



PLZEŇSKÝ KRAJ



Příloha č. 1

# PROGRAM ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU PLZEŇSKÉHO KRAJE

**AKTUALIZOVANÝ K 31.12. 2007**



**Zadavatel:**

Plzeňský kraj  
Škroupova 18  
306 13 Plzeň

**Zpracovatel:**

Úhlava, o.p.s.  
Krameriova 138  
339 01 Klatovy

## Obsah

|   |           |
|---|-----------|
| <b>OBSAH .....</b>  | <b>2</b>  |
| <b>1. ÚVOD.....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>2. AUTORSKÝ KOLEKTIV, ODBORNÉ KONZULTACE, TECHNICKÁ SPOLUPRÁCE.....</b>  | <b>6</b>  |
| <b>3. ANALÝZA VÝVOJOVÝCH TRENDŮ OVLIVŇUJÍCÍCH CESTOVNÍ RUCH.....</b>  | <b>7</b>  |
| 3.1 OBECNÉ TRENDY VÝVOJE CESTOVNÍHO RUCHU .....   | 7         |
| 3.2 VÝZNAM CESTOVNÍHO RUCHU PRO EKONOMIKU ČR .....  | 7         |
| 3.3 TRENDY DOMÁCÍHO A ZAHRANIČNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU V PLZEŇSKÉM KRAJI .....   | 11        |
| 3.4 TRENDY ROZVOJE CYKLOTURISTIKY .....   | 13        |
| Motivy pro cyklistiku .....   | 14        |
| Postavení cyklistiky jako formy dopravy a základní charakteristika jednotlivých typů .....  | 14        |
| Požadavky cyklistů .....  | 14        |
| Vývojové trendy cyklistiky .....  | 16        |
| 3.5 ROZVOJOVÉ TRENDY DALŠÍCH FOREM CESTOVNÍHO RUCHU .....   | 16        |
| 3.5.1 <i>In-line bruslení</i> .....   | 16        |
| 3.5.2 <i>Mototuristika</i> .....  | 17        |
| 3.5.3 <i>Kongresová a incentivní turistika</i> .....  | 17        |
| 3.5.4 <i>Venkovská turistika, hippoturistika</i> .....  | 18        |
| <b>4. PODMÍNKY PRO CESTOVNÍ RUCH V PLZEŇSKÉM KRAJI.....</b>   | <b>19</b> |
| 4.1 INFRASTRUKTURA CESTOVNÍHO RUCHU .....   | 19        |
| 4.1.1 <i>Dopravní dostupnost Plzeňského kraje pro aktivity cestovního ruchu</i> .....   | 19        |
| 4.1.2 <i>Ubytování a stravování</i> .....   | 20        |
| 4.1.3 <i>Podmínky pro pěší turistiku</i> .....  | 22        |
| 4.1.4 <i>Podmínky pro cykloturistiku</i> .....  | 23        |
| Charakteristika jednotlivých forem cyklistiky v Plzeňském kraji, podmínky a bariéry rozvoje, potřeby a očekávané vývojové trendy .....  | 23        |
| 4.2 KVALITA SLUŽEB .....  | 27        |
| 4.2.1 <i>Kvalita ubytovacích a stravovacích zařízení</i> .....  | 27        |
| 4.2.2 <i>Kvalita personálu</i> .....  | 28        |
| 4.2.3 <i>Poskytování informací</i> .....  | 28        |
| 4.2.3.1 <i>Mezinárodní informační centrum Rozvadov</i> .....  | 28        |
| 4.2.3.2 <i>Portál cestovního ruchu</i> .....  | 29        |
| <b>PODNĚTEM PRO VZNIK PORTÁLU BYLA ZEJMÉNA ABSENCE INTEGROVANÉHO SYSTÉMU OBSAHUJÍCÍHO A PŘEHLEDNĚ PREZENTUJÍCÍHO KOMPLEXNÍ INFORMACE O CESTOVNÍM RUCHU A NABÍDCE TURISTICKÝCH A KULTURNÍCH ZAJÍMAVOSTÍ V PLZEŇSKÉM KRAJI, KTERÝ BY ZÁROVEŇ MARKETINGOVĚ PODPORIL REGIONÁLNÍ PODNIKATELSKÉ I VEŘEJNÉ SUBJEKTY.....</b> | <b>29</b> |
| <b>REALIZACE PROJEKTU PORTÁLU CESTOVNÍHO RUCHU BYLA ROZDĚLENA DO TŘÍ ETAP, Z NICHŽ JE V SOUČASNÉ DOBĚ ČÁSTEČNĚ SPLNĚNA PRVNÍ ETAPA, KTERÁ ZAHRNOVALA VYTVOŘENÍ PREZENTAČNÍHO I EDITAČNÍHO WEBOVÉHO ROZHRANÍ, VYTVOŘENÍ KOMPLEXNÍ DATOVÉ ZÁKLADNY A JEJÍ PREZENTACE NA PORTÁLE.....</b>                                | <b>29</b> |
| 4.3 PROPAGACE A ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU .....   | 31        |
| 4.3.1 <i>Marketingová základna cestovního ruchu regionu</i> .....   | 31        |
| 4.3.2 <i>Organizační podpora cestovního ruchu</i> .....   | 31        |
| 4.3.3 <i>Marketingové rozdělení</i> .....   | 31        |
| 4.3.3.1 <i>Východiska pro definování samostatné turistické destinace Český les – Chodsko</i> .....  | 34        |
| Potenciál cestovního ruchu dané oblasti .....   | 34        |
| 4.3.3.2 <i>Potenciál oblasti Konstantinólázeňska pro cestovní ruch</i> .....  | 35        |
| Hlavní východiska .....   | 35        |
| <b>5. SWOT ANALÝZA.....</b>   | <b>36</b> |
| <b>6. PRIORITY, CÍLE A MOŽNÁ OPATŘENÍ NA PODPORU CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>   | <b>40</b> |
| 6.1 CÍLE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V PLZEŇSKÉM KRAJI .....   | 40        |
| 6.2 PRIORITY PLZEŇSKÉHO KRAJE V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU .....  | 41        |
| <i>Priorita 1: Vytvoření příznivého image Plzeňského kraje, zvýšení jeho přitažlivosti, informace</i> .....   | 41        |

|  |           |
|--|-----------|
| Cíle .....   | 41        |
| Opatření .....   | 41        |
| <i>Priorita 2: Infrastruktura cestovního ruchu</i> .....   | <i>41</i> |
| Cíle .....   | 41        |
| Opatření .....   | 42        |
| <i>Priorita 3: Služby cestovního ruchu</i> .....   | <i>43</i> |
| Cíle .....   | 43        |
| Opatření .....   | 43        |
| <i>Priorita 4: Produkty cestovního ruchu</i> .....   | <i>43</i> |
| Cíle .....   | 43        |
| Opatření .....   | 43        |
| <i>Priorita 5: Marketing cestovního ruchu</i> .....  | <i>44</i> |
| Cíle .....   | 44        |
| Opatření .....   | 44        |
| <i>Priorita 6: Management cestovního ruchu (organizační struktura cestovního ruchu, destinační management)</i> ..... | <i>45</i> |
| Cíle .....   | 45        |
| Opatření .....   | 45        |
| <i>Priorita 7: Lidské zdroje</i> .....   | <i>46</i> |
| Cíle .....   | 46        |
| Opatření .....   | 46        |
| <i>Priorita 8: Ochrana a obnova přírodního, historického a kulturního bohatství pro cestovní ruch</i> .....          | <i>46</i> |
| Cíle .....   | 46        |
| Opatření .....   | 46        |
| <b>PŘÍLOHA Č. 1: AKTUÁLNÍ VÝZKUMY Z OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU REGIONU</b> .....                                       | <b>47</b> |
| A. MOTIVACE K NÁVŠTĚVĚ TURISTICKÝCH REGIONŮ V ČR .....   | 47        |
| B. PROFIL NÁVŠTĚVNÍKŮ V TURISTICKÝCH REGIONECH ČESKÉ REPUBLIKY .....   | 51        |
| A) PROFIL NÁVŠTĚVNÍKŮ V TURISTICKÝCH REGIONECH ČR-LÉTO 2006 .....  | 51        |
| B) PROFIL NÁVŠTĚVNÍKŮ V TURISTICKÝCH REGIONECH ČR-ZIMA 2006/2005 .....   | 56        |
| <b>PŘÍLOHA Č. 2: SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK</b> .....  | <b>61</b> |

## 1. Úvod

Program rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje aktualizovaný k 31.12.2007 (dále jen Program) slouží jako doplnění stávajících schválených a realizovaných dokumentů o nové a další možnosti využití cestovního ruchu PK.

Tento Program byl proveden v první polovině roku 2007, byl dvakrát projednáván s odborníky a zainteresovanými subjekty (CzechTourism, Asociace hotelů a restaurací PK) a dále na workshopu konaném dne 9. května t.r. Kompletně zpracovaný návrh byl předložen veřejnosti 2007 na webových stránkách PK od 7. září.2007 k připomínkám do 1. října 2007. Nynější předkládaný a doplněný Program rozvoje cestovního ruchu PK aktualizovaný k 31.12.2007 odborem KPP KÚPK a o zaslané připomínky je předkládán ZPK. Program spolu s předešlými dokumenty by měl také sloužit k navrhování projektů do ROP.

Údaje v Programu týkající se výzkumu byly zpracovány v daném čase a nelze je proto považovat za definitivní. Cestovní ruch je velmi dynamickou součástí ekonomiky a je citlivý na mnoho vnějších faktorů.

Současně s tímto Programem bude v příloze č. 2 zprávy do ZPK předložen dokument Statutárního města Plzně ohledně Strategie rozvoje cestovního ruchu, která se týká analýzy cestovního ruchu v Plzni a

Program a následná Aktualizace vychází zejména z následujících podkladů a dokumentů:

Program rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji, IRP a Enterprise, Ostrava 2002  
Program rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji (předpoklady rozvoje) - Strategické záměry, Urbioprojekt 2004  
Zkrácená verze Program rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji  
Strategie rozvoje Šumavy  
Analýza příhraničního regionu Český les z pohledu potřeb rozvoje cestovního ruchu, REVIS Tachov, Tachov 2006  
Regionální operační program Jihozápad 2007-2013  
Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013  
Program rozvoje Plzeňského kraje  
Územní plány VÚC Plzeňský region, VÚC Domažlicko, VÚC Klatovsko, VÚC Tachovsko, VÚC Šumava.  
Terplan Praha – T-plan Praha 1992-2003

European union: Travel & Tourism – Sowing the Seeds of Growth, WTTC, 2005  
Czech Republic: Travel & Tourism – Sowing the Seeds of Growth, WTTC, 2005  
Tourism Highlights: Edition 2005, UNWTO 2005  
UNWTO, WTTC and Earth Council: "Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry" (1996)  
Hodnocení potenciálu cestovního ruchu na území ČR. Ústav územního rozvoje Brno, MMR a MŽp, Praha 2001

Výzkumy a statistiky agentury CzechTourism:

Profil návštěvníků v turistických regionech České republiky

⇒ <http://www.czechtourism.cz/?show=002025>

Motivace k návštěvě turistických regionů v ČR

⇒ <http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/motivaceregiony.pdf>

Monitoring návštěvníků v turistických regionech ČR (2005/2006)

⇒ <http://www.czechtourism.cz/?show=002025>

Profil návštěvníků kongresů

⇒ [http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/navstevnici\\_kongresu-gm\\_2004.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/navstevnici_kongresu-gm_2004.pdf)

Analýza motivace „decisions makers“ při rozhodování o místě konání svých akcí

⇒ <http://www.czechtourism.cz/index.php?show=003014001>

Analýza příjezdového cestovního ruchu ČR (1992-2005)

⇒ <http://www.czechtourism.cz/index.php?show=003011>

Návštěvnost podle turistických regionů (2005)

⇒ [http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/navstevnost\\_regiony\\_2005.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/navstevnost_regiony_2005.pdf)

Zahraniční hosté v hromadných ubytovacích zařízeních

⇒ <http://www.czechtourism.cz/index.php?show=003010002>

Domácí cestovní ruch v České republice

⇒ <http://www.czechtourism.cz/files/dcr2003.pdf>

## 2. Autorský kolektiv, odborné konzultace, technická spolupráce

### Autorský kolektiv:

Ing. Marie Stříbrná  
Mgr. Kamil Pikhart  
Ing. Ivo Šásek, CSc.  
Bc. Jan Kolář  
Ing. Miroslav Hrubý  
Miloš Kroutílek  
Bc. Iva Nováková  
Ing. Pavel Vondráček  
Ing. Jiří Hamhalter

### Odborná konzultace:

Mgr. Olga Kalčíková  
Ing. Tomáš Kotora  
Komise cestovního ruchu RPK  
Bc.A. Vladimír Líbal, vedoucí oddělení odboru KPP KÚPK  
Pracovníci odboru cestovního ruchu a propagace Krajského úřadu Plzeňského kraje

### Technická spolupráce:

Ing. Helena Hnojská

## 3. Analýza vývojových trendů ovlivňujících cestovní ruch

### 3.1 Obecné trendy vývoje cestovního ruchu

Cestovní ruch je průřezovým odvětvím, které zahrnuje nejrůznější služby a profese a je napojeno na mnoho dalších hospodářských činností. Má dopad na taková odvětví, jako je doprava, stavebnictví, kultura, maloobchod a na další odvětví, která vytváří produkci související s rekreací nebo poskytují služby týkající se volného času a obchodního cestovního ruchu. Ačkoliv se na tomto odvětví podílí některé velké společnosti, převládají v něm především malé a střední podniky. Je to odvětví sektoru služeb, které v ekonomikách vyspělých států představuje již nadpoloviční až dvoutřetinový podíl. I v rámci služeb, které jako celek vykazují vysokou dynamiku, patří cestovní ruch k těm rychle rostoucím.

Podle odhadů Světové organizace cestovního ruchu (World Tourist Organisation, UNWTO) bude tvořit meziroční přírůstek cestovního ruchu ve světovém měřítku 2,5 až 2,8%. V roce 1999 se ve světě cestovní ruch podílel na tvorbě HDP téměř 13%, ve státech EU pak 14%. Tvořil více jak 8% hodnoty vývozu zboží a téměř 35% inkasa obchodních služeb. Růst příjmů dosáhl meziročně 7,5%. V této době vytváří cestovní ruch celosvětově 11% pracovních míst (ve vyspělých ekonomikách pak až 15%).

Podle výzkumů World Travel & Tourism Council (WTTC, 2004), jejichž výstupem jsou tzv. fiktivní satelitní účty cestovního ruchu<sup>1</sup>, vytváří sektor cestovního ruchu v České republice hodnoty v objemu 67,5 mld. Kč (2,45% HDP) a zaměstnává 122 tis. osob (2,6% na celkové zaměstnanosti).<sup>2</sup> Bereme-li v úvahu i nepřímé efekty cestovního ruchu, pak objem produktu cestovního ruchu činí 377,9 mld. Kč (13,7%) a na zaměstnanosti se podílí 12,9% (608 tis. zaměstnaných osob). Oproti roku 1993 se hodnota produktu cestovního ruchu v ČR zvýšila 2,5 násobně (2,9 násobně při započtení i externích efektů). Tempo růstu produktu cestovního ruchu v ČR bylo ve sledovaném období vyšší než tempo růstu zemí EU.<sup>3</sup>

Objemem tržeb v mezinárodním obchodě se cestovní ruch řadí na první místo mezi hospodářskými odvětvími před obchod s ropou a obchod s automobily. V 83% zemí světa se odvětví cestovního ruchu řadí mezi pět odvětví s největším podílem na vývozu zboží a pro 38% zemí světa pak představuje odvětví cestovního ruchu největší zdroj devizových příjmů.

Měřeno výše uvedenými charakteristikami je význam cestovního ruchu v České republice nad celosvětovým i nad průměrem EU. Mezi evropské státy s vyšším podílem cestovního ruchu na HDP patří tradiční turisticky atraktivní země Rakousko, Švýcarsko, dále pak státy při Středozezemním moři Španělsko, Chorvatsko, Řecko. Nejvyšší závislost národních ekonomik na cestovním ruchu vykazují malé ostrovní státy Malta a Kypr.

Cestovní ruch je rovněž odvětvím efektivního zapojení do mezinárodní směny bez potřeby úvěrování a krytí pojistných rizik. Do roku 2020 předpokládá Světová organizace cestovního ruchu roční tempo růstu počtu cest do zahraničí 4,1% což je více jak předpokládaný 3% maximální růst světového hospodářství<sup>4</sup>.

### 3.2 Význam cestovního ruchu pro ekonomiku ČR

Cestovní ruch hraje důležitou úlohu v rozvoji většiny evropských regionů i našich krajů. Infrastruktura vytvořená pro účely cestovního ruchu přispívá k místnímu rozvoji a jsou vytvářeny či udržovány pracovní příležitosti dokonce i v oblastech, kde dochází k průmyslovému či venkovskému úpadku nebo městské obnově. Potřeba zvýšit přitažlivost regionů je pro stále více destinací a zúčastněných stran podnětem přistoupit na udržitelnější a ekologičtější postupy a politiky. Udržitelný cestovní ruch hraje důležitou roli při zachování a posílení kulturního, **historického** a přírodního dědictví ve stále větším počtu oblastí, od umění k místní gastronomii, řemeslům či ochraně biologické rozmanitosti. To vše má kladný dopad na vytváření pracovních příležitostí a přispívá

<sup>1</sup> Data nejsou považována (většinou zahraničních států i mezinárodních organizací) za oficiální a založená na dostatečně spolehlivých informacích. Jedná se o velice hrubé odhady, které nepracují s detailními informacemi nutnými pro sestavení TSA.

<sup>2</sup> Podle OKEČ ve statistickém zjišťování jsou zde zahrnuta jen odvětví ubytování

<sup>3</sup> European union: Travel & Tourism – Sowing the Seeds of Growth, WTTC, 2005  
Czech Republic: Travel & Tourism – Sowing the Seeds of Growth, WTTC, 2005

<sup>4</sup> Tourism Highlights: Edition 2005, UNWTO 2005

k ekonomickému růstu.<sup>5</sup> Tento celoevropský trend potvrzují také rámcové environmentální požadavky na politiku udržitelného rozvoje cestovního ruchu.<sup>6</sup>

Pro plánování udržitelného rozvoje cestovního ruchu v ČR lze dále využít doporučení UNWTO a WTTC „Agenda 21 pro cestovní ruch a turistický průmysl“<sup>7</sup>, která popisují dílčí úkoly a postupy pro aplikaci Agendy 21 v sektoru cestovního ruchu a navazující materiály UNWTO, které se touto problematikou zabývají.<sup>8</sup>

Význam cestovního ruchu můžeme také deklarovat na výši devizových příjmů z aktivního zahraničního (příjezdového) cestovního ruchu. V roce 2006 již po čtvrté tyto příjmy překročily hranici 100 mld. Kč, nicméně se stále nedostaly na úroveň roku 2000, resp. 2001. Devizové příjmy z cestovního ruchu pozitivně ovlivňují platební bilanci ČR, zejména bilanci služeb. Pozitivní saldo devizových příjmů z cestovního ruchu (53 mld. Kč) zajišťuje kladnou bilanci služeb a přispívá tak k nižšímu schodku platební bilance (na exportu se devizové příjmy z CR podílejí 5,3%).

Z hlediska vývoje lze pozorovat klesající význam devizových příjmů z cestovního ruchu na základních makroekonomických veličinách. Jde především o podíl na HDP, který od roku 1996 kontinuálně klesá. Dnes představuje ekvivalent devizových příjmů z cestovního ruchu na tvorbě HDP cca 3,5% (v roce 1996 to bylo 6,6%). Obdobný vývoj můžeme sledovat i u podílu devizových příjmů z CR na exportu. Tento vývoj je zapříčiněn zejména zlepšujícím se stavem národního hospodářství (růst HDP, vyšší exportní schopnost ekonomiky). Cestovní ruch se stává rovnocenným partnerem ostatních odvětví a není již jediným rozvojovým odvětvím ekonomiky ČR, jak tomu bylo zhruba do poloviny devadesátých let minulého století.

Z výše uvedené rámcové charakteristiky významu cestovního ruchu pro národní ekonomiku vyplývá nutnost podpory odvětví cestovního ruchu ze strany státu jako součásti malého a středního podnikání, a to jak přímými, tak nepřímými formami.

---

<sup>5</sup> Tyto rámcové cíle je nutno dále upřesňovat ve smyslu rozhodnutí, ze 7. zasedání Valného shromáždění OSN a Komise OSN pro udržitelný rozvoj (New York, 19.-30. dubna 1999), které doporučuje vládám členských zemí OSN, aby zpracovaly koncepcce, strategie a plány pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu.

<sup>6</sup> V tomto kontextu je široce uznávanou skutečností, že cestovní ruch se může stát obětí svého vlastního úspěchu, pokud se nerozvíjí udržitelným způsobem. Biologická rozmanitost, funkce ekosystémů, přírodní zdroje a neobnovitelné kulturní dědictví či dokonce fungování městských oblastí může být ohroženo nekontrolovaným rozvojem cestovního ruchu. Hospodářská, sociální a ekologická udržitelnost jsou klíčovými faktory pro konkurenceschopnost destinací a dobré životní podmínky jejich obyvatel, jakož i pro vytváření pracovních příležitostí a ochranu a rozvoj přírodních a kulturních atrakcí (Obnovená politika EU v oblasti cestovního ruchu: Vstříc silnějšímu partnerství pro evropský cestovní ruch. Sdělení Komise, KOM (2006) 134, Brusel 2006).

<sup>7</sup> UNWTO, WTTC and Earth Council: "Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry" (1996)

<sup>8</sup> např. následující publikace UNWTO „Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices" (2000), "Sustainable Development of Tourism: An Annotated Bibliography" (2000), "Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism" (1999), "Global Code of Ethics for Tourism" (1999) aj.



**Tabulka č.1:** Podíl cestovního ruchu na hlavních makroekonomických indikátorech v evropských zemích – rok 2007

|                | Podíl CR na HDP | Podíl CR na zaměstnanosti | Podíl CR na exportu |
|----------------|-----------------|---------------------------|---------------------|
| Svět           | 10,4            | 9,5                       | 6,4                 |
| EU             | 10,9            | 8,9                       | 7,5                 |
| <b>ČR</b>      | <b>12,7</b>     | <b>11,3</b>               | <b>5,9</b>          |
| Belgie         | 11,1            | 6,4                       | 3,6                 |
| Dánsko         | 10,0            | 8,0                       | 6,5                 |
| Estonsko       | 17,6            | 27,9                      | 11,3                |
| Finsko         | 9,9             | 12,7                      | 4,9                 |
| Francie        | 10,9            | 7,4                       | 8,5                 |
| Irsko          | 8,4             | 12,9                      | 4,1                 |
| Itálie         | 10,2            | 8,3                       | 9,7                 |
| Kypr           | 21,5            | 19,3                      | 34,6                |
| Litva          | 6,1             | 9,4                       | 6,7                 |
| Lotyšsko       | 7,9             | 11,4                      | 6,0                 |
| Lucembursko    | 9,7             | 5,8                       | 2,8                 |
| Maďarsko       | 8,3             | 7,6                       | 6,0                 |
| Malta          | 23,7            | 26,8                      | 22,8                |
| Německo        | 10,0            | 5,7                       | 4,0                 |
| Nizozemí       | 8,9             | 7,9                       | 4,6                 |
| Polsko         | 8,3             | 8,6                       | 5,9                 |
| Portugalsko    | 15,4            | 10,8                      | 15,7                |
| Rakousko       | 16,7            | 12,8                      | 14,0                |
| Řecko          | 16,5            | 14,4                      | 26,7                |
| Slovensko      | 14,9            | 11,9                      | 2,9                 |
| Slovinsko      | 14,2            | 9,7                       | 7,9                 |
| Španělsko      | 18,2            | 14,1                      | 20,2                |
| Švédsko        | 8,0             | 6,6                       | 5,7                 |
| Velká Británie | 9,1             | 8,5                       | 8,3                 |
| Bulharsko      | 14,5            | 12,2                      | 17,0                |
| Chorvatsko     | 19,0            | 9,8                       | 31,3                |
| Norsko         | 8,3             | 6,6                       | 3,8                 |

**Pramen:** WTTC

**Pozn.:** Cestovní ruch je zde definován v širším pojetí (uvedené hodnoty zahrnují jak přímé, tak nepřímé efekty cestovního ruchu).

