

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

Cestovní ruch pro mládež ve zvolené oblasti - Chodsko

Bakalářská práce

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Vladimír Dvořák

Autor:

Veronika Stýskalová

2013

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Veronika STÝSKALOVÁ**
Osobní číslo: **E10343**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Cestovní ruch pro mládež ve zvolené oblasti - Chodsko**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

Cíl práce:

Prostřednictvím analýzy zjistit úroveň cestovního ruchu ve zvolené oblasti. Na základě terénního šetření navrhnout nový produkt pro vybraný segment a jeho uvedení na trh.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Situační analýza
3. Příprava a realizace terénního šetření
4. Sestavení marketingového mixu destinace
5. Příprava produktu

Rámcová osnova:

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

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **30 - 60 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**
Seznam odborné literatury:


Hesková, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2011.
Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003.
Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G. *Moderní marketing*. 4. vydání. Praha: Grada Publishing, 2007.
Orieška, J. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea Servis, 2010.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Vladimír Dvořák**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2012**
Termín odevzdání bakalářské práce: **16. dubna 2013**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JINOOPEŘSKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
STUDENTSKÁ 16 (49)
370 03 České Budějovice


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2012

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské/diplomové práce, a to - v nezkrácené podobě/v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce.

Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích, dne 30. dubna 2013

.....

Veronika Stýskalová

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji vedoucímu práce Mgr. Vladimíru Dvořákovi za vedení, odbornou pomoc a cenné rady při vypracovávání bakalářské práce. Děkuji také všem, kteří se mnou spolupracovali ohledně poskytování informací a podkladů do bakalářské práce.

Obsah

1	Úvod.....	3
2	Cíl a metodika	5
2.1	Cíl.....	5
2.2	Metodika.....	5
2.3	Hypotézy.....	5
3	Literární rešerše.....	6
3.1	Cestovní ruch	6
3.1.1	System CR	7
3.1.2	Význam CR	8
3.1.3	Subjekt CR.....	8
3.1.4	Činitelé v cestovním ruchu	9
3.1.5	Objekt CR.....	9
3.2	Předpoklady cestovního ruchu	10
3.3	Produkt CR	11
3.3.1	Struktura produktu CR	12
3.3.2	Tvorba produktu CR	13
3.4	Služby CR.....	14
3.4.1	Ubytovací služby.....	17
3.4.2	Stravovací služby	18
3.5	Marketing a management destinace	18
3.5.1	Destinace	18
3.5.2	Marketing.....	19
3.5.3	Management destinace	20
3.6	Mládež	21
4	Situační analýza.....	22

4.1	Vymezení zkoumaného území.....	22
4.2	Chodsko a historie.....	24
4.2.1	Centrum Chodska – Domažlice	26
4.2.2	Charakteristiky Chodska	26
4.3	Hledisko předpokladů CR	29
4.3.1	Selektivní faktory.....	29
4.3.2	Lokalizační faktory	30
4.3.3	Realizační faktory	39
5	Terénní šetření.....	41
5.1	Průběh dotazníkového šetření.....	41
5.2	Vyhodnocení terénního šetření	41
5.3	Vyhodnocení hypotéz.....	51
6	Návrhy a opatření	52
7	Návrh nového produktu.....	54
8	Závěr.....	64
9	Summary	66
10	Seznam.....	68
10.1	Seznam použité literatury.....	68
10.2	Seznam internetových stran.....	70

Seznam grafů, map, schémat a příloh

Přílohy

1 Úvod

Cestovní ruch je velmi významným předpokladem pro rozvoj národního hospodářství, ale také pro rozvoj jednotlivých krajů. V posledních letech patří mezi ekonomické odvětví, které se nejvíce rozvíjí. Cestovní ruch se podílí na rozvoji dopravní infrastruktury, na zlepšení stravovacích a ubytovacích služeb, utváření krajiny, ale také na zaměstnanosti. Získávání nových zážitků a odklon od každodenního stereotypu patří mezi běžné potřeby lidí a stává se jejich součástí životního stylu. Díky rychlejšímu životnímu stylu lidí, mobilitě a jejich životní úrovni se poptávka po cestovním ruchu stále zvyšuje. Vzhledem k přetěžování destinací budováním novými zařízeními pro návštěvníky, dochází k nenávratnému poškozování krajiny. Potenciál rozvoje cestovního ruchu se vztahuje k poloze jednotlivých regionů, k přírodním a klimatickým podmínkám či ke kulturním atraktivitám.

Bakalářská práce je zaměřena na turistickou oblast Chodska, která je jednou ze součástí turistického regionu Plzeňsko a Český les. Chodsko leží v pohraniční části s Německem v Plzeňském kraji, v okrese Domažlice. Je známé hlavně svojí historií, tradicemi, folklorem, kulturou, ale také velmi čistou přírodou a patří do oblasti s nízkým stupněm poškozeného životního prostředí. Nachází se zde spousta lesů, luk, několik rybníků a protéká zde řeka Radbuza a Zubřina. Účastník cestovního ruchu zde nalezne mnoho kulturně historických památek, krásnou přírodu a v neposlední řadě také čisté prostředí.

Cílem práce je zjištění úrovně cestovního ruchu ve zvolené oblasti, které bude provedeno pomocí terénního šetření. Na základě atraktivit, které se vyskytují v dané oblasti, bude sestavena situační analýza. Pomocí všech získaných informací bude následně navržen nový produkt, který bude splňovat požadavky vybraného segmentu - mládeže.

Mládež je velmi zajímavý segment potenciaálních účastníků cestovního ruchu z hlediska jejich vysokého objemu volného času. Vybraný segment se vymezuje v bakalářské práci od 15 do 26 let. Jde především o studenty středních škol a dále možné studenty vysokých škol či vyšších odborných, nebo o pracující mládež.

Cestovní ruch mládeže je fenomén, který byl silně ovlivněn mládežnickým hnutím po II. světové válce. Mládež v současnosti (mladí lidé ve věku od 15 do 25 let) reprezentuje více než 20% mezinárodního cestovního ruchu dle statistik UNWTO.

Téma bakalářské práce bylo vybráno z hlediska mého bydliště v dané oblasti, tudíž znám místní atraktivitu cestovního ruchu. Jsem toho názoru, že zde není mnoho atraktivit, které vyhledává vybraný segment- mládež. Ráda bych našla nové možnosti rozvoje cestovního ruchu právě pro tento segment, a zjistila, proč a co by se mělo udělat, aby se tato situace zlepšila z hlediska přitažlivosti destinace pro mládež.

Závěrem práce bude zhodnocení nabídky pro tento segment na Chodsku a příprava nového produktu pro tento segment.

2 Cíl a metodika

2.1 Cíl

Hlavním cílem práce je zjistit úroveň cestovního ruchu ve zvolené oblasti.

Vedlejším cílem je na základě terénního šetření navrhnout nový produkt pro vybraný segment a uvést ho na trh.

2.2 Metodika

Analytická část

Analytická část zahrnuje studium odborné literatury z různých zdrojů, které slouží k pochopení a k utvoření obecného přehledu o daném problému. Budou využita jak primární, tak i sekundární data. Dalším krokem bude v analytické části situační analýza, ve které budu charakterizovat vybranou oblast a která bude také vymezena.

Syntetická část

V této části proběhla příprava a realizace terénního šetření. Tomu samozřejmě předcházelo studium pramenů a odborné literatury a poté bylo zrealizováno terénní šetření. Pro bakalářskou práci bylo jako nejvhodnější metoda vybráno dotazníkové šetření. Z něj byla získána primární data, která dále slouží jako podklad pro další postup. Hlavním cílem dotazníkového šetření bylo zjistit úroveň cestovního ruchu na Chodsku. Dotazníkové šetření probíhalo v období července až října roku 2012.

Aplikační

Až po vyhodnocení dotazníkového šetření a po zjištění dalších potřebných informací od jiných subjektů se budu soustřeďovat na část aplikační. Informace, které obsahuje, budou potřebné pro vymyšlení a navržení nového produktu ve zvolené oblasti a jeho uvedení na trh.

2.3 Hypotézy

Pásková a Zelenka (2002:54) popisují hypotézy jako souhrn předpovědí, závěrů a pravidel, která mohou být testována a vycházejí ze současného stavu poznání.

V bakalářské práci jsou stanoveny dvě hypotézy:

1. Mládež jezdí do oblasti Chodska na více dní.
2. Pro 30 % dotazovaných je Chodsko známé nářečím, folklorem a lidovými kroji.

3 Literární rešerše

3.1 Cestovní ruch

Pro vymezení pojmu „Cestovní ruch“ (turismus, angl. Tourism), resp. „odvětví cestovního ruchu“ existuje řada definic. Za jednu z nejužitečnějších definic pojmu „cestovní ruch“ lze považovat definici UNWTO (Světová organizace cestovního ruchu), která charakterizuje cestovní ruch jako „činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu v místech mimo místa jejich obvyklého pobytu na dobu kratší jednoho uceleného roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely“. (Čertík, 2000:15)

Cestovní ruch tvoří primárně lidi, kteří navštěvují specifická místa za účelem poznávání památek, navštěvování přátel a příbuzných, cestují za účelem rekreace, uvolnění a pobavení se. (Goeldner a Ritchie, 2009:4)

Horner a Swarbrooke (2003:53) definují cestovní ruch jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Definice zní jednoduše, ale není plně výstižná. Nezahrnuje například lukrativní oblast služebních cest, kde hlavním smyslem cestování je práce, nikoli zábava. Je také nesnadné určit, jak daleko člověk musí cestovat nebo kolik nocí musí strávit mimo domov, abychom jej mohli považovat za turistu. Mezi cestovním ruchem a cestováním nepochybně existuje silná spojitost.

Dalším, kdo se zabývá cestovním ruchem je Hesková a kol., (2011:9), která cestovní ruch definuje jako: „Činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo jeho běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“.

Obecně lze cestovní ruch definovat jako dočasný pohyb lidí do míst než je jejich obvyklé místo výskytu, aktivity uskutečňované během pobytu v těchto destinacích a zařízení vyvinuté s cílem poskytnout vše odpovídající požadavkům či potřebám těchto lidí. (Kamra, 1997:1)

Podle Kiráľové (2003:9) je cestovní ruch jedním z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa. Má vliv na zaměstnanost, na tvorbu hrubého domácího produktu, vytváření devizových rezerv státu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek, zvyšuje všeobecnou vzdělanostní úroveň obyvatelstva.

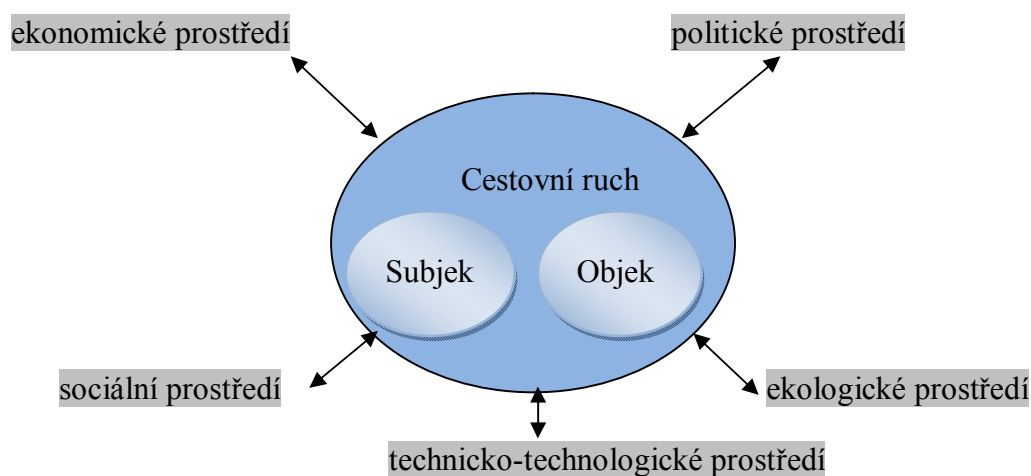
Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím. (Hesková a kol., 2011:7)

3.1.1 Systém CR

Pro porozumění systému cestovního ruchu je nutné ho chápat ve dvou rovinách. V rovině jedné jako prostředek uspokojování potřeb, tedy oblast spotřeby. V rovině druhé jako předmět podnikání a významnou součást ekonomiky státu. (Malá, 1999:6)

Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystémy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu, včetně vzájemných vazeb. Vazby existují i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí – vnější prostředí. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí. (Hesková a kol., 2011:10, 11)

Schéma č. 1: Cestovní ruch jako systém



Zdroj: Hesková a kol., 2011:11

Cestovní ruch je mnohostranným odvětvím, které zahrnuje zejména dopravu, turistická zařízení poskytující ubytování a stravování, služby cestovních kanceláří, průvodcovské služby, turistické informační systémy a další infrastrukturu, resp. Další služby cestovního ruchu. Toto odvětví patří mezi nejvýznamnější součásti národní i světové ekonomiky. Podle údajů Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) a Světové rady pro cestování a cestovní ruch (WTTC) je cestovní ruch největším zaměstnavatelem na světě. (Čertík, 2001:20)

3.1.2 Význam CR

Cestovní ruchu je ukazatelem životní úrovně obyvatelstva. Společenské funkce cestovního ruchu:

- a) Podílí se na všestranném rozvoji osobnosti;
- b) Umožňuje obnovu fyzických a duševních sil – rekreačně-zdravotní;
- c) Je nástrojem preventivně léčebného působení;
- d) Dlouží k účelnému využití volného času;
- e) Pomáhá utvářet nový životní styl – přenosem zvyků a návyků z jiných zemí nebo oblastí;
- f) Slouží jako nástroj vzdělávání a kulturní výchovy člověka;
- g) Zahraniční cestovní ruchu přispívá k vzájemnému poznání a porozumění mezi lidmi, motivuje k získávání jazykových znalostí;
- h) Vědecko-informační funkce – výměna informací, vědeckých poznatků (kongresová turistika);
- i) Ekonomická funkce – vytváří řadu pracovních příležitostí, přináší devizové prostředky do státní pokladny. (Hladká, 1997:13)

3.1.3 Subjekt CR

Subjekt cestovního ruchu-(tourist subjekt) reprezentuje účastník CR. Z ekonomického hlediska je to každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků CR v době cestování a pobytu místo trvalé bydliště a obvykle ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu. Z hlediska statistiky je účastníkem cestovního ruchu cestující označený jako návštěvník, turista nebo výletník. V souladu se závěry mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu z roku 1991 však tyto pojmy nejsou ekvivalentní. (Hesková a kol., 2011:11)

Stálý obyvatel (rezident) v domácím cestovním ruchu je osoba, která žije alespoň šest po sobě následujících měsíců v jiném místě před příjezdem do jiného místa na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu je to osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na kratší dobu než jeden rok. Jde tedy o občany státu a cizince splňující tato kritéria.

Návštěvník (visitor) je osoba, která v domácím cestovním ruchu cestuje na jiné místo v zemi svého trvalého bydliště na kratší dobu než šest měsíců.

Turista (tourist) je osoba, která v domácím cestovním ruchu, resp. V zahraničním cestovním ruchu splňuje kritéria návštěvníka. Účast turisty na cestovním ruchu je spojena minimálně s jedním přenocováním. Z hlediska délky pobytu se přitom rozlišuje

-*turista na dovolené* (holiday maker), který pobývá na daném místě více než určený počet nocí nebo dní (např. v ČR 2-3 noci, ve Francii 7-8 nocí).

-*krátkodobě pobývající turista* (short-term tourist), který cestuje na dobu nepřekračující určený počet nocí nebo dní, ale zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním.

Výletník (excursionist, same-day visitor) je jednodenní návštěvník, který cestuje na dobu kratší než 24 hodin, aniž by přenocoval v navštíveném místě. (Hesková a kol., 2011:12)

3.1.4 Činitelé v cestovním ruchu

Činitelé působící na účast v cestovním ruchu mají různý směr a různou intenzitu. Mezi hlavní faktory, kterými je účast obyvatelstva na cestovním ruchu ovlivňována, patří: a) sociálně-ekonomické faktory-příslušnost k sociální skupině, povolání, jeho charakter, finanční a materiální podmínky;

b) ekologické faktory-související s místem a charakterem bydliště, pracoviště;

c) demografické faktory-souvisejí s osobou účastníka a charakterem jeho rodiny, se zdravotním stavem;

d) psychologické faktory-zájmy, záliby člověka, charakterové vlastnosti, schopnosti apod.;

e) ostatní faktory-např. fond volného času a způsob jeho využívání. (Hladká, 1997:12)

3.1.5 Objekt CR

Objektem cestovního ruchu (objekt of tourism) je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství atd. Objekt cestovního ruchu je tak nositelem nabídky. Tvoří ho cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu.

