

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Využití atraktivit Annínska pro rozvoj turismu

**Utilization of the attractions of Annínsko for the
development of tourism**

Tereza Geigerová

Plzeň 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Využití atraktivit Annínska pro rozvoj turismu“

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

Plzeň dne 25. 4. 2022

v. r. Tereza Geigerová

Poděkování

Zde bych ráda vyjádřila poděkování svému vedoucímu práce Ing. Petru Janečkovi, Ph.D., za cenné rady a připomínky při vypracovávání této práce a především za rychlou zpětnou vazbu během společné komunikace

Obsah

Úvod	7
1 Cestovní ruch.....	8
1.1 Subjekt a objekt cestovního ruchu	9
1.2 Typologie cestovního ruchu	10
1.3 Cestovní ruch jako systém	10
1.4 Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu.....	13
1.4.1 Selektivní (stimulační) faktory	13
1.4.2 Realizační faktory	16
1.4.3 Lokalizační faktory	19
1.5 Destinační management a marketing	23
1.6 USP a trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu.....	24
2 Praktická část.....	27
2.1 Charakteristika vybrané lokality	28
2.2 Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v lokalitě.....	29
2.2.1 Lokalizační předpoklady - přírodní předpoklady	29
2.2.2 Lokalizační předpoklady - kulturně-historické předpoklady	32
2.2.3 Realizační předpoklady.....	39
2.2.4 Selektivní předpoklady	46
2.3 Dotazníkové šetření.....	47
2.4 Analýza marketingových aktivit v lokalitě	57
2.4.1 Přátelé Mouřence z.s.	57
2.4.2 Analýza webových stránek ubytovacích zařízení	57
2.4.3 Analýza klíčových slov.....	59
2.4.4 Facebook.....	60

2.4.5	Pořádání akcí a jiných aktivit.....	61
2.4.6	Annínsko a propagace přes média, internet	63
2.4.7	Natáčení na Mouřenci	63
2.4.8	Turistická vizitka	64
2.5	Celkové zhodnocení výsledků.....	65
2.6	Návrh nápravných opatření	67
Závěr	72
Seznam použitých zdrojů	73
Seznam tabulek	77
Seznam obrázků	78
Seznam použitých zkratk	80
Seznam příloh	81
Přílohy		
Abstrakt		
Abstract		

Úvod

Cestovní ruch je globální fenomén, který se stále více rozvíjí a účastní se ho velké množství lidí. Nejčastěji mají účastníci potřebu cestovat do cizích zemí, které mají moře či do velkolepých měst a předhánějí se se svými známými, kdo utratil větší částku nebo kdo byl v luxusnější zemi. Díky pandemii Covid-19 se cestovní ruch z části vrátil do tuzemských oblastí, odkud účastník cestovního ruchu pochází. Toto téma práce si autorka zvolila, neboť chtěla poukázat, že i malá neznámá místa mohou být zajímavá a mohou účastníkovi cestovního ruchu nabídnout mnoho atraktivit a hlavně tím podpořit domácí podnikatele.

Hlavním cílem práce „Využití atraktivit Annínska pro rozvoj turismu“ je analyzovat atraktivnost a návštěvnost tohoto místa a analyzovat marketingové aktivity v lokalitě. V návaznosti na tyto analýzy bude provedeno hodnocení a následný návrh opatření.

Pro zpracování teoretické části bude využita odborná literatura autorů, kteří se problematikou cestovního ruchu a jeho rozvoje zabývají. V první části práce je popsána teorie potřebná k porozumění základních pojmů v cestovním ruchu. Dále se zabývá popisem prostředí, které na něj působí, vymezením selektivních, realizačních a lokalizačních předpokladů a přiblížení důležitosti trvale udržitelného rozvoje, aby cestovní ruch mohl v daném místě správně fungovat.

Praktická část se zpočátku zabývá vymezením a popisem předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu na Annínsku. Následně budou analyzovány výstupy z dotazníkového šetření, které poslouží k posouzení znalosti, atraktivnosti a návštěvnosti tohoto místa. V závěru práce jsou analyzovány marketingové aktivity v lokalitě, které jsou převážně podnikány spolkem Přátelé Mouřence a místními podnikateli. Práce je zakončena celkovým zhodnocením a návrhem nápravných opatření.

