

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Zemědělská fakulta

Katedra cestovního ruchu



Studijní program: 6208 T Ekonomika a management

Studijní obor: obchodně podnikatelský obor

**Analýza a hodnocení vybraných ukazatelů pro řízení
cestovního ruchu v destinacích Domažlice, Plzeň,
České Budějovice**

Vedoucí diplomové práce:
doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc.

Autor:
Petra Duchková

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Analýza vybraných ukazatelů pro řízení cestovního ruchu v destinacích Domažlice, Plzeň, České Budějovice“ vypracovala samostatně na základě vlastních poznatků a za odborného vedení vedoucího diplomové práce doc. RNDr. Jiřího Vaníčka, CSc. Veškerá použitá literatura a jiné podkladové materiály jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

V Táboře, dne

.....

Petra Duchková

Poděkování:

Ráda bych touto cestou poděkovala panu doc. RNDr. Jiřímu Vaníčkovi, CSc. při vedení mé diplomové práce. Také bych ráda poděkovala své kolegyni Lucii Hlavínové za významnou pomoc při terénním dotazníkovém šetření a vedoucímu Městského informačního střediska v Domažlicích panu Stanislavu Antošovi za spolupráci při shánění informací o organizaci cestovního ruchu v Domažlicích.

OBSAH:

1	ÚVOD	3
1.1	Definice a význam cestovního ruchu.....	3
1.2	Cíl a metodika práce	4
1.2.1	Cíl práce.....	4
1.2.2	Metodika práce	4
1.3	Destinace cestovního ruchu	5
1.3.1	Potenciál destinace cestovního ruchu	6
1.3.2	Ekonomické přínosy cestovního ruchu do destinace.....	6
1.4	Satelitní účet cestovního ruchu.....	7
2	CHARAKTERISTIKA VYBRANÝCH MĚST	11
2.1	Domažlice a Plzeň reprezentanty Plzeňského kraje.....	11
2.2	Město Plzeň	12
2.2.1	Dopravní dostupnost.....	12
2.2.2	Infrastruktura cestovního ruchu v Plzni.....	14
2.2.2.1	<i>Organizace zajišťující aktivity cestovního ruchu</i>	<i>14</i>
2.2.2.2	<i>Strategický dokument rozvoje cestovního ruchu</i>	<i>15</i>
2.2.2.3	<i>Turistické značení</i>	<i>16</i>
2.2.2.4	<i>Kapacity služeb cestovního ruchu</i>	<i>17</i>
2.2.2.5	<i>Prezentace města na webových stránkách</i>	<i>18</i>
2.2.2.6	<i>Propagační brožury a průvodci.....</i>	<i>19</i>
2.2.2.7	<i>Prezentace na veletrzích a výstavách cestovního ruchu.....</i>	<i>20</i>
2.2.2.8	<i>Prezentace prostřednictvím programu „Kudy z nudy“</i>	<i>21</i>
2.2.3	Pivovarská tradice města Plzně	21
2.2.4	Plzeň - centrum kultury, sportu a společenských akcí.....	22
2.2.5	Přírodní atraktivity.....	26
2.2.6	Kulturní a historické památky	28
2.3	Město Domažlice	33
2.3.1	Dopravní dostupnost.....	34
2.3.2	Infrastruktura cestovního ruchu.....	35
2.3.2.1	<i>Organizace zajišťující aktivity cestovního ruchu</i>	<i>35</i>
2.3.2.2	<i>Strategický dokument rozvoje cestovního ruchu</i>	<i>35</i>
2.3.2.3	<i>Turistické značení</i>	<i>36</i>
2.3.2.4	<i>Kapacity služeb cestovního ruchu</i>	<i>36</i>
2.3.2.5	<i>Prezentace města na webových stránkách</i>	<i>37</i>
2.3.2.6	<i>Propagační brožury a průvodci.....</i>	<i>37</i>
2.3.2.7	<i>Prezentace města na veletrzích a výstavách cestovního ruchu</i>	<i>38</i>
2.3.2.8	<i>Prezentace prostřednictvím programu „Kudy z nudy“</i>	<i>38</i>
2.3.3	Chodská tradice v Domažlicích.....	38
2.3.4	Domažlice - centrum kultury a společenských akcí.....	39

2.3.5	Přírodní atraktivita.....	40
2.3.6	Kulturní a historické památky	41
2.4	Město České Budějovice – všeobecná charakteristika	43
3	INTERPRETACE A ANALÝZA ŠETŘENÝCH ÚDAJŮ	46
3.1	Způsob šetření.....	46
3.2	Vyhodnocení dotazníků.....	47
3.3	Atraktivita destinace	68
3.3.1	Pojem atraktivita.....	68
3.3.2	Výpočet atraktivity	68
3.3.2.1	<i>Plzeň</i>	<i>69</i>
3.3.2.2	<i>Domažlice</i>	<i>70</i>
3.3.2.3	<i>České Budějovice.....</i>	<i>71</i>
3.3.3	Zhodnocení výsledků atraktivity	71
3.4	Ekonomické přínosy pro destinaci.....	73
3.4.1	Denní výdaje návštěvníků	73
3.4.2	Celkové výdaje návštěvníků a jejich ekonomický přínos do města	74
3.4.2.1	<i>Turisté a výletníci</i>	<i>74</i>
3.4.2.2	<i>Všichni návštěvníci</i>	<i>76</i>
3.4.3	Výdaje obyvatel ve vztahu k demografickým ukazatelům.....	77
3.4.3.1	<i>Plzeň</i>	<i>77</i>
3.4.3.2	<i>Domažlice</i>	<i>78</i>
3.4.3.3	<i>České Budějovice.....</i>	<i>78</i>
4	ZÁVĚR	80
5	SUMMARY	82
6	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A JINÝCH ZDROJŮ.....	83
7	SEZNAM TABULEK A GRAFŮ	85
8	SEZNAM PŘÍLOH	87

1 ÚVOD

1.1 Definice a význam cestovního ruchu¹

Cestovní ruch je podle mezinárodně přijatých a uznávaných definic *„činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu ne delší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času, podnikání nebo jinými účely, nesouvisejícími s výkonem výdělečné činnosti v navštíveném místě“*. „Činností osob“ se rozumí specifická individuální záležitost cestující osoby (např. koupání, sportování, rybaření, lázeňská léčba, návštěva kulturních zařízení, návštěva veletrhu, obchodní jednání apod.) a nikoliv zkrácený výraz pro výrobně ekonomické činnosti, tak jak jsou klasifikovány v oborové klasifikaci ekonomických činností (OKEČ) a v rámci této klasifikace statisticky sledovány. Cestovní ruch není tedy odvětví v ekonomickém smyslu, tak jako např. průmysl, stavebnictví, zemědělství, nemůže být tedy jako tato odvětví statisticky sledován a hodnocen.

Cestovní ruch se zejména v poslední čtvrtině dvacátého století prosadil jako nejvýraznější společenský, kulturní a ekonomický jev. Na cestování a aktivitách spojených s cestovním ruchem se každoročně podílí značná část světové populace. Cestování lidí za poznáním, rekreací, sportem, kulturou, z náboženských důvodů anebo jen za účelem trávení volného času a rovněž tak z pracovních a obchodních důvodů se stalo neodmyslitelnou součástí života lidí a současného životního stylu. K rychlému růstu cestování přispěly nejen celkové změny ve společenském vývoji, v životní úrovni a ve zvýšení volného času lidí, ale též rozvoj dopravní infrastruktury, letectví, komunikačních spojení, rozvoj automobilismu, změny v politickém a ekonomickém vývoji a poměrná bezpečnostní stabilita hlavních světových regionů.

Cestování a cestovní ruch jsou aktivity, jejichž souhrn představuje jedno z největších světových ekonomických odvětví. Cestovní ruch je největším tvůrcem pracovních míst, jedním z největších exportních „odvětví“ a významný stimulátor investičních aktivit. O rozvoji cestovního ruchu svědčí to, že za uplynulých padesát let se počet turistů, kteří překročili hranice své domovské země zvýšil z 25 milionů v roce 1950 na cca 700 mil. v roce 2000. To představuje průměrný roční přírůstek téměř o 7 %. V rámci cestovního ruchu jde nejen o cestování v rámci příslušné země, resp. regionu (domácí cestovní ruch), ale též o cesty do zahraničí, ať již za poznáním, kulturou, rekreací nebo obchodem (zahraniční cestovní ruch). Celosvětový počet účastníků domácího cestovního ruchu, tj. domácích návštěvníků – rezidentů – na území sledované země, je samozřejmě mnohonásobně vyšší.

¹ zdroj pro celou kapitolu: Mag Consulting: Satelitní účet cestovního ruchu. In COT Business, 2002/02

Je zřejmé, že rozvoj cestovního ruchu bude v neztenčené míře pokračovat i v současném století s tím, že postupně, v souladu s rozvojem dopravních možností a postupující globalizací, se bude zvyšovat podíl nových regionů jako zájmových oblastí cestovního ruchu. Tyto nové destinace, včetně zámořských, se staly silným konkurentem tradičních turisticky významných zemí. Postupující restrukturalizace turistických destinací se v různé míře urychluje – nejen v důsledku zvyšujícího se zájmu lidí o nové cíle turistických cest, ale i díky všeobecné podpoře, kterou nové cílové země rozvoji podmínek pro cestovní ruch věnují. Tento trend se může projevit a také projevuje snižováním podílu tradičních turistických destinací na celosvětovém trhu, i když vzhledem k nárůstu cestování nemusí docházet k snižování absolutního počtu turistů. Proto v současné době sílí celosvětové konkurence turisticky významné země přijímají a realizují různé programy podporující rozvoj podmínek pro cestování. Uplatňují se nové moderní formy marketingu a řízení cestovního ruchu, a to i v rámci menších regionů, podporuje se rozvoj infrastruktury a dalších podmínek pro cestovní ruch, hledají se cesty využití nových lokalit a nových forem cestovního ruchu apod.

1.2 Cíl a metodika práce

1.2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je zmapování infrastruktury cestovního ruchu a výzkum návštěvnosti turistů ve městech Plzeň, Domažlice a České Budějovice. Na základě údajů zjištěných prostřednictvím dotazníkového šetření je následně úkolem vypočítat atraktivitu vybraných měst a ekonomické přínosy cestovního ruchu pro danou destinaci ve vztahu k demografickým ukazatelům a porovnat tyto ukazatele v rámci vybraných měst. Předmětem šetření této diplomové práce jsou města Plzeň a Domažlice, výsledky šetření třetího města České Budějovice důležité pro vzájemné porovnání budou převzaty od kolegyně Lucie Bártů.

1.2.2 Metodika práce

Písemnému zpracování diplomové práce předcházely téměř roční přípravy v podobě dotazníkového šetření provedeného v jednotlivých městech ve čtyřech ročních obdobích tak, aby byla zohledněna sezónnost návštěvnosti. První informace byly zjišťovány formou osobního dotazování již v zimě 2004 a následně pak ve zbývajících ročních obdobích roku 2005 v každém městě na různých místech, kde se koncentruje větší počet návštěvníků, tzn. zejména v blízkosti nejvýznamnějších památek, atraktivit, muzeí, ale i na vlakových a autobusových nádražích. V Plzni a v Českých Budějovicích bylo dotazováno 300 respondentů, v Domažlicích kvůli menší

frekvenci návštěv 200 respondentů. Informace získané touto cestou mají pro diplomovou práci nejcennější význam, jelikož jsou přímou výpovědí skutečných návštěvníků, která pomůže analyzovat situaci návštěvnosti ve vybraných městech.

V průběhu shromažďování údajů z dotazníkového šetření byla nastudována literatura vztahující se k dané tematice a následně použita pro charakteristiku základních pojmů. Pro vysvětlení termínů destinace cestovního ruchu a přínosy cestovního ruchu do regionu byly použity tituly Marketing destinace cestovního ruchu² a Jak rozvíjet místní cestovní ruch.³ K objasnění pojmu potenciál destinace bylo čerpáno z článku Lze měřit atraktivitu turistické destinace?⁴ uveřejněného v časopise COT Business. Toto periodikum posloužilo také k vysvětlení problematiky satelitního účtu v České republice a jeho významu pro cestovní ruch.

Pro charakteristiku vybraných měst sloužily výsledky vlastního šetření (např. při zjišťování návštěvnosti jednotlivých památek, způsobu organizace cestovního ruchu ve městě apod.), webové stránky, průvodci, prospekty nebo jiné publikace uvedené v Seznamu literatury.

V nejdůležitější části práce – interpretaci a analýze šetřených údajů – bylo čerpáno z literatury zaměřené na metodologii a aplikaci terénních průzkumů. Pro vysvětlení postupu a formy získávání informací v terénu byla použita publikace Marketingový výzkum, Metodologie a aplikace⁵. Převod údajů získaných dotazníkovým šetřením do databáze a následné vyhodnocení do podoby grafů a tabulek bylo uskutečněno na základě poznatků získaných v rámci předmětu Software v cestovním ruchu. Výpočet atraktivity vybraných destinací i přiblížení tohoto termínu bylo provedeno opět za pomoci metody uveřejněné v již zmíněném příspěvku do časopisu COT Business – Lze měřit atraktivitu turistické destinace?

1.3 Destinace cestovního ruchu⁶

„Destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací.“⁷ Jedná se tedy o cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická specifická nabídka atraktivit, služeb a další infrastruktury cestovního ruchu, jejichž výsledkem je dlouhodobá koncentrace návštěvníků. Pro mezinárodní návštěvníky může být destinací celá navštívená země, některý její region, nebo jako v případě předmětu mého šetření město. Každá turistická destinace má ovšem jiné předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, které určují její potenciál. Potenciál destinace vytváří přírodní

² Királová, A.: Marketing destinace cestovního ruchu, EKOPRESS, s. r. o., Praha 2003

³ Foret, M., Foretová, V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch, Grada Publishing, spol. s r. o., Praha 2001

⁴ Vaníček, J.: Lze měřit atraktivitu turistické destinace? In COT Business., 2006/04

⁵ Zbořil, K.: Marketingový výzkum Metodologie a aplikace, Vysoká škola ekonomická, Praha 1998

⁶ Pro převážnou část kapitoly čerpáno z publikace: Foretová, V. – Foret, M.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch, Grada Publishing, spol. s r. o., Praha 2001, s. 46 - 48

⁷ Királová, A.: Marketing destinace cestovního ruchu, EKOPRESS, s. r. o., Praha 2003, s. 15

a kulturní podmínky dané lokality a také poloha vzhledem k jiné turistické oblasti. Jedná se tedy o vlastnosti specifické pro daný region, kterými se liší od ostatních lokalit. Nelze je ovlivnit, ovšem při aplikaci destinačního managementu vhodně využít pro podporu a rozvoj daného regionu.

1.3.1 Potenciál destinace cestovního ruchu⁸

Potenciál destinace cestovního ruchu jsou dané vlastnosti regionu a současně utvářející podmínky pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace.⁹ Tvoří jej potenciál přírodní, kulturně-historický a kulturně-spoolečenský.

Přírodní potenciál destinace představuje soubor podmínek, které jsou významným činitelem a vnějším motivačním faktorem determinujícím účast na cestovním ruchu. V této souvislosti se jedná o geomorfologický (členitost terénu krajiny), klimatický (srážkové poměry, sluneční svit, větrnost), hydrologický (vodní toky a plochy, přírodní či uměle vytvořená) a biologický (fauna a flóra) potenciál. Mimořádná hodnota území může však být příčinou přísné regulace počtu návštěvníků v destinaci (např. Boubínský prales).

Kulturně-historický potenciál destinace tvoří uměle vytvořené, lokalizované složky produktu. Patří sem ty atraktivity cestovního ruchu, které svou hodnotou přitahují okruh návštěvníků (hrady a zámky, muzea, skanzeny, rezervace lidové architektury, sakrální památky, městské památkové rezervace, národně-historické památky, zábavní a tematické prvky). Uvedené atraktivity se mohou stát svou jedinečností specifickou předností destinace (např. Český Krumlov, Lednicko-Valtický areál).

Kulturně-spoolečenský potenciál reprezentují společenské, sportovní, kulturní a jiné akce, nebo-li uměle vytvořené a organizované složky produktu destinace. Jedná se např. o veletrhy, výstavy, kongresy a sympózia, hudební, folklorní a filmové festivaly a sportovní, náboženské nebo obchodní akce.

1.3.2 Ekonomické přínosy cestovního ruchu do destinace

Cestovní ruch je velmi těžko měřitelné odvětví terciárního sektoru národního hospodářství a svými multiplikačními efekty přináší do regionu již všeobecně známé faktory jako je zvýšení zaměstnanosti a s tím související nové pracovní příležitosti, ovšem také podporu investiční aktivity. Nejlépe viditelné jsou pro destinaci doajista přínosy ekonomické, ale cestovní ruch má pro danou lokalitu i velký komunikační význam.

⁸ pro celou kapitolu čerpáno z: Királová, A.: Marketing destinace cestovního ruchu, EKOPRESS, s. r. o., Praha 2003, s. 40 - 42

⁹ Királová, A.: Marketing destinace cestovního ruchu, EKOPRESS, s. r. o., Praha 2003, s. 16

Mezi *ekonomické přínosy* patří *přímé zdroje*, tedy výdaje (útrata) domácích i zahraničních turistů při návštěvě určité destinace, a *zdroje nepřímé*, mezi něž patří vytváření nových pracovních příležitostí a mezd, což umožňuje další spotřebu a investice, nákup nových informačních technologií a v neposlední řadě také údržbu a opravy zařízení sloužících cestovnímu ruchu. Dalším nepřímým zdrojem ekonomických přínosů cestovního ruchu jsou příjmy do veřejných rozpočtů z daní a poplatků, které přispívají k rozvoji měst.

Vedle měřitelných ekonomických přínosů má však cestovní ruch pro region také velký *komunikační význam*, jehož výkony nelze vyčíslit, ovšem jeho existence je nezbytná pro zajištění právě již zmiňovaných ekonomických přínosů. Aby tyto mohly vzniknout, je nutné návštěvníky do regionu přilákat a přesvědčit je k čerpání služeb cestovního ruchu a to zajišťuje právě komunikace. Jejím produktem je propagace cestovního ruchu (prostřednictvím výstav, veletrhů, konferencí, mezinárodních setkání, tištěných průvodců, propagačních letáků a v současné době stále více důležité prezentace regionu a nabídky služeb na webových stránkách) a dále tvorba s tím spojené image města v očích návštěvníků i domácích obyvatel. Image by měla být postavena na přírodních a historických zvláštnostech, ale v současné době by měla především vycházet z vědomostního, inovačního a myšlenkového potenciálu území. Dalším přínosem komunikace do regionu je fakt, že cestovní ruch pomáhá oslovit potenciální investory prostřednictvím místních památek, událostí a kulturních hodnot, čímž činí z těchto hodnot významné nástroje hospodářského rozvoje a tím je vlastně ekonomicky zhodnocuje. Vedle toho také cestovní ruch oslovuje i potenciální zákazníky či spolupracovníky místních subjektů (nejen podniků, ale například i vysokých škol) a napomáhá realizovat prosazení rozvojových aktivit a projektů.

1.4 Satelitní účet cestovního ruchu¹⁰

Cestovní ruch není ekonomicky a statisticky uzavřené odvětví, o němž existují vypovídající ekonomické ukazatele. Je souhrnem různých činností a aktivit lidí, které zasahují a prostupují v různé míře do mnoha ekonomických odvětví. Domácí i zahraniční účastníci cestovního ruchu spotřebovávají rozmanité služby a zboží před uskutečněním cesty, v rámci navštívené destinace i po skončení cesty.

Statistické informace o povaze, vývoji a důsledcích cestovního ruchu jsou zatím založené hlavně na statistikách o příjezdech návštěvníků, o počtu přenocování a na informacích pro

¹⁰ zdroj pro celou kapitolu: Mag Consulting: Satelitní účet cestovního ruchu. In COT Business, 2002/02; Mag Consulting: Satelitní účet cestovního ruchu – 2. část. In COT Business, 2002/03; Český statistický úřad: Příprava satelitního účtu v ČR, Praha 2004

platební bilanci, jako jsou příjmy a výdaje v rámci zahraničního cestovního ruchu, což však zdaleka nevystihuje celou problematiku a ekonomickou váhu cestovního ruchu.

Satelitní účet cestovního ruchu je z metodického hlediska precizně konstruovanou soustavou tabulek, které na podkladě vyjádření ekonomických vztahů nabídky a poptávky umožňují kvantifikovat ekonomický přínos průmyslu cestovního ruchu v celkové ekonomice příslušné země. Základ navržené metody spočívá zejména v identifikaci domácí nabídky a spotřeby turistických produktů (komodit), tvorby přidané hodnoty průmyslem cestovního ruchu, hrubé tvorby základního kapitálu (investic) a zaměstnanosti generované cestovním ruchem. Soustava satelitního účtu cestovního ruchu tak umožní určit vliv základních činností cestovního ruchu na ostatní odvětví ekonomiky, umožní zvýraznit jeho multiplikační efekt a vyjádřit hodnotově jeho přínosy pro tvorbu hrubého domácího produktu, pro příjmy státu, státních i místních rozpočtů i pro rozvoj zaměstnanosti. Je tedy významným argumentem a podpůrným nástrojem pro tvorbu hospodářské politiky a ekonomických rozhodnutí, která mohou ovlivňovat vývoj cestovního ruchu.

Satelitní účet definuje řadu globálních standardů, podle nichž lze měřit skutečný přínos cestovního ruchu pro národní hospodářství. Zaměřuje se na:

- procentní podíl cestovního ruchu na tvorbě HDP
- podíl cestovního ruchu na vytváření pracovních míst
- na objem kapitálových investic vyvolaných cestovním ruchem
- na daňové příjmy z aktivit cestovního ruchu a
- na vliv cestovního ruchu na platební bilanci státu.

Výpočet těchto ekonomických ukazatelů se provádí prostřednictvím přínosu cestovního ruchu do ostatních odvětví, přičemž cestovním ruchem se zde rozumí „průmysl cestovního ruchu“ a „ekonomika cestovního ruchu“. „Průmysl cestovního ruchu“ lze definovat jako souhrn odvětví, jejichž produkce je charakteristická pro cestovní ruch, jako jsou hotelová zařízení, restaurační činnost, letecká doprava, půjčování dopravních prostředků, maloobchod, kulturní a zábavní podniky, rekreační zařízení apod., tzn. tam, kde návštěvník přímo spotřebovává zboží nebo služby cestovního ruchu. Širší pojem „ekonomika cestovního ruchu“ zahrnuje jak výše uvedený průmysl cestovního ruchu, tak i příslušný podíl navazujících odvětví, jejichž dodávky zboží a služeb slouží průmyslu cestovního ruchu, resp. jejichž činnost je vyvolána poptávkou cestovního ruchu (např. stavebnictví, výrobci a dodavatelé investičních zařízení, dopravních prostředků, energie, pohonných hmot, potravin, surovin, materiálů, služeb atd.).

Metodika satelitního účtu cestovního ruchu je odvozena od metodiky národních účtů¹¹, které sledují ekonomické toky v zemi, tedy i přínosy a investice cestovního ruchu. Nejsou však dostatečně zřetelné a v rámci národních účtů odděleně sledované, protože cestovní ruch, jak již bylo uvedeno, není klasifikován jako samostatná ekonomická aktivita, jako ekonomické odvětví. Všechny komodity, které jsou produkovány a spotřebovány při uspokojování poptávky v cestovním ruchu, jsou zahrnuty v účtech odvětví, které tyto komodity produkují a v účtech rozdělení a užití těchto odvětví (tj. domácností, nefinančních podniků, finančních institucí, vládních institucí a neziskových organizací sloužících domácnostem).

Pro překonání tohoto problému byly navrženy satelitní účty, které svou koncepci a data čerpají z národních účtů, avšak jsou formulovány a konstruovány tak, aby specifikovaly konkrétní ekonomické aspekty činností, které jsou v souboru národních účtů identifikovány neadekvátně a nedostatečně. Např. metodika národního účetnictví nám poskytuje údaje o produkci, mezispotřebě a přidané hodnotě odvětví pohostinství a ubytování (OKEČ 55), to však samo o sobě není pouze aktivitou cestovního ruchu, i když poptávka cestovního ruchu představuje v tomto odvětví výraznou část činnosti. V rámci satelitního účtu je od každého statisticky definovaného a v rámci národního účetnictví sledovaného odvětví vyčleněna příslušná část ekonomické aktivity, která je generována poptávkou cestovního ruchu. Ve svém souhrnu pak satelitní účet je schopen poskytnout ucelený přehled o makroekonomických agregátech cestovního ruchu.

Účel a smysl satelitního účtu cestovního ruchu lze tedy stručně shrnout takto:

- poskytuje údaje o cestovním ruchu, které se striktně opírají o systém národního účetnictví a jsou slučitelné s doporučeními WTO a Statistické komise OSN k statistice cestovního ruchu a které tak umožňují vzájemné porovnání s jinými odvětvími ekonomiky i mezi jednotlivými zeměmi;
- umožňuje analyzovat cestovní ruch z ekonomického hlediska, umožňuje hlubší pohled na význam cestovního ruchu a jeho sociálně ekonomické funkce a na jeho přínosy pro ekonomiku;
- poskytuje sestavu porovnatelných mezinárodních účtů, které fungují v rámci národních účetních principů a umožňuje tak stanovit přidanou hodnotu cestovního ruchu v rámci jednotně definovaného koherentního systému;
- poskytuje informace o zaměstnanosti v jednotlivých turistických odvětvích, indikuje produktivní funkce turistických odvětví a jejich vzájemnou provázanost s ekonomikou;

¹¹ standardizovaná metodika doporučená OSN – SNA93

- poskytuje údaje o rozsahu kapitálových investic do odvětví cestovního ruchu, o základním jmění a kapitálové základně a nástroje pro analýzu jejich vazeb na turistickou nabídku;
- nabízí vhodný referenční rámec pro tvorbu analytických modelů při změnách ve vstupech nabídky i poptávky v turistických odvětvích.

Absence některých informací o cestovním ruchu, především o jeho pozitivních dopadech na ekonomický vývoj a vývoj zaměstnanosti se projevuje i v České republice. Koncepce státní politiky cestovního ruchu České republiky¹² uvádí mezi hlavními problémy dalšího rozvoje cestovního ruchu v České republice nedostatečnou vypovídací schopnost statistiky. Nejde pouze o dosud neúplnou aplikaci Směrnice o sběru statistických informací v oblasti cestovního ruchu¹³, kterou členské státy EU uplatnily v zákonech, nařízeních a administrativních opatřeních v termínu do 23. 11. 1996, ale především o vymezení velikosti a dynamiky odvětví cestovního ruchu, o vyjádření přínosů pro zaměstnanost, pro tvorbu hrubého domácího produktu, pro příjmy státního a místních rozpočtů apod. Ke zkvalitnění těchto souhrnných informací doporučila Koncepce zabývat se problematikou identifikace přínosů cestovního ruchu a postupně sestavit satelitní účet cestovního ruchu i za Českou republiku. Český statistický úřad proto vydal v roce 2004 publikaci Příprava satelitního účtu cestovního ruchu v České republice. Tato studie obsahuje definice základních pojmů z oblasti cestovního ruchu, informace o příčinách vzniku potřeby sestavování satelitního účtu cestovního ruchu ve světě a historii tvorby metodiky satelitního účtu cestovního ruchu. Dále je zde nastíněn obecný metodický rámec tvorby satelitního účtu cestovního ruchu i jeho specifika pro Českou republiku, včetně zdrojů dat a některých problémů s nimi souvisejících. V přílohách jsou k dispozici také první vzorové verze některých základních tabulek satelitního účtu cestovního ruchu České republiky pro rok 2003. V současné době se tedy pracuje na sestavení satelitním účtu cestovního ruchu České republiky.

¹² schválená usnesením vlády č. 717 z dne 14. 7. 1999

¹³ schválená usnesením vlády č. 717 z dne 14. 7. 1999

2 CHARAKTERISTIKA VYBRANÝCH MĚST

2.1 Domažlice a Plzeň reprezentanty Plzeňského kraje

Obě města, která jsou předmětem šetření, tedy Plzeň jako krajské město a Domažlice jako významný reprezentant lidového folklóru v západních Čechách, leží v Plzeňském kraji, který svou rozlohou zaujímá třetí místo mezi 14 kraji České republiky, ovšem z demografického hlediska je poměrně řídko osídlen a s počtem obyvatel se řadí až na deváté místo. Ze statistických údajů ovšem také vyplývá, že Plzeňský kraj z hlediska návštěvnosti zaostává za ostatními kraji. Podle údajů Českého statistického úřadu se v I. – III. čtvrtletí roku 2005 ubytovalo v hromadných ubytovacích zařízeních Plzeňského kraje celkem 394 989 hostů, což znamená desáté místo mezi kraji.

Mezi pět nejnavštěvovanějších turistických cílů Plzeňského kraje patří tři atraktivity krajského města Plzně - Zoologická a botanická zahrada, Divadlo J. K. Tyla a pivovar Plzeňský Prazdroj, další dvě – zámek Kozel a hrad Rabí se nachází v okolí Plzně.¹⁴ Velkou zásluhu na návštěvnosti celého kraje má ovšem vedle Plzně velice přitažlivá přírodní atraktivita – pohoří Šumava. Sem jezdí tuzemští i zahraniční turisté v letní i v zimní sezóně za sportem a turistikou a pro milovníky přírody je v tomto kraji jasným vítězem. Plzeň má bohužel v tomto směru ztíženou pozici, jelikož jako sídlo s velkou koncentrací průmyslu a silniční dopravy, je zde životní prostředí extrémně narušeno ve srovnání s ostatními lokalitami kraje. Návštěvníci tohoto regionu ovšem míří také na řadu kulturních památek, mezi které patří barokní zámek Manětín, klášterní konvent v Plasích (národní kulturní památka), zříceniny gotických hradů Radyně a Buben, renesanční zámek Kaceřov, zřícenina hradu Rabštejn nad Střelou, renesanční zámek Horšovský Týn, vodní hrad Švihov, již zmíněný zámek Kozel a hrad Rabí, barokní zámek Nebílovy, zámek Lužany, klášter v Kladrubech, hrad Kašperk, zřícenina gotického hradu Libštejn a mnoho dalších. Nabídku přírodních atraktivit vhodných pro rekreaci v kraji zastupuje přehradní nádrž Hracholusky a vodáky hojně využívaná řeka Berounka.

Domažlice přitahují pozornost mnoha návštěvníků zejména svými tradičními každoročními Chodskými slavnostmi a Plzeň jako významné kulturní centrum je navštěvována zejména kvůli nespornému symbolu města – pivovaru Plzeňský Prazdroj, i kvůli dalším historickým památkám, muzeím a řadě kulturních akcí. Jaký podíl návštěvnosti mají jednotlivé turistické cíle v rámci Plzeňského kraje žádné statistiky bohužel nesledují.

¹⁴ zdroj: www.plzensky-kraj.cz, Fondy a programy EU, Regionální operační program 2007 – 2013 - Priority Plzeňského kraje pro čerpání strukturálních fondů EU v období 2007 – 2013

2.2 Město Plzeň

Plzeň je čtvrtým největším městem v České republice. V západní části Čech zaujímá významné dominantní postavení silného průmyslového, obchodního, kulturního a správního centra. Historickým předchůdcem města Plzně byl někdejší strážní hrad z 10. století v dnešním Starém Plzenci. Kvůli lepším podmínkám pro průmyslový rozvoj však bylo centrum města přesunuto dále na severozápad, kde bylo na soutoku čtyř řek - Úslavy, Úhlavy, Radbuzy a Mže - založeno českým králem Václavem II. v roce 1295 nové královské město Plzeň na proslulém šachovnicovém půdorysu - ukázka vyspělého gotického urbanismu. Výhodná geografická poloha nejen mezi Prahou a zemskými hranicemi, ale i na mezinárodní trase Norimberk – Vídeň, mu umožnila rychlý ekonomický rozvoj. V dnešní Plzni žije zde zhruba 136 000¹⁵ obyvatel a její historické jádro bylo v roce 1989 prohlášeno městskou památkovou rezervací.

Plzeň nabízí turistům k prohlídce množství kulturních a historických památek a bohaté kulturní prostředí, k jehož nejhodnotnějším tradicím patří činnost Divadla J. K. Tyla. Je také dějištěm kulturních akcí a festivalů mezinárodního významu - Smetanovské dny, Skupova Plzeň, Historický víkend, festival Na ulici, Pilsner Fest, Mezinárodní bienále kresby či festival Divadlo.

Úsilí o zkvalitnění úrovně vzdělání vyvrcholilo v roce 1991 založením Západočeské univerzity. Neobyčejně široká je také síť středních odborných škol, gymnázií a škol uměleckých. V Plzni působí také mezinárodní instituce - Alliance Francaise, Anglická knihovna, Rakouská knihovna a Americké centrum. Duchovní tradice města byly posíleny založením biskupství v roce 1993.

Nejen za kulturními památkami přijíždějí do Plzně její návštěvníci. Stále více se rozmáhá fenomén „nákupní turistiky“, který je díky množství nákupních center ve městě a v současnosti třem hypermarketům v nákupních zónách na okrajových perifériích města (Tesco - Rokycanská, Olympia – Černice a Carrefour – Borská pole) velice rozšířen. Lokalita na Borským navíc nabízí řadu pracovních příležitostí, jelikož je významnou průmyslovou zónou s řadou podniků s velkou účastí zahraničních investorů.

2.2.1 Dopravní dostupnost¹⁶

Plzeň je významným uzlem silniční i železniční dopravy. Městem procházejí téměř všechny důležité hlavní silnice regionu, kříží se zde i důležité železniční trati.

¹⁵ přesný údaj k 31. 12. 2004 je 162 627 obyvatel (zdroj: Statistická ročenka Plzeňského kraje 2005)

¹⁶ zdroj: Regionální plán Plzeňského kraje, www.kr-plzensky.cz

Silniční doprava

Město leží 80 km jihozápadně od Prahy, 60 km od hranic se Spolkovou republikou Německo na trase z Prahy do Rozvadova (směr Norimberk, Paříž), kterou tvoří dálnice D5 Praha - Plzeň - Rozvadov. Dálnice je součástí koridoru transevropské dopravní sítě a její ústřední stavbou je obchvat Plzně, který bude dokončen v roce 2006 a s jeho otevřením Němci současně plně zprovozní 30 kilometrů dálnice A6 z Rozvadova do Ambergu, kde se napojí na dálnici A93 Amberg-Řezno-Mnichov a poprvé se tak propojí východoevropská dálniční síť se západoevropskou. Další komunikace evropského významu, které prochází Plzní jsou ve směru přes Karlovy Vary do Spolkové republiky Německo, přes České Budějovice do Rakouska a přes Železnou Rudu do Německa (do Mnichova). Mapa silniční dopravní sítě je součástí Přílohy č. 1.

Železniční doprava

Západočeská metropole je významným uzlem mezinárodních železničních koridorů Praha-Plzeň - Cheb - Norimberk a Plzeň - Domažlice - Furth im Wald - Mnichov. Tyto tratě jsou součástí III. železničního koridoru vedeného ze Slovenska přes Ostravu na Prahu a Plzeň a poté dále, jak již bylo uvedeno, a současně evropských železničních magistrál propojujících urbanizovanou strukturu v koridoru Brest - Paříž - Norimberk - Plzeň - Praha. Město je tedy dobře přístupné i po železnici ze sousedících zemí a odtud napojením dalších transevropských koridorů z celé Evropy. Do budoucna je ovšem nutno provést přestavbu železničního uzlu Plzeň a také modernizaci a optimalizaci traťových úseků na úrovni celostátních drah, aby vyhovovali rychlostním a výkonnostním parametrům. Mapa železniční dopravní sítě je součástí Přílohy č. 2.

Letecká doprava

Z hlediska letecké dopravy nemá město významný potenciál, jelikož se zde nachází pouze neveřejné mezinárodní letiště Plzeň-Líně. Ovšem dostupnost nejbližšímu a zároveň nejvýznamnějšímu mezinárodnímu letišti v České republice – Praze Ruzyni je poměrně nízká. Nachází se asi 80 km od Plzně a po dálnici D 5 se dostanete automobilem do Prahy za 60 minut.

Hromadná doprava

V Plzni je dosud zachován příznivý podíl osob využívajících hromadnou dopravu. Význam hromadné dopravy se zvýší s dokončením integrovaného dopravního systému s dosahem do nejbližšího regionálního zázemí města. Vyššímu využívání hromadné dopravy brání technický stav vozového parku a rychlost přepravy. Velkým problémem města je parkování. Nedostatky parkovacích míst jsou téměř ve všech částech Plzně, nejvíce v centru a panelových sídlištích. Pěší a cyklistická doprava má stoupající trend.

Cyklistická doprava¹⁷

Plzeň prochází pouze mezinárodní a nadregionální cyklotrasy. Regionální a místní cyklotrasy, které směřují z okolních okresů do města Plzně jsou napojeny na vnější okruh města. Tento okruh je pro přehlednost v mapové Příloze č. 3 vyznačen jako regionální trasa. Jediná mezinárodní cyklotrasa procházející Plzeň s označením trasa č. 3 Praha - Plzeň - Regensburg vede přes hraniční přechod Všeruby a je vyznačena pouze z 1/3 své délky. Mezi nadregionální trasy vedoucí městem patří cyklotrasa č. 31 vedoucí z Plzně do Jihočeského kraje směrem na Blatnou a cyklotrasa č. 35 vedoucí z Plzně přes Manětín do Karlovarského kraje. Kraj v roce 2004 nechal zpracovat projekt Nadregionální cyklistické trasy Plzeňského kraje. Rada se usnesla na podpoře výstavby páteřní mezinárodní cyklistické trasy Praha - Plzeň - Regensburg jako cyklostezky (300 mil. Kč). Zpracování návrhu cyklotras nadregionálního významu ovlivnilo i návrh dvou nových nadregionálních cyklotras č. 37 a č. 38. Cyklotrasa č. 37 – tzv. Stezka přátelství povede z Bavorska přes hraniční přechod Železná směrem na Stříbro a dále na Plzeň. Cyklotrasa č. 38 začíná na hraničním přechodu v Alžbětíně a vede přes Železnou Rudu směrem do Klatov a odtud na Přeštice a dále do Chlumčan, kde se napojuje na mezinárodní trasu č. 3.

2.2.2 *Infrastruktura cestovního ruchu v Plzni¹⁸*

2.2.2.1 Organizace zajišťující aktivity cestovního ruchu¹⁹

Rozvoj cestovního ruchu v Plzni je součástí činnosti Regionální rozvojové agentury Plzeňského kraje a dále pak sdružení obcí – v případě Plzně Sdružení města a obcí Plzeňského kraje. Koordinace činnosti podnikatelských subjektů v oblasti cestovního ruchu je však zatím ve vývoji, vesměs založená na účelové spolupráci a individuální iniciativě.

