

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra jazyků



Diplomová práce

**Cestovní ruch v Plzeňském kraji z hlediska jazykové
vybavenosti**

Bc. Michaela Gregorová

© 2023 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Michaela Gregorová

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Cestovní ruch v Plzeňském kraji z hlediska jazykové vybavenosti

Název anglicky

Tourism in the Pilsen region in terms of language skills

Cíle práce

Cílem diplomové práce je zhodnotit cestovní ruch v Plzeňském kraji obecně a zároveň zjistit stav jazykové vybavenosti personálu cestovních kanceláří i turistů v Plzeňském kraji, zejména v okrese Klatovy.

Metodika

Diplomová práce bude rozdělena na část teoretickou a analytickou.

V teoretické části bude charakterizován cestovní ruch jako takový – jeho formy, druhy, služby cestovního ruchu a v neposlední řadě trendy. Dále bude zhodnocen cestovní ruch a jeho přínosy pro kraj a vliv na sociálně ekonomický rozvoj kraje a bude zmapována jazyková vybavenost personálu cestovních kanceláří a turistů.

V analytické části bude proveden výzkum v Plzeňském kraji – okrese Klatovy, zejména pomocí dotazníkového šetření, které se zaměří na jazykovou vybavenost obyvatel a turistů. Na základě SWOT analýzy budou zhodnoceny pozitivní a negativní faktory rozvoje okresu Klatovy a bude navrženo doporučení pro zlepšení stávající sociálně ekonomické situace okresu.

Doporučený rozsah práce

60-80 stran

Klíčová slova

Cestovní ruch, cizí jazyky, jazyková vybavenost, okres Klatovy, Plzeňský kraj, regionální rozvoj

Doporučené zdroje informací

BLAŽEK, J. – UHLÍŘ, D. – UNIVERZITA KARLOVA. *Teorie regionálního rozvoje : nástin, kritika, implikace*. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1974-3.

FORET, M. – FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0207-.

JEŘÁBEK, M. – DOKOUPIL, J. – HAVLÍČEK, T. *České pohraničí – bariéra nebo prostor zprostředkování?*. Praha: Academia, 2004. ISBN 80-200-1051-3.

JEŘÁBEK, M. *Reflexe regionálního rozvoje pohraničí České republiky*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2001. ISBN 80-85950-85-5.

KIRÁLOVÁ, A. – STRAKA, I. *Vliv globalizace na marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2013. ISBN 978-80-86929-99-6.

KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

MÍŠKOVÁ, Z. *Angličtina v cestovním ruchu = English in the tourism industry*. Praha: Ekopress, 2010. ISBN 978-80-86929-55-2.

MORRISON, A M. – SLÁMOVÁ, D. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85605-90-2.

PALATKOVÁ, M. – ZICHOVÁ, J. *Ekonomika turismu : turismus České republiky*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

TOUŠEK, V. – KUNC, J. – VYSTOUPIL, J. *Ekonomická a sociální geografie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2008. ISBN 978-80-7380-114-4.

1906

Předběžný termín obhajoby

2022/23 LS – PEF

Vedoucí práce

PhDr. Alena Drebitková Malá, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra jazyků

Elektronicky schváleno dne 4. 6. 2022

PhDr. Mgr. Lenka Kučírková, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 27. 10. 2022

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 31. 03. 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Cestovní ruch v Plzeňském kraji z hlediska jazykové vybavenosti" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucí diplomové práce, PhDr. Aleny Drebitkové Malé, PhD. a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31.3.2023

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala PhDr. Aleně Drebitkové Malé, Ph.D. za trpělivost, cenné rady a ochotu pomoci, kdykoliv bylo potřeba. Dále bych chtěla poděkovat všem, kdo se podíleli na vyplňování dotazníků pro praktickou část a také rodině a přátelům za podporu.

Cestovní ruch v Plzeňském kraji z hlediska jazykové vybavenosti

Abstrakt

V této práci se autorka nejprve zaměřuje v rámci teoretické části na vymezení hlavních pojmů, jako jsou cestovní ruch – jeho formy, druhy, služby a trendy, region, jazyk a jazyková vybavenost. Zároveň se teoretická východiska zabývají i marketingem cestovního ruchu, cestovními kancelářemi a SWOT analýzou.

Předmětem praktické části diplomové práce je charakteristika území, na kterém výzkum probíhal a následná interpretace dat, která z provedeného šetření vyplývají. Autorka provedla dotazníkové šetření mezi zaměstnanci cestovních kanceláří, které zkoumalo jejich jazykovou vybavenost a schopnost podávat přesné informace turistům v cizím jazyce. Souběžně s ním probíhalo i druhé dotazníkové šetření, které se zaměřilo na jazykovou vybavenost turistů a zda jejich návštěva v okrese Klatovy byla z hlediska jazykových schopností personálu bezproblémová, zda měli k dispozici veškeré potřebné informace v jejich jazyce a zda by návštěvu okresu doporučili dále. Na závěr je provedena SWOT analýza okresu Klatovy na základě které jsou navržena vhodná doporučení pro zlepšení stávající socioekonomické situace okresu.

Klíčová slova: Cestovní kancelář, cestovní ruch, cizí jazyky, jazyková vybavenost, jazyková úroveň, okres Klatovy, Plzeňský kraj, region, regionální rozvoj, turismus

Tourism in the Pilsen region in terms of language skills

Abstract

In this thesis, the author first focuses on the definition of the main concepts such as tourism - its forms, types, services and trends, region, language and language skills. At the same time, the theoretical background also deals with tourism marketing and travel agencies.

The subject of the practical part of the thesis is the characterization of the territory in which the research was conducted and the subsequent interpretation of the data resulting from the investigation. The author carried out a questionnaire survey among travel agency employees to investigate their language skills and ability to provide accurate information to tourists in a foreign language. In parallel, a second questionnaire survey was conducted which focused on the language skills of tourists and whether their visit to the Klatovy district was smooth in terms of the language skills of the staff, whether they had all the necessary information in their language and whether they would recommend a visit to the district further. Finally, a SWOT analysis of the Klatovy district is carried out on the basis of which appropriate recommendations for improving the current socio-economic situation of the district are proposed.

Keywords: Travel agency, tourism, foreign languages, language skills, language level, Klatovy district, Pilsen region, region, regional development, tourism

Obsah

1 Úvod.....	11
2 Cíl práce a metodika	12
2.1 Cíl práce	12
2.2 Metodika	12
3 Teoretická východiska	13
3.1 Cestovní ruch	13
3.2 Cestovní ruch jako systém	14
3.2.1 Subjekt cestovního ruchu.....	14
3.2.2 Objekt cestovního ruchu	16
3.3 Formy cestovního ruchu.....	16
3.4 Druhy cestovního ruchu	18
3.5 Služby cestovního ruchu	19
3.5.1 Základní služby.....	20
3.5.2 Doplnkové služby	23
3.6 Trendy cestovního ruchu.....	24
3.7 Definice regionu a přínosy cestovního ruchu pro region.....	31
3.7.1 Definice regionu	31
3.7.2 Přínosy cestovního ruchu pro region	32
3.8 Marketing cestovního ruchu.....	33
3.9 Cestovní kanceláře	37
3.10 Jazyková vybavenost.....	38
3.10.1 Definice cizího jazyka	38
3.10.2 Jazyková politika Evropské unie	38
3.10.3 Společný evropský referenční rámec pro jazyky (SERR)	39
3.11 SWOT analýza	41
4 Vlastní práce	42
4.1 Charakteristika Plzeňského kraje a okresu Klatovy.....	42
4.1.1 Plzeňský kraj.....	42
4.1.2 Cestovní ruch v Plzeňském kraji	44
4.1.3 Okres Klatovy	47
4.1.3.1 Socioekonomická analýza okresu Klatovy.....	48
4.1.3.2 Cestovní ruch v okrese Klatovy	49
4.1.3.3 Doprava v okrese Klatovy	55
4.2 Česko – bavorské příhraničí.....	57

4.2.1	Současná podoba česko-bavorské spolupráce	57
4.2.2	Ekonomická spolupráce	58
4.2.3	Vzdělání	59
4.3	Metody shromažďování dat a charakteristika zkoumaného vzorku.....	61
4.4	Dotazníkové šetření	62
4.4.1	Dotazníkové šetření mezi zaměstnanci cestovních kanceláří	62
4.4.2	Dotazníkové šetření mezi turisty, kteří navštívili okres Klatovy	75
4.5	Shrnutí dotazníkových šetření	87
4.5.1	Dotazníkové šetření mezi personálem cestovních kanceláří.....	87
4.5.2	Dotazníkové šetření mezi turisty, kteří navštívili okres Klatovy	87
4.6	SWOT analýza okresu Klatovy	89
4.6.1	Silné stránky.....	90
4.6.2	Slabé stránky	90
4.6.3	Příležitosti	90
4.6.4	Hrozby.....	91
4.6.5	Návrhy na zlepšení.....	91
5	Výsledky a diskuze	93
6	Závěr.....	96
7	Seznam použitých zdrojů.....	97
7.1	Seznam obrázků	102
7.2	Seznam tabulek.....	102
7.3	Seznam grafů.....	102
7.4	Seznam použitých zkratk.....	103
Přílohy	104

1 Úvod

Na rozsáhlém souboru činností známých jako cestovní ruch se podílí celá řada organizací. Jeho význam roste a stává se jedním z nejvýznamnějších prvků národního i světového hospodářství a nezbytnou součástí současné společnosti. Využití cestovního ruchu může být pro města a regiony zdrojem příjmů a potenciálem pro vytváření pracovních míst. Cestovní ruch je často spojován s potenciálem pro posílení a oživení měst a obcí, napomáhá tedy rozvoji lokalit a zvyšuje životní úroveň, ale žádný z těchto efektů se neobjeví bez nabídky určité úrovně infrastruktury a služeb.

Význam jazyka a jazykových schopností je dnes stále populárnější. Znalost cizích jazyků je vyžadována na globální i individuální úrovni. Pokud chce člověk uspět na dnešním mezinárodním trhu, musí se ujistit, že má potřebné jazykové schopnosti a znalosti.

Diplomová práce se zabývá cestovním ruchem v Plzeňském kraji, zejména v okrese Klatovy, z hlediska jazykové vybavenosti personálu cestovních kanceláří a cizinců, kteří okres navštívili. Okres Klatovy byl vybrán z toho důvodu, že zde autorka práce žije a tato oblast je jí tedy blízká. Vybraný okres patří mezi příhraniční regiony České republiky, proto se práce také zabývá Česko-bavorským příhraničím.

Práce se člení na dvě části, první se zabývá teoretickými východisky, které tvoří základ pro část praktickou a druhá se zabývá samotným zkoumáním jazykové vybavenosti personálu cestovních kanceláří ve městech Sušice a Klatovy a zároveň jazykovou vybaveností turistů ze zahraničí, kteří okres Klatovy navštívili. Výsledky obou dotazníkových šetření jsou následně okomentovány a shrnuty. Na základě provedeného zkoumání a analýzy okresu Klatovy je provedena SWOT analýza, která se zaměřuje na silné a slabé stránky, příležitosti a rizika okresu. Z té je vyvozeno celkové shrnutí a návrh na vhodná doporučení pro zlepšení socioekonomické situace regionu z hlediska cestovního ruchu.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je zhodnotit cestovní ruch v Plzeňském kraji obecně a zároveň zjistit stav jazykové vybavenosti personálu cestovních kanceláří i turistů ze zahraničí v Plzeňském kraji, zejména v okrese Klatovy.

2.2 Metodika

Diplomová práce je rozdělena na část teoretickou a analytickou.

V teoretické části je charakterizován cestovní ruch jako takový, jeho formy, druhy, služby cestovního ruchu a v neposlední řadě trendy a marketing. Dále jsou vysvětleny pojmy jako cestovní kanceláře a jazyková vybavenost. Poslední částí teoretických východisek je seznámení se SWOT analýzou.

V analytické části je nejprve charakterizováno území, na kterém probíhal samotný výzkum, konkrétně Plzeňský kraj, zejména pak okres Klatovy. Následně jsou v práci prezentována dvě dotazníková šetření – první se zaměřením na jazykovou vybavenost personálu cestovních kanceláří ve městech Sušice a Klatovy a druhé se zaměřením na jazykovou vybavenost turistů ze zahraničí, kteří okres Klatovy navštívili. V návaznosti na dotazníková šetření a samotnou analýzu okresu Klatovy je sestavena SWOT analýza, kde jsou zhodnoceny pozitivní a negativní faktory rozvoje okresu Klatovy a zároveň je navrženo doporučení pro zlepšení stávající socioekonomické situace okresu.

3 Teoretická východiska

3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch se stal nedílnou součástí života v moderní společnosti. Lidé cestují převážně za účelem relaxace, poznání nových míst, kultur a lidí, za účelem seberealizace či změny prostředí. Důvodů může být ovšem celá řada, každého jedince zajímá něco jiného.

Někdo bere cestovní ruch, neboli turismus, jako součást životního stylu, jiný jako svůj koníček nebo zálibu. Protože je cestovní ruch čím dál více populární, stává se z něj významný ekonomický faktor. Je proto potřeba zajistit širokou škálu ekonomických aktivit – doprava do zvolené destinace nebo na zvolené místo, podmínky pro ubytování nebo využití volného času. Cestovní ruch se tedy stává podstatnou oblastí pro podnikání.

„Vedle ekonomie, geografie, ekologie, sociologie a psychologie má cestovní ruch vztah i k celé řadě dalších disciplín, jako např. ke klimatologii, hydrologii, epidemiologii, demografii, ale také k řadě úsekových ekonomik, zejména k ekonomice dopravy, obchodu, kultury, stavebnictví, ale i k oboru financí, práva a dalších.“¹

Je tedy zřejmé, že je potřeba chápat cestovní ruch jako široký pojem z hlediska jeho společenských souvislostí.

Světová organizace cestovního ruchu WTO (World Tourism Organization) v roce 1991 jasněji vymezila základní pojmy s tímto tématem spojené. WTO pořádala Mezinárodní konferenci, jejímž výsledkem bylo provedení unifikace základních pojmů, tedy jejich přesná klasifikace a vymezení. Konference měla za cíl sjednocení terminologie, sběru dat a jeho zpracování.²

WTO popisuje cestovní ruch jako činnost osob cestujících mimo své trvalé bydliště, přičemž doba trvání je kratší než jeden rok a není za účelem výdělečné činnosti.³

¹ INDROVÁ, J., V. MALÁ, L. MLEJNKOVÁ, J. NETKOVÁ a Z. PETRŮ. *Cestovní ruch (základy)*. 2nd ed. Praha: Czechia: Oeconomica, 2009.

² FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2001. Manažer. ISBN 80-247-0207-X.

³ HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012. ISBN 978-80-210-5847-7.

Cestovní ruch se považuje v posledním desetiletí za celosvětový fenomén. Důvodem je to, že cestovní ruch je součástí tzv. průmyslu volného času. Aspekty cestovního ruchu, ať už ekologické, politické, sociální či ekonomické, mají podstatný dopad na proměny v moderním světě. Velký přínos má cestovní ruch pro obce a regiony, díky čemuž se mohou obce revitalizovat a dále zvelebovat.⁴

3.2 Cestovní ruch jako systém

3.2.1 Subjekt cestovního ruchu

Subjektem cestovního ruchu je jeho účastník. Z ekonomického pohledu je účastníkem ten, kdo uspokojuje své potřeby právě cestováním a pobytem mimo své trvalé bydliště. Touto činností spotřebovává statky cestovního ruchu. Jako subjekty cestovního ruchu, kteří ho poptávají a zároveň se započítávají do jeho statistik, patří například:

Stálí obyvatelé – za stálého obyvatele, neboli rezidenta, je považována osoba, která žije v dané zemi alespoň jeden rok. Z pohledu domácího cestovního ruchu se pak jedná o osobu, která žije v daném místě alespoň po dobu šesti měsíců.

Návštěvníci – návštěvníkem je označována osoba, která v rámci domácího cestovního ruchu cestuje po zemi, ve které má také své trvalé bydliště, po dobu kratší než šest měsíců. Z pohledu zahraničního cestovního ruchu je za návštěvníka považována osoba, která cestuje do jiné země na dobu maximálně jednoho roku.

Turisté – turista je osoba, která splňuje podmínky návštěvníka. Alespoň jednou během své účasti na cestovním ruchu přenocuje v navštívené destinaci. Typy turistů rozlišujeme podle délky jejich pobytu:

- turista na dovolené – pobývá na daném místě déle, než je určený počet nocí nebo dní,

⁴ FORET, Miroslav. *Cestovní ruch v regionálním rozvoji: Tourism in regional development*. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2014. ISBN 978-80-7509-051-5.

- krátkodobě pobývajícím turistu – zde je potřeba splnit podmínku minimálně jednoho přenocování v dané destinaci, ale zároveň jeho pobyt nesmí překročit určený počet dní či nocí.

Výletníci – za výletníka je označován pouze jednodenní návštěvník. Cestuje tedy na dobu kratší než 24 hodin a v dané destinaci nepřenocuje.

Mezi subjekty, které nezapočítáváme do statistik pak řadíme imigranty, utečence, studenty cestující za prací nebo pracovníky pohraničních států.⁵

Podle jiných autorů představuje cestovní ruch vzájemně propojené prvky, které dohromady vytvářejí určitý celek. Obecně základní prvky cestovního ruchu jsou subsystemy:

- nabídky a poptávky,
- realizační.

Další pojem, který se v cestovním ruchu může vyskytovat je **cestující**. „Každá osoba cestující z jednoho místa do druhého. Pro statistiky cestovního ruchu je důležité rozdělení cestujících na návštěvníky (synonymum účastníka), kteří jsou sledováni v rámci cestovního ruchu, a na ostatní cestující, kteří cestují za zaměstnáním, do školy apod. a nejsou považováni za účastníky cestovního ruchu. Je však nutné uvědomit si, že v některých statistikách (např. při sledování přechodu hranic) se mohou objevit i ostatní cestující a může být obtížné odlišit je od návštěvníků.“⁶

⁵ HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.

⁶ ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ, 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha. ISBN 978-80-7201-880-2.

3.2.2 Objekt cestovního ruchu

Objektem cestovního ruchu označujeme vše, co se může stát cílem změny místa pohybu účastníka cestovního ruchu. Je tvořen cílovou destinací společně s podniky a institucemi cestovního ruchu.⁷

Objekty cestovního ruchu vytvářejí nabídku, tu dělíme na nabídku primární a sekundární:

- **Primární nabídka** – jedná se o vhodný přírodní a kulturně-historický potenciál cílové destinace. Ten pomáhá naplnit důvody k účasti na cestovním ruchu a je rozmístěn nerovnoměrně v prostoru. Důležitými aspekty primární nabídky jsou kvalita a kvantita, kdy se destinace stává zajímavou a navštěvovanou.
- **Sekundární nabídka** – do sekundární nabídky řadíme infrastrukturu, tedy instituce, podniky a zařízení cestovního ruchu, které poskytují návštěvníkovi přechodné ubytování společně se stravou a čerpáním doplňkových služeb. Tyto služby mohou být například sportovního, rekreačního nebo kulturního charakteru.⁸

3.3 Formy cestovního ruchu

Rozlišujeme několik forem cestovního ruchu. Cestovní ruch rozdělujeme z hlediska motivace účasti na něm na:

- rekreační,
- kulturní,
- lázeňský,
- zdravotní,

⁷ HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.

⁸ BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.

- sportovní,
- dobrodružný,
- kongresový,
- náboženský.

Rekreační cestovní ruch v dnešní době poměrně vzrůstá. Může to být způsobeno zhoršujícím se životním prostředím ve větších městech. Účastníci rekreačního cestovního ruchu pobývají převážně v přírodě, kde se snaží obnovit své fyzické i psychické síly.

Kulturního cestovního ruchu se účastní mnohdy osoby, které zajímá poznání kulturního dědictví, kultury obecně a způsob života obyvatel zvolené destinace. Kulturní cestovní ruch může ale reprezentovat zábavu či rozptýlení. Účastníci tohoto typu cestovního ruchu uspokojují své potřeby návštěvou muzeí, galerií, divadel, hudebních festivalů či kulturních pamětihodností.

Lázeňský cestovní ruch je využíván z hlediska prevence nebo léčebné činnosti. Ty probíhají pod odborným zdravotnickým dohledem a za pomoci přírodních léčivých zdrojů.

Zdravotní cestovní ruch je spojen převážně se snahou preventivně ovlivňovat své zdraví. Prevence může pomoci před zhoršením zdravotního stavu v důsledku vysokého životního tempa nebo současného způsobu nezdravého života. Do popředí se s tímto tématem dostávají tzv. wellness pobyty, tedy péče o tělo a krásu.

Sportovní cestovní ruch probíhá ve vhodném přírodním prostředí. Je zde vykonávána určitá fyzická aktivita, u které je předpokladem dobrá fyzická kondice, nebo je možné účastnit se jen jako divák, pak se jedná o pasivní sportovní cestovní ruch. Do tohoto druhu řadíme například turistiku (horskou, pěší nebo cykloturistiku), lyžování či míčové hry.

Dobrodružný cestovní ruch představuje aktivity spojené s dobrodružstvím a vzrušením, které pomůže jednotlivci odpojit se od všedního života. Příkladem aktivit spojených s dobrodružným cestovním ruchem může být cestování do odlehlých míst světa či adrenalinové sporty (bungee jumping nebo kaňoning).

Kongresový cestovní ruch zahrnuje pořádání kongresů, seminářů, konferencí či různých výstav a veletrhů. Koncentruje do velkých měst účastníky kongresových akcí a je jedním z nejeftivnějších druhů cestovního ruchu, vzhledem k vyšším příjmům jeho účastníků.

Náboženský cestovní ruch, také nazývaný jako poutní, je spojován s tradicemi světových náboženství. Nejčastěji má podobu poutí na poutní místa.⁹

3.4 Druhy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu berou v úvahu způsob jeho realizace. Dělí ho tedy následovně:

- z hlediska území, na kterém probíhá,
- podle délky pobytu,
- podle vlivu na platební bilanci státu,
- podle způsobu zabezpečení cesty a pobytu,
- podle příslušnosti účastníků ke skupině,
- podle způsobu financování,
- podle dopadu na životní prostředí.

Z hlediska území, na kterém probíhá dělíme cestovní ruch na domácí a zahraniční. Jednotlivé země pak mohou rozlišovat výjezdový, příjezdový a tranzitní cestovní ruch. Výjezdový cestovní ruch představuje výjezd obyvatel země za její hranice. Naopak příjezdový cestovní ruch definuje navštívení dané země zahraničními turisty. Tranzitní cestovní ruch představuje průjezd turistů, kteří míří do jiné země.

Podle délky pobytu dělíme cestovní ruch na krátkodobý a dlouhodobý. Krátkodobý cestovní ruch se uvádí maximálně do tří přenocování v dané destinaci, oproti tomu dlouhodobý cestovní ruch je na dobu maximálně šesti měsíců v případě domácího cestovního ruchu a na dobu delší než jeden rok v případě zahraničního cestovního ruchu.

Podle vlivu na platební bilanci státu je možné sledovat aktivní cestovní ruch, během kterého spotřebovávají zahraniční návštěvníci služby a produkty, jedná se tedy o určitou formu exportu. Opakem je pasivní cestovní ruch, který je podobný dovozu.

⁹ HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.

Podle způsobu zabezpečení cesty a pobytu lze hovořit o zájezdu objednaném u cestovní kanceláře se všemi službami. V tomto případě hovoříme o organizovaném cestovním ruchu. Druhým případem je, že si účastník cestovního ruchu zabezpečí veškeré služby sám, jedná se o neorganizovaný cestovní ruch.

Podle příslušnosti účastníků ke skupině rozlišujeme cestovní ruch individuální a skupinový. Individuální cestovní ruch provozuje účastník zcela sám nebo s rodinou. Skupinový cestovní ruch je provozován ve skupině přátel nebo známých.

Podle způsobu financování hovoříme o cestovním ruchu komerčním a sociálním. V případě komerčního druhu si účastník hradí veškeré výdaje z vlastních zdrojů. Pokud dojde k hrazení některé části výdajů nějakou organizací, pak hovoříme o sociálním cestovním ruchu, jehož účastník musí splňovat určité podmínky – např. být zaměstnancem konkrétní organizace.

Podle dopadu na životní prostředí je možné dělit cestovní ruch na měkký a tvrdý. Měkký cestovní ruch se snaží využívat co nejvíce místní zdroje a díky tomu co nejméně narušovat přirozené prostředí destinace. Naopak tvrdý cestovní ruch mění původní životní prostředí.

Další možné členění cestovního ruchu je podle věku účastníků, z hlediska použitého dopravního prostředku, podle ročního období, způsobu ubytování či převažujícího místa pobytu.¹⁰

3.5 Služby cestovního ruchu

Služby jsou nedílnou součástí cestovního ruchu, protože se z velké části podílejí na tvorbě produktu, který má za úkol uspokojovat potřeby účastníků cestovního ruchu. Služby mohou mít podobu ekonomických statků a mají převážně nehmotný charakter.¹¹

¹⁰ DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. Třetí, upravené vydání. Praha: Fortuna, 2019. ISBN 978-80-7373-151-9.

¹¹ ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.

3.5.1 Základní služby

Služby, které řadíme mezi základní služby cestovního ruchu zabezpečují zejména přesun jeho účastníků a služby spojené s pobytem v cílové destinaci. Patří sem:

- **Ubytovací služby** – řadíme je mezi základní podmínky pro rozvoj cestovního ruchu, jedná se o přechodné ubytování pro turisty mimo jejich trvalé bydliště. Rozvoj ubytovacích služeb se úzce pojí s politickou, hospodářskou a sociální situací ve společnosti. Změny v těchto oblastech ovlivňují pohyb obyvatelstva mimo místo jejich trvalého bydliště a dávají tak prostor pro vznik nových druhů ubytovacích zařízení.

Ubytovacích zařízení existuje hned několik druhů a každý z nich je podmíněn charakteristikami, které musí splňovat:

- **Hotel** – jedná se o ubytovací zařízení, které má nejméně deset pokojů a nabízí možnost stravování.
- **Depandance** – samostatná budova, která je součástí hotelu nebo penzionu ve vzdálenosti menší než 300m. Slouží výhradně k ubytování, bez doprovodných služeb.
- **Motel** – podmínkou motelu je též 10 pokojů, jako je tomu u hotelu. Umožňuje parkování v bezprostřední blízkosti zařízení, proto často slouží k přechodnému přespání hlavně motoristů.
- **Botel** – představuje ubytování v trvale zakotvené lodi.
- **Penzion** – menší ubytovací zařízení o minimálně pěti pokojích. Nabízí útulné a klidné prostředí, často s omezenější nabídkou služeb. Samotné ubytovací služby jsou ale srovnatelné se službami v hotelu.
- **Kemp** – slouží k přechodnému ubytování, buď ve vlastním zařízení turistů (obytný přívěs, stan), nebo v objektech, které jsou součástí kempu.
- **Chatová osada** – jedná se o ubytování výhradně v ubytovacích objektech provozovatele.

- **Turistická ubytovna** – v ubytovacích místnostech je vyšší počet lůžek a je využívána pro jednoduché přechodné ubytování.¹²
- **Stravovací služby** – tyto služby jsou nedílnou součástí cestovního ruchu, jedná se o uspokojení potřeby výživy.

Popularitu gastronomického cestovního ruchu roste. Zájem turistů o autentické gastronomické zážitky během cestování je čím dál tím vyšší. *„Jídlo, pití, stravovací zvyky a rituály místních obyvatel jsou součástí jejich kultury, zvyků, životního stylu. Díky jídlu je možné se během cestování seznámit s místní historií, kulturou, tradicemi. Kulinářský cestovní ruch je pokládán za součást kulturního cestovního ruchu, protože gastronomie i způsob stravování jsou projevem kultury. Zážitky spojené s jídlem a pitím mohou být trvalejší než zážitky spojené s návštěvou hradů, zámků a jiných historických či uměleckých pamětihodností.“*¹³

- **Dopravní služby** – dopravní služby jsou neoddělitelnou součástí cestovního ruchu, protože doprava je jeho základem. Dopravní služby zajišťují přepravu turistů a jejich zavazadel, ale zároveň poskytují informace o dopravních spojích, včetně rezervace míst v dopravních prostředcích nebo reklamace jízdenek.¹⁴

Účastníci cestovního ruchu mají ale různé požadavky na dopravní služby. Jedny z nejčastějších požadavků jsou například bezpečnost a pohodlí, rychlost, dostatečná frekvence spojů a hlavně cena odpovídající kvalitě služeb.¹⁵

Z pohledu využití různých druhů přeprav je nejčastěji využívána letecká doprava na střední a dlouhé vzdálenosti. Na vzdálenosti krátké a vnitrostátní

¹² INDROVÁ, J., V. MALÁ, L. MLEJNKOVÁ, J. NETKOVÁ a Z. PETRŮ. *Cestovní ruch (základy)*. 2nd ed. Praha: Czechia: Oeconomica, 2009.

