

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Diplomová práce

Šumava pohledem návštěvníků

Šumava from visitor's point of view

Bc. Kateřina Cafourková

Plzeň 2024

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma

„Šumava pohledem návštěvníků“

vypracoval/a samostatně pod odborným dohledem vedoucí/vedoucího diplomové práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 20. 4. 2024

v. r. *Bc. Kateřina Cafourková*

Zásady pro vypracování práce

1. Vymezte rámec práce a zpracujte teoretická východiska práce.
2. Charakterizujte vybranou turistickou destinaci na Šumavě.
3. Pomocí vhodných metod zjistěte profil návštěvníka destinace a jeho vybrané charakteristiky.
4. Na základě zjištěných poznatků navrhněte opatření pro destinaci.

Studijní program

Ekonomika a management: Podniková ekonomika a management

Poděkování

Největší poděkování patří lidem, kteří mě nejen teď, ale přes celé studium, podporovali, radili mi, drželi mě nad vodou a byli mi oporou. Díky tati, mami a brácho!

Poděkování patří také všem mým přátelům, které jsem během studia poznala.

Také bych chtěla poděkovat lidem, kteří mi pomohli s vyplněním dotazníku a lidem, kteří pomohli s realizací dotazníkového šetření – vedoucímu ITC Železná Ruda, majiteli projektu We Love Šumava a majiteli Rodinného hotelu Zach.

V neposlední řadě bych ráda poděkovala panu Ing. Janu Tluchořovi, Ph.D. za cenné rady při zpracovávání diplomové práce.

Obsah

Úvod	6
Cíl a metodika práce.....	7
1 Cestovní ruch.....	9
1.1 Cestovní ruch	9
1.2 Systém cestovního ruchu.....	11
1.2.1 Subjekt cestovního ruchu.....	12
1.2.2 Objekt cestovního ruchu	14
1.3 Podniky cestovního ruchu	14
1.4 Typologie cestovního ruchu.....	15
1.5 Služby cestovního ruchu	18
1.6 Spokojenost v cestovním ruchu	21
1.7 Loajalita v cestovním ruchu	22
1.8 Destinace cestovního ruchu.....	24
1.9 Profil návštěvníka.....	26
2 Vymezení oblasti – Šumava	27
2.1 We Love Šumava	28
2.2 Národní park Šumava.....	30
2.3 Chráněná krajinná oblast Šumava.....	31
3 Primární a sekundární nabídka turistické oblasti.....	32
3.1 Primární nabídka turistické oblasti.....	32
3.1.1 Přírodní potenciál.....	32
3.1.2 Kulturně-historický potenciál	33
3.1.3 Kulturně-společenské akce	35
3.2 Sekundární nabídka turistické oblasti	35
3.2.1 Ubytovací zařízení	36
3.2.2 Stravovací zařízení.....	38
3.2.3 Dopravní infrastruktura.....	39
3.2.4 Turistická informační centra	41
3.2.5 Sportovně-rekreační infrastruktura	42
4 Metodika výzkumu	44
4.1 Výzkumný problém.....	44
4.2 Cíl práce	44
4.3 Výzkumné otázky.....	44

4.4	Hypotézy	45
4.5	Vymezení základního souboru	46
4.6	Výběr metod	46
4.7	Předvýzkum	46
4.8	Organizace vlastního výzkumu	46
4.9	Sestavení dotazníku	47
4.10	Sběr dat	48
4.11	Časový plán	50
4.12	Prezentace a interpretace výsledků	50
5	Vyhodnocení výzkumu	51
5.1	Popis výběrového souboru	51
5.2	Popis charakteristik návštěvníků	53
5.3	Net Promoter Score	65
5.4	Spokojenost	66
5.5	Nespokojenost	66
5.6	Testování hypotéz	73
5.7	Shrnutí výsledků dotazníkového šetření	76
5.8	Komparace výsledků z výzkumů za roky 2019 a 2023	78
6	Profil návštěvníka	82
7	Návrh a opatření	85
7.1	Popis problematiky	85
7.2	Realizace projektu	85
7.3	Popis budovy	87
7.4	Kalkulace projektu	88
7.5	Závěr návrhu	90
7.6	Další návrhy	90
	Závěr	92
	Seznam použitých zkratk	94
	Seznam použitých zdrojů	95
	Seznam tabulek	114
	Seznam obrázků	115
	Seznam příloh	116
	Přílohy	

Úvod

Cestovní ruch je každodenní součástí životů všech lidí. Každý z nás cestuje na základě individuálních preferencí a životních situací či berou cestování jako únik před stresem. Hlavními motivy cestování je rekreace a odpočinek, kdy lidé cestují k moři, do hor, pobývají v přírodě nebo navštěvují wellness. Mnoho lidí cestuje za účelem objevování nových míst, destinací, kultury a zvyků. Motivem cestovní je také prožívání dobrodružství a vzrušení. Avšak motivem lidí k cestování může být jejich kariéra a různé pracovní příležitosti a touha po osobním růstu.

Pandemie COVID-19 ovlivnila pohled lidí v různých oblastech. Zejména se zvýšila obava o své zdraví, což vedlo k větší opatrnosti při plánování cest. Změnu bylo možné zaznamenat v rezervacích pobytů, resp. možnosti zrušení rezervací nebo v pojištěních nepředvídatelných událostí. Zvýšen byl také důraz na hygienu a bezpečností opatření v ubytování, veřejných prostorech a veřejné dopravě. Jelikož bylo omezeno cestování mimo hranice České republiky, lidé měli možnost navštěvovat místní krásy, např. Šumavy.

Hlavními tématy zpracované diplomové práce jsou cestovní ruch, spokojenost a profil návštěvníka Šumavy. Zvolené území je známou turisticky oblíbenou oblastí, která svým návštěvníkům nabízí především hustě zalesněné území, dechberoucí přírodu poskytující klid a odpočinek. Šumava je také velkým lákadlem pro milovníky outdoorových sportů, např. turistiky, cykloturistiky, rybaření či pozorování ptáků. Nicméně si zde najdou své také milovníci kulturního dědictví, jako jsou historická města, tradiční vesnice, starobylé hrady a kostely.

Diplomová práce navazuje na bakalářskou práci z roku 2021 (výzkum v roce 2019), jejíž název je „*Vybraná oblast Plzeňského kraje pohledem návštěvníků – spokojenost, kvalita služeb*“. Některá data využitá v této diplomové práci jsou přebrána z výsledků a závěrů již zmíněné bakalářské práce.

Cíl a metodika práce

Cílem diplomové práce je analyzovat profil návštěvníka Šumavy, posoudit spokojenost návštěvníků a sestavit návrh ke zvýšení spokojenosti v dané oblasti. Dílčím cílem je stanovit výzkumné otázky, určit hypotézy a zvolit vhodné metody pro získání dat k sestavení profilu návštěvníka Šumavy.

První část práce zahrnuje teoretická východiska, který byla popsána na základě literární rešerše. Ke zpracování teoretické části byla využita česká a zahraniční odborná literatura včetně odborných článků.

Dále byla vymezena oblast Šumavy jako celek, popsány Národní park Šumava, Chráněná krajinná oblast Šumava a představen projekt We Love Šumava. Také byla zhodnocen primární a sekundární nabídka Šumavy z hlediska turismu.

Metodika celého výzkumu je detailněji popsána v kapitole 4 Metodika výzkumu. V této kapitole byl představen výzkumný problém a cíl práce. Jako další byly sestaveny 3 výzkumné otázky, na které navazovaly 4 hypotézy. Dále byl vymezen základní soubor, popsán výběr metod získávání dat. Též byla popsána organizace výzkumu, časový plán. Byl představen dotazník, vysvětlen sběr dat a prezentace výsledků.

V následující část byl realizován kvantitativní výzkum formou online dotazníkového šetření, kdy byl odkaz na dotazník distribuován především pomocí sociálních sítí (zejména pomocí Facebooku a Instagramu) v období od poloviny července do poloviny září roku 2023. Záměrem bylo cíleně oslovit návštěvníky Šumavy, kteří mají s místy zkušenost. Autorka práce se domnívá, že právě tito návštěvníci mají rozhled a jsou schopni posoudit a zhodnotit Šumavu. Jednalo se tedy se o záměrný výběr respondentů. Byl proveden předvýzkum, na jehož základě byly opraveny nesrozumitelnosti. Cílem bylo získat minimálně 500 odpovědí, avšak podařilo se získat celkem 1 313 odpovědí, z toho bylo 1 110 platných odpovědí. Dále byl odkaz umístěn v papírové formě na vybraná místa Šumavy s vysokou koncentrací lidí, kde si mohli návštěvníci naskenovat QR kód odkazující na dotazník. Dotazník obsahoval celkem 46 otázek, které byly zaměřeny na návštěvníka Šumavy a na hodnocení turistické oblasti. Celý dotazník byl rozdělen do 8 sekcí, k tomu úvodní strana a poděkování. Jednotlivé odpovědi byly zpracovány v programu Microsoft Excel. Všechna data byla analyzována a zpracována do přehledných grafů a tabulek. V další části je možné najít odpovědi na výzkumné

otázky, testování hypotéz, shrnutí výsledků dotazníkového šetření a krátkou komparaci výsledků z roků 2019 a 2023. Na základě zjištěných poznatků byl sestaven profil návštěvníka Šumavy. Součástí praktické části byla hodnocena nespokojenost, která byla základem pro sestavení návrhu na zvýšení návštěvnosti a zlepšení spokojenosti na Šumavě.

Dotazník, použitý v této diplomové práci, je inspirován dotazníkem z bakalářské práce, který byl vytvořen v rámci projektu Technologické agentury České republiky „*Systém pro podporu marketingového rozhodování DestinACE*“. Dotazování probíhalo souběžně ve čtyřech oblastech Plzeňského kraje včetně Šumavy (Kašperské Hory, Klatovy, Modrava, Prášíly, Sušice, Železná Ruda). Šetření probíhalo od června do září roku 2019. Celý výzkum probíhal formou osobního dotazování (terénní výzkum). Osloveni byli návštěvníci, kteří se v danou chvíli nacházeli v jedné z výše uvedených oblastech. Nicméně se jednalo o náhodný výběr respondentů. (Cafourková, 2021)

Komparaci výsledů je možné najít v kapitole 5.8 Komparace výsledků z výzkumů za roky 2019 a 2023. Výsledky obou výzkumů však není možné zcela porovnávat, a to z několika důvodů, kterými jsou: způsob získání dat (osobně vs. online) a počet možných odpovědí (pouze jedna možnost vs. libovolný počet odpovědí).

Autorkou získaná data z dotazníkového šetření byla již zpracována a prezentována v příspěvku na mezinárodní odbornou konferenci XB-CON 2023 s názvem „*Opportunities and Treats to Current Business Management in a Cross-Border Comparison*“. Data z dotazníkového šetření jsou dostupná ve článku s názvem „*Tourism segments of visitors to Šumava*“. Odborný příspěvek je zpracován Petrem Janečkem, Kateřinou Cafourkovou (autorkou diplomové práce) a Lukášem Pichlíkem.

1 Cestovní ruch

Úkolem této kapitoly je představení základních pojmů spojených s cestovním ruchem, destinací, spokojeností, loajalitou a představit profil návštěvníka, kterým se bude zabývat jedna z následujících kapitol.

1.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je podle UNWTO¹ definován jako „*Cestovní ruch zahrnuje aktivity osob cestujících do míst či přebývajících v místech, která se nacházejí mimo jejich obvyklé prostředí, a to ne déle než jeden rok, za účelem dovolené, pracovních závazků, či jiných důvodů.*“ Oficiální stránky Světové organizace cestovního ruchu nabízejí lehce jiné znění této definice ve znění „*Cestovní ruch je sociální, kulturní a ekonomický jev, který zahrnuje pohyb lidí do zemí nebo míst mimo jejich obvyklé prostředí za osobními nebo obchodními/profesionálními účely.*“. Definice dále pokračuje ve znění [*... Tito lidé se nazývají návštěvníci (což mohou být turisté; rezidenti nebo nerezidenti) a cestovní ruch souvisí s jejich aktivitami, z nichž některé zahrnují výdaje na cestovní ruch.*]. (Goeldner, Ritchie, 2014; str. 6; The World Tourism Organization, 2024a,b)

Middleton & Clarke (2012. str. 3) ve své publikaci popisují cestovní ruch dle definice The Tourism Society z roku 1979 v anglickém znění, které je možné volně přeložit jako „*za cestovní ruch se považuje jakákoliv činnost spojená s dočasným krátkodobým pohybem osob do destinace mimo míst, kde běžně žijí, pracují a mají zde své aktivity.*“ (The Tourism Society, 2024)

Dále je možné použít definici, která říká, že cestovní ruch je „*souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání*“. (Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011, str. 18)

Jakubíková (2012, str. 18) ve své publikaci uvádí, že cestovním ruchem je „*pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce*“.

Každý z autorů definuje cestovní ruch v jiném znění, ale v konečném výsledku všechny definice říkají stejnou věc, ze které vyplývá, že cestovní ruch je pohyb osob mimo své

¹ Světová organizace cestovního ruchu (anglicky World Tourism Organization)

trvalé bydliště za účelem osobních záležitostí, jako jsou rekreace, aktivní odpočinek, poznání nových kultur a pracovních záležitostí. Tento proces cestování může znamenat výdaj pro osobu cestující, ale není tomu tak vždy, např. osoba cestující na kole nebo pěšky. (Selwyn, 1992; Indrová, Houška & Petrů, 2011; Weaver & Lawton, 2014; Barten, 2024a; Merriam-Webster, 2024; Walton, 2024; Unknown, n.d.)

Existuje celá řada definic od různých autorů, nicméně Jakubíková (2012, str. 18) uvádí další definici ve znění: „*Pro vymezení cestovního ruchu se často používají i jiné pojmy, např. zotavení, rekreace, turistika, případně další, které však nejsou synonymem pojmu cestovní ruch ani v případě, že jsou vykonávány ve volném čase a mimo místo trvalého bydliště.*“

Jakubíková (2012, str. 18) výše uvedené pojmy ve své publikaci vysvětluje takto:

- Zotavení = Činnosti spojené s odstraněním únavy člověka (zdravý spánek a výživa) a činnosti vykonávané ve volném čase, spjaté se změnou každodenního stereotypu, např. práce na zahradě nebo údržba domu.
- Rekreace = Jeden ze základních druhů cestovního ruchu, spadá do něj cvičení pro tělesnou kondici, týmové hry, individuální sporty, vodní sporty, lov ryb a zvěře nebo tanec.
- Turistika = Aktivita cestovního ruchu, do které patří pěší turistika, cykloturistika nebo vodní turistika. Jde od tzv. podmnožinu cestovního ruchu, která je spojena s pohybovou aktivitou účastníků. (Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011, str. 19)

Základním předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu je, že člověk může svobodně cestovat. Mezi další předpoklady patří dostatek finančních zdrojů, příznivé politické klima nebo volný čas, jehož je možné definovat následně: „*Volný čas je část mimopracovní doby, v níž člen společnosti nevykonává žádnou nutnou činnost a kterou podle vlastního rozhodnutí využívá pro oddech, rozvoj osobnosti a pro různé formy zájmové činnosti.*“ (Jakubíková, 2012, str. 16)

Lze určit hranice volného času tak, že se z mimopracovní doby vyčlení:

- čas nezbytný pro přepravu do zaměstnání, nákupy;
- čas nutný pro domácí práce;
- čas věnovaný k uspokojení potřeby jídla nebo spánku. (Jakubíková, 2012)

Lidé svůj volný čas využívají různě, například ke vzdělání, společenské činnosti a aktivnímu odpočinku, zájmové činnosti, péči o své zdraví, sportování či pasivnímu odpočinku. (Jakubíková, 2012)

Lidé cestují z různých důvodu povinnosti a z důvodu potěšení. Jak je možné vidět na níže uvedeném obrázku, cestování z povinnosti zahrnuje podnikání a profesní důvody. Do cestování pro potěšení patří dovolená, rekreace, prázdniny a různé speciální zájmy. (Jakubíková, 2012)

Obrázek 1 – Důvody cestování



Zdroj: Jakubíková, 2012, str. 19

Existuje také několik důvodů, které patří jak do povinností, tak do potěšení. Těmito důvody jsou: návštěva známých a příbuzných, zdraví, náboženství a poutě či jiné důvody. (Jakubíková, 2012; Barten, 2024b; Cambridge University Press & Assessment, 2024a)

Pokud je cestovní ruch vhodně rozvíjen, může být zdrojem příjmů pro obec, dále je možné vytvářet nové pracovní příležitosti, poskytuje možnost zvelebování měst a obcí. Cestovní ruch je také prostředkem ke zvyšování životní úrovně. Poskytuje sociální a ekonomické příležitosti subjektům. Prezident Hospodářské komory České republiky uvedl: „*Cestovní ruch je vizitkou regionu i celé země.*“. (Jakubíková, 2012, str. 18)

1.2 Systém cestovního ruchu

Cestovní ruch je systém, který má dva základní subsystemy. Prvním je návštěvník (jakožto zákazník vstupující do cestovního ruchu), který vstupuje jako spotřebitel statků a služeb, které jsou typické pro cestovní ruch. Druhým systémem je cílové místo,

podniky a organizace cestovního ruchu jakožto poskytovatele statků a služeb v cestovním ruchu. Mezi vnějším prostředním a systémem cestovního ruchu existují vazby, které jsou z ekonomického, ekologického, technicko-technologického nebo sociálního prostředí. (Jakubíková, 2012; Beránek a kol., 2013)

1.2.1 Subjekt cestovního ruchu

Subjektem cestovního ruchu bývá označován účastník, který cestuje mimo své trvalé bydliště a prostřednictvím cestování uspokojuje své turistické potřeby. Cílem účastníka je dosáhnout fyzických zážitků a taktéž psychického uspokojení. Naopak cílem poskytovatele cestovního ruchu je uspokojení všech potřeb a přání účastníka. Literatura také (mimo účastníky) označuje za subjekt cestovního ruchu pracovníky dané oblasti, orgány a organizace spojené s cestovním ruchem. (Ryglová, 2009; Nejdí, 2011; Goeldner & Ritchie, 2012; Beránek a kol., 2013).

Účastníkem neboli subjektem cestovního ruchu je cestující, který je označován za návštěvníka, turistu a výletníka či jednodenního výletníka. Podle zúčastněných mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu (rok 2008) patří do pojmů též stálý obyvatel, jakožto účastník domácího nebo zahraničního cestovního ruchu. (Hesková a kol., 2011; Velvet, 2013; Horner & Swarbrooke, 2016)

Znění definic popisujících účastníky cestovního ruchu (konkrétně domácího a zahraničního návštěvníka, turisty a výletníka) bylo v průběhu let změněno, resp. bylo upřesněno, přičemž celá řada publikací uvádí teď již zastaralé vysvětlení. Druhá polovina definice byla ve znění „...přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“. Tato část byla nahrazena „...za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou jsou z navštíveného místa odměňováni“. (Palatková & Zichová, 2014; Cafourková, 2021)

Návštěvník (angl. visitor) je osoba, která cestuje do jiného místa, než kde má své trvalé bydliště, mimo své obvyklé prostředí. Je to někdo, kdo navštěvuje cílové místo pro potěšení, např. dovolená. Za návštěvníka v domácím cestovním ruchu se označuje osoba, která má trvalý pobyt v dané zemi a cestuje na jiné místo v zemi na dobu kratší než šest měsíců, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícím se k činnosti, za kterou je v navštíveném místě odměňována. Návštěvník zahraničního cestovního ruchu cestuje do jiné země na dobu, která nepřesáhne jeden rok, účelem je trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícím se

k činnosti, za kterou je v navštíveném místě odměňován. (Királ'ová, 2003; Palatková, 2007; Hesková a kol., 2011; Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011; Zelenka & Pásková, 2012; Velvet, 2013; Palatková & Zichová, 2014; Horner & Swarbrooke, 2016; Cafourková, 2021; Cambridge University Press & Assessment, 2024a)

Turista (angl. tourist, overnight visitor) neboli dočasný návštěvník se zdržuje v místě po dobu alespoň 24 hodin. Z hlediska domácího cestovního ruchu cestuje do jiného místa, mimo své trvalé bydliště, na dobu alespoň jednoho přenocování, která však nesmí přesáhnout šest měsíců), za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícím se k činnosti, za kterou je v navštíveném místě odměňována. V mezinárodním cestovním ruchu je to osoba cestující do jiné země, než ve které má svůj trvalý pobyt, na dobu alespoň jednoho přenocování (nesmí být delší než jeden rok), za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícím se k činnosti, za kterou je v navštíveném místě odměňována. (Palatková, 2006; Lacina, 2010; Hesková a kol., 2011; Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011; Palatková & Zichová, 2014; Cafourková, 2021)

Výletníkem či **jednodenním výletníkem** (angl. same-day visitor) je v domácím cestovním ruchu osoba označena v případě, že cestuje do jiného místa mimo trvalé bydliště. V navštíveném místě nepřespává (tj. bez přenocování). Svou cestu podniká za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícím se k činnosti, za kterou je v navštíveném místě odměňována. Z hlediska zahraničního cestovního ruchu je to osoba, která cestuje do jiné země (mimo své trvalé bydliště a prostředí). V daném místě nepřespává a cestuje za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícím se k činnosti, za kterou je v navštíveném místě odměňován. V obou případech jde o pobyty, které jsou kratší než 24 hodin. (Királ'ová, 2003; Drobná & Morávková, 2004; Palatková, 2007; Hesková a kol., 2011; Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011; Palatková & Zichová, 2014; Cafourková, 2021)

Rezident, stálý obyvatel (angl. resident) je osoba žijící v dané zemi alespoň jeden rok. V domácím cestovním ruchu jde o osobu, která žije v daném místě alespoň půl roku, tj. šest po sobě jdoucích měsíců, před příjezdem do jiného místa na dobu kratší než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu je taková osoba označena za stálého obyvatele v případě, kdy v dané zemi žije po dobu alespoň jednoho roku předtím, než přijede do jiné země na dobu kratší než jeden rok. (Palatková, 2006; Hesková a kol., 2011; Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011; Beránek a kol., 2013; Cafourková, 2021)

1.2.2 Objekt cestovního ruchu

„Objektem cestovního ruchu je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je tak nositelem nabídky.“ (Hesková a kol., 2011, str. 13)

Podle Ryglové (2009) jsou za objekt cestovního ruchu považovány rekreační prostor; služby, zboží, volné statky a materiálně-technická základna. Objekt je utvořený cílovým místem (turistická centra, přírodní a kulturně-historické atraktivity), podniky a institucemi cestovního ruchu, které nabízejí služby. Cílové místo neboli cestovatelský cíl je možné v literatuře najít také pod označením destinace cestovního ruchu, častěji se využívá pouze pojem destinace, která je popsána v kapitole 1.8. (Hesková a kol., 2011; Beránek a kol., 2013; Cafourková, 2021)

Objekt cestovního ruchu představuje dvě nabídky, kterými jsou primární a sekundární nabídka. **Primární** nabídkou je označován přírodní potenciál a kulturně-historický potenciál, kterým musí disponovat cílové místo, aby přilákalo návštěvníky. Je zde žádoucí jedinečný charakter a umožňuje naplnit různé motivy účasti na cestovním ruchu. V cílové destinaci bude tato nabídka pro návštěvníky atraktivní, pokud se nachází v dostačujícím množství a kvalitě. **Sekundární** nabídka je závislá na primární nabídce. Bývá vysvětlována jako souhrn podniků, zařízení a institucí cestovního ruchu, které umožňují využívání služeb jako jsou ubytovací, stravovací a další doplňkové služby (např. rekreační, sportovní, kulturní). Předmětem naplnění cíle je infrastrukturní vybavenost. (Hesková a kol., 2011; Beránek a kol., 2013, Cafourková, 2021)

1.3 Podniky cestovního ruchu

Tvoří hospodářsko-technickou jednotku, ale také sociální společenství, kde pracovníci vytvářejí značnou část svých výkonů. Podniky cestovního ruchu jsou z hlediska charakteru a míry závislosti svých výkonů na cestovním ruchu členěny na vlastní podniky cestovního ruchu a ostatní podniky s vazbou na cestovní ruch. (Jakubíková, 2012)

Vlastní podniky jsou ty, které poskytují služby, které jsou typické pro cestovní ruch. Jejich výkony jsou výhradně nebo v převážně určeny účastníkům cestovního ruchu. (Jakubíková, 2012)

Vlastní podniky se člení na tři hlavní skupiny, kterými jsou podniky realizací služeb přímo uspokojující potřeby a poptávku účastníků cestovního ruchu; podniky zprostředkovatelských služeb a podniky smíšené. **Podniky realizací uspokojující potřeby a poptávky** jsou hotelové podniky a podniky ostatních ubytovacích služeb; podniky a zařízení sportovně-rekreačních služeb; podniky a zařízení služeb kulturních a společensko-zábavných; podniky dopravní (nekonvenční doprava – lanovky, vleky, rekreační lodní doprava); podniky vyrábějící turistické zboží; podniky provozující zvláštní služby (např. horská služba, průvodcovské služby, kongresové služby) a lázeňské podniky. Další uvedenou skupinou jsou **podniky zprostředkovatelských služeb**, kdy se jedná o cestovní kanceláře a cestovní agentury. Poslední skupinou jsou **podniky smíšené**, do kterých se řadí cestovní kanceláře a dopravní podniky; hotely a cestovní kancelář, hotelové podniky a podniky specializované dopravy a různé další kombinace. (Jakubíková, 2012)

1.4 Typologie cestovního ruchu

V literatuře je uváděna různá typologie cestovního ruchu, záleží na autorovi publikace. Někteří typologii uvádějí souhrnně, bez bližšího rozřazení. Jiní definují druhy a formy cestovního ruchu, příkladem autorů jsou Ryglová (2009), Drobná & Morávková (2010), Hesková a kol. (2011), Ryglová, Burian & Vajčnerová (2011). Nicméně Palatková & Zichová (2014) uvádí formy a typy cestovního ruchu. Dále se také autoři liší, co se týče dalšího rozdělení daného způsobu. Například členění podle délky pobytu. Jakubíková (2012) uvádí – krátkodobý, střednědobý a dlouhodobý, zatímco Ryglová, Burian & Vajčnerová (2011) udávají pouze krátkodobý a dlouhodobý. Palatková & Zichová přidávají ještě jednodenní cestovní ruch.

Jakubíková (2012) uvádí celkem 13 různých hledisek bez dalšího rozdělení:

1. Základní členění = domácí, zahraniční (výjezdový, příjezdový, tranzitní)
2. Motivace účasti (cíle cesty) = rekreační, kulturně poznávací, vzdělávací, společenský (přátelé, známí, společenské akce, klubový turismus), sportovní, náboženský, zdravotní a léčebný.
3. Platební bilance státu = zahraniční cestovní ruch – aktivní, zahraniční cestovní ruch – pasivní.
4. Délka pobytu = krátkodobý, střednědobý, dlouhodobý.
5. Způsob organizace = organizovaný, neorganizovaný.

6. Počet účastníků = individuální (jedna osoba, rodina), skupinový.
7. Věk účastníků = mládež, rodiny s dětmi, dospělí, senioři.
8. Způsob financování = komerční, sociální.
9. Prostředí = město, venkov, střediska (areály) cestovního ruchu, lázně.
10. Intenzita turistických proudů = stálá, sezónní, mimosezónní.
11. Způsob ubytování = ubytovací zařízení (hotely, motely, penziony, hostely, botely aj.), kempy, chaty a chalupy, ubytování v soukromí.
12. Dopravní prostředky = silniční individuální (automobil, motocykl, kolo), autobusová, autokarová, železniční, lodní, letecká, kombinovaná, vertikální, městská hromadná doprava.
13. Stravování = individuální, společné, intenzita: snídaně, polopenze, plná penze, all inclusive. (Hesková a kol., 2011)

Na rozdíl od Jakubíkové (2012), Ryglová (2009) a Ryglová, Burian & Vajčnerová (2011) uvádějí ve své publikaci rozdělení na formy cestovního ruchu a druhy cestovního ruchu.

Členění základních **forem cestovního ruchu** je na rekreační, kulturně-poznávací, sportovně-turistický, léčebný a lázeňský, specifické formy cestovního ruchu. Prvním doplněním je cestovní ruch přírodní (ekoturismus), venkovský (agroturismus, ekoagroturismus), vzdělávací, kongresový, cestovní ruch se společenskými motivy. Druhým rozšířením je cestovní ruch dobrodružný, myslivecký a rybářský, náboženský a poutní, obchodní, kongresový a stimulační, v literatuře uváděno jako „specifické formy CR“. V praxi se jednotlivé formy cestovního ruchu málokdy vyskytují v čisté podobě, většinou se jedná o kombinaci několika druhů, kde je dominantní jeden z nich. (Ryglová, 2009; Drobná & Morávková, 2010; Hesková a kol., 2011; Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011; Palatková & Zichová, 2014)

Základní formy cestovního ruchu odpovídají nejširším potřebám účastníků. Základní formy autoři uvádějí pouze čtyři – rekreační cestovní ruch, kulturně poznávací cestovní ruch, sportovně-turistický cestovní ruch, léčebný a lázeňský cestovní ruch. Rekreační CR přispívá k regeneraci a reprodukci fyzických a duševních sil člověka. Kulturně poznávací CR cílí na poznávání historie, kultury a tradic. Sportovně-turistický CR zahrnuje zájem lidí o aktivní formu odpočinku či aktivní účast na různých sportovních akcích. Na léčbu, relaxaci a celkovou pohodu se zaměřuje léčebný a lázeňský cestovní ruch. (Ryglová, 2009; Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011)

Specifické formy cestovního ruchu přinášejí účastníkům uspokojení z hlediska specifických potřeb. Ke specifickým formám patří cestovní ruch mládeže, seniorů, lidí s tělesným handicapem, rodinný cestovní ruch. Dále městský, venkovský (také rurální), agroturistika nebo ekoagroturistika, chatařský a chalupářský cestovní ruch, náboženský, zábavní a atrakční, kongresový a incentivní, gastronomický, cykloturistika a mototuristika, karavanová turistika, sportovní lov a rybolov nebo nákupní turistika. Nabídka specifických forem cestovního ruchu se bude stále rozšiřovat vzhledem k nejnovějším trendům. (Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011)

Ryglová, Burian & Vajčnerová (2011) uvádějí **druhy** cestovního ruchu, které jsou určeny místem, ve kterém jsou služby cestovního ruchu čerpány. Mezi ně patří:

1. Podle vztahu k platební bilanci = domácí CR, zahraniční CR (aktivní a pasivní CR), tranzitní cestovní ruch;
2. Podle místa převažující realizace služeb cestovního ruchu = vnitřní cestovní ruch, národní cestovní ruch, mezinárodní cestovní ruch;
3. Podle způsobu financování = volný CR, vázaný CR;
4. Podle délky pobytu = krátkodobý, dlouhodobý;
5. Podle způsobu účasti = organizovaný, neorganizovaný;
6. Podle počtu účastníků = individuální, kolektivní;
7. Podle ročního období = sezónní, mimo sezónní;
8. Podle vlivu na životní a sociokulturní prostředí = tvrdý, měkký.

Například Drobná & Morávková (2010) ve své publikaci neuvádějí jako druh cestovního ruchu dělené podle ročního období, v ostatních bodech se shodují.

Částečně se shodují také Palatková & Zichová (2014), které neuvádí členění podle počtu účastníků, ročního období a vlivu na životní prostředí. Naopak rozšiřují dělení podle věku účastníků (děti, mládež, rodiny s dětmi, osoby v produktivním věku, senioři) a dělení podle převažujícího prostředí, tedy charakteru cílového místa (městský, venkovský).

Vystoupil, Šauer, Holešinská & Metelková (2006) přidávají další druh cestovního ruchu, kterým je rozdělení podle způsobu ubytování (hotelový, parahotelový).

1.5 Služby cestovního ruchu

Existuje celá řada definic, které vysvětlují význam slova Služba a určit jednoznačnou definici je obtížné. Pro vymezení služeb jsou mezi autory využívaná pravidla různé dílčí charakteristiky a definice odvíjející se od specifik služeb. (Hesková, 2012)

Janečková & Vašítková (2000, str. 12) uvádějí v publikaci definici služeb podle autorů Kotler a Armstrong, kteří tvrdí, že „*Služba je jakákoliv činnost nebo výhoda, kterou jedna strana může nabídnout druhé straně, je v zásadě nehmotná a jejím výsledkem není vlastnictví. Produkt služby může, ale nemusí být spojen s hmotným produktem.*“

„*Služby jsou samostatně identifikovatelné, především nehmotné činnosti, které poskytují uspokojení potřeb a nemusí být nutně spojovány s prodejem výrobku nebo jiné služby. Produkce služeb může, ale nemusí vyžadovat užití hmotného zboží. Je-li však toto nutné, nedochází k transferu vlastnictví tohoto hmotného zboží.*“ (Vašítková, 2014, str. 16)

Ve své podstatě je služba ekonomickým statkem, podstatou je činnost. Jedná se o nemateriální činnost. (Ryglová, 2009; Hesková a kol., 2011)

Služby mají široký rozsah činností. Uplatňují se v několika různých oblastech, např. cestovní ruch, sport, doprava, finance, obchod, zdravotnictví, pojišťovnictví, vzdělávání, věda, kultura a osobní služby. (Hesková, 2012)

Služby jako takové mají několik vlastností, tzv. 5N. Nejcharakterističtější vlastností je **nehmotnost**, tzn. není možné si ji prohlédnout, prozkoumat či vyzkoušet. Druhou vlastností je **neoddělitelnost**, kdy se zákazník a producent služby musejí setkat na jednom místě, aby mohla být služba realizovaná. Třetí vlastností je **nestálost** (heterogenita) související se standardem kvality služby. Kvalita poskytované služby se může lišit. Čtvrtou vlastností služeb je **neskladovatelnost** (zničitelnost). Po využití dané služby je zničena, není možné ji uchovat. Poslední vlastností je **nemožnost vlastnictví**. Zákazník si kupuje pouze možnost nebo právo poskytnutí služby. (Janečková & Vašítková; 2000)

Klasifikace služeb

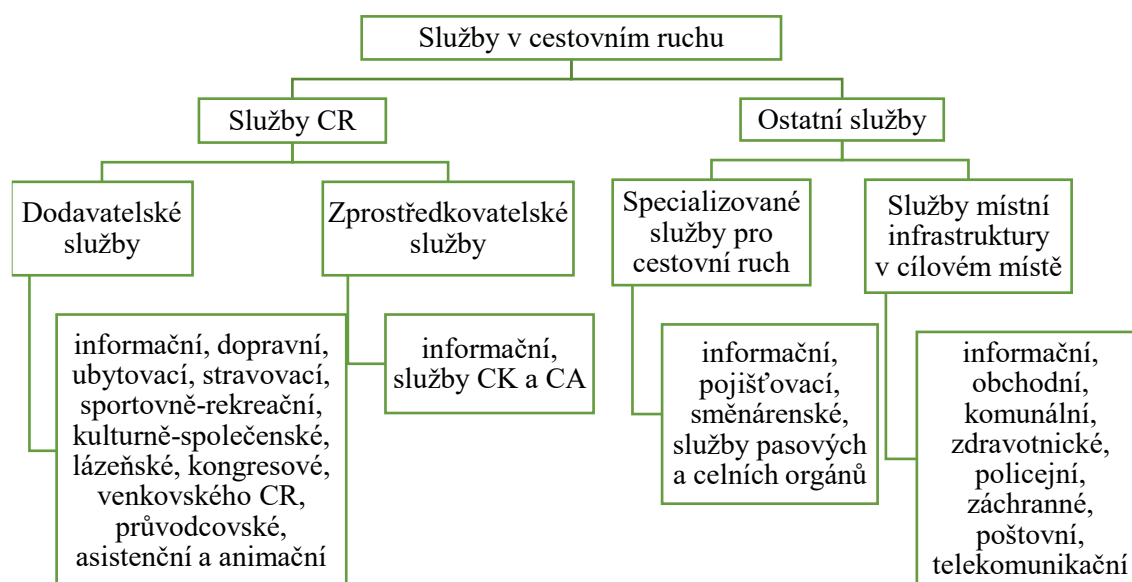
Jakubíková (2012) představuje služby cestovního ruchu. Podle její publikace je možné služby rozdělit podle různých hledisek.

První rozdělení je podle **významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu**, které dále rozděluje na základní a doplňkové. Základní služby mají za úkol zabezpečení přesunu

účastníků cestovního ruchu do rekreačního prostoru, taktéž služby spjaté s pobytem v prostoru. Zatímco doplňkové služby jsou spojeny s využitím atraktivit. Služby podle **charakteru do spotřeby** jsou obecné a věcné, kde u obecných se efekt dostaví okamžitě, zatímco u věcných se efekt dostaví zprostředkovaně hmotným statkem. Dále služby dělené podle **způsobu úhrady** jsou placené a neplacené. Podle **místa** jsou zde služby poskytované v místě obvyklého pobytu, služby poskytované během přepravy, služby v rekreačním prostoru. Předposledním dělením jsou služby podle **způsobu zabezpečení**, do kterých jsou zahrnuty služby vlastní, služby poskytované dodavatelským způsobem, služby obstarávané. Posledním uvedeným rozčleněním jsou služby podle **funkcí ve vztahu k jednotlivým uspokojovaným potřebám účastníků cestovního ruchu**, do kterých se řadí služby dopravní, ubytovací, stravovací, zprostředkovatelské, společensko-kulturní, sportovně-rekreační, lázeňsko-léčebné, směnářenské, průvodcovské, informační, obchodní, komunální, horská služba, zdravotní, pasové, celní aj. (Jakubíková, 2012)

Hesková a kol. (2011) ve své publikaci uvádí souhrnnou strukturu služeb v cestovním ruchu.

Obrázek 2 – Struktura služeb v cestovním ruchu



Zdroj: Vlastní zpracování podle Oriška, 2010, str. 15; Hesková a kol., 2011, str. 106; Cafourková; 2021

Služby se také uvádějí podle odvětvového třídění, dělí se na celkem tři skupiny. První skupinou jsou **terciární služby**, což jsou služby, které byly dříve vykonávané doma.

Mezi tyto služby patří holičství a kadeřnictví, prádelny, kosmetické služby, úpravy oděvů, ubytovací a stravovací služby. Druhou skupinou jsou **služby kvartérní**, přičemž jsou to služby usnadňující a zefektivňující rozdělení práce. Do služeb kvartérních patří doprava, obchod, komunikace, finance a správa. Poslední skupinou odvětvového třídění jsou **služby kvintérní**. Jsou to služby, které určitým způsobem mění a zdokonalují jejich příjemce, což je vzdělání a zdravotní péče. (Jakubíková, 2009; Vašítková, 2014)

Dalším možným rozdělením je druhové členění služeb cestovního ruchu, které vyjadřuje vztah k hlavním nositelům, tj. k podnikům cestovního ruchu, zároveň strukturu v závislosti na formách či druzích cestovního ruchu. Oriška (2010) tyto služby rozděluje celkem do 18 kategorií.