Cílové místo představuje středisko cestovního ruchu, region nebo stát jako cestovní cíl. V odborné literatuře se na jeho označení používá i pojem destinace cestovního

ruchu (tourism destination, tourist area). Cílové místo musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, který se označuje i jako primární nabídka. Potenciál cestovního ruchu není v prostotu rozmístěný rovnoměrně a s ohledem na svoji jedinečnost může mít místní, regionální, celostátní až mezinárodní význam. Umožňuje naplnit cíle (motivy) účasti na cestovním ruchu (oddych, zdraví, poznávání, společenská komunikace apod.). Prostředkem k dosažení tohoto cíle je různorodá infrastrukturní vybavenost, která se označuje jako sekundární nabídka. Jde o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat, stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity typické pro cestovní ruch. (Hesková a kol., 2011:13)

Okolí systému cestovního ruchu:

- a) ekonomické prostředí
- b) politické prostředí
- c) sociální prostředí
- d) technicko-technologické prostředí
- e) ekologické prostředí (Hesková a kol., 2011:13)

3.2 Předpoklady cestovního ruchu

Podle Hladké (1997:20) patří k hlavním předpokladům úspěšného cestovního ruchu:

- a) **Přírodní předpoklady**-nejzákladnější:
 - terén a jeho tvárnost- roviny, pahorkatiny atd.,
 - nadmořská výška a klimatické podmínky,
 - vegetační kryt,
 - vodní toky, vodní plochy, moře,
 - rybnatost a stav lovné zvěře,
 - přírodní léčivé zdroje,
 - přírodní zvláštnosti- např. step, tundra, poušť, rašeliniště, skalní útvary, propasti, vodopády, plesa, přírodní rezervace,
 - čistota ovzduší a vod;
- b) **Kulturně-historické předpoklady** – jsou nezbytné především pro uspokojení duševních potřeb
 - architektonické památky- např. hrady, zámky, zříceniny, památkové rezervace, městská architektura, historické stavby, církevní stavby, památníky apod.,

- lidové umění- lidová umělecká výroba, lidová architektura, lidová kultura (tradice, tance, zpěvy, zvyky apod.),
- tradiční akce - např. sympozia, filmové, divadelní, hudební festivaly, sportovní akce, výstavy, veletrhy apod.,
- významná místa-např. rodiště nebo působiště významných osobností, historická bojiště apod.;

c) Materiálně-technické předpoklady

- dopravní zařízení,
- ubytovací zařízení,
- stravovací zařízení,
- zařízení sportovně rekreační- FIT centra, tělocvičny, sjezdovky apod.,
- maloobchodní zařízení,
- kulturní zařízení- divadla, kina, kluby, knihovny apod.,
- zařízení pro služby- opravny, čistírny, půjčovny, kadeřnictví apod.,
- zařízení pro veřejné služby- např. vodovody, kanalizace, energetická síť, zdravotnická a hygienická zařízení, horská služby apod.,
- zařízení zprostředkovatelská,
- speciální zařízení – např. směnárny, hraniční přechody;

d) Ekonomické a organizační předpoklady

- cestovní ruch vyžaduje součinnosti mnoha odvětví. Tato skutečnost klade značné nároky na věcnou, časovou a místní koordinaci, a to především služeb a dopravy, veřejného stravování, obchodu, kulturních zařízení, služeb překladatelských, tlumočnických, informačních a dalších odvětví;

e) Personální předpoklady

- pracovníci cestovních kanceláří, průvodci, pracovníci hradů a zámků apod. (Hladká, 1997:21)

3.3 Produkt CR

Produkt cestovního ruchu (tourist product) je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jedná se o soubor hlavně služeb, které produkuje a nabízí

cílové místo (primární nabídka) a podniky a instituce cestovního ruchu (sekundární nabídka). (Hesková a kol., 2011:96)

Produkt je marketingovou koncepcí chápán jako celková nabídka klientovi, což znamená nejen podstatu produktu, která je příčinou nákupu, ale také další náležitosti související s nákupem. (Kučerová, 1997:106)

Kotler v roce 1994 říká: „Produkt je cokoli, co lze nabídnout trhu k prozkoumání, získání, užívání nebo ke spotřebě a co může uspokojit nějakou potřebu nebo požadavek. Mohou to být hmotné předměty, služby, osoby, místa, organizace a myšlenky. (Horner, Swarbrooke, 2003:154)

Závisí na tom, koho se zeptáte, termín "produkt cestovního ruchu" znamená různé věci pro různé lidi. Zeptáte-li se jednatele letecké společnosti, jaký produkt jeho společnost prodává, s největší pravděpodobností bude jeho odpověď "letecká doprava". Zeptáte-li se na stejnou otázku jednatele hotelu, jeho odpověď bude pravděpodobně "ubytování". Ačkoli oba se budou přiznávat, že jsou v oblasti cestovního ruchu nebo cestovního podnikání, ale ani jeden z nich neřekne, že jejich hlavním produktem je "cestovní ruch". (Mak, 2004:8)

3.3.1 Struktura produktu CR

Z ekonomického hlediska je produkt cestovního ruchu souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou předmětem spotřeby účastníků cestovního ruchu.

Volným statkem (též přirozeným statkem; free goods) je statek, který není ekonomickým statkem, tj. nebyl vytvořen lidskou prací. Zdarma a v relativně dostatečné míře je dostupný všem, proto si při jeho spotřebě jednotlivé subjekty nekonkurují. Jde např. o vzduch, sluneční svit, déšť, horský masiv, mořskou vodu.

Služba (service) je ekonomický statek, jehož podstatou je činnost a jehož hodnota je určena užitekem, který přináší. Poskytnutí služby se od výrobku liší tím, že jde o nemateriální činnost. Do procesu poskytování služby je nevyhnutelné začlenit i vnější faktor (zákazníka a zboží), v důsledku čehož dochází k souladu výroby služby s její spotřebou (synchronizace), a pomíjivostí služby (nemožnost vytváření zásob). (Hesková a kol., 2011: 97)

Zboží je výrobek resp. statek určený na trh, tj. na prodej. V cestovním ruchu jsou to například jídla a nápoje, turistické mapy, automaty, knižní průvodce, upomínkové předměty, suvenýry, případně další zboží. (Orieška, 2010: 8)

Veřejný statek (public goods, public property, common property) je statek určený pro kolektivní spotřebu, ze kterého mají prospěch všichni, tj. užitek z takového statku je nedělitelná a nikoho není možné vyloučit z využívání výhod spojených s jeho spotřebou. Veřejný statek obvykle byl vytvořený nebo je přetvářený lidskou prací. Není předmětem směny na trhu a lze ho využívat bezplatně. (Hesková a kol., 2011: 98)

3.3.2 Tvorba produktu CR

Z ekonomického hlediska tvoří souhrn volných statků, služeb, zboží a veřejných statků produkt cestovního ruchu. (Orieška, 2010: 8)

Schéma č. 2: Produkt cestovního ruchu.

Produkt cestovního ruchu:

Volné statky	Služby	Zboží	Veřejné statky
--------------	--------	-------	----------------

Zdroj: Orieška, 2010: 8

Při tvorbě produktu cestovního ruchu je nevyhnutelné nejdřív poznat jádro zákaznických potřeb, které má produkt uspokojit, potom navrhnout očekávaný produkt a najít způsoby jeho další rozšíření za cenu, kterou jsou zákazníci ochotni akceptovat.

Ve všech případech je žádoucí, aby byla jeho tvorba založena na analýze trhu, tj. hledání vhodných segmentů – cílových skupiny účastníků cestovního ruchu. (Hesková a kol., 2010:99).

U produktu se rozlišují tři roviny:

- 1) Jádro produktu- základní užitek, který koupě produktu přináší, tedy vlastnosti produktu vyjádřené z pozice zákazníka (Foret, Turčínková, 2005:33)
- 2) Reálný produkt- zahrnuje provedení (charakteristické prvky), značku, kvalitu, styl (tvarování) a obal podle Kotlera v roce 1994. (Horner, Swarbrooke, 2003:155)
- 3) Rozšířený produkt- znamená většinou další služby se slevou nebo „zdarma“ (např. transfer, sleva na zakoupení výletu, garance sněhových podmínek) zvyšující hodnotu produktu pro klienta. (Palatková, 2011:54)

3.4 Služby CR

Služby cestovního ruchu představují činnosti, jejichž výsledkem je individuální nebo společenský efekt. (Němčanský, 1995:7) Stejně služby definuje ve své publikaci i Hladká (1997:27).

Službami obecně se rozumějí ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter. V cestovním ruchu představují heterogenní soubor užitečných efektů určených k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Mají průřezový charakter, to znamená, že je produkují nejen podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru. Služby mají na rozdíl od zboží určité znaky. Jsou to jednak obecné znaky služeb, které se vztahují i na služby v cestovním ruchu, a jednak speciální znaky, charakteristické pouze pro služby cestovního ruchu. (Orieška, 2010:9)

Znaky služeb CR

V marketingové literatuře odlišují služby od hmotných výrobků tzv. „čtyři I-zkráceně 4I“ podle začátečnických písmen čtyř anglických vlastností:

- Intangibility (nehmotnost) - služby nemají tvar, chuť, barvu ani obal, i když jsou často spojovány s hmotnými prvky (letadlo), vlastní podstata (doprava) zůstává nehmotná,
- Inconsistency (nestálost) - realizace a kvalita služby jsou velice subjektivní, závisí na konkrétních lidech, na jejich momentální situaci (dispozice či naopak indispozice),
- Inseparability (neoddělitelnost) - služba je neoddělitelně spjata s místem, časem a osobou, která ji zajišťuje
- Inventory (neskladovatelnost) – služby nemohou být skladovány, nedají se odložit (odlet letadla), „zákazník čeká na službu, nikoli služba na zákazníka“.

(Foret, Foretová, 2001:20)

Schéma č. 3: Znaky služeb

Znaky služeb	
Obecné znaky služeb (včetně služeb v cestovním ruchu)	Speciální znaky služeb (pouze služeb cestovního ruchu)
<ul style="list-style-type: none"> • Nemateriální charakter služeb • Vysoká spotřeba živé práce při poskytování služeb • Začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb • Soulad poskytování služeb s jejich spotřebou • Pomíjivost služeb 	<ul style="list-style-type: none"> • Časová a místní vázanost služeb na primární nabídku cestovního ruchu • Komplexnost a komplementárnost služeb • Zastupitelnost služeb • Mnohooborový charakter služeb • Nezbytnost zprostředkování služeb • Dynamika a sezónnost poptávky po službách • Nezbytnost poskytování informací o službách a jejich kvalitě • Neanonymita spotřebitele služby

Zdroj: Oriška, 2010:9

Klasifikace služeb CR

Heterogenost služeb umožňuje jejich **základní rozdělení** na:

- Služby cestovního ruchu**, tj. ty, které výlučně nebo převážně uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu a jež produkují podniky cestovního ruchu. Jde o služby producentů služeb (dopravních, ubytovacích, pohostinských, lázeňských, sportovně-rekreačních a kulturně-společenských zařízení) a zprostředkovatelů služeb (cestovních kanceláří, cestovních agentur, turistických informačních kanceláří a informačních a distribučních systémů);
- Ostatní služby**, které produkují podniky s polyfunkčním charakterem; jejich produkci částečně spotřebovávají účastníci cestovního ruchu, ale v rozhodující míře je určena k uspokojování potřeb místního obyvatelstva. Jsou to podniky poskytující specializované služby pro cestovní ruch (peněžní ústavy včetně pojišťoven, pasové a celní orgány) a služby místní infrastruktury v cílových

místech (např. obchodní a komunální podniky, zdravotnická zařízení, policie, pošta a další). (Orieška, 2010:13).

Služby cestovního ruchu můžeme dále klasifikovat podle různých kritérií a účelů. Jde o členění podle druhů, podle fází realizace cestovního ruchu, z časového hlediska, z hlediska uspokojovaných potřeb, podle charakteru spotřeby a z ekonomického hlediska.

Druhově členění služeb cestovního ruchu vyjadřuje jejich vztah k hlavním nositelům tj. podnikům cestovního ruchu, a zároveň jejich strukturu v závislosti na formách a druzích cestovního ruchu. Z tohoto hlediska rozlišujeme informační, dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, průvodcovské, asistenční, animátorské, organizátorské a zprostředkovatelské služby.

Podle fází realizace cestovního ruchu rozlišujeme služby, které účastník cestovního ruchu vyžaduje, kupuje a spotřebovává v místě svého trvalého bydliště (např. informační, poradenské, zprostředkovatelské), během cesty (informační, dopravní, ubytovací, stravovací, průvodcovské, asistenční), během pobytu v cílovém místě (informační, ubytovací, stravovací, dopravní, animační) a další služby v závislosti na formě nebo druhu cestovního ruchu, např. sportovně- rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, průvodcovské, animační a také služby místní infrastruktury. (Orieška, 2010:13, 14)

Z časového hlediska jde o služby poskytované v sezóně nebo mimo sezónu, sezónní služby v letní nebo v zimní turistické sezóně. Charakter sezónních služeb souvisí převážně s charakterem střediska cestovního ruchu (letní sporty, zimní sporty apod.).

Z hlediska uspokojovaných potřeb rozlišujeme *základní* a *doplňkové* služby cestovního ruchu. *Základní služby* obvykle uspokojují sekundární potřeby účastníků cestovního ruchu. Umožňují přemístění účastníků z místa jejich trvalého bydliště do cílového místa a zpět (dopravní služby) a pobyt v cílovém místě (ubytovací a stravovací služby). *Doplňkové* (komplementární) *služby* uspokojují primární potřeby účastníků cestovního ruchu spotřebou např. sportovně-rekreačních, kulturně-společenských a dalších služeb v závislosti na formě cestovního ruchu. Jsou spojeny s využíváním atraktivit a vlastností konkrétního rekreačního prostoru. Základní služby vyjadřují stupeň naléhavosti uspokojování potřeb, protože účastník cestovního ruchu musí

nejprve bydlet a stravovat se, aby mohl uspokojit i své primární potřeby cestovního ruchu, tj. ty, jejichž uspokojení je cílem účasti na cestovním ruchu.

Podle charakteru spotřeby se služby cestovního ruchu dělí na osobní a věcné. V případě osobních služeb (např. odnesení zavazadla v ubytovacím zařízení) se užitený efekt dostaví přímo, bezprostředně, u věcných služeb je zprostředkován hmotným statkem (např. oprava lyžařské výstroje, skitestservis atd.). (Orieška, 2010: 14)

Z ekonomického hlediska se služby člení na placené a neplacené. Toto hledisko bývá označováno též jako hledisko ekvivalentnosti. Zdrojem pro úhradu nákladů placených služeb je jejich cena. Cena je ekonomická tehdy, když pokrývá vlastní náklady na poskytování služby a přitom zajišťuje zisk. Neplacené služby nevytvářejí zdroj pro úhradu s nimi spojených nákladů. To znamená, že producent musí tyto náklady pokrýt z výnosů placených služeb nebo z jiných zdrojů, např. z příspěvků z rozpočtu obce nebo města, ze sponzorských darů apod. (Orieška, 2010:15)

3.4.1 Ubytovací služby

Nicméně, je nejen ubytování často ústřední zkušeností turistů zejména v souvislosti s dovolenou, ale kontrolované je poskytování ubytovacích služeb. Proto může kvalitní řízení ubytování významně přispívat k celkovému turistickému zážitku. (Pender, Sharpley, 2005:22)

Poskytováním ubytovacích služeb je významným předpokladem rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu. Jejich úkolem je umožnit účastníkům cestovního ruchu přenocování nebo přechodné ubytování mimo místa jejich trvalého bydliště, včetně uspokojení dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným ubytováním souvisejí.

Dělení ubytovacích zařízení je různé, např. podle místa a způsobu výstavby:

- a) ubytovací zařízení pevná- hotely, chaty, motely apod.;
- b) částečně pevná- montované chaty;
- c) přenosná- stany,
- d) pohyblivá- lůžkové vozy na železnici, lůžkové autobusy (tzv. hotelbusy, případně hotely), přívěsy apod. (Hladká, 1997:41)

3.4.2 Stravovací služby

Poskytování stravovacích služeb je podmínkou rozvoje cestovního ruchu. Zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy účastníků cestovního ruchu během přepravy i pobytu v cílovém místě. (Hladká, 1997:55)

Stravovací zařízení se člení:

- převážně stravovací funkcí (např. restaurace, motorest)
- funkce doplňkového stravování a občerstvení (např. denní bar, bistro, bufet)
- se společensko-zábavní funkcí (kavárna, vinárna). (Orieška, 2010:137)

3.5 Marketing a management destinace

3.5.1 Destinace

Destinace znamená cílové místo, které může označovat turistickou lokalitu, region, stát, skupinu zemí a dokonce kontinent. (Hrabánková, 2002: 43)

Destinace je představována svazkem různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivitu) místa nebo oblasti. Atraktivita destinace tak představují podstatu destinace a hlavní motivační stimul návštěvnosti destinace. (Palatková, 2006:16)

Vystoupil a kol., (2007:33) charakterizuje destinaci jako „cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu v širším slova smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.“

Vztah návštěvníka k destinaci

Klíčovým konceptem vztahu návštěvníka k navštívenému místu byla zvolena spokojenost s návštěvou. Spokojenost je zásadním konceptem vztahu návštěvníka k produktu cestovního ruchu především pro podnikatelské subjekty, neboť několikrát byla prokázána souvislost spokojenosti s dalším chováním návštěvníků- spokojený návštěvník se na místo vrací a šíří jeho dobré jméno dalším potenciálním návštěvníkům. (Navrátil, 2012:53)

Jako prediktory struktury spokojenosti s návštěvou turistického místa byly sledovány především: image, motivace k návštěvě, projevované sympatie k místu, prožitek spojený s návštěvou místa, vnímaná kvalita návštěvy a vnímaná hodnota návštěvy. (Navrátil, 2012:54)

3.5.2 Marketing

Kotler a Armstrong (2004:30) charakterizují marketing jako „společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot“.

Marketing se zabývá vztahy mezi kupujícím a prodávajícím a činnostmi, které mají tyto vztahy dovést k uspokojivému závěru. Na rozdíl od ekonomiky, která se soustřeďuje na vztah mezi nabídkou a poptávkou, marketing vychází z myšlenky, že ústředním zájmem všech lidí pracujících v organizaci je zákazník. (Horner, Swarbrooke, 2003:28)

Marketing je podnikatelská filozofie, která se prolíná všemi činnostmi podnikatelského subjektu. V uvedeném smyslu znamená zjištění, poznání, stimulování a uspokojení poptávky. Znamená, že podnikatelský subjekt pochopil co, komu, kdy, kde a v jakém množství je třeba na trhu nabízet. (Kirářová, 2003:13)

Marketing je spojen s trhem a jeho rozvojem. Jako soubor metod, přístupů a činností umožňujících efektivně řešit problémy spojené s podnikatelskými aktivitami na trhu, je vystaven vlivu změn souvisejících s vývojem lidské společnosti a jejího myšlení. (Horáková, 2000:14)

Marketingový mix

Marketingový mix je taktický marketingový nástroj, který umožní podniku vytvářet odpověď cílového trhu. Marketingový mix se skládá ze všeho, co může podnik udělat pro ovlivnění poptávky po svém produktu. Mnoho možností může být shromažďováno do čtyř skupin proměnných, známých jako "čtyři P":

- produkt,
- cena,
- místo (umístění na trhu)
- podpora prodeje. (Kotler, Armstrong, 2010:76)

V oblasti cestovního ruchu k těmto faktorům přistupují ještě další čtyři faktory, a to:

- lidé (people),
- kompletace služeb, (package),
- vytváření programů (programming),
- spolupráce (partnership). (Petrů, 2007: 81)

Marketing destinace:

Destinace je jedním produktem složeným zároveň z bezpočtu dalších produktů. Marketing destinace lze označit jako vědomou i nezáměrnou kooperaci, protože všechny subjekty v destinaci, ať chtějí nebo ne, spoluvytvářejí její charakter. (Palatková, 2006:25)

Cíle marketingu destinací

- zlepšit pověst oblasti, a tak přilákat investory, kteří tam postaví své továrny a zřídí své kanceláře;
- rozšířit počet a vybavení zařízení, které mohou využívat místní občané;
- vzbudit v občanech hrdost na svou oblast. K tomu přispívají projevy zájmu turistů o danou oblast;
- získat odůvodnění a financování pro zlepšení místního životního prostředí;
- snaha zlepšit politickou přijatelnost destinace pro lidi z vnějšku tím, že uvidí destinaci takovou, jaká skutečně je, nebo takovou, jakou jí vláda chce ukazovat turistům. (Horner, Swarbrooke, 2003:290, 291)

3.5.3 Management destinace

Managementem destinace rozumíme soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci za účelem dosažení jeho udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu. (Kiráľová, 2003:22)

Hesková a kol. (2011:55) charakterizuje management destinace jako proces vytváření a řízení silných, tržně orientovaných a systémově řízených jednotek – destinací. Destinační management je souborem řídicích opatření a nástrojů, které jsou využívány pro oblasti plánování, organizování, promotion a rozhodovací procesy.