¹³ KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

¹⁴ DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. Třetí, upravené vydání. Praha: Fortuna, 2019. ISBN 978-80-7373-151-9.

¹⁵ INDROVÁ, J., V. MALÁ, L. MLEJNKOVÁ, J. NETKOVÁ a Z. PETRŮ. *Cestovní ruch (základy)*. 2nd ed. Praha: Czechia: Oeconomica, 2009.

přepravu je nejvyužívanější přeprava automobilem, ale v rámci regionu je spíše využíván autobus. Železniční přeprava není tak atraktivní, jako tomu bývalo dříve, nicméně vzhledem k rozvoji rychlovlaků a vysokorychlostních koridorů by opět mohla zvýšit zájem účastníků cestovního ruchu. Autobusová doprava je využívána hlavně k přepravě v rámci obcí a kvantitativně představuje malé procento celkových přepravních výkonů.¹⁶

- **Letecká doprava** – tento druh dopravy je řazen mezi nejrychlejší. Nejčastěji je využívána na delší vzdálenosti, vzhledem k její rychlosti, pohodlí a kultuře cestování. Zároveň je letecká doprava řazena mezi jednu z nejbezpečnějších. Za nevýhodu letecké dopravy je považována vzdálenost letiště od center měst. Cestující musejí často použít další druh dopravy, aby se dostali do jejich cílové destinace. Dalšími nevýhodami mohou být nedostupnost některých míst letecké dopravě nebo doba, kterou stráví cestující cestou na a z letiště nebo samotným čekáním na letadlo. Letecká doprava představuje vysoké provozní náklady, které se mohou odrazit na ceně letenek.¹⁷

- **Silniční doprava** – výhodou silniční dopravy je schopnost přepravit účastníky cestovního ruchu do míst, kam se jiným druhem dopravy nedostanou.¹⁸

Nevýhodou silniční dopravy je poměrně malá kapacita dopravních prostředků.

Silniční dopravu dělíme na hromadnou, individuální a taxi. Hromadná doprava zahrnuje autobusy nebo hotel busy. Doprava individuální

¹⁶ GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2.

¹⁷ DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. Třetí, upravené vydání. Praha: Fortuna, 2019. ISBN 978-80-7373-151-9.

¹⁸ INDROVÁ, J., V. MALÁ, L. MLEJNKOVÁ, J. NETKOVÁ a Z. PETRŮ. *Cestovní ruch (základy)*. 2nd ed. Praha: Czechia: Oeconomica, 2009.

představuje dopravu osobním automobilem, karavanem nebo motorkou.¹⁹

- **Železniční doprava** – jedná se o nejstarší druh dopravy vůbec. Mezi přednosti železniční dopravy patří schopnost přepravit veliké množství lidí s dostatečným pohodlím, bezpečností a rychlostí.²⁰
- **Vodní doprava** – vodní dopravu dělíme na námořní a vnitrozemskou. Tento druh dopravy je populární spíše v přímořských státech, kde je zároveň rozvinutější než u nás. Její nevýhodou je tedy omezená dostupnost v oblastech cestovního ruchu. Mezi její výhody se asi primárně řadí šetrnost k životnímu prostředí.²¹

3.5.2 Doplnkové služby

Doplnkové služby jsou spojeny s využitím potenciálu daného místa, ve kterém se účastník cestovního ruchu nachází. Dělíme je na:

- obchodní služby,
- sportovně-rekreační,
- společensko-kulturní,
- lázeňsko-léčebné,
- směnářské,
- komunální,
- zprostředkovatelské,
- horská služba.²²

¹⁹ DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. Třetí, upravené vydání. Praha: Fortuna, 2019. ISBN 978-80-7373-151-9.

²⁰ INDROVÁ, J., V. MALÁ, L. MLEJNKOVÁ, J. NETKOVÁ a Z. PETRŮ. *Cestovní ruch (základy)*. 2nd ed. Praha: Czechia: Oeconomica, 2009.

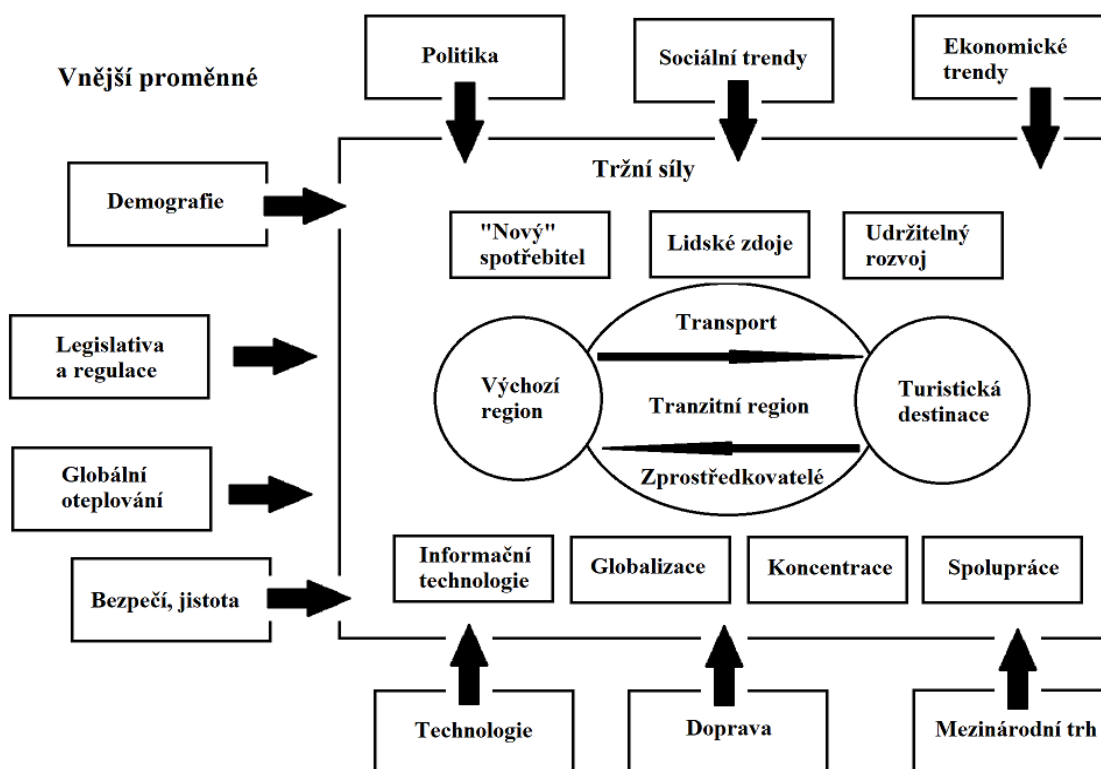
²¹ INDROVÁ, J., V. MALÁ, L. MLEJNKOVÁ, J. NETKOVÁ a Z. PETRŮ. *Cestovní ruch (základy)*. 2nd ed. Praha: Czechia: Oeconomica, 2009.

²² HLADKÁ, Jitka. *Technika cestovního ruchu* [online]. Praha: Grada, 1997, ISBN 80-7169-476-2.

3.6 Trendy cestovního ruchu

Mění se nabídka a poptávka, způsobují některé zásadní změny na trhu cestovního ruchu. Časem se mění naše motivace, potřeby i požadavky a vedou nás k novým směrům. Změny v cestovním ruchu také ale způsobují vnější faktory jako například moderní technologie, ekonomický růst země, demografie obyvatelstva apod. Všem těmto změnám by se měl trh přizpůsobit, máli fungovat. Existuje velká řada faktorů ovlivňující budoucí podobu trhu cestovního ruchu, některé z nich ale trh sám ovlivnit nemůže.²³

Obrázek 1 - Síly působící na systém cestovního ruchu



Zdroj: Palatková, 2014, vlastní zpracování

²³ COOPER, Chris, John FLETCHER, Alan FYALL, David GILBERT a Stephen WANHILL. *Tourism: Principles and Practice*. 4. vyd. Harlow: Prentice-Hall, 2008, xxix, ISBN 978-0-273-71126-1.

Na obrázku č. 1 vidíme základní druhy faktorů, které ovlivňují cestovní ruch dnešní doby. První skupinou jsou vnější proměnné, tzv. externí faktory, druhou skupinou jsou vnitřní faktory, tzv. tržní síly, spojené s trhem cestovního ruchu.

Mezi vnitřní faktory patří například „noví spotřebitelé“, ti jsou na trhu cestovního ruchu charakterizováni jako zkušení a znalí zákazníci, vyžadující určitou kvalitu produktu. Dále jsou to pak lidské zdroje, od kterých se vyžaduje vyšší profesionalita, velké množství znalostí, jazykové a technické dovednosti apod. Z hlediska životního prostředí je systém cestovního ruchu nucen k dodržování principů udržitelného rozvoje. Vnitřní faktory také zahrnují rozvoj informačních technologií, globalizaci, koncentraci a spolupráci mezi zprostředkovateli produktu cestovního ruchu.

Vnější síly zobrazují šest hlavních skupin faktorů – demografické, sociální, technologické, ekonomické, ekologické a politické.²⁴

Demografické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch

Tabulka 1 - Demografické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch

Demografické faktory	Přínosy a důsledky pro cestovní ruch
Zvyšující se věk společnosti	Zvyšující se poptávka po cestovním ruchu zaměřeném na zdraví jedince a relaxačních aktivitách
Trend zakládat domácnost v pozdějším věku	Zájem o kulturní cestovní ruch
Menší počet domácností	Rostoucí poptávka po kvalitě, pohodlí a bezpečnosti
Nižší počet dětí v rodině	Rostoucí poptávka po jednoduchém způsobu dopravy

²⁴ PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus. 2.*, aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 251 s. ISBN 978-80- 247-4862-7.

Vyšší počet lidí, kteří žijí samotní	Vyšší počet kratších dovolených a zájem o zážitkové produkty
Vyšší počet bezdětných párů	Zájem o neorganizovaný cestovní ruch zaměřený na jedince
Vyšší počet pracujících žen	Vyšší podíl žen v sektoru cestovního ruchu
Rostoucí menšiny	Rozvoj etnického cestovního ruchu

Zdroj: Palatková, 2014, vlastní zpracování

V tabulce č. 1 můžeme vidět rozepsané demografické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch. Například zvyšující se věk společnosti vede ke zvyšující se poptávce po cestovním ruchu, který se zaměřuje na zdraví jedince a relaxační aktivity. Naopak například vyšší počet bezdětných párů zvyšuje zájem o neorganizovaný cestovní ruch, který se zaměřuje spíše na jedince.

Sociální a kulturní faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch

Tabulka 2 - Sociální a kulturní faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch

Sociální a kulturní faktory	Přínosy a důsledky pro cestovní ruch
Pozdější odchod do důchodu	Nižší seniorský cestovní ruch v důsledku pozdějšího odchodu do důchodu
Vyšší podíl volného času	Vyšší poptávka po produktech, které zahrnují zážitky a nemateriální hodnoty - wellness, umění, kultura, historie
Vyšší příjmy	Rostoucí poptávka po luxusních destinacích
Zkracující se pracovní doba	Tvorba produktů šitých na míru pro jednotlivé spotřebitele

Zdroj: Palatková, 2014, vlastní zpracování

Tabulka č. 2 popisuje sociální a kulturní faktory a jejich vliv na cestovní ruch. Vzhledem k tomu, že odchod do důchodu je v mnohem pozdějším věku, než tomu bylo například před 20 lety, snižuje se tak i seniorský cestovní ruch. Oproti tomu je v dnešní době trendem zkracující se pracovní doba a tedy i vyšší podíl volného času, zvyšuje se tak poptávka pro produktech, které zahrnují zážitky a nemateriální hodnoty a také po produktech šitých na míru pro jednotlivé spotřebitele.

Technologické a technické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch

Tabulka 3 - Technologické a technické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch

Technologické a technické faktory	Přínosy a důsledky pro cestovní ruch
Automatizace, počítače	Unifikace nabídky produktů cestovního ruchu na internetu
Rozvoj telekomunikace	Zvýšení dostupnosti turistických informací
Rozvoj dopravy a infrastruktury	Nižší význam autobusové dopravy
Růst významu nízkonákladových leteckých dopravců	Lepší dostupnost přímých spojení (vlakových, leteckých atp.) -> zvýšená poptávka po prodloužených víkendech a krátkodobých pobytech
Využívání moderních technologií v běžném životě	Rostoucí využívání chytrých telefonů na cestách - turistické aplikace, navigace atp.
Nové technologie identifikace cestujících	Ušetření peněz a času turistů

Zdroj: Palatková, 2014, vlastní zpracování

Tabulka č. 3 znázorňuje technologické a technické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch. Za zmínku určitě stojí rozvoj dopravy a infrastruktury a tím pádem nižší zájem o autobusovou dopravu. Zároveň také moderní technologie přispívají k rozvoji cestovního ruchu, například chytré telefony nabízejí různé turistické aplikace či navigace.

Nové technologie také pomáhají k lepší identifikaci cestujících, čímž ušetří peníze i čas turistů.

Ekonomické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch

Tabulka 4 - Ekonomické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch

Ekonomické faktory	Přínosy a důsledky pro cestovní ruch
Neustálý růst ekonomiky	Nárůst poptávky po rozvojových zemích díky zlepšení jejich ekonomické situace
Finanční krize v několika zemích	Potřeba „brandingu“, aby byly odlišeny důvěryhodné cestovní kanceláře
Ekonomická globalizace, rozvoj mezinárodního trhu	Větší citlivost na kvalitu a tlak na cenu

Zdroj: Palatková, 2014, vlastní zpracování

Ekonomické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch jsou popsány v tabulce č. 4. Neustálý růst ekonomiky v jednotlivých zemích přispívá i k nárůstu poptávky po rozvojových zemích díky zlepšení jejich ekonomické situace. Rozvoj mezinárodního trhu zároveň tlačí na kvalitu a cenu poskytovaných služeb.

Ekologické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch

Tabulka 5 - Ekologické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch

Ekologické faktory	Přínosy a důsledky pro cestovní ruch
Ubývající přírodní zdroje	Zvyšující se náklady na udržitelnost přírodních lokalit - pláže, jezera, lyžařské oblasti
Větší vnímání ekologie	Zvyšování cen dopravy a ubytování v důsledku zvyšujících se emisních poplatků
Zájem vlády o životní prostředí	Nová legislativa pro podporu udržitelného rozvoje
Rozvoj ekologických hnutí	Zvýšený zájem o destinace s „panenskou přírodou“
Mezinárodní spolupráce pro ochranu přírodního a kulturního bohatství	Vyšší poptávka po ekoturistice

Zdroj: Palatková, 2014, vlastní zpracování

V tabulce č. 5 jsou popsány ekologické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch. Ekologie je v dnešní době velice probíraným tématem. Proto je důležité řešit cestovní ruch i z tohoto pohledu. Větší vnímání ekologie vede k hledání šetrnějších prostředků dopravy vzhledem k přírodě, ale zároveň vede i ke zvyšování cen dopravy a ubytování v důsledku zvyšujících se emisních poplatků. Téma ekologie se ale promítá i do politiky, to vede ke vzniku nových legislativ pro podporu udržitelného rozvoje. Dostáváme se ale i k rozvoji ekologických hnutí a zvýšenému zájmu o destinace s „panenskou přírodou“.

Politické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch

Tabulka 6 - Politické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch

Politické faktory	Přínosy a důsledky pro cestovní ruch
Evropská integrace	Evropská integrace a odstraňování bariér cestování díky schengenskému prostoru
Odstraňování bariér v cestování	Zvyšující se nároky na bezpečnost a zdraví při hraničních kontrolách - terorismus, nemoci atp.
Společná evropská měna ve většině států	Zjednodušení cestovních formalit - zkrácené lhůty pro vydání víz, e-pasy, zrychlení odbavení atp.
Volnost migrace	Zvyšující se počet turistů, kteří žádají o víza
Nestabilní politická situace v některých zemích	Snížený zájem o destinace s nestabilní politickou situací

Zdroj: Palatková, 2014, vlastní zpracování

Tabulka č. 6 znázorňuje politické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch. Schengenský prostor vede k evropské integraci a odstraňování bariér. Zároveň se zvyšují nároky na bezpečnost a zdraví při hraničních kontrolách. Moderní doba nabízí i větší volnost migrace, zvyšuje se tak počet turistů, kteří žádají o víza. Naopak zde stále jsou země, ve kterých je politická situace nestabilní, proto je o cestovní ruch v těchto zemích nižší zájem.

3.7 Definice regionu a přínosy cestovního ruchu pro region

3.7.1 Definice regionu

Legislativně lze obecně definovat region jako územní celek, který je vymezený územními obvody krajů a obcí a jeho rozvoj může být podporován. V této podobě lze region chápat z pohledu správně-ekonomického.²⁵

Další faktory definují prostorové vymezení regionu z pohledu geografického nebo demografického. Obecně můžeme říci, že je region vymezen za nějakým účelem a za stanovených kritérií podloženými získanými daty. Zhruba do poloviny 20. století byl region chápán zejména jako územní jednotka, která má ekonomicko-sociální charakter. Širší pohled na region je z historického hlediska velmi mladý – významným milníkem bylo až období 90. let 20. století, kdy se do popředí začala dostávat prozápadní politika. Ta byla více otevřená a pro postkomunistické smýšlení se stala bohatým zdrojem informací a také možností. „*V tomto období se s rostoucím významem posunuje vědecký zájem od hledání kritérií pro klasifikace a typologizaci regionů k procesům institucionalizace a politického řízení*“²⁶

Vymezení pojmu **region** se podle jednotlivých autorů liší.

Region je jakýkoliv územní celek, který je podle určitých kritérií vyčleněn z širšího území. Pomocí těchto kritérií je vymezován pro konkrétní účel. Současně poukazuje na interakci regionů, vyznačující se vnitřními a vnějšími hospodářskými vztahy.²⁷

Region je také popsán jako relativně samostatný celek v prostoru, součást vyššího celku (například státu), který je vymezen sociálně ekonomicky, geograficky, určitou mírou samosprávy a mírou sounáležitosti obyvatelstva. Jedná se tedy o entitu, která má své vnitřní vazby a specifika a zároveň i samostatný vývoj, o kterém z části rozhoduje. Vnitřní a vnější

²⁵ Zákon č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje; § 2 (online). [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/urad/legislative-v-priprave/platne-pravni-predpisy-\(1\)/oblast-regionalni-politiky](https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/urad/legislative-v-priprave/platne-pravni-predpisy-(1)/oblast-regionalni-politiky)

²⁶ JEŽEK, Jiří. *Regionální rozvoj*. 2. Plzeň: Kolektiv Autorů, 2014.

²⁷ MATOUŠKOVÁ, Zdena. *Regionální a municipální ekonomika*. Vyd. 1. V Praze: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2000. ISBN 8024500612.

vazby způsobují to, že vývoj této entity není přímočarý – střídají se příznivé etapy s méně příznivými.²⁸

Další formulace obecné definice charakterizuje region jako účelově vymezené území a jeho hranice jsou dány významnými funkčními vazbami (hlavně v případě městského regionu), nebo společnými charakteristikami přírodními, klimatickými či jazykovými.²⁹

3.7.2 Přínosy cestovního ruchu pro region

Přínosů cestovního ruchu do regionu může být celá řada, jako například ochrana životního prostředí a přírody, sociálně-kulturní přínosy, zlepšování ekonomiky dané oblasti či zvelebování regionu.

Ochrana životního prostředí

K financování ochrany přírody mohou být použity poplatky, které jsou vybírány při různých aktivitách a příležitostech. Mezi tyto poplatky řadíme poplatky ze vstupů, lázeňské poplatky, rekreační poplatky nebo poplatky za rybářské lístky.³⁰

Sociálně-kulturní oblast

Do oblasti sociálně-kulturní můžeme zařadit ochranu tradic a zvyků, vznik nových pracovních míst, ale také podněcování hrdosti občanů na jejich region.³¹

²⁸ PONIČELSKÝ, Petr. *Organizace regionálního rozvoje*. Praha: Vysoká škola regionálního rozvoje, 2011. ISBN 978-80-87174-10-4.

²⁹ ŠILHÁNKOVÁ, V. *Regionální rozvoj I. díl - Regionalistika a plánování regionálního rozvoje*. Praha: Vysoká škola regionálního rozvoje Praha, 2015.

³⁰ MMR [online]. Ministerstvo pro místní rozvoj, 2019, [cit. 2023-03-22]. Dostupné z : <http://www.mmr.cz/index.php?show=001027009000>

³¹ VYSTOUPIL, J. – HOLEŠINSKÁ, A. – ŠAUER, M. 2007. *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu. Vymezování destinace a formulace jejích charakteristik a organizace cestovního ruchu v destinaci*. Praha: Thema Consulting, s. r. o.

Ekonomická oblast

Na ekonomickou oblast působí cestovní ruch převážně pozitivně a to na saldo platební bilance, zaměstnanost, příjmy a lokální ekonomiky.

- **saldo platební bilance** - platební bilance zobrazuje platební styky subjektů cestovního ruchu, které se uskutečňují se zahraničím. Cestovní ruch funguje v platební bilanci jako neviditelný import a export. Pozitivní vliv má však na platební bilanci pouze aktivní cestovní ruch, ten generuje devizové příjmy.
- **zaměstnanost** – díky cestovnímu ruchu je k dispozici velké množství pracovních příležitostí bez velkých investic. Multiplikátor zaměstnanosti je v cestovním ruchu nadprůměrný, ale také vázaný na dané území.
- **příjmy** – příjmový multiplikátor funguje stejně, jako multiplikátor zaměstnanosti. Indikuje, o kolik vyšší jsou příjmy než výdaje cestovního ruchu. Primární příjmy z cestovního ruchu jsou vydávány ve prospěch daného regionu a plynou většinou do zemědělství, obchodu a živností.
- **lokální ekonomiky** – přínosy cestovního ruchu v lokální ekonomice lze spatřovat ve výdajích účastníků na cestovní ruch, které jsou přenesené z místa trvalého bydliště do cílové destinace. Tyto výdaje jsou viditelné v oblasti daňových příjmů, podnikatelské činnosti, vytváření investičních příležitostí nebo zlepšování úrovně infrastruktury.³²

3.8 Marketing cestovního ruchu

Marketing se zabývá především propagací a zviditelněním daného regionu. Jedná se o souhrn nabídek v rámci cestovního ruchu pro návštěvníky.³³

Cestovní ruch je řazen k nejdůležitějším světovým průmyslům a představuje výraznou součást ekonomiky služeb. Přímo marketing cestovního ruchu vychází z lidských

³² MALÁ, Vlasta. *Základy cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 2002. ISBN 80-245-0439-1.

³³ ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.

potřeb a tužeb. Jedná se o předvídání a uspokojování účastníků cestovního ruchu v dané destinaci.³⁴

Rozlišujeme několik primárních potřeb dle cestovního ruchu:

- potřeba odpočinku,
- změna prostředí,
- potřeba regenerace,
- potřeba společné komunikace,
- nevšední zážitky,
- poznání a kulturní využití,
- sportovní potřeby,
- potřeby vzdělávání,
- změna životního stylu,
- navázání nových kontaktů.³⁵

V cestovním ruchu mají marketingové produkty nehmotný charakter a kvalita služeb je zároveň z pohledu účastníka cestovního ruchu těžce definovatelná. Marketing pracuje na principu marketingového mixu, který popisuje marketing jako proces plánování, během něhož dochází k realizaci koncepce cenové politiky, distribuce a podpory. Marketingová strategie je koncepční činnost podniku v dlouhodobém výhledu a jejím smyslem je rozdělení zdrojů tak, aby došlo k naplnění zejména základních cílů.³⁶

Marketingový mix se ve své klasické podobě skládá z několika faktorů, tzv. 4P:

- product – produkt,
- price – cena,
- place – místo,
- promotion – marketingová komunikace, propagace.³⁷

³⁴ CzechTourism [online]. [cit. 2023-03-22]. 2019 Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/>

³⁵ JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

³⁶ HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.

³⁷ JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

Produkt představuje v cestovním ruchu službu, nebo i komplex služeb, zjednodušeně však zájezd. Jeho zvláštností je to, že není možné vyzkoušet ho předem a je jednorázově spotřebován. Zájezd by měl být pro účastníka atraktivní a inovativní. Měl by být nadčasový a pozornost by se měla věnovat všem etapám životního cyklu produktu.³⁸

Cena je jedním z faktorů, který může zákazníky ovlivňovat. Měla by být podobná s cenami u konkurence a neměla by být příliš nízká, aby nevzbuzovala obavy z nekvalitních služeb. Cestovní kanceláři by měla pokrýt náklady společně s rizikem neobsazení zájezdu a také vytvořit zisk.³⁹

Místo a s ním související distribuci lze chápat v následujících podobách – může se jednat o atraktivitu daného místa (např. příroda, klimatické podmínky), poloha místa nebo dopravní dostupnost místa. Je důležité brát ale také do úvahy ochranu daného místa, protože na jeho jedinečnosti cestovní ruch závisí.⁴⁰

„Použité distribuční cesty, které jsou voleny tak, aby co nejvíce vyhovovaly zákazníkům a možnostem firmy, ovlivňují další prvky marketingového mixu. V souvislosti s distribucí je nutné uvažovat, jak mohou další prvky mixu (např. značka, jakož i image produktu, cena, marketingová komunikace) ovlivnit samotný výběr distribuční cesty. Náklady na distribuci představují významnou součást prodejní ceny. Na rozdíl od jiných součástí marketingového mixu distribuci nelze měnit operativně. Je to záležitost dlouhodobější, vyžadující perspektivní plánování a rozhodování. Distribuce je nejméně pružným nástrojem marketingového mixu.“⁴¹

³⁸ DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. Třetí, upravené vydání. Praha: Fortuna, 2019. ISBN 978-80-7373-151-9.

³⁹ DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. Třetí, upravené vydání. Praha: Fortuna, 2019. ISBN 978-80-7373-151-9.

⁴⁰ FORET, Miroslav a Jana TURČÍNKOVÁ. *Cestovní ruch*. Vyd. 1. V Brně: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 2005. ISBN 80-7157-838-x.

⁴¹ JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

Propagace patří mezi nejdůležitější nástroje komunikace se zákazníkem. Jejím cílem je oslovit zákazníka a přesvědčit ho k tomu, aby si danou službu zakoupil. Reklama by měla být efektivní a účinná.⁴²

Ke klasickému dělení marketingového mixu lze přidat ještě 7 dalších faktorů:

- people – lidé,
- packaging – balíček služeb,
- programming – tvorba programů,
- partnership – spolupráce,
- processes – procesy,
- physical evidence – fyzické charaktery,
- public opinion – veřejné mínění.

Marketingový mix popsany výše je brán z pohledu producenta hodnot (firmy nebo organizace). V dnešní době je ale potřeba brát v úvahu také pohled zákazníka. Pro tento pohled byl vytvořen marketingový mix 4C, který je tvořen následujícími faktory:

- customer value – hodnota z pohledu zákazníka,
- cost to the customer – náklady zákazníka,
- convenience – pohodlí,
- communication – komunikace.⁴³

Z hlediska cestovního ruchu je marketing velice důležitý, protože dostává do povědomí účastníků určitou destinaci a tím ji tvoří atraktivní. Pokud má region potenciál cestovního ruchu, pak by se zde měly provádět i doprovodné služby, které uspokojí potřeby zákazníka.⁴⁴

⁴² DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. Třetí, upravené vydání. Praha: Fortuna, 2019. ISBN 978-80-7373-151-9.

⁴³ JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

⁴⁴ PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Společensky odpovědný cestovní ruch*. V Praze: Idea servis, 2018. ISBN 978-80-85970-91-3.

3.9 Cestovní kanceláře

Vzhledem k povaze své činnosti jsou cestovní kanceláře důležitou součástí odvětví cestovního ruchu. Jsou organizátoři zájezdů a jejich prostřednictvím se vytvářejí produkty cestovního ruchu. Cestovní kancelář má v distribučním řetězci postavení srovnatelné s velkoobchodem. Nabízejí dnes širokou škálu zájezdů a ubytování do mnoha míst po celém světě v nejrůznějších cenových rozpětích a nabídky zájezdů jsou k dispozici celoročně.

„Hlavním předmětem činnosti cestovních kanceláří je organizování, nabídka a prodej zájezdů konečnému spotřebiteli, se kterým musí vlastním jménem uzavřít smlouvu o obstarání zájezdu.“

Cestovní kanceláře navazují vztahy mezi poskytovateli služeb a turisty, čímž uspokojují obě strany. Zajišťují nákup výrobků a služeb, najímají práci a v konečné fázi tyto činnosti kompletují a prodávají konečnému spotřebiteli. Těží z toho, že nakupují od dodavatelů ve velkém množství, což jim umožňuje poskytovat je spotřebitelům za nižší cenu, než kdyby je nakupovali samostatně. Další výhodou je skutečnost, že cestovní kancelář zajišťuje veškeré potřeby zákazníka, včetně letenek, ubytování, transferů na letiště, stravování a výletů. Zákazníci často dávají přednost využití cestovní kanceláře právě pro tuto výhodu.⁴⁵

Pokud chce cestovní kancelář poskytovat kvalitní služby, musí navazovat nové kontakty, neustále zlepšovat své služby a zkvalitňovat své produkty na základě zpětné vazby spotřebitelů.⁴⁶

⁴⁵ POMPUROVÁ, Kristína. *Řízení provozu cestovních kanceláří*. Praha: Idea servis, 2013. ISBN 978-80-85970-80-7.

