

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Zemědělská fakulta
Katedra cestovního ruchu



Studijní program: 6208 T Ekonomika a management
Studijní obor: obchodně podnikatelský

Produkty cestovního ruchu na Klatovsku

Vedoucí diplomové práce:
Mgr. Vladimír Dvořák

Autor:
Petra Langmajerová

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení: **Petra Langmajerová**

Studijní program: M 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodně podnikatelský obor

Název tématu: **Produkty cestovního ruchu na Klatovsku**

Zásady pro vypracování:

(v zásadách pro vypracování uveďte cíl práce a metodický postup)

Cíl práce:

Vymezení sledovaného území, včetně přírodních a společenských atraktivit. Analýza současných produktů CR sledovaného regionu. Alokace nevyužitého potenciálu produktů CR s návrhem na jeho využití.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury
2. Situační analýza lokality
3. Diskuse s odborníky
4. SWOT analýza
5. Zhodnocení trhu vybraných subjektů

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Řešení problematiky, 4. Metodika, 5. Provedení analýzy,
6. Diskuse, 7. Závěr, 8. Resumé, 9. Použitá literatura, 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: dle potřeby

Rozsah průvodní zprávy: 60 – 70 stran

Seznam odborné literatury:

- Hrala, V.: Geografie cestovního ruchu. Praha: Idea Servis, 2002
Kříž, M. a kol.: Po starých klatovských cestách. Praha: Arkada, 2000
Kumpera, J.: Západní Čechy od A do Z. Praha-Plzeň: Beta a Jiří Ševčík, 2003
Rebstöck, R.: Kulturní památky Šumavy. Sušice: Radovan Rebstöck, 1999
Rebstöck, R.: Šumava autem a na kole. Sušice: Radovan Rebstöck, 1999
Králová, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress, 2003

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Vladimír Dvořák

Konzultant:

Datum zadání diplomové práce: 2. 3. 2004

Termín odevzdání diplomové práce: 30. 4. 2006

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**
studijní oddělení
VANČUROVA 2904 390 01 TÁBOR



doc. Ing. Marie Hesková, CSc.
Vedoucí katedry



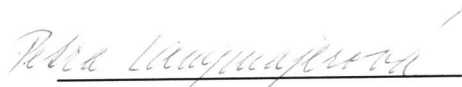
doc. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
Děkanka

V Českých Budějovicích dne 12. 3. 2004

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Produkty cestovního ruchu na Klatovsku“ vypracovala samostatně na základě vlastních poznatků a za odborného vedení vedoucího diplomové práce Mgr. Vladimíra Dvořáka. Veškerá použitá literatura a jiné podkladové materiály jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů a literatury.

V Táboře dne 20. dubna 2006



podpis autora

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat panu Mgr. Vladimíru Dvořákovi za vedení a odbornou spolupráci v průběhu vypracování této diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat všem, kteří mi byli ochotni poskytnout potřebné informace, bez kterých by tato práce nemohla vzniknout.

Obsah:

1	ÚVOD	4
2	METODIKA A ZPRACOVÁNÍ	5
2.1	Cíl práce	5
2.2	Metodika práce	5
2.3	Struktura práce	6
2.4	Vymezení zkoumaného regionu	7
3	LITERÁRNÍ REŠERŠE	8
4	SITUAČNÍ ANALÝZA ZKOUMANÉ OBLASTI	14
4.1	Fyzicko-geografická analýza	14
4.1.1	Geografická poloha	14
4.1.2	Geomorfologie	14
4.1.3	Hydrologické podmínky	15
4.1.4	Klimatické podmínky	15
4.1.5	Ochrana přírody a životní prostředí	15
4.2	Socioekonomická analýza	16
4.2.1	Demografie	16
4.2.2	Hospodářství	17
4.3	Analýza cestovního ruchu	18
4.3.1	Analýza potenciálu na straně nabídky	18
4.3.1.1	Primární potenciál	18
4.3.1.2	Sekundární potenciál	31
4.3.1.3	Terciální potenciál	37
4.3.2	Analýza potenciálu na straně poptávky	39
4.3.2.1	Vlastní vyhodnocení dotazníkového šetření	39
4.3.2.2	Profil návštěvníka Klatovska	47
4.4	Analýza produktů cestovního ruchu na Klatovsku	48
4.4.1	Produktové balíčky dle agentury CzechTourism	48
4.4.2	Vybrané turistické produkty	53
4.4.3	Zhodnocení nabídky produktů cestovního ruchu z hlediska cílových skupin ..	57
4.5	SWOT analýza	58
4.5.1	SWOT analýza regionu Klatovsko	58

4.5.2	Závěry SWOT analýzy a návrh možností rozvoje cestovního ruchu	67
5	NÁVRH NAUČNÉ STEZKY „PUTOVÁNÍ PO STUDÁNKÁCH KLATOVSKA“	71
5.1	Úvodní informace	71
5.2	Stručné vyhodnocení projektu	72
5.3	Stručný popis podstaty projektu a jeho etap	73
5.3.1	Název projektu	73
5.3.2	Cíle projektu	73
5.3.3	Cílové skupiny	73
5.3.4	Předmět projektu	74
5.3.5	Poskytované služby a produkty	75
5.3.6	Vlastník, investor, provozovatel	76
5.3.7	Kapacita projektu	76
5.3.8	Lokalizace projektu	76
5.3.9	Technická infrastruktura v lokalitě	77
5.3.10	Další specifika projektu	77
5.3.11	Etapy projektu	78
5.4	Analýza trhu, odhad poptávky, marketingová strategie a marketingový mix	79
5.4.1	Analýza trhu a odhad poptávky	79
5.4.2	Marketingová strategie	81
5.4.3	Marketingový mix	82
5.5	Management projektu a řízení lidských zdrojů	83
5.6	Technické a technologické řešení	84
5.7	Dopad projektu na životní prostředí	85
5.8	Zajištění dlouhodobého a oběžného majetku	86
5.9	Finanční plán a analýza projektu	86
5.9.1	Základní kalkulace	86
5.9.2	Finanční plán	87
5.10	Hodnocení efektivity a udržitelnosti projektu	88
5.11	Analýza rizik	88
5.12	Harmonogram projektu	89
5.13	Závěrečné shrnutí hodnocení projektu	89
6	ZÁVĚR	90
7	SUMMARY	91

8	POUŽITÉ ZDROJE A LITERATURA	92
9	SEZNAM GRAFŮ, TABULEK A OBRÁZKŮ.....	95
10	SEZNAM PŘÍLOH A PŘÍLOHY	96

1 ÚVOD

Vytvoření a nabídka uceleného produktu cestovního ruchu je jedním ze základních problémů rozvoje cestovního ruchu v regionech. Návštěvník se spíše setkává s nahodilou a nejednotnou nabídkou služeb a musí často velmi složitě zjišťovat, jaké služby a možnosti region nabízí. V poslední době se informovanost o službách cestovního ruchu v některých střediscích a regionech zlepšuje díky nabídce uveřejňované na Internetu a prostřednictvím informačních středisek, ale většinou chybí komplexní produkt cestovního ruchu, který by návštěvníky regionů plně uspokojoval.

Tvorba regionálních produktů cestovního ruchu předpokládá profesionální znalost nových specifických aplikací z oblasti managementu a marketingu. Jednou z nových disciplín, které mohou nastartovat regionální rozvoj, je aplikace destinačního managementu a marketingu. Destinační management a marketing představuje soubor činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategické plánování, různé formy spolupráce na úrovni mikroregionů a regionů, využívání podpůrných fondů [2]. Destinační management lze obsahově označit jako systém koordinace cestovního ruchu v destinaci s cílem vytvoření a prodeje udržitelných a konkurenceschopných produktů, růstu počtu návštěvníků a provozování regionálního informačního systému cestovního ruchu. Vhodná aplikace destinačního managementu a marketingu může proměnit zřejmé regionální nevýhody v konkurenční výhodu.

Z pohledu destinačního managementu je cestovní ruch spolu s dalšími aktivitami součástí jednoho komplexního produktu, který tvoří a představuje celá destinace. Výsledný destinační produkt není konečným dílem pouze jednoho subjektu, ale celé řady participujících subjektů. Z této skutečnosti je patrné, že destinační produkt a spolupráci na jeho tvorbě je nutné řídit a koordinovat.

Součástí opatření Koncepce státní politiky cestovního ruchu České republiky je podpora tvorby a realizace regionálních produktů cestovního ruchu a zajištění účinnějšího marketingu cestovního ruchu. Jedná se o podporu tvorby a realizace turistických produktů zaměřených především na kulturně poznávací turistiku, lázeňství, kongresovou, incentivní a církevní turistiku, venkovskou turistiku, včetně agroturistiky a ekoturistiky, cykloturistiky a pěší turistiku apod. Pro vytváření takovýchto produktů má Česká republika výhodné podmínky.

1 ÚVOD

Vytvoření a nabídka uceleného produktu cestovního ruchu je jedním ze základních problémů rozvoje cestovního ruchu v regionech. Návštěvník se spíše setkává s nahodilou a nejednotnou nabídkou služeb a musí často velmi složitě zjišťovat, jaké služby a možnosti region nabízí. V poslední době se informovanost o službách cestovního ruchu v některých střediscích a regionech zlepšuje díky nabídce uveřejňované na Internetu a prostřednictvím informačních středisek, ale většinou chybí komplexní produkt cestovního ruchu, který by návštěvníky regionů plně uspokojoval.

Tvorba regionálních produktů cestovního ruchu předpokládá profesionální znalost nových specifických aplikací z oblasti managementu a marketingu. Jednou z nových disciplín, které mohou nastartovat regionální rozvoj, je aplikace destinačního managementu a marketingu. Destinační management a marketing představuje soubor činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategické plánování, různé formy spolupráce na úrovni mikroregionů a regionů, využívání podpůrných fondů [2]. Destinační management lze obsahově označit jako systém koordinace cestovního ruchu v destinaci s cílem vytvoření a prodeje udržitelných a konkurenceschopných produktů, růstu počtu návštěvníků a provozování regionálního informačního systému cestovního ruchu. Vhodná aplikace destinačního managementu a marketingu může proměnit zřejmé regionální nevýhody v konkurenční výhodu.

Z pohledu destinačního managementu je cestovní ruch spolu s dalšími aktivitami součástí jednoho komplexního produktu, který tvoří a představuje celá destinace. Výsledný destinační produkt není konečným dílem pouze jednoho subjektu, ale celé řady participujících subjektů. Z této skutečnosti je patrné, že destinační produkt a spolupráci na jeho tvorbě je nutné řídit a koordinovat.

Součástí opatření Koncepce státní politiky cestovního ruchu České republiky je podpora tvorby a realizace regionálních produktů cestovního ruchu a zajištění účinnějšího marketingu cestovního ruchu. Jedná se o podporu tvorby a realizace turistických produktů zaměřených především na kulturně poznávací turistiku, lázeňství, kongresovou, incentivní a církevní turistiku, venkovskou turistiku, včetně agroturistiky a ekoturistiky, cykloturistiky a pěší turistiku apod. Pro vytváření takovýchto produktů má Česká republika výhodné podmínky.

2 METODIKA A ZPRACOVÁNÍ

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem práce je základní vymezení a analýza cestovního ruchu sledovaného území, analýza současné nabídky produktů cestovního ruchu a identifikace nevyužitého potenciálu pro jejich tvorbu. Na základě tohoto rozboru bude vytvořen návrh konkrétního produktu cestovního ruchu, který svými charakteristikami učiní daný region turisticky atraktivnější a na základě zpracovaných podkladů bude skutečně realizovatelný.

Pro naplnění hlavního cíle je třeba dosáhnout následujících dílčích cílů:

- Zpracování profilu návštěvníka Klatovska
- Zpracování SWOT analýzy a na základě zjištěných skutečností vytipování dalších rozvojových možností ve sledované lokalitě
- Vytvoření návrhu konkrétního projektu pro reálné využití v dané lokalitě s cílem zvýšit atraktivitu regionu

2.2 Metodika práce

Zpracování diplomové práce bylo metodicky rozděleno do několika fází. Úvodní část zpracování práce byla věnována shromáždění potřebných informací a dat, především regionální literatury a odborné literatury, zaměřené na destinační management a produkty cestovního ruchu. Jako významný zdroj informací sloužily také různé internetové stránky, propagační materiály a brožury. Získaná data bylo třeba sumarizovat, analyzovat, zhodnotit a seřadit do logického sledu. Veškerá použitá literatura a další prameny jsou souhrnně uvedeny na konci práce v kapitole Použité zdroje a literatura.

Pro získání primárních dat posloužil marketingový výzkum, který byl realizován na základě principů uveřejněných v publikaci K. Zbořila Marketingový výzkum: metodologie a aplikace [11]. Dotazníkové šetření však nebylo hlavním cílem práce, ale pouze podpůrným nástrojem k vytvoření návrhu konkrétního produktu cestovního ruchu.

Dalším krokem bylo na základě studia literatury a dalších již dříve zmíněných zdrojů zpracování situační analýzy sledovaného území a analýzy současných produktů cestovního ruchu na trhu. Situační analýza zahrnuje různé úhly pohledu na daný region – rozbor fyzicko-geografických a socioekonomických charakteristik, rozbor potenciálu cestovního ruchu na straně nabídky a poptávky. Na tuto část navazuje tzv. SWOT analýza, která vychází

z rozvojových dokumentů Plzeňského kraje, z rozvojového dokumentu pro turistický region Šumava a z provedeného dotazníkového šetření.

Hlavní a tvůrčí částí práce byla na základě zpracované situační analýzy včetně analýzy současné nabídky produktů cestovního ruchu a analýzy silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení identifikace nevyužitého potenciálu pro tvorbu produktů cestovního ruchu a návrh na jeho využití zpracováním konkrétního a realizovatelného turistického produktu. Výsledky této části práce byly rámcově konzultovány s klíčovými osobnostmi regionálního rozvoje a cestovního ruchu ve vymezeném území.

2.3 Struktura práce

Celá práce je strukturována do hlavních kapitol a jejich dílčích částí, které na sebe logicky navazují. Úvodní kapitola seznamuje s tématem diplomové práce a zabývá se obecnou charakteristikou destinačního managementu a tvorbou produktu cestovního ruchu.

Druhá kapitola popisuje cíl, metodiku a strukturu celé práce. Rovněž vymezuje zkoumaný region.

Třetí kapitola je věnována vymezení a definici všech základních pojmů a vzájemných souvislostí týkajících se destinace cestovního ruchu, destinačního managementu a marketingu, produktu cestovního ruchu a produktového balíčku. Stěžejní literaturou pro zpracování této kapitoly byly publikace od M. Heskové a kolektivu – 2004 [2], M. Hrabánkové a T. Hájka – 2002 [4], A. Királ'ové – 2003 [5], M. Páskové a J. Zelenky – 2003 [9], Š. Raši – 2000 [10] a M. Němčanského 1999 [8].

Čtvrtá kapitola nazvaná Situační analýza zkoumané oblasti a její podkapitoly charakterizují základní fyzicko-geografické, socioekonomické podmínky regionu a podmínky v oblasti cestovního ruchu zahrnující primární, sekundární a terciální potenciál. Součástí této kapitoly je rovněž zpracování profilu návštěvníka na základě provedeného dotazníkového šetření, analýza současných produktů cestovního ruchu sledovaného území, SWOT analýza a z ní odvozené návrhy možností rozvoje cestovního ruchu ve zkoumaném regionu. Situační analýza byla zpracována na základě studia regionální literatury, internetových stránek jednotlivých obcí a propagačních materiálů distribuovaných v síti turistických informačních center. Ke zpracování analýzy produktů cestovního ruchu bylo použito zejména informací z internetových stránek www.kudyznudy.cz [40] a z katalogu Obchodní dům turistických produktů prezentovaného na www.czechtourism.cz [31]. Teoretické informace, dle kterých byla zpracována SWOT analýza, byly čerpány z publikace H. Horákové – 2003 [3].

Navazující pátá kapitola je věnována návrhu konkrétního regionálního turistického produktu. Při jeho zpracování bylo vycházeno z metodické příručky Studie proveditelnosti od P. Siebera – 2004 [55]. Předmětem zjednodušeného návrhu studie proveditelnosti je vybudování naučné stezky seznamující návštěvníky s historií a legendami souvisejícími se studánkami.

Poznátky diplomové práce jsou shrnuty v závěrečné šesté kapitole. Součástí práce je také shrnutí v anglickém jazyce, seznam použitých zdrojů a literatury, seznam grafů, tabulek a obrázků, tiskové a obrazové přílohy.

2.4 Vymezení zkoumaného regionu

V současné době neexistuje žádné oficiální vymezení Klatovska jako pevně dané územní struktury. Pro potřeby sepsání práce bylo při vymezení zkoumaného regionu vycházeno z bývalého okresního uspořádání zavedeného roku 1960. Ačkoliv byly k 31. 12. 2002 zrušeny okresní úřady a okresy jako správní celky, pro potřeby statistické a analytické zůstaly dané celky zachovány. Území zkoumané touto prací představuje bývalý okres Klatovy a dle současného územního členění jednotku NUTS 4.

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

Tato kapitola se zabývá vymezením a definicí všech základních pojmů a vzájemných souvislostí, se kterými se pracuje v další části diplomové práce.

Destinace cestovního ruchu

Rozvoj cestovního ruchu je podmíněn existencí vhodného přírodního a antropogenního potenciálu, který má výrazný teritoriální aspekt. Takovýto potenciál je vázán na krajinný systém a je rozmístěn nerovnoměrně a kvalitativně různorodě. Podle A. Kiráľové – 2003 [2] je destinace cestovního ruchu přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací.

Výkladový slovník cestovního ruchu [9] pod pojmem destinace cestovního ruchu rozumí v užším smyslu cílovou oblast v daném regionu, která je typická významnou nabídkou atraktivit cestovního ruchu a infrastrukturou cestovního ruchu a v širším smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.

Destinace cestovního ruchu představuje pro zákazníka zcela určitý a zároveň komplexní produkt cestovního ruchu. Zároveň je důležité zdůraznit, že území destinace nemusí vždy korespondovat s administrativním členěním území, ale v praxi, z hlediska plánování a realizace rozvoje cestovního ruchu, bývá často s administrativními celky ztotožňováno[50]. Jedním z příkladů, kdy území destinace není shodné s administrativním členěním území, jsou turistické marketingové regiony vymezené v českém prostředí Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism v roce 1999. Hlavní význam turistických regionů tkví v možnosti ucelené prezentace země, která nabízí souhrn turistických produktů reprezentovaných jednotlivými turistickými regiony.

Destinační management

Produkt destinace cestovního ruchu je produktem komplexním, obsahujícím řadu prvků. Prvky produktu destinace cestovního ruchu vycházejí z jeho podstaty, tedy ze schopnosti uspokojovat předpokládané potřeby návštěvníků. Zákazník nerozlišuje jednotlivé složky – atraktivitu a služby (stravovací, ubytovací, rekreační, kulturní), ale vnímá produkt destinace cestovního ruchu i její kvalitu, image jako jeden celek. Z tohoto hlediska vyplývá skutečnost, že turistická destinace potřebuje být odpovídajícím způsobem řízena, potřebuje profesionální management, který by ji řídil.

Podle M. Heskové – 2004 [2] se na komplexní produkty, které jsou obvykle prezentovány pod společným názvem, soustřeďuje především destinační management. Jde o zastřešující prvek všech marketingových aktivit. Ve stadiu zralosti destinačního managementu jde o přípravu těchto komplexních produktů, v počátečních stádiích to jsou jednotlivé dílčí produkty a marketingové aktivity. Komplexní produkty destinace jsou založeny na managementu jakosti. M. Hesková pod pojmem destinační management a marketing rozumí soubor činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategické plánování, různé formy spolupráce na úrovni mikroregionů a regionů, využívání podpůrných fondů.

Analogická je definice A. Királové – 2003 [5], která destinační management chápe jako soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci za účelem dosažení jeho udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu. Výsledkem takového procesu jsou udržitelné a konkurenceschopné produkty cestovního ruchu, společně sdílené logo, značka kvality, společný informačně-rezervační systém, tvorba cenové politiky, provádění výzkumu a sběru statistických dat z oblasti cestovního ruchu, iniciace partnerství soukromého a veřejného sektoru cestovního ruchu i podpora vzniku profesních spolků, sdružení a organizací.

A. Királová – 2003 [5], M. Pásková a J. Zelenka – 2002 [9] se shodují na tom, že součástí destinačního managementu je:

- **návštěvnícký management**, což je soubor řídicích technik a nástrojů, používaných soukromými i veřejnými subjekty cestovního ruchu za účelem usměrňování toků návštěvníků a preventivně i ovlivňování způsobu jejich chování. Mezi hlavní nástroje patří přístupový management, značení a udržování turistických tras a stezek, cenová politika, zonace (vytváření environmentálně různě citlivých zón), budování informačních kanceláří cestovního ruchu, zpracování etických kodexů a kodexů chování podnikatelských subjektů a návštěvníků, pořádání seminářů a výchovně vzdělávacích akcí.
- **model limitů přijatelné změny (model LAC)**, což je obecný model plánování a regulace vlivů na biosféru. Jedná se o stanovení únosného zatížení území a využívání indikátorů udržitelného rozvoje cestovního ruchu.
- **spektrum rekreačních příležitostí**, které představuje komplex možností pro zajištění rekreačních potřeb obyvatel. Zahrnuje lokalizační předpoklady (geografické, přírodní, kulturně historické, ostatní antropogenní), selektivní předpoklady (demografické, ekonomické a sociální charakteristiky návštěvníků), realizační předpoklady

(suprastruktura a infrastruktura cestovního ruchu, dostupnost a ostatní infrastruktura) rozvoje cestovního ruchu v destinaci.

M. Hrabánková a T. Hájek – 2002 [4] dodávají, že pro potřeby destinačního managementu je zřizována společnost destinačního managementu, což představuje organizaci zaměřenou na management destinace v oblasti vytváření a prosazení destinace a jejích produktů cestovního ruchu na trhu. Společnost destinačního managementu je zaměřena na vývoj a aktivní prodej hlavních produktů, koordinuje a řídí tvorbu produktů cestovního ruchu, cenovou politiku a aktivní prodej destinace. Společnost destinačního managementu je zpravidla podporována nebo vytvářena hlavními poskytovateli služeb v destinaci.

M. Hesková – 2004 [2] uvádí, že management destinací je strategií rozvoje, která reaguje na požadavky mezinárodního globálního trhu, směřuje k silným, strategicky řízeným, konkurenceschopným jednotkám. Výrazným prvkem v managementu destinací je vysoká míra spolupráce a kooperace jednotlivých subjektů účastnících se na řízení destinace. Základními okruhy činností řešené destinačním managementem jsou:

- Rozvoj v souladu s trvalou udržitelností životního prostředí.
- Vytyčování ekonomických cílů (např. z oblasti daní a poplatků).
- Sociálně kulturní sféra (např. tvorba pracovních míst, udržování kulturních tradic).
- Vnitřní a vnější komunikace organizovaná destinačním managementem.

Marketing destinace cestovního ruchu

Marketing je pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci nepostradatelným faktorem. Podstata marketingu destinace spočívá v orientaci všech zainteresovaných subjektů na uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace za účelem dosažení zisku. Podle A. Királ'ové – 2003 [5] úspěch destinace na trhu cestovního ruchu závisí na schopnosti identifikovat vlastní nabídku – produkt, potenciální návštěvníky (kteří disponují volným časem, penězi a chtějí navštívit destinaci), cílový trh, ohrožení a příležitosti na trhu a způsob, jak potencionální návštěvníky aktivizovat k návštěvě destinace. Jeho úspěšná realizace je však neodmyslitelně spjata s fungující organizační strukturou cestovního ruchu, destinačním managementem. Tato skutečnost je nejmarkantněji patrná právě při provádění marketingové strategie v jednotlivých destinacích cestovního ruchu.

M. Foret a V. Foretová – 1995 [1] definují marketingovou strategii jako kombinaci cílových trhů a marketingových mixů. Pokud má být marketingová strategie úspěšná, musí být dle jejich názoru vždy orientována na konkrétní, přesně vymezené, cílové trhy a pro ně připravovat specifické marketingové mixy. Obecně se marketingový mix skládá z takových

prvků, kterými může destinace, popřípadě provozovatel služby v cestovním ruchu ovlivnit poptávku. Jedná se především o čtyři skupiny charakteristik, označovaných v marketingové literatuře podle začátečních písmen anglických pojmů jako „čtyři P – zkráceně 4P“: *produkt* (product), *cena* (price), *místo* (place) a *propagace* (promotion). V literatuře o cestovním ruchu je možné se setkat i s rozšířeným marketingovým mixem. A. M. Morrison – 1995 [7] například rozšiřuje klasickou podobu marketingového mixu o další „4P“:

- *Lidé* (people) – důležitou roli při poskytování služeb v destinaci sehrávají lidé, a to nejen zaměstnanci podniků a firem, státní správy a místních samospráv, ale i místní obyvatelé.
- *Tvoření balíčků* (packaging) – kombinace souvisejících a vzájemně se doplňujících služeb do komplexní nabídky za jednotnou cenu.
- *Programování* (programming) – rozvoj a příprava takových činností, událostí a programů, které zvyšují spotřebu nebo konzumaci služeb, nebo zvyšují přitažlivost balíčků (packagů) nebo dalších služeb cestovního ruchu.
- *Spolupráce* (partnership) – společná propagace a další společné marketingové úsilí všech subjektů působících v cestovním ruchu (místní obyvatelé, podnikatelé, veřejná správa, neziskové organizace apod.).

Marketing destinace cestovního ruchu má svá specifika, kterými se liší od marketingu jiných oblastí. Za nejvýznamnější zvláštnosti jsou považovány tyto znaky:

- složitost struktury systému a vazeb mezi jednotlivými prvky systému (destinace představuje složitý komplex atraktivit cestovního ruchu, infrastruktury a suprastruktury cestovního ruchu včetně nabízených služeb),
- vliv externích faktorů (počasí, terorismus, nemoci),
- konfliktnost cílů (rozdílní vlastníci, lobbystické skupiny),
- silný synergický efekt (komplexní vnímání produktu destinace cestovního ruchu a propojení jeho jednotlivých prvků umožňuje výrazně zvýšit spokojenost návštěvníků destinace a tím i podstatně zvýšit kvalitu produktu).[50]

Produkt cestovního ruchu

Podle P. Kotlera – 2001 [6] je produktem cokoliv, co může být nabízeno na trhu k uspokojení potřeb nebo přání. Produkty nabízené na trhu zahrnují materiální zboží, služby, zkušenosti, události, osoby, místa, vlastnosti, organizace, informace a myšlenky. Jiné pojmenování produktu může být nabídka, balík hodnot nebo svazek výhod.

A. Királ'ová – 2003 [5] ve své publikaci „Marketing destinace cestovního ruchu“ uvádí, že z hlediska návštěvníka, který destinaci chápe jako komplex vhodný nebo nevhodný na uspokojení svých potřeb a požadavků, je produktem to, co si po návštěvě destinace může odnést do místa svého bydliště, tj. splnění tužeb, zážitků, zkušenost.

Podle Š. Raši – 2000 [10] je produktem cestovního ruchu soubor volných statků, služeb a zboží, které požaduje a spotřebovává účastník cestovního ruchu po dobu cestování a pobytu v cílovém místě. Dále uvádí, že produkt cestovního ruchu je vždy diferencovaný v závislosti na motivu účasti na cestovním ruchu a tím i druhu cestovního ruchu a dalších faktorech, např. způsobu účasti na cestovním ruchu, délky pobytu, ceny apod. To má z podnikového hlediska za následek, že produktem cestovního ruchu může být jednotlivá služba, například vstupenka na kulturní představení, nebo i soubor služeb i zboží, například polopenze nebo zájezd.

M. Hesková – 2004 [2] uvádí, že produktem cestovního ruchu můžeme chápat jednak celou destinaci, která je cílovým místem pobytu návštěvníků, jednak jednotlivé systémy klíčových produktů. Produktem jsou i jednotlivé nabízené služby a zboží.

M. Pásková a J. Zelenka – 2002 [9] definují produkt cestovního ruchu jako souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu podnikajícího v cestovním ruchu nebo cestovní ruch koordinujícího. Jedná se o zboží (suvenýry, knižní průvodce, mapy apod.) a služby (ubytování, stravování, doprava, služby průvodců apod.). Produkt cestovního ruchu může dosahovat různé úrovně komplexnosti přes komplex služeb až po destinaci jako ucelenou nabídku atraktivit, služeb a potenciálních zážitků. Z pohledu návštěvníka je produkt cestovního ruchu komplexním zážitkem od chvíle, kdy opustil domov, do doby návratu. Spotřebovaný produkt je přímo úměrně své komplexnosti a vzhledem ke spotřebě volných statků obsáhlejší než produkt kalkulovaný a nabízený jeho prodejcem návštěvníkům. Z toho by měla vycházet cenová kalkulace produktu cestovního ruchu, v níž by měla být zohledněna i postupná konzumace atraktivit cestovního ruchu a životního prostředí obecně. Při tvorbě produktu cestovního ruchu je nutné vycházet z hodnoty únosné kapacity objektu či území, na kterém má být tento produkt realizován. Produkt cestovního ruchu patří mezi kontrolované faktory, protože je součástí marketingového mixu.

M. Němčanský – 1999 [8] klade důraz na kvalitu produktu cestovního ruchu, která představuje důležitý prvek podnikatelského úspěchu a vytváří konkurenční schopnost podniků cestovního ruchu na trhu. Kvalita ve službách představuje rozdíl mezi poskytnutou službou a tím, co zákazník očekával. Kvalitu hmotných předmětů dlouhodobé nebo krátkodobé spotřeby lze celkem jednoduše sledovat. V praxi platí normy kvality, které přesně stanoví požadavky na ten který výrobek, jsou měřitelné a kvantifikovatelné. Nehmotný charakter služeb, který je

typický pro produkt cestovního ruchu, však velice komplikuje možnost měřit kvalitu tohoto produktu. V případě poskytování služeb je důležité nejen to, co poskytují svému zákazníkovi, ale rovněž i to, jakým způsobem a v jaké kvalitě.