Ústřední organizací, která vykonává veškeré aktivity spojené s cestovním ruchem v Plzni je **Oddělení prezentace a marketingu** kanceláře primátora města, **sekce Cestovní ruch**, které od roku 1998 zastává funkci koordinátora cestovního ruchu pro celý region Plzeňsko. Od tohoto roku je cestovní ruch zajišťován kontinuálně a jeho činnosti je zaměřena na „budování“ turistického regionu Plzeňsko. Zaměření na vybudování a propagaci regionu bylo nezbytné vzhledem k absenci jakékoliv společné nabídky. Proto Oddělení prezentace a marketingu (s grantem České centrály cestovního ruchu a příspěvkem okresů) vydalo jako základní materiál

¹⁷ zdroj: <http://www.iri.cz/vuc/plzen-navrh/zprava>, <http://cyklo.net/view.php?cislocianku=2006010301-Rozvoj-cyklisticke-dopravy-v-roce-2006-v-krajich-CR&rstema=3>

¹⁸ Pro celou kapitolu byly údaje, které nejsou označeny jinou poznámkou, čerpány z turistického portálu www.regiomix.cz

¹⁹ Pro tuto podkapitolu bylo čerpáno ze zdroje: www.plzen-city.cz

tzv. imigový prospekt Region Plzeňsko (2001) a Katalog cestovního ruchu regionu Plzeňsko (2002). Jeho pracovníci zajišťují v souvislosti s cestovním ruchem tyto činnosti:

- výroba a distribuce propagačních materiálů o městě i regionu (od turistických letáků až po reprezentační prospekty), výroba a distribuce propagačních předmětů,
- zajišťování prezentací města (+ regionu) na veletrzích a prezentačních akcích (do roku 2002 cca 10 – 12 akcí ročně, z toho 5-8 zahraničních)
- prezentační akce v rámci města Plzně (např. Apriliáda), spolupráce s pořadateli akcí v centru města)
- zajišťování prezentací pro české i zahraniční novináře v Plzni a v regionu Plzeňsko
- zajišťování funkce koordinátora agentury CzechTourism pro turistický region Plzeňsko
- propagační texty v tisku, odborných časopisech a materiálech jiných vydavatelů
- inzerce v českých i zahraničních časopisech i publikacích
- zajišťování činnosti Městského informačního střediska (příspěvek z rozpočtu města, metodická pomoc)
- spolupráce se subjekty cestovního ruchu (Krajský úřad Plzeňského kraje, turistické cíle, instituce, podnikatelé)
- organizace akcí na podporu cestovního ruchu
- koncepční práce (konzultace cestovního ruchu v rámci Programu rozvoje města a Programu rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje)

Subjektem, který zprostředkovává kontakt mezi nabídkou cestovního ruchu a turisty, jsou informační centra, se kterými Oddělení prezentace a marketingu spolupracuje. **Městské informační centrum** má v Plzni celkem tři pracoviště, kde mohou návštěvníci využít nabídky turistických cílů a doprovodných služeb. Jedna pobočka je umístěna na hlavním vlakovém nádraží, druhá v centru města na náměstí Republiky a třetí v Prešovské ulici. Informační centrum pomáhá turistům sestavit program podle jejich přání a zajišťuje i rezervaci hotelů, restaurací nebo služby průvodce.

2.2.2.2 *Strategický dokument rozvoje cestovního ruchu*²⁰

Plzeň nemá zpracovaný samostatný dokument na úrovni Koncepce cestovního ruchu, ovšem touto problematikou se zabývá Program rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji, který v rámci marketingové strategie kraje rozdělil jeho území na tzv. marketingové celky. Plzeň je zahrnuta do subregionu Plzeňsko, kde je charakterizován potenciál oblasti, příklady mezinárodní

²⁰ zdroje pro kapitolu: Strategické dokumenty uvedené v textu, www.kr-plzensky.cz, www.plzen-city.cz, ČTK: Hoteliéři a majitelé restaurací v Plzeňském kraji mají federaci, tisková zpráva ČTK, Plzeň 2005/11 – www.businessinfo.cz

i národní konkurence a konkurenční pozice regionu, dále je vymezen charakteristický produkt, marketingové rysy a segmentační kritéria pro cílové skupiny klientů.

Na úrovni města Plzně se však touto problematikou zabývá *Program rozvoje města z roku 2002*.²¹ Situační analýza mapuje nabídku a služby, kterými Plzeň disponuje v oblasti cestovním ruchu a nástroje, kterými lze zajistit rozvoj této oblasti. Hlavní nedostatky jsou zde vymezeny v tom, že Plzeň jako významnému obchodnímu centru chybí výstavní prostory pro konání veletrhů a jiných výstavních akcí a hotel vyšší kapacity s patřičnými prostory pro možnosti konání kongresů a jiných jednání většího významu. Stávající kvalita ubytovacích kapacit také často neodpovídá zařazení do kategorie ubytovacího zařízení podle mezinárodních standardů a jejich počet (zejména hotelů) a vytížení je v Plzni vzhledem k ostatním regionům v kraji nízké. Dalším nedostatkem je absence technického muzea jako symbolu strojírenské výroby, která je s Plzní spjatá (Škodovy závody) a je prezentována pouze v nedostačujících prostorách Muzea Škoda.

Zpráva o plnění realizačního plánu 2005 již hovoří o tom, že byla založena obecně prospěšná společnost, která zahájila jednání o získání budovy pro nové muzeum Technorama Emila Škody a k jehož výstavbě je již zpracována dokumentace. Mimo toho jsou součástí Akčního plánu 2005 další úkoly v rámci cestovního ruchu, které byly již splněny popř. přeloženy na další rok, jejich seznam je součástí Přílohy č. 4. Problém s výstavními prostory však doposud přetrvává, jelikož jediné prostory výstaviště, které bylo zlikvidováno, byly pronajaty zahraničním investorům, jejichž záměr není dosud zcela jasný, ale s největší pravděpodobností využijí prostory ke stavbě dalšího obchodního centra. Nedostatky ubytovacích kapacit jsou také v řešení, jelikož v roce 2005 byla založena Národní federace hotelů a restaurací ČR Plzeňského kraje, která sdružuje 8 velkých hotelů a restaurací (3 hotely přímo v Plzni) a jejíž cílem je garantovat kvalitu služeb a zajistit přísun informací z hotelnictví. Federace je partnerem magistrátu města v oblasti společného zajišťování velkých akcí typu sympózií a sportovních podniků a ve spolupráci s městskými inoency připravuje jednotný městský informační systém hotelů a restaurací.

2.2.2.3 Turistické značení²²

Na základě jednotného značení kulturních a turistických cílů v České republice vydalo Ministerstvo dopravy a spojů Vyhlášku č. 30/2001 Sb., kde jsou kodifikovány i dopravní značky "Kulturní nebo turistický cíl - návěst" a "Kulturní nebo turistický cíl". Podle této vyhlášky mají veškeré historické a kulturní památky, muzea, galerie a sakrální památky v Plzni své turistické

²¹ v části Situační analýza tématu Hospodářský rozvoj a cestovní ruch

²² zdroj: www.plzen-city.cz/article.asp?itm=1991, tisková zpráva Informační a orientační značení – navádění na turistické cíle v Plzni z 15. 12. 2004

značení v podobně hnědých značek, které uvádí konkrétní turistický cíl doplněný popř. vhodným symbolem (nebo výstižným piktogramem) a navádí provoz až k určenému turistickému cíli. Mimo tohoto místního označení se Plzni podařilo na konci roku 2005 zrealizovat proznačení tří nejvýznamnějších turistických cílů města - Městské památkové rezervace, Pivovaru a Pivovarského muzea a ZOO Plzeň - systémem dopravního informačně orientačního značení od dálnice až do centra města k záchytným parkovištím. Dopravní značky jsou umístěny při příjezdu od Prahy na dálnici D 5, dále při příjezdu z Rozvadova a od severu při příjezdu od Karlových Varů. Další navádění k cíli je provedeno směrovými dopravními značkami na silnicích I. třídy a místních komunikacích.

2.2.2.4 Kapacity služeb cestovního ruchu²³

Přehled kapacit standardních zařízení cestovního ruchu, tedy ubytovacích a stravovacích, je uveden v Tabulce č. 1. Žádné statistiky ovšem nesledují přesný počet těchto zařízení a zdrojem informací pro tento přehled se stal regionální turistický internetový portál www.regiomix.cz, tudíž je výčet pouze orientační.

Tabulka č. 1 – Přehled ubytovacích a stravovacích zařízení v Plzni

Ubytovací zařízení	Počet	Stravovací zařízení	Počet
apartmány	1	bary	60
chaty, bungalovy	1	cukrárny	21
hotely**	1	čajovny	5
hotely***	9	kavárny	27
kempy	3	pivnice, hostince	36
penziony	53	pizzerie	15
priváty	18	restaurace	188
turistické ubytovny	18	vinárny	22
Celkem	104	Celkem	374

zdroj: www.regiomix.cz

Z doplňkových služeb Plzeň nabízí celkem 120 komunálních podniků, které poskytují návštěvníkům péči o tělo, jedná se zejména o depilaci, epilaci, kadeřnictví, léčebnou kosmetiku, masáže, solária, sauny, salóny krásy, nehtové modeláže, manikúry a pedikúry. Sportovci mohou ve městě využít celkem 82 sportovních a turistických zařízení, mezi které patří bowling, fitness, horolezecká stěna, 2 zimní stadióny (krytý a venkovní), tenisové kurty (kryté i venkovní), plavecké bazény a koupaliště (z toho 4 kryté bazény), tělocvičny, víceúčelová hřiště se

²³ zdroj pro celou kapitolu: www.regiomix.cz

správce, nebo dva golfové areály, z nichž se jeden nachází přímo v Plzni a druhý na severovýchodním okraji města u obce Dýšina. Sportovní aktivity doplňuje 8 půjčoven sportovních potřeb (půjčovny lodí, lyží a snowboardů), celkem 4 prodejny rybářských potřeb, ale také tři billiardové kluby. Zahraniční turisté mohou využít služeb směnárny situované na hlavním autobusovém i vlakovém nádraží a na dalších celkem 17 místech v Plzni. Pro výlety v okolí mohou turisté také využít služeb 4 autopůjčoven a pro jinou přepravu celkem 7 podniků taxi služeb. Kulturní přehled zahrnuje v Plzni celkem 6 muzeí, 5 galerií, 10 divadel, 6 stálých kin a nově otevřené (únor 2006) multikino v nákupní zóně Olympia Plzeň, 2 letní amfiteátry včetně letních kin a 6 ostatních kulturních zařízení.

2.2.2.5 Prezentace města na webových stránkách

Prezentaci města Plzně jako turistického cíle zajišťuje řada turistických internetových portálů. Základním z nich je **www.plzen-city.cz**, jež představuje město z pohledu občana, podnikatele nebo turisty. Stránky jsou k dispozici i v anglickém a německém jazyce. Nalezneme zde základní statistické údaje o městě, složení městského zastupitelstva, otevírací hodiny a adresy úřadů, důležitá telefonní čísla, rady k vyplnění formulářů v elektronické podobě, rozvojové plány města, odkazy na jiné důležité stránky týkající se Plzně, to vše, pokud si zvolíme v menu návštěvník stránek jako občan. Turista nám potom nabízí přehled veškerých historických i přírodních památek města, odkaz na informační centra i další turistické portály a přehledy všech kulturních, společenských a tradičních akcí, které se v Plzni během roku konají. Návštěvník - turista si také přímo na těchto stránkách může vybrat některý z nabízených turistických typů a předem sestavených turistických tras s různou tematikou (Historické centrum, Po stopách plzeňského piva, Sakrální památky Plzně, trasa zahrnující památky židovské tematiky). Nechybí zde ovšem ani odkaz na návštěvu ostatních kulturních a historických památek v celém Plzeňském kraji.

Www.czecot.com je turistickým informačním portálem, který představuje a nabízí jako turistický cíl celou Českou republiku s odkazy na jednotlivé turistické regiony, které návštěvníka zajímají. Tento portál je přístupný mimo češtiny v dalších osmi světových jazycích. V rámci Plzně je zde velmi pěkně zpracována nabídka návštěvy města opět s určitou tematikou. Titulek Ochutnejte Plzeň! láká návštěvníky k absolvování Velké pivovarské trasy, která vybízí nejen k poznání historické i současné výroby piva návštěvou pivovaru Plzeňský Prazdroj, ale také k jeho ochutnávání v některé z mnoha hospůdek a návštěvě nejznámější plzeňské restaurace U Salzmannů. Další nabídka Plzeň kulturní a historická doporučuje okruh po významných historických stavbách včetně Západočeského muzea a pro nábožensky založené návštěvníky je tu

Plzeň církevní, která odkazuje na nejvýznamnější sakrální památky města. Mimo těchto tematicky zaměřených okruhů portál umožňuje návštěvníkům zorientovat se ve městě i v jeho okolí prostřednictvím interaktivní turistické či cykloturistické mapy, využít možnost virtuální prohlídky ve vybraných atraktivitách, což může být velkým motivem k osobní návštěvě, prohlédnout si fotogalerii turistických cílů, popř. prokliknout se odkazem přímo na jejich internetové stránky, kde mohou zjistit podrobné informace. Prezentace města je doplněna aktuální předpovědí počasí, přehledem sportovních, kulturních akcí (koncertů a výstav) a zařízeními, jež tuto nabídku poskytují (divadla, kina, koncertní sály). Odkazy na dopravu umožňují vyhledat patřičné autobusové nebo vlakové spojení, odkazy na ubytování zase nabízí výběr z několika typů ubytovacích zařízení ve městě, stejně tak nechybí ani odkaz na přehled stravovacích zařízení. Sportovně aktivní turisté si zde mohou prohlédnout nabídku cyklotras nebo možnost využít golfové areály v Plzni.

Na webových stránkách naleznou zájemci řadu dalších portálů nevyjímaje stránky agentury Czech Tourism, které nabízí Českou republiku v jednotlivých turistických regionech (v případě Plzně Plzeňský kraj), stejně tak prezentují Plzeňsko další regionální servery, které ovšem ve většině případů pro zjištění podrobných informací odkazují návštěvníky na domovský portál města Plzně www.plzen-city.cz, jež byl zmíněn v úvodu.

2.2.2.6 Propagační brožury a průvodci

Prezentaci města jako turistické destinace si Plzeň zajišťuje i tištěnou formou prostřednictvím čtyř základních propagačních brožur, které mají stejnou formu a jsou barevně rozlišeny podle tématu každé z nich. První obsahuje ucelený přehled turistických cílů s telefonickými kontakty, adresou a otevírací dobou, druhá propaguje památky především obrazovou formou a krátkým popisem vztahující se k její historii, třetí je zaměřená na gastronomii a obsahuje výčet nejvýznamnějších plzeňských restaurací, barů a vináren včetně jejich otevíracích dob, adres a telefonních kontaktů a poslední doporučuje víkendový program pro celou rodinu včetně ukázkového itineráře na oba víkendové dny, je doplněný nabídkou plzeňských klubů pro možný večerní program, plánem Plzně s vyznačenými turistickými cíly, ale i inspirací k výletům do okolí Plzně. Všechny brožury jsou vydány v českém, anglickém a německém jazyce a svou cestu k návštěvníkům si najdou prostřednictvím informačních center nebo kulturních památek (např. Západočeské muzeum), kde jsou volně k dispozici na propagačních stojanech. K těmto základním brožurám jsou dále vydávány letáky tištěné příležitostně při konání kulturních nebo společenských akcí, popřípadě týkající se pivovarské tradice v Plzni, dále např. kalendář kulturních akcí, nabídka zoologické a botanické zahrady,

pozvánky na umělecké výstavy nebo koncerty. Dokonce i návštěvníkům ze vzdálenějších východoasijských zemí vyšlo město vstříc a vydalo pro ně informační leták s přehledem základních údajů o Plzni (geografické, historické, kulturní) v čínštině.

Nejen v informační středisku, ale také na pultech knihkupectví je k dostání knižní průvodce Plzní, který provádí návštěvníky opět po kulturních a historických památkách, restauracích a dalších zařízeních poskytující doplňkové služby cestovního ruchu. Oddělení prezentace a marketingu v Plzni vydalo také prospekt Region Plzeňsko (2001) a Katalog cestovního ruchu regionu Plzeňsko (2002).

2.2.2.7 Prezentace na veletrzích a výstavách cestovního ruchu

Do roku 2002 se Plzeň jako turistický cíl prezentoval každoročně v počtu kolem 10 – 12 akcí (z toho 5 – 8 mezinárodních) na veletrzích, výstavách a ostatních akcích spojených s cestovním ruchem. Seznam akcí, kterých se účastnilo město Plzeň v roce 2003, 2004 a které plánuje absolvovat v roce 2006 je součástí Přílohy č. 5. Za rok 2005 zmíním účast na dvou významných veletrzích – RegionTour 2005 a Holiday World 2005. Ve dnech 13. 1. – 16. 1. 2005 proběhl na brněnském výstavišti 14. veletrh turistických příležitostí RegionTour a 15. mezinárodní veletrh průmyslu cestovního ruchu GO. Město Plzeň se při této příležitosti prezentovalo v rámci stánku Plzeňského kraje, kde mělo vytvořeno svůj vlastní výstavní prostor ve vizuálním stylu, který od loňského roku používá pro turistickou kampaň. V rámci výstavy uspořádalo město Plzeň tiskovou konferenci, kde informovalo o nadcházející turistické sezóně a významných akcích roku 2005. Expozice Plzně zaznamenala veliký zájem ze strany turistů především o nové propagační materiály a významné akce. Obecně Plzeň hodnotili jako jedno z měst s nejbohatší nabídkou kulturních událostí v Čechách (s výjimkou Prahy). Mezi turistickými cíli Plzně návštěvníky nejvíce zajímaly právě akce a ZOO. Bezprostředně po RegionTour 2005 a GO následoval další veletrh v Praze – Holiday World, který se konal 17. – 20. 1. 2005. Zde vůbec poprvé v historii město Plzeň prezentovalo v jednotné expozici turistické příležitosti na celém Plzeňsku společně s dalšími dvěma subjekty - Plzeňským krajem a Plzeňským Prazdrojem. Právě pivo dalo podobu společné expozici zástupců Plzeňska ve stylu typické restaurace z 30. let minulého století, jejíž cílem bylo evokovat pohostinnost města i celého kraje. Právě v interiéru hospůdky se partneři rozhodli uspořádat tiskovou konferenci, která informovala návštěvníky o vybraných turistických atrakcích a nejdůležitějších plánovaných událostech v západočeském regionu. U příležitosti konání veletrhu bylo vydáno zvláštní vydání veletržních novin „Plzeňský hlas aneb zprávy z kraje Plzeňského“.

2.2.2.8 *Prezentace prostřednictvím programu „Kudy z nudy“²⁴*

Česká centrála cestovního ruchu – agentura Czech Tourism je státní příspěvkovou organizací založenou Ministerstvem pro místní rozvoj za účelem propagace České republiky jako turistické destinace. V rámci svého poslání vytvořil Czech Tourism pro podporu domácího cestovního ruchu v lednu 2005 projekt „Kudy z nudy“. Jedná se o nabídku turistických aktivit prostřednictvím katalogu „Kudy z nudy“, který je k dispozici i na webových stránkách www.kudyznudy.cz. Vyhledávat v něm můžete podle regionu, podle doporučené cílové skupiny, podle typu aktivity nebo podle klíčového slova vašeho zájmu. Výhodou tohoto systému je, že se do něj bezplatně zapisují provozovatelé služeb souvisejících s cestovním ruchem. Tedy nejen majitelé ubytovacích kapacit, ale především provozovatelé atrakcí pro turisty (lázeňské a wellness provozy, bobové dráhy, půjčovny cyklistické nebo vodácké výbavy, dopravci provozující cyklobusové linky, majitelé ski areálů, provozovatelé malých pivovarů či řemeslných dílen nabízející prohlídky, majitelé vinných sklípků,...), tudíž je nabídka velice pestrá a cíleně zaměřená na jednotlivce i na rodiny. V případě Plzně nabízí program „Kudy z nudy“ tyto možnosti:

- *Do Plzně za relaxací a odpočinkem (pro starší a pokročilé)*
- *Do Plzně za zábavou, dobrým jídlem a plzeňským pivem (pro starší a pokročilé)*
- *Horolezci na skalách nedaleko Plzně (pro mladé a aktivní)*
- *Pěší turistika v okolí Plzně (pro zvědavé rodiny)*
- *Procházka a historie vzniku města Plzně (pro sportovní rodiny)*
- *Proleťte se nad Plzní a okolím (pro sportovní rodiny)*
- *Veřejné golfové hřiště, mistrovské golfové hřiště, driving range (pro sportovní rodiny)*
- *Výlet pro milovníky koní do okolí Plzně (pro sportovní rodiny)*
- *Za historií piva (pro starší a pokročilé)*
- *Za zvířaty včetně těch druhohorních (pro starší a pokročilé)*
- *Zorbování (pro mladé a aktivní)*
- *Židovská cesta na Plzeňsku (pro starší a pokročilé)*

2.2.3 *Pivovarská tradice města Plzně²⁵*

Pivo se v Plzni vaří takřka od jejího založení a právem se jeho značka stala oblíbenou nejen u nás, ale i po celém světě a láká tak do Plzně mnoho turistů, kteří sem přichází poznat přímo v pivovaru Plzeňský Prazdroj ojedinělý způsob výroby piva, prohlédnout si expozici historie výroby v Pivovarském muzeu, ale samozřejmě také plzeňské pivo ochutnat v jeho „rodném

²⁴ zdroj: www.kudyznudy.cz, www.czechtourism.cz

²⁵ zdroj: www.plzen-city.cz

prostředí“ v řadě místních hospod a restaurací, z nichž nejznámější jmenují restauraci Na Spilce přímo v areálu pivovaru nebo restauraci U Salzmannů situovanou v blízkosti náměstí.

Vaření piva bylo svobodným měšťanským povoláním, proto nebylo cechovně regulováno. Nejednotnost výrobní technologie a rozličné přísady způsobovaly velké rozdíly v kvalitě piva. Událost z roku 1838, kdy muselo být vylito před radnicí 36 hektolitrů nekvalitního piva, ovlivnila právovárečné měšťanstvo natolik, že se rozhodli společně vybudovat nový moderní pivovar, aby navždy zajistili výrobu kvalitního plzeňského piva. První várku spodně kvašeného ležáku, jenž se stal pravzorem všem ostatním světlým pivům, uvařil 5. října 1842 sládek Josef Groll. Pivovar si tento památný den připomíná každý rok slavností nazvanou Pilsner Fest. Výroba zcela nového ležáku s nezaměnitelnou chutí a kvalitou učinila brzy z Plzně světovou metropoli piva. Obliba „plzeňského“ však vyvolala mezi ostatními pivovary rozsáhlé snahy o jeho napodobení, proto byla v roce 1898 vytvořena ochranná známka „Pilsner Urquell“. Úspěch plzeňského piva a prosperita pivovaru se nedaly ničím zastavit a značka Pilsner Urquell se brzy stala nejznámějším synonymem kvality na celém světě.

2.2.4 Plzeň - centrum kultury, sportu a společenských akcí²⁶

Jak již bylo zmíněno v úvodu, Plzeň je centrem obchodu, průmyslu a v neposlední řadě také kultury, která je významnou společenskou atraktivitou přivádějící do Plzně mnoho návštěvníků. Během celého roku mohou hosté navštívit nespočet kulturních, společenských a sportovních akcí, jež mají v Plzni svou tradici a konají se každoročně. Nechybí ani tradiční bienále - akce uspořádané jednou za dva roky a ostatní příležitostné akce.

A. Každoroční akce

Smetanovské dny

Festival Smetanovské dny je již tradičně první velkou kulturní událostí v kalendářním roce konaný za podpory města Plzně a Ministerstva kultury České republiky. Uskutečňuje se každoročně na přelomu února a března a jeho program je vždy stylizován do několika určujících témat a námětů, např. slovanský živel v hudbě, nebo tvorba známých skladatelů Bedřicha Smetany a Antonína Dvořáka. Program festivalu je každý rok velice pestrý, doprovázený nejen hudební produkcí v podobě koncertů, ale i filmovými a divadelními představeními, výstavami a sympozii.

²⁶ na celou kapitolu pokud není označeno jinou poznámkou bylo čerpáno ze zdroje: <http://akce.plzen-city.cz>

Apriliáda

Apriliáda aneb Den naruby se každoročně koná symbolicky 1. dubna na náměstí Republiky. V roce 2005 ji uspořádalo Město Plzeň spolu s agenturou RLA Stallion jako šestý ročník zahájení turistické sezóny v Plzni. Součástí Apriliády je řada soutěží, kterých se může zúčastnit každý návštěvník a jejichž cílem je možnost zasoutěžit si v nezvyklých disciplínách motivovaných patřičnou odměnou.

Festival českých filmů Finále Plzeň²⁷

Finále Plzeň je každoroční soutěžní a bilanční přehlídkou českých dlouhometrážních hraných filmů, k níž před dvěma lety přibyla i soutěž dokumentárních filmů. Koná se na přelomu dubna a května a v roce 2005 proběhl již 18. ročník. Během jednoho týdne je promítnuta veškerá dlouhometrážní hraná produkce a výběr toho nejlepšího a nejzajímavějšího z dokumentů. Celý filmový týden je pak doplněn projekcemi dalších českých filmů v nejrůznějších sekcích a retrospektivách, doprovázených besedami s jejich tvůrci. V rámci doprovodných akcí jsou připraveny další exkurze do historie, současnosti i budoucnosti české kinematografie - ať už v rámci tradičních či nových sekcí. Každoročně jsou připomínána významná výročí některých jubilatů, výrazné počiny české kinematografie, profily filmových škol a diskuse o filmové kritice či distribuci. Z doprovodných nefilmových akcí jsou každoročně připraveny koncerty, výstavy, výlety a další zajímavá setkání připomínající, že festivalové město Plzeň je zároveň město, které dalo pivu jméno.

Slavnosti svobody²⁸

Tak jako v ostatních městech České republiky, které slaví den svého osvobození od okupace německou armádou na konci druhé světové války, pořádá i Plzeň každoročně Slavnosti svobody. Zájem občanů o osvobození Plzně americkou armádou vyústil v roce 1990 v založení Military Car Club Plzeň, který od tohoto roku každoročně zajišťuje program slavností osvobození konaných mezi 5. a 8. květnem. Na programu nechybí každoročně konvoj historických vozidel, který projíždí nejen Plzní, ale i řadou měst a obcí na českém západě. Členové dalších vojenských klubů, absolvují přehlídku v historických uniformách a s výzbrojí, která odpovídá období 2. světové války. Z celého světa přijíždějí lidé aby společně s obyvateli města, americkými veterány a jejich rodinnými příslušníky oslavili osvobození města. Na programu nechybí rekonstrukce amerického vojenského tábora z roku 1945, průvody historických i současných vojenských vozidel a techniky, slavnostní obřady za účasti předních představitelů politického

²⁷ zdroj: www.finaleplzen.cz

²⁸ zdroj: www.slavnostisvobody.cz

života, výstava historických amerických civilních vozidel, burza militarií a mnoho doprovodných akcí a dalších kulturní událostí a slavností pod širým nebem i v kulturních zařízeních.

Historický víkend

Historický víkend aneb strašidla a mumraje plzeňské jsou akcí pořádanou v období od 17. do 19. června v centru Plzně a jsou spojené s oslavami výročí založení města. Pohádkové reje, přehlídky historických postav a strašidelný průvod doprovázely v roce 2005 jubilejní 710. výročí založení západočeské metropole. Bohatý program (např. ukázky dobových řemesel nebo středověkého života) je každoročně připraven na několika otevřených scénách ve městě. Hlavní scéna na náměstí Republiky se vždy stává bojištěm středověkých šermířů, jevištěm dobových hudebních a tanečních skupin a pouličního divadla, ale i místem konání dobového trhu. Večerní hodiny některého ze dnů konání patří vždy maskám strašidel, jejichž průvod vychází z náměstí Republiky a prochází městem.

Festival Na ulici²⁹

Srpnové dny jsou tradičně ve znamení jazzu, folku, country a divadla, které můžete vidět a slyšet na několika otevřených scénách přímo na pěších zónách, v parcích a ulicích města, ale i v klubech v podání amatérských i profesionálních skupin a souborů. „Na ulici“ zahrnuje oblíbené festivaly Jazz, Struny a Divadlo na ulici, jejichž návštěvnost se rok od roku zvyšuje. Pořadatelem akce je kulturní středisko Esprit a v roce 2005 zorganizoval již 12. ročník tohoto festivalu, jež přilákal zhruba 100 000 lidí.

Divadlo³⁰

Každý rok patří měsíc září mezinárodnímu festivalu Divadlo, na jehož pořádání se podílí Ministerstvo kultury České republiky, město Plzeň, Divadelní obec a Divadlo J.K.Tyla. V roce 2005 se uskutečnil 13. ročník. Cílem festivalu je představit především mimořádné a pozoruhodné inscenace zahraniční a dále výběr českých inscenací, a to v široké škále tematické, stylové i žánrové (čínohra, hudební, taneční, loutkové i pouliční divadlo) a tím konfrontovat českou profesionální divadelní tvorbu se špičkovými inscenacemi zahraničními především evropskými, a přiblížit tak české divadelní i laické veřejnosti moderní divadelní trendy, neobvyklé divadelní styly u nás a inscenační postupy evropského a světového divadla, a přispět tím k integraci českého divadla do evropských struktur. Na programu je pravidelně čínohra, opera, pohybové

²⁹ zdroj: článek Festival Na ulici přilákal 100 000 lidí z 19. 8. 2005, www.cestyplzenskehokraje.cz

³⁰ zdroj: <http://festival.divalo.cz>

i loutkové divadlo a další divadelní formy. Festival se setkává se širokým ohlasem v českém i zahraničním tisku.

Pilsner fest

Na počest uvaření první várky piva Pilsner Urquell se každoročně na začátku října koná Pilsner Fest. Tato oslava probíhá na nádvoří pivovaru Plzeňský Prazdroj a.s. Pro všechny návštěvníky Pilsner Festu je vždy připraven bohatý kulturní program - koncerty významných českých skupin všech žánrů, netradiční prohlídky pivovaru Plzeňský Prazdroj a Pivovarského muzea, pivní soutěže, ukázky historických řemesel, stánky se suvenýry a tradičními zabijačkovými i jinými pokrmy. Správnou atmosféru Pilsner Festu zaručuje nejen výtečné pivo Pilsner Urquell, ale i vybrané lahůdky restaurace Na Spilce.

Mezinárodní folklorní festival

Mezinárodní folklorní festival v Plzni vznikl v roce 1997. Jeho hlavním pořadatelem je Soubor písní a tanců Jiskra Plzeň za spolupráce města Plzně, Plzeňského kraje, Nadace 700 let města Plzně, Ministerstva kultury ČR, Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR, Folklorního sdružení ČR a řady dalších partnerů. Každý rok se festivalu účastní cca 17 dospělých a dětských folklorních kolektivů z České republiky a zahraničí - včetně exotických míst svět (Egypt, Mexiko, Ekvádor atd.). Jednotlivé pořady jsou umístěny do historického centra města Plzně (scéna "U Branky" - Kopeckého sady) a jejich součástí je slavnostní krojovaný průvod městem, staročeský jarmark, ukázky lidové řemeslné výroby, vystoupení folklorních souborů na scéně "Historického víkendu" (nám. Republiky) a řada doprovodných programů.

B. Bienále

Bienále se liší od tradičních každoročních akcí v tom, že jsou pořádány jednou za dva roky. I v Plzni si řada z nich našla své působiště.

Skupova Plzeň³¹

Historicky první festival Skupova Plzeň se uskutečnil v lednu 1967 v době 75.výročí narození a 10. výročí úmrtí "otce" Spejbla a Hurvínka, prof. Josefa Skupy jako pocta tomuto dlouholetému občanu města a vynikajícímu umělci, který proslavil západočeskou metropoli ve světě. V r.1970 se konstitovala jako "soutěžní přehlídka českých profesionálních loutkových divadel" završená udělením Skupovy ceny nejlepší inscenaci a dalších individuálních cen. Festival se zhruba v této podobě konal do r.1978 každoročně, od tohoto data pak jako bienále. Součástí přehlídky bývá i bohatý doprovodný program, jenž zahrnuje výstavy, koncerty, exteriérová vystoupení, promítání, tvůrčí dílny apod. Dosud poslední 25. ročník se uskutečnil ve

³¹ zdroj: www.divadloalfa.cz

dnech 11. - 15. 6. 2004 a jeho pořadatelé Město Plzeň, Ministerstvo kultury České republiky, Sdružení profesionálních loutkářů a divadlo ALFA. Vzpomínkou na profesora Skupu jsou i dvě bronzové sochy jeho nejznámějších dětských dřevěných postaviček Spejbla a Hurvínka, jež jsou umístěny v Křižíkových sadech.

Mezinárodní bienále kresby Plzeň³²

Mezinárodní Bienále kresby Plzeň se ve městě také již stalo tradicí. Pořádá se v Plzni každý sudý rok. Vzniklo v roce 1996 z iniciativy Unie výtvarných umělců plzeňské oblasti, druhým hlavním pořadatelem je od jeho vzniku město Plzeň. V posledních třech ročnících byla dalším hlavním pořadatelem Unie výtvarných umělců České republiky. V začátcích bylo bienále pořádáno pouze pro výtvarníky z České republiky, ovšem postupně byli přizváni účastníci ze střeoevropských zemí a v roce 2004 se již jednalo o IV. mezinárodní Bienále kresby otevřené autorům z celé Evropy bez rozdílu věku nebo národnosti.

C. Ostatní akce

Během roku se konají v Plzni tradiční řemeslné trhy na náměstí Republiky (Valentýnský, Velikonoční, Májový, Letní, Bartolomějský, Havelský, Martinský, Vánoční) a v roce 2005 přibyly v kalendáři akcí další tři významné události - *Mistrovství světa 18letých v ledním hokeji*, *Velká cena osvobození ve sportovní střelbě a 9. světová turistická olympiáda*. Poslední jmenovaná akce byla významnou událostí města s mezinárodní účastí, jelikož světová olympiáda je pořádána jednou za dva roky ve městech různých evropských zemí a pro 9. kolo byla vybrána právě Plzeň. Jedná se především o pěší pochody a chodecký maratón, soutěží se ve sportovních disciplínách a součástí je i společenský a kulturní program.

2.2.5 Přírodní atraktivita

1) Městské sady³³

Plzeň kompenzuje svou roli města s velkou koncentrací průmyslu výstavbou a údržbou řady městských parků ve svém centru, mezi něž patří sady Pětaticánků, sady 5. května, Křižíkovy, Šafaříkovy, Kopeckého a Smetanovy sady. Parky vznikaly postupně od počátku 19. století v místě bývalých hradeb, ohraničujících středověké město. Na okraji sadového prstence jsou vždy postaveny reprezentativní budovy, např. hotel Continental, Západočeské muzeum, Měšťanská beseda, hotel Slovan nebo Divadlo Josefa Kajetána Tyla. Parky jsou nejen místem

³² zdroj: <http://www.senat.zcu.cz/materialy/>, příspěvek Vstup ZCU do mezinárodního sdružení právnických osob Bienále kresby Plzeň, zasedání 4 ze dne 27. 4. 2005

³³ zdroj: www.plzen-city.cz

odpočinku ale i místem konání doprovodných programů již zmíněných plzeňských kulturních festivalů.

2) Lochotínský park³⁴

Největší plzeňský park se nachází v blízkosti zoologické zahrady a lochotínského amfiteátru a byl založen ve 30. letech 19. století jako lázeňský areál. V okolí pramenů byly vysázeny stromy a založeny lázně - kolonáda, lázeňský hotel, restaurace, vanové lázně atd. Lázně řadu let fungovaly, ale jejich původně uvažovaná prosperita se nepotvrdila. Důvodem byla nedostatečná kvalita a malá vydatnost pramenů a zároveň malá ochota podílníků zakladatelské akciové společnosti vkládat do podniku další peníze. Proto byl areál prodán a díky novému vlastníku, Měšťanskému pivovaru, udržován v jeho režii v podstatě 100 let pro plzeňskou veřejnost. I v tehdejší době šlo o velmi výjimečný jev. Po druhé světové válce došlo k postupnému tříštění celého areálu lázní, v současnosti však slouží pouze jako park.

3) Zoologická zahrada³⁵

Zoo v západočeské metropoli vznikla již v roce 1926 v městské části Doudlevec blízko centra města. Od roku 1963 působí v současném areálu na Lochotíně, kde se v roce 1981 sloučila se sousední botanickou zahradou. Velice pozoruhodným údajem zůstává skutečnost, že 70% druhů zde chovaných nemá žádná jiná česká ani slovenská zoo. Od února 2001 slouží po tříleté rekonstrukci expozice AKVA-TERA, jakási obdoba Stálé akvarijní výstavy brněnské zoo, což je samostatný svět v centru Plzně, kde návštěvníci v biotopových smíšených nádržích poznají bezobratlé, ryby, obojživelníky a plazy.

Pro pohodlí návštěvníků slouží například africká restaurace Kiboko, stylové občerstvení "sibiřský srub" nebo prodejna "Suvenýry u lemura". Ke stávajícímu informačnímu systému přibylo v roce 2003 pět digitálních zvukových infopanelů, které pomáhají v orientaci po areálu a seznamují návštěvníky s dalšími detaily ze života zvířat. Počet návštěvníků plzeňské zoo každoročně roste a od roku 2003, kdy toto číslo poprvé přesáhlo hranici 300 000, zatím stále stoupá. Aktuální údaj za rok 2005 je 321 389 hostů³⁶.

Plzeňská ZOO vydala v roce 2002 tištěného průvodce, první publikaci svého druhu. Obsahuje řadu krásných fotografií a přehlednou mapu ZOO, je celobarevný tištěný na křídovém papíře. Naleznete v něm procházku prohlídkovou trasou, zajímavosti o zvířatech, informace o botanické zahradě, skleníku i expozici AKVA-TERA. Průvodce jsou k dostání na všech pokladnách a v prodejně "Suvenýry U lemura".

³⁴ zdroj: Urbanistická zeleň, www.plzen-city.cz

³⁵ zdroj: www.zooplzen.cz

³⁶ zdroj: vlastní šetření

4) Meditační zahrada³⁷

Meditační zahrada či jinak Památník obětem zla se nachází na okraji Plzně poblíž Tyršova mostu na výjezdu z města směrem na Radobyčice a je vzpomínkou a věnováním obětem padlým v 2. světové válce. Jedná se o rozsáhlou zahradu, v níž je umístěn památník ve stylu Křížové cesty vytvořený z Hořického pískovce, který představuje 14 zastavení ve formě 12 soch v životní velikosti. Od roku 1995 je zahrada spravována plzeňským biskupstvím. Otevírací doba je však sezónní od dubna do října a prohlídku zahradou je nutné předem objednat.

5) Bolevecké rybníky

Bolevecká rybníční soustava je z technického i krajinářského hlediska unikátní pozdně gotické dílo z konce 15. století. K rekreačním účelům se začalo využívat 12 rybníků od konce 19. století a v jejich okolí se postupem času vybudovala hustá síť rekreačních a turistických cest. V blízkosti rybníků se nachází rozhledna na Krkavci a koupaliště Ostende u Velkého boleveckého rybníka, jež je nejvýznamnějším kempem v této oblasti i v celé Plzni.