⁴⁶ PARMOVÁ, Dagmar, Vladimír DVORÁK a Iveta FRKOVÁ. *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Chance in Nature - Local Action Group, 2013. ISBN 978-80-7394-406-3.

3.10 Jazyková vybavenost

3.10.1 Definice cizího jazyka

Moderní doba vyžaduje dobré jazykové znalosti a dovednosti. Většinou je tato znalost vyžadována ze strany zaměstnavatelů směrem k zaměstnancům, kdy je potřeba znalost alespoň jednoho cizího jazyka. V tomto případě se jedná převážně o angličtinu, ale může to být i němčina, záleží na povaze práce, kultuře podniku a nebo území, kde se podnik nachází – pro příhraniční území by se požadavek na cizí jazyk mohl lišit.

Cizí jazyk je významný z důvodu komunikace příslušníků různých národností, ale také k rozšíření omezených možností jedince. Jazyky získávají nový smysl v souvislosti s evropskými integračními dohodami, stávají se centrálně podporovanou disciplínou vzdělávání v rámci kulturní a národní vzdělávací politiky.⁴⁷

Důležitost jednotlivých jazyků spočívá v tom, jak se používají v komunikaci v mezinárodním měřítku ve sféře vědy, obchodu, diplomacie nebo turismu, či v jiných oborech lidské praxe. Jazyky, které jsou světově nejpoužívanějšími a jsou tedy na nejvyšším stupni důležitosti, označujeme jako světové jazyky nebo také termínem mezinárodní jazyky. Jedná se o jazyky používané v interkulturní komunikaci příslušníků více zemí kromě té, v níž je jazyk jazykem mateřským.⁴⁸

3.10.2 Jazyková politika Evropské unie

Se vstupem České republiky do Evropské unie se začala postupně realizovat jazyková politika s tím spojená. EU označila v rámci svého úsilí o podporu mobility a mezikulturního porozumění studium jazyků za velice důležitou prioritu, a proto v této oblasti také finančně podporuje mnoho programů a projektů. Z hlediska EU je schopnost mluvit vícero jazyky důležitým prvkem evropské konkurenceschopnosti.

Jazyková politika EU má za cíl, aby každý občan ovládal alespoň dva cizí jazyky. K tomu má dopomoci výuka cizího jazyka ve škole již od raného věku. V rámci Evropské

⁴⁷ VLČKOVÁ, Kateřina. *Strategie učení cizímu jazyku: výsledky výzkumu používání strategií a jejich efektivity na gymnáziích*. Brno: Paido, 2007. Pedagogický výzkum v teorii a praxi. ISBN 978-80-7315-155-3.

⁴⁸ PRŮCHA, Jan. *Interkulturní komunikace*. Praha: Grada, 2010. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-3069-1.

unie je aktivní znalost cizího jazyka považována za jednu ze základních dovedností, pokud si chce jedinec rozšířit nabídku možností a příležitostí nejen studijních, ale i pracovních či turistických.⁴⁹

3.10.3 Společný evropský referenční rámec pro jazyky (SERR)

Společný evropský referenční rámec, zkratkou SERR, je dokument vypracovaný po dlouhodobé spolupráci odborníků z různých zemí. Je to nástroj, díky němuž je možno stanovit cíle pro studium cizích jazyků a také hodnotit úroveň komunikačních kompetencí jedince v cizím jazyce.

Jedná se o rozdělení do šesti úrovní – rozdělení pro začátečníky, středně pokročilé a pokročilé:

- uživatel základních jazyků A – A1 (Breakthrough), A2 (Waystage),
- samostatný uživatel B – B1 (Threshold), B2 (Vantage),
- zkušený uživatel C – C1 (Effective Operational Proficiency), C2 (Mastery).⁵⁰

A1 – Breakthrough (začátečník)

Jedinec se znalostí jazyka na úrovni A1 rozumí základním frázím každodenního života a tyto výrazy a fráze umí použít. Zvládne sám sebe představit a klást otázky týkající se osobních informací, např. otázky týkající se bydliště, lidí, které zná a na podobné otázky je schopný odpovídat. Umí se také domluvit jednoduchým způsobem a pokud mluví protistrana pomalu a srozumitelně, pak dokáže jedinec i pomoci.

A2 – Waystage (pokročilý začátečník)

Na úrovni A2 rozumí jedinec větám a používaným výrazům, které se vztahují k tématům jako je rodina, nakupování, zaměstnání apod. Komunikace probíhá prostřednictvím jednoduchých úloh o běžných a známých skutečnostech. Zvládne jednodušším způsobem popsat vlastní rodinu, jeho okolí a věci týkající se základních potřeb.

⁴⁹ EVROPSKÝ PARLAMENT. Jazyková politika [online]. Bruxelles, 2015 [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <https://www.europarl.europa.eu/atyourservice/cs/displayFtu.html>

⁵⁰ Cambridge. *English Language Assessment* [online]. [cit. 2023-03-22]. Cambridge University Press & Assessment 2022, Dostupné z: <https://www.cambridgeenglish.org/cz/exams-and-tests/cefr/>

B1 – Treshold (mírně pokročilý)

Úroveň B1 zastřešuje porozumění výrazům týkajících se běžných témat, se kterými se jedinec setkává ve škole, v práci nebo ve volném čase. Je schopen poradit si s většinou situací, které mohou nastat během cestování, zvládne napsat jednoduchý souvislý text na téma, které zná a nebo ho zajímá. Dokáže popsat své zážitky, události, sny a cíle a umí je stručně vysvětlit.

B2 – Vantage (pokročilý)

Jedinec, který zná jazyk na úrovni B2 dokáže dobře porozumět složitým textům, které se týkají buď konkrétních, nebo abstraktních témat. Je schopný vést rozhovor plynule a spontánně a může vést běžný rozhovor s rodilým mluvčím. Umí napsat podrobné texty na různá témata.

C1 – Effective Operational Proficiency (velmi pokročilý)

Tato úroveň znalosti cizího jazyka patří již k nejpokročilejším. Jedinec rozumí náročným a dlouhým textům, plynule a pohotově zvládne vyjadřování bez zjevného hledání výrazů a zaváhání. Daný jazyk umí užívat efektivně pro akademické, profesní nebo společenské účely. Je schopný tvořit srozumitelné, dobře uspořádané texty na složitá témata.

C2 – Mastery (expert)

Nejpokročilejší úroveň znalosti jazyka představuje porozumění téměř všemu, co si jedinec přečte nebo co slyší. Dokáže shrnout informace z různých zdrojů, ať už mluvených či psaných a umí se plynule, spontánně a přesně vyjádřit ke složitým tématům.⁵¹

⁵¹ Cambridge. *English Language Assessment* [online]. [cit. 2023-03-22]. Cambridge University Press & Assessment 2022, Dostupné z: <https://www.cambridgeenglish.org/cz/exams-and-tests/cefr/>

3.11 SWOT analýza

SWOT analýza patří mezi jednu z nejčastěji používaných metod pro zjištění a vyhodnocení všech stránek obcí, organizací a jiných celků. Její nezbytnost spočívá ve vyhodnocení nejen kladných, ale i negativních stránek.

Jedná se o jednu z nejčastějších a nejznámějších metod, která přináší kvalitní výsledky. Dělíme ji do čtyř skupin – **Strengths** (silné stránky), **Weaknesses** (slabé stránky), **Opportunities** (příležitosti) a **Threats** (hrozby). Předpokladem SWOT analýzy je dosažení co nejlepších výsledků a to za pomoci maximalizace silných stránek a příležitostí a minimalizace slabých stránek a hrozeb.⁵²

Silné a slabé stránky se vztahují k vnitřnímu prostředí. K identifikaci těchto stránek lze využít různé studie, již zpracované analýzy nebo prognózy.

Příležitosti a hrozby vymezují vnější prostředí, konkrétně vlivy z vnějšího prostředí.

Postup při vypracování SWOT analýzy by měl být vždy přizpůsoben konkrétním podmínkám a účelu využití. Všechny faktory se zapisují do tabulky (viz. tabulka č. 7), která je tvořena 4 kvadranty – S, W, O, T.⁵³

Tabulka 7 - SWOT analýza

Silné stránky (+)	Slabé stránky (-)
.....
.....
Příležitosti (+)	Hrozby (-)
.....
.....

Zdroj: Kozel, Mynářová, Svobodová, 2011, Vlastní zpracování

⁵² ŠELEŠOVSKÝ, Jan. *Management regionální a místní správy*. Brno: Masarykova univerzita, 2006, 123 s. ISBN 80-210-4141-2. SWOT analýza

⁵³ KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada Publishing, 2011. 304 s. ISBN 978- 80-247-3527-6

4 Vlastní práce

4.1 Charakteristika Plzeňského kraje a okresu Klatovy

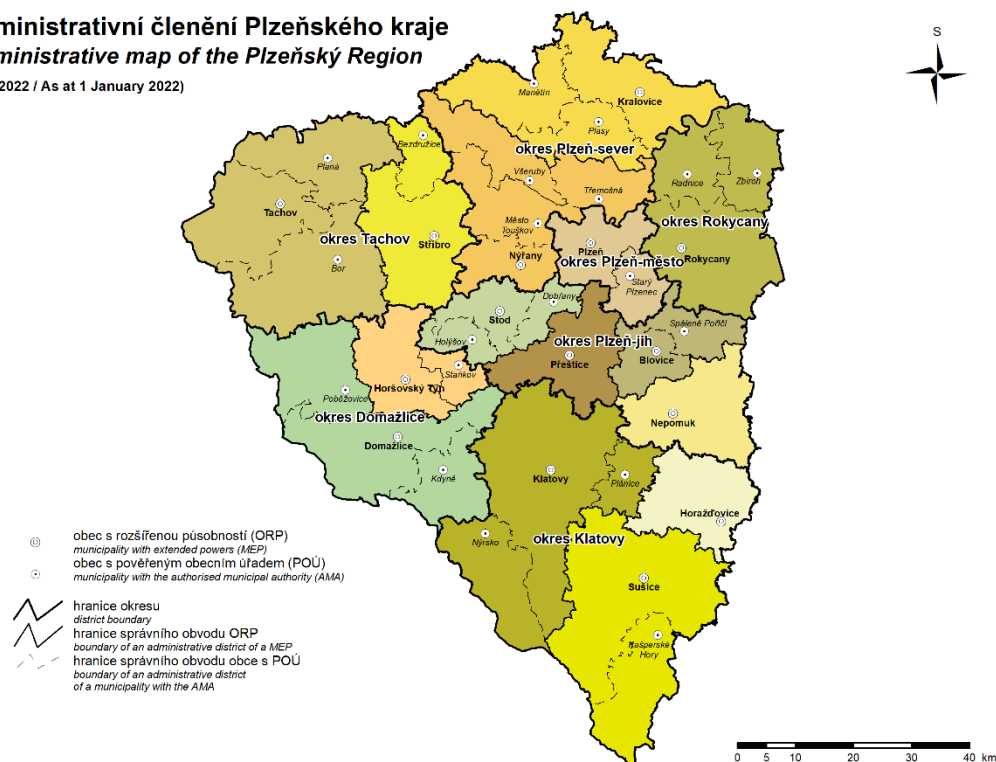
Následující kapitola bude věnována charakteristice vybraného území pro potřeby samotného šetření. Pozornost bude věnována Plzeňskému kraji obecně a také cestovnímu ruchu na jeho území. Následně je charakteristika zaměřena na samotný okres Klatovy – jeho socioekonomickou analýzu a cestovní ruch.

4.1.1 Plzeňský kraj

Obrázek 2 - Mapa Plzeňského kraje

Administrativní členění Plzeňského kraje Administrative map of the Plzeňský Region

(1. 1. 2022 / As at 1 January 2022)



Zdroj: ČSÚ, 2022

Na obrázku č. 2 můžeme vidět mapu Plzeňského kraje a jeho administrativní členění. Plzeňský kraj se nachází na jihozápadě České republiky. Na severozápadě sousedí s Karlovarským krajem, na severu s Ústeckým, na severovýchodě se Středočeským a na východě s Jihočeským. Nejdelší hranici má Plzeňský kraj na jihozápadě se Spolkovou republikou Německo (Bavorskem).

Rozlohou je Plzeňský kraj třetím největším krajem v České republice, zaujímá 7 649 km², oproti tomu počtem obyvatel se řadí na deváté místo s počtem 580 212 obyvatel (k roku 2022). Po Jihočeském kraji je druhým nejřidčeji zalidněným krajem v České republice.

Sídelní struktura kraje je převážně nevyvážená. Na metropolitní Plzeň navazuje drobná venkovská struktura a schází zde města střední velikosti. Typickým rysem území Plzeňského kraje je vysoký počet malých sídel.

Centrem regionu je už od doby svého vzniku již zmíněné město Plzeň. Patří mezi nejvýznamnější města České republiky a je čtvrtým největším městem Česka. Kromě Plzně je zde spousta dalších měst, která splní funkci center, například Klatovy, Domažlice, Tachov nebo Rokycany. Význam mají ale i malá města, jako je Sušice, Stříbro, Přeštice nebo Nepomuk.

Obecně se Plzeňský kraj vyznačuje rozmanitými přírodními podmínkami, díky jeho reliéfu. Dominantním přírodním fenoménem je označováno pásno pohraničních pohoří na jihozápadní části (Šumava a Český les) a Plzeňská kotlina na severovýchodní části kraje. Ostatní území je tvořeno pahorkatinami – Plzeňskou pahorkatinou a část Brdské vrchoviny. Z hlediska vodních toků tvoří největší část povodí Berounky, která protéká historickým Plzeňskem, Kralovickem, Tachovskem, Domažlickem, Rokycanskem a částí Klatovska. K povodí řeky Otavy patří Sušicko a zbytek Klatovska. Na území kraje se nachází také řada maloplošných chráněných území a přírodních parků.

Plzeňský kraj patří mezi průměrně rozvinuté kraje v oblasti ekonomiky, na tvorbě HDP České republiky se podílí zhruba 5,5 %. Co se týče podílu tvorby HDP na obyvatele, Plzeňský kraj zaujímá v porovnání s ostatními kraji páté místo, především díky vysoké ekonomické výkonnosti centra regionu – Plzni. Ta dle odhadů vytváří téměř dvě třetiny celkového HDP kraje.

Mezi nejvýznamnější průmyslová odvětví, která jsou v kraji zastoupena, patří strojírenství, potravinářství, průmysl stavebních hmot a keramiky, výroba a distribuce energií a hutnictví. V rámci České republiky patří kraj k oblastem s dlouhodobě nižší mírou nezaměstnanosti, která se pohybuje okolo 2,75 % (k roku 2022).

Poloha kraje je také významná pro rozvoj cestovního ruchu. Mezi hlavní cílové skupiny účastníků cestovního ruchu patří občané Německa a v rámci domácího cestovního ruchu se pravidelně vracejí obyvatelé větších měst České republiky.

Sousedství Bavorska, které je jedno z nejvyspělejších regionů Evropské unie s podobnými přírodními podmínkami, vzbuzuje potřebu zmírnování přeshraničních socio-ekonomických rozdílů. Města a obce, vytvářející příhraniční území na české a německé straně tvoří dva Euroregiony: Šumava – Bavorský les – Mühlviertel a Egrensis. V rámci přípravy systému regionální politiky v ČR ve spojitosti s plánovaným vstupem do EU bylo v souladu se zákonem o podpoře regionálního rozvoje vytvořeno 8 statistických jednotek území NUTS II. Plzeňský kraj tvoří územní jednotku NUTS II Jihozápad společně s Jihočeským krajem.

Obyvatelé a návštěvníci kraje mohou využít mnoha kulturních zařízení, jako například divadla, kina, galerie, muzea, hrady a nebo zámky. Zároveň je zde spousta příležitostí pro sport, v létě pro turistiku a cykloturistiku, v zimě pak pro sjezdové i běžecké lyžování.⁵⁴

4.1.2 Cestovní ruch v Plzeňském kraji

Podle předběžných údajů strávilo v Plzeňském kraji v první polovině roku 2022 čas 338 039 návštěvníků. Ve srovnání se stejným obdobím loňského roku se počet návštěv zvýšil o 265,2 %. Ve srovnání s rokem 2021 přijelo v prvním pololetí 2022 o 86 209 zahraničních návštěvníků více, tedy 6,5krát více. Domácí klientela se 159 259 návštěvníky se více než ztrojnásobila. Do Plzeňského kraje zavítalo od ledna do června 2022 102 000 zahraničních návštěvníků. Z celkového počtu 102 tisíc zahraničních návštěvníků Plzeňského kraje v první polovině roku 2022 bylo ze sousedního Německa. Do Plzeňského kraje jich přijelo 53 768, přičemž návštěvníci z Německa tvořili více než polovinu všech nerezidentů. Kromě toho na území Plzeňského kraje zavítalo také více návštěvníků ze Slovenska, Polska, Rakouska a Itálie. Nejdále se v Plzni zdrželi zahraniční návštěvníci z Norska, Portugalska, Řecka, několika afrických zemí a Dánska.

Ve druhé polovině roku 2022 přivítala hromadná ubytovací zařízení 215 725 turistů, více než dvě třetiny z nich tvořili domácí cestující (rezidenti). V porovnání se stejným obdobím předchozího roku se počet návštěvníků oblasti zvýšil o 169,5 %, přičemž nárůst

⁵⁴ Plzeňský kraj. *Plzeňský kraj* [online]. Plzeň: Krajský úřad Plzeňského kraje [cit. 2023-02-06]. Dostupné z: <https://www.plzensky-kraj.cz/plzensky-kraj>

zahraničních návštěvníků převýšil nárůst domácích návštěvníků. Většinu zahraničních návštěvníků ve 2. čtvrtletí 2022 tvořili občané Německa. Více než polovina všech zahraničních návštěvníků - 36 504 - přijela v tomto období do Plzeňského kraje. Následující početnější skupiny zahraničních turistů pocházely z Polska (3 066, tj. 4,6 %) a Slovenska (4 505, tj. 6,7 %).⁵⁵

Tabulka 8 - Hosté a přenocování v HUZ v Plzeňském kraji v letech 2012-2022

	Hosté celkem	V tom		Přenocování celkem	Průměrný počet přenocování
		Rezidenti	Nerezidenti		
2012	595 138	390 646	204 492	1 533 748	2,6
2013	558 797	372 129	186 668	1 469 388	2,6
2014	568 746	366 150	202 596	1 464 671	2,6
2015	650 250	415 577	234 673	1 717 331	2,6
2016	660 011	427 474	232 537	1 732 317	2,6
2017	751 555	494 076	257 479	1 850 257	2,5
2018	839 900	533 704	306 196	2 035 115	2,4
2019	871 893	557 617	314 276	2 131 824	2,4
2020	533 620	415 177	118 443	1 498 856	2,8
2021	554 582	443 417	111 165	1 534 671	2,8
2022	839 100	595 030	244 070	2 145 160	2,6

Zdroj: ČSÚ 2023, vlastní zpracování

Tabulka č. 8 znázorňuje celkový počet hostů v Plzeňském kraji a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v letech 2012 – 2022. Z tabulky je patrné, že se v průběhu zkoumaných období atraktivita kraje pro turisty zvyšovala a svého maxima se dočkala v roce 2019, kdy navštívilo kraj 871 893 hostů, z toho 557 617 rezidentů a 314 276 nerezidentů. Oproti tomu byl v roce 2019 průměrný počet přenocování jedním z nejnižších, a to 2,4 noci. V letech 2020 a 2021 je zaznamenáno snížení návštěvnosti kraje, pravděpodobně z důvodu pandemie Covid-19, kdy byl turismus upozaděn. Zvýšil se ale v těchto letech průměrný počet přenocování a to průměrně na 2,8 noci. Z dat z minulého

⁵⁵ Český statistický úřad. Cestovní ruch v Plzeňském kraji v 1. pololetí 2022 [online]. Praha: ČSÚ, 2022 [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/domov>

roku je zřejmé, že restrikce a obavy, které doprovázely pandemii polevily a turisté se opět začali vracet.

Co se týče samotné atraktivity kraje, je Plzeňský kraj lákadlem hlavně pro své památky, přírodní krásy a kulturní akce. Kraj je známý svými historickými městy, jako jsou Plzeň, Klatovy, a nebo Domažlice. Mezi nejvýznamnější turistické atrakce patří město Plzeň, které je známé hlavně pro své pivo Pilsner Urquell a historické centrum s dominantou katedrálou sv. Bartoloměje. Plzeňský Prazdroj je jedním z nejznámějších pivovarů v České republice a nabízí prohlídky svého pivovaru a ochutnávky piva.

Dalším lákadlem kraje jsou jeho přírodní krásy. Kraj se rozkládá v oblasti Šumavy a Českého lesa, kde se nachází krásná příroda, jezera a řeky. Turisté si zde mohou užít cyklistiku, pěší turistiku, rybaření a další outdoorové aktivity.

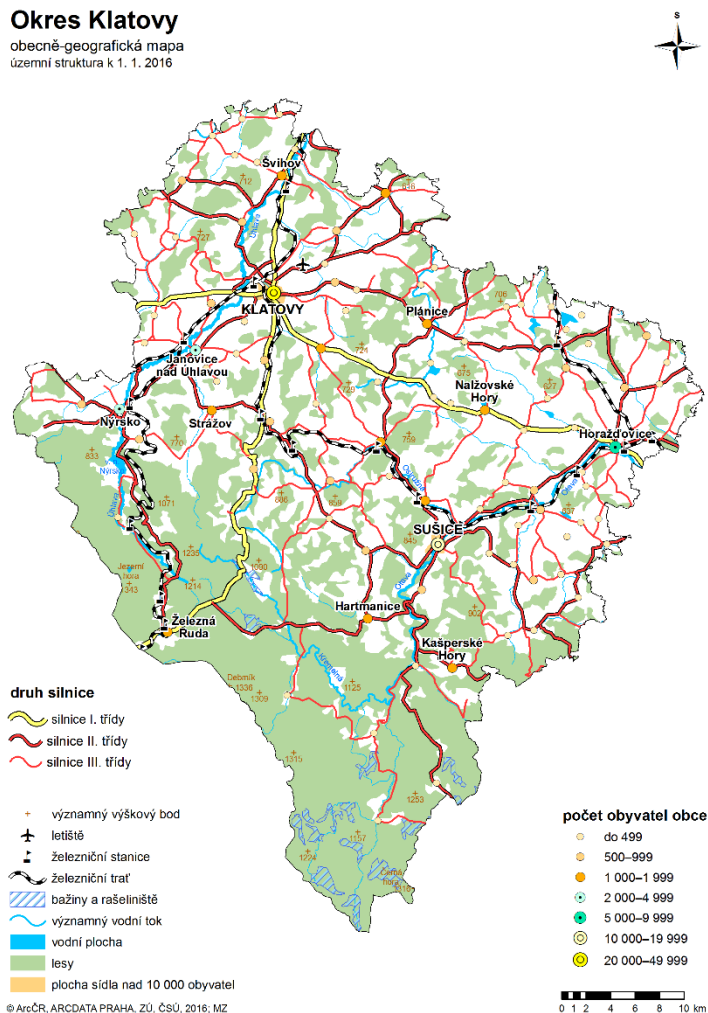
Najdeme zde také hrad Radyně, zámek Kozel, zříceninu hradu Rýzmbek, Zoologickou zahradu v Plzni, Muzeum Škoda v Plzni, Muzeum krajky ve Vamberku a mnoho dalšího.

Celkově lze jistě říci, že Plzeňský kraj nabízí širokou škálu aktivit pro turisty všech věkových kategorií a zájmů.

4.1.3 Okres Klatovy

Obrázek 3 - Mapa okresu Klatovy

Okres Klatovy
obecně-geografická mapa
územní struktura k 1. 1. 2016



Zdroj: ČSÚ, 2016

Na obrázku č. 3 můžeme vidět mapu okresu Klatovy. Ten patří mezi příhraniční okresy České republiky. Na severu a západě hraničí s okresy Plzeň-jih a Domažlice, na východě s okresy Strakonice a Prachatice a na jihu tvoří státní hranici o celkové délce 70 km se Spolkovou republikou Německo. Rozlohou zaujímá okres 1 945,7 km², tedy asi 25,4 % celkové rozlohy Plzeňského kraje a je tak jeho největším okresem. Celková hustota obyvatel na 1 km² činila k roku 2021 43,5 obyvatel a po tachovském okrese je druhým nejřidčeji osídleným okresem v Plzeňském kraji. Nejnižší hustotu zalidnění mají oblasti ležící při

česko-německé hranici, jelikož se nacházejí ve vysokých nadmořských výškách a pod záštitou přírody. Nízká hustota zalidnění s sebou nese i ekonomické nevýhody pro obyvatele regionu, například delší vzdálenost ke službám.

Správním centrem okresu je město Klatovy.

V oblasti životního prostředí patří okres k nejlepším v Plzeňském kraji. Jižní část území (podhůří Šumavy a Šumava) patří k nejkvalitnějším oblastem celé České republiky. Na území okresu Klatovy se v porovnání s ostatními okresy vyskytuje nejvíce chráněných území – národní park Šumava, chráněná krajinná oblast Šumava a maloplošná chráněná území, národní přírodní památky (Americká zahrada a Pastviště u Fínů), národní přírodní rezervace (Bílá Strž a Černé a Čertovo jezero), přírodní památky a přírodní rezervace.⁵⁶

4.1.3.1 Socioekonomická analýza okresu Klatovy

Počtem obyvatel byl okres ke konci roku 2021 druhým nejlidnatějším okresem v Plzeňském kraji, s počtem 84 614 obyvatel. V minulosti byl však počet obyvatel střídavý, v roce 2009 měl okres obyvatel nejvíce, oproti tomu v roce 2020 nejméně. Na pokles obyvatelstva měla dopad nízká porodnost, která nestačila pokrýt přirozenou měnu obyvatelstva. Další faktor, který vedl ke snížení obyvatelstva v okresu Klatovy, bylo migrační saldo. Od roku 2010 převažoval počet vystěhovalých obyvatel nad přistěhovalými a to primárně z toho důvodu, že zde byl nedostatek pracovních příležitostí.

Tabulka 9 - Vývoj počtu obyvatel v okrese Klatovy mezi lety 2015 – 2021

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Počet obyvatel	86 617	86 452	86 318	86 336	86 405	86 253	84 614

Zdroj: ČSÚ 2023, vlastní zpracování

Tabulka č. 9 zobrazuje vývoj počtu obyvatel v okrese Klatovy v letech 2015 – 2021. Z tabulky je patrné, že se v průběhu let 2015 – 2021 počet obyvatel měnil pouze v řádech

⁵⁶ Český statistický úřad. Charakteristika okresu Klatovy [online]. Praha: ČSÚ, 2022 [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/11252/17840999/charakteristika_klatovy.pdf/6dc8f1e2-4826-433f-b258-356d06c83770?version=1.17

desítek a stovek let. Až v roce 2021 můžeme vidět snížení počtu obyvatel skoro o dva tisíce, což bylo zapříčiněno nižší porodností než v předchozích letech.

Tabulka 10 - Obyvatelé okresu Klatovy podle věkových kategorií v roce 2021

Věkové kategorie	Počet obyvatel
0 - 14 let	12 438
15 - 64 let	52 884
65 let a více	19 292

Zdroj: ČSÚ 2023, vlastní zpracování

V tabulce č. 10 je znázorněno rozdělení obyvatel okresu Klatovy podle věkových kategorií v roce 2021. Můžeme vidět, že nejméně zastoupenou věkovou kategorií jsou děti do 14 let věku, čítající 12 438 obyvatel. Druhou nejméně početnou skupinou jsou naopak ti nejstarší, tedy věková skupina 65 let a více, tj. 19 292 obyvatel. Nejpočetnější skupinu obyvatel pak tvoří široká věková kategorie 15 – 64 let, celkem tedy 52 884 obyvatel.

Tabulka 11 - Vývoj počtu nezaměstnaných osob v okrese Klatovy

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Počet nezaměstnaných osob	2800	2186	1512	1303	1346	1785	1460

Zdroj: ČSÚ 2023, vlastní zpracování

Tabulka č. 11 zobrazuje vývoj počtu nezaměstnaných osob na území okresu Klatovy. Můžeme vidět, že v roce 2015 byl tento počet nejvyšší, celkem 2 800 nezaměstnaných osob ve věkové kategorii 15 – 64 let. Během dalších let se počet nezaměstnaných snižoval a to až do roku 2018 na celkový počet 1 303. V roce 2019 se ale počet nezaměstnaných lehce zvýšil a k většímu nárůstu došlo pak v roce 2020, na 1 785 nezaměstnaných osob. V posledním zkoumaném roce, 2021, se počet opět snížil na 1 460. Dostal se tak na polovinu počtu nezaměstnaných na území okresu Klatovy v roce 2015.