Tabulka č.2: Vývoj devizových příjmů z mezinárodního cestovního ruchu v ČR – 1993 - 2006

| Rok  | Devizové příjmy z CR v mld. Kč | HDP v mld. Kč | Podíl devizových příjmů z CR na HDP v % | Podíl devizových příjmů z CR na devizových příjmech ze služeb celkem v % | Podíl devizových příjmů z CR na exportu v % |
|------|--------------------------------|---------------|---|--|---|
| 1993 | 45,4                           | 1020,3        | 4,4                                     | 33,0   | 11,0  |
| 1994 | 64,2                           | 1182,8        | 5,4                                     | 43,2   | 14,0  |
| 1995 | 76,3                           | 1466,5        | 5,2                                     | 42,8   | 13,4  |
| 1996 | 110,6                          | 1683,3        | 6,6                                     | 49,8   | 18,6  |
| 1997 | 115,7                          | 1811,1        | 6,4                                     | 50,9   | 16,3  |
| 1998 | 124,9                          | 1996,5        | 6,3                                     | 50,6   | 15,0  |
| 1999 | 109,1                          | 2080,8        | 5,2                                     | 44,8   | 12,0  |
| 2000 | 115,1                          | 2189,2        | 5,3                                     | 43,5   | 10,3  |
| 2001 | 118,1                          | 2352,2        | 5,0                                     | 43,8   | 9,3   |
| 2002 | 96,3                           | 2464,4        | 3,9                                     | 41,7   | 7,7   |
| 2003 | 100,3                          | 2577,1        | 3,9                                     | 45,8   | 7,3   |
| 2004 | 107,2                          | 2781,1        | 3,9                                     | 43,1   | 6,2   |
| 2005 | 110,9                          | 2931,1        | 3,7                                     | 43,0   | 5,9   |
| 2006 | 113,1                          | ,             | 3,5                                     | ,  | 5,3   |

**Pramen:** ČSÚ a ČNB, CzechTourism

V roce 2006 přijelo do České republiky 100,1 mil. zahraničních návštěvníků, což je o 0,3% méně než v roce předcházejícím. V hromadných ubytovacích zařízeních se jich však ubytovalo 6,4 mil., tedy o 2,5% více než v roce 2005. Nejvíce zahraničních návštěvníků přijelo před německou hranici (51,5 mil. zahraničních návštěvníků – index 100,4). Z těchto návštěvníků bylo nejvíce Němců, celkem 1,6 mil. osob.

Česká republika je významnou evropskou turistickou destinací založenou na atraktivitě svých historických památek, přírodních krás a zajímavostí, kultury jakož i na významném postavení městského cestovního ruchu. Rozhodující nabídku cestovního ruchu ČR je možné členit do následujících tematických oblastí:

- Historické a kulturní dědictví, kulturní krajina a městský cestovní ruch
- Dovolená v přírodě
- Sportovní a aktivní dovolená
- Lázeňský cestovní ruch
- Kongresový a incentivní cestovní ruch

V zemi se nachází množství historických, kulturních a technických památek, včetně památek zapsaných do seznamu UNESCO. Existuje hustá a dobře značená síť vzájemně propojených turistických stezek a tras. ČR má rovněž jedinečnou šanci uplatnit se na trhu cestovního ruchu nabídkou nových produktů jako např. městského, kongresového a incentivního cestovního ruchu, aktivní turistiky a cykloturistiky, hipoturistiky, kulturního cestovního ruchu a širokého souboru produktů, které jsou šetrné k přírodě. Dobré podmínky v ČR nabízí rovněž venkovský cestovní ruch se svými produkty - agroturistika, ekoagroturistika, ekoturistika apod. Nabídka v oblasti cestovního ruchu je využitelná a je směřována jak pro příjezdový, tak domácí cestovní ruch.

O koncepčním přístupu ústředních orgánů k podpoře této bohaté nabídky cestovního ruchu (zejména ze strany Ministerstva pro místní rozvoj ČR) lze hovořit až od 2. poloviny 90. let, a to především v následujících problémových okruzích:

- Podpora základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu (prostřednictvím podprogramů Státního programu podpory cestovního ruchu; prioritou 4 SRP).
- Podpora rozvoje a zvyšování kvality služeb v cestovním ruchu jako rozhodujícího faktoru úspěchu na evropském konkurenčním trhu (prostřednictvím podprogramů Státního programu podpory cestovního ruchu; prioritou 4 SRP).

- Marketingová podpora nabídky cestovního ruchu a vybraných produktů cestovního ruchu (aktivita CzechTourism; SROP).
- Informace o cestovním ruchu (budování jednotného informačního a rezervačního systému CR, statistika cestovního ruchu, vytvoření Satelitního účtu cestovního ruchu, podpora činnosti turistických informačních center – většina problémů však dosud nevyřešena).
- Vytváření vhodného podnikatelského prostředí.
- Vytváření vhodných organizačních struktur mezi aktéry cestovního ruchu (zatím jeden z nejslabších a podceňovaných článků podpory rozvoje cestovního ruchu).
- Podpora školení a vzdělávání aktérů v oblasti cestovního ruchu (OP RLZ).
- Podpora výzkumu v oblasti cestovního ruchu.

Uvedená podpora je směřována ke dvěma rozhodujícím aktérům v cestovním ruchu, a to v soukromém (především jako deklarovaná podpora malému a střednímu podnikání – rozhodujícímu faktoru úspěchu) a veřejném sektoru (především turisticky atraktivnější obce a města, zájmová sdružení, apod.).

Významným nástrojem podpory v posledních 2 letech bylo využívání finančních prostředků EU, zejména z programu SROP na léta 2004-2006. Pro léta 2007–2013 se předpokládá přijetí programů IOP a ROP v regionech NUTS II a Programu rozvoje venkova (ten je již schválen EK).

Cestovní ruch, životní prostředí a veřejné zdraví (z analýz dosavadních přístupů vyplývá aktuální otázka nalezení účinnějších nástrojů pro podporu rozvoje šetrných forem cestovního ruchu, zejména ve venkovských oblastech). Z nejnovějších dokumentů EU je zřejmé, že venkovské oblasti se staly přitažlivější a nabízejí mnoho služeb v oblasti životního prostředí a přispěly tak v posledních desetiletích k tomu, že se venkovský cestovní ruch stal důležitým zdrojem diverzifikace venkovského hospodářství a je nedílnou součástí zemědělských činností. To může představovat významnou příležitost pro Českou republiku.

### **3.3 Trendy domácího a zahraničního cestovního ruchu v Plzeňském kraji**

Charakteristika domácího a zahraničního cestovního ruchu v Plzeňském kraji se zásadním způsobem neliší od ostatních regionů České republiky, kromě hlavního města Prahy, které je z pohledu zahraničních návštěvníků směřujících do České republiky nejžádanější a nejnavštěvovanější turistickou destinací. Plzeňský kraj se počtem zahraničních hostů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních v regionu řadí až na 9. místo<sup>9</sup>. Průměrná délka jejich pobytu je 3,9 dnů, což oproti údajům z předchozích let znamená mírný nárůst. Vzhledem k absolutnímu počtu zahraničních návštěvníků přijíždějících přes lokální hraniční přechody lze však konstatovat, že pro většinu z nich je region pouze tranzitním územím a jejich konečnou destinací bývá v naprosté většině Praha.

Analýza spektra zahraniční návštěvnosti podle zemí potvrzuje ustálenou skutečnost nadpoloviční převahy turistů ze Spolkové republiky Německo, logicky vyplývající z geografické polohy Plzeňského kraje v sousedství této země. S odstupem následují nizozemští turisté, kteří jsou považováni za poměrně méně náročné na kvalitu turistické infrastruktury a nabídku doplňkových služeb a dále turisté z Polska a Slovenska. Struktura zahraničních hostů se výrazně neliší od republikových průměrů.

---

<sup>9</sup> Podle údajů ČSÚ za rok 2006

**Tabulka č.3:** Zahraniční hosté v ubytovacích zařízeních podle zemí v Plzeňském kraji v roce 2006 (TOP 15)

| Země                | Počet hostů    | % podíl     | Počet přenocování | % podíl     | Průměrná doba pobytu ve dnech |
|---------------------|----------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------------------|
| <b>Hosté celkem</b> | <b>154 828</b> | <b>100%</b> | <b>444 970</b>    | <b>100%</b> | <b>3,9</b>                    |
| Německo             | 80 078         | 51,7%       | 233 479           | 52,5%       | 3,9                           |
| Nizozemsko          | 13 533         | 8,7%        | 52 236            | 11,7%       | 4,9                           |
| Polsko              | 9 108          | 5,9%        | 16 693            | 3,8%        | 2,8                           |
| Slovensko           | 8 980          | 5,8%        | 34 354            | 7,7%        | 4,8                           |
| Itálie              | 4 329          | 2,8%        | 8 245             | 1,9%        | 2,9                           |
| Francie             | 4 034          | 2,6%        | 7 540             | 1,7%        | 2,9                           |
| UK                  | 3 604          | 2,3%        | 8 335             | 1,9%        | 3,3                           |
| Rakousko            | 3 238          | 2,1%        | 5 781             | 1,3%        | 2,8                           |
| Belgie              | 2 968          | 1,9%        | 9 877             | 2,2%        | 4,3                           |
| Japonsko            | 2 500          | 1,6%        | 10 700            | 2,4%        | 5,3                           |
| USA                 | 2 339          | 1,5%        | 5 656             | 1,3%        | 3,4                           |
| Švýcarsko           | 1 774          | 1,1%        | 3 797             | 0,9%        | 3,1                           |
| Dánsko              | 1 457          | 0,9%        | 4 643             | 1,0%        | 4,2                           |
| Ukrajina            | 1 347          | 0,9%        | 7 178             | 1,6%        | 6,3                           |
| Maďarsko            | 1 266          | 0,8%        | 3 052             | 0,7%        | 3,4                           |

**Pramen:** ČSÚ

Vzhledem k tomu, že většina zahraničních turistů pochází z vyspělejších „západních“ zemí, lze u nich oproti tuzemským hostům zaznamenat určitá specifika související zejména s vyšší finanční bonitou. Tento fakt potvrzuje i celorepublikový průzkum České centrály cestovního ruchu – agentury CzechTourism provedený v období let 2005-2006, který ve svých závěrech mimo jiné uvádí, že nejvíce zahraničních turistů se téměř vždy stravuje v restauračních zařízeních, pokud se ubytují, využívají zejména hotely vyšší kategorie (\*\*\*, \*\*\*\*) nebo penziony a většina zahraničních turistů denně utratí částku v rozmezí 500 - 1.000 Kč (u domácích hostů převládá interval 200 - 500 Kč).

Z uvedeného průzkumu dále vyplývá, že nejnavštěvovanější turistickou destinací v Plzeňském kraji zahraničními návštěvníky je Šumava a Západočeské lázně, které jsou však v Plzeňském kraji zastoupeny pouze oblastí Konstantinolázeňska a Tachovska a v použitých statistikách tedy dominují atraktivnější lázeňská města Karlovarského kraje. Nejčastěji uváděný důvod návštěvy všech turistických destinací v kraji je poznávací a pěší turistika, v oblasti Plzeňska následuje zábava a na Šumavě dále sport a zimní lyžování.

Návštěvnost kraje z hlediska ubytovaných turistů v porovnání s ostatními kraji České republiky ilustruje následující tabulka. Plzeňský kraj zde jako celek zaujímá 10. místo.

Tabulka č.4: Návštěvnost podle ubytovaných v krajích ČR (2006)

| Kraj                   | Počet hostů      |                  | Počet přenocování |                   | Průměrná doba pobytu |            |
|------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|----------------------|------------|
|                        | Čeští hosté      | Cizinci          | Čeští hosté       | Cizinci           | Čeští hosté          | Cizinci    |
| Hl.m.Praha             | 400 422          | 3 702 116        | 957 844           | 10 319 827        | 3,4                  | 3,8        |
| Středočeský            | 543 262          | 224 215          | 1 644 469         | 578 061           | 4                    | 3,6        |
| Jihočeský              | 767 814          | 333 402          | 2 901 670         | 845 074           | 4,8                  | 3,5        |
| <b>Plzeňský</b>        | <b>333 099</b>   | <b>154 828</b>   | <b>1 115 556</b>  | <b>444 970</b>    | <b>4,3</b>           | <b>3,9</b> |
| Karlovarský            | 190 163          | 479 742          | 1 170 623         | 3 154 658         | 7,2                  | 7,6        |
| Ústecký                | 225 008          | 167 380          | 755 472           | 509 236           | 4,4                  | 4          |
| Liberecký              | 559 333          | 243 166          | 1 887 364         | 922 543           | 4,4                  | 4,8        |
| Královéhradecký        | 649 237          | 332 840          | 2 502 907         | 1 290 662         | 4,9                  | 4,9        |
| Pardubický             | 294 503          | 58 586           | 1 002 036         | 209 987           | 4,4                  | 4,6        |
| Vysočina               | 348 321          | 59 399           | 1 017 988         | 202 333           | 3,9                  | 4,4        |
| Jihomoravský           | 672 019          | 397 239          | 1 583 173         | 759 570           | 3,4                  | 2,9        |
| Olomoucký              | 332 966          | 97 873           | 1 468 234         | 275 359           | 5,4                  | 3,8        |
| Zlínský                | 436 537          | 72 020           | 1 623 352         | 249 125           | 4,7                  | 4,5        |
| Moravskoslezský        | 496 768          | 112 668          | 1 726 761         | 328 943           | 4,5                  | 3,9        |
| <b>Česká republika</b> | <b>6 249 452</b> | <b>6 435 474</b> | <b>21 357 449</b> | <b>20 090 348</b> | <b>4,4</b>           | <b>4,1</b> |

*Pramen: ČSÚ*

Nejatraktivnějším turistickým regionem pro domácí klientelu je Šumava, následuje ho region Krkonoše a Jižní Čechy tvořící spolu s jižní částí Šumavy území celého Jihočeského kraje.<sup>10</sup> Oblibu zmíněných regionů u domácích turistů potvrzuje rovněž uvedený počet ubytovaných tuzemských hostů v Jihočeském kraji, který tak pro Plzeňský kraj v tomto směru představuje nejsilnějšího konkurenta.

Čeští návštěvníci Plzeňského kraje preferují nejvíce jednodenní výlety, v případě ubytování využívají vlastní chalupy či ubytování u známých, penziony a kempy. Oproti zahraničním turistům vykazují delší průměrnou dobu pobytu, která je srovnatelná s hodnotou republikového průměru. Většina domácích turistů se stravuje částečně v restauračních zařízeních a částečně z vlastních zdrojů. Nejčastěji uváděným důvodem návštěvy je pěší a poznávací turistika, cykloturistika a na Šumavě zimní lyžování.<sup>11</sup>

### 3.4 Trendy rozvoje cykloturistiky

Cykloturistika jakožto forma cestovního ruchu je téma velmi přitažlivé a aktuální. Snad žádná jiná forma z oblasti sportovně turistických aktivit neprodělala v posledním desetiletí tak bouřlivý vývoj. Jízdní kolo se stalo téměř každému dostupným prostředkem a cykloturistika jedním z nejlevnějších způsobů co nejširšího poznání domácích i zahraničních regionů, Plzeňský kraj nevyjímaje.

Cykloturistika je spolu s cyklo dopravou (dopravní cyklistikou) a terénní cyklistikou jedním ze tří pilířů cyklistiky (cyklistické dopravy). Cyklistiku jako celek je nutné zakomponovat do širšího kontextu a především ji v něm vnímat. Neuzavírat se tedy jen „v mantinelech“ dopravní problematiky či naopak cykloturistiky jako formy přesunu mezi turistickými zajímavostmi, přírodními a kulturními památkami, sídly a ubytovacími zařízeními, ale vidět i její souvislosti s měnícím se životním stylem, životním prostředím, zdravím obyvatelstva a udržitelným rozvojem.

<sup>10</sup> Průzkum agentury CzechTourism: Domácí cestovní ruch v České republice, duben 2004. Jako ideální region pro trávení ideální dovolené uvedlo Šumavu 16%, Krkonoše 14% a turistický region Jižní Čechy 11% dotázaných).

<sup>11</sup> Celorepublikový průzkum agentury CzechTourism, 2005-2006

Spojitosť cyklistické dopravy, rekreace a trávení volného času je všeobecně známá a zřejmá, jakožto i její význam pro oblast cestovního ruchu. Co se týká letních aktivit, je dnes cykloturistika s výjimkou velkých měst hlavním marketingovým tahákem většiny mikroregionů České republiky. Platí to i pro velkou část mikroregionů na území Plzeňského kraje.

Cykloturistika je druhem cestovního ruchu, který má obrovský potenciál obohatit turistické zážitky návštěvníků v krátkém časovém úseku. Je přátelská k životnímu prostředí. Pomáhá k propagaci zajímavých a málo navštěvovaných lokalit i v turisticky zatím nepříliš objevených oblastech. Podpora cyklistiky přináší i nová pracovní místa v různých oblastech služeb cestovního ruchu s ní spojených.

### **Motivy pro cyklistiku**

Cykloturistika naplňuje naše záměry a touhy po poznání a mety, které si sami dáváme. Je příjemným, zdravím a z hlediska času i peněz úsporným řešením naplnění našich potřeb. Na kole jsme bytostně spjatí s prostředím, kterým projíždíme, ať městem nebo volnou přírodou. Na kole se přesouváme mnohem rychleji než chůzí a přesto plně vnímáme přírodu kolem nás nebo lokalitu, kterou jsme si určili za cíl poznání. Na kole navíc poznáváme sami sebe, svoji fyzickou a psychickou kondici, svoji vůli. Bojíme mýty a sami překonáváme mety. I cykloturistika se může stát pro určité jedince adrenalinovým sportem, pro ostatní příjemnou formou odpočinku a relaxace.

Modernizace kola jako jízdního prostředku a propagace zdravého životního stylu, jehož důležitost si konečně lidé v posledních letech uvědomují, přispěly k znovuzrození cyklistiky. Je pravda, že v posledním desetiletí neuvěřitelně vzrostl počet aut na našich silnicích, ale na druhé straně lidé začínají masově opět objevovat kouzlo kola. Jezdí na něm do práce, školy, za nákupy, službami a samozřejmě také v rámci svého volného času.

Tendence zdravého životního stylu je hlavním motivačním faktorem k rozšíření cyklistiky.

### **Postavení cyklistiky jako formy dopravy a základní charakteristika jednotlivých typů**

Nároky cyklistů na dopravní prostor a odpovídající vybavení vznikají přirozenou cestou, tak jak se cyklistika stává stále častější a masovější formou trávení volného času a dopravy na kratší a střední vzdálenosti.

Cyklistika jako forma každodenní či rekreační dopravy nesmí být chápána jako menšinový trend, ale jako alternativa k dalším druhům. Jízdní kolo nabízí značnou flexibilitu při pohybu jak ve volné krajině v rámci rekreace, tak i městském prostředí a částečně řeší i dopravní obsluhu v regionech, které k tomu mají vhodné podmínky. Propojení cyklistické infrastruktury formou městských sítí cyklostezek a regionální sítě cyklotras umožňuje současně pohyb cyklistů (používajících kolo jako alternativní dopravní prostředek), cykloturistů, ale i terénních cyklistů (vyrážejících do krajiny za zážitkem a přírodními cestami různé technické náročnosti). Rekreační cyklistika už není jen doménou hlavních rekreačních oblastí či klidného venkova, ale díky novým cyklostezkám se stále více projevuje v samotných městech a jejich nejbližším okolí. Příměstské a městské trasy nás tak mohou dovést bez dopravní zácpy do historických center měst, městských parků, sportovních a rekreačních zón, na koupaliště, ale i za nákupy a dalšími aktivitami. Regionální značené cyklotrasy nás naproti tomu dovedou k turistickým cílům po relativně bezpečných méně frekventovaných silnicích, lesních a polních cestách. Značené terénní cykloturistické trasy a přírodní cesty nám umožní nejužší spojení s přírodou, poznání téměř zapomenutých míst a přinese i spoustu adrenalinu při technicky obtížnější jízdě terénem.

Využití cyklistiky k dopravním i rekreačním účelům má ve světě i v České republice stoupající tendenci a ruku v ruce s tím se tomuto trendu přizpůsobují služby cestovního ruchu, plánování i nabídka v dopravě.

### **Požadavky cyklistů**

Tak jak se neustále technicky rozvíjela kola, začaly se v posledním desetiletí v České republice po vzoru západních zemí rozvíjet i styly ježdění na kole. Revoluci nejen do rekreační cyklistiky přineslo vyvinutí horského kola a jeho masové užívání. Neustále se modernizující horské kolo a jeho platformy otevřelo cyklistice terény do té doby nepřístupné. Spolu s tím se pochopitelně začaly měnit i nároky jednotlivých skupin cyklistů na terény, které jednotlivé skupiny preferují.

Pomineme-li málo početnou a specificky zaměřenou skupinu silničních cyklistů, u kterých je převažujícím motivem sportovní výkon, který realizují na silnicích, je vhodné v České republice členit nejpobulárnější typy cyklistiky do těchto kategorií (v závorce jsou uvedeny druhy nejčastěji užívaných komunikací těmito skupinami):

- **dopravní cyklistika** (městské a příměstské cyklostezky)
- **cykloturistika** (dálkové cyklostezky, značené a doporučené cyklotrasy)
- **terénní cyklistika** (značené cykloturistické trasy, singletrack – přírodě blízké vrstevnicové stezky)

Následující charakteristika jednotlivých skupin cyklistů a jejich požadavků je převzata z materiálů České mountainbikové asociace (ČeMBA).

#### Dopravní cyklisté

- přesun mezi sídly, do zaměstnání, úřadů a škol, ale i za zábavou a do rekreačních zón
- požadavek rychlého a minimálně namáhavého přesunu
- trasa nejkratší možnou cestou
- dopravně bezpečná trasa
- povrch cesty musí umožňovat efektivní přesun
- možnost bezpečného uložení kola
- další doprovodné služby zpravidla nejsou požadovány

#### Cykloturisté

- přesun mezi turistickými zajímavostmi, přírodními a **kulturněhistorickými** památkami, sídly a ubytovacími zařízeními
- trasy by měly umožňovat návrat k výchozímu bodu, nebo fungující veřejné dopravě spolehlivě přepravující kola
- požadavek atraktivního, turisticky zajímavého prostředí, výhledy, zajímavá místa
- profil může být náročnější, pokud vede k turisticky zajímavému místu
- požadavek informací o prostředí a zajímavostech
- požadavek na stravovací a další doprovodné služby podél cesty

#### Terénní cyklisté

- cílem přesunu není dostat se z místa na místo, ale radost z pohybu v přírodním prostředí
- požadavek na vizuálně a pohybově pestré přírodní stezky a cesty
- kombinace aktivního pohybu spojená s atraktivním přírodním prostředím, zajímavými místy a výhledy
- trasa je vedena především za účelem požitku z jízdy, měla by však propojovat zajímavé lokality
- profil trasy může plně využít všech možností krajiny
- povrch vždy přírodě blízký, pestré a členité vedení stezky a různé varianty obtížnosti cest (podobně jako u sjezdového lyžování)
- požadavek na stravovací a další doprovodné služby ve výchozích bodech a přirozených místech odpočinku

**Tabulka č.5:** Požadavky třech pilířů cyklistiky

|                                  | dopravní cyklistika | cykloturistika | terénní cyklistika |
|----------------------------------|---------------------|----------------|--------------------|
| rychlost a efektivnost přesunu   | ++                  | 0              | - až --            |
| nenáročný výškový profil trasy   | ++                  | - až +         | - až --            |
| přírodní povrch cesty            | - až 0              | 0 až +         | ++                 |
| hravost a pestrost cesty         | -                   | 0 až +         | ++                 |
| tradiční turistické cíle         | --                  | ++             | 0 až +             |
| lesní a krajinný zážitek         | -                   | - až ++        | ++                 |
| fyzická náročnost                | --                  | - až +         | 0 až ++            |
| nároky na techniku ovládání kola | --                  | - až +         | - až ++            |

Legenda:

| --               | -          | 0         | +        | ++             |
|------------------|------------|-----------|----------|----------------|
| vůbec nevyžaduje | nevyžaduje | neutrální | vyžaduje | nutně vyžaduje |

Pramen: ČeMBA, 2007

### Vývojové trendy cyklistiky

Jak již byl naznačeno, současné trendy vývoje cyklistiky odráží dynamický vývoj posledních let. Ten se v důsledku modernizace kola projevuje především rozvětvením stylů ježdění na kole – každý styl má své specifické nároky na bezpečnost, prostor, typ povrchu a vedení trasy (viz charakteristika jednotlivých skupin cyklistů). S ohledem na cenové relace prověřených zahraničních cykloturistických regionů, které se stávají přijatelné stále širšímu okruhu cykloturistů, a s ohledem na rostoucí konkurenční boj domácích regionů, rostou nejen nároky uživatelů na kvalitu terénů pro jednotlivé formy cyklistiky, ale také nároky na kvalitu zážitku spojenou s jízdou na kole. Kvalitní doprovodná infrastruktura typu záchytných parkovišť, míst pro odložení kol, půjčoven kol, doprovodného informačního systému pro cyklisty vč. orientačních map je dnes již běžným standardem v destinacích, které se zaměřují na cyklisty jako hlavní návštěvnickou skupinu.