2.2.6 *Kulturní a historické památky*

Tabulka č. 2 – Návštěvnost některých turistických cílů v Plzni

Počet návštěvníků za rok Turistický cíl	r. 2004	r. 2005
Divadlo J. K. Tyla	3 650	4 021
Chrám sv. Bartoloměje	53 500	54 617
ZČ galerie	34 320	23 128
Historické podzemí	*	18 000
ZČ muzeum	45 573	88 792
Velká synagoga	13 549	12 020
ZOO	300 391	321 389
Pivovar	113 400	157 000
Pivovarské muzeum	39 954	40 753
Muzeum Škoda	1 560	2 050

* Údaj návštěvnosti za rok 2004 nebyl poskytnut z důvodu soukromých údajů.

zdroj: vlastní šetření

Plzeň má jako významné královské město s dlouhou historií řadu kulturních a historických památek, které jsou oblíbenými turistickými cíly. Návštěvnost nejvýznamnějších z nich je uvedena v Tabulce č. 2.

³⁷ zdroj: www.regiomix.cz

Náměstí republiky³⁸

Náměstí Republiky, bývalé tržiště, patří svými rozměry 139x193 metrů k největším gotickým náměstím v České republice. Ihned po založení města se stalo centrem obchodu a života všech obyvatel. Na severní polovině stojí Katedrála sv. Bartoloměje, kolem níž býval v minulosti hřbitov. Ten byl však zrušen za reforem císaře Josefa II. Naproti katedrále můžeme dodnes obdivovat novorenesanční městskou radnici, o níž bude zmínka později a mezi radnicí a katedrálou byl postaven v roce 1681 barokní morový sloup s kopií gotické Madony a se sochami světců jako díkůvzdání za mírný průběh epidemie moru v předchozím roce. Náměstí bylo celé vydlážděno v roce 1859 a budovy zde stojící stále nesou převážně gotické a renesanční prvky z dob jejich založení. Na nádvořích na východní straně se doposud dochovaly pozůstatky středověkých městských hradeb.

Významnou architektonickou památkou na náměstí jsou také domy zdobené sgrafity Mikoláše Aleše, významného malíře generace Národního divadla, který přijel do Plzně v roce 1892 na pozvání významného plzeňského architekta Rudolfa Štecha. Výsledkem Alšova pobytu v metropoli západních Čech byla výzdoba celkem 15 domů dvaadvaceti kompozicemi. Tyto domy se nachází na náměstí a v přilehlých ulicích, zejména Nerudové ulici.

Řada měšťanských domů na náměstí a v jeho okolí je pro svou zajímavou historií navštěvována dodnes. Patří mezi ně dům *U Salzmannů*, kde byl v roce 1858 založen známý hostinec navštěvovaný dodnes. *Masné krámy* je název zvláštní historické budovy z roku 1392, která sloužila jako masná tržnice až do 50. let 20. století a po rekonstrukci je dnes využíván Západočeskou galerií jako výstavní prostor. *Dům v Perlové ulici* sloužil v minulosti jako obydlí pro prosté řemeslníky – bečváře, krejčí atd. a dnes jeho vchodem vstupují návštěvníci do prohlídkového okruhu historického podzemí. Výčet významných měšťanských domů by mohl pokračovat, zájemci o historii měšťanských domů se mohou dozvědět více informací na adrese www.plzen-city.cz.

Renesanční staroměstská radnice³⁹

K pozoruhodným městským stavbám patří renesanční radnice na severní straně náměstí. Tuto monumentální budovu palácového charakteru postavil v letech 1554-59 Giovanni de Statio ve stylu česky zabarvené italské renesance. V sále v 1. patře se zachovala renesanční nástěnná malba Ukřižování z r. 1574. Sgrafitová výzdoba průčelí byla provedena podle návrhu J. Kouly při restauraci budovy na počátku 20. století. Na středním opěrném pilíři stojí socha Žumbery z 2.

³⁸ zdroj: www.zcu.cz/plzen, www.plzen-city.cz

³⁹ zdroj: www.zdu.cz/plzen

poloviny 17. století, která sem byla přenesena ze zrušené kašny na náměstí. Vchod do budovy radnice vede do prostor tzv. Mázhausu, které slouží dnes jako výstavní síň.

Pivovar Plzeňský Prazdroj⁴⁰

5. října 1842 byla uvařena první várka plzeňského piva. V druhé polovině 19. století si pivo získalo oblibu v nejlepších podnicích v Praze, ale i v zahraničí – dostalo se do Vídně, Paříže i do USA. U příležitosti 50. výročí založení pivovaru v roce 1892 byla postavena Jubilejní brána (dnes hlavní "historická" brána - symbol pivovaru, firmy i značky Pilsner Urquell). V roce 1898 si pivovar zaregistroval ochrannou známku „Pilsner Urquell“. Obě světové války způsobily útlum v činnosti pivovaru. Poté se dostal do správy státu a postupně se rekonstruoval a modernizoval. V roce 1992 byl podnik zprivatizován a vznikla společnost Plzeňský Prazdroj, a. s. Poslední inovací je uvedení do provozu zrekonstruované varny v roce 2004.

Prohlídku budovy pivovaru si mohou zájemci objednat v moderním Návštěvnickém centru situovaném na nádvoří celého areálu. Zde je vystaven model pivovaru z minulého století a návštěvníci tu mají možnost shlédnout krátký film o historii společnosti Plzeňský Prazdroj. Nádvoří pivovaru, varna Pilsner Urquell a část starobylých pivovarských sklepů pak tvoří prohlídkovou trasu, která seznamuje turisty s unikátním postupem vaření piva a je spojena s jeho ochutnávkou. Na trase je připravena i expozice bednářského řemesla.

Velká Synagoga⁴¹

Velká synagoga v Plzni je pozůstatkem židovské kultury ve městě a je druhou největší synagogou v Evropě a třetí největší na světě. Její výstavba byla dokončena v roce 1893 s prvky románského stylu upraveného do monumentalistické novorenesance tak, aby zdůrazňovala fakt, že se nejedná o křesťanský kostel. V letech komunistického režimu byla synagoga uzavřena a po rekonstrukci v roce 1989 znovu zpřístupněna veřejnosti až v roce 1998 při příležitosti židovského svátku. Od té doby se zde uskutečnilo velké množství kulturních akcí, jako např. vystoupení světově uznávaných operních pěvců Josepha Malowanyho a Petra Dvorského.

Pivovarské muzeum⁴²

Pivovarské muzeum je umístěno v původním právozárečném domě v historickém jádru města Plzně. Po vyklizení původní budovy a vystavení exponátů bylo slavnostně otevřeno 8. května 1959 u příležitosti 100. výročí ochranné známky "Plzeňské pivo". Muzeum vlastní exponáty dokládající historii českého pivovarnictví, kopie starých listin, středověkou keramiku,

⁴⁰ zdroj: <http://www.pilsner-urquell.cz/>, www.beerworld.cz

⁴¹ zdroj: <http://www.pruvodce.com/synagogaplzen/>

⁴² zdroj: <http://www.beerworld.cz/cz>

památky sladovnického cechu a další. Prohlídka umožňuje vstoupit do interiéru typické městské hospody z přelomu 19. a 20. století, zařízené původním dochovaným nábytkem. Nainstalovaný pohyblivý model varny parního pivovaru předvádí proces výroby piva, dále zde návštěvník může vidět zachovalou 18 metrů hlubokou středověkou studnu a různá technická zařízení používaná při výrobě piva od poloviny 19. století. Závěrečným prohlídkovým okruhem jsou dvoupatrové středověké sklepy vysekané ve skále. Sloužily k uložení kvasných kádí, ležáckých sudů a ledu, který prostor chladil. Na romanticky působícím nádvoří muzea je osazen kamenný gotický portál z doby kolem roku 1500 a formanský vůz tažený až čtyřmi páry koní, který sloužil k rozvážení piva.

Plzeňské historické podzemí⁴³

Plzeňské historické podzemí je nedílnou součástí stavebně historického vývoje města Plzně. Vznikalo postupně od 13. století a bylo dobudováno v průběhu 19. století. Jedná se o dvou až třípatrové sklepy, které sloužily k uchovávání potravin, dále jako řemeslnické provozovny, vinopalny a sladovny a v neposlední řadě také jako účelová technická zařízení - odvodňovací štoly. Ve zpřístupněné části plzeňského podzemí je vystaven výběr z rozsáhlých archeologických nálezů keramiky, skla a dřevěných výrobků dokládající středověký život občanů. Prohlídkový okruh vybudovaný péčí Magistrátu města Plzně seznamuje veřejnost atraktivní formou s minulostí jednoho z předních středověkých českých královských měst.

Západočeské muzeum⁴⁴

Západočeské muzeum je nejen nejvýznamnějším muzejním ústavem západních Čech, ale i střediskem vědecké práce v řadě vědních oborů. Stodvacetiletá historie muzejnictví v Plzni odráží kulturní a politický vývoj českého státu i regionálních dějin. Osudy plzeňského muzejnictví jsou nerozlučně spjaty s dějinami Plzně.

První návštěvníci mohli zavítat do tehdejšího Obecního muzea pro město Plzeň a západní Čechy 24. července 1880. Tehdy bylo muzeum umístěno v prostorách dnešní Státní a vědecké knihovny ve Smetanových sadech. Muzejní sbírky nové budovy Západočeského muzea v Křížkových sadech, kde sídlí dodnes, byly veřejnosti zpřístupněny v roce 1913.

Od roku 1984 však probíhaly generální opravy a v roce 1998 byla znovu otevřena hlavní budova Západočeského muzea v Plzni. Prostory muzea jsou vyčleněny pro studovnu, kde se nachází vzácné tisky, rukopisy nebo odborná literatura, dále výstavní sál pro krátkodobé výstavy,

⁴³ zdroj: www.zcu.cz

⁴⁴ zdroj: www.zcm.cz

přednáškový sál vybavený audiovizuální technikou pro příležitosti konferencí, seminářů, prezentací nebo koncertů a od dubna 2000 i pro reprezentativní jubilejní sál.

Divadlo J. K. Tyla zdroj⁴⁵

První divadelní představení se v Plzni uskutečnilo již koncem 18. století v podání německých herců, české divadlo poprvé v roce 1818. Hrál se v různých prostorách, ale s rostoucím počtem obyvatel ve městě nedostačovaly potřebám návštěvníků, v roce 1832 proto město nechalo postavit zvláštní divadelní budovu, ovšem zájem nadále rostl a z toho důvodu byla postavena další budova Velkého divadla J. K. Tyla a slavnostně otevřena v září 2002.

V roce 2005 se konal již 12. ročník prohlídek Divadla J. K. Tyla, který nabízí návštěvníkům zhlédnout prostory, do kterých se běžný divák nedostane. Stanou na prknech, co znamenají svět, nahlédnou do hereckých šaten, rekvizitárny nebo maskérny. Pohled na jeviště je umožněn i ze spodní části po sestupu do velkých skladů rekvizit, dekorací a kostýmů. Prohlídky se konají každoročně vždy po dobu zhruba jednoho letního měsíce na přelomu července a srpna. Pouze na tři roky během let 2001 až 2003 nebylo divadlo zpřístupněno z důvodu generálních oprav.

Katedrála sv. Bartoloměje⁴⁶

Vzhled Katedrály sv. Bartoloměje, jejíž presbyterium bylo ve středu Náměstí republiky postaveno již v době založení města (1295), se v dalších 40 letech postupně dotvářel do její dnešní podoby. Dominantou stavby je 103 m vysoká věž, která je nejvyšší kostelní věží v České republice. Z jejího ochozu je vidět až 70 km vzdálenou Šumavu. Při cestě na vyhlídku ve výšce 62 m je třeba zdolat 298 schodů. Na hlavním oltáři se dochovala opuková socha - plzeňská madona z roku 1390, jedna z nejhodnotnějších soch tzv. „krásného stylu“ českých madon, která byla v roce 2005 prohlášena za Národní kulturní památku. K jižnímu boku presbytáře přiléhá známá Šternberská kaple, vystavěná v pozdně gotickém slohu v 16. století. V roce 1993 zřídil papež Jan Pavel II. v Plzni biskupství a chrám sv. Bartoloměje se stal katedrálou.

Západočeská galerie⁴⁷

Původně gotická budova Západočeské galerie náleží k cenným domům historického městského jádra. Po požáru Plzně v 16. století byla renesančně přestavěna do dnešní podoby. Původně jednopodlažní dům byl při rekonstrukci rozšířen o půdní vestavbu víceúčelového sálu.

Sbírkový fond Západočeské galerie v Plzni se opírá především o kolekce a malby, kresby, grafiky a plastiky a je soustředěn na české výtvarné umění od středověku po současnost. Lze jej

⁴⁵ zdroj: www.djkt-plzen.cz, <http://www.vplzni.cz/kultura/djkt/index.html>

⁴⁶ zdroj: www.hrady.cz, <http://home.tiscali.cz/cz364298/stranky/katedrala.htm>

⁴⁷ zdroj: www.zpc-galerie.cz

zhruba rozdělit na čtyři zásadní celky: sbírka starého umění (14.-18. století), česká tvorba 19. století, umění 1. poloviny 20. století a umění 2. poloviny 20. století. Prostory Západočeské galerie jsou však i místem konání kulturních akcí, výstav, festivalu Smetanovské dny a také dalších koncertů pořádaných během celého roku.

Františkánský klášter

Jedná se o jeden z nejstarších a nejcennějších objektů města. Jeho stavba započala přibližně se stavbou města pro řád minoritů. Později se stal františkánským klášterem, prodělal několik přestaveb, jeho gotická podoba zůstala. Nejcennějším je zachovaná gotická kaple sv. Barbory, bývalá kapitulní síň s velmi cennou freskovou výzdobou. V klášteře jsou dnes umístěny sbírky Diecézního muzea.

2.3 Město Domažlice⁴⁸

Domažlice jsou okresním městem v Plzeňském kraji, které leží téměř 60 km jihozápadně od Plzně směrem na hraniční přechod Folmava a jsou také centrem Chodska, oblasti ležící jihozápadně od Domažlic. Město má k hranicím s Německem poměrně blízko, jelikož spolu s dalšími dvěma přechody – Lískovou a Všeruby leží Folmava do vzdálenosti 15 km od Domažlic. Město se nachází v nadmořské výšce 420 m. n. m a dnes zde žije přes 10 000⁴⁹ obyvatel.

Nejstarší dějiny města sahají do 10. století, kdy bývalo v oblasti dnešních Domažlic sídliště celní osady, situované na křižovatce starých obchodních stezek v blízkosti státní hranice. Obchodní cesty vedly z německé strany (Řezna, Waldmünchenu) do vnitrozemí Čech přes Domažlice a trasa nejvýznamnější z nich z Furth im Waldu do Domažlic je zachována dodnes, jelikož po ní vede silnice Domažlice – Furth im Wald.⁵⁰ Podél těchto stezek byly zakládány chodské vesnice, jejichž obyvatelé Chodové konali hraniční pochůzky a dbali na bezpečnost stezek. Původní celní a trhovou osadu povýšil ve 13. století král Přemysl Otakar II. na královské město. Domažlice dostaly svůj typický protáhlý tvar, které dodnes symbolizuje náměstí a byly obehnané městskými hradbami, postavena vysoká válcová věž, tři brány a správní centrum Chodů – Chodský hrad. Stavbou augustiánského kláštera v 80. letech 13. stol. byla středověká podoba města v podstatě dokončena. Do té doby vznikly také všechny důležité světské i církevní stavby. Následující staletí přinesla již jen jejich úpravy. Významnou událostí v historii města byl velký požár v roce 1592, který zničil třetinu zástavby. Ke konci 17. století se v Domažlicích

⁴⁸ zdroj: http://www.infocesko.cz/Czechia/Content/spec_mestaobce.aspx?regionid=6595&lid=1

⁴⁹ přesný údaj k 31. 12. 2004: 10 812 obyvatel (zdroj: Statistická ročenka Plzeňského kraje 2005)

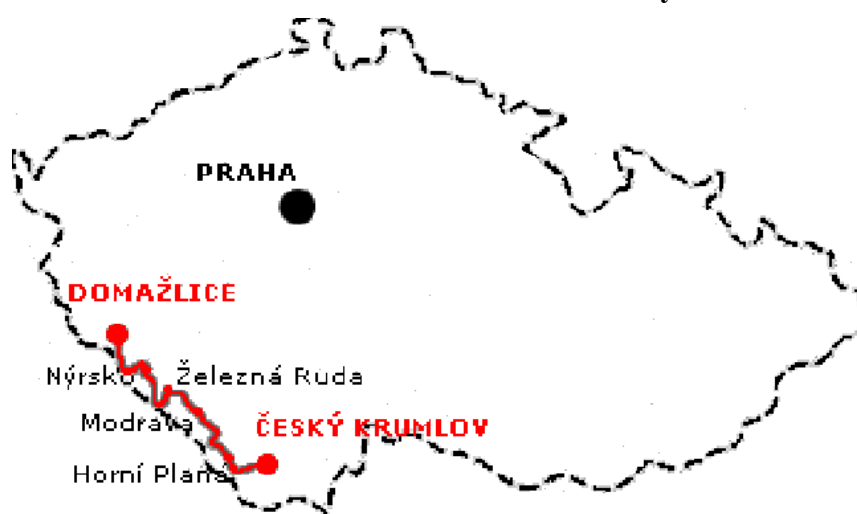
⁵⁰ Dlouholeté kontakty mezi Domažlicemi a městem Furth im Wald vyústily v uzavření smlouvy o partnerství těchto dvou měst.

stavěla zejména církevní architektura. Nový hospodářský vzestup začal až v polovině 18. století. Byly zbořeny městské hradby se dvěma branami, město se začalo rozrůstat a rozvíjela se řemesla. Během 19. století zde vládl již čilý národní a kulturní život. Od r. 1850 se město stalo trvale sídlem politické a soudní správy okresu, v r. 1861 byla zavedena železnice.

2.3.1 Dopravní dostupnost⁵¹

Dopravní dostupnost města je i přes jeho příhraniční polohu poměrně dobrá. Z hlediska silniční přepravy má největší význam dálkový silniční tah č. 26 z Plzně přes Horšovský Týn, Domažlice a Folmavu do německého města Furth im Wald. Tato komunikace také spojuje Domažlice s dálnicí D5 Praha – Plzeň – Rozvadov. K dalším regionálně významným komunikacím patří silnice I. třídy č. 22 z Domažlic do Kdyně pokračující přes Klatovy a Strakonice dále na východ a silnice č. 189 z německého Waldmünchenu. Na tyto komunikace navazuje hustá síť ostatních vedlejších tras. K výraznému zlepšení dopravní situace města Domažlice by měla přispět úprava komunikace Draženov – Domažlice – Klatovy, financovaná Ředitelstvím silnic a dálnic. V horizontu 10 až 15 let se dále počítá s jižním obchvatem Domažlic, který je již vyprojektován. Tato investice však nespadá do kompetence města, a to tudíž nemůže ani ovlivnit její realizaci. Velmi důležitým železničním spojem z Prahy a Plzně je trať č. 180, která navazuje na koridor trasy č. 170 a pokračuje z Domažlic ve směru Mnichov, Curych a Bern. Ostatní železniční tratě a spoje mají spíše regionální význam, např. trasa č. 184 z Domažlic do Poběžovic a Tachova a trasa č. 185 do Klatov a Horažďovic křižující důležitý spoj č. 183 Plzeň – Klatovy – Železná Ruda.

Obrázek č. 1 - Trasa Šumavské stezky



Zdroj: <http://www.topbicycle.com/DomCK.htm>

⁵¹ zdroj: www.domazlice.info.cz

Domažlicemi také prochází 3 cyklotrasy, z nichž dvě vedou na německou stranu do Furth im Waldu a třetí je součástí tzv. Šumavské stezky Domažlice – Český Krumlov. Stezka protíná celé území Národního parku Šumava a je dlouhá 214,5 km. Její trasa a některá průchozí města je znázorněna na mapě na Obrázku č. 1. Napojení silniční a železniční sítě a sítě cyklostezek v okolí Domažlic v návaznosti na Plzeňský kraj je znázorněn v Přílohách č. 1, 2 a 3.

2.3.2 *Infrastruktura cestovního ruchu*⁵²

2.3.2.1 Organizace zajišťující aktivity cestovního ruchu

Stejně jako v Plzni spadá rozvoj cestovního ruchu ve městě pod činnost Regionální rozvojové agentury Plzeňského kraje a dále sdružení obcí Šance pro jihozápad.

Ústřední organizací, která zastřešuje činnosti související s cestovním ruchem v Domažlicích je **Oddělení školství, kultury, tělovýchovy a vnějších vztahů, Oblast kultury** v Odboru kanceláře starosty města. Vede přehled o všech propagačních materiálech a zajišťuje jejich přípravu na akce vedení města a zpracovává žádosti o granty z evropských fondů v oblasti cestovního ruchu. Ve všech těchto činnostech spolupracuje s **Městským informačním střediskem Domažlice**, které kromě turistických informací poskytuje prodej map, upomínkových předmětů, předprodej vstupenek na akce pořádané Městským kulturním střediskem Domažlice (jehož je součástí), kopírovací služby apod. Dále se také snaží podporovat provozovatele ubytovacích a stravovacích zařízení a umožňuje jim umístit ve svých prostorách reklamní předměty, čehož bohužel využívají pouze výjimky a zájem o koordinaci a vydávání společných prospektů je nulový. Samozřejmostí je bezplatné poskytování brožur turistům s kompletním seznamem ubytovacích služeb v Domažlicích a v celém okrese.

2.3.2.2 Strategický dokument rozvoje cestovního ruchu

Domažlice podobně jako Plzeň nemají zpracovanou samostatný dokument pro strategii rozvoje v oblasti cestovního ruchu. Touto problematikou se zabývá také Program rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji. Domažlice v rámci marketingové strategie kraje spadají pod subregion Chodsko, u kterého je opět charakterizován potenciál oblasti, uvedeny příklady mezinárodní i národní konkurence a konkurenční pozice regionu, dále je vymezen charakteristický produkt, marketingové rysy a segmentační kritéria pro cílové skupiny klientů v dané oblasti.

⁵² Na celou kapitolu bylo převážně čerpáno z vlastního šetření, na údajích v kapitole označených případně další poznámkou ze zdrojů v ní uvedených.

Na úrovni města se rozvojem cestovního ruchu zabývá dokument Strategie rozvoje města Domažlice, který si stanovil strategické cíle do roku 2008 v 6 oblastech, z nichž je jedna věnována přímo rozvoji cestovního ruchu, ale i ostatní sféry Rozvoj lidských zdrojů, Rozvoj infrastruktury, Rozvoj ekonomiky, podnikání a služeb nebo Rozvoj přeshraniční spolupráce si stanovily cíle, které ovlivňují cestovní ruch. Strategie rozvoje města Domažlic je součástí Přílohy č. 6. Jsou však stanoveny pouze cíle, není zhodnocen současný stav – potenciál cestovního ruchu, úroveň a nabídka služeb v této oblasti, atd. Zda budou tyto vytyčené cíle splněny, ukáže budoucnost.

2.3.2.3 *Turistické značení*

Město Domažlice disponuje taktéž informačně orientačním značením historických nebo kulturních památek v podobě hnědých směrovek s vyznačením názvu dané atraktivity. Tyto značky jsou umístěny ve městě tak, aby naváděli turistu k cíli z jakéhokoliv místa ve městě.

2.3.2.4 *Kapacity služeb cestovního ruchu*⁵³

Nabídka ubytovacích a stravovacích služeb v Domažlicích se přirozeně zvyšovala v devadesátých letech spolu s rozvojem cestovního ruchu v této oblasti. V současné době se nachází ve městě 25 stravovacích a 17 ubytovacích zařízení. Jejich seznam je součástí Přílohy č. 7. Ve městě provozuje svou činnost 6 cestovních kanceláří⁵⁴, kde si mohou návštěvníci nejen zajistit zájezdy do zahraničí, ale mají možnost se také informovat o památkách v Domažlicích a okolí. Kulturní vyžití zabezpečují v Domažlicích 2 muzea, 1 galerie, 1 stálé kino, 1 letní amfiteátr a veřejná městská knihovna. Z dalších doplňkových služeb může město nabídnout k dispozici sportovcům 2 kryté plavecké bazény, z nichž jeden nabízí využití fitcentra a sauny, dále areál tělovýchovné jednoty Jiskra Domažlice, kde se nachází víceúčelová a sportovní hala, atletický a fotbalový stadion, volejbalové dvorce a 6 antukových tenisových hřišť. Celkem je v Domažlicích 5 sportovních hřišť s provozovatelem nebo správcem, 5 tělocvičen a dalších 5 ostatních zařízení pro tělovýchovu. Své služby poskytují sportovcům ještě další 2 fitness centra a zájemci o jezdeckví mohou využít nabídky tělovýchovné jednoty Start Domažlice, která na kolbišti pod Vavřincem vyučuje jízdě na koni a poslední víkend v květnu a v srpnu pořádá jezdecké závody. Finanční a směnářenské služby zajišťují ve městě 4 banky a 1 směnárna. K přepravě mohou lidé využít 5 taxi služeb.

⁵³ Údaje pro celou podkapitolu byly čerpány ze zdrojů: www.regiomix.cz, Vybrané statistické údaje za základní územní jednotku (ZUJ) 553425 - Sčítání lidu, domů a bytů 2001, zdroj: Městská a obecní statistika – údaje z roku 2003, prospekt Turistické informace okresu Domažlice 2000

⁵⁴ Seznam cestovních kanceláří v Domažlicích je součástí přílohy č. 8.

2.3.2.5 *Prezentace města na webových stránkách*

Domovským portálem města Domažlic je **www.domazlice.info**. Návštěvník těchto stránek se dozví základní údaje o městě, informace o městském zastupitelstvu a jeho vyhláškách, rozpočtu města, možnostech elektronické podatelny, dále si může přečíst aktuální zpravodajství ze sportu, kultury, z úřadu a z ostatních oborů, nalezne zde také důležitá telefonní čísla, možnost bezplatné inzerce, diskuze na webovém fóru a další. Pro nás důležitý pohled turisty umožňuje vyhledat si na těchto stránkách možnosti ubytování ve městě i v okolí, vybrat si z kalendáře akcí zajímavou kulturní, sportovní nebo jinou společenskou událost nebo z informací přímo pro turistu jednu ze čtyř nabízených pěších turistických tras do okolí Domažlic. Bohužel zde nenalezneme žádný popis ani výčet kulturních a historických památek, které může turista ve městě navštívit, chybí i odkaz na ně popř. na jiné internetové stránky.

Tento nedostatek by měl řešit portál **www.idomazlice.cz** - webové stránky Městského kulturního střediska a Městské informační služby, které nabízí na úvodní stránce všeobecné informace (např. aktuální počasí pro turisty, v zimní sezóně sněhové zpravodajství, přehled sezóny divadelních představení, společenské akce, turistické trasy, zpravodajství). Uspořádání na uvítací stránce působí celkem nepřehledně, jelikož je zaplněna titulky z různých tematických okruhů, při jejichž „prokliknutí“ se návštěvník dostane na celý článek s ním související, popř. seznam, výpis akcí apod. V levé části je standardně umístěno základní menu, které obsahuje pro nás důležitý odkaz „Procházka městem“, kde je popsána po „rozkliknutí“ titulků k jednotlivým památkám města jejich charakteristika, ovšem informace o otvírací době popř. telefonní kontakt, které turistu nejvíce zajímají, zde chybí. Základní menu dále nabízí odkazy na ubytování, sport, významné osobnosti města a aktuální zpravodajství. Tyto stránky jsou však v současné době v rekonstrukci a nová verze bude s největší pravděpodobností spuštěna v květnu 2006 a jejich nedostatky budou dozajista minulostí.

Ostatní všeobecně známé turistické portály www.oblasti.cz, www.tourism.cz, nebo www.pruvodce.com poskytují prostřednictvím snadného a přehledného vyhledávání nejrychlejší přístup k turistickým možnostem na Domažlicku, obsahují základní informace o památkách nebo přírodních atraktivitách, kulturních a společenských akcích v regionu a pro bližší informace odkaz na již zmíněné domovské stránky.

2.3.2.6 *Propagační brožury a průvodci*⁵⁵

Novinkou v roce 2005 mezi propagačními materiály regionu Domažlice a okolí je pestrý Image prospekt Domažlicko, který kompletně představuje danou destinaci jako turistickou oblast

⁵⁵ vlastní šetření

a vznikl za podpory Evropské unie. V letošním roce 2006 vydává Městské informační středisko novou řadu turistických průvodců na téma historie města a památky. Postupně na ně budou navazovat další na téma sport, výlety do přírody apod.

2.3.2.7 *Prezentace města na veletrzích a výstavách cestovního ruchu*⁵⁶

Městské informační středisko Domažlice se pravidelně účastní výstavy cestovního ruchu Regiontour Brno a Madi Praha. Kromě toho pomáhá městu Plzeňský kraj a Regionální rozvojová agentura Stachy při prezentaci v zahraničí. Jejich zástupci rozdávají propagační materiály Domažlic a okolí na výstavách v Bruselu, Mnichově, Budapešti, Pekingu a dalších.

V roce 2005 se město zastoupené Městským informačním centrem zúčastnilo první výstavy cestovního ruchu Plzeňského kraje, která se konala se od 20. do 22. října. V Kulturním domě Inwest – K se prezentoval Plzeňský kraj, prakticky všechna větší města a podnikatelé v oblasti cestovního ruchu. Ve společném stánku nadepsaném Domažlicko se prezentovalo Městské informační centrum Domažlice, obce Horšovský Týn, Holýšov a Chodská liga se sídlem v Klenčí pod Čerchovem. K dispozici návštěvníkům výstavy byly mnohé propagační materiály včetně výše zmiňovaného Image prospektu Domažlicko, jenž přítomní turisté rádi přivítali. Celý program byl moderován tak, že představoval jednotlivé vystavovatele a umožnil jim prezentaci před veřejností a kolegy.

2.3.2.8 *Prezentace prostřednictvím programu „Kudy z nudy“*

Program státní příspěvkové organizace CzechTourism „Kudy z nudy“ byl představen již v kapitole 2.2.2.7 vztahující se k aktivitám, které nabízí v Plzni a jejím okolí. Stejně tak si mohou návštěvníci Domažlicka zvolit jednu ze dvou nabízených aktivit v tomto regionu, v závorce je vždy uvedena doporučená cílová skupina. Jedná se o:

- *Sportovní víkend na Domažlicku pro příznivce cykloturistiky (Sportovní rodina)*
- *Za plzeňským pivem a chodským folklórem (Zvídavá rodina)*

2.3.3 *Chodská tradice v Domažlicích*

Oblast Chodska, tak jak ji známe dnes a jak vstoupila do národního povědomí, je pouze jednou částí chodského osídlení západní hranice. Ve středověku tato česká etnografická skupina obývala rozsáhlé území, rozkládající se v pásmu od Domažlic přes Bor a Tachov po Planou. Na jižním cípu sídlili domažličtí Chodové obývající v okolí města jedenáct historických privilegovaných vsí, které spadaly pod správu Domažlic. Za ozbrojenou strážní službu na hranicích byli Chodové odměňováni českými panovníky četnými privilegii, která jim přinášela

⁵⁶ zdroj: článek Město se představilo na výstavě v Plzni, <http://zpravodajstvi.domazlice.info/?vypis=0&od=100>

výjimečné postavení ve feudálním systému. Nejdůležitější výsadou byla jejich osobní svoboda a poddanství nikoliv feudálům, ale pouze králi. Měli i vlastní samosprávu, tvořenou rychtáři vsí a purkrabím sídlícím na domažlickém hradě. Svá privilegia si udrželi téměř do konce 17. století Těžká strážní služba spojená se stálým nebezpečím nepřátelského vpádu vyžadovala od Chodů bojeschopnost spojenou se statečností a rozhodností. Ve své dlouhé historii také tyto vlastnosti prokázali. Při této příležitosti je třeba se také zmínit o chodském praporu, který podle vyobrazení Mikoláše Alše a popisu Aloise Jiráska v románu Psohlavci měl mít zobrazenou psí hlavu. Historické prameny z r. 1543 však prokazují, že se Chodové shromažďovali pod praporem, na kterém byl zobrazen pár plstěných bot. Pro úřední jednání a pečetění listin používali domažličtí Chodové od konce 15. stol. pečeť s čakanem uprostřed, lemovaným hvězdami, doplněnou nápisem: Chodové z Domažlic. Mnohokrát sepsaná i zfilmovaná událost, která je s Chody nejvíce spojená, se udála na sklonku 17. století. Chodové a jejich tradiční souboj s vrchností, konkrétně s majitelem zámku v Trhanově Lamingerem (v českých pověstech zvaný Lomikar), skončil povstáním, které Laminger násilně potlačil. Za vůdce rebelie byli označeni tři Chodové, mezi nimi i Jan Sladký zvaný Kozina z Újezdu u Domažlic. V únoru 1695 byl popraven na plzeňském popravišti. Díky Jiráskovým Psohlavcům pak vstoupilo město do národního podvědomí jako staletý strážce zemských bran, jazyka i odvěkých práv Čechů na svobodný život ve své zemi. Chodské tradice jsou v regionu dodnes patrné, hlavně v jedenácti historických privilegovaných obcích, v nichž Chodové žili⁵⁷. Chodský folklór zase připomínají četné slavnosti, například Chodské slavnosti v Domažlicích. V polovině srpna se sem sjíždějí dudáci z celé země, můžete vidět tradiční chodské kroje nebo ochutnat specialitu – chodské koláče. O této nejvýznamnější tradici bude samostatná zmínka v následující kapitole.

2.3.4 Domažlice - centrum kultury a společenských akcí

Kulturní vyžití ve městě zajišťuje kino Letní a Městské kulturní středisko Domažlice, kde se pravidelně uskutečňují divadelní přestavení a abonentní koncerty a jiné významné kulturní události města. Mezi ně patří např. Chodský bál konaný každoročně v březnu. Mezi další akce pořádané každým rokem v létě patří Běh Domažlice – Furth im Wald, Chodská patnáctistovka, nebo Běh lesy babylonskými. Každou první neděli v letních měsících se konají Promenádní koncerty na náměstí a první týden v červenci Hudba pod hradem Keramické sympozium. Bezesporu nejpopulárnější akcí, která láká do Domažlic nejvíce turistů, jsou však Chodské slavnosti.

⁵⁷ Privilegované obce: Draženov, Chodov, Klenčí pod Čerchovem, Klíčov, Chodská Lhota, Mrákov, Pocinovice, Postřekov, Stráž, Tlumačov a Újezd

*Chodské slavnosti - Vavřínecká pout'*⁵⁸

Jak již bylo zmíněno, Domažlice jsou centrem národopisné oblasti Chodsko, v níž je doposud živě udržována tradice lidové dudácké hudby, tanců, zvyků a obyčejů. Chodské slavnosti jsou jedním z nejstarších folkloristických festivalů v České republice, pořádaný již od roku 1955. Hlavními pořadateli slavností jsou Město Domažlice a Městské kulturní středisko Domažlice, spolupořadateli pak Plzeňský kraj a Folklorní sdružení České republiky. Uskutečňují se s podporou Evropské unie a Nadačního fondu Most naděje. V současné době se festival koná vždy první víkend po 10. srpnu a již tradičně je spojován s domažlickou Vavříneckou poutí. Stěžejní část programu je věnována zejména místním národopisným hudebním a tanečním souborům. Hlavní Program se odehrává na několika scénách a skládá se z více než 20 různých režijně zpracovaných pořadů. Zajímavým zpestřením je velký staročeský jarmark v historickém centru města a přehlídka tradičních řemesel. Při procházce domažlickým náměstím zaplněným množstvím stánků si mohou návštěvníci zakoupit a v některých případech i prohlédnout ukázkou výroby bižuterie, háčkových deček nebo ubrusů, zdobení perníčků, keramiky, textilu, dále ochutnat některá staročeská jídla včetně tradičních chodských frgálů⁵⁹. V dolní části náměstí bývá postavena hlavní scéna, na které probíhají představení souborů a osobností folklóru nejen z Chodska, ale i hostů z různých koutů České republiky. V roce 2005 při příležitosti konání jubilejního 50. ročníku Chodských slavností přizvalo Městské kulturní středisko Domažlice jako pořadatel ke spolupráci soubory z Prahy, Plzně, Horní Břízy, Slovenska, Maďarska a Rakouska.

2.3.5 Přírodní atraktivita

Samotné Domažlice bohužel kromě městského parku Škarman s vyhlídkovým pavilonem Belvederem nemohou nabídnout žádnou další přírodní atraktivitu. Za těmi jezdí turisté do okolí města, neboť součástí Chodska je Chráněná krajinná oblast Český les, asi 80 km dlouhé pásmo při hranicích s Německem. Český les patří do souvislého pásu lesních hvozdů Český les - Šumava - Bavorský les - Hornofalcký les, který je přírodovědecky i turisticky souhrnně označován jako Zelená střecha Evropy. Jedná se totiž o největší souvislou lesní plochu v Evropě. Jihozápadně od Domažlic ve vzdálenosti do 10 km se nachází nejvyšší vrchol Českého lesa – Čerchov⁶⁰, kde stojí Kurzova rozhledna se širokým výhledem na celé Plzeňsko, jež je hojně navštěvována.

⁵⁸ zdroj: Městské kulturní středisko Domažlice: Chodské slavnosti – Vavřínecká pout' 2005, městské kulturní středisko Domažlice, srpen 2005 a www.chodskeslavnosti.cz

⁵⁹ místní označení pro chodské koláče, které jsou bohatě zdobené a větší než koláče, které běžně známe

⁶⁰ Čerchov leží v nadmořské výšce 1042 m n. m.

Další přírodní atraktivitou, která přitahuje pozornost návštěvníků Domažlicka je areál Babylon v parkovém prostředí přírodního babylonského rybníka, který leží asi 7 km jižně od Domažlic u hlavního silničního tahu k hraničnímu přechodu Folmava. Areál je vybaven patřičnou infrastrukturou s možností ubytování (4 hotely, 1 penzion, 1 lovecká chata), stravování (10 zařízení zahrnující restaurace, hotelové restaurace, pizzerie, občerstvení), sportovního vyžití (minigolf, tenis, překážkový biliard) a zařízením pro děti (prolézačky, skluzavka, dětská košíková). Je každoročně cílem letní dovolené mnoha domácích, ale i zahraničních turistů.

2.3.6 Kulturní a historické památky⁶¹

Návštěvnost turistických cílů v Domažlicích je sledována pouze hromadně za Chodský hrad, Muzeum Chodska, Národopisné muzeum Jindřicha Jindřicha a Galerii Bratří Špilarů. V roce 2005 dosáhl počet návštěvníků 16 469.⁶²

Historický střed města

Historický střed Domažlic byl vyhlášen městskou památkovou rezervací v roce 1975. Svým neobvyklým ulicovým náměstím, které je lemováno řadami starobylých měšťanských domů s barokní i a klasicistními fasádami, se Domažlice výrazně odlišují od šachovnicového půdorysu většiny ostatních přemyslovských měst. Vedle veřejných, obecních a církevních staveb zahrnuje městská památková rezervace Domažlice přes dvě stovky historických domů většinou z období středověku. Výrazněji lze rozpoznat teprve pozdně gotické a renesanční přestavby, které probíhaly na konci 15. a v průběhu 16. století. Z tohoto období pochází převážná většina slohových domovních portálů i ostatních datovatelných kamenických článků, viditelných na fasádách i skrytých v nitru domů. Městské podzemí obsahuje 2 až 3 patra sklepů, částečně vyhloubených do jílu. Mimo domů na náměstí, doplněných podloubím, zůstaly zachovány historické domy také v bočních ulicích. Řada domů v bočních ulicích si dosud udržela malebné nádvorní štíty se starými dřevěnými pavlačemi.