M. Hrabánková – 2002 [4] rozlišuje dva stupně kvality produktu destinace, a to tzv. Tech Quality – technickou kvalitu a Touch Quality (High Touch Quality) – dojemovou kvalitu. Pod pojmem Touch Quality se skrývá image, osobnost, atmosféra, vlídnost personálu, chování personálu, chování obyvatel, podnikatelů atd. Produkt destinace je tvořen těžkými a měkkými faktory. Těžkými faktory produktu destinace jsou ubytování, gastronomie, doprava a zařízení volného času. Mezi měkké faktory produktu destinace patří přátelskost, pohostinnost, nálada, zábava, vkus, radost, zážitek aj.

Produkt cestovního ruchu destinace je převážně nehmatatelný, neskladovatelný, neoddělitelný od osoby poskytovatele, heterogenní, relativně málo napodobitelný, má sezónní charakter a je realizovatelný v místě nabídky, tj. host se musí dostavit na místo jeho realizace.

Produktový balíček

Tvorba produktových balíčků je v cestovním ruchu velice rozšířená. A. Királ'ová – 2003 [5] uvádí, že z pozice návštěvníka se jedná o výhodnou nabídku, která ho má stimulovat ke koupi. Balíček vždy obsahuje několik komponentů produktu, jejichž individuální cena je vyšší než cena balíčku, jehož jsou součástí. Produktové balíčky by měly v každém případě korespondovat s marketingovou strategií destinace.

Výkladový slovník cestovního ruchu [9] pod pojmem produktový balíček neboli package rozumí kombinaci dvou a více služeb, které jsou vnitřně provázané, rezervované nebo zakoupené podle přání zákazníka za jednu cenu, respektive pro připravený soubor služeb. Při nabídce package a jeho realizaci je typická vertikální (prostorová) a horizontální (funkční) kooperace různých podnikatelských subjektů. Častým tvůrcem package jsou touroperátoři, letecké společnosti, hotely a hotelové řetězce. Mezi nejčastější package patří poznávací a pobytové zájezdy. Vytváření package je nástrojem pro vyrovnávání sezónnosti, pro prodej obtížně samostatně uplatnitelných služeb, pro návštěvnícký a destinační management. Výhodami pro zákazníka jsou zpravidla nižší cena package v porovnání se službami placenými jednotlivě, úspora času při vyhledávání, rezervaci a placení služeb, větší záruka trvalé kvality služeb a možnost uspokojování specifických zájmů.

A. Királ'ová – 2003 [5] dodává, že v zájmu úspěšnosti na trhu by měly balíčky přinášet návštěvníkům určitou plus hodnotu, něco navíc. Samozřejmostí je kvalita komponentů, které by měly co nejvíce uspokojovat jejich potřeby a požadavky.

4 SITUAČNÍ ANALÝZA ZKOUMANÉ OBLASTI

4.1 Fyzicko-geografická analýza

4.1.1 Geografická poloha

Region Klatovsko leží v jihozápadních Čechách při hranici mezi Českou republikou a Spolkovou republikou Německo, respektive mezi Čechami a Bavorskem. Na severu a západě hraničí s okresy Plzeňského kraje (Plzeň-jih a Domažlice), na východě s okresy Jihočeského kraje (Strakonice a Prachatice) a na jihu tvoří hranici regionu v délce asi 70 km státní hranice se SRN. Jeho rozloha činí 1 939,6 km². Touto svojí rozlohou je největším okresem Plzeňského kraje a druhým největším okresem v České republice [32].

4.1.2 Geomorfologie

Z hlediska geomorfologického zasahuje území Klatovska do tří geomorfologických subprovincií, čtyř geomorfologických oblastí, pěti geomorfologických celků a dvanácti geomorfologických podcelků (viz. příloha č. 2), z nichž čtyři - Železnorudská hornatina, Strážovská vrchovina, Svatoborská vrchovina a Klatovská kotlina - leží v regionu plně, ostatních osm přesahuje i do dalších území. Podle reliéfních tvarů jsou geomorfologické podcelky uspořádány následovně [18]:

Hornatiny	- Železnorudská
Horské planiny	- Šumavské (pláně)
Vrchoviny	- Jezvinecká, Strážovská, Svatoborská, Vimperská, Bavorovská, Nepomucká, Cudenická, Radyňská
Pahorkatiny	- Horažďovická, Merklínská
Kotliny	- Klatovská

Povrch regionu je značně členitý. Výrazně převažují vrchoviny - geomorfologický reliéfní útvar charakteristický pro podhorská území s převládající výškovou členitostí 150 – 300 metrů, v nadmořské výšce 600 – 900 metrů. Jihozápadní stranu Klatovska tvoří po celé délce pohoří Šumavy, které je v pásmu hranic nejvyšší a kde je rovněž nejvyšší místo regionu - Velká Mokrůvka (1 370 m n. m.) nedaleko Modravy [12]. Reliéf krajiny klesá od hraničních hor směrem do vnitrozemí a přechází pahorkatinou k nejnižší položeným místům regionu v povodí Úhlavy v místech, kde opouští území Klatovska (u obce Borovy) a kde je nadmořská výška zhruba 360 m. Celá oblast má průměrnou nadmořskou výšku 589 m a celkové převýšení dosahuje 1010 m [20].

4.1.3 Hydrologické podmínky

Šumavou probíhá hlavní evropské rozvodí mezi Severním a Černým mořem, avšak téměř celé území Klatovska patří do úmoří Severního moře. Na Šumavě pramení dva hlavní toky regionu - Otava a Úhlava. Na řece Úhlavě se nachází vodní nádrž Nýrsko, která slouží jako zásobárna pitné vody pro část klatovského regionu. Obě řeky přináležejí do povodí Labe. Třetí nejvýznamnější řekou je Úslava, která protéká oblastí pouze v délce 20 km.

Pro vodní hospodářství regionu je důležitá řada rybníků, které dohromady představují 1 084 ha. Největší z nich, Kozčinský, má výměru 104 ha, téměř 70 ha má rybník Myslívský a 58 ha rybník Hnačovský [37]. Rybníky slouží převážně k chovu ryb, ale i k rekreaci (koupání, vodní sporty) a případně jako požární nádrže.

Turistickým klenotem Klatovska jsou zejména šumavská jezera ledovcového původu se slatěmi (Černé, Čertovo, Prášilské a Laka). Největší z nich je Černé jezero. Leží v nadmořské výšce 1 008 m, jeho vodní hladina zaujímá plochu více než 18 hektarů a je hluboké 39,8 metrů [20].

4.1.4 Klimatické podmínky

Podnebí Klatovska ovlivňují nadmořská výška a expozice terénu vůči proudění vzduchu. Malé roční výkyvy teplot a srážek svědčí o působení oceánických vlivů. Průměrné roční teploty se v regionu pohybují kolem 6°C, srážky se pohybují v rozmezí 500 - 1 200 mm, jsou však místně ovlivňovány návětrnou polohou.

Horská část patří do klimatické oblasti mírně chladné, vlhké s chladnou zimou. Sněhová pokrývka zde leží kolem 130 dní.

Významným klimatickým jevem jsou pravidelné teplotní inverze, a to zejména v období od září do března. Další místní zvláštností je föhnové proudění přinášející teplý a suchý vzduch, který je příčinou častých oblev.[20]

4.1.5 Ochrana přírody a životní prostředí

Poloha Klatovska, které do svého území zahrnuje hlavní šumavský hřeben, šumavské pláně i podhůří s navazujícími vrchovinami, společně se 40tiletou relativní uzavřeností celé jižní a jihozápadní části regionu ve 2. polovině 20. století je příčinou, že je oblast na předním místě v České republice z hlediska výskytu zvláště cenných přírodních území [37].

Na území Klatovska se tedy nacházejí 2 velkoplošná zvláště chráněná území přírody (NP Šumava a CHKO Šumava) a 51 maloplošných zvláště chráněných území (např. Černé a

Čertovo jezero, Americká zahrada u Chudenic, Modravské slatě), z nichž 4 se nacházejí na území NP Šumava a 21 na území CHKO Šumava. Na území NP a CHKO stanovuje MŽP ČR ještě tzv. zóny odstupňované ochrany, přičemž 1. zóna je nejcennější a má míru ochrany obdobnou jako maloplošná zvláště chráněná území přírody.[23]

Poměrně malé zastoupení průmyslu a plných 43,2 % lesů z celkové výměry regionu již samo předznamenává dobrý stav životního prostředí. Z tohoto hlediska patří životní prostředí Klatovska mezi nejpříznivější v kraji, přičemž jižní polovina území - podhůří Šumavy a Šumava - patří mezi nejkvalitnější oblasti České republiky vůbec. Rozhodující zdroje znečištění ovzduší se nachází u tří průmyslových středisek - v Klatovech, Horažďovicích a Sušici, kde přispívá k nepříznivému stavu i špatně provětraná inverzní kotlina a poněkud drsnější klima.

4.2 Socioekonomická analýza

4.2.1 Demografie

Do katastrálního území regionu náleží 95 obcí, z toho 11 měst. Horažďovice, Klatovy a Sušice jsou obce s rozšířenou působností a Kašperské Hory, Nýrsko a Plánice obce s pověřeným obecním úřadem [49]. Počet obyvatel k 31. 12. 2004 činil 87 545 osob. 41 % všech obcí klatovského regionu tvoří obce do 200 obyvatel, na celkovém počtu obyvatel se podílí jen 5,2 %. Obce s více než jedním tisícem obyvatel tvoří pouze 14,7 % obcí tohoto regionu [32].

Při sledování dlouhodobého vývoje počtu obyvatel regionu se jednoznačně projevuje neustálý pokles, a to po celé poválečné období. Spolu s ním dochází k přesunu obyvatel do měst. Ve městech žije téměř 64,5 % všech obyvatel Klatovska, ostatní žijí na vesnicích. V Klatovech k 31.12.2004 bydlelo 26,1 % veškerého obyvatelstva regionu, v Sušici 13,1 % a v Horažďovicích 6,5 %. Hustota obyvatel je pouze 45 obyv./km².

Věková struktura obyvatelstva Klatovska se zvýšila. 14,8 % obyvatelstva tvoří děti do 14 let, 14,9 % obyvatelstva tvoří lidé starší 65 let a nejčetnější skupinou obyvatelstva jsou lidé ve věku od 15 do 64 let, kteří tvoří 70,4 % obyvatelstva. Průměrný věk mužů na Klatovsku je 38,5 let a žen 41,4 let.

V roce 2004 se na Klatovsku živě narodilo 825 osob a zemřelo 1 008 osob. Přirozený přírůstek obyvatelstva tedy činil -183 osob. V témž roce činil počet přistěhovalých 1 071 osob a počet vystěhovalých 916 osob. Migrační přírůstek obyvatelstva byl tedy 155 osob. Celkový přírůstek obyvatelstva tedy činil -28 osob. Na území Klatovska žije 95,8 % obyvatel české

národnosti, 1,3 % obyvatel národnosti slovenské a třetí největší národnostní skupinou jsou Vietnamci. 37,7 % obyvatel Klatovska jsou věřící, z toho téměř 91 % vyznává římskokatolickou církev. [32]

K 31. 12. 2004 bylo v regionu celkem 41 423 ekonomicky aktivních obyvatel, z toho v průmyslu pracovalo 13 779 obyvatel, v zemědělství 4 417 obyvatel, ve stavebnictví 3 684 obyvatel, ve službách 11 175 obyvatel a ve veřejné správě a zdravotnictví pracovalo 6 735 obyvatel. Ke stejnému datu byla registrovaná míra nezaměstnanosti na Klatovsku 8,51 %, neumístěných uchazečů o zaměstnání 3 920 a volných pracovních míst 567. [56]

4.2.2 Hospodářství

Území Klatovska patří z hlediska přírodních podmínek pro zemědělskou výrobu k relativně méně významným územím v České republice. Toto území je zařazeno do skupiny LFA, tedy mezi méně příznivé oblasti pro zemědělskou výrobu. V roce 2003 bylo obhospodařováno 89 836 ha zemědělské půdy, tj. 46,3 % z celkové výměry regionu. Z této výměry připadlo 49 825 ha na ornou půdu. K největším zemědělským podnikům regionu patří Měcholupská zemědělská, a.s., První Víteňská s.r.o., Agrospolečnost Dlažov s.r.o., Lubská zemědělská a.s. a Agromachine Švihov s.r.o. Z orné půdy největší osevní plochu zaujímají obiloviny, z nichž se nejvíce pěstuje pšenice a ječmen. Za poslední desetiletí se zvýšila osevní plocha řepky. V oblasti se rovněž pěstují brambory (konzumní i průmyslové), začíná být tendence ve zvyšování pěstování průmyslových brambor. Živočišná výroba je zaměřena především na chov skotu.

Na Klatovsku je převážně lehký průmysl, který je soustředěn do tří středisek: Klatovy, Sušice a Horažďovice. Mezi nejvýznamnější podniky náleží: Hasit Šumavské vápenice a omítkárny, a.s., Otavské strojírny, a.s., Solo Sirkárna, a.s. Sušice, SPAK – VSD Austria, a.s., Medica Filtr, s.r.o. Kašperské Hory a Gioo Style PAP, a.s. Sušice.

Na území Klatovska je evidováno celkem 38 výhradních ložisek nerostných surovin na celkové ploše 751 ha, z nichž je v současné době těženo pouze 11 ložisek (1 ložisko vápence, 6 ložisek dekoračního kamene, 3 ložiska stavebního kamene a 1 ložisko šterkopísků). S výjimkou těžby vápence na ložisku Velké Hydčice - Hejná (Hasit a.s.) mají ostatní těžená ložiska jen místní význam. [37]

Významným přírodním bohatstvím klatovského regionu jsou lesy. Jedná se především o jehličnaté lesy, převážně smrkové. Výměra lesní půdy činí 83 598 ha, to znamená, že lesnatost 43,2 % řadí území výrazně nad celorepublikový průměr (33,3 %).

Dalším významným odvětvím hospodářství jsou služby. Perspektivní ekonomickou aktivitou regionu je poskytování služeb spojených s cestovním ruchem, k čemuž má Klatovsko velmi dobré geografické a ekonomické předpoklady. Z ekonomických podmínek jsou považovány za nejvýznamnější kapacita ubytovacích zařízení a celková orientace a specializace území na rekreaci a cestovní ruch a služby s tím spojené.

4.3 Analýza cestovního ruchu

4.3.1 Analýza potenciálu na straně nabídky

4.3.1.1 Primární potenciál

Přírodní potenciál

□ Národní park a Chráněná krajinná oblast Šumava

Šumava, jedno z nejstarších pohoří Evropy, se rozprostírá v příhraniční oblasti jihozápadních Čech, kde leží na průsečíku tří historických zemí střední Evropy – Bavorska, Horního Rakouska a Čech. V geografickém vymezení se jedná o horské pásmo v délce zhruba 140 km, rozkládající se mezi Všerubským a Vyšebrodským průsmykem. Na české straně je nejvyšším vrcholem Plechý (1 378 m n. m.). [22]

S cílem chránit přírodní prostředí Šumavy byla dne 27. 12. 1963 vyhlášena Chráněná krajinná oblast Šumava, která se dnes rozkládá na ploše 94 480 ha. V nejcennější části Chráněné krajinné oblasti Šumava byl zřízen nařízením vlády České republiky č. 63/1991 Sb. ze dne 20. března 1991 Národní park Šumava. Národní park Šumava je svými 68 520 ha plošně největším v České republice. Na území Klatovska zaujímá 34 444 ha [37]. V rámci Národního parku Šumava jsou vzácné lokality zahrnuty do klidových území. Z hlediska ochrany přírody jsou navíc rozděleny do tří ochranných zón. Cílem 1. zóny je uchovat samořídící funkce přírody a maximálně omezit lidské zásahy, takže tato část národního parku je veřejnosti přístupná jen po značených trasách nebo naučných stezkách. 2. zóna chrání území člověkem již pozměněné a usiluje o zachování současné přírodní rovnováhy. Do 3. zóny jsou zařazena území s větší zástavbou a silnějším turistickým ruchem, avšak bez větších negativních lidských zásahů. Pro své přírodní hodnoty získaly Chráněná krajinná oblast Šumava i Národní park Šumava v roce 1990 statut biosférické rezervace UNESCO [22].

Nejrozsáhlejším šumavským celkem (400 km²) jsou známé šumavské Pláně v centrální části Šumavy. Jedná se o náhorní plošiny, jejichž nadmořská výška se pohybuje kolem 900 – 1 100 m [23]. Na území Klatovska zasahují Kochanovské pláně, Kvildské pláně se nacházejí

a území Prachaticka. Typickou složkou přírody náhorních rovin centrální Šumavy jsou slatě. Největších z nich - Tříjezerní slat' - leží na území Klatovska.

K nejvýznamnějším přírodním atraktivitám na území klatovské části Šumavy patří ledovcová jezera. Největším, nejhlubším a nejnižše položeným jezerem na Šumavě je Černé jezero. Plocha vodní hladiny je 18,4 ha, největší hloubka 39,8 m. Nedaleko Černého jezera se nachází jezero Čertovo, které se rozlohou 10,33 ha řadí hned na druhé místo co do velikosti. Naopak nejmenším ze všech ledovcových jezer je jezero Laka, svou nadmořskou výškou 1096 m je však nejvýše položeným jezerem Šumavy. [25] Pod stěnami Poledníku se rozprostírá Prášilské jezero. K dalším turistickým cílům patří hřeben Pancíře, vodopád Bílá strž, Prášily s Poledníkem, Povydří, Vchynicko-Tetovský kanál či Modrava.

Šumava nabízí velmi dobré podmínky pro pěší turistiku a cykloturistiku, v zimě pro sjezdové i běžecké lyžování. Nejvíce sjezdovek je soustředěno v bezprostředním okolí Železné Rudy a Špičáku, hustá síť pravidelně upravovaných lyžařských běžeckých tras se nachází poblíž Modravy, Srní a Horské Kvildy. Na své si na Šumavě přijdou i vyznavači vodních sportů, kteří mohou splouvat horní tok Otavy od Čenkovy pily.

Dle kategorizace České centrály cestovního ruchu z roku 1998 je Šumava jedním ze 14 turistických regionů České republiky, určený jako komplexní turistický produkt k ucelené prezentaci zejména pro incomingový cestovní ruch.

□ Maloplošná zvláště chráněná území přírody na Klatovsku

Na území Klatovska se k 20. 3. 2004 nacházelo celkem 51 vyhlášených maloplošných zvláště chráněných území přírody, z toho 25 z nich na území Národního parku Šumava (4 přírodní památky) či Chráněné krajinné oblasti Šumava (2 národní přírodní rezervace, 18 přírodních rezervací, 1 přírodní památka). [37]

Národní přírodní rezervace

Bílá strž - hluboce zaříznuté údolí Bílého potoka, nacházející se v Královském hvozdu, který zde vytváří peřeje a jediný šumavský vodopád.

Černé a Čertovo jezero - dvě největší jezera na Šumavě ledovcového původu. Na Jezerní stěně nad Černým jezerem se rozkládá horský prales. [15]

Národní přírodní památky

Americká zahrada - cenné arboretum v Chudenicích, které bylo založené roku 1848 hrabětem Evženem Černínem. Jméno této zahradě daly severoamerické dřeviny.

Pastviště u Fínů – podhorská louka v údolí Podmokelského potoka na Sušicku, která je jediným místem výskytu švihlíku krutiklasu v Čechách. [15]

Přírodní rezervace

Amálino údolí – rozptýlené biotopy skalisek, mokřadů, pramenišť a stromových skupin u Kašperských hor.

Bělč – zbytek starého smíšeného pralesa u Malechova.

Bělyšov – přirozená acidofilní doubrava s příměsí lípy, klenu, buku a borovice, s teplomilnou květenou, nacházející se nedaleko Chudenic.

Borek u Velhartic – strmé křemencové rulové skály s reliktním borem a suťovým lesem.

Hamižná – bývalá pastvina s významnou květenou u Hartmanic. Jsou zde zachovány památky po těžbě zlata.

Chřepice – oblast s výskytem společenstev luhů, olšin a horských lučin antropicky ovlivněných.

Jelení vrch – smíšený listnatý porost s lípou na kamenitém vrcholu kopce Jelení vrch.

Kepelské mokřady – vrchoviště a podmáčené louky u obce Zhůří.

Luňáky – slatinné louky se vzácnou avifaunou v blízkosti Klatov.

Měštišské rokle – komplex pramenišť, rašelinišť a potočních niv s významnými porosty.

Milčice – lokalita vzácné květeny na krystalických vápencích na Sušicku.

Na Volešku – zachovalý mokřad s cennou květenou na Sušicku.

Nebe – mozaika suchých a zamokřených ekosystémů u Kašperských Hor, kde se vyskytují ohrožené druhy rostlin a živočichů.

Prácheň – smíšený listnatý porost nedaleko Velkých Hydčic.

Prameniště – systém pramenišť a rašelinišť s významnými rostlinnými a živočišnými společenstvy, nacházející se mezi Pancířem a Javornou na Šumavě.

Pučanka – zalesněný kopec se vzácnou teplomilnou květenou u obce Hejná.

V Morávkách – opuštěné pastviny s typickou květenou u obce Loužná.

Zbynické rybníky – rybníky Velká a Malá Strana s mokřadními loukami.

Přírodní památky

Bejkovna – opuštěné pastviny a rašeliniště s bohatou květenou nedaleko Petrovice u Měčina.

Dolejší drahy – opuštěné pastviny se vzácnou květenou u obce Nehodiv.

Chudenická bažantnice – starý smíšený porost s bohatou avifaunou v Lučicích u Chudenic.

Loreta – opuštěný vápencový lom nedaleko Týnce u Klatov. Dochovala se zde stará důlní štola se systémem chodeb a krasové dutiny s krápníkovou výzdobou.

Loupensko – bizarní skupina bulžňíkových skal u obce Nezdice nad Úhlavou.

Modravské slatě – rozlehlé mokřadní území evropského významu v okolí Filipovy Hutě, Prášil a Roklanského lesa.

Mrazové srázy u Lazen – dokonale vyvinutý mrazový sráz s kamenným mořem, vzdálený 1 km od obce Strašín na Sušicku.

Obří zámek – skalnaté vrcholy s kamenným mořem a přirozenými lesními porosty poblíž Kašperských Hor.

Povydrí – údolí balvanitého úseku Vydry s přilehlými zalesněnými stráněmi v okolí obcí Horská Kvilda, Srní, Svojsě, Vchynice-Tetov.

Stará Úhlava – rameno Úhlavy s významnou květenou v Kokšíně u Klatov.

Strašínská jeskyně – nezpřístupněná krasová jeskyně ve Strašíně u Sušice.

Svatý Bernard – skalní výchozy amfibolického gabra v Liščí u Chudenína.

Tetřevská slat' – horské vrchoviště nedaleko Horské Kvildy.

Tupadelské skály – skupina bulžňíkových skal, které jsou vzdáleny 5 km západně od Klatov.

U Radošina – opuštěný amfibolitový lom u Svaté Kateřiny.

Velký kámen – starý bukový porost s příměsí jedle a borovice s bohatým bylinným patrem na kamenitém svahu u Lovčic.

□ Přírodní parky na Klatovsku

Přírodní park Plánický hřeben - ústřední část území Plánické vrchoviny. Většina území je pokryta lesy, převážně smrkovými. Pro tuto oblast jsou také typické balvanité pastviny. Unikátně se vyskytuje květena na vápencích (např. u Nehodiva).

Výměra: 78 km², vyhlášen v r. 1979. [37]

Přírodní park Kašperskohorská vrchovina - typická krajina předhůří Šumavy kopcovitého charakteru se značným podílem lesních, převážně smrkových porostů. Významné území nejen z přírodovědného, ale i z historického hlediska.

Výměra: 50 km², vyhlášen v r. 1981. [15]

Přírodní park Kochánov - část území tzv. Kochánovských plání, charakteristického geomorfologického útvaru předhůří Šumavy. Rozsáhlé lesní celky převážně tvořené smrkovými porosty, na březích vodních toků se vyskytují sejgová pole, zarostlá většinou lužním lesem, s řadou chráněných rostlinných i živočišných druhů.

Výměra: 81 km², vyhlášen v r. 1985. [15]

Přírodní park Buděticko - část území sušicko-horažďovických vápenců s cennou suchomilnou i teplomilnou vegetací a vzácnou entomofaunou. Území je ohrožováno dalšími požadavky na těžbu vápence.

Výměra: 44 km², vyhlášen v r. 1994. [37]

□ **Jeskyně**

Strašinská jeskyně – jedna z největších jeskyní v Pošumaví, která bývá někdy nazývána Nezdická. Leží v bývalém lomu západně od vsi Strašín, asi 10 km jihovýchodně od Sušice. Vznikla jako puklinová jeskyně v krystalickém vápenci. Jeskyně není zdobena krápníky, ale voda, která kdysi podzemím proudila, vytvořila ve stropě obří hrnce. [34]

□ **Významné památné stromy**

Lípa nad Lešišovem – více než 400 let stará lípa malolistá s dutým kmenem v obci Lešišov.

Lípa na Podlesí – lípa velkolistá v blízkosti Rejštejna na Sušicku. Tento památný strom se nachází v Národním parku Šumava.

Lípa na návsi v Malonicích – lípa velkolistá, jejíž zdravotní stav je špatný.

Malonická lípa – lípa velkolistá na okraji obce Malonice.

Lípa u Zelených – lípa velkolistá s obdivuhodnými kořenovými náběhy, připomínajícími chůdy. Strom se nachází v Mokrosukách.

Lípa u kapličky v Obytcích – lípa velkolistá se širokou korunou.

Hadravská lípa – lípa velkolistá v obci Hadrava u Nýrska.

Ostrovský dub – kříženec dubu letního a dubu zimního v Malonicích.

Kněžický klen – javor klen nacházející se v zámecké zahradě v Petrovicích u Sušice. [19]

□ **Řeka Otava**

Otava, jedna z nejkrásnějších českých řek, vzniká soutokem dvou dravých šumavských řek Vydry a Křemelné u osady Čeňkova Pila. Zhruba po 113 km se pod hradem Zvíkov vlévá do Vltavy. V minulosti tvořilo údolí Otavy důležitou přístupovou cestu na centrální Šumavu. Po řece se dříve též transportovaly suroviny, především dřevo, ze Šumavy do nitra Čech. Otava byla proslulá čilou voroplavbou. Ve středověku se z náplavů Otavy i jejích přítoků získávalo rýžováním zlato.

Turisticky nejatraktivnější je údolí horního toku řeky od Čeňkovy Pily po Sušici. V tomto úseku má Otava značný spád, řečiště je plné peřejí a velkých kamenů, řeka vytváří četné

zákruty. Na Čeňkově Pile je nástupní místo pro vodácké sjezdy Otavy, horní tok řeky sleduje červená turistická značka i silnice využívána také cyklisty. [23]

Společenský potenciál

□ Hrad a zámky Klatovska

Hrad Kašperk – nejvýše položený královský hrad v Čechách (886 m n. m.), založený jako pevný strážný hrad roku 1356 Karlem IV. Tento gotický hrad byl na počest Karla IV. pojmenován Karlsberg, z toho se počestilo Kašperk. [44]

Hrad Rabí – nejrozsáhlejší hradní zřícenina v Čechách. Hrad byl založen na počátku 14. století pány z Velhartic. V roce 1420 byl hrad dobyt Janem Žižkou. Na hradě je umístěna expozice středověkých kachlů a kamen a archeologické nálezy z období pozdní gotiky. [30]

Hrad Švihov - původně tvrz, přestavěná v letech 1480 – 1504 Pútou Švihovským na vodní hrad, jehož součástí bylo i velmi kvalitní opevnění. Celý hrad je obklopen systémem hradeb a vodních příkopů. Od roku 2001 je tento gotický hrad národní kulturní památkou. [29]

Hrad Velhartice – středověký gotický hrad z přelomu 13. a 14. století. Byl sídlem komorníka krále Karla IV. Buška z Velhartic. Za krále Jiřího z Poděbrad tady byly schovávány české korunovační klenoty. Roku 2001 byl hrad prohlášen národní kulturní památkou. [51]

Hrad a zámek Klenová - rozsáhlá zřícenina středověkého gotického hradu Klenová, k níž byl v 19. století přistavěn novogotický zámek. V roce 1963 byla na Klenové zřízena galerie výtvarného umění. V prostoru mezi hradem a zámekem se nachází sochařský park. [35]

Zámek Chudenice – pozdně barokní zámek, na jehož místě stávala nejpozději do poloviny 15. století gotická tvrz, která byla sídlem významného českého rodu Czernínů (Černínů). Tato tvrz byla na konci 16. století přestavěna Huprechtem Černínem z Chudenic na renesanční zámeček, který svou barokní podobu získal až koncem 18. století. [45]

Zámek Lázeň – empírový zámeček nedaleko Chudenic. Původní lázeňskou budovu z 18. století, postavenou u železitosírnatého pramene, nechal v letech 1821 – 1823 Evžen Černín přestavět na letní sídlo, v jehož okolí založil anglický park. Dnes je využíván jako hotel. [23]

Za zmínku rovněž stojí barokní zámek v Horažďovicích a Chanovicích, pozdně renesanční zámeček v Červeném Poříčí či barokní zámeček v Ježovech.

□ Významné zříceniny na Klatovsku

Nový Herštejn – zřícenina hradu spojeného s rodem pánů z Velhartic. Od roku 1933 je návrší s hradem vyhlášeno státní památkovou rezervací.

Opálka – gotická tvrz z roku 1392.

Pajrek – zřícenina hradu se zbytky mohutné hranolové věže, hradeb a ve skále tesanými příkopy, založeného ve 14. století Janovickými.

Rýzberk – zřícenina hradu založeného ve 2. polovině 13. století. Součástí je i vyhlídková věž a hradní divadlo, kde se každoročně pořádá festival folkové a country hudby.