S ohledem na rostoucí životní úroveň a zvyšující se standard služeb v cestovním ruchu jako celku pochopitelně rostou i nároky cyklistů na stravovací, ubytovací a doprovodné služby podél cyklostezek a cyklistických tras, v případě terénní cyklistiky pak ve výchozích bodech a přirozených místech odpočinku.

## 3.5 Rozvojové trendy dalších forem cestovního ruchu

### 3.5.1 In-line bruslení

In-line bruslení patří k moderním sportovně rekreačním aktivitám, které se masověji rozšířily až v posledních několika letech. O to razantnější byl ale jejich nástup a podle počtu bruslařů na nových stezkách lze říci, že se jejich počet neustále zvyšuje. Rovněž teprve v posledních letech mají konečně bruslaři, i když zatím v omezeném počtu a různé kvalitě, k dispozici i vhodné terény.

V Plzeňském kraji je podobně jako v ostatních regionech ČR in-line bruslení rozšířeno především v městských a příměstských oblastech díky nově budovaným cyklostezkám a společným stezkám pro pěší cyklisty. Bruslaři se v letních měsících objevují i na některých kvalitních asfaltových komunikacích v oblasti NP Šumava (Šumavských plání), na kterých je omezen nebo zcela vyloučen automobilový provoz.

Z městských oblastí má nejlepší podmínky pro in-line bruslení díky nejhustší síti cyklostezek pochopitelně Plzeň. Zde se v areálu SKP Rapidu nachází i více než 1 km dlouhý ovál s asfaltovým povrchem (bohužel ne příliš kvalitním), vstup do areálu je zpoplatněn.

S ostatních měst mají díky novým cyklostezkám kvalitní povrchy pro in-line bruslení především Domažlice a Klatovy. Cyklostezky se zde nachází na okraji měst a zejména v Klatovech ve směru na Vrhavěč umožňují dlouhé vyjížděky (cca 5 km dlouhý úsek). V ostatních městech existují jen kratší dílčí úseky cyklostezek a stezek pro pěší cyklisty, které jsou však bez další návaznosti. Počty in-line bruslařů na cyklostezkách se v některých dnech a hodinách vyrovnávají nebo dokonce převyšují počty cyklistů.

S další výstavbou cyklostezek s kvalitním povrchem lze očekávat i rozvoj in-line bruslení a získání pro tento druh sportu a rekreace dalších následovníků. Jedním z výhledově nejperspektivnějších plánovaných terénů je trasa dílčích úseků cyklostezek v údolí Úhlavy mezi Klatovami a Švihovem, dalším pak plánovaná Otavská cyklostezka mezi Sušicí a Horažďovicemi. Nové terény jsou plánovány i v Plzni a okolí.



Přehled terénů vhodných pro in-line bruslení obsahují například internetové stránky [www.inline-online.cz](http://www.inline-online.cz). Na stejných stránkách lze nalézt i stupnici pro vyhodnocování kvality povrchů pro bruslení.

### 3.5.2 Mototuristika

Moturistika je velmi důležitou rekreační aktivitou, neboť počet návštěvníků, kteří na Plzeňsko přijíždějí auty či jinými motorovými prostředky stále vzrůstá. Území regionu není pro mototuristiku zcela dostatečně připraveno, takže zatím značné potenciální možnosti území pro tuto velmi významnou perspektivní oblast cestovního ruchu jsou doposud nedoceny a zanedbávány.

Z nejdůležitějších nedostatků, kterých tato oblast doznává je zapotřebí uvést zejména absenci dostatečného množství venkovních orientačních systémů na přístupových komunikacích k turistickým cílům (poutače a směrovky), záchytných parkovišť s potřebnými informacemi (mapa, příp. přístřešek s letáčky o turistických cílech), nedostatečně kvalitní komunikace, nedostatek odpočívadel příp. výhledových míst s potřebným zázemím, absence značených okruhů (převážně na krátkodobé 2 – 4 hodinové výlety) a nedostatek levnějších hotelů/motelů při sjezdech z dálnice D5 a silnic I. a II. třídy s návaznými službami a přícestními restauracemi.

Samostatnou kategorií mototuristů jsou tzv. „motorkáři“, kteří mají oproti klasickým návštěvníkům přijíždějícím automobily specificky odlišné nároky a požadavky na příslušenství navštívených turistických zařízení. Zejména se jedná o parkovací prostory, které by měly být zastřešené a zamykatelné (pro vícedenní turisty využívající ubytovací zařízení). Jednou z významných vlastností této skupiny turistů bývá jejich vyšší kupní síla, paradoxně často doprovázená nižšími nároky na kvalitu užívaných zařízení. Obvykle jsou rovněž kratší pobyty v jednom ubytovacím zařízení (ubytování na jednu noc).

### 3.5.3 Kongresová a incentivní turistika

Kongresová a incentivní turistika (KIT) zaznamenává v celé střední Evropě značný růst. Její ekonomický přínos pro region je dán zejména vyšší bonitou účastníků KIT akcí (především zahraničních)<sup>12</sup> oproti klasickým turistům. Základními předpoklady pro rozvoj tohoto druhu turistiky jsou příznivé ceny, dobrá dopravní dostupnost a vysoký stupeň kultury ubytovacích a kongresových zařízení. Kvalitativní předpoklady již v dnešní době splňuje velké množství zařízení v Plzeňském kraji, zejména v jeho hlavním centru Plzni. Silnou stránkou kraje je zejména jeho výhodná poloha a dobrá dopravní dostupnost, která je zajištěna nově dokončenou dálnicí D5, spojující region jednak s Prahou a mezinárodním letištem Praha-Ruzyně<sup>13</sup> a jednak se SRN a západní Evropou.

Atraktivitě regionu pro organizaci kongresů kromě základních předpokladů dále napomáhá potenciál kraje pro doplňkové aktivity účastníků KIT, který je podobně jako v celé ČR zajištěn zejména místním kulturním dědictvím a nepoškozenou přírodou.

<sup>12</sup> Podle průzkumu agentury CzechTourism „Profil návštěvníků kongresů“ prováděném v roce 2004 mezi účastníky kongresů z různých zemí tvoří jejich denní útratu v průměru 3000Kč (osobní a přímé výdaje) a zhruba 6000Kč jsou celkové výdaje na den (zahrnují ostatní výdaje, které účastník neplatí přímo, ale jsou obvykle hrazeny předem, nejčastěji zaměstnavatelem).

<sup>13</sup> Podle zmíněného průzkumu je nejčastějším dopravním prostředkem využívaným pro KIT akce letadlo (75%), následuje automobil (17%) a vlak (8%).

**Tabulka č.6:** Přehled kapacit hromadných ubytovacích zařízení s možností pořádání kongresů v ČR (2005)

| Kraj                         | Počet zařízení<br><i>Number of establishments</i> |  | Kapacita pro<br>pořádání<br>kongresů v počtu<br>osob | Počet kongresů za<br>rok |
|------------------------------|---|--|--|--------------------------|
|                              | Celkem  | z toho: s možností<br>pořádání<br>kongresů |  |                          |
| HL.m. Praha                  | 597   | 47   | 23 510   | 1 750                    |
| Středočeský                  | 553   | 24   | 6 065  | 260                      |
| Jihočeský                    | 994   | 17   | 3 929  | 132                      |
| <b>Plzeňský</b>              | <b>418</b>  | <b>8</b>                                   | <b>1 432</b>   | <b>134</b>               |
| Karlovarský                  | 423   | 15   | 4 654  | 92                       |
| Ústecký                      | 399   | 6  | 1 112  | 47                       |
| Liberecký                    | 928   | 10   | 1 970  | 56                       |
| Královéhradecký a Pardubický | 1 264   | 14   | 3 400  | 153                      |
| Vysočina                     | 354   | 13   | 3 480  | 352                      |
| Jihomoravský                 | 497   | 26   | 10 524   | 534                      |
| Olomoucký                    | 345   | 10   | 4 934  | 207                      |
| Zlínský                      | 366   | 13   | 2 638  | 143                      |
| Moravskoslezský              | 470   | 18   | 3 600  | 178                      |
| <b>ČR celkem</b>             | <b>7 608</b>                                      | <b>221</b>                                 | <b>71 248</b>  | <b>4 038</b>             |

*Pramen:* ČSÚ

### 3.5.4 Venkovská turistika, hippoturistika

Venkovská turistika je v ekonomicky vyspělých státech velmi populární, neboť umožňuje obnovovat ztracené vazby na přírodní prostředí a volnou krajinu. Její ekonomický a sociální přínos spočívá zejména v možnosti realizovat doplňkový finanční zdroj pro drobné zemědělce a současně možnost vytvářet nové pracovní příležitosti pro ostatní obyvatele venkova. Tento druh rekreačních aktivit není provázen negativními dopady na životní prostředí jako u tradičního masového cestovního ruchu. Decentralizace ubytovacích zařízení umožňuje návštěvníky a turisty rozptýlit v krajinném území a současně dává příležitost individuálním aktivitám v téměř rodinném prostředí.

S venkovskou turistikou bývá často spojena tzv. hipoturistika, která v poslední době zaznamenává poměrně velký rozvoj (po cykloturistice je považována za druhou nejvíce se rozvíjející oblast turistiky). Na území kraje neustále vznikají nové značené hipostezky, které jsou předpokladem pro další kvalitativní růst tohoto odvětví.

Lokalitami s nejvyšším potenciálem pro rozvoj venkovské a „hipo“ turistiky jsou zejména přírodně zachovalé oblasti s vyšší krajinářskou hodnotou a nižší hustotou zalidnění (Šumava, Český les, ale i okolí Berounky atp.).

### 3.5.5. Kulturní cestovní ruch

Vhodné využití tohoto tzv. kulturního kapitálu přináší přímé příjmy vynaložené spotřebiteli na kulturní zboží a služby, zajišťuje nepřímé výnosy se souvisejících služeb a ekonomických činností, i nepřímé ekonomické dopady v podobě budování identity a image daného místa, vytváří zájem o dané prostředí a zvyšuje atraktivitu lokality jak pro turisty a výletníky, tak i pro investory. Má také přímé i nepřímé efekty na zaměstnanost a tak dále...

## 4. Podmínky pro cestovní ruch v Plzeňském kraji

### 4.1 Infrastruktura cestovního ruchu

#### 4.1.1 Dopravní dostupnost Plzeňského kraje pro aktivity cestovního ruchu

Plzeňský kraj v rámci CR navštěvuje cca 70 % návštěvníků po silnici (auta, autobusy), cca 20 po železnici, cca 4 % na kole a zbytek kombinovaným způsobem.

Pro rozvoj CR budou v EU nejvýznamnější multimodální dopravní koridory (IV. transevropský). Dopravní dostupnost Plzeňského kraje v rámci ČR je v EU příznivá, díky následujícím mezinárodním komunikacím:

- dálnice D 5 – E 50 Praha - Plzeň – Rozvadov – Weidhaus, která po napojení na dálniční síť SRN, Francie a Belgie a další např. Praha - Vídeň, Praha - Kraków , Praha - Itálie a další (bude základní osou přístupu většiny návštěvníků Evropy
- další vybrané silnice:
  - ⇒ I/20 – E 49 (Karlovy Vary) – Toužim - Plzeň – Nepomuk – (Blatná - Písek – České Budějovice) propojuje Karlovy Vary – Slavkovský les – Plzeňsko a jižní Čechy
  - ⇒ I/26 Plzeň – Horšovský Týn – Babylon – Folmava – (Furth im Wald - Cham) SRN, propojuje Plzeňsko s Českým lesem a Bavorskem
  - ⇒ I/27 – E 53 Dubí u Chomutova – Most - Žatec – Kralovice - Plzeň – Přeštice - Klatovy – Železná Ruda – (Bayerische Eisenstein) SRN, tato významná přepravní osa propojuje severní Krušnohoří – Plzeňsko – v jižním směru Šumavu, prostor Zwieselu a Degendorfu s vazbou na dálnici A 92. Z hlediska dlouhodobých záměrů je zvažována přestavba úseku Malá Víska – Železná Ruda v návaznosti na obchvat Bayerische Eisenstein.
- III. tranzitní železniční koridor v úseku Praha - Plzeň – Cheb (Schirnding) SRN má celorepublikový a nadnárodní význam
- Modernizace úseku tratě č. 180, jako součásti sítě TEN – T, Plzeň – Domažlice – (Furt im Wald) SRN s návazností na Regensburg - Mnichov.
- Trať Plzeň – Klatovy – Železná Ruda je celostátní trať regionálního významu, bude v brzké době elektrifikován úsek Klatovy – Železná Ruda.

Železniční doprava v současné době sehrává v Plzeňském kraji stále významnější roli.

V železniční dopravě je třeba zvýšit četnost regionálních vlaků a přímých mezinárodních vlaků (Praha - Plzeň - Regensburg – Mnichov, Donau - Moldau Bahn). Pro Plzeňský kraj je typická radiální (dostředná struktura železničních tratí do krajského města Plzně, která byla vybudována před 100 – 150 lety. Tato struktura byla doplněna studií na velmi účelnou transversální (příčnou) trať vedoucí při úpatí pohraničních pohoří Šumavy a Českého lesa, která se spolu s dalšími kratšími spojnicemi stala regionální tratí. Jedná se o propojení: Planá u Mariánských Lázní – Tachov – Poběžovice – Domažlice – Klatovy – Horažďovice předměstí (tratě č. 184 a 185). Plzeňský kraj zadal zpracování studie proveditelnosti na rozšíření dopravní obslužnosti těchto tratí. Pro další rozvoj příhraničního území Šumavy a Českého lesa, zejména cestovního ruchu a stabilizaci příhraničních regionů je potřebné nejen využití místních regionálních tratí, ale i zajištění okružních železničních tras na Šumavě a v Českém lese, např. systémem ErgoNet. Navrhovány jsou následující okruhy:

- A. Česká Kubice – Domažlice – Janovice n.Ú. – Železná Ruda – Bayerisch Eisenstein – Plattling – Regensburg – Schwandorf – Furth im Wald – Česká Kubice
- B. Cheb – Planá u Mariánských Lázní – Tachov – Poběžovice – Domažlice – Česká Kubice – Furth im Wald – Schwandorf – Weiden – Marktredwitz – Schirnding – Cheb

- C. Železná Ruda – Klatovy – Horažďovice předměstí – Strakonice – Volary – Nové Údolí – Passau – Plattling – Zwiesel – Železná Ruda, přičemž spojnice mezi Novým Údolím a Zwieslem a Novým Údolím a Pasovem (Passau) by byla provozována autobusy v návaznosti na bavorský takt.

Značný rozvojový potenciál cestovního ruchu je ve vytváření tzv. „nostalgických železnic“.

Plzeňský kraj je pohledu mezinárodní letecké dopravy dostupný z letiště Praha – Ruzyně, v návaznosti na ležiště v Mnichově a Frankfurtu n. M. Přesto je z hlediska cestovního ruchu vhodné zvážit podporu rozvoje stávajícího neveřejného letiště Plzeň – Líně, veřejného mezinárodního letiště v Klatovech a veřejného vnitrostátního letiště Plasy.

#### 4.1.2 Ubytování a stravování

Základním východiskem pro hodnocení úrovně využití území pro rekreaci jsou především lůžkové kapacity v ubytovacích zařízeních.

Tabulka č.7: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle krajů (2005)

| Kraj                   | Počet zařízení | Počet pokojů   | Počet lůžek    | Počet míst pro stany a karavany | Průměrná cena |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------------------------|---------------|
| Hl.m.Praha             | 597            | 30 355         | 66 351         | 1 261                           | 1 012         |
| Středočeský            | 552            | 10 310         | 28 199         | 6 389                           | 373           |
| Jihočeský              | 995            | 17 400         | 52 011         | 13 999                          | 268           |
| <b>Plzeňský</b>        | <b>418</b>     | <b>7 466</b>   | <b>21 210</b>  | <b>3 509</b>                    | <b>277</b>    |
| Karlovarský            | 423            | 13 839         | 28 607         | 1 421                           | 593           |
| Ústecký                | 399            | 7 320          | 19 405         | 2 763                           | 318           |
| Liberecký              | 928            | 13 426         | 40 510         | 2 745                           | 247           |
| Královéhradecký        | 986            | 15 853         | 45 132         | 5 365                           | 263           |
| Pardubický             | 278            | 5 418          | 15 569         | 1 730                           | 257           |
| Vysočina               | 353            | 6 397          | 18 783         | 3 150                           | 262           |
| Jihomoravský           | 496            | 12 021         | 30 540         | 5 042                           | 315           |
| Olomoucký              | 345            | 7 144          | 19 514         | 969                             | 275           |
| Zlínský                | 365            | 7 902          | 21 408         | 1 645                           | 287           |
| Moravskoslezský        | 470            | 9 665          | 25 972         | 1 810                           | 271           |
| <b>Česká republika</b> | <b>7 605</b>   | <b>164 516</b> | <b>433 211</b> | <b>51 798</b>                   | <b>358</b>    |

*Pramen:* ČSÚ

Počet ubytovacích zařízení v Plzeňském kraji je v porovnání s ostatními kraji ČR mírně podprůměrný. Zřejmý je nižší podíl hotelových kapacit, zejména je zde nízký počet velkokapacitních ubytovacích zařízení a hotelů vyšší kategorie. Výjimkou jsou hotelová zařízení na Šumavě a v centru Plzeňského kraje městě Plzni.

Tabulka č.8: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle okresů PK (2005)

| Okres                | Počet zařízení | Počet pokojů | Počet lůžek | Počet míst pro stany a karavany | Průměrná cena za ubytování |
|----------------------|----------------|--------------|-------------|---------------------------------|----------------------------|
| <b>Plzeňský kraj</b> | 418            | 7 466        | 21 210      | 3 509                           | 277                        |
| Domažlice            | 47             | 723          | 2 130       | 376                             | 284                        |
| Klatovy              | 200            | 2 972        | 8 621       | 1 550                           | 255                        |
| Plzeň-město          | 41             | 1 182        | 2 457       | 300                             | 554                        |
| Plzeň-jih            | 24             | 333          | 1 021       | 120                             | 256                        |
| Plzeň-sever          | 41             | 808          | 2 706       | 476                             | 193                        |
| Rokycany             | 26             | 565          | 1 933       | 211                             | 237                        |
| Tachov               | 39             | 883          | 2 342       | 476                             | 210                        |

**Pramen:** ČSÚ

Hustota rozložení ubytovacích kapacit koresponduje s atraktivitou a návštěvností jednotlivých turistických regionů. Z pohledu rozdělení na okresy je tradičně nejvyšší počet ubytovacích zařízení v umístěn v okrese Klatovy, který zde v podstatě zastupuje území regionu Šumava (západočeská část).

Tabulka č.9: Kapacity ubytovacích zařízení v PK podle kategorií (2005)

|   | Počet zařízení | Počet pokojů | Počet lůžek | Počet míst pro stany a karavany | Průměrná cena za ubytování |
|---|----------------|--------------|-------------|---------------------------------|----------------------------|
| <b>Hromadná ubytovací zařízení celkem</b>         | 418            | 7 466        | 21 210      | 3 509                           | 277                        |
| <b>Hotely a podobná zařízení celkem</b>           | 241            | 4 037        | 9 777       | 60                              | 371                        |
| Hotely *****                                      | -              | -            | -           | -                               | -                          |
| Hotely ****                                       | 7              | 258          | 487         | -                               | 1 188                      |
| <b>Ostatní hotely a pensiony</b>                  | 234            | 3 779        | 9 290       | 60                              | 347                        |
| <b>Ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem</b> | 177            | 3 429        | 11 433      | 3 449                           | 148                        |
| <b>Kempy</b>                                      | 36             | 706          | 2 634       | 3 400                           | 102                        |
| <b>Chatové osady a turistické ubytovny</b>        | 61             | 959          | 3 701       | 4                               | 127                        |
| <b>Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná</b>     | 80             | 1 764        | 5 098       | 45                              | 185                        |

**Zdroj:** ČSÚ

Tabulka č.10: Využití lůžek a pokojů u hotelů a podobných ubytovacích zařízení v ČR

| Kraj                   | Využití lůžek (v %) |             |             | Využití pokojů (v %) |             |             |
|------------------------|---------------------|-------------|-------------|----------------------|-------------|-------------|
|                        | 2003                | 2004        | 2005        | 2003                 | 2004        | 2005        |
| Hl.m.Praha             | 47,2                | 53,5        | 53,4        | 54,3                 | 61,2        | 60,7        |
| Středočeský            | 33,9                | 33,4        | 30,6        | 40,3                 | 39,6        | 36,7        |
| Jihočeský              | 28,0                | 27,6        | 25,3        | 33,3                 | 32,5        | 30,1        |
| <b>Plzeňský</b>        | <b>31,4</b>         | <b>30,7</b> | <b>29,3</b> | <b>36,3</b>          | <b>36,5</b> | <b>33,6</b> |
| Karlovarský            | 45,8                | 43,4        | 43,5        | 53,8                 | 49,4        | 49,8        |
| Ústecký                | 23,8                | 21,3        | 21,6        | 29,6                 | 26,5        | 26,2        |
| Liberecký              | 28,9                | 28,3        | 27,3        | 34,2                 | 33,2        | 31,7        |
| Královéhradecký        | 30,5                | 31,5        | 30,8        | 35,8                 | 37,3        | 35,2        |
| Pardubický             | 28,5                | 27,2        | 25,2        | 32,0                 | 32,5        | 30,0        |
| Vysočina               | 27,6                | 26,3        | 24,8        | 32,9                 | 32,5        | 29,9        |
| Jihomoravský           | 27,2                | 27,9        | 27,2        | 33,3                 | 36,1        | 34,1        |
| Olomoucký              | 28,0                | 27,0        | 25,1        | 32,9                 | 33,3        | 30,1        |
| Zlínský                | 37,0                | 37,1        | 33,0        | 43,1                 | 43,4        | 39,3        |
| Moravskoslezský        | 32,7                | 30,7        | 23,9        | 39,5                 | 38,7        | 30,6        |
| <b>Česká republika</b> | <b>35,4</b>         | <b>37,0</b> | <b>35,8</b> | <b>42,1</b>          | <b>44,1</b> | <b>42,4</b> |

Pramen: ČSÚ

Souhrnná kapacita zařízení však není postačujícím a průkazným indikátorem pro posouzení ekonomických přínosů cestovního ruchu pro region. Z tohoto pohledu je podstatné využití těchto kapacit, tedy vytíženost zařízení a obsazenost v průběhu roku.

Čisté využití lůžek opět nedosahuje republikového průměru, je zde tedy volný potenciál pro rozšíření počtu ubytovaných hostů a prodloužení délky jejich pobytu. Nevytíženost ubytovacích zařízení je způsobena zejména malou nabídkou aktivit pro mimosezónní období a tedy i menší počet turistů přijíždějících mimo hlavní letní nebo zimní turistickou sezónu.

Rozsah a dostupnost stravovacích kapacit je v regionu vcelku dostačující. Podle hodnocení stravovacích zařízení v rámci průzkumů agentury CzechTourism z roku 2005/2006 převládají kladné odpovědi (velmi dobré, spíše dobré).<sup>14</sup>

### 4.1.3 Podmínky pro pěší turistiku

Pro pěší turistiku jsou v Plzeňském kraji vhodné podmínky i v těch částech regionu, které mají méně turistických aktivit a horší turistickou infrastrukturu. Podmínky k ní vytvářejí zejména vhodné přírodní podmínky, poměrně malá zalidněnost území a kvalitní značení turistických tras, které zajišťuje a udržuje Klub českých turistů, což patří mezi jeho nejvýznamnější aktivity vůči veřejnosti. Od roku 1889 vytvořená síť pěších značených cest je svou hustotou, kvalitou a komplexním postihnutím celého území České republiky jednou z nejlepších v Evropě. Pěší turistika jako forma aktivní rekreace je vyhledávána jak mladými lidmi, tak rodinami s dětmi i seniory.

Mezi pěší trasy lze zařadit i **naučné stezky** vedoucí přes přírodně cenná či jinak zajímavá místa, doplněné zastávkami s tabulemi a vysvětlujícím textem. Tématicky bývají zaměřeny na různé oblasti, v rámci kterých bývá území určitým způsobem jedinečné (např. botanika, zoologie, ekologie, geologie, paleontologie, historie

<sup>14</sup> Monitoring návštěvníků v turistických regionech Šumava, Plzeňsko, Západočeské lázně – zima 2005/2006, léto 2006. CzechTourism

atd.). Vyskytují se i kombinace více zaměření. Kompletní zmapování aktuálního stavu naučných stezek v regionu Plzeňského kraje doposud nebylo dokončeno.

Podobným druhem pěších tras jsou v poslední době se rozvíjející okružní a místní trasy, které stejně jako naučné stezky doplňují nabídku lokalitě, přičemž ale nemusejí spojovat více turisticky atraktivních míst.