(Destinační management) Management destinace je podle Bartla a Schmidta z roku 1998 „strategie a cesta pro silné regiony, které mají odvahu ke koncentraci sil pro společný rozvoj, organizaci a aktivní prodej svých klíčových konkurenčních výhod. Touto cestou vznikají destinace nabízející klientovi perfektně zorganizovaný řetězec služeb odpovídající jeho volbě, který zahrnuje celý proces od informace a pohodlnou rezervaci přes bezchybný průběh pohybu až po návrat domů“. (Palatková, 2006:23)

3.6 Mládež

Za mládež jsou považováni lidé do 26 let. Jde o sociální skupinu tvořenou mladými lidmi, kteří už nejsou dětmi, ale společnost jim ještě nepřiznala roli dospělých. Mají svébytný způsob chování a myšlení, jiný systém vzorů, norem a hodnot. Každá generace mládeže reprodukuje některé kulturní hodnoty dané společností, jiné odmítá a naopak vytváří nové. To se projevuje i ve využívání volného času a v účasti na CR. Pak je tu ještě- všeobecně je možno definovat děti a mládež ve vztahu k účasti na cestovním ruchu na : mladí lidé ve věku od 10 do 20 let, tzv, teens, kteří mají určitou samostatnou míru rozhodování o své účasti na cestovním ruchu s ohledem na různorodost volnočasových aktivit, mládež ve věku 20-26 let (případně až 30 let) tzv. twens, kteří za normálních okolností rozhodují o účasti na CR sami, a jsou částečně nebo úplně finančně nezávislí. (Orieška, 2010: 341, 342)

V současnosti mládež (mladí lidé ve věku od 15 do 25 let) reprezentují, dle statistik UNWTO, více než 20 % mezinárodního cestovního ruchu. (www.mmr.cz)

4 Situační analýza

4.1 Vymezení zkoumaného území

Je málo krajů v Čechách, které by se mohly pochlubit tak velkým zájmem našich nejpřednějších lidí kultury, jako Chodsko. Jeho slavná historie, historie strážců hranic a rebelů proti panskému útlaku, osobitý způsob života a kultury jeho lidu zaujal již před sto lety dva významné obrozence- K. J. Erbena a Boženu Němcovou. (Muzeum Chodska-J. Jindřich (Jeho život a národopisné dílo))

Chodsko se nachází v západních Čechách v Plzeňském kraji. Leží v okrese Domažlice. Chodsko je jednou ze součástí turistického regionu Plzeňsko a Český les, který se dělí na dvě turistické oblasti, a to právě na Český les a Plzeňsko, jak je vidět z mapek.

Mapa č. 1: Turistické regiony v ČR



Zdroj: www.czechturism.cz

Znak Plzeňského kraje



Zdroj: www.turisturaj.cz

Mapa č. 2: Plzeňský kraj



Zdroj: www.turisturaj.cz

Mapa č. 3: Chodsko



Zdroj: www.sumava.tourism.cz

Plzeňský kraj je 3. největším regionem v celé České republice a na 9. místě v počtu obyvatel. Chodsko je velmi známou oblastí z hlediska kultury a historie, ale také svým folklorem, lidovým krojem, dudáckou muzikou a tradicemi. Jsou zde velmi dobré klimatické podmínky, a to díky okolní přírodě a lesům, kde je ovzduší opravdu čisté a zdravé. Jezdí sem často děti z velkých měst na pobyt „v přírodě“. Už po příjezdu do oblasti pocítíte změnu a to z hlediska kultury a místní architektury. V městě Domažlice a v okolních vesnicích se nachází stavby typické architekturou. Pořádají se zde také atraktivní kulturní akce, typické jen pro tuto oblast.

Poloha Chodska je situovaná u hranic se sousedním Německem a po celé hranici Chodska s Německem se zde vyskytuje několik hraničních přechodů. Například hraniční přechod Folmava – Schafbert, hraniční přechod Lísková – Höll, hraniční přechod Všeruby – Neuaign a hraniční přechod Železná- Eslarn.

Plzeň, hlavní město Plzeňského kraje, se stala Evropským hlavním městem kultury pro rok 2015, tudíž se za dva roky ujme tohoto předsednictví. V celorepublikové soutěži „Vesnice roku“, se umístili i obce z oblasti Chodska. Obec Mrákov se stala vesnicí roku Plzeňského kraje roku 2008 a Obec Koloveč se stala vesnicí roku Plzeňského kraje pro rok 2010.

4.2 Chodsko a historie

Domažlické Chodsko se díky své zajímavé historii, svérázu svých obyvatel a malebné krajině řadí mezi jednu z nejatraktivnějších oblastí naší země. Povahové vlastnosti Chodů nám přibližuje i poutavý příběh o jejich slavném vůdci Janu Sladkém Kozinu, známému hlavně díky Aloisovi Jiráskovi a jeho povídce. Chodové byli královští poddaní, jejichž hlavním úkolem bylo střežit pohraniční hvozdy mezi Čechami a Bavorskem. Od sousloví „chodit po hranici“ také pochází jejich pojmenování. Původ Chodů je tak trochu zahalen rouškou tajemství, podle jedné teorie se jednalo o potomky strážů, které v těchto místech sloužily již za přemyslovských knížat, podle jiné sem přišli jako osadníci až v průběhu osidlování pohraničí ve 13. století. První písemná zmínka o nich pochází z Dalimilovy kroniky z počátku 14. století v souvislosti s bitvou u Brůdku, v níž český kníže Břetislav I. roku 1040 zastavil vpád vojska římskoněmeckého císaře Jindřicha III. do Čech. Úkolem Chodů bylo „zasekání“ přístupových cest poraženými stromy a střežení hranice. Hlídkání pohraničního hvozdu nebylo jen o náročnosti, vyžadovalo také kromě fyzické zdatnosti i velkou dávku odvahy. Chodové by vzhledem ke svému počtu samozřejmě nemohli odolat náporu běžného vojska, jejich úkolem tedy bylo spíše dohlížet na vybírání a řádné placení cel a mýt, v případě hrozícího vojenského konfliktu pak signalizovat případné nebezpečí nebo zastavení menších oddílů. Za tyto významné služby dostali od panovníka odměnu v podobě řady privilegií, které je odlišovali od ostatních poddaných, ale díky nimž bylo také jejich postavení na úrovni obyvatel měst poddaných přímo koruně. Snad právě tato konzervativnost, lpění na tradicích a hrdost na svou identitu byla kořenem problémů, které domažlické Chody nakonec postihly. Původní královská privilegia znamenala, že podléhají pouze

panovníkovi, tudíž že jsou nezávislí na šlechtě. A v průběhu tří staletí získali od českých králů, poprvé rod Jana Lucemburského a naposledy od Fridricha Falckého, asi 24 pergamenů potvrzujících různé výhody v oblasti placení daní, vybírání mýtného či roboty. V průběhu 16. století se však postavení Chodů postupně zhoršovalo. Mezi českými a německými zeměmi zavládla větší stabilita a střežit pohraniční hvozdy už nebylo tak nutné. Když českým králům docházely peníze, dávali svá panství často do zástavy šlechtě. To potkalo Chody už dříve, jelikož měli chodské vesnice v zástavě pánové ze Švanberka Chodové nakonec situaci vyřešili tak, že si za vypůjčené a mezi sebou sebrané peníze vykoupili svobodu. Probuzení ze snu o svobodě však bylo tvrdé. Chodové byli finančně vyčerpaní a navíc neuměli správně hospodařit s penězi, a tak zatímco okolní panství bohatla z nově vybudovaných hamrů, skláren a pivovarů, Chodové žijící jen z prodeje dřeva ze svých lesů postupně chudli. *„Žádných téměř ourod není a sotva s velikou nouzí pracně ten boží chléb jísti a jej sobě krvavě dobývati můžeme“* stěžovali si panovníkovi, jemuž dokonce přestali platit daně. Panovník nakonec světil Chody do poručnictví královskému městu Domažlice.

Ještě horší situace však pro Chody nastala v pobělohorské době. Chodové za svou věrnost císaři ve stavovském povstání (na rozdíl od Domažlických) očekávali odměnu v podobě nové svobody, ale dopadlo to úplně jinak. Na Chodsko byl dosazen šlechtický rod Lamingenů z Albenreuthu, z pohledu zdejších obyvatel „cizáků“, kteří ale ve skutečnosti pocházeli od nepříliš vzdáleného Chebska. V této souvislosti nelze nezpomenout na knihu Psohlavci od Jirásky, která zpopularizovala, ale také dosti zkreslila průběh dalších událostí. Český vlastenec nabídl interpretaci, podle níž Lamingenové bezohledně pošlapali nezpochybnitelná práva Chodů a nakonec popravili roku 1695 v Plzni jejich vůdce (Jana Sladkého Kozinu), který pouze usiloval o spravedlivé uznání starých privilegií. Spravedlivé to nebylo, však také podle legendy chodský vůdce na popravišti zvolal známou větu *„Lomikare, Lomikare, do roka a do dne tě zvu na Boží súd“*. Spravedlnost můžeme vidět alespoň v tom, že za rok tvrdého Lamingena ranila mrtvice právě ve chvíli, kdy se prý na hostině chodskému vůdci vysmíval slovy *„Ó, Kozino, špatný proroku! Roku tu, ty tam a já dosud tu!“*.

Toto podání vzbudilo zvláště na Chodsku, ale i v celé zemi velký ohlas, a literární fikce nakonec zcela převážila nad historickými skutečnostmi. (Muzeum Chodska)

4.2.1 Centrum Chodska – Domažlice

Město založil v šedesátých letech 13. století Přemysl Otakar II. a společně s ním zřejmě i ranně gotický hrad. Na něm později sídlila i samospráva jedenácti historických vesnic Chodů. Ve 14. a 15. století byl hrad důležitou součástí obranného systému města, později ale jeho význam upadal a roku 1572 je uváděn už jako zpustlý. Po klasicistní přestavbě se stal sídlem okresní správy a od třicátých let minulého století v něm působí Muzeum Chodska. Z městského opevnění s 22 půl-válcovými věžemi se dochovaly jen krátké úseky skryté ve dvorcích, jižní branka a z městských bran gotická východní Dolní brána. Historické centrum města je od roku 1949 vyhlášeno městskou památkovou rezervací, která zahrnuje přes 200 nemovitých památek. Z měšťanských domů na náměstí Míru si některé uchovaly gotické vstupní portály a renesanční podobu z druhé poloviny 16. století. Nepřehlédnutelná je novorenesanční radnice postavená podle plánů architekta Václava Kaury. Na jednom z jejích pilířů se od roku 1990 nachází pamětní deska připomínající osvobození Domažlic americkou armádou. Na náměstí uvidíte také původně gotický kostel Narození Panny Marie. Výmalba interiéru je dílem plzeňského malíře Julia Luxe, jenž je zároveň autorem iluzivního oltáře na východní straně lodi. Mistrovskou kovotepeckou prací je hlavní oltář zhotovený roku 1744 pražským kovotepcem Antonínem Karerem. Dominantou celého města je válcová městská věž, hláska, původně součást obranného systému města. Kvůli mělkým základům se věž ve svislé ose vychýlila o 60 cm. Z jejího ochozu je krásný výhled na město i do jejího širokého okolí. (Muzeum Chodska)

4.2.2 Charakteristiky Chodska

➤ **Lidový kroj**- Chodsko patří k několika málo regionům v České republice, kde si místní obyvatelé aktivně oblékají tradiční lidový oděv – kroj. Stejně jako společnost, i lidový kroj prošel na Chodsku řadou vývojových fází, proto je dnes, zejména ten ženský, velmi rozmanitý. Kroje jsou pro různé příležitosti, rodinné i výroční obřadnosti, slavnostní, smuteční, zimní i pro teplé dny. Navíc každá švadlena dala, vlastně dodnes dává svým výrobkům osobitý charakter, což zprošťuje kroj uniformity. Viz příloha č. 2.

Postřekovský kroj, který je charakterizován vlněnou sukni, rukávci s dlouhými rukávy a červeným šátkem na hlavě, působí v kombinaci s tlumenými barvami poněkud skromně a nevýrazně. Postřekovský (horní Chodsko) kroj je méně zdobný, oproti dolnímu Chodsku (Mrákov, Tlumačov, atd.).

Dolský kroj, působí v kontrastu s postřekovskou variantou velmi pestře. Takové kroje jsou považovány za sváteční a zpravidla se dědí z generace na generaci. V současnosti je nerozšířenější varianta zvaná „**flámiška**“ - jednotně vzorovaný komplet sukňe a kabátku zvaného „jupka“. Nosí ji ženy ve vesnicích právě kolem Domažlic, často i ve všední den, a to podle liturgického kalendáře tak, že v období půstu a adventu oblékají kroje tmavé barvy, nejčastěji černou. Stejně činí i v období smutku po úmrtí příbuzného.

Velmi rozšířený je i tzv. „**malý kroj**“ – neboli **rukávečky**. Jedná se o odvozeninu kdysi pracovního kroje. Takový kroj je rozšířený v místních národopisných souborech, neboť je velmi dobře uzpůsoben k pohybu.

Mušský kroj se v současnosti objevuje už jen jako sváteční oděv. Původně kožené kalhoty nahradily moderní, snadněji dostupné materiály. Plátěná košile dnes používá namísto někdejší ruční výšivky – pavoučků výšivku strojovou. Vesta si nadále udržuje reprezentativní charakter, a to díky ornamentálním výšivkám. Přes vestu se nosí bohatě zdobená kazajka či dlouhý kabát bílé nebo modré barvy. (Muzeum Chodska)

➤ **Dudácká muzika**- Na Chodsku i v celém Plzeňském kraji jsou pro lidovou muziku charakteristické dudy (také zvané kozel či pukl) a jejich různé formy použití jako doprovodného nebo i sólového nástroje. Tón v lidové hudbě udávají v Čechách již od 13. století. Dnešní dudy s měchem (dymákem) se dostaly do Čech asi z Bavorska v pol. 19. století. Současné dudy hrají poměrně hluboko v Es duru. Dudák hrál nejprve sám, pak se spojil s houslistou, tzv. houdkem. Později přibyl ještě Es klarinet a vznikla malá selská muzika. Dnešní podoba dudácké muziky vykrytalizovala v 50. letech 20. století. Dudy dodnes vyrábí pan Janovský. (www.turisturaj.cz)

➤ **Foklor, tanec**- Nejrozšířenějším lidovým tancem je tzv. chodské kolečko. Svým původem spadá do 15. století. Jedná se o vířivý tanec, střídavě se hraje a tančí. Tančí jej skupiny nejen z Chodska, ale z celého Plzeňského kraje. Lidové písně byly k různým příležitostem – svatební, masopustní, velikonoční, vánoční, zpívalo se společně, neexistovali posluchači, jen spolupěvci. („Za saryjch časů zpjival každý, kdo houbu mjíl, mladý chytáli pjsničky vod saryjch, ha tak se to všecko huderžovalo v pamjeti“). Z Bavorska byly převzaty tzv. jukačky, hlas u nich, podobně jako při jódlování, přecházel z hrudního rejstříku do falsetu. (www.turisturaj.cz)

➤ **Chodské koláče**- Málokdo také ví, že pojem chodské koláče v sobě zahrnuje dva základní druhy koláčů, jež reprezentují dva jakési subregiony Chodska. Existují koláče z tzv.horských vesnic a koláče tzv. dolské a podobně jako např. chodské kroje z těchto lokalit jsou odrazem někdejší prosperity obou oblastí. Horské vesnice na úpatí čerchovského masívu (Klenčí, Postřekov, Chodov), mívaly horší podmínky pro zemědělství, byly poměrně chudé a to se projevovalo mimo jiné i do technologie výzdoby koláčů. Ta spočívala v kladení pruhů tvarohu, máku a povidel (švestková nebo hrušková) vedle sebe. Pruhy pak vytvářely jednoduché geometrické tvary.

Dolské vsi (Újezd, Draženov, Mrákov, Pocinovice), zasahující již do Všerubského průsmyku byly bohaté, ženy se odívají do bohatě zdobených krojů a rovněž koláče jsou mnohem zdobnější: na koláč se nanese vrstva tvarohu (cca 5mm) a do něj se vytváří (merhují) květinové motivy nebo různé ornamenty. Vše se dozdobuje (merhuje) mákem a posypává rozinkami a krájenými mandlemi (pozor, vše má přísný řád – mandle na tmavá místa, rozinky na světlá). Viz příloha č. 3. (Muzeum Chodska)

➤ **Chodské nářečí**- je velmi specifické. Nazývá se bulačina. Poznáme ji podle libě znějící melodičnosti. Chodské nářečí je jedno z nejzachovalejších v Čechách a na Chodských vesnicích jej můžeme stále slyšet dodnes. Uvedeme si některé příklady: *čekuláda, rymik, íčko, hyjtu, kerej, buli, žánej, takovij, pudou, voblečou, chlapcí, policajťi, difče, difčata, sedíl, sehnál to, vopisovál, naši strejdové, tám, túze, tuto, muší, mušeli sme, merhovat apod.*

➤ **Keramika**- Chodská keramika – má svůj původ v druhu a jakosti střepe a v ručně malovaném tradičním dekoru. Je originální, velmi oblíbená, světoznámá a dekorativní. Tradice trvá již od roku 1835. Družstvo Chodovia je družstvem umělecké výroby a bylo založeno v r. 1920. Typický dekor, rudé máky na bílém nebo černém podkladě, pochází z počátku 20. století. Keramika vychází z chodských motivů. Je malována ručně malířkami z Klenčí, Dílů, Postřekova a dalších vesnic na Chodsku. Firma Chodovia nabízí rozmanitý sortiment výrobků ve dvou provedeních - černý a bílý dekor, popřípadě jiné dekory dle přání zákazníka. (www.chodskakeramika.cz)

4.3 Hledisko předpokladů ČR

4.3.1 Selektivní faktory

Domažličtí Chodové obývali tyto vesnice - Postřekov, Klenčí pod Čerchovem, Chodov, Újezd, Stráž, Tlumačov, Mrákov, Starý Klíčov, Chodskou Lhotu a Pocinovice. Ty dohromady tvořily jednu obec s vlastní pečetí, praporem, samosprávou a společnými výsadami. Celá komunita však čítala necelých 300 rodin, a tak na střežení hvozdu samozřejmě nemohli být sami. Severně od nich sídlili přimďští a tachovští Chodové a Šumavu zase hlídali Králováci. Ale ti všichni se postupem času smísili se svými sousedy a byli poněmčeni, zatímco „tvrdohlaví“ domažličtí Chodové si svou řeč a zvyky podrželi a nakonec počestili své Němce.

V dnešní době do oblasti Chodska řadíme tyto vesnice a města: Domažlice, Mrákov, Starý Klíčov, Koloveč, Kdyně, Spáňov, Brnířov, Kout na Šumavě, Starec, Postřekov, Trhanov, Klenčí pod Čerchovem, Chodov, Chodská lhotka, Draženov, Pocinovice, Stráž, Tlumačov, Újezd, Pasečnice a Staňkov.

A) Objektivní

Z politického hlediska je v celé republice demokracie. Samozřejmě, že je Chodsko spojeno s minulostí tak, že Chodové měli svá privilegia od panovníka a jako jediní v zemi a byli podřízeni přímo panovníkovi. V cestovním ruchu také záleží na tom, jak je země bezpečná pro potencionálního návštěvníka.

