

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2013 – 2015

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Eva Turoňová

Cestovní ruch a rekreace ve vybraném regionu Šumava

Praha 2015

Vedoucí diplomové práce: Ing. Iveta Hamarneh Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER'S FULL-TIME STUDIES

2013 - 2015

DISSERTATION THESIS

Eva Turoňová

Tourism and recreation in the selected region Šumava.

Prague 2015

The Dissertation Thesis Work Supervisor:

Ing. Iveta Hamarneh Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů. Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 24.5.2015

Jméno autorky: Eva Turoňová

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala Ing. Ivetě Hamarneh Ph.D. za cenné rady a vstřícnou pomoc v průběhu vypracování mé diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat paní Kateřině Vláškové z Regionální rozvojové agentury Šumava, o. p. s. za čas, který mi věnovala při konzultacích a nezbytných podkladech ke zpracování mé práce.

Anotace

Diplomová práce se zabývá cestovním ruchem a rekreací ve vybraném regionu Šumava. Zkoumá nabídku cestovního ruchu na Šumavě a její dostupné atraktivitu. Porovnává tři vybraná města Horažďovice, Kašperské Hory a Švihov a zkoumá, jaký vliv má udržitelný rozvoj na cestovní ruch a Národní park Šumava. Je provedeno osobní dotazníkové šetření ve třech zvolených městech a se Správou národního parku Šumava. Další kapitola je zaměřena na podrobné sestavení SWOT analýzy turistického regionu Šumava. V poslední kapitole jsou stanoveny hlavní cíle a následné řešení a cíle jednotlivých rozvojových oblastí. Dále pak je proveden monitoring a vytvořené indikátory pro posouzení úspěšnosti.

Klíčové pojmy

Atraktivita, cestovní ruch, komunikace, kooperace, kvalita, Národní park Šumava, oblasti, rekreace, Šumava, turismus, turistická informační centra, udržitelný rozvoj.

Annotation

This thesis deals with tourism and recreation in the selected region Šumava. It examines the tourism offer in Šumava and its available activities. It compares three selected cities Horažďovice, Kašperské Hory and Švihov and examines the impact of the sustainable development of tourism and the Šumava National Park. It is made a personal survey in three selected cities and with Administration of the National Park Sumava. Another chapter focuses on a detailed SWOT analysis of tourist region Šumava. In the last chapter are set out the main objectives and subsequent solutions and goals of individual development areas. Further was performed monitoring and formed indicators for the assessment of success.

Key words

Attractiveness, communication, cooperation, quality, National Park Šumava, region, sustainable Development, recreation, Šumava, tourism, tourist information centers, tourism.

ÚVOD.....	9
1. LITERÁRNÍ REŠERŠE	11
1.1 CESTOVNÍ RUCH	11
1.2 PODMÍNKY PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU.....	12
1.3 VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU	12
1.3.1 Prvopočátky cestovního ruchu	13
1.3.2 Moderní cestovní ruch.....	14
1.3.3 Vývoj v československu/české republice po roce 1989.....	14
1.4 UDRŽITELNÝ ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU A JEHO INDIKÁTORY	16
1.5 TRENDY VE VÝVOJI CESTOVNÍHO RUCHU	17
1.6 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CESTOVNÍ RUCH.....	18
1.6.1 Lokalizační faktory v Cestovním ruchu	18
1.6.2 Realizační faktory v cestovním ruchu.....	20
1.6.3 Selektivní faktory v cestovním ruchu	22
1.7 OBLAST ŠUMAVA	24
1.7.1 Přírodní podmínky.....	25
1.7.2 Historický vývoj.....	26
2. ANALÝZA SOUČASNÉ SITUACE V CESTOVNÍM RUCHU	28
2.1 KULTURNÍ A HISTORICKÉ PAMÁTKY	28
2.2 VOLNOČASOVÉ AKTIVITY.....	29
2.3 PĚŠÍ TURISTIKA	31
2.4 CYKLOTURISTIKA.....	32
2.5 VODNÍ SPORTY	33
2.6 ZIMNÍ SPORTY	35
2.7 KULTURNÍ A SPOLEČENSKÉ AKCE.....	38
3. OSOBNÍ DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	41
3.1 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ MĚST HORAŽDOVICE, KAŠPERSKÉ HORY A ŠVIHOV	41
3.2 SHRUTÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	51
4. SWOT ANALÝZA TURISTICKÉHO REGIONU ŠUMAVA.....	52
4.1 SILNÉ STRÁNKY (STRENGTHS)	52
4.2 SLABÉ STRÁNKY (WEAKNESSES)	55
4.3 PŘÍLEŽITOSTI (OPPORTUNITIES)	59
4.4 HROZBY (THREATS)	63
4.5 SHRUTÍ.....	68

5. STRATEGICKÝ ROZVOJ TURISTICKÉHO REGIONU ŠUMAVA.....	70
5.1 HLAVNÍ ŘEŠENÍ A CÍLE	70
5.2 ROZVOJOVÉ CÍLE JEDNOTLIVÝCH OBLASTÍ.....	71
5.3 MONITORING A INDIKÁTORY K POSOUZENÍ ÚSPĚŠNOSTI	74
ZÁVĚR.....	76
SEZNAM POUŽITÉ ZDROJŮ	78
SEZNAM TABULEK A GRAFŮ	83
SEZNAM PŘÍLOH.....	84

ÚVOD

Cestovní ruch se stává na přelomu tisíciletí klíčovým ekonomickým odvětvím, které dosahuje podobných zisků jako ropný či automobilový průmysl. Je možné předpokládat, že s tímto růstem bude přibývat i škála turistických destinací a produktů.

Cestovní ruch patří mezi hlavní přednosti k rozvoji Jihočeského kraje. Vynikající potenciál v tomto odvětví má především centrální oblast Šumavy. Do popředí začíná vstupovat větší zájem o památky technické a kulturní. „Zejména, vlivem narůstajícího ohrožení původních přírodních biotopů, bude růst zájem o cestování do přírody představované zejména chráněnými územími.“¹ Návštěvníci a turisté jsou vzdělanější a sofistikovanější ve svých potřebách, které se projevují ve smyslu kvality jednotlivých prožitků. Jako je vnímání místní kultury, fauny a flóry a zároveň její ochrany. Cestovní ruch a rekreace má v této oblasti mnoho podob, jestli se jedná o tuto činnost v chráněných územích je zapotřebí dávat zvýšenou pozornost zvláště rozvoji a řízení. Rozvojem je myšlen udržitelný rozvoj, deklarován v Agendě 21. Na rozvoji cestovního ruchu na Šumavě by měli mít možnost se podílet i obyvatelé dotčených míst. Obyvatelé místních lokalit mají spolupracovat s rozvojem cestovního ruchu, podílet se na procesu plánování, přičemž vycházet z poznání a podpory jejich identity, kultury a zájmu.

V současné době se neustále zvyšuje poptávka po cestovním ruchu zaměřující se nejen na seznámení s místní faunou a flórou, a s tím spojené atraktivitu, ale i orientace na venkovský turismus (ekoagroturismus, ekoturismus).

Hlavním cílem této práce je především rozvoj cestovního ruchu a rekreace ve vybraném regionu Šumava. Vedlejším cílem bude zhodnocení současného stavu cestovního ruchu na Šumavě. Dále předpoklady rozvoje cestovního ruchu ve vybrané oblasti. Zhodnocení struktury současných návštěvníků a identifikace témat vhodných k optimalizaci využití oblasti cestovním ruchem a rekreací. Dalším vedlejším cílem této práce bude také zhodnotit udržitelnost cestovního ruchu v Národním parku Šumava a ve třech vybraných městech Horažďovice, Kašperské Hory a Švihov. Tato tři města

¹ PERLÍN, Radim a Ivan BIČÍK, *Lokální rozvoj na Šumavě*. Šumava: Správa NP a CHKO Šumava, 2010. str. 60 ISBN 978-80-87257-06-7

společně s NPŠ budou také hlavním bodem třetí kapitoly, která bude věnována dotazníkovému šetření. A zkoumání cestovního ruchu v souladu s udržitelným rozvojem. Dalším vedlejším cílem bude zkoumání současného stavu spolupráce mezi jednotlivými městy a Správou národního parku.

Pátá kapitola bude zaměřena na sestavení podrobné SWOT analýzy, kde budou analyzovány slabé a silné stránky, příležitosti a hrozby v jednotlivých oblastech Šumavy. Následující kapitola bude konkretizovat strategický rozvoj turistického regionu Šumava, jeho hlavní cíle, jednotlivé cíle uplatněné na konkrétních oblastech a konečný monitoring společně s indikátory k posouzení úspěšnosti.

V diplomové práci bude aplikována komparační metoda, práce s odbornou literaturou a získanými podklady, provedené individuálními rozhovory se členy z Regionální rozvojové agentury Šumava, o. p. s.

TEORETICKÁ ČÁST

1. LITERÁRNÍ REŠERŠE

V této kapitole budou detailně rozebrány pojmy cestovního ruchu, dále podmínky pro jeho rozvoj, vývoj cestovního ruchu, vysvětlen pojem udržitelný rozvoj společně s indikátory, dále jaké se vyskytují trendy v cestovním ruchu, jednotlivé faktory ovlivňující cestovní ruch, seznámení s oblastí Šumavy a její historií a v poslední části detailně rozebrána a vysvětlena analýza současné situace v cestovním ruchu Šumavy.

1.1 CESTOVNÍ RUCH²

Cestovní ruch spadá k důležitým ekonomickým a sociálním jevům dnešní moderní společnosti. Je velmi složité přesně definovat pojem cestovní ruch, již bylo spousty pokusů, jak ho nejlépe vystihnout, a v různých literárních publikacích jsou někdy málo výstižné. Díky tomu se nejvíce vychází z definice Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO). Která říká, že „cestovní ruch je činnost osoby, cestující ve svém volném čase na přechodnou dobu do místa mimo její trvalé bydliště, a to za jiným účelem, než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“³

U cestovního ruchu jde o mnohostranný jev, který lze vyjádřit dvěma způsoby. Za prvé je to oblast spotřeby, kde jsou především uspokojovány jednotlivé lidské potřeby, jako jsou například poznávání nových míst, lázeňské péče, relaxace, vyžití jak v kulturním tak sportovním odvětví a jako poslední navazování kontaktů s novými lidmi a uskutečnění nových zážitků. A za druhé spadá do součásti ekonomiky, která je tvořena mnoha aktivitami, které se podílejí na obstarávání účasti lidí v cestovním ruchu, jako jsou ubytovací služby, stravovací služby, doprava, služby cestovních kanceláří a průvodcovské služby.

Cestovní ruch má vliv na mnoho stránek života společnosti. Cestovní ruch můžou ovlivňovat jak přímé vlivy, tak i nepřímé vlivy.

² Citováno ze své Bakalářské práce „Analýza cestovního ruchu v Roudnici nad Labem a okolí“

³ DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch*. Praha 1: Fortuna, 2007. ISBN 80-7168-901-

1.2 PODMÍNKY PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU⁴

První podmínkou pro vznik cestovního ruchu je rozvoj výrobních sil, který umožňuje, jak růst, tak rychlost, ale dále také i stagnaci cestovního ruchu. Druhou velmi důležitou podmínkou k rozvoji cestovního ruchu jsou mírové podmínky života, bez kterých by nebyl vůbec možný rozvoj cestovního ruchu. Díky velkému významu míru pro cestovní ruch a naopak cestovního ruchu pro mírovou spolupráci mezi státy, jsou některé otázky zahrnuty do Závěrečného aktu o bezpečnosti a spolupráci v Evropě.

Existuje ale také řada mnoha dalších podmínek, které jsou podstatné pro rozvoj cestovního ruchu a ty můžeme rozdělit do následujících skupin:

- Ekonomické – celková úroveň ekonomiky země vyjádřená HDP, životní úroveň, fond volného času, příjmy obyvatel, celková úroveň cen na trhu.
- Ekologické – přírodní a celkové životní prostředí, dostatek rekreačního prostoru, přírodní krásy, příznivé klima a čisté ovzduší.
- Demografické – vše, co se týká obyvatelstva, hustota zalidnění, věkové složení, zdravotní stav obyvatel.
- Pracovní – zabezpečení cestovního ruchu dostatkem pracovníků s odpovídající kvalifikací.
- Materiálně – technické – ubytovací a stravovací zařízení, doprava, síť obchodů a služeb, směnárny, ale i zdravotnické a bezpečnostní služby.
- Administrativní – nejvíce v zahraničním cestovním ruchu, pasové, vízové, celní a směnářské předpisy, zprostředkovávající a obchodní CK.

1.3 VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU⁵

V minulosti lidé cestovali, především z důvodů obchodních a vojenských cest. Kdežto v dnešní době můžeme říci, že cestovní ruch tvoří volnočasovou aktivitu.

⁴ PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 2007. str. 7 ISBN 1866-074-07, citováno ze své Bakalářské práce „Analýza cestovního ruchu v Roudnici nad Labem a okolí“

⁵ RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2011. str. 24 ISBN 978-80-247-4039-3.

Reprezentuje jednu z klíčových oblastí národního hospodářství a tvoří součást spotřeby obyvatelstva. Existují tři základní podmínky, které je potřeba zajistit pro rozvoj cestovního ruchu a to: fond volného času, zajistit patřičné disponibilní prostředky u obyvatelstva, tím jsou myšleny prostředky, zabývající se uspokojováním běžných potřeb (bydlení, stravování, šacení atd.) a zabezpečením svobody pohybu a bezpečnosti v turistickém cíli – destinaci. Tyto podmínky, kromě posledního typu jsou dnes v zemích plněny v míře, které se nedají s dřívější dobou porovnávat. Rozvoji cestovního ruchu napomáhá řada faktorů, související s růstem počtu obyvatelstva naší planety, dále také se zvyšováním vzdělanosti a tím spojené prohlubování jazykových bariér, pokrokem ve zdravotnictví a s tím vším souvisí touha po poznání nových míst, kultur a prožití neobvyklých zážitků.

Někteří autoři jako například Hesková, či Kašpar dělí vývoj cestovního ruchu do těchto čtyř etap:

- prvopočátky (5. století př. n. l. - 16. století);
- moderní cestovní ruch (17. – 19. století);
- novodobý cestovní ruch (po první sv. válce do roku 1948 a období 1949-1989);
- současné období (po roce 1990).

1.3.1 PRVOPOČÁTKY CESTOVNÍHO RUCHU⁶

Mezi první cestovatele jsou řazeni Řekové, Egypťané a Řekové. V dobách středověku se spojuje cestovní ruch především s bohatými šlechtici, syny bohatých kupců a měšťanů. Dochovalo se mnoho průvodců a popisy cest pro obchodníky z této doby. Ve 13. století se rodí počátek prvních obchodních, kolonizačních a objevitelských cest do zámoří jako je Inde, Čína a Indonésie. Mezi nejznámější objevitele patří zajisté Marco Polo (1254 – 1324), který strávil celých sedmáct let v Číně. V 15. století je silný vliv zámořských objevů s eminentními portugalskými a španělskými námořními plavbami. K významným mořeplavcům této doby patří např.: Kryštof Kolumbus, Portugalec Bartolomeo Diaz, Vasco da Gama či Amerigo Vespucci.

⁶ RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2011. Str. 25 ISBN 978-80-247-4039-3.

1.3.2 MODERNÍ CESTOVNÍ RUCH⁷

Počátky moderního cestovního ruchu spadají do 17. a 18. století, v té době existovalo právo volného pohybu pro dřívější šlechtice a kupce. Důležitým mezníkem byly politické a sociální změny ve společnosti, čímž je myšleno zrušení nevolnictví. Roku 1827 vydal Karl Baedeker první průvodce s účelem usnadnit cestování středním vrstvám obyvatelstva. Avšak cestovní ruch je nejvíce spojován se jménem Thomas Cook, ten roku 1841 založil první cestovní kancelář a zrealizoval první organizovaný výlet vlakem po anglickém venkově a zároveň první zahraniční zájezd do Paříže na Světovou výstavu. S Cookovými metodami se potýkáme dodnes. V polovině 19. století se konají poznávací cesty mladých šlechticů z anglického dvora do Itálie. Mezi oblíbené se řadí lázeňství, horská a pěší turistika, což si mohou dovolit pouze ti z vyšších vrstev (šlechta, církev, buržoazie). K hlavnímu rozmachu cestovního ruchu přispívá rozvoj železniční dopravy v 19. století, v 80. letech 19. století však nastává i rozkvět silniční dopravy a počátkem 20. století dopravy letecké.

1.3.3 VÝVOJ V ČESKOSLOVENSKU/ČESKÉ REPUBLICĚ PO ROCE 1989⁸

Po roce 1989 se u nás velice zlepšily podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Prvním krokem bylo zrušení vízové povinnosti s velkou částí turistických destinací. První dekádu dnešního období přibližně do roku 2000 lze charakterizovat:

- po roce 1989 velice rychlá privatizace podniků cestovního ruchu;
- vytvářejí se zcela nové formy cestovního ruchu, které byly do té doby pro ČR tabu, jako například agroturistika a ekoagroturistika;
- liberalizace živností, nové profesní asociace;
- vázaný cestovní ruch, podniky si objednávají u cestovních kanceláří hromadné zájezdy pro zaměstnance, které jsou hrazeny ze společenských fondů podniků;
- pasivní cestovní ruch, kdy převažují krátkodobé poznávací zájezdy do sousedních států;

⁷ RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2011. Str. 25 ISBN 978-80-247-4039-3.

⁸ RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2011. Str. 27 ISBN 978-80-247-4039-3.

- aktivní cestovní ruch, kdy do roku 1996 je bouřlivý nárůst počtu příjezdů (až 2,5krát přesahují výjezdy) a po roce 1996 klesá výnos incommingu o 25%;
- značný krach mnoha subjektů, díky převyšující nabídce nad poptávkou, avšak poté jsou zaznamenány pomalu rostoucí veřejné investice do propagace České republiky.

Po roce 2000 se vyvíjí situace v České republice tak, že vznikají nové rozvojové strategie. Státní agentura CzechTourism vytyčuje turistické regiony a vznikají nové kraje, které se zaměřují na propagaci a podporu cestovního ruchu. Také rostou výdaje do propagace krajů i celé ČR. Dále se stupňuje lůžková kapacita v hlavním městě Praha a snižují se počty cestovních kanceláří, kdy v roce 1999 bylo cca 1200 subjektů a v roce 2007 cca 800 subjektů. Značný vývoj se projevuje v nových specifických formách cestovního ruchu (golfová turistika, kongresová turistika, cykloturistika, lázeňství a wellnes). Vzniká systém statistické evidence cestovního ruchu v rámci mezinárodních standardů. Roste zájem zahraničních společností na rozvoj cestovního ruchu, jako jsou například služby American Express, řetězce Hilton a společnosti jako Čedok, které přinášejí nové koncepty (např. franchising).

Tabulka 1: Odhad výdajů zahraničních návštěvníků – 1. pololetí 2014

	Zahraníční turisté	Jednodenní návštěvníci	Tranzitující	Celkem
Počet návštěvníků (v tis.)	4 489	5 890	1 054	
Průměrný výdaj (na osobu a na den v Kč)	2 964	1 651	1 122	
Počet dní	6,0	-	-	
Celkové výdaje (v mld. Kč)	79,9	9,7	1,3	90,9

Zdroj: Vlastní zpracování na základě⁹

⁹ MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. [cit. 2014-10-20]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz>

V tabulce 1 je znázorněn odhad výdajů zahraničních návštěvníků v České republice v 1. pololetí 2014. Týká se to zahraničních návštěvníků, jednodenních návštěvníků a tranzitujících, počet návštěvníků se znásobí průměrným výdajem na osobu a počtem dní, z toho vyjde výsledný celkový výdaj. Meziroční nárůst je o 18 mld. Kč (24%) oproti předešlému roku.

1.4 UDRŽITELNÝ ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU A JEHO INDIKÁTORY

Udržitelný rozvoj cestovního ruchu se dá definovat jako rozvoj, jež obstarává a zabezpečuje jednotlivé požadavky účastníků cestovního ruchu a zároveň tím napomáhá k rozvoji území (Šumavy). Vedle toho dbá o zajištění šetrného využívání přírodních a kulturních hodnot, což by mělo vést k dlouhodobému prospěchu daného území.¹⁰

Za indikátor se považuje vhodně vybraná informace nebo hodnota, získaná výpočtem, jež má za účel pomoci k naplnění koncepce udržitelného rozvoje. Indikátory jsou přínosem k vyměrování nynějšího stavu, či míry vážnosti dané situace, budoucí situace a následné možnosti rizika. Indikátory cestovního ruchu jsou považovány za zprávy, které zaznamenávají změny a souvisí s řízením a rozvojem. Změny mohou souviset například s uspořádáním cestovního ruchu, vnějšími faktory, jež mají přímý vliv na cestovní ruch, nebo dopad na prostředí vyvolávající cestovní ruch.¹¹ Indikátory se dají stejně jako ukazatele dělit do třech základních skupin dle pilířů udržitelnosti:

Ekonomický pilíř

- Dle druhu ubytování a počtu přenocování,
- dle geografického původu turistů,
- počet pracovních míst,
- výnosy z cestovního ruchu proti výdajům z cestovního ruchu,
- hospodářský rozvoj a rostoucí příjmy obyvatel,
- cestovní ruch a jeho tvorba na HDP.

¹⁰ HAMARNEH, Iveta. *Mezinárodní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2014. 107-108 s. ISBN 978-80-7452-040-2.

¹¹ UNWTO. *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: Guidebook*. Madrid: UNWTO, 2004. ISBN 92-844-0727-5.

Sociální pilíř

- Potřeba zdraví a vzdělání,
- sociální spravedlnost,
- míra nezaměstnanosti,
- vzdělávací akce pro návštěvníky, ale i rezidenty,
- podíl rezidentů vůči návštěvníkům.

Environmentální pilíř

- Ochrana krajiny a přírody,
- ochrana životního prostředí,
- podíl chráněných oblastí,
- plocha zabírající zařízení pro aktivní turistiku,
- kvantita komunálního odpadu,
- spotřeba vody návštěvník versus resident,
- emise CO² produkované cestovním ruchem.¹²

1.5 TRENDY VE VÝVOJI CESTOVNÍHO RUCHU¹³

Jak již bylo výše zmíněno, cestovní ruch je podstatným jevem z řady hledisek. Promítá se do oblasti ekonomické, sociálně - kulturní, ale i environmentální. Cestovní ruch je také vlivnou aktivitou volného času jak v České republice, tak v ostatních vyspělých zemích. Během posledních desetiletí se potýká cestovní ruch se značnými změnami. V roce 2003 Evropská komise uvedla deset primárních trendů, které budou mít v budoucnosti přímý vliv na cestovní ruch. Mezi tyto trendy patří: demografie, vzdělání, volný čas, zdraví, životní styl, technologie, udržitelný rozvoj, doprava a bezpečí. V současné době se může s jistotou říci, že se tyto faktory naplňují a ani o jednom se nedá mluvit tak, že by zanikl. Na rok 2013 společnost Skift formulovala třináct trendů. A to: přírůstek počtu turistů z Číny, zvýšení počtu tzv. vedlejších poplatků za služby a to především v letecké dopravě a ubytovacích službách. Možnost rezervace ubytování pomocí mobilních telefonů, větší zájem o kulinářský cestovní ruch,

¹² PALÁTKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Grada, 2011. 150 s. ISBN 978-80-247-350-8.

¹³ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2013. Str. 25 ISBN 978-80-247-4603-6.

zvětšující se nabídka nejrůznějších služeb na letištích, pro budování určité image destinaci se stává nápomocný film, mezi základní zdroje informací se řadí různé aplikace a digitální mapy. K dalšímu trendu patří také cenově dostupné designové hotely a expandování leteckých společností Kataru a Spojených arabských emirátů.