#### 4.1.4 Podmínky pro cykloturistiku

##### **Charakteristika jednotlivých forem cyklistiky v Plzeňském kraji, podmínky a bariéry rozvoje, potřeby a očekávané vývojové trendy**

V následujícím textu se pokusíme charakterizovat současné podmínky pro jednotlivé druhy cyklistiky v Plzeňském kraji a zároveň popsat podmínky a bariéry jejich rozvoje a hlavní vývojové trendy těchto forem cyklistiky. Zmíněny budou i některé méně masivní formy cyklistiky a in-line bruslení, jež se úzce spjaté s užíváním nově budovaných cyklostezek.

##### Dopravní cyklistika

- je v Plzeňském kraji podobně jako v ostatních regionech ČR úzce vázána na městské a příměstské oblasti, kde se může v některých případech výrazně podílet na dělbě přepravní práce a být rovnocennou alternativou k automobilové dopravě na kratší a střední vzdálenosti
- v rámci Plzeňského kraje se nejvíce uplatňuje v Plzni, dále v bývalých okresních městech (Klatovy, Domažlice, Rokycany a Tachov) a v menší míře i v některých městech nad 5 tis. obyvatel, které k tomu mají vhodné podmínky (např. Sušice)
- poměrně dobře rozvinutá infrastruktura je zatím pouze v Plzni, kde je nejvíce vhodných komunikací (cyklostezek a společných stezek pro chodce a cyklisty), cyklistické dopravě je zde několik let věnována soustředěná finanční podpora a potřeby cyklistů se promítají i do plánování
- zatím nedostatečně rozvinutá infrastruktura je ve všech ostatních městech a jejich nejbližším okolí, včetně Klatov, Domažlic, Tachova, Rokycan, Sušice a dalších, v nich jsou k dispozici pouze dílčí úseky cyklostezek, zpravidla však vzájemně oddělených a bez další návaznosti
- výstavbu chybějící infrastruktury brzdí zejména všeobecný nedostatek finančních prostředků a společně s tím nevyřešené majetkové vztahy k dotčeným pozemkům a celkově nedostatečná opora rozvojových projektů v územně plánovací dokumentaci, což se projevuje malým množstvím projektů výstavby cyklostezek či víceúčelových cyklistických komunikací připravených k realizaci
- ke svému rozvoji potřebuje dopravní cyklistika v městských a příměstských oblastech nutně nové separované komunikace s vyloučením automobilového provozu – tedy cyklostezky či společné stezky pro chodce, cyklisty a jezdce na bruslích
- jak ukazuje návštěvnost již vybudovaných cyklostezek v městských oblastech, zájem o jejich využívání nesporně existuje a počty cyklistů a in-line bruslařů mají na těchto stezkách stoupající tendenci
- nové cyklostezky jsou podobné dálnicím – ihned po jejich otevření se na ně přesouvá značná intenzita dopravy
- uživatelé si žádají výstavbu dalších nových úseků, tomu je potřeba přizpůsobit zejména plánování
- na zřetel je při plánování potřeba brát zejména hledisko bezpečnosti a co nejkratšího spojení hlavních lokalit dosažitelných na kole, jinak hrozí nebezpečí, že nové trasy nebude téměř nikdo využívat
- plánování se jen málokdy však může opřít o kvalitní statistické údaje o intenzitě cyklistické dopravy
- cyklistiku v městských a příměstských oblastech je třeba zohlednit v dopravní nabídce a související infrastruktuře (možnost přepravy kol v autobusech a vlacích, parkoviště P+R, úschovny a půjčovny kol)
- cyklostezky by měly zajistit cykloturistům bezpečný průjezd historickými centry měst jakožto hojně navštěvovanými turistickými lokalitami, ostatním uživatelům (cyklistům) pak nabídnout alternativní možnost dopravy do městských parků, sportovních a rekreačních zón, na koupaliště, ale i za nákupy a dalšími aktivitami
- v městském a příměstském prostředí roste díky novým cyklostezkám význam rekreační cyklistiky včetně in-line bruslení
- na některých cyklostezkách se již počet bruslařů vyrovnal nebo převýšil počet cyklistů
- propojení městských sítí cyklostezek a navazující sítě regionálních cyklotras umožňuje plynulý pohyb všech druhů cyklistů z města do volné krajiny
- i když každoročně stoupá objem prostředků směřujících na podporu rozvoje cyklistické dopravy vzrůstá konkurenční boj měst a obcí o peníze na výstavbu cyklostezek a související infrastrukturu

- Česko zažívá historický boom cyklistiky, kdy poptávka po cyklistické infrastruktuře značně převyšuje nabídku
- konečným cílem v oblasti dopravní cyklistiky by mělo být stažení cyklistů (resp. nabídnutí alternativy jízdy) ze všech frekventovaných komunikací a odstranění nebezpečných míst
- klíčem úspěchu je především podpora na místní úrovni
- nezbytné pro naplňování cílů je osvěta a přenos informací (metodické zázemí) o nutnosti podpory všech forem cyklistiky na regionální a místní úrovni
- díky možnosti čerpání prostředků ze strukturálních fondů EU se kraj stává významným hráčem na poli podpory rozvoje cyklistiky, resp. všech jejích forem

#### Cykloturistika:

- podobně jako v ostatních regionech ČR je téměř na celém území Plzeňského kraje jednou z hlavních turistických nabídek v období letní sezóny
- cyklistická sezóna dnes v podstatě začíná již v květnu a končí v říjnu
- velmi silně se podílí na návštěvnosti oblastí vhodných pro tento druh rekreace a cestovního ruchu
- je rozvinuta téměř po celém území kraje, nejvíce v oblasti Šumavy a jejího podhůří vč. navazujících území v okrese Klatovy, dále v příhraniční oblasti Českého lesa (od Tachova po Domažlice), Stříbrska a Konstantitolázeňska, Plzně a okolí, jižního Plzeňska, v posledních letech se rozvinula i na severním Plzeňsku
- i když se celková délka značených cyklotras v kraji od roku 2001 více než ztrojnásobila a Plzeňský kraj zaujímá přední pozice mezi českými kraji co se týká hustoty značených cyklotras, je převážná většina cyklotras vedena po silniční síti (silnicích II., III. třídy a místních komunikacích)
- cyklostezky či víceúčelové cyklistické komunikace s omezeným provozem motorových vozidel se na celkové délce značených cyklotras podílejí jen minimálně
- nejvyšší podíl uvedených komunikací v rámci značených cyklotras vykazuje oblast Šumavy (NP Šumava a přilehlá oblast Železnorudska), na dalším místě se značným odstupem oblast podhůří Šumavy a Českého lesa, v ostatních regionech je tento podíl minimální a omezuje se jen na dílčí úseky cyklostezek, jež jsou součástí značených cyklotras
- lesní a polní cesty s jiným než asfaltovým povrchem se na celkové délce značených cyklotras podílejí rovněž pouze omezeně, nejvyšší zastoupení v rámci značených cyklotras vykazují shodné oblasti jako u cyklostezek (s výjimkou městských a příměstských oblastí)
- v ostatních regionech je dominantní vedení značených cyklotras po stávající silniční síti
- ve většině turisticky exponovaných oblastí stále chybí cyklostezky a značené cyklotrasy jsou vedeny po silnicích II, III. třídy a místních komunikacích, rovněž tak chybí doprovodná infrastruktura (záchytná parkoviště, aktuální turistické mapy, úschovny a půjčovny kol)
- některé rekreační oblasti jsou v letních měsících cykloturisty přeplněny, kapacitně nestačí dopravní síť, kterou musejí cyklisté sdílet s ostatními uživateli, proto je žádoucí rozvíjet cykloturistickou nabídku v méně exponovaných oblastech a ulehčit tak především nejvíce exponovaným oblastem Šumavy
- přetrvává problém definování a vedení cyklistických tras dálkového charakteru (regionální a národní trasy)
- u dálkových tras se objevuje duplicitní značení těchto tras
- zejména pro historicky první značené cyklotrasy chybí ucelený pasport značení použitelný pro potřeby údržby a obnovy značení
- všeobecně chybí finanční prostředky na údržbu značení a kvalitně vyškolení značkaři
- opravu či rekonstrukci málo frekventovaných vedlejších komunikací vhodných pro cykloturistiku brzdí podobně jako u cyklostezek zejména všeobecný nedostatek finančních prostředků, dále pak v některých případech nevyřešené majetkoprávní vztahy k dotčeným komunikacím a obecně nezájem či neochota vlastníků/správců komunikací o jejich sdílení s cyklisty v rámci značených cyklotras
- teoreticky je pro cyklisty vhodných komunikací dostatek, prakticky ale málo, neboť do hry vstupuje mnoho faktorů, které neumožňují jejich využití pro potřeby cyklistů a cykloturistiky
- poptávka přitom o jejich využívání je – minimum cyklistů dává přednost asfaltovým silnicím před pohybem v lese a volné krajině (ostatně mají k tomu přizpůsobená kola)
- na zřetel je při plánování potřeba brát hledisko bezpečnosti a zejména propojení co nejvíce turisticky atraktivních lokalit, míst dalekého výhledu a dalších zajímavých míst, jinak hrozí nebezpečí, že nové trasy budou pouze minimálně využívány
- podobně jako u plánování městských cyklostezek se však plánování jen málokdy může opírat o kvalitní statistické údaje o intenzitě rekreační cyklistické dopravy
- v některých oblastech je potřebná revize cyklotras - méně vhodně vedených tras s odpovídajícím povrchem pro potřeby cykloturistů je více než přehuštená síť značených cyklotras vedoucích jen po silnicích či naopak jen s obtížemi sjízdných polních a lesních cestách



- v některých oblastech existuje souběh cykloturistického značení s cykloznačkami, což má za následek částečnou ztrátu orientace cyklistů – je potřeba řešit
- nežádoucí je plánovat, umisťovat a přesouvat značené cyklotrasy na komunikace intenzivně využívané zemědělskou, lesní technikou či velmi intenzivní rekreační automobilovou dopravou, jinak hrozí nebezpečí jejich brzkého poničení a zvýšené riziko nehod cyklistů
- cykloturistické trasy je třeba plánovat a realizovat i s ohledem na dopravní nabídku regionu
- žádoucí je podpora fungující veřejné dopravy spolehlivě přepravující kola (vlak, autobusy), která zpřístupňuje nejširšímu okruhu cykloturistů i odlehlejší místa, která by jinak bylo možné navštívit jen s pomocí automobilu (dovezení kol na místo, výchozí bod)
- žádoucí je rovněž podpora budování omezeného počtu dálkových cyklistických tras, jež propojí kraj a jeho jednotlivé části se sousedními regiony/centry a zároveň se stanou stěžejními produkty v oblasti cykloturistiky (případně dálkového in-line bruslení)
- konečným cílem v oblasti cykloturistiky je budování bezpečných a sjízdných komunikací, po kterých budou vedeny značené cyklotrasy
- je žádoucí v co největší možné míře převedení cyklistů z asfaltových silnic (v současnosti převažujících značených cyklotras) na uvedené komunikace
- podobně jako v případě plánování a budování cyklostezek je klíčem úspěchu především podpora na místní úrovni
- nezbytné pro naplňování cílů je osvěta a přenos informací (metodické zázemí) o nutnosti podpory všech forem cyklistiky na regionální a místní úrovni

### Terénní cyklistika

- patří mezi nejmladší, zároveň však mezi velmi oblíbené formy rekreační jízdy na horském kole
- postupem času se vyčlenila z nenáročné cykloturistiky
- je logické, že část cyklistů ráda využívá lesa a lesní krajiny – poptávka po přírodě blízkým cestám stoupá, terénní cyklistika je velmi populární
- podobně jako nenáročná cykloturistika patří k oblastem, které k tomu mají vhodné podmínky, k hlavním nabídkám v období jarní a letní sezóny a velmi silně se podílí na návštěvnosti těchto oblastí
- v úhrnné délce všech typů komunikací v ČR vhodných pro rekreační cyklistiku připadá největší podíl právě na polní a lesní cesty
- nejvhodnější oblasti pro terénní cyklistiku však zatím nebyly v rámci Plzeňského kraje vymezeny, až na ojedinělé případy nebyly označeny vhodné doporučené terénní trasy
- v České republice stoupá množství cyklistů, kteří vyráží do krajiny za přírodními cestami různé technické náročnosti, jejich pohyb je zatím spíše živelný (na rozdíl od částečně usměrněného pohybu cykloturistů pohybujících se většinou po nenáročných cyklotrasách)
- v Plzeňském kraji však existují oblasti s velkým potenciálem pro rozvoj terénní cyklistiky, terénní cyklistika představuje zatím nere realizovaný potenciál pro rozvoj cestovního ruchu
- i terénní cyklistika patří mezi druhy dopravy šetrné k životnímu prostředí a umožňuje spojit atraktivní místa jinými druhy dopravy nepřístupná (s výjimkou pěších)
- zisky z terénní cyklistiky mohou být vůči vynaloženým nákladům ne ni velice efektivní
- podpora terénní cyklistiky navíc na rozdíl od současné podpory cykloturistiky nespočívá v investičně a krajinně intenzivních krocích
- často ji lze realizovat pouze poskytnutím kvalitních mapových podkladů a doprovodných informací na stávající cestní síti (lesních a polních cest)
- podpora by však měla spočívat v harmonizaci hospodářského a rekreačního užívání lesů, především lesní dopravní sítě
- je nutné začít jednat se státem, samosprávami a lesními správci o společném využívání lesní dopravní sítě k rekreačním a sportovním účelům, prolomit bariéry vzájemné nevěřivosti naproti sobě stojících skupin, neochoty sdílení cest s cyklisty
- tento proces je potřeba v budoucnu legislativně dořešit, dohoda je možná
- zkušenosti z jiných států naznačují, že vzájemné pochopení a vstřícnost jsou prvotními předpoklady úspěchu a po zohlednění hlavně ekonomických prvků, nebude tento proces neúspěšný
- žádoucí je začít zkoušet budovat přírodě blízké cesty v lesích zvláštního určení (např. v městských a příměstských lesích, rekreačních lesích apod.), které nejsou omezeny zvláštní ochranou území či intenzivní těžbou
- i na společně užívané lesní cesty a cyklistické trasy je možno čerpat zdroje na údržbu a opravy stávajících cest, což je pádný důvod pro společný postup
- existuje ze zahraničí převzatá ucelená a propracovaná metodika plánování, stavby a údržby přírodě blízkých cest (tzv. singltreků), která vede k trvale udržitelným cestám a stezkám

- tuto metodiku lze s úspěchem uplatnit nejen pro stavbu terénních cykloturistických komunikací, ale i pro cesty se sdíleným provozem (chodci, běžci, jezdci na koních)
- terénní cyklisté chtějí pomocí této metodiky přispět ke změně paradigmatu v dosavadní podpoře rekreační cyklistiky
- existuje mnoho legislativních překážek a zákazů pro podporu trvale udržitelných a environmentálně citlivých způsobů budování přírodě blízkých cest, většina dotačních titulů neumožňuje jejich podporu
- při plánování zohlednit společné potřeby cykloturistů a terénních cyklistů
- podobně jako v případě plánování a budování cyklostezek je klíčem úspěchu především podpora na místní úrovni
- nezbytné pro naplňování cílů je osvěta a přenos informací (metodické zázemí) o způsobech budování a využití přírodě v blízkých cest (singltreků) a nutnosti podpory všech forem cyklistiky na regionální a místní úrovni
- konečným cílem je budování a úprava cest a jejich sítě, aby svým uživatelům, poskytovaly radost a pestrost v pohybu a cenné přírodní zážitky

## 4.2 Kvalita služeb

### 4.2.1 Kvalita ubytovacích a stravovacích zařízení

Kvalita služeb poskytovaných hromadnými ubytovacími zařízeními je dle průzkumů agentury CzechTourism provedených mezi návštěvníky kraje ve všech turistických regionech Plzeňského kraje hodnocena spíše kladně. Nedostatky lze spatřovat zejména ve vybavení ubytovacích zařízení příčnou infrastrukturou a nabídkou doprovodných služeb a volnočasových aktivit. Úroveň veřejného stravování je rovněž v turistických regionech hodnocena bez negativních připomínek.

Tabulka č.11: Přehled služeb poskytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních v PK (2005)

|  | Hromadná ubytovací zařízení celkem | Hotely a podobná zařízení celkem | Hotely ***** | Hotely **** | Ostatní hotely a penziony | Ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem | Kempy | Chatové osady a turistické ubytovny | Ostatní zařízení jinde nespécifikovaná |
|--|------------------------------------|----------------------------------|--------------|-------------|---------------------------|--|-------|-------------------------------------|--|
| Restaurace pouze pro ubyt. Hosty                       | 81                                 | 57                               | -            | 2           | 55                        | 24   | 6     | 6                                   | 12                                     |
| Restaurace pro veřejnost                               | 140                                | 108                              | -            | 5           | 103                       | 32   | 15    | 6                                   | 11                                     |
| Kavárna, vinárna, bar                                  | 62                                 | 48                               | -            | 5           | 43                        | 14   | 2     | 4                                   | 8                                      |
| Vlastní parkoviště                                     | 239                                | 143                              | -            | 5           | 138                       | 96   | 19    | 28                                  | 49                                     |
| Bezbariérový přístup                                   | 69                                 | 52                               | -            | 4           | 48                        | 17   | 6     | 1                                   | 10                                     |
| Možnost úhrady platební kartou                         | 59                                 | 56                               | -            | 5           | 51                        | 3  | 1     | 1                                   | 1                                      |
| Směnárenské služby                                     | 28                                 | 26                               | -            | 5           | 21                        | 2  | 1     | -                                   | 1                                      |
| Pořádání kongresů                                      | 8                                  | 8                                | -            | 2           | 6                         | -  | -     | -                                   | -                                      |
| Pořádání školení, kurzů, prac. setkání                 | 127                                | 91                               | -            | 5           | 86                        | 36   | 5     | 7                                   | 24                                     |
| Obchodní (sekretářské) služby                          | 26                                 | 22                               | -            | 4           | 18                        | 4  | 2     | -                                   | 2                                      |
| Přístup k internetu                                    | 60                                 | 47                               | -            | 5           | 42                        | 13   | 1     | 4                                   | 8                                      |
| Dětský koutek, hřiště                                  | 107                                | 54                               | -            | 1           | 53                        | 53   | 16    | 18                                  | 19                                     |
| Bazén  | 41                                 | 22                               | -            | 1           | 21                        | 19   | 3     | 6                                   | 10                                     |
| Sauna, solárium  | 46                                 | 34                               | -            | 4           | 30                        | 12   | 3     | 4                                   | 5                                      |
| Fitness centrum  | 28                                 | 20                               | -            | 1           | 19                        | 8  | -     | 4                                   | 4                                      |
| Jiné druhy sport. vyžití (tenis, kuželník, golf apod.) | 94                                 | 43                               | -            | 2           | 41                        | 51   | 15    | 18                                  | 18                                     |
| Lázeňské procedury                                     | 1                                  | -                                | -            | -           | -                         | 1  | -     | -                                   | 1                                      |
| Kadeřnictví  | 8                                  | 7                                | -            | 1           | 6                         | 1  | -     | -                                   | 1                                      |
| Kosmetické služby, masáže                              | 22                                 | 19                               | -            | 3           | 16                        | 3  | 1     | 1                                   | 1                                      |

|   |     |    |   |   |    |    |    |   |    |
|---|-----|----|---|---|----|----|----|---|----|
| Praní, žehlení,<br>čištění (pouze<br>jako služba<br>hostům) | 32  | 26 | - | 5 | 21 | 6  | 2  | 1 | 3  |
| Prodej map,<br>průvodců,<br>suvenýrů apod.                  | 104 | 73 | - | 5 | 68 | 31 | 14 | 5 | 12 |

*Pramen: ČSU*

## 4.2.2 Kvalita personálu

Kvalita personálu ve službách cestovního ruchu bývá subjekty působící v této oblasti na území kraje hodnocena spíše podprůměrně, což není nijak výjimečné, neboť kvalita personálu v cestovním ruchu je obecně slabou stránkou i v dalších krajích České republiky. Jedním z největších problémů je stabilizace personálu, kde významnou roli hraje stávající nízká úroveň mezd.

## 4.2.3 Poskytování informací

Kvalita poskytování informací je různými zástupci cílových skupin či subjekty působícími v cestovním ruchu hodnocena odlišně. Kladně přijímanou skutečností je pozvolný nárůst počtu těchto center, a to i v menších městech či obcích. Na území Plzeňského kraje existuje k dnešnímu dni zhruba 50 informačních center různého zaměření zřizovaných samosprávami nebo jinými subjekty, která poskytují široké spektrum informací zejména o příslušném regionu a možnostech jeho turistického využití. Jejich kompletní aktualizovaný přehled včetně odkazů lze nalézt na portálu cestovního ruchu [www.turisturaj.cz](http://www.turisturaj.cz).

Poskytovat informace o CR mohou vedle informačních center, poskytovat i zařízení působící v oblasti kultury (muzea, knihovny, galerie, divadla apod.)

### 4.2.3.1 Mezinárodní informační centrum Rozvadov

Mezinárodní informační centrum leží na dálničním hraničním přechodu Rozvadov-Waidhaus. Již jeho poloha je jednou z hlavních předností tohoto infocentra. Pro přibližně šest milionů osob, které ročně překračují hranice, představuje vstupní bránu do České republiky a mnohdy také první kontakt s informacemi o naší zemi. Turisté zde mají možnost získat od kvalifikovaných pracovníků komplexní informace o zemi a regionu, kam právě přijíždějí. Jedná se o informace týkající se jak turistických atraktivit (památek, muzeí apod.), tak i praktických rad (zdravotnictví, veřejná doprava, policie, úřady apod.). Infocentrum dále nabízí internet k využití zdarma, propagační materiály o Plzeňském kraji a celé České republice, prodej dálničních známek, map, turistické literatury a drobných suvenýrů. Infocentrum zprostředkovává ubytování nejen v Plzeňském kraji ale i v Praze. V okolí informačního centra je vybudováno zázemí pro návštěvníky jako je sociální zařízení, restaurace, směnárny a parkoviště. V budoucnu se počítá s rozšířením a zkvalitněním těchto služeb. Areál hraničního přechodu se tak stane místem pro odpočinek a díky Mezinárodnímu informačnímu centru také místem pro načerpání množství důležitých a kvalitních informací, což ocení zejména turisté, kteří na své cestě do České republiky ale také při tranzitu, hledají konkrétní tip, kde přespat, kde se najíst, kam se podívat a co prožít.

Provoz informačního centra byl zahájen 1. července 2006. V současné době je provozní doba šest dní v týdnu. Informačního centra v průměru navštíví cca 427 osob měsíčně, jeho návštěvnost ale stále roste. Služby infocentra využívají zejména turisté z Německa, České republiky, Francie, dále Britové, Holanďané, Španělé, Poláci, Italové, v menší míře i příslušníci dalších zemí jako jsou USA, Japonsko, Rumunsko, Belgie, Rusko, Slovensko, Dánsko, Korea, Thajwan, Litva, Ukrajina, Izrael, Syrie, Srbsko. Nejčastější dotazy jsou na hlavní město Prahu, Plzeň a Plzeňský kraj.

Informační centrum užívá logotyp v podobě malého „i“ v bílé barvě na zeleném podkladu, které je určeno pro jednotné označení vybraných oficiálních turistických informačních center. Informační centrum se též stalo členem Asociace turistických informačních center České republiky a obdrželo certifikát kategorie B. Aktivně navazuje nové partnerské kontakty s ostatními infocentry, obcemi a dalšími subjekty s cílem umožnit vzájemnou prezentaci a propagaci.

Záměrem Plzeňského kraje je zachování provozu Mezinárodního informačního centra na Rozvadově z důvodu jeho významu pro cestovní ruch. Po vstupu České republiky do Schengenského prostoru zmizely z přechodu

Rozvadov-Waidhaus kabiny hraniční kontroly a s tím také pro některé důvod k zastavení v areálu hraničního přechodu. Proto je zapotřebí upoutat pozornost příjíždějících a přicházejících turistů, nasměrovat je do Mezinárodního informačního centra a ukázat jim, co vše Plzeňský kraj nabízí. Pro lepší zviditelnění informačního centra a tím i zvýšení informovanosti o Plzeňském kraji se počítá s projektem financovaným z prostředků Evropské unie, který by provoz a propagaci Mezinárodního informačního centra řešil.

#### 4.2.3.2 Portál cestovního ruchu

Turistický portál cestovního ruchu [www.turisturaj.cz](http://www.turisturaj.cz) vznikl v roce 2004, jeho zřizovatelem je Plzeňský kraj, provoz a aktualizaci dat zabezpečuje Odbor cestovního ruchu a propagace ve spolupráci s Odborem informatiky Krajského úřadu Plzeňského kraje.

Podnětem pro vznik portálu byla zejména absence integrovaného systému obsahujícího a přehledně prezentujícího komplexní informace o cestovním ruchu a nabídce turistických a kulturních zajímavostí v Plzeňském kraji, který by zároveň marketingově podpořil regionální podnikatelské i veřejné subjekty.