Z hlediska dosažené životní úrovně a objemu volného času- vybraný segment mládež si stále buduje svoji životní úroveň, zatím jsou více či méně závislí na svých rodičích. Charakteristikou mládeže je to, že vlastní velký objem volného času, jelikož nejsou svazováni prací. Převážně se jedná o mládež, která má statut studentů. Tento segment je z tohoto hlediska velmi zajímavým pro cestovní ruch, protože mládež má možnost cestovat kdykoliv. Vyplatí se jim také cestování v mimosezóně, jelikož ceny jsou daleko nižší, než v sezóně a cena je velmi důležitá pro tento segment.

Životní prostředí na Chodsku patří k jednomu z nejčistších v ČR. Je zřejmé, že většina účastníků cestovního ruchu radši zvolí oblast s čistým životním prostředím pro svoji dovolenou. Budou vyhledávat destinace, kde mohou pobývat v přírodě na čerstvém vzduchu. Pro mládež z velkých měst jsou typické výlety zvané „pobyty v přírodě“, jelikož čisté a zdravé přírodní prostředí je velkým plusem pro danou destinaci.

B) Subjektivní

U subjektivních předpokladů vystupuje psychologický pohnutek, který ovlivňuje rozhodování ať už jednotlivce, nebo skupiny pro výběr vhodné lokality. Velký důraz zde uplatní také propagace destinace, reklama či módnost.

4.3.2 Lokalizační faktory

Lokalizační faktory se zabývají přímo lokalizací dané destinace a její nabídkou zde, tedy vším, co všechno destinace může nabídnout. Lokalizační faktory se dělí na přírodní a společenské.

A) Přírodní

Chodsko se nachází v 450 m. n. m. V jeho okolí se rozprostírá Česká pahorkatina a Kdyňská brázda. Na jihozápadní hranici Chodska je Všerubský průsmyk, který odděluje Šumavu a Český les. Všerubský průsmyk se skládá ze Kdyňské brány a Všerubské brány s vrcholem Jezvinec (739 m. n. m.).

Klimatické podmínky

Pro oblast jsou typické západní a jihozápadní větry od Atlantického oceánu. Právě tyto větry přinášejí nejvíce srážek. Průměrná roční teplota se zde pohybuje kolem 8-9°C.

Hydrologické poměry

Na Chodsku pramení řeka Radbuza, která opouští tuto oblast za městem Holýšov. V centru Chodska – ve městě Domažlice protéká řeka Zubřina, která je přítokem řeky Radbuzy. Vodními plochami jsou v této oblasti zastoupeny rybníky: Smolovský rybník, rybník Babylon, Klenečský rybník, Obecní rybník či rybník Všerubský.

Chodsko se rozprostírá v oblasti Přírodního parku Český les a Národního parku Šumava. V okolí je spousta rozlehlých a hlubokých lesů, převážně jehličnatých. Při procházce můžete spatřit v lesích typickou zvěř a rostliny, rostoucí v tomto klimatu. V oblasti je také Přírodní park Zelenov, Čerchovské hvozdy a CHKO Český les. Šumava je zapsána od roku 1990 do seznamu biosférických rezervací UNESCO.

B) Společenské se dále dělí na kulturní zařízení, kulturní akce a sport.

- Kulturní zařízení

V oblasti můžeme navštívit muzea, galerie či památníky významných osobností, které zde působili, žili nebo se zde narodili.

Muzea

- Muzeum Chodska (Domažlice) – nejstarší muzeum na Domažlicku, kde se dá spatřit během prohlídky Chodská svatba

Internetové stránky: www.muzeum-chodska.com

Základní vstupné: 40 Kč, snížené vstupné: 15 Kč (důchodci, děti do 15 let, studenti, vojsko).

Volné vstupné: děti do 6 let, AMG, ICOM, průkazy Čtyřlístek

- Muzeum J. Jindřich (Domažlice)- založil J. Jindřich jako soukromé muzeum. Je zde možno shlédnout vedle zařízené Mistrovy pracovny rovněž chodskou senci, ukázky chodské keramiky a především unikátní sbírku lidových podmaleb na skle. Během prohlídky zazní i ukázky z Mistrovy tvorby. V současnosti je zavřené z technických důvodů (rekonstrukce). Všechny sbírky, archivy i knihovna byly přesunuty do bývalých kasáren.

Internetové stránky: www.chodske-muzeum.com

Vstupné: 15 Kč

Volné vstupné: ICOM, AMG, děti do 6 let, EUROBEDS

- Muzeum J. Š. Baar (Klenčí pod Čerchovem)- Baar odkázal celý svůj dům jeho rodnému městečku i s jeho knihovnou, čítárnou a malou sbírkou. Chtěl, aby jeho dům sloužil kultuře a osvětě.

Internetové stránky: www.klenci.cz

Vstupné: 15 Kč

- Muzeum techniky a řemesel (Koloveč)- Již po 7 pokolení, od r. 1785, trvá rodinná tradice hrnčářské výroby u Volfů. Rudolf Volf je „Nositel tradice lidových řemesel“. U Volfů točí a malují originální kolovečskou keramiku.

Internetové stránky: www.muzeum-kolovec.wz.cz

Základní vstupné: 35 Kč

Snížené vstupné: 20 Kč děti, 25 Kč studenti, 30 Kč důchodci

- Muzeum Chodských krojů Postřekov

Galerie

- Galerie bratří Špillarů (Domažlice)- je věnována tvorbě Jaroslava a Karla Špillarových, malířů, kteří čerpali náměty pro své obrazy právě z Chodska, jeho malebné krajiny a ze života chodského lidu.

Internetové stránky: www.muzeum-chodska.com

Základní vstupné: 15 Kč

Snížené vstupné: 10 Kč

Volné vstupné: průkazy Čtyřlístek, AMG, EUROBEDS

Památníky a rodiště významných osobností

- Klenčí p. Čerchovem – J. Š. Baar (kněz, spis.), J. Jindřich (hudební skladatel)
- Domažlice – J. Jindřich, K. M. Čapek (chodský spisovatel)
- Trhanov – J. Thomayer (lékař)
- Újezd – J. S. Kozina (lidový vůdce)
- Domažlice, Mrákov – B. Němcová (spisovatelka)
- Domažlice- busta B. Němcové, A. Jiráska, J. Vrchlického

Gloriet

- Gloriet Klobouk u Kouta na Šumavě

Pamětní síň

- Pamětní síň J. S. Koziny v Újezdě
Vstupné- základní 25 Kč, snížené 15 Kč

Hrady

- Chodský hrad (Domažlice)- jeho výstavba probíhala v 60. letech 13. století, kdy Přemysl Otakar II. dal popud k založení města Domažlic. Od počátku byla stavba určena jako sídlo královských purkrabí, kteří spravovali záležitosti Chodů - svobodných sedláků střežících hraniční pomezí. Chodský hrad často hostil české panovníky na jejich cestách do ciziny, například na počátku 30. let 14. stol. i Jana Lucemburského.

Internetové stránky: www.muzeum-chodska.com

Zámky

- Zámek Trhanov (Trhanov)- barokní zámek byl původně jednoposchodový, ale později byl rozšířen. Je známým jakožto bývalým sídlem Lamingena. Narodil se zde také J. Thomayer (syn zámeckého zahradníka) a také se zde odehrává příběh v Jiráskových Psohlavcích.

Internetové stránky: www.hrady.cz

- Hrad a zámek Horšovský Týn (H. Týn)- k zámku také patří zámecký park, který je z města volně přístupný veřejnosti. V parku se nachází glorieta (vyhlídková věž), loretánská kaple a letohrádek (zvaný Vdovský dům), který stojí v blízkosti zámku. V dnešní době je zámek otevřen a funguje dle otevírací doby. Stal se oblíbeným místem pro svatební obřady.

Internetové stránky: www.horsovsky-tyn.cz

- Vstupné: Hrad, zámek
- základní v čj: 90 Kč
 - se slevou v čj: 50 Kč
 - děti do 6 let: 10 Kč
 - rodinné vstupné: 250 Kč
- Purkrabství, Mitsuko
- základní: 50 Kč
 - se slevou: 30 Kč
 - děti do 6 let: 10 Kč
- Kostel Horšov
- základní: 40 Kč
 - se slevou 20 Kč

Zříceniny

- Rýzmbek- je zřícenina hradu postavená na stejnojmenném kopci (v němčině Riesenberk), v minulosti na velmi strategickém místě ovládající Všerubský průsmyk, jímž procházela důležitá obchodní Řezenská cesta do Bavor.

- Netřeb

- Nový Hernštejn- dříve hrad, sídlo Buška z Velhartic
 - roste zde chráněná rostlina Áron plamatý, dnes zde dominují zbytky donjonu (obytné velké věže) a zbytky hradeb

Internetové stránky: www.turistika.cz

Rozhledny

- Čerchov-nejvyšší vrchol Českého lesa (1042 m. n. m.). Na Čerchov lze vystoupat po české i německé straně. V létě můžete na vrchol vystoupat pěšky či na kole a v zimě na běžkách. Jestliže jedete autem, nejlepší je zaparkovat v obci Capartice a poté pěšky po značené trase až na vrchol. Každoročně se pořádá přejezd Gibacht- Čerchov na běžkách. Můžeme také vyjít po 129 schodech na rozhlednu, odkud je krásný výhled do okolí.

Internetové stránky: www.sumavanet.cz

Vstupné: 50 Kč

- Koráb- rozhledna s horskou chatou charakteristická vysokou čistotou ovzduší, nalezneme zde i restauraci. Z rozhledny je krásný výhled do okolní krajiny.

Internetové stránky: www.horskachatakorab.estranky.cz,

Základní vstupné: 20 Kč

Snížené vstupné: 10 Kč

Přnocování: 250 Kč/ noc

- Bolfánek- nalezneme u vesnice Chudenice, po vystoupení na vrchol rozhledny máme velmi pestrý výhled do okolní přírody. U věže je vstup do kapličky, kde je možné sestoupit po schodech až ke skále, na které je postavena. Jedna z pověstí praví, že pokud se prasklina v hmotě kamene zvětší natolik, že jím projde těhotná žena, otevře se tak cesta pekelným silám.

Internetové stránky: www.turistik.cz

Základní vstupné: 20 Kč

Snížené vstupné: 10 Kč

- Rýzmbek- se nachází nedaleko Kdyně. Zřícenina hradu je přístupná kdykoliv, ale rozhledna jen v době otevíracích hodin.

Internetové stránky: www.turistik.cz

Vstupné do 25 Kč na rozhlednu

- Kulturní akce

Chodsko nabízí velmi pestrou nabídku různých akcí, kterých se mohou účastnit úplně všichni, od dětí až po seniory. Rozdělím je na dvě části a to kulturní a kulturně-folklorní. Z kulturních akcí si uvedeme ty nejznámější a pro návštěvníka nejvíce zajímavé. Chodsko je oblast, kde kroj a lidové zvyky žijí spontánně dodnes.

První kulturní akcí putování za kulturou je **Masopust**. Pod pojem masopust chápeme lidové veselice s průvody masek doprovázené lidovými muzikanty. Nejvyhlášenější a nejrozsáhlejší se koná v Postřekově, kde probíhá po čtyři dny.

Další akcí v kalendáři jsou **Velikonoce**. O Božím hodu velikonočním ženy odkládají smuteční postní kroj a oblékají kroje pestrých barev. V řadě vesnic se od čtvrtka do soboty několikrát denně konají dětské obchůzky „drkáčů“ nahrazující kostelní zvony, které dle legendy odlétají do Říma. Hojné pletení pomlázek a šupání mladých děvčat bylo na Chodsko zavlečeno.

Boží tělo- procesí z přífařených obcí přicházejí na slavnostní mši do kostela. Poté věřící obcházejí náves, kde nejvýznamnější rodiny vystavují zdobené oltáře. U nich kněz světí věnečky, jež mají zaručit zdraví a prosperitu na celý rok. Děti, ženy i muži si oblékají slavnostní kroje (Mrákov, Domažlice).

Druhou skupinou, která byla uvedena, jsou kulturně-folklorní akce. **Chodská hyjta v Mrákově** probíhá už od roku 1961. Program každoročně ožívují hosté z ostatních folklorních skupin z Chodska, hosté ze zahraničí a často hosté z podlužáckých Tvrdomic. Jedná se zejména o vystupování pozvaných folklorních souborů na podiu. Chodská hyjta v Mrákově se koná jako součást Chodských slavností.

Chodské slavnosti jsou jednou z největších a nejstarších národopisných slavností v Čechách. Konají se v Domažlicích už od roku 1955 jako součást Svatovavřínecké pouti. Slavnosti se účastní všechny regionální národopisné soubory, každoročně je zváno několik souborů ze zahraničí, součástí hudebních a tanečních produkcí na několika scénách je také velký historický jarmark v centru města.

Dalšími významnými akcemi si můžeme uvést např. Pout' u Dobré vody u Draženova, Pout' na Tannaberku, Vavřínecká pout' či Pout' u Dobré vody u Pocinovic, nebo Folklor a folklorismus scénický či Festiválek dětských folklorních souborů.

Když nahlédneme do kulturního kalendáře, který najdeme v prospektech v turistickém informačním centru v Domažlicích, dozvíme se i o dalších akcích, pořádaných každý rok. Můžeme navštívit např. Abonentní koncerty, Abonentní divadelní představení, Chodský bál (taneční zábava spojená s bohatým programem všech národopisných souborů z Chodska), Divadelní bál (kromě hudby a tance se diváci nechají pobavit regionálními ochotnickými soubory v mnoha scénkách), z předvánočních a vánočních akcí Hudbu u stromečku, Vánoční muzikál na domažlickém náměstí či Chodský vánoční koncert (22.12.).

Během léta poté můžeme shlédnout Výtvarné sympozium (několikadenní veřejná dílna na prostranství před Chodským hradem), Hudbu pod hradem (multižánrový festival), Mezinárodní letní klarinetové kurzy, Bohemia JazzFest, Koncerty v letním kině, Hudbu na náměstí (promenádní koncerty regionálních dechových hudeb), Hudbu v Rajske zahradě (komorní koncerty klasické hudby) či Letňák 2013(týden českého filmu v letním kině v Domažlicích) či od roku 2011 se pořádá při Chodských slavnostech Chodrockfest, který se stal velmi oblíbený mezi mladými, jelikož během dvou dnů zde koncertuje mnoho skupin různých žánrů na dvou podíích.

Chodsko také nabízí i jednorázové akce jako např. Město dětem, Vítání léta hudbou, Přivítejte prázdniny aneb Rozloučení se školním rokem s domažlickým rockem. Na domažlickém náměstí můžeme vidět a slyšet ponocného, který zpívá modlitby ve večerních hodinách v čase vánočním, kdy chodí po náměstí, ale také i v létě, ale to spíše kvůli turistům. Dříve byla funkce ponocného chránit město z věže před požárem.

Městské kulturní středisko ročně vydává prospekty s plánovanými koncerty a divadelními hrami na daný rok. Nalezneme zde informace o cenách vstupenek, informace o předplatném, kontakt na dané středisko a v neposlední řadě také krátký popis dané hry či koncertu, jaké známé osobnosti zde budou účinkovat apod. (zdroj: prospekty z TIC)

- Sport

Turistika

Kdo je příznivcem turistiky, tak i na Chodsku ho nabídka uspokojí. Každý návštěvník se může účastnit procházek či výletů, které pořádá Klub českých turistů vedených Petrem Matějkou každý týden, většinou o víkendech.

Na měsíc duben jsou plánované tyto turistické akce: Odemykání České studánky, Jarní setkání turistů Plzeňského kraje v Kolovči, Celodenní vycházka k pramenům Radbuzy (20. ročník), Turistická vycházka, Zájezd do divadla J. K. Tyla v Plzni na operetu J. Strasse mladšího „Netopýr“. Více o akcích na [www. domazlice.info/pro-turisty](http://www.domazlice.info/pro-turisty).

Na procházku se můžete vydat i sami do okolí, vždy naleznete něco, co stojí za to navštívit. Typy na výlety naleznete v prospektech v TIC v Domažlicích, ale také na internetu. Typem na procházku do nedalekého okolí může být třeba Kostelík sv. Vavřince na Veselé Hoře (2 km od Domažlic), nebo Baldov (2 km), či Hrádek se sochou J. S. Koziny vzdálený 4 km od Domažlic.

Sportoviště

Pro aktivnější jedince jsou zde k dispozici tenisové kurty, fotbalové hřiště, hřiště s umělým povrchem či volejbalové hřiště, které je možno si pronajmout za poplatek. Jestliže nejste aktivním hráčem, ale rádi se na tyto sporty díváte, máte tu možnost každý víkend skoro v každé vesnici či městě Domažlicích shlédnout fotbalový či volejbalový zápas.

Bazény

K dispozici je také v *Domažlicích plavecký bazén*, který je přístupný veřejnosti každý den, dle otevírací doby a pro děti je zde zrekonstruován dětský bazén. V nedaleké Kdyni je nově postavené *Centrum vodní zábavy Kdyně*. Návštěvník zde může využít tobogán, plaveckou dráhu, masážní bublinky, bazének pro děti, atrakci na dovádění či se může odreagovat v sauně. Přímo z bazénu si také může dojít koupit pití i občerstvení.

Přírodní koupaliště

Preferujete-li spíše koupání se v přírodě, i v tomto směru vás Chodsko uspokojí. Můžete přijet na konec vesničky zvané Starý Klíčov a jít se zde vykoupat do *Lomečku*. Je to starý, zatopený lom, vhodný k opalování, plavání v čisté vodě, občerstvení se a dokonce k obdivování podvodního světa. Pro tyto účely je zde zabudována podvodní kabina, do které se dá za poplatek spustit a kochat se krásami, rybami pod vodou. Lom je oblíbeným cílem pro potápěče, jelikož jsou tu velmi vhodné podmínky pro tuto činnost. Nejhlubší místo lomu má celých 14 m. Dalším místem, kde se může návštěvník vykoupat v přírodním koupališti, je *Babylon*. Ten se nachází nedaleko od

Domažlic. Babylon je přístupný autem, na kole, pěšky či autobusem. Během volného času je zde možnost hraní minigolfu.

Cyklotrasy

Kdo je příznivcem cyklistiky nebo in-line bruslení, tak mu Chodsko nabízí také zajímavé možnosti. V okolí Chodska jsou cyklistické stezky a trasy. Některé z nich vedou do sousedního Německa. Můžete tedy projet celou oblast na kole a navštívit tak mnoho turistických cílů, které jsou na vámi vybrané trase dostupné i cyklistům. Mapa cyklotras- viz příloha č. 4.

I pro milovníky zimního období jsou zde možnosti ke sportování. V Domažlickém zimním stadionu probíhá volné bruslení dle otevírací doby, ale také je zde možnost si pronajmout celou halu pro hraní hokeje za poplatek. I pro běžkaře či lyžaře jsou zde vhodné podmínky pro tyto aktivity. Každým rokem se zde koná přejezd na běžkách Gibacht- Capartice. Letos se akce pořádala začátkem února, kde se účastníci shromáždili v německém Gibachtu a poté společně, každý podle vlastních sil, dojeli do Capartic, kde na ně čekal autobus, který je odvezl do Domažlic, kde na všechny zúčastněné čekalo občerstvení.

