Podkrušnohoří
12. České Švýcarsko
13. Českolipsko
14. Jizerské hory
15. Český ráj
16. Krkonoše a Podkrkonoší
17. Kladské pomezí
18. Hradecko
19. Orlického hory a Podorlicko
20. Pardubicko
21. Chrudimsko – Hlincecko
22. Králický Sněžník
23. Českomoravské pomezí
24. Vysočina
25. Znojemsko a Podyjí
26. Pálava a Lednicko-Valtický areál
27. Slovácko
28. Brno a okolí
29. Moravský kras a okolí
30. Kroměřížsko
31. Zlínsko a Luhačovičko
32. Valašsko
33. Beskydy – Valašsko
34. Těšínské Slezsko
35. Ostravsko
36. Poodří – Moravské Kravaňsko
37. Opavské Slezsko
38. Střední Morava
39. Jeseníky – západ
40. Jeseníky – východ



Zdroj: [www.czechtourism.cz/media/tiskove-zpravy/nove-rozdeleni-turistickyh-regionu-ceske-republiky.html](http://www.czechtourism.cz/media/tiskove-zpravy/nove-rozdeleni-turistickyh-regionu-ceske-republiky.html)