Městské opevnění

Výstavba městských hradeb ve tvaru tupého obdélníku započala za vlády Přemysla Otakara II. a byla dokončena na konci 13. století. Tvořili ji 7,5 m vysoké zdi, ve třech nárožích válcové věže a ve čtvrtém ji uzavíral Chodský hrad. Po obvodu hradeb stály další dvě desítky půlválcových věží, město bylo přístupné třemi branami a výpadní brankou. V první polovině 19. století však byly městské hradby zbourány (přičemž zanikly Týnská a Horní brána), příkopy zavezeny a historické jádro splynulo s předměstími. Nejpozoruhodnější a dosud dobře

⁶¹ zdroj pro celou kapitolu: <http://web.quick.cz/chodsko1/>

⁶² zdroj: vlastní šetření

zachovalou stavbou městského opevnění je *Dolní brána* na náměstí s dvacetimetrovou věží, která byla v roce 1905 opravena do dnešní podoby. Další *Branka* nedosáhla významu ostatních městských bran. Od jihu, kde stojí v jedné z přilehlých uliček náměstí, nevstupovala do města žádná významnější komunikace. Sloužila pouze vnitřnímu spojení města s předměstím.

Domažlická věž

Impozantní válcová věž dominuje domažlickému náměstí i celému městu a je jedinou věží v České republice válcového tvaru. Podle dochovaných pramenů byla postavena pravděpodobně v 16. století. Při výšce 56 m se odchyluje od svislé osy o 70 cm. Je přístupná veřejnosti a návštěvníci musí při prohlídce zdolat 12 pater spojených jednoduchými dřevěnými schody, minou zvonici se zvony Zikmundem, Marií a Pavlem a vstoupí na ochoz, kde je umístěn malý zvonek "adventík" z 15. století a ze kterého je překrásný pohled na město i okolí.

Kostel Narození Panny Marie⁶³

V těsném sousedství věže stojí děkanský kostel Narození Panny Marie. Vztah mezi kostelem a městskou věží není dodnes dořešen. Podle většiny historiků nejspíše původně mohly stát válcová hláska i kostelní gotické trojlodí vedle sebe zcela samostatně. Tento názor podporuje i nález základů původní čtyřboké věže kostela, která stávala na konci jeho severní boční lodi. Dnes je kostel jednolodní, se vchodem do věže z náměstí a vchodem do kostela z postranní Kostelní ulice. Zařízení kostela je převážně z 18. stol. Největším skvostem je oltář Narození Panny Marie.

Chodský hrad

Domažlický hrad, pevné sídlo královského purkrabí, zástavních držitelů města a místo starého chodského hradu, byl založen společně s městem v šedesátých letech 13. stol. v jeho jihozápadním nároží. Obdélný půdorys se shodoval s nově navrženými parcelami městské zástavby. Jižní a západní stěnu objektu, posíleného válcovou věží, tvořila městská hradební zeď. Pohostinnost domažlického hradu využili nejednou čeští králové, především Jan Lucemburský a jeho syn Karel. Svoji prvotní funkci plnil jen do počátku 16. stol. V průběhu času zpustl, vyhořel a teprve v letech 1726-1728 byla na jeho zříceninách vystavěna čtyřkřídlá budova využívaná pro potřeby království a později i města. Dnes v ní sídlí Muzeum Chodska.

Muzeum Chodska

V objektu Chodského hradu je umístěno Muzeum Chodska. Jeho expozice zahrnuje archeologii starověku a středověku, historii od 15. do 19. století, ševcovskou dílnu, chodskou

⁶³ www.hrady.cz

světnici, chodskou svatbu, keramiku, lidový a měšťanský nábytek a přírodovědu okresu. Mimo samotné muzeum je možno vystoupit na hradní věž, navštívit lapidárium a prohlédnout si hradní nádvoří.

Augustiánský klášter

Klášter augustiánů eremitů s kostelem Nanebevzetí Panny Marie byl založen r. 1287 králem Václavem II. V období husitských válek byl klášter zničen a v průběhu dalších století po několika požárech postupně obnovován, v roce 1671 byl barokně přestavěn. Ze strohých interiérů budovy vyniká pouze refektář dokončený v roce 1752, který je vyzdoben freskami od malíře J. Luxe z téhož roku. V roce 1990 byl klášter navrácen pod správu řádu, avšak nadále v jeho prostorách působí domažlická základní umělecká škola. Značným nákladem opravený refektář slouží jako městská výstavní síň.

Galerie bratří Špillarů

Galerii bratří Špillarů najdeme v ulici Msgre. B. Staška a nachází se zde stálá expozice s obrazy bratří Jaroslava a Karla Špillarových. Ve druhé části galerie jsou výstavy soudobé tvorby českých i zahraničních umělců.

Národopisné muzeum Jindřicha Jindřicha⁶⁴

Národopisné muzeum se nachází na náměstí Svobody a v jeho komorní expozici věnované milovníkovi chodského národopisu a hudebnímu skladateli Jindřichu Jindřichovi si návštěvníci mohou prohlédnout nejen Mistrovu pracovnu, ale také chodskou světnici, ukázky chodské keramiky a především unikátní sbírku lidových podmaleb na skle. Během prohlídky zaznívají ukázky Mistrovy tvorby.

2.4 Město České Budějovice – všeobecná charakteristika⁶⁵

České Budějovice jsou metropolí a krajským městem Jihočeského kraje a byly založeny králem Přemyslem Otakarem II. v roce 1265 na soutoku řek Vltavy a Malše. Město je hospodářským, finančním a kulturním centrem jižních Čech a jako sídlo Jihočeské univerzity a Akademie věd také centrem školství a vzdělávání, jež přitahuje do města mnoho mladých lidí z jiných krajů České republiky. Centrum města s krásným čtvercovým náměstím bylo v roce 1980 vyhlášeno městskou památkovou rezervací. V současné době se počet obyvatel pohybuje kolem 95 000.⁶⁶ Budějovice také plní funkci důležitého železničního a silničního uzlu, jsou

⁶⁴ zdroj: www.vitejte.cz

⁶⁵ zdroj k celé kapitole: www.c-budejovice.cz, <http://mesto.budweb.cz/hlavni.asp>

⁶⁶ přesný údaj k 31. 12. 2003 – 95 245 obyvatel, zdroj: Městská a obecní statistika – Vybrané statistické údaje za základní územní jednotku (ZUJ) 544256

dobře přístupné z ostatních evropských zemí, jelikož městem prochází významná železniční trať Praha – Linec – Benátky a Plzeň – Vídeň a také trasy silnic I/3 E55 ve směru Kodaň – Berlín – Praha – Linec – Solnohradsko – přes Alpy do Benátek – dále až do Řecka, silnice E49 Plzeň – Vídeň a silnice E551 napojující České Budějovice na D 1 směr Brno a Slovensko.

Kultura

Ve městě se konají sezónní trhy a s nimi spojený kulturní program. Další možnost kulturního využití nabízejí místní divadla či kinosály. Z muzeí vyniká především Muzeum koněpřežky.

Sport

Kromě klasických sportovišť jakými jsou bazény, hřiště pro míčové hry, zimní stadion a dalších naleznete v okolí města několik jízdáren či proti proudu Vltavy nespočet půjčoven loděk a raftů pro sjezd nejkrásnější části řeky od Lenory po České Budějovice.

Zajímavosti v místě a okolí

Českobudějovické náměstí Přemysla Otakara II. patří k nejkrásnějším náměstím u nás. Ze všech stran je lemováno barokními měšťanskými domy s loubím. V jeho středu nalezneme barokní Samsonovu kašnu z 18. století. Nedaleko kašny je v dlažbě zasazen tzv. bludný kámen, na jehož místě stávala ve středověku šibenice. Na náměstí stojí také bohatě zdobená radnice se sochami 4 ctností v nadživotní velikosti. V těsném sousedství barokního chrámu sv. Mikuláše se tyčí nepřehlédnutelná dominanta města – Černá věž vysoká 72 metrů, sloužící jako zvonice a současně také jako vyhlídka. Piaristické náměstí obklopují nejstarší budovy ve městě, včetně nejstarší dochované stavby kostela Obětování panny Marie z roku 1265. V Panské ulici nalezneme unikátní gotický srub z 15. století a Rabenštejnskou věž - součást původního opevnění. Zbytky tohoto opevnění nalezneme už jen u břehů Malše a slepého ramena Vltavy. K novodobým zajímavostem patří hvězdárna a planetárium. Řada dalších turistických cílů je i v okolí města. Za všechny můžeme jmenovat blízký zámek Hluboká nad Vltavou, nebo památku UNESCO vesnický skanzen Holašovice.

České Budějovice jako krajské město Jihočeského kraje

Jihočeský kraj přitahuje pozornost domácích i zahraničních turistů, což dokazuje skutečnost, že je po hlavním městě druhým nejnavštěvovanějším krajem České republiky s počtem 1 068 596 hostů ubytovaných v tomto regionu v roce 2004.⁶⁷ Největší zásluhu na tom má bezpochyby Český Krumlov, jehož historické jádro je zapsáno na seznam světového kulturního dědictví UNESCO a jež agentura CzechTourism zařadila mezi tzv. Národní produkty. Za národní jsou definovány produkty nabízené (a známé) na celém světě ve stejné podobě.

⁶⁷ zdroj: Statistická ročenka Jihočeského kraje 2005, www.czso.cz

Propagace turistických produktů probíhá především prostřednictvím zahraničních zastoupení CzechTourism, které připravují akční plán efektivní propagace a následnou prezentaci těchto produktů zahraničním touroperátorům. Český Krumlov patří mezi 5 základních Národních produktů. Jejich nabídka je dále rozšířena o fakultativní výlety do okolí, které jsou hvězdicovitými výjezdy z těchto míst, a tak pokrývají i další turistické atraktivity dané oblasti. Důvodem vytvořením nabídky fakultativních výletů z 5 Národních produktů je snaha docílit opakované návštěvnosti tohoto místa a zároveň strávení delšího časového období na území naší republiky. V rámci Jihočeského kraje jsou cíleně propagovány fakultativní výlety do Třeboně, Jindřichova Hradce a Hluboké nad Vltavou. Potenciál Jihočeského kraje pro nabídku cestovního ruchu, jenž je podporován a propagován nejen v tuzemsku, ale hlavně v zahraničí, je cenným kapitálem tohoto regionu pro udržení a popř. zlepšení svých pozic v rámci návštěvnosti České republiky.

3 INTERPRETACE A ANALÝZA ŠETŘENÝCH ÚDAJŮ

3.1 Způsob šetření

Pro charakteristiku metody šetření bylo čerpáno z knižního titulu Marketingový výzkum Metodologie a aplikace.⁶⁸ Kniha definuje druhy marketingového výzkumu a způsoby sbírání dat, postup při zpracování a analýze získaných údajů a formy prezentace výsledků výzkumu, které je zaměřeno především na podniky. Jelikož je ale marketing obor vycházející ze znalosti zákazníků, jejich potřeb a přání, dá se aplikovat na oblast cestovního ruchu a šetřenými subjekty se v tomto případě stávají turisté a návštěvníci vybraných měst. Pro moji práci jsem použila metodu kvantitativního šetření, které se zaměřuje na získávání informací o četnosti výskytu toho, co se událo nebo děje. Jeho účelem bylo získat konkrétní číselné údaje o vzdálenosti, ze které přijíždějí turisté do vybraných měst, kolik zde utrací a jaká je četnost jejich návštěv. Výzkum byl proveden výběrovým šetřením, při kterém byly potřebné údaje zjišťovány pouze u části jednotek základního souboru, jež byly vytipovány pravděpodobnostním neboli náhodným výběrem. Rozsah výběru dotazovaných účastníků byl po konzultaci s vedoucím diplomové práce na základě přesnosti odhadu charakteristik, ale i proveditelnosti průzkumu formou osobního dotazování stanoven na počet 300 respondentů v Plzni a Českých Budějovicích a 200 respondentů v Domažlicích. Techniku šetření osobním dotazováním jsem zvolila kvůli jejím hlavním výhodám, a to, že tazatel může svým působením vyvolat u respondenta zájem o předmět šetření a snížit možnost odmítání odpovědí, proto lze při rozhovoru také aplikovat delší dotazník a taktéž lze měnit pořadí otázek podle charakteristik respondenta nebo podle předcházejících odpovědí. Otázky, které vychází z kladné předcházející odpovědi se mohou v případě záporné odpovědi rovnou vynechat a snížit tak čas šetření. Dotazníky byly formulovány pro všechna města ve stejné podobě s patnácti otázkami, jež byly téměř všechny polytomické. Pouze jediná otázka Co hodláte v tomto městě navštívit nebo jste již navštívil(a)? se liší v jednotlivých městech podle jejich nejvýznamnějších atraktivit. Polytomický typ otázek umožňuje výběr z několika předem stanovených odpovědí a v mnoha případech usnadňuje a upřesňuje pochopení otázky a rozpomínání. Může však sugestivně ovlivnit odpověď respondenta, jelikož mu svým způsobem napovídá a může u něj vyprovokovat odpověď, na kterou by sám nepřišel, protože je mimo oblast jeho zkušeností. Ovšem na úkor toho byla pro mě důležitá možnost na ně snadno a relativně krátce odpovídat a především jednoduše zpracovat a analyzovat získané údaje. Jediná otevřená otázka se týkala místa bydliště návštěvníka. Struktura dotazníku odpovídala klasické

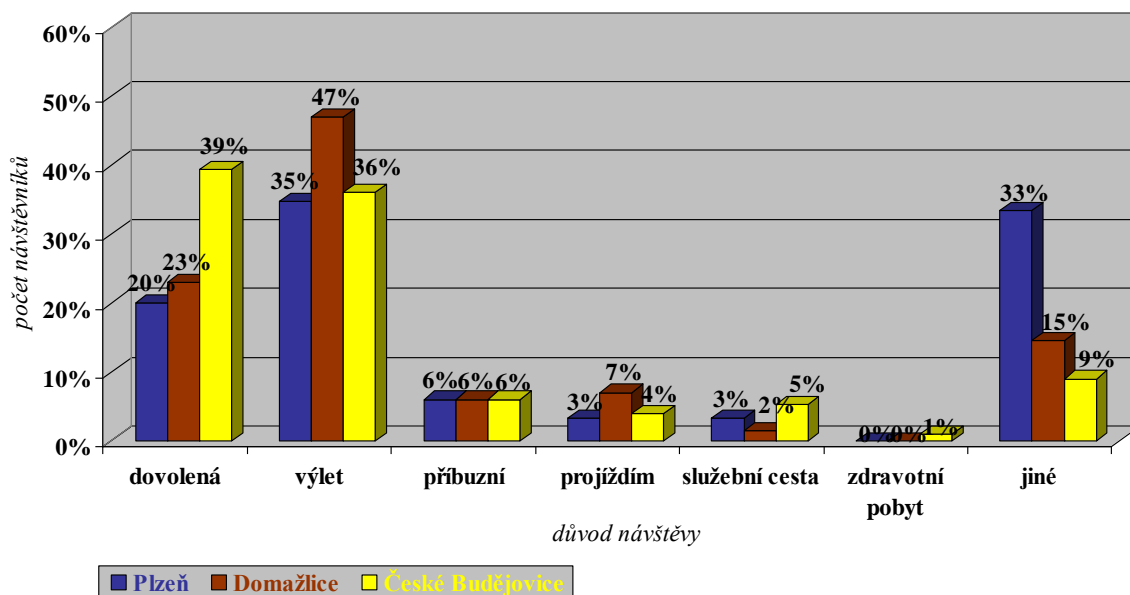
⁶⁸ Zbořil, K.: Marketingový výzkum Metodologie a aplikace., Vysoká škola ekonomická, Praha 1998, s. 11, 37, 41, 47, 56 - 57, 60 – 61

logické stavbě, která obsahuje nejprve snadné úvodní otázky, jejichž účelem je navázat dobrý kontakt s respondentem, probudit jeho zájem, získat jeho důvěru a spolupráci. Následovaly filtrační otázky, jejichž účelem bylo zjistit, zda je respondent správný typ k poskytnutí požadovaných informací. Zahřívací otázky umožnily promyšlenější odpověď a připravily respondenta na specifické otázky, jež byly zaměřeny na zjišťování informací nezbytných k objasnění zkoumaného problému. V závěru pak byly položeny identifikační otázky, které objasnily věkové, pohlavní, národnostní a vzdělanostní charakteristiky respondenta. Dotazníky k městům Plzeň a Domažlice jsou součástí Přílohy č. 9, dotazník použitý v Českých Budějovicích je součástí přílohy diplomové práce kolegyně Lucie Bártů. Takto získané informace byly přepsány do elektronické databáze, ze které jsem získala výstupní informace v podobě grafů a tabulek a následně je analyzovala.

3.2 Vyhodnocení dotazníků

Otázka č. 1: Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy?

Graf č. 1 – Hlavní důvod návštěvy vybraných měst



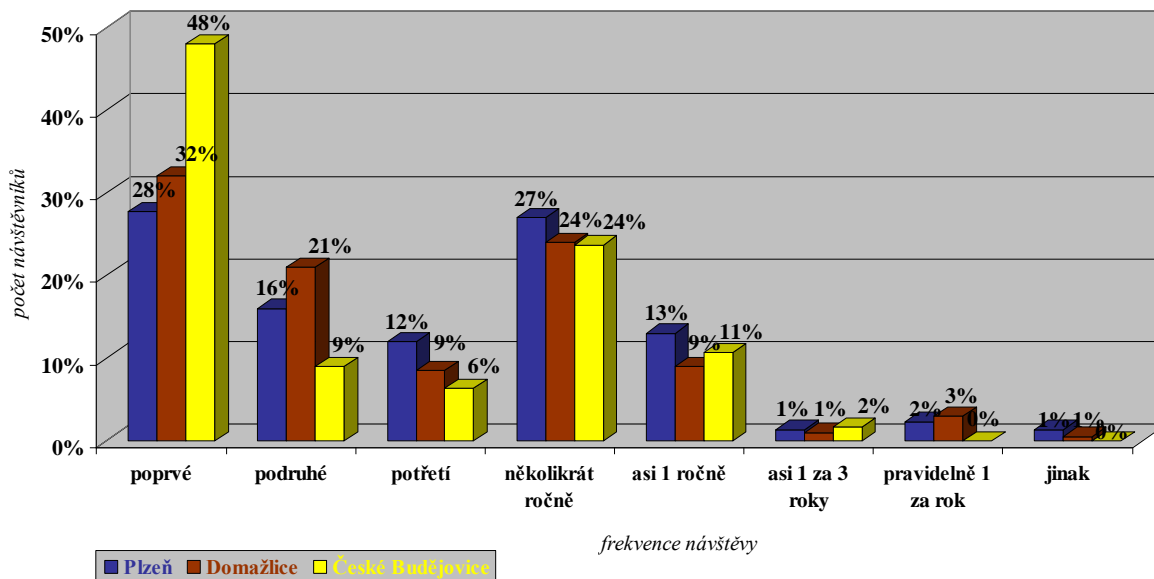
zdroj: vlastní šetření

Ve všech třech městech mají důvody dovolená a výlet silné zastoupení, ovšem v případě Plzně celá třetina dotázaných přijela do města z jiných důvodů, kterými byly zejména účast na kulturní, společenské nebo sportovní akci, konkrétně pak např. na IX. mezinárodní turistické olympiádě nebo Oslavách osvobození a nemalý podíl návštěvníků, kteří uvedli jiné důvody návštěvy, přijelo do Plzně oslavit příchod Nového roku. Rozložení návštěvníků v Českých

Budějovicích je téměř vyrovnané mezi důvodem dovolená a výlet, ovšem v Domažlicích přijela v rámci výletu necelá polovina dotazovaných. Je to dáno tím, že Domažlice jsou ve srovnání s Plzní a Budějovicemi malým okresním městem, jehož prohlídku zvládne turista za polovinu dne. Dovolenu tráví turisté většinou v okolí Domažlic v klidné přírodě. Procentuální zastoupení respondentů, kteří pouze projížděli každým městem, je shodný, u Domažlic je tu pak ve srovnání s ostatními městy o něco vyšší procento, jelikož při náhodném průzkumu prováděném na podzim nebo v zimě v tomto regionu se ve městě bohužel nenachází tolik zájemců, kteří by přijeli za památkami města. Na zdravotní pobyt nepřišel do Plzně ani do Domažlic žádný z dotazovaných, neboť se nejedná o lázeňská města, nenachází se zde ani jiná léčebná zařízení nebo sanatoria. V Budějovicích bylo procento návštěvníků přijíždějících na zdravotní pobyt zanedbatelné. Jiné důvody příchodu do destinace byly v případě Plzně vysvětleny, v Domažlicích se jednalo zejména o kulturní akce v zastoupení nejvýznamnější z nich – Chodských slavností, popř. promenádních koncertů nebo vánočních trhů.

Otázka č. 2: Jak často navštěvujete toto město (místo)?

Graf č. 2 – Frekvence návštěv v daných městech



zdroj: vlastní šetření

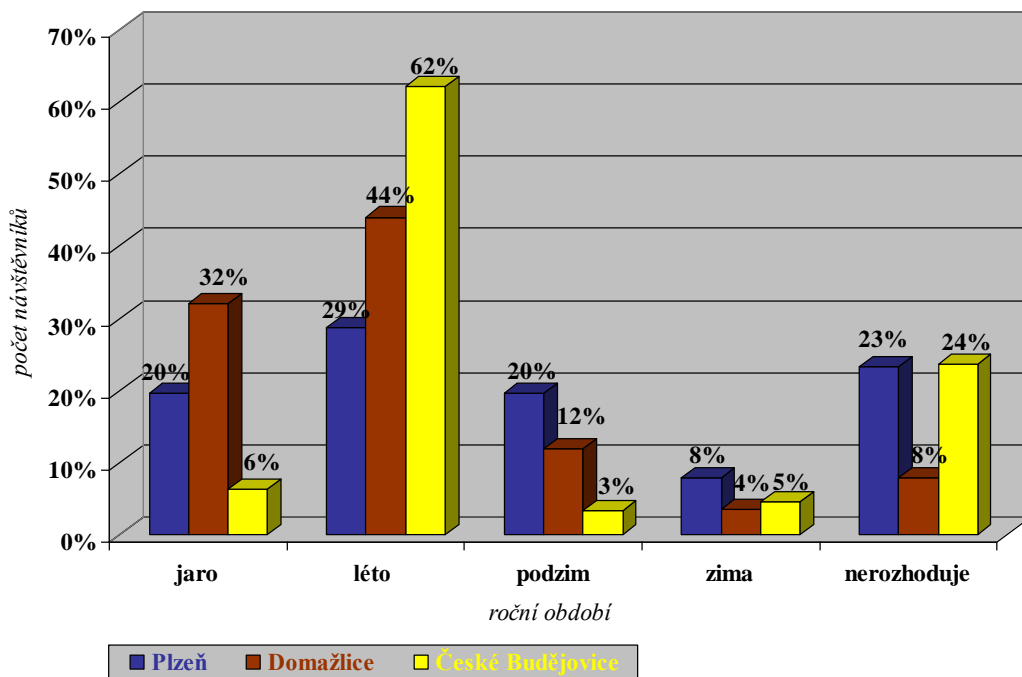
Téměř polovina dotazovaných navštívila Budějovice poprvé a jednalo ze 2/3 o hosty, kteří sem přijeli na dovolenou. V Plzni a Domažlicích byl počet těch, kteří přijeli poprvé nižší než v Budějovicích a navíc se jednalo zejména o výletníky (v Plzni 45 %, v Domažlicích 61 %) ⁶⁹,

⁶⁹ Podíl je počítán z počtu turistů, kteří přijeli poprvé.

zbývající podíl se rozdělil mezi dovolené a v menšině potom na hosty kulturních nebo sportovních akcí. Lze tedy konstatovat, že jsou České Budějovice z vybraných měst pro turisty nejatraktivnější, jelikož si toto město vybralo za cíl nejvíce návštěvníků, kteří ho dosud osobně neznali. Je to zřejmě způsobeno tím, že v tomto regionu jsou dobré podmínky pro letní dovolenou, ale i pro výlety, jelikož Jihočeský kraj disponuje velkým potenciálem cestovního ruchu a hvězdicové výlety do Českých Budějovic bývají pak pravidlem. Z dalších čísel v grafu vyplývá, že nejčastěji se lidé vrací do Domažlic, ať už si toto město vybralo 21 % návštěvníků podruhé a 9 % potřetí, skutečností zůstává, že se do města vrací pravidelně jednou za rok sice jen 3 %, ale ve srovnání s ostatními městy je to číslo největší. Důvodem jsou každoročně konané Chodské slavnosti, které přilákají do města jednorázově nejvíce turistů během celého roku. I do Plzně se turisté vrací častěji než do Budějovic, prioritami výběru jsou přitom nejčastěji historické a kulturní památky, dále kulturní akce nebo rekreační sport a turistika. Přibližně stejný podíl jezdí do všech měst několikrát ročně, z čehož v Plzni nejčastěji za kulturní akcí, do ZOO, popř. z jiných důvodů, v Domažlicích přijíždí několikrát ročně lidé ze soukromých nebo pracovních důvodů, za nákupy nebo rekreačním sportem a v Budějovicích jsou to obecně priority kultura nebo ostatní. Asi jednou ročně přijíždí do všech měst porovnatelné procento návštěvníků, jejichž důvodem je převážně návštěva příbuzných. Ostatní možnosti příjezdu - asi 1 ročně popř. jinak jsou zanedbatelná.

Otázka č. 3: Ve kterém ročním období do tohoto místa zpravidla zavítáte?

Graf č. 3 – Roční období návštěv

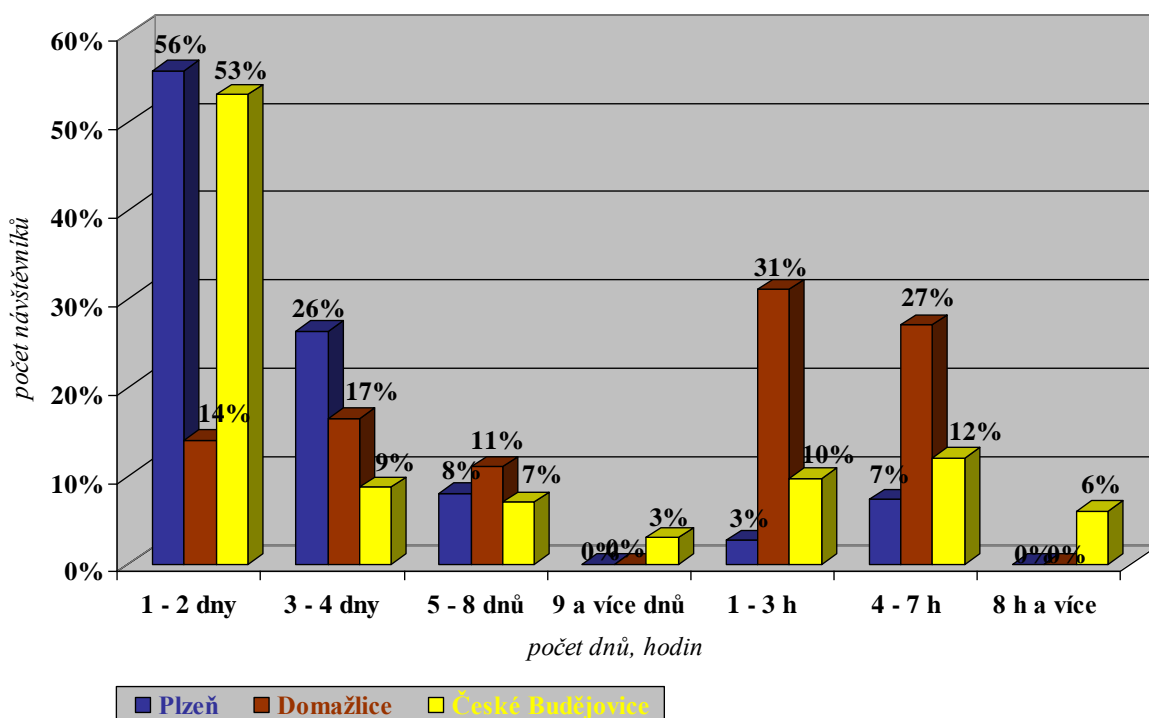


zdroj: vlastní šetření

Jak se dá předpokládat, největší podíl turistů přijíždí do všech měst jednoznačně v létě v hlavní turistické sezóně. Tento rozdíl je nejvíce patrný u Českých Budějovic, kde tomu tak je v případě 62 % návštěvníků, téměř u 1/4 roční období nerozhoduje a zbytek je v nízkém procentu rozdělen do zbývajících ročních období. V případě Domažlic je tomu jinak, za vysokým procentem hostů přijíždějících v letním období následuje téměř 1/3, která sem zavítá na jaře, zbytek je pak téměř rovnoměrně rozdělen do zbývajících možností. Je to dáno tím, že lidé jezdí na delší pobyty do okolí Domažlic zejména kvůli turistice a přírodě a volí proto příjemnější jarní měsíce. Plzeň má, dá se říci, počet návštěvníků rovnoměrně rozložen do všech možností, s nejvyšším podílem jak tomu obvykle bývá v létě a nejnižším v zimě. Možnost kdy roční období nerozhoduje o návštěvě města je v případě Plzně a Budějovic paralelní s počtem lidí, kteří přijíždějí několikrát ročně a nemají důvod si vybírat roční období, u Domažlic je toto číslo menší, jelikož i návštěvy několikrát do roka ze vzdálenějších míst si vybírají příjemnější jarní či letní měsíce.

Otázka č. 4: Jak dlouho se tentokrát zdržíte v tomto městě (místě)?

Graf č. 4 – Počet dnů strávených ve městě



zdroj: vlastní šetření

Z Grafu č. 4 bohužel vyplývá, že turisté ve sledovaných městech nebo jejich regionech netráví příliš mnoho času. V Plzni a Budějovicích je to nadpoloviční většina, která se nezdrží déle než 2 dny. V Domažlicích je délka pobytu ještě kratší, neboť sem jezdí většina turistů na

jednorázové půldenní nebo denní výlety a zdrží se téměř z jedné třetiny pouze 1 – 3 hodiny, o něco nižší podíl - 27 % pobude ve městě 4 – 7 hodiny. Plzeň je na tom o něco lépe, jelikož 26 % návštěvníků zůstane 3 – 4 dny, což pomohlo k průměrné délce pobytu 2,2 dny. Detailní údaje o počtu dnů a hodin strávených ve vybraných městech jsou uvedeny v Tabulkách č. 3 a č. 4.

Tabulka č. 3 – Délka pobytu turistů ve vybraných městech podle dnů

	1 den	2 dny	3 dny	4 dny	5 dnů	6 dnů	7 dnů	8 dnů	9 a více dnů
Plzeň	25%	30%	16%	11%	6%	1%	-	-	-
Domažlice	2%	13%	7%	10%	6%	3%	2%	1%	-
České Budějovice	39%	15%	6%	2%	2%	-	4%	1%	3%

zdroj: vlastní šetření

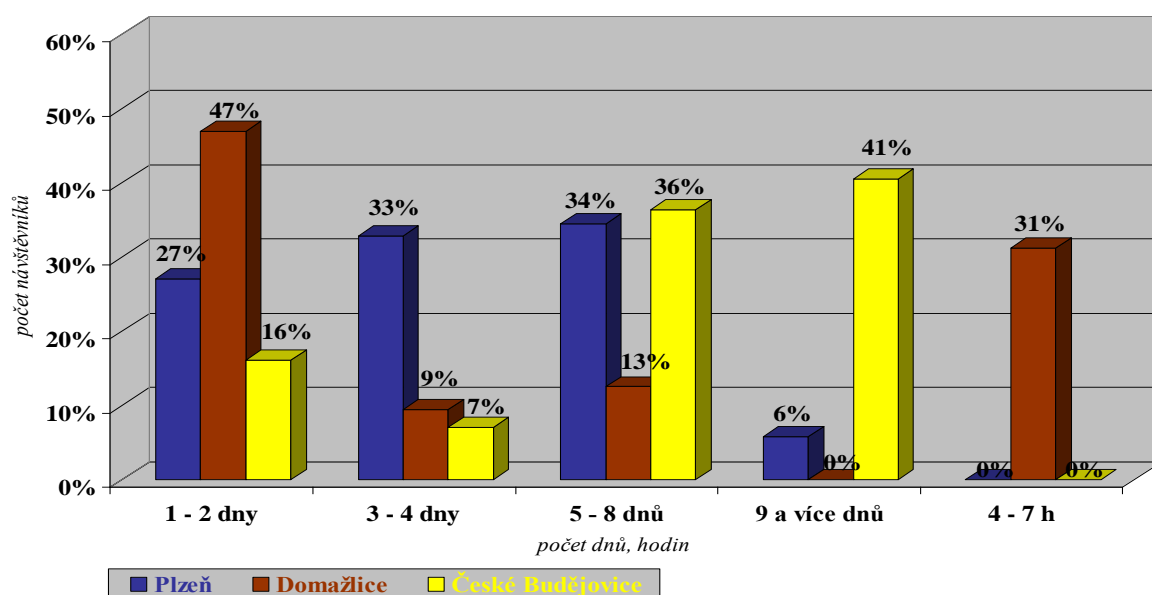
Tabulka č. 4 – Délka pobytu turistů ve vybraných městech podle hodin

	1 h	2 h	3 h	4 h	5h	6h	7h	8 h a více
Plzeň	-	1%	2%	2%	6%	-	-	-
Domažlice	5%	10%	15%	15%	9%	2%	-	-
České Budějovice	2%	4%	3%	4%	3%	5%	-	7%

zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 5: Jak dlouho se tentokrát zdržíte v České republice?

Graf č. 5 – Doba strávená na území ČR mimo šetřený region



zdroj: vlastní šetření

Graf č. 5 se týká pouze zahraničních návštěvníků, u kterých byla sledována celková doba pobytu na území České republiky, aby byl porovnán s délkou pobytu strávenou v námi sledovaném regionu tří měst. Na první pohled jsou z grafu patrné velké odlišnosti v rámci jednotlivých měst. Téměř polovina všech zahraničních návštěvníků Domažlic strávila celkově na území České republiky 1 – 2 dny, téměř 1/3 cizinců přijela na 4 – 7 hodin, a malé procento potom na více než 3 dny a ze statistiky památek, které navštívili vyplývá, že to bylo jen v regionu Domažlic a jiný cíl v Čechách nehledali. Celková doba pobytu v Čechách tedy činila průměrně 2,1 dne, z toho v Domažlicích 1,8 dne. Pravděpodobně je to způsobeno příhraniční polohou města, kam mají zejména Němci blíže než někteří tuzemci a mnozí z nich jezdí na svá oblíbená místa již po několikáté, do jiných atraktivních míst Česka by to potom měli pro ně možná zbytečně daleko. V Českých Budějovicích je tomu právě naopak, nejvíce cizinců (41 %) kteří navštívili toto město se zdrželo v Čechách poměrně dlouho – 9 a více dnů a více než 1/3 cizinců zůstala 5 – 8 dnů. Dalších 16 % zůstalo 1 – 2 dny a 7 % setrvalo 3 – 4 dny, což činí průměrnou dobu pobytu v Čechách 9,3 dne a z toho v Budějovicích 2,9 dne. Důvodem toho může být fakt, že v jižních Čechách se nachází jeden z 5 národních produktů⁷⁰ nabízených agenturou Czech Tourism a také cíle dalších hvězdicových výletů do tohoto kraje, kam zavítají většinou turisté přijíždějící prohlédnout si to nejzajímavější z České republiky, tímpádem zde zůstávají déle. V Plzni je podíl cizinců celkem rovnoměrně zastoupen mezi první tři časová rozmezí (jedná se zejména o účastníky hvězdicových výletů z Prahy), ovšem déle než 9 dní se v Čechách zdrží jen 6 %. To odpovídá průměrné délce pobytu v Česku 4,4 dne a z toho v Plzni 2,5 dne. Jen několikahodinový pobyt v České republice absolvovali pouze návštěvníci Domažlic, neboť poloha a atraktivita ostatních dvou měst vyžaduje k návštěvě delší čas.

Detailní informace o době, kterou strávili zahraniční turisté v Čechách, jsou uvedeny v Tabulkách č. 5 a 6.

Tabulka č. 5 – Délka pobytu zahraničních návštěvníků na území ČR podle dnů

	1 den	2 dny	3 dny	4 dny	5 dnů	6 dnů	7 dnů	8 dnů	9 a více dnů
<i>Plzeň</i>	11%	16%	18%	15%	11%	7%	8%	8%	6%
<i>Domažlice</i>	19%	28%	3%	6%	-	6%	3%	3%	-
<i>České Budějovice</i>	11%	5%	4%	3%	5%	2%	22%	7%	41%

zdroj: vlastní šetření

⁷⁰ Český Krumlov

Tabulka č. 6 – Délka pobytu zahraničních návštěvníků na území ČR podle hodin

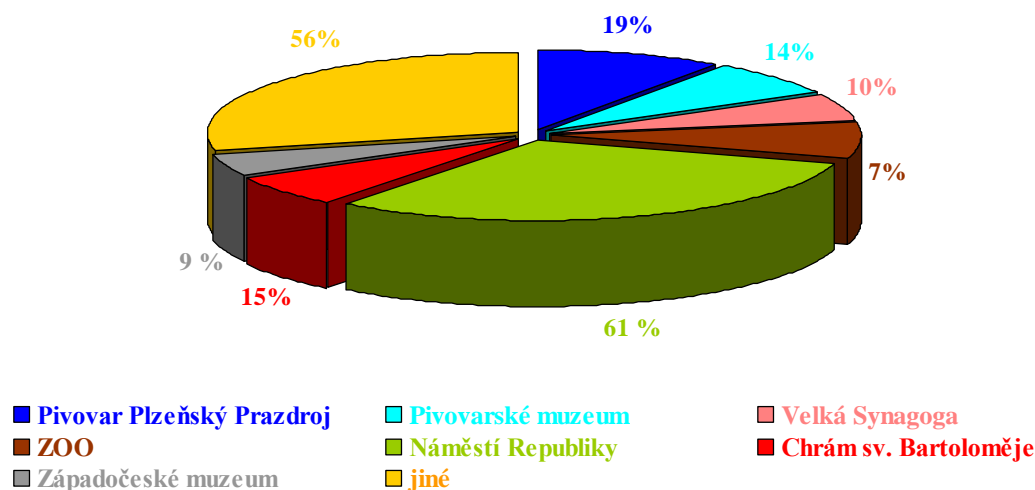
	1 h	2 h	3 h	4 h	5h	6h	7h	8 a více
<i>Plzeň</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Domažlice</i>	-	-	-	13%	16%	3%	-	-
<i>České Budějovice</i>	-	-	-	-	-	-	-	-

zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 6: Co hodláte v tomto městě (místě) nebo jeho okolí navštívit a nebo jste již navštívil?