Během vývoje cestovního ruchu se trendy jeví dlouhodobě, jako například demografické trendy, komunikační a informační technologie. Budoucí trendy se nedají zatím zcela přesně predikovat. Avšak o cestovní ruch se stále větší zájem a to jak ze strany nabídky, tak i poptávky. Dá se říci, že budoucí vize týkající se cestovního ruchu budou spadat do oblastí nabídky nových produktů, vyhledávání nových cílových skupin účastníků, nabídky nových služeb a přístupů v marketingu cestovního ruchu.

1.6 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CESTOVNÍ RUCH¹⁴

Faktory, u nichž se u některých autorů můžeme setkat s užitím slova předpoklady, ovlivňující cestovní ruch, dělí teoretici do tří skupin. A to na faktory lokalizační, realizační a selektivní. Lokalizační faktory tvoří přírodní a společenské atraktivitu, tvoří tedy „fyzickou“ platformu pro uspokojování poptávky („co se dá vidět“), o jejich užití rozhodují faktory realizační, kam spadá především doprava, ubytování a ostatní služby a faktory selektivní, sem se řadí především spolupráce, řízení, politická situace a vnímání území hosty. Je velice důležité mít neustále na paměti, že cestovní ruch je ekonomická aktivita. Proto výše zmíněné faktory cestovního ruchu je potřebné porovnávat a posuzovat pragmaticky, z dispozice prosperity území, jehož faktory jsou posuzovány a porovnávány z pohledu dlouhodobé hospodárné použitelnosti v neustále dnešní rostoucí konkurenci. Nelze ale také opomenout ani udržitelnost environmentální a sociokulturní.

1.6.1 LOKALIZAČNÍ FAKTORY V CESTOVNÍM RUCHU

Lokalizační faktory jsou takové faktory pro cestovní ruch, které jsou poskytnuty územím, a tím pádem o nich můžeme hovořit, jako o neměnných. Řadí se mezi ně

¹⁴ RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2011. Str. 34 ISBN 978-80-247-4039-3.

v první řadě přírodní podmínky – klima, charakter a modelace terénu (reliéf, geomorfologie a geologie), hydrologické poměry, fauna, flóra, přírodní atraktivita a v druhé řadě společenské atraktivita, což jsou ty, které vznikly díky lidské činnosti (např. technické a architektonické památky, gastronomie, muzea, galerie, významné parky, památky lidové architektury, zvyky, slavnosti atd.).

Přírodní podmínky: Pokud hodnotíme přírodní podmínky je obecně dáno, že čím příjemnější klima, zajímavá modelace terénu, úchvatná scenérie, exotičtí živočichové a rostliny, tím jsou výhodnější předpoklady pro cestovní ruch. Díky tomu čím dál více turistů vyhledává rozmanité horské oblasti a pobřeží, které skýtají množství geologických zajímavostí (krasové oblasti, nebo nově objevené horské oblasti). Důležitou součástí jsou také dobré hydrologické poměry (moře, řeky, gejzíry, jezera, prameny atd.) a pozoruhodná fauna a flóra (národní parky, v ČR nalezneme čtyři – Krkonošský NP, NP Šumava, NP Podyjí a NP České Švýcarsko, v jedné jsou ještě dvě území a to Křivoklátsko a Jeseníky). Pro turisty nejvíce lákavé jsou ty oblasti, které jsou neobyčejné a unikátní. Ty jsou poté vyhodnocovány a oceněny, jako součást celosvětového dědictví – biosferická rezervace UNESCO. Existuje také, ale ještě jedna kategorie, která nezahrnuje žádné seznamy, či zákonná ochranná opatření. Tato kategorie se nazývá estetická dispozice krajiny, vnímána zrakem, její krásou a půvabem. Je to jedna ze složek cestovního ruchu zaměřující se na tzv. pohledové vjemy, kam můžeme zařadit turistiku, cykloturistiku nebo běžky. Kategorie krajinné dispozice v rázu romantického obdivu pískovcových útvarů v Českosaském Švýcarsku, napomohla v minulém století ke zrodu nové lidské aktivity – pěší turistiky.

Společenské atraktivita: Mezi velice poutavé a sugestivní společenské atraktivita patří především památky a to jak architektonické, tak i technické. Hlavní význam tvoří jen ty nejznámější a nejvíce vzácné, ty ostatní řadíme do atraktivit doplňujících. Jak již bylo výše zmíněno, mezi nejvýše postavené patří památky zapsané do Světového seznamu kulturního dědictví UNESCO (v České republice jich můžeme nalézt celkem dvanáct), a dále pak národní kulturní památky. Na opačném konci tohoto hodnocení jsou také drobné místní památky. Nesmíme zapomenout, že pro cestovní ruch jsou atraktivní individuální události, slavnosti a zvyky a v současné době zažívá velký rozkvět také gastronomie. Velký zájem roste i o sportovní a zábavní akce, své místo mají i různorodé umělé atrakce, kam se řadí například zábavní parky. Společenské

atraktivitu se týká vazba na hustotu osídlení, což znamená: čím větší je počet obyvatel, tím větší je kvantum společenských atraktivit (staveb i akcí).

Hlavní význam lokalizačních faktorů je ten, že do značné míry stanovuje, jaký druh se bude na daném území vyvíjet, a pro které území je vhodný. Může se jednat o hornatá území se sněhem, kde se dají provozovat zimní sporty, či vysokohorská turistika, nebo mírný terén pro cyklistiku, či území se zastoupením vod, vhodné pro vodní sporty a lázeňství. Díky lokalizačním předpokladům se dá docílit diferencovaného území (turistických regionů, oblastí, nebo destinací), neboť lokalizační faktory stanovují, čím se konkrétní turistická oblast bude prezentovat vůči konkurenci.

1.6.2 REALIZAČNÍ FAKTORY V CESTOVNÍM RUCHU¹⁵

Realizačními faktory je možno danou oblast dosáhnout (doprava) a využít (infrastruktura služeb: materiálně-technická základna cestovního ruchu). Především je zapotřebí dosáhnout dostatečné kapacity služeb, aby bylo možné technicky využít potenciál území. Dále musí být dostatečná nabídka služeb určité kvality k sestavení turistického produktu. Pokud chceme dosáhnout ekonomického růstu cestovního ruchu, dlouhodobě si ho udržet a neustále ho zvyšovat, musí se zajistit dostatečná kvalita a kapacita služeb. Úroveň realizačních faktorů se dá hodnotit a to hned díky řadě ukazatelů – počet ubytovacích zařízení, počet lůžek, počet návštěvníků, lůžkodnů¹⁶, počet míst u stolu, ukazatele kvality ubytovacích a stravovacích zařízení, velikost a kvalita přepravních kapacit, rámcovost rekreační návštěvnosti, mezní hodnota využití území z pohledu materiálně-technické základny, profitabilita zařízení obcím, občanská vybavenost, jako jsou směnárenské, obchodní a bankovní služby, a restrukturalizace ubytovacích a stravovacích zařízení.

Doprava: zabezpečuje styk mezi počátečním místem účastníka a navštěvovanou oblastí. Základní otázka, která je kladena je bezpečnost, dopravní jednoduchost, rychlost a komfort dopravy za přiměřenou cenu. Tato otázka se stává čím dál tím více důležitou, čím větší je vzdálenost mezi zdrojovou zemí a turistickým cílem.

¹⁵ RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2011. Str. 35 ISBN 978-80-247-4039-3.

¹⁶ někdy se používá také termín osoboden, v obou případech je to součin obsazených lůžek a dnů, resp. nocí.

Organizátoři různých cestovních kanceláří mohou výrazně přispět k tomu, aby byly nepřijemnosti s cestováním co nejmenší. Mohou nabídnout například převoz a přivítání z letiště či nádraží, přistavení vozidla atd., které cestovateli jeho cestu zpříjemní a usnadní. Navíc jsou to právě tyto služby, které dopravují do regionu peníze, nikoliv pohled na krásné panorama. V současné době jsou stále více propagovány požadavky na životní prostředí, co nejnižší škodlivost, a nabídky na zelené, nebo jinak šetrné cestování, jako například soft mobility a fly green. Velkou oblibou se stává i rozvoj cyklistiky, cykloturistiky a jiných šetrných způsobů dopravy. Stále častěji cestují malé skupiny, rodiny, samotné páry a skupiny do cca dvaceti osob naopak klesá počet skupin cestujících okolo padesáti osob přepravující se autobusovou přepravou. Právě region Šumava má z pohledu evropských klientů značnou výhodu a to díky dobré dopravní dostupnosti, turistické cíle se nachází nedaleko dálnic. Například pro nizozemskou klientelu dostupnost přes Německo. Atraktivní území vytváří poptávku, jež stimuluje rozvoj infrastruktury a nabídku služeb v dané oblasti.

Infrastruktura služeb¹⁷: chceme-li získat maximální potenciál cestovního ruchu území a maximalizovat ekonomický efekt, musí se maximalizovat především ty služby, které přinášejí pro dané území příjmy. Jsou to zejména služby přepravní, ubytovací služby a stravovací služby. Na pojem infrastruktura služeb cestovního ruchu se můžeme podívat z více pohledů. Myslíme tím, že projektový manažer regionu se bude na infrastrukturu dívat jinak než podnikatel. Funkcí manažera je vytvářet určité produkty, navrhovat navigační systémy, nebo plánovat nejrůznější inventáře. Na rozdíl od podnikatele, jehož hlavní funkcí je zmapovat dokonale konkurenci, díky které zaplňuje mezery na trhu novými atraktivitami. Důležitou částí je podrobné zkoumání návštěvnosti, které odhaduje jednak současné postavení zkoumaného území, tak i budoucí trendy. Nezbytné nutné je také zjistit v jaké fázi se území nachází, zda před začátkem, na začátku vzestupu, v útlumu či uprostřed hlavních změn a proč tomu tak vůbec je. Probádávání návštěvnosti je důležitým prvkem, jak se dá správně odhadnout budoucí úspěšnost podnikatelského záměru, především ve stavebních investicích. Jedním z dobrých zdrojů těchto informací jsou šetření v ubytovacích a stravovacích zařízeních. Je vhodné zkoumat zvláště hotely, penziony a rekreační střediska, jelikož

¹⁷ HESKOVÁ, M. *Základní problémy cestovního ruchu*. 1.vyd. Praha: VŠE, 1999. 140 s. ISBN 80-7078-047-4.

každý turista patří do odlišné cílové skupiny. O tom jak jsou hosté spokojeni, nebo například důvod jejich návštěvy poskytují tzv. motivační šetření.¹⁸ Pokud chceme provádět plánování na úrovni menších celků (než kraje) bude vždy nutné provádět detailnější místní šetření.

1.6.3 SELEKTIVNÍ FAKTORY V CESTOVNÍM RUCHU¹⁹

V některých publikacích se můžeme setkat s pojmem selektivní, neboli stimulační faktor. Jak již z názvu vyplývá, stimulují vznik a rozvoj cestovního ruchu. K těmto faktorům patří jednak úroveň řízení destinace, tak i úroveň spolupráce mezi danými subjekty, vnímání cestovního ruchu politiky, od čeho se odvíjí úroveň veřejné podpory cestovního ruchu, dále také příjem potencialních hostů, ale i marketingové a psychologické faktory, jako například hodnocení území v konkurenci, vzor u žádoucích cílových skupin a schopnost naplňování jejich přání. Faktory úzce souvisejí se spotřebitelským chováním, které má vliv na čtyři základní psychologické faktory: Motivace, učení, vnímání a postoj. Pokud dobře známe tyto faktory, můžeme pak efektivně provádět marketingovou segmentaci. Selektivní faktory ovlivňují cestovní ruch na všech úrovních a to jak mezinárodních tak i makroekonomických. Jako příklad můžeme uvést soubor předpisů EU upravujících praxi stravovacích zařízení, nebo úroveň národní měny, ale i regionální, například vyhlášením památkové rezervace, nebo založením lokálního rozvojového fondu.

Objektivní stimulační faktory: dělíme na politické a ekonomické faktory, demografické skutečnosti a administrativní podmínky. K politickým faktorům přiřazujeme základní politické podmínky, jako například mírové uspořádání světa a vnitropolitické situace (frekvence střídání vlád), dále eventualitu volného pohybu osob a kapitálu. Příkladem je kraj Vysočina, který má svůj vlastní zvláštní fond Vysočiny, ze kterého mohou čerpat podporu v některých případech podnikatelé v cestovním ruchu, jež jsou z jiných podpůrných mechanismů, jako jsou dotace na regionální úrovni vyloučeny. Mezi ekonomické faktory patří konvertibilita měny, reálné mzdy a

¹⁸ CzechTourism. CzechTourism [online]. © 2010 [cit. 2014-11-10]. Dostupné z:

<http://monitoring.czechtourism.cz/CzechTourism/uvod.html>

¹⁹ RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2011. Str. 37 ISBN 978-80-247-4039-3.

nerealizovaná kupní síla obyvatel. Dále pak množství investic do prezentování destinace, nebo šance čerpání prostředků na rozvoj cestovního ruchu z Evropských fondů. Demografické skutečnosti se dostávají do cestovního ruchu veličinami, jako je počet obyvatel dané oblasti, zároveň jejich ekonomická situace, střední délka života a možnost mobility. Promítají se ve dvou variantách, zaprvé lidský faktor v cestovním ruchu jako pracovní síla²⁰ a jako účastník, což je strana poptávky, turista a spotřebitel. Ke konjunkturu cestovního ruchu přispívá bezesporu také zvyšující se životní úroveň potenciálních cestovatelů. Což znamená, že finančně vyspělejší vrstvy vyhledávají převážně dražší a luxusnější místa, cestují vícekrát za rok a mají k dispozici množství vyspělejších služeb. Poslední desetiletí je zaznamenán nárůst počtu městských obyvatel a přesun do velkých aglomerací. Z čehož vyplývá, že obyvatelé nyní stále více touží po návratu ke starým kořenům a k přírodě, hlavně pokud jsou to rodiny s dětmi. Z toho také plyne, že se jedná o vlivný faktor pro růst např. venkovského cestovního ruchu. Mezi administrativní podmínky patří právní předpisy, vyhlášky, zákony, devizové předpisy, pasové a vízové podmínky, ale také nutnost očkování a finanční prostředky na pobyt.

Subjektivní stimulační faktory:²¹ do této skupiny řadíme psychologické faktory, kterými se ovlivňováno rozhodování spotřebitelů služeb cestovního ruchu. Podstatnou roli zde hraje především propagace, reklama, módnost, zkušenosti a renomé destinace. Subjektivní faktory jsou obchodní praktiky a obor řízení a managementu destinace. Mezi nejcharakternější vyjádření řadíme širokou spolupráci a síťovost (networking) různých podnikatelů, samospráv nebo místních komunit. Pokud je velice dobře propagována spolupráce, a je možné rychle a lépe reagovat na pozměněné podmínky, pak mnohem lépe může cestovní ruch fungovat a dokáže generovat stále více příjmů. Dobrým příkladem jsou správně spolupracující destinace s pokročilým marketingem, vyspělým brandingem²² a managementem. Důležité jsou ale také obecné změny životního stylu, které stimulují poptávku po individuální autentické dovolené. Ale

²⁰ strana nabídky, poskytovatel služeb cestovního ruchu.

²¹ RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2011. Str. 39 ISBN 978-80-247-4039-3.

²² PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Cestovní ruch – výkladový slovník*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, Ústav územního rozvoje, 2002. 400 s.

v opačném případě masový rozvoj cestovního ruchu může dát v sázku kvalitu životního prostředí i hodnotu života místních obyvatel. V tomto případě je možné prosadit určité principy demarketingu za účelem redukce poptávky.

1.7 OBLAST ŠUMAVA

Šumava se rozkládá v příhraniční části jihozápadních Čech, leží na průsečíku tří historických zemí střední Evropy. Horního Rakouska, Bavorska a Čech. Z geografického hlediska jde o horské pásmo v délce zhruba 140 km, které se rozkládá mezi Všerubským a Vyšebrodským průsmykem.²³ V dnešní době se jedná o významný turistický region, který podle administrativního dělení zasahuje do okresů Prachatice, Klatovy a část regionu Český Krumlov. Avšak z pohledu regionálního uspořádání je řazena mezi kraj Plzeňský a Jihočeský. Šumava zaujímá značnou výhodu v dopravní poloze ve vztahu k hlavním centrům Praha, České Budějovice a Plzeň. Dobré dopravní spojení má se sousedními turistickými regiony v Bavorsku²⁴ a Horním Rakousku, ale i s více vzdálenými centry Mnichov a Linec. Od roku 2007 je ČR členem Schengenského prostoru. To má přispívat k rychlejšímu a snazšímu pohybu osob mezi ČR, Bavorskem a Horním Rakouskem, ale teritorium NP Šumava má ještě stále prostupnost poměrně složitou. V současnosti tvoří hraniční permeabilita celkem sedm silničních přechodů pro osobní automobilovou přepravu, dva železniční přechody a 18 turistických přechodů či stezek. Jde tedy o velmi atraktivní turistickou oblast a to jak pro turisty z ČR tak pro návštěvníky z Evropy²⁵.

²³ ANDĚRA, Miloš a Petr ZAVŘEL. *Šumava: příroda, historie, život*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Baset, 2003. 13-28 s. ISBN 80-7340-021-9.

²⁴ ELIÁŠEK, Jan a Petr STUPKA. *Šumava - Bavorský les*. Český Krumlov: MCU, s. r. o., 2013. str. 34 ISBN 978-80-7339-177-5.

²⁵ [online] iDnes.cz. Na Šumavu jezdí o tisíce návštěvníků méně, obce je chtějí lákat na kulturu.

Dostupný z WWW: http://budejovice.idnes.cz/na-sumavu-jezdi-o-tisice-turistumene-prilakat-je-mohou-nove-napady-1f8-/budejovicezpravy.aspx?c=A120308_103125_budejovice-zpravy_sor [cit. 2014-12-13]

1.7.1 PŘÍRODNÍ PODMÍNKY

Šumavu můžeme pokládat za jedno z nejstarších pohoří v Evropě. Jedná se převážně o lesnaté pohoří s oblými krajinnými formami s rozlehlými náhorními plošinami. Na Sever od Všerubského průsmyku pokračuje na Šumavu pásmo Českého lesa. Do Jihovýchodního území sahají Novohradské hory a po celém průběhu pak lemují linie pohoří Šumavské podhůří. Šumava se vyznačuje horským rázem, ale v porovnání s ostatními pohoří ČR se spíše řadí k mírnějšímu mezoklimatu. Průměrné roční teploty jsou zhruba 3,5 – 5,0 stupně Celsia.²⁶ V období vegetace dosahuje průměrná teplota okolo 10 – 11 stupni Celsia. Sněhové podmínky na Šumavě přetrvávají asi čtyři až pět měsíců. Pohořím Šumavy prochází evropské rozvodí mezi Černým a Severním mořem. Šumava se může pyšnit nadbytkem vodních toků, z nichž některé mají pramennou oblast, jako například Otava, Teplá Vltava, Blanice, Úhlava, Volyňka. Šumava má velký vodohospodářský význam díky nadprůměrně vysokým hydrogeologickým poměrům.²⁷ K významné turistické atraktivitě v tomto směru patří řeka Vydra s velice působivým balvanitým řečištěm. V minulosti bylo vodstvo využíváno na svou dobu poměrně značným technickým rozvojem a to pro plavení dřeva na Schwarzenberském a Vchynicko-Tetovském plavebním kanále a dále pak v druhé polovině 20. stol. vzniklé vodní dílo nádrž Lipno o celkové délce 42 km a rozloze 4 870 ha. Mezi základní typy vegetace patří květnaté bučiny, acidofilní doubravy a klimaxové smrčiny.²⁸ Dále jsou na Šumavě tradiční živočišné od savců jako například lasicovitě šelmy, spárkatá zvěř, tak i bohatá ptačí fauna zastoupena zhruba 200 druhy. I proto se stala Šumava zájmem ochrany přírody, dnes patří k nejrozsáhlejším chráněným územím v České republice. Vyhlášení národního parku se datuje k počátku 20. století, v roce 1963 se zde nacházela chráněná krajinná oblast a rok 1991 obdržela Šumava statut národního parku. Rok 1990 byl pro Šumavu významným tím, že byla zařazena do mezinárodní sítě biosférických rezervací UNESCO. Rozloha rezervace Šumava čítá

²⁶ ANDĚRA, Miloš a Petr ZAVŘEL. *Šumava: příroda, historie, život*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Baset, 2003. 117-157 s. ISBN 80-7340-021-9.

²⁷ Tamtéž 117-157 s. ISBN 80-7340-021-9.

²⁸ Tamtéž 167-170 s. ISBN 80-7340-021-9.

1 670 km².²⁹ Šumava nabízí překrásnou, kvalitně zachovalou přírodu, která je certifikovaná statutem chráněného území, je v dnešní době největší turistickou atraktivitou území. To, že je Šumava chráněným územím, je tudíž limitem, který za poslední tři roky má za důsledek mnoho diskusí a sporů. V národním parku jsou rozvojové možnosti jiné, než v jeho okolí, Šumava tvoří osobitý region, který je ale z hlediska ochrany přírody diferencovaný. Šumavu můžeme rozdělit na chráněná území – Národní park a Chráněnou krajinnou oblast, která národní park lemuje a dále na šumavské podhůří. Každé z tohoto území má zcela odlišné možnosti pro rozvoj turismu.

1.7.2 HISTORICKÝ VÝVOJ³⁰

Šumava patří mezi oblast, která byla osídlena ve středoevropském území poměrně pozdě. K obývání prvních domů zde však docházelo již od 15. století a od 17. století se dá mluvit o plynulém a trvalém osídlení Šumavy. Některá dílčí sídla se vytvářela na základě těžby a zpracování nerostných surovin, které dali za vznik současným názvům obcí. Jako příklad lze uvést například: Železná Ruda nebo Kašperské Hory, ale také obce Nové Hutě či Nová Pec. Osídlování Šumavy bylo iniciováno především významnými českými panovníky, poskytujícími práva obyvatelům, kteří chtěli kolonizovat hraniční lesy a hory. Rostoucí počet obyvatel vede k většímu zájmu zvětšovat zemědělsky využívané území a rozšiřovat ho o dřevařství, rolnictví a pastevectví. S tím souvisí postupný přesun z nižších poloh do středních a vyšších poloh. Hranice mezi českým královstvím a Bavorskem patří mezi historicky nejstabilnější hranice mezi dvěma státními celky v Evropě. Na obou stranách žili v 19. století a první polovině 20. století obyvatelé mluvící německy, i když příslušeli k rozdílným státním celkům. Na konci 19. století žilo na území v 22 obcí, které v dnešní době zasahují všechny na území NP Šumava, celkem více než 61 tis. obyvatel, v současnosti zde žije na stejném měřeném území méně než 17 000 obyvatel. V dnešní době se většina obyvatel situuje do největších obcí, především díky lepším pracovním příležitostem. Hustota zalidnění samozřejmě také stoupá v době dvou hlavních sezón,

²⁹ PERLÍN, Radim a Ivan BIČÍK. *Lokální rozvoj na Šumavě: Sborníky z výzkumu na Šumavě*. Šumava: Správa NP a CHKO Šumava, 2010. ISBN 978-80-87257-06-7.