Běžecké tratě

V okolí Chodska se nachází běžecké tratě a některé z nich vedou až do Německa. Uvedeme si některé z nich, a to např. Čerchovský okruh, který je dlouhý 13,5 km a je označen jako středně těžký. Dále např. Tratě Capartice, 7km, středně těžký nebo Okruh Gibacht na kterém se svezeme celých 5 km se středně těžkou zátěží. Nástupní místa na běžecké trasy jsou v Caparticích, restaurace Gasthaus Gibacht, parkoviště Althütte a parkoviště Reisseck v Německu. Přehled s mapkou běžeckých tratí je k nahlédnutí v příloze č. 5.

Sjezdové tratě

Chodsko není příliš bohaté na lyžařské areály. Je zde lyžařský svah Sádek, který je lokalizován u Capartic. Dále na německé straně, kousek od hranic, je lyžařský areál Unterhütte u Waldmünchenu, který je vhodný pro rodiny s dětmi. Dalším kousek od Waldmünchenu je lyžařský skiareál Althütte, kde se může využít i svah pro bobování. Centrum zimních sportů Voithenberg se třemi sjezdovkami různých obtížností se napojuje na lyžařský areál Gibacht.

Další sportoviště a místa pro sport

- Bowling (Domažlice, Kdyně, Zahořany, Pec pod Čerchovem, Havlovice)
- Minigolf (Babylon, Klenčí pod Čerchovem)
- Tenisové kurty (Domažlice, Kdyně, Horšovský Týn, Postřekov, Klenčí pod Čerchovem, Díly, Babylon, Mrákov)
- Fitness – (FitClub Energy Kdyně, Fitcentrum Domažlice, Fitness centrum Domažlice, Relax figur studio Domažlice)
- Ježdění na koni- (TJ Start Domažlice, Horšovský Týn, TJ Radbuza, TJ Kaničky, Kdyně)
- Rybaření- (Rybářská bašta dům na Smolově, Česká rybářská asociace Poběžovice)
- Paintballové hřiště (u Domažlic, u Folmavy)

4.3.3 Realizační faktory

Do realizačních faktorů patří infrastruktura, ubytovací služby a služby stravovací.

A) Infrastruktura

Chodsko je dostupné osobním automobilem zcela bez problémů. Silnice jsou velmi dobře značené a upozorňují nás na okolní památky. Domažlice leží v blízkosti silnice č. 26 (Plzeň – hraniční přechod Česká Kubice/Furth im Wald) a na železničních tratích č. 180 (Plzeň – Domažlice – Česká Kubice), č. 184 (Domažlice – Planá u Mariánských Lázní) a č. 185 (Horažďovice – Domažlice). Město a jeho okolí najdete na mapě KČT č. 63 Chodsko. Lze sem také dojet vlakem či linkovým autobusem bez problémů. Z vlakového nádraží v Domažlicích je to do centra města necelých 10 minut pěšky, z nádraží autobusového v Domažlicích jsou to 2 minuty pěšky na náměstí. I ti, kteří rádi a hodně jezdí na kole, mohou navštívit Chodsko bez komplikací. Jsou tu pro ně uzpůsobeny stezky pro pěší i cyklisty.

B) Ubytovací služby

Jede-li návštěvník do nějaké vzdálenější destinace, většinou uvažuje o možnosti ubytování, aby mohl zůstat v destinaci déle a stihl vidět vše, co ho láká. Na Chodsku je mnoho variabilních způsobů ubytování, ať jsou to hotely, pensiony, kempy nebo chaty. V této oblasti nenajdeme hotely***** ani hotely *****. Nachází se zde ale hotely ***, pensiony, turistické ubytovny, kempy, chatové osady a jiná zařízení. Přehled všech ubytovacích zařízení v jednotlivých městech či vesnicích na webových stránkách turistického informačního centra Domažlice.

C) Stravovací služby

Služby stravovací jsou jednou ze základních částí produktu. Stravování je nedílnou součástí denního života všech lidí a mládeže, která je ve vývinu a těmto službám se věnuje víc.

Mezi některé příklady stravovacích služeb v oblasti Chodska patří:

Restaurace Maštal v Podhradí je velmi příjemnou restaurací hlavně pro mládež. Ti, co jsou starší 18 let, si zde mohou sami načepovat pivo přímo u stolu. Restaurace-Pizzerie Konšelský šenk či Restaurace Zubřina jsou velmi cenově příznivé. Hlavní jídlo je zde dostupné od 80-180 Kč a je zde velmi dobrý poměr cena/kvalita. Celkově jich je zde opravdu mnoho. Jejich přehled je na webových stránkách turistického informačního centra Domažlice.

5 Terénní šetření

5.1 Průběh dotazníkového šetření

V terénním šetření byla zvolena metoda formou dotazování. Segmentem, který byl vybrán pro bakalářskou práci a tedy i dotazování, byla mládež ve věku 15-26 let.

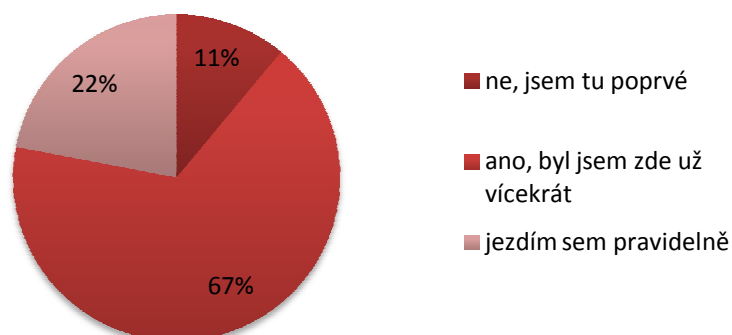
Dotazování probíhalo v centru Chodska- ve městě Domažlice. Dotazník obsahuje celkem 18 otázek, které jsou charakterizovány jako uzavřené otázky a polootevřené otázky a otázky s možností více odpovědí. V dotazníku se vyskytují také otázky identifikační.

Pilotní šetření probíhalo na začátku měsíce července roku 2012 s patnácti respondenty. Po vyplnění dotazníků byly vyhodnoceny získané informace. V dotazníku se poté upravily některé otázky z hlediska počtu otázek, tak i obsahu.

Dotazování probíhalo v letních měsících červenec-září 2012 v Domažlicích. Celkem bylo rozdáno 150 dotazníků a z toho se jich správně vyplněných vrátilo 90.

5.2 Vyhodnocení terénního šetření

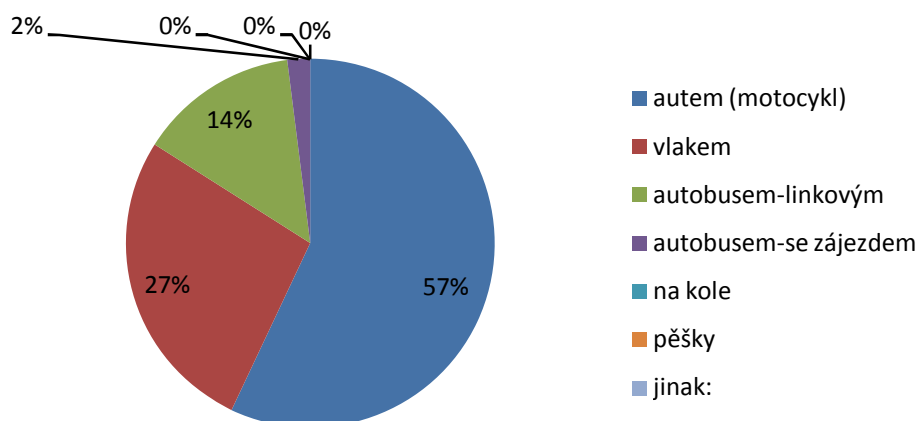
Graf 1- Navštívil (a) jste už někdy Chodsko?



Zdroj: vlastní šetření

67 % dotazovaných bylo na Chodsku už vícekrát, 22 % tam jezdí pravidelně a 11 % je zde poprvé. Z toho vyplývá, že Chodsko je destinace, do které se mládež ráda vrací. Je zde stále co nového poznávat, nacházet a prožít nové zážitky.

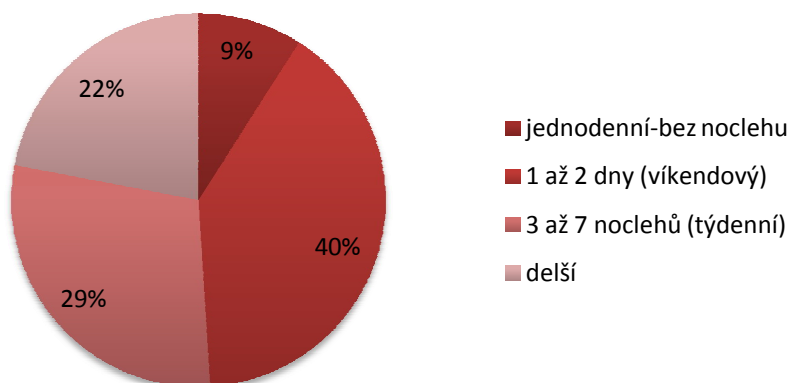
Graf 2- Jakým způsobem jste sem přicestovali?



Zdroj: vlastní šetření

Jak vidíme z grafu, 57 % návštěvníků přicestovalo do destinace automobilem, 27 % vlakem, 14 % linkovým autobusem a 2 % se zájezdem. Pro náš segment si myslím, že je auto a vlak nejvíce pohodlné, proto mladí jezdí těmito dopravními prostředky. Výběr auta znamená nezávislost na jízdních řádech, bytí pány svého času. Návštěvník přijíždějící autem je více flexibilní a může během cesty navštívit i na nedaleká místa. Cestování vlakem využívá mládež také, jelikož je pro ně výhodnější, ale hlavně levnější. Ve vlaku mají dostatek prostoru i na zavazadla. Vlakem se dostanou většinou snadno do destinace. Jedinou nevýhodu může být, že návštěvník je závislý na jízdních řádech vlaků a s tím spojené potíže při výlukách vlaků

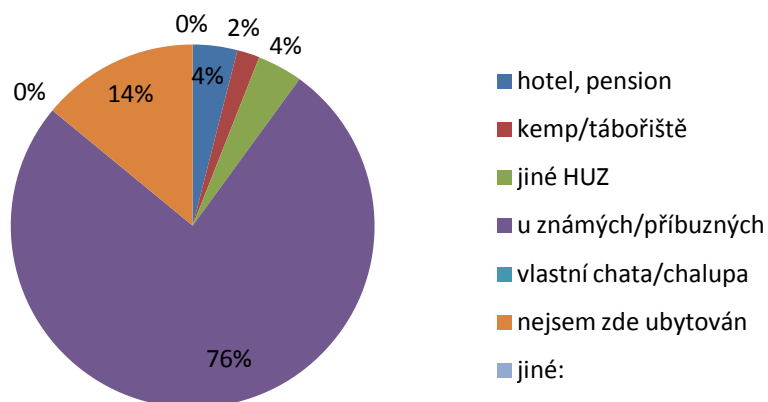
Graf 3- Jak dlouhý byl zde Váš pobyt?



Zdroj: vlastní šetření

Nejvíce mládež jezdí na Chodsko na víkendový pobyt (40 %), poté na týdenní pobyt z 29 %, 22 % dotazovaných odjíždí do oblasti na delší než týdenní pobyt. Pouze 9 % zde stráví jeden den jako výletníci. Chodsko je lokalita, kde je spousta zajímavých míst a turistických cílů a atrakcí, které návštěvník touží vidět.

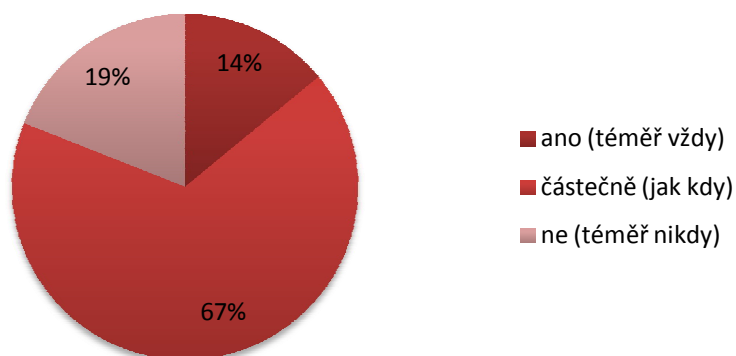
Graf 4- Byl (a) jste zde ubytován (a)? A kde?



Zdroj: vlastní šetření

76 % dotazovaných se ubytovává u známých či příbuzných, 14 % jich není ubytováno, po 4 % jsou ubytováni v pensionech či jiném HUZ a 2 % preferuje kemp. Jelikož mládež nemá vždy dostatečné finanční prostředky, proto využívají ubytování u svých kamarádů. To také využijí k tomu, že jim jsou jejich známí "průvodci" v dané lokalitě. 14 % se zde neubytovává, to je z toho důvodu, že zde tráví jen 1 den či sem dojíždí a ubytování v dané destinaci by se jim nevyplatilo. Do pensionů přijdou 4 % mládeže. Zde můžeme zahrnout segment těch, kteří při studiu pracují a vydělávají si peníze a chtějí si dopřát luxusnější pobyt a ne být závislí na svých známých či příbuzných a chtějí si pobyt zorganizovat sami. 4 % mládeže využívá HUZ a 2 % kempy či tábořiště.

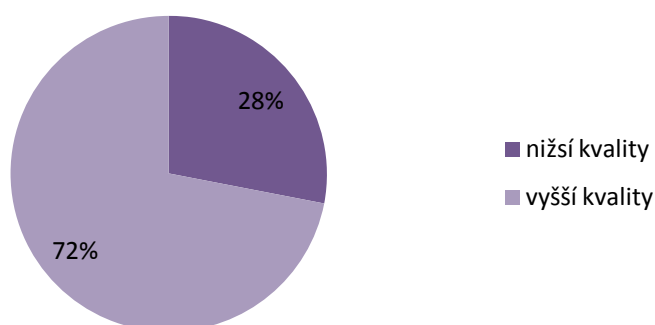
Graf 5- Stravujete se zde v restauračních zařízeních?



Zdroj: vlastní šetření

Z našich dotazovaných 14 % se téměř vždy stravuje v restauračních zařízeních. 67 % částečně a 19 % téměř nikdy (tudíž 19 % respondentů se stravuje z vlastních zdrojů).

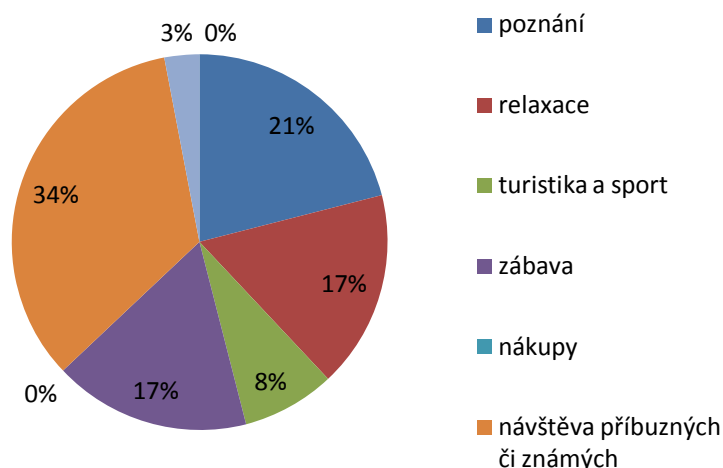
Graf 6- Pokud jste zakroužkovali v otázce č. 5 odpověď 1 nebo 2 upřednostňujete restaurační zařízení:



Zdroj: vlastní šetření

72 % těch, kteří zakroužkovali v předchozí otázce 1, či 2 odpověď, odpovědělo, že se stravují v restauračních zařízeních vyšší kvality a 28 % z nich v restauračních zařízeních nižší kvality. Do vyšší kvality se řadí restaurace, jídelny, pizzerie, kavárny atd. Nižší kvalitou jsou charakterizovány fast foody, bufety, jídlo do ruky.

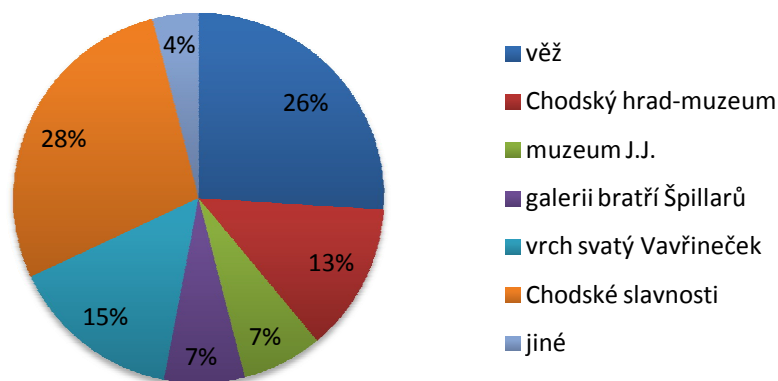
Graf 7- Převažujícím důvodem Vaší návštěvy je:



Zdroj: vlastní šetření

Mládež na Chodsko jezdí převážně z důvodu návštěvy známých a příbuzných (34 %), za poznáním (21 %), relaxací (17 %) a zábavou (17 %), za turistikou a sportem (8 %) a tranzitují (3 %). Nejvíce mládež jezdí za svými kamarády či příbuznými a při té příležitosti poznávají okolní prostředí, jelikož jejich známí okolí znají velmi dobře, tudíž jim mohou ušetřit čas, protože přesně ví, kde se dané památky nacházejí.

Graf 8- Navštívil (a) jste v Domažlicích:

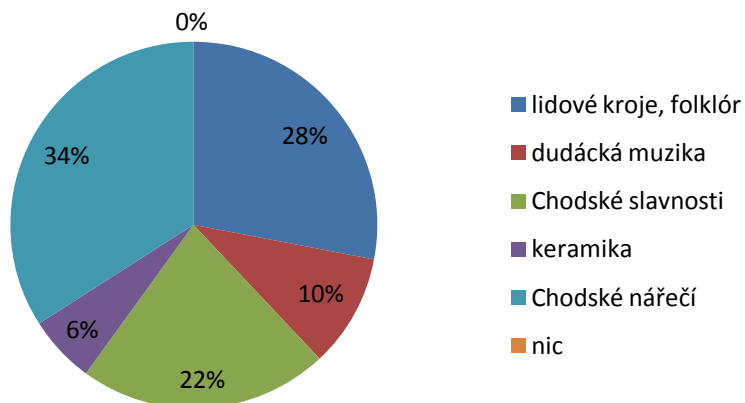


Zdroj: vlastní šetření

Nejvíce mládež navštěvuje Chodské slavnosti z 28 %, jelikož jsou velmi známé v celé České Republice. Byl zde několikrát i náš pan prezident a ročně je tu na slavnostech kolem 40-60 tisíc lidí. Při té příležitosti mladí navštěvují Domažlickou věž z 26 %, protože je na hlavním náměstí, které je nejdůležitějším místem pro slavnosti. Z 15 % navštěvují svatý vrh Vavříneček, který je během slavností důležitý pro věřící.

Chodský hrad je navštěvován z 13 %, Muzeum J. Jindřicha a Galerie Bratří Špillarů ze 7 % a ze 4 % jsou navštěvována mládeží jiná místa.