Zavlekov – zřícenina gotické tvrze z poloviny 14. století, tvořící dominantu stejnojmenné obce. [15]

□ Významná města a jejich památky

Klatovy

Město Klatovy bylo založeno českým králem Přemyslem Otakarem II. kolem roku 1260 na místě bývalé české vsi Klatov, jejíž název byl odvozen od „klátů“ – pařezů, na důležité obchodní cestě do Bavorska. Město se rychle rozrůstalo především díky zemědělství, které pak následně umožnilo vznik řemesel. [38]

K výraznému rozvoji dochází za Lucemburků, kteří Klatovy obdařili důležitými výsadami. Po vyplenění místních církevních institucí v roce 1419 se město stává jedním z vyvolených husitských měst. V 16. století náležely Klatovy mezi 10 nejbohatších měst v Čechách. Úpadek přinesla až třicetiletá válka, po níž nastává násilná rekatolizace města, na níž se podíleli především jezuité, kteří přišli do Klatov roku 1636. Po jezuitech však v Klatovech zůstaly cenné barokní stavby – jezuitský kostel s katakombami a jezuitská kolej. Pobýval zde též vlastenecky smýšlející jezuita Bohuslav Balbín, který tu sepsal své dílo „Obrana jazyka slovanského, zvláště českého“. V období let 1762 - 1802 byl v Klatovech na bývalé jezuitské koleji ubytován 6. dragounský pluk Kolowrat – známí klatovští dragouni, kteří se ve městě udrželi až do roku 1939. Dalším klatovským specifikem jsou karafiáty, jejichž semena přivezl do města v roce 1813 baron Volšanský.

Dnes jsou Klatovy významným průmyslovým, kulturním i správním centrem jihozápadního příhraničí. Žije v nich téměř 23 000 obyvatel. Ve městě se zachovalo původní jádro, které je od roku 1992 vyhlášeno městskou památkovou zónou. Klatovy se pyšní významnými rodáky jako např. nakladatelem a národním buditelem Václavem Matějem Krameriem či etnografem a archeologem Luborem Niederlem.

Nejvýznamnější památky Klatov:

Černá věž – pětipatrová věž o výšce 81 metrů, kterou v letech 1547 – 1557 postavil klatovský mistr Antonín Salnellyn za účelem signalizace nebezpečí – požáru a nepřátelských vojsk. [46]

Radnice – původně renesanční budova z druhé poloviny 16. století. Její současná pseudorenesanční podoba realizovaná v roce 1925 je dílem architekta Josefa Fanty. [46]

Jezuitský kostel Neposkvrněného početí Panny Marie a sv. Ignáce – barokní stavba z poloviny 17. století s vysoce zdobeným interiérem, stojící na klatovském náměstí. [22]

Katakomy – mimořádná sakrální památka světového významu, situována ve sklepních prostorách kostela Neposkvrněného početí Panny Marie a sv. Ignáce. Byly zde ukládány rakve s těly řádových bratří v černých klerikách a příslušníků šlechty blízké jezuitskému řádu.

Jezuitská kolej – objekt spojený s pobytem a působením jezuitů v Klatovech, který byl po zrušení řádu přestavěn na kasárna a pivovar. V současnosti je obchodním centrem a sídlem Městské knihovny. [23]

Barokní lékárna U Bílého jednorožce – svým interiérem a zařízením je historicky uznávanou památkou umístěnou na seznamu kulturního dědictví UNESCO.

Kostel Narození Panny Marie – gotický arciděkanský kostel, postavený koncem 13. století.

Bílá věž – původně sloužila jako zvonice kostela a vstupní brána na hřbitov. [22]

Vlastivědné muzeum dr. Hostaše – prostřednictvím jednotlivých exponátů mapuje jednotlivé etapy vývoje města od pravěku až po současnost.

Synagoga a židovský hřbitov

Sušice

Město Sušice bylo původně pravěkou rýžovnickou osadou při obchodní cestě do Bavor, která byla poprvé písemně doložena k roku 1233 jako Schüttenhofen – „dvory na náplavu“. V 50. letech 13. století obsadil území Sušicka, dosud patřící bavorským vévodům, Přemysl Otakar II., který zde založil královské město. Postupné výsady podporovaly rozvoj a bohatnutí města. Stagnaci v 17. a 18. století vystřídal další rozmach v 19. století, jehož základem bylo roku 1839 založení továrny na výrobu fosforových zápalek Vojtěchem Scheinostem. Dnes je v Sušici, druhém největším městě klatovského regionu, kromě výroby zápalek v podniku Solo zastoupen především potravinářský průmysl a výroba obalů.

K nejvýznamnějším atraktivitám města patří radnice, farní kostel sv. Václava, kapucínský klášter s kostelem sv. Felixe, Muzeum Šumavy, Galerie skla, židovský hřbitov, kaple Anděla Strážce, opevnění města a historické domy (Voprchovský, Rozacínovský, Krocínovský) [48]. Historické jádro kolem obdélného náměstí je vyhlášeno památkovou zónou.

Horáždovice

Město v údolí Otavy bylo založeno před rokem 1279 jako trhovía osada při obchodní stezce pod hradem Práchní. Jako majitelé se střídaly významné šlechtické rody – Bavorové ze

Strakonice, Šternberkové, Mansfeldové, Vchynští. Ve středověku se na Otavě rýžovalo zlato. Od 18. století se Otava proslavila chovem perlorodek. Znečištěním řeky po 2. světové válce chov perlorodek zanikl. [23] Dnes jsou Horažďovice třetím největším městem Klatovska.

Historické centrum Horažďovic bylo roku 1992 prohlášeno městskou památkovou zónou. Ve městě se zachovalo opevnění z 13. až 15. století. Za zmínku dále stojí gotický kostel sv. Petra a Pavla, klášterní kostel Panny Marie, morový sloup Neposkvrněného početí Panny Marie, hřbitovní kostel sv. Jana Křtitele, historická památka „Masné krámy“ z 19. století, židovský hřbitov a zámek, v jehož prostorách se nachází muzeum a výstavní galerie. [48]

□ Významné technické památky

Rýžovní kámen v Rejštejně – hranolovitý kámen s miskovitými prohlubněmi, který sloužil k roztírání rýžovaného zlatonosného písku. Je jedním z mnoha nálezů ze 60. let 20. století v říčce Losenici. [21]

Sklárna Klášterský mlýn v Rejštejně – sklárna, která byla zřízena v roce 1836 na místě dvora a mlýna benediktinů z Klatov. Na přelomu 19. a 20. století patřila k nejvýznamnějším v celé rakousko-uherské monarchii. [21]

Vchynicko-Tetovský kanál – vodní kanál postavený v letech 1799 – 1801 švarcenberským inženýrem Josefem Rosenauerem. Je 14,4 km dlouhý a spojuje horní tok Vydry s Křemelnou. Původně byl využíván k plavení metrového dřeva. V letech 1934 – 1938 byla část kanálu využita jako přivaděč vody do vodní elektrárny Čeňkova pila na Vydře. [21]

Vodní elektrárna Čeňkova Pila – hydroelektrárna na soutoku Vydry a Křemelné, která byla postavena v roce 1912 na místě pily zničené požárem [17]. Původní pilu postavil pražský obchodník Čeněk Bubeníček v době šumavských lesních kalamit v letech 1868 – 1870.

Vodní elektrárna Vydra u Čeňkovy Pily – největší vodní elektrárna Sušicka. Byla vybudována v letech 1934 – 1942 na levém břehu řeky Vydry a využívá přítoku vody z Vchynicko-Tetovského plavebního kanálu [21]. Dnes je v elektrárně umístěna expozice Šumavská energie.

□ Rozhledny

Černá věž - dominanta Klatov, která byla postavena v letech 1547 - 1557 za účelem signalizace nebezpečí.

Kamenná rozhledna Bolfánek – rozhledna nad Chudenicemi, která vznikla úpravou věže, pozůstatku barokního kostela sv. Wolfganga z 18. století.

Rozhledna Churáňov – rozhledna umístěná na bývalém skokanském můstku. V nadmořské výšce 1 122 metrů se zde nachází meteorologická stanice.

Rozhledna Jezerní slat' - dřevěná trámová dvoupatrová věž v přírodní rezervaci Jezerní slat' u Kvildy, která se nalézá v nadmořské výšce 1060 m.

Rozhledna Klatovská hůrka – kamenná věž na okraji města Klatovy.

Rozhledna Pancíř - rozhledna, která byla postavena v roce 1923. V současnosti je využívána také jako hotel.

Rozhledna Poledník - betonová věž, která v minulosti sloužila k vojenským účelům.

Rozhledna Svatobor – 31, 6 metrů vysoká rozhledna poblíž Sušice. [34]

□ Lidová architektura

Skanzen lidových staveb v Chanovicích – soubor přenesených lidových staveb z jihozápadních Čech.

Vesnická památková rezervace Dobruška - leží v malebné oblasti Pošumaví nedaleko Sušice. Náves obklopují nízké zděné domy s širokými průčelími a vstupními branami a rozlehlé usedlosti z 19. století se sýpkami. [34]

□ Památná místa

Hradiště Obří hrad - nejvýše položené pravěké hradiště v Čechách nacházející se nad údolím říčky Losenice u současného střediska Popelná. Keltské oppidum pocházelo z 2. až 1. století př. n. l. Délka stavby činila 370 metrů, šířka 80 metrů. Dodnes jsou zde patrná dvě pásma obvodových valů a licované kamenivo předhradní zdi. [34]

□ Poutní místa

Na území Klatovska se nachází nespočet poutních míst, mezi nejvýznamnější patří tato poutní místa:

Kaple Zjevení Panny Marie v Klatovech – kaple zvaná Chaloupka byla postavena v roce 1696. V kapli byl umístěn obraz Panny Marie Klatovské, za níž přicházelo tisíce poutníků.

Kostel Nanebevzetí Panny Marie v Horažďovicích – filiální, dříve klášterní, kostel postavený roku 1550 na místě, kde původně stála kaple sv. Michala.

Kostel Narození Panny Marie v Klatovech – nejvýznamnější církevní stavba Klatov, založená spolu s osazením města. Na hlavním oltáři je umístěn obraz Panny Marie Klatovské.

Kostel Panny Marie pomocné z hvězdy v Železné Rudě – barokní kostel s unikátní kopulí z roku 1732.

Kostel Panny Marie Sněžné v Kašperských Horách – novorománský poutní kostel postavený v letech 1850 – 1868.

Kostel sv. Martina v Klatovech – barokní kostel na úbočí vršku zvaného Klatovská hůrka z 1. poloviny 18. století.

Kostel sv. Vintíře v Dobré Vodě u Sušice – farní kostel pojmenovaný po poustevníkovi Vintíři, kterému se připisuje zřízení stezky z Bavorska do Čech. Kostel sv. Vintíře vznikl v roce 1754 rozšířením starší kaple, roku 1777 k němu byla přistavěna hranolová věž. Zajímavostí kostela je moderní skleněný oltář. Poutní tradice tu byla obnovena v roce 1992.

Poutní kaple Anděla Strážce v Sušici – raně barokní kaple z let 1682 – 1683, kterou nechali vystavět příslušníci řádu kapucínů.

Poutní kaple Proměnění Páně v obci Hory Matky Boží – kaple postavená roku 1843 na skalnatém svahu severně za obcí.

Poutní kaple sv. Anny pod vrchem Slavníkem u Horažďovic – kaple z roku 1848 v empírovém stylu. Vznik kaple souvisí s radioaktivním léčivým pramenem, vyvěrajícím z vrchu Slavníku a protékajícím přímo pod kaplí. [12]

□ Kulturní a jiné akce

Pravidelně pořádané kulturní akce na Klatovsku

Den Sušice – dvoudenní akce, pořádaná každoročně koncem května u příležitosti zahájení turistické sezóny. Jedná se o přehlídku zájmové umělecké činnosti dětí i dospělých z města i širšího regionu.

Festival duchovní hudby Šumava – Bayerischer Wald – hudební setkání amatérských pěveckých souborů a instrumentálních souborů. Hudební obsah festivalu tvoří především česká a evropská hudební díla od gregoriánského chorálu až po současnost.

Kralování na Klenové aneb Poznejte středověk na vlastní kůži, Klenová u Klatov - tradiční velká víkendová akce pro děti i dospělé, jejíž součástí jsou rytířská klání, vystoupení kejklířů a polykačů ohně, zpívání trubadúrských písní, loutkové pohádky nejen pro děti, dobový jarmark, ukázky řemesel a další akce.

Mezinárodní folklórní festival Klatovy – vystoupení českých a zahraničních souborů.

Šumava Rocks, Sušice – festival rockové hudby, kterému předchází divadelní představení.

Šumavský pařez, Dolní Lhota u Klatov – vystoupení country kapel.

Pravidelně pořádané sportovní akce na Klatovsku

BMX – Českomoravský pohár, Klatovy

Cena Klatov v parkurovém skákání

Cyklomaraton – Author Král Šumavy – jedna z největší cyklistických akcí v České republice.

Gymnaziální padesátka, Klatovy – dálkový turistický pochod a cykloturistická jízda na 50, 35, 25 a 15 km.

Jízda Klatovskem – Historická rallye – jízda historických vozidel vyrobených do roku 1965.

Mogul Šumava Rallye – Mistrovství Evropy jezdců.

O pohár města Klatov – šachový turnaj – mezinárodní šachový turnaj.

Otava Cup, Sušice – mezinárodní fotbalový turnaj mládeže. [48]

□ **Naučné stezky**

Naučná stezka Cestou zlatokopů – stezka procházející údolím Zlatého potoka na Sušicku. Tato cesta byla součástí původní Zlaté stezky, která byla vybudována dle hospodářských projektů Karla IV. Dochovala se zde řada štol a šachet, které byly ve středověku využívány k těžbě zlata.

Naučná stezka Hory Matky Boží – stezka sledující pásmo zaniklých důlních děl na těžbu stříbra a otevírající vyhlídky do okolí na předhůří Šumavy i na pásmo šumavských hvozdů.

Naučná stezka Hamižná hora – stezka o délce 1,5 km na úpatí Hamižné hory u Hartmanic. Hamižnou horou ji pojmenovali havíři, kteří zde těžce dobývali zlato v křemelných žilách. Po dolování se zachovaly jámy až 3 m hluboké. [47]

Naučná stezka Keltové na Šumavě – stezka vedoucí krajinou na rozhraní prachatického a klatovského regionu. Stezka je zaměřena na seznámení s historií keltského osídlení Šumavy, s dějinami keltského sídliště Obří hrad u Popelné a věnuje se i výsledkům výzkumů, které na tomto hradišti dlouhodobě probíhají. Výchozím místem je obec Popelná.

Naučná stezka Povydrí – 7 km dlouhá stezka, která vede nádherným údolím řeky Vydry. Tuto řeku tvoří úzké lesnaté koryto, v němž balvany uvolněné z okolních strmých strání tvoří v řečišti četné peřeje a kaskády. Vodní erozí vymleté rulové a žulové balvany jsou známy jako „obří hrnce“. Výchozím bodem je Čeňkova Pila nebo Antýgl. [43]

Naučná stezka Proměna horské smrčiny na Březníku – naučná stezka, která je určena výhradně pro pěší a přístupná jen v hlavní letní sezóně od července do konce září. Tato zážitková stezka umožňuje setkání s lesem, v němž před několika lety hromadně odumřely zelené stromy v důsledku přemnožení lýkožroutů a nyní vyrůstá nový les. [43]

Naučná stezka Tříjezerní slat' – naučná ministezka umožňující pohodlnou prohlídku typické vegetace rašelinišť soustředěné na malé ploše.

Naučná stezka v areálu školní zahrady Střední zemědělské školy Klatovy – stezka zahrnující botanickou zahradu, skleníky, stacionář poraněných zvířat, pozemky pro demonstraci zemědělských plodin a park okrasných dřevin.

Naučná stezka Vchynicko-Tetovský plavební kanál – 6,5 km dlouhá stezka, která kopíruje celý Vchynicko-Tetovský kanál od Rechlí až do blízkosti Srní.

Naučná stezka Železnorudsko – 14 km dlouhá trasa vedoucí přes Špičácké sedlo a Hofmanky, která svým návštěvníkům přibližuje historii oblasti i život jejích obyvatel a přírodní krásy a zajímavosti. [47]

Farmářská stezka – stezka vedoucí z velké části klidovým územím Přírodního parku Kochánov. Zemědělství se v oblasti věnuje řada farem, které umožňují poznat současnou podobu zemědělství, navazujícího na tradiční dřívější formy.

Vintířova stezka – trasa stezky vede po ose Niederalteich – Richnach – hraniční přechod Gsenget/Prášily – Dobrá Voda – Sušice – Blatná – Příbram – Praha a kopíruje putování nejstaršího známého obyvatele Šumavy, světce a diplomata - svatého Vintíře.

Poznávací okruh Nýrsko – nenáročný okruh upozorňující na zdánlivě všední přírodu, jehož součástí je návštěva lesního divadla a zříceniny hradu Pajrek. [46]

□ Tradiční řemesla

Sklářství

První písemné zmínky o šumavském sklářství pocházejí z poloviny 14. století. Bohatá naleziště sklářských surovin - dřeva a křemene - udělala z tohoto regionu ideální stanoviště pro sklářský průmysl.

Významnějším průmyslem se sklářství v této oblasti stalo až v 16. století, kdy nejrozšířenějším artiklem tehdejší sklářské produkce byly páteříky (růžencové korálky). K předním sklárnám tohoto období patřily Prášily, Alžbětín, Nová Hůrka, Onen Svět a Mochov. Vzestup sklářství trval do poloviny 18. století. Šumavské výrobky úspěšně konkurovaly dokonce benátskému sklu a vyvážely se do Itálie, Německa, Nizozemí, Ruska i do zámoří. Pokles výroby způsobily války, které vedla Marie Terezie. [27]

Po oživení výroby v 19. století se na tuzemských a zahraničních trzích prosadila sklárna v Anníně, která vyráběla ceněné rubínové a čiré olovnato-křišťálové sklo, a v Klášterském Mlýnu u Rejštejna, která byla na přelomu 19. a 20. století uznávána jako nejvýznamnější sklárna ve střední Evropě. Od roku 1993 patří sklárna v Anníně firmě Antonín Rückl & synové z Nižboru a tak tato sklárna jako jediná pokračuje v tradici šumavského sklářství.

Největší sbírku šumavského skla v České republice dnes představují stálé expozice Muzea Šumavy.

Strážovské krajkářství

Nejstarší zmínky o paličkování krajek ve Strážově na Šumavě pocházejí z roku 1725. Zručnost žen, které prošly zdejší krajkářskou školou, byla oceněna na mnoha mezinárodních výstavách a jemné krajky se staly velmi žádanými. Krajkářská škola byla v roce 1953 zrušena, ale tradice mezi lidmi stále zůstala, o čemž svědčí úspěšné výstavy ve Vlastivědném muzeu dr. Hostaše v Klatovech. [26]

Na základě návrhu přední osobnosti klatovského krajkářství paní Jitky Čechové byl dne 28. února 2003 pod hlavičkou Vlastivědného muzea Dr. Hostaše v Klatovech ustanoven Krajkářský Klub Klatovy, jehož náplní je sběr veškerých dokladů tradice i současnosti paličkování krajek v regionu. [41]

Sirkařství

Charakteristickou tovární výrobou se pro část Klatovska stalo sirkařství, jehož rychlý rozvoj byl ovlivněn dostatkem dřeva a levnou pracovní silou. Počátek výroby sirek je spjat s fosforovými zápalkami, s jejichž výrobou začali manželé Scheinostovi ve 30. letech 20. století v Sušici. První sirky prodávali příležitostně na trzích a poutích. Počátkem 40. let navázal Scheinost spolupráci s místním židovským obchodníkem Bernardem Fürthem. Netrvalo dlouho a Fürth celou výrobu koupil, Scheinost se stal ředitelem výroby. V padesátých letech se manufakturní výroba stala výrobou průmyslovou, objevily se první stroje na hoblování dřívěk a máčení. Výroba se úspěšně rozvíjela, Fürth získával kromě některých trhů evropských také trhy v zámoří a v Orientu. Dokladem úspěchů jsou diplomy a čestná uznání sušickým zápalkám. V roce 1903 vznikla akciová společnost Solo, která je proslavená výrobou zápalek i v současnosti. [22]

4.3.1.2 Sekundární potenciál

Dopravní infrastruktura

Klatovsko charakterizuje poměrně dobrá dopravní infrastruktura: hustá silniční síť, dobré silniční a železniční spojení s hlavními centry ve vnitrozemí a propojení s Bavorskem a Horním Rakouskem. Dopravní dostupnost pro zahraniční návštěvníky je dobrá, a to díky relativně husté síti hraničních přechodů.

Mezi slabé stránky však patří nedostupnost dálnice, zanedbaný stav některých komunikací a železniční infrastruktury a obslužné vybavenosti všeobecně.

Obdobně jako ostatní venkovské prostory v ČR je i dopravní obslužnost území nedostatečná. Z pohledu návštěvníka využívajícího prostředky hromadné dopravy je nedostatečný jak počet spojů, tak jejich frekvence. Většina obcí a středisek cestovního ruchu má dopravní spojení pouze s nejbližšími centry – s Klatovy, Sušicí nebo Horažďovicemi. Nedostatečné je propojení ve směru napříč Šumavským podhůřím i mezi ve směru severojižním. O víkendech je řada obcí zcela nedostupná. Dopravní obslužnost je zajišťována zejména individuální osobní dopravou, což přináší negativní vlivy na životní prostředí.

Silniční infrastruktura

Silniční síť na Klatovsku měří 1 129 km, z toho je 105 km silnic I. třídy, 359 km silnic II. třídy a 665 km III. třídy. Významnější komunikací je silnice I/27 E53, která umožňuje napojení Klatovska na oblast Podunají, v nadregionálních a regionálních souvislostech zajišťuje obsluhu území a návaznosti Klatovska na jádrový prostor Plzeňského kraje a dálnici D5. Nejdůležitější komunikací v západovýchodním směru je silnice I/22, zajišťující kromě obsluhy území také návaznosti Klatovska k Domažlicku, v opačném směru k Jihočeskému kraji a Českobudějovicku. Na tyto dvě silnice I. třídy pak navazují silnice II. tříd, z nichž za nejvýznamnější lze považovat silnici II/191 od Klatov směrem na Nýrsko.

V současnosti jsou v provozu na území Klatovska dva silniční hraniční přechody - Železná Ruda/Bayerisch Eisenstein pro autobusy i osobní a lehkou nákladní dopravu a Svatá Kateřina/Rittsteig pro osobní automobily.

Železniční infrastruktura

Železniční síť propojuje nejvýznamnější střediska regionu. Územím probíhá páteřní železniční trať mezinárodního významu č. 183 Plzeň – Klatovy – Železná Ruda a severovýchodní okrajem významná celostátní trať č. 190 Plzeň – České Budějovice, uvnitř území pak vedlejší trať č. 185 Horažďovice – Klatovy – Domažlice.

Za zmínku stojí ještě železniční tunel pod Špičáckým sedlem, na trati Plzeň – Klatovy – Železná Ruda, postavený v letech 1874 – 1877, který je svou délkou 1 744 metrů nejdelším železničním tunelem v České republice.

Letecká infrastruktura

Veřejné mezinárodní letiště Klatovy s travnatou vzletovou a přistávací dráhou je situováno 3,4 km severovýchodně od Klatov. Letiště je využíváno především pro sportovní účely a nepravidelný letecký provoz.

Cyklotrasy

Na Klatovsku se cykloturistika dostává do popředí zájmu, a to především díky návštěvnicky atraktivním oblastem Šumavy. Cyklistické trasy využívají téměř výlučně stávající silnice II. a III. třídy, místní a účelové komunikace. Pouze v krátkých úsecích jsou připravovány a realizovány cyklistické stezky, které jsou vedeny samostatně nebo odděleně od motorové dopravy.

Mezi nejzajímavější cyklotrasy patří:

Hlavní trasa II. třídy č. 33 – Všeruby - Nýrsko - Černé jezero - Špičácké sedlo - Železná Ruda - Prášíly - Srní - Lenora - Nová Pec - Černá v Pošumaví - Dolní Dvořiště

Hlavní trasa III. třídy č. 305 - Koloveč (č. 3) - Klatovy - Tužice - Sušice

Hlavní trasa III. třídy č. 312 - Blatná - Horažďovice - Žichovice

Hlavní trasa III. třídy č. 313 - Žichovice - Sušice

Hlavní trasa III. třídy č. 331 - Sušice - Annín - Radešov - Rejštejn - Horská Kvilda - Bučina

Hlavní trasa III. třídy č. 332 - Dobřany - Švihov - Klatovy - Velhartice - Železná Ruda - Alžbětín - ČR/SRN

Území protíná rovněž dálková cyklotrasa – Šumavská magistrála, která prochází nejatraktivnějšími částmi Šumavy ve směru jihovýchod – severozápad. Kopíruje cyklotrasu II. třídy č. 33 a na území Klatovska vstupuje v oblasti Modravy, odkud pokračuje přes Srní, Prášíly, Železnou Rudu a Nýrsko směrem na Všeruby a Domažlice.

Turistické trasy

Klatovsko má velmi výhodné geografické podmínky. Velkou část území zaujímají Chráněná krajinná oblast a Národní park Šumava, kde jsou vhodné podmínky pro pěší turistiku. V této oblasti se nachází nejvíce turistických tras, které spojují zajímavá místa. Mezi nejatraktivnější turistické cíle lze zařadit Černé a Čertovo jezero, jezero Laka, Prášílské jezero, Královský hvozď, Povydří, Hartmanicko, Modrava, Tříjezerní slat', hrad Kašperk a rozhledna Poledník.

Lyžařské běžecké trasy

Běžecké trasy jsou situovány zejména do výše položených míst Klatovska. Jejich největší koncentrace je v okolí Modravy, Prášil a Železných Rud. Velká část běžeckých tras vede souběžně se značenými cestami pro pěší turistiku a v terénu jsou vyznačeny systémem lyžařských směrůvek a piktogramů. Běžecké trasy jsou zčásti strojově upravovány. Vzhledem k tomu, že se jedná o finančně nákladnou činnost, počítá se se zpoplatněním strojově upravovaných tras již od zimní sezóny 2006/2007.

odní trasy

Pro vodní turistiku je na Klatovsku vymezen úsek vodního toku Otavy z Čeňkovy Pily do nejštejna. Jedná se o rychlý peřejnatý tok s velkými kameny a prahy v řečišti, který je splavný od 15. března do 31. listopadu. Je vhodný pouze pro zkušené vodáky.

Trasy pro vozičkáře

Na Klatovsku se nacházejí dvě trasy určené pro vozičkáře. Trasa Povydrří začíná na antýglu a po 7 km končí v Čeňkově Pile. Druhá trasa je o kilometr kratší a vede z Rokyty do echle podél Vchynicko-Tetovského plavebního kanálu.

Infrastruktura cestovního ruchu

Základní zařízení

Ubytovací zařízení

Kapacita ubytovacích zařízení vykazuje v jednotlivých oblastech Klatovska výrazné rozdíly. Nejvyšší počet ubytovacích zařízení je pochopitelně zaznamenán v Klatovech a v turisticky atraktivních partiích Šumavy, a to zejména v okolí Železné Rudy, Kašperských Hor, Srní a řek Otavy a Vydry. Lůžková kapacita je rozložena zejména mezi ubytování v hotelech, penzionech, apartmánech, turistických ubytovnách, chatových osadách a kempech.

K 31. 12. 2004 se podle ČSÚ nacházelo na Klatovsku celkem 206 hromadných ubytovacích zařízení a celková ubytovací kapacita činila 8 940 lůžek. Ze srovnání těchto hodnot s úrovní roku 2001, ve kterém proběhlo sčítání lidu, domů a bytů, vyplývá, že v posledních letech došlo jak ke snížení počtu hromadných ubytovacích zařízení, tak k poklesu celkové ubytovací kapacity. V roce 2001 bylo na Klatovsku celkem 573 hromadných ubytovacích zařízení a celková ubytovací kapacita dosahovala 11 952 lůžek.

Pořádání kongresů nabízí na Klatovsku tři hotely. Jedním z nich je hotel Central, který leží v blízkosti historického centra Klatov. Součástí hotelu je kongresový sál s kapacitou do 100 osob a salonek s kapacitou do 50 osob. Kongresové služby poskytují také hotely Srní a Šumava, které jsou situované v obci Srní. Pro pořádání kongresů využívají velký společenský sál s 300 místy, jídelnu se 100 místy, restauraci s 50 místy a salonek s 20 místy.

Stravovací zařízení

Na Klatovsku jsou zastoupeny všechny formy stravování a stravovací kapacita je rozvrstvena mezi restaurace, motoresty, bistra, bufety, občerstvení i zařízení hromadného stravování. Největší kumulace stravovacích zařízení je především ve větších městech a střediscích cestovního ruchu.

Kvalita nabízených služeb ve stravovacích zařízeních se působením konkurenčního prostředí neustále zlepšuje a tento trend má rychlejší průběh než u ubytovacích zařízení. Především ve městech postupně vznikají zařízení s vysokou úrovní služeb i dobrou kvalitou obsluhy, která se specializují kuchyní, vybavením a atmosférou na určitou oblast.

□ Doplnková zařízení

Kulturní a společenská zařízení

Muzea, galerie a výstavy

Galerie Klatovy / Klenová - významné muzeum umění v areálu zámku na Klenové a v Galerii U Bílého jednorozce v Klatovech. Jedná se o jedno z největších muzeí umění v České republice s mezinárodním výstavním programem, orientovaným na moderní a současné umění. Sídlo galerie je na Klenové, kde spravuje rozsáhlý historický areál - zříceninu středověkého hradu, zámek z 19. století, historickou sýpku a vilu. Galerie U Bílého jednorozce se nachází v historickém domě na hlavním náměstí v Klatovech. [35]

Muzeum historických motocyklů a hraček v Kašperských Horách - největší soukromá expozice svého druhu v České republice. V současné době vystavuje 70 kusů historických motocyklů. Expozice české hračky je ukázkou vývoje českého hračkařství se zaměřením na současnou produkci. [46]

Muzeum Šimona Adlera v Dobré Vodě u Hartmanic - muzeum vybudované v roce 1997 jako památník židovského historika a rabína Dr. Šimona Adlera, který se v roce 1944 stal obětí holocaustu v koncentračním táboře Osvětim. Část expozice je věnována kultuře židů a náboženství židovských obyvatel v západočeském příhraničí. [34]

Muzeum Šumavy - regionální muzeum pro oblast západní části Šumavy nacházející se na jihozápadě Klatovska. Muzeum Šumavy sestává z těchto pracovišť:

Muzeum Šumavy Sušice - expozice: Historie sirkařství na Sušicku, Karel Klostermann – život a dílo, Sklářství na Šumavě.