A. PLZEŇ

Graf č. 6 – Nejnavštěvovanější památky v Plzni*



* Jelikož někteří respondenti navštívili více turistických cílů, procentuální součet není roven 100 %

zdroj: vlastní šetření

Nejvíce návštěvníků, kteří přijeli do Plzně, zavítalo na náměstí Republiky (61 %), z čehož se zhruba 1/5 vyšla podívat na plzeňskou věž Chrám sv. Bartoloměje. Vzhledem k celkovému počtu turistů pak vychází počet návštěvníků Bartolomějské věže na 15 %. Silné zastoupení má v návštěvnosti pivovar Plzeňský Prazdroj, jehož prohlídku absolvovala téměř 1/5 dotázaných. Následuje již zmíněný Chrám sv. Bartoloměje a s podobným podílem potom Pivovarské muzeum, které přitahuje pozornost také díky nejznámějšímu plzeňskému artiklu. Církevní židovskou památku Velkou Synagogu navštívilo překvapivých 10 % hostů, podobně jako Západočeské muzeum. 7 % potom získala plzeňská ZOO, která je sice nejnavštěvovanějším turistickým cílem Plzně, ovšem vzhledem k tomu, že údaje byly zjišťovány celoročně a na různých místech města, zejména v centru, kde se nepohybuje tolik lidí mířících do ZOO, je toto

procentní zastoupení nižší. Více než polovina turistů si ovšem vybrala jiný cíl, než byl nabídnut v dotazníku. Jejich přehled a pořadí je uveden v Tabulce č. 7.

Tabulka č. 7 – Ostatní navštívené památky v Plzni a okolí

Jiné	Podíl návštěvníků
1. Na Spilce	14%
2. Smetanovy sady	12%
3. Historické podzemí	9%
4. Nákupní centra	7%
5. Západočeská galerie	7%
6. Oslavy osvobození	6%
7. Kozel	5%
8. Divadlo J. K. Tyla	5%
9. Podniky komunál. služeb	3%
10. Masné krámy	3%
11. Bolevecký rybník	3%
12. Starý Plzenec	2%
13. Františkánský klášter	2%

zdroj: vlastní šetření

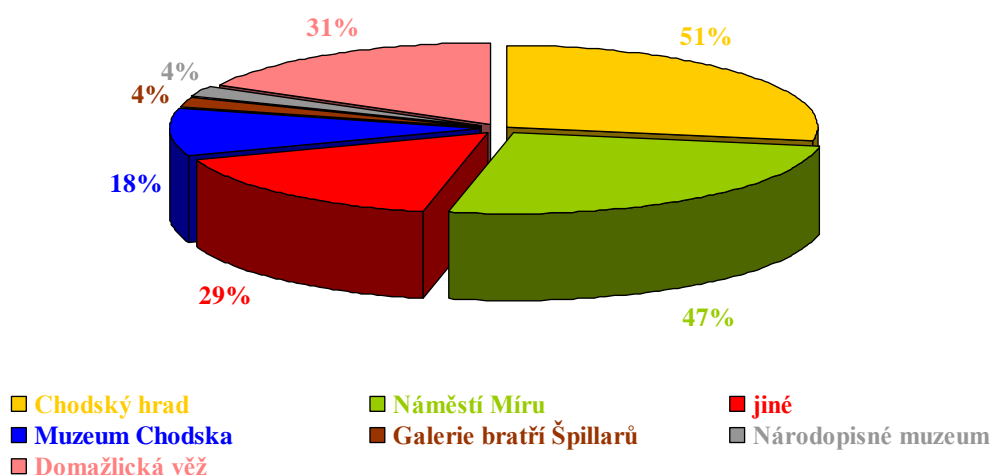
V rámci těchto ostatních turistických cílů si největší oblibu získala restaurace Na Spilce, jelikož se nachází přímo v areálu pivovaru Plzeňský Prazdroj a svou nabídkou láká absolventy prohlídky pivovaru i k návštěvě restaurace. Podobný podíl mají i Smetanovy sady, což je ovlivněno skutečností, že se tu na otevřených scénách koná v letních měsících nespočet kulturních akcí, ale taktéž přítomností budovy Měšťanské besedy, jejíž architektura také přitahuje pozornost turistů. Prohlídku Plzeňského historického podzemí absolvovalo 9 % návštěvníků, ovšem další čísla vypovídají o tom, že mnoho návštěvníků nejedí do Plzně za turistickými atraktivitami, ale za nákupy. Mezi památkami, které navštívili hosté Plzně a nachází se mimo město v Plzeňském regionu vynikl zámek Kozel a také Rotunda sv. Petra ve Starém Plzenci.

B. DOMAŽLICE

Graf č. 7 vypovídá o tom, že více než polovina návštěvníků zavítala v Domažlicích na Chodský hrad. Ve městě takového významu je hrad bezpodmínečně největší celoroční atraktivitou hned po Chodských slavnostech, které se do této statistiky neřadí, jelikož se jedná o společenskou atraktivitu a navíc přitahuje návštěvníky pouze jednorázově během jednoho víkendu v létě. Druhá o něco menší polovina návštěvníků si prohlédla domažlické náměstí Míru a 2/3 z ní ještě vystoupily na Domažlickou věž. Ze všech kteří do Domažlic přijeli jich pak na věž vystoupilo 31 %. Součástí Chodského hradu je Muzeum Chodska, které navštívilo celkem 18

% turistů, nejslabšími cíly ve městě jsou pak Národopisné muzeum Jindřicha Jindřicha a Galerie bratří Špillarů se shodnými 4 % návštěvníků. Necelá třetina dotazovaných vyjela za turistickými cíly, které nebyly v nabídce dotazníku. Jejich seznam a pořadí návštěvnosti je uveden v Tabulce č. 8.

Graf č. 7 – Nejnavštěvovanější památky v Domažlicích



* Jelikož někteří respondenti navštívili více turistických cílů, procentuální součet není roven 100 %

zdroj: vlastní šetření

Největší návštěvnosti v okolí Domažlic se těší hrad v Horšovském Týně, který je cílem mnoha turistů, jež se nezdržují jen na Domažlicku, ale přijíždějí i ze vzdálenějších krajů. Babylon jako přírodní koupaliště a Čerchov s rozhlednou Kurzova věž jsou často cílem turistů, kteří přijíždí na Domažlicko za rekreací nebo turistikou. Koloveč je navštěvována zejména milovníky umění pro své Muzeum keramiky, která se na Chodsku vyrábí stejně jako Klenčí pod Čerchovem, kde se nachází Muzeum Jindřicha Šimona Baara. Interiér Kostela nanebevzetí panny Marie je navštěvován nejvíce během vánočních svátků nebo trhů.

Tabulka č. 8 – Ostatní navštívené památky v Domažlicích a okolí

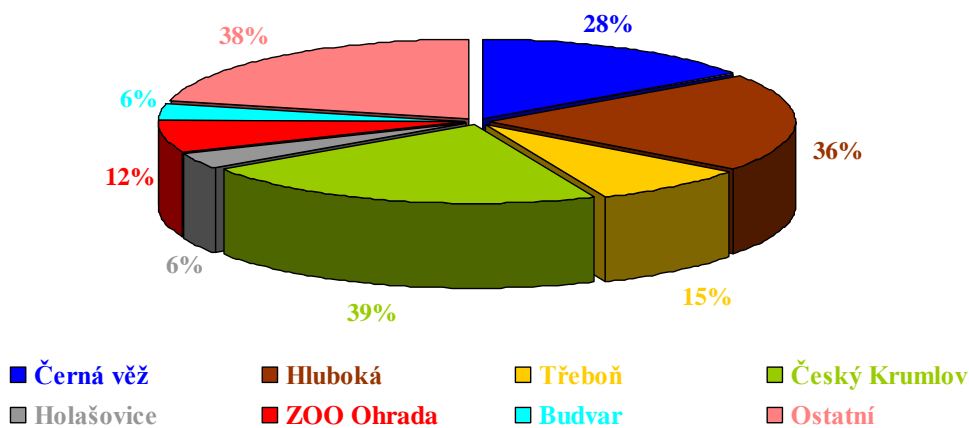
Jiné	Podíl návštěvníků
1. Horšovský Týn	8%
2. Babylon	6%
3. Čerchov	6%
4. Různé	5%
5. Koloveč	4%
6. Klenčí pod Čerchovem	2%
7. Kostel nanebevzetí panny Marie	2%

zdroj: vlastní šetření

C. ČESKÉ BUDĚJOVICE

V rámci Českých Budějovic přijelo do města mnoho návštěvníků, kteří navštívili památky zejména v okolí. Nejnavštěvovanější ve městě je Černá věž, kam vystoupilo 28 % turistů a dále pak 6 % zavítalo do pivovaru Budvar. Větší procenta návštěvníků mířila do okolí, a to téměř 40 % do Českého Krumlova, o něco méně na zámek Hluboká a 15 % dotázaných bylo v Třeboni. ZOO Ohrada přilákala 12 % návštěvníků a minimum návštěvníků pak navštívilo Holašovice. Velký podíl návštěvníků si vybral jiné cíle, jejichž pořadí je uvedeno v Tabulce č. 9.

Graf č. 8 – Nejnavštěvovanější památky v Českých Budějovicích



* Jelikož někteří respondenti navštívili více turistických cílů, procentuální součet není roven 100 %

zdroj: vlastní šetření

Nejvyšší podíl v ostatních mají různá místa zastoupená v malé míře (např. plovárna, výstaviště, obchody, restaurace a jiná místa v okolí). Výrazné místo v ostatních památkách zaujímá Praha a dále účast na výstavě Zeměživitelka, ostatní cíle jsou již zastoupeny ve srovnatelném malém poměru.

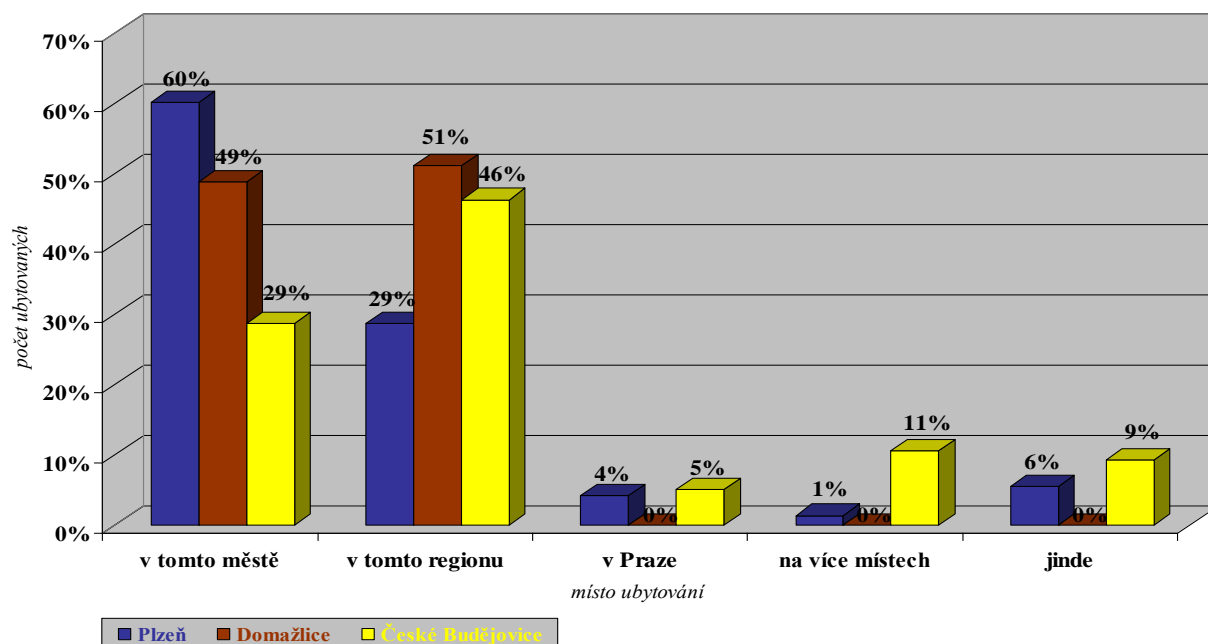
Tabulka č. 9 – Ostatní cíle navštívené v Českých Budějovicích a okolí

Jiné	Podíl návštěvníků
1. Různé	18%
2. Praha	5%
3. Zeměživitelka	3%
4. Jindřichův Hradec	2%
5. Nákupy	2%
6. Výstaviště	2%
7. Lipno	2%
8. Kostel	2%
9. Vyšší Brod	2%

zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 7: Pokud jste zde na více dnů, kde jste ubytován?

Graf č. 9 – Místo ubytování hostů přijíždějících do daného regionu*



* Procentuální zastoupení počítáno z počtu ubytovaných hostů.

zdroj: vlastní šetření

Z celkového počtu respondentů, kteří přijeli do města a byli někde ubytováni, jich přímo ve městě přenocovalo 60 % v Plzni, v Českých Budějovicích 29 % a v Domažlicích 49 %. Z těchto čísel je patrné, že pokud přijedou hosté do Plzně a stráví v regionu delší čas, vyberou si většinou ubytování přímo ve městě, ať už levnější kemp či dražší hotel. V Domažlicích je to polovina návštěvníků, kteří přespí ve městě a polovina v regionu a ti, kteří navštívili Budějovice nocují zde, si převážně vybírají ubytování mimo město.

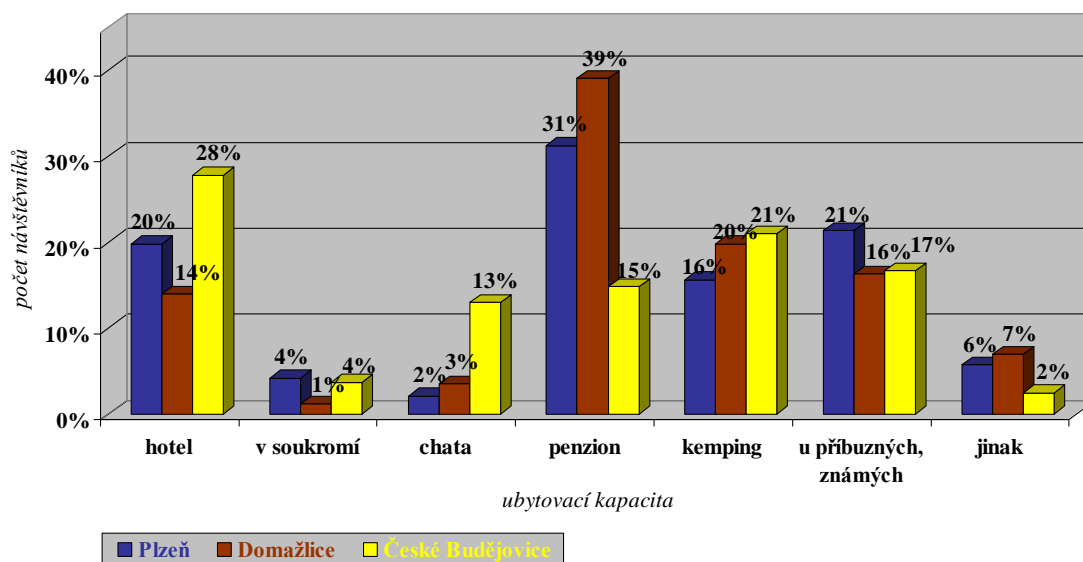
V Domažlicích se tedy téměř shodné poloviny hostů ubytovaly buď přímo ve městě, nebo v jeho okolí. Jiné možnosti ubytování nevyužili. V Plzni využilo nejvíce návštěvníků ubytovacích kapacit přímo ve městě, necelá třetina pak v jeho okolí. Z údajů zjišťovaných dále o útratě za ubytování vyplývá, že do Plzně přijeli návštěvníci, kteří přinesli majitelům ubytovacích kapacit v průměrně 184 Kč⁷¹ za noc. Zanedbatelné procento přijelo do Plzně na výlet, ale zůstalo ubytováno v Praze a 6 % přenocovalo na jiném místě. Návštěvníci Budějovic se v největší míře 46 % ubytovali v regionu města a téměř z 1/3 pak přímo ve městě. Malá část - 5 % zůstala ubytována v Praze, ovšem jejich dvojnásobek nezůstával na jednom místě a přenocoval ve více lokalitách. To svědčí o tom, že tyto turisté podnikají okružní cesty

⁷¹ Počítáno z počtu všech návštěvníků, kteří přijeli do města, tak abychom se dozvěděli průměrnou útratu za ubytování každého za návštěvníka.

Jihočeským krajem se zastávkou v Českých Budějovicích. O něco nižší procento se pak ubytovalo jinde.

Otázka č. 8: Pokud zde budete nocovat, v jakém zařízení to převážně bude?

Graf č. 10 – Typ ubytování ve vybraných městech a jejich regionu*



* Počítáno podílem z počtu ubytovaných.

zdroj: vlastní šetření

V Plzni a Domažlicích využili hosté nejčastěji penzion (téměř z 1/3), v porovnatelné míře kolem 20 % pak přenocovali v hotelu (v Domažlicích v menším zastoupení, návštěvníci zde dávají přednost levnějším ubytovacím zařízením), kempu nebo u příbuzných. Kolem 6 % hostů se ubytovalo jinak (ve většině případů to byly turistické ubytovny) a zanedbatelná menšina pak využila ubytování v soukromí. V případě Českých Budějovic přenocovalo nejvíce hostů v hotelu, ovšem 28 % není tak vysoké číslo, počet ubytovaných byl celkem rovnoměrně rozdělen mezi ostatní typy kapacit. Po hotelu přespalo nejvíce lidí v kempu, o něco nižší procento u příbuzných nebo známých a penzion využilo téměř 2 x méně hostů než hotel. V soukromí a jiným způsobem potom přenocovalo opět zanedbatelné procento lidí.

Otázka č. 9: Jaké byly Vaše priority při výběru tohoto regionu?

Jak ukazuje Tabulka č. 10, jednoznačně nejčastější prioritou, a to v zastoupení alespoň jedné poloviny dotázaných, zůstává ve všech vybraných městech kultura. V Plzni a Domažlicích jsou to v rámci kultury zejména historická města a památky, ovšem nemalý podíl mají i kulturní a zábavné akce pořádané ve městech. Velký počet návštěvníků uvedl jako prioritu jiné důvody, přičemž se nejvíce objevovala návštěva příbuzných, v Plzni návštěva ZOO, popřípadě důvod že

respondent pouze projíždí. Rozdíl potom vidíme v ostatních důvodech mezi jednotlivými městy, a to v rámci priority příroda. Nejnižší zanedbatelné procento zde má Plzeň a okolí z logických důvodů, jelikož je centrem průmyslu se znečištěním prostředím. Naopak do Budějovic přijela za přírodou 1/3 turistů díky rybníkům a lesům, které mohou v okolí nabídnout. Ale i Domažlice mají vzhledem k Plzni lepší přírodní potenciál, jelikož si je z tohoto důvodu vybralo 13 % návštěvníků. Za sportem přijelo nejvíce lidí (1/5) do Domažlic, neboť je zde velice oblíbená cykloturistika, 13 % do Plzně – ve většině případů halové sporty nebo také cyklistika a nejméně lidí přijelo sportovat do okolí Českých Budějovic.

Tabulka č. 10 – Priority návštěvníků při výběru dané lokality*

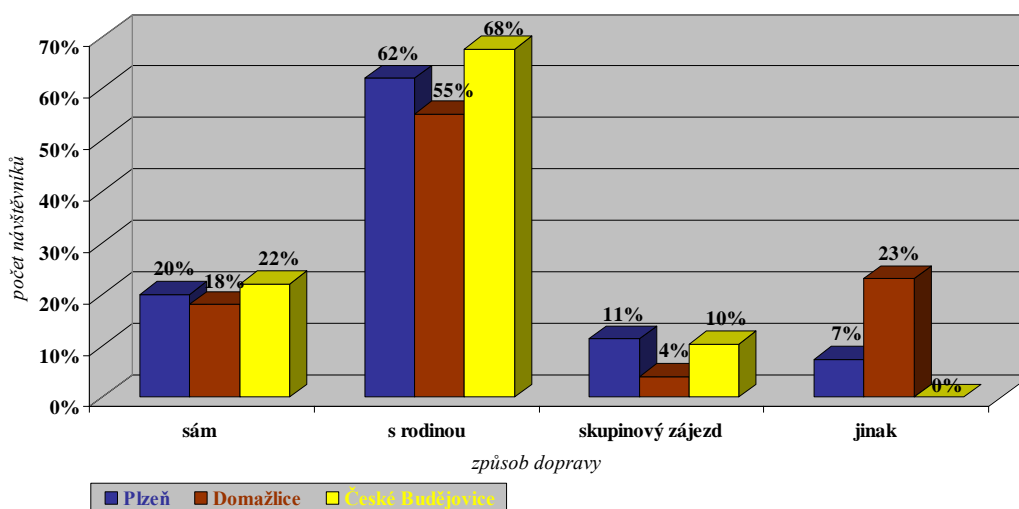
Důvod návštěvy		Plzeň	celkem	Domažlice	celkem	České Budějovice
příroda	čisté životní prostředí	-	3%	1%	13%	33%
	klidné prostředí bez hluku	-		4%		
	lesy, krajina	-		5%		
	vodní plochy, toky	3%		3%		
kultura	historická města a památky	31%	53%	39%	50%	51%
	dobře vybavená zařízení	-		-		
	kulturní akce a zábava	22%		11%		
sport	výkonnostní sport	-	13%	1%	20%	9%
	rekreační sport, turistika	5%		17%		
	aktivní rekreace	8%		2%		
ostatní	pracovní důvody	3%	33%	3%	29%	40%
	soukromé důvody	4%		5%		
	jiné	26%		21%		

* Procentní součet u jednotlivých měst nedává 100 %, jelikož někteří respondenti uvedli více než 1 prioritu příjezdu do města.

zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 10: Jak cestujete?

Graf č. 11 – Způsob dopravy do regionu vybraných měst



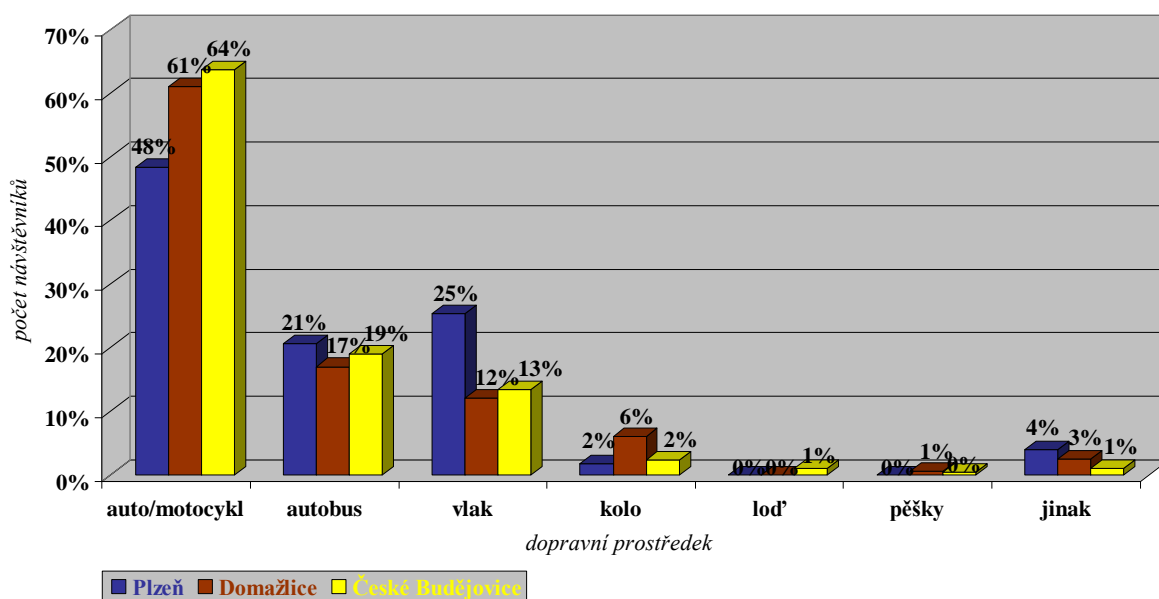
zdroj: vlastní šetření

V případě způsobu dopravy do regionu se od sebe vybraná města téměř neliší, nejvíce jich přirozeně přicestovalo s rodinou a to ve více než polovině případů (nejvíce v Budějovicích 2/3 respondentů). Kolem 20 % návštěvníků přijelo samo, kolem 10 % pak v rámci skupinového zájezdu a v Domažlicích poměrně vysoké procento jinak, a to ve všech případech s partnerem, stejně jako 7 % v Plzni. Z grafu je tedy patrný trend, že v rámci České republiky si turisté obstarávají výlet nebo dovolenou sami a cizinci ve většině případů také.

Otázka č. 11: Jaký dopravní prostředek jste použil (a)?

Jednoznačně nejpoužívanějším dopravním prostředkem do města nebo jeho regionu je všude automobil. V Budějovicích a Domažlicích přesahuje počet turistů, kteří ho použili při cestě do města nebo jeho regionu, 60 %. V Plzni je to ovšem nižší podíl - necelá polovina. Zde je patrný trend, že se cestující vrací k používání vlaku, a to v Plzni celá 1/4 návštěvníků. Město je totiž významným vnitrostátním i mezinárodním železničním uzlem a je vlakem dobře přístupné. Autobus je pak ve všech městech využíván porovnatelným podílem cestujících – okolo 20 %. Minimum respondentů potom využilo kolo, pouze v Domažlicích je jejich podíl o něco vyšší, neboť se jedná o menší okresní město situované v klidném prostředí lesů, kde nejsou tak frekventované komunikace. Možnost použít k cestě loď v Domažlicích není, v Plzni jen k soukromým účelům a v Budějovicích se našlo 1 % respondentů, kteří toho využili. Pěšky se pak z podobných důvodů jako u použití kola dostalo pouze 1 % do Domažlic. Jiný způsob dopravy volilo minimum návštěvníků a v případě Plzně a Domažlic se vždy jednalo o kombinaci použití autobusu a vlaku.

Graf č. 12 – Zvolený dopravní prostředek

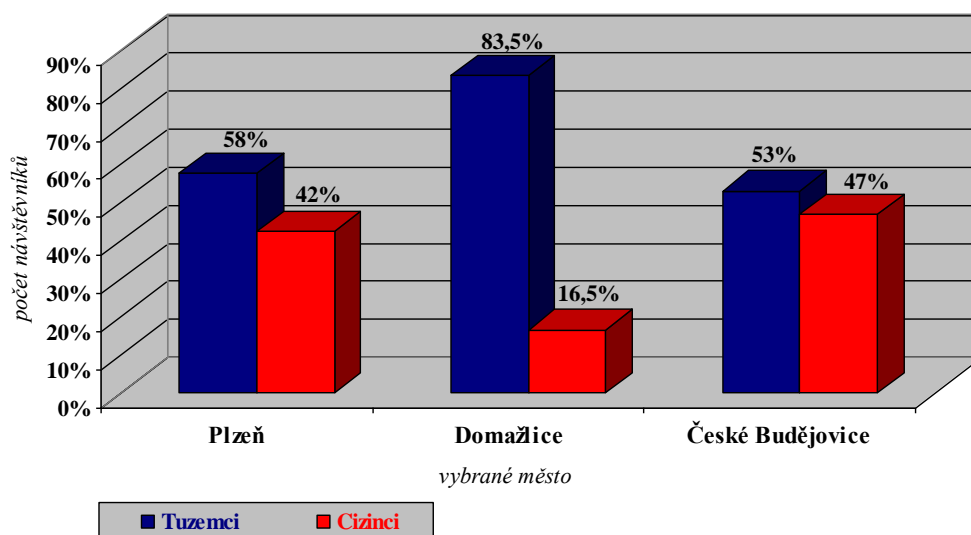


zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 12: Jste ochoten uvést konkrétní místo Vašeho trvalého bydliště (bud' město, či kraj nebo část státu, ve kterém bydlíte)?

V tomto případě byl vyhodnocení rozděleno na počet návštěvníků z tuzemska a ze zahraničí, cizinci pak ještě zvlášť podle jednotlivých zemí původu.

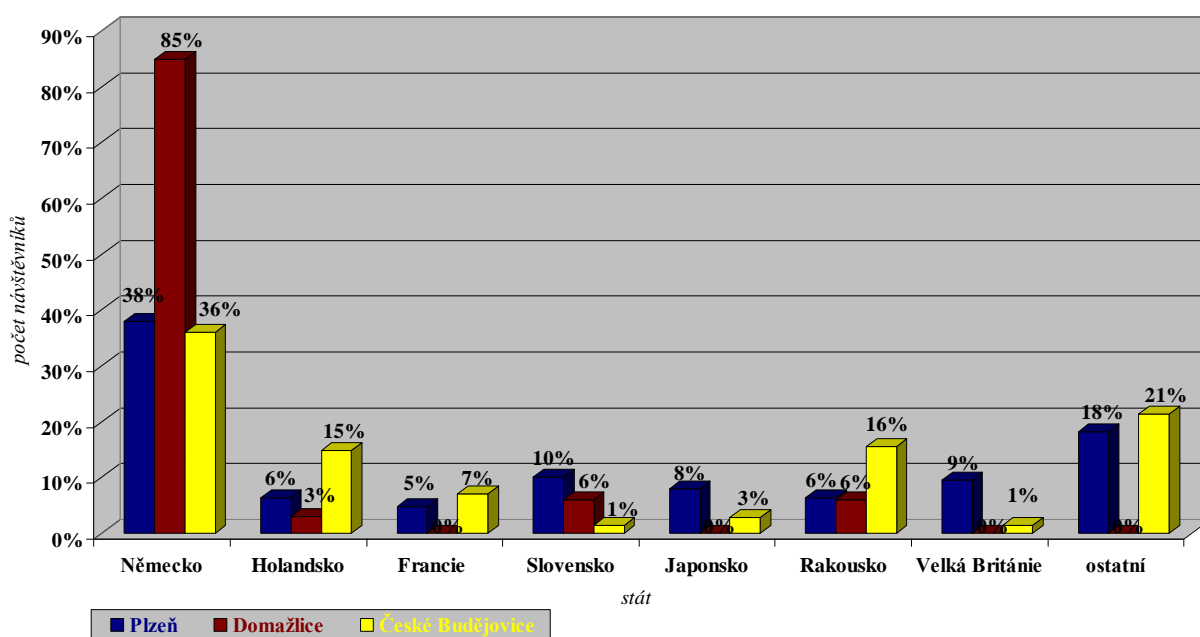
Graf č. 13 – Podíl zahraničních návštěvníků ve vybraných městech



zdroj: vlastní šetření

V Budějovicích a v Plzni byl podíl cizinců celkem srovnatelný, v obou městech přijela více než polovina tuzemců, ovšem podíl cizinců není zanedbatelný. V Domažlicích se podařilo oslovit pouze necelých 17 % cizinců, a to zejména Němců z pohraničí. Cizinci ze vzdálenějších zemí sem bohužel tak často nemíří.

Graf č. 14 – Zahraniční návštěvníci ve vybraných městech podle země původu



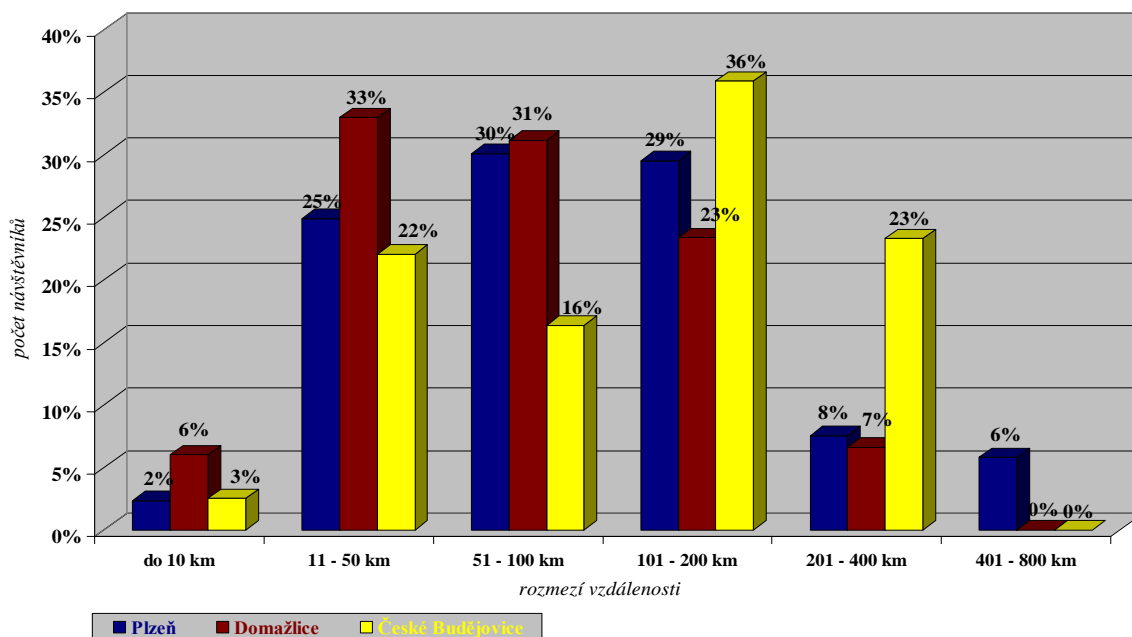
zdroj: vlastní šetření

Již několik let tvoří největší skupinu cizinců, kteří navštíví Českou republiku turisté z Německa. Tento trend se potvrdil i u všech sledovaných měst, přičemž nejvyšší zastoupení měli Němci v Domažlicích, a to z více než 80 %, což je dáno polohou města blízko státní hranice se Spolkovou republikou Německo. V ostatních dvou městech tvořili němečtí turisté o něco více než 1/3 cizinců, v Českých Budějovicích pak tvořili ještě významnou skupinu Rakušané a Holanďané s porovnatelným zastoupením okolo 15 %. Z dalších národností, kteří přijeli do Budějovic byli početnější již pouze Francouzi se 7 % a ostatní cizinci jsou zastoupeni jen minimálně. Z poměrně velké skupiny ostatních národností pak výrazně žádná nepřevažovala.⁷² V Plzni je pak zastoupení ostatních cizinců po Němcích rozložené do menšinových poměrů, z nichž největší počet přijelo Slováků a Britů (9 %) a Japonců (8 %). Japonci přijeli v mnoha případech v rámci skupinového zájezdu a výletu z jiných míst naší republiky a u Britů byla zaznamenána poslední dobou stále oblíbenější „pivní turistika“ u mladých lidí, ale také výlet za kulturně-historickými památkami u starších návštěvníků. Holandsko, Francie a Rakousko pak měli podobné zastoupení okolo 6 %. Skupinu ostatních cizinců nejpočetněji prezentovali Belgičané a Američané. Do Domažlic se kromě Němců přijelo podívat jen malé procento Rakušanů (6 %) a ještě poloviční počet Holanďanů. Ostatní cizinci sem bohužel nezavítali.

Otázka č. 13: Odhadněte vzdálenost z místa Vašeho bydliště do tohoto místa?

A. TUZEMCI

Graf č. 15 – Vzdálenost tuzemců z místa bydliště do vybraného města



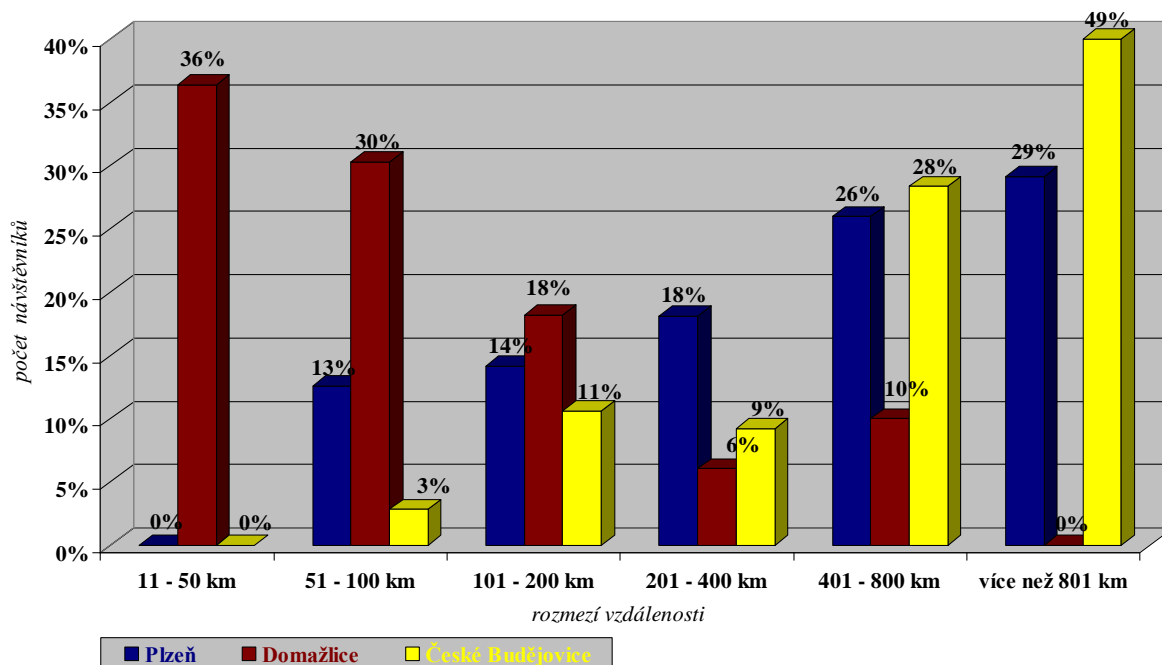
zdroj: vlastní šetření

⁷² Mezi ostatní cizince patřili v Budějovicích Rusové, Američané, Italové, Španělové, Belgičané a další.

Z Grafu č. 15 je patrné, že nejdelší vzdálenost 401 – 800 km v rámci České republiky museli cestující překonávat, pokud chtěli navštívit Plzeň. Do Českých Budějovic by tuto možnost mohli využít jedině návštěvníci ze vzdálenějších příhraničních moravských oblastí, ovšem žádný takový se nenašel, stejně ani v Domažlicích. I přesto se dá říci, že do Budějovic přijeli Češi z větší vzdálenosti, než do ostatních měst, neboť více než 1/3 přicestovala z průměrné vzdálenosti 150 km a dalších 23 % pak v průměru 300 km.⁷³ Ve všech městech zaznamenala vzdálenost do 10 km nejnižší podíl. V rozložení ostatních vzdáleností pak nebyl příliš markantní rozdíl, v Domažlicích i v Plzni se všechny hodnoty pohybovaly kolem 30 %. Na rozdíl od Budějovic ale do měst v Plzeňském kraji přijíždí méně turistů z větší průměrné vzdálenosti 300 km, tato čísla se pohybují pod hranicí 10 %. Tento deficit Plzeň trochu zmenšuje jako jediná podílem Čechů, kteří přijeli ze vzdálenosti vyšší než 400 km. Poloha města k tomu dává předpoklady a alespoň 6 % cestujících z druhého konce republiky sem našlo svou cestu. Po provedení výpočtu se dostala průměrná vzdálenost ujetá tuzemci do Plzně 132 km, do Českých Budějovic 143 km a do Domažlic pouze 88 km.

B. CIZINCI

Graf č. 16 – Vzdálenost cizinců z místa bydliště do města



zdroj: vlastní šetření

⁷³ Průměrné vzdálenostní hodnoty byly počítány jako střední hodnoty z rozmezí vzdáleností, ve kterém se cestující pohyboval.