Dopravní služby poskytují přepravu účastníkům z místa trvalého bydliště do cílového místa včetně zpáteční cesty, zároveň pohyb účastníků během pobytu v cílovém místě. Součástí těchto služeb je rovněž přeprava zavazadel, poskytování potřebných informací o dopravním spojení, rezervace míst a prodej dopravních cenin. **Ubytovací** služby souvisí s rozvojem pobytového cestovního ruchu. Služby umožňují návštěvníkům přenocování či přechodné ubytování v oblasti. Mezi tyto služby patří podávání informací, úschova zavazadel, zapůjčení společenských her nebo úschova cenností. **Stravovací** služby mají za úkol péči o základní potřeby účastníků cestovního ruchu, jako je základní stravování a občerstvení, ale také společensko-zábavní služby spjaté s kulturním či hudebním programem. Služby **venkovského cestovního ruchu**, kde jsou ubytovací, stravovací a doplňkové služby venkova označovány samostatným souborem služeb. Žádoucí je umístění ve vhodném venkovském prostředí a interakci producenta služeb a hosta. **Informační** služby dovolují rozšiřování poznatků účastníků o cílových místech, objektech a službách. Získávání informací probíhá již před samotným začátkem pobytu, ale také v jeho průběhu. Zde je možná také poradenská činnost. **Sportovně-rekreační** služby se zaměřují na aktivní využívání přírodních či uměle vytvořených podmínek k rozvoji sportu, turistiky a rekreace. Je zde touha po využití volného času k aktivnímu odpočinku zahrnující fyzickou zátěž. **Kulturně-společenské** služby mají vyhovět společenským a kulturním potřebám jedinců. Poskytnutí služby tohoto typu je spojeno s poznáváním, zábavou a společenskou komunikací. (Oriška, 2010; Hesková a kol., 2011)

Výše vysvětlené služby byly předmětem výzkumu ve sledované oblasti Šumavy.

Dále Oriška (2010) a Hesková a kol. (2011) klasifikují služby na animační; lázeňské; kongresové; pojistné; směnářské; zprostředkovatelské; služby pasových orgánů; obchodní; zdravotnické služby, policejní, záchranné, poštovní a telekomunikační komunální; průvodcovské a asistenční.

1.6 Spokojenost v cestovním ruchu

Spokojenost je podle Rašovské & Ryglové (2017) velmi často posuzována za předpokladu, že je očekávání naplněno, zda služby či produkt uspokojily očekávání zákazníka. Pokud není naplněno očekávání zákazníka, znamená to, že zákazník nebyl zcela uspokojen a nebyly naplněny jeho nároky. Pokud byl zákazník spokojen s poskytnutým výrobkem či službou, firma si získala jeho náklonnost a zákazník tedy nemá potřebu vyhledávat a poptávat produkty u konkurenčních firem. Očekávání zákazníka je velmi úzce spojeno s jeho přáními a potřebami. (Prideaux, Moscardo & Laws, 2006; Cafourková, 2021)

Kotler & Keller (2007) ve své publikaci uvádějí, že zákaznická spokojenost je spojena s emocemi, tedy konkrétně řečeno s pocitem potěšení nebo zklamání zákazníka. Tyto emoce pociťují při porovnávání skutečné výkonnosti produktu s jejich očekáváními, které jsou formovány různými faktory zahrnující zkušenosti z doporučení od přátel a známých, minulých zkušeností či marketingových sdělení.

Aby bylo možné pochopit spokojenost účastníka cestovního ruchu, je klíčové pochopit a porozumět jejich potřebám, což je možné pomocí The Travel Career Ladder (TCL) neboli **Žebříčku cestovní kariéry**. Koncept vychází z Maslowovy hierarchie potřeb a hierarchicky uspořádává motivaci či potřeby účastníka cestovního ruchu. Za základním stupni pyramidy je potřeba relaxace, poté pocit bezpečí, vztahy s lidmi, následuje sebedůvěra a osobní rozvoj a na samém vrcholu je touha po naplnění, např. naplnění snu nebo poznání vnitřního klidu. (Ryan, 1998; Woodside & Martin, 2007; Vildová a kol, 2015)

Obrázek 3 – Žebříček cestovní kariéry



Zdroj: Vlastní zpracování podle Ryan (1998, str. 938)

Vildová a kol. (2015) ve svém článku uvádějí rozlišení několika úrovní spokojenosti. První úroveň je možné chápat jako jednoduché uspokojení. Druhá úroveň představuje ochotu doporučit ostatním daný produkt či službu. Nejvyšší a nejhodnotnější úroveň je loajalita. Na této úrovni zákazník doporučí ochotně produkt či službu ostatním a následně se k nim opakovaně vrací.

Dle Rašovské & Ryglové (2017) má očekávání zákazníka vždy růstovou tendenci a přizpůsobovat se aktuálním trendům. Při nákupu se očekávání rozdělují do dvou stupňů: požadovaná úroveň a přiměřená úroveň služby. **Požadovaná úroveň** je ovlivněna osobními potřebami každého zákazníka a reprezentuje úroveň služeb, které si zákazník přeje obdržet. **Přiměřená úroveň** služeb je stanovena prahem akceptovatelnosti služby. V případě, že služba nedosáhne této přiměřené úrovně, která se nachází pod zákaznickovou tolerancí, může to vést k jeho nespokojenosti, dokonce ke ztrátě nebo snížení zákaznickovi loajality.

1.7 Loajalita v cestovním ruchu

Loajální zákazník vystihován tím, že zůstává věrný danému poskytovateli nehledě na podobné alternativy. Jedním ze základních projevů zákaznické loajality jsou například opakované nákupy u konkrétního poskytovatele, opakované návštěvy destinace, snížená citlivost na ceny, větší tolerance k nedokonalostem služeb a šíření pozitivních referencí. Dalším klíčovým faktorem je důvěra. Pravděpodobnost udržení ho jako zákazníka výrazně roste v případě, že se zákazníkovi podaří vybudovat pocit důvěry a pevný vztah přinášející přidanou hodnotu v podobě úspor, jistoty kvality služeb, bezpečnosti

a pohodlí. (Bennett & Rundle-Thiele, 2004; Foret, 2000; Červová, 2013; Gúčík a spol., 2016)

Nenadál (2004) říká, že aby byla udržena loajalita zákazníků, je důležité sledovat, měřit spokojenost a aktivně monitorovat jejich loajalitu. Jednou z metrik, která patří do loajality zákazníka, je Net Promoter Score (NPS). Slouží k měření úrovně loajality zákazníků vůči určité společnosti, produktu nebo službě. Zaměřuje se na to, zda jsou zákazníci ochotni doporučit svým známým danou společnost či produkt. Typickou otázkou je „*Jaká je pravděpodobnost, že doporučíte návštěvu Šumavy svým přátelům a známým?*“. Hodnotí se na stupnici 0–10, kdy 0 znamená nulová nebo žádná pravděpodobnost doporučení a 10 znamená vysoká pravděpodobnost doporučení. Vyšší hodnota NPS naznačuje vyšší úroveň spokojenosti a loajality zákazníků, nižší hodnota může naznačovat nedostatky a problémy nutné k vyřešení. (Půlpánová & Simová, 2012; NICE Systems, Inc., 2021; Pavlíčková, 2022; Hotjar Ltd., 2023; B-inside, 2024)

Výsledná hodnota NPS lze vypočítat za použití vzorce:

$$NPS = \frac{(\text{počet Promotérů} - \text{počet Kritiků})}{\text{celkový počet odpovědí}}$$

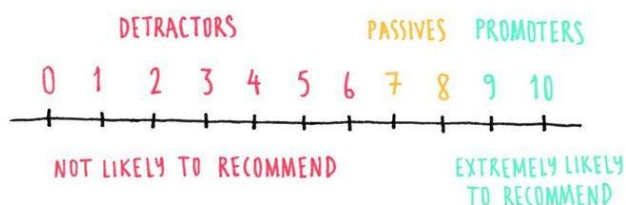
Zdroj: Jiránek, 2020

Nebo

$$NPS = \% \text{ Promotérů} - \% \text{ Kritiků}$$

Zdroj: Hotjar Ltd., 2023

Obrázek 4 – Net Promoter Score



Zdroj: Hotjar Ltd., 2023

Nejnadšenějšími a nejvěrnějšími zákazníky společnosti jsou **Promotéři**, kteří udělují skóre 9 a 10. Tito lidé realizují opakované nákupy a fungují jako ambasadoři značky, což vede ke zvýšení povědomí o značce a zvyšují pravděpodobnost doporučení produktů a služeb. **Pasivní** (hodnocení 7 a 8) značku aktivně nedoporučují, ale také ji

pravděpodobně nepoškodí. Pasivní se nezahrnují do výpočtu NPS. Nicméně mají blízko k tomu, aby byli propagátory. **Kritici**, lidé s hodnocením 0–6, pravděpodobně nebudou doporučovat značku či produkt. Svým hodnocením mohou odradit potenciální zákazníky od nákupu nebo využití služby. (Jiránek, 2020)

Existují další přístupy zabývající zákaznickou spokojeností, jako jsou například Model důležitost-spokojenost (angl. Importance-Satisfaction Model) nebo Index spokojenosti zákazníků (angl. Customer Satisfaction Index – CSI). (Vildová a kol., 2015)

1.8 Destinace cestovního ruchu

Ryglová, Burian & Vajčnerová (2011, str. 43) ve své publikaci uvádějí definici destinace cestovního ruchu podle UNWTO ve znění „*místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízením a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu zvolil pro návštěvu*“. Kiraľová (2003, str. 15) stejnou definici destinace cituje jako: „*místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh*“.

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) vysvětluje pojem Destinace (hlavní cíl cesty) jako „*Hlavní cíl turistického výletu je definován jako navštívené místo, které je zásadní pro rozhodnutí podniknout výlet*“. Tato definice je dále upřesněna tak, že hlavní cíl turistického výletu je definován jako navštívené místo, které je zásadní pro rozhodnutí podniknout výlet. V případě, že návštěvník nemůže identifikovat takové místo, může destinaci (hlavní cíl) definovat jako místo, kde návštěvník strávil nejvíce času během své cesty. (UNWTO, 2023)

„*Lidé vnímají destinaci jako celek. Vnímají krajinu, prostředí, nabízené služby a jejich kvalitu, kulturní, sportovní, rekreační možnosti, bezpečnost, čistotu, vstřícnost místních obyvatel a jazykovou vybavenost lidí, se kterými se během pobytu setkávají. Návštěvník i turista přijíždějí do destinace jen tehdy, když jim tato má co nabídnout. Proto každá destinace cestovního ruchu by si měla položit otázku: Co je u nás jedinečného, proč by turisté měli přijet právě k nám?*“ (Jakubíková, 2012, str. 38)

Jednoduše řečeno, destinací je místo či geografický prostor, které si cestující osoba vybírá jako cíl. (Holešinská, 2012, str. 43; Cambridge University Press & Assessment, 2024b)

Destinace jsou jednotky, které plní řadu funkcí, jako plánovací, marketingová, nabídková a funkce zastoupení jednotlivých zájmových skupin. Buhalis (2000) vysvětluje destinaci jako místa, do kterých cestují lidé a rozhodují se zde zůstat po jimi určený časový úsek. Cílem je dostatečně poznat charakteristiky daného místa a jeho rysy. Cílovou destinací se považuje místo, kde se nachází kombinace služeb, produktů a zkušeností. (Palatková, 2011)

Dále Buhalis (2000), Ryglová (2009) a Kirařová & Straka (2013) popisují šest charakteristik pro přitažlivost destinace cestovního ruchu, které se v literatuře také uvádějí jak „šest A“. První charakteristikou jsou **Attractions**, což je primární nabídka místa vytvořena přírodním a kulturně-historickým potenciálem a má za úkol vyvolat návštěvnost. Druhou je **Accessibility a Ancillary services**, všeobecná infrastruktura, zahrnující veškerý pohyb v destinaci. Do této skupiny se také řadí služby vykonávané místními rezidenty, např. služby poštovní, telekomunikační či zdravotnické a bankovní. **Amenities** neboli suprastruktura a infrastruktura umožňující pobyt v destinaci. Jde o sekundární nabídku tvořenou ubytovacími, stravovacími a sportovně-rekreačními zařízeními. Čtvrtou charakteristikou je **Available packages**, což jsou připravené produktové balíčky, a poslední charakteristikou destinace cestovního ruchu **Activities**, veškeré dostupné a typické činnosti určené pro návštěvníky. Je ovšem nutné dodat, že atraktivita destinace není permanentní, je potřeba ji v průběhu času udržovat. Je žádoucí, aby byly všechny její prvky v co největší shodě. (Holešinská, 2012, str. 11; Cafourková, 2021)

Existuje mnoho typů destinací, nejzákladnější klasifikace zařazuje destinace venkovské, sahající od typického venkova až po národní parky včetně jezer a hor, dále městské s kulturními atrakcemi a pobřežní. Hlavními rysy destinace je turistická infrastruktura a dopravní síť, široké možnosti atrakcí a turistických cílů pro návštěvníky nebo geografická poloha. (Fletcher a kol., 2018)

Nabídka destinace cestovního ruchu

Nabídka destinace cestovního ruchu se dá rozčlenit na primární a sekundární nabídku cestovního ruchu. Do **primární nabídky** patří atraktivity uspokojující motivy účasti na cestovním ruchu, jež je přírodní potenciál zahrnující geomorfologický, hydrologický, klimatický potenciál, přírodní památky; kulturně-historický potenciál, do kterého patří architektonické památky jako jsou hrady, zámky, zříceniny, technické, církevní, ostatní

památky; kulturní zařízení – muzea, galerie; poslední jsou kulturně-společenské akce. **Sekundární nabídka** uspokojuje potřeby návštěvníků a obsahuje základní a doplňkovou infrastrukturu cestovního ruchu a všeobecnou infrastrukturu. Sekundární nabídka vychází z primární nabídky, uspokojuje sekundární potřeby návštěvníků a bere v potaz image dané destinace. (Palatková, 2007; Hesková a kol., 2011, Cafourková, 2021)

1.9 Profil návštěvníka

V případě, kdy jsou zjištěny vhodné tržní segmenty, je v hodným krokem vytvoření jejich jednotlivých profilů, aby mohly být lépe chápány potřeby a posouzeny podnikatelské záměry firem. Profil segmentu je tedy „*popis „typického“ zákazníka segmentu*“. Profily jednotlivých segmentů je možné vytvořit na základě demografických a geografických údajů, podle životního stylu zákazníka (návštěvníka) nebo např. podle frekvence nákupu. (Jakubíková, 2012, str. 161)

Je možné rozlišit dva profily návštěvníka, a to domácího návštěvníka a zahraničního návštěvníka. Ze statistik domácího cestovního ruchu vychází profil domácího návštěvníka, zatímco profil zahraničního návštěvníka je možné stanovit na základě mezinárodního příjezdového cestovního ruchu. Oba výše uvedené profily se sestavují na základě několika kritérií, kterými je délka uskutečněných cest nebo výletů mimo trvalé bydliště, výdaje na cestovní ruch, hlavní účel cesty, způsob organizace pobytu, zvolený dopravní prostředek, typ ubytovacího zařízení, navštívené oblasti a místa, pohlaví a věk, preferovaná sezóna a země původu, týká se zahraničních návštěvníků. (Vystoupil, 2006; Vystoupil a kol., 2006, str. 108 – 111; Ivanovic, 2008; Dane, 2024)

2 Vymezení oblasti – Šumava

V této kapitole bude představena sledovaná oblast, která bude stručně popsána včetně národního parku a chráněné krajinné oblasti.

Celá oblast Šumavy, označována také jako „zelená střecha Evropy“, se rozkládá na území tří zemí, a to České republiky, Německa a Rakouska. Na území se nachází Národní park Šumava a společně s Národním parkem Bavorský les vytvářejí největší plošně chráněné území ve Střední Evropě. Pohoří Šumavy dosahuje délky 110 km, šířky téměř 25 km, šířky až 35 km včetně Šumavského podhůří a jeho plošná výměra je 1 671 km². (Moravec, 2013; ŠumavaNet.CZ, 2023p)

Nejvyšším vrcholem české strany Šumavy je hraniční vrchol Plechý se svojí výškou 1 378 m. n. m.), který je současně nejvyšším vrcholem rakouské Šumavy. Také německá strana Bayerischer Wald má nejvyšší vrchol, který je zároveň nejvyšším vrcholem celé Šumavy, tím je Velký Javor s výškou 1 456 m. n. m. (Anděla a kol., 2003; ŠumavaNet.CZ, 2023p)

Nabízí velmi širokou nabídku kulturních, ale především přírodních úkazů. Šumava je hojně navštěvovaná právě kvůli své jedinečné přírodě, ve které si každý najde to své. Turisté zde najdou širokou síť značených turistických cest, které jsou vhodné pro všechny věkové skupiny lidí. Pro cyklisty jsou zde stovky kilometrů stezek (asfaltových nebo zpevněných). Šumava je také populární mezi vodáky, kdy je možné splouvat řeky Vydru, Otavu nebo Vltavu. Šumava dále nabízí pro návštěvníky zaniklé vesnice, hrady, lanové parky, muzea a lyžařské areály. (Kupková & Chromý, 2022; CzechTourism, 2023k; Národní park Šumava, 2023f; ŠumavaNet.CZ, 2023o)

V roce 1963 byla vyhlášena Chráněná krajinná oblast Šumava o rozloze 99 624 ha, která se nachází na území Jihočeského (okres Český Krumlov) a Plzeňského kraje (okres Klatovy). Roku 1991 bylo území prohlášeno za národní park o rozloze 69 030 ha. Šumava je také součástí Biosférické rezervace UNESCO od roku 1990. (Hanusová & Barešová, 2010; MZV ČR, 2013; cklub s.r.o., 2023; ŠumavaNet.CZ, 2023p)

Obrázek 5 – Šumava

Rozdělení území NP a CHKO Šumava dle výkonu státní správy



Zdroj: Národní park Šumava, 2023e,n

Na obrázku 5 je možné vidět zelenou barvou s fialovým ohraničením oblast Národního parku Šumava. Dále tři území správy CHKO Šumava, oranžová, růžová a žlutá barva, ohraničené červenou.

2.1 We Love Šumava

K rozvoji Šumavy přispívají různé organizace a zájmové spolky, například Národní park Šumava, Český svaz ochránců přírody nebo We Love Šumava, jehož majitelé projektu výrazně přispěli k distribuci odkazu na online dotazník. (ČSOP Šumava, 2024)

Představení

Projekt We Love Šumava vznikl na sociálních sítích v rámci propagace Šumavy.

Obrázek 6 – Logo We Love Šumava



Zdroj: We Love Šumava, 2023a

V současné době funguje pod ochrannou známkou We Love Šumava z.s. Hlavním představitelem projektu a zároveň jedním z majitelů je pan Richard Brož, který za projekt formálně vystupuje a tvoří obsah na sociální sítě. Instagramový profil si zamilovali lidé, kteří Šumavu navštěvují pravidelně, ale také lidé, které se například na Šumavu chytají nebo doposud neměli možnost oblast navštívit. Projekt poukazuje na krásy Šumavy, ale také na problémy, se kterými se oblast potýká. (WordPress, 2023a)

Aktivity

Pan Brož je tvůrcem projektu „Tričko s příběhem“, který pomáhá s obnovou lesů v podobě sázení listnatých stromů (konkrétně dubů) na Šumavě. Tričko s příběhem je jaká si vstupenka na sázení stromků na předem vyhrazeném místě od Lesů ČR. Každý podzim je otevřen e-shop s možností zakoupení si trička nebo mikiny s originálním designem, který je tvořen společně s lokálními designery. U místa sázení je vždy umístěna informační tabule se jmény všech lidí (patronů), kteří si produkty zakoupili a přispěli k vysazení nového lesa. Cílem akce je seznámení lidí s přírodou, předat informace o sázení stromů, které si návštěvníci následně vyzkouší v praxi. (WordPress, 2023f)

Ve dnech od 15. 10. do 25. 10. 2023 proběhla možnost za zakoupit tričko, mikinu nebo bodyčko pro děti z limitované edice. Akce se konala ve dnech 4. – 5. 5. 2024 a pokaždé přiláká velké množství lidí, kteří sázení spojí s různými výlety po Šumavě. Sama autorka práce se zúčastnila již třetího sázení v řadě. Během této akce se též návštěvníci mají možnost seznámit se správným chováním v přírodě. Pro děti jsou připraveny tematické hry a úkoly.

Dalším velmi úspěšným projektem jsou „Otevřené dveře“ na Pancíři, které se staly ikonou a jsou denně navštěvovány velkým počtem návštěvníků². Nejen, že je ze dveří nádherný výhled do hamerského údolí, na vodní nádrž Nýrsko a vrchol Ostrý, ale tyto dveře zároveň pomáhají přes sociální sítě. Každý hashtag #otevrenedvere znamená obnos peněz, který je majiteli projektu WLŠ následně znásoben a věnován na dobrou věc, například jako finanční dar nemocnici, seniorům nebo handicapovaným osobám. Nejnovějším projektem je „Osvěžovna na prameni Řezné“, kde si návštěvník může doslova vylovit limonádu nebo pivo ve skle, které je vyráběno v Sušici. Od roku 2021 podporuje projekt WLŠ firma Samsung CZ, který věnuje telefony nejvyšší kvality pro tvorbu kvalitního obsahu, a klatovský Autocentrum Šmucler, který zapůjčil elektrické auto Škoda Enyaq pro snadnou, rychlou a šetrnou přepravu po Šumavě. Projekt WLŠ si získal podporu například zpěváka Marka Ztraceného, moderátorského páru Zorka a Míra Hejdovi, herce Lukáše Hejlíka, sportovkyně Barbory Strýcové nebo šumavské legendy Emila Kintzla. (Brož, 2017; Šoberová & Poláková, 2019; Šoberová, 2022; Meta, 2023d,j; WordPress, 2023b,c,d; Bílá, 2024)

Projekt začal velmi spontánně a sám zakladatel Richard Brož říká: *„Vzniklo to celé úplně spontánně. Asi před osmi lety jsem si nechal vyšít slogan We Love Šumava s hashtagem na mikinu a začal jsem tak označovat své fotografie na Instagramu pro snazší vyhledávání. A najednou stejným způsobem označovali fotky i další lidé.“*. Postupně se na sociálních sítích přidávali další lidé. Sám pan Brož uvádí, že *„komunita funguje částečně jako infocentrum. Lidem poradí, jak to na různých místech Šumavy aktuálně vypadá, kam se vydat i kde se dá dobře najíst“*. Filip Brož v rozhovoru z roku 2019 uvedl *„Lidé se nás ptají, kam vyrazit na výlet a podobně. Občas je to hodně náročné, když se zeptá 200 lidí za víkend, ale snažíme se odepisovat na všechny komentáře. Chceme být aktivní, protože čím víc nás bude, tím víc můžeme Šumavě pomoci.“* (Šoberová & Poláková, 2019; Šoberová, 2022)

2.2 Národní park Šumava

„Posláním Národního parku Šumava je chránit a uchovat jedinečné a lidskou činností málo dotčené přírodní území, zajistit jeho další nerušený vývoj a přispět jeho výzkumem k obecnému poznání vývoje přírody.“ (WEBHOUSE, 2023)

² Dveře jsou přes zimní sezónu uloženy do skladu. Důvodem je údržba sjezdovky a výjezd zimní techniky. Po zbytek roku jsou dveře pevně umístěny u budovy.

Národní park Šumava je díky své rozloze 69 030 ha největším národním parkem na území České republiky. Rozkládá se v nadmořské výšce od 600 do 1 378 metrů. Z více než 80 % NP je pokryto lesy, které jsou pod Správou NP a CHKO Šumava sídlící ve Vimperku. Nachází se zde 7 obcí: České Žleby, Horská Kvilda, Kvilda, Modrava, Prášíly, Srní a Stožec. Dále několik menších osad jako je Filipova Huť, Dobrá a Jelení. Avšak největší střediska turistického ruchu se nachází podél hranice parku, těmi jsou Kašperské Hory, Horní Planá, Prachatice, Vimperk, Volary, Železná Ruda a další. Často navštěvovanými místy NP Šumava je například Chalupská slat', Jezerní slat', Pramen Vltavy nebo Povydrří. (Borgis a.s., 2023; WEBHOUSE, 2023)

Ředitel Správy Národního parku Pavel Hubený, který říká o národním parku: „*Šumava je krásná, ale nebezpečná. Ten zážitek bude vždycky spojený s rizikem.*“. Dále „... *je to nádherné území, které vyžaduje respekt. Jít do toho lesa nebo krajiny s tím, že jsem tam host, že celý systém si žije sám pro sebe. Myslím, že většina lidí to dělá, ale někteří to nedělají, ti by se mohli změnit.*“. (Výborná, 2023)

2.3 Chráněná krajinná oblast Šumava

CHKO Šumava byla vyhlášena roku 1963, čímž bylo naplněno mnoholeté úsilí skupiny nadšenců. Vznikl tak přírodní celek chránící přírodu a biodiverzitu, který je plný přírodních útvarů jako jsou slatě, jezera, horské hřebeny, lesy či náhorní planiny. Území o rozloze 99 624 ha je tvořeno z 57,6 % lesy, zemědělská půda tvoří 27,4 %, sukcesní plochy 14,6 % a zastavěná plocha zabírá 0,6 % území. (Odbor školství kultury a cestovního ruchu, 2020)

Na území CHKO leží významné přírodní lokality vyžadující ochranu, ale zároveň jsou častým cílem návštěvníků Šumavy. Mezi taková místa patří národní přírodní rezervace Boubínský prales, který se nachází na Vimpersku, národní přírodní rezervace Bílá Strž, Černé a Čertovo jezero, přírodní rezervace Amáline údolí nebo Zhůrská pláň. Dále se zde nachází Královský Hvozd – pralesovité pozůstatky smíšených horských lesů, Blanice – největší evropská populace perlorodky říční a Poušť – mimořádná koncentrace mravenců *Formica polyctena*. Území CHKO je také domovem desítky ohrožených druhů živočichů a rostlin. V roce 2023 slaví CHKO Šumava 60 let. Oslavy jsou plánovány na rok 2024. (Odbor školství kultury a cestovního ruchu, 2020; Výborná, 2023)

3 Primární a sekundární nabídka turistické oblasti

V této kapitole bude popsána primární a sekundární nabídka. Do primární nabídky bude zařazen přírodní potenciál, kulturně-historický potenciál a kulturně-společenské akce konané v oblasti. Sekundární nabídka bude zahrnovat popis ubytovacích a stravovacích zařízení, dopravní infrastrukturu, turistická informační centra a sportovně-rekreační infrastruktury.

3.1 Primární nabídka turistické oblasti

Šumavu je možné považovat za přírodní poklad, který nabízí návštěvníkům bohatou paletu přírodních krás a aktivit. Je ideálním místem pro návštěvníky hledající odpočinek a relaxaci v náručí divočiny, stejně jako pro dobrodruhy toužící po objevování jedinečných ekosystémů. Šumava, jakožto oblast s bohatou historií a kulturním dědictvím, je též domovem mnoha kulturních památek.

3.1.1 Přírodní potenciál

Ledovcová jezera jsou typická pro Šumavu, proto jsou také hojně navštěvovaná. Byla vytvořena silou svahových ledovců, která způsobila zahloubení, vyklizení a zahrazení jezerních pánví. Obrovské ledovce po oteplení naplnily vytvořené jezerní pánve vodou, což vedlo ke vzniku 8 ledovcových jezer. V NP Šumava se nachází celkem 3 ledovcová jezera – Laka, Plešné a Prášílské. Na území CHKO Šumava je možné najít 2 jezera – Černé a Čertovo. Na německé straně Šumavy se nacházejí 3 jezera v chráněném území Naturpark a NP Bavorský les – Roklanské, Velké Javorské a Malé Javorské. (Haller a kol., 2017; Národní park Šumava, 2023b)

Jezero Laka je nejvýše položeným, ale zároveň nejmenším ledovcovým jezerem (2,8 ha) na území Šumavy. Jeho hloubka dosahuje maximálně 4 metrů. Naopak největším je Černé jezero (18,4 ha) a je také nejhlubším z ledovcových jezer. Maximální hloubka dosahuje 40 m. Nejznámější a turisty nejvíce navštěvované jsou Černé a Čertovo jezero, nacházejí se na Železnorudsku a patří do národní přírodní rezervace. (Haller a kol., 2017; Atlas Česka, s.r.o., 2023; Národní park Šumava, 2023b)

Slatě jsou nedílnou součástí šumavské přírody. Nachází se zde mnoho různých slatí, mokřadů, luhů a rašelinišť. Šumavská rašeliniště jsou rozsáhlá, velmi rozmanitá a mohou připomínat běžný podmáčený les. Vrstvy vodou nasycené rašeliny ovlivňují

teplotu okolí. Typickým příkladem je Jezerní slat' mezi Kvildou a Horskou Kvildou, kde bylo v zimě naměřeno rekordních -42 °C. Mezi šumavské slatě patří Kochánovské pláně, Modravské slatě, Kvildské slatě, Horskokvildské slatě a slatě na Vydřím potoce. Nejvíce turisticky navštěvovanými jsou Tříjezerní slat', Rokytská slat', Roklanská slat', Cikánské slatě, Jezerní slat', Pramen Vltavy a Chapulská slat'. (Haller a kol., 2017; CzechTourism, 2023c; ŠumavaNet.CZ, 2023j)

Národní přírodní rezervace mají za cíl chránit biologickou rozmanitost a zachovávat ekosystémy, které slouží jako domov mnoha ohroženým a vzácným druhům rostlin a živočichů. NPR Černé a Čertovo jezero je jednou z nevíce navštěvovaných rezervací na území Šumavy. Další rezervací na je NPR Bílá Strž, které dominuje vodopád Bílá Strž. Boubínský prales je národní přírodní rezervací v okrese Prachatice, Jihočeský kraj. (Cafourková, 2021; Národní park Šumava, 2023i)

Přírodní rezervace Prameniště je rozdělena do čtyř částí, a to Šmauzy, Nový Brunst, Prameniště Řezné a Zadní Pancíř. Přírodní rezervace Povydrří nabízí procházku podél řeky Vydry. Mezi zajímavosti rezervace patří také Vchynicko-Tetovský plavební kanál. (ArtFocus, 2023; CzechTourism, 2023p)

3.1.2 Kulturně-historický potenciál

Hrad Kašperk patří k nejnavštěvovanějším kulturním památkám na Šumavě. Jedná se o nejvýše položený královský hrad ze 14. století, který nabízí výhled do širokého okolí. V roce 2020 se na gotickém hradu konal „*Koncert pro čistou Šumavu #2*“, který organizoval Richard Brož z projektu We Love Šumava. Jedinečného koncertu Marka Ztraceného se mohli zúčastnit jen ti, kteří se zapojili do úklidu Šumavy. Druhým hojně navštěvovaným je také Státní hrad a zámek Velhartice, který se řadí mezi nejromantičtější šumavské objekty. Třetím z oblíbených hradů je Rabí, unikátní památka gotického stavitelství, též ze 14. století. (Brož, 2020; Cestujeme Šumavou, 2023a; Hrad Kašperk, 2023; PORTA, 2023a,b)

Technickou památkou je bezpochyby Vchynicko-Tetovský plavební kanál, který propojuje řeky Vydrů a Křemelnou. Významnou památkou je dále Schwarzenberský plavební kanál, největší a nejrozsáhlejší dochovaná technická památka na Šumavě. Kanál sloužil jako dopravní cesta pro šumavské dřevo. Dalšími technickými památkami jsou Čeňkova Pila (vodní elektrárna), Přehrada Lipno a Rozhledna Poledník, který

sloužil armádě. (Národní památkový ústav, 2015a,b; Čihař, 2018; CzechTourism, 2023i; Luční, 2023a; Národní park Šumava, 2023h; ŠumavaNet.CZ, 2023s)

Mezi **církevní památky** patří zejména řada kostelů nacházejících se na Šumavě. První kostely vznikly již ve středověku a dochovaly se do současnosti. Jiné církevní památky byly zničeny po válce. Po pádu železné opony započala obnova zničených kostelů a menších kapliček. Kostely na území NP Šumava: Kostel sv. Štěpána na Kvildě, Kostel sv. Bartoloměje v Rejštejně, Kostel sv. Vintíře v Dobré Vodě u Hartmanic, Kostel svatého Vintíře pod Březníkem (u Prášil), Kostel Nejsvatější Trojice na Srní, Kostel sv. Markéty v Kašperských Horách, Kostel sv. Mikuláše v Kašperských Horách, Kostel sv. Mořice u Annína, Kostel Panny Marie Pomocné z Hvězdy na Železné Rudě a Kaple sv. Kříže poblíž Nové Hůrky. (Luční, 2023b; ŠumavaNet.CZ, 2023b,c)

Hauswaldská kaple u Srní je v současné době poutním místem, které bylo zrenovováno roku 2006 díky iniciativě Občanského sdružení Karel Klostermann. Místo se stalo navštěvovaným turistickým cílem. Návštěvníci místa věří, že přitékající voda má léčivé účinky. Voda je přivedena z pramene a stéká na skleněný blok s otiskem dlaní člověka. (CzechTourism, 2023b)

Šumava disponuje velkým množstvím **rozhleden**, které přinášejí nádherné výhledy široko daleko, z některých jsou při dobrých podmínkách vidět vrcholy Alp. Rozhledna Poledník se nachází na stejnojmenném vrcholu ve výšce 1 315 m. n. m. Na Železnorudsku je možné najít několik krásných vrcholů, mezi které patří bezpochyby hojně navštěvovaný Pancíř v nadmořské výšce 1 214 m a rozhledna Špičák s výhledem na dvě ledovcová jezera a nedalekou Vodní nádrž Nýrsko. Nejnovější rozhlednou z roku 2004 je dřevěná rozhledna Boubín. V jižních Čechách se na území vojenského újezdu Boletice nachází rozhledna Knížecí stolec ve výšce 1 236 m. n. m. (NAVYLET.CZ, 2023c; Národní park Šumava, 2023g; PragueBest, 2023)

Mezi navštěvované **vrcholy** Šumavy patří Ostrý, Pancíř, Plechý nebo Luzný, na který je výhled z bývalé hájovny a myslivny Březník.

Symbolem Pancíře se staly Otevřené dveře, které jsou zajímavým fotopointem poskytující dechberoucí výhled do nýrského údolí, a jiné dominanty Železnorudska. Tyto dřevěné dveře jsou uklíženy na zimní sezónu, aby nedošlo k poškození během sněhové nadílky. Výrobce je spolek We Love Šumava z.s. Dveře jsou zároveň formou pomoci, kdy návštěvníci vyfotí fotku ve dveřích, přidají na sociální síť s hastagem

#otevrenedvere a na konci roku majitele projektu darují určitý obnos peněz na dobrou věc. (Brož, 2019a,b; CzechTourism, 2023ch; Meta, 2023)

Novinkou je Osvěžovna u pramene Řezné, která se stala okamžitým hitem Železnorudska. Nachází se na Železnorudsku pod vrcholem Pancíře. Celá „osvěžovna“ včetně přístřešku je vlastnoručně vyrobena a zasazena do prostředí. Zhotoviteli jsou opět majitelé projektu We Love Šumava. Návštěvníci si zde mohou doslova vylovit z dřevěné vany svojí malinovou nebo grepovou limonádu „Vylov Limo“ nebo pivo „Vylov Pivo“. Nápoje vyrábí sušický Pivovar U Švelchů a jsou pravidelně doplňovány. (Brož, 2023b; Loudová, 2023)

Ačkoliv se jedná o hory a hlavní roli hraje příroda, Šumava nabízí mnoho možností **muzeí**. Zejména se jedná o Muzea Šumavy nacházející se v Sušici, Kašperských Horách a Železné Rudě. Oblíbeným je také Muzeum historických motocyklů v Železné Rudě a Kašperských Horách. Přírodně zaměřené je Environmentální centrum Železná Ruda. Na Srní se nachází muzeum Vodní elektrárna Čeňkova Pila. (Muzeum Šumavy, 2011; Environmentální centrum Železná Ruda, 2018; Cestujeme Šumavou, 2023b; NAVYLET.CZ, 2023a)

3.1.3 Kulturně-společenské akce

V jednotlivých oblastech Šumavy je pořádáno mnoho akcí kulturního a společenského charakteru. Typickou událostí jsou Tradiční Železnorudské slavnosti, které se konají každoročně. Letošní byl termín slavností 4. – 5. 8. 2023 u centrálního parkoviště u Café Charlotte. Na slavnostech vystoupily hudební skupiny Kabát Revival Plzeň a X-Cover. Další na programu byla dražba triček fotbalových legend, tanečně akrobatické vystoupení, dílna pro děti, lezecká stěna nebo loutkové divadlo. (Brož, Smola, Najman, Frenzlová, & Brožová, 2023; Vlášková & Kytlicová, 2023)

Společenské a kulturní akce jsou zveřejňovány například na webových stránkách NP Šumava nebo webových stránkách měst a obcí. (Národní park Šumava, 2023m)

3.2 Sekundární nabídka turistické oblasti

Za sekundární nabídku turistické oblasti se zahrnuje ubytovací a stravovací zařízení, doprava, veřejná doprava, turistická informační centra a sportovně-rekreační infrastruktura. (Šauer, Vystoupil & Holešinská a kol., 2015)

3.2.1 Ubytovací zařízení

Plzeňský a Jihočeský kraj patří mezi velmi navštěvované kraje, z toho důvodu je oblast velmi dobře připravena na vyšší množství lidí, kteří hledají ubytování. Nejčastěji se v oblasti nacházejí apartmány, penziony, kempy, ale také hotely.

V tabulkách je vidět postupný růst ubytovacích zařízení, počtu pokojů a počtu lůžek od roku 2019 do roku 2021. Pokles v roce 2022 může být dopadem pandemie COVID-19, kdy byl nařízen lockdown a ubytovací zařízení měla omezený či zcela přerušovaný provoz.