Muzeum Šumavy Kašperské Hory - expozice: Život na staré Šumavě, Sklářství na Šumavě a Přírodovědná expozice.

Muzeum Šumavy Železná Ruda - expozice Život na staré Šumavě.

Galerie Kašperské Hory

Knihovna Muzea Šumavy v Sušici

Záchranná stanice pro chráněné a handicapované živočichy

Muzeum Josefa Dobrovského v Chudenicích – muzeum vystavující exponáty, které se vztahují k Chudenicím a jejich okolí. Jeho součástí je rovněž expozice nejproslulejšího chudenického rodáka a pozdějšího dramaturga, režiséra a ředitele Národního divadla Jaroslava Kvapila a Josefa Dobrovského, který v Chudenicích působil jako domácí učitel.

Vlastivědné muzeum dr. Hostaše v Klatovech – vystavuje exponáty především z oblasti archeologie a lidové kultury. Unikátem je meč klatovského kata ze 17. století. V muzeu je umístěna stálá expozice "Historie Klatovska". [48]

Výstava klatovských karafiátů – výstava květin, které klatovští zahradníci a zahrádkáři pěstují více než 190 let. S pěstováním započali již po napoleonských válkách, když se roku 1813 vrátil do svého rodného města Klatov rytmistr baron Volšanský, který přivezl z francouzského města Nancy semeno drobnokvětého karafiátu.

Divadla a kina

Loutkové divadlo v Sušici – nejdéle hrající divadlo na západě Čech, které své první veřejné představení sehrálo již v roce 1920 [42].

Stálá divadelní scéna v Klatovech – divadlo nabízející svým divákům široký žánrově pestrý repertoár od divadelních představení, přes koncerty vážné hudby, klubová představení, divadelní představení a koncerty pro děti a mládež, pohádky pro rodiče s dětmi, až po koncerty populární i dechové hudby.

Kino Šumava a Letní kino v Klatovech

Kino Sušice

Kino Otava v Horažďovicích

Letní kino Makov

Ostatní kulturní zařízení

Městské kulturní středisko Klatovy – místo konání koncertů, tanečních kurzů, plesů, zábavných pořadů, módních přehlídek a výstav.

Městské kulturní středisko Sušice

Sportovní zařízení

Na území Klatovska je možné kromě běžných sportovních aktivit (plavání, bruslení, tenis, fitness a podobně) provozovat tyto sporty:

- jezdectví – možnost jízdy na koních nabízí *Calverova farma v Habarticích u Klatov*, *Lovecký zámeček Zaluží*, *Ranch Fantasie v Mlázovech*, *Jezdecká stáj Buršice* a *Westernový ranč Podolí*.
- golf – veřejné *golfové hřiště Liščí Louky u Nýrska* se 6 jamkami. [36]
- sportovní létání a parašutismus – mezinárodní veřejné *letiště Klatovy*, jehož provozovatelem je Pošumavský aeroklub Klatovy. Zájemci mohou využít nabídky vyhlídkových letů a tandemových seskoků.

4.3.1.3 Terciální potenciál

Organizace cestovního ruchu

V klatovském regionu neexistuje struktura zastřešující organizace či instituce pro organizování cestovního ruchu vystavěná na základě lokálních či mikroregionálních organizací. Činnost zastřešující regionální turistické organizace je suplována činností institucí, jakými jsou například Euroregion Šumava, Regionální sdružení Šumava, Regionální rozvojová agentura Šumava, Regionální rozvojová agentura Plzeňského kraje.

Vznikají zde určité struktury reprezentované zpravidla jednotlivými mikroregiony, které se realizací konkrétních projektů snaží přispět k rozšíření turistické nabídky a zároveň vtáhnout co největší počet subjektů do diskuse o problematice rozvoje cestovního ruchu. Tyto struktury však mají pouze omezenou územní působnost a nedostatečné finanční zdroje.

Značným problémem je rovněž najít ochotné a kvalitní pracovní síly, které by v praxi sjednocovaly dotčené subjekty, vytvářely potřebné fungující struktury a pomáhaly realizovat konkrétní přijatá opatření. Je nutné si uvědomit, že bez zhodnocení lidských zdrojů a vytvoření potřebných struktur může jen stěží dojít k rozvoji organizace a marketingu cestovního ruchu na kvalitativně vyšší úrovni než doposud. To se týká zejména společné prezentace zájmového území vně regionu, poskytování uceleného balíku informací a zprostředkování nabízených služeb pro návštěvníka.

Pozitivním jevem je skutečnost, že většina obcí zájmového území si již uvědomila význam cestovního ruchu a jeho přínos pro zaměstnanost místních obyvatel a ekonomickou prosperitu regionu.

V oblasti cestovního ruchu dochází ke spolupráci se sousední spolkovou zemí Německa, Bavorskem. Vytváří se propojení a vazby na instituce a podnikatele v oblasti cestovního

ruchu v Bavorsku, které významně ovlivňují a stimulují rozvoj cestovního ruchu na Klatovsku.

K prvním krokům budování systému organizace cestovního ruchu na Klatovsku patřilo vybudování a profesionalizace informačních center v největších spádových obcích a turisticky hojně navštěvovaných lokalitách jednotlivých mikroregionů. Rovněž byl uveden do provozu regionální informační systém RIS, který byl vytvořen Centrem regionálního rozvoje ČR.

Marketing v cestovním ruchu

Z důvodu neexistence zastřešující organizace cestovního ruchu na Klatovsku je i regionální marketing zatím vesměs prováděn nekoordinovaně. Spolupráce mezi sousedními mikroregiony v posledních letech zatím spíše vázla. Pilotním projektem, který se snaží propojit a sjednotit systém značení a doprovodný informační systém několika mikroregionů na území Klatovska navzájem a ten poté propagovat jako společný turistický produkt pro široké vrstvy veřejnosti, je projekt značení cyklotras.

Mezi první společné počiny obcí jednotlivých mikroregionů patří vydávání společných image-prospektů (např. Kraj pod Slavíkem, Plánicko, Střední Pošumaví, Střípky Horažďovicka a další). Kromě toho bylo pro jednotlivé obce, kempy, muzea, známá poutní místa a kulturně historické památky vydáno množství propagačních a informačních letáků v několika jazykových mutacích (česky, německy, anglicky). Vzhledem k tomu, že téměř každá turisticky zajímavá lokalita již nějaký materiál vlastní, bylo by v následujících letech nanejvýš vhodné zaměřit se na tvorbu společných materiálů zahrnujících širší území s výčtem nabízené turistické nabídky.

V rámci regionálního informačního systému RIS se vytváří internetová prezentace regionu Šumava pracující s aktuálními daty od několika informačních středisek. V zájmu obcí by proto mělo být co nejširší zapojení vybraných informačních center do tohoto systému a prezentace pomocí odkazů na stávající stránky jednotlivých obcí a mikroregionů.

Nezbytná je rovněž společná prezentace jednotlivých mikroregionů Klatovska pod společnou hlavičkou – logem.

Informační centra

Předpokladem rozvoje cestovního ruchu je dostatečná informovanost o turistickém potenciálu daného regionu. Proto jsou zřizována informační centra. Mezi standardně poskytované služby informačních center patří bezplatné poskytování informací o atraktivitách v okolí, výletních trasách a cyklotrasách, sjezdovkách a vlecích, ubytovacích a stravovacích možnostech, dopravním spojení, obchodní síti, společenských, kulturních a sportovních

programech. Informační centra dále nabízejí zprostředkování ubytování, prodej či volný výdej propagačních materiálů, prodej turistických průvodců, map, pohlednic a suvenýrů, kopírovací služby atd.

Na Klatovsku se nachází 22 informačních center vyskytující se v oblastech s vyšší kumulací návštěvníků. Provozují je především města a obce, soukromý sektor či místní cestovní kancelář.

Hraniční přechody

Kromě dvou hlavních hraničních přechodů Železná Ruda/Bayerisch Eisenstein (SRN) a Sv. Kateřina/Neukirchen (SRN), které jsou využívány zejména pro silniční dopravu, jsou pro turisty a hranice překračující turistické aktivity k dispozici ještě další hraniční přechody:

- Otrý/Grosser Osser – pouze pro pěší turisty,
- Prášily – Gsenget/Scheuereck – pro pěší a cyklisty,
- Debrník/ Ferdinandstal – pro pěší, cyklisty a lyžaře.

4.3.2 Analýza potenciálu na straně poptávky

Informace o aktuálním stavu poptávky na Klatovsku byly získány provedením dotazníkového šetření, které probíhalo metodou přímého dotazování v období od července do září roku 2005 ve třech městech klatovského regionu - v Klatovech, Sušici a Železné Rudě. Výzkumu se zúčastnilo celkem 268 respondentů různých věkových skupin, a to jak z České republiky, tak ze zahraničí. Velikost vzorku byla zvolena tak, aby bylo dosaženo dostatečné míry vypovídací schopnosti získaných dat. Respondenti byli vybráni zcela náhodně.

Na základě výsledků dotazníků byl sestaven profil návštěvníka Klatovska. Otázky byly zaměřeny především na zjištění důvodů jeho návštěvy, délky pobytu, zdrojů čerpání informací o Klatovsku, klíčových aktivit, kvality podmínek v místě, předností a nedostatků regionu, organizace návštěvy, zájmu o nabídku organizovaného pobytu na Klatovsku a způsobu dopravy. Dále byly zkoumány demografické údaje o respondentovi: pohlaví, bydliště, věk, dosažené vzdělání a ekonomická aktivita.

4.3.2.1 Vlastní vyhodnocení dotazníkového šetření

Otázky jsou vyhodnoceny v pořadí, v jakém byly uvedeny v dotazníku.

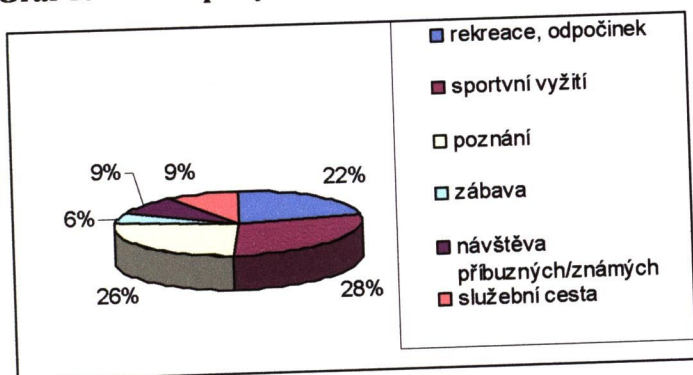
1. Co se Vám jako turistovi vybaví, když se řekne Klatovsko?

První otázka poznávala znalosti návštěvníků Klatovska o dané oblasti. Respondenti projevovali znalosti a povědomí o Klatovsku spíše obecného rázu. Jako hlavní asociace se

vybavila příroda, čisté prostředí, lesy a odpočinek. Méně početná skupina si pak dokázala vybavit konkrétní přírodní a kulturní atraktivitu.

2. Jaký je hlavní důvod Vašeho pobytu na Klatovsku?

Graf 1: Důvod pobytu na Klatovsku

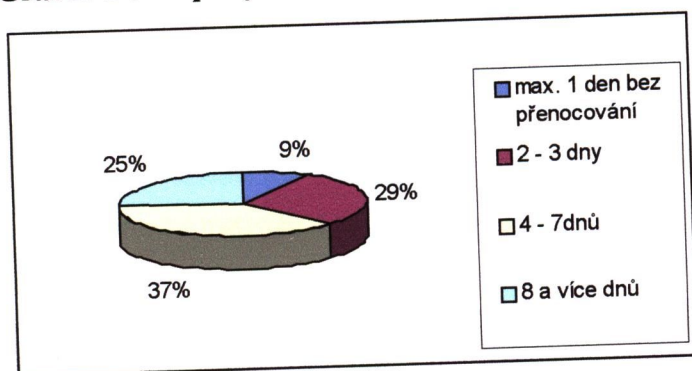


Zdroj: Vlastní výzkum

Z grafu 1 je patrné, že návštěvníci přijíždějí do zkoumaného regionu nejčastěji z důvodu sportovního vyžití (28 %). Téměř stejné procento lidí zavítá na Klatovsko z důvodu poznání (26 %) nebo rekreace a odpočinku (22 %).

3. Kolik dní se na Klatovsku zdržíte?

Graf 2: Délka pobytu

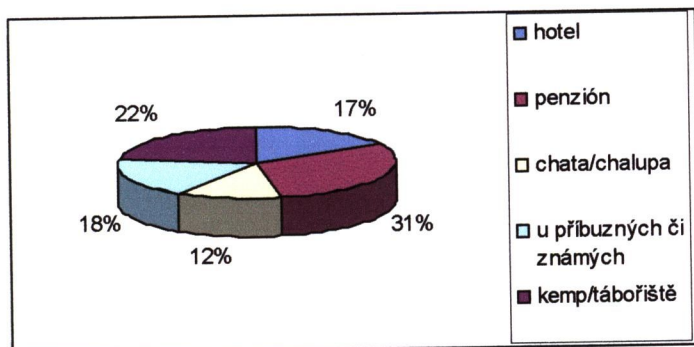


Zdroj: Vlastní výzkum

101 dotázaných z 268 se na Klatovsku zdrží 4 – 7 dní, 66 zůstane více než 7 dní. Jedná se především o dlouhodobý cestovní ruch. Co se týče krátkodobějších pobytů, 77 dotázaných zde stráví 2 – 3 dny a 24 pouze 1 den bez přenocování. Procentuelní vyjádření je uvedeno v grafu 2.

4. Pokud se na Klatovsku zdržíte dva a více dnů, kde se ubytujete?

Graf 3: Typ ubytovacího zařízení

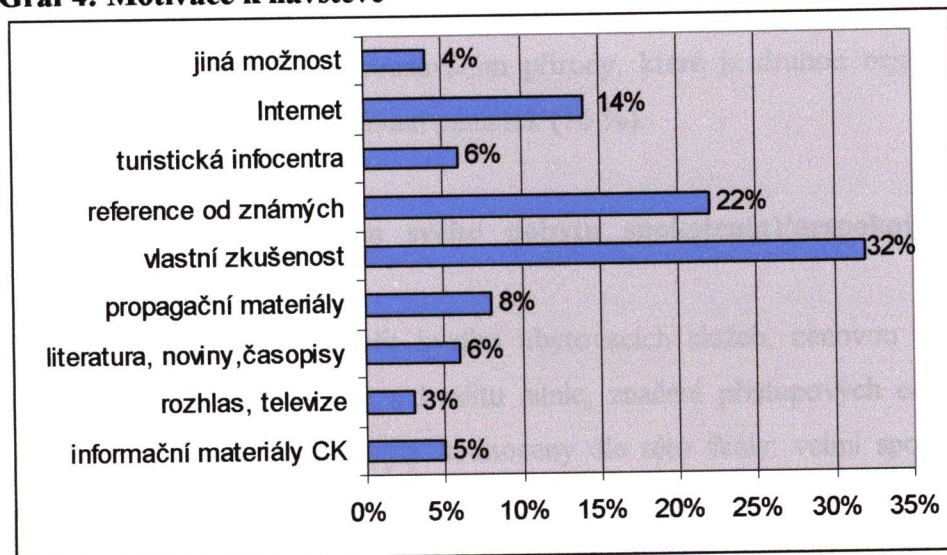


Zdroj: Vlastní výzkum

Dotázaní, kteří se na Klatovsku zdrží dva a více dnů, se nejvíce (31 %) ubytovávají v penziónu. Následuje přenocování v kempu či tábořišti (22 %), dále u příbuzných či známých (18 %) a v hotelu (17 %). 12 % dotázaných je ubytováno na chatách či chalupách.

5. Co Vás motivovalo k návštěvě této oblasti?

Graf 4: Motivace k návštěvě

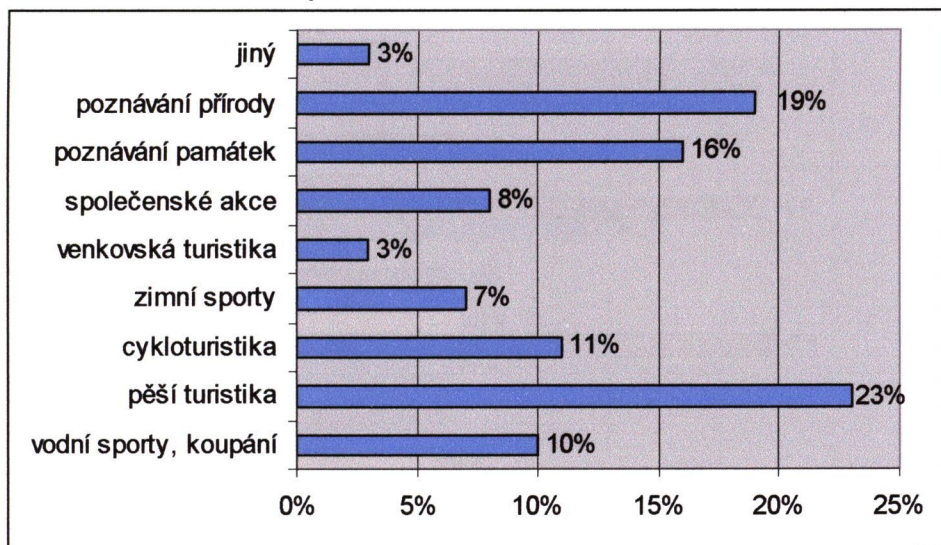


Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 4 znázorňuje, že lidé přijíždějící do této oblasti jsou k návštěvě motivováni především vlastní zkušeností (32 % z celkového počtu odpovědí). Dalšími nejvíce používanými zdroji informací, které vedly respondenty k návštěvě Klatovska, byly reference od známých, Internet a propagační materiály.

6. Jaké aktivity jsou během Vašeho pobytu na Klatovsku klíčové?

Graf 5: Klíčové aktivity



Zdroj: Vlastní výzkum

Graf byl sestaven tak, aby vyjadřoval procentuelní podíl jednotlivých možností z celku, kdy respondent mohl uvést více odpovědí. Vyobrazení jasně vypovídá o hlavní činnosti návštěvníka Klatovska. Nejvíce návštěvníků (23 %) preferuje pěší turistiku. Z grafu je patrná souvislost pěší turistiky s poznáváním přírody, které je druhou nejpreferovanější aktivitou (19 %). Dále následuje poznávání památek (16 %).

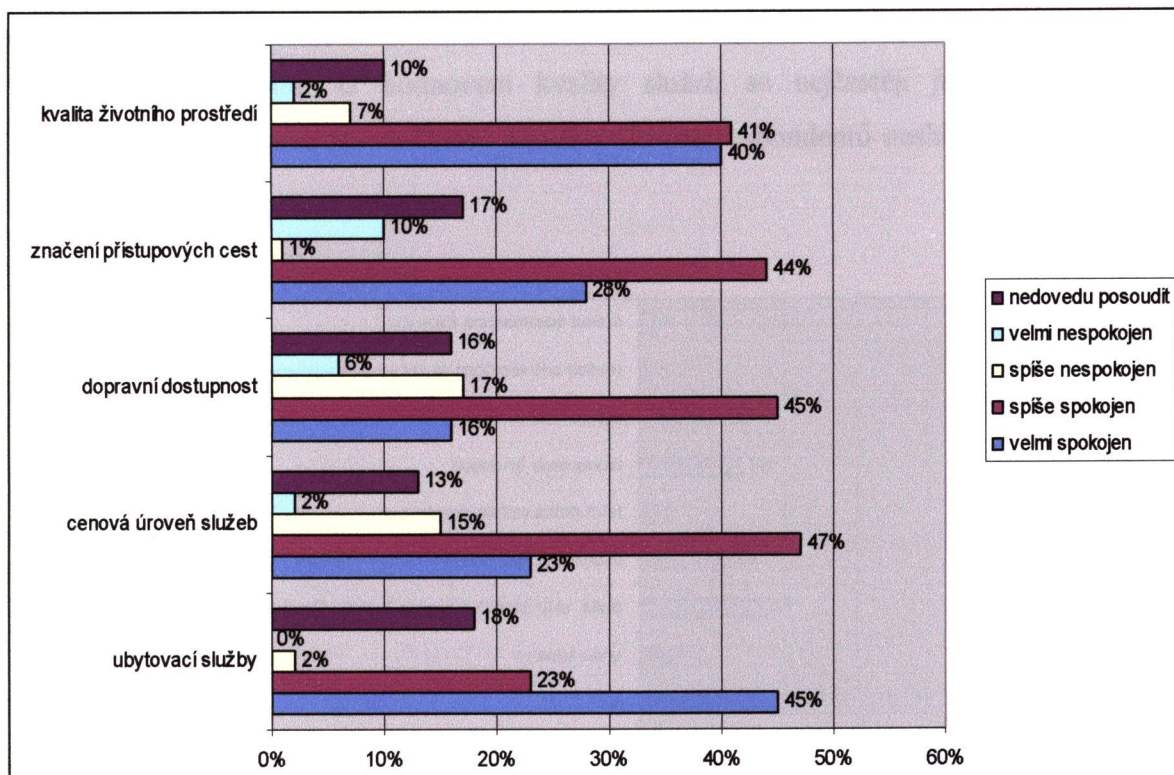
7. Jak jste byl(a) během svého pobytu spokojen(a)/nespokojen(a) s následujícími skutečnostmi?

Respondenti měli posoudit kvalitu ubytovacích služeb, cenovou úroveň poskytovaných služeb, dopravní dostupnost a kvalitu silnic, značení přístupových cest a kvalitu životního prostředí. Vybrané faktory byly hodnoceny dle této škály: velmi spokojen, spíše spokojen, spíše nespokojen, velmi nespokojen, nedovedu posoudit.

Nejlepšího hodnocení dosáhly kvalita ubytovacích služeb a kvalita životního prostředí. Velmi kolísavého hodnocení se dostalo oblasti značení přístupových cest, což je s největší pravděpodobností ovlivněno navštívenou lokalitou. Je patrné, že na Klatovsku existují v této oblasti značné disparity. U ostatních oblastí převládá spokojenost.

Podrobné údaje lze nalézt v následujícím grafu.

Graf 6: Spokojenost návštěvníků s vybranými faktory regionu



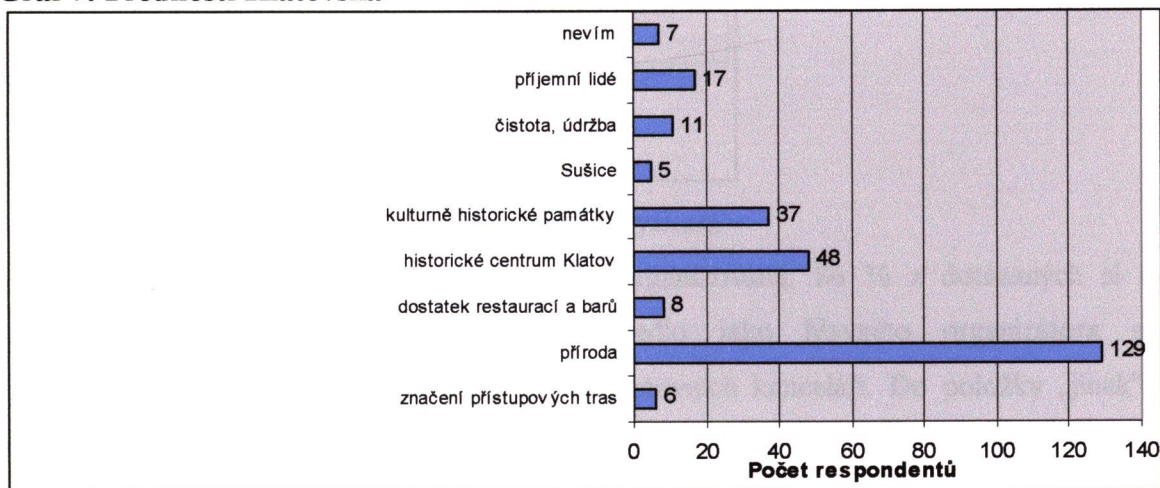
Zdroj: Vlastní výzkum

8. a) Co se Vám na Klatovsku nejvíce líbilo?

b) Co naopak hodnotíte negativně?

Otevřené otázky zaměřené na přednosti a nedostatky v regionu umožnily vytvořit široké spektrum názorů respondentů na zkoumanou oblast. Nejfrekventovanější odpovědi na otázku týkající se předností regionu uvádí graf 7. Nejvíce osob oceňuje místní přírodu, historické centrum Klatov a kulturně historické památky vůbec.

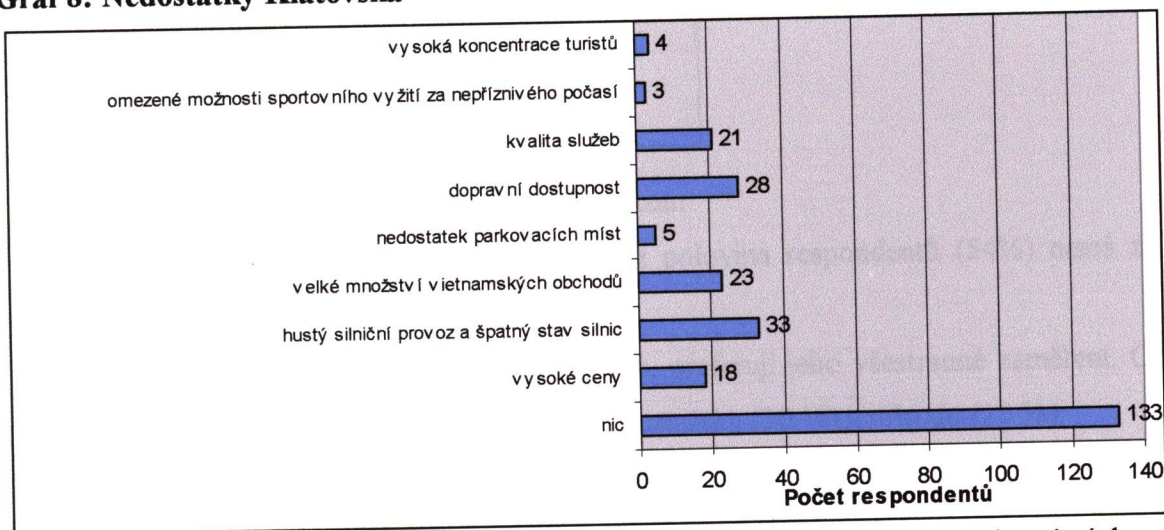
Graf 7: Přednosti Klatovska



Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 8 pak přibližuje, co respondent na Klatovsku hodnotí negativně. Nejčastěji je kritizován hustý silniční provoz a špatný stav silnic, dopravní dostupnost a velké množství vietnamských obchodů. U hodnocení kvality služeb se nejčastěji jedná o připomínky k ubytovacím a stravovacím službám. Téměř polovina respondentů neshledává na Klatovsku žádná negativa.

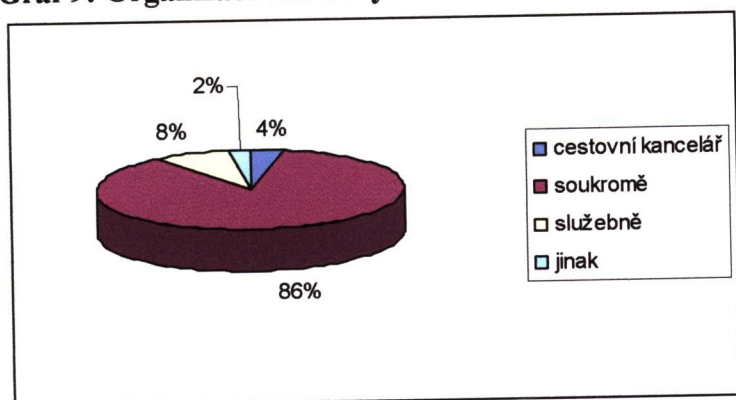
Graf 8: Nedostatky Klatovska



Zdroj: Vlastní výzkum

9. Jak je Vaše návštěva organizována?

Graf 9: Organizace návštěvy

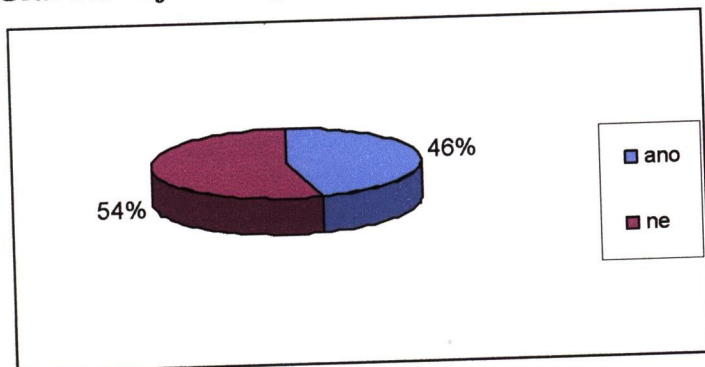


Zdroj: Vlastní výzkum

Respondent byl dotázán, kým byla cesta organizována. 86 % z dotázaných si cestu zorganizovali sami. 8 % z dotázaných uvedlo jako hlavního organizátora svého zaměstnavatele a pouze 4 % využilo služeb cestovních kanceláří. Do položky „jinak“ byli zahrnuti návštěvníci, kteří přijeli se školou, sportovním klubem, či jinou organizací.

10. Měl(a) byste zájem o nabídku organizovaného pobytu na Klatovsku?

Graf 10: Zájem o organizovaný pobyt na Klatovsku

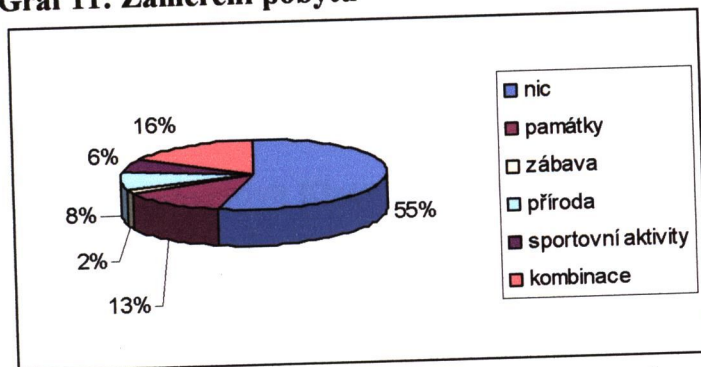


Zdroj: Vlastní výzkum

Z výše uvedeného grafu vyplývá, že více než polovina respondentů (54%) nemá zájem o nabídku organizovaného pobytu na Klatovsku.