Předpoklady výstupů dotazníkového šetření:

- lokalitu bude znát méně než 40 % respondentů
- lokalitu navštíví méně než 1/3 respondentů
- propagační materiály zahlédne méně než 20 % respondentů

1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je globální fenomén, který v období po roce 1945 zaznamenal rychlý růst jak ve vyspělých zemích, tak v nově se rozvíjejících ekonomikách světa (Page & Connell, 2020). Účastníci cestovního ruchu opouštějí své trvalé místo pobytu nejen z důvodu rekreace a návštěvy památek, ale také za účelem navštívení lokality vhodné pro sportovní aktivity, poznání nové země, setkání s přáteli či z důvodu pracovních a studijních povinností, jako je například účast na konferencích, kdy se na tato místa dopravují různými dopravními prostředky všech druhů a velikostí (Goeldner & Ritchie, 2014).

Světová organizace cestovního ruchu (United Nations **World Tourism Organization** - UNWTO) uvádí, že „cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní úkol její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ (UNWTO citovaná v Ryglová a kol., 2011, str. 18). Místem mimo běžné životní prostředí je myšleno místo mimo trvalé místo pobytu, přechodnou dobou je méně než jeden rok a výdělečnou činností je činnost založena na trvalém nebo přechodném pracovním poměru. V souvislosti s touto definicí je například zaměstnanec vyslaný do zahraničí na služební cestu účastníkem cestovního ruchu (Beránek a kol., 2013).

Pro správné pochopení cestovního ruchu je důležité od sebe oddělit termíny cestování a cestovní ruch. Dle Beránka a kol. (2013) má člověk nutkavou potřebu cestovat, poznávat nové lidi, kulturu i zvyky. Proto je cestování popisováno jako prostorové a časové přemístování jednotlivců, skupin, expedic, migrantů i přistěhovalců, kdy cestující osoba je označována jako cestující. Cestovní ruch má na rozdíl od cestování určitá omezení a mnoho definic. Lohmann & Panosso Netto (2017) definují termín cestování jako širší pojem než samotný cestovní ruch. Všechny formy cestovního ruchu úzce souvisejí s cestováním, ale ne vždy je cestování uskutečněno z důvodu cestovního ruchu. Proto pohyb v rámci svého bydliště (např. nákupy, škola, práce) nazýváme dojížděním.

Ryglová a kol. (2011) mimo jiné uvádějí, že cestovní ruch ovlivňuje mnoho dalších hospodářských odvětví, která pro něj pracují, např. doprava, služby překladatelů či potravinářství. Dále nabízí pracovní příležitosti, pomáhá k zachování a oživení památek či atraktivit všech druhů a v neposlední řadě rozvíjí hospodářství.

Dnes pojem cestovní ruch (synonymem je slovo turismus) úzce souvisí například s pojmy – volný čas, rekreace, pohyb, ale nejvíce se podobá pojmu cestování. Termín cestování (*travel*) je více používán ve Spojených Státech Amerických, kdežto užívání slova turismus (*tourism*) je rozšířenější v ostatních částech světa a využívají jej ministerstva, organizace i odbory cestovního ruchu (Lohmann & Panosso Netto, 2017).

1.1 Subjekt a objekt cestovního ruchu

„Subjekt cestovního ruchu (*tourist subjekt*) reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase.“ (Hesková a kol., 2011, s. 11). Hesková a kol., 2011; Beránek a kol., 2013 a Ryglová a kol. 2011 se shodují na mezinárodně uznávaném rozdělení účastníků cestovního ruchu na stálého obyvatele, návštěvníka, turistu a výletníka.

- **„Stálý obyvatel (*resident*)** – v domácím cestovním ruchu se jedná o osobu, která žije na daném místě alespoň 6 po sobě následujících měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší 6 měsíců; v mezinárodním cestovním ruchu je rezidentem osoba, která v dané zemi žije alespoň 1 rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší 1 roku;
- **Návštěvník (*visitor*)** – osoba, která cestuje do jiné země, než ve které má své trvalé bydliště, anebo jiného místa ve své zemi, ale mimo své bydliště, a to na dobu kratší než 1 rok (respektive 6 měsíců), přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě;
- **Turista (*tourist*)** – návštěvník, který cestuje na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování;
- **Výletník, jednodenní návštěvník (*excursionist, same-day visitor*)** – návštěvník, který cestuje na dobu kratší 24 hodin, aniž by v navštíveném místě přenocoval.“ (Beránek a kol., 2013, s. 17).