Realizace projektu portálu cestovního ruchu byla rozdělena do tří etap, z nichž je v současné době částečně splněna první etapa, která zahrnovala vytvoření prezentačního i editačního webového rozhraní, vytvoření komplexní datové základny a její prezentace na portále.<sup>15</sup>

#### Etapa č.1

##### a) vytvoření co nejkompaktnější datové základny

- identifikace dat vhodných k publikování na Portálu CR (např. seznam ubytovacích zařízení, rozhleden, památek, CHKO a další...)
- definice jednotné podoby dat
- nadefinování takové struktury dat, na kterou bude možné co nejjednodušeji aplikovat složitější dotazy
- integrace a spolupráce s již existujícími portály a subjekty v oblasti cestovního ruchu

##### b) vytvoření prezentačního webového rozhraní s vlastnostmi

- jednoduchost, přehlednost
- intuitivní ovladatelnost
- atraktivnost
- vícejazyčnost
- funkce jednoduchého vyhledávání a třídění
- mapová podpora

DOKONČENÁ ČÁST  
rok 2007

Následné aktivity v rámci realizace turistického portálu budou zaměřeny zejména na rozvoj jeho funkčních vlastností a zajištění doplňkových služeb typu společný rezervační nebo platební systém pro zařízení v cestovním ruchu. Návrh těchto funkcí je přímou odezvou na dlouhodobou neexistenci tohoto typu elektronických služeb vyjádřenou v celé řadě regionálních rozvojových koncepcí prostřednictvím zveřejnění závěrů šetření realizovaných mezi představiteli podnikatelské sféry v oblasti cestovního ruchu, zástupců veřejné správy nebo turistů a návštěvníků regionu.

#### Pokračování etapy č.1

- stanovení efektivní metodiky sběru a aktualizace dat
- uspořádání koncepce uspořádání dat pro možnost jejich využití pro brožurové výstupy, analýzy a koncepce

<sup>15</sup> Rozdělení etap dle Koncepce rozvoje Portálu cestovního ruchu v Plzeňském kraji, 2006

- možnost samoaktualizace dat a samozavedení do systému (minimalizace investic do aktualizace)
- vytvoření funkce jednoduchého vyhledávání a třídění (dle typu objektů a jejich atributů), např. vyhledej všechny penziony na území Plzeňského kraje
- upozorňování na aktuality
- vytvoření funkce komplexnějšího vyhledávání (např. nalezení tříhvězdičkového hotelu do 20km od golfového hřiště, koupaliště, atd.)
- vytvoření funkce plánování výletu (trasy) nad silniční sítí, nad sítí cyklotras, turistických a lyžařských tras, s možností výběru objektů (např. historická památka, rozhledna, ubytovací zařízení), které se nacházejí v blízkosti trasy

**c) zajištění fungování rychlé a jednoduché samoaktualizaci údajů jednotlivými provozovateli turistických zařízení uveřejněných na Portále CR**

- nutná dostatečná reklama a propagace motivující subjekty ke spolupráci
- umožnit informačním centrům aktualizaci informací, za které zodpovídají (např. doporučené výlety)

## **Etapa č. 2**

**a) vytvoření funkce inteligentního vyhledávání**

- sestavování plánu pobytu dle zájmů, požadavků na ubytování, lokality, časových možností a to jak pomocí klasického slovního, tak i mapového vyhledávání, např. naplánování 14ti denního výletu pro tříčlennou rodinu s dětmi, která upřednostňuje ubytování v penzionu a zajímá se o stolní tenis, koupání, jízdu na koni, cyklistiku a památky

**b) vytvoření funkce jednotného rezervačního systému**

- možnost rezervovat si vybrané služby (ubytování, dopravu, rezervace golfového hřiště, ...)
- pomocí inteligentní prezentační vrstvy naplánovat svůj pobyt dle vlastních představ a následně si všechny vybrané aktivity najednou (nebo postupně) rezervovat
- propojení rezervačního systému s informačními systémy poskytovatelů služeb (nebo jim ho bude nahrazovat), které si klient rezervoval

## **Etapa č. 3**

**a) zúčtovací systém**

- logické navázání na rezervační systém
- uhrazení jakékoli poskytnuté služby, kterou lze rezervovat pomocí informačního systému (např. ubytování, pronajmutí kola, zaplacení vstupenky do divadla,...) u kteréhokoli partnerského subjektu
- možnost integrace s projektem CityCard
- možnost implementace systému mikroplateb a spolupráce s mobilními operátory (např. turista zaplatí za určitou službu formou SMS zasláné na speciální číslo, částka bude stržena z jeho telefonního účtu nebo předplacené karty)

## 4.3 Propagace a řízení cestovního ruchu

### 4.3.1 Marketingová základna cestovního ruchu regionu

Plzeňský kraj je významnou destinací národního a mezinárodního cestovního ruchu s celoroční nabídkou turistických produktů:

- region charakteristický stálým růstem počtu návštěvníků a turistů a tím jeden z nejnavštěvovanějších regionů ČR;
- region s funkčním systémem organizace cestovního ruchu, vycházející z dobře fungujícího destinačního managementu a kvality poskytovaných služeb;
- region jedinečný množstvím přírodních, kulturních, historických a gastronomických atraktivit s výjimečně příznivou dopravní dostupností (region zeleně ve střední Evropě)
- region těžící ze své polohy na rozhraní tradiční západní Evropy a pro cestovní ruch nedávno zformované střední a východní Evropy, region úzce spolupracující se sousedními regiony – renomovaným světovým centrem lázeňství – Karlovarským regionem, centrem mezinárodního cestovního ruchu – Prahou, turisticky atraktivními jižními Čechami a Bavorskem;
- region pivovarnické a folklorní tradice, rodiště Jana Nepomuckého a řady dalších národně i mezinárodně proslulých osobností, bohatý unikátní barokního stavitelství, s ideálními přírodními terény a mnoha dalšími pozoruhodnostmi, nabízejícími ojedinělé možnosti pro poznávací, venkovskou i aktivní turistiku;
- region příjemný a přátelský pro prožití odpočinku, poznání a wellness pobytů
- cestovní ruch zajišťující dynamický a udržitelný rozvoj

### 4.3.2 Organizační podpora cestovního ruchu

V Plzeňském kraji se v posledních letech začal rozvíjet poměrně kvalitní destinační management cestovního ruchu. Koordinaci hlavních cílených aktivit vykonává zejména náměstkyně hejtmána pro cestovní ruch, marketing a neziskové organizace za Plzeňský kraj prostřednictvím Odboru cestovního ruchu a propagace Krajského úřadu Plzeňského kraje. Rozvoji cestovního ruchu se v rámci své činnosti věnují rovněž Regionální rozvojová agentura Plzeňského kraje nebo Regionální rozvojová agentura Šumava, o.p.s. (jejíž sídlo je však mimo Plzeňský kraj) a řada dalších subjektů. Důležitou a nezastupitelnou roli zde hrají rovněž zástupci mikroregionů a lokálních samospráv.

Spolupráce podnikatelských subjektů v oblasti cestovního ruchu je však doposud stále málo koordinovaná, vesměs je založena na účelové spolupráci a individuální aktivitě.

V rámci organizace a podpory rozvoje cestovního ruchu poskytuje Plzeňský kraj prostřednictvím každoročně vyhlašovaných programů vlastní finanční prostředky na rozvoj venkovského cestovního ruchu a podporu činnosti informačních center. Dále finančně podporuje údržbu a značení cyklotras a cyklostezek, údržbu lyžařských tras a dopravní značení turistických a historických cílů v Plzeňském kraji.

### 4.3.3 Marketingové rozdělení

Z hlediska koncepčního řešení regionální problematiky cestovního ruchu v Plzeňském kraji jsou dva výrazné póly, jež si nutí diferencovaný přístup:

- **krajské město Plzeň a jeho aglomerace** (okresy Plzeň - město, Plzeň - jih, Plzeň - sever a Rokycany) s mezinárodním historickým a nově obnovovaným dopravním i urbanistickým koridorem (Praha - Plzeň – Norimberk, Regensburg a Mnichov)
- **příhraniční území tzv. “Zelená střecha Evropy”**, s pohořím a podhůřím Šumavy a pohořím a podhůřím Českého lesa s Chodskem, tedy příhraniční okresy Klatovsko, Domažlicko a Tachovsko (návazné na Bavorský a Falcký les).

Tyto dva póly je nutno koncepčně vhodně využívat v rozvojových záměrech. Vzhledem k jisté specifčnosti Šumavy a jejího podhůří k oblasti Českého lesa a jeho podhůří s historickou oblastí Chodska, s velkým vnitřním investičním dluhem a doposud s jistou dílčí nadregionální “bezprizorností”, je příhraniční území tzv. “Zelené střechy Evropy” pro účely krajské koncepce tradičně rozlišeno na Centrální Šumavu a území Český les s Chodskem.

Pro zajištění koordinace aktivit rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji se jeví jako vhodné rozdělit území kraje do následujících marketingových subregionů, které mají dostatečně silný potenciál pro to, aby mohly být samostatnou turistickou destinací v rámci kraje. Uvedené hranice subregionů vycházející zejména z územního vymezení jednotlivých okresů nejsou striktně definovány, zájmová území subregionů se mohou vzájemně překrývat, a to zejména v souvislosti s vazbami na významná regionální centra a kulturně-historické tradice.

**Plzeňsko**, zahrnující Plzeňskou aglomeraci s okresy Plzeň-město, Plzeň-jih, Plzeň-sever a Rokycany. V území je zřejmá silná vazba na centrum Plzeň, převládá zde městský a kulturně poznávací cestovní ruch.

**Centrální Šumava**, zahrnující severní část Šumavy nacházející se na území Plzeňského kraje (vymezena okresem Klatovy a částí okresu Domažlice). Potenciálem pro toto území je zejména postupně rozvíjející se horský a kulturně poznávací cestovní ruch, ve vazbě na přístupnost území (dle ochranných pásem, zpřístupněných někdejších četných sídelních lokalit a zpřístupněných cest a stezek). Z turistických aktivit se zde rozvíjí zejména cykloturistika. Pozitivním přínosem je zavedená turistická doprava eko-autobusy a budování informačních center národního parku.

**Český les – Chodsko**, zahrnuje bývalé okresy Domažlice a Tachov. Tato oblast je poněkud zapomenutým a okrajovým územím mezi regiony Šumava-Bavorský les a Egrensis. Aktivity zde vyvíjel zejména Svazek obcí a měst v česko – bavorském pohraničním prostoru „Střed“, jenž byl přejmenován na Domažlicko, Sdružení obcí Kdyňsko, dále Svazek Chodská liga a Svazek Český les. Nově se vymezuje CHKO Český les s tím, že jeho zonace výrazně poznamená další využitelnost pro cestovní ruch. Přičemž folklórní a etnografický význam podhůří Českého lesa – Chodska je mezinárodně přitažlivý. Převládá zde rovněž kulturně poznávací cestovní ruch vázaný na CHKO Český les a místní folklór.

**Konstantinolázeňsko**, zahrnuje nejbližší okolí Konstantinových Lázní. Definování tohoto subregionu vychází z dohody představitelů Plzeňského a Karlovarského kraje o společné propagaci Konstantinových Lázní spolu s lázněmi v kraji Karlovarském pod společným marketingovým názvem „Západočeské lázně“. Region Konstantinolázeňsko bude tedy součástí silné turistické destinace zahrnující všechna lázeňská města západních Čech sousedního Karlovarského kraje a propagován bude oběma stranami.



Obr. č.1: Marketingové subregiony Plzeňského kraje



**Severní Plzeňsko** je oblast v severní části Plzeňského kraje, jejíž vymezení vychází z území okresu Plzeň-sever, zahrnuje v sobě širší oblast od Konstantinolázeňska po okolí Kralovic. Tato oblast, ač má díky četnému seznamu významných turistických cílů vysoký potenciál pro rozvoj cestovního ruchu, byla doposud z hlediska propagace a realizaci cílených marketingových aktivit poměrně opomíjena. Vytýčení oblasti jako samostatného subregionu v rámci turistického regionu Plzeňsko bylo vyvoláno zejména potřebou lepší propagace tohoto území. Charakteristika cestovního ruchu je zde ovlivněna vazbou na aglomeraci Plzeň, kromě kulturně-poznávacího cestovního ruchu je zde potenciál pro rozvoj pěší a cykloturistiky.

### 4.3.3.1 Východiska pro definování samostatné turistické destinace Český les – Chodsko

- Oblast Českého lesa patří mezi rozsáhlejší CHKO v ČR (zvláště chráněná území). Jeho součástí jsou i přilehlé přírodní parky. Podle materiálu „Hodnocení potenciálu cestovního ruchu na území ČR“<sup>16</sup> se tato oblast vyznačuje vysokým až výjimečným potenciálem cestovního ruchu. Zatím však málo využíván.
- S ohledem na charakter území jsou zde určeny limity hospodaření a jiného využívání přírodního potenciálu.
- Na území se nachází množství kulturních, historických a přírodních památek. Prozatím však se tato destinace zviditelňuje především prostřednictvím oblasti Chodska a rekreačních středisek okolo Babylonu.
- Celkový ráz destinace jednoznačně napovídá k přistoupení na udržitelný rozvoj cestovního ruchu, tj. zaměřit se na produkty „měkké nebo jinak zelené“ turistiky. Především produkty venkovského cestovního ruchu včetně hipoturistiky, agroturistiky, cykloturistiky (cyklosteska, která kopíruje železnou oponu), ale zimními sporty (běžkaření) možná i „IN-LINE bruslaři“ apod.
- Malé ubytovací a stravovací kapacity a další nezbytná infrastruktura CR environmentálního charakteru.

#### Potenciál cestovního ruchu dané oblasti

Nová samostatná destinace umožní rozšířit nabídku služeb cestovního ruchu o nové produkty cestovního ruchu, zejména ekologického charakteru. Je zde jedinečná šance pro rozvoj venkovského cestovního ruchu, a to i s vazbou na sousední Bavorsko. Dovolená v zajímavé neporušené přírodě se stává čím dál více zajímavější nejen pro rodiny s dětmi, ale zejména pro seniory. Zvyšuje se počet seniorů, kteří mají zájem příjemnou a zajímavou dovolenou. Jde o ty, kterým bylo v roce 1989 okolo 45 let a teď odcházejí do důchodu. Jsou finančně zabezpečeni a hodlají poznat nejen kus světa, ale také si i odpočinout v přírodě a udržovat si dobrou kondici.

Zajímavé mohou být pro danou oblast také víkendové pobyty v rámci domácího cestovního ruchu. Průměrné výdaje na jednu víkendovou cestu a osobu činily cca 900 Kč. Celkem tyto výdaje v roce 2006 představovaly 14 646,2 mil. Kč<sup>17</sup>.

Současně lze rozvíjet i programy zaměřené na „Stezky dědictví“, tj. zpřístupňování místních tradic, bohaté historie a památek. Oblast Českého lesa a Domažlicka byla v minulosti vyhledávána českými obrozenci. Důležité místo v nabídce nových produktů CR může mít i tzv. zážitková turistika se svými návštěvnickými centry. Docela se zapomíná, že územím Českého lesa prošla koncem 2. světové války fronta. Zejména v oblasti kolem Všerubského průmysku probíhaly těžké boje a území bylo bombardováno.

Nová nabídka produktů CR může ulehčit tradičním střediskům CR v destinaci, aniž by jim konkurovala. Umožní tvorbu nových pracovních příležitostí, přispěje i k tvorbě a údržbě krajiny (v oblasti i minulosti převládalo zemědělství a lesnictví a jednalo se navíc o nepřístupné pohraniční pásmo).

Základní podmínkou prosperity nové samostatné destinace je ujednocení působení všech svazků a sdružení, které doposud vyvíjely na tomto území více méně samostatnou činnost. Velmi důležité bude stanovisko Správy CHKO Český les k předmětu podnikání. Workshop v cílovém území se zástupci dotčených subjektů je prvním nezbytným krokem pro definování charakteru a zaměření destinace CR.

<sup>16</sup> Hodnocení potenciálu cestovního ruchu na území ČR, zpracovatel: Ústav územního rozvoje Brno, MMR a MŽP, Praha 2001

<sup>17</sup> Počet cest a jednodenních výletů a celkové výdaje na CR v roce 2006 – zdroj ČSÚ

### 4.3.3.2 Potenciál oblasti Konstantinolázeňska pro cestovní ruch

#### Hlavní východiska

- Konstantinovy Lázně jsou jedinými lázněmi v Plzeňském kraji s bohatou historickou tradicí a dobrou image
- Geografická poloha lázní v severozápadní části kraje v pomyslné oblasti lázeňských měst západních Čech dává předpoklady k určité formě jejich integrace a společné propagace.
- Okolní území je vybaveno širokou nabídkou turistických atraktivit a historických památek s vysokým potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu, doplněné poměrně rozvinutou infrastrukturou, zachovalou přírodou a přitažlivou lesnatou krajinou.

Jedinečnost lokality Konstantinolázeňska vytvářející předpoklady pro propagaci tohoto území jako samostatné turistické destinace je dána především přítomností lázeňského zařízení v Konstantinových Lázních. Tyto lázně, jediné v Plzeňském kraji, jsou zaměřeny na prevenci, léčbu a rekonvalescenci při kardiovaskulárních chorobách, z čehož vychází i reklamní slogan „Konstantinovy lázně – lázně Vašeho srdce“. Bohatá historie města i lázní sahá až do 16.století, léčbě srdečních chorob se věnují od roku 1955.

Profil lázeňských hostů v podstatě vykresluje i celkový profil turistů této oblasti, což je zapotřebí brát v úvahu při stanovování rozvojových směrů regionu. Nejčastějšími klienty lázeňského zařízení jsou starší a střední generace a samozřejmě senioři. Rozšíření nabídky služeb cestovního ruchu by se tedy mělo zaměřit právě na tyto cílové skupiny.

V rámci „lázeňských služeb“ jsou nabízeny doplňkové aktivity jako je turistika, cykloturistika, tenis a tzv. Nordic Walking, což je rozvíjející se způsob turistiky vhodný pro všechny věkové kategorie včetně seniorů. Pro tyto druhy pohybových aktivit jsou v oblasti příznivé podmínky, což je zajištěno poměrně bohatou sítí značených turistických tras spojujících významné turistické cíle, cyklotras provázaných se sítí nadregionálních tras a zejména bohatou nabídkou přírodních a kulturně-historických atraktivit. Okolí Konstantinových Lázní je dále považováno za houbařský ráj, zalesněná údolí potoků jsou lákadlem k procházkám.

Významným trendem a potenciálem pro cestovní ruch je zvyšující se zájem dalších cílových skupin (mladí, rodiny s dětmi...) o tzv. „sportovně-rekreační pobyty“ v Konstantinových Lázních, nebo o klasické turistické pobyty mimo hlavní lázeňské centrum. Je proto vhodné neomezovat se pouze tradičními druhy aktivit souvisejících s lázeňským pobytem, ale zajistit rozšíření nabídky i pro další potenciální cílové skupiny turistů. Budování kvalitní doplňkové infrastruktury je nezbytnou podmínkou pro rozvoj cestovního ruchu v této oblasti.

V neposlední řadě je třeba zmínit možnost využití zdejších poměrně dobře vybavených hotelů a zařízení pro pořádání kongresových a incentivních akcí, což může představovat další perspektivní rozvojový trend této oblasti.

## 5. SWOT analýza

| Silné stránky  | Slabé stránky  |
|--|--|
| <b>Vnitřní sociálně ekonomické prostředí CR</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Nízká hustota osídlení.</li> <li>Výhodná poloha kraje z pohledu zahraničního příjezdového CR (50% jede přes hranici se SRN).</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Rozsáhlé nestabilní venkovské oblasti.</li> <li>Slabé místní kapitálové zdroje pro rozvoj podnikání v CR.</li> <li>Výrazné disparity v území (Plzeň : venkov, Plzeňsko : pohraniční území apod.).</li> <li>Nedostatečná a málo účinná podpora malého a středního podnikání v sektoru cestovního ruchu.</li> <li>Rozvoj cestovního ruchu není obecně vnímán jako priorita.</li> </ul>  |
| <b>Návštěvnická atraktivita regionu</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Pivo a pivovar – Plzeňský Prazdroj – jeden z nejznámějších výrobců piva na světě.</li> <li>BOHEMIA SEKT, Stock – významní producenti nápojů vytvářející potenciál pro vybudování specifických gastronomických turistických produktů.</li> <li>Dobré přírodní předpoklady pro rozvoj CR.</li> <li><i>Vysoká kvalita životního prostředí kraje jako celku (zejména ve srovnání s ostatními kraji v ČR).</i></li> <li>Významný podíl velkoplošných chráněných území.</li> <li>Největší zalesněná plocha ve střední Evropě (ekoregion Zelená střecha Evropy – Podbrdsko, Zbirožsko).</li> <li>Poloha regionu z pohledu toků turistů (zejména západ – východ / východ - západ).</li> <li><i>Vysoký potenciál památek, z nichž některé jsou považovány za světové unikáty (zejména barokní, ale i mladší technické památky).</i></li> <li>Bohatý kulturně-historický potenciál (např. živý chodský folklór, hraničářské tradice, Keltové, husité, řemesla – strážovská krajka, zlatonosná Otava, <i>významné kulturní festivaly, zábava, obohacení kulturního života vznikem nových ochotnických souborů a spolků, občanských sdružení</i>).</li> <li>Významný potenciál historických osobností z pohledu národního i mezinárodního (zejména J. Nepomucký).</li> <li>Významná historicko-vojenská atraktivita – Demarkační linie z 2. světové války.</li> <li>Potenciál pro vodní sporty a rekreaci u vodních ploch (např. přehrada Hracholusky, Babylon, <i>řeka Berounka atd.</i>).</li> <li><i>Celoroční možnost provozování aktivní a výkonnostní turistiky</i></li> <li>Léčebné minerální prameny hydrouhličitanové sodno-hořečnaté kyselky v Konstantinových lázních.</li> <li>Specifické památkově chráněné centrum Plzně</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Horší stav některých přírodních, technických a kulturně-historických památek a atraktivit, vycházející z dlouhodobé podinvestovanosti a nedostatečné údržby do r. 1989.</li> <li>Sezónně nevyvážená nabídka.</li> <li><i>Nedostatečný marketing a propagace kulturního potenciálu</i></li> <li>Nevyprofilovanost některých částí kraje z pohledu nabídky pro cestovní ruch.</li> <li><i>Nižší úroveň bezpečnosti cyklodopravy (cyklostezky).</i></li> </ul> |

| Dopravní a technická infrastruktura cestovního ruchu   |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dostupnost regionu po silnici (dálnice).</li> <li>• Dokončená dálnice D5 propojující kraj s centrem státu a s ostatními zeměmi Evropy.</li> <li>• Dostupnost Plzně a center venkovského osídlení daná relativně hustou a rovnoměrně uspořádanou radiální silniční a železniční sítí.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ne vždy příhodná struktura ubytovacích kapacit v kraji. Nízký stupeň vybavenosti rozvojových ploch pro cestovní ruch technickou infrastrukturou.</li> <li>• Nedostatečná úroveň marketingu regionu zejména v oblasti CR a související infrastruktury.</li> <li>• Nedostatečná dopravní obslužnost a služby na venkově a v příhraničních oblastech.</li> <li>• Zanedbaná železniční síť.</li> <li>• <i>Nedostatečné zázemí pro outdoorové rekreační sporty (např. vybavenost vodáckých tábořišť, minimum cykloopraven na trasách ...)</i></li> </ul>  |
| Služby a organizace cestovního ruchu   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Silné komplexně vybavené centrum kraje - Plzeň, schopné plnit funkce nadregionálního významu.</li> <li>• Rozvoj aktivit a realizace systémových řešení Plzeňského kraje v oblasti organizace cestovního ruchu a marketingu.</li> <li>• Dobré pokrytí stávajících turistických destinací turistickými informačními centry.</li> <li>• Dobrá úroveň restauračních zařízení</li> <li>• <i>komunikace a kooperace mezi klíčovými činiteli v cestovním ruchu a vzájemná spolupráce v cestovním ruchu zajištěná prostřednictvím veletrhu cestovního ruchu Plzeňského kraje ITEP a webovými stránkami Plzeňského kraje <a href="http://www.turisturaj.cz">www.turisturaj.cz</a></i></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nízká úroveň odbornosti a kvalifikace pracovní síly v sektoru cestovního ruchu (přístup, odbornost, jazyková vybavenost).</li> <li>• Úroveň čistoty a pořádku v regionu (vyplývá z marketingového šetření).</li> <li>• Kvalita dopravních služeb</li> <li>• Chybějící kategorizace a standardizace ubytovacích zařízení v regionu.</li> <li>• Poměrně malý podíl zařízení cestovního ruchu splňující standard obvyklý v zemích EU.</li> <li>• Nedostatečná nabídka doplňkových služeb.</li> <li>• <i>Absence celostátní propojenosti jednotlivých rezervačních a informačních systémů</i></li> <li>• <i>Nedostatečné využívání potenciálu kulturní infrastruktury a oblasti kultury vůbec v cestovním ruchu</i></li> </ul> |