Graf č. 16 ukazuje naprosto opačnou tendenci Domažlic oproti zbývajícím dvěma městům. Dá se říci, že Plzeň a Budějovice mají stoupající počet cizinců, kteří přijeli ze vzdálenějších míst s tím, že Budějovice mají navíc téměř polovinu turistů, kteří překročili vzdálenost 801 km, jsou tedy atraktivnější než Plzeň pro turisty ze vzdálenějších zemí. Ovšem Domažlice mají opačnou tendenci, kdy nejvíce cizinců přijelo z velmi krátké vzdálenosti do 50 km, o něco nižší podíl pak ze vzdálenosti do 100 km a nadále se poměr snižoval. Jak již bylo zmíněno, je to dáno polohou města, které leží blízko německých hranic a jelikož Němci tvořili přes 80 % cizinců, kteří Domažlice navštívili, má tato tendence své opodstatnění. Ovšem 10 % cizinců vážilo do Domažlic cestu delší než 401 km, mezi Čechy se nenašel ani jeden z této vzdálenosti. Výpočet ukázal, že průměrná vzdálenost, kterou urazili cizinci při cestě do Domažlic tedy byla 134 km, do Plzně 1267 km a do Budějovic 1286 km.

Otázka č. 14: Kolik peněz průměrně vydáte na osobu a den v Kč (bez cestovních výloh) ?

A) UBYTOVÁNÍ

Tabulka č. 11 – Výdaje hostů za ubytování na den*

		žádná útrata	do 100 Kč	101 - 300 Kč	301 - 500 Kč	501 - 700 Kč	více než 701 Kč
Plzeň	<i>Tuzemci</i>	78%	1%	8%	9%	2%	2%
	<i>Cizinci</i>	55%	-	8%	6%	9%	22%
	Celkem	68%	-	8%	8%	5%	11%
Domažlice	<i>Tuzemci</i>	87%	-	3%	5%	5%	-
	<i>Cizinci</i>	76%	-	3%	6%	15%	-
	Celkem	85%	-	3%	5%	7%	-
České Budějovice	<i>Tuzemci</i>	78%	10%	1%	2%	1%	8%
	<i>Cizinci</i>	82%	4%	-	2%	8%	4%
	Celkem	79%	7%	1%	2%	5%	6%

* Procentní podíl počítán ze všech návštěvníků – i těch, kteří se ubytovali mimo město nebo se vůbec neubytovali.
zdroj: vlastní šetření

Tabulka č. 11 zobrazuje detailní informace o denních útratách hostů za ubytovací služby. V Plzni zaplatilo největší procento (11 %) za přnocování v ubytovacím zařízení nejvyšší částku - více než 701 Kč. Pokud se tedy turisté ubytovali ve městě, využili kvalitních služeb ubytovacích zařízení cenově vyšší třídy, zasloužili se o to ale především cizinci. Do 100 Kč se žádný dotázaný respondent neubytoval, jelikož i ceny v kempech ve městě na 1 osobu převyšují tuto částku. Hosté v kempu společně s hosty, kteří se ubytovali převážně v penzionu, tvořili 8 % z celkového počtu respondentů, jež zaplatili za noc 101 – 300 Kč. Stejný podíl návštěvníků pak zaplatil za noc 301 – 500 Kč a využil opět penzionů nebo hotelů nižší úrovně.

V Domažlicích se největší procento respondentů (7 %) ubytovalo za cenu mezi 501 – 700 Kč na noc a opět na tom měli větší podíl cizinci. Podobně jako v Plzni se ve městě nikdo neubytoval do 100 Kč za noc, jelikož z nižších cenových kategorií se ve městě dá využít pouze turistické ubytovny, kde se ceny také pohybují nad hranicí 100 Kč za noc. Dalších 5 % respondentů utratilo za ubytování v Domažlicích částku mezi 301 – 500 Kč, kterou zaplatili častěji cizinci. 101 – 300 Kč zaplatilo o něco méně respondentů (3 %) a byly to ve stejném poměru tuzemci i cizinci.

V Českých Budějovicích utratilo podobné procento respondentů za ubytování částku nejnižší – do 100 Kč (7 %) a částku nejvyšší – více než 701 Kč za noc (6 %). V obou případech na tom měli větší zásluhu tuzemci. Cizinci potom zaplatili nejčastěji za ubytování částku v rozmezí 501 – 700 Kč. Minimum respondentů platilo jiné částky.

B) STRAVOVÁNÍ

Tabulka č. 12 – Výdaje návštěvníků za stravování za den

		<i>žádná útrata</i>	<i>do 100 Kč</i>	<i>101 - 300 Kč</i>	<i>301 - 500 Kč</i>	<i>501 - 700 Kč</i>	<i>více než 701 Kč</i>
Plzeň	<i>Tuzemci</i>	1%	50%	46%	2%	-	1%
	<i>Cizinci</i>	-	12%	48%	21%	11%	8%
	Celkem	-	34%	47%	10%	5%	4%
Domažlice	<i>Tuzemci</i>	8%	40%	51%	1%	-	-
	<i>Cizinci</i>	-	6%	82%	12%	-	-
	Celkem	6%	34%	57%	3%	-	-
České Budějovice	<i>Tuzemci</i>	-	43%	45%	9%	3%	-
	<i>Cizinci</i>	-	7%	36%	39%	12%	6%
	Celkem	-	26%	41%	23%	7%	3%

zdroj: vlastní šetření

Z Tabulky č. 12 je patrné, že většina návštěvníků utratila ve všech městech denně za stravování 101 – 300 Kč, což odpovídá ceně za jedno hlavní jídlo v českých restauracích. Vyšší částky utráceli za jídlo přirozeně cizinci, nejčastěji mezi 301 – 500 Kč. Zahraniční návštěvníci snižovali poměrně vysoké procento Čechů, kteří ve všech městech v zastoupení necelé poloviny respondentů utratili do 100 Kč.

C) VEDLEJŠÍ VÝDAJE

Tabulka č. 13 ukazuje, že rozložení denních vedlejších výdajů návštěvníků v Plzni a v Domažlicích je podobné. Největší procento návštěvníků (37 %) tam zaplatilo za vedlejší výdaje denně standardní částku mezi 101 – 300 Kč, o něco nižší podíl pak utratil denně mimo

ubytování a stravování jen do 100 Kč. Ostatní procenta respondentů, kteří na vedlejších výdajích nechali vyšší částky, představují především cizinci. V Českých Budějovicích však zaplatila 1/3 respondentů za nákupy, suvenýry nebo ostatní výdaje nejnížší částku do 100 Kč, více než 1/5 pak 101 – 300 Kč. Ovšem nejvyšší podíl (22 %) ve srovnání s Plzní a Domažlicemi v Budějovicích zaplatil za vedlejší výdaje denně částku nejvyšší – více než 701 Kč.

Bližší informace o průměrné denní útratě turistů jsou rozpracovány v kapitole 3.4.

Tabulka č. 13 – Denní vedlejší výdaje návštěvníků

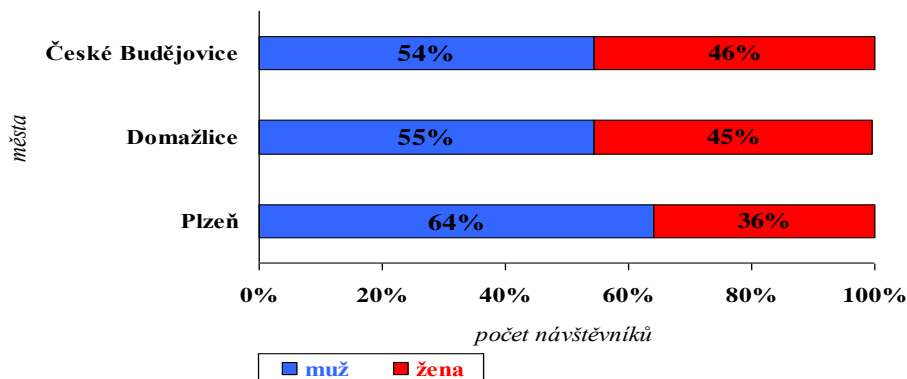
		žádná útrata	do 100 Kč	101 - 300 Kč	301 - 500 Kč	501 - 700 Kč	více než 701 Kč
Plzeň	Tuzemci	7%	42%	40%	8%	1%	2%
	Cizinci	-	16%	32%	27%	12%	13%
	Celkem	4%	31%	37%	16%	6%	6%
Domažlice	Tuzemci	10%	29%	39%	16%	5%	1%
	Cizinci	-	3%	21%	28%	21%	27%
	Celkem	8%	25%	37%	17%	8%	5%
České Budějovice	Tuzemci	-	37%	26%	14%	8%	15%
	Cizinci	-	30%	18%	15%	9%	28%
	Celkem	-	33%	22%	15%	9%	21%

zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 15: Údaje o Vás:

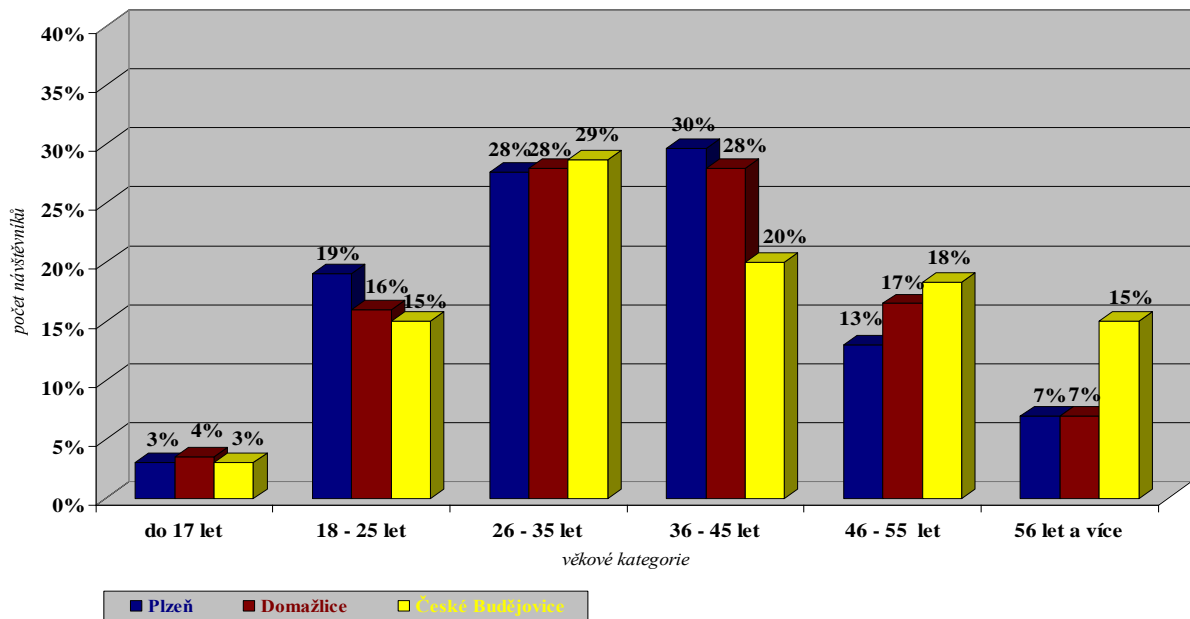
Grafy č. 17, 18 a 19 znázorňují věkovou a vzdělanostní strukturu návštěvníků a podíl dotázaných mužů a žen. Tyto demografické ukazatele se dají shrnout pro všechna města tvrzením, že ve všech šetřených městech převládali muži. V Plzni a Domažlicích byli muži zastoupeni jen v o málo vyšším poměru než ženy, ale v Budějovicích byly ochotny odpovědět celé 2/3 mužů. Výrazná byla i skupina nejstarších návštěvníků, ve srovnání s ostatními dvěma městy sem přijel dvojnásobek (15 %) občanů starších 56 let.

Graf č. 17 – Návštěvníci podle pohlaví



zdroj: vlastní šetření

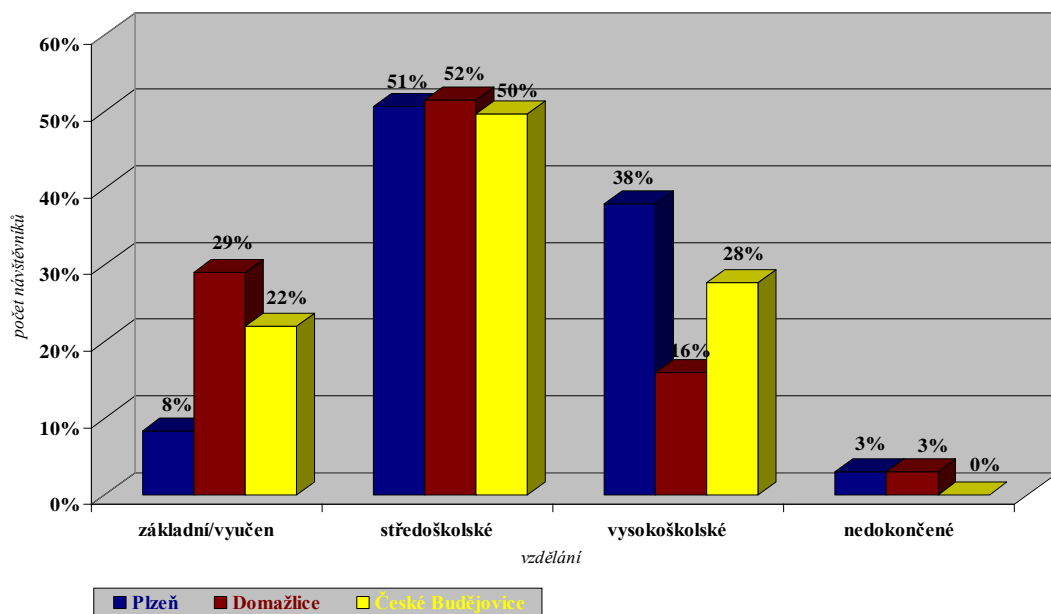
Graf č. 18 – Návštěvníci podle věku



zdroj: vlastní šetření

Graf č. 18 ukazuje rozložení věkových kategorií, které je ve všech městech téměř shodné, nejvyšší zastoupení (kolem 30 %) měli respondenti středního věku mezi 36 – 45 lety a mladí lidé od 26 – 35 let. Ostatní kategorie pak byly poměrně rovnoměrně zastoupeny kromě kategorie nejmladších do 17 let, která byla ve všech městech nejslabší, jelikož nebyla záměrně tak často dotazována z důvodu nedůvěryhodných vypovídacích schopností např. o útratě. V Českých Budějovicích pak byla výrazná skupina návštěvníků nad 56 let.

Graf č. 19 – Návštěvníci vybraných měst podle vzdělání



zdroj: vlastní šetření

Rozložení respondentů podle vzdělání znázorňuje Graf č. 19. Nejpočetnější skupinu tvořili všude lidé s ukončenou střední školou, kterých bylo kolem 50 %, v Plzni byl dále velký podíl návštěvníků s vysokoškolským vzděláním v zastoupení 38 % na úkor vyučených nebo se základním vzděláním, kterých zde bylo minimum – 8 %. Opačné zastoupení měli v Domažlicích, kam se základním vzděláním nebo vyučených přijelo 29 % respondentů a vysokoškolsky vzdělaných 16 %. V Budějovicích se tento podíl výrazně nelišil. 3 % s nedokončeným vzděláním v Plzni a Domažlicích představovali dotazované děti a mladiství do 17 let.

3.3 Atraktivita destinace

3.3.1 Pojem atraktivita

Jak již bylo řečeno v úvodu, každá destinace cestovního ruchu má svůj potenciál. Zatím však nebyly vyvinuty postupy, které by zhodnotily, do jaké míry je tento potenciál skutečně využíván. Jednou z možností, jak docílit měřitelnosti využití potenciálu, je stanovení atraktivity destinace, která je nástrojem pro hodnocení přínosu cestovního ruchu na úrovni obce, mikroregionu nebo regionu. Atraktivita turistické destinace představuje schopnost přilákat do svého regionu turisty. Závisí především na potenciálu lokality, který je ovšem daný a nedá se ovlivnit. Proto je třeba hledat ukazatele, kterými se atraktivita destinace ovlivnit dá. Patří mezi ně charakter a kvalita poskytovaných služeb a nabídka a úroveň dalších doplňkových služeb. Mimo to také záleží na dostupnosti dané služby, tedy na nabídce spojů, času potřebného k přepravě, nákladech na dopravu, možnosti vlastní dopravy, kvalitě veřejné dopravy a spojení, kvalitě informací a samozřejmě na konkurenci nabídky v okolí.

3.3.2 Výpočet atraktivity

Při sestavení vzorce pro měření atraktivity turistické destinace se vycházelo z výpočtu měření atraktivity obchodu.⁷⁴ K určení atraktivity destinace je třeba znát tři základní veličiny:

- 1) průměrnou vzdálenost místa bydliště návštěvníka od destinace,
- 2) průměrný počet turistů a návštěvníků za den v daném regionu,
- 3) počet dnů strávených v destinaci

Průměrná vzdálenost místa bydliště návštěvníka od destinace a počet dnů zde strávených byl získán z údajů zjištěných dotazníkovým šetřením. Obtížnější však bylo odhadnout počet návštěvníků za den v daném městě. Pro celostátní statistiky to není problémem, neboť se dá počet návštěvníků vypočítat ze statistik na hraničních přechodech. Na hranicích regionu nebo města však takové statistiky nemáme, a proto je nezbytné použít *nepřímý způsob odhadu*.

⁷⁴ Vaníček J.: Lze objektivně hodnotit atraktivitu obchodu? In Marketing a komunikace 14/4, 15-18, 2003

Nejprve je třeba zvolit pro město nejpoblárnější turistický cíl a zjistit jeho průměrnou roční návštevnost za minulé roky. Následně jsou využity výsledky dotazníkového šetření pro určení procenta respondentů, kteří přijeli do města z důvodu dovolené, výletu nebo zdravotního pobytu a lze je tedy považovat za turisty nebo výletníky⁷⁵. Poslední veličinou pro zjištění průměrného počtu návštevníků ve městě bylo procento turistů, kteří navštívili výše zvolený turistický cíl ve městě. Pro výpočet průměrného počtu návštevníků ve městě za rok byl použit tento vzorec:

$$\underline{n_r} = \underline{p} * \underline{m} / \underline{t},$$

kde $\underline{n_r}$ je počet návštevníků ve městě za rok, \underline{p} průměrná roční návštva zvoleného turistického cíle, \underline{m} procento turistů, kteří navštívili město za účelem výlet, dovolená nebo zdravotní pobyt a \underline{t} vyjadřuje procento turistů, kteří navštívili v rámci dotazníkového šetření zvolený turistický cíl. Do dalších výpočtů potřebujeme ovšem počet návštevníků za den, proto se vykrátí zjištěný výsledek následujícím způsobem:

$$\underline{n_d} = \underline{n_r} / 365$$

a získali jsme $\underline{n_d}$ – průměrný počet návštevníků ve městě za den. Tento výsledek byl dále použit k výpočtu atraktivita turistické destinace podle vzorce:

$$\underline{A} = \underline{d} * \underline{n_d} * \underline{f} / 1000,$$

kde A je atraktivita turistické destinace (města), \underline{d} průměrná vzdálenost místa bydliště od destinace, $\underline{n_d}$ výše spočítaný průměrný počet turistů za den ve městě, \underline{f} počet dnů strávených v destinaci a 1000 je koeficient.

3.3.2.1 Plzeň

Pro výpočet stěžejní veličiny – průměrného počtu návštevníků ve městě za rok byl zvolen v Plzni jako turistický cíl pivovar Plzeňský Prazdroj, jelikož je symbolem města nejen v Čechách, ale i v zahraničí a většina turistů přijíždějících do Plzně si prohlídku pivovaru nenechá ujít. Jeho návštevnost zjištěná z údajů z posledních dvou let byla v průměru 135 200 návštevníků ročně. Podíl turistů a návštevníků, kteří přijeli do města z důvodu dovolené, výletu nebo zdravotního pobytu bylo 55 % a podíl turistů, kteří navštívili pivovar byl 19 %. Máme tedy veličiny:

$$p = 135\,200$$

⁷⁵ **návštevník** – osoba, která cestuje na místo mimo běžného životního prostředí na kratší období než půl roku (v zahraničí kratší než rok), přičemž hlavní účel návštevny v obou případech je jiný, než vykonávání výdělečné činnosti, **turista** – návštevník, který cestuje na dobu minimálně jednoho přenocování a max. půl roku (v případě do zahraničí max. rok), **výletník** – návštevník, který cestuje na kratší dobu než 24 h bez toho, aby přenocoval v navštívěné destinaci; zdroj: Királová, A.: Marketing destinace cestovního ruchu, EKOPRESS, s. r. o., Praha 2003, s. 59

$$m = 55 \%$$

$$t = 19 \%,$$

$$\text{ze kterých vypočítáme rovnou } \underline{n_d} \rightarrow \underline{n_d} = 135\,200 * 0,55 / 0,19 / 365$$
$$\underline{n_d} = 1072$$

Průměrný počet návštěvníků v Plzni je tedy denně 1072.

Pro výpočet atraktivity byla pak z údajů zjištěných dotazníkovým šetřením vypočítána průměrná vzdálenost místa bydliště návštěvníka od destinace (d) cca 612 km a průměrná doba pobytu (f) 2,2 dne. V této chvíli máme všechny potřebné veličiny pro výpočet atraktivity města Plzně:

$$n_d = 1072$$

$$d = 612$$

$$f = 2,2$$

$$\text{Atraktivitu } \underline{A} \text{ tedy vypočítáme} \rightarrow A = 612 * 1072 * 2,2 / 1000$$
$$\underline{A} = 1440$$

3.3.2.2 Domažlice

V Domažlicích se bohužel nesleduje návštěvnost jednotlivých turistických cílů, Domažlická věž tyto statistiky nevede vůbec a ostatní památky jsou vedeny souhrnně za Chodský hrad, Muzeum Chodska, Galerii bratří Špillarů a Národopisné muzeum Jindřicha Jindřicha. Pro výpočet průměrného počtu návštěvníků města byla brána v úvahu průměrná roční návštěva těchto čtyř turistických cílů, která činila 16 500 návštěvníků. Podíl turistů a návštěvníků, kteří přijeli do města z důvodu dovolené, výletu nebo zdravotního pobytu bylo 70 % a podíl turistů, kteří navštívili alespoň jeden z výše uvedených turistických cílů, za něž byl zjištěn průměrný roční počet návštěvníků, byl 55 %. Máme tedy veličiny:

$$p = 16\,500$$

$$m = 70 \%$$

$$t = 55 \%,$$

$$\text{ze kterých vypočítáme rovnou } \underline{n_d} \rightarrow \underline{n_d} = 16\,500 * 0,70 / 0,55 / 365$$
$$\underline{n_d} = 58$$

Průměrný počet návštěvníků v Domažlicích je tedy denně 58.

Pro výpočet atraktivity byla pak z údajů zjištěných dotazníkovým šetřením vypočítána průměrná vzdálenost místa bydliště návštěvníka od destinace (d) cca 94 km a průměrná doba pobytu (f) 1,8 dne. V této chvíli máme všechny potřebné veličiny pro výpočet atraktivity města Domažlic:

$$n_d = 58$$

$$d = 94$$

$$f = 1,8$$

Atraktivitu \underline{A} tedy vypočítáme $\rightarrow A = 94 * 58 * 1,8 / 1000$

$$\underline{A = 10}$$

3.3.2.3 České Budějovice

Veškeré dílčí i konečné výsledky byly v případě Českých Budějovic převzaty od kolegyně Lucie Bártů, která zpracovávala dotazníkové vyhodnocení v tomto městě. Pro provedení odhadu počtu návštěvníků zvolila jako turistický cíl pivovar Budějovický Budvar. Průměrná roční návštěva zde činí 38 000 turistů, z celkového počtu respondentů bylo 77 % turistů a výletníků a navštívilo celkem 6 % dotazovaných. Máme tedy veličiny:

$$p = 38\ 000$$

$$m = 77\ \%$$

$$t = 6\ \%,$$

ze kterých vypočítáme rovnou $\underline{n_d}$ $\rightarrow \underline{n_d} = 38\ 000 * 0,77 / 0,06 / 365$

$$\underline{n_d = 1329}$$

Průměrný počet návštěvníků v Českých Budějovicích je tedy denně 1329.

Pro výpočet atraktivity byla pak z údajů zjištěných dotazníkovým šetřením vypočítána průměrná vzdálenost místa bydliště návštěvníka od destinace (d) cca 680 km a průměrná doba pobytu (f) 2,3 dne. V této chvíli máme všechny potřebné veličiny pro výpočet atraktivity města České Budějovice:

$$n_d = 1329$$

$$d = 680$$

$$f = 2,3$$

Atraktivitu \underline{A} tedy vypočítáme $\rightarrow A = 1329 * 680 * 2,3 / 1000$

$$\underline{A = 2070}$$

3.3.3 Zhodnocení výsledků atraktivity

Získané výpočty atraktivity turistické destinace nemají zatím žádnou vypovídací hodnotu. V Tabulce č. 14 je pro názornost uvedená atraktivita vypočítaná pro jednotlivé turistické regiony, z čehož vyplývá, že 100% atraktivita odpovídá číslu cca 8 400. Jednoznačně nejsilnější atraktivitu má hlavní město, které převyšuje více než sedmkrát tuto hodnotu. Rozdíly mezi regiony jsou zde patrné, pro naše vybraná města důležité jižní Čechy dosáhly v průměru 54 %

hodnoty atraktivity turistické destinace, což znamenalo 8. místo mezi turistickými regiony a Plzeňsko ovšem skončilo na posledním místě s 11 %.

Tabulka č. 14 – Atraktivita jednotlivých turistických regionů

Region	Praha	Okolí Prahy	Jižní Morava	Šumava	Západočeské lázně	Severní Morava a Slezsko	Krkonoše	
Pořadí	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	
Atraktivita	hodnota	65 570	12 039	8 132	7 836	5 156	4 706	4 688
	% průměru	779%	143%	97%	93%	61%	56%	56%
Jižní Čechy	Východní Čechy	Vysočina	Střední Morava	Severozápadní Čechy	Český sever	Český ráj	Plzeňsko	
8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	
4 556	2 991	2 653	2 074	2 048	1 822	1 023	889	
54%	36%	32%	25%	24%	22%	12%	11%	

zdroj: Vaniček, J.: Atraktivita turistické destinace. In COT Business, 2006/04

S těmito výsledky spočítanými v rámci celého regionu korespondují i výsledky získané dotazníkovým šetřením v jednotlivých městech regionu. Nejlepší hodnoty dosáhly České Budějovice - 2070, která představuje téměř 25 % průměrné atraktivity turistické destinace. V případě Plzně odpovídá hodnota 1440 v průměru cca 17 %, ovšem Domažlice s hodnotou kolem 10 nedosahují ani 1 % atraktivity turistické destinace.

Díličí výsledky, jež jsou zapotřebí k výpočtu atraktivity, totiž v případě Domažlic dosahují také podprůměrných hodnot vzhledem k ostatním dvěma vybraným městům. Bylo zde srovnáváno malé okresní město s velkými krajskými a navíc nemají Domažlice srovnatelný potenciál pro cestovní ruch. Největší atraktivitou pro návštěvníky Domažlic zůstávají již několik let Chodské slavnosti pořádané v měsíci srpnu, což způsobuje velkou ale jednorázovou koncentraci turistů během jednoho letního víkendu. Celoročně sem pak jezdí turisté na prohlídku Chodského hradu, popř. Muzea Chodska. Průměrná denní návštěva je ovšem mnohánásobně nižší ve srovnání s ostatními dvěma městy, a to 53 turistů denně (oproti 1072 v Plzni a 1329 v Budějovicích). Problémem nadále zůstává, že do města nemíří mnoho turistů ze vzdálenějších krajín. Poloha města u státních hranic s Německem sice přiláká do Domažlic zahraniční návštěvníky, ovšem jsou to přirozeně z 80 % právě němečtí turisté, kteří mají v mnoha případech do Domažlic blíže než někteří čeští návštěvníci. Z českých turistů se sice objevili tací, kteří přijeli z druhého konce republiky, ovšem tvořili jen zanedbatelný zlomek. Malá průměrná vzdálenost místa bydliště návštěvníků – 96 km potažmo krátí i dobu pobytu v tomto kraji na 1,8 dne, jelikož se převážně jedná zejména o výlety za účelem prohlídky města (u cizinců i tuzemců), která se dá zvládnout během jednoho dne. Na dovolenou potom zůstávají návštěvníci většinou v okolí města kvůli příhodným přírodním podmínkám za účelem turistiky nebo rekreace u vodních ploch.

V případě Plzně a Českých Budějovic se dostáváme ke zcela odlišným číslům, jelikož se jedná o města většího významu s vyšším potenciálem cestovního ruchu a také výhodnější polohou. Dílčí výsledky pro výpočet atraktivity jsou v rámci těchto dvou měst porovnatelné. Denní počet turistů zvyšuje v Českých Budějovicích ve srovnání s Plzní větší procento respondentů, kteří přijeli do města jako turisté či výletníci – 77 % oproti 55 % v Plzni. O vyšší atraktivitu Budějovic se potom zasloužila delší dojezdová vzdálenost turistů do města. České Budějovice mají výhodu oproti Plzni v tom, že jsou krajským městem Jihočeského kraje, který je podle počtu hostů v ubytovacích zařízeních po Praze druhým nejnavštěvovanějším krajem České republiky.⁷⁶ Je také značně podporován agenturou CzechTourism, jak již bylo zmíněno v kapitole 2.4 České Budějovice – všeobecná charakteristika, což přitahuje pozornost zejména zahraničních návštěvníků.

3.4 Ekonomické přínosy pro destinaci

3.4.1 Denní výdaje návštěvníků

Analýza ekonomických přínosů cestovního ruchu vybraných měst vychází z vyhodnocení Otázky č. 14 v dotazníkovém šetření. Přestože atraktivita zaznamenala velký rozdíl v případě Domažlic, výdaje návštěvníků ve všech městech jsou porovnatelné. Tabulka č. 15 ukazuje, že průměrná denní útrata jednoho návštěvníka činí přibližně 700 Kč v Plzni a Budějovicích a 460 Kč v Domažlicích. Nejvyšší sumu utratili návštěvníci za vedlejší výdaje a následně za stravování. Denní částky za ubytování ve městě byly nejnižší, jelikož jsou vztaženy v přepočtu ke všem návštěvníkům včetně těch, kteří se ubytovali i mimo město nebo se vůbec neubytovali, aby výsledek znázorňoval průměrnou denní útratu za ubytování všech návštěvníků, kteří přijedou do města. Cizinci utráceli ve všech případech jednoznačně větší finanční částky než tuzemci, a to zhruba až dvojnásobek.

Nejvyšší částku denně zaplatili cizinci v Domažlicích, a to za vedlejší výdaje. Zahraniční návštěvníci sem totiž přijíždějí většinou na jednodenní výlet, utratí zde za dárky nebo suvenýry a společně s pohonnými hmotami za dopravu pak vyjdou v přepočtu na jeden den tyto výdaje vyšší než v jiných městech. Nejméně peněz potom utratili domácí návštěvníci také v Domažlicích, a to za ubytování, což je zapříčiněno stejným důvodem, že sem většina návštěvníků jezdí na jednodenní výlety a ti, kteří se ubytují, přenocují v mnoha případech mimo město.

V Plzni se ve srovnání s ostatními dvěma městy utrácí na úkor vedlejších výdajů více za ubytování, jelikož průměrná částka, kterou v Plzni zaplatí návštěvník za přenocování je více než

⁷⁶ podle statistik Českého statistického úřadu za rok 2004, zdroj: Statistická ročenka České republiky 2005

dvakrát vyšší než v Budějovicích nebo Domažlicích. Znamená to, jak již bylo řečeno ve vyhodnocení Otázky č. 14, že pokud se turisté rozhodnout ubytovat přímo ve městě, vybírají si kvalitnější a cenově náročnější ubytovací zařízení. Ovšem je nutno podotknout, že se jedná zejména o zahraniční hosty, kteří tuto průměrnou částku výběrem dražších ubytovacích zařízení zvyšují.

Tabulka č. 15 – Přehled denních výdajů návštěvníků v jednotlivých městech

	<i>Průměrná denní útrata v Kč za</i>											
	<i>ubytování</i>			<i>stravování</i>			<i>vedlejší výdaje</i>			<i>celkem</i>		<i>celkem 1 návštěvník</i>
	<i>tuzemci</i>	<i>cizinci</i>	<i>celkem</i>	<i>tuzemci</i>	<i>cizinci</i>	<i>celkem</i>	<i>tuzemci</i>	<i>cizinci</i>	<i>celkem</i>	<i>tuzemci</i>	<i>cizinci</i>	
Plzeň	90	313	184	133	332	217	158	382	252	381	1027	cca 653
Domažlice	54	121	65	128	215	142	198	553	257	380	889	cca 464
České Budějovice	65	97	80	165	361	257	328	443	382	558	901	cca 719

zdroj: vlastní šetření

3.4.2 Celkové výdaje návštěvníků a jejich ekonomický přínos do města

3.4.2.1 Turisté a výletníci

Mezi turisty a výletníky byli zařazeni návštěvníci, kteří přijeli do města na základě výsledků dotazníkového šetření z důvodu dovolené, výletu nebo na zdravotní pobyt. V kapitole 3.3.2 – Výpočet atraktivity jsme počítali počet turistů ve vybraných městech za den. V Plzni tento počet dosahoval čísla 1072, které bylo vynásobeno počtem dnů v roce a získali jsme tak počet turistů v Plzni za rok – cca 390 000. Stejným způsobem byly vypočítány roční počty turistů ve zbývajících městech – v Domažlicích to bylo cca 21 000 turistů a v Českých Budějovicích cca 485 000 turistů.

UBYTOVÁNÍ

Tabulka č. 16 – Celkové roční výdaje turistů a výletníků za ubytování ve vybraných městech

	<i>tuzemci/den v Kč</i>	<i>cizinci/den v Kč</i>	<i>celkem/den v Kč</i>	<i>průměrná délka pobytu</i>	<i>počet turistů a výletníků/rok</i>	<i>celkové výdaje na ubytování v Kč</i>
Plzeň	90	313	184	2,2 dne	390 000	157 872 000
Domažlice	54	121	65	1,8 dne	21 000	10 647 000
České Budějovice	65	97	80	2,3 dne	485 000	89 240 000

zdroj: vlastní šetření

V Tabulce č. 16 jsou znázorněny dílčí veličiny, které jsou výsledkem předchozího šetření a slouží pro výpočet celkových ročních výdajů za ubytování. Nejvyšší počet turistů a výletníků

přijíždí ročně do Českých Budějovic, ale i přesto byly celkové roční výdaje za ubytování nejvyšší v Plzni, jelikož tam průměrné denní výdaje převyšují více než dvojnásobně denní útratu v Budějovicích. Nejnížší celkové výdaje v Domažlicích jsou zejména výsledkem nesrovnatelně nižší roční návštěvnosti vzhledem ke dvěma krajským městům. Nízká návštěvnost je způsobena malou popularitou města, nevýhodnou polohou a také skutečností, že se jedná o malé město nižšího významu ve srovnání s Plzní a Českými Budějovicemi.

STRAVOVÁNÍ

Tabulka č. 17 – Celkové roční výdaje turistů a výletníků za stravování ve vybraných městech

	<i>tuzemci/den v Kč</i>	<i>cizinci/den v Kč</i>	<i>celkem/den v Kč</i>	<i>průměrná délka pobytu</i>	<i>počet turistů</i>	<i>celkové výdaje na stravování v Kč</i>
<i>Plzeň</i>	133	332	217	2,2 dne	390 000	186 186 000
<i>Domažlice</i>	128	215	142	1,8 dne	21 000	5 367 600
<i>České Budějovice</i>	165	361	257	2,3 dne	485 000	286 683 500

zdroj: vlastní šetření

Z Tabulky č. 17 vyplývá, že celkové roční výdaje za stravování dosáhly nejvyšší hodnoty v Českých Budějovicích, což je způsobeno největším počtem návštěvníků za rok a současně nejvyšší denní průměrnou útratou. V Domažlicích se daly nejnižší celkové roční výdaje předpokládat vzhledem k nízkému počtu turistů i nejnižší průměrné částce zaplacené denně za stravování v Domažlicích.

VEDLEJŠÍ VÝDAJE

Tabulka č. 18 – Celkové roční vedlejší výdaje turistů ve vybraných městech

	<i>tuzemci/den v Kč</i>	<i>cizinci/den v Kč</i>	<i>celkem/den v Kč</i>	<i>průměrná délka pobytu</i>	<i>počet turistů</i>	<i>celkové vedlejší výdaje v Kč</i>
<i>Plzeň</i>	158	382	252	2,2 dne	390 000	216 216 000
<i>Domažlice</i>	198	553	257	1,8 dne	21 000	9 714 600
<i>České Budějovice</i>	328	443	382	2,3 dne	485 000	426 121 000

zdroj: vlastní šetření

V rámci celkových ročních vedlejších výdajů utratili největší částku opět turisté v Českých Budějovicích, jelikož je mimo již zmíněného počtu turistů za rok nejvyšší i průměrná denní útrata za vedlejší výdaje.

V Tabulce č. 19 jsou shrnuty celkové roční výdaje turistů v jednotlivých městech. Nejvíce utratili návštěvníci za rok v Českých Budějovicích, jelikož i denní výdaje kromě ubytování zde převyšovali útratu v ostatních městech a počet turistů zde byl nejvyšší. Naopak nejnižší roční výdaje turistů zaznamenaly Domažlice, na čemž se podílel nízký počet návštěv, a vzhledem k ostatním městům nižší průměrné denní výdaje s výjimkou útraty za vedlejší výdaje, jež byly srovnatelně vysoké.

Tabulka č. 19 – Celkové roční výdaje turistů ve vybraných městech

	<i>celkový přínos v Kč</i>
<i>Plzeň</i>	560 274 000
<i>Domažlice</i>	25 729 200
<i>České Budějovice</i>	802 044 500

zdroj: vlastní šetření

3.4.2.2 Všichni návštěvníci

Do všech návštěvníků města jsou zahrnuti návštěvníci, kteří na základě dotazníkového šetření přijeli nejen z důvodu dovolené, výletu, nebo zdravotního pobytu, ale i z důvodu služební cesty, návštěvy příbuzných, jiných důvodů nebo městem pouze projížděli.

V tomto případě byl podle výsledků potřebných již při zjišťování atraktivity vypočítán počet všech návštěvníků, kteří přijedou ročně do vybraných měst. V Plzni je průměrná roční návštěva pivovaru Plzeňský Prazdroj 135 200 hostů, přičemž z dotazníkového šetření vyplynulo, že 19 % respondentů tento turistický cíl skutečně navštívilo. 100 % podíl potom představuje celkový počet návštěvníků, kteří přijeli do města – tedy cca 710 000. Stejným postupem byl vypočítán roční počet všech návštěvníků v Českých Budějovicích – 630 000 a v Domažlicích – 30 000.

S tímto výsledkem a s dílčími veličinami jako v předchozí kapitole byly následně vypočítány celkové roční výdaje všech návštěvníků ve vybraných městech, jejichž výše je uvedena v Tabulce č. 20.