„Objektem cestovního ruchu (*objekt of tourism*) je všechno co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu.“ (Hesková a kol., 2011, s. 13). Subjekt si tedy můžeme představit jako nositele poptávky a zároveň spotřebitele produktu cestovního ruchu a objekt jako nositele nabídky cestovního ruchu.

Dle Beránka a kol., (2013) objekt tvoří cílová místa či destinace, podniky poskytující služby, kulturní a historické oblasti, které účastník (subjekt) poptává v místě pobytu. Subjekt cestuje do daného místa pouze v případě, že zde budou uspokojeny jeho předpoklady a potřeby prostřednictvím zboží a služeb nabízených v daném místě. S objektem cestovního ruchu je spojena primární a sekundární nabídka. Do primární nabídky zahrnujeme přírodní a kulturně-historický potenciál daného místa. Sekundární nabídka je tvořena infrastrukturou, neboli vybavením daného místa. Jde o soubor podniků a institucí, které umožňují návštěvníkovi se ubytovat, stravovat a čerpat jiné služby.

Z hlediska funkcí se rozlišují:

- Městská střediska cestovního ruchu
- Lázeňská místa
- Rekreační střediska
- Rekreační obce
- Chatové oblasti (Hesková a kol., 2011).

1.2 Typologie cestovního ruchu

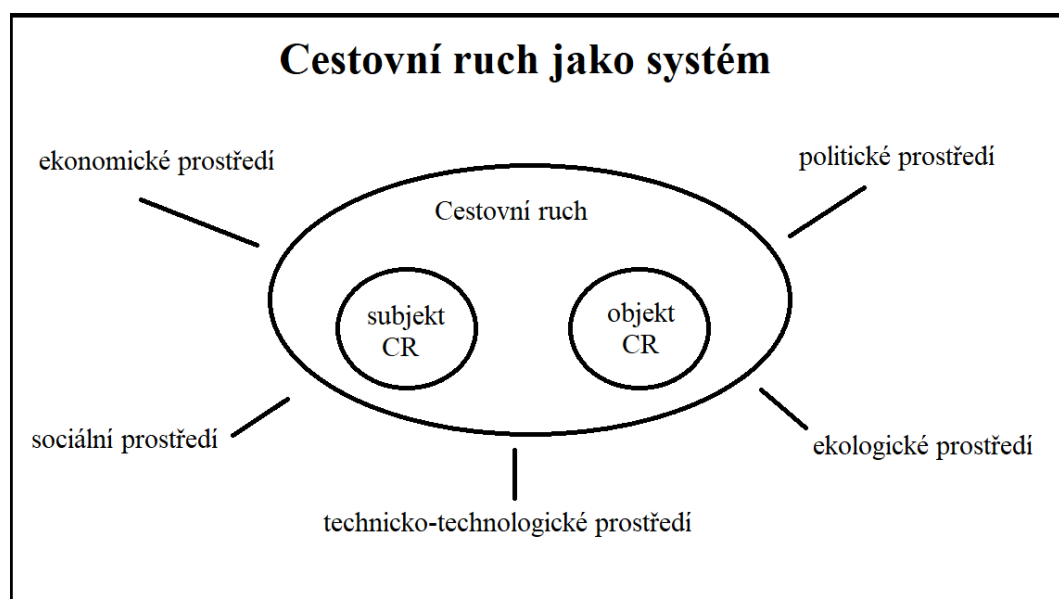
Běžně se užívá i označení klasifikace cestovního ruchu, které se využívá ve stejném významu jako typologie cestovního ruchu. V české a slovenské odborné literatuře se často setkáte s členěním cestovního ruchu na formy a druhy cestovního ruchu (Kotíková, 2013). Hesková a kol. (2011) a Kotíková (2013) se shodují, že vymezení forem a druhů cestovního ruchu není jednoznačné a někteří autoři ve svých publikacích formy a druhy definují opačně.

„Podle tohoto členění jsou druhy cestovního ruchu výstupem členění podle motivu účastníka na cestovním ruchu (např. rekreační cestovní ruch, kulturně poznávací cestovní ruch apod.). Naproti tomu formy cestovního ruchu představují vymezení podle konkrétních podmínek, ve kterých se cestovní ruch uskutečňuje (např. krátkodobý cestovní ruch, organizovaný cestovní ruch apod.).“ (Kotíková, 2013, s 20).