| Příležitosti  | Hrozby   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rostoucí poptávka v mezinárodním, národním i regionálním trhu volnočasových aktivit po specializovaných produktových balících (cykloturistika, pěší a horská turistika, venkovská a agroturistika, hipoturistika, sjezdové lyžování, běžecké lyžování, <i>IN-LINE bruslení, moto, rodinná turistika</i>, poskytování adrenalinových zážitků).</li> <li>• Vysoký podíl turistů v Plzeňském kraji ve vlastních automobilech.</li> <li>• Rostoucí nákupní cestovní ruch a počet tranzitních turistů a návštěvníků.</li> <li>• Růst příjezdového cestovního ruchu zejména do regionu střední Evropy (očekávaný nárůst na dvojnásobek roku 1998 v roce 2020).</li> <li>• Růst poptávky v oblasti profesního cestovního ruchu, kongresového a incentivního cestovního ruchu, podmíněný nabídkou produktů, kombinací služebních cest a rekreace.</li> <li>• Růst zájmu o skupinové návštěvy podmíněný nabídkou produktů, dobrými službami a dostatkem a profesionalitou organizátorů.</li> <li>• Růst pohybů turistů zejména ve směrech jih – sever a východ – západ resp. západ – východ.</li> <li>• Růst poptávky po malých hostincích a tematických restauracích.</li> <li>• Významně rostoucí cílové skupiny seniorů a zájemců o aktivní pobyty a venkovskou turistiku.</li> <li>• Kulturní, poznávací (vzdělávací) cestovní ruch – školní zájezdy.</li> <li>• Blízkost a dobrá dostupnost Prahy, jako hustě osídleného a turisticky nejvýznamnějšího centra v ČR.</li> <li>• Prodloužení sezónnosti - využití relevantních oblastí k aktivním formám odpočinku – turistika, cykloturistika, vodní sporty, lyžování.</li> <li>• Růst zájmu domácích turistů o pobyty a volnočasové aktivity v tuzemsku.</li> <li>• Možnost čerpání finančních prostředků z národních a mezinárodních</li> <li>• Rozšiřování spolupráce příhraničních regionů (<i>např. BBkultnet Schonsee, Centrum Bavaria Bohemia</i>)</li> <li>• <i>Vyprofilování návrhu na památku UNESCO v Plzeňském kraji.</i></li> <li>• <i>Využití komunikačních a mediálních subjektů k další prezentaci a propagaci cestovního ruchu Plzeňského kraje.</i></li> <li>• <i>Destinační management území Plzeňského kraje je spravován Plzeňským krajem.</i></li> <li>• <i>ochota a pochopení veřejné správy pro rozumné využití prostředí, území a příležitostí k rozvoji cestovního ruchu.</i></li> <li>• <i>přeshraniční zpřístupnění cesty na Modrém Sloupu a dalších oblastí.</i></li> <li>• <i>Český les –národní přírodní rezervace (sjezdovka</i></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sílicí pozice a rozvoj konkurenčních regionů ve vztahu k trhu cestovního ruchu a zejména k silným cílovým trhům (tuzemsko, německý trh, rakouský trh).</li> <li>• Podcenění kvalifikační a profesní přípravy odborníků v oblasti cestovního ruchu.</li> <li>• Poškození zdrojů cestovního ruchu (příroda, historické, architektonické, technické a kulturní atraktivita atd.).</li> <li>• Podcenění významu rozvoje cestovního ruchu pro vývoj malého a středního podnikání a pro tvorbu nových pracovních míst.</li> <li>• Vysoký počet pro cestovní ruch nepřístupných nebo nevyužitelných oblastí, lokalit či objektů.</li> <li>• Nedořešení vlastnických vztahů u potenciálních atraktivit cestovního ruchu.</li> <li>• Nekoncepčnost státní podpory cestovního ruchu. Nízká atraktivita / nedostatečné pobídky pro investory do cestovního ruchu. Lokální orientace municipalit.</li> <li>• Růst zájmu o zimní dovolené ve slunečných (přímořských) krajinách.</li> <li>• Nezachycení trendů ve struktuře ubytování (růst zájmu o tříhvězdičkové a tzv. ekonomické hotely).</li> <li>• Chátrání a znehodnocení památkových a krajinných prvků v důsledku nevhodných a necitlivých zásahů (větrné elektrárny).</li> <li>• <i>Terorismus, zhoršení bezpečnostní situace, případné zhoršení image ČR na trhu cestovního ruchu.</i></li> </ul> |

*Sádek, likvidace starých ekologických zátěží na Čerchově, centrum Malinová hora, návštěvní centrum Čachrov).*

- *Rozvoj mezinárodního informačního centra na Rozvadově jako důstojného vstupu do České republiky.*

## 6. Priority, cíle a možná opatření na podporu cestovního ruchu

### 6.1 Cíle rozvoje cestovního ruchu v Plzeňském kraji

- vytvoření příznivého image kraje jako atraktivního, zdravého, pohodového a přátelského regionu pro návštěvy i pobyty
- optimalizace využití přirozeného potenciálu území jak turistických cílů, tak aktivit CR (nutná analýza využívaných, omezeně využívaných a nevyužívaných možností a návrh využití)
- zvýšení rozsahu, komplexnosti (doplňkové služby) a přitažlivosti poskytované nabídky
- podpora perspektivních oblastí rozvoje CR - upřednostněný rozvoj wellness - zdravotně rehabilitačních, rekondičních a kondičních pobytů a zařízení
- vytvoření formálních předpokladů rozvoje cestovního ruchu - venkovní orientační značení, informační systémy, rezervační systém, výchozí parkoviště, racionalizace propagačních materiálů, webové stránky, rozšíření informací v televizním víkendovém zpravodajství Panorama z lokalit CR (vedle Železnorudska zařazení dalších lokalit Šumavy, Českého lesa, Plzeň, příp. i Konstantinovy Lázně)
- trvalé zajišťování využívání dotačních možností ČR a EU pro rozvoj CR regionu
- podpora perspektivních území rozvoje CR (např. Brdy aj.)
- vybudování vhodné infrastruktury cestovního ruchu
- *rozvoj kulturního cestovního ruchu*
- *rekonstrukce, modernizace a budování kulturní infrastruktury se vztahem k cestovnímu ruchu*
- *rozvoj tradiční lidové kultury*
- podpora zajišťování přitažlivých tematických okruhů CR
- rozvoj ekologické turistiky
- rozvoj nových forem cestovního ruchu a inovace nabídky
- zlepšení kvality služeb (v relaci s cenovou úrovní) - standardizace a certifikace
- zvýšení konkurenceschopnosti
- decentralizovaná koncentrace volnočasových aktivit (vedle tradičních středisek množství lokalit cestovního ruchu)
- prodloužení turistické sezóny
- zvýšení počtu hostů v ubytovacích zařízeních
- zabezpečení motivačního systému pro zvyšování počtu a úrovně služeb CR
- zvýšení podílu hotelů vyšší kategorie
- zlepšení zaměstnanosti a životní úrovně místního obyvatelstva (zejména Šumavy a Českého lesa).



## 6.2 Priority Plzeňského kraje v oblasti cestovního ruchu

### Priorita 1: Vytvoření příznivého image Plzeňského kraje, zvýšení jeho přitažlivosti, informace

#### Cíle

Posilování image Plzeňského kraje jako přitažlivé destinace CR rozvojového příjemného a přátelského kraje *s bohatým kulturním a historickým potenciálem*, s ojedinělou zachovalou přírodou na pomezí západní a východní Evropy (změna někdejšího nepříznivého image Plzně jako černého města a Plzeňského kraje jako nerozvojového regionu na někdejší západní hranici východního bloku).

#### Opatření

- Zvyšování mezinárodního povědomí o Plzeňském kraji
- Poskytování komplexních informací o možnostech CR v Plzeňském kraji *vč. nových forem (mezinár.informační centrum)*
- Koordinace Programu rozvoje CR s územně plánovací dokumentací velkých územních celků
- Zpracování analýzy dopravní dostupnosti středisek a lokalit cestovního ruchu regionu
- Racionalizace prezentací regionu na výstavách CR s přitažlivými nabídkami produktů
- Pořádání mezinárodních symposií, konferencí *a veletrhu ITEP v regionu Plzeňského kraje*
- *Provedení primárního výzkumu a analýzy turistické návštěvnosti a služeb v oblasti cestovního ruchu na celém území Plzeňského kraje, včetně zpětných vazeb a definování potřeb pro cílené zaměření marketingových aktivit*
- *Pokračování v přípravách a organizaci návštěv touroperatorů, médií a dalších odborníků do Plzeňského kraje*
- *Realizace cílených prezentací v tuzemsku i v zahraničí pro zvýšení informovanosti, přitažlivosti a obecného povědomí o Plzeňském kraji*
- *Navržení vytipované kulturní či přírodní památky Plzeňského kraje na zařazení do Seznamu světového dědictví UNESCO*

### Priorita 2: Infrastruktura cestovního ruchu

#### Cíle

- Zajištění nástrojů a investic do potřebné infrastruktury cestovního ruchu, zejména dopravní dostupnosti středisek CR a turistických cílů
- Příprava územně plánovacích a územně technických předpokladů pro realizaci investičních záměrů rozvoje infrastruktury
- Vytváření venkovního informačního systému (poutače, směrovky, mapové informační systémy)
- Budování výchozích parkovišť, odpočívadel a odstavných ploch (vč. mapy a vyznačení turistických okruhů)
- Vytvoření systému integrované dopravy pro potřeby CR
- Podpora budování regionálně a subregionálně významných zařízení CR
- Zhodnocení a oživení památkového fondu pro CR
- Podpora budování zařízení a komplexů pro volnočasové a sportovní aktivity využitelné i za klimatické nepřízně a v mimosezónním období

- Podpora vytváření zábavních parků
- Podpora vytváření pивních stezek
- *Podpora budování zázemí pro vodácké sporty*
- *Podpora budování zázemí pro rybářskou turistiku*
- *Podpora budování zázemí jedinečných atraktivit a vzniku nových atraktivit*
- *Podpora budování zázemí kulturního cestovního ruchu (mj. také divadla, galerie, muzea, koncertní sály, ostatní kulturní zařízení)*

### Opatření

- Rekonstrukce, modernizace a budování infrastruktury cestovního ruchu
- Orientační začení turistických cílů - stylizované poutače, směrovky (po vzoru “kulturní” Evropy)
- Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu (sportovní možnosti, možnosti kulturního vyžití, zábava atd.)
- Zlepšování zařízení pro zimní turistiku (lyžařské tratě, vleky, doprovodná infrastruktura)
- Budování doprovodné dopravní infrastruktury – např. podpora veřejné hromadné dopravy v turisticky atraktivních lokalitách, rozvoj navigačních systémů, návaznost příjezdové a místní dopravy, ekobusy na Šumavě a v Českém lese, lanovky, autobusová a železniční podpora cykloturistiky
- Zajištění informačních center ve vhodných lokalitách (s vhodnou otevírací dobou) a návštěvnických informačních středisek s menšími expozicemi
- Zajištění informačního systému významné občanské vybavenosti středisek a lokalit cestovního ruchu
- Podpora využití památkového fondu pro CR ve vztahu k uchování kvalit venkovské a kulturní krajiny s využitím následujících specifických opatření:
- Reanimace, resp. adaptace pro nové funkce (např. cisterciácká grangie – hospodářský dvůr pro hotelové funkce, dvůr Hubenov, dvůr Záluží aj.)
- Revitalizace, ve smyslu oživení funkcí (např. jízárna Světce)
- Regenerace, ve smyslu udržení funkcí (např. zámecký park v Poběžovicích)
- Podpora vzniku atraktivních ubytovacích kapacit mimo tradičních míst
- Koordinace informačních systémů cestovního ruchu v regionu a jejich internetová prezentace
- Vytváření systému výchozích parkovišť k turistickým, *historickým a kulturním* cílům, trasám, okruhům a aktivitám
- Obnova a rozšiřování turistických stezek, zejména přeshraničních
- Podpora realizace dálkových mezinárodních cyklistických cest
- Budování přeshraničních hippologických stezek
- Podpora budování zábavních parků
- Podpora budování golfových hřišť
- Vymezení tras na části hraničního hřebene Šumavy (mezi Alžbětínem a Hamry, mezi Bučinou a Modravou) a Českého lesa (Bystřice – Čerchov – Černá Řeka)
- *Rekonstrukce a modernizace vodáckých tábořišť a kempů*
- *Výstavba a rekonstrukce zázemí pro rekreační rybolov*
- *Budování zázemí jedinečných atraktivit (např. zorbing v ČR)*
- *Podpora venkovské turistiky včetně turistiky rodin s dětmi.*

### Priorita 3: Služby cestovního ruchu

#### Cíle

- Zajištění kvality služeb odpovídajících mezinárodnímu standardu (zavedení certifikační značky kvality služeb)
- Zajištění odpovídajících ubytovacích možností ve střediscích CR
- Zkvalitnění společných služeb pro cestovní ruch
- *Zajištění podmínek pro rozvoj historického a kulturního dědictví, kulturní krajiny a městského cestovního ruchu*
- Zajištění podmínek pro kongresový a incentivní CR

#### Opatření

- Zajištění kategorizace ubytovacích služeb (\* Tourist, \*\* Economy, \*\*\* Standard, \*\*\*\* First Class, \*\*\*\*\* Luxury)
- Regionální soutěže zařízení služeb CR a udělování certifikace kvality
- Podpora profesních sdružení při zavádění uvedených standardů
- Inicie založení a podpory profesních sdružení poskytovatelů služeb cestovního ruchu (případně i na subregionální úrovni)
- *Podpora rozvoje oblasti kultury*
- Podpora využití geoinformačních technologií v cestovním ruchu, zajištění jednotných aktuálních informací (GIS, GPS, mapové servery)

### Priorita 4: Produkty cestovního ruchu

#### Cíle

- Zvýšení tvorby nových produktů a produktových balíčků využívajících potenciálu regionu
- Využití tradičních akcí a slavností pro zvýšení návštěvnosti a prodloužení sezóny
- Vytvoření motivačního systému
- *Rozšíření přeshraniční spolupráce*

#### Opatření

- Obnova center a významných částí venkovských sídel s předpoklady pro venkovský cestovní ruch (konceptní urbanistické úpravy, doplnění a úpravy veřejných ploch vč. urbanistické a krajinné zeleně, odpočívadel, pěších cest a drobné architektury)
- Podpora využívání četných přírodních parků pro vytváření zařízení specializovaných na wellness - zdravotně rehabilitační, rekondiční a kondiční pobyty
- Podpora rozvoje wellness zařízení
- Podpora budování zařízení pro agroturistiku vč. hippologických stezek
- *Podpora systému regionálních a nadregionálních bezpečných cyklotras*
- Výstavba, rekonstrukce a modernizace malých a středně kapacitních ubytovacích zařízení vč. hostelů v rámci revitalizace urbanizovaných území, např. využití bohatého fondu nevyužitých historických objektů, příp. nová výstavba
- *Rekonstrukce, modernizace a budování kulturní infrastruktury se vztahem k cestovnímu ruchu*
- *Podpora významným kulturním akcím, festivalům, přehlídkám apod.*

- *Podpora tradiční lidové kultury a řemesel*
- Výstavba - komplexů pro seniory, spojených s rehabilitačními činnostmi (i pro klientelu ze zahraničí)
- Zvýšení produktů zaměřených na sportovně rekreační a wellness (ozdravné) pobyty
- Výstavba speciálních rekreačních zařízení pro handicapované
- Výstavba a modernizace komplexních sportovně-rekreačních areálů a infrastruktury regionálního významu při dodržování limitů využívání území (koupaliště, bazény, sportovní haly, víceúčelová hřiště, golfová hřiště aj.)
- *Podpora vzniku areálů aktivní turistiky s nabídkou doplňkových služeb (ubytování, stravování, outdoor + indoor aktivity, servis, instruktážní kurzy, aktivní programy)*
- Podpora propagace a prodeje regionálních a subregionálních produktů
- Vytvoření motivačního systému pro vytváření turistických produktů (*veletrh cestovního ruchu ITEP*, granty aj.)
- Zvýšení počtu produktů zaměřených na sportovně rekreační a ozdravné pobyty
- Podpora výrobků regionálních gastronomických specialit a jejich značení

## Priorita 5: Marketing cestovního ruchu

### Cíle

- Koordinace a prezentace produktů a produktových balíčků CR
- Zajištění podmínek pro rozvoj turistického portálu [www.turisturaj.cz](http://www.turisturaj.cz), jeho prezentace a propojení s dalšími turistickými portály
- Zajištění sítě propojených turistických informačních center (*mezinárodní informační centrum*)
- Marketingová podpora pro konání veletrhů a výstav
- Marketingová podpora pro kongresovou a incentivní turistiku
- Marketingová podpora pro budování zábavních parků
- *Marketingová podpora kulturního cestovního ruchu*
- Zajištění podmínek pro rozvoj Mezinárodního informačního centra Rozvadov

### Opatření

- Budování nabídkových CK a činnost tour – operátorů v zahraničí, modelově v Regensburgu (ve vazbě na cyklistickou cestu Praha – Plzeň - Regensburg)
- Jednotná prezentace produktů Plzeňského kraje na výstavách a veletrzích CR jak v ČR, tak v zahraničí (ke zvýšení efektivity účasti)
- Činnost regionální agentury CR sledující nabídkové balíčky kraje, marketingových subregionů, svazků měst a obcí, jednotlivých obcí a města a jednotlivých provozovatelů služeb a aktivit CR
- Příprava každoročních plánů rozvoje CR vč. nabídky produktů, propagace a prezentace kraje na veletrzích CR
- Marketingová podpora cestovního ruchu - ucelený pobytový program pro navržené marketingové subregiony
- Koordinace marketingových aktivit svazků obcí a jednotlivých měst a obcí
- Podpora propagace a prodeje regionálních, subregionálních a mikroregionálních produktů
- Koordinovaná tvorba jednotlivých řad turistických a propagačních materiálů
- Podpora racionálního systému dlouhodobé reklamy a propagačních kampaní turistické nabídky

- Tvorba a koordinace turistických programů a regionálních okružních tras
- Vytváření ucelených paketů nabídky kombinující kulturně poznávací aktivity (založené na atraktivním *historickém a památkovém fondu*) s kulturně společenskými a zábavními aktivitami a venkovskou turistikou
- Tvorba nových moderních produktů cestovního ruchu, např. stezek dědictví (využití památek, jež jsou pro region typické a v rámci ČR jedinečné, např. architektura významných stavitelů, lidová roubená architektura, sakrální architektura, židovské památky, historické hornické činnosti atd.), kongresová a incentivní turistika, městský - kulturní cestovní ruch (středověká historická města), incentivní cestovní ruch, wellness pobyty a venkovský cestovní ruch (ozdravné pobyty, pobyty rodin s dětmi, pobyty seniorů a handicapovaných občanů), rekreačně sportovní aktivity (golf, vodáctví atd.), historické vojenství (demarkační linie, vojenská opevnění atd.), pivní stezky aj.
- Podpora vytváření ucelených produktů cestovního ruchu zaměřených na cílové skupiny (mladí, rodiny s dětmi, senioři, ZTP atd.)
- Podpora spolupráce turistických informačních center
- *Podpora spolupráce kulturních zařízení a subjektů produkujících kulturní a poznávací aktivity s informačními centry*
- Pravidelný monitoring CR

## **Priorita 6: Management cestovního ruchu (organizační struktura cestovního ruchu, destinační management)**

### **Cíle**

- Vytvoření funkčního destinačního managementu Plzeňského kraje

### **Opatření**

- Rozvoj destinačního managementu Plzeňského kraje
- Podpora budování organizační struktury cestovního ruchu (sít' regionálních a lokálních turistických organizací a sdružení, *subjektů produkujících kulturní a poznávací aktivity, spolupráce v turistických subregionech*)
- Podpora činnosti KČT a dalších zájmových sdružení (budování přístřešků, odpočívadel, ubytoven, značení turist. cest po soukromých pozemcích - věcné břemeno, značení cyklotras, značení naučných stezek, úprava pramenišť)
- Vytvoření kombinovaného systému financování provozu turistických informačních center a návštěvnických středisek z veřejných a soukromých zdrojů
- Zlepšení koordinace činnosti informačních center (při jejich dílčí specializaci)
- Vytvoření motivačních a stimulačních podmínek pro rozvoj managementu CR
- *Vytváření podmínek pro rozvoj managementu subjektů produkujících kulturní a poznávací aktivity se zaměřením na cestovní ruch*
- Rozšíření nabízených služeb infocenter (internet, škála dostupné regionální turistické literatury, volné propagační materiály turistických cílů, ubytování atd.) a propojení infocenter regionu
- *Zlepšení spolupráce a komunikace kraje, města Plzně a subjekty operujícími v oblasti cestovního ruchu v rámci celého Plzeňského kraje (např. formou každoročního informativního setkávání)*

## Priorita 7: Lidské zdroje

### Cíle

- Využití místního potenciálu lidských sil - odborně erudovaných osobností znalých místních poměrů
- Vytvoření podmínek pro vzdělávání pracovníků v oblasti cestovního ruchu
- Podpora zakládání živností a malých podniků CR
- Vytvoření informačního systému pro podnikatele v oblasti CR

### Opatření

- Rozšíření příprav odborníků pro oblast cestovního ruchu ve veřejné správě a pořádání odborných školení pracovníků veřejné správy v cestovním ruchu
- Prohlubování znalostí a dovedností pracovníků a podnikatelů v oblasti cestovního ruchu formou dalšího vzdělávání a speciálních kurzů
- *Prohlubování znalostí a dovedností pracovníků působících v oblasti kultury se zaměřením na cestovní ruch*
- Vytváření příležitostí pro uplatnění kvalifikovaných zdravotnických a tělovýchovných pracovníků v cestovním ruchu – wellness
- Vytvoření motivačního systému pro pracovníky v CR
- Zajišťování odborných stáží v zahraničí v oblasti cestovního ruchu, příp. i lázeňství
- Zajištění programů celoživotního vzdělávání v cestovním ruchu (začínající, další vzdělávání, manažeři)
- Pořádání exkurzí po úspěšných destinacích a podnikatelích
- Zdokonalování obsahu vzdělávání a profilů absolventů škol pro jednotlivé oblasti cestovního ruchu

## Priorita 8: Ochrana a obnova přírodního, historického a kulturního bohatství pro cestovní ruch

### Cíle

- Zajištění trvale udržitelného rozvoje CR v Plzeňském kraji prostřednictvím ochrany a obnovy přírodního, historického a kulturního bohatství pro cestovní ruch.

### Opatření

Podpora obnovy, údržby a využití kulturně-historických i technických památek a přírodních atraktivit, zejména nevyužívaných či málo využívaných, prioritně památek a atraktivit nadregionálního a regionálního významu (ale i drobných památek místního významu, jež jsou pro krajinu důležité a spoluvytváří image regionu), *péče o rozvoj tradiční lidové kultury a řemesel, podpora významným kulturním festivalům a dalším kulturním aktivitám, zvýrazňování důležitých osobností z historicko-kulturního a společenského hlediska.*

## Příloha č. 1: Aktuální výzkumy z oblasti cestovního ruchu regionu

### A. Motivace k návštěvě turistických regionů v ČR

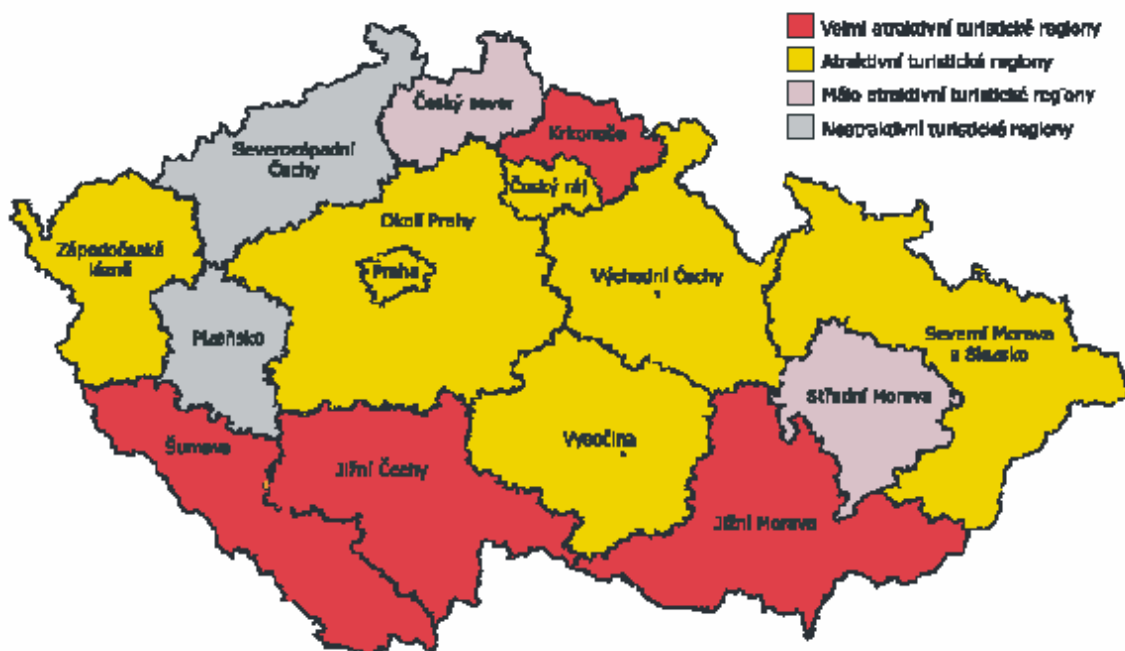
V květnu roku 2004 byl proveden reprezentativní výzkum obecné populace ČR. Zadavatelem byla společnost Centro del Turismo Ceco, která se zabývá propagací České republiky v Itálii. Cílem výzkumu bylo zjistit hlavní motivační faktory pro trávení dovolené v jednotlivých turistických regionech České republiky v souvislosti s možnostmi provozování oblíbených volnočasových aktivit. Výzkum byl proveden ve třech modulech: skupinové rozhovory, omnibus a internetový výzkum.