³⁰ PERLÍN, Radim a Ivan BIČÍK. *Lokální rozvoj na Šumavě: Sborníky z výzkumu na Šumavě*. Šumava: Správa NP a CHKO Šumava, 2010. 20-24 s. ISBN 978-80-87257-06-7.

kdy se na území Šumava pohybuje velké množství návštěvníků a rekreační oblasti jsou tedy plně využívány. Vývoj osidlování na Šumavě byl podmíněn dvěma hlavními faktory. Tím prvním je proces urbanizace spojený s růstem měst a také změny demografického chování populace. Druhou a zásadní změnou byl odsun sudetských Němců z území Šumavy a následovalo prakticky hermetické uzavření státní hranice a přeměna obyvatel. Šumava ztratila mezi roky 1930 -1950 celkem 2/3 svého obyvatelstva. Po odsunu sudetským Němců se také rapidně snížila hospodářská činnost a v roce 1960 se ustálil počet domů na území 22 obcí čítané na území Šumava z původních 8000 domů na 3300 domů. V posledních cca 100 letech se celková funkce Šumavy výrazně změnila. Z původní především zemědělské horské oblasti s převahou pastevectví, lesnictví a extenzivním chovem dobytka na rodinných farmách, se po roce 1950 Šumava³¹ proměnila v uzavřenou oblast bez jakékoliv reklamy a rozvojem cestovního ruchu. Po roce 1990 vzniká další masivní změna a to v ochraně nedotčené přírody. Stala se jednou z nejdynamičtěji se rozvíjející oblastí cestovního ruchu nejen domácího ale i zahraničního. Již v roce 1991 převyšoval počet rekreačních objektů počet trvale obydlených domů. Po vyhodnocení vývoje v roce 1991 – 2007 by bylo zapotřebí provést výzkum a analýzu intenzity přeměny OIR (objekt individuální reakce) na penziony a služby typu „bed and breakfast“.

³¹ BOUDOVA, Dana, Pavel HUBENÝ, Vít ŠTĚPÁNEK a Vít VILÍMEK. *Šumava železnorudsko: turistický průvodce*. 1. vyd. Praha 1: Kartografie Praha, a. s., 2003. str. 25 ISBN 80-7011-736-2

2. ANALÝZA SOUČASNÉ SITUACE V CESTOVNÍM RUCHU

O území celého regionu Šumava je známo, že je jen nepatrně poznamenáno negativním dopadem civilizačního vývoje a díky tomu disponuje velice atraktivním krajinným a přírodním potenciálem. Proto se turismus bude rozvíjet na tomto území i v budoucnosti, kdy bude hlavní rozmach integrován s novými rozvojovými šancemi na celém území Šumavy. Region Šumava je vymezen okresy Klatovy, Prachatice a Český Krumlov a sahá zde pohoří Šumava a Blanský les. Nalezneme zde velkoplošné chráněné území – Národní park, Chráněnou krajinnou oblast Šumava, Chráněnou krajinnou oblast Blanský les a také přírodní parky jako jsou Kochánov, Buděticko, Kašperskohorská vrchovina, Vyšebrodsko a Plánický hřeben.³² V současné době díky pomalu se rozvíjícímu turismu se stává vlivným faktorem, který pozitivně ovlivňuje ekonomiku regionu a tím příznivě ovlivňuje kvalitu života místních obyvatel. Naopak musíme brát v potaz, že tento neúměrně intenzivní rozvoj může ohrozit biodiverzitu území, na kterou je podnikání do jisté míry závislé. Je proto velice důležité a legitimní zaobírat se vlivy a atraktivitami již zrealizovanými a vyhledávání vhodného potenciálu pro rozvoj takového turismu, který nebude negativně působit na přírodní prostředí Šumavy.

2.1 KULTURNÍ A HISTORICKÉ PAMÁTKY

Celá oblast Šumavy se prezentuje bohatou nabídkou kulturně historických aktivit s předpoklady k rozvoji například kulturní, městské, církevní a poznávací turistiky. Ale také pro rozvoj mnoha zajímavých produktů s historickým a kulturním potenciálem regionu. Velmi častá jsou návštěvníky vyhledávaná historická města i obce s bohatou architektonickou kulturou, plná památkových objektů a urbanistickou skladbou historických center. Svou dominantu si drží města Klatovy, Prachatice, Šušice, Kašperské hory³³, Horažďovice a Volary. Nalezneme zde nespočet velice unikátních

³² BALÁK, Ivan, Břetislav BALATKA a Miroslav HAVRLANT. *Národní parky a Chráněné krajinné oblasti*. 1. vyd. Praha: Olympia, a. s., 2003. 28 s. ISBN 80-7033-808-3.

³³ POKORNÝ, Milan. *Za tajemstvím zázračných studánek*. 1. vyd. Beroun: MH, 2000 str. 98.

historických památek vybudovaných v rozmanitých slozích. Nejvíce navštěvované jsou hrady, zámky, zříceniny a tvrze například Švihov, Rábí, Prácheň, Kašperk, Vimperk, Vítkův Hrádek, Rožmberk. Dále jsou to muzea, skanzeny (Kašperské Hory, Sušice, Železná Ruda, Prachatice, Vimperk, Horní Planá, Horažďovice či Chanovice)³⁴ a církevní stavby, kam řadíme kromě kaplí a kostelů také křížové cesty a známá poutní místa s klášterními objekty například ve Vyšším Brodě³⁵. Neměli bychom určitě opomenout také množství atraktivních technických památek, které mají podíl na rozvoji forem cykloturistiky a pěší turistiky s možnostmi tematického zaměření (elektrárna Čeňkova pila, Schwarzenberský plavební kanál, nebo Vchynicko-Tetovský plavební kanál) známé rozhledny jako Poledník, Libín, rozhledna na Boubíně, na Javorníku známá Klostermannova rozhledna, Vítkův Hrádek, Klet', Svatobor či rozhledna na Sedle)³⁶. Poptávku po památkách regionu Šumava může také sehrát roli blízká a dobrá dostupnost do velmi oblíbeného a často navštěvovaného města Český Krumlov. Potenciál je dále rozšířen i o památky shodného charakteru v sousedním Bavorsku a Horním Rakousku. O část památek se pečuje společně, jednak přímo například Schwarzenberský plavební kanál, nebo metodou finanční spolupráce zahraničními partnery při záchraně sakrálních objektů.

2.2 VOLNOČASOVÉ AKTIVITY

Šumava umožňuje všechny formy turistiky, jak v letní, tak i v zimní sezóně i v mimosezónách. Nachází se zde příležitosti pro cykloturistiku, aktivní pěší turistiku, hipoturistiku, turistiku zaměřující se na historické památky a tradice a vodní turistiku. Šumava nabízí v letních i zimních sezónách druhy sportů pro různé výkonnostní kategorie, velký zájem stoupá například o rybolov a myslivost. Tyto tradiční aktivity jsou i v CHKO vymezeny standardními pravidly a je nutné na ně dbát a držet se jimi v návštěvnických aktivitách nejčastěji na Lipensku a Otavě. Například u rybolovu v NP Šumava je nutné opatřit si rybářský lístek a povolenku od správy národního parku. Mezi

³⁴ ANDĚRA, Miloš a Petr ZAVŘEL. *Šumava: příroda, historie, život*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Baset, 2003. 733 s. ISBN 80-7340-021-9.

³⁵ Tamtéž 449 s. ISBN 80-7340-021-9.

³⁶ Tamtéž 727 s. ISBN 80-7340-021-9.

celkem novou atraktivitu můžeme zařadit poznávání přírody ze speciálních pozorovacích míst, nebo vyvýšených srubů, odkud mohou návštěvníci parku pozorovat živou zvěř (jeleny, kance, srnce) ve volné přírodě. Tyto aktivity jsou možné díky správě NP Šumava a jsou součástí zoologického programu³⁷.

Patří sem stanice pro handicapovaná zvířata nebo soví voliéry (Borová Lada)³⁸. Momentálně je možnost pozorování ze třech míst a to Srní – Beranky, Velký Bor a Nová Pec – Jelení Vrchy. Čím dál více populárnější v tomto regionu začínají být tzv. rodinné farmy, které jsou klíčovým předpokladem k rozvoji agroturistiky. Již v minulosti se vytvářela infrastruktura k poskytování služeb spojené s jízdou na koni. Nyní existuje řada úvazišť a výběhů, ale i přes poměrně značnou snahu Jihočeského kraje v minulých letech se nepodařilo tuto aktivitu nijak více rozšířit, nabídka je malá nikoliv ale nulová. Příznivci hipoturistiky na Šumavě naleznou přece jen několik míst, kde mohou trávit svou dovolenou v blízkosti těchto šlechtných zvířat. Ve městech se začíná rozvíjet postupně více kongresová turistika. Díky dobrému ekologickému rázu krajiny se rozvíjí i lázeňství v podobě jednak ozdravných pobytů, wellness a tak i rehabilitační léčby na zdravém vzduchu. V období od roku 1990 do roku 2001 byl registrován nárůst počtu doplňkové infrastruktury, která se týká volného času a aktivního sportu (bazény, tenisové kurty, koupaliště, atletické haly, sportovní haly, zimní stadiony, fitness centra atd.). V letech od roku 2002 až doposud se již nezaznamenal nijak markantní růst v regionu, výjimkou je pouze Lipno, které má nyní velice příznivou a bohatou volnočasovou infrastrukturu v podobě aquaparku, golfového hřiště, bobové dráhy, lanového centra, sportovní haly a další. Existence infrastruktury pro volný čas je také pozitivně ovlivňována nepříznivým počasím, kdy se její význam značně zvyšuje. Avšak v regionu nelze říci, že by byla tato infrastruktura ještě stále dostačující a vybudovaná v takové kapacitě, aby nabídka aktivit vhodná za nepříznivého počasí pokryla poptávku. Značný nedostatek je

³⁷VACEK, Stanislav a František KREJČÍ. *Lesní ekosystémy v národním parku Šumava, Šumava (Böhmerwald)*. 2. vyd. Kostelec nad Černými lesy: Kostelec nad Černými lesy, 2009. str. 305 ISBN 978-80-87154-68-7

³⁸ Národní park, Chráněná krajinná oblast Šumava: Resort životního prostředí. *Národní park Šumava* [online]. © 2008 - 2015 [cit. 2014-12-08]. Dostupné z: <http://www.npsumava.cz/cz/1387/sekce/sovi-voliery/>

také zaznamenán v infrastruktuře pro děti, stále velmi zřídka vidíme budování speciálních dětských hřišť, dětských koutků nebo center pro děti. Díky této chybějící infrastruktuře pro děti a volného času za nepříznivého počasí lze uvést tuto aktivitu, jako nejvýraznější slabinu v šumavském regionu, opět kromě oblasti Lipna. Na druhou stranu se ovšem musí zmínit nový vznik řemeslné dílny, výroby a interaktivní expozice, kde si návštěvníci přijdou na své v podobě seznámení s historií tradičních řemesel, ale také si mohou vlastní výrobek přímo samy vyrobit. O tento zážitek se podělí například Návštěvnické centrum dřevařství v Modravě, v Galerii skleněného korálku v Nezdicích na Šumavě, ve Sklářské huti ve Vimperku či ve Sklářské dílně Tasta v Milné. Trávení volného času je zintenzivněno nabídkou našich sousedních regionů v Bavorsku a Horním Rakousku, které však díky větší dopravní vzdálenosti není až tak příznivé pro rodiny s dětmi. Jedním z dalších značných nedostatků je, že Šumava nemá zrealizovaný ucelený program pro zdravotně postižené návštěvníky a rodiny s kočárky. Jediné území, kde se dá zaznamenat vhodný základ pro vytvoření programu je národní park a to díky bezbariérovému přístupu do všech informačních center Správy parku Šumava, vhodně upravené toalety, nebo zajištěná menší parkovací místa v blízkosti a dobré dostupnosti přírodních atraktivit. Za zmínku stojí jistě i poslední pozitivní aktivita a to formou organizovaných zájezdů hromadnými dopravními prostředky k přírodním atraktivitám, ale mimo hlavní sezónu. Jako příklad již několik let funguje a má velký ohlas „Dostupná Šumava, jako program pro seniory a osoby s nižší mobilitou“ jež pořádá Správa NP a CHKO Šumava.³⁹

2.3 PĚŠÍ TURISTIKA

Šumava se především pyšní dominantou krásné přírody, ve které se mohou návštěvníci kochat přírodními krásami, načerpat novou sílu a duševní pohodu. Právě díky tomuto daru patří pěší turistika mezi nejvyhledávanější atraktivitu v oblasti. Šumava se také pyšní sítí více než 2 500 km⁴⁰ značených turistických tras sjednocující

³⁹ Národní park, Chráněná krajinná oblast Šumava: Resort životního prostředí. *Národní park Šumava* [online]. © 2008 - 2015 [cit. 2014-12-10]. Dostupné z:

<http://www.npsumava.cz/cz/1201/sekce/dostupna-sumava-2014/>

⁴⁰ L UDVÍK, Marcel. *ŠUMAVA: turistický průvodce*. 1. vyd. Praha: Olympia, 1986. 85 s. ISBN 27-022

zajímavá místa a kulturní dědictví regionu. Pro pěší turistiku se její doprovázející infrastruktura stále více zkvalitňuje a respondenti jsou potěšeni s kvalitním a přesným orientačním značením. (66% velmi dobré, 26% spíše dobré a 4% špatné)⁴¹. Nedostatky mohou turisté pociťovat například v nedostatečném množství laviček, odpočívadel či vyhlídek. Další významnou výhodou pro rozvoj cestovního ruchu, jak kulturního, tak poznávacího, je velmi hodnotná síť naučných stezek a poznávacích cest nejen v národním parku, ale v celém regionu Šumava. Každým rokem se nově vytváří a zdokonalují značení a tematické stezky. Za zmínku jistě stojí velmi významný projekt „Průvodci krajinou“, jež velmi obohacuje nabídku služeb v regionu cestovního ruchu. Je realizován Správou NP a CHKO Šumava a v jeho sféře bylo vyškoleny celkem 80 místních obyvatel na funkci průvodce. V současné době tuto funkci aktivně vykonává cca 30 osob. Návštěvníci, kteří mají zájem o bližší a odborný výklad si mohou zaplatit jednoho vyškoleného a znalého průvodce, který jim objasní vztah s přírodou a vzájemnou interakci člověka s přírodou. V roce 2009 se zrodila organizace s názvem „Průvodci Šumavou“, která se vytvořila právě díky těmto místně vyškoleným průvodcům. Cílem této organizace je především podpora a šíření turismu v ČR šetrného k přírodě, dále také ve velkoplošných chráněných oblastech v trilaterální oblasti Šumavy, budování přeshraniční spolupráce s organizacemi na straně rakouské a německé Šumavy a podpora u místních obyvatel v souladu s trvale udržitelným rozvojem přírody.⁴²

2.4 CYKLOTURISTIKA

V posledních několika letech můžeme hovořit o značném pokroku v cykloturistice díky hodnotně značených cyklotras. V současné době se na území Šumava nachází 2 300 km cyklotras⁴³ a cyklostezek a neustále se síť rozšiřuje a budují

-86.

⁴¹ Hodnoty uvedla Správa NP, kdy známka byla uvedena na 1,4 hodnoty a v celorepublikovém měření je průměrná známka 1,7, Šumava spolu s Jižními Čechy se umístili na prvním místě.

⁴² *Průvodci Šumavou: Šumavská krajina bez hranic* [online]. Copyright, © 2015 [cit. 2014-12-11].

Dostupné z: www.pruvodci-sumavou.cz

⁴³ [online] Cyklisté vítáni. Podmínky pro udělení značky cyklisté vítáni. Dostupný z WWW: <http://www.cyklistevitani.cz/cyklistevitani/cykliste-vitani-podminky.php3> [cit. 2014-11-29]

se nové. V tomto odvětví se také zkvalitnila doprovodná infrastruktura ve formě nově zhotovených odpočívadel a informačních tabulích po celé síti cyklotras⁴⁴, ovšem vyskytují se zde stále určité rezervy v porovnání se sousedními státy. Agentura Czech Tourism provedla průzkum z léta 2014 a šumavské služby pro cykloturistiku byly ohodnoceny známkou 1,4⁴⁵, což znamená velkou spokojenost ve službách a stala se tak nejlepší známkou v celorepublikovém měřítku. Problémem, který stále zůstává, je kolize mezi cyklisty, pěšími turisty, ale i automobily na některých stezkách pro chodce, či cyklotrasách. Proto je velice důležité, aby pokračovalo budování páteřní cyklostezky spojující jihovýchodní a severozápadní části regionu. Nyní je již část jednotlivých úseků tras zcela dokončena, avšak stále jsou cyklisté povinni v nejproblematictějších lokalitách využívat komunikace pro motorová vozidla, což nepřináší dobré odezvy. Pokud se rozhodnete pro trávení dovolené aktivní formou cykloturistiky, je možné využít Cestovní kancelář Skitur, která zprostředkovává pro cyklisty výlety na Šumavu každou sobotu ráno z Prahy a v neděli večer návrat zpět. Nebo je možné cestovat v husté síti se speciálními autobusovými, či vlakovými spoji určené výhradně pro cyklisty celou Šumavou a Pošumavím. V regionu také naleznete půjčovny přímo na nádražích v Horní Plané, ve Volarech, v Nové Peci a Černé v Pošumaví. Kde jsou za potřebí pouze dva doklady a tisícikorunová záloha.⁴⁶

2.5 VODNÍ SPORTY

Turistická nabídka na Šumavě se stává více progresivní a potenciál tvoří vodní plochy a toky vhodné k odpočinku, ale také aktivní činnost při vodních sportech a turistice. K tomu má nejvhodnější dispozice největší umělá vodní plocha v České republice a první stupeň vltavské kaskády Lipenská přehradní nádrž. Lipenské jezero se

⁴⁴ [online] o.p.s. partnerství. Monitoring cyklistů a pěších. Dostupný z WWW: <http://www.partnerstvi-ops.cz/monitoring-navstevnosti-stezek> [cit. 2014-11-25]

⁴⁵ *CzechTourism* [online]. Copyright, © 2005-2013 [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: www.czechtourism.cz

⁴⁶ TUREK Jakub, Petr HUBKA, Matina VAMPULOVÁ a Hana KORCOVÁ. *Outdoor Šumava a okolí: Outdoorový průvodce*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2007. 38 s. ISBN 978-80-247-2024-1.

pyšní svou délkou 44 km a plochou 4 870 ha⁴⁷. Nachází se na území Českého Krumlova a Prachatic. Řadí se mezi největší centrum Marina Lipno v Lipně nad Vltavou a vnikla zde hned řada jachtařských klubů, které společně s infrastrukturou nabízí přístavní boxy, spouštění na vodu a prodej vodáckých potřeb. Lipenské jezero je v posledních letech čím dál tím více využíváno turisty, ale i místními obyvateli k trávení aktivní dovolené spojené právě s řadou vodních sportů, než jen trávení dovolené spojené s pobytem na pláži a koupáním. K oblíbeným vodním sportům patří například jachting, surfing, kitesurfing, windsurfing atd. K dalším důležitým rekreačním vodním plochám patří rybníky Myslívký, Hnačovský či Stříbrný a jezera Černé, Čertovo, Laka, Plešné, Prášílské⁴⁸ atd. Rok od roku se stává populárnější vodní turistika na kajakách, kanoích, nebo raftingových člunech. Tato aktivita se může provozovat hned na několika řekách Šumavy Vltavě, Úhlavě, Otavě či Blanici. Řeky poskytují 200 km splavných úseků. Problematiku u splouvání těchto řek ohrožuje v sezóně například nedostatek vody v období sucha, či určité limity ochrany přírody. Dalším problémem je přetíženost ve vodácké sezóně, například na nejvíce atraktivních úsecích pod Lipnem (Vyšší Brod – Český Krumlov – Zlatá Koruna).⁴⁹ Ochránci přírody na Šumavě nechtějí vodáky v národním parku. V NP je pár říček, o kterých se dá říci, že jsou extrémně náročné a splouvání na nich je zakázáno právě ochránci přírody. Jednoznačným příkladem je Vydra (WW6), jež spadá mezi tři nejobtížnější vodní terény v České republice, další dvě jsou horní Jizera a horní Smědá. Na ně je zákaz dát lodě, avšak ještě před tímto zákazem se několika vodáckým expertům za velké vody podařilo Vydru splout. Další řeka Křemelná (WW3) se mohla splouvat vždy jen několik měsíců na jaře, dnes už je na ní také přísný zákaz. Stupnice obtížnosti řek: obtížnost toků je klasifikována stupnicí WW, neboli wild water 1 – 6. U rekreačních řek je obtížnost nejčastěji WW1, dále jsou trekkingové WW2 a pro experty divoká voda začíná stupněm WW3. Pokud je stav vody

⁴⁷ ANDĚRA, Miloš a Petr ZAVŘEL. *Šumava: příroda, historie, život*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Baset, 2003. 113 s. ISBN 80-7340-021-9.

⁴⁸ ANDĚRA, Miloš a Petr ZAVŘEL. *Šumava: příroda, historie, život*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Baset, 2003. 113 s. ISBN 80-7340-021-9.

⁴⁹ TUREK, Jakub, Petr HUBKA, Matina VAMPULOVÁ a Hana KORCOVÁ. *Outdoor Šumava a okolí: Outdoorový průvodce*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2007. 76 s. ISBN 978-80-247-2024-1.

vyšší, obtížnost se může zvětšit o jeden až dva stupně, nebo se stane řeka zcela nesjízdnou.⁵⁰

Tabulka 2: Stupnice obtížnosti řek

ZW	Téměř stojatá nebo jen líně proudící voda.
WW1	Mírně tekoucí voda bez záludnosti, vhodná pro otevřené turistické kánoe, kormidelník musí umět ovládat loď.
WW2	Jasně čitelné peřeje, rychlé zatáčky, stromy a kameny v řece lze objet. Tento stupeň je horní hranicí pro turistickou plavbu a zároveň ideálním cvičným terénem pro začínající raftaře.
WW3	Vratné proudy, ne zcela jasné průjezdy mezi kameny, mnohdy není možné zastavit. Bezpodmínečně nutné jsou zavřené kajaky, nebo nafukovací plavidla.
WW4	Těžká voda, mnohdy je nutná prohlídka a případná záchrana ze břehu, horní hranice pro rekreační a komerční rafting.
WW5	Nebezpečná a velice obtížná řeka, kterou si mohou dovolit splout jen skupiny sešlých expertů po předchozí prohlídce a zabezpečení záchrany.
WW6	Hranice lidských možností, ke splutí jsou potřeba dlouholeté zkušenosti, trénink, dokonalá výzbroj a ideální vodní stav.

Zdroj: Vlastní zpracování na základě⁵¹

2.6 ZIMNÍ SPORTY

Pro provozování zimních sportů je Šumava tím pravým místem, má ideální předpoklady hned v několika zimních sportech. Prvním z nich je běžecké lyžování. Česko je zaslíbenou zemí běhání na lyžích a Šumava není výjimkou. Mekka českých běžkařů propůjčuje lyžařské magistrály na lesnatých hřebenech. Pod horami je

⁵⁰ Tamtéž 106 s. ISBN 978-80-247-2024-1.