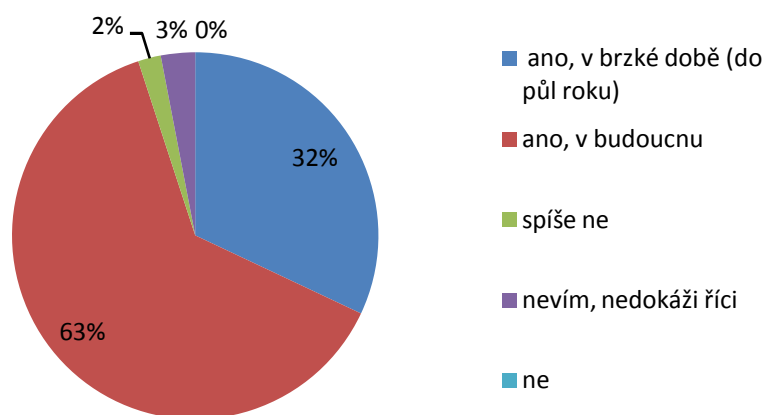
Graf 9- Co se Vám vybaví, když se řekne Chodsko?



Zdroj: vlastní šetření

Chodsko je známé mládeži především svým nářečím z 34 %, lidovými kroji a folklórem z 28 %, Chodskými slavnostmi z 22 %, dudáckou muzikou z 10 % a keramikou z 6 %. Místní mládež již tolik nemluví nářečím, ale v typicky Chodských vesnicích, jako je Mrákov, Tlumačov nebo Nevolice, místní starší obyvatelé stále mluví jejich nářečím. Starší ženy zde nosí typické lidové kroje, které si oblékají do kostela, ale i doma- jsou to ale rozdílné kroje. Kroje jsou známé z 28 %.

Graf 10- Uvažujete o opakované návštěvě Chodska?

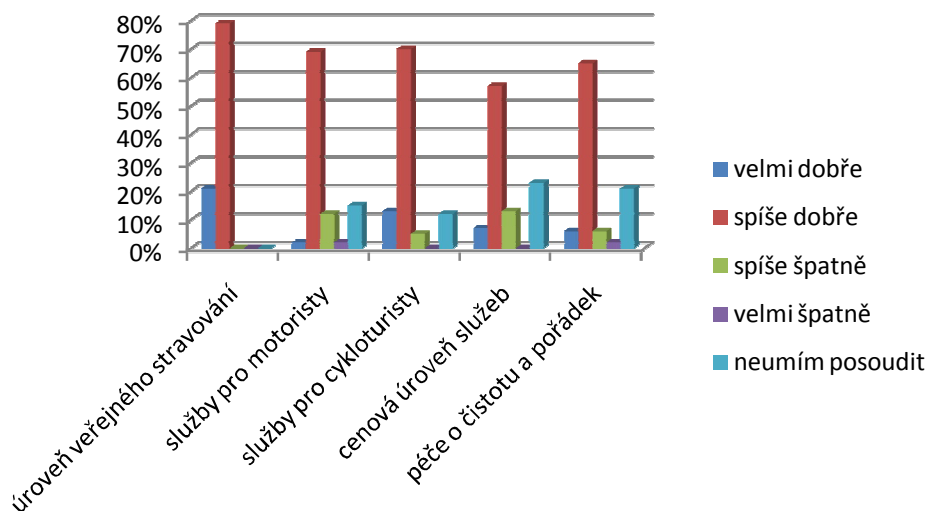


Zdroj: vlastní šetření

Ze všech dotazovaných je 63 % přesvědčeno, že navštíví Chodsko znovu a to v budoucnu. 32 % z nich ho navštíví dokonce do půl roku znovu. Z tohoto grafu

vyplývá, že mládež se chce vrátet do oblasti Chodska, jelikož je tato oblast nějakým způsobem zaujala a nějak na ně zapůsobila a zanechala v nich nějaké zážitky a vzpomínky.

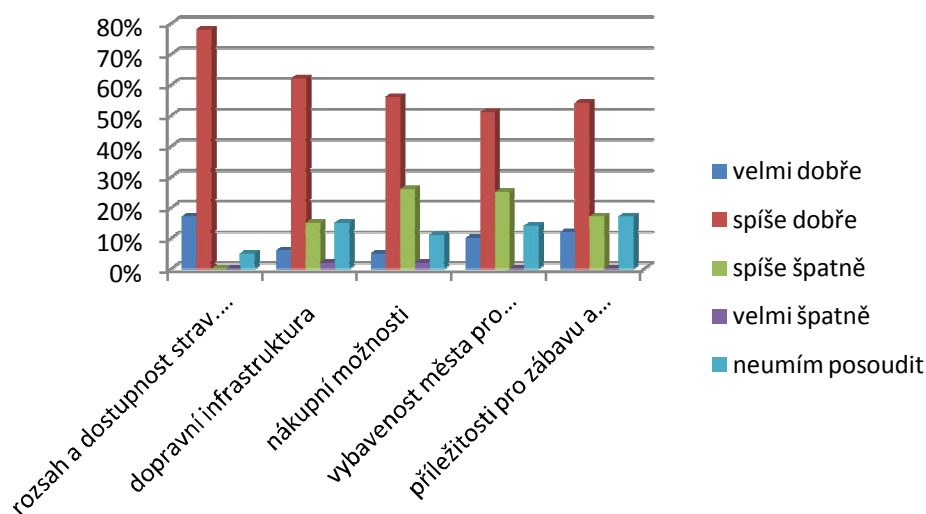
Graf 11- Jak celkově hodnotíte následující služby poskytované na Chodsku?



Zdroj: vlastní šetření

Z hodnocení následujících služeb v dané oblasti vyplývá, že je návštěvníci u všech hodnotí spíše dobře. U úrovne veřejného stravování se objevuje také hodnocení velmi dobré. Velmi špatné se zde prakticky nevyskytuje nebo jen v zanedbatelných procentech. Z toho vyplývá, že mládež je spokojená s těmito službami.

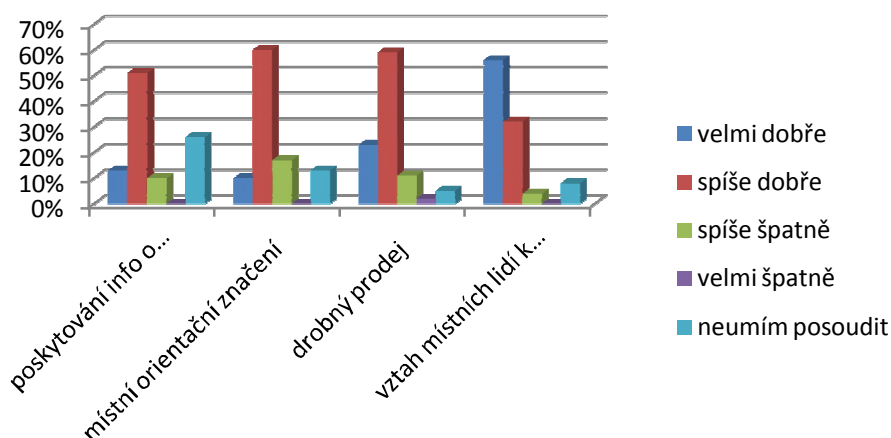
Graf 12- Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost města?



Zdroj: vlastní šetření

I tento graf vykazuje hodnocení infrastruktury a vybavenosti města spíše dobře. U dopravní infrastruktury a nákupních možností i u příležitostí pro zábavu vystupuje hodnocení spíše špatně. Nákupní možnosti tu opravdu nejsou veliké. Co se týče obchodních řetězců s oblečením, tak takové zde nenalezneme, ale supermarkety jsou zde dostupné v dostatečném množství.

Graf 13- Jak hodnotíte péči o rozvoj cestovního ruchu v následujících oblastech?

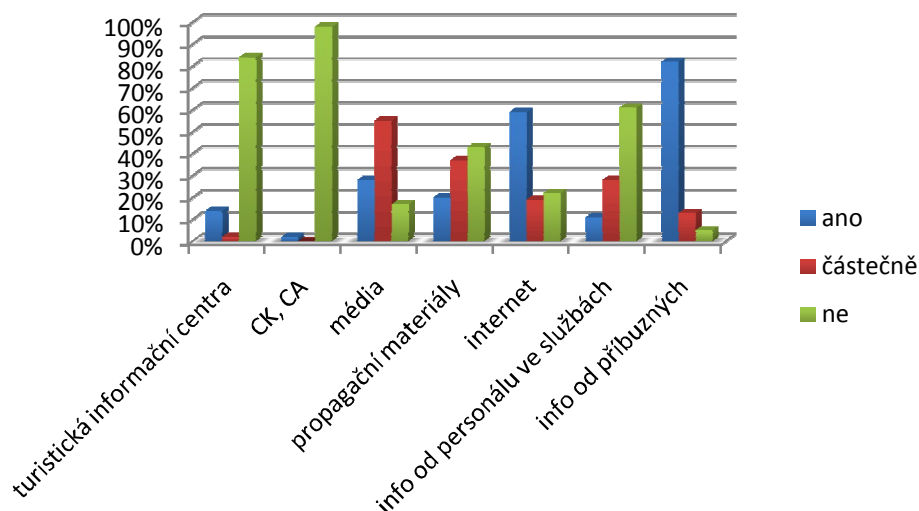


Zdroj: vlastní šetření

Poskytování informací o regionu, místní orientační značení a drobný prodej je hodnocen jako spíše dobrý. Návštěvník se může jednoduše a rychle orientovat, jak v centru Chodska (Domažlicích), ale také jestliže je účastníkem silničního provozu,

jelikož jsou dané atraktivity značeny s dostatečným předstihem, aby si člověk mohl rozmyslet, zda navštíví danou atraktivitu, která se mu právě nabízí. Velmi dobře mládež hodnotí vztah místní obyvatel k návštěvníkům, což je pro destinaci velmi důležité, jelikož právě oni jsou ti, kteří budou svoje zážitky interpretovat dalším potencionálním návštěvníkům.

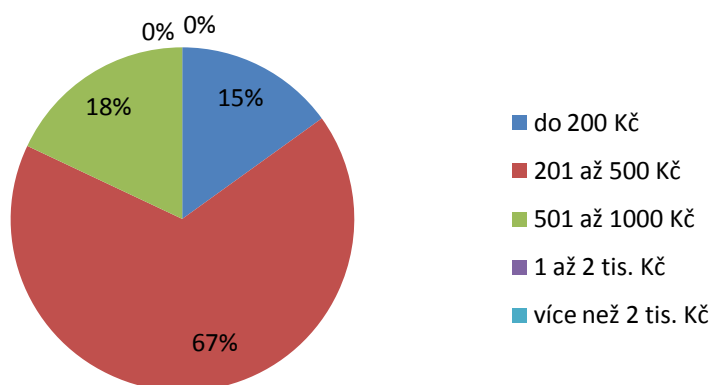
Graf 14- Využil jste některé informace z následujících zdrojů?



Zdroj: vlastní šetření

Mládež ve větší míře vůbec nevyužívá informace od CK, CA, z turistických informačních center či od personálu ve službách. Ne platí také pro propagační materiály, ale zde to není ale tak jednoznačné. Odpověď „částečně“ vyšla pro média. Nejvíce mládež využívá informací od příbuzných a z internetu. Dle mého názoru se tak děje, protože většina mládeže se v dnešním světě bez internetu neobejde. Je pro ně dostupný, rychlý a přesný na nalezení informací, které potřebují.

Graf 15- Kolik Vás v průměru stojí na osobu a den Váš pobyt na Chodsku?



Zdroj: Vlastní šetření

Necelých 70 % návštěvníků zde utratí v průměru 201-500 Kč denně. 18 % utratí 501- 1000 Kč/ den a 15 % z nich jen do 200 Kč denně.

Z terénního šetření byl sestaven profil návštěvníka věkové skupiny 15-26 let:

Návštěvník je ve věkové skupině 15-26 let a již někdy dříve Chodsko navštívil, tudíž tu není poprvé. Přijíždí do oblasti osobním automobilem a tráví zde 1-2 dny (víkend). Ubytován je u svých přátel či příbuzných. Částečně se stravuje v restauračních zařízeních s vyšší kvalitou. Důvody návštěvy jsou hlavně návštěva známých či příbuzných, dalšími poznání a zábava. Návštěvník již navštívil Chodské slavnosti, Domažlickou věž či vrch sv. Vavřinec. Chodské nářečí je první charakteristika, která se vybaví návštěvníkovi, když slyší pojem „Chodsko“. Návštěvník uvažuje o opakované návštěvě Chodska a to v budoucnu. Služby, jakožto úroveň veřejného stravování, služby pro motoristy, cykloturisty, cenovou úroveň služeb a péči o čistotu hodnotí spíše dobře, z čehož se dá usuzovat, že je s těmito službami spokojen. Rozsah a dostupnost stravovacích kapacit, dopravní infrastruktura, nákupní možnosti, vybavení města pro sportovní a kulturní atraktivitu a příležitosti pro zábavu a společenské vyžití bylo opět ohodnoceno spíše dobře. Velmi dobře zde vystupuje vztah místních lidí k návštěvníkům a jako spíše dobře pak poskytování informací o oblasti, místní orientační značení a drobný prodej. Návštěvník nejvíce využívá informace od svých známých či příbuzných a z internetu. Denně zde utratí mezi 201- 500 Kč.

5.3 Vyhodnocení hypotéz

1. Mládež jezdí do oblasti Chodska na více dní.

Tato hypotéza byla z terénního šetření potvrzena. 40 % mládeže jezdí do oblasti na 1 až 2 dny, 29 % na pobyt 3 až 7 dnů, 22 % na ještě delší pobyt a jen 9 % sem zde jezdí na jednodenní výlety. Z hlediska jednodenních výletníků je zřejmé, že by se jim přenocování nevyplatilo, proto volí výlety jednodenní. Je pravděpodobné, že právě tyto návštěvníci nedojeli z veliké dálky, proto je pro ně lepší jen jednodenní výlet. Co se týče ostatních, u většiny je dané, že do oblasti Chodska jezdí na více dní, nejvíce však na víkendový pobyt.

2. Pro 30 % dotazovaných je Chodsko známé nářečím, folklorem a lidovými kroji.

I hypotéza č. 2 se díky terénnímu šetření potvrdila. Celých 34 % respondentů zná oblast díky chodskému nářečí, 28 % folkloru a lidovému kroji, z 22 % je známá Chodskými slavnostmi, jen z 10 % dudáckou muzikou a z 6 % Chodskou keramikou. Všichni respondenti mají alespoň nějaký přehled o tom, jaké charakteristiky se váží k Chodsku, takže se nenašel nikdo, kdo by odpověděl, že nic. Chodská keramika a dudácká muzika jsou takové charakteristiky, které mládež nemá spojené tolik s Chodskem. Necelých 30 % si pod pojmem Chodsko vybaví lidový kroj a folklor, jelikož je zde mnoho folklorních souborů, které vystupují během Chodských slavností.

6 Návrhy a opatření

Z terénního šetření a situační analýzy nám vyplývá všechna nabídka, kterou je Chodsko otevřené návštěvníkovi a zároveň atraktivita, které zde chybí. Bylo zjištěno, že návštěvník hodnotí 25 % spíše špatně vybavenost města pro sportovní a kulturní aktivity. Proto by se mělo Chodsko zaměřit na způsob zlepšení této oblasti.

Také v oblasti příležitosti pro zábavu a společenské vyžití bylo zjištěno, že návštěvník toto hodnotí 17 % spíše špatně. Mládež kromě sportu a kultury také vyhledávají zábavu a společnost, proto i v této oblasti by se měly podniknout nějaké změny.

Návštěvník zde také není spokojen s nákupními možnostmi, a to z 25 %. Jelikož je Chodsko oblastí obklopenou vesnicemi, typická svojí historií, kulturou, typickou architekturou, není jisté, zda by bylo vhodné vybudovat zde nějaké velké nákupní centrum.

Mládež čerpá informace hlavně z internetu a od příbuzných. Bylo by dobré zaměřit se na internetové stránky, jelikož musí mládež zaujmout, aby se na ně podívaly. Nepřehlednost některých internetových stran by měla být nahrazena či by měly být lépe zpracovány.

Návrhy:

Dobrym nápadem, jak podpořit cestovní ruch mládeže by mohlo být vybudování lanového parku. Mládež touží po adrenalinu, po něčem novém a lanový park je v dnešní době velmi oblíben právě tímto segmentem. Poté by se zde mohla vybudovat část i pro děti, což by přilákalo další segment a to rodiny s dětmi a poté by se to dostalo na dostatečnou úroveň, že by sloužil i široké veřejnosti.

Ve městě je kino, ale je velmi zastaralé, proto by ve městě bylo vhodné zrekonstruovat kino počínaje vybavením, zázemím až po techniku. V rámci rekonstrukce by mohlo město požádat o dotace na tuto činnost.

Ve městě Domažlice je také plavecký bazén, ale pouze jen s vnitřními prostory. V nedalekém městě Kdyně je nově vybudované „Vodní centrum zábavy“, ale i zde nenalezneme venkovní prostory. V okolí se sice nacházejí přírodní koupaliště, ale pro ty, kteří se zde nekoupají a rádi chodí do bazénu i v létě, by bylo vhodné rozšířit plavecký bazén v Domažlicích na venkovní část. Je zde zrekonstruovaný dětský bazén.

Plavecký i dětský bazén jsou denně velmi využívány, proto by bylo dobré rozšířit prostory a vybudovat venkovní bazén.

Jak se ukázalo v terénním šetření, mládež čerpá informace z internetu. Na internetové stránce www.isumava.cz nalezneme některé informace o Chodsku, ale tyto stránky se zdají být pro potenciálního návštěvníka nepřehledné. Na internetu je i webová stránka (www.skolni-vylety.isumava.cz), kde se dají naplánovat školní výlety, ale jde jen o doporučené programy, tudíž si všechno musejí školy zařizovat samy. Proto by bylo dobré vylepšit internetové stránky, popřípadě založit nové, které by se orientovaly jen na Chodsko. Na těchto stránkách by mohl být odkaz na jednotlivé vesnice v oblasti a dění v nich, tipy na výlety do okolí atd. S tím také souvisejí slevy pro mládež na různé karty (ISIC, apod.) Vytvořit speciální balíčky právě pro tento segment se slevou a přilákat je právě do této destinace.

7 Návrh nového produktu

Návrh nového produktu č. 1:

Název: Po stopách Koziny na Chodsku (školní výlet)

Program: Pá-Ne, v červnu (14. -16. 6.)- termín byl zvolen z důvodu končení školního roku, kdy je výuka volnější, tudíž je tento termín ideální pro školní výlety.