4.1.3.2 Cestovní ruch v okrese Klatovy

Okres Klatovy tvoří rozsáhlou rekreační oblast. Ta je velice atraktivní a v Plzeňském kraji turisticky nejvyhledávanější. V popředí zájmu turistů stojí zejména nádherná a čistá

příroda v západní části Šumavy. Rozvoj turistického ruchu plně nastal až po roce 1991, kdy zanikl rozsáhlý vojenský prostor Dobrá voda, který zabíral velkou část západní Šumavy (zejména okolí obce Prášily), a zároveň kontroloval hranici se Západním Německem. K rozvoji turismu ale také velmi pomohlo otevření hranice po roce 1989, kdy se opět propojila bavorská a česká část Šumavy. Tím došlo i k nárůstu návštěvníků z Německa. Mezi střediska turistického ruchu radíme především města Železná Ruda a Kašperské Hory, obce Prášily, Srní a Modrava. Šumava je vhodným místem pro rekreaci ve všech ročních obdobích – zimní sporty umožňují upravené lyžařské areály, turistice a cykloturistice přispívá velké množství značených turistických cest a organizovaná autobusová doprava v oblasti. Kromě Šumavy lze také obdivovat krásy okresního města Klatovy, nebo měst Sušice a Horažďovice. Dalšími zážitky může být návštěva pošumavských hradů Velhartice, Klenová, Švihov, Kašperk a Rabí, jež je nejrozsáhlejší zřícenina hradu v Čechách. Oblast Pošumaví je také půvabná, nachází se zde četné rybníky mezi Horažďovicemi a Klatovy, pro vodáky je rekreačním místem zlatonosná řeka Otava.

Celkově lze říci, že okres Klatovy je skvělým místem pro dovolenou nebo víkendový výlet, který nabízí řadu možností jak pro milovníky historie, tak i pro ty, kteří si rádi užívají krásné přírody.

Hrady a zámky

- **Vodní hrad Švihov** – hrad Švihov je největší vodní hrad v Čechách, ležící 10 kilometrů severně od Klatov. Hrad je přístupný pro návštěvníky v období od dubna do října a je možné využít dvou prohlídkových okruhů – hradu nebo kuchyně.
- **Kašperk** – Karlsberg, v překladu Karlova hora a počestěle Kašperk se nachází asi 3 kilometry od stejnojmenného města Kašperské Hory. Jedná se o hrad postaven v gotickém stylu na rozhodnutí císaře Karla IV. Důvodem postavení hradu byla obchodní cesta, která spojovala Čechy s Bavorskem. Tato cesta se nazývala Zlatá stezka a vedla přes Kašperské Hory. Pro návštěvníky je zde k vidění výstava věnována dějinám hradu a těžbě zlata, opět si mohou turisté vybrat ze dvou okruhů – život na hradě nebo průběh stavby hradu.
- **Rabí** – hrad Rabí se nachází mezi městy Horažďovice a Sušice. Jedná se o raně gotický hrad z roku 1380, který měl chránit obchodní cestu z Horažďovic do

Sušice a zároveň rýžoviště zlata, která se nacházela u řeky Otavy. Po roce 1945 se stal hrad majetkem státu a byl vyhlášen národní kulturní památkou. Dnes je hrad nejrozsáhlejší českou zříceninou. Návštěvníci hradu mohou využít prohlídku i v zimních obdobích a je zde opět na výběr z několika prohlídkových tras. V nabídce je také výstup do nejstarší části hradu, 26 metrů vysoké věže. Ta nabízí krásnou vyhlídku na okolní krajinu.

- **Velhartice** – hrad Velhartice byl postaven na začátku 14. století v gotickém stylu. Později v roce 1628 byl po válečných událostech opraven a byl k němu přistaven pozdně renesanční zámek. Hrad je obklopen hlubokým příkopem, přes který původně vedl padací most. Mezi prohlídkové trasy patří prohlídka hradu a zámku a dále pak volná prohlídka okolí hradu. Od roku 2009 je zde k vidění i skanzen lidové architektury, který znázorňuje původní stavby zaniklého předhradí.
- **Klenová** – hrad a zámek Klenová byl postaven ve druhé polovině 13. století. V 17. století začal hrad bohužel chátrat a jeho opravy začaly v roce 1832, kdy k němu byly zároveň přistavěny další prostory. Od roku 1915 je hrad ve vlastnictví Plzeňského ktaje a je spravován Klatovskou galerií. Objekt nabízí jeho návštěvníkům mnoho možností – v areálu hradu je restaurace s vinárnou, galerie, na nádvoří je ukázka sochařského parku a navštívit lze i sýpku.⁵⁷
- **Chudenice** – zámek Chudenice byl postaven v 16. století z gotické tvrze, která na tomto místě dříve stála. Dnes je dochován pouze Andělský pokoj s Černou kuchyní, ale návštěvníky jistě zaujme i Americká zahrada, která se na zámku nachází a je evropským unikátem. Zároveň jsou zde k vidění dvě expozice, jedna zaměřena na rod Černínů z Chudenic a druhá expozice je samostatné muzeum, kde najdeme exponáty z přírody, historie a archeologie.⁵⁸

⁵⁷ ČERNÝ, Vladimír a KIDLESOVÁ, Simona. Průvodce – *Hrady, zámky, zříceniny*. 1.vyd. SW Travel, v. o. s., 2007. 367 s. ISBN 978-80-254-0336-5

⁵⁸ Chudenice [online]. [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <https://www.zamekchudenice.cz/zamekchudenice/>

Rozhledny

- **Pancíř** – jedná se o rozhlednu s turistickou chatou, která leží na vrcholu vysokém 1214 metrů nad mořem. Leží necelých 5 kilometrů od Železné Rudy a na vrchol vede lanová dráha, jako na jediný v tomto regionu. Výška samotné rozhledny je 18 metrů, výhled je na celou Šumavu a na vrcholy Špičák, Můstek, Boubín, Javorník a další.
- **Poledník** – jedná se o nejvýše položenou šumavskou rozhlednu ve výšce 1314 m.n.m. Nachází se asi 5 kilometrů od Prášil a jeho výška je 37 metrů. Výhled z rozhledny je na Velký Javor, Roklan, Luzný, Javorník, Boubín a nebo také hrad Kašperk a rozhlednu Svatobor. Pokud má návštěvník štěstí a počasí umožní dobrou viditelnost, může vidět i Alpy.
- **Sedlo** – rozhledna na Sedle se nachází nedaleko města Sušice, na místě bývalého kelstého osídlení. Samotná rozhledna zde byla vystavěna v roce 2009, její výška je 28 metrů a z jejího výhledu může návštěvník vidět Velký Javor, Pancíř, Špičák, Poledník a nebo Javorník. Dále je možné vidět vrcholky Českého lesa, hrad Rabí a Kašperk nebo rozhlednu Svatobor a město Sušici.
- **Svatobor** – rozhledna Svatobor se nachází na vrcholku nad městem Sušice ve výšce 845 m.n.m. Rozhledna se cca 30 let po své výstavbě začala naklánět od své osy až se dokonce sama zřítila. Okamžitě se ale začala stavět nová, která slouží pro turisty do dnes. Nachází se zde i horská chata v alpském stylu, kde je k dispozici restaurace a je zde možnost i přenocování. Výška samotné rozhledny je 31 metrů a je odtud vidět město Sušice a celá Šumava.
- **Svatá Markéta** – rozhledna Svatá Markéta byla vystavěna v roce 2013. Nachází se u obce Dlažov na vrcholku vysokém 642 m.n.m. Výška samotné rozhledny je 25 metrů a vidět je do vnitrozemí okolních vesnic a měst.
- **Černá věž** – přímo ve městě Klatovy, na náměstí Míru, byla v roce 1557 dokončena výstavba rozhledny Černá věž. Její výška je 82 metrů a návštěvník

může z vrcholu vidět město Klatovy a jeho okolí, dále i Šumavu a za dobrého počasí Alpy.⁵⁹

Přírodní zajímavosti

- **Černé jezero** – jedná se o jezero ledovcového původu, ležící v nadmořské výšce 1008 metrů. Je největší, nejhlubší a nejnižše položené ze všech Šumavských jezer. Má rozlohu 18,78 hektaru a maximální hloubku 39,8 metru. Od roku 1933 je součástí národní přírodní rezervace. Hladina jezera, která je díky jezerní stěně a okolním lesům černá, dala vzniknout jeho názvu. Značené turistické stezky umožňují přístup k jezeru po celý rok.
- **Čertovo jezero** – druhé největší ledovcové jezero se nachází ve výšce 1027 metrů nad mořem a stejně jako Černé jezero je od roku 1933 součástí národní přírodní rezervace. Součástí jezera je i jezerní stěna. Má rozlohu 10,7 hektaru a hloubku 35,4 metru. K jezeru vedou celoročně značené turistické stezky, ale terén je náročnější než při cestě k Černému jezeru.
- **Prášilské jezero** – jezero se nachází v úvodní zóně parku, 4,5 km od obce Prášily. Nachází se na úpatí Poledníku a má výšku 1079 metrů. Jeho hloubka je 17,2 metrů a plocha činí 4,2 hektarů. Zajímavostí je, že jezero je kyselé a ryby v něm nemohou žít. Jezero obklopují jehličnaté lesy a je celoročně přístupné veřejnosti po vyznačených stezkách.
- **Jezero Laka** – jezero v nadmořské výšce 1084,5 m má plochu 2,6 ha, je nejmenším jezerem této oblasti. 9 % plochy jezera zabírají zajímavé plovoucí ostrovy, které se nacházejí na svazích hory Plesná. Celoročně se k němu lze dostat po vyznačených cestách, v zimě mohou jezero navštívit i běžkaři po běžecké trase.⁶⁰

⁵⁹ Rozhledny: podle města [online]. [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <http://rozhledny.kohl.cz/rozhledny-podle-mesta?mesto=21&dist=40>

⁶⁰ SVOBODA, Ivo. *Šumavská ledovcová jezera, kary, strže a vodopády*. 1. vyd. Praha: DAS MEDIA. 175 s. ISBN: 978-20-904178-1-6

- **Tříjezerní slat'** – Tato přírodní památka se nachází nedaleko Modrav. Jedná se o rašeliniště o rozloze 5 hektarů ve výšce 1062 m.n.m. Nacházejí se zde tři jezírka, od nichž získalo rašeliniště své jméno, také rašelinná kleč a borůvčí. Rašeliništěm vede turistická stezka s informačními tabulemi. Kromě cyklistů mohou rašeliniště prozkoumat i pěší turisté a turistky.⁶¹

Kulturní využití

- **Muzeum historických motocyklů** – k navštívení v Kašperských Horách se zaměřením na výstavu motocyklů. Spolu s ním zde můžeme najít i muzeum Šumavy, které se zaměřuje na výstavu přírodovědného a lidového umění.
- **Muzeum Šumavy v Sušici** – k vidění je zde expozice venována archeologickým nálezům, cínový poklad, šumavské sklo, památky národního obrození, nejstarší zápalky nebo historický nábytek.⁶²
- **Hudební festivaly** – na území okresu Klatovy je i široká nabídka hudebních festivalů. Na hradě Švihov můžeme navštívit festival České hrady, na Rabí hudební festival Ruinfest nebo v Sušici festival Šumava Rocks.

Sportovní využití

- **Turistika** – turisté mohou na území okresu Klatovy navštívit hned několik turistických tras. Zejména na Šumavě je několik možností pěší turistiky. V roce 2012 byly v rámci předchozího příhraničního projektu z roku 1992 stezky označeny piktogramy, s cílem seznámit návštěvníky s územím chráněného parku Šumava. Myšleno bylo ale i na vozíčkáře, například na trase z Horské Kvildy, která vede do srdce Jezerní slatě po dřevěném chodníku. Mezi nejnavštěvovanější turistické pěší trasy patří turistická trasa za šumavskými vrcholy, turistická trasa na šumavská jezera (Černé a Čertovo) a turistická trasa na vodopád Bílá strž.⁶³

⁶¹ KROB, Miroslav. *Šumava*. 1. vyd. Praha: Olympia, 1984, 246 s. ISBN: 27-026-84

⁶² Adresář muzeí a galerií: Klatovy. [online]. [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <http://www.cz-museums.cz/adresar/plzensky-kraj/klatovy/>

⁶³ TUREK., J. *Outdoor Šumava a okolí*. Praha: Grada Publishong. 117 s. ISBN: 975-80- 247-1

- **Cykloturistika** – o označení cyklotras se stará Klub českých turistů, který trasy kategorizuje jako cyklotrasy a cyklostezky. Cyklotrasy jsou takové, které navazují na dobře udržované, účelové místní komunikace. Tyto trasy jsou označeny žlutými směrovými tabulkami s číslicemi označujícími třídu trasy. Mezi hlavní důvody cykloturistiky patří poznávání míst jiným způsobem než autem nebo autobusem; významným faktorem může být také životní prostředí. Na rozdíl od jiných druhů dopravy je jízda na kole šetrná k životnímu prostředí. Mezi hlavní cyklotrasy můžeme zařadit stezku ze Železné Rudy do Srní, jedná se o první stezku v Národním parku Šumava. Dále pak cyklotrasa z Tajanova do Malechova, která má umožnit turistům dostat se z Klatov na hrad Švihov. A v neposlední řadě například trasa z Klatov do Běšín, ta je dlouhá 13 km a vede přes obce Radinovy a Hubenov.⁶⁴
- **Lyžařské areály** – Šumava nabízí spoustu možností i lyžařským nadšencům. Výborné podmínky pro lyžování nabízí Špičák, který je největší ze šumavských lyžařských areálů. Nachází se nedaleko Železné Rudy, v blízkosti hranic s Německem. Dalším lyžařským střediskem je Železná Ruda, Kašperské Hory nebo Hojsova Stráž.⁶⁵

4.1.3.3 Doprava v okrese Klatovy

- **Silniční síť**

Okres Klatovy má velmi rozsáhlou silniční síť, která je však ve špatném technickém stavu. K 1. 1. 2023 činila celková délka silniční sítě bez místních komunikací 1 136,1 km, z toho 102,3 km silnic I. třídy, 357,8 km silnic II. třídy a 676 km silnic III. třídy. Okolím Klatov procházejí dvě poměrně významné silnice I. třídy, ale žádná dálnice. Jsou to silnice I/22 (Horažďovice-Domažlice) a I/27 (Plzeň-Železná Ruda). Ve městě Klatovy se obě silnice spojují. Silnice I/27 je klíčovou trasou spojující okres Klatovy s krajským městem Plzeň. Začíná v Dubí na severu Čech, pokračuje do Plzně a z Plzně se táhne do Červeného

⁶⁴ Národní park Šumava: cyklostezka. [online]. [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <http://www.npsumava.cz/cz/1051/sekce/cyklostezka/>

⁶⁵ TUREK., J. *Outdoor Šumava a okolí*. Praha: Grada Publishong. 117 s. ISBN: 975-80- 247-1

Poříčí, kde se napojuje na Klatovsko. Švihov a Klatovy jsou dvě z měst, kterými na své severojižní trase prochází. Pokračuje přes Běšiny, za nimiž vstupuje do strmých oblastí Šumavy. Silnice I/27 končí v Železné Rudě (místní část Alžbětín), kde také začíná německá silnice srovnatelného charakteru. Silnice I/22 navazuje z Jihočeského kraje, konkrétně z měst Vodňany a Strakonice a na území okresu Klatovy vstupuje u města Horažďovice a následně pokračuje do obcí Nalžovské Hory a Mochtín. Pokračuje přes Klatovy, kde protíná silnici I/27 a pokračuje západním směrem.⁶⁶

- **Železniční síť**

Okres Klatovy má celkem řídkou železniční síť, na poměrně velkém území Šumavy neexistuje žádné železniční spojení, například na Kašperských Horách nebo v Hartmanicích. Samotný okres protíná hlavní železniční trať Plzeň-Klatovy-Železná Ruda, která je celostátní tratí a spojuje Klatovy s krajským městem Plzeň, pak vedlejší trať Horažďovice-Klatovy-Domažlice a na východě trať Plzeň-České Budějovice. Města Klatovy a Sušice mají svou lokální železniční dopravu, Horažďovice mají dobrou dopravní polohu v železniční síti, protože se nacházejí na dálkovém tahu, což posílilo jejich dopravní význam. Úsek mezi Klatovy a Železnou Rudou překonává horský terén s četnými mosty, vysokými násypy a tunely. Na trati najdeme Špičácký tunel, který byl nejdelším železničním tunelem v České republice až do roku 2007.⁶⁷

- **Letecká doprava**

V okrese se nachází pouze jedno letiště, a to přímo v Klatovech. Má od roku 1992 statut Mezinárodního letiště a spravuje a využívá ho spolek Pošumavský Aeroklub Klatovy. Činnost tohoto spolku se zaměřuje na tři hlavní sportovní činnosti a obory letectví, těmi jsou bezmotorové létání, motorový odbor a para odbor. V průběhu hlavní letecké sezóny je letiště

⁶⁶ Přehledy z informačního systému o silniční a dálniční síti ČR. ŘSD ČR [online]. Praha: ŘSD ČR, 2023 [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <https://www.rsd.cz/web/guest/silnice-a-dalnice/delky-a-dalsi-data-komunikaci#zalozka-prehledy-z-issd-cr>

⁶⁷ Charakteristika okresu Klatovy. CZSO [online]. Praha, 2020 [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/11252/17840999/charakteristika_klatovy.pdf/6dc8f1e2-4826-433f-b258-356d06c83770?version=1.13

navštěvováno nejen českými piloty, ale také zahraničními a to z toho důvodu, že má příznivou polohu při přeletu česko-německých hranic.⁶⁸

- **Dopravci v okrese Klatovy**

Okres Klatovy zajišťuje veřejnou osobní dopravu pomocí regionální železnice a autobusové linky. V oblasti železniční dopravy působí v okrese jediný dopravce a tím jsou České dráhy a. s. V autobusové dopravě zde působí dva dopravci – ČSAD autobusy Plzeň a. s., které zajišťují dopravu v Klatovech a v Sušici a pak autobusy VKJ s. r. o., které zajišťují spojení hlavně Sušice-Praha.⁶⁹

4.2 Česko – bavorské příhraničí

4.2.1 Současná podoba česko-bavorské spolupráce

Vztahy mezi Českou republikou a Bavorskem formuje rozsáhlá síť vazeb mezi podnikateli, neziskovými organizacemi a obecními samosprávami. Většinu práce zajišťuje Ministerstvo zahraničních věcí České republiky a Státní úřad Bavorsko. Na základě protokolu z jednání předsedů vlád České republiky a Bavorska v červenci 1990 byla založena česko-bavorská pracovní skupina. Posláním této skupiny je obdobné jako v případě spolupráce se Saskem. Političtí představitelé z různých míst se zapojují do jednání skupiny, která se konají jednou za 18 měsíců. Generální konzulát v Mnichově je klíčovou institucí pro vztahy mezi Českou republikou a Bavorskem. Přestože se české vztahy s Bavorskem od roku 2010 obecně zlepšily, diplomatické zastoupení to bohužel příliš nezaznamenalo. Během této doby se počet zaměstnanců generálního konzulátu snížil na polovinu. V roce 2014 sice došlo k novému navýšení, ale stále to nestačilo.⁷⁰

⁶⁸ Pošumavský aeroklub Klatovy. *Pošumavský aeroklub Klatovy* [online]. Klatovy, 2023 [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <https://www.lkkt.cz/index.php>

⁶⁹ Dopravci Plzeňského kraje. *IDPK* [online]. Klatovy, 2023 [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <https://www.idpk.cz/cz/dopravci-plzenskeho-kraje-1/>

⁷⁰ EBERLE, Jakub, 2014. *Česko-bavorské vztahy 2008-2014: Skutečně dobré sousedství?* Asociace pro mezinárodní otázky.

České centrum, které zahájilo činnost v roce 1999, sídlí v Mnichově. Jeho úkolem je podporovat komunikaci s mezinárodním společenstvím a dále aktivně zastupovat Českou republiku v Německu.⁷¹

V česko-bavorském regionu probíhá také řada občanských aktivit. Jednou z nejvýznamnějších je Centrum Bavaria Bohemia (CeBB), které v roce 2006 založila společnost Bavaria Bohemia e.V. Jeho cílem je výměna informací, zprostředkování a prohloubení spolupráce mezi českou a bavorskou oblastí.⁷²

Spolupráce českých, rakouských a bavorských občanů od roku 2012 rozvíjí v rámci tzv. evropského prostoru Dunaj Vltava (ERDV). Posláním tohoto trojstranného neziskového společenství je podpora růstu sdíleného prostoru a jeho zastřešující téma "ERDV-prostor pro společnost 4.0" s důrazem na průmysl, zdravotnictví a cestovní ruch platí od roku 2019.⁷³

Česko-bavorská přeshraniční spolupráce je financována z Evropského fondu pro regionální rozvoj ve výši 99,1 milionu EUR. Většina rozpočtu je věnována na výzkum a přenos znalostí a přizpůsobení se změně klimatu a ochraně životního prostředí. Dalšími prioritami programu jsou vzdělání, kultura a udržitelný cestovní ruch a lepší správa spolupráce.⁷⁴

4.2.2 Ekonomická spolupráce

Bavorsko se trvale řadí mezi tři největší hospodářské partnery České republiky, přičemž jeho hodnoty jsou srovnatelné se Slovenskem a Polskem. Pouze podíl Bavorska na

⁷¹ TSCHECHISCHES ZENTRUM – ČESKÉ CENTRUM, *O nás*. Tschechisches Zentrum – České centrum [online]. [Mnichov]: Tschechisches Zentrum – České centrum [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <http://munich.czechcentres.cz/cs/o-nas/>

⁷² Centrum Bavaria Bohemia (CeBB), 2019. In: Bbkult.net: Centrum Bavaria Bohemia [online]. bbkult.net [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <https://www.bbkult.net/redaktion/details/12446374784092.html>

⁷³ O evropském regionu, 2019. In: Evropský region Dunaj - Vltava [online]. INIZIA, Internet media [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <http://www.evropskyregion.cz/o-evropskem-regionu.html>

⁷⁴ INTERREG Bavorsko – Česko 2021–2027. *Dotace.eu* [online]. Praha, 2021 [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <https://dotaceeu.cz/cs/evropske-fondy-v-cr/kohezni-politika-po-roce-2020/programy/programy-preshranicni-spoluprace/program-preshranicni-spoluprace-ceska-republika>

zahraničním obchodu České republiky v poslední době má větší obrat než obchod mezi oběma zeměmi dohromady.⁷⁵

Vzhledem k přítomnosti bavorských podniků v České republice (BMW, Siemens, Allianz atd.) je obchodní bilance mezi Českou republikou a Bavorskem mimořádně příznivá, vývoz je téměř dvakrát vyšší než dovoz. Hlavními oblastmi česko-bavorského obchodu jsou technologický sektor, zejména automobilový průmysl (vozidla a jejich komponenty jsou nejdůležitějším vývozním artiklem), strojírenství a zpracování kovů.⁷⁶

Přeshraniční zaměstnanost je zde poměrně vysoká, zejména v případě Čechů pracujících v zahraničí. Do Bavorska dojíždí přibližně 25 000 osob a tento počet neustále roste. K tomu přispívají i vysoké hospodářské vazby mezi Českou republikou a Bavorskem - způsobené jak přítomností bavorských podniků v České republice, tak silnou ekonomikou spolkové země.⁷⁷

Oba národy spojuje jejich geografická blízkost a zejména vyšší hospodářská výkonnost Bavorska. Bavorsko, které je součástí západní části Německa, je dlouhodobě jednou z nejbohatších spolkových zemí a ekonomická spolupráce mezi Českou republikou a Bavorskem je na velmi dobré úrovni.⁷⁸

4.2.3 Vzdělání

Dobrá struktura spolupráce mezi Českem a Bavorskem je evidentní i v oblasti vzdělávání. Na spolupráci se podílejí následující univerzity: německé univerzity v Passau, Řezně, Bayreuth a Bambergu a za Česko Západočeská univerzita v Plzni a Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Univerzita Karlova také spolupracuje s německou

⁷⁵ LIZCOVÁ, Zuzana a Hana RYDZA, 2019. *Česko-německé vztahy v číslech*. Praha: Asociace pro mezinárodní otázky.

⁷⁶ EBERLE, Jakub, 2014. *Česko-bavorské vztahy 2008-2014: Skutečně dobré sousedství?* Asociace pro mezinárodní otázky.

⁷⁷ HRUŠKA, Blahoslav, 2018. Tisíce Čechů dojíždí denně za prací do Bavorska. In: *Česká pozice: Informace pro svobodné lidi* [online]. MAFRA [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: http://ceskapozice.lidovky.cz/tisice-cechu-dojizdidenne-za-praci-do-bavorska-fqy-/tema.aspx?c=A180420_133950_pozicetema_lube

⁷⁸ Germany GDP per Capita: Bayern, CEIC [online]. CEIC [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <https://www.ceicdata.com/en/germany/esa-2010-gdp-per-capita-by-region/gdp-per-capita-bayern>

univerzitou v Řezně a díky tomu nabízí obor Česko-německá studia na Fakultě sociálních věd.⁷⁹

Ministerstvo financí, regionálního rozvoje a vlasti Svobodného státu Bavorsko v posledních letech aktivně spolupracuje s Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy. Důkazem této aktivní součinnosti jsou i pravidelné univerzitní konference. Česko-bavorská vysokoškolská agentura vznikla v roce 2016 a od té doby umožňuje širokou škálu akademických a přeshraničních aktivit, včetně výzkumné spolupráce a stipendií.⁸⁰

Česko-bavorská agentura pro vysoké školy a ministerstvo školství se shodují s cíli dotačních programů, podle nichž je věda a výzkum třetím nejdůležitějším sektorem. Je upřednostňována před vzděláváním, výchovou a vzděláváním. Vedle institucí je důležitou součástí mezinárodního vzdělávání v Bavorsku Koordinační centrum Tandem. Tato organizace Západočeské univerzity, která sídlí v Plzni a Řezně, se specializuje na výuku odborníků, kteří pracují s dětmi a mládeží (například jazyková animace). Zaměřuje se také na zahajování výměnných programů nebo provozování česko-německých mateřských škol.⁸¹

⁷⁹ MZV ČR, [2019b] Přeshraniční spolupráce. In: Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, Generální konzulát Mnichov [online]. Praha: Ministerstvo zahraničních věcí [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/munich/cz/bilateralni_vztahy/preshranicni_spoluprace_1/index.html

⁸⁰ BTHA, [2019]. Granty. Bayerisch-Tschechische Hochschulagentur [online]. Regensburg: [BTHA] [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <https://www.btha.cz/cs/granty/joint-call-2019-2021>

⁸¹ TANDEM, [2019b]. O Tandemu. Tandem: Koordinační centrum česko-německých výměn mládeže [online]. [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <http://www.tandem-org.cz/tandem>

4.3 Metody shromažďování dat a charakteristika zkoumaného vzorku

K samotnému výzkumu byla zvolena metoda kvantitativního šetření formou dotazníku. Pro šetření byly vytvořeny dva dotazníky – jedna verze pro zaměstnance cestovních kanceláří v okrese Klatovy a druhá verze pro samotné turisty, kteří okres navštívili. Verze pro turisty se zaměřovala na ty ze zahraničí, kteří mluví převážně jiným, než českým jazykem a jsou tak schopni zhodnotit jazykovou vybavenost personálu ve službách na území okresu. Zde se jednalo o personál například restauračních zařízení, v hromadné dopravě nebo na ubytovacím zařízení.

Prvním vybraným vzorkem, který sloužil pro dotazníkové šetření byli zaměstnanci cestovních kanceláří v Sušici a v Klatovech. Celkem se jednalo o dvě cestovní kanceláře ve městě Sušice a tři cestovní kanceláře ve městě Klatovy, dohromady zodpovědělo dotazník 11 zaměstnanců z obou měst. Dotazníkové šetření bylo zcela anonymní a proběhlo formou rozeslání online dotazníku přes stránky Survio.cz. Obsahovalo 13 otázek, z toho 12 uzavřených a 1 polouzavřenou. Otázky byly zaměřeny na to, jakými cizími jazyky personál cestovních kanceláří mluví a na jaké úrovni, zda komunikují s cizinci bez problémů a bez potřeby překladáče/překladatele, zda rozumí bez problému základním frázím v oblasti cestovního ruchu a zda ovládají cizí jazyk i v psané formě a v neposlední řadě také na to, jestli někdy dostali od turistů zpětnou vazbu na své jazykové znalosti a jaká tato zpětná vazba byla. Většina uzavřených otázek mohla být zodpovězena výběrem jedné odpovědi z možností Ano, Spíše ano, Spíše ne, Ne. Zbytek otázek obsahoval odpovědi jako například výběr z cizích jazyků, které zaměstnanci ovládají, úroveň nejlépe ovládaného cizího jazyka nebo druh zpětné vazby, kterou zaměstnanci na své jazykové znalosti od turistů dostali.