Tabulka 1 – Hromadná ubytovací zařízení za roky 2019–2023, Plzeňský kraj

Plzeňský kraj	Zařízení		Pokoje		Lůžka		Místa pro stany a karavany	
	Počet	Rozdíl	Počet	Rozdíl	Počet	Rozdíl	Počet	Rozdíl
2019	528		10 579		28 486		4 856	
2020	592	64	11 390	811	30 828	2 342	4 841	-15
2021	613	21	11 677	287	31 648	820	4 961	120
2022	585	-28	11 228	-449	30 727	-921	5 031	70
2023	564	-21	10 895	-333	29 469	-1 258	4 312	-719

Zdroj: Vlastní zpracování podle ČSÚ, 2024a

Ve výše uvedené tabulce je možné vidět počet ubytovacích zařízení za roky 2019–2022. V roce 2022 je vidět pokles v počtu ubytovacích zařízení oproti roku 2021. Ovšem vzrostl počet míst pro stany a karavany. Ke snížení došlo v roce 2023, kdy pokles počet zařízení a počet lůžek se snížil o 1 258 míst oproti předchozímu roku.

Tabulka 2 – Hromadná ubytovací zařízení za roky 2019–2023, Jihočeský kraj

Jihočeský kraj	Zařízení		Pokoje		Lůžka		Místa pro stany a karavany	
	Počet	Rozdíl	Počet	Rozdíl	Počet	Rozdíl	Počet	Rozdíl
2019	1 181		20 160		58 345		13 876	
2020	1 320	139	21 741	1 581	62 533	4 188	13 425	-451
2021	1 368	48	22 358	617	64 733	2 200	14 327	902
2022	1 311	-57	21 671	-687	62 383	-2 350	13 839	-488
2023	1 272	-39	21 014	-657	60 952	-1 431	13 427	-412

Zdroj: Vlastní zpracování podle ČSÚ, 2024b

Data z tabulky 1 a 2 jsou celková data pro jednotlivé kraje. Zejména v Jihočeském kraji dochází ke zkreslení dat, jelikož je brán v úvahu celý kraj, nikoliv jen jihočeská část Šumavy. Jihočeský kraj je oblíbenou destinací, kterou každoročně navštěvuje hojný počet návštěvníků. Jednou z nejvíce oblíbených oblastí je Turistická oblast Třeboňsko. Rok 2023 přinesl snížení ve všech oblastech, největší pokles byl zaznamenán na počtu lůžek oproti roku 2022. Jde o pokles o 1 431 lůžek. (CzechTourism, 2023m; Informační Systém Cestovního Ruchu Jihočeského kraje, 2023)

Tabulka 3 – Hromadná ubytovací zařízení za rok 2022, okresy

Okres 2022*	Počet zařízení	Pokoje	Lůžka	Místa pro stany a karavany
Klatovy	282	3 958	11 132	2 268
Prachatice	215	2 597	7 854	1 658
Český Krumlov	347	5 214	15 845	4 343

* data za rok 2023 nejsou dostupná k 8. 4. 2024

Zdroj: Vlastní zpracování podle ČSÚ, 2023a,b,c

Pro přesnější zhodnocení HUZ v oblasti Šumavy byla vzata data pouze za jednotlivé kraje, do kterých Šumava zasahuje, tj. okres Klatovy v Plzeňském kraji, okresy Prachatice a Český Krumlov v Jihočeském kraji.

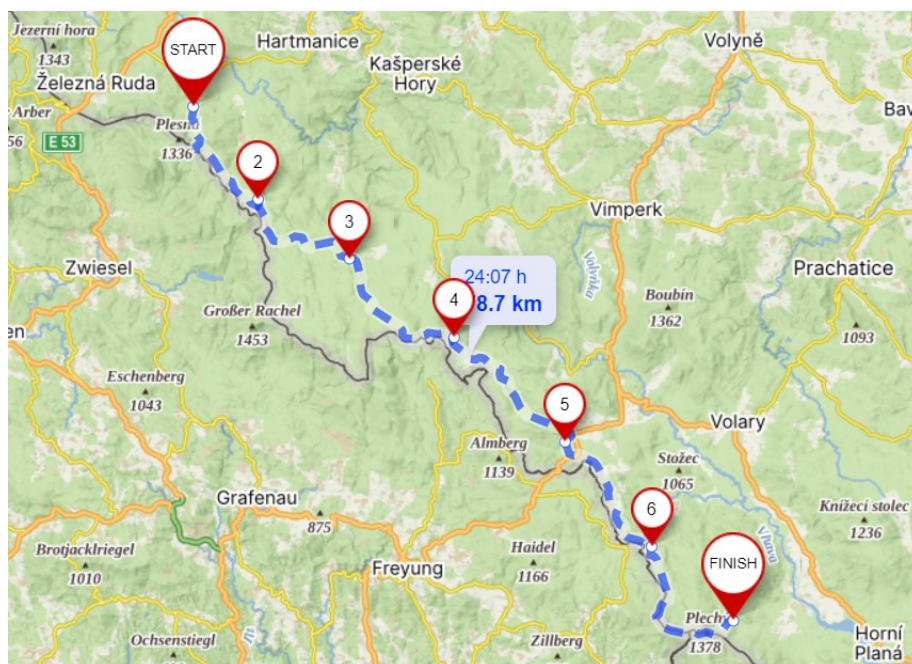
V okrese Český Krumlov nabízí nejvyšší počet ubytovacích zařízení Horní Planá, nicméně nejvyšší počet pokojů a lůžek je v Lipně nad Vltavou. V okrese Klatovy je nejvíce možností ubytování v Železné Rudě, celkem 77 ubytovacích zařízení, což je zároveň nejvíce za všechny tři okresy. Dále jsou nejvyšší počty HUZ v turisticky navštěvovaných lokalitách jako jsou Kašperské Hory, Modrava, Srní a Sušice³. V okrese Prachatice jsou počty HUZ vyrovnané. Podrobnější tabulku HUZ je možné najít v Příloze A.

Nouzové nocoviště

Nouzové nocoviště je národním parkem ohraničený prostor, který se využívá pro legální přespání a má předem stanovené podmínky. Cílem nouzových nocovišť je poskytnout návštěvníkům bezpečné a dočasné místo v nouzi, aby bylo možné přečkat obtížnou situaci. Jelikož jde o nouzové nocoviště, je možné ho využít na jednu noc, nesmí se rozdělávat oheň, ani kouřit. Návštěvníci musejí udržovat klid a pořádek, tj. vzniklý odpad si odnést. Kapacita vyhrazeného prostoru je pro 5–10 stanů (10–20 osob). (Národní park Šumava, 2023d)

³ Sušice se nachází v Pošumaví, které není předmětem zkoumání, nicméně nabízí velké možnosti ubytování návštěvníkům Šumavy.

Obrázek 7 – Poloha nouzových nocovišť



Zdroj: Mapy.cz, 2023; Národní park Šumava, 2023d

Na celé Šumavě je celkem 7 možností nouzového přenocování, a to Hůrka u Prášil, Poledník, Modrava, Bučina, Strážný, Nové Údolí, Pod Plešným jezerem. (Národní park Šumava, 2023d)

3.2.2 Stravovací zařízení

Gastronomie je na Šumavě považována za velmi bohatou a každý návštěvník si zde přijde na své. Najdou se zde tradiční místní pokrmy či nápoje, ale oblast také nabízí škálu gastronomických zážitků. V Plzeňském kraji jsou nejoblíbenějšími místy ke stravování Restaurace & Penzion Avalanche Špičák, Minipivovar a hotel Belveder (Železná Ruda), Pension Böhmerwald (Železná Ruda), OREA Hotel Horizont (Železná Ruda – Špičák), Pivovar Lyer – Pivovar Modrava, Turnerova chata na Šumavě (Rejštejn), Hájenka na Knížecích pláních (Borová Lada), Kašperskohorský pivovar (Kašperské Hory), Stará Vápenka (Svinná na Šumavě), Hostinec u Michala v Prášilech, Chata Rovina (Dobrá Voda) nebo netradiční Foodtruck MDK (Annín) a GRILLMAX na Špičáku. (Brož, 2021; Brož, 2022a,b; Brož, 2023a; CzechTourism, 2023l; GRILLMAX, 2023; Meta, 2023i; Pension Böhmerwald, 2023; Penzion Stará Vápenka | Ekofarma Svinná, 2023; solidpixels, 2023; WordPress, 2023e)

Oblíbené jsou mezi návštěvníky také cukrárny a kavárny: Café Charlotte v Železné Rudě, Cafe & Pizza Sněhurka v Železné Rudě, Pekárna na Kvildě, Café Na Soutoku v Modravě, Cukrárna Povidloň (Lipno nad Vltavou), Cafe Mráz (Vimperk) nebo Kynutá buchta (Horní Planá). Prvotřídní zmrzlinu a sorbety připravené s láskou mohou návštěvníci ochutnat v Gelateria Strážný. (Brož, 2021; Kynutá buchta, 2020; Brož, 2022b,c; Meta, 2023f,g)

3.2.3 Dopravní infrastruktura

Dopravní spojení

Přístup na Šumavu je možný z několika směrů. Všechny cesty jsou silnice I. a II. třídy. Po Šumavě (v Národním parku) vedou místní komunikace, které spojují obce. (Ředitelství silnic a dálnic ČR, 2023)

Návštěvníci z Hlavního města Prahy, Středočeského, Ústeckého, Libereckého Královéhradeckého kraje přijíždějí po dálnici D5 Praha-Plzeň a pokračují po silnici I. třídy do Klatov, směr Železná Ruda a dále do středu Šumavy. Lidé přijíždějící z Vysočiny a Pardubického kraje mají nejjednodušší cestu přes Tábor, dále směr České Budějovice. Návštěvníci z Olomouckého, Moravskoslezského, Jihomoravského a Zlínského kraje mají možnost jet do Brna, po dálnici D1 do Jihlavy, dále směr Tábor a České Budějovice. Z Českých Budějovic je možné jet směr Český Krumlov nebo směr Vimperk. (Ředitelství silnic a dálnic ČR, 2023)

Vlakové spojení

Vlakové spojení z Prahy hl.n. do Železná Ruda-Alžbětín je možné ve dvou variantách. První je přímé vlakové spojení rychlíkem linky R16 Berounka. Druhé vlakové spojení je rychlíkem R16 Berounka Praha hl.n. – Klatovy a následně osobním vlakem linky P24 Klatovy – Železná Ruda-Alžbětín. (České dráhy, a.s., 2016a,b)

Vlakové spojení do Vimperka je cesta na 4 hodiny s minimálně dvěma přestupy. Praha hl.n. – Plzeň hl.n. (rychlík R16 Berounka); Plzeň hl.n. – Strakonice (rychlík R11 Rožmberk) a Strakonice-Vimperk (osobní vlak S8). (České dráhy, a.s., 2016c; Google Maps, 2023)

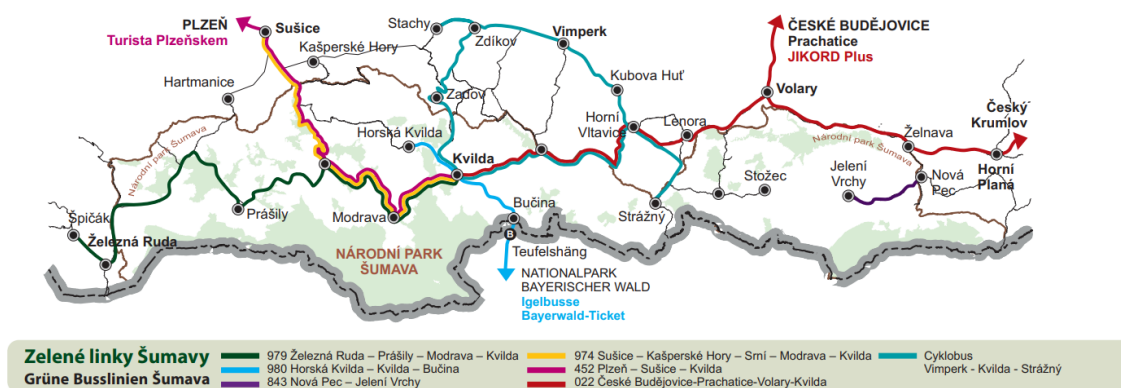
Do Českých Budějovic se návštěvník dostane přímým vlakovým spojením z Prahy – rychlík R17, R26 nebo EuroCity/Intercity vlakem Jižní expres (linka Ex7). (České dráhy, a.s., 2016d; Google Maps, 2023)

Zelené linky Šumavy

Zelené linky Šumavy je název pro projekt letní ekologické dopravy na území Národního parku Šumava. Jde o autobusy s nápravou na kola. Nově je od 11. 6. 2023 možné vzájemné propojení neboli uznávání jízdenek mezi veřejnými dopravními systémy v Čechách (Plzeňský a Jihočeský kraj) a v Německu – zde platí na všech autobusových a vlakových linkách na území Freyung – Grafenau, Regen a Cham. V nabídce je zakoupení jízdenky Turista Plzeňskem a Bavorskem, je platná 24 hodin a lze ji využít v pracovních dnech i o víkendu. Cena za jednotlivce je 240 Kč, cena za skupinu je 360 Kč. Skupina zahrnuje až 2 dospělé a 3 děti do 15 let nebo až 5 dětí do 15 let. (POVED s.r.o, 2022, CzechTourism, 2023o; Národní park Šumava, 2023p)

Jak je z níže uvedeného obrázku dobře vidět, Zelené linky Šumavy mají bohatou síť autobusových tras, které projíždějí celou Šumavu.

Obrázek 8 – Zelené linky Šumavy



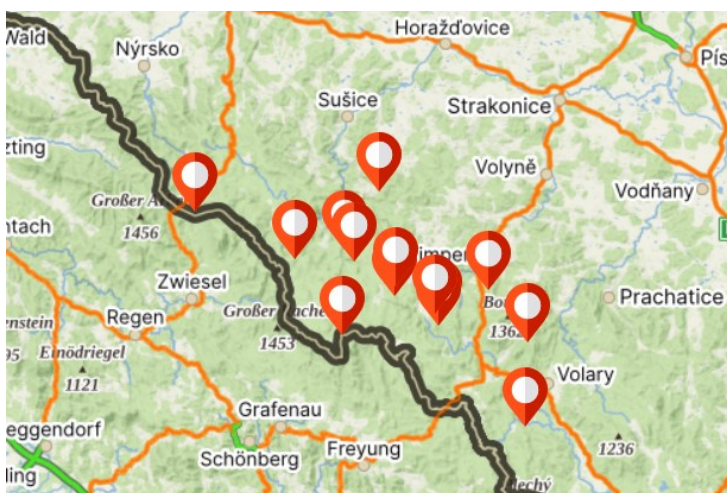
Zdroj: Národní park Šumava, 2023o

Z výzkumu vyplývá (obrázek 8), že mezi návštěvníky jsou nejvíce oblíbené „zelené autobusy“, tedy linka 979 Železná Ruda – Prášily – Modrava – Kviilda (a naopak). Trasa začíná v Železné Rudě, Špičáku a pokračuje přes autobusové zastávky Jezerka, Železná Ruda, Gerlova Huť, Nová Hůrka, Skelná, Prášily, Slunečná, Velký Bor, Mechov, Sml, Rokyta, Antýgl, Modrava, Filipova Huť až na Kviildu. Odjezd autobusu z první stanice je v 7:45 hod a do cílové stanice přijíždí v 9:20 hod, bez zpoždění. Autobusy se na trasách točí celý den, poslední autobus vyjíždí v 17:45 hod. (České dráhy, a.s., 2016e; Národní park Šumava, 2023; ŠumavaNet.CZ, 2023a)

3.2.4 Turistická informační centra

Šumava je plná návštěvnických center, kde se mohou návštěvníci dozvědět užitečné informace o historii, přírodě, rostlinách a živočiších. Do turistických informačních center (TIC) lidé přicházejí pro rady ohledně cest, poptávají mapy, prospekty a mohou si zde zakoupit oblíbené turistické známky nebo jiné suvenýry typické pro oblast. (Národní park Šumava, 2023c)

Obrázek 9 – Návštěvnická a Informační centra pod správou NPŠ



Zdroj: Národní park Šumava, 2023c

Pod správou Národního parku Šumava je možné navštívit návštěvnické centrum Kvilda a Srní a Informační střediska (zelená „íčka“) Kvilda, Stožec, Kašperské Hory, Alžbětín, Svinná Lada u Chalupské slati a Idina Pila. Mezi informační střediska též patří Hájenka Březník a Poledník. Informační střediska (IS) jsou v hlavní turistické sezóně otevřena denně od 8:30 – 10:00 hod do 16:00 – 17:00 hod, záleží na poloze IS. (Národní park Šumava, 2023; ŠumavaNet.CZ, 2023l)

Návštěvnická centra pod NPŠ se nacházejí na Kvildě a jde o výběhy jelena a rysa. Mezi nejvíce vyhledávané návštěvnické centrum patří moderní budova Návštěvnického centra Srní s výběhem vlka. Je zde možnost procházky po visuté 300 m dlouhé dřevěné lávce, která je 4-5 metrů nad zemí. Celou cestu po válce lemují informační tabule o životě a chování vlků. (CzechTourism, 2023h; Národní park Šumava, 2023c)

Dalšími zařízeními pod NPŠ jsou Soví voliéry Borová Lada, Rybí líheň Borová Lada a Stanice pro handicapovaná zvířata, což je stanice pro záchranu postižených divokých zvířat a ekologické výchově návštěvníků. (Národní park Šumava, 2023ch)

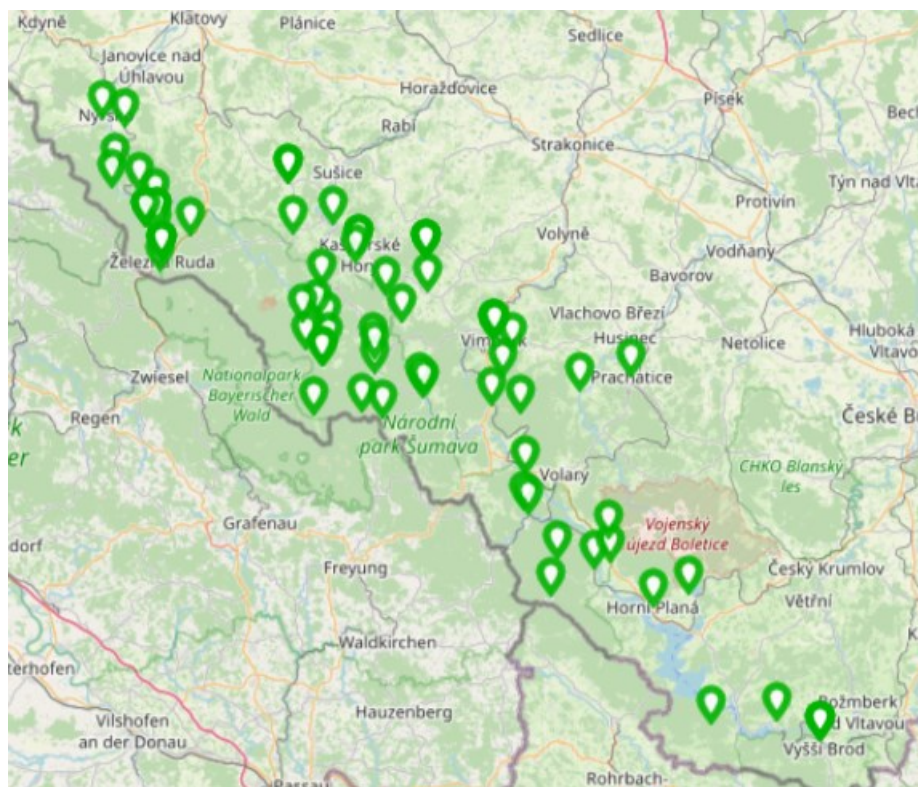
Při pohybu po šumavské přírodě jsou další možnosti získání informací, to pomocí samoobslužných panelů, informačních panelů na hlavních parkovištích (u obcí), výchozí orientační body na okraji obcí (např. Modrava, Kvilda) a dostupné informace u přírodních atraktivit – ledovcová jezera, prameny Vltavy, Březník, Roklanský potok. (Národní park Šumava, 2023f)

V oblasti jsou další turistická informační centra a návštěvnická centra, která nespádají pod správu NPŠ, zřizovatelem je obec. Všechny budovy se nacházejí uprostřed obcí poblíž centrálního parkoviště, kde se shlukuje velké množství návštěvníků, zejména v hlavní turistické sezóně. Jde o Infocentrum Modrava, Informační středisko obce Prášíly a Informační a turistické centrum Železná Ruda. (ŠumavaNet.CZ, 2023i,r)

3.2.5 Sportovně-rekreační infrastruktura

Oblast disponuje množstvím přírodních a kulturních památek, které jsou snadno přístupné díky turistickým trasám a cyklostezkách. Celkem je v regionu vytvořeno více než 70 naučných stezek pro návštěvníky, kde mají možnost se dozvědět užitečné informace na různá témata. (Cestujeme Šumavou, 2023c)

Obrázek 10 – Naučné stezky



Zdroj: Creative Commons 4.0 DEED, 2023

Na uvedeném obrázku 10 lze vidět všechny naučné stezky, které jsou označeny štítkem „pohoří Šumava“. Naučné stezky jsou především v oblasti Národního parku Šumava a CHKO Šumava, ale jsou také mimo sledované území. Největší koncentrace naučných stezek je na území centrální Šumavy, tj. v oblasti Borová Lada, Modrava a Srní. Další koncentrace naučných stezek je v Železné Rudě a okolí. (Kintzl, 2022)

Naučné stezky jsou zaměřené především na přírodu, historii, botaniku, lesnictví a zajímavosti. Informace jsou předávány formou informačních panelů (popř. informačních tabulí s kvízy) v českém a německém jazyce. Jsou určeny pro všechny věkové kategorie včetně rodin s dětmi. Zřizovatelem je ve většině případech Správa NP a CHKO Šumava a Lesy ČR, s. p. Podrobnější tabulku naučných stezek je možné najít v příloze B. (CzechTourism, 2023j, Lesy ČR, 2023; Vojenské lesy a statky ČR, s.p., 2023)

Šumava nabízí také možnosti sportovního vyžití. Přes letní sezónu se jedná o různé možnosti terénní cyklistiky – bikeparky (Bikepark Špičák) a pumptracky (Pumptrack Železná Ruda). Pumptrack je uzavřený, uměle vytvořený okruh pro jízdu na kole, který je tvořený vlnami a klopenými zatáčkami. Principem je kolo poháněné setrvačností a pohybem těla jezdce. Bikepark Špičák je špičkový bikepark s možností trailů různých obtížností, které mají přírodní charakter. Jedna z tras (Struggle – černá náročná trasa) pravidelně hostí špičkové závody evropského formátu. Všechny trasy jsou v délce od 1 100 m do 2 300 m s převýšením až 336 m. Přes zimní sezónu Šumava poskytuje široké možnosti zimních sportů, jako je jízda na lyžích, snowboardu a jízda na běžkách. (Michalec, n.d.a–c)

4 Metodika výzkumu

Metodika je rozdělena do několika různých částí zahrnující popis výzkumného problému a stanovení cíl práce. Dále jsou formulovány dvě výzkumné otázky, jedna specifická výzkumná otázka a čtyři hypotézy. Kapitola pokračuje vymezením základního souboru, výběrem vhodných metod dotazování, předvýzkum, popis organizace vlastního výzkumu, sestavení dotazníků potřebného pro sběr dat, časový plán celého výzkumu. Poslední dvě části zahrnují statistiky dotazníků (úspěšnost) a prezentaci dat.

4.1 Výzkumný problém

Existují profily návštěvníků Plzeňského kraje, ovšem samostatný profil návštěvníka Šumava není sestavený. Profil návštěvníka Šumavy byl zmíněn v bakalářské práci psané autorkou, kde hlavním tématem byla spokojenost a kvalita služeb. Přestože je Šumava každoročně cílem velkého počtu návštěvníků, není dostatečně objasněno, z jakého důvodu se jednotliví návštěvníci do této oblasti vypravují.

4.2 Cíl práce

Cílem diplomové práce je analyzovat profil návštěvníka Šumavy, posoudit spokojenost návštěvníků a sestavit návrh ke zvýšení spokojenosti v dané oblasti. Dílčím cílem je stanovit výzkumné otázky, určit hypotézy a zvolit vhodné metody pro získání dat k sestavení profilu návštěvníka Šumavy.

4.3 Výzkumné otázky

Ve své publikaci dělí Eger & Egerová (2022) a Mičík (2022) výzkumné otázky na obecné (centrální) a specifické. Obecné výzkumné otázky jsou co nejvíce obecné a pro získání jednoduché odpovědi, zatímco specifické výzkumné otázky jsou více podrobné a jsou navrženy za účelem získání přímé odpovědi.

Pro naplnění cílů diplomové práce byly stanoveny dvě výzkumné otázky:

- **VO1:** *Co je hlavním důvodem návštěvy Šumavy?*
- **VO2:** *Jaká se výše výdajů na osobu/den a má na její výši vliv věk návštěvníka Šumavy?*

- **VO3:** *Je míra loajality návštěvníků Šumavy, počítána pomocí Net Promoter Score, vyšší než 70 %?*

Jelikož se jedná o kvantitativní výzkum, je tedy nutné stanovení hypotéz.

4.4 Hypotézy

Hypotéza je obecný výrok nebo domněnka, která vychází z výzkumných otázek. Nulová hypotéza (H0) je považována za pravdivou, pokud neexistuje přesvědčivý důkaz o opaku. Alternativní hypotéza (HA) popírá nulovou hypotézu a je platná v případě, že je nulová hypotéza testem zamítnuta. (Svoboda a kol., 2019; Survio, 2020; Mičík, 2022; Peníze.cz, 2022)

Prvním krokem bylo stanovení hypotéz, které budou potvrzeny nebo naopak vyvráceny na základě získaných dat. Byly stanoveny následující hypotézy:

První hypotéza

H1: Hlavním důvodem pobytu na Šumavě je rekreace, volný čas a dovolená.

Druhá hypotéza

H2: Výše výdajů za osobu/den nezávisí na věku respondenta.

Třetí hypotéza

H3: Hodnota NPS je vyšší než 70 %.

Čtvrtá hypotéza

H4: Pravděpodobnost doporučení nezávisí na věku respondenta.

Výše uvedené hypotézy vyplývá z výsledků výzkumu v rámci projektu Technologické agentury České republiky. Výsledky dat byly autorkou zpracovávány v bakalářské práci, kde se zabývala částí Šumavy na území Plzeňského kraje. Během terénního výzkumu v roce 2019 měla možnost s respondenty osobně mluvit a rozebrat s nimi pobyty v oblasti, ale také se pobavit o problémech, které se na Šumavě objevují. (Cafourková, 2021)

4.5 Vymezení základního souboru

Záměrem výzkumu bylo získat odpovědi především od lidí, kteří Šumavu navštěvují, jejich výběr byl tedy záměrný. Autorka se domnívá, že právě tito lidé mají dostatečnou znalost turistických míst, tras a okolí pro to, aby byli schopni řádného hodnocení.

Výzkumný soubor bude zahrnovat jak osoby navštěvující Šumavu, tak osoby, které oblast navštívily poprvé. Dále bude výzkumný soubor obsahovat pouze odpovědi respondentů, kteří navštívili Šumavu v uplynulých třech měsících ode dne vyplnění⁴.

4.6 Výběr metod

Pro výzkum byl zvolen polostrukturovaný dotazník, který je kombinací uzavřených a otevřených otázek. Byla zvolena online cesta sbírání dat, jelikož každý respondent má individuální čas vyplňování. Výhodou a zároveň záměrem bylo, aby měl každý jednotlivec prostor k zamyšlení nad danou otázkou a měl dostatečný čas zpětně zhodnotit svůj pobyt včetně spokojenosti a nespokojenosti. Forma dotazování je ovšem časově náročná. (Foret, 2012; Eger & Egerová, 2022)

4.7 Předvýzkum

Předvýzkum probíhal online formou týden před spuštěním dotazníku, a to kladením otázek lidem, kteří po domluvě souhlasili se zkouškou dotazníku. V případě, že některý z 15 lidí nerozuměl otázce nebo některé z možných odpovědí, otázka byla následně upravena tak, aby byla srozumitelná pro všechny. Po ukončení fáze předvýzkumu byl dotazník spuštěn. (Survio, 2023a)

4.8 Organizace vlastního výzkumu

Anonymní dotazník byl tvořen na základě znalostí a zkušeností autorky, které nabrala během dotazníkového šetření v roce 2019. Inspirací pro otázky byl dotazník projektu TAČR DestinACE využitý při výzkumu v roce 2019. Některé otázky byly převzaty v přesném znění včetně rozložení odpovědí. Část kladených otázek byla upravena autorkou, aby respondenti lépe pochopili konkrétní otázku. Poslední část otázek byla

⁴ Respondent odpovídající v červenci – mohl navštívit Šumavu v měsících květen, červen, červenec. Respondent odpovídající v září – návštěva proběhla v měsících červenec, srpen, září.

autorkou nově přidána, aby bylo možné lépe a více do hloubky zjistit chování respondentů, kteří na Šumavu přijíždějí. (Cafourková, 2021)

4.9 Sestavení dotazníku

Pro tento výzkum bylo zvoleno dotazníkové šetření, které probíhalo online formou v programu Survio.com. První nástřel otázek byl zpracován již v březnu 2023, jednalo se pouze o papírovou formu dotazníku, která byla následně konzultována s vedoucím práce. Tvorba online verze dotazníku započala 1. 6. 2023. Finální verze byla schválena a samotný dotazník byl spuštěn dne 16. 7. 2023 pomocí sociálních sítí Facebook a Instagram. (Survio, 2023b)

Dotazník obsahoval celkem 46 otázek, nicméně nikdo z respondentů neměl dotazník v plném znění. Níže je uvedené rozdělení otázek:

- 23 otázek s jednou možnou odpovědí;
- 8 hodnotících otázek, jedna možná odpověď v řádku;
- 6 otevřených otázek;
- 5 otázek s maximálně šesti možnými odpověďmi;
- 2 otázky s libovolným počtem odpovědí;
- 1 otázka s maximálně třemi možnými odpověďmi;
- 1 škálová otázka. (Survio, 2023)

Otázky měly nastavené tzv. logiky, tj. provázanost otázek podle předchozí odpovědi. Například respondent nedostal otázky týkající se ubytování, pokud byl jeho výlet/pobyt na jeden den, tj. bez přenocování.

Dotazník byl rozdělen celkem do 10 sekcí, z toho úvodní strana, děkovací strana a 8 sekcí otázek. Struktura dotazníku byla následující.

Úvodní strana: Obsahovala název diplomové práce, oslovení, stručné přestavené autorky a cíl dotazníkového šetření, prosba o vyplnění, rozloučení a podpis autorky. Následně byl dotazník rozdělen do osmi přehledných sekcí:

- První sekce: Základní informace o respondentech formou demografických údajů. Tato sekce také obsahovala otázku zaměřenou na životní cíl respondenta, odpovědi byly sestaveny podle charakteristiky jednotlivých archetypů. Cílem této otázky bylo zjištění, jaký typ lidí přijíždí na Šumavu, jak se lidé chovají,

a poslouží ke stanovení profilů návštěvníků. Klíčovým „rozcestníkem“ byla otázka „Byl/a jste na Šumavě v uplynulých třech měsících?“. Pokud uvedl respondent odpověď Ano, dotazník dále pokračoval. Ovšem pokud byla zvolena odpověď Ne, systém odkázal respondenta na ukončení dotazníku.

- Druhá sekce: Četnost návštěv Šumavy a hlavní důvod návštěvy.
- Třetí sekce: Způsob organizace pobytu, velikost skupiny cestující s návštěvníkem a způsob získávání informací o pobytu.
- Čtvrtá sekce: Způsob dopravy na Šumavu a její hodnocení, způsob dopravy do turistického cíle včetně hodnocení turistických/cyklistických tras, hodnocení orientačního systému v místě.
- Pátá sekce: Počet strávených dní na Šumavě, otázky spojené s ubytováním (rezervace, typ ubytování, název ubytování, výdaje osoba/noc).
- Šestá sekce: Návštěva lokalit a turistických cílů včetně jejich hodnocení, hodnocení turistického informačního centra, Net Promoter Score (NPS) a tři otevřené otázky – spokojenost, nespokojenost, co návštěvníci v místě postrádají.
- Sedmá sekce: Hodnocení stravování, cenová úroveň na Šumavě a výdaje osoba/den.
- Osmá sekce: Druhá část informací o respondentech.

V závěru dotazníku byla strana s poděkováním za vyplnění dotazníku a za věnovaný čas. (Survio, 2023)

4.10 Sběr dat

Pro zajištění pravidelného a postupného nárůstu respondentů (záměrný výběr respondentů) byl sběr dat strukturován do několika fází:

- 25. 7. 2023: Autorčin osobní profil na Facebooku a Instagramu – odkaz na dotazník v online verzi;
- 31. 7. 2023: Informační centrum Prášíly, Informační centrum Modrava, Rodinný hotel Zach – odkaz na dotazník v papírové verzi, možnost opsání odkazu nebo přiložený QR kód;
- 7. 8. 2023 a 30. 8. 2023: Facebookový profil ITC Železná Ruda – odkaz na dotazník v online verzi (*);

- 30. – 31. 8. 2023: Instagramový profil We Love Šumava – odkaz na dotazník v online verzi (**). (Meta, 2023)

(*) Autorka práce navštívila Informační a turistické centrum Železná Ruda, kde se s vedoucím centra domluvila na pomoci s distribucí odkazu dotazníku přes facebookový profil „Informační turistické centrum a Environmentální centrum Železná Ruda“. Příspěvek s prosbou o vyplnění byl pracovníkem přidán na výše uvedený profil 7. 8. 2023. Obsahoval oslovení, popis diplomové práce, poděkování a rozloučení. Součástí byly také dva možné přístupy k online dotazníku, a to QR kód a klasický webový odkaz. ITC Železná Ruda tento příspěvek znovu sdílel 30. 8. 2023. Informační turistické centrum a Environmentální centrum Železná Ruda bylo vybráno z důvodu, že na svém facebookovém profilu má 2,8 tisíce sledujících uživatelů, byl tedy předpoklad, že dotazník osloví větší množství cílových respondentů. (Meta, 2023e; ŠumavaNet.CZ, 2023q)

(**) Avšak největší a zároveň prudký nárůst respondentů byl zaznamenán ve dnech 30. – 31. 8. 2023, kdy byl odkaz na dotazník přidán na Instagram stories profilu We Love Šumava (@welovesumava), kde byl odkaz přístupný po dobu 24 hodin. Majiteli projektu jsou rodáci z Železná Ruda, propagují a podporují Šumavu prostřednictvím sociálních sítí. Záměrem bylo tyto majitele oslovit s prosbou o přidání odkazu na dotazník na sociální sítě, jelikož instagramový profil měl k datu 31. 9. 2023 celkem 49,7 tisíc sledujících a na facebookovém profilu měli 54 tisíc sledujících. V současnosti mají na instagramovém profilu k datu 27. 3. 2024 celkem 53,5 tisíc sledujících uživatelů a facebookový profil 64 tisíc sledujících uživatelů. Stejně jako u ITC Železná Ruda byl předpoklad získání vysokého počtu odpovědí od respondentů. Více o projektu WLŠ je uvedeno v kapitole 2.1 Projekt We Love Šumava. (Meta, 2024b,c)

Cílem autorky bylo získat 500 odpovědí, přičemž bylo bráno v úvahu, že návratnost odpovědí nebude 100 %. Však díky vřelé pomoci zejména projektu We Love Šumava se podařilo získat o více jak polovinu odpovědí více. Bylo vyplněno celkem 1 313 dotazníků, přičemž požadovaná kritéria splnilo 1 110 dotazníků. Úspěšnost vyplnění je 70,6 %.

4.11 Časový plán

Dotazník byl spuštěn 16. 7. 2023 a ukončený 17. 9. 2023. Respondenti měli tedy možnost vyplnit své odpovědi do dotazníku po dobu 64 dní.

Tabulka 4 – Časový harmonogram

Aktivita	Měsíce																					
	březen	duben	květen	červen	červenec	srpen	září	říjen 2023 - duben 2024														
Plán výzkumu	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Příprava otázek		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Tvorba dotazníku					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Předvýzkum																						
Sběr dat										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Analýza dat																						

Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

Ihned po ukončení dotazování byla data zpracována a vyhodnocena.

4.12 Prezentace a interpretace výsledků

Po ukončení online dotazování byla data zpracována autorkou v Microsoft Excel do přehledných tabulek a grafů. Zahrnutá byla také data z hlavní turistické sezóny v roce 2019, které autorka nasbírala v rámci své bakalářské práce při terénním výzkumu na vybraných místech Šumavy (části v Plzeňském kraji). V závěru práce budou data obou výzkumů krátce porovnána, avšak srovnání není zcela vypovídající, jelikož se jednalo o dva různé způsoby získání dat (více rozepsané v kapitole 5.8 Komparace výsledků výzkumů za roky 2019 a 2023). Na základě tohoto porovnání bude také možné srovnat vytvořené profily návštěvníků.

5 Vyhodnocení výzkumu

Následující kapitola zahrnuje několik dílčích podkapitol, kterými jsou výsledky výzkumu, výpočet Net Promoter Score, spokojenost, nespokojenost, testování hypotéz shrnutí výsledků dotazníkového šetření a komparace dat zjištěných při vlastních výzkumech v letech 2019 a 2023.

5.1 Popis výběrového souboru

V níže uvedené souhrnné tabulce jsou stručně zobrazeny demografické údaje o respondentech, kteří ve sledovaném období navštívili Šumavu. Jednalo se o výzkum se záměrným výběrem respondentů.