⁵¹ TUREK, Jakub, Petr HUBKA, Martina VAMPULOVÁ a Hana KORCOVÁ. *Outdoor Šumava a okolí: Outdoorový průvodce*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2007. 107 s. ISBN 978-80-247-2024-1.

v provozu systém skibusů, jež jsou k dispozici rozvážet a svážet lyžaře do měst, kde jsou ubytováni. Existují zde strojově upravované běžecké trasy, jejichž počet se každým rokem zvyšuje. Ideální podmínky pro běžecké lyžování se vyskytují na rozlehlých pláních s nadmořskou výškou nad 1 000 m.⁵², tato zimní aktivita je stavěna a propagována regionem mezi tzv. prioritní sporty. Šumava nabízí jedny z nejlépe udržovaných a značených lyžařských tras v České republice. Do oblasti Národního parku Šumava je situováno více jak 500 km lyžařských cest. Jakási tepna všech lyžařských tras tzv. „Šumavská magistrála“⁵³, je trasa, jež vede lyžaře jednotlivými úseky (Železná Ruda – Lipno) a stává se stále více návštěvníky vyhledávaným místem. Díky každoročnímu růstu návštěvníků se proto vytvářejí stále nové udržované úseky a tím vzrůstá atraktivnost území. K rozvoji běžeckých tras byl vytvořen projekt „Bílá stopa na Šumavě“. Hlavním cílem projektu je optimální spolupráce a monitoring péče, dále pak zkvalitňování podmínek přírodního prostředí, ochrana krajiny, všeobecná propagace, zajištění finančních zdrojů na lyžařské trasy a ostatní aktivity. Klíčovým koordinátorem projektu je Regionální rozvojová agentura Šumava, o. p. s. a Regionální sdružení Šumava, dále funguje spolupráce ze strany Správy NP, CHKO Šumava a vybranými obcemi. Na takto velký projekt, který není vůbec jednoduchý, je zapotřebí shánět stále nové investory, právě to se povedlo na přelomu roku 2012 a 2013 Správě NP a CHKO Šumava, když získala podporu a nového partnera Českou Spořitelnu, a. s. Z těchto získaných prostředků byl založen více zdrojový „Bílý fond“, určený pro dlouhodobou podporu běžecké turistiky na Šumavě⁵⁴. Na samotnou údržbu běžeckým stop shromažďují peněžní prostředky oba krajské úřady, obce, i samotní lyžaři formou veřejných sbírek. Nejočekávanější každoroční akcí je bezpochyby Šumavský Skimaraton, který propaguje běžecké aktivity na Šumavě a koná se vždy v únoru v centrální oblasti Šumavy. Nacházejí se zde také závodní tratě a sportovní okruhy:

⁵² Tamtéž 50 s. ISBN 978-80-247-2024-1.

⁵³ BALÁK, Ivan, Břetislav BALATKA a Miroslav HAVRLANT. *Národní parky a Chráněné krajinné oblasti*. 1. vyd. Praha: Olympia, a. s., 2003. 28 s. ISBN 80-7033-808-3.

⁵⁴ KASKOUN, Otto a VILÍMEK. *Toulky Šumavou*. 2. vyd. Sušice: Dr, Radovan Rebsöck, 2002. str. 87, ISBN 80-85301-82-2.

Železná Ruda – Belveder, Hoffmanky – Godlhof, Vimperk – Vodník, Kubova Huť, Špičák – Za nádražím a další⁵⁵.

Ovšem mezi nejpobulárnější aktivity patří zcela určitě sjezdové lyžování. Nejvíce zásadní problém se vyskytuje v oblasti nabídky sjezdového lyžování, jelikož neexistuje regionální centrum zimních sportů, které by zabezpečilo konkurenceschopnost v hlavní sezóně. Nezbytnost k získání konkurenceschopnosti podněcuje provozovatele k neustálému zkvalitňování poskytovaných služeb a cílem přiblížit se více standardní evropské úrovni. Bohužel to je ale doposud stále omezováno zájmy ochránců přírody. Společně to také platí při snaze budování nových lyžařských středisek. Oblast Lipna se pokouší o budování centra pro zimní sporty, konkrétně horu Špičák, která má k tomu vhodné předpoklady.

Oblast Smrčiny disponuje také lanovkami, jež vedou až do rakouského centra Hochficht, což by umožňovalo využití zimní sezóny z pohledu dlouhodobých pobytů v ubytovacích zařízeních. Šumava bohužel zdaleka nemá takové dispozice, jako mají jiná evropská Alpská střediska, ale i přesto je její klientela bohatá a rádi se vrací díky možnostem sjezdového lyžování tzv. rodinného typu.

Agentura CzechTourism⁵⁶ prováděla jeden z dalších průzkumů, který byl zaměřen na spokojenost s nabízenými službami lyžařům ve vybraných místech Šumavy v zimním období 2013/2014. Spokojenost návštěvníků byla 85%, a služby pro lyžaře hodnotili známkou 1,5, opět v celorepublikovém měření se umístila Šumava společně s Krkonošemi na prvním místě⁵⁷. Převážná část lanovek a sjezdovek je napojena na tři hlavní lyžařská střediska: Železná Ruda – Špičák, Lipno – Kramolín a Zadov – Churáňov.⁵⁸ Příležitosti sjezdového lyžování tzv. rodinného typu umožňují Frymburk, Javorník, Kašperské Hory, Kvilda, Kubova Huť, Strážný, Rohanov, Srní aj. Jak již bylo

⁵⁵ Bílá stopa Šumava. *Bílá stopa Šumava* [online]. © 2015 [cit. 2014-12-20]. Dostupné z: www.bilastopa.cz

⁵⁶ [online] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA J. Udržitelnost cestovního ruchu a ochrany přírody a krajiny v ČR. Dostupný z WWW: <http://www.casopis.ochranaprirody.cz/clanky/udrzitelnost-cestovniho-ruchu.html> [cit. 2014-11-23]

⁵⁷ *CzechTourism* [online]. Copyright, © 2005-2013 [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: www.czechtourism.cz

⁵⁸ TUREK, Jakub, Petr HUBKA, Matina VAMPULOVÁ a Hana KORCOVÁ. *Outdoor Šumava a okolí: Outdoorový průvodce*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2007. 62 s. ISBN 978-80-247-2024-1.

výše zmíněno, zimní lyžařské vyžití nabízí i sousední německé a rakouské areály: Hochficht, Mitterdorf, Sternstein či Großer Arber⁵⁹.

Tabulka 3: Přehled příhraničních Německých a Rakouských skiareálů

Název	Délka (v km)	Počet vleků a lanovek
Mitterdorf	4	6
Hochficht	20	5
Großer Arber	12	8
Sternstein	5	2

Zdroj: Vlastní zpracování na základě⁶⁰

2.7 KULTURNÍ A SPOLEČENSKÉ AKCE

Nabídka cestovního ruchu se ani na Šumavě neobejde bez tradičních kulturních, společenských a sportovních akcí, které mají již mnohaleté tradice a lákají tak k návštěvě turistů. Některé z tradičních akcí patří již neodmyslitelně k Šumavě jako například Mezinárodní folklorní festival a pouť v Klatovech, plavení dříví na Schwarzenberském plavebním kanále, Zlatá solná stezka v Prachaticích, NaturVision ve Vimperku či Márkétská pouť v Horní Plané a další. Bohatá kulturní nabídka je v městech Plzeň, Český Krumlov a České Budějovice. Jelikož je nabídka akcí rozsáhlá, její hlavní plán se realizuje zejména v letní sezóně, v zimní sezóně počet kulturních akcí stagnuje, vyjma Vánočního adventu. Výhodou jsou dále programy pro veřejnost pořádané Správou NP a CHKO Šumava, které se orientují na různá rozmanitá témata s poznávacím, nebo environmentálním zacílením, určené pro všechny věkové a cílové skupiny. Příkladem jsou tvořivé programy, přednášky, tradiční řemesla, zoologické a botanické procházky, speciálně zacílené programy pro rodiny s dětmi či monitoring vzácných druhů zvířat. Programy takto orientované jsou nejčastěji pořádané

⁵⁹ Arber: Bavorský les. *Digital art. Multimedia. Werbung. Design. GmbH* [online]. © 2003 [cit. 2015-01-02]. Dostupné z: www.arber.de

⁶⁰ TUREK, Jakub, Petr HUBKA, Martina VAMPULOVÁ a Hana KORCOVÁ. *Outdoor Šumava a okolí: Outdoorový průvodce*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2007. 75 s. ISBN 978-80-247-2024-1.

v Kašperských Horách, Vimperku a Stožci. Vzdělávací střediska organizují celou škálu naučných programů, jak pro turisty a místní obyvatelé, tak pro školní skupiny. Nabídka středisek je doplňována také venkovními programy, které jsou přístupné na celém území národního parku.⁶¹

⁶¹ Přehled všech programů je vždy zveřejněný na www.npsumava.cz, sekce pro návštěvníky/environmentální výchova. Národní park a chráněná krajinná oblast Šumava. *Environmentální výchova: Návštěvníci* [online]. © 2008 - 2015 [cit. 2015-01-05]. Dostupné z: www.npsumava.cz

Tabulka 4: Přehled zajímavých vybraných tradičních akcí v TR Šumava

Datum	Název akce	Místo konání	Popis akce
Leden	Ski Veterán	Kvilda	Tradiční jízda bílou stopou v historických kostýmech.
Únor	Šumavský Skimaraton	Zadov	Tradiční akce běh na lyžích.
Březen	Západočeská oblastní přehlídka – amatérské divadlo	Horažďovice	Přehlídka amatérského divadla pro Plzeňský kraj, které se koná již od roku 1984.
Duben	Slavnost Velikonoc	Hrad Kašperk	Prohlídka hradu a doprovodný program.
Květen	Horažďovická padesátka	Horažďovice	Druhý nejstarší turistický pochod v Čechách.
Červen	Ukázky plavení dřeva	Jelení Vrchy	Tradiční ukázky plavení dřeva a pálení dřevěného uhlí v milíři.
Červenec	Volarský sekáč	Volary	Soutěž v tradičním kosení trávy a exhibiční závod (člověk versus stroj)
Srpen	iXSEuropean Downhill Cup	Špičák	Závod evropského poháru ve sjezdu horských kol konaný již po šesté.
Září	Šumavské Kašperské Hory	Kašperské Hory	Městské slavnosti 3. ročník soutěže o nejlepší gastronomickou specialitu.
Říjen	Den místních potravin	Chanovice	Potravinářský den ve skanzenu.
Prosinec	Sjezd z Pancíře	Železná R.	Recesistická akce v kostýmech.

Zdroj: Vlastní zpracování na základě⁶²

⁶² Šumava pohodová zábava: Oficiální rozcestník cestovního ruchu turistického regionu Šumava. *IŠumava* [online]. [cit. 2015-01-07]. Dostupné z: www.isumava.cz

PRAKTICKÁ ČÁST

3. OSOBNÍ DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Cílem osobního dotazníkového šetření bylo porovnat tři vybraná šumavská města Horažďovice, Kašperské Hory a Švihov. Zhodnotit jejich stav cestovního ruchu, z pohledu místních obyvatel a turistů. Výzkum byl uskutečněn ve třech vybraných městech, v turistickém informačním centru měst (TIC) a hromadných ubytovacích a stravovacích zařízeních. Dotazníkové šetření bylo prováděno pomocí písemných dotazníků. Sestava respondentů byla vytvořena z pracovníků hromadných ubytovacích a stravovacích zařízení, z pracovníků TIC, zastupitelstvím městských úřadů a náhodně vybraných turistů. V každém městě bylo k dispozici celkem 40 dotazníků pro místní obyvatele a turisty v časovém horizontu od druhé poloviny září - listopad, díky osobnímu průzkumu byla návratnost 100%.

3.1 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ MĚST HORAŽĎOVICE, KAŠPERSKÉ HORY A ŠVIHOV

1. Otázka – Jste turista, nebo místní obyvateľ?

Výsledek: Horažďovice

- 24 respondentů odpovědělo, že jsou místními obyvateli Horažďovic;
- 16 respondentů jsou turisty

Výsledek: Kašperské Hory⁶³

- 19 respondentů odpovědělo, že jsou místními obyvateli Kašperských Hor
- 21 turistů

Výsledek: Švihov⁶⁴

- 18 místní obyvatelé Švihova
- 22 turistů

⁶³ HOPENIAK, Vladimír a Jaroslav NĚMEC. *Město Kašperské Hory: na počátku nového tisíciletí*. 1. vyd. Kašperské Hory: Kašperské Hory, 2001. str. 23.

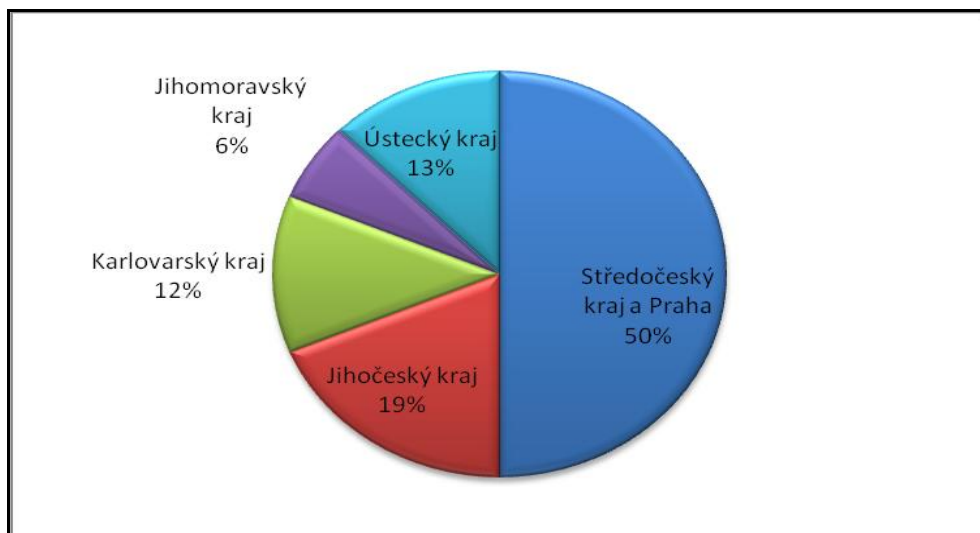
⁶⁴ ČIHÁKOVÁ, Linda a Božena HOSTAŠOVÁ. A KOL. *Švihov: Zajímavosti a obrázky z historie města*. 1. vyd. Švihov: Klatovy, 2001. str. 32.

Po tomto rozřazení byl skupině turistů dán dotazník typu A, místním obyvatelům typ B.

Dotazník typ A – určený pro turisty

2. Otázka – Z jakého kraje pocházíte?

Graf č. 1 - Horažďovice



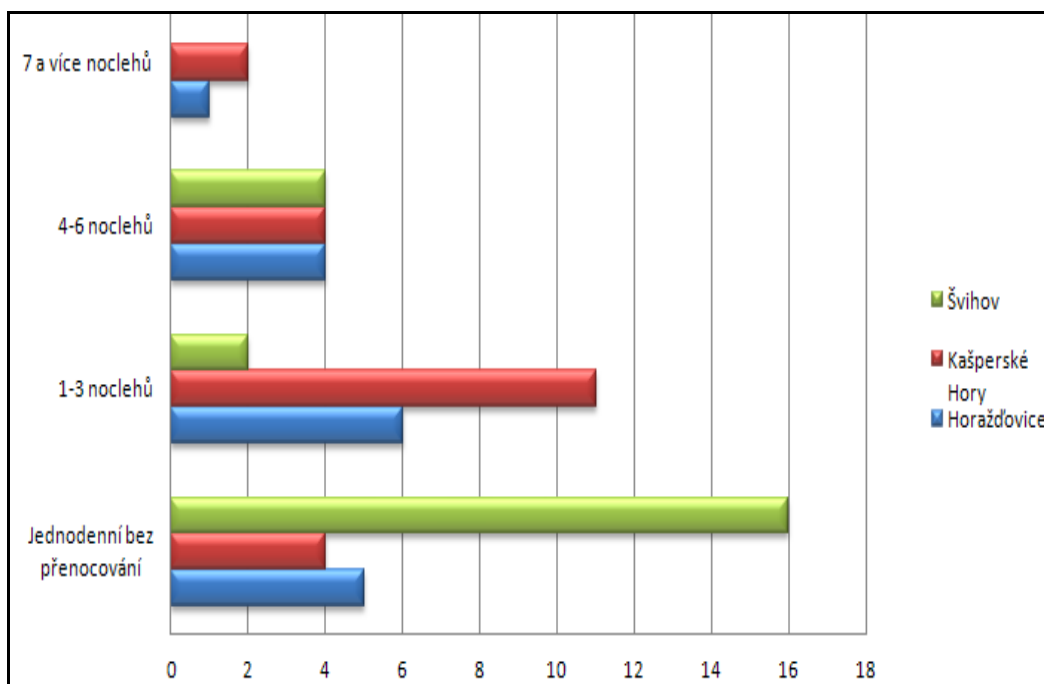
Zdroj: vlastní zpracování

Výsledek: Horažďovic, na otázku z jakého kraje pocházíte. Odpovědělo 8 respondentů ze Středočeského kraje a Prahy, 3 respondenti z Jihočeského kraje, 2 z Karlovarského kraje, 1 z Jihomoravského kraje a 2 z Ústeckého kraje.

V dalších obou městech jak v Kašperských Horách a Švihově byl největší počet odpovědí – Středočeský kraj a Praha celkem 11 a 10 respondentů, dále pak Jihočeský kraj celkem odpovědělo 5 respondentů v Kašperských Horách a 2 ve Švihově. Z Karlovarského kraje odpovědělo v KH 3 a ve Švihově 5 respondentů. Zbylí 2 respondenti v KH pocházeli z Vysočiny. Ve Švihově odpověděli 2 z Ústeckého kraje a zbylí 2 Královéhradeckého kraje.

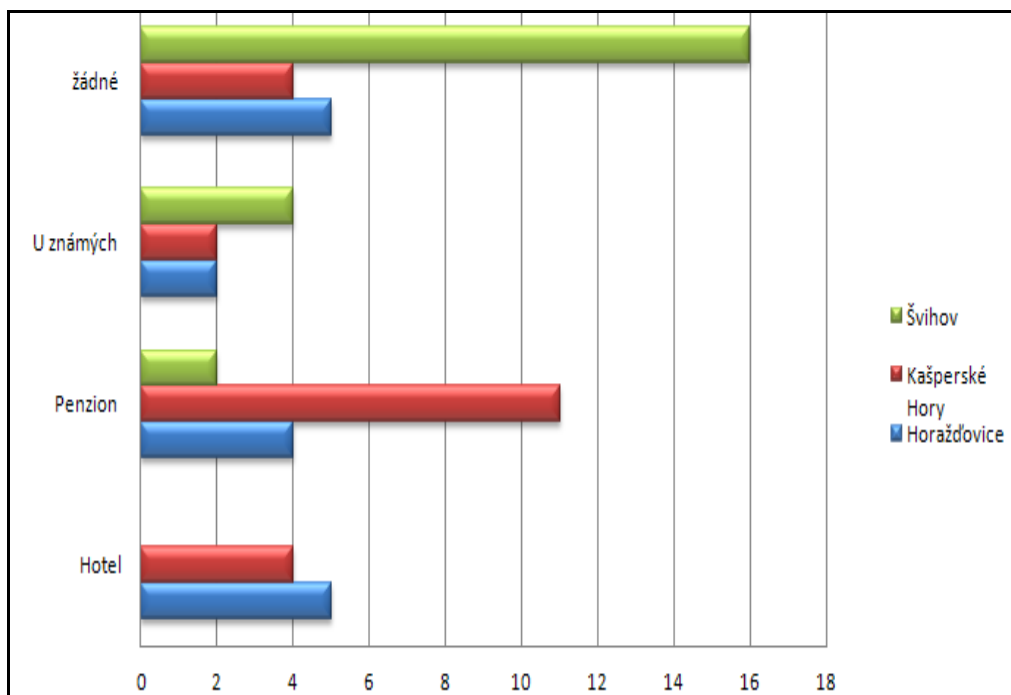
3. Otázka – Jak dlouhá je doba vašeho pobytu na Šumavě?

Graf č. 2



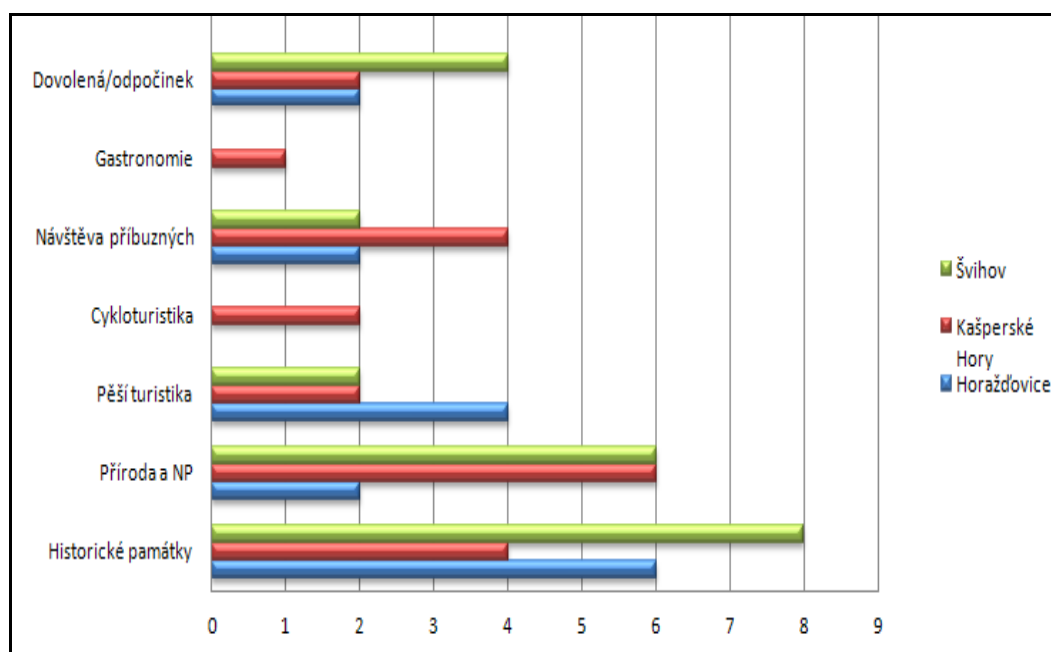
4. Otázka – Jaké hromadné ubytovací zařízení jste si vybral/a?

Graf č. 3



5. Otázka – Co vás motivovalo k návštěvě turistického regionu Šumava?

Graf č. 4



Ve výše uvedených otázkách byla prověřována motivace návštěvy turistického regionu, na jak dlouhou dobu nejčastěji návštěvníci Šumavu navštěvují a jaký typ ubytování preferují. Z otázky č. 3 je patrné, že pouze v Kašperských Horách je největší motivace turistů k 1-3 přenocování. Naopak tomu tak je ve Švihově, kde potřebu přenocovat turisté postrádají. V otázce č. 4 vyplynulo, že z hromadných ubytovacích zařízení je nejčastěji využit hotel či penzion, jelikož město Švihov je z vybraných tří měst nejmenší, tak respondenti převážně volili odpověď, že zde HUZ nevyužijí a bydlí ve větších městech, Švihov byla jen jejich turistická zastávka. Zajímavá otázka č. 5 ukazuje jaká je motivace návštěvy. Nejčastější odpovědi jsou historické památky, příroda a návštěva NP, pěší turistika a cestování za odpočinkem.

6. Otázka – Setkal/a jste se již s pojmem udržitelný cestovní ruch?

Výsledek: Převážná většina respondentů (70%) ve všech třech dotazovaných městech zakroužkovala odpověď „ANO“ a s pojmem se již setkali. Zhruba asi 10% respondentů se doposud s tímto výrazem neselekala a zvolili odpověď „NE“ a zbylých 15% odpovědělo, že výraz slyšeli, nebo o něm četli, ale nejsou schopni přesně vyjádřit, co si pod ním mají představit.