Druhým zkoumaným vzorkem byli zahraniční turisté, kteří okres navštívili. Šetření proběhlo také zcela anonymně formou online dotazníku, který byl vytvořen v angličtině a němčině a pro účely diplomové práce přeložen do českého jazyka. Opět proběhl přes stránky Survio.cz a to tak, že byl rozeslán do různých facebookových skupin, které jsou turismu v České republice věnovány, zejména tomu v Plzeňském kraji, okrese Klatovy. Tento dotazník obsahoval 12 otázek, z toho 2 otevřené, 5 polouzavřených a 5 uzavřených. Zaměřoval se na národnost cizinců, jejich jazykovou vybavenost, zda měli během své návštěvy nějaké problémy s komunikací s personálem, například restauračních či ubytovacích zařízení, nebo jak se o okrese dozvěděli a zda by jeho návštěvu doporučili svým

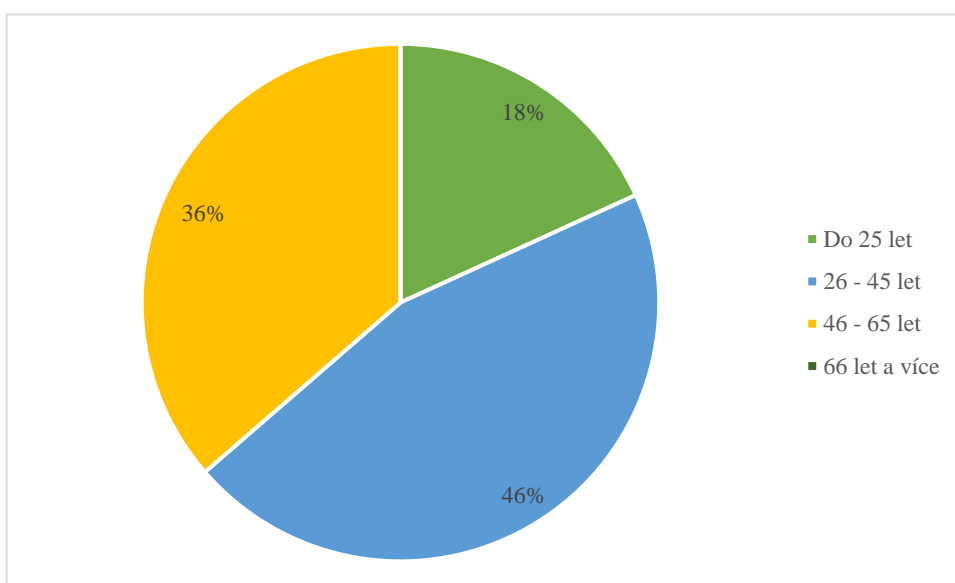
kamarádům a blízkým. Na dotazník odpovědělo celkem 307 respondentů dohromady z 11 zemí.

4.4 Dotazníkové šetření

4.4.1 Dotazníkové šetření mezi zaměstnanci cestovních kanceláří

1. Struktura respondentů podle věku

Graf 1 - Struktura respondentů podle věku

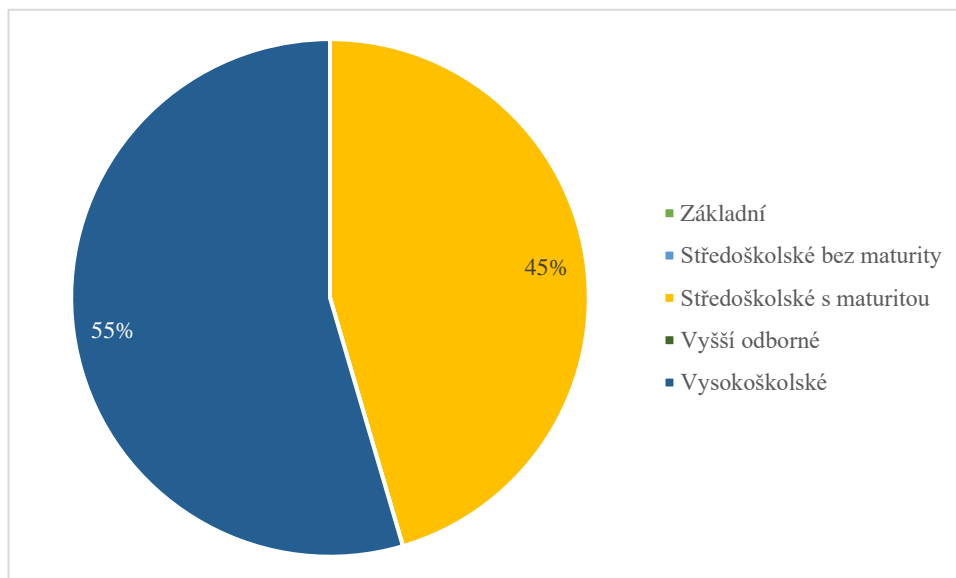


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Graf č. 1 zobrazuje věkovou strukturu dotazovaných respondentů v cestovních kancelářích. Věkové skupiny byly rozděleny do čtyř skupin a to do 25 let, 26 – 45 let, 46 – 65 let a 66 let a více. Nejvíce zastoupenou skupinou respondentů je věkové rozpětí 26 – 45 let, kterou tvoří 5 respondentů z celkového počtu 11, což činí 46 %. Věková skupina 46 – 65 let tvoří 36 % z celkového počtu, tj. 4 respondenti. Poslední zastoupenou věkovou skupinou je do 25 let a tvoří ji 2 respondenti. Věková skupina, která mezi respondenty není zastoupena je 66 let a více.

2. Struktura respondentů podle vzdělání

Graf 2 - Struktura respondentů podle vzdělání

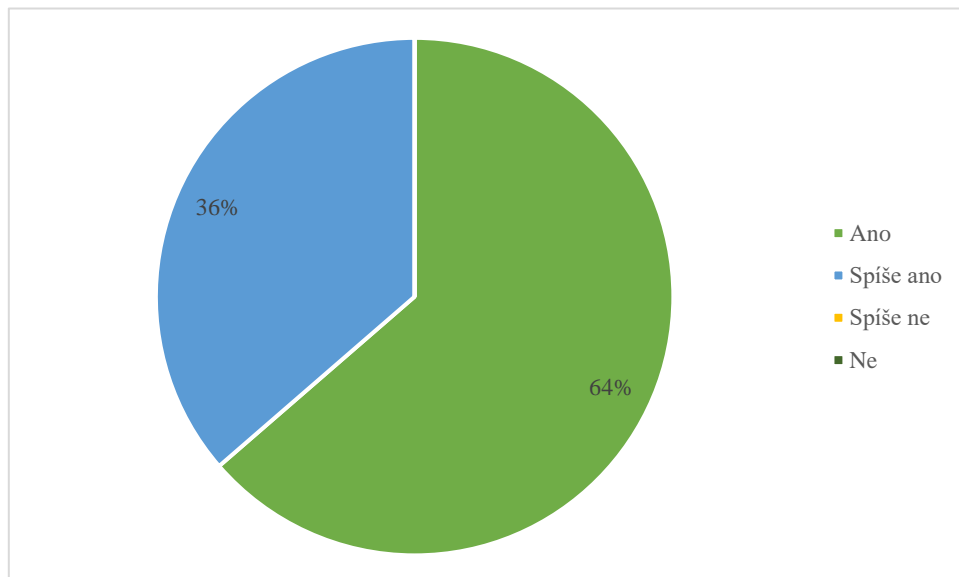


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Na grafu č. 2 je znázorněna struktura respondentů podle nejvyššího dosaženého vzdělání. Na výběr bylo z pěti možných odpovědí – základní vzdělání, středoškolské bez maturity, středoškolské s maturitou, vyšší odborné a vysokoškolské. Z grafu je patrné, že mezi respondenty se vyskytuje pouze vzdělání středoškolské s maturitou, konkrétně 45 % a vysokoškolské, 55 %. Vysokoškolsky vzdělaných respondentů je 6 z celkového počtu 11 a středoškolsky vzdělaných s maturitou je 5.

3. Plynulá znalost cizího jazyka

Graf 3 – Plynulá znalost cizího jazyka

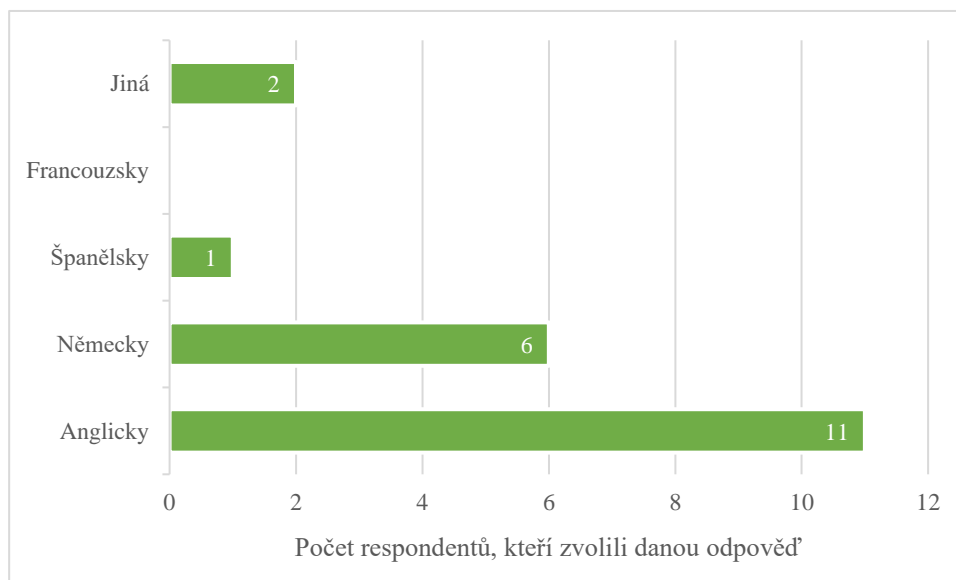


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Graf č. 3 zobrazuje plynulou znalost cizího jazyka. Všichni dotazovaní respondenti vybrali možnosti ano a spíše ano, což značí, že zaměstnanci cestovních kanceláří si jsou jisti svou jazykovou vybaveností a schopností plynule mluvit v cizím jazyce. Při bližším zkoumání bylo zjištěno, že jistější ve znalosti cizího jazyka a jeho aktivním používání si jsou zaměstnanci, kteří jsou vysokoškolsky vzdělání, než ti, co mají dokončené středoškolské vzdělání.

4. Ovládané jazyky

Graf 4 - Ovládané jazyky

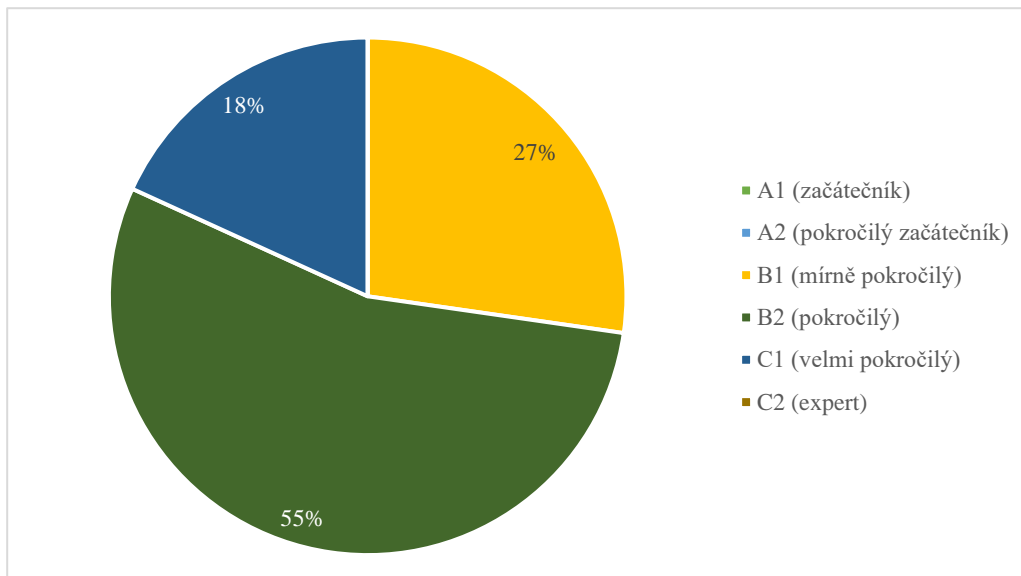


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Na grafu č. 4 je znázorněno bližší zkoumání otázky číslo 3 a to, jaké konkrétní jazyky zaměstnanci cestovních kanceláří ovládají. Na výběr bylo z možností angličtina, němčina, španělština, francouzština nebo dopsání jiné možnosti. Respondenti mohli zvolit více možností odpovědí, proto je v grafu znázorněn číselný počet zvolení dané odpovědi, místo procentuálního zastoupení. Ukázalo se, že mezi respondenty není nikdo, kdo by mluvil francouzsky a pouze jeden respondent uvedl, že mluví španělsky. Nejvíce zastoupeným jazykem je angličtina, kterou dle dotazníku ovládá všech 11 pracovníků cestovních kanceláří, kteří se jeho vyplňování zúčastnili. K anglickému jazyku je zde ještě 6 respondentů, kteří mluví i německy, jedná se tedy o nejvíce zastoupenou kombinaci dvou jazyků. Jsou zde také dva respondenti, kteří zvolili možnost „jiná“ a uvedli, že ovládají ruský jazyk. Ze šetření je tedy patrné, že angličtina patří mezi nejrozšířenější jazyk, možná dokonce můžeme říci, že se jedná o jazyk „univerzální“. Při bližším zkoumání bylo zjištěno, že německý jazyk ovládají více absolventi vysokých škol, než ti, co mají středoškolské vzdělání. Naopak dva z respondentů, kteří uvedli, že druhým jazykem, kterým mluví, je ruština, mají oba středoškolské vzdělání a pohybují se ve věkové kategorii 46 – 65 let.

5. Úroveň nejlépe ovládaného jazyka

Graf 5 - Úroveň nejlépe ovládaného jazyka

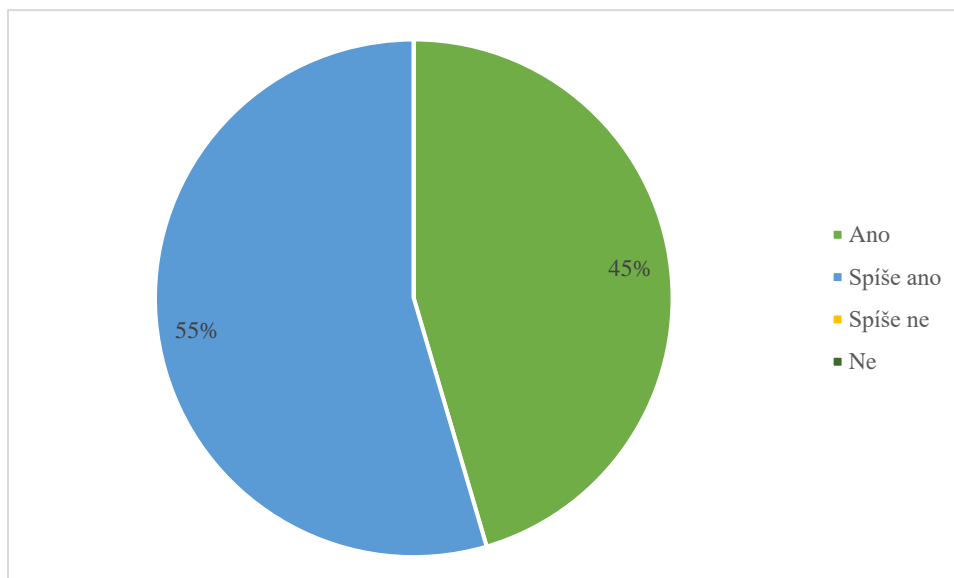


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Na grafu č. 5 je znázorněna další z otázek v dotazníkovém šetření. Ta byla zaměřena na úroveň nejlépe ovládaného jazyka, kterým dotazovaní mluví. Na výběr bylo ze šesti možností odpovědí – úroveň A1, tedy začátečník, A2 pro pokročilého začátečníka, B1 mírně pokročilý, B2 pokročilý, C1 pro velmi pokročilého a C2 pro experta. Mezi respondenty se opakovaly pouze tři možnosti odpovědí a to B1 (mírně pokročilý), B2 (pokročilý) a C1 (velmi pokročilý). 55 % všech odpovědí tvoří možnost B2 (pokročilý), konkrétně 5 respondentů. Jazyková úroveň B1 (mírně pokročilý) tvoří 27 % všech odpovědí, tedy 4 respondenty a úroveň C1 (velmi pokročilý) byla zvolena dvěma respondenty a tvoří zbylých 18 % z celkového počtu. Bližší zkoumání ukázalo, že nejlepší jazykovou úrovní, která byla v šetření uvedena, tedy C1 (velmi pokročilý), disponují absolventi vysoké školy. Tuto provázanost lze vidět i na uvedené úrovni B2 (pokročilý). Dále je z průzkumu patrné, že na nejlepší jazykové úrovni se pohybují respondenti ve věkové kategorii 26 – 45 let a naopak ti, co zde zvolili možnost jazykové úrovně B1 spadají převážně do věkové kategorie 46 – 65 let.

6. Bezproblémová komunikace s cizinci, kteří nemluví česky

Graf 6 - Bezproblémová komunikace s cizinci

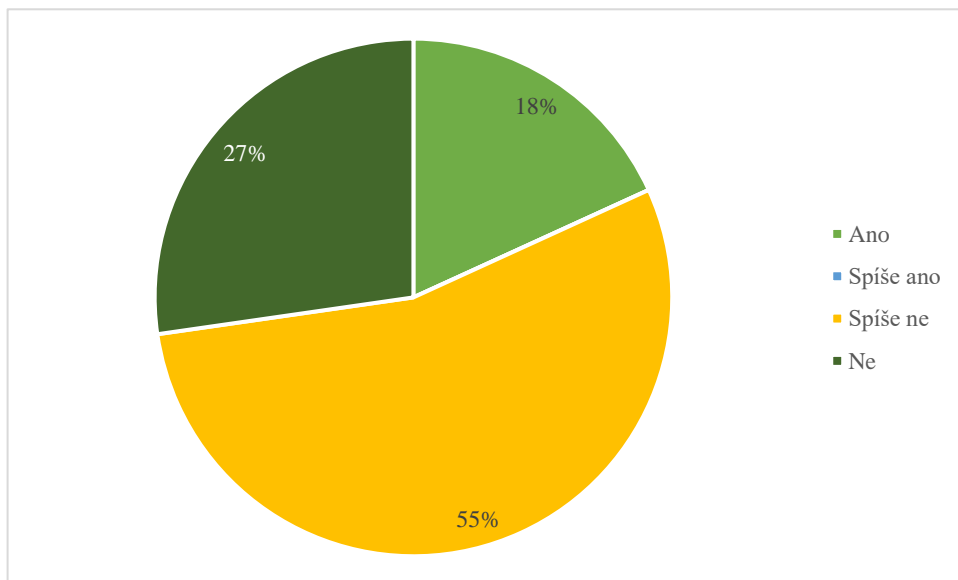


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Graf č. 6 zobrazuje, odpovědi na otázku týkající se bezproblémové komunikace s cizinci, kteří nemluví česky. Všichni z dotazovaných uvedli, že s cizinci, kteří nemluví česky, komunikují bez problémů. Odráží to tedy i odpovědi na předchozí otázku, která zobrazuje velmi dobrou jazykovou úroveň dotazovaného personálu cestovních kanceláří v Sušici a Klatovech.

7. Využívání překladače či překladatele

Graf 7 - Využití překladače nebo překladatele

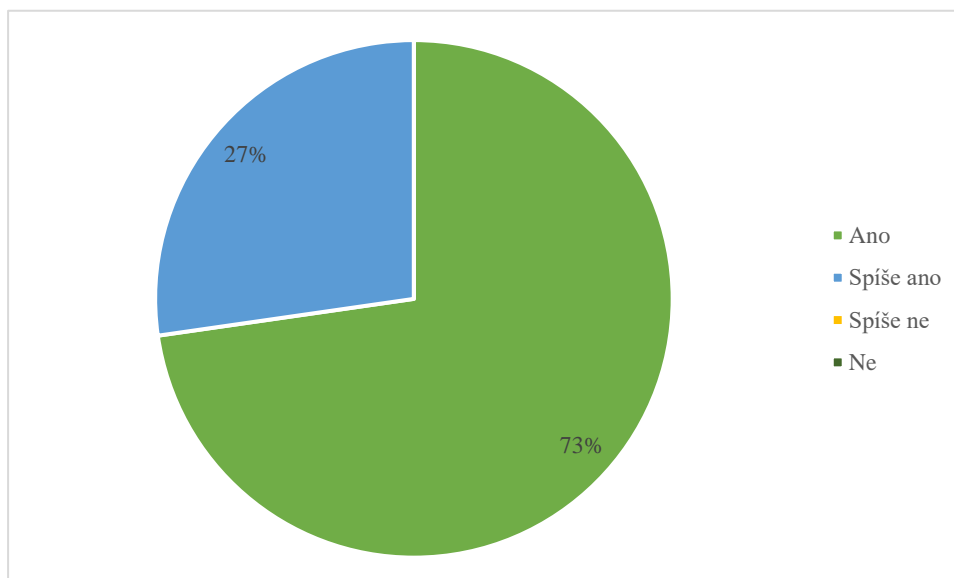


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Na grafu č. 7 je zřejmé, že drtivá většina respondentů ve své komunikaci s cizinci nikdy nevyužila překladače nebo překladatele, což opět svědčí o jejich kvalitní jazykové vybavenosti. Pouze dva respondenti uvedli, že někdy v minulosti ve své komunikaci překladač nebo překladatele využili. Zbytek respondentů, konkrétně 9 zvolilo odpovědi ne a spíše ne. K odpovědi ano se při bližším zkoumání přiklonil jeden respondent s vysokoškolským vzděláním a jeden se středoškolským, lze tedy konstatovat, že využití překladače nebo překladatele nijak nesouvisí s dokončeným vzděláním. Zároveň jazyková úroveň těchto dvou respondentů byla na úrovni B1 a B2, tedy i v případě pokročilé znalosti jazyka je možné, že nastane situace, kdy je překladače nebo překladatele potřeba využít.

8. Porozumění základním frázím, které se týkají cestovního ruchu

Graf 8 - Porozumění základním frázím, které se týkají cestovního ruchu

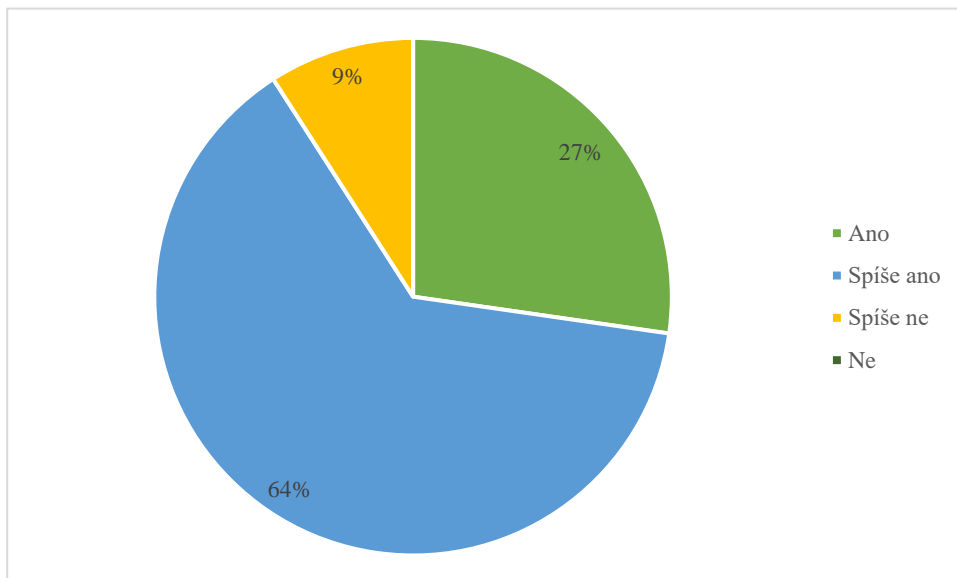


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Graf č. 8 zobrazuje další otázku v dotazníku, která se zaměřovala na porozumění základním frázím spojeným s cestovním ruchem. Výsledkem je, že všichni z dotazovaných základním frázím, které se cestovního ruchu týkají, rozumějí. Tento výsledek opět potvrzuje velice dobrou jazykovou vybavenost zaměstnanců cestovních kanceláří a odráží fakt, že drtivá většina respondentů nepotřebovala nikdy v minulosti využít překladač nebo překladatele.

9. Důležitost znalosti cizích jazyků v okrese Klatovy

Graf 9 - Důležitost znalosti cizích jazyků v okrese Klatovy

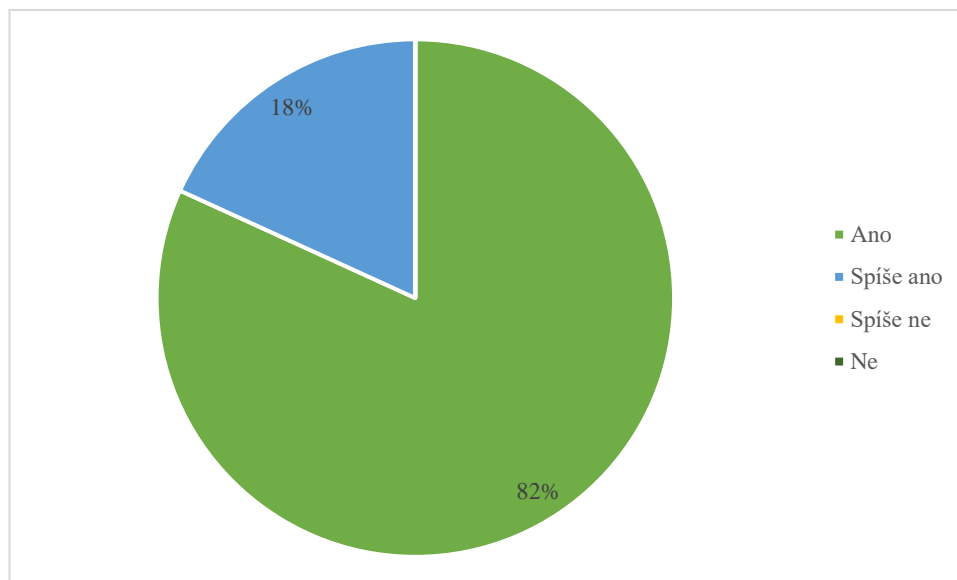


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Graf č. 9 znázorňuje názor pracovníků cestovních kanceláří na to, zda je podle nich znalost cizích jazyků v okrese Klatovy pro cestovní ruch důležitá. 10 z celkových 11 respondentů se shoduje, že znalost cizího jazyka je v jejich práci důležitá a pouze jeden respondent si myslí, že cizí jazyky v cestovním ruchu v okrese Klatovy spíše důležité nejsou. Tento jeden respondent je při bližším zkoumání z věkové kategorie do 25 let, je tedy možné, že jeho názor je ovlivněn tím, že se v cestovním ruchu pohybuje krátce a zatím neměl tolik zkušeností s cizojazyčnými turisty.

10. Schopnost psaného textu v cizím jazyce

Graf 10 - *Schopnost psaného textu v cizím jazyce*

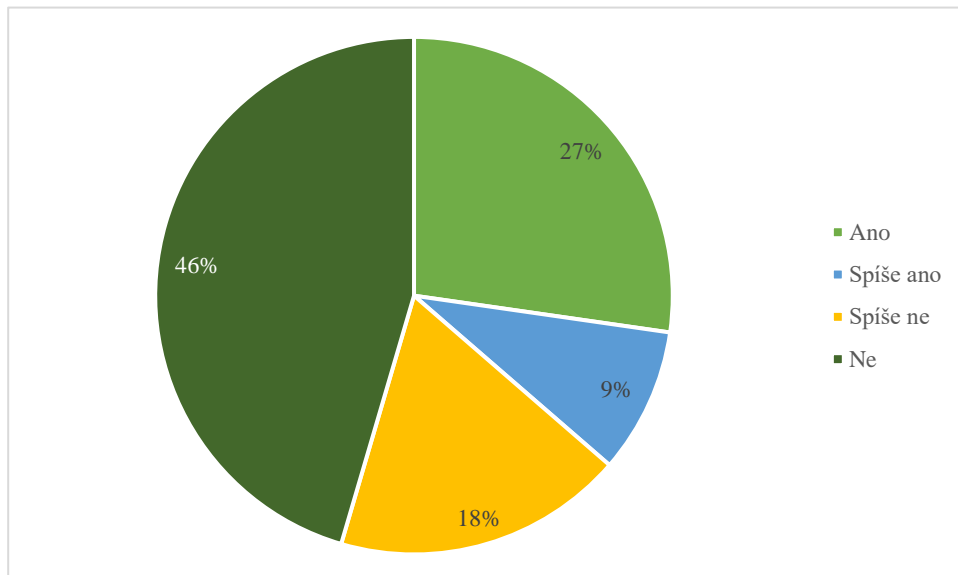


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

S jazykovou vybaveností je spojena komunikace i v psané formě. Ať už se jedná o e-mailovou komunikaci, či různé reklamy spojené s cestovním ruchem v dané oblasti. Graf č. 10 znázorňuje schopnosti respondentů psané formy cizího jazyka. Opět můžeme vidět, že respondenti si jsou v této oblasti jistí a s psanou komunikací nemají dle jejich názoru problém. Tento názor je určitě spojen s jejich jazykovou úrovní, která se prokázala být na velice dobré úrovni.