Tabulka 5 – Struktura respondentů

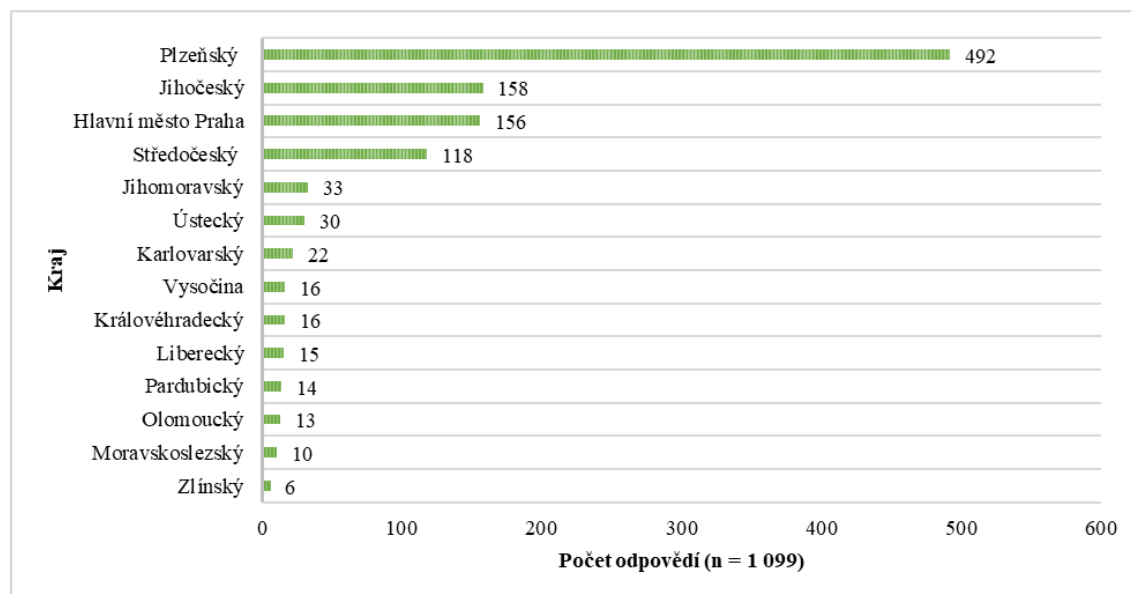
Odpovědi	Počet	Podíl na celkovém počtu
Pohlaví		
Žena	866	78,02%
Muž	241	21,71%
Nechci uvádět	3	0,27%
Věková skupina		
Do 18 let	39	3,51%
19–26 let	272	24,50%
27–40 let	521	46,94%
41–55 let	224	20,18%
56–65 let	42	3,78%
66 let a více	12	1,08%
Vzdělání		
Základní	40	3,60%
Středoškolské	546	49,19%
Vysokoškolské	524	47,21%
Společenský status		
Zaměstnanec	706	63,60%
OSVČ	101	9,10%
Student	160	14,41%
Důchodce	16	1,44%
Na mateřské/rodičovské	120	10,81%
Nezaměstnaný	7	0,63%

Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Téměř všichni oslovení respondenti jsou Češi. Jak je možné vidět v první části tabulky, na dotazník odpovědělo 866 žen (necelých 80 %). Z celkového počtu respondentů (n = 1 110) se rozhodli 3 lidé zvolit možnost „Nechci uvádět“ u otázky pohlaví. Při pohledu na věkové rozložení je možné vyčíst, že nejvíce oslovených respondentů bylo

ve věku 27–40 let. Téměř shodně byly početně zastoupené skupiny 19–26 let a 41–55 let. Vyrovnané výsledky jsou vidět také u nejvyššího dosaženého vzdělání. Lidé se základním vzděláním jsou ve většině případů lidé do 18 let, kteří nyní studují střední školy. Nejvíce respondentů (706, tj. 63,60 %) jsou zaměstnaní lidé, dále studenti a lidé na mateřské či rodičovské dovolené.

Obrázek 11 – Trvalý pobyt



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Celkem 1 100 respondentů trvale pobývá v České republice. Nejvíce lidí, kteří navštěvují Šumavu, pochází z Plzeňského kraje, což odpovídá 492 odpovědím (tj. 44,77 %). Mezi další často uváděné kraje patří Jihočeský kraj (158 odpovědí), Středočeský kraj (118 odpovědí) a hlavní město Praha (156 odpovědí).

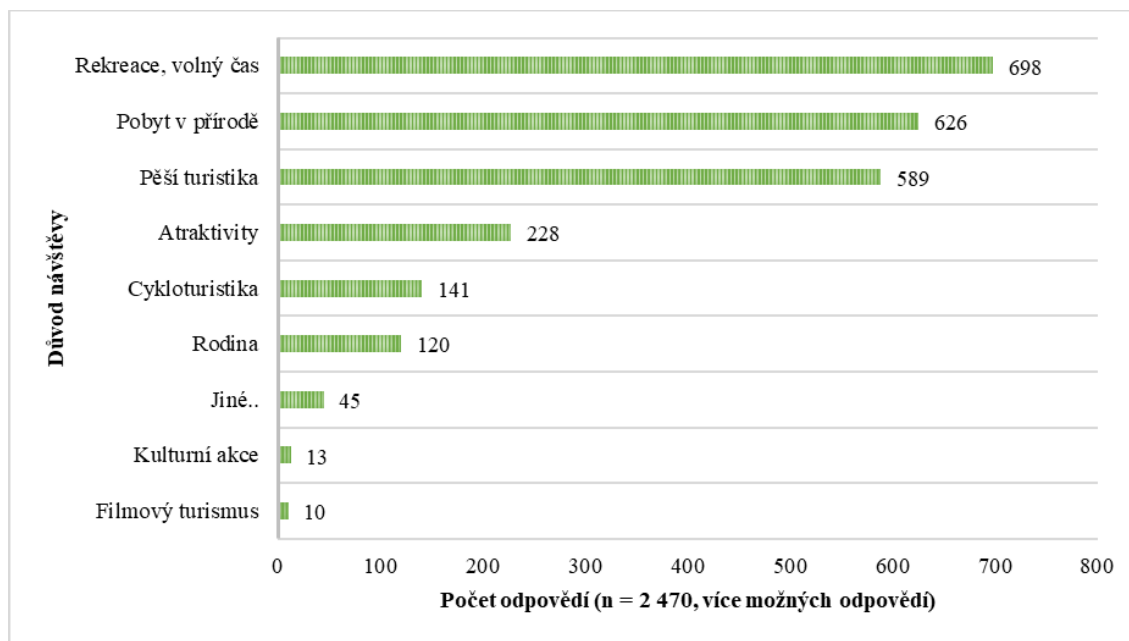
Deset respondentů trvale pobývá v zahraničí, kdy 6 respondentů žije v Německu, 2 respondenti byli občané Slovenska, jeden respondent žijící trvale v Rakousku a jeden žijící trvale ve Velké Británii.

U trvalého pobytu chybí jeden respondent, resp. jedna žena. Paní uvedla stát „Česká republika“ do možnosti „Jiná země pobytu“, tudíž jí systém Survio nenabídl možnost odpovědět na kraj, jelikož otázky měly logické posloupnosti. Celý zbytek odpovědi byl platný, takže je zařazen do celkového počtu odpovědí.

5.2 Popis charakteristik návštěvníků

Celá tato kapitola bude obsahovat informace, ze kterých bude následně sestavený profil návštěvníka Šumavy.

Obrázek 12 – Hlavní důvod návštěvy



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

U této otázky byla možnost zvolit více odpovědí, jelikož se v minulosti (výzkum 2019) stalo, že respondenti nebyli schopni vybrat pouze jednu z nabízených možností, jelikož přicestovali z důvodu dovolené, ale zároveň navštívili rodinu žijící ve sledované oblasti. Z tohoto důvodu byl k otázce připojen dodatek: „Max. 3 odpovědi. Prosím, nejlépe uveďte pouze jeden důvod návštěvy. Pokud Vám nestačí jeden, vyberte další dva.“

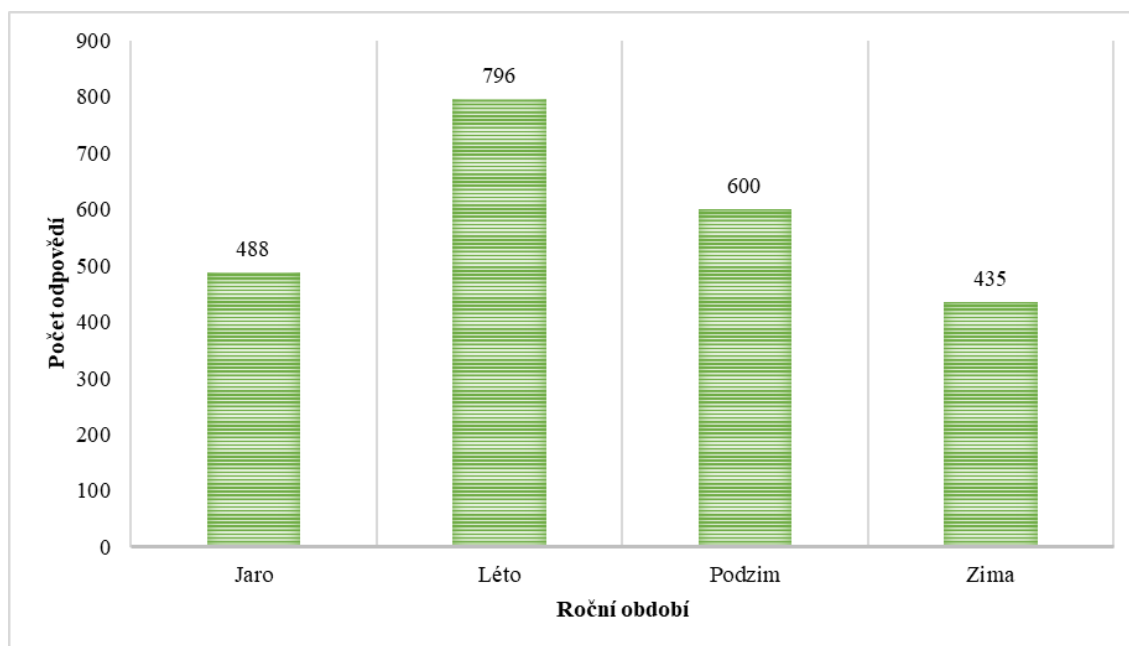
Z výsledků je možné vidět, že hlavním důvodem návštěvy Šumavy je rekreace a volný čas. Dalšími důvody jsou pobyt v přírodě a pěší turistika. Šumava je navštěvovaná hlavně kvůli své atmosféře, která z horské přírody vychází. Je zde velké množství turistických cílů, například ledovcová jezera, slatě, rašeliny, potoky, vrcholy hor a rozhledny. Šumava poskytuje propojenou síť turistických stezek a cyklotras. CHKO Šumava a Národní park Šumava nabízí mnoho možností pro aktivní dovolenou. (Janeček, Cafourková & Pichlík, 2023)

Celkem 45 respondentů uvedlo vlastní možnost, proč na Šumavu přicestovali. Nejčastější uváděnou odpovědí byla návštěva rodiny a svých blízkých, návštěva vlastní nemovitosti a zimní sporty (běžky, lyže, snowboard). Dále bylo jejich hlavním

důvodem fotografování, ptačí monitoring, houbaření, muškaření⁵, pracovní cesta, tábor, sázení stromků s We Love Šumava (viz. kap 4) a školní exkurze.

Ve sledovaném období navštívilo Šumavu pouze 36 respondentů (3,24 % z celkového počtu odpovědí), kteří byli v oblasti poprvé. Celkem 988 respondentů v minulosti oblast více než třikrát, jedná se o pravidelné i nepravidelné návštěvníky Šumavy.

Obrázek 13 – Roční období

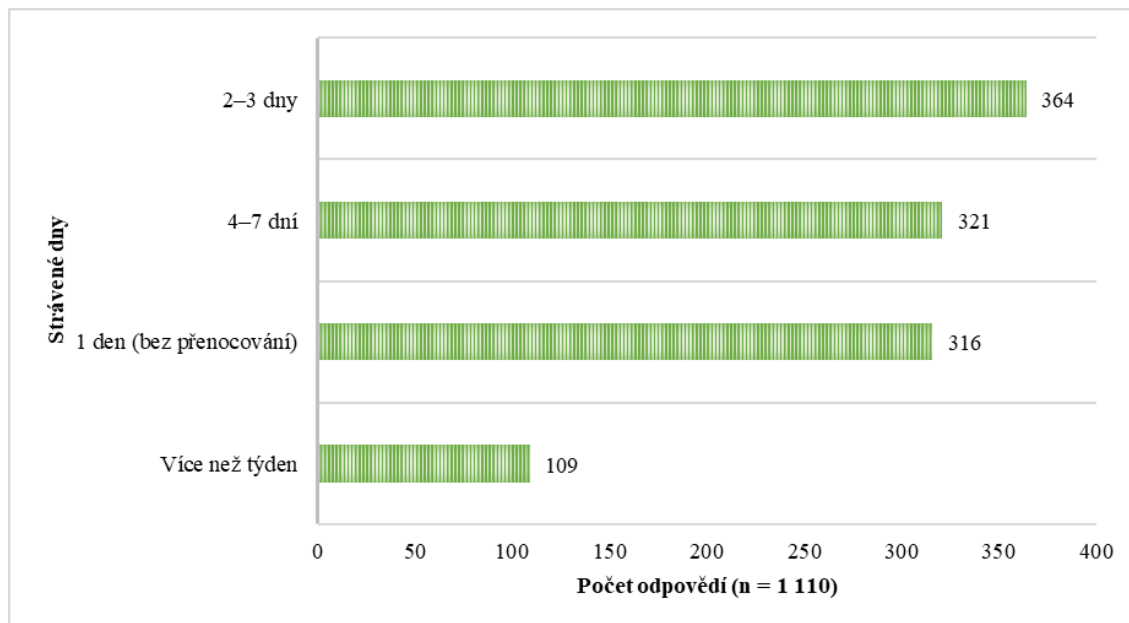


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Každý respondent mohl uvést libovolný počet odpovědí. Preferované roční období pro návštěvu Šumavy je pro většinu respondentů léto (796 odpovědí), zejména období letních prázdnin. O něco méně přijíždějí návštěvníci na podzim (600 odpovědí), jelikož počasí bývá stále krásné a příroda hraje všemi barvami. Nejméně návštěvníků přijíždí na Šumavu na jaře a v zimě. Někteří respondenti uváděli všechny odpovědi, tj. všechna roční období, což je znamením spokojenosti na Šumavě a dle slov návštěvníků je Šumava krásná za každého ročního období a počasí.

⁵ Muškaření = Jedná se o způsob lovu ryb, sportovní rybolovná disciplína. (Ryšánek, 2014; Šumský, 2023)

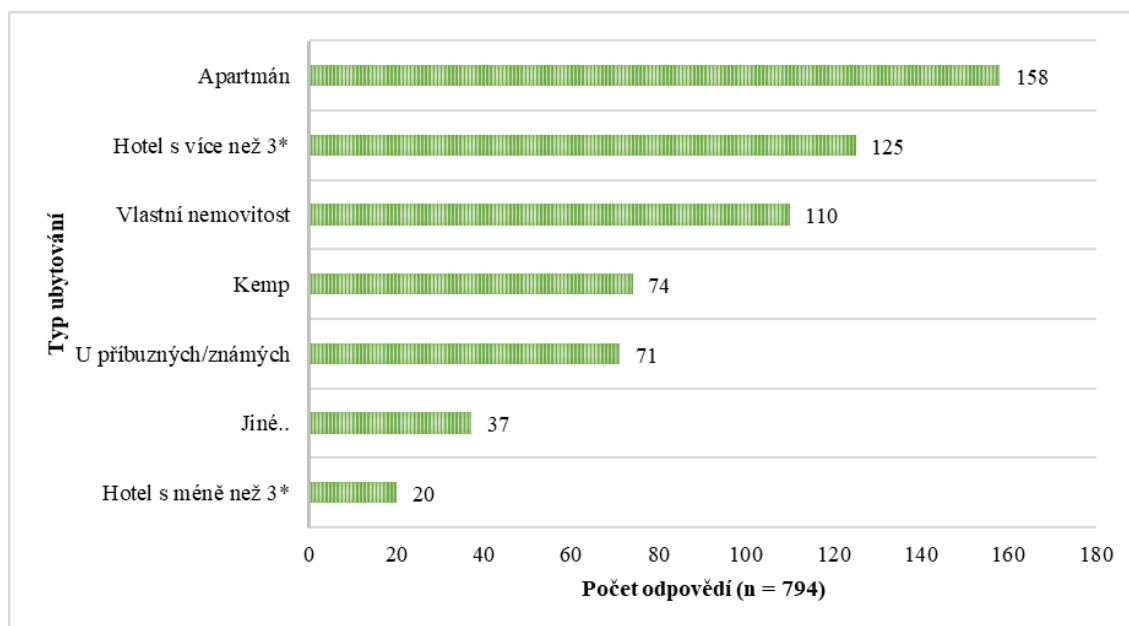
Obrázek 14 – Počet strávených dní



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Bylo zjištěno, že 92,79 % oslovených respondentů si celý pobyt na Šumavě organizuje samo (individuálně) včetně dopravy, ubytování a programu. Z výše uvedeného obrázku lze říci, že délka pobytu je téměř vyrovnaná. Jednodenní návštěvníci přijíždějí převážně z Plzeňského a Jihočeského kraje, důvodem návštěvy je pobyt v přírodě, relaxace, navštívení jednoho až dvou turistických míst, které jsou blízko u sebe a dají se spojit do jednoho okruhu/trasy. 364 návštěvníků (32,79 %) tráví na Šumavě 2–3 dny, jde o návštěvníky z Plzeňského kraje, Středočeského kraje a z Hlavního města Prahy. Tito lidé navštěvují více turistických míst a lokalit, svůj pobyt berou jako krátkodobou aktivní dovolenou spíše na prodloužený víkend, kdy volí pěší turistiku nebo cykloturistiku. Návštěvníci, kteří tráví v oblasti 4–7 dní, přijíždějí z vzdálenějších krajů, a to z Jihomoravského, Libereckého, Ústeckého, ale také ze sousedního Jihočeského kraje.

Obrázek 15 – Typ ubytování



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Návštěvníci si své ubytování obvykle zajistí pomocí online rezervačních platforem, jako je například Booking.com (29,72 %), kde je proces rezervace pohodlný a přehledný, často je možné odložit platbu nebo rezervaci bezplatně zrušit. Často využívají také možnost rezervace přímo na webových stránkách konkrétního ubytovacího zařízení (22,67 %) nebo telefonické rezervace s pracovníkem ubytování (23,17 %).

Ceny ubytování se mění v závislosti na datumu pobytu, pracovních dnech nebo víkendech a státních svátcích. Většina nabídek ubytování zahrnuje snídaní a možnost parkování u ubytovacího zařízení.

Nejvíce využívaným typem ubytování jsou pro návštěvníky penziony (25,06 %). Návštěvníci vyhledávají penziony především na Modravě, Kvildě a Horské Kvildě, Srní, Prášilech a v Železné Rudě (Špičák a Hojsova Stráž). Ceny penzionů se pohybují většinou v rozmezí 501–800 Kč za osobu/noc. Např: Penzion Samoty v Železné Rudě, délka pobytu jsou 2 noci, 2 osoby; celková cena je 2 592 Kč, tj. 648 Kč/osoba/noc. Nicméně je možné najít ubytování v jiných oblastech Šumavy, kde jsou ceny penzionů přes 1 000 Kč/osoba/noc. (Booking.com, 2023)

Oblíbené jsou také apartmány pro rodiny včetně malé kuchyňky, ubytování volí 19,90 % respondentů. Opět se nejvíce lidí ubytovává v Železné Rudě a blízkém okolí, na Srní, Modravě a Kvildě. Ceny apartmánů se pohybují v cenovém rozmezí 301–

1 000 Kč a více. Cena závisí na poloze ubytovacího zařízení, velikosti apartmánu nebo na zvoleném termínu.

Třetím typem ubytovacího zařízení je hotel s více než 3*. Ceny všech hotelů přesahují částku 1 000 Kč/osoba/noc. Oblíbenými hotely jsou dle odpovědí respondentů: OREA Hotel Horizont Šumava****, OREA Hotel Špičák Šumava***, Hotel Annín, Hotel Bohemia, Hotel Kašperk, Hotel Kristián, Hotel Modrava, Hotel Ostrý, Hotel Srní, Rodinný hotel Zach. Např. Návštěvník se bude chtít s partnerkou ubytovat na Šumavě od 3.–5. 11. 2023. Budou ubytováni v OREA Hotel Horizont, jedná se o pobyt na dvě noci se snídaní. Celková cena bude činit 7 613 Kč, tj. 1 903 Kč/osoba/noc. (OREA HOTELS s.r.o., 2023)

Dle 13,85 % respondentů má v oblasti vlastní nemovitost (např. chatu, chalupu nebo byt), jedná se zejména o respondenty z Plzeňského, Jihočeského, Středočeského kraje a z Hlavního města Prahy. Využívaná jsou také nouzová nocoviště, turistické ubytovny, kempy či ubytování v soukromí u členů rodiny.

Celková spokojenost se zvoleným ubytováním je na velmi dobré úrovni (známka 1 při školním známkování), jelikož dosahuje velmi vysokých hodnot, počítáno přes vážený aritmetický průměr. Znamená to, že návštěvníci byli se zvoleným ubytováním spokojeni. Špatné hodnocení (známka 4, 5) je spojeno s vysokými cenami ubytování či negativním přístupem majitele a personálu ubytovacího zařízení.

Tabulka 6 – Hodnocení služeb: ubytování

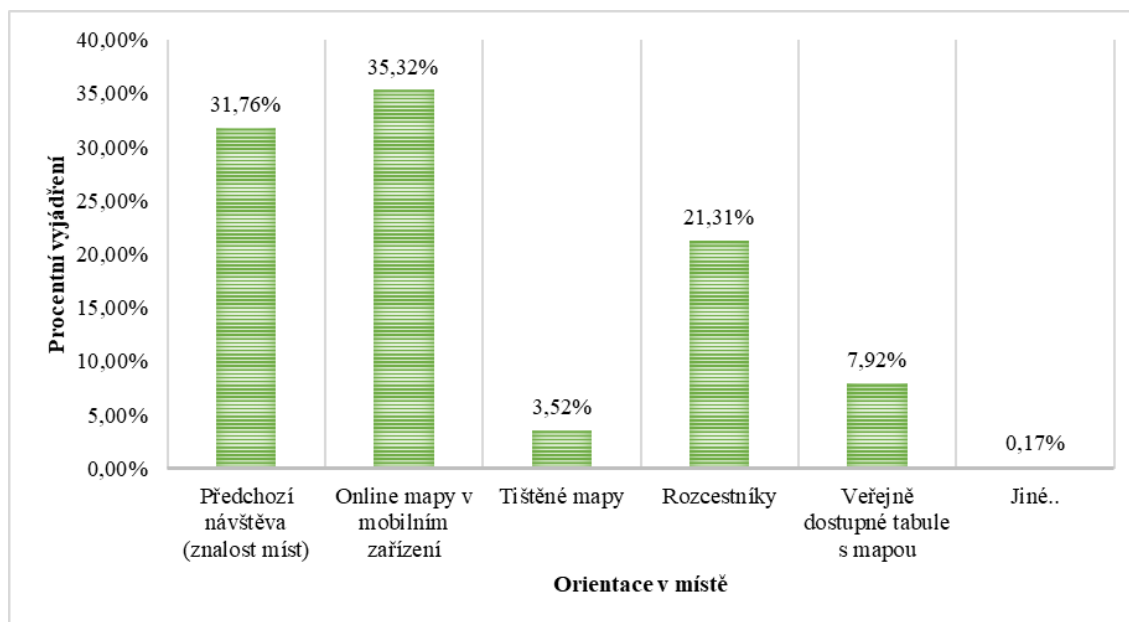
Hodnocení služeb	Známka						Celkem	Průměr
	1	2	3	4	5	Neuvedeno		
Ubytování	549	172	29	8	8	28	794	1,37

Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Většina respondentů z celé České republiky preferuje cestování na Šumavu vlastním automobilem (966 respondentů, tj. 87,03 %), což jim umožňuje snadné přesuny od ubytování k výchozím místům, například parkovištím. Menší podíl respondentů (7,75 %) využil jako hlavní dopravu vlakové spojení. Jedná se o 49 respondentů z Plzeňského kraje a 16 respondentů z Hlavního města Prahy, kteří mají velmi jednoduché vlakové spojení Praha hl.n. – Železná Ruda-Alžbětín. Pro svoji cestu na Šumavu využilo 24 návštěvníků linkový autobus, z toho 16 návštěvníků žijících v Plzeňském kraji. Jedná se o 14 žen a dva muže všech věkových kategorií.

Do samotného turistického cíle jde drtivá většina respondentů (93,15 %) pěšky po turistických trasách. Zbývá část respondentů se mezi atraktivitami pohybuje na kole po cyklotrasách.

Obrázek 16 – Orientace v místě



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Při orientaci v místě nejvíce využívají online mapy ve svém mobilním zařízení. Velkou roli také hraje předchozí zkušenost či předchozí návštěva míst, jelikož jde především o respondenty, kteří se po Šumavě pohybují velmi často. Velkými pomocníky pro snadnou orientaci v přírodě jsou rozcestníky a veřejně dostupné informační tabule s mapou okolí. Hodnocení orientačního systému je opět na velmi dobré úrovni.

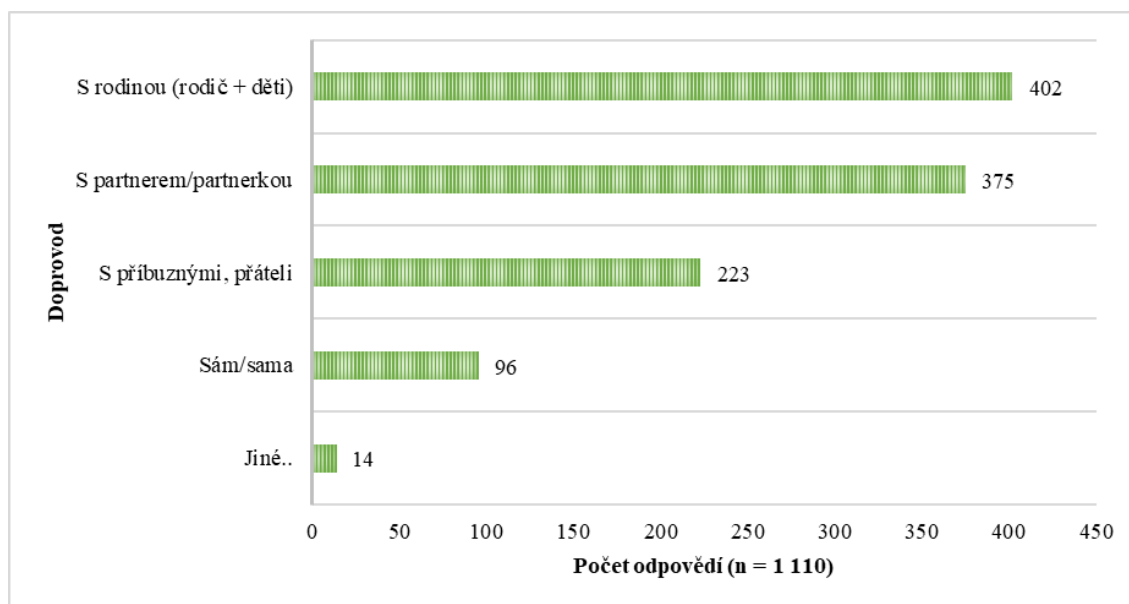
Tabulka 7 – Hodnocení orientačního systému

Hodnocení orientačního systému	Známka						Celkem	Průměr
	1	2	3	4	5	Neuvedeno		
Turistické značení	766	252	55	8	11	18	1110	1,39
Informační tabule	714	284	65	15	14	18	1110	1,47

Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Dle výsledků hodnocení je možné konstatovat, že drtivá většina návštěvníků je spokojena s orientačním systémem na Šumavě. Nicméně je zde několik horších hodnocení. Nespokojenost s orientačním systémem je popsána v kapitole 5.5 Nespokojenost.

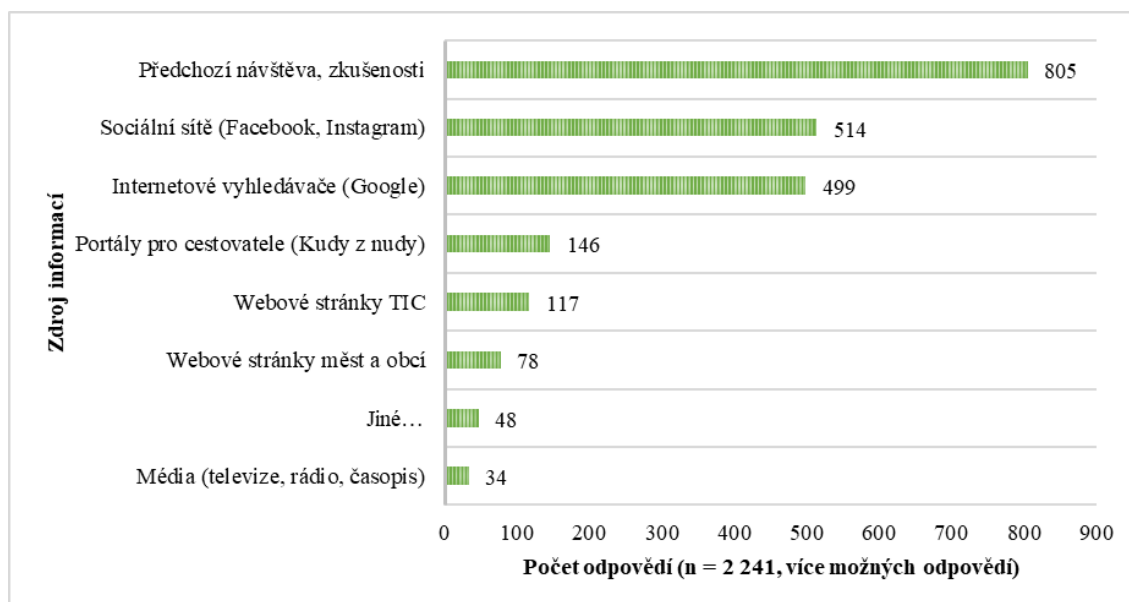
Obrázek 17 – Doprovod návštěvníka



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Návštěvníci nejčastěji přijíždějí s rodinou, kde je nejméně jeden rodič a děti. Nejběžnější jsou v tříčlenné (146 odpovědí) nebo čtyřčlenné skupiny (222 odpovědí). Šumavu také hojně navštěvují páry (33,78 %) a návštěvníci cestující s širší rodinou či přáteli (20,09 %) ve větších skupinách lidí.

Obrázek 18 – Získávání informací



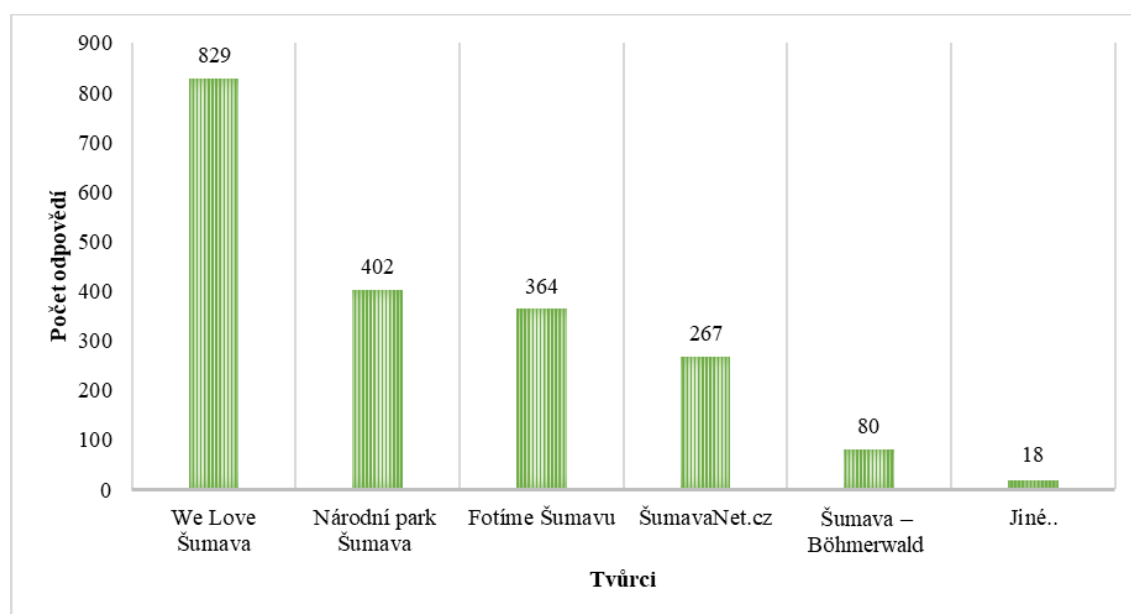
Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Více než 70 % oslovených návštěvníků nehledá informace před pobytem na Šumavě, jelikož mají svoje předchozí zkušenosti, místa včetně tras velmi dobře znají. V případě,

že si potřebují zjistit informace o svém pobytu, návštěvě míst nebo hledají vhodné trasy, využívají ve větší míře sociální sítě jako je Facebook a Instagram nebo využívají přímo internetové vyhledávače, např. Google, Seznam. Oblíbeným cestovatelským portálem je kudyznudy.cz, kde jsou dostupné aktuální informace, mnoho tipů na výlety vhodné pro každého.

Celkem 647 respondentů (58,29 %) uvedlo, že získali doporučení na výlet/dovolenou na Šumavě. Z toho téměř polovina respondentů dostala tip od své rodiny a známých, kteří místa také navštěvují. Necelých 37 % uvedlo doporučení získané od tvůrců na sociálních sítích a necelým 12 % oslovených doporučil výlet člen facebookové skupiny (např. Toulky Šumavou⁶). (Meta, 2023c)

Obrázek 19 – Tvůrci na sociálních sítích



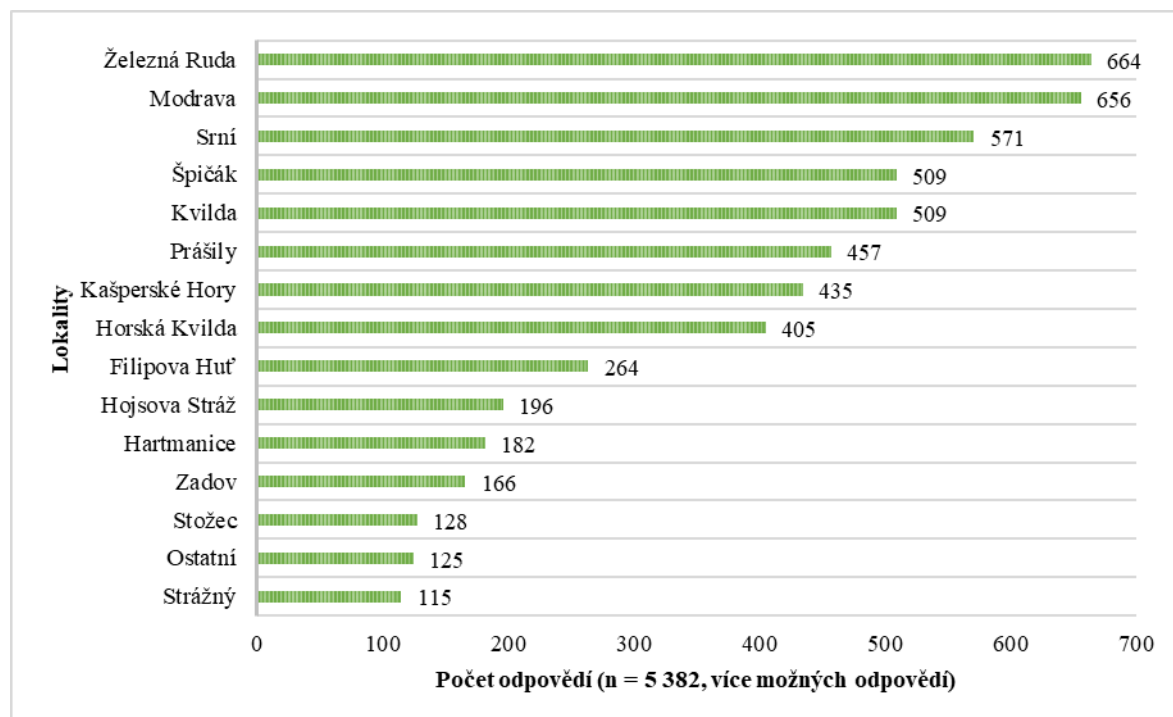
Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Jelikož výzkum probíhal online formou a dotazník byl distribuován především pomocí sociálních sítí, byla zahrnuta také otázka týkající se využívání sociálních sítí při vyhledávání informací a samotné znalosti vybraných tvůrců (profilů) na Instagramu. Pro své cestování po Šumavě využilo 869 respondentů (78,29 %) profily na sítích. Největší povědomí mají respondenti o profilu We Love Šumava (FB: WeLoveŠumava; IG: @welovesumava), odpovědělo 829 respondentů z celkového počtu 1 110. Lidé

⁶ Toulky Šumavou = Veřejná skupina na sociální síti Facebook, počet členů je 101,7 tisíc. Lidé (návštěvníci) přidávají popisy svých cest spolu s mapou, aktuální fotografie místa. Dále jsou ve skupině sdílené příspěvky například NP Šumava, včetně aktuálních informací a možných omezení. (Meta, 2023)

hledají informace také na profilech Národního parku Šumava (FB: NP Šumava; IG: @np_sumava) a Fotíme Šumavu (FB: Fotíme Šumavu; IG: @fotimesumavu). Všechny zmíněné profily poskytují aktuální informace o dění na Šumavě, o různých konaných akcích, o aktuálních uzavírkách, ale také informace o počasí. (Meta, 2023a,b,d,h,ch,j)

Obrázek 20 – Návštěva lokalit



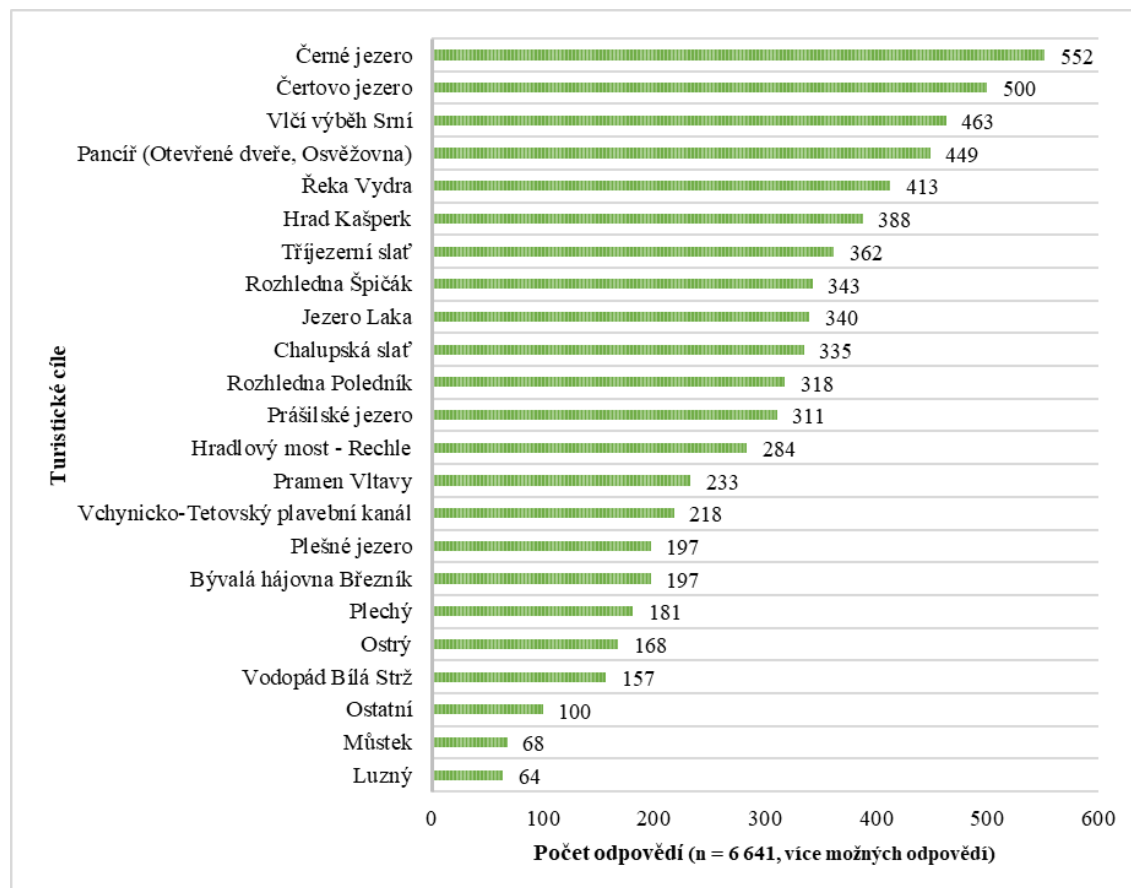
Zdroj: Vlastní zpracování, Plzeň, 2023

Z obrázku 20 je patrné, které šumavské lokality navštěvují respondenti nejčastěji. Nejvyšší aktivita byla zaznamenána v Železné Rudě a okolí, dále je velmi oblíbenou destinací Modrava a Srní, zmíněné lokality se nacházejí na území Plzeňského kraje, okres Klatovy. V Jihočeském kraji, okres Prachatice, je jednoznačně nejvíce navštěvovaná Kvilda.