7. Otázka – Vybaví se vám nějaký ekologický problém týkající se regionu Šumava?

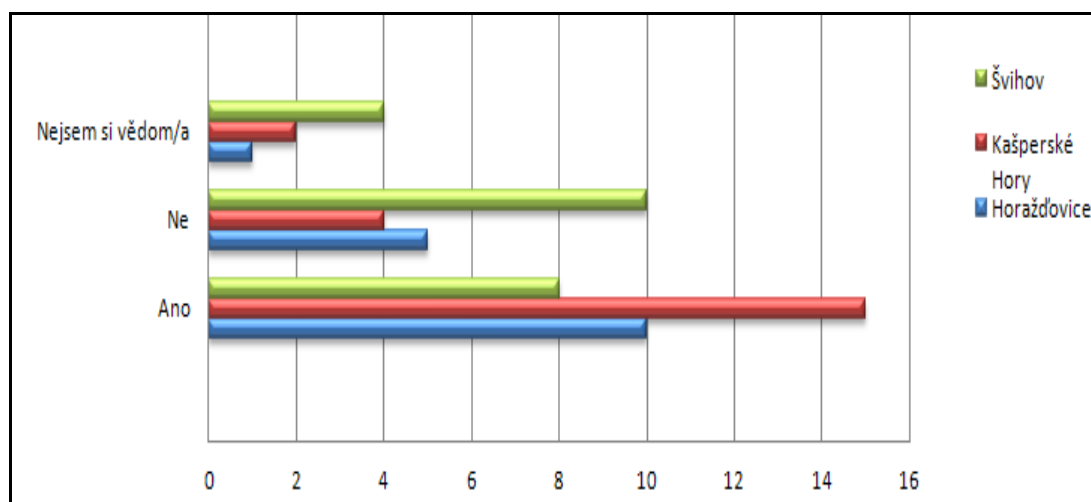
Výsledek: Opět ve všech třech vybraných městech respondenti převážně volili odpověď „ANO“ zhruba 68%, 20% odpovědí bylo, že si na žádný právě nemohou vzpomenout, což je nejspíše i úniková odpověď a asi 12% respondentů o žádném ekologickém problému na Šumavě neví a toto téma ho nezajímá.

8. Otázka – Jakým dojmem na vás působí místní obyvatelé, jež vám poskytují služby?

Výsledek: Stejný počet respondentů v dotazovaných městech a tedy i procentuální zastoupení zhruba 60% odpovídalo, že na ně působí obyvatelé velice přátelsky a jsou ochotní jakkoliv pomoci, asi 35% zvolilo odpověď „slušnost“, pouhé 3% respondentů odpovědělo, že obyvatelé působí nesympaticky a zbylé 2% uvedli „drzost a hrubost“.

9. Otázka – Setkal/a jste se již na Šumavě se značkou „Šumava originální produkt“?

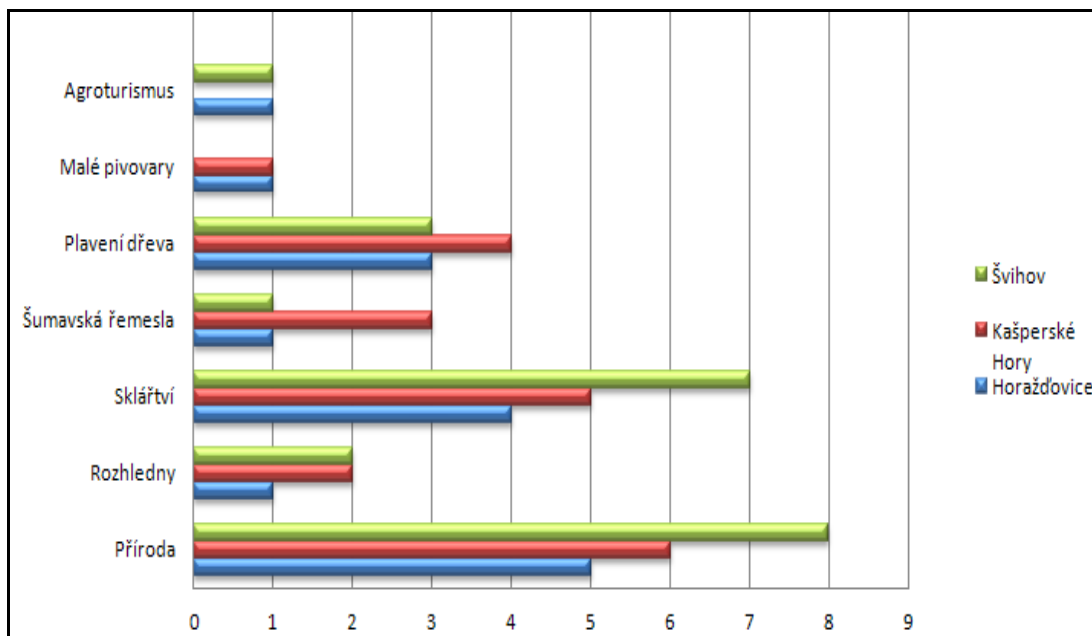
Graf č. 5



Na položenou otázku č. 9 – měla největší zastoupení kladná odpověď „ANO“, že se již respondenti se značkou „Šumava originální produkt“ setkali a znají ji, pouze ve městě Švihov bylo větší zastoupení dotazovaných respondentů, kteří značku neznali, a malé procento dotazovaných si nebylo jisto povědomím o značce, z toho plyne, že značka Šumava originální produkt, je za posledních několik let lépe propagována a více se marketing zaměřil na propagaci nejen v regionu Šumava.

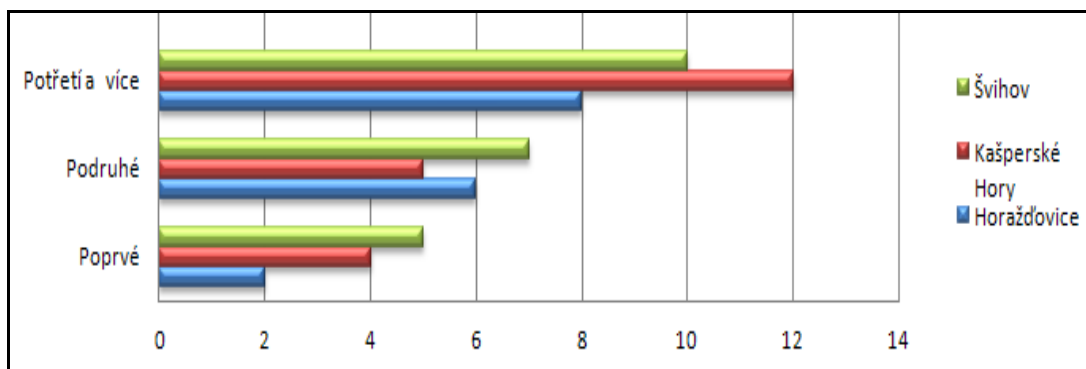
10. Otázka – Kdybyste si mohl/a zkusit některý tematický program na Šumavě, na co by, jste chtěl/a, aby byl orientovaný?

Graf č. 6



11. Otázka – Po kolikáté jste na Šumavě?

Graf č. 7

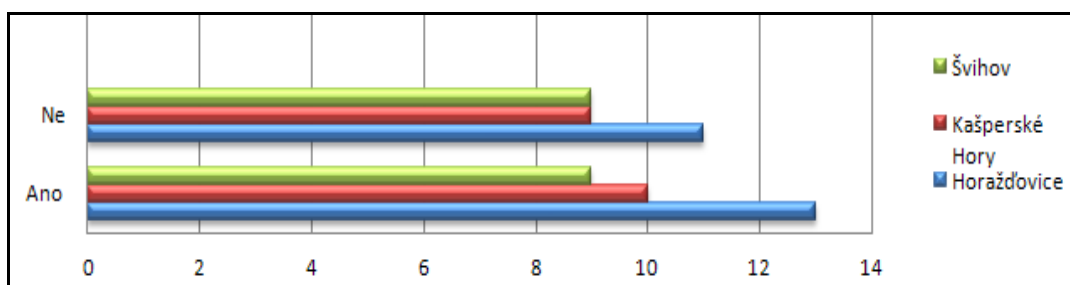


Na otázku č. 10 – Na co by měl být orientovaný tematicky zaměřený program, odpovídali nejvíce respondenti ve všech třech vybraných městech na „přírodu“ hned další by bylo „sklářství“ a třetí nejlépe orientovaný na tradiční šumavskou tradici „plavení dřeva“. Poslední otázka č. 11 – měla zjistit, po kolikáté již Šumavu vybraní respondenti navštívili. Opět byla shoda u všech tří měst, že návštěvu Šumavy absolvovali respondenti třikrát a více, což svědčí o tom, že se Šumava stává postupně více vyhledávanou a oblíbenou turistickou destinací.

Dotazník typ B – určený pro místní obyvatele a obyvatele z blízkého okolí

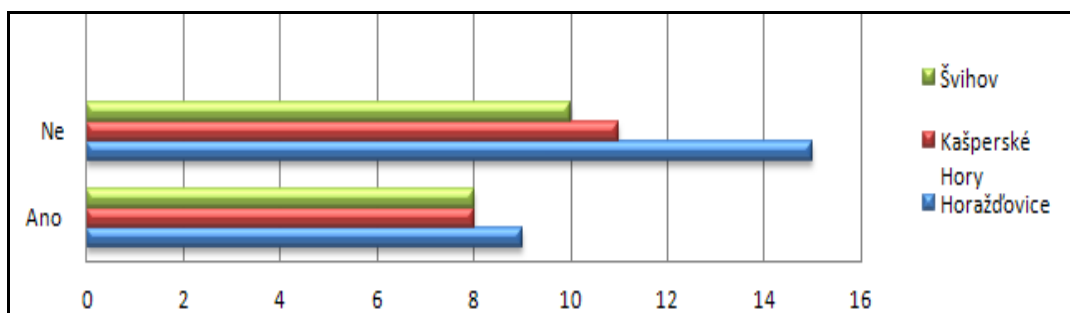
2. Otázka – Myslíte si, že jsou turisté dostatečně obeznámeni s tím, jaký dopad má cestovní ruch na přírodní prostředí?

Graf č. 8



3. Otázka – Myslíte si, že je dostatečně kvalitní informovanost například díky TIC, nebo správy národního parku Šumava o vlivu cestovního ruchu na přírodní prostředí?

Graf č. 9

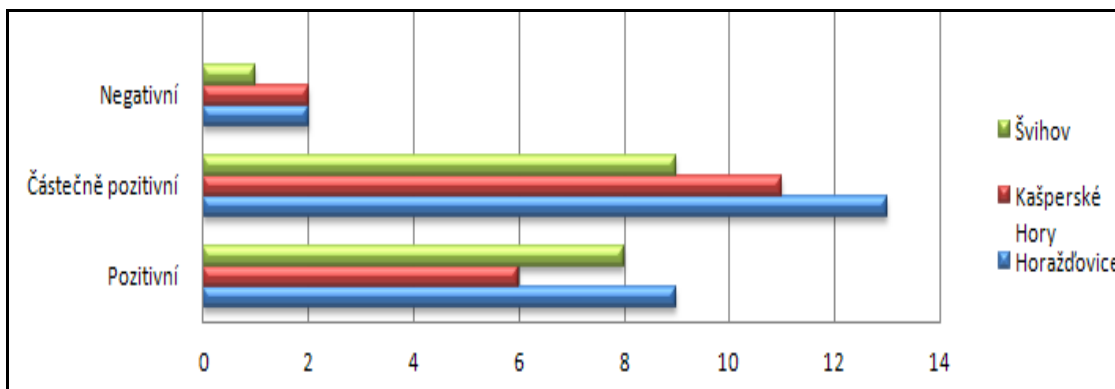


Druhý dotazník typu B byl určen pro místní obyvatele vybraných tří měst, konkrétně se jednalo o osoby, pracují v TIC, hromadných ubytovacích a stravovacích zařízeních a pracovníků městského úřadu. 2. Otázka byla zaměřena na to, jestli jsou turisté obeznámeni, jaký dopad má cestovní ruch na přírodní prostředí Šumavy. Výsledek byl téměř vyrovnaný polovina dotazovaných 55% si myslí, že si turisté přímé dopady uvědomují a druhá polovina respondentů 45% že ne. Další 3. Otázka navazovala na předešlou, a to zdali si myslí, že je dostatečná informovanost ze strany TIC či správy národního parku, jaký vliv má cestovního ruchu na přírodní prostředí Šumavy. Výsledek odpovědí byl převážně záporný, zhruba 70% (ø13 respondentů v každém městě) si myslí, že turisté nemají dostatečnou informovanost z TIC, nebo přímo ze správy národního parku Šumava. Šetřením se tedy zjistilo, že by měli být turisté lépe

obeznámení o vlivu cestovního ruchu na životní prostředí, např. formou vzdělávacích programů a vytvořením nových aktivit.

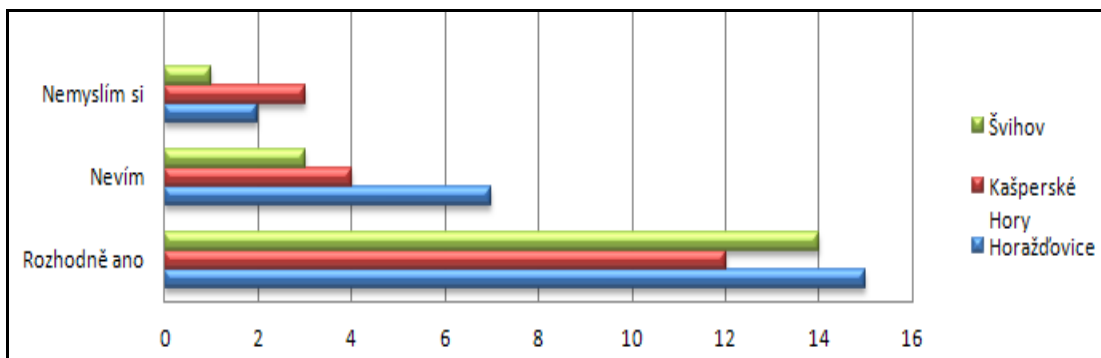
4. Otázka – Jaký mají pohled místní obyvatelé na turismus ve městě a na tok návštěvníků v národním parku Šumava?

Graf č. 10



5. Otázka – Myslíte si, že cestovní ruch napomáhá k podporování místních tradic v národním parku a ve městech?

Graf č. 11

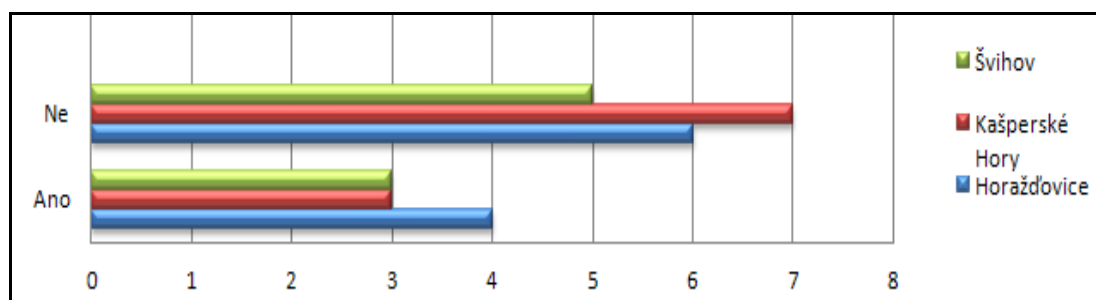


Otázka 4. zkoumala, jaký mají místní obyvatelé pohled na návštěvníky ve městech a v národním parku, výsledek vyšel takový, že největší část respondentů má „částečně pozitivní“ pohled a v průměru okolo 8 respondentů v každém městě vyšel „pozitivní“ pohled na návštěvníky. Pouze vždy jen 1-2 dotazovaní respondenti ve městech zhodnotili negativní pohled na turisty. 5. Otázka – měla zjistit, zda cestovní ruch přispívá k podpoře místních tradic, jak ve městech, tak v národním parku. Výsledek byl jednoznačný, většina respondentů volila odpověď „rozhodně ano“, menší

část okolo 4 dotazovaných nedokázalo říci, zda napomáhá a v rozmezí od 1 do 3 respondentů si nemyslí, že cestovní ruch nějak značně ovlivňuje místní tradice. Z těchto dvou šetření je patrné, že cestovní ruch nijak negativně nenarušuje životní styl rezidentů ve městech ani v národním parku.

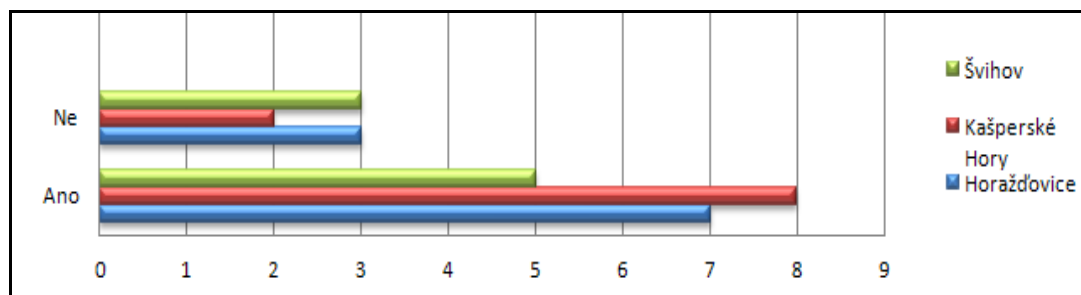
6. Otázka – Poskytuje Vám správa Národního parku dostatečné a pravidelné informace o aktualitách a záměrech parku?

Graf č. 12



7. Otázka – Podílíte se na spolupráci i s ostatními subjekty (myšleno ubytovací a stravovací zařízení) ve městech a okolí NP?

Graf č. 13



6. a 7. Otázka byla dotazována na rezidenty v TIC, kdy 6. Otázka měla zjistit, zda správa NP poskytuje informace o aktualitách střediskům IC ve městech. Převážná část respondentů v IC uvedlo, že spojení a komunikace se správou NP není zcela optimální. A jen malá část uvedla, že komunikace mezi nimi spočívá pouze prostřednictvím emailu, tiskových zpráv, zasíláním aktuálních novinek a zpráv, nebo formou nabídek akcí. Následující otázka, prověřovala spolupráci mezi TIC a ostatními subjekty ubytovacích a stravovacích zařízení. Díky osobnímu dotazování bylo zjištěno,

že snaha TIC a jejich spolupráce spočívá především v zajištění ubytování, propagací, možnostmi umístění informačních materiálů či poskytnutí určitého typu na stravování.

Další šetření bylo zaměřeno na poskytovatele stravovacích a ubytovacích služeb, formou osobního dotazování, měla být zjištěna spolupráce s místními IC a správou národního parku. Průzkum byl také prováděn se členy projektu Partner Národního parku Šumava.

1. Otázka – Podílíte se na spolupráci také s místními TIC?

Výsledek: Ano spolupráce je založena na vzájemné propagaci pomocí webových stránek a možné výměně reklamních či akčních letáků.

2. Otázka – Provádíte kooperaci i s ostatními hotely, penziony a restauracemi?

Výsledek: Jistá kooperace zde je, avšak jen v určité míře. Hotely či penziony si jsou například ochotni pomoci s obsazeností, je zde ale jako v jiných regionech jistý konkurenční postoj a podnikatelský duch. Patříčná kooperace a spolupráce v soukromých a veřejných sektorech prakticky neexistuje.

3. Otázka – Komunikuje s Vámi Regionální rozvojová agentura Šumava a Správa Národního parku Šumava?

Výsledek: S RRAŠ⁶⁵ je komunikace na velmi kvalitní úrovni, avšak musíte být držitelem certifikátu „ŠUMAVA – originální produkt“ pro ty poté pořádají informační sezení, které jsou konány jednou až dvakrát do roka. Správa Národního parku Šumava pouze odesílá nabídky určené pro veřejnost a koncepty týkající se různých nových programů.

⁶⁵ HOSTAŠOVÁ. REGIONÁLNÍ ROZVOJOVÁ AGENTURA ŠUMAVA. *Regionální rozvojová agentura Šumava, o. p. s.* 1. vyd. Stachy: Stachy, 2008

3.2 SHRNU TÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Hlavním záměrem k provedení osobního dotazníkového šetření bylo zjistit, jaké postavení má cestovní ruch v udržitelné formě v národním parku Šumava. Cílem bylo prozkoumat, jaké formy cestovního ruchu preferují návštěvníci ve vybraných třech městech Šumavy (Horažďovice, Kašperské Hory a Švihov), dotazník byl zaměřen na dvě cílové skupiny a to na turisty a místní obyvatele, pracující v TIC a hromadných ubytovacích a stravovacích zařízeních. Průzkum byl dále prováděn i se členy projektu Partner Národního parku Šumava. Šetření prováděné právě s těmito členy Projektu, pracovníky TIC a hromadných zařízení, se zaměřilo převážně na zjištění stavu vzájemné spolupráce. V první části dotazníku byl zjištěn fakt, že cestovní ruch na území Národního parku Šumava je šetrný k životnímu prostředí. Současně by se, ale měl zajistit dohled nad získáním většího povědomí turistů o vlivu cestovního ruchu na životní prostředí a to například díky vzdělávacím programům a aktivitám. Z dotazníku typu B zaměřeného na místní obyvatele a jejich pohled na návštěvníky ve vybraných městech a v Národním parku Šumava, vyplynulo, že život residentů není nikterak závažným způsobem narušován. A místní obyvatelé mají k návštěvníkům částečně pozitivní vztah. Další částí dotazníků bylo díky osobnímu rozhovoru s pracovníky TIC a stravovacích a ubytovacích zařízení zjištěno, že spolupráce a komunikace mezi sebou a správou NP není až tak optimální. Obzvláště mezi veřejným a soukromým sektorem kooperace téměř neexistuje. Posledním bodem byl - Projekt Partner Národního parku Šumava, který je cílený na certifikaci pro poskytovatele jednotlivých druhů služeb v současné době nezaručuje regionu žádný konkrétní přínos. Proto budou v poslední kapitole navrženy jednotlivá východiska a cíle k zlepšení daných problémů.

4. SWOT ANALÝZA TURISTICKÉHO REGIONU ŠUMAVA

Smyslem této kapitoly je vytvoření SWOT analýzy cestovního ruchu v regionu Šumava. Aktuální situace cestovního ruchu na Šumavě se odráží především v silných a slabých stránkách. Nabízející se příležitosti jsou poté zapotřebí využívat k určitému rozvoji a možný vliv rizik se snažit nejlépe vyloučit, nebo při nejmenším potlačením omezit. Pro lepší orientaci bude SWOT analýza sestavena u každé oblasti cestovního ruchu jednotlivě. Provedená analýza SWOT byla vytvořena na základě marketingové strategie Šumavy.

4.1 SILNÉ STRÁNKY (STRENGTHS)

Oblast přírodního bohatství

- široká nabídka okruhů a naučných stezek;
- díky existenci NP a CHKO je zaručená dlouhodobá kvalita území;
- kvalitní příroda a krajina z ekologického pohledu;
- široká nabídka kvalifikovaných průvodcovských služeb;
- prezentace Šumavy v sousedních zemích;
- rostoucí poptávka po wellnes;
- dobré klimatické podmínky;
- možnost využití vzdělávání v environmentálním oboru.

Oblast kulturního bohatství

- hodnotná nabídka při poskytování prohlídek měst a památek s průvodcem;
- vysoký kulturní a historický potenciál;
- velice bohaté území co do kvantity památek a jejich následná prezentace a úsilí o jejich využití.

Oblast společenských akcí

- perspektivně se zkvalitňuje kvalita, kvantita i pestrost nabídky;
- naučné programy zprostředkované NP a CHKO Šumava pro veřejnost;
- Stále zvyšující se nabídka inspirovaná místními tradicemi, jako například místních řemesel a produktů;

Oblast volnočasových aktivit a sportu

- vynikající prostředí pro provozování aktivní turistiky;
- kvalitní síť značených stezek a cyklotras na našem území i v příhraničí;
- vhodné podmínky pro hipoturistiku;
- nejlépe a nejmoderněji vybudovaná trasa v České republice pro in-line sporty tzv. Lipenská stezka a Vltavská cesta;
- šance pro poskytování lyžařských aktivit přímo v centrech Železná Ruda, Lipna a Zadově;
- možnosti využití i malých lyžařských areálů rodinného typu (Kašperské Hory);
- kvalitní služby a údržby vyhledávaných lyžařských stop, jako je projekt Bílá stopa na Šumavě;
- velice silná síť lyžařských běžeckých tras a vhodné krajinné podmínky pro lyžařskou turistiku;
- příhodné vodní toky pro vodní turistiku;
- stále více rostoucí potenciál v oblasti vodních sportů (Lipensko);
- zřizování a obnovování malých koupališť a bazénů;
- zřizování center pro návštěvníky spolu s ukázkami dobových tradic a možností vlastní tvorby místních tradic;
- produkty, jež upevňují vztah k přírodě, šetrnému pobytu v ní a k ekologii, příkladem mohou být různá environmentální vzdělávání;
- vhodný a udržovaný povrch stezek.