Primárním cílem projektu bylo zjistit znalost a atraktivitu jednotlivých regionů, zjistit očekávání a šance realizace oblíbených volnočasových aktivit, zjistit důvody pro volbu rekreace a dovolené doma a v zahraničí, identifikovat možnosti propagace rekreace a dovolené v České republice.

Diference se zjišťovaly v těchto cílových segmentech populace:

- ⇒ Mladí svobodní lidé ve věku 15-25 let
- ⇒ Rodiče s dětmi ve věku 26-40 let
- ⇒ Členové bezdětných domácností či po odchodu dětí z domácnosti ve věku 35/41-60 let, tzv. „prázdné hnízdo“

Obr. č.2: Mapa atraktivnosti turistických regionů České republiky



Zdroj: CzechTourism

## Asociace, které si Češi spojují s jednotlivými turistickými regiony, mají následující charakteristiku:

- historické památky (Praha)
- přírodní krásy ( Jižní Čechy, **Šumava**, Český ráj)
- sportovní aktivity (Krkonoše, Severní Morava a Slezsko)
- typické produkty ( Olomoucké syrečky ve střední Moravě, víno na jižní Moravě, pivo na **Plzeňsku**, pardubický perník ve Východních Čechách)
- akce/atrakce (Karlovarský filmový festival v **Západočeských lázních**, liberecký aquapark na Českém severu)

### Podrobně:

1. **Šumava**: spojována jednoznačně s přírodními krásami, krásná příroda-hory, lesy, turistika, dovolená, prázdniny, lyže, cykloturistika, Železná Ruda, Domažlice, Velhartice. Pouze u Šumavy a Jižních Čech se objevují explicitní asociace s dovolenou.
2. **Plzeňsko**: pivo, hokej, folkový festival, průmysl,
3. **Západočeské lázně**: lázně, Karlovy Vary, Františkovy Lázně, filmový festival. Za pozornost stojí časté negativní asociace jako Rusové, mafie, prostituce (zjevně ve vazbě na Karlovy Vary).

## Atraktivnost dle podílů lidí, kteří region považují na 1. až 3. místě za nejatraktivnější:

- **velmi atraktivní turistické regiony** (minimálně 30%) : Jižní Čechy, **Šumava**, Jižní Morava, Krkonoše
- **atraktivní turistické regiony** (minimálně 10%) : Český Ráj, Severní Morava a Slezsko, Vysočina, **Západočeské lázně**, Praha, Východní Čechy, okolí Prahy
- **málo atraktivní turistické regiony** (5% - 9%) : Střední Morava, Český sever
- **neatraktivní turistické regiony** (méně než 5%) : Severozápadní Čechy, **Plzeňsko**

Atraktivnost regionů se v celkovém souhrnu nijak výrazně neliší ani u různých věkových skupin obyvatelstva.

**Šumava** se umístila na druhém místě v celkové atraktivnosti regionů, naproti tomu **Plzeňsko** na místě posledním.

**Západočeské lázně** jsou nadprůměrně atraktivní pro seniory a **Plzeňsko** pro segment „prázdné místo“ .**Šumava** je velmi atraktivní pro rodiče s dětmi předškolního věku.

Atraktivnost regionu je do značné míry podpořená zkušeností s ním, tzn. je závislá na jeho návštěvnosti. Což vysvětluje vysokou atraktivnost, avšak relativně menší návštěvnost Českého Ráje, **Šumavy** a Krkonoš. Tyto regiony skýtají stále velký potenciál návštěvnosti.

Za pozornost stojí srovnatelná, či dokonce o něco vyšší znalost Severní Moravy a Slezska ve srovnání se **Šumavou**, která je mnohem více atraktivní a rovněž navštěvovanější. Lze tedy říci, že navzdory své atraktivnosti a návštěvnosti je **Šumava** pro relativně velkou část populace relativně málo známá. A lze vyslovit hypotézu, že vysoká návštěvnost a atraktivnost **Šumavy** je udržována především poměrně velkou „tradiční“ klientelou.

Z hlediska opakované návštěvnosti v posledních 5ti letech je nejnavštěvovanějším turistickým regionem Praha, z hlediska celkové návštěvnosti jsou to Jižní Čechy. **Šumava** je na 5. místě.

## Představa o dovolené

**Mladí svobodní** (26-40 let) – optimální dovolená alespoň 2 týdny

- *asociace dovolené*: odpočinek od povinností, kamarádi, uvolnění, relaxace, moře
- *dobře strávená dovolená je spojována s*: hezkými zážitky, pěkným prostředím, hezkým počasím, s lidmi, se kterými dovolenou trávím, v létě moře, v zimě hory

**Rodiče s dětmi školního věku** (26-40 let) - optimální dovolená alespoň 2 týdny

- *asociace dovolené*: být jako rodina pospolu, zábava, odpočinek a něco si užít, pohoda, sluníčko



- *dobře strávená dovolená je spojována s:* rodina, příjemní lidé kolem sebe, pěkné počasí, zážitky, hlavně, když se nikomu nic nestane, dost peněz, abych se nemusel omezovat

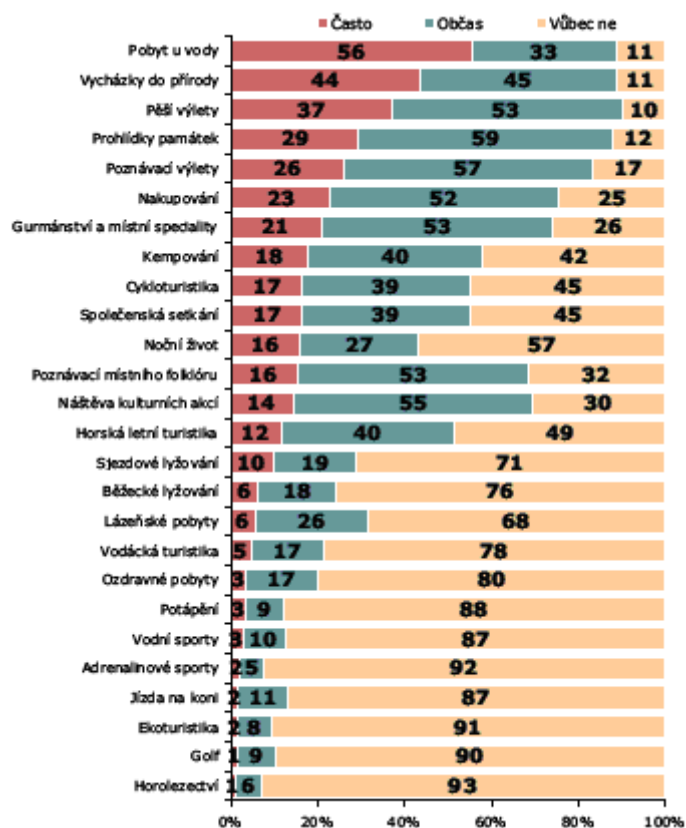
„Prázdné hnízdo“ (41-60 let) - optimální dovolená 3 týdny

- *asociace dovolené:* odreagovat se od práce, odpočinek na chalupě, zážitky, změna, volnost, dovolená s dětmi a vnoučaty
- *dobře strávená dovolená je spojována s:* pobytem u moře, krásnými zážitky, být tam s dobrými lidmi

## Frekvence volnočasových aktivit a výběr regionu

Při výběru lokality v České republice hraje nejdůležitější roli její cenová dostupnost (48% populace). Pro třetinu a více lidí hraje důležitou roli osobní bezpečnost, životní prostředí, klimatické podmínky a ubytování. Realizaci oblíbených volnočasových aktivit považuje za rozhodující faktor výběru lokality v ČR zhruba 1/5 populace- jsou to hlavně mladí a svobodní lidé. Nejoblíbenější volnočasovou aktivitou na dovolené je pobyt u vody.

Obr. č.3: Provozování volnočasových aktivit na dovolené



Zdroj: STEM/MARK, Motivace k návštěvě turistických regionů v ČR 05/2004

Větší rozdíly od obecné populace zaznamenáváme mezi nejmladším a nejstarším generačním segmentem.

- ⇒ Mladí a svobodní lidé se nadstandardně účastní různých společenských setkání, při kterých se hrají míčové hry, častěji se věnují nočnímu životu, sjezdovému lyžování, vodácké turistice, potápění a adrenalinovým sportům.
- ⇒ Rodiče s dětmi předškolního věku realizují na svých dovolených nadstandardně poznávací výlety
- ⇒ Rodiče s dětmi školního věku o něco více na dovolených vyjíždějí na kole.
- ⇒ Generační segment „prázdné hnízdo“ se od populace rovněž výrazně neliší.
- ⇒ Senioři na dovolených z pochopitelných důvodů více než ostatní jezdí na lázeňské pobyty.

Čím více volnočasových aktivit se dá v regionu provozovat, tím je atraktivnější. Z tohoto hlediska není vysoká atraktivnost regionů jako Jižní Čechy, Šumava, Vysočina, Krkonoše, Jižní Morava či Český Ráj, nikterak náhodná. Zvyšování atraktivnosti turistických regionů musí jít tedy s růstem šancí realizovat v nich co nejvíce aktivit.

#### Nejčastěji zmiňované aktivity:

- **Šumava:** vycházky do přírody, cykloturistika, horská letní turistika
- **Plzeňsko:** gurmánství, pěší výlety, společenská setkání
- **Západočeské lázně:** léčebné pobyty, golf, ozdravné pobyty

### Důvody upřednostňující dovolenou v České republice

Dává jí přednost téměř polovina populace. 20% preferuje dovolenou v zahraničí a 1/3 preferuje střídání. Dovolenu v ČR nadstandardně preferuje segment „prázdné hnízdo“ a senioři. K důvodům zde patří hlavně obava z únavného cestování, jazykové potíže a obava z neznámého prostředí. Naopak mladí lidé upřednostňují zahraniční dovolenou. Nejvíce lidí zdůvodňuje preferenci dovolené v ČR přáním prožít ji v klidu a v pohodě a mít na všechno dostatek peněz. Obecně lze tedy říci, že to co drží Čechy na dovolené doma jsou častěji důvody spojené s financemi a psychickým pocitem klidu a pohody. „Ušlechtlejší“ důvod – blíže poznat svou zemi – však rozhodně není zanedbatelný a z hlediska propagace cestovního ruchu v České republice má strategický význam. Kromě jiného ovlivňuje výrazně preferenci zůstat o dovolené doma tradiční český fenomén chataření/chalupaření.

Rozhodujícím důvodem pro preferenci zahraniční dovolené je přání prožít ji u moře (39% populace). Nadpoloviční většina Čechů zdůvodňuje preferenci zahraniční dovolené přáním poznat cizí kultury a národy. Za pozornost stojí, že pro více než 1/3 Čechů hraje velkou roli při preferenci zahraniční dovolené finanční výhodnost a realizace aktivit, které nelze provozovat v ČR.

**Spontánní asociace – dovolená doma:** krásná příroda, hory, památky, hrady, zámky, levná dovolená, chata, chalupa, vše dostupné, bez jazykových problémů, setkání se známými lidmi, sjíždění řek, cykloturistika

**Typické aktivity při dovolené v ČR:** pěší turistika, cykloturistika, koupání, sjíždění řek, poznávání památek, návštěva turisticky atraktivních lokalit- Jižní Čechy, Krkonoše, Šumava, lyžování, práce na chatě, chalupě.

### Srovnání podmínek pro rekreanty v ČR a zahraničí

ČR se může z pohledu populace pyšnit i mírně lepšími podmínkami pokud jde o kulturní památky, přírodu upravenost a označení stezek pro pěší turistické stezky a cykloturistiku. V ostatních oblastech je na tom ve srovnání se zahraničím hůř. Zaostává hlavně ve většině služeb – podmínky pro lyžování, pořádek v turistických centrech, kvalita bazénů, koupališť, kvalita ubytovacích zařízení.

### Opatření ke zvýšení zájmu českých občanů o rekreaci v ČR

Oprava silnic a cest jsou hlavní opatření, které mohou zvýšit zájem Čechů o domácí rekreaci. I ostatní opatření se jeví jako vysoce naléhavá a souvisí s odstraňováním deficitů, které má ČR ve srovnání se zahraničím. Patří se propagace a informovanost o turistických oblastech. Mezi další opatření patří: zvýšit komfort v ubytovacích zařízeních, zavést nová spojení hromadnou dopravou, rozšířit nabídku sportovních služeb, zlepšit kvalitu stravování a rozšířit nabídku kulturních programů.

Nároky na informovanost při rozhodování o rekreaci v ČR jsou poměrně vysoké. Než se lidé rozhodnou, kde se budou rekreovat, většina z nich považuje za důležité získat všechny tradiční informace o místě pobytu. Za nejdůležitější jsou považovány informace o místních atrakcích a zajímavostech, pak informace o cenách služeb a třetí nejdůležitější jsou informace o místních turistických a cykloturistických stezkách.

V krátkodobé perspektivě se nabízí největší podíl zvýšení klientů v oblasti domácího cestovního ruchu ve střední a starší střední aktivní generaci (tzv. „prázdné hnízdo“).

## **B. Profil návštěvníků v turistických regionech České republiky**

Na základě požadavků zadavatele-agentury CzechTourism byla vypracována studie, která analyzuje data z šetření *Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky*. Hlavním cílem šetření bylo zmapovat skladbu návštěvníků a důvody návštěvnosti jednotlivých turistických oblastí a regionů České republiky a zjistit, jací návštěvníci zde tráví svůj volný čas a jak jsou spokojeni s vybavením turistických lokalit, kvalitou poskytovaných služeb a nabízenými možnostmi trávení volného času.

### **a) Profil návštěvníků v turistických regionech ČR-léto 2006**

Údaje pochází ze šetření v etapě od června 2006 do září 2006.

## **Monitoring návštěvníků v turistickém regionu PLZEŇSKO**

Výzkum probíhal formou osobního dotazování. Osloveno bylo 550 respondentů (z toho 83 zahraničních návštěvníků).

### **Skladba návštěvníků**

- nejvíce zahraničních návštěvníků přijelo z Německa (43%), Itálie (11%), Rakouska (10%), Slovenska (8%) a z Francie (7%)
- ve většině případů (55%) přijížděli návštěvníci do regionu s partnerem nebo s přáteli

### **Doprava návštěvníků**

- většina domácích návštěvníků (60%) přijela do cílového místa ze vzdálenosti menší než 50 km
- většina návštěvníků používala k přepravě nejčastěji automobil (53%)
- zahraniční návštěvníci přijeli častěji autobusem zájezdovým (25%), Češi naopak vlakem (21%) a autobusem linkovým (9%)

### **Délka pobytu**

- polovina (50%) návštěvníků nejčastěji podnikala do regionu jednodenní cestu bez noclehu
- cizinci častěji přenocovali alespoň 1-2 noci (43%), Češi častěji přijížděli (54%) na jednodenní pobyt bez noclehu
- 68% návštěvníků už bylo v regionu vícekrát, 32% zahraničních hostů zde bylo poprvé
- 42% Čechů a 12% zahraničních návštěvníků uvažuje o opakované návštěvě regionu do půl roku

### **Ubytování**

- velká část návštěvníků v tomto regionu nebyla ubytována (48%), z domácích návštěvníků 52%, zahraničních 24%
- Češi častěji využívali ubytování u známých či příbuzných (16%), cizinci pak v penzionech (28%, Češi 9%) a hotelech vyšší kategorie (13%, Češi 2%).

### **Stravování v restauračních zařízeních**

- v tomto regionu se návštěvníci stravují téměř vždy, nebo alespoň částečně v restauračních zařízeních (72%)
- 28% návštěvníků se v restauracích nestravuje téměř nikdy (31% Češi, 12% zahraniční). Téměř vždy se zde stravuje 64% zahraničních hostů (Češi 21%).

### **Služby v regionu**

-škály: velmi dobře - spíše dobře - spíše špatně - velmi špatně - neumím posoudit

- převážně velmi dobře nebo spíše dobře hodnotili návštěvníci cenovou úroveň služeb (71%) a úroveň veřejného stravování (64%)
- nejvíce nespokojeni byli s čistotou a pořádkem (37% spíše nebo velmi špatně) a službami pro motoristy (29%)
- cizinci častěji velmi dobře nebo spíše dobře hodnotili úroveň ubytovacích služeb (59%, Češi 28%) a cenovou úroveň služeb (84%, Češi 68%)

#### **Infrastruktura a vybavenost**

- nejlépe návštěvníci hodnotili rozsah a dostupnost stravovacích kapacit, za velmi dobré nebo spíše dobré je označilo 64% respondentů
- dopravní infrastrukturu v regionu Plzeňsko hodnotili návštěvníci spíše špatně nebo velmi špatně (38%)

#### **Péče o rozvoj cestovního ruchu v regionu**

- nejlépe hodnotili všichni návštěvníci přátelskost místních lidí k návštěvníkům (74% velmi nebo spíše dobře) a místní orientační značení (67%)
- nejhůře byl vnímán drobný prodej (35% velmi nebo spíše špatně)

#### **Průměrné výdaje na osobu a den v regionu**

- většina všech návštěvníků (68%) odhadla své denní náklady do 500 Kč
- v rozmezí od 501 Kč do 2 000 Kč utratilo za den 62% zahraničních hostů

#### **Nejlákavější aktivity**

- pro 81% zahraničních návštěvníků je v regionu nejlákavější poznávací turistika (37% Češi)
- Češi se naopak věnují častěji pěší turistice (43%, cizinci 29%) a cykloturistice (20%, cizinci 7%)

#### **Zdroj informací**

- nejčastěji využívaným zdrojem informací byli pro návštěvníky regionu Plzeňsko příbuzní a známí (57%)
- na Plzeňsku využívají zahraniční návštěvníci častěji než Češi propagační materiály (72%, Češi 47%), cestovní kanceláře a agentury (43%, Češi 11%) a turistická informační centra (63%, Češi 33%), Češi naopak příbuzné a známé (59%, zahraniční 43%)

#### **Okres, ze kterého přijeli Čeští návštěvníci**

- významný podíl návštěvníků Plzeňska tvoří především obyvatelé Plzně a okolí, Prahy a větších měst, blízkých regionů, jako jsou např. Rokycany, Tachov, Domažlice a Cheb

#### **Důvod návštěvy regionu**

- nejčastějším důvodem, proč návštěvníci do lokality přijeli, bylo poznání (32% - návštěva turistických atraktivit, historie, architektura, kultura, folklor), dále pak relaxace (16% - rekreace, pobyt v přírodě, odpočinek, procházky) a turistika a sport (13% - pěší túry, cykloturistika, vodáctví, tenis )
- většina zahraničních návštěvníků přijela do regionu za poznáním (71%, Češi 25%). Češi naopak častěji přijíždějí za relaxací (18%, cizinci 2%)

#### **Nejvíce byla v regionu kritizována**

- podmínky pro koupání
- úroveň a počet kulturních akcí
- počet restaurací, kaváren a cukráren
- informace o regionu a značení
- úroveň obchodů a jejich počet

## **Monitoring návštěvníků v turistickém regionu ŠUMAVA**

Region je členěn na 2 části: Šumava - východ a Chodsko. Výzkum proběhl formou osobního dotazování a bylo osloveno 1250 respondentů (z toho 286 zahraničních návštěvníků).

#### **Skladba návštěvníků**

- zahraniční návštěvníci přijeli nejvíce z Německa (38%), Holandska (16%), Rakouska (11%), USA (4%), Slovenska (4%), Velké Británie (4%), Francie (4%), Japonska (3%) a Polska (2%)
- do regionu přicestovalo více zahraničních návštěvníků (65%) s přáteli nebo s partnerem, 21% Čechů přijelo samotných

#### **Doprava návštěvníků**

- polovina domácích návštěvníků (50%) přijela do cílového místa ze vzdálenosti větší než 100 km

- do oblasti Chodska přijelo 35% hostů ze vzdálenosti menší než 20 km, na Šumavu - východ 64% ze vzdálenosti nad 100 km
- návštěvníci využívali převážně automobil (Češi 67%, zahraniční 70%), domácí návštěvníci dále pak vlak (8%) a linkový autobus (9%), kdežto zahraniční návštěvníci autobus se zájezdem (10%)

#### **Délka pobytu**

- větší počet všech návštěvníků (36%) nejčastěji podnikal do regionu jednodenní cesty bez noclehu, častěji pak domácí (39%, zahraniční 27%)
- více zahraničních hostů strávilo v regionu více než 7 dní (16%, Češi 7%)
- největší počet (56%) jednodenních pobytů bez noclehů byl zaznamenán v oblasti Chodsko
- 41% návštěvníků bylo v regionu více než třikrát, 43% Čechů uvažuje o opakované návštěvě do půl roku, zahraničních návštěvníků 23%

#### **Ubytování**

- zahraniční návštěvníci volili oproti Čechům častěji k přenocování hotely vyšší kategorie (20%, Češi 2%). Češi naopak byli více ubytováni u příbuzných a známých (15%, zahraniční návštěvníci 7%)
- nejvíce návštěvníků bez ubytování bylo zaznamenáno v oblasti Chodska (55%)

#### **Stravování v restauračních zařízeních**

- více zahraničních návštěvníků (65%) se téměř vždy stravuje v restauračních zařízeních, Češi méně (26%). 23% domácích hostů se v restauracích nestravuje téměř nikdy (zahraničních 5%).
- více dotázaných se stravuje v restauracích v oblasti Šumava-východ (87% téměř vždy nebo alespoň částečně), naopak na Chodsku se v restauracích téměř nikdy nestravuje 27% návštěvníků

#### **Služby v regionu**

- převážně velmi dobře nebo spíše dobře hodnotili návštěvníci péči o čistotu a pořádek (80%) a úroveň veřejného stravování (78%)
- zahraniční návštěvníci byli oproti domácím spokojenější s cenovou úrovní (86%, Češi 69%). Češi naopak se službami pro cykloturisty (59%, zahraniční 31%)
- v oblasti Šumava – východ bylo zaznamenáno více pozitivních hlasů k ubytovacím službám (66% spíše nebo velmi dobře, na Chodsku 50%)

#### **Infrastruktura a vybavenost v regionu**

- nejlépe návštěvníci hodnotili rozsah a dostupnost stravovacích kapacit, za velmi dobré nebo spíše dobré je označilo 79% respondentů
- kritičtější byli návštěvníci k vybavenosti regionu atrakcemi pro děti (jako spíše špatné nebo velmi špatné je shledalo 26% dotázaných)
- příznivěji hodnotí rozsah ubytovacích kapacit návštěvníci oblasti Šumava – východ (76% velmi nebo spíše dobře), Chodsko 63%

#### **Péče o rozvoj cestovního ruchu v regionu**

- nejlépe hosté hodnotili místní orientační značení (93% velmi nebo spíše dobře), poskytování informací o regionu (89%) a péči o památky a turistické atraktivity (88%)
- návštěvníci oblasti Chodsko byli spokojenější s nabídkou programů pro volný čas (71% spíše nebo velmi dobře) Šumava – východ 60%

#### **Průměrné výdaje na osobu a den v regionu**

- většina (95%) domácích respondentů odhadla své denní náklady do 1 000 Kč
- 78% zahraničních návštěvníků utratilo 501 Kč a více za osobu a den
- 18% Čechů utratilo méně než 200 Kč denně, kdežto zahraničních návštěvníků jen 5%
- jen 7% návštěvníků oblasti Chodsko vydalo 1 001 Kč a více za den (oblast Šumava – východ 17%)

#### **Nejlákavější aktivity**

- do oblasti Šumava – východ přijíždějí návštěvníci častěji za cykloturistikou (32%, Chodsko 22%)
- pro 73% zahraničních návštěvníků je v regionu nejlákavější poznávací turistika (Češi 38%)
- Češi se více věnují pěší turistice (47%, cizinci 29%) a cykloturistice (31%, zahraniční návštěvníci 16%). Zahraniční naopak více církevní turistice (13%, Češi 3%) a kultuře (20%, Češi 14%)

#### **Zdroj informací**

- 52% návštěvníků Chodska nevyhledává informace na internetu, 47% hostů ze Šumavy – východ nevyhledává informace od příbuzných a známých
- nejčastěji využívaným zdrojem informací jsou turistická informační centra a propagační materiály (61%)
- zahraniční návštěvníci získávají v porovnání s Čechy více informací z propagačních materiálů (76%, Češi 57%) a z turistických informačních center (75%, Češi 57%)

#### **Okres, ze kterého přijeli čeští návštěvníci**

- významný podíl návštěvníků tvoří především obyvatelé Domažlic (20%), Prahy (12%), Klatov (6%) a Plzně (6%)
- největší počet návštěvníků Chodska pochází z Domažlic (44%)

#### **Důvod návštěvy regionu**

- nejčastějším důvodem, proč zahraniční návštěvníci do lokality přijeli, bylo poznávání (58%) a relaxace (17%)
- Češi do regionu přijeli především z důvodu relaxace (24%), poznání (23%) a turistiky a sportu (19%)

#### **Největší rezervy v regionu**

- chybí/špatná úroveň WC
- chybí bazény, koupaliště
- nákupní možnosti
- drahé služby, ubytování

## **Monitoring návštěvníků v turistickém regionu ZÁPADOČESKÉ LÁZNĚ**

Agentura CzechTourism člení region na 3 oblasti: Tachovsko – Střibsko, Západočeský lázeňský trojúhelník, Krušné hory – západ. Výzkum proběhl formou osobního dotazování. Bylo osloveno 2450 respondentů (z toho 549 zahraničních návštěvníků).