11. Zpětná vazba od turistů na jazykové schopnosti personálu cestovních kanceláří

Graf 11 - Zpětná vazba od turistů na jazykové schopnosti personálu cestovních kanceláří

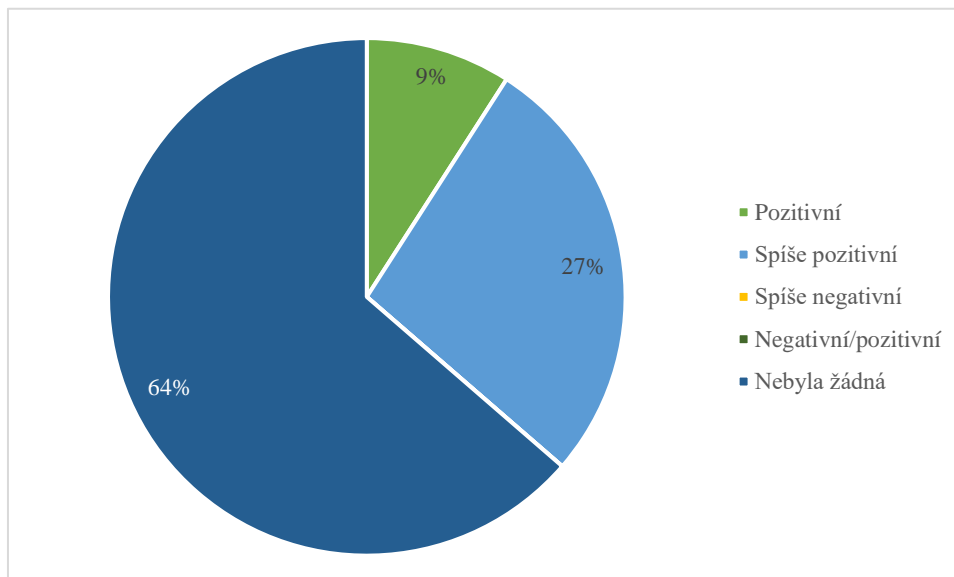


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Graf č. 11 zobrazuje odpovědi respondentů na zpětnou vazbu od turistů týkající se jejich jazykových schopností. Celkem 64 % respondentů odpovědělo, že nezískali žádnou zpětnou vazbu od turistů na jejich jazykové schopnosti, jedná se tedy o 7 respondentů z celkového počtu 11. Zbývá 4 respondenti, tedy 36 %, zpětnou vazbu na jejich jazykovou vybavenost od turistů již někdy získali.

12. Druh zpětné vazby

Graf 12 - Druh zpětné vazby

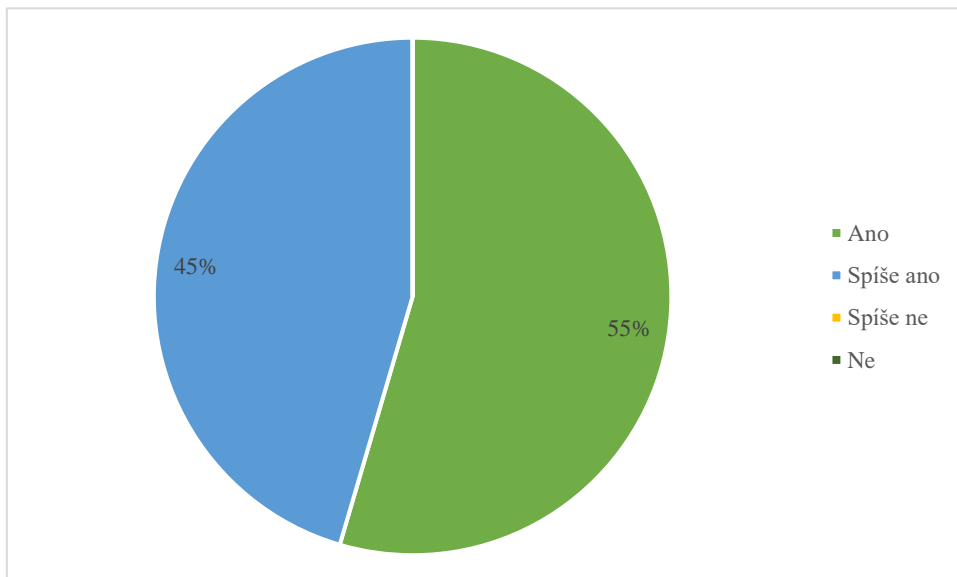


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Otázka, kterou zpracovává graf č. 12 navazuje na otázku předchozí a rozvíjí druh zpětné vazby, kterou někteří z respondentů na svou jazykovou vybavenost získali. V předchozí otázce uvedlo celkem 7 respondentů, tedy 64 %, že zpětnou vazbu nezískali žádnou a proto je zde nejzastoupenější odpovědí, že zpětná vazba nebyla žádná. Zbýlých 36 % zvolilo buď odpověď, že zpětná vazba na jejich jazykové schopnosti byla pozitivní a nebo spíše pozitivní. Tyto odpovědi potvrzují, že personál cestovních kanceláří v Sušici a v Klatovech je i dle názoru turistů, kteří jejich služby využili, velice dobře jazykově vybaven.

13. Schopnost poskytování přesných informací v cizím jazyce

Graf 13 - *Schopnost poskytování přesných informací v cizím jazyce*



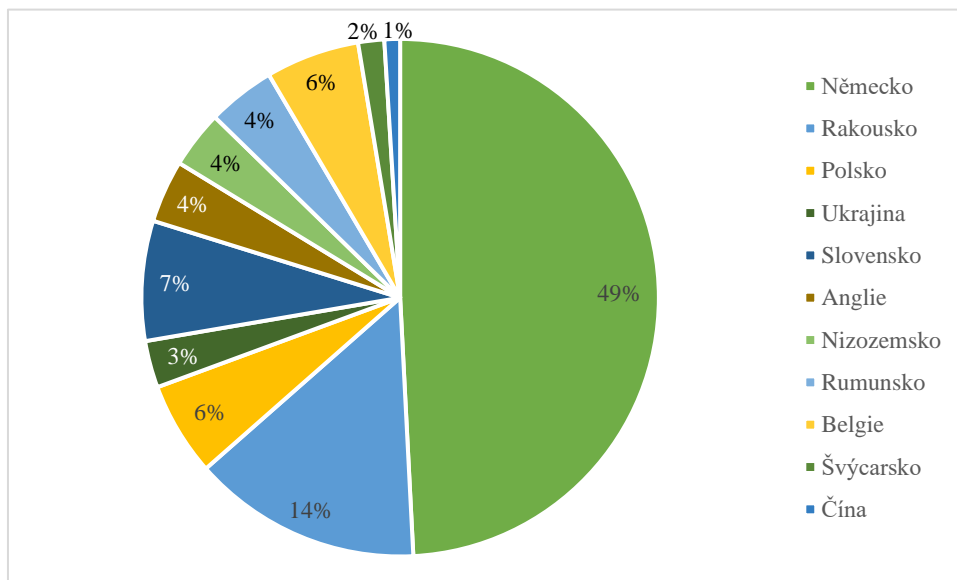
Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Graf č. 13 znázorňuje odpovědi dotazovaných respondentů na otázku, zda jsou schopni poskytovat cizincům přesné informace v cizím jazyce. I v tomto případě je patrné, že všech 11 respondentů si je svou jazykovou vybaveností jisto a jsou schopni poskytnout přesné informace turistům, kteří mluví cizím jazykem.

4.4.2 Dotazníkové šetření mezi turisty, kteří navštívili okres Klatovy

1. Struktura respondentů podle země původu

Graf 14 - Struktura respondentů podle země původu

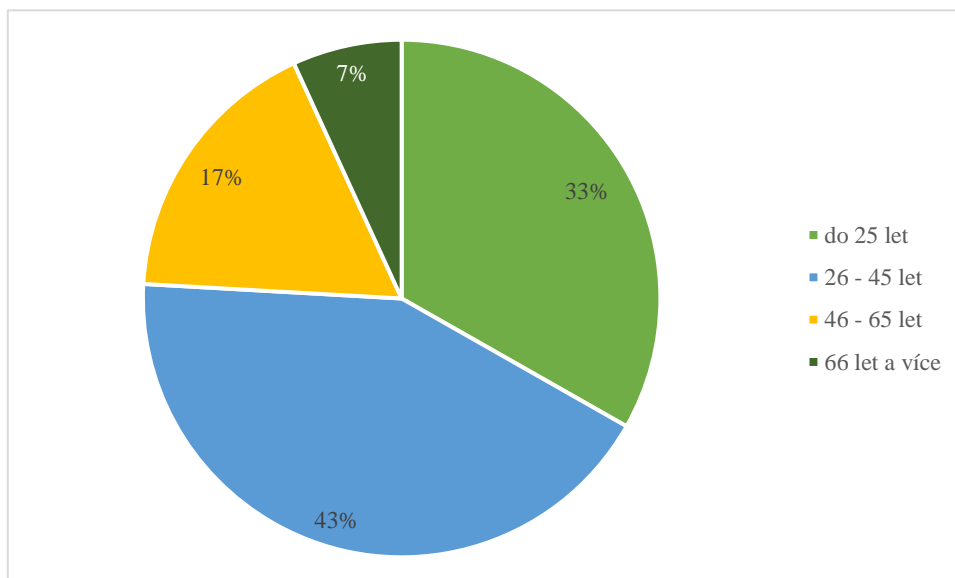


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Graf č. 14 zobrazuje strukturu respondentů podle země původu. Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 307 respondentů z 11 zemí. Nejpočetnější skupinou jsou respondenti z Německa, kteří tvoří 49 % z celkového počtu, konkrétně 151 respondentů. Jistě se jedná o nejzastoupenější skupinu návštěvníků okresu Klatovy z důvodu jeho polohy u hranic s Německem. Druhou nejpočetnější skupinu respondentů tvoří návštěvníci z Rakouska, celkem 44 respondentů, tedy 14 % z celkového počtu. Třetí nejzastoupenější skupinou turistů, kteří okres navštívili, jsou turisté ze Slovenska. Ti tvoří 7 % z celkového počtu, tj. 23 respondentů. Z Polska a Belgie vyplnilo dotazník stejný počet respondentů, konkrétně 18 z každé země a z celkového počtu tvoří obě 6 %. Dalšími zastoupenými zeměmi jsou Rumunsko se 13 respondenty, Anglie s 12 respondenty a Nizozemsko s 11 respondenty, všechny tyto země tvoří 4 % z celkového počtu 307 respondentů. 3 % pak tvoří turisté z Ukrajiny, konkrétně 9 respondentů, 2 % turisté ze Švýcarska, tj. 5 respondentů a v neposlední řadě turisté z Číny, ti vyplnili dotazník celkem 3 a tvoří tak 1 % ze všech dotazovaných.

2. Struktura respondentů podle věku

Graf 15 - Struktura respondentů podle věku

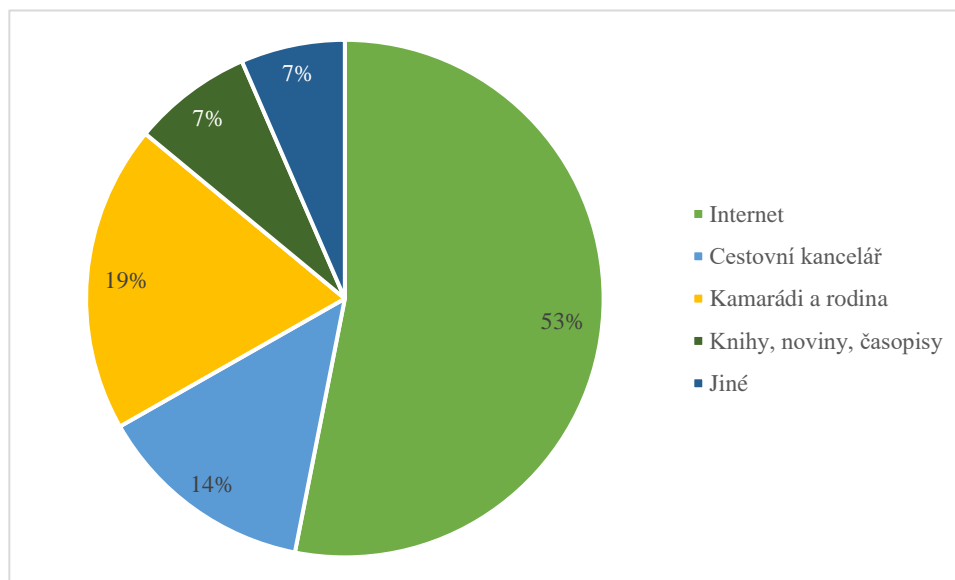


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Na grafu č. 15 můžeme vidět strukturu respondentů podle věku. Výběr odpovědí byl rozdělen do 4 kategorií – do 25 let, 26 – 45 let, 46 – 65 let a 66 let a více. Můžeme vidět, že nejpočetnější skupinu tvoří respondenti ve věkovém rozmezí 26 – 45 let, celkem 131 respondentů, tedy 43 % z celkového počtu. Druhou nejzastoupenější věkovou kategorií je ta do 25 let věku, která zaujímá celkem 33 % z celkového počtu respondentů, konkrétně 102. Věková kategorie 46 – 65 let je zastoupena v 17 %, řadí se do ní 53 respondentů a nejméně zastoupenou věkovou skupinou je věková kategorie 66 let a více, ta je tvořena 21 respondenty, tedy 7 % z celkového počtu. Z těchto výsledků můžeme říci, že nejvíce cestují lidé v mladším věku, nicméně zde může působit i faktor toho, že starší lidé nepoužívají sociální sítě ve velké míře, a proto je jejich zastoupení mezi respondenty nejmenší.

3. Zdroj povědomí turistů o okrese Klatovy

Graf 16 - Zdroj povědomí turistů o okrese Klatovy



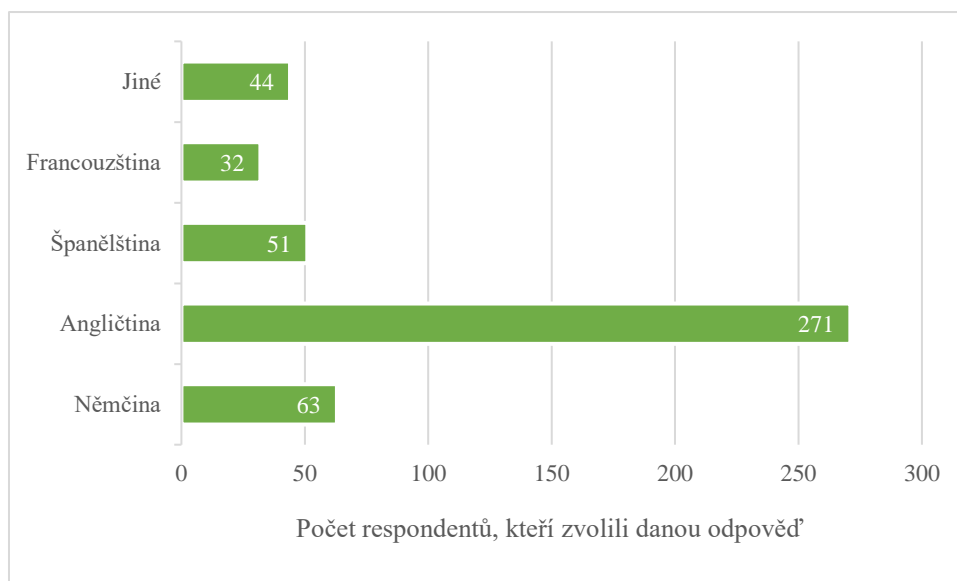
Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Třetí otázka dotazníku pro turisty v okrese Klatovy, na níž odpovědi znázorňuje graf č. 16, se zaměřovala na zdroj povědomí turistů o okrese. Tato otázka byla polouzavřená a obsahovala odpovědi: internet, cestovní kancelář, kamarádi nebo rodina, knihy, noviny, časopisy a nebo odpověď „jiné“, kam respondenti mohli vyplnit jiný zdroj informací o okrese. Z grafu je patrné, že nejzastoupenějším zdrojem, jak se turisté o okrese dozvěděli, je internet. Z celkového počtu 307 respondentů vybralo tuto možnost 163 z nich, tvoří tak 53 %. Odpověď kamarádi a rodina byla zvolena, jako druhá nejzastoupenější, celkem 59 respondenty, tj. 19 % z celkového počtu. Je tedy možné, že tato varianta představuje doporučení od turistů, kteří v minulosti okres Klatovy také navštívili a pobyt se jim líbil. Celkem 42 respondentů, tedy 14 % z celkového počtu uvedlo, že se o okrese dozvěděli přes cestovní kancelář. Zdroj povědomí z knih, novin a časopisů byl vybrán 23 respondenty, tvoří tak 7 % z celkového počtu 307. Možnost odpovědi „jiná“ vybralo 20 respondentů, kteří zároveň uvedli i konkrétní zdroj, který se lišil od možností výběru v dotazníku. Nejzastoupenější odpovědi byla televize a podcasty, poté infocentrum a návštěva jiného regionu. Při bližším zkoumání bylo zjištěno, že internetový zdroj je nejpopulárnější mezi věkovými kategoriemi do 25 let a 26 – 45 let spolu s podcastem. Oproti tomu varianty cestovní kancelář, knihy, noviny, časopis, infocentrum a návštěva jiného regionu byly

vybrány nejvíce věkovou kategorií 46 – 65 let a 66 let a více. To opět může reflektovat fakt, že informace si na internetu hledají spíše mladší věkové skupiny.

4. Jazyková vybavenost turistů, kteří okres navštívili

Graf 17 - Jazyková vybavenost turistů



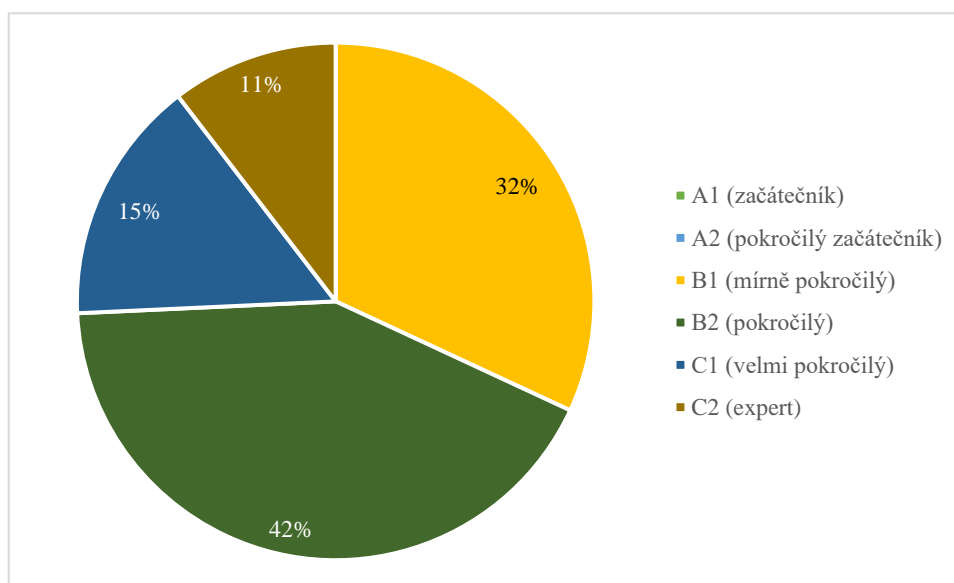
Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Graf č. 17 zobrazuje odpovědi na otázku jakými (pro ně) cizími jazyky turisté, kteří okres Klatovy navštívili, hovoří. K této otázce mohli respondenti vybrat z více než jedné odpovědi a zároveň při výběru odpovědi „jiná“ mohli uvést další jazyk, který v nabídce odpovědí nebyl, proto je v grafu znázorněn číselný počet zvolení dané odpovědi, místo procentuálního zastoupení. Anglický jazyk zvolilo jako možnost celkem 271 respondentů z celkového počtu 307. Můžeme tedy říci, že angličtina patří mezi nejpoužívanější jazyk, který ovládá téměř každý, v případě tohoto šetření se jedná o 88 % respondentů. Při bližším zkoumání bylo zjištěno, že možnost anglického jazyka nezvolili převážně respondenti z vyšších věkových kategorií a to 46 – 65 let a 66 let a více. Německý jazyk ovládá dle šetření 63 respondentů, tj. 21 % z celkového počtu. Bližší zkoumání ukázalo, že tuto možnost vybralo nejvíce respondentů z Belgie, Nizozemí, Slovenska a Polska. Lze tedy říci, že se jedná o turisty ze zemí, které s německy mluvícími zeměmi sousedí. Dalšími možnostmi odpovědi byly jazyky španělština a francouzština. Španělsky dle dotazníku hovoří 51 respondentů a francouzsky 32, zde není patrná žádná bližší souvislost například

se zemí původu respondentů nebo věkovou kategorií. Možnost „jiná“ zvolilo celkem 44 respondentů a nejvíce se zde opakovaly jazyky italština, ruština a čínština. Dle provedeného šetření bylo také zjištěno, že nejzastoupenější kombinací cizích jazyků je kombinace anglického a německého jazyka.

5. Úroveň nejlépe ovládaného cizího jazyka mezi turisty

Graf 18 - Úroveň nejlépe ovládaného cizího jazyka mezi turisty



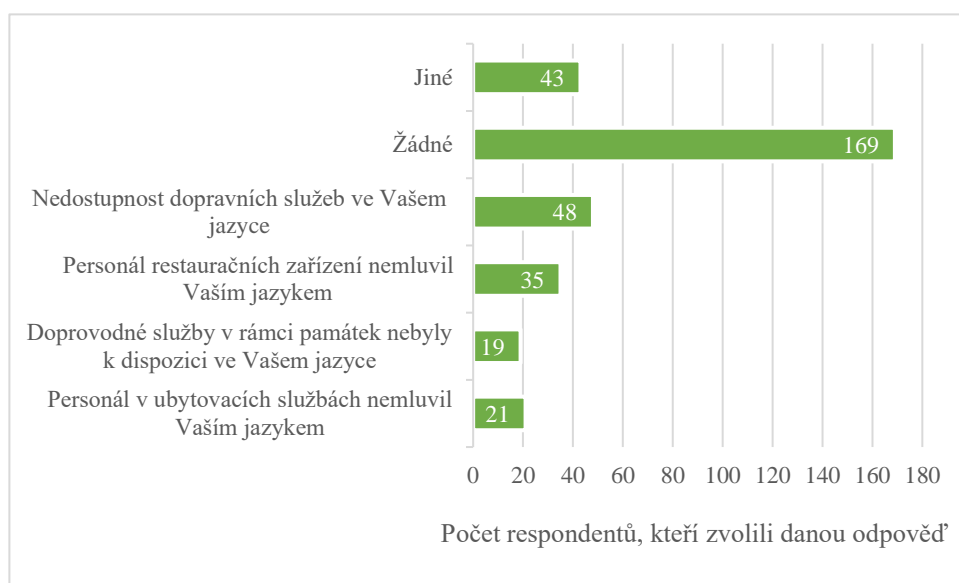
Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Na grafu č. 18 můžeme vidět odpovědi respondentů na otázku, na jaké úrovni ovládají podle nich cizí jazyk, kterým mluví nejlépe. Na výběr bylo z odpovědí A1 (začátečník), A2 (pokročilý začátečník), B1 (mírně pokročilý), B2 (pokročilý), C1 (velmi pokročilý), C2 (expert) a zvolit bylo možné pouze jednu odpověď. Úroveň B2 (pokročilý) vybralo celkem 130 respondentů, což tvoří 42 % ze všech odpovědí. Druhou nejzastoupenější odpovědí je úroveň jazyka B1 (mírně pokročilý), kterou zvolilo 98 respondentů a tvoří tak 32 % z celkového počtu. Celkem 47 respondentů uvedlo, že cizí jazyk, který podle nich ovládají nejlépe, ovládají na jazykové úrovni C1 (velmi pokročilý), tj. 15 % z celkového počtu. Zbýlých 11 % tvoří jazyková úroveň C2 (expert), kterou zvolilo 32 respondentů. Z grafu je patrné, že možnosti jazykové úrovně A1 (začátečník) a A2 (pokročilý začátečník) nevybral z respondentů nikdo. Lze říci, že jazyková vybavenost turistů je na velice dobré úrovni. Bližší zkoumání ukázalo, že možnosti C1 (velmi pokročilý)

a C2 (expert) vybrali převážně turisté z Nizozemska, Belgie, Rakouska a Německa. Zároveň byla tato odpověď zvolena nejvíce věkovou kategorií 26 – 45 let. Oproti tomu jazyková úroveň B1 je tvořena z větší části věkovou kategorií 46 – 65 let a 66 let a více.

6. Potíže v komunikaci během pobytu v okrese Klatovy

Graf 19 - Potíže v komunikaci během pobytu v okrese Klatovy



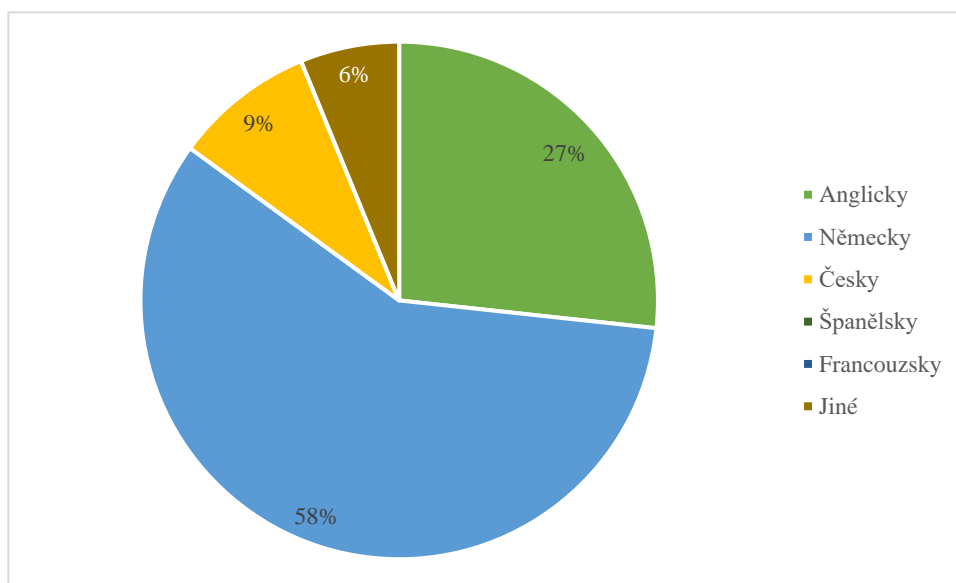
Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Otázka č. 6, znázorněna v grafu č. 19, dotazníku pro turisty se zaměřovala na potíže v komunikaci během jejich pobytu v okrese Klatovy. Jednalo se o polouzavřenou otázku, respondenti tedy mohli uvést i jiné potíže, které mezi možnostmi odpovědí nebyly uvedeny a zároveň mohli vybrat i více, proto je v grafu znázorněn číselný počet zvolení dané odpovědi, místo procentuálního zastoupení. Šetření ukázalo, že celkem 169 respondentů nemělo během jejich pobytu v okrese žádné potíže s komunikací, jedná se tedy o 55 % z celkového počtu respondentů. 48 respondentů uvedlo, že během jejich pobytu měli potíže s dostupností dopravních služeb v jazyce, kterému rozumějí, tj. 16 % z celkového počtu 307. S komunikací s personálem v restauračních zařízeních mělo problém celkem 35 respondentů, s komunikací s personálem v ubytovacích službách mělo problém 21 respondentů a doprovodné služby v rámci památek nebyly k dispozici podle 19 respondentů. Možnost „jiné“ vybralo celkem 43 respondentů, kteří zároveň uvedli jaké konkrétní potíže v komunikaci měli. Odpovědi, které zde respondenti uvedli, byly následující: obyvatelé

regionu nemluvil jazykem, kterému rozumím a kterým hovořím, lékaři v nemocnici a zaměstnanci v lékárnách nemluví jazykem, kterému rozumím a kterým hovořím a dále byly problémy v komunikaci v pekárně, v baru, v bazénu, ve wellness a nebo i v kostele. Bližší zkoumání neprokázalo žádné souvislosti například se zemí původu, věkem či jazykovou vybaveností turistů.