Vzhledem k tomu, že u dané otázky bylo možné vybrat libovolný počet odpovědí, respondenti měli rovněž možnost uvést místa, která navštívili během svého pobytu a nebyla zahrnuta v seznamu lokalit stanoveném autorkou, v grafu uváděno pod možností „Ostatní“. V okrese Klatovy návštěvníci často podívali do obce Hamry, Antýgl (spadající pod obec Vchynice-Tetov) a do města Sušice, které není předmětem zkoumání. V okrese Český Krumlov je často navštěvována obec Lipno nad Vltavou. V okrese Prachatice respondenti zavítali do města Volary a Vimperk (není předmětem

zkoumání), obce Kubova Huť a Nová Pec. Podrobnější tabulku navštívených lokalit je možné najít v Příloze C.

Obrázek 21 – Návštěva turistických cílů



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Respondenti měli možnost vybrat více míst, které navštívili během svého pobytu. Z obrázku 21 je patrné, že nejvíce populární je Černé jezero (552 odpovědí) a Čertovo jezero (500 odpovědí), které ve sledovaném období navštívilo nejvíce respondentů. Nejmenší množství respondentů navštívilo Vodopád Bílou strž (157), vrchol Můstek nad Hojsovo Stráží (68) a vrchol Luzný (64), který se nachází na hranici s Německem.

Pořadí nejvíce navštěvovaných turistických cílů podle skupin v kapitole 3 Primární a sekundární nabídka turistické oblasti:

- Ledovcová jezera = Černé jezero, Čertovo jezero, jezero Laka, Prášilské jezero, Plešné jezero;
- Slatě = Tříjezerní Slat', Chalupská slat';
- Hrad = Hrad Kašperk;

- Technické památky = Rozhledna Poledník, Hradlový most – Rechle, Vchynicko-Tetovský plavební kanál;
- Vrcholy = Pancíř, Špičák, Poledník, Plechý, Ostrý, Můstek;
- Rozhledny = Rozhledna Špičák, Rozhledna Poledník;
- Ostatní turistické cíle = Vlčí výběh Srní, Pancíř (Otevřené dveře a Osvěžovna na Řezné), řeka Vydra, Pramen Vltavy, Bývalá hájovna Březník.

Kromě nejznámějších turistických atrakcí respondenti také navštívili místa s nižší návštěvností, v grafu uváděno pod možností „Ostatní“.

Tabulka 8 – Méně navštěvovaná místa Šumavy

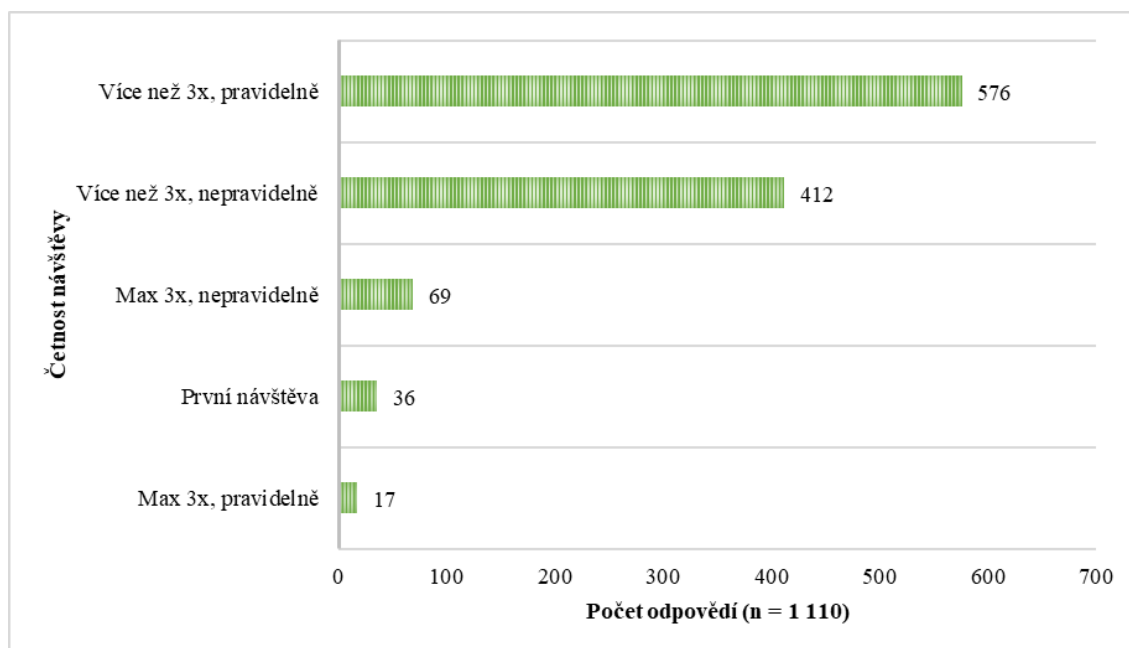
Okres	Typ místa	Turistický cíl	Počet odpovědí
Klatovy	Poutní místo	Hauswaldská kaple	13
Prachatice	Hora/Rozhledna	Boubín	10
Prachatice	Přírodní památka/NS	Soumarské rašeliniště	10
Prachatice	Přírodní památka	Jezerní slat'	9
Prachatice	Zaniklá obec	Knížecí Pláně	9
Klatovy	Přírodní rezervace	Cikánská slat'	7
Klatovy	Zaniklá obec	Kapelské Zhůří/Zhůří	7
Klatovy	Hrad	Rábí	7
Prachatice	Vodní nádrž	Boubínské jezírko	6
Prachatice	Národní přírodní rezervace	Boubínský prales	6
Prachatice	Návštěvnické centrum/NS	Jelení výběh	6
Český Krumlov	Naučná stezka	NS Olšina	6
Prachatice	Zaniklá osada	Bučina	5
Prachatice	Návštěvnické centrum	Soví voliéry Borová Lada	5
Klatovy	Historická památka	Nový Brunst	4

Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Ve výše uvedené tabulce jsou turistická místa včetně jejich umístění, typu a počtu odpovědí, která respondenti měli možnost dospat jako svoji odpověď. Dále respondenti uváděli nejméně známá místa Šumavy, jednalo se však o 1 až 3 respondenty na místo. Zaznamenána byla například odpověď Schwarzenberský plavební kanál (vodní kanál); Klostermannova vyhlídka (vyhlídka), Kneippovy lázně (vodoléčebný chodník), Malý a Velký Kokrháč (hora); Prenet (hora); Orloj Hojsova Stráž (technický projekt); Modravský potok (řeka); Rysí výběh Kvilda (návštěvnické centrum); Třístoličnick (hora); Soumarský most (historický most) nebo Zadov (rozhledna).

Podle zjištěných výsledků je možné konstatovat, že respondenti více navštěvují západočeskou část Šumavy, namísto jihočeské části.

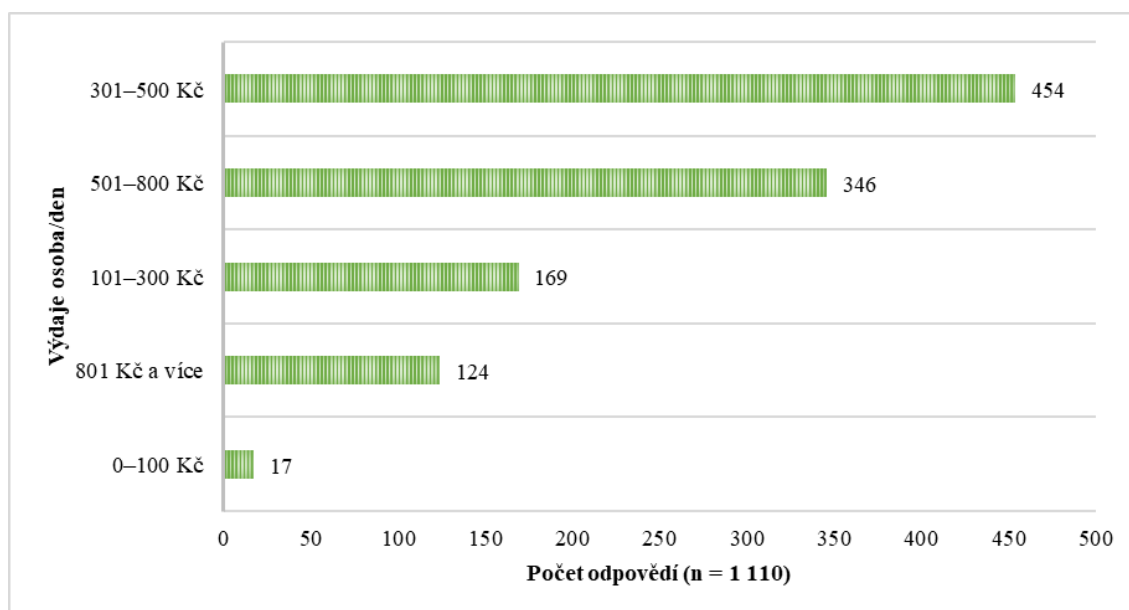
Obrázek 22 – Četnost návštěv



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Z celkového počtu 1 110 oslovených respondentů více než třikrát navštívilo Šumavu 988 lidí, což naznačuje, že mnoho jedinců se do této oblasti pravidelně vrací. Pro 36 respondentů byl jejich pobyt první návštěvou Šumavy. Tito respondenti jsou převážně ženy ve věku 27–40 let, jejich hlavním důvodem cesty do oblasti je rekreace, volný čas a dovolená. Cestují osobním automobilem a v oblasti zůstávají 4–7 dní.

Obrázek 23 – Výdaje na osobu/den bez ubytování



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Více než polovina respondentů (51,80 %) hodnotí cenovou úroveň jako průměrnou, nicméně 43,51 % respondentů je toho názoru, že ceny na Šumavě jsou vyšší, než je průměr. Denní výdaje na osobu a den (bez ubytování) činí odhadem 301–500 Kč, odpovědělo 40,90 % respondentů. Do odhadu částky jsou započítány výdaje za parkování, vstupy, stravu během dne a suvenýry.

5.3 Net Promoter Score

Pro oblast Šumavy byl vypočítán Net Promoter Score neboli míra doporučení destinace. Respondentům byla položena otázka ve znění: „*Jaká je pravděpodobnost, že doporučíte návštěvu Šumavy svým přátelům a známým?*“. Respondenti měli možnost zvolit pravděpodobnost na stupnici od 1 do 10⁷, kde 1 je nejnižší pravděpodobnost a 10 znamená nejvyšší možnou pravděpodobnost doporučení.

Tabulka 9 – Net Promoter Score (1)

Net Promoter Score	2023	
	Absolutní	Relativní
Promotéři	1001	90,18%
Neutrální	75	6,76%
Kritici	34	3,06%
Celkem	1110	100%

Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Výsledná hodnota NPS lze vypočítat za použití vzorce:

$$NPS = \frac{(\text{počet Promotérů} - \text{počet Kritiků})}{\text{celkový počet odpovědí}} = \frac{(1001 - 34)}{1110} = 87,12 \%$$

Z vypočteného výsledku 87,12 % lze konstatovat, že loajalita návštěvníků k Šumavě je na prvotřídní úrovni, jelikož je hodnota vyšší než 70 %. (Hotjar Ltd., 2023)

Šumava byla již v roce 2019 hodnocena velmi pozitivně (78,36 %). Rok 2023 přinesl zlepšení o 8,76 %, což může být způsobeno vyšší účastí mladších lidí a návštěvníků ve středním věku na vyplňování dotazníku. Též je potřeba zmínit, že bylo záměrem oslovit respondenty, kteří Šumavu znají a opakovaně se vracejí. Ovšem je potřeba připomenout, že s distribucí odkazu na dotazník pomohli We Love Šumava, které na sociálních sítích sledují podporovatelé a milovníci Šumavy. Výsledky mohou být těmito

⁷ V literatuře se uvádí hodnocení 0-10. Při sestavování možných odpovědí bylo možné nastavit pouze 10 hodnot (hvězdiček hodnocení).

fakty ovlivněny, nicméně Šumava je i přesto oblíbenou a velmi dobře hodnocenou turistickou oblastí v České republice.

5.4 Spokojenost

Z dotazníkového šetření 2023 vyplynulo, že lidé jsou na Šumavě spokojeni. Otázka byla položena jako dobrovolná s možností vlastní odpovědi na maximálně 1 000 slov. Celkem 512 respondentů odpovědělo, že jsou nejvíce spokojeni s krásou šumavské přírody (krajina, výhledy, kvalita ovzduší a počasí). Dále jsou velmi spokojeni s turistickými trasami a značením, rozcestníky a informačními tabulemi včetně dostupných informací. I přes velkou návštěvnost jsou lidé spokojeni s klidem, s možností relaxace a odpočinkem, který Šumava poskytuje. Pozitivně hodnocené jsou také turistické cíle, široké možnosti výletů a jejich stav (znečištění). Respondenti též vyjádřili spokojenost širokou nabídkou možností ubytování. Dále také s množstvím restaurací a stravování, s tím je spojena spokojenost s ochotným personálem a obsluhou, což respondenti velmi oceňují. Respondenti též oceňují projekty od We Love Šumava, kterými jsou již v kapitole 2.1 We Love Šumava zmiňované Otevřené dveře na Pancíři a Osvěžovna na Řezné. Lidé vypíchlí také spojení autobusové dopravy, konkrétně zelených autobusů, viz. kap. 3.2.3 Dopravní infrastruktura. (Janeček, Cafourková & Pichlík, 2023)

5.5 Nespokojenost

Přestože je Šumava pozitivně hodnocena, najde se zde několik připomínek, které jsou problémem v očích návštěvníků přes hlavní turistickou sezónu (letní prázdniny). U každého z bodů nespokojenosti je uvedený počet odpovědí. Z výsledků vyšly tyto hlavní problémy:

- 1) Velké množství lidí, turistů, návštěvníků (n = 243 odpovědí, spojen bod 1. a 2.);
- 2) Nevychovaní, neukáznění lidé, neznalost a chování v přírodě;
- 3) Nedostatečné nebo zcela chybějící sociální zařízení (WC) (n = 6);
- 4) Nedostatek laviček a krytých míst k sezení (n = 26);
- 5) Nedostatek sběrných nádob na odpadky (popř. plné koše, ze kterých odpad vypadává mimo) + Odhozené odpadky v lese, u cest, na parkovištích (n = 120);
- 6) Cyklisté, jejich chování na trasách (n = 39);
- 7) Ceny – parkování, služeb, potravin, jídel v restauracích (n = 85);

- 8) Existence asfaltových cest (n = 34);
- 9) Malé množství stravovacích zařízení, nekvalitní jídla (n = 24);
- 10) Neochota/nemožnost přijmout platební karty ve stravovacích zařízeních (n = 6);
- 11) Neochotný personál stravovacích a ubytovacích zařízení (n = 7);
- 12) Nekvalifikovaný personál informačního zařízení (n = 2);
- 13) Slabá autobusová doprava (n = 5);
- 14) Zničené informační tabule, špatné značení (n = 8).

Velké množství lidí, turistů, návštěvníků (n = 243 odpovědí, spojen bod 1. a 2.)

Šumava patří mezi nejvíce navštěvované oblasti České republiky. S tím je spojen problém vysoké koncentrace lidí na jednom místě. Zejména v hlavní turistické sezóně a na známých turistických místech.

Objevil se zde názor respondentky. Žena ve věkové skupině 27–40 let, která žije s rodinou v Praze, popsala: „*Lidi, strašně moc lidi. Nesnášíme Policii Modravu, udělala ze Šumavy Václavák*“. Tato věc je velmi sporná. Z pohledu rezidentů to může být vnímáno negativně, jelikož na Šumavu přijíždí vyšší počet lidí. Na druhou stranu seriál Policie Modrava dopomohl cestovnímu ruchu.

Nevychovaní a neukáznění lidé, neznalost a chování v přírodě

Téměř 22 % respondentů se shoduje v bodu velkého množství lidí na Šumavě, kteří se neumí správně chovat v přírodě.

S výše uvedeným bodem souvisí problém, který byl druhým nejčastěji uváděným. Jedná se o chování návštěvníků na území Šumavy, tj. v NP Šumava, CHKO Šumava a v Podhůří. Podle odpovědí respondentů se ostatní návštěvníci chovají nevhodně v přírodě a porušují pravidla platící pro NPŠ. Například nechodí po vyznačených trasách, pěší návštěvníci nerespektují zákazy vstupu, cyklisté nerespektují zákazy vjezdu, odhazují odpadky kolem cest nebo přímo do lesů. Dále nechávají děti vstupovat do ledovcových jezer, popřípadě nechávají své psy vstupovat do jezer. „*Totální ignorace zákazů některými lidmi. Rodiče nechali děti procházet jezerem v botách, někteří v Černém jezeře vykoupali psa. Stejná situace nastala také na druhém jezeře.*“ Objevila se zde také připomínka, kdy lidé dokonce vstupovali na zamrzlé Čertovo jezero v lednu 2021. Obrázek je přiložen v Příloze D. (Vaindl, 2021; Meta, 2024)

Nedostatečné nebo zcela chybějící sociální zařízení (WC) (n = 6)

Opakovanou připomínkou je také veřejně dostupné sociální zázemí s toaletou. Respondenti se shodují na problému nedostatku toalet.

„Informační centrum Kvilda. Toalety. Sice měli 5 minut po zavírací době, jedna z dcer potřebovala za WC. Myslely jsme, že jsou toalety normálně přístupné, když nejsou uvnitř infocentra. Paní za námi okamžitě vyběhla, že je už 5 minut po a zamkla toalety. Kdyby šla domů, pochopím to, ale ona ne, hezky zalezla do infocentra. Upřímně, už se nedivím, proč je po okolí tolik toaletních papírů.“ uvedla žena ze Středočeského kraje ve věku 27–40 let, která na Šumavu přijíždí v pravidelných intervalech s rodinou.

„Zlepšit veřejná WC, pokud vůbec jsou... U rozhleden, kde je občerstvení, naprosto chybí důstojné sociální zázemí. Je to katastrofa. Prošli jsme Island a tam všude dostupné kvalitní čisté sociální zázemí. Není divu, že “bílémi kapesníčky” je Šumava ozdobena. Kdo si opravdu váží přírody a má lidi rád, ví, že lidi jedí, pijí a vylučují. Měli byste se inspirovat u vedlejších zemí a něco s tím udělat.“ popsala žena patřící do věkové skupiny 66 let a více, která cestovala se svými příbuznými.

Řešení tohoto návrhu bude zpracováno v kapitole 7 Návrh a opatření.

Nedostatek laviček a krytých míst k sezení (n = 26)

Respondenti uvádějí nedostatek míst k sezení během cesty a v cílových místech. Typickým příkladem je cesta od parkoviště Slunečná Poledník – Poledník, kdy po celé délce trasy (6,9 km s převýšením 426 m) není jediná možnost se posadit na lavičku a prostor si odpočinout. Také se zde objevují názory, kdy by bylo dobré přidat kryté sezení pro případ nepříznivého počasí. *„Když není příznivé počasí, není moc míst, kam jít s malým dítětem...“* uvedla mladá žena na mateřské dovolené, která cestovala s rodinou. Obrázek je přiložen v Příloze D. (Mapy.cz, 2024)

Tabulka 10 – Hodnocení počtu míst k sezení

Hodnocení počtu míst k sezení	Známka						Celkem	Průměr
	1	2	3	4	5	Neuvedeno		
Pěší trasy pro chodce	239	369	277	90	16	43	1034	2,27
Trasy pro cyklisty	7	17	15	3	0	8	50	2,33
Turistické cíle	322	420	237	54	22	55	1110	2,05

Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Tento problém se objevil již v roce 2019 při terénním šetření v rámci bakalářské práce.

Mladá žena z Olomouckého kraje taktéž uvedla, že by přidala „Více přístřešků podobných jako je např. na Můstku“.

Nedostatek sběrných nádob na odpadky (popř. plné koše, ze kterých odpad vypadá mimo) + Odhozené odpadky v lese, u cest, na parkovištích (n = 120)

Hlavním problémem je dle návštěvníků nedostatek sběrných nádob na odpadky (odpadkové koše). S tímto faktem souvisí odpad v přírodě. Lidé by ocenili přidání košů na turistické/cyklistické trasy, cílová místa a parkoviště.

Žena ve věku 41–55 let (Plzeňský kraj) navazovala na jednu z předchozích otázek „Proč se řeší odpadkové koše? Co si turista přiveze, si má i odvézt. Zlepšilo by to uvědomění o životním prostředí a minimalizaci odpadu.“. Dále názor maminky s malými dětmi „Odpadkové koše v průběhu cest. S malými dětmi je občas těžké si vše nést do cílové destinace (např. použitá dětská plenka ve 30 stupních nic moc). Koše mi dávají smysl minimálně u cest, které jsou nenáročné, a tedy hojně navštěvované rodinami s malými dětmi.“

Tabulka 11 – Hodnocení počtu sběrných nádob na odpadky

Hodnocení počtu sběrných nádob na odpadky	Známka						Celkem	Průměr
	1	2	3	4	5	Neuvedeno		
Pěší trasy pro chodce	116	267	310	199	83	59	1034	2,86
Trasy pro cyklisty	7	9	9	9	1	15	50	2,66
Turistické cíle	200	301	316	135	74	84	1110	2,59

Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Tento problém se taktéž objevil již v roce 2019 při terénním šetření a je řešen v rámci bakalářské práce.

Cyklisté, jejich chování na trasách (n = 39)

Současně si majitelé kol/elektrokol stěžují na to, že si kolo není kam odložit v případech, kde je pro cyklisty zákaz vjezdu. Snadným řešením by bylo umístění kulatin s otvory na pneumatiky kol na místa se zákazem vjezdu pro cyklisty a taktéž na cílová místa, na která je možné se dostat na kolech. Obrázek je přiložen v Příloze D.

Také jsou návštěvníci nespokojeni s chováním cyklistů na trasách či dokonce na hlavních silničních komunikacích. Cyklisté většinou nejsou vybaveni zvonky na kolo a kličkují mezi chodci. Návštěvníci kritizují rychlou a bezohlednou jízdu cyklistů. „Neohleduplní cyklisté – nemají či nepoužívají zvonky, nejsou vůbec slyšet, kličkují mezi chodci.“

Mladá žena z Jihočeského kraje napsala požadavek na „*Méně cyklostezek a více pěších tras kam kolo neprojede, protože kolaři jsou dost nebezpeční pro pěší turistiku...*“. Doplnila také svůj osobní zážitek „*...Jsou bohužel bezohlední a několikrát se nám stalo, že jdeme pěšky třeba zrovna z Plešného jezera a najednou vás vezme cyklista takovou rychlostí, že skončíte do trávy v tom lepším případě.*“

Ceny – parkování, služeb, potravin, jídel v restauracích (n = 85)

Obecným problémem je zvyšování cen. Respondenti v hojném počtu popisují nespokojenost s cenami parkování, které jsou podle nich velmi vysoké. „*Ceny parkování – např. jsme zaplatili 100 Kč na Modravě, kdy jsme šli na výlet, a pak skoro to samé v Borových Ladech, kdy jsme šli jen na půl hodky na oběd.*“

Další často zmiňované je stravování. Jak samotná možnost návštěvy stravovacího zařízení, tak ceny jídel, které často ani neodpovídají kvalitě podávaného jídla. „*Ceny ubytování a restaurací – naprosto přemrštěné, neadekvátní, neodpovídají nabízeným službám. Z toho důvodu se ubytováváme a stravujeme na německé straně Šumavy v Bavorskem lese.*“ popsala žena z Prahy patřící do věkové skupiny 41–55 let.

Existence asfaltových cest + vláček na Černé jezero (n = 34)

Respondenti také komentovali v rámci nespokojenosti velké množství asfaltových cest, které byly v minulých letech vybudovány – „*Asfaltové cesty, které tam dříve nebyly.*“ Dle jejich názoru to kazí krásu šumavské přírody. „*Hodně turistických stezek jsou asfaltované, lesní cestička už je spíš výjimkou. Asfaltky pak umožňují lepší přístup "turistům", kteří jsou na výletě v džínech a kečkách a o přírodě toho moc neví, důsledkem toho jsou návaly lidí např. na jezerech, Poledníku apod., tím pádem i větší znečištění.*“ uvedl muž z Plzeňského kraje ve věkové skupině 19–26 let. Respondenti se shodují, co se týče asfaltových cest. „*Asfaltové chodníky na turistických trasách, po delší chůzi z toho dost bolí nohy, na Tříjezerní slati tuším.*“ Popsala žena z Plzeňského kraje, která přijela na víkend s partnerem a přáteli.

Zde je opět protiklad, kdy si pěší turisté stěžují na asfaltové cesty, které jsou ovšem přívětivější pro cyklisty. „*Veľa asfaltových ciest, ktoré peší turisti nemajú v láske, ale pre cyklistov to musí byť raj.*“ uvedla žena ze Slovenska, která Šumavu navštívila poprvé.

Žena z Vysočiny, která navštěvuje Šumavu nepravidelně, popsala „*Vláček na Černé jezero postrádá smysl. Lidé jezdí za přírodou a nechají se k jezeru dopravit. Cesta je asfaltová, není pro turisty všech věkových skupin nijak náročná. Kvůli snadné přístupnosti je jezero přelidněné, avšak na kráse mu to neubírá. Bohužel je zde zcela nehodící se stánek s nanuky přímo u jezera.*“. Stejného názoru je mladý student z Plzeňského kraje „*Velké množství neukázněných návštěvníků. A velké množství turistů obecně. Vláček na jezero je věc, která na Šumavu nepatří.*“.

Malé množství stravovacích zařízení, nekvalitní jídla (n = 24)

Malé množství restaurací bylo zaznamenáno především v Železné Rudě a na Modravě. Dále jsou respondenti nespokojeni s nedostatkem rychlých občerstvení, fastfoodů a kiosků na frekventovaných místech nebo v cílových místech. Lidé postrádají „*Možnost kvalitního občerstvení, jediné bistro v Srní Okno do Šumavy, jinak dost tragédie. V podstatě až v Sušici je něco zajímavého, příjemného za běžné peníze.*“

Návštěvníci taktéž uvádějí „*Takřka nulová nabídka veganských restaurací...*“ a dodávají „*Obecně velmi nekvalitní restaurace s otrěsnou nabídkou.*“. Podle jejich názorů v oblasti chybí „*Kvalitní restaurace, kde nemají jen smažák a těžká jídla jako kachna atd.*“

Příkladem je také „*Turnerova chata (u Vydry) – zneužívání toho, že jsou v okolí jediné, co se týče občerstvení. Nic moc jídla za spoustu peněz.*“, kde ceny jídel neodpovídají podávané kvalitě.

Neochota/nemožnost přijmout platební karty ve stravovacích zařízeních (n = 6)

Také se zde objevil názor několika respondentů, že ve stravovacích zařízeních nebyla možnost placení platební kartou.

Neochotný personál stravovacích a bytovacích zařízení (n = 7)

Vysokoškolsky vzdělaná žena ve věku 27–40 let uvedla „*Co se týká restauračních zařízení, posledních pár let, kam jsme přišli, nepříjemná, arogantní obsluha, za jídlo neví, co by si řekli, především Hotel Karl na Špičáckém sedle – nechápu, jak mohou stále fungovat, protože neochota personálu je vážně zarážející.*“. Nespokojenost s neochotným personálem projevují další dotázaní respondenti. „*Nepříjemná obsluha v rest. na Pancíři, a to opakovaně.*“

Nekvalifikovaný personál informačního zařízení (n = 2)

„*Turistické značenie nedostatočné, v informačných centrách sedia mnohokrát ľudia, ktorí o okolí vedia menej ako ja cudzinec.*“ uvedla návštěvnice ze Slovenska ve věkové skupině 56–66 let, která navštívila Šumavu více než 3x. Také autorka práce se setkala s tím, že v informačním centru nebyli schopní poradit s cestou. Avšak jednalo se o jedno TIC, nikoliv o všechny. Např. v Informačním turistickém centru Železné Rudy s cestou poradil sám vedoucí centra, dokonce byl informován o uzavírce na cestě z důvodu těžby dřeva a doporučil jinou cestu.

Slabá autobusová doprava (n = 5)

„*Nedostatečná kapacita autobusů v určitých místech/trasách (u Čeňkovy pily směr Srní se nevešlo do autobusu asi 20 lidí). Nepřehlednost autobusových zastávek a směrů cesty v Srní (naštěstí jsou blízko sebe, tak jsme stihli přeběhnout)*“ uvedla mladá žena z Jihomoravského kraje, která byla na Šumavě poprvé s přáteli.

Zničené informační tabule, špatné značení (n = 8)

„*Zastaralé tabule u výhledu (Můstek), na některých stromech nebylo vidět turistické značení.*“ Tohoto faktu si všimla také autorka. Jedná se o poničenou tabuli či ukazatel k Turnerově chatě, která se nachází na začátku trasy ze strany kempu Antýgl vedle hlavní cesty Srní-Modrava. Obrázek je přiložen v Příloze D.

Je zde několik dalších poznámek nespokojenosti, které jsou velmi ojedinělé. Například jsou respondenti nespokojeni se vzhledem lanovky Pancíř, výstavba mnoha apartmánových objektů, rozježděné cesty od lesní techniky, vandalismus (posprejované kamení) nebo nemožnost přenocování v osobním automobilu. Dále nepřítomnost strážců NP, kteří by udržovali pořádek.

Níže uvedené jsou tři připomínky, které respondenti uvedli u otázky nespokojenosti.

Žena z Olomouckého kraje, přicestovala se svou rodinou, popsala „*Nelíbí se mi některé moderní domy. Také ve velká škoda, že nově vznikající obytné budovy jsou rozprodávány soukromníkům. Mohlo by být více "veřejného" ubytování, viz Hotel Horizont, kde se může ubytovat velké množství lidí namísto jedné rodiny v soukromém bytě. Dále nechápu rozkopání hlavní silnice, která prochází centem Železné Rudy. Tyto práce by se měly provádět mimo sezónu, tj. kdy není Šumava plná turistů. S tím jsou spojené díry v silnici, kde vede objížďka. Jízda v autě se podobá slalomu.*“

„Určitě na každém místě nebylo dost odpadkových košů, někde i vůbec nebyly. Oproti Německu, kde jsou koše na každém rohu, tak u nás je to bída. Vzhledem k množení se lidí ve vyhlášených turistických oblastech, byl počet míst k sezení malý – беру to všeobecně, protože je jedno, kde jste, všude se nedá sedět na lavičkách. Jinak Šumavu miluji a rády se tam s kamarádkou vracíme a stále vyhledáváme místa, kde je méně lidí.“ uvedla vysokoškolsky vzdělaná žena z Jihočeského kraje ve věkové skupině 27–40 let.

5.6 Testování hypotéz

Vyhodnocení stanovených hypotéz bylo provedeno slovně na základě zjištěných dat s odkazem na odpovídající obrázky a tabulky. Dáme pomocí Chí-kvadrát test v kontingenčních tabulkách, který se používá k ověření znaků v tabulce. Na základě výsledků testu bude hypotéza potvrzena nebo vyvrácena. (Svoboda a kol., 2019)

Hypotéza č. 1

H1: Hlavním důvodem pobytu na Šumavě je rekreace, volný čas a dovolená.

Z dat výzkumu bylo zjištěno, že hypotézu H1 je možné potvrdit. Hlavním důvodem návštěvy je rekreace, volný čas a dovolená. Odpověď uvedlo 698 respondentů z 1 100 celkových (62,9 %), viz obrázek 12 – Hlavní důvody návštěvy (kap. 5.2 Popis charakteristik návštěvníka). Dalšími důvody jsou pobyt v přírodě a pěší turistika. Šumava je navštěvovaná hlavně kvůli své atmosféře, která z horské přírody vychází. Je zde velké množství turistických cílů, například ledovcová jezera, slatě, rašeliny, potoky, vrcholy hor a rozhledny. Šumava poskytuje propojenou síť turistických stezek a cyklotras. CHKO Šumava a Národní park Šumava nabízí mnoho možností pro aktivní dovolenou.

Hypotéza č. 2

H2₀: Výše výdajů za osobu/den nezávisí na věku respondenta.

H2_A: Výše výdajů za osobu/den závisí na věku respondenta.

Tabulka 12 – Věk / Výdaje osoba/den

Věková skupina	Cenové rozmení					Celkem
	0–100 Kč	101–300 Kč	301–500 Kč	501–800 Kč	801 Kč a více	
Do 18 let	2	14	13	7	3	39
19–26 let	5	47	125	76	19	272
27–40 let	6	72	211	168	64	521
41–55 let	3	27	86	73	35	224
56–65 let		6	15	19	2	42
66 let a více	1	3	4	3	1	12
Celkem	17	169	454	346	124	1110

Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Pro test byla stanovena 5 % přípustná chyba výběrového souboru. Hodnota testového kritéria byla vypočtena na 43,086. Kritická hodnota byla stanovena na 31,410, kritický obor je tedy interval $<31,410; +\infty$). Bylo zjištěno, že testové kritérium leží ve stanoveném intervalu. Výsledkem je zamítnutí H_0 , tedy platí H_{2A} a lze konstatovat, že **výše výdajů za osobu/den závisí na věku respondenta**. Platnost hypotézy potvrzuje také p-hodnota = 0,00199, která je nižší než 5 % hladina významnosti.

Hypotéza č. 3

H3: Hodnota NPS je vyšší než 70 %.

Tabulka 13 – Net Promoter Score (2)

Doporučení návštěvy	2023				
	Absolutní	Relativní	Skupina	Absolutní	Relativní
Pravděpodobnost 1	22	1,98%	Kritici	34	3,06%
Pravděpodobnost 2	1	0,09%			
Pravděpodobnost 3	1	0,09%			
Pravděpodobnost 4	0	0,00%			
Pravděpodobnost 5	5	0,45%			
Pravděpodobnost 6	5	0,45%			
Pravděpodobnost 7	14	1,26%	Neutrální	75	6,76%
Pravděpodobnost 8	61	5,50%			
Pravděpodobnost 9	119	10,72%	Promotéři	1001	90,18%
Pravděpodobnost 10	882	79,46%			
Celkem	1110	100%		1110	100%

Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Z výpočtu Net Promoter Score v kapitole 5.3 Net Promoter Score a na základě dat v tabulce 13 bylo zjištěno, že hypotézu H3 je možné potvrdit. Hodnota NPS za rok 2023 je 87,12 %, což je vyšší než 70 %.

Hypotéza č. 4

H_{4_0} : Pravděpodobnost doporučení nezávisí na věku respondenta.

H_{4_A} : Pravděpodobnost doporučení závisí na věku respondenta.

Tabulka 14 – Věk / Výdaje osoba/den – všichni respondenti

Věková skupina	Pravděpodobnost doporučení (všichni respondenti)										Celkem
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Do 18 let					1	2		3	7	26	39
19–26 let	1	1			1		7	22	28	212	272
27–40 let	13		1		1	1	4	18	50	433	521
41–55 let	7				1	1	2	14	28	171	224
56–65 let						1	1	3	6	31	42
66 let a více	1				1			1		9	12
Celkem	22	1	1	0	5	5	14	61	119	882	1110

Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Ve výše uvedené tabulce je možné vidět věkové skupiny a pravděpodobnost, s jakou jsou respondenti ochotni doporučit návštěvu svým přátelům a známým.

Pro test byla opět stanovena 5 % přípustná chyba výběrového souboru. Hodnota testového kritéria byla stanovena na 81,392. Kritická hodnota byla vypočtena na hodnotu 61,656. Kritický obor je interval $<61,656; +\infty$). Výpočtem bylo zjištěno, že testové kritérium leží ve stanoveném intervalu. Výsledkem je zamítnutí H_{4_0} . Platí hypotéza H_{4_A} : **pravděpodobnost doporučení závisí na věku respondenta**. Zamítnutí nulové hypotézy potvrzuje p-hodnota = 0,000724, která je nižší než 5 % hladina významnosti.

Stejná hypotéza byla otestovaná také za předpokladu, že se budou počítat pouze odpovědi žen, kterých bylo 866 (78,02 %) z celkového počtu 1 110 odpovědí.

Tabulka 15 – Věk / Výdaje osoba/den – ženy

Věková skupina	Pravděpodobnost doporučení (pouze ženy)										Celkem
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Do 18 let					1	1		2	1	18	23
19–26 let	1				1		4	10	21	167	204
27–40 let	9		1		1	1	2	13	32	363	422
41–55 let	6				1		2	11	17	144	181
56–65 let								2	3	23	28
66 let a více					1			1		6	8
Celkem	16	0	1	0	5	2	8	39	74	721	866

Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

V tabulce 15 byl test proveden stejným způsobem jako u předchozí tabulky 14. Hodnota testového kritéria byla stanovena na 63,582. Kritická hodnota byla vypočtena na hodnotu 61,656. Kritický obor je interval $(61,656; +\infty)$. Testové kritérium leží ve stanoveném intervalu, tudíž stále platí hypotéza H_{4A} : **pravděpodobnost doporučení závisí na věku respondenta (ženy)**. Potvrzením je též p-hodnota = 0,0353, která je nižší než 5 % hladina významnosti.