Ti, kteří projevili zájem o organizovaný pobyt, preferují jeho všestranné zaměření. Co se týče úzce zaměřených pobytů, největší zájem je o památky (30 %) a přírodu (18 %).

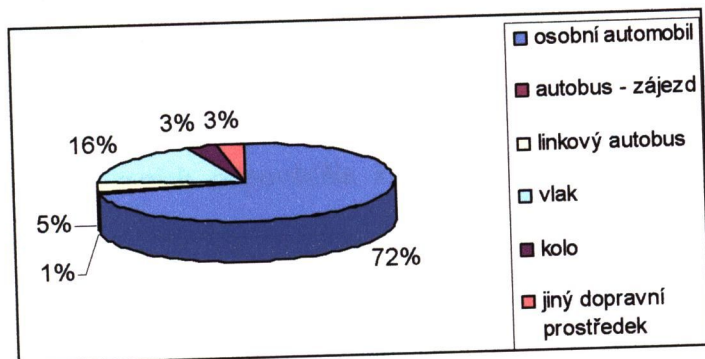
Graf 11: Zaměření pobytu



Zdroj: Vlastní výzkum

11. Jakým způsobem jste se dopravil(a) do tohoto regionu?

Graf 12: Použitý dopravní prostředek

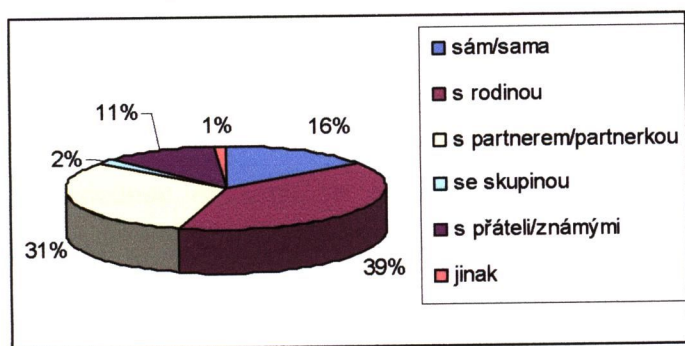


Zdroj: Vlastní výzkum

Z grafu 12 je zřejmé, že nejčastěji využívaným dopravním prostředkem pro dopravu do regionu je osobní automobil (72 %). 16 % návštěvníků se do regionu dopraví vlakem a pouhých 5 % využívá spojů autobusových linek.

12. S kým cestujete?

Graf 13: S kým respondent cestuje

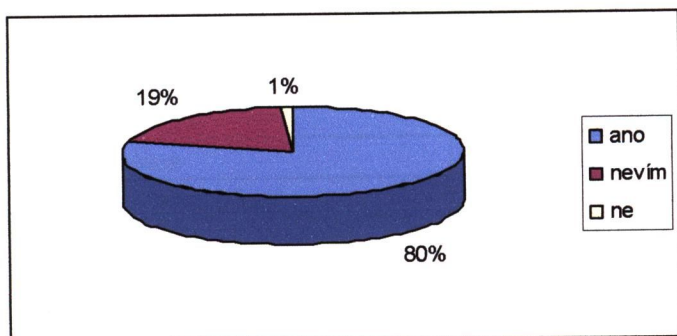


Zdroj: Vlastní výzkum

Na otázku „S kým cestujete?“ uvedlo 38 % respondentů, že cestují s rodinou, téměř jedna třetina dotázaných s partnerem či partnerkou a 16 % respondentů přijelo samo. Podíl lidí, kteří do regionu přijíždějí sami, představuje lidi na služební cestě.

13. Hodláte navštívit Klatovsko i v budoucnu?

Graf 14: Opětovná návštěva Klatovska

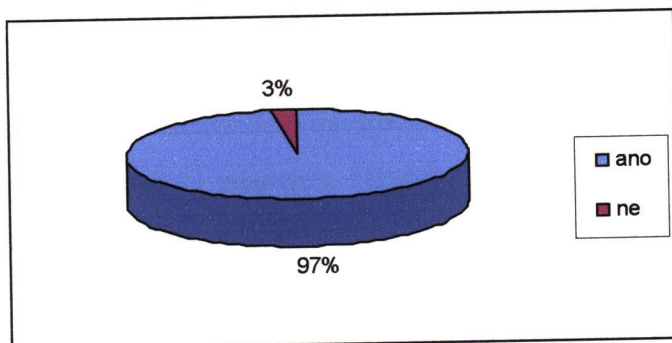


Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 14 znázorňuje, zda se návštěvníci chystají do regionu v budoucnu opět zavítat. Většina z nich odpověděla kladně (80 %). Téměř pětina respondentů (19 %) zatím není o návratu přesvědčena a pouze 3 respondenti (1 %) uvedli, že již do regionu zavítat nechtějí.

14. Doporučíte návštěvu Klatovska svým známým?

Graf 15: Doporučení známým



Zdroj: Vlastní výzkum

Posledním dotazem se zjišťovalo, zda dotazovaní doporučí návštěvu Klatovska svým známým. 97 % respondentů návštěvu svým známým doporučí a pouze 3 % ji nedoporučí.

15. Údaje o respondentovi

Tabulka 1: Údaje o respondentovi

Pohlaví		Věk	
muž	135	do 15 let	3
žena	133	16 - 30 let	91
Bydliště		31 - 50 let	127
		51 - 65 let	44
Praha	60	66 let a více	3
Plzeňský kraj	71	Dosažené vzdělání	
Ústecký kraj	7	základní	15
Středočeský kraj	30	vyučen(a)	41
Jihočeský kraj	21	středoškolské	167
Královéhradecký kraj	11	vysokoškolské	45
Karlovarský kraj	5	Zaměstnání	
Pardubický kraj	3	student	32
kraj Vysočina	3	podnikatel	40
Moravskoslezský kraj	6	zaměstnanec veřejného sektoru	65
Jihomoravský kraj	3	zaměstnanec soukromého sektoru	100
Slovenská republika	6	důchodce	13
SRN	32	na mateřské dovolené	11
Nizozemsko	9	nezaměstnaný	7
Rakousko	1		

Zdroj: Vlastní výzkum

4.3.2.2 Profil návštěvníka Klatovska

Z uvedeného průzkumu lze vyvodit profil typického návštěvníka Klatovska. Typickými návštěvníky regionu jsou lidé vzdělaní (více než tři čtvrtiny návštěvníků má nejméně středoškolské vzdělání), kteří milují přírodu, aktivní dovolenou a oceňují klid a kvalitní

životní prostředí. Téměř polovina z nich jsou lidé středního věku. Na Klatovsko přijíždějí buďto sami, s rodinami nebo s partnery a jsou mobilní, stráví zde obvykle 4 – 7 dnů. Převážně jde o zaměstnance, podnikatele nebo studující. Místem trvalého bydliště je velice často Plzeňský kraj, Praha a Středočeský kraj. Nejvíce zahraničních návštěvníků přijíždí do regionu ze SRN. Nejčastěji návštěvníci přenocují v penziónech, dále v kempu, tábořišti a u příbuzných či známých. Návštěvníci jezdí na Klatovsko hlavně kvůli turistice a poznávání přírodních krás, někteří z nich také za historickými a architektonickými památkami. Většina z nich chce Klatovsko navštívit opakovaně a oblast doporučit svým známým.

Na tomto základě je možné stanovit tři hlavní cílové skupiny návštěvníků Klatovska:

- aktivně orientovaní turisté
- milovníci přírody
- rodiny s dětmi

4.4 Analýza produktů cestovního ruchu na Klatovsku

4.4.1 Produktové balíčky dle agentury CzechTourism

Produktové balíčky jsou prezentovány nejen prostřednictvím databáze na internetových stránkách agentury CzechTourism, ale i formou tištěného katalogu, který nese název „Obchodní dům turistických produktů“. [31]

Obchodní dům turistických produktů je určen širokému okruhu uživatelů – cestovními kanceláři počínaje a individuálním turistou konče. Pro cestovní kanceláře je to dokonalý přehled turistických produktů, které mohou zařadit do své nabídky, a pro turisty, ať už individuální nebo pro turistické skupiny je to výborný zdroj inspirace. Bez složitého zařizování, plánování a vymýšlení programu si z nabídky pohodlně vyberou ten pravý balíček služeb, který si poté zakoupí v cestovní kanceláři.

Turistické produkty uvedené v obchodním domě mohou mít následující charakter:

- 1 - Pobytový
- 2 - Poznávací
- 3 - Historie a architektura, městská turistika
- 4 - Pobyty v přírodě, hobby, sportovní aktivity (cyklo, pěší turistika, hippo, hory atd.)
- 5 - Relaxace, fitness, wellness
- 6 - Lázeňské a léčebné pobyty
- 7 - Spotřební zábava (nákupy, noční zábava, gastronomie atd.)
- 8 - Programové nabídky

Bez nudy na Šumavě

Charakter produktu: 1, 4, 5

Určení: individuální turistika, CK pro domácí cestovní ruch, CK pro incoming

Minimální počet osob: 1 – 2

Počet noclehů: 2 – 7

Typ ubytování: hotel

Typ stravování: polopenze

Popis: Mikroregion Kašperskohorsko na Šumavě je skvělou destinací pro aktivní dovolenou v průběhu celého roku. V místě se nachází moderní skiareál s umělým zasněžováním a večerním lyžováním, lyžařskou školou a půjčovnou lyžařského vybavení. Dle sněhových podmínek jsou v okolí upravovány běžecké trasy. Jaro nabízí možnost splavování řeky Otavy v různých úsecích na raftech či kánoích. Celý region nabízí řadu tras s různou náročností pro pěší turistiku i pro cyklisty.

Zájemci si mohou vybrat z následující nabídky:

- **Týden bez nudy** - osmidenní sportovně-relaxační pobyt na horách se zaměřením na aktivní indoor a outdoor aktivity dle aktuální sezóny a následný odpočinek a relaxaci.
- **Nadýchněte se ...** - čtyřdenní sportovně-relaxační pobyt zahrnuje mimo ubytování neomezený vstup do fitness a venkovního vyhřívaného bazénu, vstupy do relaxačního centra a další aktivity na výběr.
- **Golfový balíček** - na 3 dny nabízí 2x green fee na 18jamkovém hřišti ve Zwieslu (SRN), 1x 2 hodiny v koňském sedle nebo horské kolo na celý den, 30 min. relaxační masáž, neomezený vstup do fitness a venkovního solárně vyhřívaného bazénu, 1 hodina billiard + 1x video na pokoj.
- **Totální relaxace** – třídní relaxační pobyt zahrnuje 2x relaxační centrum (sauna, vířivka, odpočívárna), 30 min. relaxační masáž, 10 min. v turbosoláriu, 1x zapůjčení běžeckého vybavení nebo horského kola s přilbou nebo jízdenku na večerní lyžování do lyžařského areálu Lišák, neomezený vstup do fitness a do venkovního solárně vyhřívaného bazénu (jen v létě), 1 hodina billiardu.
- **Skvělý rodinný týden** - aktivní dovolená pro celou rodinu, součástí je fitness centrum bez omezení, 2x relax (sauna, vířivka, odpočívárna), běžky nebo horská kola nebo permanentka do skiareálu, vyjíždka na saních nebo v létě kočárem, billiard, barbecue, venkovní bazén a řada dalších aktivit.

Cena: 1 990 – 12 850 Kč včetně ubytování, služeb dle itineráře, půjčovného a speciálního programu

Lze dokoupit: doprava, stravování, doplňkové a externí služby (koně, vstupenky na akce, pedikúra, kadeřnictví)

Kontakt: BW Aparthotel Šumava 2000,

Náměstí 8, 341 92 Kašperské Hory,

tel. +420 376 546 910, +420 603 253 242, fax +420 376 546 920,

info@sumava2000.cz, www.sumava2000.cz.

Vintířova stezka

Charakter produktu: 4

Určení: individuální turistika

Minimální počet osob: 1

Počet noclehů: 4

Typ ubytování: hotel

Typ stravování: snídaně

Popis: čtyřdenní pěší, popřípadě cykloturistické putování po české straně Vintířovy stezky.

Intinerář:

1. etapa: Prášíly – Hartmanice (15 km).

2. etapa: Hartmanice – Sušice (15,5 km).

3. etapa: Sušice – Horažďovice (19,5 km).

4. etapa: Horažďovice – Blatná (25 km).

Cena: 940 – 2 741 Kč včetně ubytování a stravování

Kontakt: AgAkcent s.r.o.,

Nalžovské Hory, část Ústaleč 84, 341 42 Kolinec,

tel. +420 376 310 957,

vintir@agakcent.cz.

Šumavským národním parkem na kole

Charakter produktu: 4

Určení: individuální turistika, CK pro incoming

Minimální počet osob: 1

Počet noclehů: 7

Typ ubytování: penzion

Typ stravování: polopenze

Popis: osmidenní cykloturistický program pro 1 – 14 osob s nebo bez převozu zavazadel. Denní vzdálenost je 17 – 50 km v lehkém a středním terénu. Možnost prodloužení programu o ubytování v Praze.

Itinerář:

- 1. den:** příjezd do Vimperka v podhůří Šumavy.
- 2. den:** výlet do okolí boubínského pralesa, jednoho z posledních ostrovů zeleně v Evropě.
- 3. den:** scénickou přírodou Javorníků, které nabízejí nádherné výhledy na Šumavu.
- 4. den:** výlet do okolí směrem k horskému hřebenu, kolem šumavských statků až k Jezerní slati, jedinečné přírodní rezervaci s masožravými rostlinami.
- 5. den:** výlet údolím řeky Vydry s tzv. kamennými hrnci – přírodními kamennými útvary, vymletými vodou.
- 6. a 7. den:** fakultativní výlet k ruinám hradu Kašperk a do středověkých zlatokopeckých Kašperských Hor, nebo údolím Busilu k starým vesničkám, ve kterých jakoby se zastavil čas.
- 8. den:** odjezd.

Cena: 9 025 – 10 570 Kč včetně ubytování, stravování a služeb dle itineráře

Kontakt: COUNTRYSIDE & HERITAGE Holidays,

Šumavská 31b, 612 54 Brno,

tel. +420 541 235 822, +420 604 234 707,

info@heritage-trails.cz, www.heritage-trails.cz.

Turistická karta Šumava – Český les: tři dny s rodinou v Pošumaví

Charakter produktu: 4

Určení: individuální turistika

Minimální počet osob: 3

Počet noclehů: 3

Typ ubytování: kemp

Typ stravování: bez stravování

Popis: třídenní rodinný pobyt s možností využití čerpání slev prostřednictvím Turistické karty Šumava – Český les.

Itinerář:

- 1. den:** Klatovy – prohlídka města spojená s návštěvou historických památek, oběd, Hnačov – ubytování v autokempu na tři noci, odpočinek u vody, sportovní aktivity.
- 2. den:** cyklistický výlet (na vypůjčených kolech) – trasa: Plánice – Oselce, Chanovice (cca 35 km), návštěva Horažďovic – prohlídka města, návštěva bazénu s tobogánem.

3. den: Sušice – prohlídka města, Dobrá Voda – návštěva významného poutního místa a muzea, oběd v Nové Hůrce, procházka k jezerům Laka či Prášílskému jezeru, Kašperské Hory – Muzeum historických motocyklů a Expozice české hračky, prohlídka města.

Cena: 3 693 – 4 225 Kč včetně ubytování, vstupů, služeb dle itineráře, půjčovného a dalších služeb

Kontakt: AgAkcent s.r.o.,

Nalžovské Hory, část Ústaleč 84, 341 42 Kolinec,

tel. +420 376 310 957.

Pěší putování za zeleným dědictvím Šumavského národního park

Charakter produktu: 4

Určení: individuální turistika, CK pro incoming

Minimální počet osob: 1

Počet noclehů: 7

Typ ubytování: penzion

Typ stravování: polopenze

Popis: osmidenní pěší program bez průvodce pro 1 – 6 pěších turistů s přepravou zavazadel. Denní vzdálenosti pěších tras jsou 7 – 25 km, trasy jsou lehké až středně obtížné.

Itinerář:

1. den: příjezd do Vimperka v šumavském podhůří.

2. den: okružní výlet do boubínského pralesa, jednoho z posledních panenských ostrůvků původních pralesů v Evropě.

3. den: půvabnými končinami šumavského podhůří s nádhernými výhledy na horské masivy přes vrch Javorník do Michalova.

4. den: okružní výlet mezi šumavskými samotami k přírodní rezervaci Jezerní slat' se vzácnou masožravou flórou.

5. den: z Horské Kvildy ležící uprostřed zadumaných náhorních planin dolů kolem jiskřivé řeky Vydry, proslulé svými fantastickými obřími kamennými hrnci.

6. a 7. den: několik různých možností výletů – ke zřícenině hradu Kašperk s prohlídkou Kašperských Hor, dávného zlatokopeckého města nebo cesta vesnicemi šumavského podhůří s původními stavbami, kde se čas jakoby zastavil, a půvabným busilským údolím, jinou možností je výlet k ledovcovým jezerům Laka a Prášílskému jezeru.

8. den: odjezd.

Cena: 9 025 – 10 570 Kč včetně ubytování, stravování a služby dle itineráře

Kontakt: COUNTRYSIDE & HERITAGE Holidays,
Šumavská 31b, 612 54 Brno,
tel. +420 541 235 822, +420 604 234 707,
info@heritage-trails.cz, www.heritage-trails.cz.

4.4.2 Vybrané turistické produkty

Aquapark v Horažďovicích

Charakter produktu: relaxační, sportovní

Určení: pro mladé a aktivní

Časová dostupnost: celoročně

Popis: jeden z nejmodernějších krytých plaveckých bazénů v České republice s řadou vodních atrakcí (62 metrů dlouhý tobogán, perličková lázeň, umělé vlnobití, vodní hřib a další). V komplexu aquaparku je možno také navštívit saunu či fitcentrum, využít služeb masáže a vyzkoušet horolezeckou stěnu. Občerstvení zajišťuje restaurace, kterou lze navštívit i z bazénové haly. Turistické informační centrum Zlaté slunce v Horažďovicích zorganizuje program pro skupinový výlet. [48]

Cena: 130 Kč/den (40 Kč/hod.) pro dospělé včetně využití všech vodních atrakcí, slevy jsou poskytovány pro děti, důchodce, držitele karet ZTP a skupiny

Lze dokoupit: stravování, doplňkové služby (sauna, masáže a fitcentrum)

Kontakt: Centrum Zlaté slunce,
Prešovská 7, 306 37 Horažďovice,
tel. +420 377 360 951, +420 724 343 292,
info@zlateslunce.cz.

Barokní zámek a skanzen v Chanovicích

Charakter produktu: poznávací (kultura a architektura)

Určení: pro zvědavé rodiny

Časová dostupnost: celoročně

Popis: původně gotická tvrz z první poloviny 15. století, přestavěná na barokní zámek. V zámeckých interiérech je umístěna expozice lidového hračkářství a řemesel. Nedaleko zámku se nachází skanzen lidové architektury s roubenými kolnami, špýcharem, stodolou, obytnými chalupami a sušárnou ovoce. Skanzen je možno navštívit samostatně či s průvodcem. [40]

Cena: zámek – 10 Kč pro děti i dospělé, skanzen – dobrovolné vstupné

Lze dokoupit: stravování, doplňkové služby (průvodce, pronájem prostor)

Kontakt: Zámek a skanzen Chanovice,

Chanovice 36, 341 52 Chanovice,

tel. +420 376 514 353.

Jak se žije v hájovně – Calverova farma

Charakter produktu: relaxační, rehabilitační, pobytový

Určení: pro starší a pro sportovní rodiny

Časová dostupnost: celoročně

Popis: odpočinek na malé rodinné farmě, která se zabývá chovem koní a herofordského skotu.

Nabízí ubytování ve stylové chalupě na úplné samotě a vyjížďky na koních. Pro úplné začátečníky jsou určeny kratší vyjížďky do přírody nebo výuka pod vedením odborného cvičitele v jízdárně, pro zdatnější jezdce i vícedenní vyjížďky. Specialitou farmy je odborná hipporehabilitaci a animoterapie pro postižené děti a mládež. [40]

Cena: ubytování – 1 000 Kč/celý objekt/noc

Lze dokoupit: doplňkové služby (jízda na koních, sauna, odborná hippoterapie)

Kontakt: Calverova farma,

Habartice 55, 339 01 Klatovy,

tel. +420 608 642 718, +420 732 864 167,

calverova@jizdarna.cz, www.calverova.jizdarna.cz.

Romantika na Šumavě – Ranč Fantasie

Charakter produktu: pobytový, relaxační, sportovní

Určení: pro starší a pro sportovní a zvědavé rodiny

Časová dostupnost: celoročně

Popis: pobyt na stylovém ranči v předhůří Šumavy, který nabízí turistiku na koních ve formě hodinových až celodenních vyjížděk či vícedenního putování s přespáním v přírodě. Pobyt může být zpestřen jízdou se psím spřežením, raftováním na šumavských řekách či ochutnáváním domácích produktů – mléko, tvaroh, sýr a vejce z ekologické farmy. [40]

Cena: ubytování ve stylové chalupě – 250 Kč/osoba/noc

Lze dokoupit: stravování, doplňkové služby (jízda na koních, speciální programy)

Kontakt: Ranč Fantasie,

Mlázovy E-6, 341 42 Kolinec,

tel. +420 376 594 528,

ranchfantasie@sumava.net, <http://ranchfantasie.sumava.net/start.asp>.

Westernový ranč Podolí

Charakter produktu: pobytový, relaxační, sportovní

Určení: pro starší a pokročilé, sportovní a zvědavé rodiny

Časová dostupnost: celoročně

Popis: pobyt na ranči v malebné šumavské přírodě. Ranč je zařízen ve westernovém stylu s možností ubytování v dřevěných srubech nebo noclehu v originálních indiánských TEE-PEE. Klienti si mohou vybrat z pestré nabídky programů - rybařením počínaje a vyjížděkami na koních konče. Okolí ranče je vhodné zejména pro pěší turistiku a cykloturistiku. [40]

Cena: ubytování v dřevěném srubu - 700 – 800 Kč/srub/noc,

v TEE-PEE – 200 Kč/TEE-PEE/noc.

Lze dokoupit: stravování, doplňkové služby (vyjížděky na koních)

Kontakt: Western ranč Podolí,

Podolí, 341 42 Kolinec,

Tel. +420 606 171 999,

rancpodoli@centrum.cz.

Sportovní areál Špičák

Charakter produktu: sportovní, pobytový

Určení: pro mladé a aktivní, pro sportovní rodiny

Časová dostupnost: celoročně

Popis: největší sjezdařský areál na české straně Šumavy nabízející pět sjezdovek a dvě cvičné louky v celkové délce 7,2 km. Pro snowboardisty je v dolní části sjezdovky č. 1 vybudován snowpark. Převážně lyžařů zajišťuje jedna čtyřsedačková lanovka s nástupním kobercem a osm vleků s celkovou přepravní kapacitou 5 200 osob/hodina. Přimo v areálu se lze celoročně ubytovat ve třech chatách, dvě z nich nabízí i možnost stravování. V zimní sezóně je v provozu lyžařská škola, servis a půjčovna lyží a snowboardů. [48]

V létě má Sportovní areál Špičák, ale především celá oblast Železnorudska příznivé podmínky pro pěší turistiku a cykloturistiku. V areálu se nachází sportovní hala, půjčovna horských a cestovních kol včetně dětských sedaček a cvičná horolezecká stěna. Zájemcům o turistiku poskytne společnost Sport service spol. s r. o., která je provozovatelem celého areálu, poradenskou službu o Šumavě a větším skupinám na horských kolech připraví zajímavé netradiční trasy po Šumavě se zkušeným průvodcem včetně dopravy 15ti kol a osob.

Cena: jednodenní jízdenka 450 Kč pro dospělé (jedna jízda 80 Kč), slevy jsou poskytovány pro děti, důchodce, držitele karet ZTP a skupiny

Lze dokoupit: ubytování, stravování, doplňkové služby (servis a půjčení lyžařské výzbroje, lyžařská škola, pronájem sportovní haly atd.)

Kontakt: Sport service spol. s r. o.,
Špičák 77/17, 340 00 Železná Ruda,
tel. +420 376 397 167,
info@spicak.cz, www.spicak.cz.

Svět motocyklů a hraček

Charakter produktu: naučný, kulturní

Určení: pro zvědavé rodiny

Časová dostupnost: celoročně

Popis: jedna z největších tuzemských kolekcí historických motocyklů a hraček. Sbírkou motocyklů obsahuje 70 strojů, některé vystavené exponáty jsou světové unikáty. Její součástí je i expozice historických jízdních kol. Expozice české hračky je zaměřená na současnou produkci a vývoj české lidové hračky v průběhu několika staletí. V letních měsících se na nádvoří budovy hrají loutková divadla a funguje obchod nabízející dřevěné hračky. [46]

Kontakt: Muzeum historických motocyklů a expozice české hračky,
Vimperská 12, 341 19 Kašperské Hory,
tel. +420 606 737 041, +420 377 982 570,
moto-muzeum.zdenek.balek@seznam.cz.

Poznávání strašidel na Šumavě - Pohádková země

Charakter produktu: zábavní

Určení: pro zvědavé rodiny

Časová dostupnost: celoročně

Popis: stálá expozice skřítků, víl, vodníků a dalších pohádkových bytostí, jejíž součástí je i venkovní naučná stezka Pohádkových skřítků. Pohádková země vznikla na základě návrhu spisovatelky, grafičky a ilustrátorky Vítězslavy Klimtové. [48]

Cena: 20 Kč/osoba

Lze dokoupit: ubytování, stravování

Kontakt: Horský areál Brčálník – Hotel Fanda,
340 06 Hojsova Stráž,
tel. +420 376 390 163,
info@pohadkovazeme.cz.

Dostupná Šumava

Charakter produktu: poznávací

Určení: pro starší a pro osoby se sníženou mobilitou

Časová dostupnost: mimosezónní

Popis: celodenní autobusové zájezdy s průvodcem, určené pro osoby se sníženou mobilitou.

Pro cesty je vyhrazeno období mimo hlavní turistickou sezónu a to na jaře od poloviny května do poloviny června a na podzim od září do konce října. [43]

Kontakt: ČSAD Sušice,

tel. +420 376 524 703, susice@csadplzen.cz.

4.4.3 Zhodnocení nabídky produktů cestovního ruchu z hlediska cílových skupin

Region Klatovsko nabízí širokou škálu turistických produktů a produktových balíčků pro různé cílové skupiny, které mají sezónní či celoroční charakter. Základní produktové balíčky jsou prezentovány v katalogu „Obchodní dům turistických produktů“, vydávaném agenturou CzechTourism. Většina turistických produktů se však do podvědomí návštěvníků dostává prostřednictvím Internetu, médií a propagačních materiálů, které jsou k dispozici v regionální informačních centrech, místních cestovních kancelářích a na mnoha dalších veřejně přístupných místech.

Značnou část regionu zaujímá Šumava, na kterou se váže velké množství produktů cestovního ruchu. Díky svému jedinečnému přírodnímu bohatství, výhodné geografické poloze a kvalitě životního prostředí je Šumava hlavním lákadlem mnoha návštěvníků Klatovska. Jedná se především o aktivně orientované turisty, kterým Šumava nabízí velmi dobré podmínky pro pěší turistiku a cykloturistiku, v zimě pro běžecké a sjezdové lyžování. Tato cílová skupina může vybírat z pestré nabídky turistických produktů a produktových balíčků, které jsou zaměřeny na nejrůznější sportovní aktivity. Jedním z příkladů nabízených produktových balíčků je „Šumavským národním parkem na kole“.

Nenarušená šumavská příroda láká do klatovského regionu také milovníky přírody, kteří v oblasti mohou obdivovat jedinečnou faunu a flóru a také nenapodobitelné přírodní scenérie. V rámci České republiky se jedná o jeden z nejzachovalejších ekosystémů. Pro tuto cílovou skupinu je připravena řada naučných stezek s různým zaměřením, příkladem může být zážitková stezka na Březníku. Na obdivování a poznávání přírodního bohatství je zaměřeno několik produktových balíčků, například „Pěší putování za zeleným dědictvím Šumavského národního parku“. V zimních měsících mohou pro obdivování Šumavy a jejích krás využívat strojově upravovaných běžeckých stop.

Další významnou cílovou skupinou Klatovska jsou rodiny s dětmi. Tato početná skupina může využít turistických produktů a produktových balíčků dle svého zaměření a svých možností. Jedním z nejpřitažlivějších produktů nabízených této skupině je stálá expozice „Pohádková země“, jejíž součástí je naučná stezka Pohádkových skřítků.

4.5 SWOT analýza

SWOT analýza je užitečnou součástí celkové situační analýzy podniku, regionu, příp. projektu a slouží k základní identifikaci vnitřní a vnější situace konkrétního subjektu na základě dosavadního vývoje, současného stavu a odhadu možného budoucího vývoje.

SWOT analýza, jejíž název je odvozen od počátečních písmen anglických termínů (S – strenghts, W – weaknesses, O – oportunities, T - threats), v překladu představující silné stránky (S), slabé stránky (W), příležitosti (O) a hrozby (T), tvoří logický rámec vedoucí ke konkrétnímu systematickému zkoumání vnitřních předností a slabin, vnějších příležitostí a ohrožení i k vyslovení základních strategických alternativ.

Silné a slabé stránky SWOT analýzy se vztahují k vnitřní situaci podniku nebo regionu, popř. jiného sledovaného subjektu. Na jejich základě lze identifikovat faktory, které mohou být důležité pro budoucí úspěchy a nezdary. Úkolem manažera jakékoliv organizace je proto kriticky a co možná nejúplněji a nejpřesněji určit silné stránky podniku a plně je využít. Zjištěné slabé stránky, které jsou chápány jako problémy, je nutné se pokusit negovat.