7. Nejčastěji zvolený jazyk pro komunikaci s personálem

Graf 20 - Nejčastěji zvolený jazyk pro komunikaci s personálem



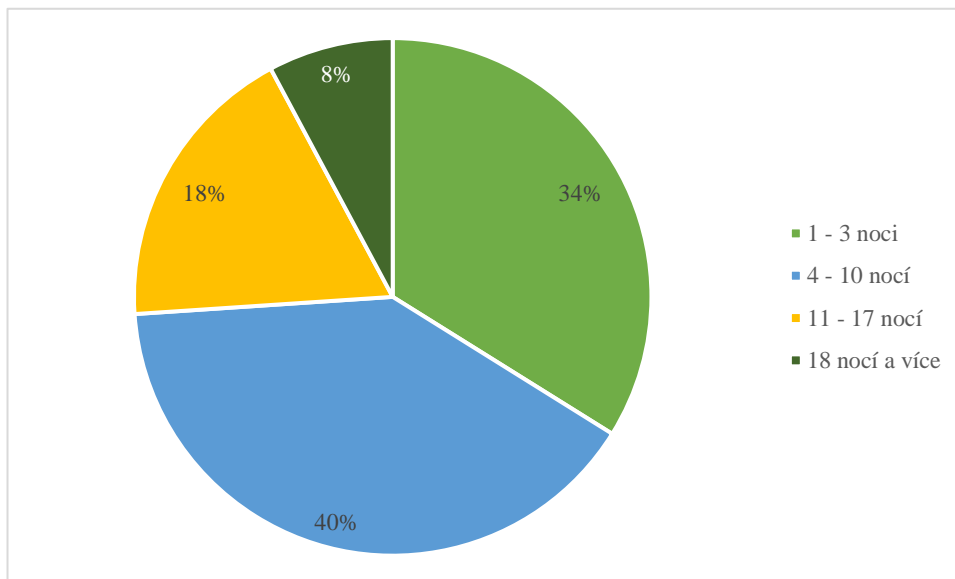
Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Graf č. 20 znázorňuje odpovědi na otázku týkající se nejčastěji používaného jazyka s personálem při návštěvě okresu Klatovy. Na výběr bylo celkem ze šesti možností, včetně odpovědi „jiné“, kam mohli respondenti uvádět jazyk, který nebyl uveden v nabídce odpovědí. Z grafu je patrné, že možnosti komunikace ve španělštině a francouzštině nevybral žádný z respondentů. Oproti tomu nejčastěji používaný jazyk při komunikaci turistů s personálem, během jejich pobytu v okrese Klatovy, je němčina. Tuto možnost uvedlo 179 respondentů z celkového počtu 307, což je 58 % a bližší zkoumání prokázalo, že tuto možnost zvolili primárně turisté z Německa a Rakouska. Anglicky se s personálem dorozumívalo 82 respondentů, tj. 27 % z celkového počtu a možnost komunikace v češtině zvolilo 27 respondentů, tedy 9 %. Tuto možnost zvolili všichni respondenti, kteří pocházejí ze Slovenska a k tomu 4 respondenti z Polska. Možnost „jiné“ vybralo celkem 19

respondentů, ti uvedli, že se s personálem dorozumívali kombinací polštiny a češtiny a ukrajinsky.

8. Počet nocí strávených v okrese Klatovy při jeho návštěvě

Graf 21 - Počet nocí strávených v okrese Klatovy při jeho návštěvě

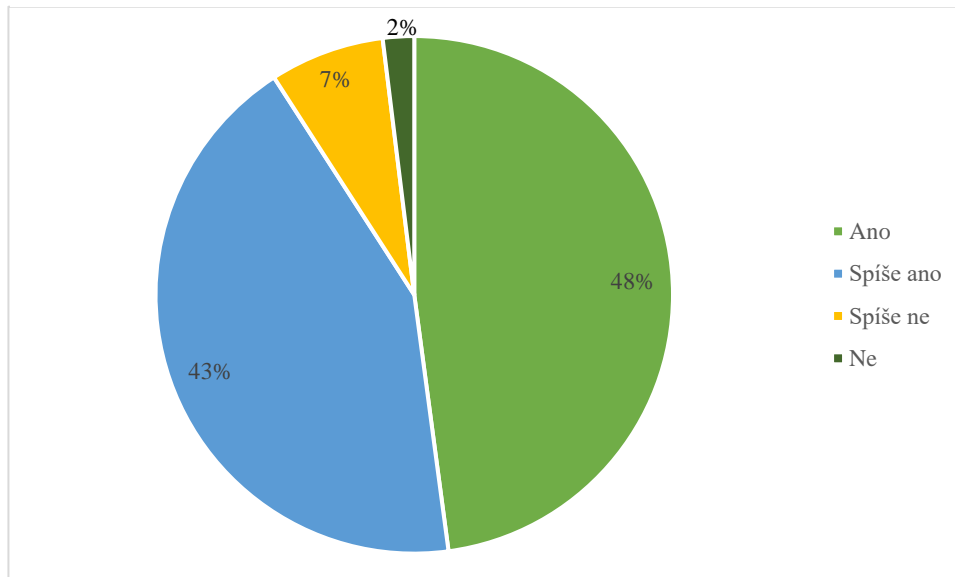


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Na grafu č. 21 je zpracována otázka, která byla zaměřena na počet nocí, který turisté v okrese Klatovy strávili. Na výběr bylo ze 4 možností a to: 1 – 3 noci, 4 – 10 nocí, 11 – 17 nocí a 18 nocí a více. Z dotazníku vyplývá, že nejčastěji navštěvují turisté okres na 4 – 10 nocí. Tuto možnost zvolilo 123 respondentů z celkového počtu 307. Může se jednat o pobyty na prodloužený víkend nebo na týden. Tuto možnost, společně s možností délky pobytu na 1 – 3 noci, kterou vybralo 104 respondentů, zvolili primárně ti z Německa a Rakouska. Vzhledem k tomu, že mají právě oni ze všech respondentů okres nejblíže, je možné, že volí jeho návštěvu na kratší dobu, ale častěji. Délku pobytu 11 – 17 nocí zvolilo 56 respondentů, což činí 18 % z celkového počtu. Zbýlých 8 % tvoří délka pobytu 18 nocí a více. Tuto možnost zvolili všichni respondenti z Číny a Švýcarska a někteří z Anglie a Rumunska. Můžeme tedy říci, že zde zůstávají déle turisté, kteří cestují z větší dálky.

9. Dostupnost informací o okrese Klatovy

Graf 22 - Dostupnost informací o okrese Klatovy

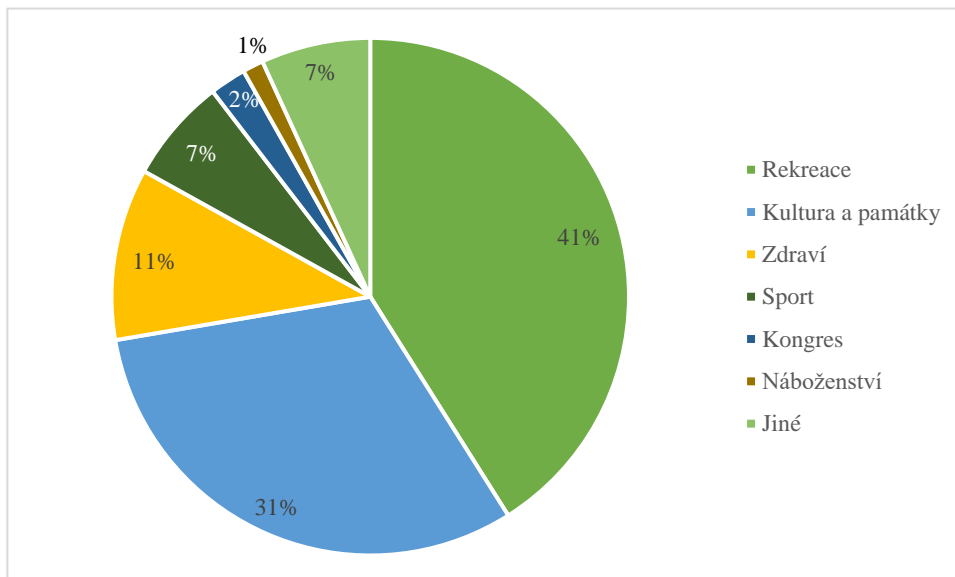


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Graf č. 22 znázorňuje odpovědi na otázku, která se zaměřovala na dostupnost informací o turistických atrakcích a službách v okrese Klatovy v jazyce, kterému turisté rozumějí. Celkem 91 % respondentů uvedlo, že informace, které potřebovali ke svému pobytu nebo během něj, bylo snadné získat a byly dostupné v jazyce, kterému rozumějí. Zbýlých 9 % respondentů odpovědělo, že měli problém se získáním potřebných informací k jejich pobytu. Bližší zkoumání ukázalo, že tito lidé zároveň uvedli v otázce č. 6 problémy s dostupností dopravních služeb v jejich jazyce.

10. Účel návštěvy okresu Klatovy

Graf 23 - Účel návštěvy okresu Klatovy

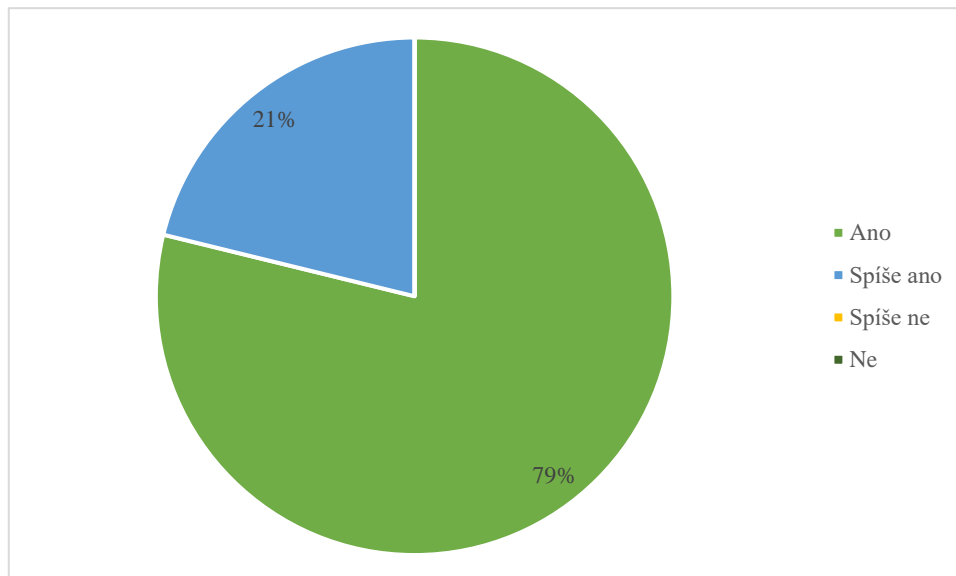


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Graf č. 23 shrnuje odpovědi na otázku týkající se účelu návštěvy okresu Klatovy. Na tuto otázku bylo na výběr ze 7 možností odpovědí, včetně možnosti „jiné“, kam opět mohli respondenti uvést odpověď, kterou nenašli v již připravených možnostech. Nejvíce respondentů uvedlo, že okres navštívili za účelem rekreace. Tato skupina je tvořena 126 respondenty, tj. 41 % z celkového počtu 307. Za kulturou a památkami přijelo do okresu Klatovy celkem 96 respondentů, tedy 31 % ze všech, kteří dotazník vyplnili. Zdraví bylo účelem návštěvy pro 33 respondentů, sport pro 20 a kongres pro 7. Celkem zde byli 4 respondenti, kteří uvedli jako účel své návštěvy náboženství. Možnost výběru „jiná“ byla zvolena 21 respondenty, kteří zároveň uvedli jejich důvod návštěvy okresu. Zde se opakovaly odpovědi jako rodina, příbuzní, přátelé a nebo škola. Školu uvedli respondenti, kteří pocházeli z Německa, je tedy možné, že zde využívali partnerství mezi českými a německými školami.

11. Doporučení okresu Klatovy jako turistické destinace

Graf 24 - Doporučení okresu Klatovy jako turistické destinace

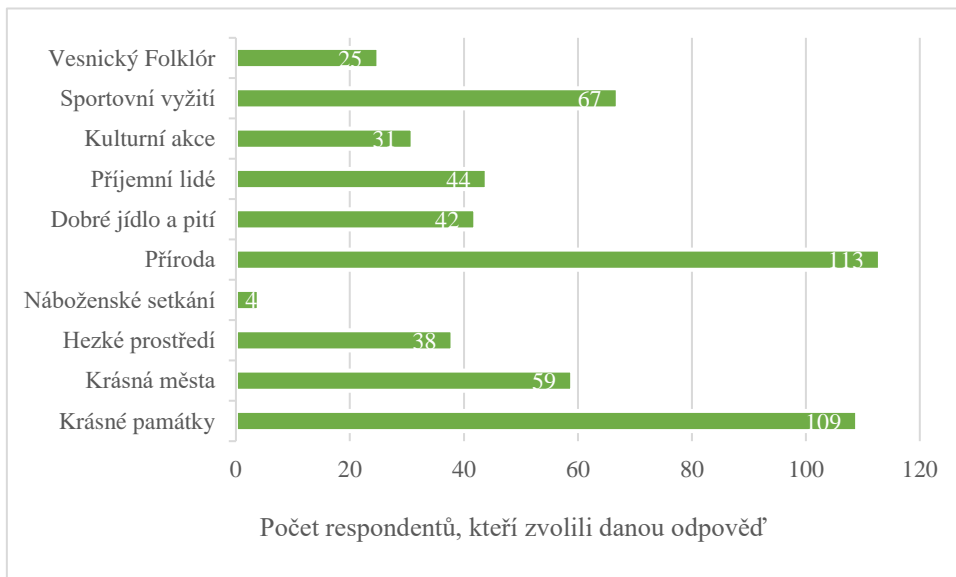


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Otázka č. 11, kterou zobrazuje graf č. 24, se ptala respondentů, zda by doporučili návštěvu okresu Klatovy jako turistické destinace svým přátelům nebo své rodině. Jednalo se o uzavřenou otázku, na kterou bylo na výběr ze 4 možností – Ano, Spíše ano, Spíše ne a Ne. Žádný z respondentů ne zvolil možnosti spíše ne a ne, což dokazuje, že všichni, kteří dotazník vyplnili, byli se svou návštěvou spokojeni a ani potíže při komunikaci nebo nedostupnost potřebných informací, je neodradila. 100 % respondentů by okres Klatovy doporučilo jako turistickou destinaci.

12. Důvod odpovědi na předchozí otázku

Graf 25 - Odůvodnění odpovědi na předchozí otázku



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Graf č. 25 rozvíjí předchozí otázku č. 11, která byla zaměřena na to, zda by respondenti doporučili návštěvu okresu Klatovy své rodině nebo přátelům. Tato otázka byla otevřená, turisté tedy vypisovali důvody doporučení návštěvy okresu Klatovy sami, proto je v grafu znázorněn číselný počet vypsání dané odpovědi, místo procentuálního zastoupení. Protože byla předchozí otázka ze 100 % zodpovězena pozitivně, všechny odpovědi uvedeny v této otázce jsou také pozitivního charakteru. Nejvíce zaujala turisty, kteří okres navštívili, příroda. Tuto odpověď uvedlo celkem 113 respondentů. Další nejčetnější odpovědi byly krásné památky, které se na území okresu nacházejí, to bylo uvedeno celkem 109 respondenty. Další uvedené důvody pozitivní zpětné vazby na okres byly: sportovní vyžití, krásná města, příjemní lidé, dobré jídlo a pití, hezké prostředí, kulturní akce, vesnický folklór a náboženské setkání.

4.5 Shrnutí dotazníkových šetření

4.5.1 Dotazníkové šetření mezi personálem cestovních kanceláří

První provedené dotazníkové šetření probíhalo mezi zaměstnanci cestovních kanceláří v Sušici a Klatovech. Jak již bylo zmíněno v popisu metod shromažďování dat, tento dotazník vyplnilo celkem 11 respondentů.

Dvě prvotní otázky dotazníkového šetření byly zaměřeny na klasifikaci respondentů – jejich věk a nejvyšší dosažené vzdělání. Z těchto dvou otázek lze říci, že průměrný respondent je ve věku 26 – 45 let s dokončeným vysokoškolským vzděláním.

Další otázky se zaměřují na samotnou jazykovou vybavenost personálu a komunikaci s turisty, kteří mluví cizím jazykem. Z dotazníku je patrné, že všichni zaměstnanci zkoumaných cestovních kanceláří ovládají psanou formu jazyka, ale i hovoří plynule minimálně jedním cizím jazykem a to na velice dobré úrovni, ta je pro průměrného respondenta dle šetření B2 (pokročilý) a majoritní většina zaměstnanců nemusela za své působení v cestovní kanceláři využít ani jednu službu překladatele nebo překladatele. Všichni zaměstnanci zkoumaných cestovních kanceláří mluví anglicky a druhým nejzastoupenějším cizím jazykem je němčina, což je jistě spojeno s faktem, že okres sousedí s Německem. Znalost alespoň jednoho cizího jazyka je tedy pro práci v cestovním ruchu jistě důležitá.

Závěr dotazníku byl směřován na zpětnou vazbu od turistů na jazykové schopnosti zaměstnanců zkoumaných cestovních kanceláří. Bohužel většina pracovníků během svého působení v cestovní kanceláři nezískala od cizinců zpětnou vazbu na své jazykové schopnosti. Je zde ale minoritní část, která se se zpětnou vazbou od cizinců setkala. Tato zpětná vazba byla ve všech případech pozitivní, což nám potvrzuje velice dobrou jazykovou vybavenost personálu cestovních kanceláří v Klatovech a v Sušici.

4.5.2 Dotazníkové šetření mezi turisty, kteří navštívili okres Klatovy

Druhé dotazníkové šetření bylo zaměřeno na turisty ze zahraničí, kteří navštívili okres Klatovy. Tohoto šetření se zúčastnilo celkem 307 respondentů.

První dvě otázky byly i jako v předchozím případě dotazníkového šetření zaměřeny na klasifikaci respondentů – zemi jejich původu a jejich věk. Dotazník vyplnili cizinci

celkem z 11 zemí, nejpočetnější skupinu zde tvoří turisté z Německa. Co se týče věku, průměrný respondent je ve věkové kategorii 26 – 45 let.

Majoritní většina turistů, kteří navštívili okres Klatovy se o jeho existenci a zajímavosti dozvěděla skrze internet. Jedná se o nejrozšířenější zdroj informací pro mladší věkovou kategorii, naopak pro starší turisty slouží jako zdroj povědomí spíše cestovní kanceláře, knihy, noviny, časopisy nebo infocentra.

Následující otázky v dotazníku se již zaměřily na samotnou jazykovou vybavenost turistů a jejich komunikaci s personálem nebo samotnými obyvateli okresu během jejich pobytu v okrese Klatovy. Drtivá většina turistů hovoří anglicky bez ohledu na zemi původu, což opět charakterizuje anglický jazyk jako „univerzální“ a jeho znalost a využívání je celosvětové. I když je ale angličtina nejrozšířenějším jazykem, z dotazníku vyplývá, že nejvíce turistů komunikovalo s personálem během jejich pobytu v okrese Klatovy německy. Úroveň nejlépe ovládaného jazyka průměrného respondenta je B2 (pokročilý), můžeme tedy říci, že jazyková vybavenost turistů je také velice kvalitní.

Pobyt v okrese Klatovy se ze šetření zdá být z hlediska komunikace v cizím jazyce s personálem nebo obyvateli okresu z větší části bezproblémový, nicméně šetření ukázalo, že může docházet ke špatné komunikaci s personálem restauračních zařízení nebo v ubytovacích službách. Zároveň může být problém v dostupnosti některých dopravních služeb v cizím jazyce či dokonce zdravotní péče. Oproti tomu dostupnost informací v cizím jazyce o okrese je podle dotazníkového šetření snadná.

Okres Klatovy je navštěvován turisty ze zahraničí za různými účely, nejčastěji však za účelem rekreace, kultury a návštěvou památek. Nabízí spoustu krás a atrakcí a proto může zaujmout široký okruh potenciálních návštěvníků. Na základě toho je doporučován jako turistická destinace všemi turisty, kteří jej navštívili, hlavně díky jeho památkám, přírodě, sportovnímu vyžití, které nabízí, či díky prostředí nebo vesnickému folklóru.

4.6 SWOT analýza okresu Klatovy

V následující tabulce č. 12 byla provedena SWOT analýza okresu Klatovy, kdy hlavním účelem zpracování je shrnutí silných a slabých stránek okresu a současně detekce příležitostí a hrozeb pro dané území.

Tabulka 12 - SWOT analýza okresu Klatovy

Silné stránky	Slabé stránky
Geografická poloha regionu - Šumava - hranice s Německem	Dopravní obslužnost - špatný stav komunikací - nízká koncentrace železničních sítí
Příroda - národní park Šumava - chráněná krajinná oblast Šumava - maloplošná chráněná území - přírodní rezervace - národní přírodní památky	Služby v cizím jazyce - omezené dopravní služby v cizím jazyce - nízká jazyková vybavenost lékařů a lékárníků
Památky - hrady - zámky	Nízká hustota zalidnění - delší vzdálenost ke službám pro obyvatele regionu
Přeshraniční zaměstnanost	Přeshraniční zaměstnanost - odliv pracovní síly z ČR - ztráta pracovního potenciálu
Příležitosti	Hrozby
Prostředky z fondů EU, dotace	Přírodní a živelné katastrofy
Spolupráce se zahraničními regiony	Vyšší atraktivita konkurenčních destinací
Zlepšování kvality a dostupnosti infrastruktury	Závislost pouze na městských zdrojích
Podpora podnikání v oblasti cestovního ruchu	Podfinancovaná obnova kulturního dědictví
Pořádání koncertů na kulturně-historických památkách	Zvyšování průmyslu, způsobený zhoršující stav životního prostředí
Podpora agroturistiky	

Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

4.6.1 Silné stránky

Mezi silné stránky zařazuje autorka práce geografickou polohu okresu Klatovy, ten se nachází na území hranice s Německem a může tak využívat možnosti česko-bavorského příhraničí a zároveň je nejčastěji volen jako turistická destinace právě turisty z Německa. Přeshraniční zaměstnanost je další možností využití potencionálu polohy okresu – jsou zde mnohé příležitosti pro mezinárodní spolupráci a vytváření pracovních míst pro obyvatele okresu.

Příroda patří mezi další silné stránky regionu, zahrnuje národní park Šumava, chráněnou krajinnou oblast Šumava, maloplošná chráněná území, přírodní rezervace a národní přírodní památky. Tyto oblasti poskytují mnoho možností pro turistiku, cykloturistiku, lyžování a další outdoorové aktivity.

Vynechat nelze ale ani památky, které okres nabízí a jsou jeho další silnou stránkou. Nachází se zde mnoho historických hradů a zámků, které jsou důležitými kulturními památkami a turistickými atrakcemi.

4.6.2 Slabé stránky

Mezi slabé stránky okresu Klatovy zařazuje autorka práce dopravní obslužnost na jeho území. Jedná se konkrétně o špatný stav komunikací a nízkou koncentraci železnic, což má za následek horší dostupnost center Šumavy.

Další slabou stránkou jsou některé služby v cizím jazyce. Jedná se převážně o omezenou dostupnost dopravních služeb v cizím jazyce a nízkou jazykovou vybavenost lékařů a lékárníků.

Dále uvedené slabé stránky jsou: nízká hustota zalidnění a přeshraniční zaměstnanost, která způsobuje odliv pracovní síly z České republiky a tím dochází i ke ztrátě pracovního potenciálu.

4.6.3 Příležitosti

Do části příležitostí autorka zařazuje využívání prostředků fondů EU a dotací, které lze použít například na opravy komunikací nebo na rozšíření železniční sítě v rámci okresu a dojde tak ke zlepšení kvality a dostupnosti infrastruktury.

Příležitostí pro region by mohla být i spolupráce s dalšími zahraničními regiony, kde by došlo k propojení vzdělávání a dalších příhodných možností.

Dalšími příležitostmi jsou podle autorky: podpora podnikání v oblasti cestovního ruchu, pořádání koncertů na kulturně-historických památkách a podpora agroturistiky.

4.6.4 Hrozby

Do podkapitoly hrozeb zařazuje autorka potenciální přírodní a živelné katastrofy. Téma změny klimatu je stále aktuálnější, proto by měl okres Klatovy věnovat pozornost i těmto hrozbám, které z větší části nemůže ovlivnit, ale může na ně být připraven.

Dalšími hrozbami mohou být: vyšší atraktivita konkurenčních destinací pro turisty a v důsledku toho menší zájem o okres Klatovy, závislost území pouze na městských zdrojích, podfinancovaná obnova kulturního dědictví a zhoršující stav životního prostředí v případě zvyšování průmyslu.

4.6.5 Návrhy na zlepšení

Na základě provedené SWOT analýzy, která shrnuje silné a slabé stránky okresu a zároveň jeho příležitosti a hrozby můžeme sestavit návrhy na zlepšení stávající socioekonomické situace.

Jak již bylo zmíněno v dopravní situaci okresu Klatovy, stav silnic není úplně v dobrém stavu, proto by se měl okres zaměřit na zlepšení stavu komunikací. To by jistě zpříjemnilo cestování po okrese a zároveň by bylo docíleno zvýšení dostupnosti služeb. Společně se zlepšením stavu komunikací by bylo dobré se zaměřit i na zvýšení koncentrace železničních sítí, například v rámci nejnavštěvovanějších míst Šumavy. Ke zlepšení této situace by mohl okres využít prostředků z fondů EU a dotací k investicím do infrastruktury.

Dále by se mohl okres zaměřit na podporu podnikání v oblasti cestovního ruchu. Okres má výhodnou polohu a nabízí spoustu turistických atrakcí, hlavně v oblasti památek a přírodních krás. Podpora podnikání v oblasti cestovního ruchu by pomohla vytvořit nová pracovní místa a zvýšit tak příjmy regionu.

Nové příležitosti pro rozvoj regionu by se týkaly oblasti agroturistiky. Okres Klatovy má bohatou zemědělskou krajinu a agroturistika by mohla představovat novou příležitost pro jeho rozvoj. Zároveň by se věnovala pozornost diverzifikaci hospodářství, díky čemuž

by mohlo dojít k menší závislosti na městských zdrojích a minimalizoval by se dopad průmyslu na životní prostředí.

Co se týče jazykové vybavenosti personálu na území okresu, měla by být věnována pozornost hlavně zlepšení v oblasti jazykové vybavenosti lékařů a zdravotního personálu, zaměřená zejména na dorozumění se se zahraničními pacienty. Lékařům by okres poskytl kurzy ve zvoleném jazyce, zaměřené právě na lékařskou terminologii. Následně je potřeba lepší dostupnost dopravních služeb v cizím jazyce.

V neposlední řadě by mohl region věnovat pozornost pořádání více kulturních akcí na památkách. Spojení koncertů nebo divadelních představení a hradů a zámků by mohlo být atraktivní pro širokou skupinu potenciálních turistů a díky tomu by došlo i k vyšší návštěvnosti historických památek. Díky tomu by se zvýšily příjmy na opravy historických budov.

V rámci hrozeb spojených s počasím a aktuálními klimatickými změnami by měl okres Klatovy vypracovat odpovídající plán na prevenci přírodních a živelných katastrof a zvýšení finančních prostředků na obnovu kulturního dědictví, aby se minimalizovaly negativní dopady těchto hrozeb.

5 Výsledky a diskuze

Cestovní ruch je součástí moderní společnosti a postupem času jeho význam čím dál tím víc roste. Jeho nedílnou součástí je i znalost jazyků, která velice ulehčuje proces prozkoumávání všech koutů světa a zároveň dává společnosti spoustu možností.