5.7 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření

Do online dotazníkového šetření se zapojilo celkem 1 110 respondentů, kteří byli na Šumavě v autorkou požadovaném čase, z nichž bylo 866 žen, 241 mužů a 3 respondenti, kteří neuvedli pohlaví. Největší podíl respondentů patřil do věkové kategorie 27–40 let, což je necelých 50 % zúčastněných respondentů. Většina oslovených byla v pracovním poměru, což uvedlo 706 návštěvníků.

Z hlediska trvalého pobytu byli nejčastějšími návštěvníky Šumavy lidé žijící v Plzeňském kraji (492 respondentů), dále pak přijížděli z Jihočeského kraje (158 respondentů) a hlavního města Prahy (156 respondentů). Nejméně lidí na Šumavu zamířilo z odlehlého Zlínského kraje, pouze 6 respondentů z celkového počtu. Celkem 988 respondentů uvedlo, že Šumavu v minulosti navštívili více než třikrát, návštěvy byly pravidelné i nepravidelné.

Třemi hlavními důvody návštěvy Šumavy byla rekreace a volný čas (698 odpovědí), pobyt v přírodě (626 odpovědí) a pěší turistika (589 odpovědí).

Lidé často přijíždějí na základě doporučení od své rodiny a známých, které dostalo celkem 458 respondentů. Informace získávají převážně z předchozích znalostí a zkušeností, jelikož se jedná spíše o návštěvníky, kteří Šumavu navštěvují. Pokud potřebují zjistit další informace, využívají především sociální sítě (805 odpovědí), kde sledují tvůrce We Love Šumava nebo profil Národního parku Šumava. Dále získávají informace z internetových prohlížečů (499 odpovědí).

Návštěvníci převážně cestují se svojí rodinou, což zahrnuje nejméně jednoho rodiče a děti, tuto odpověď uvedlo 402 oslovených respondentů. 375 návštěvníků prožilo svůj šumavský pobyt s partnerem či partnerkou. Organizaci své cesty respondenti řeší individuálně (cesta, ubytování, harmonogram) a v drtivé většině přijíždějí vlastním osobním automobilem, což uvedlo 966 respondentů.

Nejčastější délkou pobytu jsou 2–3 dny, což uvedlo 364 dotazovaných a 4–7 dní uvedlo 321 dotazovaných. Lidé, kteří strávili na Šumavě minimálně jednu noc, uvádějí, že byli ubytováni převážně v penzionech (199 respondentů), kterých je na Šumavě velké množství. Hodně využívané byly také apartmány (158), hotely s více než 3* (125) či vlastní nemovitosti (110). Co se týče výdajů za ubytování na osobu/noc, odpovědi se pohybovaly ve všech cenových rozmezech. Nejčastěji byla cena ubytování v rozmezí 501–800 Kč/osoba/noc.

Cenová úroveň na Šumavě byla hodnocena jako průměrná, vzhledem k cenám po celé České republice (575 odpovědí), nicméně 483 respondentů považuje ceny služeb za vyšší. Odpovědi u výdajů za služby (bez ubytování) jsou rozloženy velmi podobně. 169 respondentů utratilo částku v rozmezí 101–300 Kč a 124 respondentů utratilo 801 Kč a více za osobu/den. Nejvíce respondentů (454) uvedlo, že jejich průměrné výdaje za osobu/den činily 301–500 Kč nebo 501–800 Kč, uvedlo 346 respondentů.

Net Promoter Score ukázalo, že návštěvníci jsou na Šumavě velmi spokojeni. Nasvědčuje tomu vypočtená hodnota 87,12 %, což dokazuje, že loajalita návštěvníků k Šumavě je na prvotřídní úrovni. Celkem 512 respondentů vyjádřilo spokojenost s krásou šumavské přírody. Dále jsou respondenti velmi spokojeni s turistickými trasami a značením, rozcestníky a informačními tabulemi včetně dostupných informací. I přes velkou návštěvnost jsou lidé spokojeni s klidem, s možností relaxace a odpočinkem, který Šumava poskytuje. Dalšími body spokojenosti je stav turistických míst, široká nabídka ubytování a stravování. Lidé taktéž ocenili projekt We Love Šumava, jejich projekty pro lidi a přínos pro Šumavu.

I přes velmi vysokou spokojenost má Šumava několik nedostatků. Nejčastěji zmiňovaným bodem u nespokojenosti je velký počet lidí na turistických místech v hlavní sezóně (letní prázdniny), s tím je spojené neukáznuté chování některých návštěvníků (pěších i cyklistů) v přírodě. Mezi další nejčastěji uváděné nedostatky patří omezený počet míst k sezení, nedostatek sběrných nádob na odpadky a nedostatečné nebo chybějící sociální zařízení (WC).

Byly také zodpovězeny výzkumné otázky. Hlavním důvodem návštěvy Šumavy byla rekreace a volný čas. Dalšími důvody byly pobyt v přírodě, pěší turistika a návštěvna známých i méně známých turistických cílů. Výše výdajů na osobu/den je 301–500 Kč.

Výše těchto výdajů je závislá na věku návštěvníka Šumavy. Míra loajality návštěvníků byla 87,12 %, což byl vyšší výsledek než požadovaná hodnota 70 %.

5.8 Komparace výsledků z výzkumů za roky 2019 a 2023

Data v tabulkách jsou výsledky stávajícího dotazníkového šetření za rok 2023. Některá data z roku 2019 jsou převzata z bakalářské práce autorky. Výsledky obou výzkumů však není možné zcela porovnávat ze dvou důvodů.

Prvním a zároveň hlavním důvodem je způsobilý získání dat. V roce 2019 byl osobní výzkum ve vybraných místech Šumavy, ale pouze části v Plzeňském kraji. Mezi šesti zvolenými místy bylo okresní město Klatovy, které nenachází na Šumavě. Dále se dotazování uskutečnilo ve městech Kašperské Hory a Sušice, obě města nebyla předmětem zkoumání v diplomové práci. Tudíž by bylo možné brát pouze výsledky z oblasti Prášíl, Modravy a Železné Rudy. V roce 2023 byl výzkum záměrně dělán online cestou, předpokladem bylo větší množství získaných odpovědí. Výsledkem byl trojnásobný počet získaných odpovědí oproti roku 2019. Výzkum se týkal celého území Šumavy (NPŠ a CHKO Šumava), šetření nebylo rozděleno na kraje. (Cafourková, 2021)

Druhým důvodem obtížného srovnání je sestavení dotazníku. Některé otázky a odpovědi byly ponechány v původním znění, bylo by tedy možné porovnání. Druhou skupinou jsou lehce upravené původní znění otázky a změněný počet možných odpovědí. Například u otázky hlavního důvodu návštěvy byla v roce 2019 pouze jedna možnost odpovědi. V roce 2023 byla možnost vybrat maximálně 3 hlavní důvody návštěvy. Další skupina otázek byla nově přidána, například preferované roční období, orientace po Šumavě nebo znalost tvůrců na sociálních sítích.

Porovnání

V roce 2023 na dotazník odpovědělo 866 žen (78,02 % z celkového počtu 1 110 respondentů), v roce 2019 odpovědělo 241 žen (66,02 % z celkového počet 365 respondentů). V roce 2023 bylo 706 respondentů (63,60 %, n = 1 110) v pracovním poměru a 16 respondentů (1,44 % %, n = 1 110) ve starobním či invalidním důchodu. Za rok 2019 bylo 205 lidí zaměstnanci a 68 lidí (18,63 %, n = 365) v důchodu, což je více než v roce 2023. (Cafourková, 2021)

Důvodem malého procenta lidí ve starobním či invalidním důchodu (z 18,63 % pokles na 1,44 %) je možné vysvětlit tím, že dotazníkové šetření 2019 probíhalo na Šumavě (terénní výzkum) a dotazníkové šetření 2023 bylo realizováno online formou. Tím je zároveň možné vysvětlit následující tabulku 16, kdy se věk návštěvníků snížil oproti roku 2019. U mladších lidí a lidí ve středním věku je vyšší pravděpodobnost využívání technologií, sociálních sítí a mají tedy větší možnost vyplnit dotazník online.

Tabulka 16 – Věkové skupiny za roky 2019 a 2023

Věková skupina	2023		2019	
	Absolutní	Relativní	Absolutní	Relativní
Do 18 let	39	3,51%	3	0,82%
19–26 let	272	24,50%	26	7,12%
27–40 let	521	46,94%	86	23,56%
41–55 let	224	20,18%	141	38,63%
56–65 let	42	3,78%	53	14,52%
66 let a více	12	1,08%	56	15,34%
Celkem	1110	100%	365	100%

Zdroj: Vlastní zpracování podle Cafourková, 2021; Vlastní zpracování, 2023

Co se týče věkového složení návštěvníků Šumavy, v roce 2019 přijíždělo nejvíce návštěvníků ve věkové skupině 41–55 let. V roce 2023 se věk snížil na úroveň 27–40 let a 19–26 let.

Tabulka 17 – Věkové skupiny za roky 2019 a 2023 – ženy

Věková skupina - ženy	2023		2019	
	Absolutní	Relativní	Absolutní	Relativní
Do 18 let	23	2,66%	3	1,24%
19–26 let	204	23,56%	18	7,47%
27–40 let	422	48,73%	59	24,48%
41–55 let	181	20,90%	91	37,76%
56–65 let	28	3,23%	33	13,69%
66 let a více	8	0,92%	37	15,35%
Celkem	866	100%	241	100%

Zdroj: Vlastní zpracování podle Cafourková, 2021; Vlastní zpracování, 2023

Jelikož v obou výzkumech dominovaly ženy v počtu odpovědí, bylo vytvořeno srovnání jejich odpovědí (zelené tabulky). Opět není zcela možné porovnat dva různé výzkumy, nicméně je zřetelné, že v roce 2023 bylo nejvíce žen ve věkové skupině 27–40 let.

Tabulka 18 – Typ ubytování za roky 2019 a 2023

Typ ubytování	2023		2019	
	Absolutní	Relativní	Absolutní	Relativní
Hotel s méně než 3*	20	2,52%	x	0,00%
Hotel s více než 3*	125	15,74%	11	13,58%
Penzion	199	25,06%	39	48,15%
Apartment	158	19,90%	x	0,00%
Kemp	74	9,32%	6	7,41%
U příbuzných/známých	71	8,94%	14	17,28%
Vlastní nemovitost	110	13,85%	11	13,58%
Jiné..	37	4,66%	x	0,00%
Celkem	794	100%	81	100%

Zdroj: Vlastní zpracování podle Cafourková, 2021; Vlastní zpracování, 2023

V roce 2019 jednoznačně převládalo ubytování v penzionech (48,15 %). Zajímavostí je, že se v roce 2019 žádný z oslovených respondentů neubytoval v apartmánu. V roce 2023 jsou typy ubytování více diverzifikované. Návštěvníci se ubytovávají v penzionech (25,06 %), apartmánech (19,90 %), hotelech s více než 3* (15,74 %) nebo ve sledované oblasti vlastní nemovitost – byt, chatu, chalupu.

Tabulka 19 – Výdaje osoba/noc za roky 2019 a 2023

Útrata osoba/noc	2023		2019	
	Absolutní	Relativní	Absolutní	Relativní
0–300 Kč	179	22,54%	13	27,66%
301–500 Kč	142	17,88%	25	53,19%
501–800 Kč	195	24,56%	5	10,64%
801–1000 Kč	145	18,26%	3	6,38%
1001 Kč a více	133	16,75%	1	2,13%
Celkem	794	100%	47	100%

Zdroj: Vlastní zpracování podle Cafourková, 2021; Vlastní zpracování, 2023

Výdaje za ubytování byly v roce 2019 převážně v rozmezí 301–500 Kč/osoba/noc. Pouhá 2 % respondentů byla ochotná si za osobu a noc zaplatit více než 1 001 Kč. V roce 2023 byli respondenti ochotni si za ubytování připlatit a cenové rozmezí ve své podstatě vymizelo. Výdaje za ubytování se pohybují ve všech uvedených cenových kategoriích a odpovědi jsou rozloženy velmi podobně. Ceny ubytování vzrostly v důsledku pocovidové inflace (roky 2020, 2021, 2022, 2023⁸). Lidé tuto skutečnost vnímají a jsou ochotni zaplatit za ubytování aktuální ceny.

⁸V roce 2020 činila průměrná roční inflace v České republice 3,2 %. V roce 2021 činila průměrná roční inflace v 3,8 %. V roce 2022 činila průměrná roční inflace 15,1 % V roce 2023 činila průměrná roční inflace 10,7 %. (ČSÚ, 2024c,d,e,f)

Tabulka 20 – Výdaje osoba/den za roky 2019 a 2023

Útrata osoba/den	2023		2019	
	Absolutní	Relativní	Absolutní	Relativní
0–100 Kč	17	1,53%	4	1,15%
101–300 Kč	169	15,23%	117	33,72%
301–500 Kč	454	40,90%	188	54,18%
501–800 Kč	346	31,17%	32	9,22%
801 Kč a více	124	11,17%	6	1,73%
Celkem	1110	100%	347	100%

Zdroj: Vlastní zpracování podle Cafourková, 2021; Vlastní zpracování, 2023

Podobně je tomu u výdajů na osobu a den. Do odhadu částky jsou započítány výdaje za parkování, vstupy, stravu během dne a suvenýry. V roce 2019 činily průměrné výdaje respondentů kolem 301–500 Kč. Málou část respondentů vydal za osobu/den více jak 501 Kč (9,22 %). Ceny služeb (stravování, parkování, vstupy atd) vzrostly v důsledku pocovidové inflace (viz komentář předchozí tabulky). Stejně jako u výdajů za ubytování, lidé akceptují skutečnost vyšších cen nabízených služeb a jsou ochotni zaplatit aktuálně nastavené ceny.

Tabulka 21 – NPS za roky 2019 a 2023

Net Promoter Score	2023		2019	
	Absolutní	Relativní	Absolutní	Relativní
Promotéři	1001	90,18%	292	80,00%
Neutrální	75	6,76%	67	18,36%
Kritici	34	3,06%	6	1,64%
Celkem	1110	100%	365	100%

Zdroj: Vlastní zpracování podle Cafourková, 2021; Vlastní zpracování, 2023

V roce 2019 byl výsledek NPS 78,36 % a za rok 2023 je výsledek 87,12 %. Oba tyto výsledky se považují za velmi uspokojivé. (Janeček, Cafourková & Pichlík, 2023)

Tabulka 22 – NPS za roky 2019 a 2023 – ženy

Net Promoter Score - ženy	2023		2019	
	Absolutní	Relativní	Absolutní	Relativní
Promotéři	795	91,80%	196	81,33%
Neutrální	47	5,43%	42	17,43%
Kritici	24	2,77%	3	1,24%
Celkem	866	100%	241	100%

Zdroj: Vlastní zpracování podle Cafourková, 2021; Vlastní zpracování, 2023

Pokud jde o pravděpodobnost doporučení u žen, výsledek NPS za rok 2019 byl 80,08 %, výsledek za rok 2023 byl 89,03 %. Oba výsledky jsou vyšší než celkové NPS.

6 Profil návštěvníka

Profil návštěvníků byl sestaven ze zpracovaných dat v předchozích kapitolách získaných na základě online dotazníkového šetření. Inspirací k sestavení profilů byly již sestavené profily návštěvníků v bakalářské práci. V závěru této kapitoly je možné najít srovnání profilů z roku 2019 s rokem 2023. V tabulkách je možné vidět stejné charakteristiky, které se v průběhu let nezměnily, ale také se zde najdou rozdíly.

Šumava má dva typy návštěvníků, tj. výletníka a turistu. V obou případech se jedná o profil českého návštěvníka.

Prvním je **výletník**. Jedná se o českého občana ve věku 27 až 40 let, který v místě zůstává pouze jeden den bez přenocování. Pro svoji návštěvu Šumavy si vybírá především léto a podzim. Přijíždí vlastním osobním automobilem z Plzeňského a Jihočeského kraje a svou návštěvu Šumavy si organizuje individuálně, přičemž je doprovázen rodinou, převážně čtyři členové skupiny. Informace o různých místech nejčastěji získává prostřednictvím sociálních sítí (Facebook, Instagram), internetu anebo má vlastní informace získané z předchozích návštěv míst. Hlavním důvodem návštěvy je pro něj rekreace, pobyt v přírodě, pěší turistika a návštěva turistických cílů. Během svého výletu navštíví v průměru tři další města nebo obce a tři turistické atraktivity. Hodnocení poskytovaných služeb je zpravidla ohodnoceno pozitivně. Výletník Šumavu jako celek hodnotí velmi pozitivně, což dokazuje vysokou mírou pravděpodobnosti doporučení. Pokud má výletník nějakou výhradu k místům či turistickým cílům, pak se jedná především o nedostatečnou kapacitu sběrných nádob na odpad a znečištěná příroda, dále výhradu k velkému množství lidí na Šumavě a stylu chování ostatních jedinců v přírodě. Průměrně za den utratí od 301,- Kč do 500,- Kč na osobu.

Druhým typickým návštěvníkem Šumavy je **turista**, který se rozhodne přenocovat minimálně jednu noc. Často cestuje ve dvojici s partnerem či partnerkou a svůj trvalý pobyt mají v hlavním městě Praha, Středočeském a Jihočeském kraji. Věkové kategorie turisty se pohybují od 19 do 26 let a od 41 do 55 let. Turista sdílí několik charakteristik s výletníkem. Svůj šumavský pobyt si také zařizuje individuálně v létě či na podzim, cestuje osobním automobilem a informace o různých místech nejčastěji získává prostřednictvím sociálních sítí (Facebook, Instagram), internetu anebo má vlastní informace získané z předchozích návštěv míst. Též je jeho hlavním důvodem pobytu

rekreace, pobyt v přírodě, pěší turistika a návštěva turistických cílů. Liší se však v tom, že v daném místě stráví obvykle 2–3 dny nebo 4–7 dní a jeho preferencí je ubytování v penzionech. Ubytování si rezervuje sám prostřednictvím online rezervačního systému, např. Booking. Během svého pobytu navštíví v průměru osm dalších měst nebo obcí a navštíví 10 až 12 turistických atrakcí. Přestože je s ubytováním a stravováním obvykle spokojen, turista často identifikuje více nedostatků než výletník, jelikož v oblasti stráví delší čas. Během jednoho dne jsou jeho výdaje průměrně od 301 Kč do 800 Kč. Za ubytování pak v průměru zaplatí od 501 do 800 Kč za osobu/noc.

Obě níže uvedené tabulky nabízejí srovnání sestavených profilů návštěvníka.

Tabulka 23 – Srovnání profilů typického návštěvníka – výletník

Kategorie	Výletník	
	Výzkum v roce	
	2019	2023
Národnost	Čech	Čech
Věková skupina	41–55 let	27–40 let
Trvalý pobyt	Plzeňský kraj	Plzeňský a Jihočeský kraj
Preferované roční období		Léto a podzim
Počet strávených dní	1 den bez přenocování	1 den bez přenocování
Způsob dopravy	Osobní automobil	Osobní automobil
Organizace cesty	Individuálně	Individuálně
Doprovod	Rodina (nejméně jeden rodič + děti)	Rodina (nejméně jeden rodič + děti)
Způsob získávání informací	Internet	Předchozí návštěva, internet, sociální sítě
Hlavní důvod cesty	Dovolená, rekreace, odpočinek	Rekreace, pobyt v přírodě, pěší turistika, návštěva turistických cílů
Počet navštívených měst/obcí	3	3
Počet navštívených tur. cílů	2	3
Hodnocení služeb	Známka 1	Známka 2
Spokojenost	Spokojený	Spokojený, vysoká pravděpodobnost doporučení
Nespokojenost	Nedostatek parkovacích míst	Nedostatek svěrných nádob na odpad, velké množství lidí, chování lidí v přírodě
Výdaje osoba/den	301–500 Kč	301–500 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování podle Cafourková, 2021; Vlastní zpracování, 2023

V tabulce 23 je viditelný rozdíl hned u věkové skupiny, kdy v roce 2019 byl typickým výletníkem člověk ve věkové skupině 41–55 let, zatímco v roce 2023 se věk výletníka snížil na 27–40 let. Změna věkové skupiny může být způsobena způsobem získávání dat, jelikož v roce 2019 se jednalo o terénní výzkum přímo na Šumavě a v roce 2023 bylo dotazníkové šetření spuštěno online formou. Rozdílem je také to, že lidé využívají pro získávání informací sociální sítě, což v roce 2019 dělal málokterý výletník. Tento fakt je opět ovlivněný online formou dotazníkového šetření, kdy respondenti spíše museli využívat sociální sítě, aby mohli dotazník vyplnit. Hlavním důvodem návštěvy je nejen rekreace, ale též pobyt v přírodě, pěší turistika a návštěva turistických atrakcí. Zde je přidáno více hlavních důvodů návštěvy, jelikož respondenti měli možnost vybrat

maximálně 3 hlavní důvody své návštěvy Šumavy. Hlavním důvodem ovšem zůstává rekreace, volný čas a dovolená v obou profilech výletníka. Nespojenost byla v roce 2019 hodnocena velmi krátce, důvodem byla časová náročnost při osobním vyplňování s respondentem. V roce 2023 měli respondenti neomezený čas na svou odpověď, tudíž měli možnost se nad svým pobytem zamyslet a vypsát libovolně dlouhou odpověď. Nespokojenost se v roce 2023 rozšířila o několik bodů: velké množství ostatních návštěvníků, zejména na turisticky oblíbených cílech a chování lidí v přírodě. Denní výdaje na osobu zůstávají na stejné úrovni.

Tabulka 24 – Srovnání profilů typického návštěvníka – turista

Turista		
Kategorie	Výzkum v roce	
	2019	2023
Národnost	Čech	Čech
Věková skupina	27–40 let a 56–65 let	19–26 let a 41–55 let
Trvalý pobyt	Hl. město Praha a Středočeský kraj	Hl. město Praha, Jihočeský a Středočeský kraj
Preferované roční období		Léto a podzim
Počet strávených dní	4–7 dní	2–3 dny a 4–7 dní
Typ ubytování	Penzion	Penzion
Rezervace ubytování	Telefonicky	Online rezervační systémy (Booking)
Způsob dopravy	Osobní automobil	Osobní automobil
Organizace cesty	Individuálně	Individuálně
Doprovod	Partner/partnerka	Partner/partnerka
Způsob získávání informací	Opakovaná návštěva, doporučení přátel	Předchozí návštěva, internet, sociální sítě
Hlavní důvod cesty	Dovolená, rekreace, odpočinek	Rekreace, pobyt v přírodě, pěší turistika, návštěva turistických cílů
Počet navštívených měst/obcí	6	8
Počet navštívených tur. cílů	5	10–12
Hodnocení služeb	Známka 2	Známka 2–3
Spokojenost	Spokojený	Spokojený, vysoká pravděpodobnost doporučení
Nespokojenost	Více nedostatků než výletník	Vyšší nespokojenost než výletník
Výdaje osoba/den	501–1 000 Kč	301–800 Kč
Výdaje za ubytování osoba/noc	301–500 Kč	501–800 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování podle Cafourková, 2021; Vlastní zpracování, 2023

Věkové skupiny platící pro profil turisty se změnilo oproti roku 2019, posunuly se v obou případech o jednu věkovou skupinu dolů (již zdůvodněno u výletníka). Změna nastala u rezervace ubytování, kdy si v roce 2019 turista zařizoval své ubytování telefonicky s provozovatelem ubytování. V roce 2023 nejvíce využívané byly online rezervační systémy typu Booking, který nabízí snadné vyhledávání, proces objednání a snadnou komunikaci s provozovatelem ubytování. Změna nastala také v denních výdajích za osobu, kdy se výdaje snížily na částku v rozmezí 301 Kč až 800 Kč z původních 501 Kč až 1 000 Kč. Naopak k navýšení cen došlo u ubytování.

7 Návrh a opatření

Tato kapitola zahrnuje návrh na zvýšení spokojenosti na Šumavě, který vychází z problémů uvedených v kap. 5.5 Nespokojenost, část Nedostatečné nebo zcela chybějící sociální zařízení (WC) (n = 6).

Důvodem volby návrhu je možná eliminace odpadu v přírodě a zvýšení osobního komfortu návštěvníků Šumavy. Přestože tento návrh nemá velké množství odpovědí, úzce souvisí bodem nespokojenosti č. 5, tj. *Nedostatek sběrných nádob na odpadky (popř. plné koše, ze kterých odpad vypadává mimo) + Odhozené odpadky v lese, u cest, na parkovištích (n = 120)*. Nedostatečné množství odpadkových košů bylo řešeno v bakalářské práci. Pokud se jedná o problém se znečištěním přírody (např. kapesníčky v lese, mohl by jej odstranit či minimálně omezit následující návrh.

7.1 Popis problematiky

Návrhem je vytvoření sociálního zařízení veřejné WC na velkých záchytných a zároveň odlehlých parkovištích mimo územní sídla. Příkladem takového parkoviště je u obce Prášily – parkoviště Slunečná, které je výchozím bude pro Poledník a Prášilské jezero nebo Parkoviště Antýgl, které je výchozím místem pro Turnerovu chatu nebo Modravu.

Návštěvník má v tomto případě možnost přijet do obce a využít sociální zázemí v místním infocentru, které má omezenou provozní dobu. Anebo navštívit některou restauraci, kterých je také omezený počet. Na parkoviště Slunečná lze ale dojet, aniž by návštěvník musel projet obcí. A právě na tyto návštěvníky se autorka práce zaměřila a předpokládá, že v případě realizace tohoto návrhu dojde k eliminaci množství odpadu. (Google Maps, 2024a,b)

7.2 Realizace projektu

Níže charakterizovaná realizace návrhu je pouhým odhadem autorky. Pro skutečnou realizaci tohoto projektu by byla potřebná participace odborníků v daných oborech.

Tabulka 25 – Harmonogram realizace projektu

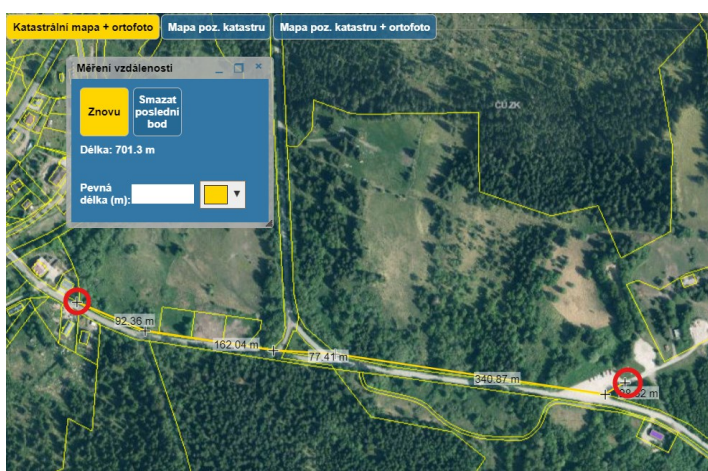
Kroky	Aktivita	Časový úsek	Odhadovaná cena
1.	Pozemek		Vlastní
2.	Územní plán	3–6 měsíců	20 000 Kč
3.	Projektová dokumentace	1 měsíc	20 000 Kč
4.	Stavební povolení	3–6 měsíců	50 000 Kč
5.	Projekt realizace, výběrové řízení	1 měsíc	
6.	Realizace	3 měsíce	
7.	Úprava projektové dokumentace	1 měsíc	2 000 Kč
8.	Kolaudace	1 den	5 000 Kč
9.	Uvedení do provozu a odstranění závad		

Zdroj: Vlastní zpracování, 2024

Prvním bodem realizace je zajištění **pozemku**. Předpokladem návrhu je skutečnost, že obec je vlastníkem pozemku, na kterém se nachází záchytné parkoviště. Následuje **zařazení plánované stavby do územního plánu** – změnou ÚP. Vzhledem k tomu, že se jedná o obecní veřejně prospěšnou stavbu na vlastním pozemku, autorka předpokládá, že délka trvání zařazení stavby do ÚP bude trvat zhruba 3 měsíce (max. 6 měsíců). Problémy mohou nastat v případě zřízení přípojek inženýrských sítí (elektrina, voda, kanalizace) vedoucí k pozemku. Přípojka elektřiny bude stažena ze sloupu stávajícího elektrického vedení. Obec Prášily provozuje ČOV s kanalizační sítí, odpadní voda může být svedena kanalizací do obecní čističky odpadních vod, ovšem vzdálenost od parkoviště k nejbližšímu bodu kanalizace je cca 700 metrů (viz obrázek 24). Druhým řešením bude vybudování vlastní čističky odpadních vod (ČOV) v rámci výstavby sociálního zařízení. Užitečnou vodu pro splachování toalet lze využít jako přečištěnou odpadní vodu z ČOV a dešťovou vodu ze záchytné jímky. Pitnou vodu je možné napojit na obecní vodovod (vzdálenost přípojky je opět cca 700 metrů), nebo na pozemku zhotovit samostatný vrt. Časová náročnost zařazení změny do územního plánu je zhruba 3–6 měsíců, jelikož vypracování **projektové dokumentace k územnímu plánu** a schválení musí projít přes zastupitelstvo dané obce a příslušné kompetentní orgány, které se k záměru vyjadřují. Cena projektové dokumentace je odhadovaná na 20 000 Kč a vyhotovení bude trvat měsíc. Dalším krokem je **získání územního rozhodnutí a stavebního povolení** na stavebním úřadu po předložení stavební dokumentace ke stavebnímu řízení a vlastní realizaci (50 000 Kč). Získání povolení může trvat 3 až 6 měsíců, délka závisí na vyjádření příslušných orgánů. **Výběrové řízení na dodavatele stavby** představuje další bod realizace v délce trvání jednoho měsíce. Následuje samotná **realizace projektu**, která zahrnuje položení kanalizační,

vodovodní a elektrické přípojky, dále položení základové desky, výstavbu samotné budovy včetně střechy a vybudování interiéru sociálního zařízení. Kompletní budova by měla být dokončena během 3 měsíců. Sedmým krokem je **úprava projektové dokumentace podle skutečného provedení stavby**. Úprava dokumentace zabere přibližně měsíc, náklady budou činit 2 000 Kč. Předposledním krokem je jednodenní **kolaudace** budovy. Posledním krokem je případné **odstranění závad a uvedení do provozu**. Celková délka realizace projektu je odhadována v rozmezí 12–18 měsíců + jeden den kolaudace, cena je odhadovaná na 97 000 Kč. (ČÚZK, 2024)

Obrázek 24 – Katastrální mapa s trasou možného napojení kanalizace v Prášilech



Zdroj: Vlastní zpracování podle ČÚZK, 2024

Skutečná vzdálenost od Parkoviště Poledník Slunečná k nejbližšímu bodu kanalizace je cca 700 metrů.

7.3 Popis budovy

Jedná se o bezbariérovou budovu s půdorysem tvaru obdélníku o rozměru cca 5 x 7 metrů se sedlovou střechou. Budova bude vystavěna pórabetonovým zdivem s plastovými okny a dveřmi. Střecha bude tvořena dřevěným krovem a plechovou šroubovanou krytinou. Zateplená fasáda budovy bude pokryta dřevěnými exteriérovými hoblovanými profily. V interiéru bude podlaha tvořena keramickou dlažbou a stěny pokryty keramickými obklady. Interiér bude rozdělen na dvě křídla, tj. dámské a pánské toalety. Samostatnou část bude tvořit toaleta pro invalidy s vlastním vchodem. Všechny části toalet budou vybaveny sanitární technikou (záchody, umyvadla), bezdotykovými bateriemi a bezdotykovými vysoušeči na ruce. Na dámských toaletách bude přidělané místo pro přebalovací pult. Vstup do obou křídel budovy bude vybaven samoobslužným

platicím automatem s možností placení hotovostí a bezkontaktní platbou. Sociální zařízení bude placené, cena jednoho vstupu je stanovena na 20 Kč. (DEK a.s., 2024; PALIS Plzeň, spol. s. r. o., 2024)

7.4 Kalkulace projektu

V případě kalkulace se jedná opět o odhad autorky. Ke zjištění skutečných částek jednotlivých položek by byla potřebná participace odborníků v daných oborech. Níže uvedené částky jsou počítány bez DPH.

Tabulka 26 – Kalkulace návrhu

Část	Položka	Počet	Cena/kus	Celková cena položek
Přípojky 1	Vybudování vlastní ČOV	1	250 000 Kč	250 000 Kč
	Vlastní vrt	1	200 000 Kč	200 000 Kč
	Elektrická přípojka	1	100 000 Kč	100 000 Kč
	<i>Odhadovaná cena přípojek a instalace</i>			<i>550 000 Kč</i>
Budova	Základová deska	1	50 000 Kč	50 000 Kč
	Budova včetně střechy	1	300 000 Kč	300 000 Kč
	Zateplená fasáda	1	50 000 Kč	50 000 Kč
	Omítky, keramické obklady, podlahy	1	200 000 Kč	200 000 Kč
	Vnitřní instalace (rozvody odpadů, vody, elektřiny)	1	100 000 Kč	100 000 Kč
	Plastová okna	5	8 000 Kč	40 000 Kč
	Plastové dveře	3	30 000 Kč	90 000 Kč
	<i>Odhadovaná cena budovy</i>			<i>830 000 Kč</i>
Vybavení	Samoobslužný platící automat	1	50 000 Kč	50 000 Kč
	Světla	7	600 Kč	4 200 Kč
	Umyvadla	5	3 000 Kč	15 000 Kč
	Záchody	6	4 000 Kč	24 000 Kč
	Pisoár	2	3 000 Kč	6 000 Kč
	Bezkontaktní umyvadlové baterie	6	4 300 Kč	25 800 Kč
	Vysoušeč na ruce	3	3 705 Kč	11 115 Kč
	<i>Odhadovaná cena vybavení interiéru</i>			<i>136 115 Kč</i>
Provoz	Ostatní (toaletní papír, čisticí prostředky, vybavení na úklid)	1	30 000 Kč	30 000 Kč
	Zaměstnanec	1	150 Kč	54 750 Kč
	<i>Užitková voda do wc</i>		<i>5 Kč</i>	
	<i>Voda pitná do kohoutků (rok 2024)</i>		<i>48,2 Kč</i>	
	<i>Voda odpadní – stočné (rok 2024)</i>		<i>72,0 Kč</i>	
	<i>Energie</i>		<i>5 Kč</i>	
	<i>Odhadovaná cena provozu budovy</i>			<i>84 750 Kč</i>
Odhadovaná celková cena návrhu budovy sociálního zařízení				1 600 865 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování podle 1K Design, 2024; ČÚZK, 2024; NET Production, s.r.o., 2024; HP TRONIC Zlín, spol. s.r.o., 2024; Obec Prášily, 2024; SIKO koupelny a.s., 2024a,b,c,d; SOLODOOR, a.s., 2024; Ušetřeno.cz s.r.o., 2024

Tabulka 27 – Přípojky 2

Část	Položka	Počet / m	Cena/kus, m	Celková cena položek
Přípojky 2	Napojení na obecní kanalizaci	700	5 700 Kč	3 990 000 Kč
	Napojení na obecní vodovod	700	6 800 Kč	4 760 000 Kč
	Elektrická přípojka	1	100 000 Kč	100 000 Kč
<i>Odhadovaná cena přípojek a instalace</i>				<i>8 850 000 Kč</i>

Zdroj: Vlastní zpracování podle Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2021; Přípojka kanalizace, 2024; Přípojka vodovod, 2024

Ve výše uvedených tabulkách 26 a 27, v části přípojky, lze vidět diametrální rozdíl finanční náročnosti vybudování vlastního zdroje vody a zařízení na likvidaci odpadních vod a připojení zařízení na stávající obecní infrastrukturu. Jednoduchým odečtením celkové částky tabulek 26 a 27 je možné zjistit, že se jedná o rozdíl 8 300 000 Kč.

Kalkulace je rozdělena na 4 hlavní části. Ceny jednotlivých položek je možné vidět v tabulce 26. Jednorázovou investicí budou přípojky, výstavba budovy a vybavení interiéru. Jedná se o **jednorázovou investici v odhadované hodnotě 1 516 115 Kč**. V provozu budovy se počítá s pravidelnými nákupy čistících prostředků a doplňování zásob toaletního papíru či ubrousků. Dále se počítá s jedním zaměstnancem obce či brigádníkem, který bude denně docházet na úklid. Délka úklidu bude stanovena na 1 hodinu za 150 Kč, tj. 365 dní * 1 hodina * 150 Kč = 54 750 Kč za zaměstnance. **Roční investice na provoz budovy sociálního zařízení je odhadována na 84 750 Kč.**

Celková cena včetně prvního roku provozu vychází na částku 1 600 865 Kč v případě vlastní ČOV a vrtu.

V případě, že se obec rozhodne napojit se na obecní veřejné sítě, náklady na provoz budou výrazně vyšší než v případě, že obec vybuduje vlastní čističku odpadních vod a vodovodní vrt. Budou se do částky provozu započítávat náklady na vodné a stočné. Průměrné ceny pro rok 2024 jsou uvedené v tabulce kalkulace kurzívou.

Předpokladem je, že obec získá dotaci na realizaci projektu, ať už z Ministerstva pro místní rozvoj, Ministerstva životního prostředí nebo krajského úřadu na základě schválené žádosti a zaslaných dodavatelských faktur. Z výše uvedeného návrhu vyplývá, že finanční náročnost takového záměru je velmi vysoká. Bez dotací žádá obec nebude takový záměr realizovat.

7.5 Závěr návrhu

Závěrem předloženého návrhu je fakt, že by bylo vybudování sociálního zázemí dobrým počinem, který by přijíždějící návštěvníci ocenili, ale v současné době to bez vstupní investice a dotací nelze realizovat.

7.6 Další návrhy

Dalšími často zmiňovanými body nespokojenosti byly dle kapitoly 5.5 Nespokojenost:

- 1) Velké množství lidí, turistů, návštěvníků + Nevychovaní, neukáznění lidé, neznalost a chování v přírodě (n = 243 odpovědí);
- 2) Cyklisté, jejich chování na trasách (n = 39);
- 3) Nedostatek laviček a krytých míst k sezení (n = 26);
- 4) Nedostatek sběrných nádob na odpadky (popř. plné koše, ze kterých odpad vypadává mimo) + Odhozené odpadky v lese, u cest, na parkovištích (n = 120);
- 5) Existence asfaltových cest (n = 34);
- 6) Malé množství stravovacích zařízení, nekvalitní jídla (n = 24);
- 7) Zničené informační tabule, špatné značení (n = 8).