Analýza a poznání vnějších podmínek prostředí umožní subjektu správné zhodnocení vlastních sil a nalezení optimálního způsobu využití možných příležitostí a odvrácení případných hrozeb se záměrem nalézt konkurenční přednosti a mezery na trhu, které lze vlastními produkty vyplnit. [3]

4.5.1 SWOT analýza regionu Klatovsko

Východiskem pro tvorbu SWOT analýzy cestovního ruchu na Klatovsku byla situační analýza, dotazníkové šetření, zpracované rozvojové dokumenty Plzeňského kraje (Program rozvoje územního obvodu Plzeňského kraje a Program rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji) a zpracovaný rozvojový dokument pro turistický region Šumava – Cestovní ruch na Šumavě.

Pro posouzení silných a slabých stránek byly vytipovány a vymezeny faktory, které by měly naplňovat jejich podstatu. Každý vybraný faktor byl považován za sledovaný faktor a ohodnocen z hlediska vlivu na region. Sledované faktory byly seřazeny v pořadí bez

výrazného třídění, označeny písmeny od A do V a klasifikovány jako dobré, průměrné nebo špatné. Vzhledem k tomu, že důležitost sledovaných faktorů není stejná, byly posuzovány také z hlediska závažnosti. Zjištěné skutečnosti byly potom zaneseny do tabulky 2.

Tabulka 2: Hodnocení faktorů z hlediska závažnosti a výkonnosti

Hodnocené faktory	Posouzení stavu			Závažnost		
	dobry	průměrný	špatný	vysoká	průměrná	nizká
A. geografická poloha	●			●		
B. dopravní dostupnost		●		●		
C. dopravní obslužnost			●		●	
D. kvalita dopravní infrastruktury		●			●	
E. značení přístupových cest		●		●		
F. kvalita životního prostředí	●			●		
G. krajina a přírodní podmínky	●			●		
H. množství kulturních, církevních a historických památek	●			●		
I. kulturní a sportovní akce	●			●		
J. kapacita ubytovacích zařízení		●			●	
K. kapacita stravovacích zařízení	●					●
L. kvalita poskytovaných služeb			●		●	
M. vzhled obcí podél hlavní příjezdové komunikace ze SRN			●		●	
N. využití volného času		●		●		
O. možnosti pěší turistiky	●			●		
P. možnosti cykloturistiky	●			●		
Q. podmínky pro zimní sporty	●			●		
R. informace pro návštěvníky		●		●		
S. cenová image regionu	●				●	
T. destinační management			●	●		
U. komunikace a kooperace mezi klíčovými činiteli CR v regionu			●	●		
V. prezentace a propagace regionu		●		●		

Zdroj: Vlastní zpracování

Výkonnost a závažnost ve vzájemných souvislostech je komplexně zachycena v tabulce

3. Tutéž souvislost vyjadřuje i matice závažnost/výkonnost.

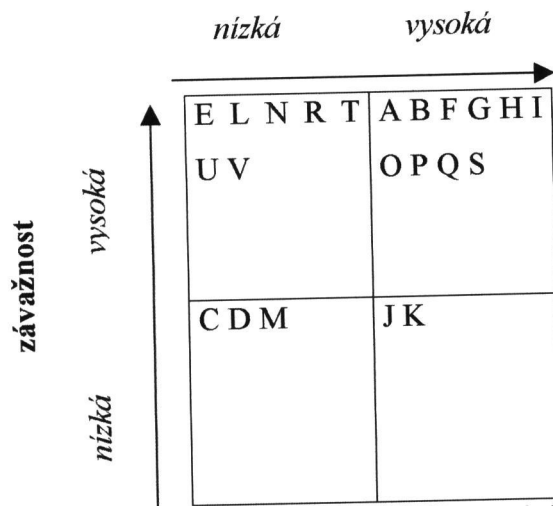
Tabulka 3: Výkonnost a závažnost ve vzájemných souvislostech

		Výkonnost		
		dobrý	průměr	špatný
Závažnost	vysoká	A F G H I O P Q	B E N R V	T U
	průměrná	S	D J	C L M
	nizká	K		

Zdroj: Vlastní zpracování

Obrázek 1: Matice závažnost/výkonnost

výkonnost



Zdroj: Vlastní zpracování

Faktory v levém horním kvadrantu představují **slabé stránky**, vzhledem k vysoké důležitosti potřebují výkonnostně posílit. Jsou to:

- značení přístupových cest

V jednotlivých oblastech klatovského regionu existují značné rozdíly ve značení přístupových cest. Odlehlá místa regionu jsou značena hůře, zatímco turisticky atraktivní lokality se s tímto problémem nepotýkají. Tuto skutečnost dokládá nejednotnost názorů respondentů při dotazníkovém šetření.

- kvalita poskytovaných služeb

V oblasti kvality poskytovaných služeb má region stále co dohánět. Nižší kvalitu služeb vykazují v důsledku menší konkurence zejména venkovské oblasti.

- využití volného času

Co se týče využití volného času, region má nedostatečnou infrastrukturu a nabídku pro mimosezónní období a nepříznivé počasí. Problémem je existence rozlehlých chráněných území, kde není možné realizovat projekty, které by tuto situaci zlepšily. Snad jen v případě výstavby či rekonstrukce hotelů by se mohlo více pamatovat na budování prostor určených pro efektivní trávení volného času (bazén, bowling, kulečnick atd.).

- informace pro návštěvníky

Rostoucí počet informačních středisek má za důsledek zvýšení informovanosti o regionu. Informační centra však nejsou rovnoměrně rozmístěna, nedostatečné je rovněž jejich vzájemné propojení. Přínosem by mohlo být i zkvalitnění jejich činnosti, tzn. vyvíjet větší iniciativu při aktualizování a vyhledávání nových informací o regionu.

- komunikace a kooperace mezi klíčovými činiteli CR v regionu

V regionu přetrvává nedostatečná úroveň spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem uvnitř i navzájem. Vhodné by bylo založit organizaci cestovního ruchu, která by jednotlivé subjekty propojila a zajistila jejich vzájemnou koordinaci a kooperaci.

- destinační management

Chybí zastřešující manažerská organizace cestovního ruchu s působností pro celý region.

- prezentace a propagace regionu

Prezentace a propagace regionu není jednotná, což může potenciálním návštěvníkům zkreslit představy o regionu. Neumožní jim dostatečně rychle sehnat potřebné informace, a to může mít vliv na jejich rozhodnutí, zda region navštíví.

Faktory v pravém horním kvadrantu prezentují **silné stránky**. Jsou považovány za nejdůležitější faktory pro prosperitu regionu, a proto je nezbytné se soustředit na udržení jejich pozice. Jedná se o tyto faktory:

- geografická poloha

Území regionu Klatovsko se rozprostírá v jihozápadních Čechách při hranici se SRN. Svou výhodnou geografickou polohou vůči EU, Praze a západočeským lázním vytváří velmi dobré předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu.

dopravní dostupnost

Dopravní dostupnost regionu z vnitrozemí i ze sousední příhraniční oblasti je dobrá, zejména díky husté silniční a železniční síti a síti hraničních přechodů.

kvalita životního prostředí

Region se v rámci České republiky řadí mezi oblasti s nejkvalitnějším životním prostředím, což je dáno existencí NP a CHKO Šumava.

krajina a přírodní podmínky

Region se vyznačuje rozmanitými přírodními podmínkami. Tato pestrost je podmíněna především reliéfem. Dominantním přírodním fenoménem je pásmo pohraničního pohoří na jihozápadě – Šumava, kde bylo vyhlášeno několik přírodních rezervací. Značnou část regionu (43,2 %) zaujímají lesní porosty.

množství kulturních, církevních a historických památek

Region disponuje velmi bohatou nabídkou kulturně historických atraktivit. Hlavním lákadlem pro návštěvníky je především bohatá nabídka hradů, zámků, tvrzí i jejich zřícenin a četných církevních staveb (kostelů, kaplí, křížových cest se zastaveními).

kulturní a sportovní akce

V regionu je pořádán dostatek kulturních a sportovních akcí, které každoročně přilákají tisíce návštěvníků jak z České republiky, tak ze zahraničí.

možnosti pěší turistiky

Území má velmi dobré dispozice pro aktivní pěší turistiku zaměřenou na poznávání přírodních atraktivit, historických a církevních památek, kulturních zajímavostí a tradic. Území je protkáno hustou sítí turistických značených tras.

možnosti cykloturistiky

V regionu jsou dobré podmínky pro cykloturistiku. V posledních letech byla zejména v oblasti Šumavy vybudována atraktivní síť cyklotras různé náročnosti, která se průběžně rozšiřuje. Některé trasy jsou napojeny na síť cyklotras v sousedním Bavorsku.

podmínky pro zimní sporty

Klatovsko nabízí velmi dobré podmínky pro zimní sporty. V regionu je vybudováno několik lyžařských středisek, které nabízejí svým návštěvníkům kompletní servis.

cenová image regionu

Region je cenově dostupný jak pro českou, tak pro zahraniční klientelu. Produkty jsou nabízené v různých cenových hladinách a záleží na každém, kolik chce za produkty utratit. Výsledky dotazníkového šetření tuto skutečnost potvrzují.

Faktory v levém dolním kvadrantu nejsou příliš důležité, prioritní pro budoucnost regionu.

- dopravní obslužnost
- kvality dopravní infrastruktury
- vzhled obcí podél hlavní příjezdové komunikace

Faktory v pravém dolním kvadrantu jsou faktory nízké důležitosti, v nichž se však výrazně projevuje síla regionu. Proto je nezbytné posoudit možné nebezpečí zbytečně vynakládaného úsilí.

- kapacita ubytovacích zařízení
- kapacita stravovacích zařízení

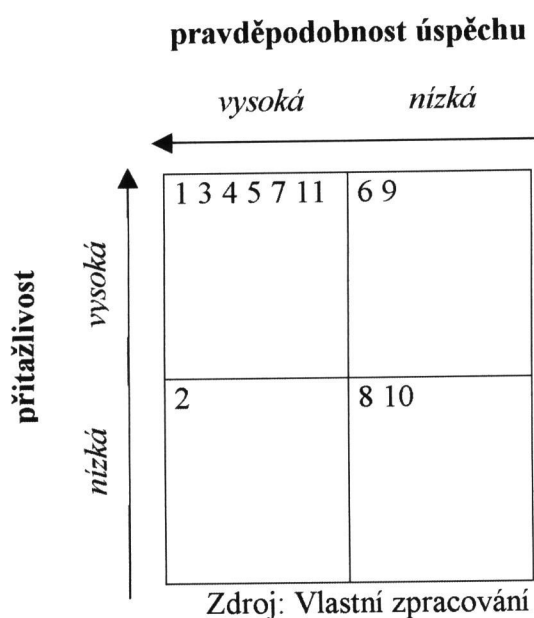
K posouzení příležitostí a ohrožení bylo rovněž využito matice, a to matice příležitostí a ohrožení. V matice příležitostí je na horizontální ose znázorněna pravděpodobnost úspěchu a na vertikální ose míra přitažlivosti. Vytipované příležitosti byly ohodnoceny podle obou hledisek a poté zařazeny do matice (viz. obrázek 2). U matice ohrožení představuje horizontální osa pravděpodobnost výskytu a vertikální osa míru závažnosti ohrožení. Na základě těchto dimenzí byly ohodnoceny vytipovaná ohrožení, a poté zaneseny do matice (viz. obrázek 3).

Vytipované příležitosti:

1. Rostoucí poptávka v mezinárodním, národním i regionálním trhu volnočasových aktivit po specializovaných produktových balících (např. cykloturistika, pěší turistika, agroturistika, hippoturistika)
2. Významně rostoucí cílové skupiny seniorů a zájemců o aktivní pobyty a venkovskou turistiku
3. Výhodné podmínky pro možnost čerpání finančních prostředků z národních a mezinárodních fondů
4. Intenzivnější spolupráce se sousedními regiony při rozvoji CR
5. Možnost propojení turistických a kulturních aktivit s Bavorskem
6. Ochota občanů ke spolupráci v oblasti CR
7. Prodloužení sezónnosti - využití oblastí k aktivním formám odpočinku - turistika, cykloturistika
8. Zvýšení počtu zahraničních turistů
9. Růst zájmu tuzemců o pobyty a volnočasové aktivity v tuzemsku

10. Možnost podpory neznámých a málo navštěvovaných oblastí regionu
11. Využití zkušeností a obdobných zahraničních modelů při managementu destinace

Obrázek 2: Matice příležitostí



V levém horním kvadrantu jsou soustředěny nejlépe využitelné příležitosti, naopak v pravém dolním kvadrantu se nacházejí nevýznamné příležitosti. Pravý horní kvadrant prezentují příležitosti, které jsou vysoce atraktivní, avšak obtížně realizovatelné. Příležitost v levém dolním kvadrantu nevykazuje vysokou atraktivnost znamenající jasný úspěch. Příležitosti v pravém horním a levém dolním kvadrantu není dobré opomenout.

Vytipovaná ohrožení:

1. Sílcí pozice a rozvoj konkurenčních regionů ve vztahu k trhu CR
2. Poškození zdrojů cestovního ruchu (příroda, historické, architektonické, technické a kulturní atraktivita atd.) vlivem neorganizovaného rozvoje CR
3. Nedůvěra turistů (bezpečnost, služby, životní prostředí)
4. Růst zájmu o zimní dovolené v přímořských zemích
5. Nedostatečné využívání finančních zdrojů z fondů a programů EU
6. Nedostatečné pobídky pro investory do CR
7. Negativní postoj obyvatel k turistice
8. Podcenění kvalifikační a profesní přípravy odborníků v oblasti CR
9. Hospodářská recese v ČR a snižování koupěschopnosti tuzemského obyvatelstva
10. Odliv zaměstnanců z odvětví v důsledku stagnujících mezd

1. Lokální orientace municipalit
2. Zkrácení průměrné délky pobytu v důsledku nízké nabídky pro mimosezónní období a nepříznivé počasí
3. Neoslovení určitých segmentů turistů z titulu nedostatečné propagace
4. Snižování podpory rozvoje CR z celostátní úrovně
5. Přírodní katastrofy

Obrázek 3: Matice ohrožení

		pravděpodobnost výskytu	
		<i>vysoká</i>	<i>nizká</i>
závažnost	<i>vysoká</i>	1 2 5 6 8 11 15	3 7 9 10 14
	<i>nizká</i>	4 13	12

Zdroj: Vlastní zpracování

V levém horním kvadrantu se vyskytují nejvýraznější hrozby, naopak v pravém dolním kvadrantu jsou zachycena málo závažná ohrožení. Hrozby v pravém horním a levém dolním kvadrantu sice bezprostředně region neohrožují, ale nelze je vzhledem k budoucímu vývoji zanedbat.

Závěrečný stručný a přehledný výsledek SWOT analýzy je uveden v následující tabulce.

Tabulka 4: Výsledek SWOT analýzy

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
Vnitřní	<p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> • Výhodná geografická poloha regionu při hranici se SRN • Dopravní dostupnost regionu z vnitrozemí i ze sousední příhraniční oblasti • Ekologicky hodnotná a málo poškozená příroda a krajina • Dobré přírodní předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu • Bohatství kulturních, církevních a historických památek • Atraktivní kulturní a sportovní akce • Velmi dobré územní dispozice pro aktivní turistiku, dobrá síť stezek pro pěší a cyklisty • Velmi dobré podmínky pro zimní sporty • Příznivá cenová úroveň služeb 	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nedostatečné značení přístupových cest • Nízká kvalita základních a doplňkových služeb cestovního ruchu • Chybějící infrastruktura pro volný čas • Nedostatečný počet informačních středisek v některých oblastech regionu a jejich nedostatečné vzájemné propojení • Přetrvávající nedostatečná komunikace a kooperace mezi klíčovými činiteli cestovního ruchu v regionu • Neexistence destinačního managementu • Celkově nedostatečně koordinovaný postup pro uplatňování cíleného marketingu a jednotné propagace regionu
Vnější	<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rostoucí poptávka v mezinárodním, národním i regionálním trhu volnočasových aktivit po specializovaných produktových balících (např. cykloturistika, pěší turistika) • Výhodné podmínky pro možnost čerpání finančních prostředků z národních a mezinárodních fondů • Intenzivnější spolupráce se sousedními regiony při rozvoji CR • Možnost propojení turistických a kulturních aktivit s Bavorskem • Prodloužení sezónnosti - využití oblastí k aktivním formám odpočinku (turistika) • Využití zkušeností a obdobných zahraničních modelů při managementu destinace 	<p>Ohrožení</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sílicí pozice a rozvoj konkurenčních regionů ve vztahu k trhu CR • Poškození zdrojů cestovního ruchu (příroda, historické, architektonické, technické a kulturní atraktivity atd.) vlivem neorganizovaného rozvoje CR • Nedostatečné využívání finančních zdrojů z fondů a programů EU • Nedostatečné pobídky pro investory do CR • Podcenění kvalifikační a profesní přípravy odborníků v oblasti CR • Lokální orientace municipalit • Přírodní katastrofy

Zdroj: Vlastní zpracování

4.5.2 Závěry SWOT analýzy a návrh možností rozvoje cestovního ruchu

Z provedené SWOT analýzy vyplývá, že region Klatovsko disponuje významným turistickým potenciálem, který je však nezbytné dále rozvíjet. Nespornou výhodou pro participaci regionu na cestovním ruchu je jeho výhodná geografická poloha při hranici se SRN a snadná dostupnost pro všechny návštěvníky. Klatovsko láká hlavně svou vysoce atraktivní a zachovalou přírodou a také velmi bohatou nabídkou kulturně historických aktivit. Velkým pozitivem je pořádání kulturních a sportovních akcí, majících regionální, národní či mezinárodní význam. Důležitou roli při rozvoji cestovního ruchu hrají velmi dobré územní dispozice pro sportovní a venkovskou turistiku. Přitažlivost regionu pro návštěvníky je rovněž ovlivněna příznivou cenovou úrovní poskytovaných služeb.

Slabé stránky regionu jsou spatřovány v neexistenci destinačního managementu, nízké spolupráci mezi subjekty odpovědnými za rozvoj cestovního ruchu v oblasti a nejednotné propagaci. Oblast vykazuje nízkou kvalitu základních a doplňkových služeb. Další problémy představují nedostatečná nabídka pro mimosezónní období a nepříznivé počasí, nedostatečné značení přístupových cest, nerovnoměrné rozmístění informačních center a jejich vzájemné propojení.

Pro rozvoj cestovního ruchu ve sledovaném regionu Klatovsko byla navržena tato opatření:

Zřízení organizace cestovního ruchu

Vytvoření efektivní regionální organizační struktury podporující rozvoj cestovním ruchu ve sledovaném území na principech spolupráce veřejného a soukromého sektoru je důležitým předpokladem pro zajištění konkurenceschopnosti regionu na domácím i mezinárodním trhu cestovního ruchu. Jejím hlavním posláním by byla marketingová podpora regionu Klatovsko jako zajímavé turistické destinace jak pro domácí, tak pro zahraniční návštěvníky, koordinace činností a aktivit subjektů zainteresovaných v oblasti cestovního ruchu a budování vztahu místních obyvatel k rozvoji cestovního ruchu. Rovněž by měla být zodpovědná za tvorbu turistických produktů a produktových balíčků včetně jejich realizace a umístění na trhu. Při zřízení takovéto organizace by se mělo vycházet ze zkušeností a obdobných českých i zahraničních modelů managementu destinace za účinné podpory Plzeňského kraje.

Zlepšení propagace regionu

Z provedeného dotazníkového šetření lze zřetelně dedukovat nedostatečnou efektivitu propagace a malou dostupnost informací o regionu. Příležitostí pro zlepšení propagace regionu je společná koordinovaná propagace s regiony tvořícími území turistického regionu

Šumava a samozřejmě zapojení se do propagace Plzeňského kraje jako celku. Ke zvýšení povědomí o atraktivitách regionu a regionu samotném přispěje také účast na veletrzích cestovního ruchu i propagace v denním tisku a časopisech pro odbornou či širokou veřejnost. Nezbytná je rovněž společná prezentace jednotlivých mikroregionů Klatovska pod společným logem.

Region Klatovsko se dále potýká s problémem nerovnoměrného rozmístění informačních center a jejich nedostatečného vzájemného propojení. Přínosem by mohlo být vytvoření sítě propojených informačních center, která by spolupracovaly při tvorbě jednotlivých řad turistických a propagačních materiálů.

Zlepšení orientačního značení

Nutnou podmínkou pro rozvoj cestovního ruchu v klatovském regionu je zlepšování stávající a budování nové infrastruktury pro cestovní ruch, jehož součástí je vytvoření a postupné zavedení jednotného informačně orientačního systému. Realizace tohoto systému napomůže lepší orientaci mototuristů, cykloturistů i pěších turistů v území, zvýrazní turistické atraktivity a tím zvýší turistickou přitažlivost území. Informační systém by měly tvořit směrové tabule, panely upozorňující na jiné cíle (např. komerční), informační mapy, infoboxy, informační panely a vítací tabule.

Rozšíření nabídky pro mimosezónní období a nepříznivé počasí

Problém chybějící infrastruktury a nabídky pro mimosezónní období a nepříznivé počasí lze řešit vybudováním zařízení pro zábavu, sportovní či kulturní vyžití sloužících nejen návštěvníkům, ale i obyvatelům celého regionu. Vhodné by bylo vybudování multifunkčních zábavních center a víceúčelových sportovních hal v turisticky nejnavštěvovanějších lokalitách regionu (Klatovy, Sušice, Železná Ruda), dále výstavba kvalitních plaveckých bazénů a zařízení specializovaných na wellness pobyty v centrech zimních sportů.

Tvorba turistických produktů a produktových balíčků

Region má šanci uplatnit se na trhu cestovního ruchu nabídkou nových turistických produktů a produktových balíčků jednak v tradičních oblastech sportovní turistiky a poznávacího cestovního ruchu, jednak v perspektivních oblastech kongresové, incentívni a církevní turistiky i venkovské turistiky šetrné k přírodě se svými produkty typu agroturistika, ekoagroturistika či ekoturistika. Nové produkty mohou ekonomicky oživit zejména méně navštěvované lokality klatovského regionu. Pro jejich tvorbu je však nutná efektivní součinnost všech subjektů působících v cestovním ruchu a spolupráce se sousedními regiony.

V posledních letech dochází k propojování kulturních a sportovních aktivit zejména se sousedící spolkovou zemí SRN, Bavorskem.

Pro tvorbu nových produktů a produktových balíčků je nutné hledat dosud ne příliš využívaný potenciál regionu a možnosti jeho efektivního využití. Pro region Klatovsko na základě situační analýzy, zhodnocení silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení by takovýto potenciál mohla představovat realizace následujících projektů:

➤ *Výstavba nových cyklotras a cyklostezek*

Budováním nových cyklotras a cyklostezek bude rozšířena jejich stávající síť. Její kvalitativní a kvantitativní zlepšení přinese zvýšení zájmu o jejich návštěvu a bude mít příznivé důsledky na počtu turistů v oblasti a délce jejich pobytu. Ucelenými produkty cyklotras a cyklostezek budou propojovány atraktivní turistické cíle na Klatovsku, respektive v Plzeňském kraji.

➤ *Vyznačení nových turistických tras a naučných stezek v terénu*

Množství značených turistických tras a naučných stezek je silnou stránkou klatovského regionu a pěší turistika se řadí k tradičním velmi oblíbeným aktivitám trávení volného času. Pro budoucí pozitivní vývoj regionu by bylo vhodné zaměřit se na obnovu značení a údržbu stávajících pěších turistických tras a vyznačení nových zajímavých tras, zaměřených na určité cílové skupiny a propojující i nové, netradiční turistické cíle.

➤ *Vytvoření produktů poznávací turistiky*

K rozvoji cestovního ruchu ve sledovaném území přispěje také realizace projektů a produktů poznávací turistiky spojených s návštěvou kulturních památek, kulturních akcí či vzdělávacích institucí. Většina takovýchto památek a zařízení je situována ve větších městech, zejména v Klatovech a v Sušici.

➤ *Vytvoření turistických produktů s tematikou církevních kulturních památek a poutních míst*

Církevní památky a poutní místa představují značný rozvojový potenciál oblasti. Vytvoření ucelených produktů s církevní tematikou přispěje k rozšíření stávající nabídky trávení volného času a upozorní na významná, ale dosud opomíjená místa spojená s historií a tradičním náboženstvím.

➤ *Vytvoření produktů k turisticky zajímavým místům spojeným se slavnými, významnými a zajímavými osobnostmi*

Jako každé území má i Klatovsko své významné rodáky a zajímavé osobnosti, které svým pobytem či dílem zanechaly v regionu odkaz. Mezi nejvýznamnější patří

například Jaroslav Vrchlický, František Křížík a Antonín Zápotocký. Této skutečnosti lze využít při sestavování nových turistických produktů.

➤ *Budování zařízení pro agroturistiku včetně hippologických stezek*

Budování nových zařízení pro agroturistiku rozšíří možnosti trávení volného času v čistém přírodním prostředí spojeného s poznáním venkovského způsobu života a místních zvyků. Pro sportovně založené návštěvníky je v okolí agrofarem vybudována a dále rozšiřována síť hipposteze.

➤ *Vytvoření konkrétních produktových balíčků*

Integrace jednotlivých produktů cestovního ruchu do zajímavých a z hlediska návštěvníků atraktivních balíčků je jedním ze způsobů posilování konkurenčního postavení regionu na trhu cestovního ruchu. Proto je potřeba zajistit dostatečnou nabídku produktových balíčků, které pokryjí poptávku hlavních cílových skupin.

Možností pro rozvoj cestovního ruchu v klatovském regionu lze nalézt celou řadu. Při realizaci projektů a produktů je nutné brát ohled na životní prostředí (např. používání ekologicky čistých technologií, využití obnovitelných energetických zdrojů) a minimalizovat zásahy do rázu krajiny a charakteru městských a venkovských sídel.

Financování navrhovaných projektů lze částečně zajistit z národních či mezinárodních fondů. Je však nutné splnit pevně daná kritéria.

5 NÁVRH NAUČNÉ STEZKY „PUTOVÁNÍ PO STUDÁNKÁCH KLATOVSKA“

Následující kapitola je věnována konkrétnímu turistickému produktu, který by bylo vhodné ve zkoumané oblasti skutečně realizovat.

5.1 Úvodní informace

Studánky a prameny

Pojem studánka není nijak definován a bývá používán jak pro přírodní prameny, tak pro umělé studně. Někdy býval rozlišován pramen od studánky tak, že zatímco pramen má odtok, studánka je bez odtoku. Přesto si zachovává čistou vodu přirozenou filtrací. Kromě toho se studánkou rozumí i jednoduché zachycení přirozeně vyvěrajícího pramene ať už betonovou, či kamennou jámkou, případně se zastřešením. [13]

Studánky a prameny jsou uctívány od dávných dob. Na našem území různé prameny uctívali již Keltové. Věřili, že studánky jsou branou mezi naším světem a světem nadpřirozených sil a na jejich usmíření do nich byly ukládány dary. Nejznámější je asi poklad duchcovský, který byl nalezen v roce 1882 při čištění zřídla v městě Duchcově a tvořil jej bronzový kotlík s dvěma tisíci šperky [13]. Mnohé studánky byly již v době Keltů a Slovanů využívány k léčivým účelům. S příchodem křesťanství byla mnohá pohanským náboženstvím již dříve uctívaná místa postupně připisována různým světčům, často s legendou či pověstí, v níž lze rozpoznat pozůstatky pohanského pověrečného myšlení. Nejvíce studánek je zasvěceno sv. Vojtěchovi, jemuž se připisuje i schopnost v dobách sucha přivolat vláhu, dále sv. Prokopovi, o jehož působení podle legend svědčí zpravidla také tzv. Čertova brázda někde v okolí stejně jako legenda o přeměnění vody ze studánky ve víno, a sv. Václavovi, jehož pramenům bývá připisována léčebná moc. Mnoho vodních zdrojů je zasvěcováno Panně Marii, často ve spojení s místem jejího zjevení či zázračného uzdravení, další jsou spjaty se jmény sv. Anny, sv. Ludmily, sv. Jana Křtitele, poustevníků sv. Ivana, sv. Vintře a dalších.

Studánky a prameny představují nejen místa často opředená zajímavými příběhy z daleké minulosti, ale i významné indikátory životního prostředí a cenné biotopy s výskytem celé řady vzácných rostlin a živočichů.

Pověsti o studánkách

Ke studánkám a pramenům se vztahuje nepřeberné množství pověstí a legend, z nichž některé se v nepatrných obměnách opakují. V některých se mluví o zázraku, který se u studánky udál, o zázračném uzdravení nebo oživení, mnohdy také o zjeveních, nejčastěji

Panny Marie. Tato zjevení bývají doprovázena žádostí o stavbu kostela či kaple. Často se vypravuje o objevení pramene v souvislosti s některou významnou historickou postavou. Zpravidla je pramen objeven při lovu, buď jej svým hrabáním objevil náhodně kůň, nebo na místo pramene dovede lovců štvaná zvěř. [13]

Otvírání studánek

Otvírání studánek je obřad velmi starého, zřejmě již pohanského původu, který měl pravděpodobně v dávné minulosti velice blízko ke slavnostem vítání jara – uctívání slunce, probouzení omládlé přírody a vodní říše. Obsahoval v sobě zároveň praktickou stránku čištění vodních zdrojů – lesních studánek, které jsou v mnoha případech důležitým zdrojem životodárné vody nejen pro přírodu, lesní zvěř a ptactvo, ale také pro člověka. Tento prastarý jarní obřad byl doprovázen říkankami, zpěvem a tanečními kreacemi.

V křesťanské době byl tento lidový zvyk překryt obřadem svěcení studánek, avšak na mnoha místech přetrvával. Výjimečnost této lidové jarní slavnosti se stala námětem řady literárních děl. Nejznámější z nich je lyricko-epická báseň Miloslava Bureše, zhudebněná Bohuslavem Martinů.

Zvyk otvírání, čištění i svěcení studánek se leckde dodržuje dodnes a v posledních letech se na mnoha místech obnovil. Tato tradice je mimořádně důležitá v době, kdy lidská činnost, ale i přírodní vlivy působí na vodní prameny negativně, a posiluje tak vztah člověku k tomuto nezaměnitelnému daru přírody a často opomíjenému krajinnému prvku, jakým voda bezesporu je.