Jelikož počet všech návštěvníků v Plzni předčil množství osob, které přijelo do Českých Budějovic, celkové výdaje byly v tak velké výši srovnatelné v obou městech a dosahovaly něco málo přes miliardu korun. Návštěvníci v Domažlicích ovšem přinesou do města nesrovnatelně nižší částku.

Tabulka č. 20 – Celkové roční výdaje všech návštěvníků ve vybraných městech

<i>Roční výdaje všech návštěvníků ve vybraných městech v Kč</i>				
	<i>celkový výnos z ubytování</i>	<i>celkový výnos ze stravování</i>	<i>celkový výnos z vedl. výdajů</i>	<i>celkový roční výnos</i>
<i>Plzeň</i>	287 408 000	338 954 000	393 624 000	1 019 986 000
<i>Domažlice</i>	3 510 000	7 668 000	13 878 000	25 056 000
<i>České Budějovice</i>	553 518 000	372 393 000	115 920 000	1 041 831 000

zdroj: vlastní šetření

3.4.3 Výdaje obyvatel ve vztahu k demografickým ukazatelům⁷⁷

3.4.3.1 Plzeň

Z celkového počtu ubytovaných ve městě zaplatilo nejvyšší částku (v průměru 1000 Kč na den) v Plzni 25 % hostů, což je většina z celkového počtu ubytovaných. Nejvíce se o to zasloužili Holanďané vysokoškolsky vzdělaní většinou muži ve věkovém rozmezí 36 – 55 let, hned za nimi Němci a Japonci, všichni většinou vysokoškolsky nebo středoškolsky vzdělaní muži ve věku mezi 26 – 55 lety. V případě Čechů utratilo nejvyšší částku 3 % z celkového počtu ubytovaných a byli to také převážně vysokoškolsky vzdělaní muži ve věku 36 – 55 let. Naopak nejméně – do 100 Kč vydalo za ubytování na den jen necelé 1 % a byli to jen Češi – mladí muži ve věku 18 – 25 let se středoškolským vzděláním.

Za stravování utratilo nejvyšší částku, tedy v průměru 1000 Kč na den, pouze 3,7 % respondentů, z toho nejvíce zastoupení Němci nebo Britové středoškolsky vzdělaní muži v nižším věkovém rozpětí 18 – 35 let. Další poměrně vysokou částku za jídlo na den – 600 Kč zaplatili cizinci, a to v největším zastoupení Holanďané - vysokoškolsky vzdělaní muži ve věku 36 – 55 let. Do 100 Kč za jídlo na den utratila více než 1/3 respondentů (34 %), a to ve většině případů Češi se středním nebo základním vzděláním ve všech věkových kategoriích v téměř shodném zastoupení mužů a žen. Nejvíce respondentů – téměř polovina (47 %) zaplatila za stravování denně průměrnou částku 200 Kč.

Na vedlejších výdajích utratilo v Plzni nejvyšší částku – v průměru 1000 Kč denně celkem 6,3 % respondentů, kde jednoznačně nepřevládala žádná národnost, ovšem dá se říci, že to byli to zejména cizinci se středním nebo vysokoškolským vzděláním v různých věkových kategoriích v zastoupení většiny mužů. Nejmenší částku do 100 Kč potom utratila za vedlejší výdaje téměř 1/3 dotázaných (31 %), a byli to v drtivé většině Češi se základním nebo

⁷⁷ V případě výdajů za ubytování byl poměr počítán z počtu ubytovaných v daném městě.

středoškolským vzděláním různých věkových kategorií rozdělení poměrně mezi muže a ženy. Nejvíce respondentů (37 %) utratilo za vedlejší výdaje v průměru 200 Kč denně.

3.4.3.2 *Domažlice*

V Domažlicích utratilo za ubytování nejvyšší částku, a to oproti ostatním městům pouze v průměru 600 Kč za noc téměř 1/3 hostů (31 %), což je současně největší počet ze všech ubytovaných. Jednalo se o Čechy (v převážné většině 19 %) a Němce, všichni měli převážně středoškolské vzdělání, pohybovali se ve věkovém rozmezí 36 – 55 let, u Němců to byli všichni muži a tuzemci byli zastoupeni převážně ženami. Minimální částka za ubytování dosáhla v Domažlicích v průměru 150 Kč, kterou zaplatilo 14 % hostů a byli to převážně Češi se základním vzděláním ve věku 18 – 45 let.

Nejvyšší částku za stravování v případě Domažlic v průměru 400 Kč na den byli ochotni zaplatit pouze 3 % respondentů, a to nejvíce vysokoškolsky vzdělaných cizinců ve věku 46 – 55 let v převážném zastoupení mužů - Holanďanů. Naopak nejméně peněz za jídlo denně dalo 34 % dotázaných, téměř ve všech případech to byli Češi většinou se středním nebo základním vzděláním v různých věkových kategoriích ve srovnatelném zastoupení mužů a žen. Většina strávníků (necelých 57 %) ovšem nechala v restauracích a jiných stravovacích zařízeních v průměru 200 Kč na den.

Za nákupy, suvenýry nebo pohonné hmoty nechalo v Domažlicích nejvyšší částku 5,5 % respondentů, zejména Němců – mužů se středním vzděláním ve věku 46 – 55 let. Nejméně peněz – do 100 Kč mimo ubytování nebo stravování utratila denně v Domažlicích 1/4 respondentů - téměř všichni Češi v různých věkových kategoriích s převahou středoškolského nebo základního vzdělání v poměrném rozložení mužů a žen. Největší procento (36,5 %) dotázaných zaplatilo za vedlejší výdaje v průměru 200 Kč denně.

3.4.3.3 *České Budějovice*

V Českých Budějovicích platilo za ubytování největší částku průměrně 1000 Kč za noc celkem 29 % hostů, v nadpoloviční většině Češi a převážně muži se středním vzděláním ve věku 26 – 55 let. Nejnižší částku – do 100 Kč za noc zaplatilo 35 % hostů a byla to zároveň částka, kterou utrácel nejvyšší počet ubytovaných. Do 100 Kč tedy vydali za ubytování převážně cizinci – Němci a Rakušané se středním nebo základním vzděláním ve věku 36 – 55 let v nadpoloviční většině ženy.

Za stravu utratila denně nejvyšší částku (průměrně 1000 Kč) necelá 3 % respondentů, kterou představovali sami cizinci (Španělé, Francouzi, Němci, Japonci), z nichž nepřevládala žádná národnost, pohybovali se ve věkovém rozmezí převážně 46 – 55 let a měli základní nebo

středoškolské vzdělání, v nadpoloviční většině se jednalo o muže. Nejméně peněz – do 100 Kč denně dalo za jídlo 26 % dotázaných - v porovnatelné míře muži i ženy převážně se středoškolským nebo vysokoškolským vzděláním v různých věkových kategoriích, aniž by nějaká výrazně převažovala mimo kategorie do 17 let, která je všude nejméně zastoupena. Největší počet respondentů (41 %) utratil za denně za jídlo v průměru 200 Kč.

Nejvyšší částku do vedlejších výdajů investovalo 21 % návštěvníků, převážně cizinců – Němců nebo Rakušanů ve věku 36 let a převážně se středoškolským vzděláním, o něco vyšší byl počet mužů. Nejméně (do 100 Kč denně) zaplatil za vedlejší výdaje nejvyšší počet respondentů, a to 1/3, z nichž to byli převážně Češi v porovnání s jednotlivými národnostmi - středoškolsky vzdělání v různých věkových kategoriích ve srovnatelném poměru mužů a žen.

4 ZÁVĚR

V práci byla zmapována infrastruktura cestovního ruchu, kterou disponují města Plzeň a Domažlice. Na jejich území bylo provedeno dotazníkové šetření, jehož výsledky byly vyhodnoceny a použity pro výpočet a následné zhodnocení ukazatelů cestovního ruchu – atraktivity turistické destinace a ekonomických přínosů do města.

Plzeň jako krajské město s dlouhou historií a pozicí významného obchodního, kulturního a správního centra disponuje nesrovnatelně vyšším kulturně-historickým a společenským potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu. Má nespočet významných historických památek a je každoročně dějištěm desítek významných společenských akcí, mezi něž patří festivaly hudby, filmu nebo divadla. Rozsah a kvalita ubytovacích služeb se postupně zlepšuje. Aktivity cestovního ruchu zajišťuje sekce Cestovní ruch kanceláře primátora města ve spolupráci s informačním centrem. Město vydává každoročně zprávu o plnění realizačního plánu Programu rozvoje kraje a podniká kroky k rozvoji cestovního ruchu. Problémem nadále zůstávají nedostačující výstavní prostory pro konání mezinárodních akcí ve městě.

Domažlice nemají zdaleka takovou infrastrukturu jako krajské město, svou velikostí a významem se tyto dvě města v tomto směru ani nedají srovnat. Nejvýznamnější turistickou atraktivitou je Chodský hrad a společenskou akcí Chodské slavnosti. Tyto pojmy dokazují, že Domažlice těží zejména ze své folklórní tradice, která se zde stále udržuje. Ubytovací kapacity nedosahují na výjimky příliš vysoké kvality a spolupráce s informačním centrem o zajištění případné propagace kolísá. Aktivity cestovního ruchu zajišťuje ve městě technicky Městské informační středisko a formálně Oddělení školství, kultury, tělovýchovy a vnějších vztahů, které zpracovává žádosti o granty z fondů EU v oblasti cestovního ruchu. Domažlice si v roce 2005 stanovily v Programu rozvoje města zásadní strategické cíle v oblasti rozvoje cestovního ruchu a jejich splnění je plánováno do konce roku 2008.

Bližší charakteristika třetího města České Budějovice i monitoring návštěvníků na jeho území byl proveden kolegyní Lucií Bártů a její výsledky převzaty k vzájemnému porovnání.

Výzkum návštěvnosti ve zvolených městech byl proveden kvantitativním výběrovým šetřením s náhodným výběrem jednotek základního souboru (návštěvníků daných měst) technikou osobního dotazníkového šetření. Počet dotazovaných respondentů byl v Plzni a Českých Budějovicích 300, v Domažlicích kvůli nižší frekvenci návštěvníků 200.

Z výsledků šetření vyplývá, že nejvíce návštěvníků jezdí do všech měst na jaře a v létě, do Plzně zejména za kulturními nebo společenskými akcemi nebo historickými památkami, do Domažlic za přírodou, Chodskými slavnostmi nebo na Chodský hrad a do Českých Budějovic

také za historickými památkami. V Plzni se zdrží každý návštěvník v průměru 2,2 dne, v Domažlicích 1,8 dne a v Budějovicích 2,3 dne. Zahraniční návštěvníci, kteří přichází do Českých Budějovic, potom stráví celkově na území České republiky nejdelší dobu, a to 9,3 dne. Nejkratší dobu zůstávají na našem území zahraniční hosté, jež navštívili Domažlice – 2,1 dne a ti, kteří přijeli do Plzně se zdrží na našem území v průměru 4,4 dne. Nejnavštěvovanější památkou v Plzni je kromě náměstí Pivovar Plzeňský Prazdroj, v Domažlicích Chodský hrad a v Českých Budějovicích Černá věž. Hosté, kteří byli ubytováni, si v Plzni vybírali nejčastěji penzion přímo ve městě, v Domažlicích také penzion buď ve městě nebo v jeho regionu a v Budějovicích se hosté nejčastěji ubytovali v hotelu v regionu města. Do všech měst přijeli návštěvníci nejčastěji automobilem s rodinou nebo přáteli. Cizinci byli reprezentováni nejčastěji Němci ve všech městech, v Budějovicích byla dále výrazná skupina Rakušanů a Holanďanů, v Plzni pak Slováků a Britů. Z nejbližších míst přijíždí návštěvníci do Budějovic, průměrná vzdálenost místa bydliště jednoho hosta od města činí 680 km, v Plzni 612 km. Tato čísla zvyšují zejména zahraniční návštěvníci. V Domažlicích ovšem dosáhla průměrná vzdálenost pouhých 94 km. Sem totiž jezdí z cizinců zejména Němci z blízkého pohraničí. Co se týče průměrných denních výdajů na jednoho návštěvníka denně, srovnatelnou částku kolem 700 Kč utratili hosté v Plzni a Českých Budějovicích, v Domažlicích to byla částka nižší kolem 460 Kč. Opět se o výši této sumy zasloužili cizinci, kteří utráceli ve srovnání s tuzemci více než dvakrát vyšší částky. Největší částky ve všech městech byly zaplacené na vedlejších výdajích a následně za stravování. Odpovídali častěji muži, ale jen v o málo vyšším poměru, ve věkové kategorii od 26 – 45 let většinou se středoškolským vzděláním.

Výpočet atraktivity ukázal, že nejpřitažlivější pro turisty v rámci porovnávaných měst jsou České Budějovice, které dosahují 25 % průměrné atraktivity turistické destinace. Plzeň dosáhla 19 % a nejhůře skončily Domažlice s necelým 1 % průměrné atraktivity.

Dílním výsledkem při výpočtu atraktivity měst byl počet turistů ve městě za rok. V tomto směru dosáhly nejlepšího výsledku opět České Budějovice počtem 485 000 návštěvníků. Do Plzně se ročně jezdí podívat 390 000 turistů a Domažlice mají nesrovnatelně nižší počet 21 000 turistů ročně. Z těchto údajů vyplývá i objem celkových ročních ekonomických přínosů turistů do regionu, které byly v Budějovicích nejvyšší a dosahovaly částky 800 milionů korun. V Plzni utratili turisté za rok celkem 560 milionů korun a v Domažlicích podle předpokladů částku nejnižší – necelých 26 milionů korun.

Závěrem lze říci, že v rámci vypočítaných ukazatelů cestovního ruchu jsou nejsilnějším městem České Budějovice, Plzeň si drží celkem porovnatelnou druhou pozici a Domažlice zůstávají díky zcela odlišnému potenciálu cestovního ruchu na posledním místě.

5 SUMMARY

In a work there was summarized a material-technical basis of tourism in destinations Plzeň, České Budějovice and Domažlice. On their territory there was realized a research by means of questionnaires and its results were evaluated and used for a calculation of touring indicators – an attraction of a touristic destination and economical revenue of tourism to the destination. Plzeň and Domažlice were subjects of research of this work, results of research in České Budějovice were taken from the work of my colleague Lucie Bártů.

Plzeň has better material-technical basis of tourism than Domažlice because of bigger sense and size of a city. The document concerned to a development of tourism in town is also in Plzeň better compiled.

In the most important indicators of tourism in comparison with other towns České Budějovice was the best. Tourists visiting this town stay here the longest time – 2,3 day, they arrive from the farthest sites – an average distance of a tourists place from the town is 680 km and also an average expenditures of visitors in České Budějovice were 719 crowns per day. Plzeň has very similar numbers, but a little bit lower – 2,2 day, distance 612 km and expenditures 654 crowns. Domažlice is the weakest region in this indicators, an average length of a stay was 1,8 day, an average distance just 94 km and expenditures 464 crowns per day.

A number of visitors per year is also the biggest in České Budějovice – 485 000 guests in town, in Plzeň come yearly 390 000 visitors and the number in Domažlice is again the smallest – 21 000 visitors per year. The attraction of this towns has the similar results, České Budějovice has 25 % of an average attraction of a touristic destination, Plzeň 19 % and Domažlice doesn't reach even 1 %. Naturally even an average revenues to town are in České Budějovice the highest - 800 millions crowns, in Plzeň they are about 560 millions crowns and in Domažlice about 26 millions crowns.

In conclusion it can be said České Budějovice is the strongest city in a range of tourism, but Plzeň has also a good position with a little worse outcomes and Domažlice stay on the last position in evaluation of indicators of tourism, because it has totally different potential of tourism.

6 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A JINÝCH ZDROJŮ

Seznam literatury:

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

KIRÁLOVÁ, A.: Marketing destinace cestovního ruchu, EKOPRESS, s. r. o., Praha 2003

MĚSTSKÉ KULTURNÍ STŘEDIŠKO DOMAŽLICE: Chodské slavnosti – Vavřínecká pouť 2005, městské kulturní středisko Domažlice, Domažlice 2005

PROCHÁZKA, Z.: Český les – Domažlicko, Historicko-turistický průvodce, Nakladatelství Českého lesa, Domažlice 1992

PROCHÁZKA, Z.: Domažlicko, Nakladatelství Českého lesa, Domažlice 2005

ZBOŘIL, K.: Marketingový výzkum Metodologie a aplikace, Vysoká škola ekonomická, Praha 1998

Dokumenty, časopisy a jiné zdroje:

Časopis COT Business 2006/04, 2002/03, 2002/02

Český statistický úřad: Příprava satelitního účtu v ČR, Praha 2004

ČTK: Hoteliéři a majitelé restaurací v Plzeňském kraji mají federaci, tisková zpráva ČTK, Plzeň 2005/11

Městská a obecní statistika - Vybrané statistické údaje za základní územní jednotku (ZUJ) 553425 – Domažlice

Městská a obecní statistika – Vybrané statistické údaje za základní územní jednotku (ZUJ) 544256 - Plzeň

Program rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji 2002

Program rozvoje města Domažlice 2005

Program rozvoje města Plzeň 2002

Propagační materiál Turistické informace okresu Domažlice, Sdružení obcí Chodská liga, Klenci pod Čerchovem 2000

Regionální operační program 2007 – 2013 (Priority Plzeňského kraje pro čerpání strukturálních fondů EU v období 2007 – 2013)

Regionální plán Plzeňského kraje

Situační analýza tématu Hospodářský rozvoj a cestovní ruch

Statistická ročenka České republiky 2005

Statistická ročenka Jihočeského kraje 2005

Statistická ročenka Plzeňského kraje 2005

Vaniček J.: Lze objektivně hodnotit atraktivitu obchodu? In Marketing a komunikace 14/4, 15-18, 2003

Zpráva o plnění realizačního plánu na rok 2005 (Program rozvoje města Plzně)

Internetové stránky:

<http://akce.plzen-city.cz>

www.senat.zcu.cz/materialy

<http://cyklo.net>

www.slavnostisvobody.cz

<http://festival.divalo.cz>

www.vitejte.cz

<http://web.quick.cz/chodsko1/>

www.tourism.cz

<http://zpravodajstvi.domazlice.info>

www.businessinfo.cz

www.c-budejovice.cz

www.cestyplzenskehokraje.cz

www.czecot.com

www.czechtourism.cz

www.czso.cz

www.domazlice.info

www.divadloalfa.cz

www.finaleplzen.cz

www.chodskeslavnosti.cz

www.idomazlice.cz

www.iri.cz

www.kr-plzensky.cz

www.kudyznudy.cz

www.oblasti.cz

www.plzen-city.cz

www.regiomix.cz

www.regiony.cz

7 SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

Seznam tabulek:

Tabulka č. 1 – Přehled ubytovacích a stravovacích zařízení v Plzni.....	17
Tabulka č. 2 – Návštěvnost některých turistických cílů v Plzni.....	28
Tabulka č. 3 – Délka pobytu turistů ve vybraných městech podle dnů.....	51
Tabulka č. 4 – Délka pobytu turistů ve vybraných městech podle hodin.....	51
Tabulka č. 5 – Délka pobytu zahraničních návštěvníků na území ČR podle dnů.....	52
Tabulka č. 6 – Délka pobytu zahraničních návštěvníků na území ČR podle hodin.....	53
Tabulka č. 7 – Ostatní navštívené památky v Plzni a okolí.....	54
Tabulka č. 8 – Ostatní navštívené památky v Domažlicích a okolí.....	55
Tabulka č. 9 – Ostatní cíle navštívené v Českých Budějovicích a okolí.....	56
Tabulka č. 10 – Priority návštěvníků při výběru dané lokality*.....	59
Tabulka č. 11 – Výdaje hostů za ubytování na den*.....	64
Tabulka č. 12 – Výdaje návštěvníků za stravování za den.....	65
Tabulka č. 13 – Denní vedlejší výdaje návštěvníků.....	66
Tabulka č. 14 – Atraktivita jednotlivých turistických regionů.....	72
Tabulka č. 15 – Přehled denních výdajů návštěvníků v jednotlivých městech.....	74
Tabulka č. 16 – Celkové roční výdaje turistů a výletníků za ubytování ve vybraných městech...74	
Tabulka č. 17 – Celkové roční výdaje turistů a výletníků za stravování ve vybraných městech..75	
Tabulka č. 18 – Celkové roční vedlejší výdaje turistů ve vybraných městech.....75	
Tabulka č. 19 – Celkové roční výdaje turistů ve vybraných městech.....76	
Tabulka č. 20 – Celkové roční výdaje všech návštěvníků ve vybraných městech.....77	

Seznam grafů:

Graf č. 1 – Hlavní důvod návštěvy vybraných měst.....	47
Graf č. 2 – Frekvence návštěv v daných městech.....	48
Graf č. 3 – Roční období návštěv.....	49
Graf č. 4 – Počet dnů strávených ve městě.....	50
Graf č. 5 – Doba strávená na území ČR mimo šetřený region.....	51
Graf č. 6 – Nejnavštěvovanější památky v Plzni*.....	53
Graf č. 7 – Nejnavštěvovanější památky v Domažlicích.....	55
Graf č. 8 – Nejnavštěvovanější památky v Českých Budějovicích.....	56
Graf č. 9 – Místo ubytování hostů přijíždějících do daného regionu*.....	57
Graf č. 10 – Typ ubytování ve vybraných městech a jejich regionu*.....	58

Graf č. 11 – Způsob dopravy do regionu vybraných měst	59
Graf č. 12 – Zvolený dopravní prostředek.....	60
Graf č. 13 – Podíl zahraničních návštěvníků ve vybraných městech	61
Graf č. 14 – Zahraniční návštěvníci ve vybraných městech podle země původu	61
Graf č. 15 – Vzdálenost tuzemců z místa bydliště do vybraného města	62
Graf č. 16 – Vzdálenost cizinců z místa bydliště do města	63
Graf č. 17 – Návštěvníci podle pohlaví	66
Graf č. 18 – Návštěvníci podle věku	67
Graf č. 19 – Návštěvníci vybraných měst podle vzdělání	67

8 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 – Silniční dopravní síť v Plzeňském kraji

Příloha č. 2 – Železniční dopravní síť v Plzeňském kraji

Příloha č. 3 – Síť cyklostezek na území Plzeňského kraje

Příloha č. 4 – Zpráva o plnění realizačního plánu na rok 2005, část Presentace města, cestovní
ruch

Příloha č. 5 – Seznam akcí cestovního ruchu s účastí města Plzně

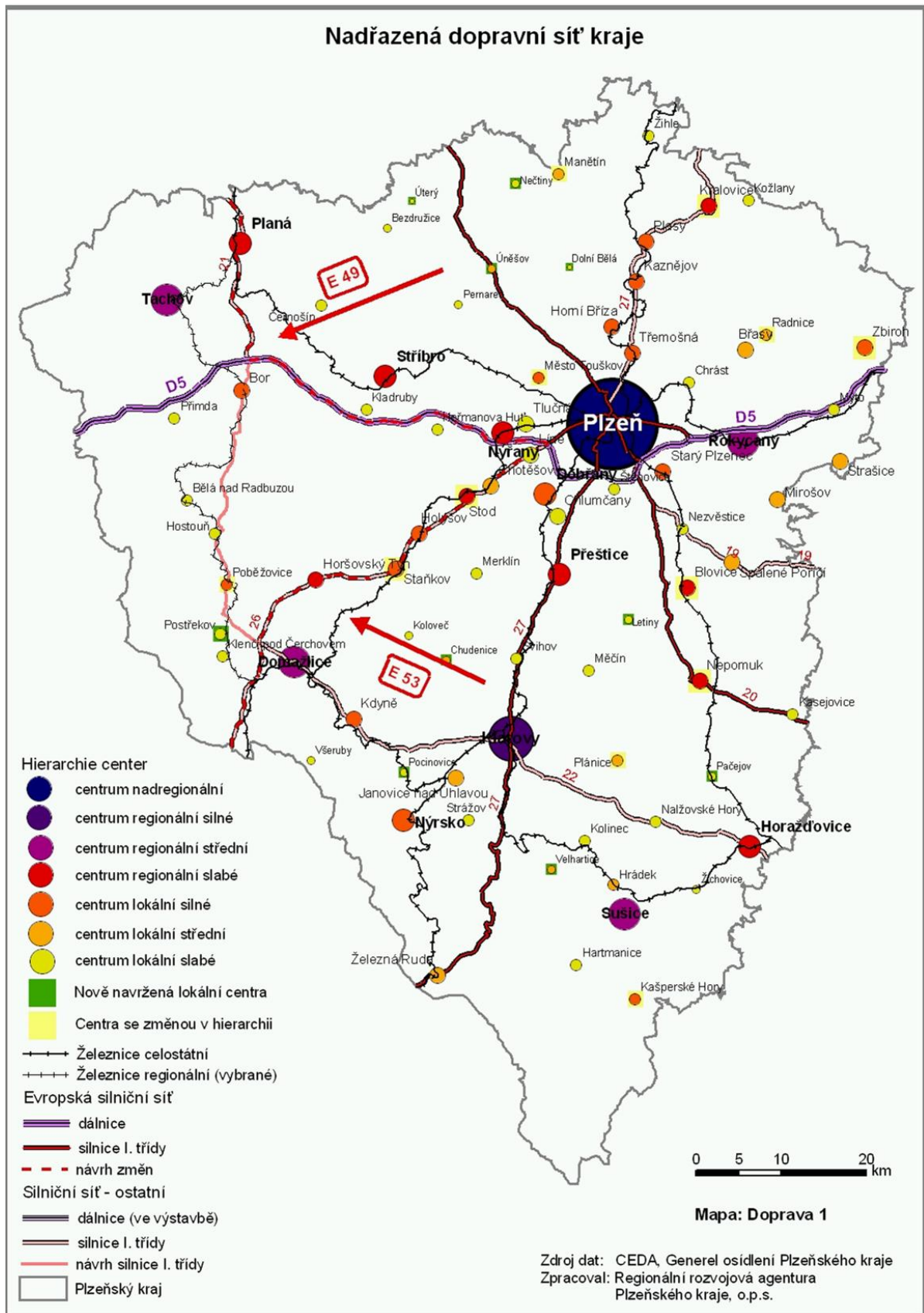
Příloha č. 6 – Strategie rozvoje města Domažlice

Příloha č. 7 – Přehled ubytovacích a stravovacích kapacit v Domažlicích

Příloha č. 8 – Přehled cestovních kanceláří v Domažlicích

Příloha č. 9 – Dotazníky k městům Plzeň a Domažlice

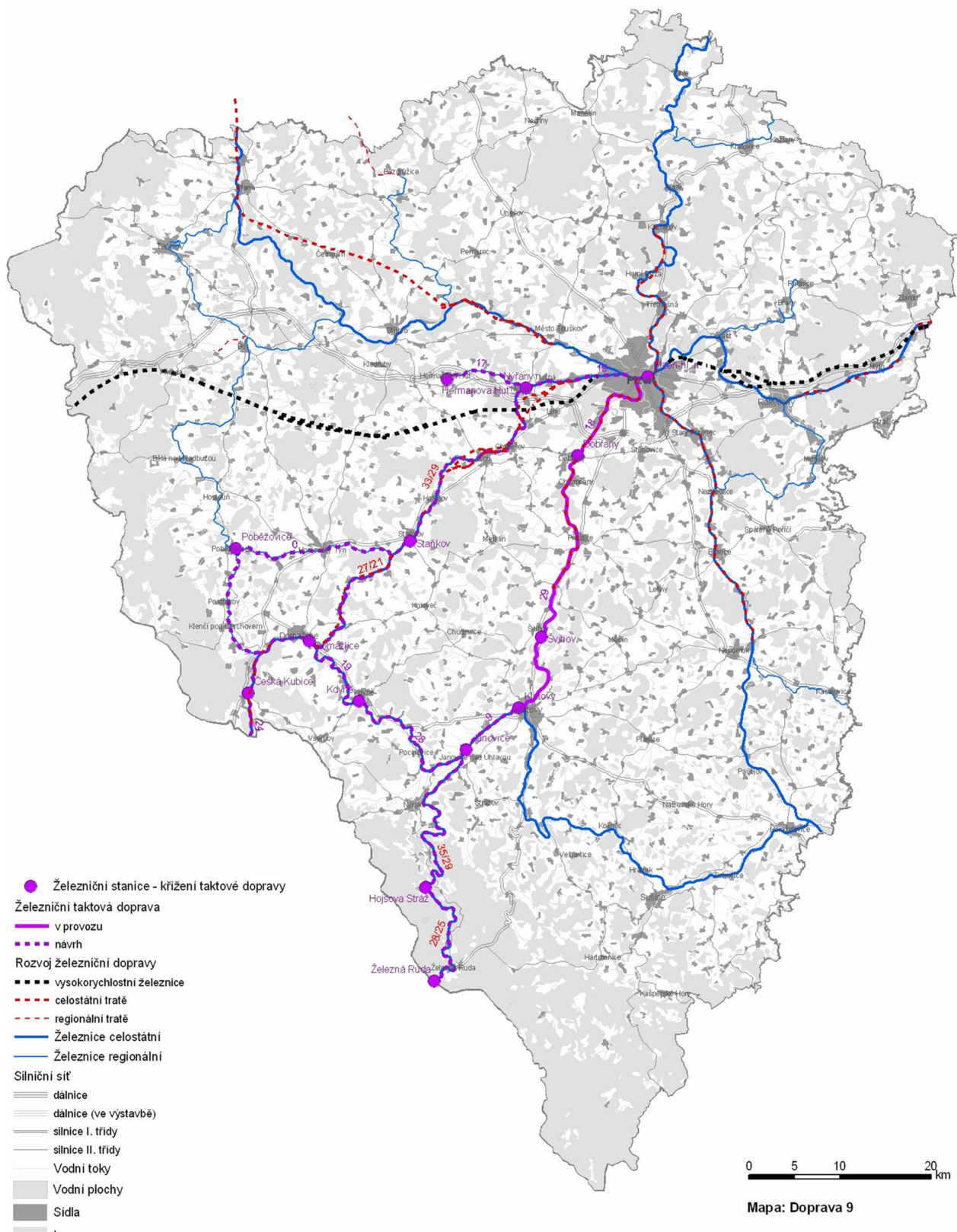
Příloha č. 1 – Silniční dopravní síť v Plzeňském kraji



zdroj: www.kr-plzensky.cz, Region a jeho rozvoj > Regionální rozvoj > Rozvojové dokumenty > Regionální plán Plzeňského kraje

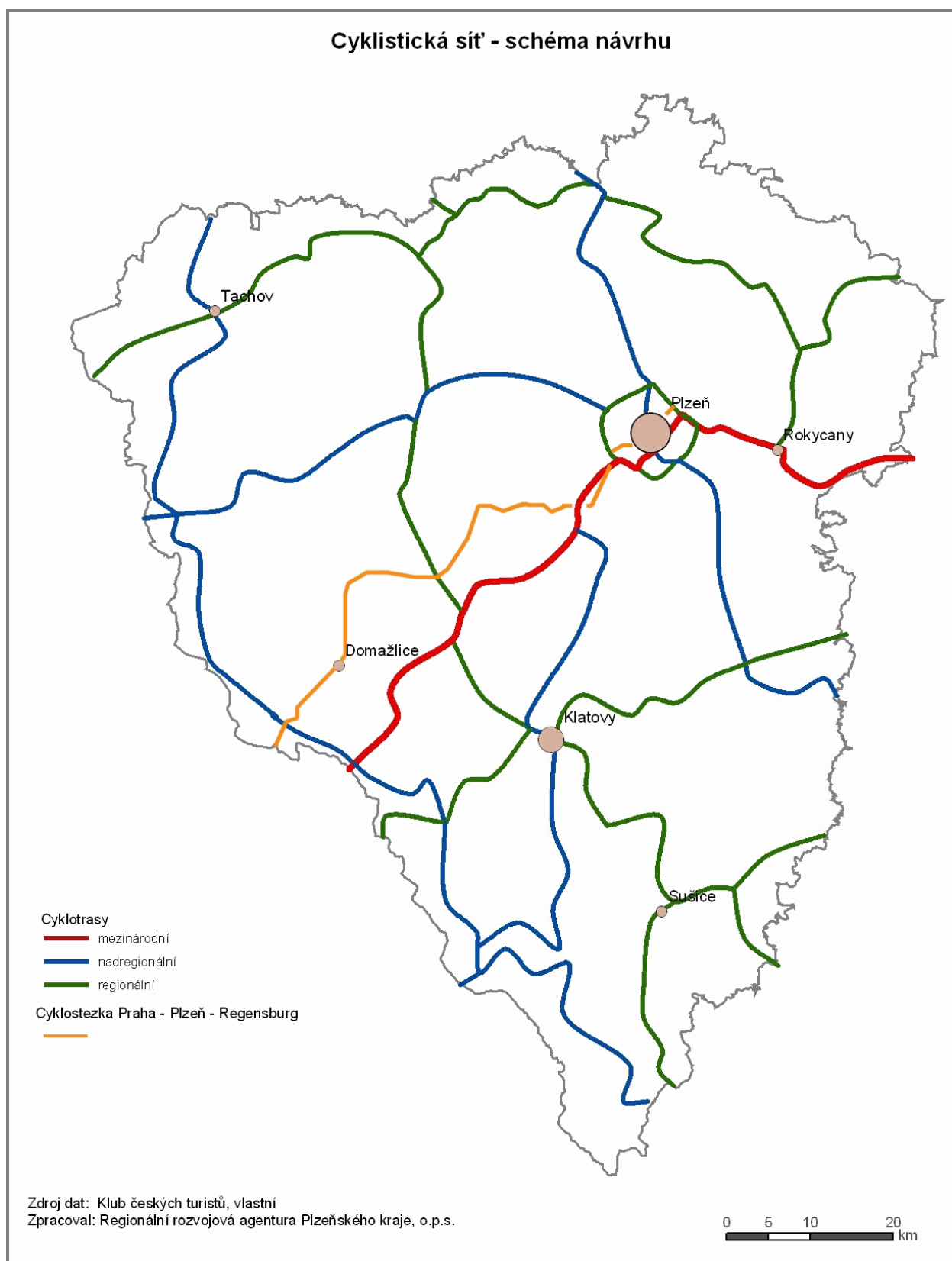
Příloha č. 2 – Železniční dopravní síť v Plzeňském kraji

Rozvoj železnic a taktová doprava



zdroj: www.kr-plzensky.cz, Region a jeho rozvoj > Regionální rozvoj > Rozvojové dokumenty > Regionální plán Plzeňského kraje

Příloha č. 3 – Síť cyklostezek na území Plzeňského kraje



zdroj: www.kr-plzensky.cz, Region a jeho rozvoj > Regionální rozvoj > Rozvojové dokumenty > Nadregionální cyklistické trasy PK

Příloha č. 4 – Zpráva o plnění realizačního plánu na rok 2005, část Presentace města, cestovní ruch

2.3.6. Presentace města, cestovní ruch

6.1.1.1 Společná presentace města a Plzeňského Prazdroje

- Konání společných akcí – spolupráce na veletrzích cestovního ruchu (vzájemná propagace materiálů), při tuzemských veletrzích (společné expozice i s Plzeňským krajem);

- příprava dohody o celoroční spolupráci (předpoklad: společné prohlídky města Plzně a pivovaru, spolupráce při výběru vhodných příležitostí pro presentaci města a spolupráce na pivním festivalu Pilsner Fest).

6.1.1.5 Uvítací megabillboardy

Řešeno pronájemem reklamních ploch. Vytipování vhodných pozemků v majetku města proběhne ve spolupráci se Správou veřejného statku v roce 2006.

6.1.1.8 Pivovarská stezka

Projekt bude opět projednáván po dokončení rekonstrukce mostu U Jána.

6.1.2.5 Plzeň – mekka gastronomie

Bude řešeno v rámci grantového schématu vyhlášeného v roce 2006.

6.1.3.1 Pětatřicátníci, navrat'te se zpět!

Navázaná spolupráce s Klubem Pětatřicátníků na společných akcích. Prostřednictvím Komise pro presentaci města byla poskytnuta dotace na činnost kapely Pětatřicátníků. V rámci Plzeňských dnů v Senátu proběhlo vystoupení kapely.

6.1.3.2 Nasvícení hradu Radyně

Pojednáno s majitelem objektu, dohoda o dalším postupu, příprava dokumentace a zpracování projektu pro povolení a provedení stavby. Realizace I. etapy osvětlení (jihozápadní a severovýchodní strany hradu).

6.1.3.4 Technické památky města

Příprava brožury, realizace v roce 2006.

6.1.3.5 Technické muzeum

Vznik obecně prospěšné společnosti Regionální technické muzeum (zakladatel Škoda Holding a ZČU). Vyhledávání partnerů a navázání spolupráce s městem Plzní a Plzeňským krajem. Zahájena jednání k získání budovy pro muzeum Technorama Emila Škody. Zpracování dokumentace ke stavebnímu povolení. Zastupitelstvo města Plzně rozhodlo usnesením č. 547 ze dne 6. 10. 2005 o podpoře muzea ve výši 10 mil. Kč.

6.1.3.6 Muzeum historických vozidel

Na základě studie využitelnosti a proveditelnosti bylo stanoveno, že areál bývalých kasáren Světovar lze využít pro umístění muzea historických vozidel.

6.1.4. Propagace města jako univerzitního města

Příprava a vyhlášení grantového schématu byly přesunuty na rok 2006.

6.2.1.2 Měsíční regionální jarmark

V roce 2005 bylo pořádáno 8 jarmarků + speciální jarmarky u příležitosti různých akcí. Systém ve spolupráci s ÚMO 3 nastaven.

6.3.2.2 Vybavení veřejných informačních míst audiovizuální technikou

Nezahájeno. V úvahu přichází Vědecká knihovna a nádraží ČD. Po zvážení nákladů a technických podmínek bude projekt realizován v roce 2006.

6.3.2.4 Cena – „Propagujme Plzeň společně“

Nezahájeno. Přesunuto na rok 2006.

6.3.2.5 Ověření možnosti vytvoření hlasového informačního systému pro zdravotně postižené občany

Nezahájeno. Přesunuto na rok 2006. V prvním čtvrtletí 2006 proběhne aktualizace a rozšíření informací o městě a jeho turistických zajímavostech v „mluvících panelech“ společnosti Daruma. Některé sekce webových stránek města jsou tzv. blind friendly.

6.3.3.1 Oživení prostor historického jádra města

Plnění v rámci společných akcí pořádaných městem Plzní a dalšími organizacemi (např. Mezinárodní folklórní festival, festival „Na ulici“, Zpěv pod plzeňskou věží).

6.3.3.3 Letní scéna "Křížikovy sady"

Řešení provozu, údržba.

6.3.3.5 Plzeň ve volném čase

Příprava brožury, realizace v roce 2006.

6.3.4.1 Půjčovny kol

O projekt mají zájem České dráhy, které zřizují půjčovny v rámci svých služeb – plánována spolupráce s pobočkou IC na nádraží.

6.3.4.5 Vytváření podmínek pro dlouhodobě úspěšnou reprezentaci města družstvy v populárních sportovních odvětvích

Nezahájeno.