Cílem provedených dotazníkových šetření bylo zjistit jazykovou vybavenost pracovníků cestovních kanceláří v okrese Klatovy a turistů, kteří okres navštívili. Šetření prokázalo, že co se týče jazykové vybavenosti personálu cestovních kanceláří, zde není problém v komunikaci v cizím jazyce jak v psané, tak ani v mluvené formě a všichni jsou schopni poskytovat cizincům přené informace v cizím jazyce. O tom vypovídá i zpětná vazba, která byla pracovníkům v cestovních kancelářích od turistů hovořících cizím jazykem poskytnuta. Zpětná vazba byla bohužel poskytnuta jen v několika málo případech, nicméně byla pokaždé pozitivní a neodkazovala se na žádný problém v oblasti komunikace. I samotní pracovníci si jsou svou jazykovou vybaveností poměrně jisti, neboť z výsledků šetření plyne, že průměrný respondent ovládá cizí jazyk na úrovni B2 (pokročilý) a současně při své práci majoritní většina respondentů nemusela využít překladáč nebo překladatele. Zároveň všichni z dotazovaných ovládají více než jeden cizí jazyk. Angličtina, která obecně patří k nejpoužívanějším jazykům, je i v tomto případě nejvíce rozšířená mezi respondenty, ovládají ji všichni. K anglickému jazyku ještě každý z respondentů ovládá druhý cizí jazyk, nejčastěji německý. Vzhledem k poloze okresu Klatovy se dá předpokládat, že nejvíce návštěvníků bude z Německa, proto je znalost němčiny jistě důležitá. Dotazníkové šetření také odhalilo znalosti ruského a španělského jazyka u některých pracovníků cestovních kanceláří. I když se věková struktura respondentů pohybuje skoro ve všech věkových kategoriích, od věkové kategorie do 25 let až po kategorii 46 – 65 let, znalost cizích jazyků je napříč všemi na stejné, velice dobré, úrovni.

Dotazníkové šetření mezi turisty ukázalo, že okres Klatovy nejvíce navštěvují obyvatelé Německa za účelem rekreace, nejčastěji na 4 – 10 nocí. Pravděpodobně se jedná o prodloužené víkendy na území okresu spojené s poznáváním přírody a památek, kterými region disponuje a zároveň není pro turisty z Německa daleko. Co se týče všech respondentů, kteří okres v minulosti navštívili, drtivá většina z nich se o jeho existenci dozvěděla skrze internet, může se jednat o různé facebookové skupiny, věnované cestovnímu ruchu či reklamy na okres Klatovy, za účelem přilákání více návštěvníků ze zahraničí. Zároveň zde

dle výsledků dotazníkového šetření probíhá i doporučení dané lokality přátelům a rodině. Všichni z respondentů by region doporučili jako turistickou destinaci právě díky přírodě, památkám, krásným městům, nebo také díky sportovnímu vyžití, které okres nabízí či díky kulturním akcím a dokonce i vesnickému folklóru.

Vzhledem k tomu, že okres Klatovy nejvíce navštěvují turisté z Německa, odráží se to i v komunikaci s personálem na celém území regionu a v různých odvětvích služeb. Nejčastěji používaný jazyk pro komunikaci s personálem je tedy němčina, využívaná dokonce dvakrát více, než angličtina. Můžeme ale říci, že personál ve službách na území okresu Klatovy je jazykově dobře vybaven, jelikož majoritní většina respondentů během jejich pobytu v regionu neměla žádné problémy při komunikaci. Pokud nějaký komunikační šum nastal, bylo to nejčastěji při komunikaci s lékaři v nemocnici nebo s pracovníky v lékárnách, pak se také jednalo o nedostupnost dopravních služeb v cizím jazyce.

I mezi turisty, kteří navštívili okres Klatovy, byla zkoumána jazyková vybavenost. Drtivá většina z nich ovládá právě anglický jazyk, který je v dnešní době velice světově rozšířený. Dalšími rozšířenými jazyky mezi respondenty jsou španělština, francouzština, italština a ruština. Obecně jazyková vybavenost turistů, kteří se šetření zúčastnili, je na velice dobré úrovni, nejčastěji na jazykové úrovni B2 (pokročilý).

Můžeme říci, že studium cizích jazyků není podceňováno ani na lokální úrovni v okrese Klatovy, ani v zahraničí. Služby v cestovním ruchu jsou bez větších problémů poskytovány i turistům, kteří nehovoří česky a ti i díky tomu doporučují návštěvu regionu své rodině a přátelům. Přírodní krásy, památky a prostředí okresu Klatovy jsou významnými důvody pro jeho návštěvu a mohou to být i důvody k tomu, aby se turisté do dané lokality rádi vraceli.

Po analýze okresu Klatovy a dotazníkovém šetření byla provedena také SWOT analýza, která byla zaměřena na silné a slabé stránky okresu a jeho příležitosti a hrozby. Okres by se měl zaměřit na stav silnic, který není obecně v dobrém stavu a zároveň na zvýšení koncentrace železničních sítí, které ve spoustě významných destinacích regionu chybí. Využít k tomu může například prostředky z fondů EU a dotací k investicím do infrastruktury. Pomocí toho by bylo docíleno příjemnějšího cestování v rámci okresu a zvýšení dostupnosti některých služeb. Díky poloze okresu a spoustě turistických atrakcí by se posílila podpora podnikání v oblasti cestovního ruchu, což by pomohlo k vytvoření nových pracovních míst a tím ke zvýšení příjmů regionu. Zároveň by mohla pro region

představovat nové příležitosti oblast agroturistiky a zaměření na hospodářství, díky čemuž by mohlo dojít k menší závislosti na městských zdrojích.

Jak již vyplynulo z dotazníkového šetření, pozornost by měla být věnována jazykovým dovednostem personálu v lékařských zařízeních, například pomocí kurzů v cizím jazyce, které jsou zaměřeny na lékařskou terminologii. Souběžně by se měl region zaměřit na zlepšení dostupnosti dopravních služeb v cizím jazyce, kde by došlo k revizi jízdních řádů a jejich překladu do více cizích jazyků, zejména němčiny a angličtiny.

Dále atraktivitě regionu napomůže pořádání kulturních akcí na místních hradech a zámcích, například koncerty či divadelní představení. To by přilákalo více turistů a příjmy z těchto akcí by mohly být použity na renovaci daných památek.

Díky výše zmíněným návrhům na zlepšení, které odrážejí dotazníková šetření a SWOT analýzu okresu Klatovy by mělo být docíleno zlepšení socioekonomické situace regionu, zároveň lepšího prožití jeho návštěvy a v neposlední řadě zvýšení jeho návštěvnosti zejména zahraničními turisty.

6 Závěr

Hlavním cílem diplomové práce bylo zhodnocení cestovního ruchu v Plzeňském kraji a zjištění stavu jazykové vybavenosti personálu cestovních kanceláří a turistů, kteří kraj navštěvují, zejména tedy okres Klatovy.

Dotazníková šetření prokázala velice dobrou znalost cizích jazyků jak mezi pracovníky cestovních kanceláří v Klatovech a v Sušici, tak mezi personálem ve službách obecně i mezi turisty ze zahraničí, kteří okres navštívili. Tato tvrzení byla potvrzena zpětnou vazbou turistů na jazykovou vybavenost personálu cestovních kanceláří a tím, že turisté uváděli minimální problémy při komunikaci v cizím jazyce během jejich pobytu na území regionu.

Na základě dotazníkových šetření a analýzy samotného okresu Klatovy byla provedena SWOT analýza, díky které byla stanovena vhodná doporučení pro region z hlediska cestovního ruchu. Obecně by se měl okres zaměřit na zlepšení stavu komunikací a železnic, aby tím přispěl k lepší dostupnosti služeb a atrakcí kraje a také ke kvalitnějšímu cestování po regionu. Pro zvýšení příjmů by se měl region zaměřit na podporu podnikání v cestovním ruchu, nové příležitosti v oblasti agroturistiky nebo diverzifikaci hospodářství, díky čemuž by došlo k menší závislosti na městských zdrojích a možné pořádání kulturních akcí na místních hradech a zámcích.

V oblasti jazykové vzdělanosti by měl okres směřovat svou pozornost na oblast zdravotnictví, kde nejsou služby v cizím jazyce úplnou samozřejmostí. Také by bylo vhodné provést rozšíření jízdních řádů a jejich překladu do vybraných jazyků, zejména angličtiny a němčiny.

7 Seznam použitých zdrojů

Literární zdroje

BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.

COOPER, Chris, John FLETCHER, Alan FYALL, David GILBERT a Stephen WANHILL. *Tourism: Principles and Practice*. 4. vyd. Harlow: Prentice-Hall, 2008, xxix, 704 s. ISBN 978-0-273-71126-1.

ČERNÝ, Vladimír a KIDLESOVÁ, Simona. *Průvodce – Hrady, zámky, zříceniny*. 1.vyd. SW Travel, v. o. s., 2007. 367 s. ISBN 978-80-254-0336-5

DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. Třetí, upravené vydání. Praha: Fortuna, 2019. ISBN 978-80-7373-151-9.

EBERLE, Jakub, 2014. *Česko-bavorské vztahy 2008-2014: Skutečně dobré sousedství?*. Asociace pro mezinárodní otázky.

FORET, Miroslav. *Cestovní ruch v regionálním rozvoji: Tourism in regional development*. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2014. ISBN 978-80-7509-051-5.

FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2001. Manažer. ISBN 80-247-0207-X.

FORET, Miroslav a Jana TURČÍNKOVÁ. *Cestovní ruch*. Vyd. 1. V Brně: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 2005. ISBN 80-7157-838-x.

GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2.

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.

HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012. ISBN 978-80-210-5847-7.

HLADKÁ, Jitka. *Technika cestovního ruchu* [online]. Praha: Grada, 1997 [cit. 2022-08-21]. ISBN 80-7169-476-2.

INDROVÁ, J., V. MALÁ, L. MLEJNKOVÁ, J. NETKOVÁ a Z. PETRŮ. *Cestovní ruch (základy)*. 2nd ed. Praha: Czechia: Oeconomica, 2009.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

- JEŽEK, Jiří. *Regionální rozvoj*. 2. Plzeň: Kolektiv Autorů, 2014.
- KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.
- KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada Publishing, 2011. 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6
- KROB, Miroslav. *Šumava*. 1. vyd. Praha: Olympia, 1984, 246 s. ISBN: 27-026-84
- LIZCOVÁ, Zuzana a Hana RYDZA, 2019. *Česko-německé vztahy v číslech*. Praha: Asociace pro mezinárodní otázky.
- MALÁ, Vlasta. *Základy cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 2002. ISBN 80-245-0439-1.
- MATOUŠKOVÁ, Zdena. *Regionální a municipální ekonomika*. Vyd. 1. V Praze: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2000. 156 s. ISBN 8024500612.
- ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.
- PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 251 s. ISBN 978-80-247-4862-7.
- PARMOVÁ, Dagmar, Vladimír DVOŘÁK a Iveta FRKOVÁ. *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Chance in Nature - Local Action Group, 2013. ISBN 978-80-7394-406-3.
- PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Společensky odpovědný cestovní ruch*. V Praze: Idea servis, 2018. ISBN 978-80-85970-91-3.
- POMPUROVÁ, Kristína. *Řízení provozu cestovních kanceláří*. Praha: Idea servis, 2013. ISBN 978-80-85970-80-7.
- PONIKELSKÝ, Petr. *Organizace regionálního rozvoje*. Praha: Vysoká škola regionálního rozvoje, 2011. ISBN 978-80-87174-10-4.
- PRŮCHA, Jan. *Interkulturní komunikace*. Praha: Grada, 2010. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-3069-1.
- SVOBODA, Ivo. *Šumavská ledovcová jezera, kary, strže a vodopády*. 1. vyd. Praha: DAS MEDIA. 175 s. ISBN: 978-20-904178-1-6

ŠILHÁNKOVÁ, V. Regionální rozvoj 1. díl - Regionalistika a plánování regionálního rozvoje. Praha: Vysoká škola regionálního rozvoje Praha, 2015. 81 s.

TUREK., J. Outdoor Šumava a okolí. Praha: Grada Publishong. 117 s. ISBN: 975-80- 247-1

VLČKOVÁ, Kateřina. Strategie učení cizímu jazyku: výsledky výzkumu používání strategií a jejich efektivity na gymnáziích. Brno: Paido, 2007. Pedagogický výzkum v teorii a praxi. ISBN 978-80-7315-155-3.

VYSTOUPIL, J. – HOLEŠINSKÁ, A. – ŠAUER, M. 2007. Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu. Vymezování destinace a formulace jejích charakteristik a organizace cestovního ruchu v destinaci. Praha: Thema Consulting, s. r. o., 71 s.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ, 2012. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha. ISBN 978-80-7201-880-2.

Internetové zdroje

Adresář muzeí a galerií: Klatovy. [online]. [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <http://www.cz-museums.cz/adresar/plzensky-kraj/klatovy/>

BTHA, [2019]. Granty. Bayerisch-Tschechische Hochschulagentur [online]. Regensburg: [BTHA] [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <https://www.btha.cz/cs/granty/joint-call-2019-2021>

Cambridge. *English Language Assessment* [online]. [cit. 2023-03-22]. Cambridge University Press & Assessment 2022, Dostupné z: <https://www.cambridgeenglish.org/cz/exams-and-tests/cefr/>

Centrum Bavaria Bohemia (CeBB), 2019. In: Bbkult.net: Centrum Bavaria Bohemia [online]. bbkult.net [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <https://www.bbkult.net/redaktion/details/12446374784092.html>

CzechTourism [online]. [cit. 2023-03-22]. 2019 Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/>

Český statistický úřad. Cestovní ruch v Plzeňském kraji v 1. pololetí 2022 [online]. Praha: ČSÚ, 2022 [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/domov>

Český statistický úřad. *Charakteristika okresu Klatovy* [online]. Praha: ČSÚ, 2022 [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/11252/17840999/charakteristika_klatovy.pdf/6dc8f1e2-4826-433f-b258-356d06c83770?version=1.17

Dopravci Plzeňského kraje. *IDPK* [online]. Klatovy, 2023 [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <https://www.idpk.cz/cz/dopravci-plzenskeho-kraje-1/>

ETC. Tourism Trends for Europe [online]. Brusel, 2006 [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <http://www.hospitalitynet.org/news/4028954.html>

EVROPSKÝ PARLAMENT. Jazyková politika [online]. Bruxelles, 2015 [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <https://www.europarl.europa.eu/atyourservice/cs/displayFtu.html>

Germany GDP per Capita: Bayern, CEIC [online]. CEIC [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <https://www.ceicdata.com/en/germany/esa-2010-gdp-per-capita-by-region/gdp-per-capita-bayern>

Hrady a zámky. [online]. [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <http://www.zamky-hrady.cz/>

HRUŠKA, Blahoslav, 2018. Tisíce Čechů dojíždí denně za prací do Bavorska. In: Česká pozice: Informace pro svobodné lidi [online]. MAFRA [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: http://ceskapozice.lidovky.cz/tisice-cechu-dojizdidenne-za-praci-do-bavorska-fqy-/tema.aspx?c=A180420_133950_pozicetema_lube

Charakteristika okresu Klatovy. CZSO [online]. Praha, 2020 [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/11252/17840999/charakteristika_klatovy.pdf/6dc8f1e2-4826-433f-b258-356d06c83770?version=1.13

Chudenice [online]. [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <https://www.zamekchudenice.cz/zamekchudenice/>

INTERREG Bavorsko – Česko 2021–2027. *Dotace.eu* [online]. Praha, 2021 [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <https://dotaceeu.cz/cs/evropske-fondy-v-cr/kohezni-politika-po-roce-2020/programy/programy-preshranicni-spoluprace/program-preshranicni-spoluprace-ceska-republika>

MMR [online]. Ministerstvo pro místní rozvoj, 2019, [cit. 2023-03-22]. Dostupné z : <http://www.mmr.cz/index.php?show=001027009000>

MZV ČR, [2019b] Přeshraniční spolupráce. In: Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, Generální konzulát Mnichov [online]. Praha: Ministerstvo zahraničních věcí [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/munich/cz/bilateralni_vztahy/preshranicni_spoluprace_1/index.html

Národní park Šumava: cyklostezka. [online]. [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <http://www.npsumava.cz/cz/1051/sekce/cyklostezka/>

O evropském regionu, 2019. In: Evropský region Dunaj - Vltava [online]. INIZIA, Internet media [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <http://www.evropskyregion.cz/o-evropskem-regionu.html>

Pošumavský aeroklub Klatovy. *Pošumavský aeroklub Klatovy* [online]. Klatovy, 2023 [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <https://www.lkkt.cz/index.php>

Přehledy z informačního systému o silniční a dálniční síti ČR. *ŘSD ČR* [online]. Praha: ŘSD ČR, 2023 [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <https://www.rsd.cz/web/guest/silnice-a-dalnice/delky-a-dalsi-data-komunikaci#zalozka-prehledy-z-issd-cr>

Rozhledny: podle města [online]. [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <http://rozhledny.kohl.cz/rozhledny-podle-mesta?mesto=21&dist=40>

TANDEM, [2019b]. O Tandemu. Tandem: Koordinační centrum česko-německých výměn mládeže [online]. [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <http://www.tandem-org.cz/tandem>

TSCHECHISCHES ZENTRUM – ČESKÉ CENTRUM, O nás. Tschechisches Zentrum – České centrum [online]. [Mnichov]: Tschechisches Zentrum – České centrum [cit. 2023-03-24]. Dostupné z: <http://munich.czechcentres.cz/cs/o-nas/>

Zákon č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje; § 2 (online). [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/urad/legislativa-v-priprave/platne-pravni-predpisy-\(1\)/oblast-regionalni-politiky](https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/urad/legislativa-v-priprave/platne-pravni-predpisy-(1)/oblast-regionalni-politiky)

Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk

7.1 Seznam obrázků

Obrázek 1 - Síly působící na systém cestovního ruchu	24
Obrázek 2 - Mapa Plzeňského kraje	42
Obrázek 3 - Mapa okresu Klatovy	47

7.2 Seznam tabulek

Tabulka 1 - Demografické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch	25
Tabulka 2 - Sociální a kulturní faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch	26
Tabulka 3 - Technologické a technické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch	27
Tabulka 4 - Ekonomické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch	28
Tabulka 5 - Ekologické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch	29
Tabulka 6 - Politické faktory a jejich přínosy a důsledky pro cestovní ruch	30
Tabulka 7 - SWOT analýza	41
Tabulka 8 - Hosté a přenocování v HUZ v Plzeňském kraji v letech 2012-2022	45
Tabulka 9 - Vývoj počtu obyvatel v okrese Klatovy mezi lety 2015 – 2021	48
Tabulka 10 - Obyvatelé okresu Klatovy podle věkových kategorií v roce 2021	49
Tabulka 11 - Vývoj počtu nezaměstnaných osob v okrese Klatovy	49
Tabulka 12 - SWOT analýza okresu Klatovy	89

7.3 Seznam grafů

Graf 1 - Struktura respondentů podle věku	62
Graf 2 - Struktura respondentů podle vzdělání	63
Graf 3 – Plynulá znalost cizího jazyka	64
Graf 4 - Ovládané jazyky	65
Graf 5 - Úroveň nejlépe ovládaného jazyka	66
Graf 6 - Bezproblémová komunikace s cizinci	67

Graf 7 - Využití překladače nebo překladatele	68
Graf 8 - Porozumění základním frázím, které se týkají cestovního ruchu	69
Graf 9 - Důležitost znalosti cizích jazyků v okrese Klatovy	70
Graf 10 - Schopnost psaného textu v cizím jazyce	71
Graf 11 - Zpětná vazba od turistů na jazykové schopnosti personálu cestovních kanceláří	72
Graf 12 - Druh zpětné vazby.....	73
Graf 13 - Schopnost poskytování přesných informací v cizím jazyce	74
Graf 14 - Struktura respondentů podle země původu	75
Graf 15 - Struktura respondentů podle věku.....	76
Graf 16 - Zdroj povědomí turistů o okrese Klatovy	77
Graf 17 - Jazyková vybavenost turistů	78
Graf 18 - Úroveň nejlépe ovládaného cizího jazyka mezi turisty.....	79
Graf 19 - Potíže v komunikaci během pobytu v okrese Klatovy.....	80
Graf 20 - Nejčastěji zvolený jazyk pro komunikaci s personálem	81
Graf 21 - Počet nocí strávených v okrese Klatovy při jeho návštěvě	82
Graf 22 - Dostupnost informací o okrese Klatovy	83
Graf 23 - Účel návštěvy okresu Klatovy	84
Graf 24 - Doporučení okresu Klatovy jako turistické destinace.....	85
Graf 25 - Odůvodnění odpovědi na předchozí otázku	86

7.4 Seznam použitých zkratk

ČR	Česká republika
EU	Evropská Unie
WTO	Světová organizace cestovního ruchu

Přílohy

Příloha č. 1 – Dotazník pro zaměstnance cestovních kanceláří

Dobrý den,

Ráda bych Vás poprosila o vyplnění anonymního dotazníku, ze kterého bude vycházet praktická část mé diplomové práce na téma Cestovní ruch v Plzeňském kraji z hlediska jazykové vybavenosti. Dotazník obsahuje 13 otázek a jeho vyplnění zabere maximálně 5 minut Vašeho času.

Data z vyplněného dotazníku budou sloužit výhradně jako zdroj pro zpracování DP.

1. Uveďte, prosím, Váš věk
 - a) Do 25 let
 - b) 26 – 45 let
 - c) 46 – 65 let
 - d) 66 let a více
2. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání
 - a) Základní
 - b) Středoškolské bez maturity
 - c) Středoškolské s maturitou
 - d) Vyšší odborné
 - e) Vysokoškolské
3. Hovoříte plyně cizím jazykem?
 - a) Ano
 - b) Spíše asno
 - c) Spíše ne
 - d) Ne
4. Jakým cizím jazykem/ jakými cizími jazyky z uvedených mluvíte?
 - a) Německy
 - b) Anglicky
 - c) Španělsky
 - d) Francouzsky
 - e) Jiná

5. Na jaké jazykové úrovni ovládáte jazyk, kterým mluvíte, podle Vás, nejlépe?
 - a) A1 (začátečník)
 - b) A2 (pokročilý začátečník)
 - c) B1 (mírně pokročilý)
 - d) B2 (pokročilý)
 - e) C1 (velmi pokročilý)
 - f) C2 (expert)
6. Komunikujete bez problému s turisty, kteří hovoří jiným než Vaším rodným jazykem?
 - a) Ano
 - b) Spíše ano
 - c) Spíše ne
 - d) Ne
7. Museli jste se někdy při komunikaci s turisty spolehnout na překladáč/překladače?
 - a) Ano
 - b) Spíše ano
 - c) Spíše ne
 - d) Ne
8. Jste schopni přečíst a porozumět základním frázím souvisejícím s cestovním ruchem v jiném než Vašem rodném jazyce?
 - a) Ano
 - b) Spíše ano
 - c) Spíše ne
 - d) Ne
9. Myslíte si, že je pro práci v cestovním ruchu v okrese Klatovy důležitá dobrá znalost cizích jazyků?
 - a) Ano
 - b) Spíše ano
 - c) Spíše ne
 - d) Ne

10. Jste schopni psát v cizím jazyce pro účely související s cestovním ruchem, jako jsou emaily nebo reklamy?
- a) Ano
 - b) Spíše ano
 - c) Spíše ne
 - d) Ne
11. Dostali jste někdy zpětnou vazbu od turistů ohledně vašich jazykových znalostí?
- a) Ano
 - b) Spíše ano
 - c) Spíše ne
 - d) Ne
12. Pokud ano, byla tato zpětná vazba spíše pozitivní nebo negativní?
- a) Pozitivní
 - b) Spíše pozitivní
 - c) Spíše negativní
 - d) Negativní
 - e) Nebyla žádná zpětná vazba
13. Jste si jistí svou schopností poskytovat přesné a užitečné informace turistům, kteří hovoří jiným než Vaším rodným jazykem?
- a) Ano
 - b) Spíše ano
 - c) Spíše ne
 - d) Ne

Příloha č. 2 – Dotazník pro turisty, kteří navštívili okres Klatovy - anglicky

Hello,

I would like to ask you to fill in an anonymous questionnaire, which will be the basis for the practical part of my thesis on Tourism in the Pilsen Region in terms of language skills. The questionnaire contains 12 questions and will take a maximum of 5 minutes of your time to complete.

The data from the completed questionnaire will be used exclusively as a source for the preparation of the thesis.

1. Where are you from?
2. Please indicate your age
 - a) Under 25 years old
 - b) 26 – 45 years old
 - c) 46 – 65 years old
 - d) 66 years old and over
3. How did you find out/ hear about the region?
 - a) Internet
 - b) Travel agency
 - c) Friends or family
 - d) Books, newspapers, magazine
 - e) Other
4. Which of the following foreign language(s) do you speak?
 - a) German
 - b) English
 - c) Spanish
 - d) French
 - e) Other
5. At what language level do you speak the foreign language you think you speak the best?
 - a) A1 (beginner)
 - b) A2 (advanced beginner)
 - c) B1 (intermediate)
 - d) B2 (advanced)
 - e) C1 (very advanced)
 - f) C2 (expert)
6. During your visit to the Klatovy district, did you have any difficulties communicating with the locals because of the language barrier?
 - a) Staff in accommodation services did not speak your language
 - b) Accompanying services within the monuments were not available in your language
 - c) Restaurant staff did not speak your language

- d) Unavailability of transport services in your language
 - e) None
 - f) Other
7. In what language did you communicate with the staff?
- a) English
 - b) German
 - c) Czech
 - d) Spanish
 - e) French
 - f) Other
8. How many nights did you spend in Klatovy region?
- a) 1 – 3 nights
 - b) 4 – 10 nights
 - c) 11 – 17 nights
 - d) 18 nights and over
9. Was it easy for you to get information about tourist attractions and services in the Klatovy district in a language you understand?
- a) Yes
 - b) More likely yes
 - c) More likely no
 - d) No
10. For what purpose did you visit the Klatovy district?
- a) Leisure
 - b) Culture and sights
 - c) Health
 - d) Sport
 - e) Congress
 - f) Religion
 - g) Other
11. Would you recommend the Klatovy district as a tourist destination to your friends or family?
- a) Yes

- b) More likely yes
- c) More likely no
- d) No

12. Please specify the reason for your answer to the previous question

Příloha č. 3 – Dotazník pro turisty, kteří navštívili okres Klatovy – německy

Hallo,

Ich möchte Sie bitten, einen anonymen Fragebogen auszufüllen, der die Grundlage für den praktischen Teil meiner Diplomarbeit über den Tourismus in der Pilsner Region im Hinblick auf die Sprachkenntnisse bilden wird. Der Fragebogen enthält 12 Fragen und wird maximal 5 Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nehmen.

Die Daten des ausgefüllten Fragebogens werden ausschließlich als Quelle für die Erstellung der Diplomarbeit verwendet.

1. Woher kommen Sie?
2. Bitte geben Sie Ihr Alter an
 - a) Unter 25 Jahre alt
 - b) 26 - 45 Jahre alt
 - c) 46 - 65 Jahre alt
 - d) 66 Jahre alt und älter
3. Wie haben Sie von der Region erfahren/gehört?
 - a) Internet
 - b) Reisebüro
 - c) Freunde oder Familie
 - d) Bücher, Zeitungen, Zeitschriften
 - e) Sonstiges
4. Welche der folgenden Fremdsprachen sprechen Sie?
 - a) Deutsch
 - b) Englisch
 - c) Spanisch
 - d) Französisch
 - e) Andere

5. Auf welchem Sprachniveau sprechen Sie die Fremdsprache, von der Sie glauben, dass Sie sie am besten beherrschen?
- a) A1 (Anfänger)
 - b) A2 (Fortgeschrittener Anfänger)
 - c) B1 (Mittelstufe)
 - d) B2 (Fortgeschrittene)
 - e) C1 (Sehr fortgeschritten)
 - f) C2 (Experte)
6. Hatten Sie während Ihres Besuchs im Bezirk Klatovy Schwierigkeiten, sich mit den Einheimischen aufgrund der Sprachbarriere zu verständigen?
- a) Das Personal in den Unterkunftsbetrieben sprach nicht Ihre Sprache
 - b) Die Begleitsdienste in den Denkmälern waren nicht in Ihrer Sprache verfügbar
 - c) Das Restaurantpersonal sprach nicht Ihre Sprache
 - d) Verkehrsmittel wurden nicht in Ihrer Sprache angeboten
 - e) Keine
 - f) Sonstiges
7. In welcher Sprache haben Sie mit dem Personal kommuniziert?
- a) Englisch
 - b) Deutsch
 - c) Tschechisch
 - d) Spanisch
 - e) Französisch
 - f) Sonstiges
8. Wie viele Nächte haben Sie in der Region Klatovy verbracht?
- a) 1 - 3 Nächte
 - b) 4 - 10 Nächte
 - c) 11 - 17 Nächte
 - d) 18 Nächte und mehr

9. War es für Sie einfach, Informationen über touristische Attraktionen und Dienstleistungen im Bezirk Klatovy in einer Sprache zu erhalten, die Sie verstehen?
- a) Ja
 - b) Eher ja
 - c) Eher nein
 - d) Nein
10. Zu welchem Zweck haben Sie den Bezirk Klatovy besucht?
- a) Freizeit
 - b) Kultur und Sehenswürdigkeiten
 - c) Gesundheit
 - d) Sport
 - e) Kongress
 - f) Religion
 - g) Sonstiges
11. Würden Sie den Bezirk Klatovy als Reiseziel Ihren Freunden oder Ihrer Familie empfehlen?
- a) Ja
 - b) Eher ja
 - c) Eher nein
 - d) Nein
12. Bitte geben Sie den Grund für Ihre Antwort auf die vorherige Frage an