5.2 Stručné vyhodnocení projektu

Projekt „Naučná stezka Putování po studánkách Klatovska“ je zaměřen na vytvoření nového regionálního produktu cestovního ruchu, který je důležitým faktorem rozvoje hospodářského potenciálu oblasti. Cílem projektu je upozornit na místa léčivých studánek. Projekt významně podpoří rozvoj venkovské a také církevní turistiky v oblasti, neboť místa se studánkami obvykle patří mezi tradiční poutní místa. Projekt zároveň nabídne nové možnosti trávení volného času v oblasti a poslouží také místním občanům, kteří často tato místa hojně navštěvují a často vodu ze zmíněných studánek pijí.

Cílovými skupinami jsou návštěvníci oblasti – mládež, rodiny s dětmi, senioři, věřící z Bavorska a Česka, dále místní obyvatelé, stávající i potenciální podnikatelé v cestovním ruchu a službách.

5.3 Stručný popis podstaty projektu a jeho etap

5.3.1 Název projektu

Naučná stezka Putování po studánkách Klatovska

5.3.2 Cíle projektu

Všeobecný cíl

Všeobecným cílem projektu je zvýšení atraktivity, konkurenceschopnosti a návštěvnosti regionu Klatovska. To bude dosaženo vybudováním nové naučné stezky s názvem „Putování po studánkách Klatovska“, která povede po poutních místech s léčivými prameny.

Dojde k rozšíření nabídky turistických produktů a doprovodných služeb v tomto území, což v důsledku přispěje ke zvýšení jeho návštěvnosti a následně hospodářskému rozvoji. Snahou je rovněž iniciovat a do procesu realizace zapojit místní obyvatele, zastupitele, podnikatele a neziskové organizace a upevnit prostřednictvím realizace projektu jejich vztah k místu, ve kterém žijí.

Specifický cíl

Specifickým cílem projektu je 25 km dlouhá naučná stezka Putování po studánkách Klatovska, upozorňující na šest léčivých studánek. Tento projekt tzv. církevní turistiky rozšíří stávající nabídku trávení volného času v oblasti a upozorní na regionálně významná, ale málo známá a dosud opomíjená místa spojená s historií a tradičním náboženstvím. Projekt poběží především po ose obcí, na jejichž území se studánky vyskytují. Jedná se o tyto obce: Nicov, Plánice, Zdebořice, Habartice, Obytce, Myslovice, Kroměždice, Pečetín, Zbyslav, Němčice a Petrovice, nacházející se v mikroregionu Plánicko. Obcím projekt přinese možnost zviditelnění se a zvýšení atraktivity jich samých, jejich okolí a podporu pro rozvoj služeb v oblasti cestovního ruchu v jejich zájmových územích.

Propagace nového produktu cestovního ruchu bude zajištěna prostřednictvím informačních letáků a internetových stránek. Internetové stránky budou podrobně informovat o jednotlivých poutních místech s léčivými prameny. Text bude doplněn fotografiemi a mapou.

5.3.3 Cílové skupiny

Projekt je zaměřen na tři cílové skupiny:

1. návštěvníci – mládež, rodiny s dětmi, senioři.
2. místní obyvatele, stávající i potenciální podnikatele v cestovním ruchu a doprovodných službách.

3. věřící z Bavorska a Česka.

5.3.4 Předmět projektu

Předmětem projektu je vybudování naučné stezky seznamující návštěvníky s historií a legendami souvisejícími se studánkami. Realizace projektu si vyžádá následující aktivity:

1. Schůzka se zahraničním partnerem

Před zahájením projektu se uskuteční schůzka se zahraničním partnerem. Náplň schůzky bude spočívat v předání zkušeností s realizací zrcadlových projektů na německé straně hranice.

2. Vytvoření a setkání odborné pracovní skupiny

Zástupci měst, obcí a farností, na jejichž území se nacházejí významná poutní místa, utvoří odbornou pracovní skupinu a setkají se na společném jednání.

3. Příprava trasy stezky – 1. schůzka pracovní skupiny

Pracovní skupina si rozdělí práci na přípravě trasy stezky, textů a fotografického materiálu pro vytvoření informačních tabulí a propagačních materiálů. Každý z členů bude zastupovat své poutní místo, ke kterému připraví návrh trasy propojení se sousedními poutními místy. Skupina schválí nejideálnější propojení míst pro pěší a cyklisty.

4. Příprava textů a fotografického materiálu – 2. schůzka pracovní skupiny

Pracovní skupina se dohodne na podobě textů, které budou popisovat poutní místa s léčivými prameny, a na počtu fotografií.

5. Překlad textů do německého a anglického jazyka

Vzhledem ke skutečnosti, že text na informačních tabulích bude v českém a německém jazyce a propagační materiál a internetové stránky i v jazyce anglickém, je nezbytné zajistit odborný překlad. Vedoucí projektu předá materiály překladatelům.

6. Grafické zpracování podkladů, tvorba nátisku informačních tabulí

Tyto činnosti bude provádět odborná firma. V rámci těchto prací dojde k vytvoření šesti informačních tabulí, které budou reflektovat požadavky zadavatele na výsledný obsah a formu díla. Postup prací bude mezi zpracovatelem a zadavatelem průběžně konzultován.

7. Grafické zpracování podkladů, tvorba propagačního materiálu

Grafickou a předtiskovou podobu propagačního materiálu zpracuje odborná firma, kterou osloví zadavatel.

8. Grafické zpracování podkladů, tvorba internetových stránek

Tyto činnosti provede odborná firma dle požadavků zadavatele.

9. Závěrečná korektura, tisk informačních tabulí a propagačního materiálu

Na společné schůzce zpracovatel dodá výsledný nátisk objednaného díla (informačních tabulí a propagačního materiálu) a vytvořené webové stránky a proběhne závěrečná korektura. V případě kladného odsouhlasení nátisku bude přistoupeno k tisku tabulí a propagačních materiálů. V případě připomínek provede zpracovatel opravu a předloží nový nátisk.

10. Úprava přístupových cest k místům s léčivými prameny

Vlastnímu osazení informačních tabulí bude předcházet úprava přístupových cest, zahrnující částečné vykleštění, zpevnění a vyrovnaní povrchu.

11. Výroba a osazení informačních tabulí

Konečné osazení informačních tabulí v terénu provede na základě zpracované projektové dokumentace odborná firma.

12. Značení trasy naučné stezky

Označení trasy v terénu bude po předchozí dohodě provedeno členy Klubu českých turistů. Značícím prvkem bude čtvercová značka o rozměru 10 x 10 cm, kde na bílém podkladě bude 3 cm široký koso položený úhlopříčný pruh zelené barvy.

13. Závěrečná prezentace projektu

Bude zahrnovat slavnostní představení naučné stezky Putování po studánkách Klatovska za účasti zahraničního partnera.

5.3.5 Poskytované služby a produkty

Současná situace

Základním východiskem projektu Putování po studánkách Klatovska je existence velkého množství studánek a pramenů ve sledovaném území, které jsou zajímavé z různých důvodů – ať už výjimečností své vody, kulturně historickým významem či událostmi a osobnostmi, které k nim mají nějaký vztah. Tato regionálně významná místa spojená s historií a tradičním náboženstvím jsou však mnohými lidmi často opomíjena. Některá z nich se nacházejí ve zchátralém a těžce přístupném stavu.

Navrhované řešení

Vzhledem k výše uvedeným skutečnostem je nejvhodnějším řešením využití studánek a pramenů pro účely rozvoje cestovního ruchu, resp. pro vybudování naučné stezky pro pěší a cyklisty.

Realizace projektu přispěje především ke zkvalitnění podmínek pro provozování těchto rekreačních sportů v zájmové lokalitě a významně také ke zvýšení informovanosti

návštěvníků i místních obyvatel o kulturně historickém významu studánek a pramenů jako poutních míst. Realizace projektu umožní místnímu obyvatelstvu podnikání v širším měřítku a tím přispěje k vyšší zaměstnanosti v regionu a ke zlepšení ekonomické situace.

5.3.6 Vlastník, investor, provozovatel

Vlastníkem, investorem i provozovatelem vybudované naučné stezky budou město Plánice a obce Obytce a Myslovice. Za tímto účelem musí ještě před zahájením realizace tohoto projektu mezi nimi dojít k dohodě, jakým způsobem budou všechny aktivity spojené s vybudováním naučné stezky zajištěny. Jako nejschůdnější řešení se jeví založení společného sdružení výše zmíněných správních jednotek, které bude mít celou realizaci stezky i její následný provoz na starosti. Při založení tohoto sdružení musí dojít k vyjasnění všech otázek spojených s podílem na spolufinancování projektu, zodpovědnosti při jeho realizaci a zajištění následného provozu.

Jako alternativa k tomuto řešení se nabízí, aby nositelem projektu bylo pouze město Plánice, které je jediným městem ležícím na trase naučné stezky.

5.3.7 Kapacita projektu

Výsledkem předkládaného projektu „Naučná stezka Putování po studánkách Klatovska“ je turisticky atraktivní naučná stezka, která bude moci být využívána nejen pěšími turisty, ale také cykloturisty na horských kolech.

Denní kapacita takovéto stezky se řádově (zejména v letní sezóně) může pohybovat v desítkách turistů.

5.3.8 Lokalizace projektu

- Region (NUTS II): Jihozápad
- Kraj (NUTS III): Plzeňský
- Okres (NUTS IV): Klatovy
- Obec (NUTS V): Plánice, Obytce, Myslovice
- Katastrální území: Níčov, Plánice, Zdebořice, Habartice, Obytce, Myslovice, Kroměždice, Pečetín, Zbyslav, Němčice, Petrovice

5.3.9 Technická infrastruktura v lokalitě

Trasa naučné stezky vede souběžně na velmi krátkém úseku s jinou turistickou trasou - žlutě značenou trasou č. 6616. Proto bude označení celé trasy provedeno značkami, které jsou dle metodiky Klubu českých turistů užívány výhradně pro značení naučných stezek.

Na trase naučné stezky je situováno pouze jedno město – Plánice, ve kterém jsou poskytovány všechny služby, potřebné pro turisty a potenciální uživatele naučné stezky (stravování, ubytování, obchody, zdravotní středisko apod.). Obytce a Myslovice jsou obce s pověřeným obecním úřadem, tzv. obce II. stupně. Téměř ve všech větších či menších obcích, nacházejících se na trase, mohou návštěvníci využít nabídky hostinských zařízení, popřípadě se ubytovat v soukromí. Dopravní napojení města Plánice a dalších obcí je zajištěno pouze autobusovou dopravou.

5.3.10 Další specifika projektu

Projekt přispěje k rozvoji cestovního ruchu jakožto důležitého faktoru pro rozvoj místní ekonomiky s velkým multiplikačním efektem a umožní návštěvníkům poznat místa, na která by sami bez znalostí místních poměrů těžko zavítali.

Projekt vybudování naučné stezky odráží 6. prioritní osu Národního rozvojového plánu České republiky pro období 2004 – 2006 „Rozvoj cestovního ruchu“ a v rámci Společného regionálního operačního programu má přímou vazbu na prioritou 4 - Rozvoj cestovního ruchu (opatření 4.2 - Rozvoj infrastruktury pro cestovní ruch, podopatření 4.2.2 – Podpora regionální a místní infrastruktury CR). Projekt zapadá do rozvojové strategie NUTS II - Jihozápad (priorita 1 – Podpora podnikání v průmyslu a službách, opatření 1.4. – Rozvoj infrastruktury a služeb v cestovním ruchu) a NUTS III – Strategie rozvoje Plzeňského kraje (strategický cíl – C12 Rozvoj specifických funkcí venkovských oblastí, strategický směr – S12.4. Rozvoj vhodných forem cestovního ruchu a rekreace).

Projekt napomůže zlepšení přeshraniční spolupráce se zahraničním partnerem jako základ pro budoucí zrcadlové projekty. Otevírá se možnost navázání naučné stezky na již probíhající česko-německý projekt, který v českém a bavorském příhraničí propojil 300 km dlouhou stezkou studánky s léčivou vodou, které nesou v názvu „Dobrá Voda“. Zájem zahraničních i tuzemských turistů o česko-německý projekt „Dobrých Vod“ se tedy může rozšířit o další, neméně zajímavá místa.

Rozšíření místní turistické nabídky zvýší atraktivitu regionu a zvýšený pohyb turistů přinese nárůst počtu přenocování. Vzhledem k tomu, že pěší turistiku lze bez větších potíží provozovat i v jarním a podzimním období, dojde k prodloužení turistické sezóny.

5.3.11 Etapy projektu

Předinvestiční fáze

Předinvestiční fáze projektu zahrnuje období přípravných prací, jejichž součástí je zpracování veškerých dokumentů potřebných k zahájení fáze investiční (včetně zpracování žádosti o udělení dotace a sestavení všech potřebných příloh).

Další záležitostí spadající do této fáze je navázání spolupráce se zahraničním partnerem, která bude spočívat v předání zkušeností s realizací zrcadlových projektů na německé straně.

Pro realizaci projektu je nezbytné vytvoření odborné pracovní skupiny skládající se ze zástupců měst, obcí a farností, na jejichž území se studánky nacházejí. Pracovní skupina si rozdělí práci na přípravě trasy stezky, textů a fotografického materiálu pro vytvoření informačních tabulí a propagačních materiálů. Každý z členů bude zastupovat své poutní místo, ke kterému připraví návrh trasy propojení se sousedními poutními místy. Skupina schválí nejideálnější propojení míst pro pěší a cyklisty.

Investiční fáze

Investiční fáze projektu naučné stezky bude zahrnovat výrobu a osazení informačních tabulí, tvorbu propagačního materiálu a internetových stránek, zemní práce a vyznačení naučné stezky v terénu. Předběžně si tato etapa vyžádá v rámci předkládaného projektu celkové investiční náklady ve výši **cca 315 000 Kč** včetně DPH.

V této fázi se bude jednat o následující činnosti:

- Překlad textů do německého a anglického jazyka
- Grafické zpracování podkladů, tvorba nátisku informačních tabulí
- Grafické zpracování podkladů, tvorba propagačního materiálu (10 000 ks, formát A4, tři jazykové mutace – čeština, němčina, angličtina)
- Grafické zpracování podkladů, tvorba internetových stránek
- Závěrečná korektura návrhu tabulí, propagačního materiálu a internetových stránek, tisk informačních tabulí a propagačního materiálu (*informační tabule* – 6 ks, formát A0, podklad plech, tisk na UV fólii, zalaminované; *propagační materiál* - 10 000 ks, formát A4, tři jazykové mutace – čeština, němčina, angličtina)
- Úprava přístupových cest k místům s léčivými prameny

- Výroby a osazení informačních tabulí
- Vyznačení trasy naučné stezky
- Závěrečná prezentace projektu

Provozní fáze

Provozní fáze projektu představuje údržbu stezky tak, aby byla pro její uživatele stále bezpečná a atraktivní. To zahrnuje jednak zajištění jejího úklidu během období, kdy bude využívána, ale zejména zajištění jejího dobrého stavu. Údržba stezky bude zajištěna určenými zaměstnanci obecních úřadů ve spolupráci s místními obyvateli, podnikateli a základními školami. Údržbu značení naučné stezky bude v dalších letech provádět Klub českých turistů.

5.4 Analýza trhu, odhad poptávky, marketingová strategie a marketingový mix

5.4.1 Analýza trhu a odhad poptávky

Metodický přístup

Marketingový výzkum, jehož provedení je pro zpracování studie proveditelnosti nevyhnutelné, zahrnoval získávání, analýzu a syntézu informací shromažďovaných v zásadě 3 hlavními způsoby:

1. Sběr a shromažďování dat a podkladů k projektu

Tato část výzkumu byla zaměřena na shromáždění a analýzu dostupných relevantních podkladů k projektu (například rozvojové a strategické dokumenty vztahující se k zájmovému území mapové podklady, regionální literatura) a rovněž statistických dat a údajů z různých databází (například ČSÚ).

2. Pracovní schůzky a konzultace s důležitými aktéry regionálního rozvoje a cestovního ruchu

Předmětem jednání bylo především zjišťování, upřesňování a doplňování informací, které by přispěly k co nejkvalitnějšímu zpracování projektu.

3. Terénní šetření na místě

Terénní šetření a prohlídka v lokalitě umístění projektu představovaly jednu z nezbytných podmínek zpracování studie.

Analýza nabídky a poptávky

Oblast mikroregionu Plánicko, ve které je předmětný projekt situován, se rozprostírá v severní části klatovské regionu východně od Klatov v oblasti Plánické vrchoviny, jenž je součástí Blatenské pahorkatiny. Nejen krásná příroda šumavských podhůří, možnosti

sportovního a rekreačního využití, ale i množství kulturně historických památek činí z Plánicka oblast, která by neměla uniknout nejednomu návštěvníkovi.

Jediné město na trase stezky - Plánice - má bohatou kulturně historickou tradici a je rodištěm nebo působištěm řady významných osobností umění a vědy. Mezi nimi přední místo právem patří plánickému rodáku, vynálezci a podnikateli Dr. Ing. Františku Křížíkovi. Muzeum Františka Křížíka se nachází v jeho rodném domě. Město nabízí díky novému víceúčelovému sportovnímu areálu řadu možností aktivního využití volného času. V oblasti kultury je nejdůležitější stavbou nové společenské a kulturní zařízení, tzv. spolkový dům, který slouží nejenom potřebám Plánice, ale celého mikroregionu.

Potenciální nabídka území Plánicka zahrnuje také veškeré formy pěší turistiky zaměřené na poznávání historických a církevních památek, kulturních zajímavostí a tradic. Na území Plánicka není však vyznačena žádná naučná stezka. Pro cykloturisty existuje v mikroregionu systém doporučených cyklotras, které však nejsou v terénu vyznačeny. Významnou atraktivitou na trase stezky z oblasti církevních památek je barokní kostel Narození Panny Marie s dvouvěžovým průčelím, kopulí a lucernou, který počátkem 18. století vyprojektoval K. I. Dientzenhofer.

Projekt vybudování naučné stezky „Putování po studánkách Klatovska“ vznikl z potřeby zvýšit informovanost a všeobecné povědomí o významu poutních míst a rozvinout pro návštěvníky i místní obyvatele možnosti aktivního trávení volného času. Výhodou trasy je její flexibilita. Možnost zkrácení trasy, popřípadě výběru pouze některých bodů na trase umožní její zdolání i méně zdatným turistům či rodinám s dětmi.

Tabulka 5: Výzkum trhu – výsledek

Projekt „Naučná stezka Putování po studánkách Klatovska	
Analyzovaná otázka	Výsledek výzkumu
Cílový uživatel (zákazník)	1. Návštěvníci – mládež, rodiny s dětmi, senioři 2. Místní obyvatelé, stávající i potenciální podnikatelé v cestovním ruchu a doprovodných službách 3. Věřící z Bavorska a Česka
Problém k řešení	Vytvoření atraktivní naučné stezky a tím i rozvoj podmínek pro rozvoj cestovního ruchu a provozování sportů v předmětné oblasti
Výše poptávky	- Zájemci z řad obyvatel mikroregionu (cca 4 tis. obyvatel) - návštěvníci předmětné oblasti (cca 7 tis. osob)

Zdroj: Vlastní zpracování, ČSÚ

SWOT analýza

Podklady pro tvorbu SWOT analýzy byly získány ze situační analýzy, dotazníkového šetření a dílčích závěrů. K jejímu sestavení byl také využit rozvojový dokument pro turistický region Šumava – Cestovní ruch na Šumavě.

Tabulka 6: SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY (S)	SLABÉ STRÁNKY (S)
<ul style="list-style-type: none">▪ Atraktivita oblasti pro cestovní ruch▪ Značný kulturně historický potenciálu oblasti▪ Aktivita místních obyvatel, podnikatelů a obcí v regionu▪ Žádné negativní vlivy akce na životní prostředí	<ul style="list-style-type: none">▪ Nemožnost využití stávajících značených turistických tras▪ Absence zkušeností s realizací podobného projektu▪ Finanční náročnost vybudování naučné stezky
PŘÍLEŽITOSTI (O)	OHROŽENÍ (T)
<ul style="list-style-type: none">▪ Rozvoj a zlepšení nabídky pro pěší turistiku, popř. cykloturistiky▪ Regionální rozvoj, rozvoj cestovního ruchu a přeshraniční spolupráce▪ Možnost navázat na česko-německý projekt „Dobrých Vod“▪ Zvýšení informovanosti místních obyvatel a návštěvníků o významu poutních míst s léčivými prameny▪ Zlepšení image a atraktivity mikroregionu Plánicko▪ Užitek zúčastněným obcím▪ Možnost aktivně trávit volný čas▪ Nárůst čistých příjmů podnikatelů prostřednictvím rozvoje CR	<ul style="list-style-type: none">▪ Časté poškozování mobiliáře a prvků naučné stezky vandaly▪ Živelná pohroma▪ Nezájem o tento produkt ze strany turistů▪ Neúspěch při žádosti o finanční podporu na realizaci projektu

Zdroj: Vlastní zpracování

5.4.2 Marketingová strategie

Poslání projektu

Všeobecným cílem projektu je zvýšení atraktivity, konkurenceschopnosti a návštěvnosti regionu Klatovska prostřednictvím rozvoje doprovodné infrastruktury pro cestovní ruch. Realizací projektu dojde k rozšíření nabídky turistických produktů a doprovodných služeb na území Klatovska, což v důsledku povede ke zvýšení konkurenceschopnosti a přispěje k hospodářskému rozvoji a posilování ekonomické pozice regionu.

Region Klatovsko a jeho jednotlivé oblasti nabízí široký záběr volnočasových aktivit. Dokáže uspokojit turisty, kteří se zaměřují na náročnou horskou turistiku, i ty, kteří dávají přednost méně náročným terénům. To je případ oblasti Plánicka. Vybudování naučné stezky, která povede po poutních místech s léčivými prameny, umožní, vzhledem k její flexibilitě a nenáročnému stoupání, snadný přesun i rodin s dětmi a má tak předpoklady stát se oblíbeným a vyhledávaným turistickým produktem.

Hlavní strategický cíl projektu

Strategickým cílem projektu je vybudování naučné stezky Putování po studánkách Klatovska a zvýšení atraktivity a návštěvnosti této oblasti.

5.4.3 Marketingový mix

Produkt (product)

Hlavním produktem, který přinese investice do tohoto projektu, bude možnost provozování pěší turistiky, eventuálně cykloturistiky po nově vzniklé naučné stezce, která návštěvníky seznamuje s dosud opomíjenými místy naší historie. Mezi vedlejší produkty, které uživatel stezky bude využívat, lze zařadit nejrůznější služby – občerstvení, ubytování, poskytnutí servisu jízdních kol.

Cena (price)

Projekt vybudování naučné stezky Putování po studánkách Klatovska je považován za investici „veřejně prospěšnou“. Primárním zájmem není tvorba zisku z investice, ale vytvoření prostředí a podmínek pro provozování sportovních aktivit a pro další rozvoj cestovního ruchu na Klatovsku.

Distribuce (place)

Pro distribuci informací o nové naučné stezce bude využívána přímá cesta distribuční cesta, a to zaměstnanci konkrétním subjektů zainteresovaných na této akci. Distribuce služeb bude zajištěna také prostřednictvím Internetu, ale také pomocí zaměstnanců informačních center v klatovském regionu.

Propagace (promotion)

Smyslem propagace projektu je oslovit cílovou skupinu tak, aby byl vzbuzen zájem o produkt cestovního ruchu a byl jimi využíván. Oslovit potenciální cílové skupiny může jak provozovatel naučné stezky samostatně, tak i společně s podnikatelskými subjekty, Plzeňským krajem, Euroregionem Šumava, Klubem českých turistů apod.

Propagace tohoto projektu bude probíhat zejména v těchto rovinách:

1. Vydávání propagačních materiálů

Produkt bude prezentován jak prostřednictvím vlastního propagačního letáku, tak v propagačních materiálech Klatovska, Plzeňského kraje a Šumavy.

2. Prezentace na Internetu

Projekt počítá se vznikem internetových stránek „Putování po studánkách“, které nabídnou rozšířené informace o šesti studánkách. Pro prezentaci bude rovněž využito množství celostátních webů.

3. Publikace v denním i odborném tisku.

O realizaci projektu bude informováno v denním tisku, což bude pokračovat i po jeho dokončení. Potenciálním návštěvníkům se otevře možnost dostatečně se s produktem seznámit a následně ho využít.

4. Pořádání různých akcí za účelem zviditelnění produktu

Zejména ve spolupráci s Českým svazem ochránců přírody se v rámci tohoto projektu nabízí možnost uspořádání na mnoha místech České republiky již tradiční akce tzv. „Otvírání studánek“.

5.5 Management projektu a řízení lidských zdrojů

Předinvestiční fáze

Základem úspěšné realizace projektu je do značné míry ochota a připravenost zainteresovaných subjektů spolupracovat a podílet se na jeho přípravě i uskutečnění. V tomto smyslu je zejména nutné, aby došlo k dohodě mezi městem Plánice a obcemi Obytce a Myslovice, jakým způsobem bude tento projekt realizován, jaký podíl zodpovědnosti a finančních nákladů ponesou apod.

Důležité je rovněž navázání spolupráce se zahraničním partnerem. Partner se bude podílet na realizaci projektu prostřednictvím poskytnutí know-how, rad a zkušeností ze svých již zrealizovaných obdobných akcí.

Investiční fáze

Investorem projektu bude město Plánice a obce Obytce a Myslovice s cílem získat dotace z podpůrných programů (rozpočet Plzeňského kraje, SROP). Pokud investor získá dotace z veřejných zdrojů, bude se řídit rovněž pokyny platnými pro daný dotační titul, a to především co se týče způsobu vedení účetního systému, zasílání zpráv o průběhu realizace projektu atd. Z řad investora bude v této fázi vytvořen realizační tým projektu, který budou

tvořit starosta města Plánice a starostové obcí Obytce a Myslovice. Úkolem realizačního týmu bude vykonávat koordinační, kontrolní a zúčtovací činnost v rámci projektu.

Veškeré nákupy hmotného majetku a zemní práce, které budou realizované v rámci projektu, budou probíhat dodavatelským způsobem. Vybraná firma bude zodpovědná za realizaci projektu. V průběhu realizace bude postupovat tak, aby nedošlo k narušení životního prostředí.

V průběhu investiční fáze projektu vzniknou následující vazby:

- Investor – poskytovatel dotace
- Investor – partner projektu
- Investor – dodavatelé

Provozní fáze

Po dokončení investiční fáze, tj. po vybudování naučné stezky, vzniknou vlastníkově povinnosti s jejím úklidem a údržbou tak, aby byla vždy provozuschopná, v kvalitním stavu a tedy bezpečná. Údržbu povrchu stezky (například úklid) provedou určené zaměstnanci obecních úřadů ve spolupráci s místními obyvateli, podnikateli a základními školami. Pravidelnou údržbu značení stezky zajistí Klub českých turistů.

5.6 Technické a technologické řešení

Realizace naučné stezky Putování po studánkách Klatovska si vyžádá následující kroky:

1) Úprava přístupových cest k místům s léčivými prameny

Vzhledem ke skutečnosti, že některé studánky a prameny jsou řadu let nevyužívány a opomíjeny, jsou tak přístupové cesty k nim ve špatném stavu. Na jejich povrchu se vyskytují ve značné míře náletové dřeviny, které je nezbytné odstranit a zlikvidovat. Odstraněné náletové dřeviny budou rozdrčeny a dále zužitkovány jako mulčovací zakrývka. Důležitou fází při budování stezky bude zpevnění a vyrovnání povrchu cest.

2) Výroba a osazení informačních tabulí

Naučná stezka bude osazena šesti informačními panely, které budou umístěny tak, aby nenarušovaly okolní ráz krajiny. Panely budou charakteristické jednotným provedením co se týče použitého materiálu i vlastního grafického zpracování. Bude se jednat o dřevěné stojany, deskového typu s dvěma dřevěnými nohama a s malou stříškou o přesahu maximálně 20 cm. V terénu budou připevněny k železným patkám, usazeným do betonu.

Na stojanech budou umístěny desky s informačními texty v českém a německém jazyce o rozměru A0 (1188 x 840 mm) vytištěnými na samolepící fólii s UV vrstvou, kterou bude kryt

další vrstva ochranné fólie zajišťující větší ochranu proti případnému poškození. Barevné fólie s informačními texty budou umístěny na plechové desce o tloušťce 2 mm, která bude usazena do dřevěného rámečku a ze zadní strany bude rovněž kryta dřevěnou deskou, která nebude působit rušivě vzhledem k okolí. Informační texty budou doplněny kvalitní barevnou dokumentací (mapy, fotky, obrázky).

3) Vyznačení naučné stezky

Vyznačení naučné stezky v terénu bude provedeno po celé délce trasy členy Klubu českých turistů. Bude klasického vzhledu: šikmý zelený trojúhelník na bílém čtverci o rozměru 10 x 10 cm na stávajícím podkladě (povrchy stromů, zdí, patníků ap.) a bude umístěno v rozestupu cca 250 - 300 m, v orientačně složitějších místech bude značení blíže.

4) Tvorba propagačního materiálu a internetových stránek

Ke stezce bude vydán informační leták v české, německé a anglické mutaci v celkovém nákladu 10 000 ks. Leták o rozměru A4 bude obsahovat přehlednou mapu vedení naučné stezky a umístění panelů, stručně seznamovat s regionem a popisovat zajímavosti stezky.

Projekt i výsledný produkt bude mít vlastní doménu a internetové stránky ve třech jazykových mutacích. Internetové stránky nabídnou podrobné informace o šesti studánkách – historie a legendy, které se k nim váží.

5.7 Dopad projektu na životní prostředí

Projekt vybudování naučné stezky nepředstavuje významné a nebezpečné zásahy do okolní přírody a ohrožení životního prostředí. Ve svých důsledcích podporuje rozvoj pěší turistiky a cykloturistiky, představující významné formy aktivní a šetrné turistiky v současnosti.