PÁTEK

10.30 příjezd do Klenčí, odtud pěšky směr Capartice

Cca **11.15** výstup na Výhledy, zde 15 min přestávka, pomník J. Š. Baara, krásný výhled do okolní krajiny Chodska

Odtud přes Capartice směr Čerchov, pokračovat po vyznačené trase

13.30 na vrcholu Čerchova, výstup na rozhlednu, pauza na občerstvení místní nebo vlastní, (výhled z rozhledny za pěkného počasí až do Alp)

15. 00 sestup do Capartic na autobusovou zastávku

16.30 autobusem směr Babylon, kde je ubytování v chatkách buď po 2, nebo po 4 osobách

17.45 příjezd na Babylon

18.00- 18.45 ubytování, osobní volno

18.45 večeře v místní restauraci

19.30-21.00 minigolf

SOBOTA

8.00 snídaně

9.00 odjezd na kolech směr Drachensee (Německo), **10.00** příjezd na místo, 1 hodina volno, kde ve volnu možná procházka kolem jezera, projít si krátkou naučnou stezku vztahující se k místu

11.00 zpět přes typicky Chodské vesnice- Pasečnice, Tlumačov, Mrákov

12-13.30 pauza na oběd, možnost vlastní stravy nebo v Pensionu Podveský Mlýn u Tlumačova, poté směr Spáňov – zastávka u Klobouku, pokračování do vesnice Újezd

15.00 prohlídka v Kozinově statku- Pamětní síň J. S. Koziny, a o kousek dál na kolech navštívíme jeho památník

16.30 zpět směr Babylon po cyklistické stezce

17-19.00 osobní volno

19. -21.00 Typicky Chodská večere (Chodské koláče, toč, pálenec, zelňáky...), ukázka lidové muziky

NEDĚLE

8.30 snídaně

9.40 odjezd do Domažlic linkovým autobusem

10.00 prohlídka centra města,

11.30 výstup na Domažlickou věž,

12.30 prohlídka Chodského muzea (30 min), poté přesun do Galerie Bratří Špilarů, kde prohlídka začíná v **13.30**.

15.00 odjezd domů

Kalkulace:

Ubytování	300 Kč
Stravování-polopenze	160 Kč
Místní doprava	46 Kč
Vstup rozhledna Čerchov	30 Kč
Minigolf	15 Kč
Zapůjčení kol	70 Kč
Vstup Pamětní síň J. S. Koziny	15 Kč
Vstup Domažlická věž	15 Kč
Vstup Muzeum Chodska	15 Kč
Vstup Galerie Bratří Špilarů	10 Kč
Pojištění od CK	40 Kč
30% marže CK	215 Kč
<hr/>	
Celkem:	931 Kč/ studenta

Po navrhnutí produktu byl jeho návrh rozeslán na některé střední školy v Plzeňském a Jihočeském kraji za účelem zjištění potencionálního zájmu škol o tento školní výlet. Z odpovědí od dotazovaných škol bylo vyhodnoceno, že většina škol byla zaujata tímto produktem a zdál se jim zajímavým.

Uvedení na trh: Produkt s názvem „Po stopách Koziny na Chodsku“ bude nabízen cestovními kanceláři. CK budou přímo kontaktovat střední školy a budou tento produkt nabízet odpovídajícím osobám na škole. Tento produkt budou mít cestovní kanceláře také na svých webových stránkách.

Návrh nového produktu č. 2:

Naučná stezka „Cestou Chodské historie“ v Domažlicích

Mapa naučné stezky „Cestou Chodské historie“ v Domažlicích



Zdroj: www.mapy.cz, 2013

Začátek turistické trasy je v bodě č. 1: Lom Velký Škarman, kde bude zabudován informační panel, odpadkový koš a informační směrovka, ukazující směr dalšího bodu naučné stezky. Tímto směrem návštěvník půjde cca 780 m dolů z kopce.

Další zastávkou je Kostel u všech svatých- na mapce v bodě č. 2., kde bude opět nainstalován informační panel a odpadkový koš. Odtud se půjde podle ukazujícího směru informační směrovky cca 370 metrů rovně a poté vlevo přes přechod. Už z dálky uvidíme velkou světlou budovu muzea.

Muzeum Jindřicha Jindřicha je třetí zastávkou naučné stezky. V muzeu můžeme zhlédnout mistrovu pracovnu, typicky chodskou senci, výrobky chodské keramiky, ale také velmi unikátní sbírku lidových podmaleb na sklo. Před vchodem bude opět upevněn informační panel s odpadkovým košem a informační směrovkou, která nám ukazuje další směr trasy.

Projdeme pod domažlickou bránou, která plnila v minulosti obranou funkci města. Na spodním náměstí je busta Aloise Jiráka na jednom z domů. Je to k uctění jeho památky a připomínky si toho, že na Chodsku působil. Zde je na jednom ze sloupů připevněna informační deska tak, aby se shodovala s typickou architekturou domů. Vedle sloupu bude připevněn odpadkový koš.

Jen o 90 metrů výše na náměstí je velkou dominantou Kostel Narození Pany Marie s věží, která je o 60 cm vykloněná ze své osy. U věže bude instalován také informační panel s odpadkovým košem. Z věže je krásný výhled po celém městě, ale i do okolí. Po vystoupení a sestupu z věže informační směrovka směřuje směr bustu, která je na horním náměstí cca 100 m vzdálená od věže.

Stejně jako u busty A. Jiráka, i u busty Boženy Němcové na horním náměstí bude informační deska, která se hodí do stylu i architektury města. Němcová na Chodsku působila a tvořila. V její blízkosti bude připevněn odpadkový koš.

Po 65 metrech se ocitnete před Klášteřem, který je sedmou zastávkou naučné stezky. Klášter funguje i jako základní umělecká škola, která hudebně vzdělává své žáky. Vedle vchodu bude odpadkový koš s informačním panelem, kde se návštěvník dozví více o historii kláštera. Hned vedle kláštera je také knihovna Boženy Němcové. Informační směrovka bude ukazovat směr, jakým se vydat a to necelých 125 metrů k Chodskému hradu a muzeu.

Při prohlídce Chodského muzea návštěvník vlastně prochází prostory Chodského hradu. Návštěvník si může prohlédnout bohatou expozici, která dokumentuje dějiny Chodska, ale může zde spatřit i kroje a typickou Chodskou svatbu. Je možno také vystoupat na hradní věž, odkud je krásný výhled do blízkého okolí. I u muzea bude zabudován informační panel, odpadkový koš a informační směrovka.

Poslední památkou, která se nachází na naučné stezce, je Galerie Bratří Špillarů, která je věnována tvorbě bratrů Jaroslava a Karla. Ti čerpali náměty pro jejich obrazy právě z Chodska, z malebné krajiny a ze života místních lidí. Před budovou bude informační panel a odpadkový koš.

Celková trasa bude činit 2 km, tudíž je vhodná i pro méně zdatné turisty. Obsah na informačních panelech není součástí bakalářské práce.

FINANČNÍ KALKULACE

Záměr vybudování naučné stezky bude zpracován a podán v rámci 11. výzvy Dispozičního fondu v Programu příhraniční spolupráce, v rámci Cíle 3 ČR- Svobodný stát Bavorsko 2007-2013. Cílem tohoto projektu bude vytvoření naučné stezky v Domažlicích.

Žadatelem projektu bude Městský úřad Domažlice, který má jako partnerské město, město Futh im Wald v Bavorsku, s kterým spolupracuje. Jelikož splnil podmínku partnerského města a také tu podmínku, že město je v příslušné oblasti Bavorska, může zažádat přes dispoziční fond v rámci zmíněného programu „Program příhraniční spolupráce“ o peníze. Výše grantu nesmí přesáhnout 85 % celkových výdajů projektu, 15 % je minimální hranice spoluúčasti žadatele.

DISPOZIČNÍ FOND
Program přeshraniční spolupráce
Cíl 3 ČR – Svobodný stát Bavorsko 2007-2013



Zdroj: www.rras.cz

Finanční kalkulace projektu -Naučná stezka „Cestou Chodské historie“ v Domažlicích.

Tabulka 1 Výdaje na přípravu projektové činnosti a jejich příloh

Činnost	Částka
Vytvoření projektové dokumentace	15 000 Kč
Náklady na zpracování žádosti projektu	6 000 Kč
Celkem:	21 000 Kč

Zdroj: vlastní kalkulace

Tabulka 2 Finanční náklady na naučnou stezku

Položka	Info. panel	Cena návrhu info. panelu	Infor. Směrov -ka	Montáž + doprava	Sběr dat	Odpadkov ^ý koš	lavičky
Infor. panel lom	5470	3490	995	5000	500	2240	7660
Infor. panel kostel všech svatých	5470	3490	2*995	5000	500	2240	7660
Infor. panel Muzeum J. Jindřich	5470	3490	2*995	5000	500	2240	7660
Infor. deska busta	3 990	2990	2*995	5000	400	2240	-
Infor. panel Kostel s věží	5470	3490	2*995	5000	500	2240	-
Infor. deska busta	3 990	2990	2*995	5000	400	2240	-
Infor. panel Klášter	5470	3490	2*995	5000	500	2240	7660
Infor. panel Chodský hrad a muzeum	5470	3490	2*995	5000	500	2240	7660
Infor. panel Galerie Bratří Špillarů	5470	3490	2*995	5000	500	2240	7660

Celkem:	46 270	30 410	15 920	45 000	4300	20 160	45 960
Celkem:	208 020 Kč						

Zdroj: vlastní kalkulace

Tabulka 3 Výdaje na publicitu- webové stránky

Činnost	Částka
Zřízení webových stránek	1000
Vytvoření obsahu webových stránek	10 000
Správa webových stránek	30 000
Správa domény	5 000
Celkem:	46 000 Kč

Zdroj: vlastní kalkulace

Výdaje na webové stránky zahrnují zřízení webových stránek, vytvoření jejich obsahu, co se týče textu, ale i designu, správu webových stránek a správu domény.

Tabulka 4 Výdaje na publicitu- tištěné materiály

Činnost	Částka
Grafické zpracování propagačního materiálu	7 000
Tisk propagačního materiálu	22 300
Celkem:	29 300 Kč

Zdroj: vlastní kalkulace

Tištěné materiály budou zpracovány v jazyce českém, tak i v jazyce německém. Grafické zpracování zahrnuje sběr informací na tištěné materiály, korekci textu a překlad do německého jazyka.

Tabulka 5 Výdaje na publicitu- reklamní spoty v rádiu

Činnost	Částka
Výroba reklamního spotu	1 500
Vysílání spotu po 2 měsíce	20 000
Celkem:	21 500 Kč

Zdroj: vlastní kalkulace

Výdaje na výrobu reklamního spotu trvajícího 30 sekund a vysílaného po dobu 2 měsíců činí dohromady 21 500 Kč.

Tabulka 6 Celkové náklady na propagaci

Činnost	Částka
Webové stránky	46 000 Kč
Tištěné materiály	29 300 Kč
Reklamní spoty v rádiu	21 500 Kč
Celkem:	96 800 Kč

Zdroj: vlastní kalkulace

Celkové výdaje na propagaci tvořené z výdajů na propagaci pomocí webových stránek, tištěných materiálů a reklamních spotů v rádiu činí 96 800 Kč. Tyto výdaje nepřesahují 30 % celkových výdajů, tudíž může být proplaceno 85 % z fondů a žadatel se bude tedy podílet zbytkem a to ve výši alespoň 15 %.

Tabulka 7 Celková kalkulace

Činnost	Částka
Výdaje na přípravu projektové činnosti a jejich přílohy	21 000 Kč
Finanční náklady na naučnou stezku	208 020 Kč
Výdaje na publicitu	96 800 Kč
Celkem:	325 820 Kč

Zdroj: vlastní kalkulace

Uvedení na trh: Po ukončení projektu bude naplánovaná akce: Slavnostní otevření naučné stezky „Cestou Chodské historie“. Pozvánku na tuto akci dostane i partnerské město Furth im Wald a také bude pozván vybraný segment mládeže, ale také se této akce může zúčastnit široká veřejnost. Náklady na propagaci této akce ponese město Domažlice.

8 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo zjistit úroveň cestovního ruchu ve zvolené oblasti Chodsko pro segment mládeže. Pomocí terénního šetření zjistit požadavky segmentu a poté navrhnout nový produkt pro tento segment a uvést ho na trh.

Před začátkem práce bylo důležité nastudovat si teoretická východiska a zpracovat literární rešerši, ve které byly vysvětleny základní pojmy cestovního ruchu používané dále v bakalářské práci.

V první fázi práce byly stanoveny dvě hypotézy „Mládež jezdí do oblasti Chodska na více dní“ a „Pro 30 % dotazovaných je Chodsko známé svým nářečím, folklorem a lidovými kroji“. Obě stanovené hypotézy byly prostřednictvím situační analýzy a terénního šetření potvrzeny.

Situační analýza vymezuje území oblasti Chodska, její popis a charakteristiku. Dále zahrnuje výčet přírodních a kulturně-historických zajímavostí, kde jsou charakterizovány nejvýznamnější památky oblasti- hrady, zámky, rozhledny, zříceniny, muzea, galerie, památníky. Byly zde zahrnuty také vodní plochy, parky, chráněné krajinné rezervace, cyklotrasy, běžecké či lyžařské tratě a další sportoviště.

Dále probíhalo terénní šetření, které bylo zvoleno formou dotazování. Následně byly dotazníky vyhodnoceny a bylo zjištěno, že mládež jezdí do oblasti na víkendový pobyt, vlastním autem a jsou zde ubytováni u svých příbuzných či známých. Hlavními důvody příjezdu do oblasti Chodska je právě návštěva příbuzných či známých, poznání a zábava. Informace získané z terénního šetření se staly východiskem pro návrhy a opatření. Poté byly připraveny návrhy vlastních produktů.

První produkt, který byl navržen, se orientuje spíše na skupinu 15-20 let, jelikož se jedná o školní výlet s názvem „Po stopách Jana Sladkého Koziny“. Tento školní výlet je určen pro studenty středních škol. Návrh produktu byl po sestavení víkendového programu dále zkalkulován a rozeslán ředitelům středních škol v Plzeňském a Jihočeském kraji za účelem zjištění, zdali by je tento produkt zaujal. Odpověď byla u většiny taková, že by je tento produkt zaujal a za tuto cenu by ho koupili od cestovní kanceláře, která by ho nabízela.

Druhým návrhem produktu je naučná stezka „Cestou Chodské historie“ v Domažlicích. Jelikož mládež z terénního šetření odpověděla, že do oblasti jezdí

z důvodu poznání hned po návštěvě příbuzných, byla navržena právě naučná stezka, která by blíže seznámila návštěvníka s místními památkami a historií. Navrhovaná naučná stezka je dlouhá dva kilometry a je vhodná i pro méně zdatné turisty. Stezka má celkem devět zastávek. Podle návrhu projektu by stezka mohla být financována pomocí Dispozičního fondu, Programu přeshraniční spolupráce, Cíl 3 ČR- Svobodný stát Bavorsko 2007-2013.

9 Summary

The aim of this thesis was to determine the level of tourism in the selected region Chodsko for the youth segment. Using field surveys to determine the requirements of the segment, and then design a new product for this segment and put it on the market.

Before starting work, it was important studying literature and literary research process, in which were explained the basic concepts of tourism also used in the thesis.

At the beginning of the thesis were determined two hypotheses "Youth goes to the Chodsko for more days" and "For 30% of respondents Chodsko region is famous for its dialect, folklore and folk costumes." Both hypotheses have been through situational analysis and field survey confirmed.

Situational analysis defines the region of Chodsko, its description and characteristic. It also includes a list of natural, cultural and historical attractions, which are characterized by the most important monuments in-castles, towers, ruins, museums, galleries, monuments. There were also included lakes, parks, protected natural reserve, cycling, cross-country and ski tracks and other sports.

Moreover, there was field research, which has taken the form of questioning. Subsequently, questionnaires were evaluated and the result was that young people go for a weekend, by their own car and they stay with family or friends. The main reasons of arrival in Chodsko are just visit family or friends, knowledge and fun. Information obtained from field survey became the basis for the proposals and measures. Then the suggestions of products have been prepared.

The first designed product focuses more on the group of 15-20 years old people, as a school trip "In the footsteps of John Sweet Koziny". This school trip is designed for high school students. The proposal of this product was after calculated and distributed to managers of high school in Plzeň and South Bohemian region to know if this product could be interesting for them. Most answers from high schools are saying that they would be interested in this proposal of product if it could be offered by tour operator and by travel agencies.

The second proposal of product is a nature trail „The way of Chod’s history“ in Domažlice. As the youth of the field investigation said that knowledge is the second reason of coming after visiting families and friends. The trail was designed for

familiarized the visitors with the local sights. The proposed trail is two kilometers long with nine stops and is suitable for less experienced hikers. Under the proposal, the project could be financed through the Disposition Fund, the cross-Purpose 3-Czech Republic Free State of Bavaria 2007-2013.

Klíčová slova: cestovní ruch, produkt, cena, mládež, destinace

Key words: tourism, product, price, youth, destination

10 Seznam

10.1 Seznam použité literatury

- [1] **ČERTÍK**, Miroslav, et al. *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. Vyd. 1. Praha: OFF, 2001, 352 s. ISBN 80-238-6275-8.
- [2] **FORET**, Miroslav a **FORETOVÁ**, Věra. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.
- [3] **FORET**, Miroslav a **TURČÍNKOVÁ**, Jana. *Cestovní ruch*. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, 2005. ISBN 80-7157-838-X.
- [4] **GOELDNER**, Charles R a **J RITCHIE**. *Tourism: principles, practices, philosophies*. Eleventh ed. Hoboken, N. J.: John Wiley, 2009, 624 s. ISBN 04-700-8459-6.
- [5] **HESKOVÁ**, Marie, et al. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Vyd. 1. Praha: Fortuna, 2006, 223 s. ISBN 80-716-8948-3.
- [6] **HLADKÁ**, Jitka. *Technika cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 1997, 161 s. ISBN 80-716-9476-2.
- [7] **HORÁKOVÁ**, Helena. *Strategický marketing*, Praha: Grada Publishing, 2000, 150 s. ISBN 80-7169-996-9.
- [8] **HORNER**, Susan a John **SWARBROOKE**. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: [aplikovaný marketing služeb]*. Praha: Grada, 2003, 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [9] **HRABÁNKOVÁ**, Magdalena a Tomáš **HÁJEK**. *Management cestovního ruchu*. Vyd. 1. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2002, 82 s. ISBN 80-704-0580-5.
- [10] **KAMRA**, Krishan K.: *Tourism, Theory, Planning and Practise*. New Delhi: Indis Publishing Company, 1997. 203 s. ISBN-81 7387-073-X
- [11] **KIRÁĽOVÁ**, Alžbeta. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003, 173 s. ISBN 80-861-1956-4.
- [12] **KOTLER**, Philip a **ARMSTRONG**, Gary . *Marketing*. Praha: Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-0513-3.