Velké množství lidí, turistů, návštěvníků + Nevychovaní, neukáznění lidé, neznalost a chování v přírodě (n = 243 odpovědí)

Velkému počtu návštěvníků v oblasti pravděpodobně není možné nijak zabránit či ho ovlivnit. Stížnosti byly také na chování návštěvníků v lese. S tím je spojené neukázněné chování návštěvníků v přírodě. Doporučením pro NP Šumava je posílení terénních hlídek, které budou návštěvníky upozorňovat na přestupky, např. chození mimo vyznačené stezky, porušování zákazu vstupu atd. Návrhem je též umístění informačních tabulí o správném chování v lese. Jednalo by se o informační tabule z přírodního materiálu (dřevo). Dalším možným řešením je vytvoření edukačních videí, která budou umístěna např. v autobusových spojích (Zelené linky) nebo v informačních a návštěvnických centrech. Rozšířilo by se tím povědomí o správném chování návštěvníků v přírodě.

Cyklisté, jejich chování na trasách (n = 39)

Stejný problém se objevil u cyklistů, opět neukázněné chování – rychlá jízda, předjíždění, jízda ve skupině vedle sebe na hlavních komunikacích, neohledupné

chování vůči pěším návštěvníkům, porušování zákazu vstupu s kolem. Též je doporučením pro NP Šumava posílení terénních hlídek, které budou cyklisty upozorňovat na přestupky. Stejně jako u předchozího bodu, možným řešením by bylo vytvoření naučných videí.

Nedostatek laviček a krytých míst k sezení (n = 26)

Doporučením NP Šumava, CHKO Šumava a jednotlivým obcím je přidání míst k sezení a stolování. Dále vybudování krytých míst k sezení na nových místech či navrácení zařízení na sezení na původní místo, např. krytý přístřešek cestou na Poledník od parkoviště Prášily Slunečná. Na trasa býval přístřešek se sezením, ale byl odstraněn. Ovšem zvýšilo by se tím množství odpadu, jelikož ne všichni lidé se své odpadky odnesou s sebou zpět.

Nedostatek sběrných nádob na odpadky (popř. plné koše, ze kterých odpad vypadává mimo) + Odhozené odpadky v lese, u cest, na parkovištích (n = 120)

Problémem bylo malé množství sběrných nádob na odpadky a odhozené odpadky v přírodě. Doporučení pro oblast Šumavy byla již stanovena v bakalářské práci. Návrhem bylo posílení kapacit sběrných nádob na odpadky a jejich pravidelné vynášení. (Cafourková, 2021)

Existence asfaltových cest (n = 34)

Zde byl problém v počtu asfaltových cest v NP Šumava. Asfaltový povrch zrychluje již tak dosti neukázněné cyklisty, kteří vytlačí pěší mimo stezky. Čím více cyklistů, tím více nově vyšlapaných pěšin mimo oficiální chodníky. Doporučením Národnímu parku Šumava je budování cest pro pěší z více přírodních materiálů. Variantou zpevněné cesty je šterk či mlat, variantou nezpevněné cesty je mulčovaná cesta. (Zahradní architektura Tábor s.r.o., 2024).

Zničené informační tabule, špatné značení (n = 8)

Doporučením Národnímu parku Šumava a CHKO Šumava je kontrola a následná oprava turistického značení na stromech. Též je na místě oprava rozcestníků, ukazatelů a zastaralých či zcela zničených informačních tabulí.

Zde by bylo vhodné navrhnout řešení destinačním společností, ovšem ty nejsou na Šumavě příliš rozšířené.

Závěr

Cílem diplomové práce bylo analyzovat profil návštěvníka Šumavy, posoudit spokojenost návštěvníků a sestavit návrh ke zvýšení spokojenosti v dané oblasti. Dílčím cílem bylo stanovit výzkumné otázky, určit hypotézy a zvolit vhodné metody pro získání dat k sestavení profilu návštěvníka Šumavy.

Práce byla rozdělena do celkem 7 částí. V úvodu práce byl představen cíl práce a metodika. První část obsahovala teoretická východiska pro zvolené téma, jako je cestovní ruch, destinace, spokojenost a byl popsán též profil návštěvníka. Druhá a třetí část se zaměřovala na vymezení sledované oblasti Šumavy, představení projektu We Love Šumava, který se podílel na sběru dat, dále navazoval popis primární a sekundární oblasti nabídky turistické oblasti. Čtvrtá část práce byla zaměřena na metodiku výzkumu, zvolené postupy sběru dat, formulaci výzkumných otázek a hypotéz. V páté části byly prezentovány výsledky dotazníkového šetření, které probíhalo online formou v měsících červenec–září roku 2023, přičemž se jednalo o záměrný výběr respondentů. V této části bylo možné najít testování hypotéz, shrnutí výsledků dotazníkového šetření a krátkou komparaci výsledků z roků 2019 a 2023. Poslední dvě části byly věnovány sestaveným profilům typického návštěvníka Šumavy a byl zde představený návrh na zvýšení návštěvnosti a zlepšení spokojenosti na Šumavě. Návrhem bylo vybudování sociálního zařízení veřejného WC na velkých záchytných a zároveň odlehlých parkovištích mimo územní sídla. Předpokladem realizace projektu byla eliminace odpadu v lesích, které bylo též jedním z bodů nespokojenosti návštěvníků.

Celý výzkum se zaměřoval na obyvatele České republiky, kdy nejvyšší podíl návštěvníků Šumavy tvořili obyvatelé Plzeňského kraje. Hlavním důvodem či motivem jejich cesty do zvolené oblasti byla rekreace, volný čas, pěší turistika a návštěva známých i méně známých turistických cílů. Nejvíce preferovaným ročním obdobím je léto a podzim. Často se jednalo o krátkodobé pobyty trvající 2–3 dny, přičemž byli respondenti nejčastěji ubytovaní v penzionech. Návštěvníci průměrně utratí 301–500 Kč za osobu/den. Oslovení respondenti vyjádřili spokojenost s krásou Šumavy a velmi ochotně doporučí návštěvu oblasti svým přátelům a známým. Mezi hlavní faktory nespokojenosti shledali především velké množství lidí na známých turistických místech, neukázněné chování ostatních návštěvníků v přírodě, nedostatečné sociální zařízení, nedostatek sběrných nádob na odpadky a nedostatek míst k sezení.

Byly také zodpovězeny výzkumné otázky. Hlavním důvodem návštěvy Šumavy byla rekreace a volný čas. Dalšími důvody byly pobyt v přírodě, pěší turistika a návštěva známých i méně známých turistických cílů. Výše výdajů na osobu/den je 301–500 Kč. Výše těchto výdajů je závislá na věku návštěvníka Šumavy. Míra loajality návštěvníků byla 87,12 %, což byl vyšší výsledek než požadovaná hodnota 70 %.

Seznam použitých zkratek

angl.	anglicky
CR	cestovní ruch
ČOV	čistička odpadních vod
ČÚZK	Český úřad zeměměřický a katastrální
DPH	daň z přidané hodnoty
FB	Facebook
H	hypotéza
Ha	hektar
HUZ	hromadná ubytovací zařízení
CHKO	Chráněná krajinná oblast
IG	Instagram
IS	informační středisko
ITC	informační turistické centrum
Kč	Koruna česká
kol.	kolektiv
NP	Národní park
NPR	Národní přírodní rezervace
NPS	Net Promoter Score
NPŠ	Národní park Šumava
TAČR	Technologická agentura České republiky
TIC	turistické informační centrum
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
ÚP	územní plán
VO	výzkumná otázka
WC	toaleta
WLŠ	We Love Šumava

Seznam použitých zdrojů

- 1K Design (2024). *Dřezy-baterie.cz. Jet Dryer BUTTON stříbrný*. Dostupné 25. 3. 2024 z https://www.drezy-baterie.cz/eshop/16486/jet-dryer-button-stribrny.html?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwwYSwBhDcARIsAOyL0fizXfmncKbCp43M2rz2ag4E3HpGHXs4H3HZLTlaQC67GfSzrUnRSSIaAlsFEALw_wcB
- Alcedo Media, s.r.o. (2023). *Šumava.info. Města a obce regionu*. Dostupné 10. 10. 2023 z <https://www.sumava.info/sumava/mesta-a-obce-regionu/>
- Anděla, M., Andreska, J., Beneš, J., Blažková, D., Bufková, I., Bürger, P., Cihlár, T., Cícha, J., Červený, J., Domanický, P., Durdík, T., Fenc, P., Fibich, O., Frölich, J., Gutzerová, N., Hartvich, P., Hofmann, G., Holec, J., ... Zavřel, P. (2003). *Šumava – příroda, historie, život*. Nakladatelství Miloš Uhlíř – Baset.
- ArtFocus (2023). *Ubytování aktuálně. Přírodní rezervace Povydrří*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.ubytovani-aktualne.cz/zajimavosti/vylety-sumava/prirodni-rezervace-povydri-chko-sumava-128/>
- Atlas Česka, s.r.o. (2023). *Na výlet k hlavnímu evropskému rozvodí mezi Černým a Čertovým jezerem na Šumavě*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.atlasceska.cz/vylety/ledovcova-jezera-na-sumave-120336>
- Barten, M. (2024a). *Revfine. Learn All About Tourism With This Detailed Guide*. Dostupné 22. 4. 2024 z <https://www.revfine.com/tourism/>
- Barten, M. (2024b). *Revfine. Tourism Meaning: Learn About the Definition of the Tourism Industry*. Dostupné 22. 4. 2024 z <https://www.revfine.com/tourism-meaning/>
- Bennett, R., & Rundle-Thiele, S. (2004). Customer satisfaction should not be the only goal. *Journal of services marketing* 16(17), 514-523. Dostupné z https://www.researchgate.net/publication/29456799_Customer_satisfaction_should_not_be_the_only_goal
- Beránek, J. a kol. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. MAG CONSULTING, s.r.o.
- Bílá, V. (2024). *iDNES.cz. Na fotku z otevřených dveří na Pancíři se stála i fronta, vzpomíná jejich autor*. Dostupné 5. 2. 2024 z https://www.idnes.cz/plzen/zpravy/welovesumava-socialni-site-propagace-priroda-fotky-videa-stromy-richard-broz.A240125_110919_plzen-zpravy_vb
- B-inside (2024). *Průzkum spokojenosti zákazníků*. Dostupné 27. 3. 2024 z <https://www.b-inside.cz/pruzkum-spokojenosti-zakazniku-nps/>
- Booking.com (2023). *Penzion Samoty*. Dostupné 19. 10. 2023 z https://www.booking.com/hotel/cz/penzion-samoty.cs.html?aid=2311236&label=cs-cz-booking-desktop-earHHgH3FZx9dDdzrjamRwS652828999198%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi%3Atikwd-65526620%3Alp1003848%3Ali%3Adec%3Adm&sid=d7d4f94f772b7cc8edb568e6db7a4bef&all_sr_blocks=902351403_361877846_2_0_0;checkin=2023-10-20;checkout=2023-10-22;dest_id=-559346;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;highlighted_blocks=902351403_361877846_2_0_0;hpos=1;matching_block_id=902351403_361877846_2_0_0;no_rooms=1;req_adults=2;req_children=0;room1=A%2CA;sb_price_type

=total;sr_order=popularity;sr_pri_blocks=902351403_361877846_2_0_0_10714;srepo ch=1697720631;srpvid=42a35bd7e76a0027;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl

Borgis a.s. (2023). *Novinky.cz. Šumava*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.novinky.cz/tag/sumava-7216>

Brož, F. (2019a). *We Love Šumava, „Otevřené dveře“*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.welovesumava.cz/2019/11/06/otevrene-dvere/>

Brož, F. (2019b). *We Love Šumava. Rubrika: „Otevřené dveře“*. Dostupné 31. 1. 2024 z <https://www.welovesumava.cz/2019/11/06/otevrene-dvere/>

Brož, F., Smola, F., Najman, P., Frenzlová, M., & Brožová, A. (2023). *Železnorudská zpravodaj*. 7, 1-24.

Brož, R. (2020). *We Love Šumava. Koncert pro čistou Šumavu #2 – 2020*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.welovesumava.cz/2020/07/15/koncert-pro-cistou-sumavu-2/>

Brož, R. (2021). *We Love Šumava. Chata Rovina / Dobrá Voda*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://www.welovesumava.cz/2021/08/30/chata-rovina-dobra-voda/>

Brož, R. (2022a). *We Love Šumava. Hotel Horizont / Špičák*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://www.welovesumava.cz/2022/06/06/hotel-horizont-spicak/>

Brož, R. (2022b). *We Love Šumava. Kynutá buхта / Horní planá*. Dostupné 25. 10. 2023 <https://www.welovesumava.cz/2022/03/07/kynuta-buchta-horni-plana/>

Brož, R. (2022c). *We Love Šumava. Povidloň / Lipno nad Vltavou*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://www.welovesumava.cz/2022/06/06/povidlon-lipno-nad-vltavou/>

Brož, R. (2023a). *We Love Šumava. Foodtruck MDK / Annín*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://www.welovesumava.cz/2023/08/23/foodtruck-mdk/>

Brož, R. (2023b). *We Love Šumava. Osvěžovna u pramene Řezné*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.welovesumava.cz/2023/06/05/osvezovna-u-pramene-rezne/>

Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/263731407_Marketing_the_competitive_destination_of_the_future_-_Growth_strategies_for_accommodation_establishments_in_alpine_regions

Cafourková, K. (2021). *Vybraná oblast Plzeňského kraje pohledem návštěvníků – spokojenost, kvalita služeb* [Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni]. Digitální knihovna Západočeské univerzity v Plzni. <https://dspace5.zcu.cz/handle/11025/47423>

Cambridge University Press & Assessment (2024a). *Cambridge Dictionary. Tourist*. Dostupné 22. 2. 2024 z <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/tourist>

Cambridge University Press & Assessment (2024b). *Cambridge Dictionary. Destination*. Dostupné 22. 2. 2024 z <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/destination>

Cestujeme Šumavou (2023a). *Hrady, zámky a zříceniny*. Dostupné 2. 10. 2023 z <http://www.cestujemesumavou.cz/hrady-zamky-a-zriceniny>

Cestujeme Šumavou (2023b). *Muzea a galerie na Šumavě*. Dostupné 2. 10. 2023 z <http://www.cestujemesumavou.cz/muzea-a-galerie-na-sumave>

Cestujeme Šumavou (2023c). *Naučné stezky na Šumavě*. Dostupné 6. 11. 2023 z <http://www.cestujemesumavou.cz/stezky-na-sumave>

cklub s.r.o. (2023). *Šumava: průvodce. Šumava*. Dostupné 2. 10. 2023 z https://www.cklub.cz/pruvodce/ceska_republika/jihocesky-kraj/sumava

Creative Commons 4.0 DEED (2023). *Naučné-stezky.cz. Naučné stezky se štítkem „pohoří Šumavy“*. Dostupné 27. 10. 2023 z <https://www.naucne-stezky.cz/stitky/sumava/>

CzechTourism (2015). *kudyznudy.cz. Výběh s vlky a naučná stezka se veřejnosti otevrou v návštěvnickém centru v Srní*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/aktuality/vybeh-s-vlky-a-naucna-stezka-se-verejnosti-otevrou>

CzechTourism (2023a). *kudyznudy.cz. Hadí stezka na Pancíř*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/hadi-stezka-na-pancir>

CzechTourism (2023b). *kudyznudy.cz. Hauswaldská kaple poblíž Srní*. Dostupné 2. 10. 2023 z https://www.kudyznudy.cz/aktivity/vikend-v-sumavskych-lurdech?gclid=Cj0KCQjw1OmoBhDXARIsAAAYGSH6ZGBqRW9YYxIU5cTujNR4NJK15XnUjlsx9olCCR9Eai1wrV5jEt4aAlK6EALw_wcB

CzechTourism (2023c). *kudyznudy.cz. Modravské slatě – zakázané srdce Šumavy*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/modravske-slate-zakazane-srdce-sumavy>

CzechTourism (2023d). *kudyznudy.cz. Naučná stezka Karla Klostermanna*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/naucna-stezka-karla-klostermanna>

CzechTourism (2023e). *kudyznudy.cz. Naučná stezka Po stopách zajíce na Šumavě*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/naucna-stezka-po-stopach-zajice>

CzechTourism (2023f). *kudyznudy.cz. Naučná stezka Špičák – Černé jezero*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/naucna-stezka-spacak-cerne-jezero>

CzechTourism (2023g). *kudyznudy.cz. Naučná stezka Vchynicko-tetovský plavební kanál – za historii plavení dřeva*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/naucna-stezka-vchynicko-tetovsky-plavebni-kanal>

CzechTourism (2023h). *kudyznudy.cz. Návštěvnické centrum Srní věnované šelmám – výběh s vlky*. <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/vybeh-s-vlky-a-naucna-stezka-se-verejnosti-otevrou>

CzechTourism (2023ch). *kudyznudy.cz. Otevřené dveře na vrcholu Pancíře na Šumavě*. Dostupné 2. 10. 2023 z https://www.kudyznudy.cz/aktivity/otevrene-dvere-na-vrcholu-pancire-na-sumave?gclid=Cj0KCQjw1OmoBhDXARIsAAAYGSFL32dP7VAgPPyavU3trXNi2dLfm8Hz1Ei3pPV5nh2po7mfUs8ugdsaAhWzEALw_wcB

CzechTourism (2023i). *kudyznudy.cz. Schwarzenberský plavební kanál*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/setkani-s-tradici-na-schwarzenberskem-plavebnim-ka>

CzechTourism (2023j). *kudyznudy.cz. Šumava pro tuláky: 10 pěších, méně známých tras*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/aktuality/sumava-pro-tulaky-10-pesich-mene-znamych-tras>

CzechTourism (2023k). *kudyznudy.cz. Šumava*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/kam-pojedete/oblasti/sumava>

CzechTourism (2023l). *kudyznudy.cz. Šumava. Oblíbené restaurace a gastronomické zážitky*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/kam-pojedete/oblasti/sumava/restaurace-a-gastronomie>

CzechTourism (2023m). *kudyznudy.cz. Třeboň*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/kam-pojedete/jihocesky-kraj/trebonsko/trebon>

CzechTourism (2023n). *kudyznudy.cz. Trávníčská slat' – naučná stezka po Trávníčské slati na Šumavě*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/naucna-stezka-po-travnic-slati>

CzechTourism (2023o). *kudyznudy.cz. Zelené linky opět brázdí Šumavu: naplánujte si výlet na české i německé straně*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/aktuality/prazdninove-zelene-autobusy-opet-brazdi-sumavu>

CzechTourism (2023p). *Přírodní rezervace Prameniště na Šumavě*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/prirodni-rezervace-prameniste-na-sumave>

Červová, L. (2013). *Hodnota zákazníka v podnikatelských subjektech cestovního ruchu*. Technická univerzita.

České dráhy, a.s. (2016a). *České dráhy. Naše vlaky*. Dostupné 27. 10. 2023 z <https://www.cd.cz/nase-vlaky/default.htm>

České dráhy, a.s. (2016b). *České dráhy. Spojení a jízdenka. Praha hl.n.-Železná Ruda-Alžbětín*. Dostupné 27. 10. 2023 z <https://www.cd.cz/spojeni-a-jizdenka/spojeni-tam/9e8b0484-e915-40d8-9bdd-b038674caa87>

České dráhy, a.s. (2016c). *České dráhy. Spojení a jízdenka. Praha hl.n.-Vimperk*. Dostupné 27. 10. 2023 z <https://www.cd.cz/spojeni-a-jizdenka/spojeni-tam/bfb15b38-4107-40d6-920b-2d8c7a575074>

České dráhy, a.s. (2016d). *České dráhy. Spojení a jízdenka. Praha hl.n.-České Budějovice*. Dostupné 27. 10. 2023 z <https://www.cd.cz/spojeni-a-jizdenka/spojeni-tam/b1318daa-5d09-4d26-86fc-141f4bf3e85b>

České dráhy, a.s. (2016e). *Zelené autobusy Národního parku Šumava*. Dostupné 10. 10. 2023 z <https://www.cd.cz/cd-v-regionech/jihocesky-kraj/cd-sumava/zelene-autobusy/-24376/>

Čihař, M. (2018). *Šumava, krásná a tajemná*. OTTOVO NAKLADATELSTVÍ

ČSOP Šumava (2024). *Český svaz ochránců přírody*. Dostupné 13. 4. 2024 z <http://csopsumava.cz/>

ČSÚ (2023a). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení za vybrané území. Okres Klatovy*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jspx?_af=1297&_af=1339_KAT_154_1&u=v1297_VUZEMI_101_40363

ČSÚ (2023b). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení za vybrané území. Okres Prachatice*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jspx?_af=1297&_af=1339_KAT_154_1&u=v1297_VUZEMI_101_40363

objekt&pvo=CRU02&z=T&f=TABULKA&katalog=31742&u=v1297__VUZEMI__10_1_40321&&v=v1339__KAT__154__1&str=v1297

ČSÚ (2023c). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení za vybrané území. Okres Český Krumlov*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU02&z=T&f=TABULKA&katalog=31742&u=v1297__VUZEMI__10_1_40291&&v=v1339__KAT__154__1&str=v1297

ČSÚ (2023d). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Železná Ruda (okres Klatovy)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&str=v133&c=v3~8__RP2022&u=v133__VUZEMI__43__557528#w=

ČSÚ (2023e). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Modrava (okres Klatovy)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__542148&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023f). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Srní (okres Klatovy)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__557111&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023g). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Nýrsko (okres Klatovy)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__556831&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023h). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Nové Hutě (okres Prachatice)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__561568&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023ch). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Sušice (okres Klatovy)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__557153&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023i). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Hartmanice (okres Klatovy)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__556181&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023j). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Prášíly (okres Klatovy)*. Dostupné 10. 10. 2023 z <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup->

objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__556084&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023k). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Hamry (okres Klatovy)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__578240&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023l). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Čachrov (okres Klatovy)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__555941&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023m). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Kvilda (okres Prachatice)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__550337&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023n). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Borová Lada (okres Prachatice)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__545902&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023o). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Horská Kvilda (okres Klatovy)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__542091&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023p). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Velhartice (okres Klatovy)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__557366&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023q). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Kašperské Hory (okres Klatovy)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__556432&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023r). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Nezdice na Šumavě (okres Klatovy)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__556815&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023s). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Rejstějn (okres Klatovy)*. Dostupné 10. 10. 2023 z <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup->

objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__557021&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023t). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Stachy (okres Prachatice)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__550515&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023u). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Vimperk (okres Prachatice)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__550647&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023v). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Kubova Huť (okres Prachatice)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__563978&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023w). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Strážný (okres Prachatice)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__550531&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023x). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Prachatice (okres Prachatice)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__550094&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023y). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Drslavice (okres Prachatice)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__537187&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023z). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Volary (okres Prachatice)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__550671&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023aa). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Nová Pec (okres Prachatice)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__550451&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023ab). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Horná Planá (okres Český Krumlov)*. Dostupné 10. 10. 2023 z <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup->

objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__545511&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023ac). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Černá v Pošumaví (okres Český Krumlov)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__545457&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023ad). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Stožec (okres Prachatice)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__550523&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023ae). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Frymburk (okres Český Krumlov)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__545481&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023af). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Lipno nad Vltavou (okres Český Krumlov)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__545597&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2023ag). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. Zdíkov (okres Prachatice)*. Dostupné 10. 10. 2023 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=30838&u=v133__VUZEMI__43__550728&&c=v3~8__RP2022&str=v133

ČSÚ (2024a). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení za vybrané území. Plzeňský kraj*. Dostupné 8. 4. 2024 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU02&z=T&f=TABULKA&katalog=31742&str=v1294&v=v1339__KAT__154__1&u=v1294__VUZEMI__100__3042#w=

ČSÚ (2024b). *Český statistický úřad. Kapacity hromadných ubytovacích zařízení za vybrané území. Jihočeský kraj*. Dostupné 8. 4. 2024 z https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU02&z=T&f=TABULKA&katalog=31742&str=v1294&v=v1339__KAT__154__1&u=v1294__VUZEMI__100__3034

ČSÚ (2024c). *Míra inflace v České republice v roce 2021*. Dostupné 8. 4. 2024 z <https://www.czso.cz/csu/xp/mira-inflace-20-v-ceske-republice>

ČSÚ (2024d). *Míra inflace v České republice v roce 2021*. Dostupné 8. 4. 2024 z <https://www.czso.cz/csu/xp/mira-inflace-v-ceske-republice-v-roce-2021>

ČSÚ (2024e). *Míra inflace v České republice v roce 2022*. Dostupné 8. 4. 2024 z <https://www.czso.cz/csu/xp/mira-inflace-v-ceske-republice-v-roce-2022>

ČSÚ (2024f). *Míra inflace v České republice v roce 2023*. Dostupné 8. 4. 2024 z <https://www.czso.cz/csu/xp/mira-inflace-v-ceske-republice-v-roce-2023>

- ČÚZK (2024). *Marushka. Nahlížení do KN*. Dostupné 25. 3. 2024 z <https://sgi-nahlizenidokn.cuzk.cz/marushka/default.aspx?themeid=3&MarWindowName=Marushka&MarQueryId=2EDA9E08&MarQParam0=1219395431&MarQParamCount=1>
- Dane, K. (2024). *Owlgen India. What is the Profiling of Tourists in Tourism?*. Dostupné 8. 4. 2024 z <https://www.owlgen.org/what-do-you-understand-by-profiling-of-tourists/>
- DEK a.s. (2024). *Pórobetonové zdící materiály*. Dostupné 25. 3. 2024 z <https://www.dek.cz/produkty/vypis/13732-porobetonove-zdici-materialy>
- DMO Český Krumlov, z. s. (2023). *Český Krumlov region. Výšlap na Knížecí stolec*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.ckrumlov.info/cz/trasy-202-vyslapy-na-knizeci-stolec/>
- Drobná, D. & Morávková, E. (2004). *Cestovní ruch pro střední školy a veřejnost*. Fortuna.
- Eger, L. & Egerová, D. (2022). *Metodologie výzkumu*. Západočeská univerzita v Plzni.
- Environmentální centrum Železná Ruda (2018). *Vítejte v Environmentálním centru Železná Ruda!*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.sumavskecentrum.cz/>
- Fletcher J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2018). *Tourism: principles and practice. (6th ed.)*. Pearson.
- Foret, M (2000). *Jak komunikovat se zákazníkem: co a jak chci sdělit, jakou cestou, příklady z českého prostředí*. Computer Press.
- Foret, M. (2012). *Marketingový průzkum: poznáváme svoje zákazníky (2. aktualiz. vyd.)*. BizBooks.
- Gelateria Strážný (2023). *Gelateria Strážný. Zmrzlina připravená s láskou*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://www.gelateriastrazny.cz/>
- Goeldner, Ch. R. & Ritchie J. R. B. (2012). *Tourism: principles, practices, philosophies. Twelfth edition*. John Wiley & Sons, Inc.
- Goeldner, Ch. R. & Ritchie J. R. B. (2014). *Cestovní ruchu. Principy, příklady, trendy*. Albatros Media a.s.
- Google Maps (2023). *Google Maps*. Dostupné 27. 10. 2023 z <https://www.google.com/maps/@49.1642631,13.0799434,7z?authuser=0&entry=ttu>
- Google Maps (2024a). *Mapová data. Parkoviště Antýgl*. Dostupné 25. 3. 2024 z <https://www.google.com/maps/place/Parkovi%C5%A1t%C4%9B+Ant%C3%BDgl/@49.0569276,13.5096558,16.81z/data=!4m1!1m2!2m1!1zYW50w71nbA!3m6!1s0x4774d9e9430c6bdb:0x1137e2e8d5a22707!8m2!3d49.0571184!4d13.5124547!15sCgdhbnTDvWdskgELcGFya2luZ19sb3TgAQA!16s%2Fg%2F11rqxr22nr?authuser=0&entry=ttu>
- Google Maps (2024b). *Mapová data. Prášily – parkoviště Slunečná*. Dostupné 25. 3. 2024 z <https://www.google.com/maps/place/Pr%C3%A1%C5%A1ily+-+parkovi%C5%A1t%C4%9B+Slune%C4%8Dn%C3%A1/@49.104243,13.391757,18.82z/data=!4m6!3m5!1s0x477528278cd41e6b:0x5fdf76d95c3fd048!8m2!3d49.1040609!4d13.3915569!16s%2Fg%2F11bw5m9j2k?authuser=0&entry=ttu>
- GRILLMAX (2023). *GRILLMAX*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://grillmax.cz/>
- Gúčík, M., Gajdošík, T., & Lencséssová, Z. (2016). *Kvalita a spokojnosť zákazníka v cestovnom ruchu*. Wolters Kluwer.

- Haller, M.; Mazný, P., Nykles, F., Pecka, J., & Vogeltanz, J. (2017). *Tajemství šumavských vod III*. Starý most.
- Hanusová, Z. & Barešová, M. (2010). *Šumava (CHKO)*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.kct-tabor.cz/gymta/ChranenaUzemiCR/SumavaCHKO/index.htm>
- Hesková, M., Beránek, J., Dvořák, V., Novacká, L., & Oriška, J. (2011). *Cestovní ruch. Pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Fortuna.
- Hesková, M. (2012). *Teorie, management a marketing služeb*. Vysoká škola evropských a regionálních studií.
- Holešinská (2012). *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Masarykova univerzita.
- Horner, S. & Swarbrooke, J. (2016). *Customer behaviour in tourism (3th ed.)*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Hotjar Ltd. (2023). *What is Net Promoter Score®? Your introduction to NPS*. Dostupné 27. 3. 2024 z <https://www.hotjar.com/es/net-promoter-score/>
- HP TRONIC Zlín, spol. s.r.o. (2024). *Datart. Vestavěné svítidlo Philips Enneper, kruh, GU10, 3 ks (8718696160404) bílé*. Dostupné 25. 3. 2024 z https://www.datart.cz/vestavne-svitidlo-philips-enneper-kruh-gu10-3-ks-8718696160404-bile/1.html?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwwYSwBhDcARIsAOyL0fh5ZI4AB3_Du hRFZek1S1nphMHOG7wddhWLDbcPR9yJWb67x7fuOJ4aAlSZEALw_wcB
- Hrad Kašperk (2023). *Hrad Kašperk. Pro návštěvníky*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.kasperk.cz/pro-navstevniky>
- Christian-Element (2023). *kamsdetmi.com. Pohádková země Brčálník*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.kamsdetmi.com/detail.html?id=59372>
- Indrová, J., Houška, P. & Petřů, Z. (2011). *Kvalita ve službách cestovního ruchu*. Nakladatelství Oeconomica.
- Informační Systém Cestovního Ruchu Jihočeského kraje (2023). *Jižní Čechy. Turistická oblast Třeboňsko*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://www.jiznicechy.cz/trebonsko>
- Ivanovic, M. (2008). *Cultural Tourism*. Juta & Company. Ltd. Dostupné z https://www.academia.edu/18973673/BOOK_Cultural_tourism
- Jakubíková, D. (2012). *Marketing v cestovním ruchu. Jak uspět v domácí i světové konkurenci (2. aktualizované a rozšířené vydání)*. Grada.
- Janeček, P., Cafourková, K., & Pichlík, L. (2023). Tourism segments of visitors to Šumava. In B. Hlaváčová (Ed.), *Opportunities and Treats to Current Business Management in Cross-border Comparison 2023* (s. 211-221). Verlag der Gesellschaft für Unternehmensrechnung und Controlling m.b.H.
- Janečková, L. & Vašítková, M. (2000). *Marketing služeb*. GRADA Publishing.
- Jiránek, P. (2020). *Co je to NPS?* Dostupné 27. 3. 2024 z <https://www.petrjiranek.cz/pojmy/nps-net-promoter-score/>
- Kintzl, E. (2022). *Zmizelá Šumava: s Emilem pěšky*. Vydání první. Kniha Zlín.
- Kiráňová, A. (2003). *Marketing destinace cestovního ruchu*. Ekopress.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Marketing management*. Grada.

- Kupková, L. & Chromý, P. (2022). Po stopách zmizelých krajin. *Přírodovědci.cz, Magazín Přírodovědné fakulty Univerzity Karlovy*. 2, 12-13.
- Kynutá buхта (2020). *Kynutá buхта. Café, bistro, dortárna*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://www.kynutabuchtabistro.cz/>
- Lacina, K. (2010). *Management a marketing cestovního ruchu (1. vyd.)*. Vysoká škola finanční a správní, o.p.s.
- Lesy ČR (2023a). *Naučné stezky. Lesnická naučná stezka Boubínem*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://lesy.cz/naucna-stezka/lesnicka-naucna-stezka-boubinem/>
- Lesy ČR (2023b). *Naučné stezky. Lipno*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://lesy.cz/naucna-stezka/lipno/>
- Loudová, D. (2023). *klatovskydenik.cz. V šumavské přírodě si můžete vylovit chlazenou desítku či malinovku*. Dostupné 2. 10. 2023 z https://klatovsky.denik.cz/zpravy_region/v-sumavske-prirode-si-muzete-vylovit-chlazenou-desitku-ci-malinovku-20230603.html
- Luční (2023a). *Penzion Kvilda. Nejznámější technické památky na Šumavě*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.penzionkvilda.cz/o-sumave/pamatky/144-nejznamejsi-technicke-pamatky-na-sumave>
- Luční (2023b). *Penzion Kvilda. Šumavské církevní památky*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.penzionkvilda.cz/o-sumave/pamatky/216-sumavske-cirkevni-pamatky>
- Mapy.cz (2024). *Parkoviště Slunečná Poledník – Poledník (1315 m)*. Dostupné 20. 3. 2024 z <https://mapy.cz/turisticka?planovani-trasy&rc=9e2sOxTS6JgeexTFmN&rs=traf&rs=base&ri=54906&ri=2026293&mrp=%7B%22c%22%3A132%7D&xc=%5B%5D&rw=1%3B9eEuAxTQaYhMebqTg5-eLqU8e91VdeoJgRaeV5LmelZZUem43hBfGl&rut=1&x=13.4018894&y=49.0832174&z=13&base=ophoto>
- Merriam-Webster (2024). *Britannica. Arts & Culture. Tourism*. Dostupné 22. 4. 2024 z <https://www.merriam-webster.com/dictionary/tourism>
- Meta (2023a). *Facebook. Fotíme Šumavu*. Dostupné 19. 10. 2023 z <https://www.facebook.com/fotimesumavu>
- Meta (2023b). *Facebook. NP Šumava*. Dostupné 19. 10. 2023 z https://www.facebook.com/npsumava/?locale=cs_CZ
- Meta (2023c). *Facebook. Toulky Šumavou*. Dostupné 19. 10. 2023 z https://www.facebook.com/groups/toulky.sumavou/?locale=cs_CZ
- Meta (2023d). *Facebook. WeLoveŠumava*. Dostupné 19. 10. 2023 z https://www.facebook.com/WeLoveSumava/?locale=cs_CZ
- Meta (2023e). *Informační turistické centrum a Environmentální centrum Železná Ruda*. Dostupné 30. 9. 2023 z <https://www.facebook.com/ITCaEC/>
- Meta (2023f). *Instagram. Café Na Soutoku*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://www.instagram.com/cafe.na.soutoku/?hl=cs>
- Meta (2023g). *Instagram. Cukrárna Povidloň | Lipno nad Vltavou*. Dostupné 25. 10. 2023 z https://www.instagram.com/cukrarna_povidlon/

- Meta (2023h). *Instagram. Fotimesumavu*. Dostupné 19. 10. 2023 z <https://www.instagram.com/fotimesumavu/>
- Meta (2023ch). *Instagram. NP Šumava*. Dostupné 19. 10. 2023 z https://www.instagram.com/np_sumava/
- Meta (2023i). *Instagram. Orea Resort Horizont*. Dostupné 25. 10. 2023 z https://www.instagram.com/orea_horizont/
- Meta (2023j). *Instagram. WeLoveŠumava*. Dostupné 19. 10. 2023 z <https://www.instagram.com/welovesumava/>
- Meta (2024a). *Facebook. NP Šumava*. Dostupné 20. 3. 2024 z <https://www.facebook.com/photo/?fbid=10157635899886039&set=pb.100064532030631.-2207520000>
- Meta (2024b). *Facebook. We Love Šumava*. Dostupné 27. 3. 2024 z <https://www.facebook.com/WeLoveSumava/>
- Meta (2024c). *Instagram. We Love Šumava*. Dostupné 27. 3. 2024 z <https://www.instagram.com/welovesumava/>
- Mičík, M. (2021). *Marketingový výzkum*. Západočeská univerzita v Plzni.
- Middleton, V. T. C. & Clarke, J. R. (2012). *Marketing in Travel and Tourism*. Taylor Francies. Dostupné z https://www.google.cz/books/edition/Marketing_in_Travel_and_Tourism/eAGaRr2yhAwC?hl=cs&gbpv=0
- Michalec, P. (n.d.a). *Bikepark Špičák. Terénní cyklistika v Plzeňském kraji*. Obor kultury, památkové péče a cestovního ruchu Krajského úřadu Plzeňského kraje.
- Michalec, P. (n.d.b). *Pumptrack Železná Ruda. Terénní cyklistika v Plzeňském kraji*. Obor kultury, památkové péče a cestovního ruchu Krajského úřadu Plzeňského kraje.
- Michalec, P. (n.d.c). *Slovníček terénní cyklistiky. Terénní cyklistika v Plzeňském kraji*. Obor kultury, památkové péče a cestovního ruchu Krajského úřadu Plzeňského kraje.
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (2021). *Průměrné ceny dopravní a technické infrastruktury obcí*. Aktualizace 2021. Dostupné 28. 3. 2024 z <https://pripojkyvodovod.cz/wp-content/uploads/sites/3/2022/09/Prumerne-ceny-dopravni-technicke-infrastruktury-2021.pdf>
- MORAVA – EKOL, spol. s. r. o. (2024). *EKOL 15: čistírna odpadních vod pro 100 osob*. Dostupné 28. 3. 2024 z <https://www.morava-ekol.eu/cs/m-131-ekol-15-cov-pro-100-osob>
- Moravec, L. (2013). iTRAS. Šumava. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://itras.cz/sumava/>
- Muzeum Šumavy (2011). *Muzeum Šumavy Sušice. Aktuality*. Dostupné 2. 10. 2023 z <http://muzeum.sumava.net/>
- MVZ ČR (2013). *Biosférické rezervace v ČR*. Dostupné 2. 10. 2023 z https://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/cr_v_mezinarodnich_organizacich/unesc_o/cr_v_unesco/biosfericke_rezervace_v_cr.html
- Národní památkový ústav (2015a). *Památkový katalog. Schwarzenberský plavební kanál*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://pamatkovykatalog.cz/schwarzenbersky-plavebni-kanal-673017>