Oblast obcí

- významné historické objekty;
- charakteristická Šumavská architektura a památkové rezervace ve městech i vesnicích;
- místní skupiny a organizace s posláním o neustálé zlepšování kvality prostředí a života v obcích.

Oblast ubytovacích a stravovacích služeb

- dlouhodobě inovující a zkvalitňující se nabídka v ubytovacích službách;
- dostatek ubytovací kapacity, myšleno do kvantitativního měření;
- nabídka doplňkových služeb a produktů v ubytovacích zařízeních;
- diverzifikace ceny;

- rozrůstající se stálá nabídka na místních farmářských trzích nabízející kvalitní domácí produkty a tradiční Šumavská kuchyně;
- certifikace krajských služeb a produktů – ŠUMAVA originální produkt⁶⁶;
- neustálé zlepšování v rozmanitosti a množství služeb;
- rozvoj malých pivovarů a sklářských podniků;
- zaměstnanost v regionu je úzce spjata s postupným rozvíjením cestovního ruchu.

Oblast informačních center

- informační střediska a poskytování služeb NPŠ;
- husté zastoupení informačních center vybudované díky iniciativě jednotlivých obcí a soukromníků;
- spolupráce s příhraničními informačními centry v sousedním Bavorsku⁶⁷, informační centrum Bavorský les – v Plzni a Českých Budějovicích Šumava;
- kvalitní služby poskytované školenými zaměstnanci v informačních centrech a bohatá nabídka propagačních materiálů.

Oblast dopravy

- postupně se zlepšující situace a kvalita komunikací v regionu;
- hustá silniční síť a dostupnost automobilovou dopravou do regionu;
- neustále se rozšiřující síť menších parkovišť v oblasti NPŠ pro osoby s hendikepem;
- dostatečná hustota v zastoupení železniční dopravy a modernizace tras;
- kooperace ČD a regionu Šumava při konání některých akcí (Silvestrovský vlak Vimperk – Kubova Huť);⁶⁸
- široká nabídka autobusové dopravy v letní sezóně, příklad akce zelené autobusy.⁶⁹

⁶⁶ ŠUMAVA originální produkt. *Asociace regionálních značek* [online]. © 2010-2014 [cit. 2015-01-19]. Dostupné z: <http://www.regionalni-znacky.cz/sumava/>

⁶⁷PROBST, Manfred. *Die schönsten Routen Bayerischer Wald und Böhmerwald*. 1. vyd. Germany: Munchen, 1963. ISBN 3-7654-4222-4.

⁶⁸ ŠumavaInfo.cz. *KLUB PŘÁTEL ŠUMAVY* [online]. © 2015 [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: <http://www.sumavainfo.cz/silvestrovsky-vlak>.

⁶⁹ Resort životního prostředí: NP a CHKO Šumava. *Národní park Šumava* [online]. © 2008 - 2015 [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: <http://www.npsumava.cz/cz/1194/sekce/autobusem/>

Oblast marketingu

- rostoucí poptávka po regionu Šumava⁷⁰;
- oblast Šumava má vhodné podmínky, jak pro letní a zimní sezónu, tak pro celoroční vyžití;
- turistická oblast zaznamenává vysoký počet návštěvníků, kteří jsou spokojeni se službami a atraktivitami území a vrací se s oblibou zpět;
- snaha o kompaktnosti regionu;
- propagace loga a jedinečného stylu turistického regionu Šumava;
- vznik marketingové strategie pro podporu celého regionu;
- pomocí marketingových aktivit usilovat o zachování a propagování celistvosti území, ale také způsob šetrného pobytu v přírodě;
- marketingové aktivity na stupni Javorníků a Lipna.

Oblast politiky cestovního ruchu

- rozvoj vhodného prostředí pro podnikání;
- spolupráce s příhraničními regiony a zahraničními partnery v oboru cestovního ruchu;
- regionální subvence pro Šumavu v oblasti managementu destinace;
- management cestovního ruchu na lokální a regionální úrovni (RRAŠ, JCCR a Lipno servis);
- většina místních obyvatel vnímá cestovní ruch kladně s pozitivním vztahem a to nejvíce v oblastech s ekonomickou prosperitou.

4.2 SLABÉ STRÁNKY (WEAKNESSES)

Oblast přírodního bohatství

- nedostatečná nabídka a síť infrastruktury cestovního ruchu na některých místech Šumavy;
- některé investiční organizace jsou omezovány a redukovány díky limitům ochránců přírody;

⁷⁰ ROUČKA, Michal. *Strategisch-strukturelle Bedeutung des Fremdenverkehrs in der Grenzregion Bayerischer Wald, Sumava (Böhmerwald)*. 1. vyd. München: Selbstverlag, 1994

- nedostatečně zřetelná pravidla;
- nedostatečný marketing a nabídka v lázeňských produktech, wellness a komunikaci;
- přetrvávající a stále neobjasněná témata o klíčovém problému „kúrovec“;
- nekoncepčnost ochrany přírody;
- převážná nabídka kurzů environmentálního vzdělávání cílená jen pro školy;
- nedostatek finančních prostředků na interaktivní prvky a budování přes hraniční stezky;
- degresivní zacílení na děti nižší věkové kategorie.

Oblast kulturního bohatství

- nedostatek finančních prostředků na opravu a údržbu památek a kulturního bohatství;
- neadekvátní a nevystižné způsoby prezentování oblasti;
- zhoršující se stav technických památek;
- flexibilita otevíracích dob;
- nedostatek všeobecných nabídkových programů.

Oblast společenských akcí

- některé každoročně pořádané akce se časově překrývají;
- klesající nabídka mimo hlavní sezóny;
- málo vzájemně koordinované akce s nedostatkem informovanosti.

Oblast volnočasových aktivit a sportu

- nedostatečné množství cyklostezek v oblasti podhůří;
- stále závažný a nedořešený systém v údržbě stezek;
- špatné chování a kázeň cyklistů na vyznačených cyklotrasách v NP a CHKO;
- nedostatečná kapacita parkovacích míst;
- chybějící infrastruktura a nekvalitní informovanost o aktuálních nabídkách aktivit;
- nekvalitní nabídka tras a konfrontace mezi cykloturistikou, pěší turistikou a automobily;
- distancování soukromého sektoru do aktivního režimu oblasti;
- demolování stop určené běžkařským aktivitám pěšími turisty, díky nedostatku tras pro pěší turisty v zimních sezónách;

- na některých územích zaznamenán nedostatečný podíl infrastruktury vyhrazené pro volnočasové aktivity;
- značná mezera pro indoorová zařízení v porovnání s příhraničními oblastmi;
- omezený rozvoj v jiných lokalitách ze strany ochránců přírody a nevyhovujících geologických podmínkách. Například Lipno je omezeno, v udržování stálé vodní hladiny, což zabraňuje v provozování vodních sportů;
- v období špatného počasí a mimo sezóně chybí nabídka vhodných a lákavých programů;
- nevyrovnaná nabídka adrenalinových sportů oproti sousedním krajům;
- nedostatečná nabídka pro tělesně postižené a jinak handicapované návštěvníky,
- a pro rodiny s dětmi ve volnočasových aktivitách pod střechem.

Oblast obcí

- chatrný stav některých technických budov;
- nově vznikající objekty s aglomerací na území, jež nerespektují tradiční šumavskou architekturu;
- nedostatek informačních zdrojů pro návštěvníky;
- ohyzdny a odpuzující pohled na hraniční tržiště na hlavních komunikacích ze zahraničí;
- přítomnost sociálně patologických jevů, myšleno tím vliv vandalismu a prostituce.

Oblast ubytovacích a stravovacích služeb

- v některých oblastech cestovního ruchu nevyvážený poměr mezi kvalitou a strukturou stravování;
- v některých lokalitách budování neorganizovaných ubytovacích kapacit;
- schází nabídka zaměřující se na kongresovou turistiku, předně ve větších obcích, městech a střediscích cestovního ruchu;
- ne příliš rozsáhlá nabídka ubytovacích zařízení s vyšší kvalitou, jako jsou čtyřhvězdičková ubytování a výš;
- značný nárůst cen stravování i ubytování, jež nesouvisí se zvyšováním kvality;
- stále malé zastoupení domácích produktů a obchodníků z regionu Šumava;
- slabá podpora ze státní správy;

- restaurace stále nabízejí převážné množství rozmanitosti cizích kuchyní a bojí se zaměřit na tradiční šumavské speciality;
- monotónní nabídka jídel, vybavenost a vzhled místních restaurací;
- v oblastech se zastoupením menších obcí je omezené množství obchodů a služeb s nepřizpůsobivou provozní dobou;
- velkou roli v ubytovacích a stravovacích službách hraje bezesporu sezónnost;
- značný nedostatek kvalifikovaných pracovních sil;
- při zaměstnávání nových pracovních sil v oboru cestovního ruchu vliv šedé ekonomiky;
- neuspokojivá znalost regionu a nízké procento možnosti doplnění znalostí z pohledu personálu, nedostačující jazykové znalosti a fluktuace personálu.

Oblast informačních center

- nedostatek finančních prostředků;
- neznalost regionu a
- malá nabídka zastoupení v cizojazyčných materiálech a informacích;
- neuspokojivá spolupráce a jednání mezi IS NPŠ a dalšími IC;
- komerční zaměření na příhraniční IC;
- nedostatek cizojazyčných materiálů pro potřebu informačních center;
- nedosažitelnost některých dat a insuficience ve spolupráci jednotlivých subjektů;

Oblast dopravy

- komplikovaná dopravní síť a dostupnost do některých oblastí Šumavy, jako například oblast Lipenska;
- nedostačující počet parkovišť především v hlavních sezónách;
- omezená kapacita skibusů v zimních sezónách a instabilní jízdní řády;
- malý počet odpočívadel podél komunikací, a neuspokojivý stav a kapacita vedlejších komunikací;
- nespolehlivost přímých spojů v regionu, ale i spoje do zahraničí;
- nízká marketingová úroveň v železniční dopravě;
- využití a provoz zelených autobusů se zacílením pouze do dvou měsíců v roce;
- vývoj individuální dopravy na úkor dopravy hromadné a s tím značné kolize turistů.

Oblast marketingu

- částečné zastoupení českou klientelou;
- nevyváženost mimosezónních a sezónních období;
- neustálá snaha rozdělovat turistický region Šumava do dvou administrativních oblastí, kde každá spadá jednomu z příslušných krajů;
- NPŠ je klasifikován jako tzv. brzdou ekonomického rozvoje;
- značný nesoulad v celkové propagaci;
- silné zaměření na správní hranice;
- upřednostňování parciálních zájmů v znevýhodněné turistické oblasti jako celku;
- duplikování marketingových aktivit.

Oblast politiky cestovního ruchu

- neustálá snaha rozdělovat turistický region Šumava do dvou administrativních oblastí, kde každá spadá jednomu z příslušných krajů a odlišné priority krajů;
- nejasnosti v pravomocích a úkolech;
- nevyhovující spolupráce mezi jednotlivými obcemi, orgány obcí a místními podnikateli a vlivnými subjekty v cestovním ruchu;
- nejasný postoj turistiky na území NP
- nedostatek finančních prostředků na některé struktury v CR;
- nekvalitní organizace a spolupráce v projektech s příhraničními oblastmi, pro zkvalitnění marketingu a rozvoj kolektivních nabídek;
- v určitých oblastech stále převládá apatie a lhostejnost obyvatel vnést se do rozvojových aktivit.

4.3 PŘÍLEŽITOSTI (OPPORTUNITIES)

Oblast přírodního bohatství

- prezentování oblasti, jako neobyčejného přírodního území;
- snaha o rozkvět a rozmach šetrného turismu;
- možnosti pro wellness a zvýšená kapacita ozdravných pobytů;
- rozmach v nabídce environmentálního vzdělávání pro návštěvníky;
- rozšiřování šetrného turismu s aplikací koncepce biosférické rezervace;

- průvodcovské služby zahrnout do komplexní nabídky Šumavy, formou produktových balíčků;
- výstavba a značení dalších nových turistických stezek a tras pro aktivní sporty;
- spolupráce ve výstavbě příhraničních pěších stezek a okruhů;
- vzrůst interaktivních prvků a didaktické literatury.

Oblast kulturního bohatství

- kvalitnější a hodnotnější marketing, více uplatnit a zviditelnit památky v rámci turistických akcí a atraktivních produktů;
- sjednocení místních řemesel k obohacení turistické nabídky;
- zviditelnit vývoj kulturních nabídek a zařadit je mezi prioritní nabídky a skvosty nacházející se v regionu Šumava.
- zpopularizovat další zajímavé kulturně – historické objekty.

Oblast společenských akcí

- kvalitnější integrace a koordinace připravovaných akcí ve stejném měsíci a koordinace v dopravě a marketingu;
- větší zájem ze strany obyvatel a participací podnikatelů.

Oblast volnočasových aktivit a sportu

- rozvoj místních i příhraničních tras a stezek;
- nalézt východisko v rozporu mezi uživateli jednotlivých tras;
- zakládání více naučných vycházkových okruhů v regionu;
- řešení struktury cyklostezek a následný rozvoj do části podhůří Šumavy;
- zvýšit využití potenciálu Lipenska a podhůří;
- zhotovení tras s výhradou pro in-line sporty;
- posílení hipoturistiky, jako příklad rozvoje a potenciálu pro podhůří;
- provozní doba po celý rok, ne jen soustředění na hlavní sezóny;
- zkvalitnění lyžařských stop a zavedení poplatku za využívání běžecké tras;
- angažovat soukromé sféry o pomoc a údržbu lyžařských stop;
- zvýšit nabídku zimních okruhů a cest pro pěší turistiku a zefektivnit možnosti spolupráce se sousedními regiony;

- prosazování netradičních aktivit (chůze na sněžnicích, ledové lezení, snowtubing a další)⁷¹ a malých „domácích“ vleků;
- budování infrastruktury pro vyžití u vodních sportů s ohledem na krajinu a životní prostředí;
- příspěvek v rozšiřování doplňkové infrastruktury a pro šetrný pohyb v krajině;
- rozšíření návštěvnických center a výstižné zaměření na wellness a rehabilitačních programů;
- příležitost pro rozvoj adrenalinových sportů zaměřené na podhůří;
- vyhlídky k počátku nových agentur volného času.

Oblast obcí

- dotace pro novostavby a rekonstrukce v typickém šumavském duchu;
- cenný informační systém pro návštěvníky regionu;
- podpora místního vlastenectví;
- redukce negativních jevů díky změnám legislativních pravidel.

Oblast stravovacích a ubytovacích služeb

- různá sdružení vzniklá se specializací na kvalitu;
- uvedení povinné certifikace kvality ze strany státu a rozšíření regionální certifikace;
- kvalitní nabídka a služby s šetrným dopadem na místní i regionální ekonomiku;
- propagování image Šumavy, jako oblasti poskytující jakostní služby odpovídající ceně;
- kolektivní spolupráce a sounáležitost v oborech zemědělství a gastronomie;
- zaměření na odlišení nabídky od konkurence například zdraví prospěšná strava, pokrmy z domácích farem či krajově typická gastronomie;
- přispívání ke zkvalitňování nabízených služeb formou cíleného rozšiřování o povědomí značky a prostřednictvím certifikace;
- zrod místních dílniček s jednotlivými řemesly;
- v oblasti gastronomických služeb větší rozšíření certifikací;
- zaměření na konkurenci a podporování rozvoje v oblasti podnikání;
- kooperace soukromého sektoru a jednotlivých obcí;

⁷¹ Resort životního prostředí: NP a CHKO Šumava. *Národní park Šumava* [online]. © 2008 - 2015 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: http://www.npsumava.cz/storage/setr_aktivity1.pdf

- lepší podmínky pro vzdělávání a zaškolování personálu;
- zvýšení množství motivačních programů a akcí pro daný personál a tvorba dalšího atraktivního vzdělávání v oboru cestovní ruch;
- prosazování udržitelných investigativních záměrů s dobrými předpoklady pro kvalitní pracovní místa, které příznivě ovlivní image turistické oblasti Šumava pro mladší generaci a kvalifikované občany.

Oblast informačních center

- čerpání prostředků z regionálního fondu pro cestovní ruch a využití nových příležitostí např. financování tisku;
- lepší podmínky pro vzdělávání a zaškolování personálu;
- zaměření na kvalitnější a širší nabídku cizojazyčných publikací a informací;
- tvorba nových produktů a balíčků ve spolupráci s příhraničními oblastmi;
- tvorba a prosazení uceleného integrovaného informačního systému s kompetencí příhraničí;
- konsekventní zaškolení a užívání všech nově dostupných elektronických medií.

Oblast dopravy

- rozšířený počet parkovacích míst v regionu;
- udržování kvalitního povrchu komunikací;
- zavedení poplatku za vstup, pohyb a pobyt v národním parku Šumava;
- ustanovení technických řešení kolizí mezi jednotlivými uživateli komunikací;
- zařízení provozu zelených autobusů i mimo hlavní sezóny;
- sjednocení lepšího dopravního napojení u různých spojů dopravy;
- zařazení vedlejších železničních tras s využitím zážitkových jízd v doplňkové turistice;
- zakomponování do celkové regionální nabídky tzv. produktové balíčky;
- tvorba nabídky atraktivního systému veřejné dopravy i za hranice státu, například vytvořením nových projektů;

Oblast marketingu

- tvorba nových prezentací pro turistický region a reklamní spoty zaměřené na ucelenou identitu;
- zpřístupnění i v mimosezónním období a prodlužování délky pobytů;
- zaměření pomocí marketingu na příjezdový turismus;

- pokračování v budování nového image území;
- vznik nových pracovních skupin v oblasti marketingu;
- funkční posílení destinačního managementu;
- zpřístupnění do částí marketingových aktivit organizacím jako TR Šumava a Biosférická rezervace Šumava;
- vytváření o povědomí Šumavy, jako o uceleném a jednotném regionu s diferencovanou turistickou nabídkou;
- rozkvět turistického regionu a oblast s jedinečnou identitou.

Oblast politiky cestovního ruchu

- zajištění schválení zákona o cestovním ruchu;
- zřízení místního fondu cestovního ruchu na podporu financování aktivit;
- snaha o vzájemné zlepšení spolupráce regionálních managementů cestovního ruchu;
- snaha o zapojování krajů do daných problematik a objasnění kompetencí;
- tvorba nově vzniklých sdružení podnikatelů v cestovním ruchu a kontinuita na destinační management;
- získávání nových zkušeností za pomoci sousedních zahraničních regionů;
- utvrzení pozice oblasti na celkovém trhu cestovního ruchu;
- vznik nových pracovních příležitostí pro místní obyvatele zapojené do sektoru cestovního ruchu;
- vlna nových návštěvníků díky větší atraktivitě v odvětví cestovního ruchu.

4.4 HROZBY (THREATS)

Oblast přírodního bohatství

- možnost negativní reklamy a zkreslené údaje pomocí médií;
- neuspokojivá informovanost ze strany turistického regionu a vzájemná komunikace;
- neustálá neshoda názorů a nesouhlas ze strany orgánů přírody;
- zhoršování životního prostředí, přírody a krajiny díky bezmyšlenkovitým investičním akcím;
- menší poptávka a limitované zákonodárství;

- nízký rozsah empatie v návrzích šetrného turismu;
- relativně značné množství konkurence například v poskytování služby wellness, která je hojně rozvíjena i v ostatních krajích (Lázeňský trojúhelník)⁷²;

Oblast kulturního bohatství

- nedostatečné množství finančních prostředků na opravu a údržbu kulturních památek;
- hrozba díky nepatřičné komercializaci;
- chybné marketingové cílení;
- nedostatečné množství vyškolených průvodců a tím vznik konkurenčního ohrožení.

Oblast společenských akcí

- zhoršující se spolupráce a neochota mezi organizacemi a spoluúčastníky;
- snižující se počet partnerů pořádající menší společenské akce;
- chybně stanovený řád během pořádaných akcí ve stejném časovém termínu;

Oblast volnočasových aktivit a sportu

- nedostatečné finanční zdroje;
- střet zájmů s ochranáři přírody a vlastníky pozemků;
- nesprávné střetávání s dalšími aktivitami na okruzích a stezkách;
- majetkoprávní vztahy (rozvoj v podhůří);
- nejisté přírodní podmínky vhodné pro dané roční období;
- finanční udržitelnost v rámci příhraniční spolupráce a budování pěších stezek;
- silná konkurence z německé strany Šumavy i z jiných destinací (horské oblasti, rakouské Alpy, slovenské Tatry);
- prudkost rozvoje a upřednostňování místních zájmů jednotlivce;
- nedostatek pracovních sil;
- podcenění potřeb cílových skupin při vytváření nabídek a programů (tělesně handicapované skupiny).

⁷² Národní Památkový Ústav. *Národní památkový ústav* [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-01-23].

Dostupné z: <http://www.npu.cz/lo/books/zapadocesky-lazensky-trojuhelnik-zapadoceske-lazne-vybrane-k-nominaci-na-zapis-do-seznamu-svetoveho-dedictvi-unesco-1/>

Oblast obcí

- lhostejnost ze strany majitelů nemovitostí o společnou kooperaci;
- unáhlená a lehkomyšlná rekonstrukce stavebních objektů vedoucí k devalvaci původního šumavského prostředí;
- právní legislativa, jež nepodporuje možný potenciál obcí díky patřičným vyhláškám.

Oblast ubytovacích a stravovacích služeb

- úbytek kupní síly obyvatel;
- nedostatek pracovních sil;
- prudký vývoj;
- netečnost podnikatelů a určitá skepse k certifikačním organizacím;
- velké zastoupení různých druhů značek a s tím spojená pochybení ke značce;
- rostoucí nezáměr ze strany majitelů gastronomických podniků;
- značný deficit konkurenceschopnosti v rámci globalizace;
- právní normy týkající se nesnadného odbytu a výroby domácích farem;
- neefektivní ekonomika v rámci sezónnosti a z pohledu soukromé sféry značná netečnost;
- chybně motivující sociální politika státu.

Oblast informačních center

- nouze finančních zdrojů;
- zhoršování reciproční spolupráce a komunikace;
- špatné povědomí o území, nedostatečná kvalifikace personálu;
- stále více zastávaný názor, že tištěná propagace (letáky, brožury) se stává nemoderní a poptávka po časopisech, magazínech, místních denících a novinách klesá.

Oblast dopravy

- drsné přírodní podmínky ve vyšších polohách;
- nedostatek finančních prostředků na opravy komunikací;
- vývoj a růst individuální dopravy oproti dopravě hromadné;
- zpřísněná legislativa;
- podcenění a následný konec provozu vedlejších železničních tras díky ztrátě rentability.

Oblast marketingu

- vlivná konkurence v sousedních zemích a zahraničí;
- značný pokles kvality a úrovně poskytovaných služeb a růst cen nad únosnou kapacitu;
- odlišné priority oblastí a krajů;
- prohlubující se konflikty mezi některými organizacemi v regionu a NPŠ;
- zhoršené chápání Šumavy jako turistického celku a následný rozpad na částečné subregiony;
- špatný postoj ke spolupráci a místní separace od zájmových skupin.

Oblast politiky cestovního ruchu

- chybějící dotace ze strany místní samosprávy, státní správy a místních podnikatelů;
- dosažení partikulárních zájmů;
- nedostatek finančních zdrojů;
- vysoká konkurence mezi jednotlivými regiony;
- přetrvávající lhostejnost ze strany občanů a místních podnikatelů;
- ztráta konkurenceschopnosti;
- zhoršování reciproční spolupráce mezi obcemi, podnikateli a organizacemi ovlivňující CR.