6.4.1.1 Fond cestovního ruchu pro Plzeň a okolí

V roce 2004 schválilo ZMP grantový systém na podporu cestovního ruchu, v roce 2005 nebyly vybrány žádné projekty. V roce 2006 bude grant znovu vyhlášen.

6.4.2.2 Síť informačních míst

Umísťování stojanů s materiály do turistických cílů - probíhá průběžně celý rok. Na jaře 2005 zahájilo ICMP svoji činnost v pobočce na hlavním nádraží ČD.

6.4.2.3 Vyznačení turistických cílů v Plzni a regionu

Postupná realizace.

6.4.3.1 Parkoviště Rychtářka

Nezahájeno. Za předpokladu vybudování sběrného parkoviště bude navržen další postup.

6.4.4.1 Nechte kufry v Plzni

Příprava jednodenního produktu – „Cesta do Plzně“ – realizováno v roce 2005 ve spolupráci s Plzeňským Prazdrojem. Jednodenní produkt byl k prodeji v informačních centrech v Praze.

6.4.4.2 Plzeňská turistická karta – slevový systém

Vydána Plzeňská jízdenka – čipová bezkontaktní karta ve dvou variantách 300 Kč a 600 Kč. Tuto kartu lze využívat i jako základní variantu turistické karty v MHD. Turistická karta, ke které se bude vázat produktová nabídka z oblasti turistického ruchu, je ve stádiu zpracování.

zdroj: Program rozvoje města, Zpráva o plnění realizačního plánu pro rok 2005

Příloha č. 5 – Seznam akcí cestovního ruchu s účastí města Plzně

Účast města Plzně na výstavách a veletrzích cestovního ruchu v roce 2003

Název výstavy	Místo konání	Datum	Charakter výstavy	poznámka
REGIONTOUR	Brno	9. - 12. 1.	Regionální prezentace	Účast města v rámci expozice PK Pro veřejnost
VACANTIEBEURS	Utrecht	7. - 12. 1.	Regionální prezentace CK, kempy, ubytování	Účast města v rámci expozice PK Pro veřejnost
CMT	Stuttgart	17. - 26. 1.	Regionální prezentace CK, kempy, ubytování	Účast města v rámci expozice PK Odborníci/veřejnost
HOLIDAY WORLD	Praha	13. - 16. 2.	CK, regiony	Odborníci/veřejnost
CBR	Mnichov	16. - 24. 2.	Regionální prezentace CK, kempy, ubytování	Pro veřejnost
RDA	Kolín nad Rýnem	18. - 20. 8.	CK, autobusová turistika	Workshop pro odborníky
TOUR SALON	Poznaň	23. - 26. 10.	Regionální prezentace CK	Účast města v rámci expozice PK Odborníci/veřejnost
MADI	Praha	4. - 6. 11.	CK a agentury, regiony	Workshop pro odborníky
TUC	Lipsko	19. - 23. 11.	Regionální prezentace CK, ubytování	Odborníci/veřejnost

Zdroj: <http://info.plzen-city.cz>

Účast města Plzně na výstavách a veletrzích cestovního ruchu v roce 2004

Veletrhy 2004	Místo konání	Termín veletrhu	Charakter výstavy	Poznámka
I. pololetí 2004				
Regiontour	Brno	8.- 11. 1.	Regionální prezentace, cestovní ruch	Účast města v rámci prezentace PK Pro odborníky/veřejnost
FERIE	Kodaň	23.-25. 1.	Cestovní ruch	Prezentace v expozici ag. Czech Tourismus Pro odborníky/veřejnost
Holiday World	Praha	12.-15. 2.	Cestovní ruch, Turistické cíle, ubytování	Společná expozice města Plzně a Plzeňského Prazdroje Pro odborníky/veřejnost
CBR	Mnichov	14.-18. 2.	Cestovní ruch, regionální prezentace, kempy, ubytování	Prezentace v expozici ag. Czech Tourismus Pro veřejnost
II. pololetí 2004				
RDA	Kolín n/Rýn	srpen	Cestovní ruch	Pro odborníky
Madi	Praha	listopad	Cestovní ruch	Pro odborníky
TOURSALON	Poznaň	listopad	Cestovní ruch	
TUC	Lipsko	listopad	Cestovní ruch	

Zdroj: <http://info.plzen-city.cz>

Město Plzeň na veletrzích cestovního ruchu v roce 2006

Seznam tuzemských i zahraničních veletrhů cestovního ruchu, na kterých se bude město Plzeň prezentovat v příštím roce:

Veletrhy ČR – 2006

Název veletrhu	Termín	Plocha	S kým v expozici
1. REGIONTOUR Brno	12. – 15.1.	6 m ²	s Plzeňským krajem
2. HOLIDAY WORLD Praha	23. – 26.2.	63 m ²	s Plzeňským krajem a Plz. Prazdrojem
3. MADI Praha	listopad	v jednání	s Plzeňským krajem a Plz. Prazdrojem

ad 1) **Regiontour Brno**

Země: Česká republika

Město: Brno

Ročník: 16.

Termín: 12. – 15.1. 2006

Stánek Plzeňského kraje

Účast města Plzně: v rámci expozice Plzeňského kraje

Statistika minulého ročníku: téměř 40 000 návštěvníků, 1 162 vystavovatelů z 26 zemí na ploše 9623 m²

Charakteristika: Tradiční veletrh, je zaměřen na propagaci regionů ČR, velký zájem veřejnosti. Paralelně probíhající veletrh Go je zaměřen na domácí turistický průmysl.

Komu je veletrh určen: 2 dny pro odborníky, 2 dny pro veřejnost

ad 2) **HOLIDAY WORLD**

Země: Česká republika

Město: Praha

Ročník: 15.

Termín: 23. – 26.2. 2006

Stánek Města Plzně, Plzeňského kraje a Plzeňského Prazdroje: 63 m²

Statistika minulého ročníku: 31915 návštěvníků, z toho 7355 odborníků, 950 novinářů, 698 vystavovatelů z 50 zemí

Charakteristika: Významný středoevropský veletrh cestovního ruchu. Široká informační základna pro laickou veřejnost.

Komu je veletrh určen: první dva dny odborníkům, zbylé dva dny pro veřejnost

Poptávka: celá ČR

ad 3) **MADI**

Země: Česká republika

Město: Praha

Ročník: 13.

Předběžný termín: listopad 2006

Stánek Města Plzně, Plzeňského kraje a Plzeňského Prazdroje: 40 m²

Statistika minulého ročníku (2004): 5270 návštěvníků, 516 vystavujících firem ze 30 zemí

Charakteristika: Veletrh je určen pouze pro profesionály, intenzivní obchodní setkání odborníků z oblasti cestovního ruchu a velkoobdobatelů, součástí veletrhu je největší kontraktační akce incomingu v ČR a incomingový workshop

Komu je veletrh určen: pouze pro odborníky cestovního ruchu

Poptávka: celá ČR

Veletrhy zahraničí - 2006

Název veletrhu	Termín	Plocha	S kým v expozici
1. VACANTIE Utrecht	10. – 15.1.	4 m2	V expozici CzechTourismu
2. CMT Stuttgart	14. – 22.1.	4 m2	V expozici CzechTourismu
3. VACANCES Brusel	9. – 12.2.	4 m2	V expozici CzechTourismu
4. CBR Mnichov	18. – 22.2.	4 m2	V expozici CzechTourismu
5. ITB Berlin	8. – 12.3.	4 m2	V expozici CzechTourismu
6. RDA Kolín n. Rýnem	srpen	4 m2	V expozici CzechTourismu
7. TUC Lipsko	listopad	4 m2	V expozici CzechTourismu

ad 1) **Vacantie Utrecht**

Země: Nizozemí

Město: Utrecht

Ročník: 37.

Termín: 10. – 15.1. 2006

Účast města Plzně: v rámci expozice CzechTourism – 4 m2

Stánek CzechTourism: 204 m2, ostrov

Statistika minulého ročníku: 137 789 návštěvníků z řad veřejnosti, 14 500 odborníků

Charakteristika: Jedná se o největší veletrh cestovního ruchu v Nizozemí. Veletrh je charakterizován vysokou návštěvností a je vhodný pro regionální prezentaci. Převažující individuální návštěvníci veletrhu preferují nabídky, týkající se caravaningu a campingu v regionech se zachovalým přírodním bohatstvím, ale současně s dostatečnou turistickou infrastrukturou a architektonické památky.

Komu je veletrh určen: první den pro odborníky, zbylých pět pro veřejnost

Poptávka: Praha, Vysočina, Krkonoše, jižní Čechy, západní Čechy, severovýchodní Čechy, hory, camping

ad 2) **CMT Stuttgart**

Země: Německo

Město: Stuttgart

Ročník 38.

Termín: 14. – 22.1. 2006

Účast města Plzně: v rámci expozice CzechTourism – 4 m2

Stánek CzechTourism: 90 m2, ostrov

Statistika minulého ročníku: 195 112 návštěvníků, více než 1 400 vystavovatelů z 82 zemí

Charakteristika: Veletrh patří mezi nejvýznamnější akce cestovního ruchu v Německu, stavěn co do významu na 2.místo po ITB Berlín. Je charakterizován vysokou návštěvností a je proto vhodný pro regionální prezentaci.

Individuální turisté i odborní návštěvníci žádají jak všeobecné, tak detailní informace o turistické nabídce celé ČR

Komu je veletrh určen: dny pro odborníky a pro veřejnost nejsou rozlišeny

Poptávka: celá ČR - hlavně Praha, příhraniční oblasti, severní Čechy, severní Morava, kempy, ubytování, zimní dovolená

ad 3) **Vacances Brusel**

Země: Belgie

Město: Brusel

Ročník 48.

Termín: 9. – 13.2. 2006

Účast města Plzně: v rámci expozice CzechTourism – 4 m2

Stánek CzechTourism: 40 m2, otevřený ze dvou stran

Statistika minulého ročníku: téměř 95.000 návštěvníků, nárůst 20% oproti roku 2004; 500 vystavovatelů z 50ti zemí

Charakteristika: Individuální turisté i odborní návštěvníci veletrhu preferují především nabídku týkající se architektonických památek, pobytů v přírodě a kulturních akcí. Veletrh je vhodný pro regionální prezentaci. Největší zájem návštěvníků směřuje na Prahu, ubytování v Praze, kempy v ČR, aktivní dovolenou (turistika, lyže, cyklostezky); dále na regiony Severní, Západní, Jižní Čechy a Brno.
Komu je veletrh určen: dny pro odborníky a pro veřejnost nejsou rozlišeny
Poptávka: Praha, regiony, camping, zimní sporty

ad 4) **CBR Mnichov**

Země: Německo

Město: Mnichov

Ročník: 37.

Termín: 18. – 22.2. 2006

Účast města Plzně: v rámci expozice CzechTourism – 4 m²

Stánek CzechTourism: 172 + 30 m² (2005)

Statistika minulého ročníku: 130 000 návštěvníků, 1400 novinářů, 1237 vystavovatelů ze 67 zemí

Charakteristika: Velmi významný německý veletrh s poptávkou po příhraničních regionech České republiky, který je vhodný pro regionální prezentaci. Návštěvníci veletrhu žádají jak všeobecné, tak detailní informace o turistické nabídce z konkrétních míst i regionů celé republiky; nejčastější dotazy směřují na Prahu, aktivní dovolenou (turistika, cyklo) a lázně.

Komu je veletrh určen: dny pro odborníky a pro veřejnost nejsou rozlišeny

Poptávka: Praha, západní a jižní Čechy, lázně, hory, hrady a zámky

ad 5) **ITB Berlín**

Země: Německo

Město: Berlín

Ročník: 38.

Termín: 8. – 11.3. 2006

Účast města Plzně: v rámci expozice CzechTourism – 4 m²

Stánek CzechTourism: 230 m², ostrov

Statistika minulého ročníku: 142 351 návštěvníků, z toho 84.000 odborníků

Charakteristika: Jedná se o největší a jeden z nejprestižnějších veletrhů v Evropě. Návštěvníci veletrhu žádají jak všeobecné tak detailní informace o turistické nabídce z konkrétních míst a regionů, nejčastěji Prahu, Krkonoše, příhraniční oblasti, dále aktivní dovolenou (lyžování, turistika, cyklotrasy, camping). Veletrh je velmi vhodný pro regionální prezentaci.

Komu je veletrh určen: první tři dny veřejnosti, zbylé dva dny odborníkům

Poptávka: celá ČR

ad 6) **RDA Kolín n. Rýnem**

Země: Německo

Město: Kolín n. R.

Ročník: 32.

Termín: 8. - 10.8. 2006

Účast města Plzně: v rámci expozice CzechTourismu – 4 m²

Stánek CzechTourism: 120 m², ostrov

Statistika minulého ročníku: 1.300 vystavovatelů, cca 14.000 odb.návštěvníků

Charakteristika: Veletrh je zaměřen na autobusové touroperátory a je určen výhradně pro odborné návštěvníky, kteří musí být členy svazu autobusových touroperátorů RDA.

Komu je veletrh určen: odborníkům

Poptávka: všeobecné i konkrétní informace; vhodné pro regionální prezentaci

ad 7) **TUC Lipsko**

Země: Německo

Město: Lipsko

Ročník: 17.

Přibližný termín: listopad 2006

Účast města Plzně: v rámci expozice CzechTourism – 4 m²

Stánek CzechTourism: 198 m², ostrov

Statistika minulého ročníku: 81000 návštěvníků, 1140 vystavovatelů (v r.2004 1070)

Charakteristika: Návštěvníci z této oblasti preferují regionální turistickou nabídku a žádají konkrétní informace.

Veletrh je vhodný pro prezentaci regionů, jeho součástí je také veletrh Caravaning.

Komu je veletrh určen: dny pro odborníky a veřejnost nejsou rozlišeny

Poptávka: Praha, regiony, ubytování nižší cenové kategorie, kempy, lázně, hory, turistika.

Zdroj: <http://info.plzen-city.cz>

Příloha č. 6 – Strategie rozvoje města Domažlice

STRATEGICKÉ CÍLE DO ROKU 2008

Označení	Strategické cíle
C1	ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ
C2	ROZVOJ INFRASTRUKTURY
C3	ROZVOJ EKONOMIKY A PODNIKÁNÍ
C4	PÉČE O ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ, ROZVOJ ZEMEDĚLSTVÍ A LESNICTVÍ
C5	ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU
C6	ROZVOJ PŘESHraniční spolupráce

C1 ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ

1.1 ROZVOJ BYTOVÉ VÝSTAVBY (NÁJEMNÍ BYDLENÍ)

- 1.1.1 výstavba dostupného bydlení
 - výběr vhodných lokalit a objektů pro výstavbu příp. Rekonstrukci
 - zakreslení těchto lokalit do ÚP města
 - vykoupení pozemků
 - včasná příprava projektové dokumentace pro zahájení stavebního řízení
 - využití bývalých kasárenských objektů
 - výstavba startovacích a sociálních bytů pro mladé rodiny a sociálně slabé občany
- 1.1.2 podpora jiných forem bydlení (družstevní, individuální, komerční)
 - (dtto 1.1.1)
- 1.1.3 regenerace domovního fondu a bytového fondu
 - odstraňování zanedbanosti bytového fondu ve vlastnictví města
 - dosažení parametrů bytového fondu odpovídajících normám Evropské unie
 - energetický audit

1.2 ROZVOJ ŠKOLSTVÍ, VZDĚLANOST

- 1.2.1 podpora rozvoje odborného a učňovského vzdělávání, rekvalifikace ve spolupráci s Úřadem práce
- 1.2.2 podílet se na oborové optimalizaci učňovského a středního školství (dle potřeb Úřadu práce, podnikatelských subjektů)
- 1.2.3 vývoj potřeby školských zařízení do roku 2008
 - zpracování vývoje počtu dětí do r. 2008
- 1.2.4 podpora města při získávání partnerů škol v zahraničí

1.3 ROZVOJ ZDRAVOTNICKÝCH A SOCIÁLNÍCH SLUŽEB

- 1.3.1 rozšíření dostupnosti služeb první pomoci (nosní, ušní, krční) a ambulantní péče
 - spolupráce s Krajským úřadem Plzeňského kraje při zajištění dostupnosti zdravotní péče
 - podpora rozvoje Integrovaného záchranného systému
- 1.3.2 využití objektu stávající nemocnice po dokončení výstavby nové
 - ve spolupráci s KÚ
- 1.3.3 rozvoj sociálních služeb pro seniory
 - podpora soukromých ošetrovatelských služeb
 - zřízení domovinky pro staré lidi („jesle pro seniory“)
 - podpora při zřízení funkčního Klubu důchodců
 - podpora vzdělávání seniorů
- 1.3.4 rozvoj služeb pro zdravotně postižené a handicapované občany

- podpora činnosti REHA – centra pro zdravotně postižené občany
- poradenská činnost
- podpora činnosti půjčovny kompenzačních pomůcek
- zřízení chráněných dílen a pracovišť
- 1.3.5 řešení bezbariérových přístupů do veřejných , kulturních budov a veřejných prostranství
- 1.3.6 zajištění péče o ohrožené sociální skupiny a jednotlivce
 - výstavba domů na půl cesty
 - výstavba azylových domů
 - zřízení holobytů

1.4 PAMÁTKY, KULTURA, SPORT, VOLNÝ ČAS

- 1.4.1 revitalizace historického centra
 - rekonstrukce a obnova památek
 - rekonstrukce vybraných objektů v městské památkové rezervaci
 - soustavná péče a údržba památek
 - zpracování koncepce na šetrné využití památkových objektů
- 1.4.2 rozvoj kulturních a občanských aktivit
 - vytvoření podmínek pro obnovení tradic amatérských divadelních souborů
 - využití památek ke kulturně výchovným akcím
 - rozvíjení kulturního a vzdělávacího centra MKS
 - podpora účasti spolků a občanských sdružení na veřejném životě
 - spolupráce všech kulturně zaměřených institucí a školských zařízení
- 1.4.3 podpora akcí pro mládež
 - spolupráce se školami, tělovýchovnými a zájmovými organizacemi při pořádání akcí
 - spolupráce města při získání vhodných ploch a objektů k volnočasovým aktivitám mládeže
- 1.4.4 rozvoj sportovně rekreačního zázemí
 - vybudování nových sportovišť
 - využití a zkvalitnění stávajících sportovišť
- 1.4.5 podpora sportovních a volnočasových aktivit

1.5 BEZPEČNOST OBČANŮ

- 1.5.1 Program prevence kriminality
 - program Partnerství
 - kamerový systém
- 1.5.2 Rozvoj Integrovaného záchranného systému
 - výstavba nové hasičské zbrojnice pro Sbor dobrovolných hasičů

C2 ROZVOJ INFRASTRUKTURY

2.1 DOPRAVNÍ INFRASTRUKTURA

- 2.1.1 dopravní infrastruktura města ve vztahu k celému regionu
 - spolupracovat s Krajským úřadem Plzeňského kraje při řešení obchvatu Domažlice – Klatovy
 - spolupracovat s KÚ při napojení regionu Domažlice na dálniční síť
- 2.1.2 dopravní infrastruktura na území města
 - zokružnění dopravy města
 - zpracování harmonogramu postupu oprav komunikací a chodníků
 - zlepšení technického stavu komunikací
 - navržení koncepce řešení nedostatku parkovacích míst ve městě
- 2.1.3 komunikační propojení Domažlice - Havlovice

2.2 TECHNICKÁ INFRASTRUKTURA

- 2.2.1 kanalizace a vodní hospodářství
 - spolupráce s CHVaK při opravách a rekonstrukcích vodovodní a kanalizační sítě
 - výstavba kanalizace Domažlice – Havlovice-Valcha
 - výstavba vodovodu Domažlice – Havlovice-Valcha
- 2.2.2 ostatní technická infrastruktura

- dokončení kompletní plynofikace města
- skloubení práce na budování chodníků a místních komunikací s opravami inž. sítí
- vyvíjení tlaku na malé znečišťovatele ovzduší (v souladu s platnou legislativou) na užívání dostupného plynu nebo kvalitnějších paliv

2.3 ROZVOJ KOMUNIKAČNÍCH A INFORMAČNÍCH TECHNOLOGIÍ

- 2.3.1 Komunikační a informační technologie ve vztahu k občanům
 - provozování a rozšiřování funkcionality informačního systému města Domažlic
 - zlepšování přístupu obyvatel k informacím prostřednictvím širokopásmového internetu a informačních kiosků (infomatů)
 - zřízení a provoz internetového portálu města a regionu, umožňujícího participaci úřadů, organizací města a společenských organizací, popř. obcí II
 - zřízení kontaktního místa pro poskytování informací občanům
- 2.3.2 Komunikační a informační technologie ve vztahu k ostatním institucím
 - budování infrastruktury a provozování metropolitní sítě, postupné připojování organizací města a dalších subjektů
- 2.3.3 Komunikační informační technologie uvnitř úřadu
 - zpřístupňování širokopásmového internetu
 - posílení lokálních a regionálních komunikačních cest (s ohledem na obce II)
 - proškolení a motivace pracovníků úřadu v komunikaci s občanem
 - vytvoření podmínek pro seznamování pracovníků s děním v úřadu
- 2.3.4 Udržování a rozvoj GIS (geografický informační systém), zřízení a provoz mapového serveru

C3 ROZVOJ EKONOMIKY, PODNIKÁNÍ A SLUŽEB

3.1 VYTVÁŘENÍ NOVÝCH PRACOVNÍCH MÍST

- 3.1.1 vytváření podmínek pro nové investice
 - příprava průmyslové zóny
 - spolupráce s institucemi zajišťujícími komplexní služby pro investory
- 3.1.2 spolupráce veřejného a soukromého sektoru

3.2 ROZVOJ SLUŽEB

- 3.2.1 oživení služeb v centru města v návaznosti na rozvoj CR
 - obnovení tradice martinských trhů se zaměřením na řemeslnou výrobu
 - nabídka a prodej místních produktů
- 3.2.2 budování dalších zařízení k rozšíření a zkvalitnění služeb
 - nová smuteční síň a obnova zeleně na hřbitově

C4 PÉČE O ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ, ROZVOJ ZEMĚDĚLSTVÍ, LESNICTVÍ

4.1 PÉČE O PŘÍRODNÍ PROSTŘEDÍ

- 4.1.1 regenerace alejí a parků
 - trvalá péče o městské parky a jejich rozšiřování
 - revitalizace městské zeleně
- 4.1.2 ochrana vodních ploch
 - čištění a odbahnění rybníků
 - revitalizace vodního toku Zubřiny
- 4.1.3 rozvoj zemědělství a lesnictví
 - trvale udržitelné obhospodařování lesa (obnova poškozených lesních porostů, přirozená obnova sadbou)
 - posilování rekreačních a ostatních funkcí lesa (obnova a údržba turistických a vyhlídkových tras, instalace a udržování inf. tabulí, odpočinkových zařízení a přístřešků)
 - trvalá údržba a péče o cesty a travní porosty (Dmout, Bystřice)
 - podpora ohrožených druhů zvířete

4.2 ZKVALITNĚNÍ SYSTÉMU NAKLÁDÁNÍ S ODPADY

- zpracování koncepce odpadového hospodářství
- podpora kapacit pro zpracování a využití odpadu

- rozšíření stávajícího sběrného dvora, příp. vybudování dalšího (příprava pozemků)
- zvýšení důrazu na informovanost a zainteresovanost veřejnosti
- omezování vzniku odpadů
- zapojení podnikatelů do snižování množství odpadu
- zlepšení podmínek pro separování odpadu

4.3 SLEDOVÁNÍ VLIVU ROZVOJE INFRASTRUKTURY A PRŮMYSLU NA ŽP

- příprava podkladů pro zpracování posouzení vlivu na ŽP (EIA – Environmental Impact Assessment)

4.4 PODPORA EKOLOGICKÉ VÝCHOVY A OSVĚTY

- zapojení odboru ŽP MěÚ
- škola ekologické výchovy (výběr vhodného objektu) pro případný vznik ekologické výchovy

C5 ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU (CR)

5.1 ROZVOJ PRODUKTŮ A SLUŽEB

- 5.1.1 rozšíření nabídky služeb Městské informační služby
 - vydávání propagačních materiálů
- 5.1.2 podpora výstavby zařízení pro zlepšení podmínek CR
 - rozšíření sítě cyklostezek a údržba stávajících
 - budování veřejných sociálních zařízení
- 5.1.3 rozšíření nabídky produktů pro návštěvníky města v oblasti CR
 - podpora jednorázových aktivních programů
- 5.1.4 podpora letní a zimní turistiky
 - zvýšení atraktivity koupaliště Babylon
 - zvýšení atraktivity lokality Čerchov

5.2 PODPORA SPOLEČENSKÝCH A KULTURNÍCH AKCÍ

- 5.2.1 monitoring a systémová propagace
 - účast na veletrzích CR
 - rozvíjení spolupráce v oblasti CR s informačními centry v SRN
 - propagace Chodských slavností
- 5.2.3 zvyšování úrovně každoročně se konajících kulturních akcí
 - podpora rozšiřování nabídky

C6 ROZVOJ PŘESHRANIČNÍ SPOLUPRÁCE

6.1 ROZVOJ SPOLUPRÁCE S BAVORSKEM

- 6.1.1 zpracování strategie vzájemné spolupráce
- 6.1.2 podpora společných projektů při získávání dotací
 - vytvoření akční skupiny pro přípravu zrcadlových projektů
 - propojování sítě cyklotras a lyžařských tras
 - společná údržba lyžařských tras a cyklotras (Čerchov-Gibacht)
- 6.1.3 podpora odstraňování jazykových bariér
 - pomoc při získávání zahraničních partnerů školským zařízením
 - spolupráce v oblasti kultury, vzdělávání a sportu
 - podpora rozvoje spolupráce občanských aktivit

6.2 ROZVOJ SPOLUPRÁCE S OSTATNÍMI ZAHRANIČNÍMI PARTNERŮ

- 6.2.1 prohlubování stávajících partnerských kontaktů na úrovni samosprávy
- 6.2.2 rozvoj kulturních, sportovních a společenských vztahů na úrovni spolků

04. 05. 2005

Zdroj: www.domazlice.info

Příloha č. 7 – Přehled ubytovacích a stravovacích kapacit v Domažlicích

Ubytovací kapacity

HOTELY

- **Hotel Kalous**
Masarykova 377, 344 01 Domažlice
tel. 379722305, 52 lůžek
<http://web.telecom.cz/hotel.kalous>
e-mail: hotel.kalous@iol.cz

- **Hotel Koruna**
Msgr. B. Staška 69, 344 01 Domažlice
tel. 379722279, 24 lůžek

- **Hotel Kryštof Kolumbus**
Petrovická 283, 344 01 Domažlice
tel. 379 433 155, 52 lůžek
e-mail: hotel@krystofkolumbus.cz
www.krystofkolumbus.cz

PENZIONY

- **Penzion Family**
Školní 107, 344 01 Domažlice
tel. 379725962, 13 lůžek
e-mail: pavla.michl@volny.cz
www.pensionfamily.cz

- **Penzion Viola**
Thomayerova 170, 344 01 Domažlice
tel. 379722435, 9 lůžek+6 přistýlek

- **Penzion Bosáková**
Srnova 77, 344 01 Domažlice
tel. 379725352, 12 lůžek
<http://www.domazlice.biz/>
e-mail ubytovani.bosakova@seznam.cz

- **Penzion U Martina**
Vodní 10, 344 01 Domažlice
tel. 379722640

- **Penzion Křenová**
Kozinova 271, 344 01 Domažlice
tel. 379723762
<http://sweb.cz/ubytovani-domazlice/>
e-mail ubytovani-domazlice@seznam.cz

- **Penzion Konšelský šenk**
Vodní 33, 344 01 Domažlice
tel. 379720200
mobil. +420603161001
<http://www.sweb.cz/konsenk>

- **Cafe - Penzion Tiffany**
Kostelní 102, 344 01 Domažlice
tel. +420602396666
<http://www.pensioentiffany.cz>

e-mail: tiffanycentrum@centrum.cz

- **Restaurant-penzion U Golema**
Kozinova 44, 344 01 Domazlice
tel. 379725843
mobil: +420603845050

PRIVAT

- **Milan Veselý - privat**
Spálená ul.
2 pokoje x 2 lůžka (400,-Kč/os.)

UBYTOVNY

- **Ubytovna Střelnice**
TJ Jiskra Domažlice - 344 01
tel. 379724022, 80 lůžek
- **Ubytovna plavecký bazén**
Palackého 230, 344 01 Domažlice
tel. 379724411, 43 lůžek
- **Domov mládeže OA a SZŠ**
B. Němcové 116, 344 01 Domažlice
tel. 379722386 - p. Vondraš
- **Domov mládeže-Gymnazium J.Š. Baara**
Pivovarská 323, 344 01 Domažlice
tel. 379722321 - pí. Šťastná
- **Turistická ubytovna U Jerryho**
Kozinova 87, Domažlice
tel. 732 366 897

Zdroj: <http://www.idomazlice.cz/wmview.php?ArtID=258>, leden 2002, www.krystofkolumbus.cz

Stravovací kapacity

Domažlice (31 zařízení)

<u>Hotel a restaurace Kryštof Kolumbus***</u>	Petrovická 283
<u>Hotel Výhledy</u>	Capartice 14
<u>Pizzerie - restaurant</u>	Kozinova 124
<u>Bar - herna royal - Peksa Václav</u>	Nám. Míru 101
<u>Bar Point</u>	Baldovská 19
<u>Cukrárna U Halíků – Šturma Jana</u>	Břetislavova 99
<u>Historická krčma U meluzíny</u>	Vodní 19
<u>Hospůdka U Kamenného sloupu</u>	Poděbradova 139
<u>Hostinec Hubertus</u>	Jiráskova 178
<u>Hostinec Madelonka</u>	Masarykova 194
<u>Hotel - Restaurant Na Vavřínečku</u>	Veselá Hora 204
<u>Irena Mrázková</u>	Mánesova 569
<u>Kavárna Pod věží</u>	Kostelní 172
<u>Kraus Jan - restaurace Ural</u>	Nám. Míru 134

<u>Maštal v podhradí</u>	Jiráskova 42
<u>Mléčná jídelna Delka – Tios s. r. o.</u>	Msgre B. Staška
<u>Modica bar</u>	Kozinova 92
<u>Penzion Konšelský šenk</u>	Vodní 33
<u>Restaurace - Bar U Golema</u>	Kozinova 44
<u>Restaurace - U Votávů</u>	Procházková 88
<u>Restaurace Chodská Rychta - Nový Pavel</u>	Msgre B. Staška 66
<u>Restaurace Chodský hrad - Lazena s. r. o.</u>	Chodské nám. 96
<u>Restaurace Ilja</u>	Nám. Míru 101
<u>Restaurace u kašny - Žák Luboš</u>	Dukelská 25
<u>Restaurace U Martina</u>	Vodní 10
<u>Restaurace U Schneiderů</u>	Břetislavova 99
<u>Restaurace U sokola</u>	Nám. Míru 121
<u>Restaurant Raiva bar - I. Mildnerová</u>	Nám. Míru 48
<u>Restaurant Singapore</u>	Kostelní 104
<u>Snack bar</u>	Branská 56
<u>Vinotéka Patriot - Zemanová Boleslava</u>	Nám. Míru 43
<i>Zdroj: www.regiomix.cz</i>	

Příloha č. 8 – Přehled cestovních kanceláří v Domažlicích

Campanatour - v. o. s.

Domažlice, Kostelní 90, tel. 0189/5503

Cestovní agentura Jäger

Domažlice, Spálená 165, tel. 0189/3861

Cestovní kancelář Honza

Domažlice, nám. Míru 40, tel. 0189/5909

Cestovní agentura Resonance

Domažlice, Boženy Němcové 74, tel. 0189/5477, 5556

Petra Tour - spol. s r. o.

Domažlice, nám. Míru 47, tel. 0189/4678, 5510

Čedok

Domažlice, nám. Míru 129, tel. 0189/2266, fax 0189/2713

Zdroj: <http://web.quick.cz/chodsko1/>

Příloha č. 9 – Dotazníky k městům Plzeň a Domažlice

DOTAZNÍK – PROFIL NÁVŠTĚVNÍKA PLZNĚ

1) Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy?

dovolená, odpočinek	výlet	návštěva příbuzných, známých	jiné důvody.....
pouze projíždím	služební cesta	zdravotní pobyt	

2) Jak často navštěvujete toto město (místo)?

poprvé	podruhé	potřetí	několikrát ročně
asi jednou ročně	asi jednou za tři roky	pravidelně jednou za.....	

3) Ve kterém ročním období do tohoto místa zpravidla zavítáte?

jaro	léto	podzim	zima
------	------	--------	------

4) Jak dlouho se tentokrát zdržíte v tomto městě (místě) ?

kolik hodin (bez přenocování).....	kolik dnů.....
------------------------------------	----------------

5) Jak dlouho se tentokrát zdržíte v České republice (pouze pro cizince)?

kolik hodin (bez přenocování).....	kolik dnů.....
------------------------------------	----------------

6) Co hodláte v tomto městě (místě) nebo jeho okolí navštívit a nebo jste již navštívil?

náměstí – radnice	Pivovar	Velká synagoga	Chrám sv. Bartoloměje
Západočeské muzeum	Pivovarské muzeum	ZOO	jiné

7) Pokud jste zde na více dnů, kde jste ubytován?

v tomto městě	v tomto regionu	v Praze	na více místech	jinde
---------------	-----------------	---------	-----------------	-------

8) Pokud zde budete nocovat, v jakém zařízení to převážně bude?

hotel	ubytování v soukromí	chata, chalupa	jinak.....
penzion	kempink/tábořiště	u známých/příbuzných	

9) Jaké byly Vaše priority při výběru tohoto regionu (uveďte i více odpovědí)

<i>příroda</i>	čisté životní prostředí	klidné prostředí bez hluku	lesy, krajina	vodní plochy a toky
<i>kultura</i>	historická města a památky	dobře vybavená zařízení		kulturní akce a zábava
<i>sport, pohyb</i>	výkonnostní sport	rekreační sport, turistika		aktivní rekreace
<i>ostatní</i>	pracovní důvody	soukromé důvody		jiné.....

10) Jak cestujete?

sám	s rodinou nebo přáteli	skupinový zájezd	jinak.....
-----	------------------------	------------------	------------

11) Jaký dopravní prostředek jste použil (a)? (uveďte jen dopravní prostředek do regionu)

osobní automobil/motocykl	autobus	vlak	kolo
lod'	pěšky	jiný způsob přepravy.....	

12) Jste ochoten uvést konkrétní místo Vašeho trvalého bydliště (buď město, či kraj nebo část státu, ve kterém bydlíte?

.....

13) Odhadněte vzdálenost z místa Vašeho bydliště do tohoto místa?

do 10 km	11 – 50 km	51 – 100 km	101 – 200 km	201 – 400 km	401 – 800 km
801 – 1200 km	1201 – 1600 km	1601 – 2000 km	2001 – 3000 km	3001 – 5000 km	5000 km a více

14) Kolik peněz průměrně vydáte na osobu a den v Kč (bez cestovních výloh) ?

ubytování	do 100	101 – 300	301 – 500	501 – 700	více než 701
stravování	do 100	101 – 300	301 – 500	501 – 700	více než 701
vedlejší výdaje/nákupy	do 100	101 – 300	301 – 500	501 – 700	více než 701

15) Údaje o vás:

pohlaví	muž	žena				
národnost	Rakousko	Německo	Holandsko	Slovensko	Francie	Polsko
	jiná země					
věk	do 17	18 - 25	26 - 35	36 - 45	46 - 55	56 a více
vzdělání	základní/vyučen		střední		vysokoškolské	

Místo:

Tazatel:

Datum:

zdroj: vlastní zpracování

DOTAZNÍK – PROFIL NÁVŠTĚVNÍKA DOMAŽLIC

1) Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy?

dovolená, odpočinek	výlet	návštěva příbuzných, známých	jiné důvody.....
pouze projíždím	služební cesta	zdravotní pobyt	

2) Jak často navštěvujete toto město (místo)?

poprvé	podruhé	potřetí	několikrát ročně
asi jednou ročně	asi jednou za tři roky	pravidelně jednou za.....	

3) Ve kterém ročním období do tohoto místa zpravidla zavítáte?

jaro	léto	podzim	zima
------	------	--------	------

4) Jak dlouho se tentokrát zdržíte v tomto městě (místě) ?

kolik hodin (bez přenocování).....	kolik dnů.....
------------------------------------	----------------

5) Jak dlouho se tentokrát zdržíte v České republice (pouze pro cizince)?

kolik hodin (bez přenocování).....	kolik dnů.....
------------------------------------	----------------

6) Co hodláte v tomto městě (místě) nebo jeho okolí navštívit a nebo jste již navštívil?

Chodský hrad	Muzeum Chodska	Domažlická věž	Náměstí Míru
Galerie bratří Špillarů	Muzeum Jindřicha Jindřicha	jiné.....	

7) Pokud jste zde na více dnů, kde jste ubytován?

v tomto městě	v tomto regionu	v Praze	na více místech	jinde
---------------	-----------------	---------	-----------------	-------

8) Pokud zde budete nocovat, v jakém zařízení to převážně bude?

hotel	ubytování v soukromí	chata, chalupa	jinak.....
penzion	kempink/tábořiště	u známých/příbuzných	

9) Jaké byly Vaše priority při výběru tohoto regionu (uveďte i více odpovědí)

<i>příroda</i>	čisté životní prostředí	klidné prostředí bez hluku	lesy, krajina	vodní plochy a toky
<i>kultura</i>	historická města a památky	dobře vybavená zařízení		kulturní akce a zábava
<i>sport, pohyb</i>	výkonnostní sport	rekreační sport, turistika		aktivní rekreace
<i>ostatní</i>	pracovní důvody	soukromé důvody	jiné.....	

10) Jak cestujete?

sám	s rodinou nebo přáteli	skupinový zájezd	jinak.....
-----	------------------------	------------------	------------

11) Jaký dopravní prostředek jste použil (a)? (uveďte jen dopravní prostředek do regionu)

osobní automobil/motocykl	autobus	vlak	kolo
lod'	pěšky	jiný způsob přepravy.....	

12) Jste ochoten uvést konkrétní místo Vašeho trvalého bydliště (buď město, či kraj nebo část státu, ve kterém bydlíte?

.....

13) Odhadněte vzdálenost z místa Vašeho bydliště do tohoto místa?

do 10 km	11 – 50 km	51 – 100 km	101 – 200 km	201 – 400 km	401 – 800 km
801 – 1200 km	1201 – 1600 km	1601 – 2000 km	2001 – 3000 km	3001 – 5000 km	5000 km a více

14) Kolik peněz průměrně vydáte na osobu a den v Kč (bez cestovních výloh) ?

ubytování	do 100	101 – 300	301 – 500	501 – 700	více než 701
stravování	do 100	101 – 300	301 – 500	501 – 700	více než 701
vedlejší výdaje/nákupy	do 100	101 – 300	301 – 500	501 – 700	více než 701

15) Údaje o vás:

pohlaví	muž	žena				
národnost	Rakousko	Německo	Holandsko	Slovensko	Francie	Polsko
	jiná země					
věk	do 17	18 - 25	26 - 35	36 - 45	46 - 55	56 a více
vzdělání	základní/vyučen		střední		vysokoškolské	

Místo:

Tazatel:

Datum:

zdroj: vlastní zpracování