Národní památkový ústav (2015b). *Památkový katalog. Vchynicko-Tetovský plavební kanál*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://pamatkovykatalog.cz/vchynicko-tetovsky-plavebni-kanal-14224211>

Národní park Šumava (2023a). *Boubínský les*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.npsumava.cz/vylet/boubinsky-prales/>

Národní park Šumava (2023b). *Ledovcová jezera na Šumavě*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.npsumava.cz/zajimavost/ledovcova-jezera/>

Národní park Šumava (2023c). *Návštěvnická centra*. Dostupné 27. 10. 2023 z <https://www.npsumava.cz/navstivte-sumavu/navstevnicka-centra/>

Národní park Šumava (2023d). *Nouzová nocoviště*. Dostupné 10. 10. 2023 z <https://www.npsumava.cz/navstivte-sumavu/nouzova-nocoviste/>

Národní park Šumava (2023e). *Přehled kompetencí pracovníků státní správy*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.npsumava.cz/sprava-np/potrebuji-si-vyridit/>

Národní park Šumava (2023f). *Rezervace pro splouvání Vltavy*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://splouvani.npsumava.cz/>

Národní park Šumava (2023g). *Rozhledny na Šumavě*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.npsumava.cz/zajimavost/rozhledny-na-sumave/>

Národní park Šumava (2023h). *Schwarzenberský plavební kanál*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.npsumava.cz/vylet/8514/>

Národní park Šumava (2023ch). *Stanice pro handicapovaná zvířata*. Dostupné 27. 10. 2023 z <https://www.npsumava.cz/navstivte-sumavu/navstevnicka-centra/stanice-pro-handicapovana-zvirata/>

Národní park Šumava (2023i). *Tipy na výlety. Boubínský prales*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.npsumava.cz/vylet/boubinsky-prales/>

Národní park Šumava (2023j). *Tipy na výlety. Chalupská slat'*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.npsumava.cz/vylet/chalupska-slat/>

Národní park Šumava (2023k). *Tipy na výlety. Jezerní slat'*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.npsumava.cz/vylet/jezerni-slat/>

Národní park Šumava (2023l). *Tipy na výlety. Povydrí*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.npsumava.cz/vylet/povydri/>

Národní park Šumava (2023m). *Události*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.npsumava.cz/udalosti/>

Národní park Šumava (2023n). *Území pod správou NPŠ*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.npsumava.cz/sprava-np/uzemi-pod-spravou-nps/>

Národní park Šumava (2023o). *Zelené linky Šumavy 2023*. Dostupné 10. 10. 2023 z <https://www.npsumava.cz/navstivte-sumavu/zelene-linky-sumavy-2023/>

Národní park Šumava (2023p). *Zelené linky Šumavy*. Dostupné 10. 10. 2023 z <https://www.npsumava.cz/navstivte-sumavu/zelene-linky-sumavy/>

NAVYLET.CZ (2023a). *Muzea a historie Šumavy*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.navylet.cz/cs/muzea-a-historie/sumava>

NAVYLET.CZ (2023b). *Naučná stezka Brčálník*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.navylet.cz/cs/cil/naucna-stezka-brcalnik>

- NAVYLET.CZ (2023c). *Rozhledna Knížecí stolec – 1 236 m. n. m.* Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.navylet.cz/cs/cil/rozhledna-knizeci-stolec-1236-m-n-m>
- Nejdl, K. (2011). *Management destinace cestovního ruchu*. Wolters Kluwer ČR.
- Nenadál, J. (2004). *Měření v systémech managementu jakosti*. Management Press.
- NET Production, s.r.o. (2024). *ima. Platební automaty*. Dostupné 25. 3. 2024 z <https://www.ima.cz/produkty/platebni-automaty/>
- NICE Systems, Inc. (2021). *What Is Net Promoter?*. Dostupné 27. 3. 2024 z <https://www.netpromoter.com/know/>
- Obec Prášily (2024). *Plánovaná kalkulace ceny vody pro kalendářní rok 2024*. https://www.sumavanet.cz/ouprasily/user/deska/2023-09-27_2024-Kalkulace-VODA_prasily.pdf
- Odbor školství kultury a cestovního ruchu (2020). *Vimperk. Chráněná krajinná oblast Šumava*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.vimperk.cz/chranena-krajinna-oblast-sumava/d-11633>
- OREA HOTELS s.r.o. (2023). *OREA Resort Horizont Šumava*. Dostupné 19. 10. 2023 z https://www.orea.cz/resort-horizont?gclid=CjwKCAjwp8OpBhAFEiwAG7NaEhZO1_q5VWJ_xmYyE45RPXrmjLilNesRv9UhexFZpYMvN_m450yVqxoCtD8QAvD_BwE
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. IDEA SERVIS.
- Palatková, M. (2006). *Metodika a odpovědnost za aktualizaci dat v destinačním managementu. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR*. Dostupné z https://lenka.tomanova.eu/download/destinacni-management/Metodika_a_odpovednost_v_DS.pdf
- Palatková, M. (2011). *Marketingový management destinací*. Grada. Publishing, a.s.
- PALIS Plzeň, spol. s r. o. (2024). *Hoblované profily*. Dostupné 25. 3. 2024 z <https://www.palis.cz/drevomaterial/hoblovane-profilu/>
- Pavličková, D. (2022). *Výzkum spokojenosti zákazníků v oblasti cestovního ruchu* [Diplomová práce, Západočeská univerzita v Plzni]. Digitální knihovna Západočeské univerzity v Plzni. https://dspace5.zcu.cz/bitstream/11025/47938/1/BP_Pavlickova.pdf
- Penize.cz (2022). *Co je Hypotéza*. Dostupné 10. 10. 2023 z <https://www.penize.cz/slovník/hypoteza>
- Pension Böhmerwald (2023). *Pension Böhmerwald. Restaurace*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://www.pension-bohmerwald.cz/restaurace.html>
- Penzion Stará Vápenka | Ekofarma Svinná (2023). *Stará Vápenka. Svinná na Šumavě. Restaurace*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://www.staravapenka.cz/restaurace/>
- Pojar, J. (2015). *Klatovský deník. Stezka připomene historii Hojsovy Stráže*. Dostupné 6. 11. 2023 z https://klatovsky.denik.cz/zpravy_region/stezka-pripomene-historii-hojsovy-straze-20150503.html
- PORTA (2023a). *Hrad Rabí*. Dostupné 2. 10. 2023 z <http://www.hrad-rabi.cz/cs>
- PORTA (2023b). *Hrad Velhartice*. Dostupné 2. 10. 2023 z <http://www.hrad-velhartice.cz/cs>

- POVED s.r.o. (2022). *idpk.cz. Plzeňsko – Bavorsko. Jezděte Plzeňskem a Bavorskem na jednu jízdenku. Hurá na výlet*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.idpk.cz/cz/bavorsko/>
- PragueBest (2023). *DDSTOUR. Rozhledna Poledník*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.chaty-chalupy-dds.cz/clanky/rozhledna-polednik/>
- Prideaux, B., Moscardo, G., & Laws, E. (2006). Quality and Service Management Perspectives. In B. Prideaux, G. Moscardo & E. Laws (Ed.), *Managing tourism and hospitality services theory and international applications* (s. 1-14). CAB International. Dostupné z https://www.academia.edu/65431300/Managing_tourism_and_hospitality_services_theory_and_international_applications
- Přípojky kanalizace (2023). *Cena kanalizační přípojky v roce 2023*. Dostupné 28. 3. 2024 z <https://pripojkykanalizace.cz/cena-kanalizacni-pripojky/>
- Přípojky vodovod (2023). *Cena vodovodní přípojky v roce 2023*. Dostupné 28. 3. 2024 z <https://pripojkyvodovod.cz/kalkulacka-cena-vodovodni-pripojky/>
- Půlpánová, L., & Simová, J. (2012). Faktory spokojenosti zákazníka v cestovním ruchu. *E+M Ekonomie a Management*, 12 (4), 160-170. <http://hdl.handle.net/11025/17475>
- Rašovská, I. & Ryglová, K. (2017). *Management kvality služeb v cestovním ruchu: Jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Grada.
- Ryan, Ch. (1998). The Travel Career Ladder, *An Appraisal. Elsevier Science Ltd.*, 25(4), 936-957. Dostupné z https://tourismanalysis.yolasite.com/resources/Ryan_1998_travel%20career%20ladder.pdf
- Ryglová, K. (2009). *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. KEY Publishing.
- Ryglová, K., Burian, M. & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Grada.
- Ryšánek, J. (2014). *Chytej.cz. Nebojte se muškaření I*. Dostupné 19. 10. 2023 z <https://www.chytej.cz/clanky/1561/nebojte-se-muskareni-i/>
- Ředitelství silnic a dálnic ČR (2023). *Dopravní info*. Dostupné 27. 10. 2023 z <https://dopravniinfo.cz/>
- Selwyn, T. (1992). Tourism society and development. *Community Development Journal*, 27(4). 353-360. <https://www.jstor.org/stable/44257041>
- SIKO koupelny a.s. (2024a). *Pisoáry*. Dostupné 25. 3. 2024 z <https://www.siko.cz/pisoary/c/C076>
- SIKO koupelny a.s. (2024b). *Umyvadla*. Dostupné 25. 3. 2024 z <https://www.siko.cz/umyvadla/c/C013>
- SIKO koupelny a.s. (2024c). *Umyvadlové baterie*. Dostupné 25. 3. 2024 z <https://www.siko.cz/umyvadlove-baterie/c/C101>
- SIKO koupelny a.s. (2024d). *WC*. Dostupné 25. 3. 2024 z <https://www.siko.cz/wc/c/C014>
- solidpixels (2023). *Chata Rovina. Restaurace*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://www.chatarovina.com/restaurace>

- SOLODOOR, a.s. (2024). *Vstupní dveře do domu*. Dostupné 25. 3. 2024 z <https://www.solodoor.cz/cs/rady-a-informace/pruvodce-vyberem-dveri/dle-pouziti/dum/vstupni-dvere-do-domu/>
- Survio (2020). *Formulace hypotézy a výzkumného problému*. Dostupné 10. 10. 2023 z <https://www.survio.com/cs/blog/jak-vytvorit-dotaznik/formulace-hypotezy-formulace-vyzkumneho-problemu>
- Survio (2023a). *Dotazník*. Dostupné 10. 9. 2023 z <https://my.survio.com/N9J6L5D4S6Y2J6J1A4K5/builder>
- Survio (2023b). *Survio*. Dostupné 30. 9. 2023 z <https://www.survio.com/cs/>
- Svoboda, M., Gangur, M. & Mičudová, K. (2019). *Statistické zpracování dat*. Západočeská univerzita v Plzni.
- Šauer, M., Vystoupil, J., Holešinská, A., Palatková, M., Pásková, M., Zelenka, J., Fialová, D., Vágner, J., Halánek, P., Repík, O., & Petr, O. (2015). *Cestovní ruchu: učební text*. Masarykova univerzita.
- Šoberová, H. & Poláková, A. (2019). *Český rozhlas. České Budějovice. Projekt We Love Šumava spojuje milovníky šumavské přírody. Díky němu už také roste 3 200 nových stromů*. Dostupné 30. 9. 2023 z <https://budejovice.rozhlas.cz/projekt-we-love-sumava-spojuje-milovniky-sumavske-prirody-diky-nemu-uz-take-8090475>
- Šoberová, H. (2022). *Český rozhlas. České Budějovice. Na začátku chtěl jen ukazovat krásy přírody. Projekt We Love Šumava se ale rozrostl a dnes i pomáhá místním*. Dostupné 30. 9. 2023 z <https://budejovice.rozhlas.cz/na-zacatku-chtel-jen-ukazovat-krasy-prirody-projekt-we-love-sumava-se-ale-8720443>
- ŠumavaNet.CZ (2023a). *Autobusem po NP Šumava a Bavorském lese – Zelené autobusy, Bayerwald-Ticket*. Dostupné 10. 10. 2023 z <https://www.zelezna-ruda.cz/zeleznaruda/fr.asp?tab=snet&id=139>
- ŠumavaNet.CZ (2023b). *Církevní památky v Železně Rudě. Hojsově stráži a okolí*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.sumava-bavorskyles.cz/gabreta/fr.asp?tab=gabreta&id=588&burl=&pt=TT>
- ŠumavaNet.CZ (2023c). *Hůrka (Hurkenthal), Kaple sv. Kříže*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.sumavanet.cz/hurka-hurkenthal-kaple-sv-krize.s-4595-MEM2>
- ŠumavaNet.CZ (2023d). *Kašperské Hory. Naučná stezka strážců hranice, Kašperské Hory*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.kasperske-hory.info/khory/fr.asp?tab=snet&id=3654>
- ŠumavaNet.CZ (2023e). *Modrava nabízí novou stezku*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.sumavanet.cz/modrava-nabizi-novou-stezku.s-16911-PC>
- ŠumavaNet.CZ (2023f). *Modrava. Informační centrum obce Modrava – Aktuálně*. Dostupné 27. 10. 2023 z <https://www.sumavanet.cz/icmodrava/>
- ŠumavaNet.CZ (2023g). *Modrava. Naučná stezka Modrava – Filipova Huť (2 km)*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.sumavanet.cz/modrava/fr.asp?tab=snet&id=8439&burl=&pt=SP>
- ŠumavaNet.CZ (2023h). *Modrava. Naučná stezka Proměna horské smrčiny na Březníku*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.sumavanet.cz/modrava/fr.asp?tab=snet&id=338&burl=&pt=SP>

- ŠumavaNet.CZ (2023ch). *Naučné stezky*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.sumavanet.cz/naucne-stezky.s-18507-GD>
- ŠumavaNet.CZ (2023i). *Prášily. Infocentrum Prášily | Informační středisko obce Prášily*. Dostupné 27. 10. 2023 z <https://www.sumavanet.cz/icprasily/>
- ŠumavaNet.CZ (2023j). *Region Šumava – Bavorský les. Slatě*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.sumava-bavorskyles.cz/gabreta/fr.asp?tab=gabreta&id=536&burl=&pt=TT>
- ŠumavaNet.CZ (2023k). *Soumarské rašeliniště*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.sumavanet.cz/soumarske-raseliniste.s-11497-REBBRE>
- ŠumavaNet.CZ (2023l). *Srní, infocentrum*. Dostupné 27. 10. 2023 z <https://www.sumava.net/icsrni/>
- ŠumavaNet.CZ (2023m). *Špičák a okolí. Naučná stezka z Hamrů na Ostrý*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.sumavanet.cz/spicak/fr.asp?tab=snet&id=12028&burl=&pt=SP>
- ŠumavaNet.CZ (2023n). *Špičák a okolí. NS – Historie obce Špičák, Železná Ruda*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.sumavanet.cz/spicak/fr.asp?tab=snet&id=12204&burl=&pt=SP>
- ŠumavaNet.CZ (2023o). *Turistika: Šumava – výlety*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.sumavanet.cz/sumava/default-vylety.asp>
- ŠumavaNet.CZ (2023p). *Turistika: Šumava*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.sumavanet.cz/sumava/>
- ŠumavaNet.CZ (2023q). *Železná Ruda. Infocentrum – Aktuálně*. Dostupné 30. 9. 2023 z <https://www.zelezna-ruda.cz/itcruda/>
- ŠumavaNet.CZ (2023r). *Železná Ruda. Informační a turistické centrum Železná Ruda Infocentrum – Aktuálně*. Dostupné 27. 10. 2023 z <https://www.zelezna-ruda.cz/itcruda/>
- ŠumavaNet.CZ. (2023s). *Modrava. Vchynicko-Tetovský kanál, naučná stezka*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.sumavanet.cz/modrava/fr.asp?tab=snet&id=134&burl=&pt=SP>
- Šumský, B. (2023). *CzechNymph. Co je muškaření?*. Dostupné 19. 10. 2023 z <https://www.czechnymph.cz/cz/clanky-o-muskareni/zaklady-muskareni/474-co-je-muskareni>
- The World Tourism Organization (2024a). *Glossary of tourism terms*. Dostupné 9. 2. 2024 z <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- The World Tourism Organization (2024b). *Glossary of tourism terms*. Dostupné 9. 2. 2024 z <https://thetourismsociety.com/>
- United nations (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=24
- Unknown (n.d.). *Defining and analysing tourism and its impacts*. Dostupné 22. 4. 2024 z <https://www.pearsonhighered.com/assets/samplechapter/0/2/7/3/0273755145.pdf>
- Ušetřeno.cz s.r.o. (2024). *Cena elektřiny za 1 kWh v roce 2024*. Dostupné 28. 3. 2024 z <https://www.usetreno.cz/energie-elektrina/cena-za-1-kwh/>
- Vaindl, L. (2021). *iDnes.cz. Za chození po Čertově jezeře padaly o vikendu několikatisícové pokuty*. Dostupné 20. 3. 2024 z

https://www.idnes.cz/plzen/zpravy/plzensky-kraj-sumava-zeleznorudsko-cerne-jezero-certovo-jezero.A210110_111131_plzen-zpravy_lad

Vašítková, M. (2014). *Marketing služeb – efektivně a moderně. 2. aktualizované a rozšířené vydání*. Grada Publishing.

Velvet, N. (2013). *An introduction to the geography of tourism*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc.

Vildová, E., Martinčík, D., Tluchoř, J., & Jakubíková, D. (2015). Measuring customer satisfaction and loyalty in spa companies. *E+M Ekonomie a Management*. 18(1), 151-168 DOI: 10.15240/tul/001/2015-1-012. Dostupné z https://www.researchgate.net/publication/276707506_Measuring_customer_satisfaction_and_loyalty_in_spa_companies

visit.prachatice.eu (2023). *Prachatice. Schwarzenberský plavební kanál*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://visit.prachatice.eu/aktivita/schwarzenbersky-plavebni-kanal/>

Vlášková, K., & Kytlicová, M. (2023). *Doma na ŠUMAVĚ*. 34, 1-8.

Vojenské lesy a statky ČR, s.p. (2023). *O stezce. Naučná stezka Olšina*. Dostupné 6. 11. 2023 z <https://www.vls.cz/cs/naucna-stezka-olsina/o-stezce>

Výborná, L. (2023). *Český rozhlas. Radiožurnál. Šumava je krásná, ale nebezpečná. Ten zážitek bude vždycky spojený s rizikem, zdůrazňuje ředitel Správy NP Šumava*. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://radiozurnal.rozhlas.cz/sumava-je-krasna-ale-nebezpecna-ten-zazitek-bude-vzdycky-spojeny-s-rizikem-9059282>

Vystoupil, J. (2006). *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

Vystoupil, J., Šauer, M., Holešinská, A. & Metelková, P. (2006). *Základy cestovního ruchu*. Masarykova univerzita

Walton, J. K. (2024). *Dictionary. Tourism*. Dostupné 22. 4. 2024 z <https://www.britannica.com/topic/tourism>

We Love Šumava (2023). *Vítáme Vás. Vítejte na eshopu We Love Šumava*. Dostupné 19. 10. 2023 z <https://eshop.welovesumava.cz/>

Weaver, D. & Lawton, L. (2014). *Tourism Management. Fifth Edition*. John Wiley & Sons. Dostupné z <https://www.chintravel.com.mm/wp-content/uploads/2021/06/Tourism-Management-Fifth-Edition-2.pdf>

WEBHOUSE (2023). *Vimperk. Šumava*. Národní park Šumava. Dostupné 2. 10. 2023 z <https://www.vimperk.cz/sumava/ds-1294>

Woodside, A. & Martin, D. (2007). *Tourism management: Analysis, Behaviour and Strategy*. CABI. Dostupné z <https://es.scribd.com/document/452304359/A-Woodside-D-Martin-Tourism-Management-Analysi-BookFi-pdf>

WordPress (2023a). *We Love Šumava. Kdo jsme*. Dostupné 30. 9. 2023 z <https://www.welovesumava.cz/kdo-jsme/>

WordPress (2023b). *We Love Šumava. Podporují nás*. Dostupné 30. 9. 2023 z <https://www.welovesumava.cz/podporuji-nas/>

WordPress (2023c). *We Love Šumava. Rubrika: Projekty*. Dostupné 30. 9. 2023 z <https://www.welovesumava.cz/category/projekty/>

WordPress (2023d). *We Love Šumava. Rubrika: Rádi děláme radost*. Dostupné 30. 9. 2023 z <https://www.welovesumava.cz/category/radi-delame-radost/>

WordPress (2023e). *We Love Šumava. Rubrika: Šumapa*. Dostupné 25. 10. 2023 z <https://www.welovesumava.cz/category/sumapa/>

WordPress (2023f). *We Love Šumava. Tričko s příběhem*. Dostupné 31. 1. 2024 z <https://www.welovesumava.cz/tricko-s-pribehem/>

Zahradní architektura Tábor s.r.o. (2024). *Mlatové povrchy a cesty*. Dostupné 19. 4. 2024 z <https://zahradytabor.cz/mlatove-cesty-a-povrchy>

Zelenka, J. & Pásková, M. (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Linde Praha.

Seznam tabulek

Tabulka 1 – Hromadná ubytovací zařízení za roky 2019–2023, Plzeňský kraj	36
Tabulka 2 – Hromadná ubytovací zařízení za roky 2019–2023, Jihočeský kraj	36
Tabulka 3 – Hromadná ubytovací zařízení za rok 2022, okresy	37
Tabulka 4 – Časový harmonogram	50
Tabulka 5 – Struktura respondentů	51
Tabulka 6 – Hodnocení služeb: ubytování	57
Tabulka 7 – Hodnocení orientačního systému	58
Tabulka 8 – Méně navštěvovaná místa Šumavy	63
Tabulka 9 – Net Promoter Score (1)	65
Tabulka 10 – Hodnocení počtu míst k sezení	68
Tabulka 11 – Hodnocení počtu sběrných nádob na odpadky	69
Tabulka 12 – Věk / Výdaje osoba/den	74
Tabulka 13 – Net Promoter Score (2)	74
Tabulka 14 – Věk / Výdaje osoba/den – všichni respondenti	75
Tabulka 15 – Věk / Výdaje osoba/den – ženy	75
Tabulka 16 – Věkové skupiny za roky 2019 a 2023	79
Tabulka 17 – Věkové skupiny za roky 2019 a 2023 – ženy	79
Tabulka 18 – Typ ubytování za roky 2019 a 2023	80
Tabulka 19 – Výdaje osoba/noc za roky 2019 a 2023	80
Tabulka 20 – Výdaje osoba/den za roky 2019 a 2023	81
Tabulka 21 – NPS za roky 2019 a 2023	81
Tabulka 22 – NPS za roky 2019 a 2023 – ženy	81
Tabulka 23 – Srovnání profilů typického návštěvníka – výletník	83
Tabulka 24 – Srovnání profilů typického návštěvníka – turista	84
Tabulka 25 – Harmonogram realizace projektu	86
Tabulka 26 – Kalkulace návrhu	88
Tabulka 27 – Přípojky 2	89
Tabulka 28 – Hromadná ubytovací zařízení za rok 2022, okresy a obce	117
Tabulka 29 – Nejznámější naučné stezky	118
Tabulka 30 – Navštěvované lokality	119

Seznam obrázků

Obrázek 1 – Důvody cestování	11
Obrázek 2 – Struktura služeb v cestovním ruchu	19
Obrázek 3 – Žebříček cestovní kariéry	22
Obrázek 4 – Net Promoter Score	23
Obrázek 5 – Šumava	28
Obrázek 6 – Logo We Love Šumava.....	29
Obrázek 7 – Poloha nouzových nocovišť	38
Obrázek 8 – Zelené linky Šumavy.....	40
Obrázek 9 – Návštěvnická a Informační centra pod správou NPŠ.....	41
Obrázek 10 – Naučné stezky	42
Obrázek 11 – Trvalý pobyt	52
Obrázek 12 – Hlavní důvod návštěvy.....	53
Obrázek 13 – Roční období	54
Obrázek 14 – Počet strávených dní.....	55
Obrázek 15 – Typ ubytování	56
Obrázek 16 – Orientace v místě.....	58
Obrázek 17 – Doprovod návštěvníka.....	59
Obrázek 18 – Získávání informací.....	59
Obrázek 19 – Tvůrci na sociálních sítích.....	60
Obrázek 20 – Návštěva lokalit.....	61
Obrázek 21 – Návštěva turistických cílů	62
Obrázek 22 – Četnost návštěv	64
Obrázek 23 – Výdaje na osobu/den bez ubytování.....	64
Obrázek 24 – Katastrální mapa s trasou možného napojení kanalizace v Prášilech	87
Obrázek 25 – Návštěvníci na zamrzlém ledovcovém jezeře	120
Obrázek 26 – Krytý přístřešek na Můstku	120
Obrázek 27 – Místa pro kola u Návštěvnického centra Srní a Vlčího výběhu.....	121
Obrázek 28 – Tabule k Turnerově chatě.....	121

Seznam příloh

Příloha A: Hromadná ubytovací zařízení

Příloha B: Naučné stezky

Příloha C: Navštívené lokality

Příloha D: Obrazová příloha ke kapitole 5.5 Nespokojenost

Příloha A: Hromadná ubytovací zařízení

Níže uvedené obce byly vybrány na základě odpovědí respondentů v dotazníkovém šetření. Jde zejména o místa, ve kterých respondenti hledali ubytování pro svůj pobyt.

Tabulka 28 – Hromadná ubytovací zařízení za rok 2022, okresy a obce

Okres 2022*	Obec	Počet zařízení	Pokoje	Lůžka	Místa pro stany a karavany
Český Krumlov	Černá v Pošumaví	22	419	1 249	600
	Frymburk	28	505	1 495	i.d.
	Horní Planá	48	528	1 683	740
	Lipno nad Vltavou	34	1 046	3 937	544
Klatovy	Čachrov	4	93	235	neuveďeno
	Hamry	5	52	131	i.d.
	Harmanice	8	72	235	i.d.
	Horská Kvilda	9	84	245	neuveďeno
	Kašperské Hory	19	257	638	i.d.
	Modrava	13	193	570	neuveďeno
	Nezdice na Šumavě	3	29	73	neuveďeno
	Nýrsko	6	71	218	i.d.
	Prášíly	9	72	216	neuveďeno
	Rejstějn	5	84	257	87
	Srní	22	372	908	i.d.
	Sušice	18	243	787	i.d.
	Velhartice	2	i.d.	i.d.	neuveďeno
	Železná Ruda	77	1 124	3 298	i.d.
Prachatice	Borová Lada	9	64	196	i.d.
	Drslavice	neuveďeno	neuveďeno	neuveďeno	neuveďeno
	Kubova Huť	5	98	319	neuveďeno
	Kvilda	19	202	637	neuveďeno
	Nová Pec	17	189	690	neuveďeno
	Nové Hutě	19	212	673	i.d.
	Prachatice	10	167	456	neuveďeno
	Stachy	26	393	1 000	neuveďeno
	Stožec	15	133	425	neuveďeno
	Strážný	5	76	200	neuveďeno
	Vimperk	17	157	478	neuveďeno
	Volary	5	i.d.	i.d.	i.d.
	Zdítov	13	182	528	i.d.

* data za rok 2023 nejsou dostupná k 8. 4. 2024

i.d. – důvěrný údaj; neuvedeno – údaj není k dispozici nebo je nespolehlivý

Zdroj: Vlastní zpracování podle ČSÚ za rok 2022, 2023d–ag; Alcedo Media, s.r.o., 2023

Příloha B: Naučné stezky

Tabulka 29 – Nejznámější naučné stezky

Název	Okres	Výchozí místo	Délka	Vznik	Zřizovatel	Zaměření
Naučná stezka Lipno	Český Krumlov	Lipno nad Vltavou	5,5 km		Lesy ČR, s. p., lesní správa Vyšší Brod	Lesní hospodářství, lesnictví
Naučná stezka Olšina	Český Krumlov	Polná na Šumavě-Olišina	7,5 km		Vojenské lesy a statky s.p.	Příroda
Naučná stezka Knižecí stolec	Český Krumlov	Želava-Zádvozdí	13-18 km	2012-2013	Vojenské lesy a statky s.p.	Lesnictví, příroda
Přírodní poznávací stezka Chalupská sláť	Prachatice	Borová Lada	500 m		Správa NP a CHKO Šumava	Rašelinisté a typická flóra a fauna
Naučná stezka Boubínský prales	Prachatice	Horní Vltavice	4 km	1979	Správa NP a CHKO Šumava	Lesnictví, příroda
Přírodní poznávací stezka Jezerní sláť	Prachatice	Kvilda	300 m		Správa NP a CHKO Šumava	Rašelinista, flóra, fauna
Naučná stezka Schwarzenberský plavební	Prachatice	Nová Pec-Jelení	9 km	2003	Správa NP a CHKO Šumava	Příroda, historie
Lesnická naučná stezka Boubínem	Prachatice	Vimperk-Pravětín	13,2 km	2000	Lesy ČR, s. p., lesní závod Boubív, Integrovaná střední škola lesnická	Lesnictví, příroda
Naučná stezka Soumarské rašelinisté	Prachatice	Volary-Soumarský most	1,5 km	2011	Správa NP a CHKO Šumava, spolek KuLAMu, město Vlary	Příroda, těžba rašeliny
Hadí stezka na Paneří	Klatovy	Čachrov - Gerlova Huť	4,6 km	2018	město Železná Ruda	Příroda
Naučná stezka Z Hamrů na Ostrý	Klatovy	Hamry	6 km	2015	Lesy ČR, s. p., Lesní správa Klatov	Příroda, historie
Naučná stezka Brčálník	Klatovy	Hojsova Stráž-Brčálník	4,5 km	2005	Správa NP a CHKO Šumava	Příroda, historie, zajímavosti
Stezka strážů hranice	Klatovy	Kašperské Hory	19,5 km		Mgr. Zdeněk Svoboda, Jan Jiráček, město Kašperské Hory	Historie, lehké vojenské opevnění
Naučná stezka Modrava - Filipova Huť	Klatovy	Modrava	1,5 km	2012	Obec Modrava	Příroda, botanika
Naučná stezka Modrava - Hradlový most	Klatovy	Modrava	2,5 km		Obec Modrava	Příroda
Zážitková stezka Proměna horské smrčiny	Klatovy	Modrava - hájovna na Březniku	4,5 km	2002	Správa NP a CHKO Šumava	Obnova smrkového lesa po kůrovcové kalamitě
Naučná stezka Vchynicko-tetovský plavební kanál	Klatovy	Modrava-Filipova Huť	17 km		Správa NP a CHKO Šumava, skupina ČEZ, obec Srní	Příroda, historie, vodohospodářství
Naučná stezka Tříjezerní sláť	Klatovy	Modrava-Tříjezerní sláť	200 m	1979	Správa NP a CHKO Šumava	Příroda, rašelinisté
Naučná stezka Povydří	Klatovy	Rejštejn-Čeňkova Pila	7,5 km		Správa NP a CHKO Šumava	Příroda, historie
Vlčí stezka	Klatovy	Srní	2 km	2015	Správa NP a CHKO Šumava	Příroda, vlci
Klostermannova stezka	Klatovy	Srní-Rokyta	4,5 km	2008	občanské sdružení Karel Klostermann - spisovatel Šumavy, Správa NP a CHKO Šumava	Karel Klostermann - život a dílo
Naučná stezka Hojsova Stráž	Klatovy	Železná Ruda-Hojsova Stráž	17 km	2015	město Železná Ruda	Historie
Naučná stezka Historie obce Špičák	Klatovy	Železná Ruda-Špičák	7 km	2012	město Železná Ruda	Historie a současnost, příroda, zajímavosti
Naučná stezka Po stopách zajíce	Klatovy	Železná Ruda-Špičák	4 km		Skí&bike Špičák	Příroda Šumavy
Naučná stezka Špičák - Černé jezero	Klatovy	Železná Ruda-Špičák	3,5 km		Správa NP a CHKO Šumava	Příroda, historie
Pohádková stezka Brčálník	Klatovy	Železná Ruda-Špičák	3 km			Pohádky

Zdroj: Vlastní zpracování podle CzechTourism, 2015; Pojar, 2015; Kintzl, 2022; Cestujeme Šumavou, 2023c; CzechTourism, 2023a,d,e,f,g,j,n; DMO Český Krumlov, z. s., 2023; Christian-Element, 2023; Lesy ČR, 2023a,b; Národní park Šumava, 2023a,i,j,k,l; NAVYLET.CZ, 2023b; ŠumavaNet.CZ, 2023d,e,g,h,ch,k,m,n,s; visit.prachatice.eu, 2023; Vojenské lesy a statky ČR, s.p., 2023

Příloha C: Navštěvované lokality

Tabulka 30 – Navštěvované lokality

Okres	Obec	Lokalita	Počet odpovědí
Český Krumlov	Frymburk	Frymburk	1
Český Krumlov	Horní Planá	Horní Planá	5
Český Krumlov	Lipno nad Vltavou	Lipno nad Vltavou	17
Český Krumlov	Přední Výtoň	Svatý Tomáš	2
Klatovy	Čachrov	Gerlova Huť	6
Klatovy	Dešenice	Milence	1
Klatovy	Dlouhá Ves	Annín	4
Klatovy	Dlouhá Ves	Dlouhá Ves	1
Klatovy	Dobrá Voda	Dobrá Voda	4
Klatovy	Hamry	Hamry	8
Klatovy	Hartmanice	Kepley	1
Klatovy	Hartmanice	Mochov	1
Klatovy	Nýrsko	Nýrsko	1
Klatovy	Nýrsko	Zelená Lhota	3
Klatovy	Prášily	Nová Hůrka	4
Klatovy	Rábí	Čepice	2
Klatovy	Srní	Rokyta	2
Klatovy	Sušice	Petrovice u Sušice	2
Klatovy	Sušice	Sušice	11
Klatovy	Svojše	Čeňkova Pila	4
Klatovy	Velhartice	Velhartice	4
Klatovy	Vchynice-Tetov	Antýgl	11
Klatovy	Železná Ruda	Alžbětín	4
Klatovy	Železná Ruda	Debrník	1
Prachatice	Kubova Huť	Kubova Huť	6
Prachatice	Kvilda	Hraběcí Huť	1
Prachatice	Lenora	Lenora	1
Prachatice	Nicov	Nicov	1
Prachatice	Nová Pec	Nová Pec	4
Prachatice	Prachatice	Prachatice	1
Prachatice	Stachy	Stachy	2
Prachatice	Stožec	České Žleby	1
Prachatice	Stožec	Nové Údolí	3
Prachatice	Vacov	Benešova Hora	1
Prachatice	Vimperk	Michlova Huť	1
Prachatice	Vimperk	Vimperk	5
Prachatice	Volary	Volary	6

Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Příloha D: Obrazová příloha ke kapitole 5.5 Nespokojenost

Problém: Nevychovaní a neukáznění lidé, neznalost a chování v přírodě

Obrázek 25 – Návštěvníci na zamrzlém ledovcovém jezeře



Zdroj: Meta, 2024a; NP Šumava, 2024

Problém: Nedostatek laviček a krytých míst k sezení

Obrázek 26 – Krytý přístřešek na Můstku



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Problém: Cyklisté, jejich chování na trasách

Obrázek 27 – Místa pro kola u Návštěvnického centra Srní a Vlčího výběhu



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Zničené informační tabule

Obrázek 28 – Tabule k Turnerově chatě



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Abstrakt

Cafourková, K. (2023). *Šumava pohledem návštěvníků* [Diplomová práce, Západočeská univerzita v Plzni].

Klíčová slova: cestovní ruch, spokojenost návštěvníků, Šumava, dotazníkové šetření, profil návštěvníka

Diplomová práce se zaměřuje na hodnocení spokojenosti a profil návštěvníka Šumavy. Cílem diplomové práce je analyzovat profil návštěvníka Šumavy, posoudit spokojenost návštěvníků a sestavit návrh ke zvýšení spokojenosti v dané oblasti. Dílčím cílem je stanovit výzkumné otázky, určit hypotézy a zvolit vhodné metody pro získání dat k sestavení profilu návštěvníka Šumavy. Práce je strukturována do teoretické a praktické části. Teoretická část se věnuje definování základních pojmů souvisejících s cestovním ruchem, destinací, službami, spokojeností, loajalitou a profilem návštěvníka. Praktická část zahrnuje specifikaci sledované lokality, popis primární a sekundární nabídky Šumavy, představení projektu We Love Šumava, prezentaci výsledků dotazníkového průzkumu, sestavení profilu typického návštěvníka a následného vyhotovení návrhu na zlepšení spokojenosti návštěvníků. Data byla sbírána prostřednictvím online dotazníkového šetření, které probíhalo v období od půlky července do půlky září roku 2023. Na základě získaných dat je navrženo opatření s cílem řešit identifikovaný problém. Návrhem je vybudování sociálního zařízení veřejného WC na velkých záchytných a zároveň odlehlých parkovištích mimo územní sídla. Předpokladem realizace projektu je eliminace množství odpadu v lesích, které je též jedním z bodů nespokojenosti návštěvníků.

Abstract

Cafourková, K. (2023). *Šumava from visitor's point of view* [Master's Thesis, University of West Bohemia].

Key words: tourism, visitor satisfaction, Šumava region, questionnaire survey, tourists segmentation

The master's thesis focuses on the evaluation of the satisfaction and profile of visitor to Šumava region. The aim of the master's thesis is to analyze the visitor's profile to Šumava, assess visitor satisfaction, and develop proposals to increase satisfaction in the area. The partial goal is to establish research questions, determine hypotheses, and select appropriate methods to obtain data for compiling the visitor's profile. The thesis is structured into theoretical and practical parts. The theoretical part deals with defining key concepts related to tourism, destinations, services, satisfaction, loyalty and visitor profile. The practical part includes the specification of the study area, description of the primary and secondary offer of Šumava, presentation of the We Love Šumava project, presentation of the results of a questionnaire survey, compilation of a typical visitor profile and subsequent preparation of a proposal for improving visitor satisfaction. The data were collected through an online questionnaire survey, which took place in the period from mid-July to mid-September of 2023. Based on the obtained data, a measure is proposed with the aim of solving the identified problem. The proposal is to build a social facility of public toilets in large catchment and at the same time remote parking lots outside the territorial settlements. The prerequisite for the implementation of the project is the removal of the amount of waste in the forests, which is also one of the points of visitor's dissatisfaction.