Tabulka 5: SWOT analýza regionu Šumava

<p style="text-align: center;">Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ekologicky kvalitní příroda a krajina ➤ příznivé klimatické podmínky ➤ kulturní a historický potenciál ➤ naučné programy a zvyšující se nabídka produktů (místní tradice) ➤ kvalitní síť stezek a cyklotras ➤ hipoturistika a vodní turistika ➤ certifikace produktu (ŠUMAVA) ➤ informační centra a služby NPŠ ➤ rostoucí poptávka po regionu ➤ zaměstnanost spjatá s cestovním ruchem 	<p style="text-align: center;">Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ síť infrastruktury ➤ nekoncepčnost ochrany přírody ➤ finanční prostředky ➤ nedostatek nabídkových programů ➤ klesající nabídka mimo hlavní sezónu ➤ cyklostezky v oblasti Podhůří ➤ kapacita parkovacích míst ➤ nabídka pro handicapované návštěvníky ➤ nesoulad v celkové propagaci ➤ spolupráce mezi obcemi, orgány obcí a podnikateli
<p style="text-align: center;">Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ rozmach šetrného turismu ➤ nabídka environmentálního vzdělávání ➤ výstavba nových místních i příhraničních turistických tras a stezek ➤ kvalitnější marketing ➤ prosazování netradičních atraktivit ➤ kooperace v oborech zemědělství a gastronomie ➤ nové pracovní příležitosti pro místní obyvatelé v ČR 	<p style="text-align: center;">Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ nedostatek finančních zdrojů ➤ nedostatečná informovanost ➤ menší poptávka a limitované zákonodárství ➤ konkurence ➤ chybné marketingové cílení ➤ úbytek kupní síly obyvatel ➤ lhostejnost ze strany občanů ➤ konflikty mezi místními organizacemi a NPŠ ➤ devalvace původního šumavského prostředí

Zdroj: Vlastní zpracování na základě:⁷³

⁷³ ŠumavaNet: Informační server. *ŠumavaNet.CZ* [online]. 1997 - 2012 [cit. 2014-10-28]. Dostupné z: http://www.sumavanet.cz/mszapad/user/dokumenty/marketingova_strategie_sumavy.pdf

4.5 SHRNU TÍ

Výše uvedené dotazníkové šetření je úzce spjato s poznatky a vytvořením SWOT analýzy. Sestavením analýzy SWOT bylo zjištěno, že mezi hlavní silné stránky turistického regionu Šumava patří přírodní a krajinné bohatství, jež je ojedinělé díky iniciativě NP a chráněné krajinné oblasti. Je zde také velice silný potenciál historického a kulturního dědictví a jeho krásy navštěvují respondenti nejen z domácího, ale také z mezinárodního zastoupení. Nachází se zde v dnešní době kvalitní síť stezek a tras pro pěší turistiku i cykloturistiku, kde tímto hodnocení obdržela Šumava druhé místo v celorepublikovém měřítku. Na tomto výsledku se podílely především NP Šumava, CHKO Šumava a Regionální rozvojová agentura Šumava, o. p. s. Díky tomu je také zaznamenán v posledních letech značný nárůst poptávky po regionu. Investice byly použity například do výstavby a modernizace většího počtu informačních středisek, které jsou již v některých městech srovnatelné se sousedními státy (Německo). Oblast Šumava má velký potenciál pro domácí cestovní ruch, a je zde možné uskutečnění všech forem šetrného turismu.

K nejdůležitějším příležitostem turistického regionu Šumava je neustálé zkvalitňování poskytovaných služeb, atraktivních balíčků a programů. Zaručit se o lepší spolupráci mezi obcemi, místními orgány obcí a podnikateli. A zasloužit se o vznik organizace destinačního managementu. V neposlední řadě také vytvořit vhodné atraktivity a vzbudit zájem turistů, vyvážit sezónu hlavní s mimosezónní.

Mezi slabé stránky regionu patří ještě stále přetrvávající konflikty mezi organizacemi pro ochranu přírody, krajskými městy a obcemi. Značný problém se skýtá doposud v neexistenci ucelené vizi regionu. A distancování od kolektivní strategie rozvoje. Je zde také velké množství propagace typů (logo) značek a s tím spojené pochybení ke značce.

Nejrelevantnější hrozbou je devalvace původního šumavského prostředí na úkor neohleduplnosti a dostatečné informovanosti turistů. Dále pak rostoucí konkurence ve formě zahraničních oblastí s poskytováním kvalitních služeb a úrovni destinačního managementu. A nesouvisející zvyšování kvality ubytovacích a stravovacích služeb a růstu ceny.

5. STRATEGICKÝ ROZVOJ TURISTICKÉHO REGIONU ŠUMAVA

Hlavním cílem této kapitoly je vytvořit a sestavit jednotlivá řešení a dosáhnout stanovených cílů, které efektivně využijí potenciálu oblasti Šumava pro cestovní ruch. Strategický rozvoj také úzce souvisí již z výše sestavenou SWOT analýzou, kde jsou podrobně vyhodnoceny silné a slabé stránky území. Dále budou vytvořeny rozvojové cíle pro konkrétní oblasti Šumavy.

5.1 HLAVNÍ ŘEŠENÍ A CÍLE

Jak již bylo výše uvedeno, tato rozvojová strategie se především snaží o efektivní využití potenciálu Šumava s udržitelným využitím cestovního ruchu. Je odvozena od sestavené analýzy SWOT, kde se vyhodnotily silné a slabé stránky území a dále kde jsou přijímány rozvojové příležitosti, ale i značná rizika.

Navržená řešení:

- Turistický region, který je chápán jako území se silnou identitou;
- Silné reprezentování území ochrany přírody, což nesmí být bráno jen jako restrikce, ale příležitost na zaměřenou cílenou turistickou nabídku;
- Jisté odlišení v přírodních podmínkách, různé možnosti využití a na region nahlížet, jako centrální oblast nejen Šumava, ale i Podhůří a Lipensko;
- Vhodná pro aktivity šetrného pohybu, poznávání přírody a místních tradic;
- Nedostatek volnočasových aktivit za špatného počasí a se zaměřením na děti;
- Cílové skupiny jsou návštěvníci s kladným vztahem k přírodě, kulturně – historickým památkám, sportovním aktivitám, senioři a rodiny s dětmi;
- Šumava má prioritní zaměření na domácí cestovní ruch, ale má jistý zájem i o návštěvníky ze zahraničí

Stanovený cíl:

- Cílem rozvojové strategie je zajistit a dbát na udržitelnost rozvoje cestovního ruchu oblasti Šumava.

Jak dospět ke stanovenému cíli:

- Snaha vzbudit vlnou, přívětivou a odpočinkovou atmosféru území;
- Důrazněji se orientovat na přímý marketing;
- Více směřovat zacílení na podporu šetrné formy cestovního ruchu na Lipensku a v Podhůří a využít tak všechny potenciál;
- Orientovat nabídky do jednotlivých oblastí a vzájemně je kombinovat, jako jsou kultura – tradice, krajina – příroda, volný čas – sportovní aktivity, wellness, programy pro rodiny s dětmi a seniory;
- Zaměřit se na budování podmínek pro využití oblastí i ve vedlejší turistické sezóně;
- Poskytované služby, by měly mít jednotně deklarovanou klasifikaci, s důrazem na turistické regionální prvky;
- Lepší kooperace a komunikace mezi jednotlivými organizacemi (obce, kraje, RRAŠ, Projekt Národní part Šumava);
- Vzájemná spolupráce (soukromý a veřejný sektor) v sestavování společných zájmových a vzdělávacích programů
- Propagace takové úrovně, kde je cena vyvážená s cenami nabídek;
- Finanční podpora a kvalitnější konstruování šetrné infrastruktury v turismu;
- Zajistit ucelené informace o turistických eventualitách regionu;
- Při vývoji nových objektů a nabídek, dbát na zachování přírody a krajiny a původního šumavského prostředí;
- Neposuzovat Šumavu a její rozvoj, jako separované území, ale ve spolupráci i sousedními státy a jejich regiony (Bavorský les) a domácími regiony (Plzeňsko a Jižní Čechy)

5.2 ROZVOJOVÉ CÍLE JEDNOTLIVÝCH OBLASTÍ

Oblast přírodního bohatství – právě jeden z největších potenciálů se skýtá v krásné, panenské a nedotčené šumavské přírodě. Upotřebení teze trvale udržitelného rozvoje je jistotou při vývoji cestovního ruchu v jednotlivých oblastech a při zesumírování turistických nabídek. V šetrném turistickém využití v rámci různých aktivit, musí být

brán neustálý ohled na ochranu životního prostředí. Hlavní orientace bude směřována na tyto cíle.

- Zkvalitnění informovanosti pro domácí i zahraniční návštěvníky, podpora vzdělávacích programů, zachování a ochrana přírodního prostředí Šumavy;
- Vznik aktivních nových prožitků v NPŠ;
- Vývoj nové spolupráce v cestovním ruchu a ochraně prostředí

Oblast kulturního bohatství a oblast obcí – Celý region disponuje širokou škálou kulturního a historického bohatství. Právě proto se bude neustále dohlížet na snahu o jeho zachování a rozvoj kultury musí být nedílnou součástí turistické nabídky. Oblast obcí a jejich vzhled je důležitý, jelikož silně přispívá k pohledu na celý region. Spousta menších obcí a měst má charakter tzv. vesnických památkových rezervací a je proto nutná jejich ochrana a využívání tohoto potenciálu (posilování identity, snaha trvalé odstranění sociálně patologických jevů). Hlavní orientace bude směřována na tyto cíle.

- Zpřístupnit doposud distancované objekty návštěvníkům;
- Finanční pomoc muzeím, galeriím a utužení v návštěvnícké atraktivnosti;
- Zkvalitnit a rozšířit propagaci kulturního dědictví Šumavy a integrovat kulturní témata i se zahraničními regiony;
- Omezit budování nových staveb, nehodících se do typického rázu Šumavy a navyšování standardu služeb;
- Zajistit inovaci lepšího vzhledu obcí;

Oblast volnočasových aktivit – poskytnout návštěvníkům možnost aktivní dovolené zaměřenou na přírodní a kulturní bohatství a využít tak potenciálu Podhůří. V letní sezóně disponuje Šumava nejvíce pěší turistikou, cykloturistikou a vodními sporty (Vltava, Otava a Lipno) a zimní období je atraktivní pro sjezdové běžecké lyžování. Dále bude dbán důraz na potřeby tělesně handicapovaných turistů. Hlavní orientace bude směřována na tyto cíle.

- zformovat nové nabídky volnočasových aktivit a vytvořit doplňkové služby a s tím spojen i rozvoj místní infrastruktury;
- agitovat Šumavu, jako atraktivní region s šetrným projevem k přírodnímu prostředí;

- propagovat území, jako oblast vhodnou pro zimní sporty především pro běžeckou a sjezdovou turistiku i v oblasti Podhůří;
- vytváření nových nabídek pro volnočasové aktivity se zaměřením na mimosezóny;
- v turistické oblasti NPŠ se snažit zlepšit podmínky pro pěší turistiku a cykloturistiku, a tyto dvě atraktivity oddělit;
- zdokonalit vztahy se sousedními státy a jejich spolupráci s regionem Šumava;

Oblast ubytovacích a stravovacích zařízení - prioritním cílem v této oblasti je především zlepšit standart poskytovaných služeb, abychom se mohli rovnat ostatním evropským regionům. Právě díky tomu je nutné dbát na jednotnou certifikaci služeb. Jedním z hlavních cílů je uspokojit co nejlépe poptávku návštěvníků, kteří region Šumava navštíví a nabídnout profesionální informační služby. Hlavní orientace proto bude směřována na tyto cíle.

- zkvalitnění standardu v poskytovaných službách;
- vývoj struktury stravovacích a ubytovacích služeb, a dále služeb adekvátních k poptávce;
- větší zaměření na vytváření specifických nabídek v rámci ubytovacích a stravovacích služeb v regionu;
- zajistit ucelenou jednotnou certifikaci v produktech řemeslné výroby a regionálního zemědělství;
- rozšířit povědomí o typickém šumavském produktu a místní gastronomii;
- modernizovat technologii a technologický vývoj návštěvníkům na regionální/místní úrovni;
- zaopatřit vzdělávací programy a samotnou vzdělanost a úroveň lidských zdrojů v cestovním ruchu;

Oblast dopravy – největší snaha je především v upřednostňování nabídky ekologickou formou ve veřejné dopravě, důraz kladen na šumavské ekobusy a vlaky, nikoliv na individuální motorovou přepravu. A zároveň zajištění kvalitní infrastruktury v CHKO a NPŠ. Hlavní orientace proto bude směřována na tyto cíle.

- zdokonalit povrch vedlejších dopravních tras;

- začít využívat skrytý potenciál podhůří, formou turistických produktů a tím regulovat pohyb návštěvníků;
- řešit problematiku v nedostatku parkovacích míst, převážně v NPŠ a koordinovat veřejnou dopravu a spoje se sousedními státy.

Oblast marketingu – Formou regionálního marketingu se zaměřit a respektovat odlišnosti jednotlivých oblastí Lipensko, centrální Šumava a podhůří. Budovat především o turisticky zaměřený samostatný profil a cílený marketing. Hlavní orientace bude směřována na tyto cíle.

- propagace pouze jednotné značky (identity), a loga;
- efektivnější prezentace regionu Šumava;
- soustředit pozornost na efektivnost marketingových kroků;
- zajistit vlastní image turistické oblasti, s jedinečným kulturním a přírodním potenciálem;
- sjednotit systém k mapování turistického vývoje a celkové návštěvnosti na Šumavě.

5.3 MONITORING A INDIKÁTORY K POSOUZENÍ ÚSPĚŠNOSTI

Hlavním záměrem rozkvětu cestovního ruchu je vytvářet udržitelné čerpání přírodního potenciálu na Šumavě. To znamená, že vyskytující se formy turismu budou šetrné k přírodnímu a kulturnímu prostředí. Tento dlouhodobý proces, se může měnit i díky podmínkám, které jsou přímo v regionu, ale i mimo něj. Jednotlivé poznatky, jsou důležitým předpokladem pro volbu destinačního managementu. Nezbytnou složkou je i výhledový monitoring vybraných indikátorů. Níže zpracovaná tabulka uvede několik indikátorů, které mohou být aplikovány pro monitoring.

Tabulka 6: Možné indikátory k posouzení úspěšnosti

Oblast	Indikátor
Přírodní a kulturní prostředí	Efektivní zacházení s odpady a spotřebou vody.
	Procento dopravních spojů.
	Pomoc k ochraně přírodního a kulturního dědictví.
	Hodnota kvality biodiverzity.
	Prostředky směřované k ochraně přírody.
Prosperita obcí	Procento a kvalita rozvoje infrastruktury.
	Procento místních podniků.
	Procento z příjmů vyplývajících z turismu.
	Procento zaměstnaných lidí.
	Růst kulturních tradic.
	Mimosezónní nezaměstnanost.
	Procento ročních výdajů krajů a obcí.
	Podíl cizím a místních podniků.
	Spokojenost místních obyvatel.
	Počet projektů na zlepšení životních podmínek.
Management	Počet kvalifikovaných pracovníků.
	Počet informačních středisek.
	Monitoring návštěvníků.
	Plány kvality péče kulturního a přírodního dědictví.
	Analýza pozitiv a negativ výzkumu veřejného mínění.
Plnění cílů o péči NPŠ.	
Vypracované limity únosnosti krajiny.	

Zdroj: vlastní zpracování

ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo zkoumat současnou situaci cestovního ruchu a rekreaci ve vybraném regionu Šumava. Zjistit jaký má cestovní ruch vliv na udržitelný rozvoj v Národním parku Šumava a ve třech vybraných městech Horažďovice, Kašperské Hory a Švihov. Šumava disponuje jedinečným přírodním a kulturním bohatstvím, což zajišťuje její odlišnost a během několika posledních let i rostoucí poptávku po destinaci. Kvalitní spolupráce a komunikace mezi jednotlivými subjekty v Národním parku Šumava se nachází teprve v samých počátcích jakéhosi vývoje.

Díky provedenému osobnímu dotazníkovému šetření bylo zjištěno, že v hromadných ubytovacích a stravovacích zařízeních a informačních střediscích není zcela optimální spolupráce, ale vzájemná kooperace je respondenty považována za dobrý prvek ke zlepšení současné situace celého regionu. V Národním parku Šumava je cestovní ruch koordinován pomocí úrovně jednotlivých obcí, krajů a Správy Národního parku Šumava a regionální Rozvojové agentury Šumava, o. p. s. Avšak jsou stále mezi těmito organizacemi značné nesrovnalosti a nejdnotný přístup v rozvoji cestovního ruchu v regionu. Především se zde objevují neshody v tvorbě strategických dokumentů a vzdělávacích programů. Přesněji řečeno zde schází pravidelný monitoring strategických dokumentů a vyhodnocení účinnosti. Zvláště se zde neustále nachází situace s komplikujícími se spory mezi kraji a ochránci přírody.

Během zpracovávání diplomové práce bylo rozpoznáno, že prioritní odlišností v řízení cestovního ruchu a udržitelného rozvoje Šumavy, především NPŠ spočívá v rozdílném přístupu k problematice cestovního ruchu.

Převážná část nedostatků v procesu cestovního ruchu vzniká z celkového zázemí České republiky a jejího cestovního ruchu. Právě to zapříčiňuje neexistenci uceleného zákona o cestovním ruchu. K dispozici je jen Návrh zákona o řízení a podpoře cestovního ruchu. Pokud by byl schválen zákon o cestovním ruchu, pak by systém fungoval s přesnými prioritami a pravidly. Nová Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2014 až 2020 by měla podpořit implementaci daného zákona.

Dále je v diplomové práci charakterizován udržitelný rozvoj ve spojitosti s indikátory, které jsou nezbytnou součástí provedeného monitoringu. V další kapitole je podrobně sestavena analýza SWOT, která sumarizuje nejdůležitější poznatky

v turistickém regionu Šumava, je podrobně zaměřena na jednotlivé oblasti (oblast přírodního bohatství, oblast marketingu atd.).

Pátá kapitola byla věnována pro vytvoření strategického rozvoje turistického regionu. Snaha této sestavené rozvojové strategie je především v efektivním využití potenciálu Šumavy s udržitelným využitím cestovního ruchu. Je také odvozena od sestavené analýzy SWOT, kde byly vyhodnoceny silné a slabé stránky území a dále kde jsou přijímány rozvojové příležitosti, ale i značná rizika. Jednotlivé cíle, které byly stanoveny v úvodu práce, byly všechny zpracovány a splněny.

V závěru je také důležité neopomenout, že ve vybraném turistickém regionu Šumava a Národního parku existuje bezpodmínečná snaha o celkové vylepšení situace. Tím není myšleno jen role cestovního ruchu. Jsou to právě jednotliví rezidenti, se kterými byl uskutečněn přímý rozhovor a kteří by uvítali pozitivní změnu a byli by ochotni se zapojit do nově vzniklých aktivit. Především pozitivní přístup je vstupním krokem k uskutečnění nových postupů, což dokazuje také ochota a vlídnost rezidentů, důležitých vlastností, které jsou v odvětví cestovního ruchu klíčové.

SEZNAM POUŽITÉ ZDROJŮ

Literatura

PERLÍN, Radim a Ivan BIČÍK, *Lokální rozvoj na Šumavě*. Šumava: Správa NP a CHKO Šumava, 2010. ISBN 978-80-87257-06-7.

DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch*. Praha 1: Fortuna, 2007. ISBN 80-7168-901-7.

PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 2007. ISBN 1866-074-07.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

HAMARNEH, Iveta. *Mezinárodní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2014. ISBN 978-80-7452-040-2.

UNWTO. *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: Guidebook*. Madrid: UNWTO, 2004. ISBN 92-844-0727-5.

PALÁTKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Grada, 2011. ISBN 978-80-247-350-8.
KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

HESKOVÁ, M. *Základní problémy cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: VŠE, 1999. ISBN 80-7078-047-4.

ANDĚRA, Miloš a Petr ZAVŘEL. *Šumava: příroda, historie, život*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Baset, 2003. ISBN 80-7340-021-9.

LUDVÍK, Marcel. *ŠUMAVA: turistický průvodce*. 1. vyd. Praha: Olympia, 1986. ISBN 27-022-86.

TUREK, Jakub, Petr HUBKA, Martina VAMPULOVÁ a Hana KORCOVÁ. *Outdoor Šumava a okolí: Outdoorový průvodce*. Praha 7: Grada Publishing, a. s., 2007. ISBN 978-80-247-2024-1.

PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Cestovní ruch – výkladový slovník*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, Ústav územního rozvoje, 2002.

BALÁK Ivan, Břetislav BALATKA a Miroslav HAVRLANT. *Národní parky a chráněné krajinné oblasti*. 1. vyd. Praha: Olympia, a. s., 2003. ISBN 80-7033-808-3.

ELIÁŠEK, Jan a Petr STUPKA. *Šumava - Bavorský les*. Český Krumlov: MCU, s. r. o., 2013. ISBN 978-80-7339-177-5.

HOPENIAK, Vladimír a Jaroslav NĚMEC. *Město Kašperské Hory: na počátku nového tisíciletí*. 1. vyd. Kašperské Hory: Kašperské Hory, 2001.

ČIHÁKOVÁ, Linda a Božena HOSTAŠOVÁ. A KOL. Švihov: Zajímavosti a obrázky z historie města. 1. vyd. Švihov: Klatovy, 2001.

KASKOUN, Otto a VILÍMEK. *Toulky Šumavou*. 2. vyd. Sušice: Dr, Radovan Rebsöck, 2002. ISBN 80-85301-82-2.

POKORNÝ, Milan. *Za tajemstvím zázračných studánek*. 1. vyd. Beroun: MH, 2000.

BOUDOVA, Dana, Pavel HUBENÝ, Vít ŠTĚPÁNEK a Vít VILÍMEK. *Šumava železnorudsko: turistický průvodce*. 1. vyd. Praha 1: Kartografie Praha, a. s., 2003. ISBN 80-7011-736-2.

HOSTAŠOVÁ. REGIONÁLNÍ ROZVOJOVÁ AGENTURA ŠUMAVA. *Regionální rozvojová agentura Šumava, o. p. s.* 1. vyd. Stachy: Stachy, 2008.

PROBST, Manfred. *Die schönsten Routen Bayerischer Wald und Böhmerwald*. 1. vyd. Germany: Munchen, 1963. ISBN 3-7654-4222-4.

ROUČKA, Michal. *Strategisch-strukturelle Bedeutung des Fremdenverkehrs in der Grenzregion Bayerischer Wald, Sumava (Böhmerwald)*. 1. vyd. München: Selbstverlag, 1994.

VACEK, Stanislav a František KREJČÍ. *Lesní ekosystémy v národním parku Šumava, Šumava (Böhmerwald)*. 2. vyd. Kostelec nad Černými lesy: Kostelec nad Černými lesy, 2009. ISBN 978-80-87154-68-7.