#### **Skladba návštěvníků**

- zahraniční návštěvníci z Německa (53%), Ruska (10%), Slovenska (7%), Holandska (6%), Polska (4%) a Itálie (4%)
- nejvyšší podíl zahraničních návštěvníků byl dotazován na Tachovsko – Střibsko (33%), naopak nejméně byli cizinci zastoupeni v oblasti Západočeský lázeňský trojúhelník (16%)
- výraznou většinu zahraničních návštěvníků tvořili hosté z Německa (53%)
- nejčastěji do regionu přijížděli návštěvníci s partnerem nebo s přáteli (57%)

#### **Doprava návštěvníků**

- necelá polovina (42%) domácích návštěvníků přijela do cílového místa ze vzdálenosti větší než 100 km
- návštěvníci nejčastěji cestovali automobilem (Češi 53%, zahraniční hosté 61%). Zahraniční hosté přijížděli také často zájezdovým autobusem (14%)

#### **Délka pobytu**

- domácí návštěvníci (45%) nejčastěji podnikali do regionu jednodenní cesty bez noclehu
- 55% zahraničních hostů strávilo v tomto regionu 3 a více nocí
- největší počet (52%) jednodenních pobytů bez noclehu byl zaznamenán v oblasti Tachovsko – Střibsko, déle než tři noci byli hosté ubytováni v Západočeském lázeňském trojúhelníku (43%)
- 46% zahraničních návštěvníků bylo v regionu poprvé, 40% Čechů více než třikrát. 40% hostů navštívilo oblast Západočeský lázeňský trojúhelník více než třikrát
- 40% Čechů uvažuje o opakované návštěvě v budoucnu, zahraničních návštěvníků 41%

#### **Ubytování**

- zahraniční hosté (29%) nejčastěji volili k přenocování v tomto regionu hotely vyšší kategorie (Češi 7%), 45% domácích návštěvníků zde nebylo ubytováno (24%) cizinců

#### **Stravování v restauračních zařízeních**

- většina zahraničních návštěvníků (55%) se téměř vždy stravuje v restauračních zařízeních (Češi 27%)
- téměř polovina (45%) domácích hostů se v restauracích stravuje částečně a 28% se nestravuje téměř nikdy

#### **Služby v regionu**

- převážně velmi dobře nebo spíše dobře hodnotili návštěvníci péči o čistotu a pořádek (75%), cenovou úroveň služeb (69%) a úroveň veřejného stravování (68%)
- 61% zahraničních návštěvníků (41% Čechů) bylo spíše nebo velmi spokojeno s ubytovacími službami

#### **Infrastruktura a vybavenost regionu**

- nejlépe návštěvníci hodnotili rozsah a dostupnost stravovacích kapacit, za velmi dobrý nebo spíše dobrý jej označilo 65% návštěvníků
- kritičtější byli návštěvníci k dopravní infrastruktuře, jako spíše špatnou nebo velmi špatnou ji shledalo 38% dotázaných

#### **Péče o rozvoj cestovního ruchu v regionu**

- nejlépe hodnotili všichni návštěvníci přátelskost místních lidí (78%), místní orientační značení (77%) a péči o památky a turistické atraktivity (75%)

#### **Průměrné výdaje na osobu a den v regionu**

- většina zahraničních návštěvníků (67%) odhadla své denní náklady v rozmezí 500 Kč až 2 000 Kč
- 12% cizinců utratilo více než 2 000 Kč
- 59% Čechů utratilo méně než 500 Kč denně
- 21% Čechů utratilo méně než 200 Kč denně

#### **Nejlákavější aktivity**

- 55% návštěvníků oblasti Krušné hory – západ se věnuje poznávací turistice
- do Západočeského lázeňského trojúhelníku návštěvníci zavítají za poznávací turistikou (42%), pěší turistikou (37%), zábavou (32%), kulturou (29%) a věnují se péči o fyzickou a duševní kondici (20%)
- pro 49% návštěvníků je v regionech nejlákavější poznávací turistika, další vyhledávanou aktivitou je především pěší turistika (39%)
- zahraniční návštěvníci (29%, Češi 14%) se zde v porovnání s domácími více věnují péči o fyzickou a duševní kondici a poznávací turistice (58%, domácí 46%)
- Češi naopak provozují ve větší míře cykloturistiku (21%, cizinci 10%)

#### **Zdroj informací**

- k nejčastěji využívaným zdrojům informací patří internet (53%) a propagační materiály (52%)
- zahraniční návštěvníci získávají v porovnání s Čechy více informací v turistických a informačních centrech (60%, Češi 34%) a od cestovních kanceláří a agentur (42%, Češi 15%)

#### **Okres, ze kterého přijeli čeští návštěvníci**

- významný podíl návštěvníků tvoří především obyvatelé Karlových Varů (20%), Sokolova (10%), Chebu (8%) a Prahy (7%)
- na Tachovsko přijíždějí hlavně hosté z Tachova (23%) a do Krušných hor- západ nejvíce z Karlových Varů (32%)

#### **Důvod návštěvy regionu**

- nejčastějším důvodem, proč zahraniční návštěvníci do lokality přijeli, bylo poznání (31%, Češi 25%), dalšími významnými důvody pobytu byla u zahraničních hostů péče o zdraví (21%), u domácích pak návštěva příbuzných (13%) a turistika a sport (13%)

#### **Největší rezervy regionu**

- nedostatečné společenské a kulturní vyžití
- drahé služby
- málo obchodů a jejich špatná úroveň
- špatné silnice
- málo informací o regionu
- špatná dostupnost zajímavých míst linkovými autobusy

## **b) Profil návštěvníků v turistických regionech ČR-zima 2006/2005**

Údaje v této zprávě shrnují nejdůležitější zjištění monitoringu, který byl realizován v období od prosince 2005 do března 2006.

### **Monitoring návštěvníků v turistickém regionu PLZEŇSKO**

Výzkum probíhal formou osobního dotazování. Osloveno bylo 451 respondentů (z toho 13 zahraničních návštěvníků).

#### **Skladba návštěvníků**

- nejvíce zahraničních návštěvníků přijelo ze Slovenska (39%)
- ve většině případů (84%) přijížděli návštěvníci do regionu s partnerem nebo s přáteli

#### **Doprava návštěvníků**

- většina domácích návštěvníků (81%) přijela do cílového místa ze vzdálenosti menší než 50 km
- většina návštěvníků používala k přepravě nejčastěji automobil (66%)

#### **Délka pobytu**

- většina (79%) návštěvníků nejčastěji podnikala do regionu jednodenní cesty bez noclehu
- 91% návštěvníků už bylo v regionu vícekrát, 15% zahraničních hostů zde bylo poprvé
- 93% Čechů a 85% zahraničních návštěvníků uvažuje o opakované návštěvě regionu do půl roku

#### **Ubytování**

- většina návštěvníků v tomto regionu nebyla ubytována (75%)
- Češi častěji využívali ubytování u známých či příbuzných (22%)

#### **Stravování v restauračních zařízeních**

- v tomto regionu se návštěvníci stravují částečně v restauračních zařízeních v 69%
- 16% návštěvníků se v restauracích nestravuje téměř nikdy. Téměř vždy se zde stravuje 39% zahraničních hostů (Češi 13%).

#### **Služby v regionu**

-škály: velmi dobře - spíše dobře - spíše špatně - velmi špatně - neumím posoudit

- převážně velmi dobře nebo spíše dobře hodnotili návštěvníci úroveň veřejného stravování (80%), úroveň personálu ve službách cestovního ruchu (77%) a péči o čistotu a pořádek (72%)
- nejvíce nespokojeni byli s cenovou úrovní služeb (32%)

#### **Infrastruktura a vybavenost**

- nejlépe návštěvníci hodnotili rozsah a dostupnost stravovacích kapacit, za velmi dobré nebo spíše dobré je označilo 86% respondentů a nákupní možnosti ze 79%
- dopravní infrastrukturu v regionu Plzeňsko hodnotili návštěvníci spíše špatně nebo velmi špatně ze 37%

#### **Péče o rozvoj cestovního ruchu v regionu**

- nejlépe hodnotili všichni návštěvníci přátelskost místních lidí k návštěvníkům (93% velmi nebo spíše dobře) a péči o životní prostředí (91%)
- nejhůře byla vnímána nabídka programů pro volný čas (21% velmi nebo spíše špatně)

#### **Průměrné výdaje na osobu a den v regionu**

- většina všech návštěvníků (53%) odhadla své denní náklady do 200 Kč
- v rozmezí od 1 001 Kč do 2 000 Kč utratilo za den 23% zahraničních hostů



#### Nejlákavější aktivity

- pro 100% zahraničních návštěvníků je v regionu nejlákavější poznávací turistika (37% Češi)
- rovněž cykloturistika (69%) a pěší turistika (69%) je pro zahraniční hosty lákadlem. Češi více vyhledávají zábavu, kulturní akce a jiné aktivní sporty.

#### Zdroj informací

- na Plzeňsku méně využívají turistická informační centra zahraniční návštěvníci (31%, Češi 78%), v ostatních regionech je tomu zpravidla naopak
- nejčastěji využívaným zdrojem byli pro návštěvníky v regionu Plzeňsko příbuzní a známí (93%)

#### Okres, ze kterého přijeli Čeští návštěvníci

- významný podíl návštěvníků Plzeňska tvoří především obyvatelé Plzně a okolí, Prahy a větších měst, blízkých regionů, jako jsou např. Rokycany, Tachov, Klatovy a Příbram

#### Důvod návštěvy regionu

- nejčastějším důvodem, proč návštěvníci do lokality přijeli, byl tranzit 27% a návštěva příbuzných 25%
- většina zahraničních návštěvníků přijela do regionu za prací (62%)

#### Nejvíce byla v regionu kritizována

- dopravní infrastruktura
- příležitost pro zábavu
- cenová úroveň služeb

## Monitoring návštěvníků v turistickém regionu ŠUMAVA

Agentura CzechTourism člení region na 2 části: Šumava - východ a Chodsko. Výzkum proběhl formou osobního dotazování a bylo osloveno 1500 respondentů (z toho 195 zahraničních návštěvníků).

#### Skladba návštěvníků

- zahraniční návštěvníci přijeli nejvíce z Německa (50%), Japonska (13%), Rakouska (11%), USA (4%), Holandska (5%) a Slovenska (5%)
- do regionu přicestovalo více zahraničních návštěvníků (68%) s přáteli nebo s partnerem, 32% Čechů přijelo samotných

#### Doprava návštěvníků

- třetina domácích návštěvníků (32%) přijela do cílového místa ze vzdálenosti větší než 100 km
- do oblasti Chodska přijelo 49% hostů ze vzdálenosti menší než 20 km, na Šumavu - východ 42% ze vzdálenosti nad 100 km
- návštěvníci využívali převážně automobil (67%) a linkový autobus (18%)

#### Délka pobytu

- větší počet všech návštěvníků (51%) nejčastěji podnikal do regionu jednodenní cesty bez noclehu
- zahraniční hosté byli oproti Čechům více ubytováni na 1 až 2 noci (cizinci 45%, Češi 22%)
- největší počet (64%) jednodenních pobytů bez noclehů byl zaznamenán v oblasti Chodsko
- 57% návštěvníků bylo v regionu více než třikrát, 57% Čechů uvažuje o opakované návštěvě do půl roku, zahraničních návštěvníků 33%

#### Ubytování

- zahraniční návštěvníci volili oproti Čechům častěji k přenocování hotely vyšší kategorie (24%, Češi 6%) a penziony (27%, Češi 12%)
- Češi naopak byli více ubytováni u příbuzných a známých (19%, zahraniční návštěvníci 4%)
- nejvíce návštěvníků bez ubytování bylo zaznamenáno v oblasti Chodska (63%)

#### **Stravování v restauračních zařízeních**

- více zahraničních návštěvníků (70%) se téměř vždy stravuje v restauračních zařízeních, Češi méně (25%). Necelá třetina domácích hostů (31%) se v restauracích nestravuje téměř nikdy.
- více dotázaných se stravuje v restauracích v oblasti Šumava-východ (76% téměř vždy nebo alespoň částečně), naopak na Chodsku se v restauracích téměř nikdy nestravuje 35% návštěvníků

#### **Služby v regionu**

- převážně velmi dobře nebo spíše dobře hodnotili návštěvníci péči o čistotu a pořádek (80%) a úroveň veřejného stravování (83%)
- zahraniční návštěvníci byli oproti domácím spokojenější s cenovou úrovní (96%, Češi 72%) a s personálem ve službách (80%, Češi 63%)
- v oblasti Šumava – východ bylo zaznamenáno více pozitivních hlasů k ubytovacím službám (57% spíše nebo velmi dobře)

#### **Infrastruktura a vybavenost v regionu**

- nejlépe návštěvníci hodnotili rozsah a dostupnost stravovacích kapacit, za velmi dobré nebo spíše dobré je označilo 79% respondentů
- kritičtější byli návštěvníci k nákupním možnostem (jako spíše špatné nebo velmi špatné je shledalo 30% dotázaných) a k dopravní infrastruktuře (25%)
- příznivěji hodnotí rozsah ubytovacích kapacit návštěvníci oblasti Šumava – východ (75% velmi nebo spíše dobře), Chodsko 49%

#### **Péče o rozvoj cestovního ruchu v regionu**

- nejlépe hosté hodnotili místní orientační značení (88% velmi nebo spíše dobře), péči o památky a turistické atraktivity (81%) a péči o životní prostředí (81%)
- návštěvníci oblasti Šumava – východ byli spokojenější s nabídkou programů pro volný čas (76% spíše nebo velmi dobře), Chodsko 48%

#### **Průměrné výdaje na osobu a den v regionu**

- většina (94%) domácích respondentů odhadla své denní náklady do 1 000 Kč
- 86% zahraničních návštěvníků utratilo 501 Kč až 2 000 Kč za osobu a den
- 28% Čechů utratilo méně než 200 Kč denně
- jen 34% návštěvníků oblasti Chodsko vydalo méně než 200 Kč za den

#### **Nejlákavější aktivity**

- z hlediska lyžování je atraktivnější Šumava – východ (60%). Pro pěší turistiku je zajímavější Chodsko (46%)
- pro 74% zahraničních návštěvníků je v regionu nejlákavější poznávací turistika (Češi 22%)
- Češi se více věnují lyžování a zimním sportům (46%, cizinci 27%) a pěší turistice (34%, cizinci 24%)

#### **Zdroj informací**

- 90% návštěvníků Chodska nevyhledává informace v cestovních kancelářích, 86% hostů ze Šumavy – východ nevyhledává informace od personálu ve službách
- nejčastěji využívaným zdrojem informací jsou příbuzní a známí (49%) a propagační materiály (42%)
- zahraniční návštěvníci získávají v porovnání s Čechy více informací z propagačních materiálů (86%, Češi 35%) a z turistických informačních center (51%, Češi 28%)

#### **Okres, ze kterého přijeli čeští návštěvníci**

- významný podíl návštěvníků tvoří především obyvatelé Domažlic (24%), Českého Krumlova (11%), Českých Budějovic (8%), Prahy (8%) a větších měst, blízkých regionu, jako jsou např. Klatovy, Prachatice a Plzeň
- největší počet návštěvníků Chodska pochází z Domažlic (63%)

#### **Důvod návštěvy regionu**

- nejčastějším důvodem, proč zahraniční návštěvníci do lokality přijeli, bylo poznávání (53%) a relaxace (17%)
- Češi do regionu přijeli především z důvodu turistiky a sportu (21%)

### Největší rezervy v regionu

- drahé služby
- nevyhovující stav komunikací
- nedostatek parkovacích míst
- chybí nákupní možnosti
- nedostatečné společenské vyžití

## Monitoring návštěvníků v turistickém regionu ZÁPADOČESKÉ LÁZNĚ

Agentura CzechTourism člení region na 3 oblasti: Tachovsko – Stříbrsko, Západočeský lázeňský trojúhelník, Krušné hory – západ. Výzkum proběhl formou osobního dotazování. Bylo osloveno 2341 respondentů ( z toho 1084 zahraničních návštěvníků).

### Skladba návštěvníků

- zahraniční návštěvníci z Německa (76%), Ruska (3%), Velké Británie (3%), Slovenska (2%), Holandska (2%)
- nejvyšší podíl zahraničních návštěvníků byl dotazován v oblasti Západočeský lázeňský trojúhelník (67%), naopak nejméně byli cizinci zastoupeni na Tachovsko – Stříbrsku (1%)
- výraznou většinu zahraničních návštěvníků tvořili hosté z Německa (76%)
- nejčastěji do regionu přijížděli návštěvníci s partnerem nebo s přáteli (64%)

### Doprava návštěvníků

- více než polovina (57%) domácích návštěvníků přijela do cílového místa ze vzdálenosti menší než 50 km
- návštěvníci nejčastěji cestovali automobilem (Češi 63%, zahraniční hosté 37%). Zahraniční hosté přijížděli také často zájezdovým autobusem (37%)

### Délka pobytu

- domácí návštěvníci (58%) nejčastěji podnikali do regionu jednodenní cesty bez noclehu
- 59% zahraničních hostů strávilo v tomto regionu více než 3 noci
- největší počet (65%) jednodenních pobytů bez noclehu byl zaznamenán v oblasti Tachovsko – Stříbrska, déle než tři noci byli hosté ubytováni v Západočeském lázeňském trojúhelníku (54%)
- 40% zahraničních návštěvníků bylo v regionu poprvé, 73% Čechů více než třikrát . 78% hostů navštívilo oblast Tachovsko - Stříbrsko více než třikrát
- 65% Čechů uvažuje o opakované návštěvě do půl roku, zahraničních návštěvníků 22%

### Ubytování

- většina zahraničních hostů (47%) volila k přenocování v tomto regionu hotely vyšší kategorie (Češi 6%), 56% domácích návštěvníků zde nebylo ubytováno
- nejvíce ubytovaných (42%) v hotelech vyšší kategorie bylo zaznamenáno v lokalitě Západočeský lázeňský trojúhelník

### Stravování v restauračních zařízeních

- většina zahraničních návštěvníků (59%) se téměř vždy stravuje v restauračních zařízeních (Češi 32%)
- téměř polovina (45%) domácích hostů se v restauracích stravuje částečně a 23% se nestravuje téměř nikdy

### Služby v regionu

- převážně velmi dobře nebo spíše dobře hodnotili úroveň veřejného stravování (78%)
- zahraniční návštěvníci byli spokojenější s ubytovacími službami, jako velmi dobrou nebo spíše dobrou ji označilo 70% (Češi 33%)

### Infrastruktura a vybavenost regionu

- nejlépe návštěvníci hodnotili rozsah a dostupnost stravovacích kapacit, za velmi dobrý nebo spíše dobrý jej označilo 78% návštěvníků
- kritičtější byli návštěvníci k dopravní infrastruktuře, jako spíše špatnou nebo velmi špatnou ji shledalo 40% dotázaných

#### **Péče o rozvoj cestovního ruchu v regionu**

- nejlépe hodnotili všichni návštěvníci poskytování informací o regionu (80%) a přátelskost místních lidí (79%)
- 29% zahraničních návštěvníků bylo nespokojeno s místním orientačním značením a s péčí o bezpečnost návštěvníků (28%)

#### **Průměrné výdaje na osobu a den v regionu**

- většina zahraničních návštěvníků (69%) odhadla své denní náklady v rozmezí 500 Kč až 2 000 Kč
- 16% cizinců utratilo více než 2 000 Kč
- 67% Čechů utratilo méně než 500 Kč denně
- 31% Čechů utratilo méně než 200 Kč denně
- v porovnání oblastí měli nejmenší výdaje návštěvníci Tachovsko – Stříbrska, kde 72% respondentů vydalo do 500 Kč za den. V Západočeském lázeňském trojúhelníku utratilo 14% hostů více než 2 000 Kč.

#### **Nejlákavější aktivity**

- 53% návštěvníků na Tachovsko - Stříbrsku provozuje pěší turistiku
- do Západočeského lázeňského trojúhelníku návštěvníci zavítají za poznávací turistikou (46%), pěší turistikou (34%) a věnují se péči o fyzickou a duševní kondici (30%)
- pro 42% návštěvníků je v regionech nejlákavější poznávací turistika, další vyhledávanou aktivitou je především pěší turistika (34%)
- zahraniční návštěvníci (32%) se zde v porovnání s domácími více věnují péči o fyzickou a duševní kondici (Češi 13%)
- Češi naopak provozují ve větší míře cykloturistiku (29%, cizinci 4%)

#### **Zdroj informací**

- k nejčastěji využívaným zdrojům informací patří propagační materiály (67%) a turistická informační centra (65%)
- zahraniční návštěvníci získávají v porovnání s Čechy více informací od cestovních kanceláří a agentur (62%, Češi 34%)
- domácí hosté na druhou stranu více čerpají z internetu (72%, cizinci 54%)

#### **Okres, ze kterého přijeli čeští návštěvníci**

- významný podíl návštěvníků tvoří především obyvatelé Karlových Varů (19%), Tachova (14%) a větších měst, blízkých regionu, jako jsou např. Plzeň a Cheb
- na Tachovsko přijíždějí hlavně hosté z Tachova (32%) a do Krušných hor- západ nejvíce z Karlových Varů (38%)

#### **Důvod návštěvy regionu**

- nejčastějším důvodem, proč zahraniční návštěvníci do lokality přijeli, bylo poznávání (40%, Češi 12%), dalšími významnými důvody pobytu byla u zahraničních hostů péče o zdraví (16%), u domácích pak návštěva příbuzných (19%) a práce (19%)

#### **Největší rezervy regionu**

- špatné silnice
- mnoho erotických klubů
- nedostatečné společenské a kulturní vyžití
- málo odpadkových košů
- nedostatek parkovacích míst

## Příloha č. 2: Seznam použitých zkratk

|        |   |
|--------|---|
| CK     | Cestovní kancelář                                   |
| CR     | Cestovní ruch                                       |
| ČeMBA  | Česká Mountainbiková asociace                       |
| ČR     | Česká republika                                     |
| ČSÚ    | Český statistický úřad                              |
| EK     | Evropská komise                                     |
| EU     | Evropská unie                                       |
| HDP    | Hrubý domácí produkt                                |
| CHKO   | Chráněná krajinná oblast                            |
| IOP    | Integrovaný operační program (2007-2013)            |
| KČT    | Klub českých turistů                                |
| KIT    | Kongresová a incentivní turistika                   |
| OP     | Operační program                                    |
| OP RLZ | Operační program Rozvoj lidských zdrojů (2004-2006) |
| PK     | Plzeňský kraj                                       |
| ROP    | Regionální operační program (2007-2013)             |
| SRN    | Spolková republika Německo                          |
| SROP   | Společný regionální operační program (2004-2006)    |
| UNWTO  | World Tourist Organisation                          |
| WTTC   | World Travel & Tourism Council                      |