- [13] **KOTLER**, Philip, **ARMSTRONG**, Gary: *Principles of Marketing*. Vyd. 13. New Jersey:Pearson Education, Inc. Upper Saddle River, 2010. ISBN-13: 987-0-13-700-669-4
- [14] **KUČEROVÁ**, Irah. *Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch*. Vyd. 1. Praha: Idea Servis, 1997, 153 s. ISBN 80-859-7014-7.
- [15] **MAK**, James: *Tourism and economy, understanding the economies of tourism*. Honolulu:University of Hawai'i Press, 2004. 125 s. ISBN 0-8248-2789-9.
- [16] **MALÁ**, Vlasta. *Cestovní ruch: (vybrané kapitoly)*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999, 83 s. ISBN 80-707-9443-7.
- [17] **NAVRÁTIL**, Josef. *Návštěvník jako rozvojová faktor navštíveného místa. Aplikovaná geografie cestovního ruchu na příkladu vody v turistických regionech jižní Čechy a Šumava*. Vyd. 1. Praha: Alfa Nakladatelství, 2012. ISBN 978-80-87197-50-9.
- [18] **NĚMČANSKÝ**, Milan. *Management cestovního ruchu 1, 2*. Karviná: Slezská univerzita, 1995. ISBN 80-85879-18-2.
- [19] **ORIEŠKA**, Ján: *Služby v cestovním ruchu*. Vyd. 1. Praha 7: IDEA SERVIS, 2010. 405 s. ISBN 987-80-85970-68-5.
- [20] **PALATKOVÁ**, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha 7: Grada Publishing, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.
- [21] **PALATKOVÁ**, Monika. *Marketingový management destinací*. Praha: Grada Publishing, 2011, 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2
- [22] **PÁSKOVÁ**, Martina a **ZELENKA**, Josef. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. ISBN 80-239-0152-4.
- [23] **PENDER**, Lesley, **SHARPLEY**, Richard. *The management of Tourism*. London:SAGE Publication Ltd., 2005. 321 s. ISBN 0-7619-4021-9.
- [24] **PETRŮ**, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 2007. ISBN 978-80-85970-55-5.
- [25] **VYSTOUPIL**, Jiří. et al. *Marketing cestovního ruchu*. Brno: MU Brno, 2007. 134 s. ISBN 987-80-210-4240-7.

10.2 Seznam internetových stran

- [1]**Galerie Bratří Špillarů.** [online]. [cit. 2013-2-23]. Dostupné z: <http://www.cz-museums.cz/adresar/plzensky-kraj/domazlice/domazlice/muzeum-chodska-v-domazlicich/muzeum-chodska-v-domazlicich-galerie-bratri-spillaru/>
- [2]**Adresář muzeí a galerií České Republiky.** [online]. [cit. 2013-2-25]. Dostupné z: <http://www.cz-museums.cz/adresar/plzensky-kraj/domazlice/>
- [3]**Pamětní síň J. S. Koziny.** [online]. [cit. 2013-2-23]. Dostupné z: <http://www.obecujezd.cz>
- [4]**Muzeum Koloveč.** [online]. [cit. 2013-2-20]. Dostupné z: <http://www.muzeum-kolovec.cz>
- [5]**Muzeum J. Š. Baara.** [online]. [cit. 2013-1-15]. Dostupné z: <http://www.klenci.cz/muzeum/d-5213/p1=14728>
- [6]**Rozhledna Bolfánek.** [online]. [cit. 2013-1-15]. Dostupné z: <http://www.turistik.cz/cz/kraje/plzensky-kraj/okres-klatovy/chudenice/rozhledna-bolfanek/>
- [7]**Rýzmbek- rozhledna a zřícenina hradu.** [online]. [cit. 2013-1-20]. Dostupné z: http://www.czecot.cz/turisticky-objekt/5476_ryzmbek-zricenina-hradu-a-rozhledna-kdyne
- [8]**Rýzmbek.** [online]. [cit. 2013-1-20]. Dostupné z: <http://www.turistika.cz/vylety/ryzmbek-u-kdyne>
- [9]**Nový Hernštejn.** [online]. [cit. 2013-1-15]. Dostupné z: <http://www.turistika.cz/mista/novy-herstejn>
- [10]**Horšovský Týn- hrad a zámek-otevírací doba.** [online]. [cit. 2013-2-15]. Dostupné z: <http://www.horsovsky-tyn.cz/oteviraci-doba/>
- [11]**Zámek Trhanov.** [online]. [cit. 2013-1-15]. Dostupné z: <http://www.hrady.cz/index.php?OID=3717>
- [12]**Galerie Bratří Špillarů.** [online]. [cit. 2013-2-6]. Dostupné z: <http://www.muzeum-chodska.com/cz/galerie-bratri-s-pillaru/o-galerii>

- [13]**Historie Chodského muzea.** [online]. [cit. 2013-1-27]. Dostupné z: <http://www.muzeum-chodska.com/cz/muzeum-chodska/historicky-vyvoj-muzea-v-domazlicich>
- [14]**Chodský hrad.** [online]. [cit. 2013-2-6]. Dostupné z:<http://www.muzeum-chodska.com/cz/chodsky-hrad/o-hradu>
- [15]**Historie Rýzmborku.** [online]. [cit. 2013-2-25]. Dostupné z: <http://www.hrady.cz/index.php?OID=276>
- [16]**Nový Hernštejn- hrad u Kdyně.** [online]. [cit. 2013-1-19]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Hrad-Novy-Herstejn-u-Kdyne.aspx>
- [17]**Chodsko.** [online]. [cit. 2013-2-11]. Dostupné z: <http://www.turisturaj.cz/clanek/chodsko>
- [18]**Chodská keramika.** [online]. [cit. 2013-2-16]. Dostupné z: <http://www.chodskakeramika.cz/firma.html>
- [19]**Informace o kraji.** [online]. [cit. 2013-2-11]. Dostupné z:<http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/jihocesky-kraj/regionalni-informace/o-kraji/region-sumava/>
- [20]**Turistické akce na květen 2013.** [online]. [cit. 2013-2-18]. Dostupné z:<http://kct.domazlice.info/program/podrobny-prehled-turisticky-akci-v-kvetnu-2013-.html>
- [21]**Plzeňský kraj.** [online]. [cit. 2013-2-18]. Dostupné z:<http://www.plzensky-kraj.cz/>
- [22]**Vesnice roku Koloveč.** [online]. [cit. 2013-1-20]. Dostupné z:http://www.risy.cz/Files/Images/mapy/mapy_ke_stazeni/Vesnice_roku_201210_Celkove.jpg
- [23]**Obec Mrákov.** [online]. [cit. 2013-1-20]. Dostupné z:<http://www.mrakov.cz/>
- [24]**Jízdní řády.** [online]. [cit. 2013-1-15]. Dostupné z: www.idos.cz

Propagační materiály: Information for tourists, Kouzelná zima v Českém a Bavorském lese, Historie a pamětihodnosti města Domažlice, Domažlice-putování za folklorem, Domažlice-cesta za kulturou, Domažlice-výlety a vycházky do nejbližšího okolí.

Seznam grafů, map, schémat a příloh

Seznam grafů

Graf 1- Navštívil (a) jste už někdy Chodsko?.....	41
Graf 2- Jakým způsobem jste sem přicestovali?.....	42
Graf 3- Jak dlouhý byl zde Váš pobyt?	42
Graf 4- Byl (a) jste zde ubytován (a)? A kde?	43
Graf 5- Stravujete se zde v restauračních zařízeních?.....	44
Graf 6- Pokud jste zakroužkovali v otázce č. 5 odpověď 1 nebo 2 upřednostňujete restaurační zařízení:.....	44
Graf 7- Převažujícím důvodem Vaší návštěvy je:.....	45
Graf 8- Navštívil (a) jste v Domažlicích:	45
Graf 9- Co se Vám vybaví, když se řekne Chodsko?.....	46
Graf 10- Uvažujete o opakované návštěvě Chodska?.....	46
Graf 11- Jak celkově hodnotíte následující služby poskytované na Chodsku?	47
Graf 12- Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost města?	48
Graf 13- Jak hodnotíte péči o rozvoj cestovního ruchu v následujících oblastech?	48
Graf 14- Využil jste některé informace z následujících zdrojů?.....	49
Graf 15- Kolik Vás v průměru stojí na osobu a den Váš pobyt na Chodsku?.....	50

Seznam map a schémat

Mapa č. 1: Turistické regiony v ČR.....	22
Mapa č. 2: Plzeňský kraj	23
Mapa č. 3: Chodsko	23

Schéma č. 1: Cestovní ruch jako systém	8
Schéma č. 2: Produkt cestovního ruchu	12
Schéma č. 3: Znaký služeb	14

Seznam příloh

Příloha č. 1:Dotazník

Příloha č. 2:Foto lidových krojů

Příloha č. 3:Foto Chodského koláče

Příloha č. 4:Mapa cyklotras

Příloha č. 5:Mapa běžeckých tratí s popisem

Příloha č. 6:Graf-pohlaví respondentů dotazníku

Příloha č. 7:Graf- sociální statut respondentů

Přílohy

Příloha č. 1: Dotazník

1) Vaše věková kategorie

- 1 15 až 26 let
- 2 Jiná

Odpověděli jste v první otázce 1., prosím pokračujte dál. Patříte-li do jiné kategorie, nemusíte se tímto dotazníkem více zabývat.

2) Navštívil (a) jste už někdy Chodsko?

- 1 ne, jsem tu poprvé
- 2 ano, byl (a) jsem zde už vícekrát
- 3 jezdím sem pravidelně

3) Jakým způsobem jste sem přicestoval (a)? (uved'te pouze 1 převažující způsob dopravy)

- 1 autem (příp. na motocyklu)
- 2 vlakem
- 3 autobusem – linkovým
- 4 autobusem – se zájezdem
- 5 na kole
- 6 pěšky
- 7 jinak: _____

4) Jak dlouhý byl Váš pobyt zde?

- 1 jednodenní – bez noclehu
- 2 1 až 2 noclehy (např. víkendový)
- 3 3 až 7 noclehů (např. týdenní)
- 4 delší

5) Byl (a) jste zde ubytován (a)? A kde?

- 1 hotel, penzion
- 2 kemp / tábořiště (stan, chatka, karavan)
- 3 jiné hromadné ubytovací zařízení (turist. chata, ubytovna, apod.)
- 4 u známých / příbuzných,
- 5 vlastní chata / chalupa
- 6 nejsem zde ubytován (a)

7 jiné: _____

6) Stravujete se zde v restauračních zařízeních?

- 1 ano (téměř vždy)
- 2 částečně (jak kdy)
- 3 ne (téměř nikdy)

K otázce č. 5

7) Pokud jste zakroužkovali v otázce č. 5 odpověď 1 nebo 2 upřednostňujete restaurační zařízení:

- 1 nižší kvality 2 vyšší kvality

8) Převažujícím důvodem Vaší návštěvy je: (vyberte max. 3 odpovědi)

- 1 poznání – návštěvy turist. atraktivit, historie, architektura, kultura, folklór apod.
- 2 relaxace – rekreace, pobyt v přírodě, odpočinek, procházky apod.
- 3 turistika a sport – pěší túry, cykloturistika, sportovní utkání apod.
- 4 práce – služební cesta, školení, konference, obchod apod.
- 5 zábava – společenské aktivity s přáteli, hry, noční život, dobré jídlo, pití apod.
- 6 nákupy
- 7 návštěva příbuzných nebo známých
- 8 tranzit (pouze tudy projíždím)
- 9 jiný: _____

9) Navštívil(a) jste v Domažlicích:

- 1 věž
- 2 Chodský hrad – chodské muzeum
- 3 muzeum J. Jindřicha
- 4 galerii bratří Špillarů
- 5 vrch svatý Vavřineček
- 6 Chodské slavnosti
- 7 Jiné: _____

10) Co se Vám vybaví, když se řekne Chodsko?

- 1 Lidové kroje, folklór
- 2 Dudácká muzika
- 3 Chodské slavnosti
- 4 Keramika
- 5 Chodské nářečí

11) Uvažujete o opakované návštěvě Chodska?

- 1 ano, v brzké době (do ½ roku)
- 2 ano, v budoucnu
- 3 spíše ne
- 4 nevím, nedokážu říci
- 5 ne

V následujících otázkách zvýrazněte barevně odpověď vždy v každém řádku:

12) Jak celkově hodnotíte následující služby poskytované ve městě?

	velmi dobře	spíše dobře	spíše špatně	velmi špatně	neumím posoudit
1 - úroveň veřejného stravování	1	2	3	4	0
2 - ubytovací služby (pokud jste zde ubytováni)	1	2	3	4	0
3 - služby pro motoristy	1	2	3	4	0
4 - služby pro cykloturisty	1	2	3	4	0
5 - cenová úroveň služeb	1	2	3	4	0
6 - péče o čistotu a pořádek (odpadky, WC)	1	2	3	4	0

13) Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost města?

	velmi dobře	spíše dobře	spíše špatně	velmi špatně	neumím posoudit
1 - rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit	1	2	3	4	0
2 - rozsah a dostupnost	1	2	3	4	0

stravovacích kapacit					
3 - dopravní infrastruktura (silnice, parkoviště)	1	2	3	4	0
4 - nákupní možnosti (prodejní síť)	1	2	3	4	0
5 - vybavení města pro sportovní a kulturní aktivitu	1	2	3	4	0
6 - příležitosti pro zábavu a společenské vyžití	1	2	3	4	0

14) Jak hodnotíte péči o rozvoj cestovního ruchu v následujících oblastech?

	velmi dobře	spíše dobře	spíše špatně	velmi špatně	neumím posoudit
1 - poskytování informací o regionu	1	2	3	4	0
2 - místní orientační značení (směrovky, tabule)	1	2	3	4	0
3 - péče o bezpečnost návštěvníků	1	2	3	4	0
4 - drobný prodej (občerstvení, suvenýry, stánky)	1	2	3	4	0
5 - vztah místních lidí k návštěvníkům	1	2	3	4	0

15) Využil (a) jste některé informace z následujících zdrojů?

	ano	částečně	ne
1 - turistická informační centra	1	2	3
2 - cestovní kanceláře a agentury	1	2	3
3 - média (články v tisku, rozhlas, televize)	1	2	3
4 - propagační materiály, prospekty, průvodci apod.	1	2	3
5 - internet	1	2	3
6 - informace od personálu ve službách	1	2	3
7 - informace od příbuzných či známých	1	2	3

16) Kolik Vás stojí v průměru na osobu a den Váš pobyt na Chodsku?

(Odhadem veškeré náklady, včetně dopravy, ubytování, zábavy, nákupů apod.)

- 1 do 200 Kč
- 2 201 až 500 Kč
- 3 501 až 1000 Kč
- 4 1 až 2 tis. Kč
- 5 více než 2 tis. Kč

17) Pohlaví:

- 1 Muž
- 2 Žena

18) Váš sociální statut:

- 1 student
- 2 pracující
- 3 podnikatel

Příloha č. 2: Foto lidových krojů



Autor: Jaroslav Stýskal

Příloha č. 3: Foto Chodského koláče

Merhování povidly a mákem na tvaroh.

Po namehrování, dokrášlování.

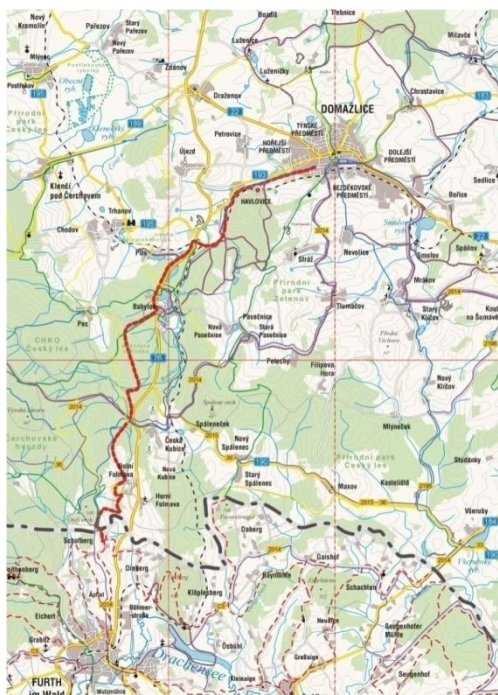


Připraveno na pečení. Po upečení se pocukrují a jí. Velmi dobré jsou teplé koláče.



Autor: Jaroslav Stýskal

Příloha č. 4: Mapa cyklotras



Zdroj: www.idomazlice.cz

Příloha č. 5: Mapa běžeckých tratí



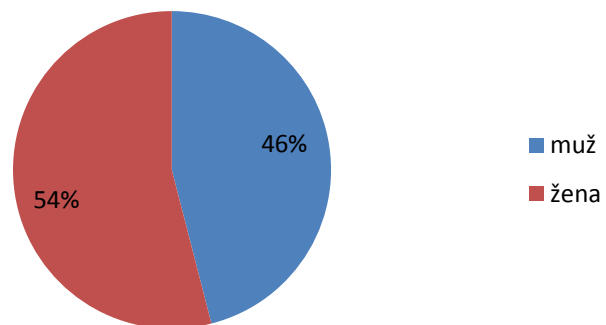
Zdroj: www.idomazlice.cz

Příloha č. 5: Mapa běžeckých tratí s popisem

Č. Nr.	Název Name	Délka Länge	Obtížnost Schwierigkeit
1	Okruh Althütte Althütter-Loipe	1,5 km	lehká leicht
2	Okruh Voithenberg Voithenberger-Loipe	3,0 km	středně těžká mittelschwer
3	Trasa Herzogau (jedním směrem) Herzogauer-Loipe (einfach)	4,0 km	středně těžká mittelschwer
4	Trasa Tiefer Graben (jedním směrem) Tiefer Graben-Loipe (einfach)	5,5 km	lehká leicht
5a	Okruh Gibacht Gibacht-Loipe	5,0 km	středně těžká mittelschwer
5b	Okruh Gibacht Gibacht-Loipe	3,0 km	středně těžká mittelschwer
6	Bruslařská trasa Gibacht-Skatingloipe	6,0 km	středně těžká mittelschwer
7	Čerchovský okruh Čerchov-Loipe	13,5 km	středně těžká mittelschwer
7a	Přístupová trasa Stadionka Zugangsstrecke ab Capartice	2,5 km	lehká leicht
7b	Trasa ke třem znakům Zugangsstrecke ab Gibacht	5,5 km	středně těžká mittelschwer
7c	Přístupová trasa od Tiefer-Graben Zugangsstrecke ab Tiefer-Graben	1,5 km	středně těžká mittelschwer
8	Tratě Capartice Capartice-Loipe	7,0 km	středně těžká mittelschwer

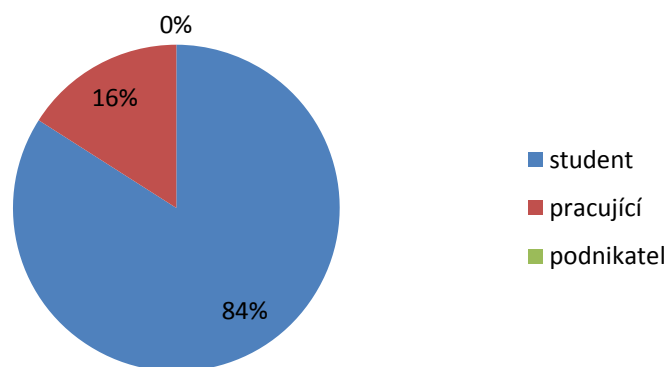
Zdroj: www.idomazlice.cz

Příloha č. 6: Graf-pohlaví respondentů dotazníku



Zdroj: vlastní šetření

Příloha č. 7: Graf- sociální statut respondentů



Zdroj: vlastní šetření