Elektronické zdroje

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. [cit. 2014-10-20]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz>

CzechTourism. CzechTourism [online]. © 2010 [cit. 2014-11-10]. Dostupné z: <http://monitoring.czechtourism.cz/CzechTourism/uvod.html>

Národní park, Chráněná krajinná oblast Šumava: Resort životního prostředí. *Národní park Šumava* [online]. © 2008 - 2015 [cit. 2014-12-08]. Dostupné z: <http://www.npsumava.cz/cz/1387/sekce/sovi-voliery/>

Národní park, Chráněná krajinná oblast Šumava: Resort životního prostředí. *Národní park Šumava* [online]. © 2008 - 2015 [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: <http://www.npsumava.cz/cz/1201/sekce/dostupna-sumava-2014/>

Průvodci Šumavou: Šumavská krajina bez hranic [online]. Copyright, © 2015 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: www.pruvodci-sumavou.cz

CzechTourism [online]. Copyright, © 2005-2013 [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: www.czechtourism.cz

Bílá stopa Šumava. *Bílá stopa Šumava* [online]. © 2015 [cit. 2014-12-20]. Dostupné z: www.bilastopa.cz

CzechTourism [online]. Copyright, © 2005-2013 [cit. 2014-12-22]. Dostupné z: www.czechtourism.cz

Arber: Bavorský les. *Digital art. Multimedia. Werbung. Design. GmbH* [online]. © 2003 [cit. 2015-01-02]. Dostupné z: www.arber.de

Národní park a chráněná krajinná oblast Šumava. *Environmentální výchova: Návštěvníci* [online]. © 2008 - 2015 [cit. 2015-01-05]. Dostupné z: www.npsumava.cz

Šumava pohodová zábava: Oficiální rozcestník cestovního ruchu turistického regionu Šumava. *IŠumava* [online]. [cit. 2015-01-07]. Dostupné z: www.isumava.cz

ŠUMAVA originální produkt. *Asociace regionálních značek* [online]. © 2010-2014 [cit. 2015-01-19]. Dostupné z: <http://www.regionalni-znacky.cz/sumava/>

ŠumavaInfo.cz. *KLUB PŘÁTEL ŠUMAVY* [online]. © 2015 [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: <http://www.sumavainfo.cz/silvestrovsky-vlak>.

Resort životního prostředí: NP a CHKO Šumava. *Národní park Šumava* [online]. © 2008 - 2015 [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: <http://www.npsumava.cz/cz/1194/sekce/autobusem/>

Resort životního prostředí: NP a CHKO Šumava. *Národní park Šumava* [online]. © 2008 - 2015 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: http://www.npsumava.cz/storage/setr_aktivity1.pdf

Národní Památkový Ústav. *Národní památkový ústav* [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-01-23]. Dostupné z: <http://www.npu.cz/lo/books/zapadocesky-lazensky-trojuhelnik-zapadoceske-lazne-vybrane-k-nominaci-na-zapis-do-seznamu-svetoveho-dedictvi-unesco-1/>

Informační server. *ŠumavaNet.CZ* [online]. 1997 - 2012 [cit. 2014-10-28]. Dostupné z: http://www.sumavanet.cz/mszapad/user/dokumenty/marketingova_strategie_sumavy.pdf

Resort životního prostředí: NP a CHKO Šumava. *Národní park Šumava* [online]. © 2008 - 2015 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: http://www.npsumava.cz/storage/setr_aktivity1.pdf

[online] Cyklisté vítáni. Podmínky pro udělení značky cyklisté vítáni. Dostupný z WWW: <http://www.cyklistevitani.cz/cyklistevitani/cykliste-vitani-podminky.php3> [cit. 2014-11-29]

[online] iDnes.cz. Na Šumavu jezdí o tisíce návštěvníků méně, obce je chtějí lákat na kulturu. Dostupný z WWW: http://budejovice.idnes.cz/na-sumavu-jezdi-o-tisice-turistumene-prilakat-je-mohou-nove-napady-1f8-/budejovicezpravy.aspx?c=A120308_103125_budejovice-zpravy_sor [cit. 2014-12-13]

[online] o.p.s. partnerství. Monitoring cyklistů a pěších. Dostupný z WWW: <http://www.partnerstvi-ops.cz/monitoring-navstevnosti-stezek> [cit. 2014-11-25]

[online] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA J. Udržitelnost cestovního ruchu a ochrany přírody a krajiny v ČR. Dostupný z WWW: <http://www.casopis.ochranaprirody.cz/clanky/udrzitelnost-cestovniho-ruchu.html> [cit. 2014-11-23]

[online] RRAŠ. Manuál pro průvodce Šumavou 2012. Dostupný z WWW: http://rras.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=246:manual-proprvodce-umavou-2012&catid=75:poskytovani-informaci-navstevnikum&Itemid=108 [cit. 2014-12-04]

[online] UNEP, UNWTO. Making tourism more sustainable. A guide for policy makers. Dostupný z WWW: <http://www.unep.fr/scp/publications/details.asp?id=DTI/0592/PA> [cit. 2015-01-07]

[online] Správa národního parku a chráněné krajinné oblasti Šumava. Ochrana území. Dostupný z WWW: <http://www.npsumava.cz/cz/1016/sekce/ochrana-uzemi/> [cit. 2014-10-18]

[online] Das Österreichische Umweltzeichen. Ausgezeichnet Reisen. Dostupný z
WWW: <http://www.umweltzeichen.at/cms/home/tourismus/content.html> [cit. 2014-10-05]

[online] Integra Consulting Services s.r.o. Strategie udržitelného turismu v regionu NP
Šumava. Dostupný z
WWW: http://www.npsumava.cz/gallery/10/3059strategie_udrzitelneho_turismu_final_cz.pdf [cit. 2014-11-03]

SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

TABULKA 1: ODHAD VÝDAJŮ ZAHRANIČNÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ – 1. POLOLETÍ 2014	15
TABULKA 2: STUPNICE OBTÍŽNOSTI ŘEK.....	35
TABULKA 3: PŘEHLED PŘÍHRANIČNÍCH NĚMECKÝCH A RAKOUSKÝCH SKIAREÁLŮ	38
TABULKA 4: PŘEHLED ZAJÍMAVÝCH VYBRANÝCH TRADIČNÍCH AKCÍ V TR ŠUMAVA	40
TABULKA 5: SWOT ANALÝZA REGIONU ŠUMAVA.....	67
TABULKA 6: MOŽNÉ INDIKÁTORY K POSOUZENÍ ÚSPĚŠNOSTI.....	75
GRAF 1: HORAŽĎOVICE.....	42
GRAF 2: JAK DLOUHÁ JE DOBA VAŠEHO POBYTU?.....	43
GRAF 3: JAKÉ HROMADNÉ UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ JSTE SI VYBRAL/A?	43
GRAF 4: CO VÁS MOTIVOVALO K NÁVŠTĚVĚ REGIONU ŠUMAVA?.....	44
GRAF 5: SETKAL/A JSTE SE JIŽ SE ZNAČKOU „ŠUMAVA ORIGINÁLNÍ PRODUKT“?	45
GRAF 6: KDYBYSTE SI MOHL/A ZKUSIT NĚKTERÝ TEMATICKÝ PROGRAM, NA CO BY JSTE CHTĚL/A, ABY BYL ORIENTO VANÝ	46
GRAF 7: PO KOLIKÁTÉ JSTE NA ŠUMAVĚ?.....	46
GRAF 8: MYSLÍTE SI, ŽE JSOU TURISTÉ DOSTATEČNĚ OBEZNÁMENI S TÍM, JAKÝ DOPAD MÁ CR NA PŘÍRODNÍ PROSTŘEDÍ?	47
GRAF 9: MYSLÍTE SI, ŽE JE DOSTATEČNĚ KVALITNÍ INFORMOVANOST NAPŘÍKLAD DÍKY TIC, NEBO SPRÁVY NÁRODNÍHO PARKU ŠUMAVA O VLIVU CESTOVNÍHO RUCHU NA PŘÍRODNÍ PROSTŘEDÍ?	47
GRAF 10: JAKÝ MAJÍ POHLED MÍSTNÍ OBYVATELÉ NA TURISMUS VE MĚSTĚ A NA TOK NÁVŠTĚVNÍKŮ V NPŠ?	48
GRAF 11: MYSLÍTE SI, ŽE CR NAPOMÁHÁ K PODPOROVÁNÍ MÍSTNÍCH TRADIC V NPŠ A VE MĚSTECH?	48
GRAF 12: POSKYTUJE VÁM SPRÁVA NP DOSTATEČNĚ INFORMACE O AKTUALITÁCH A ZÁMĚRECH PARKU?.....	49
GRAF 13: PODÍLÍTE SE NA SPOLUPRÁCI I S OSTATNÍMI SUBJEKTY VE MĚSTECH A OKOLÍ?	49

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A - Dotazník	I
Příloha B – Grafy vycházející z dotazníku	IV

Příloha A – Dotazník

Úvod

1. Otázka – Jste turista, nebo místní obyvatel?

Dotazník typ A – určený pro turisty

2. Otázka – Z jakého kraje pocházíte?

A) Jihočeský kraj B) Ústecký kraj C) Středočeský kraj a Praha
D) Plzeňský kraj E) Jihomoravský kraj F) Karlovarský kraj

3. Otázka – Jak dlouhá je doba vašeho pobytu na Šumavě?

A) Jednodenní bez přenocování B) 1-3 noclehů
C) 4-6 noclehů D) 7 a více noclehů

4. Otázka – Jaké hromadné ubytovací zařízení jste si vybral/a?

A) Hotel B) Penzion
C) U známých D) Žádné

5. Otázka – Co vás motivovalo k návštěvě turistického regionu Šumava?

A) Historické památky B) Příroda a NP C) Pěší turistika
D) Cykloturistika E) Návštěva příbuzných F) Gastronomie
G) Dovolená/Odpočinek

6. Otázka – Setkal/a jste se již s pojmem udržitelný cestovní ruch?

A) Ano B) Ne C) Nemám představu

7. Otázka – Vybaví se vám nějaký ekologický problém týkající se regionu Šumava?

A) Ano B) Nevím C) Nemohu si vzpomenout

8. Otázka – Jakým dojmem na vás působí místní obyvatelé, jež vám poskytují služby?

- A) Ochetní/Přátelský B) Slušní C) Drzí/Hrubí

9. Otázka – Setkal/a jste se již na Šumavě se značkou „Šumava originální produkt“?

- A) Ano B) Ne C) Nejsem si vědom

10. Otázka – Kdybyste si mohl/a zkusit některý tematický program na Šumavě, na co by, jste chtěl/a, aby byl orientovaný?

- A) Agroturismus B) Malé pivovary C) Plavení dřeva D) Šumavská řemesla
E) Sklářství F) Rozhledny G) Příroda

11. Otázka – Po kolikáté jste na Šumavě?

- A) Poprvé B) Podruhé C) Potřetí a více

Dotazník typ B – určený pro místní obyvatele a obyvatele z blízkého okolí

2. Otázka – Myslíte si, že jsou turisté dostatečně obeznámeni s tím, jaký dopad má cestovní ruch na přírodní prostředí?

- A) Ano B) Ne

3. Otázka – Myslíte si, že je dostatečně kvalitní informovanost například díky TIC, nebo správy národního parku Šumava o vlivu cestovního ruchu na přírodní prostředí?

- A) Ano B) Ne

4. Otázka - Jaký mají pohled místní obyvatelé na turismus ve městě a na tok návštěvníků v národním parku Šumava?

- A) Negativní B) Částečně pozitivní C) Negativní

5. Otázka - Myslíte si, že cestovní ruch napomáhá k podporování místních tradic v národním parku a ve městech?

- A) Nemyslím si B) Nevím C) Rozhodně ano

6. Otázka - Poskytuje Vám správa Národního parku dostatečné a pravidelné informace o aktualitách a záměrech parku?

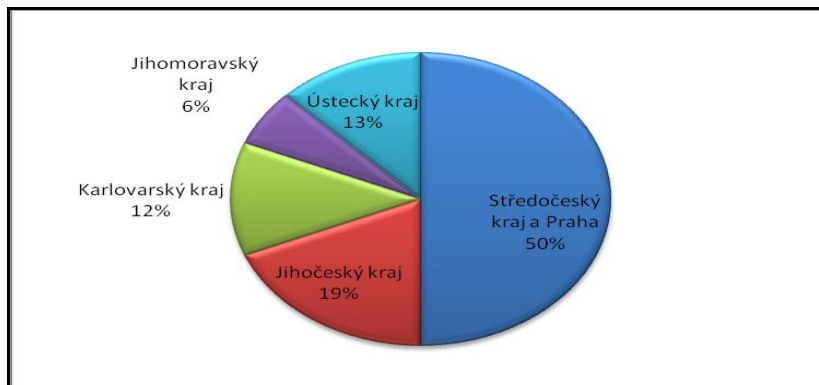
A) Ano B) Ne

7. Otázka - Podílíte se na spolupráci i s ostatními subjekty (myšleno ubytovací a stravovací zařízení) ve městech a okolí NP?

A) Ano B) Ne

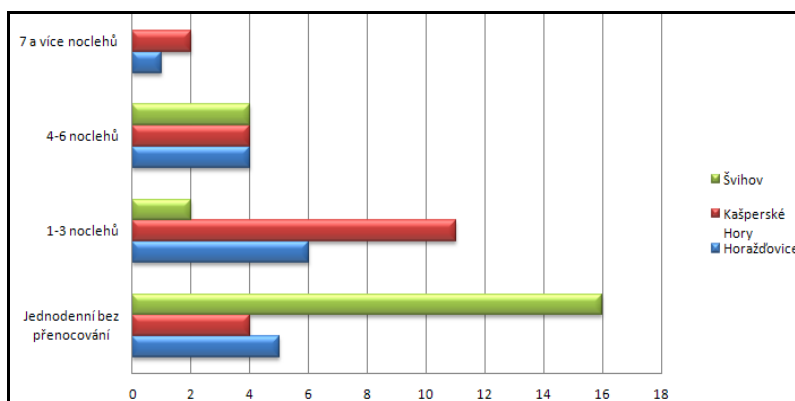
Příloha B – Grafy vycházející z dotazníku

Graf č. 1 – Horažďovice



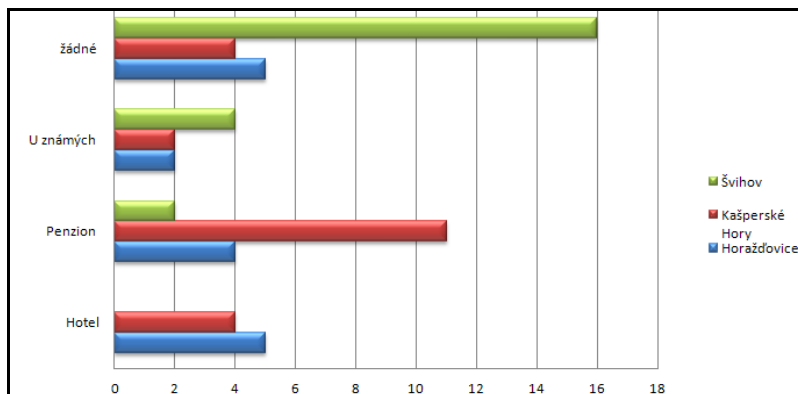
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 2



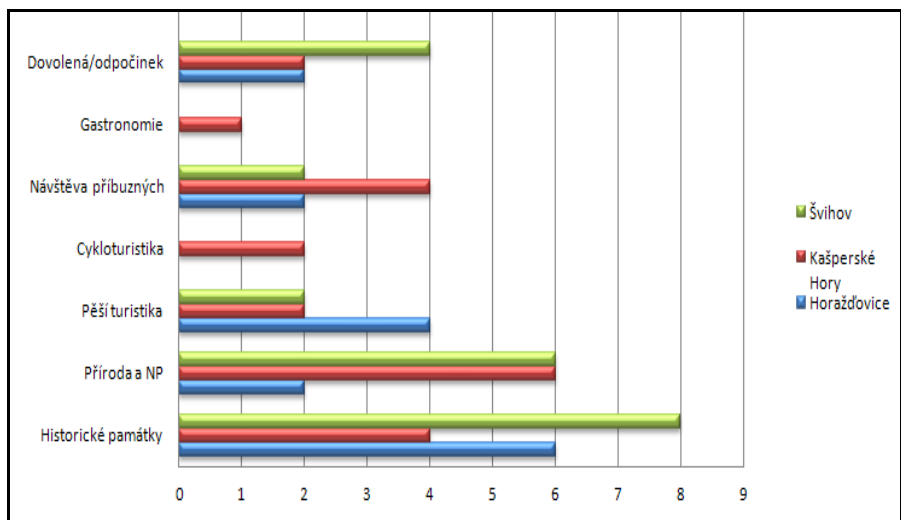
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 3



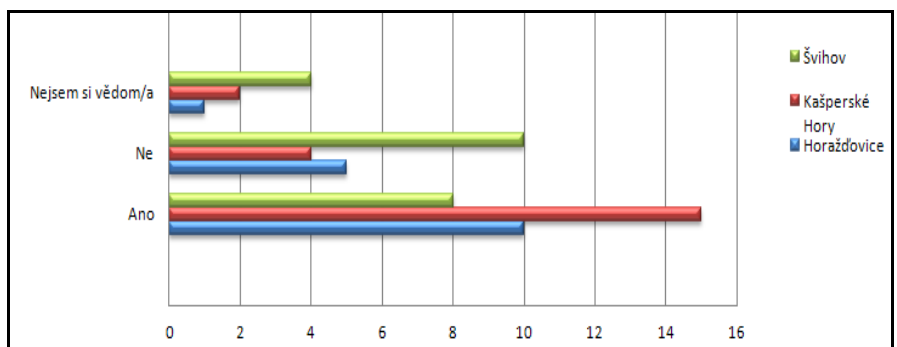
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 4



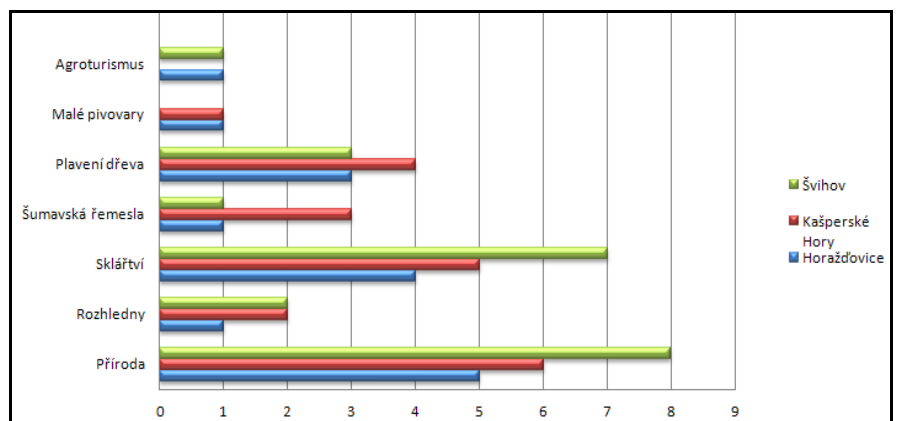
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 5



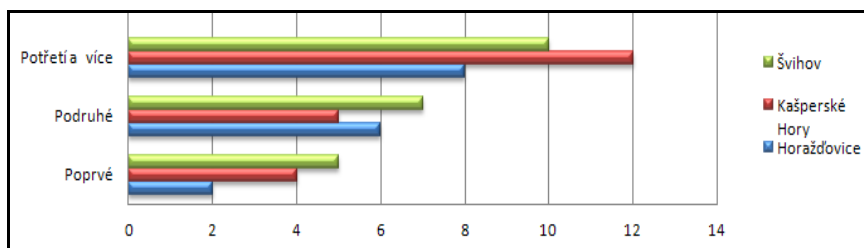
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 6



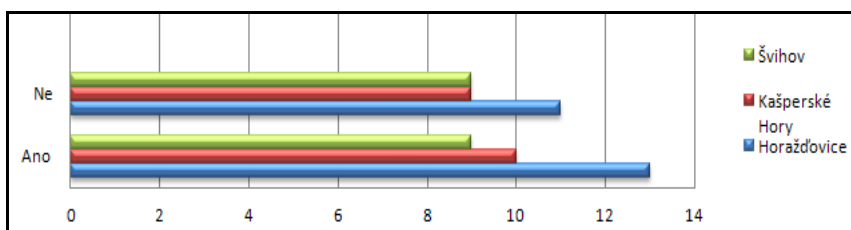
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 7



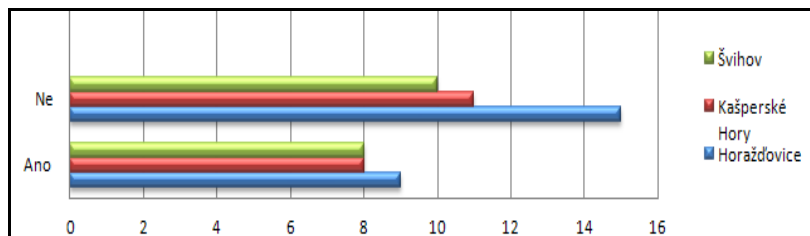
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 8



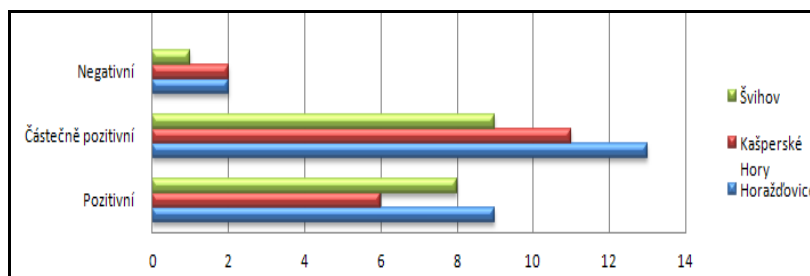
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 9



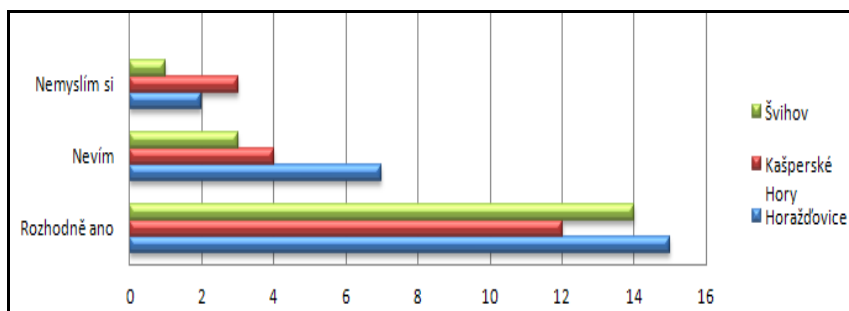
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 10



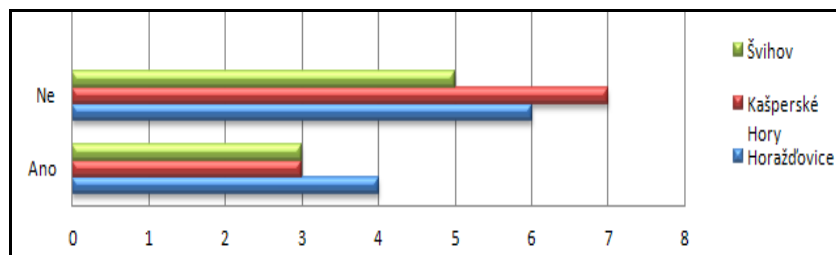
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 11



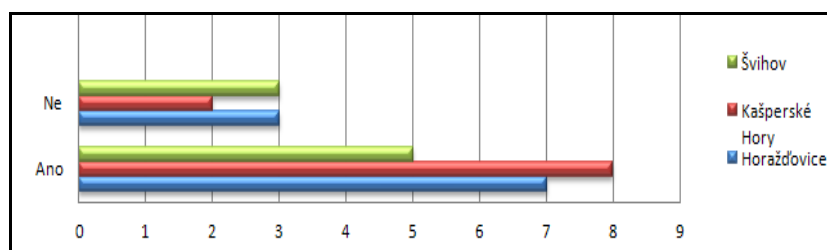
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 12



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 13



Zdroj: Vlastní zpracování

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Eva Turoňová

Obor: Management cestovního ruchu

Forma studia: Prezenční

Název práce: Cestovní ruch a rekreace ve vybraném regionu Šumava

Rok: 2015

Počet stran textu bez příloh: 77

Celkový počet stran příloh: 7

Počet titulů českých použitých zdrojů: 19

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 3

Počet internetových zdrojů: 27

Počet ostatních zdrojů: 0

Vedoucí práce: Ing. Iveta Hamarneh Ph.D.