Z negativních vlivů krátkodobého charakteru lze uvést období realizace projektu. Ve fázi úpravy přístupových cest dojde ke zvýšení hlučnosti činností stavebních mechanismů, může se projevit zvýšená prašnost a znečištění komunikací. K minimalizaci negativních vlivů v oblasti ŽP budou realizována tato opatření:

- Ochrana proti vibracím a hluku (bude zajištěna použitím nejvhodnějšího druhu a typu strojní mechanizace)
- Ochrana proti znečištění ovzduší výfukovými plyny a prachem (nepřipustí se provoz vozidel, která produkují více škodlivin, než povoluje příslušná vyhláška)
- Ochrana proti znečištění komunikací (bude zajištěno omezené poježdění a stání vozidel a strojů mimo zpevněné plochy, případné nanesené bláto na komunikacích bude pravidelně odstraňováno)

Po vybudování naučné stezky nebude docházet k žádným nevyhnutelným negativním dopadům na životní prostředí.

5.8 Zajištění dlouhodobého a oběžného majetku

Projekt bude realizován dodávkami od dodavatelů vybraných na základě poptávky a následného výběrového řízení.

5.9 Finanční plán a analýza projektu

5.9.1 Základní kalkulace

Předpokládané náklady a výnosy byly určeny na základě údajů získaných od relevantních zainteresovaných subjektů a dále na základě cen obvyklých pro obdobné projekty v Plzeňském kraji.

Celkové investiční náklady projektu

Celkové investiční náklady projektu jsou souhrnem všech nákladů, které se týkají předmětného projektu. Patří sem náklady na přípravu projektu, na zpracování projektové dokumentace pro územní rozhodnutí, náklady na úpravu přístupových cest, na zhotovení a osazení informačních tabulí, na vyznačení trasy naučné stezky a dále náklady na zhotovení propagačního materiálu a internetových stránek.

U projektu naučné stezky Putování po studánkách Klatovska lze předpokládat tyto náklady:

- 1) Náklady na přípravu projektu a zpracování projektové dokumentace pro územní rozhodnutí, které je možno předpokládat ve výši **cca 80 tis. Kč** včetně DPH.
- 2) Náklady na úpravu přístupových cest, které mohou odhadem činit **cca 50 tis. Kč** včetně DPH.

Do této částky jsou započítány náklady na vykácení náletových dřevin, zpevnění a vyrovnání povrchu cest. Z celkové délky trasy 25 km bude takto upraveno cca 12 – 15 %.

- 3) Náklady na zhotovení a osazení informačních tabulí lze očekávat ve výši **cca 72 tis. Kč** včetně DPH.

Na trase naučné stezky bude umístěno celkem šest informačních tabulí. Výroba a osazení jedné informační tabule stojí cca 12 tis. Kč.

- 4) Vyznačení trasy naučné stezky v terénu **cca 10 tis. Kč** včetně DPH.

Na trase o celkové délce 25 km bude rozmístěno celkem 125 značek (průměrně 5 značek na 1 km). Cena jedné značky byla s Klubem českých turistů dohodnuta ve výši 80 Kč. Materiál bude v režii zhotovitele.

5) Náklady na propagační materiál cca 99,4 tis. Kč včetně DPH.

Ke stezce bude vydán informační leták o rozměru A4 v celkovém nákladu 10 000 ks. Bude zpracován ve třech jazykových mutacích. Celkové náklady na zhotovení informačního letáku zahrnují zpracování textových podkladů (5 tis. Kč), překlady (3 h á 300 Kč), předtiskovou přípravu (28,5 tis. Kč) a tisk informačního letáku (10 000 ks á 6,50 Kč).

6) Náklady na vytvoření internetových stránek cca 3,6 tis. Kč včetně DPH.

Internetové stránky budou obsahovat 9 podstránek, cena jedné podstránky činí 400 Kč.

Celkové investiční náklady na naučnou stezku Putování po studánkách Klatovska si vyžádají cca 315 tis. Kč včetně DPH.

Celkové provozní náklady

Po vybudování naučné stezky budou provozní náklady představovat prakticky pouze náklady na provoz a plánovanou údržbu cest a porostů v okolí stezky.

Celkové roční provozní náklady lze hrubým odhadem očekávat ve výši cca 15 tis. Kč včetně DPH.

Příjmy z projektu

Projekt naučné stezky nikdy nepředstavuje ziskovou investici, která by mohla vykazovat příjmy, jelikož se jedná o turistickou trasu určenou k volnému využití pro všechny obyvatele i návštěvníky dané oblasti. Projekt má tak svým zaměřením povahu veřejně prospěšné aktivity. Jejím přínosem tak bude zvýšení tržeb drobných obchodníků, poskytovatelů stravovacích a ubytovacích služeb apod., které bude spojené se zvýšeným přílivem turistů do této oblasti.

5.9.2 Finanční plán

Projekt naučné stezky počítá s čerpáním zdrojů z podpůrných programů. Zejména z:

- Společný regionální operační program
- Iniciativa společenství INTERREG IIIA
- Rozpočet Plzeňského kraje
- Státní rozpočet České republiky (např. Státní program podpory cestovního ruchu)

5.10 Hodnocení efektivity a udržitelnosti projektu

Projekt naučné stezky představuje veřejně prospěšnou aktivitu, u které není primárním zájmem tvorba zisku. Z tohoto důvodu je zřejmé, že tento projekt nebude generovat žádné výnosy a jedná se tedy o nenávratnou investici.

Ekonomický přínos naučné stezky spočívá ve zvýšeném přílivu turistů do předmětné oblasti tedy i ve zvýšení tržeb poskytovatelů pohostinství, ubytování a dalších služeb. Při využívání stezky řádově desítkami turistů lze očekávat ekonomický přínos zhruba ve výši 250 tis. Kč ročně.

Po skončení realizace projektu bude provoz a údržba stezky dotována společně Městským úřadem Plánice a Obecními úřady Obytce a Myslovice.

5.11 Analýza rizik

Tato kapitola specifikuje, klasifikuje a vyhodnocuje rizika ohrožující nebo narušujících realizaci projektu. Na základě analýzy vyplývají pro projekt naučné stezky v jednotlivých fázích následující rizika:

1) Předinvestiční fáze

V předinvestiční fázi je zejména nutná vzájemná dohoda mezi všemi zainteresovanými subjekty (zejména mezi městem Plánice a obcemi Obytce a Myslovice) na způsobu, jakým bude stezka realizována a následně spravována.

Nezbytné je rovněž zajistit zpracování kvalitní projektové dokumentace, která vyřeší všechny detaily spojené s vlastní realizací naučné stezky.

Z finančního hlediska je rizikem získání dotací podpůrných programů a tedy zajištění dostatečných prostředků na financování stezky.

2) Investiční fáze

V investiční fázi je velkým rizikem výběr kvalitního dodavatele zemních prací, zajišťujícího úpravu přístupových cest. Proto je nutné zajistit skutečně kvalitní provedení této činnosti, aby nově vzniklá stezky byla pro své uživatele bezpečná. Za riziko lze také považovat selhání dodavatelů informačních tabulí, propagačního materiálu a internetových stránek. Zabránit tomuto riziku je možné důkladným výběrem dodavatelů, stanovením přísných kritérií zabraňujících danému riziku a průběžnou kontrolou činností.

3) Provozní fáze

V provozní fázi je hlavním rizikem vývoj návštěvnosti stezky, který bezprostředně ovlivní rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti a s ním spojený ekonomický přínos. Toto riziko lze do

značné míry omezit kvalitním marketingem a propagací naučné stezky jako atraktivního produktu cestovního ruchu.

5.12 Harmonogram projektu

Realizaci celého projektu je možné rozdělit do tří etap – předinvestiční, investiční a provozní fáze. Aktivity jednotlivých fází již byly zmíněny.

Z níže uvedené tabulky vyplývá, že projekt bude realizován během 7měsíců.

Tabulka 7: Harmonogram projektu

ROK	ČINNOST
rok 1	
měsíc 1	Schůzka se zahraničním partnerem
	Vytvoření odborné pracovní skupiny
	Projektová příprava
měsíc 2	Příprava trasy stezky
	Příprava textů a fotografického materiálu
	Překlad textů do německého a anglického jazyka
měsíc 3	Grafické zpracování podkladů, tvorba nátisku informačních tabulí
	Grafické zpracování podkladů, tvorba propagačního materiálu
	Grafické zpracování podkladů, tvorba internetových stránek
měsíc 4	Závěrečná korektura, tisk informačních tabulí a propagačního materiálu
měsíc 5	Úprava přístupových cest k místům s léčivými prameny
	Výroba a osazení informačních tabulí
měsíc 6	Značení trasy naučné stezky
měsíc 7	Závěrečná prezentace projektu
	Zahájení provozu

Zdroj: Vlastní zpracování

5.13 Závěrečné shrnutí hodnocení projektu

Projekt „Naučná stezka Putování po studánkách Klatovska“ vytvoří v dané oblasti podmínky pro rozvoj cestovního ruchu a následně pro rozvoj podnikání v cestovním ruchu.

Zjednodušený návrh studie proveditelnosti dokládá, že investované prostředky budou rozumně vynaloženy na podporu cestovního ruchu, sportovních a rekreačních aktivit. Projekt nemá ziskový charakter.

6 ZÁVĚR

Hlavním cílem diplomové práce bylo základní vymezení a analýza cestovního ruchu regionu Klatovsko, analýza současné nabídky produktů cestovního ruchu a identifikace nevyužitého potenciálu pro jejich tvorbu. Na základě tohoto rozboru byl vytvořen návrh konkrétního produktu cestovního ruchu, který bude na základě zpracovaných podkladů realizovatelný a přispěje ke zvýšení atraktivity regionu.

Aktuálnost práce je spatřována ve skutečnosti, že vytváření a nabídka produktů cestovního ruchu je jedním z faktorů rozvoje cestovního ruchu v regionu. Na tvorbu udržitelných a konkurenceschopných produktů cestovního ruchu včetně jejich realizace a umístění na trhu je zaměřena společnost destinačního managementu, která je zřizována pro jeho potřeby. Destinační management představuje formu řízení a koordinace cestovního ruchu v destinaci, založenou na spolupráci veřejného a soukromého sektoru.

Východiskem pro diplomovou práci bylo nejprve definování všech základních pojmů a poté vymezení a analýza cestovního ruchu sledovaného území společně s definováním regionu Klatovska pro účely sepsání této práce. Jádrem práce byla analýza současné nabídky turistických produktů, která je v regionu značná. Následně byla provedena SWOT analýza a na jejím základě byly navrženy další možnosti rozvoje cestovního ruchu ve sledovaném regionu. Navrženo bylo zřízení organizace cestovního ruchu, zlepšení propagace regionu a orientačního značení, rozšíření nabídky pro mimosezónní období a nepříznivé počasí a v neposlední řadě také tvorba turistických produktů a produktových balíčků zaměřených především na cykloturistiku, pěší turistiku, agroturistiku, kulturně poznávací a církevní turistiku. Právě církevní turistika se stala námětem pro zpracování návrhu konkrétního turistického produktu. Jednalo se o naučnou stezku „Putování po studánkách Klatovska“, upozorňující na regionálně významná, ale málo známá a dosud opomíjená místa spojená s historií a tradičním náboženstvím.

Závěrem lze říci, že cíl práce byl splněn. Bude-li produkt v budoucnu skutečně realizován, dojde k rozšíření stávající nabídky turistických produktů a doprovodných služeb ve sledovaném území, což v důsledku povede ke zvýšení konkurenceschopnosti a přispěje k hospodářskému rozvoji a posilování ekonomické pozice regionu.

SUMMARY

The creation and the enlargement of tourism products is one of important measures of tourism development in the region. For the creation of sustainable and competitive tourism products inclusive realization and placing of them on the market, the destination management company was established and directed to them. Destination management represents a form of control and coordination of tourism with the goal based on cooperation of public and private sector.

The starting point for this diploma thesis was to define all the principal conceptions and afterwards to demarcate and analyze the tourism in concerned region, together with definition of region Klatovy for the purpose of this thesis. The analysis of actual tourism product offer which is in this region remarkable, was the heart of this thesis. Afterwards, the SWOT analysis was made, and on the basis of them, proposals for further development possibilities of tourism in this region were given. It was proposed an establishment of destination management company, improvement of region propagation and of orientation labeling, enlargement of the offers for out of season and bad weather sojourns, and not at least also the creation of tourism products and packages intended first of all on cycle-touring, foot-touring, agriculture-touring, culture educational touring and religious touring. Just this religious touring is becoming a theme for elaboration of an important tourism product. The matter was the instructive path: "Wandering around springs of Klatovy region". This path informs about locally important, but little known and passed away places connected with history and traditional religion. If the proposed product will be realized in the future it will enlarge the existing offer of tourism products and of accompanying services in the region of interest. As a result of them, this fact will guide to a higher competitive ability and may help to economic development and to strengthening of the region economic position.

8 POUŽITÉ ZDROJE A LITERATURA

Odborná literatura

1. FORET, M.; FORETOVÁ, V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2001, str. 178.
2. HESKOVÁ, M. a kol.: Analýza destinačních managementů v cestovním ruchu na příkladech České republiky a Rakouska. Bratislava: KARTPRINT, 2004, str. 83.
3. HORÁKOVÁ, H.: Strategický marketing. Praha: Grada Publishing, 2003, str. 200.
4. HRABÁNKOVÁ, M.; HÁJEK, T.: Management cestovního ruchu. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2002, str. 82.
5. KIRÁLOVÁ, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: EKOPRESS, 2003, str. 173.
6. KOTLER, P.: Marketing Management. Praha: Grada Publishing, 2001, str. 791.
7. MORRISON, A. M.: Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha: Victoria Publishing 1995, str. 523.
8. NĚMČANSKÝ, M.: Odvětví cestovního ruchu - vybrané kapitoly I. díl. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, 1999, str. 274.
9. PÁSKOVÁ, M.; ZELENKA, J.: Cestovní ruch – výkladový slovník. Praha: MMR, 2003, str. 448.
10. RAŠI, Š.: Předpoklady a atraktivita manažmentu strediska cestovného ruchu. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 2000, str. 109.
11. ZBOŘIL, K.: Marketingový výzkum: metodologie a aplikace. Praha: VŠE, 1998, str. 171.

Regionální literatura

12. DIBELKOVÁ, I. a kol.: Poutní místa v Čechách. Praha: Olympia, 2004, str. 205.
13. KOVAŘÍK, P.: Studánky a prameny Čech, Moravy a Slezska. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1998, str. 268.
14. KŘÍŽ, M. a kol.: Po starých klatovských cestách. Praha: Arkáda, 2000, str. 70.
15. KUMPERA, J.: Západní Čechy od A do Z. Praha – Plzeň: Beta a Jiří Ševčík, 2003, str. 373.
16. LNĚNIČKOVÁ, J.: Šumavské sklářství. Sušice: Radovan Rebstöck, 1996, str. 71.
17. MARTAN, M.: Šumava. Praha a Plzeň: Freytag & Berndt a Kletr, 2001, str. 159.
18. MELICHAROVÁ, J.: Šumava. Praha: Olympia, 1973, str. 294.

19. NĚMEC, J. a kol.: Památné stromy v Čechách, na Moravě, ve Slezsku. Praha: Olympia, 2003, str. 221.
20. NIKL, I. a kol.: Vlastivěda Klatovska – Příroda. Klatovy: Okresní muzeum v Klatovech, 1995, str. 95.
21. NOVOTNÁ, D. a kol.: Technické památky v Čechách, na Moravě, ve Slezsku. Praha: Olympia, 2004, str. 91.
22. PODHORSKÝ, M.: Plzeňský kraj. Praha: Freytag & Berndt, 2004, str. 192.
23. PROCHÁZKA, Z.: Průvodce Plzeňským krajem. Praha: Kartografie, 2004, str. 159.
24. REBSTÖCK, R.: Kulturní památky Šumavy. Sušice: Radovan Rebstöck, 1999, str. 47.
25. REBSTÖCK, R.: Šumava – autem a na kole. Sušice: Radovan Rebstöck, 1996, str. 59.
26. SIEBEROVÁ, I.: Strážovské krajkářství. Klatovy: Okresní muzeum, 1998, str. 44.
27. VANEŠ, S.; BRAND, J.: Klostermannova Šumava. Plzeň: Západočeské nakladatelství, 1988, str. 157.

Internetové stránky

28. <http://cs.wikipedia.org> (citováno 2005-05-20)
29. <http://svihov.webpark.cz> (citováno 2005-06-02)
30. <http://sweb.cz/hradrabi> (citováno 2005-06-02)
31. www.czechtourism.cz (citováno 2006-01-05)
32. www.czso.cz (citováno 2005-05-23)
33. www.dva.cz/oltar/oltar.html (citováno 2005-06-08)
34. www.e-cesko.cz/pamatky (citováno 2005-06-01)
35. www.gkk.cz (citováno 2005-09-12)
36. www.golfklubsumava.cz (citováno 2005-09-12)
37. www.iri.cz/vuc/klatovy-koncept/default.htm (citováno 2005-09-30)
38. www.klatovsko.cz (citováno 2005-11-12)
39. www.kr-plzensky.cz (citováno 2006-02-04)
40. www.kudyznudy.cz (citováno 2006-01-06)
41. www.lidovakultura.cz (citováno 2005-10-02)
42. www.loutky.unas.cz (citováno 2005-09-12)
43. www.npsumava.cz (citováno 2005-06-11)
44. www.pamatky.com (citováno 2005-06-01)
45. www.pruvodce.com (citováno 2005-05-27)
46. www.retour.cz (citováno 2005-06-10)

47. www.stezka.cz (citováno 2005-06-20)
48. www.sumavanet.cz (citováno 2005-09-29)
49. www.statnisprava.cz (citováno 2005-09-11)
50. www.ta.jcu.cz/katedra/konfer.html (citováno 2005-11-05)
51. www.velhartice.cz (citováno 2005-06-01)

Další zdroje

52. Cestovní ruch na Šumavě – rozvojový koncept cestovního ruchu: Akční program. Český Krumlov: GAFA studio, 2001, str. 48.
53. Program rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji. Plzeň: KÚ Plzeňského kraje, 2004, str. 24.
54. Program rozvoje územního obvodu Plzeňského kraje. Plzeň: RRA Plzeňského kraje, 2005, str. 55.
55. SIEBER, P.: Studie proveditelnosti – metodická příručka. Praha: MMR, 2004, str. 43.
56. Zpráva o situaci na trhu práce v okrese Klatovy v roce 2004. Klatovy: Úřad práce v Klatovech, 2005, str. 48.
57. Propagační materiály Města Klatovy: Klatovy – Památky a historie města, 2004.
58. PECHANEC, V.: Produkty a produktové balíčky jako nástroj destinačního managementu. In: COT Business, 6/2005.

9 SEZNAM GRAFŮ, TABULEK A OBRÁZKŮ

Seznam grafů

Graf 1: Důvod pobytu na Klatovsku	40
Graf 2: Délka pobytu.....	40
Graf 3: Typ ubytovacího zařízení	41
Graf 4: Motivace k návštěvě.....	41
Graf 5: Klíčové aktivity.....	42
Graf 6: Spokojenost návštěvníků s vybranými faktory regionu	43
Graf 7: Přednosti Klatovska	43
Graf 8: Nedostatky Klatovska	44
Graf 9: Organizace návštěvy	44
Graf 10: Zájem o organizovaný pobyt na Klatovsku.....	45
Graf 11: Zaměření pobytu	45
Graf 12: Použitý dopravní prostředek.....	45
Graf 13: S kým respondent cestuje	46
Graf 14: Opětovná návštěva Klatovska.....	46
Graf 15: Doporučení známým	47

Seznam tabulek

Tabulka 1: Údaje o respondentovi	47
Tabulka 2: Hodnocení faktorů z hlediska závažnosti a výkonnosti.....	59
Tabulka 3: Výkonnost a závažnost ve vzájemných souvislostech	60
Tabulka 4: Výsledek SWOT analýzy.....	66
Tabulka 5: Výzkum trhu – výsledek	80
Tabulka 6: SWOT analýza	81
Tabulka 7: Harmonogram projektu.....	89

Seznam obrázků

Obrázek 1: Matice závažnost/výkonnost.....	60
Obrázek 2: Matice příležitostí	64
Obrázek 3: Matice ohrožení	65

10 SEZNAM PŘÍLOH A PŘÍLOHY

Příloha 1: Region Klatovsko

Příloha 2: Geomorfologické členění Klatovska

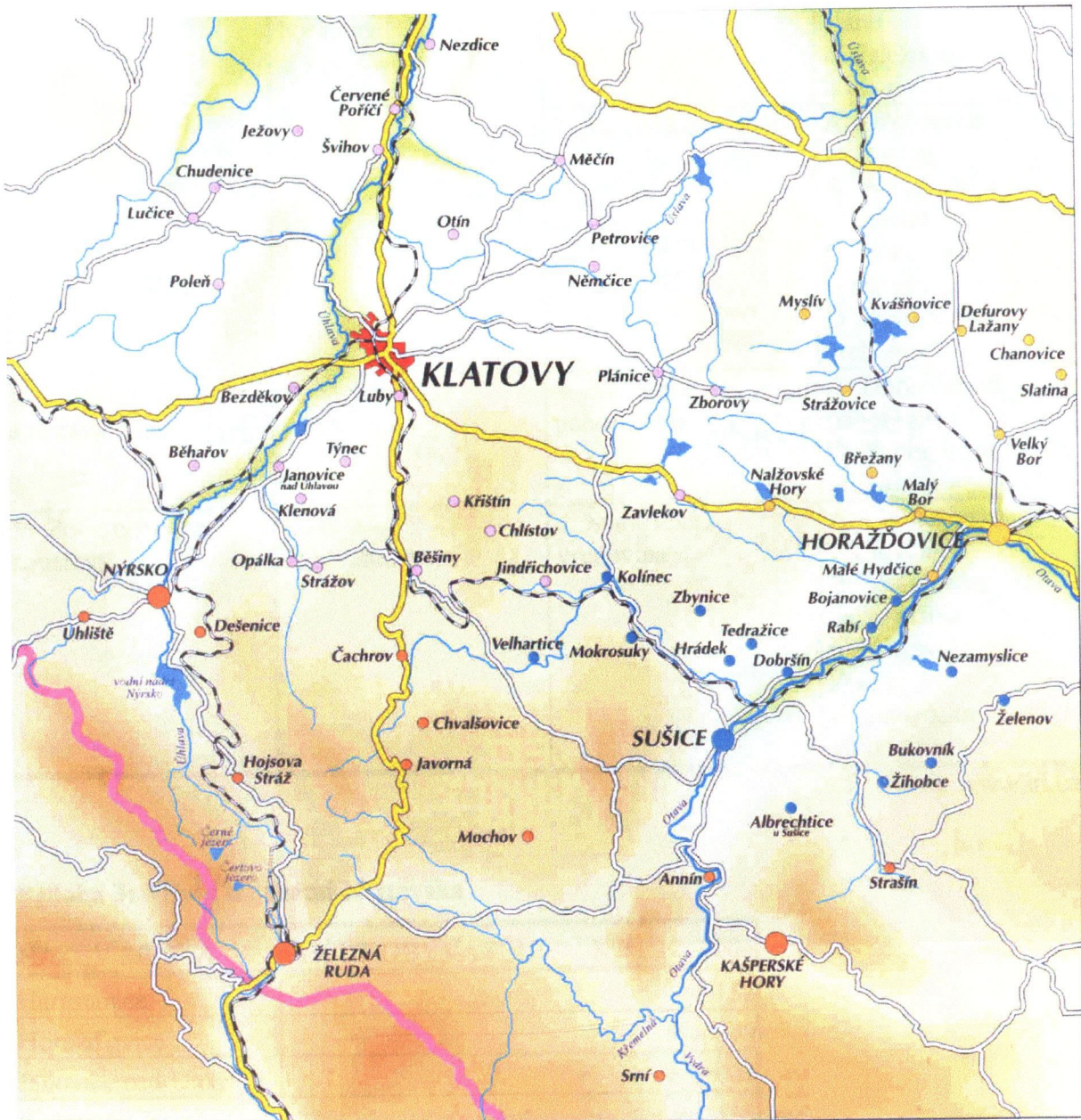
Příloha 3: Města na území Klatovska

Příloha 4: Dotazník

Příloha 5: Mapa naučné stezky

Příloha 6: Postřehy z naučné stezky

Příloha 1: Region Klatovsko



Zdroj: www.klatovsko.cz

Příloha 2: Geomorfologické členění Klatovska

Subprovincie	Oblast	Celek	Podcelek
I. Šumavská soustava	A. Českoleská podsoustava	3. Všerubská vrchovina	B. Jezvinecká vrchovina
	B. Šumavská hornatina	1. Šumava	A. Šumavské pláně B. železnorudská hornatina
		2. Šumavské podhůří	A. Strážovská vrchovina B. Svatoborská vrchovina C. Vimperská vrchovina D. Bavorovská vrchovina
II. Česko-moravská soustava	A. Středočeská pahorkatina	4. Blatenská pahorkatina	A. Horažďovická pahorkatina B. Nepomucká vrchovina
V. Poberounská soustava	B. Plzeňská pahorkatina	3. Švihovská vrchovina	A. Chudeninská vrchovina B. Merklínská pahorkatina C. Klatovská kotlina D. Radyňská vrchovina

Zdroj: www.iri.cz

Příloha 3: Města na území Klatovska

NÁZEV MĚSTA	POČET OBYVATEL	K 31.12. 2004
Hartmanice		1 152
Horažďovice		5 708
Janovice nad Úhlavou		2 022
Kašperské Hory		1 595
Klatovy		22 893
Měčín		1 112
Nýrsko		5 078
Plánice		1 659
Sušice		11 492
Švihov		1 600
Železná Ruda		2 118

Zdroj: www.czso.cz

Příloha 4: Dotazník

Tento dotazník je anonymní a slouží jako podklad pro vypracování diplomové práce na téma „Produkty cestovního ruchu na Klatovsku“. Za vyplnění dotazníku předem děkuji.

*Petra Langmajerová,
studentka Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích*

Co se Vám jako turistovi vybaví, když se řekne Klatovsko?

Jaký je hlavní důvod Vašeho pobytu na Klatovsku?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> pasivní rekreace, odpočinek | <input type="checkbox"/> zábava |
| <input type="checkbox"/> sportovní vyžití | <input type="checkbox"/> návštěva příbuzných nebo známých |
| <input type="checkbox"/> poznávání | <input type="checkbox"/> služební cesta |
| <input type="checkbox"/> ozdravný pobyt | <input type="checkbox"/> tranzit |

Kolik dní se na Klatovsku zdržíte?

- maximálně jeden den bez přenocování
 2 – 3 dny
 4 – 7 dnů
 8 a více dnů

Pokud se na Klatovsku zdržíte dva a více dnů, kde se ubytujete?

- | | | |
|----------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> hotel | <input type="checkbox"/> chata/chalupa | <input type="checkbox"/> kemp/tábořiště |
| <input type="checkbox"/> penzion | <input type="checkbox"/> u příbuzných či známých | <input type="checkbox"/> jiná možnost:..... |

Co vás motivovalo k návštěvě této oblasti? (Zvolte, prosím, maximálně 3 odpovědi.)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> informační materiály cestovních kanceláří | <input type="checkbox"/> reference od známých |
| <input type="checkbox"/> rozhlas, televize | <input type="checkbox"/> turistická infocentra |
| <input type="checkbox"/> literatura, noviny, časopisy | <input type="checkbox"/> Internet |
| <input type="checkbox"/> propagační materiály | <input type="checkbox"/> jiná možnost:..... |
| <input type="checkbox"/> vlastní zkušenost | |

Jaké aktivity jsou během Vašeho pobytu na Klatovsku klíčové? (Zvolte, prosím, maximálně 3 odpovědi.)

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> vodní sporty, koupání | <input type="checkbox"/> kongresová turistika | <input type="checkbox"/> společenské akce |
| <input type="checkbox"/> pěší turistika | <input type="checkbox"/> religiózní turistika | <input type="checkbox"/> poznávání památek |
| <input type="checkbox"/> cykloturistika | <input type="checkbox"/> venkovská turistika | <input type="checkbox"/> poznávání přírody |
| <input type="checkbox"/> zimní sporty | <input type="checkbox"/> jiná možnost:..... | |

Uveďte, prosím, jak jste byl(a) během svého pobytu spokojen(a)/nespokojen(a) následujícími skutečnostmi:

	Velmi spokojen	Spíše spokojen	Spíše nespokojen	Velmi nespokojen	Nedovedu posoudit
ubytovací služby					
nová úroveň služeb					
opravní dostupnost, kvalita silnic					
načtení přístupových cest					
kvalita životního prostředí					

8. A) Co se Vám na Klatovsku nejvíce líbilo?.....
B) Co naopak hodnotíte negativně?.....

9. Jak je Vaše návštěva organizována?

- cestovní kanceláří služebně
 soukromě jinak (uved'te způsob).....

10. Měl(a) byste zájem o nabídku organizovaného pobytu na Klatovsku?

- ano ne

- v případě kladné odpovědi vyberte zaměření produktu

- památky příroda sportovní aktivity
 zábava folklór kombinace předešlých
 jiná možnost.....

11. Jakým způsobem jste se dopravil(a) do tohoto regionu?

- osobním automobilem linkovým autobusem na kole
 autobusem - zájezd vlakem jiná možnost:.....

12. S kým cestujete?

- sám/sama s partnerem s přáteli/známými
 s rodinou se skupinou (zájezd) jinak.....

13. Hodláte navštívit Klatovsko i v budoucnu?

- ano nevím ne

14. Doporučíte návštěvu Klatovska svým známým?

- ano ne

15. Uved'te, prosím, údaje o Vaší osobě:

Pohlaví: muž žena

Bydliště (kraj):

Věk: do 15 let 51 - 65 let
 16 - 30 let 66 let a více
 31 - 50 let

Vzdělání: základní
 vyučen
 středoškolské
 vysokoškolské

Zaměstnání: student důchodce
 podnikatel na mateřské dovolené
 zaměstnanec veřejného sektoru nezaměstnaný
 zaměstnanec soukromého sektoru

Příloha 5: Mapa naučné stezky



Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 6: Postřehy z naučné stezky (Zdroj: Vlastní foto)



Kaple se studánkou v Nicově



Studánka ve Zdebořicích



Město Plánice



Přírodní park Plánický hřeben



Kaple ve Zbyslavi



Studánka v Petrovicih