1.3 Cestovní ruch jako systém

„Cestovní ruch není možné v nejširším slova smyslu posuzovat odděleně od prostředí, v němž se odehrává.“ (Vystoupil a kol., 2006, s. 7; Šauer a kol., 2015, s. 17).

Obr. 1: Cestovní ruch jako systém



Zdroj: vlastní zpracování dle Kaspar, 1995 (citovaný v Hesková a kol., 2011, s 11)

Vnější prostředí má značný vliv na strukturu a vývoj cestovního ruchu a tím ho významně ovlivňuje. Systém cestovního ruchu se skládá ze dvou podsystémů – subjekt a objekt cestovního ruchu (viz kapitola 1.2 Typologie cestovního ruchu výše v textu).

Ekonomické prostředí – zahrnuje ekonomický růst a jeho vlivy, nezaměstnanost, inflaci, stabilitu měny a úrokové míry. Jako ekonomické prostředí je chápána například ekonomická situace v dané zemi, kam turista cestuje, nebo i ekonomická situace turisty (Šauer a kol., 2015). Objem investic a výdajů na cestovní ruch ovlivňuje hrubý domácí produkt (HDP) svým růstem. Pozitivní vliv nastane, pokud výdaje na cestovní ruch rostou rychleji, než výše zmíněný HDP. Negativní vliv na cestovní ruch má hospodářská krize či pokles, se kterou je spojena nezaměstnanost a zmrazení mezd. Cestovní ruch má na ekonomické prostředí také zpětnou vazbu. Projevuje se ve zvýšení zaměstnanosti tvořením pracovních míst apod. (Hesková a kol., 2011).

Politické prostředí – zde tvoří hlavní složku mírové podmínky a mírové uspořádání světa. V zemích, kde probíhají nepokoje a války, je ohroženo zdraví a bezpečí turistů, proto se v těchto oblastech cestovnímu ruchu nedaří a ani dařit nemůže, neboť turisté se těmto oblastem vyhýbají. Významný vliv má i politika daného státu, kde je důležité, zda jsou vytvářeny plány na rozvoj cestovního ruchu, jaké jsou normy a legislativní podmínky, dále například množství investic do infrastruktury apod. Pro rozvoj cestovního ruchu je také důležité odstraňování bariér v podobě vízových povinností či zjednodušení a zrychlení přechodu státních hranic.

Sociální prostředí – je dáno společenským zřízením. V rámci cestovního ruchu se jedná především o mezilidské interakce (mezilidské vztahy). Patří sem například pracovní podmínky, které zahrnují délku pracovní doby, bezpečnost práce atd., mimopracovní podmínky, nárok na dovolenou. Dále je důležitou součástí sociální politika, která má hlavní vliv na zabezpečení občanů bez příjmů a s nedostatečnými příjmy pro důstojný život. Cestovní ruch v rámci sociálního prostředí pak umožňuje podílet se sociálně slabším obyvatelům na cestovním ruchu s ohledem na jejich zdraví, vzdělanost a kulturní úroveň (Hesková a kol., 2011).

Technicko-technologické prostředí – s cestováním se pojí využívání dopravních prostředků a nejrůznějších informačních systémů. Pod pojmem technicko-technologické prostředí si představme dopravní infrastrukturu, do které patří vybavenost a rozmístění dálničních sítí, železničních tratí, letišť, využití přepravy po vodě a doprava v horských a podhorských oblastech (lanovky). Dále sem patří využívání nových technologií, které umožňují například šetřit energetické zdroje, snížit počet pracovníků na výkon některých prací (např. obsluha pomocí robotů) a využít jejich pracovní sílu jinde, kde jich je potřeba. V rámci rozvoje informačních technologií si můžeme díky internetu rezervovat pobyt či jiné služby, zjistit si informace o cílovém místě, podniku či službě bez nutnosti osobní účasti, rozšířit povědomí o nabízených a poptávaných službách apod.

Ekologické prostředí – v rámci účasti na cestovním ruchu dochází k znečišťování a ničení přírody, zejména k znečišťování ovzduší a produkci odpadů, ať už se jedná o nechávání odpadků v přírodě či vypouštění odpadních látek. Cestovní ruch se rozvíjí pouze tam, kde je příroda nenarušena a jsou zde přívětivé přírodní i kulturně-historické zdroje. Proto je nutné přírodu chránit a pečovat o ni. Pomáhá s tím například tvorba chráněných míst, národních parků, zákaz vjezdu motorových vozidel do určitých oblastí či zákaz ničení fauny a flóry.

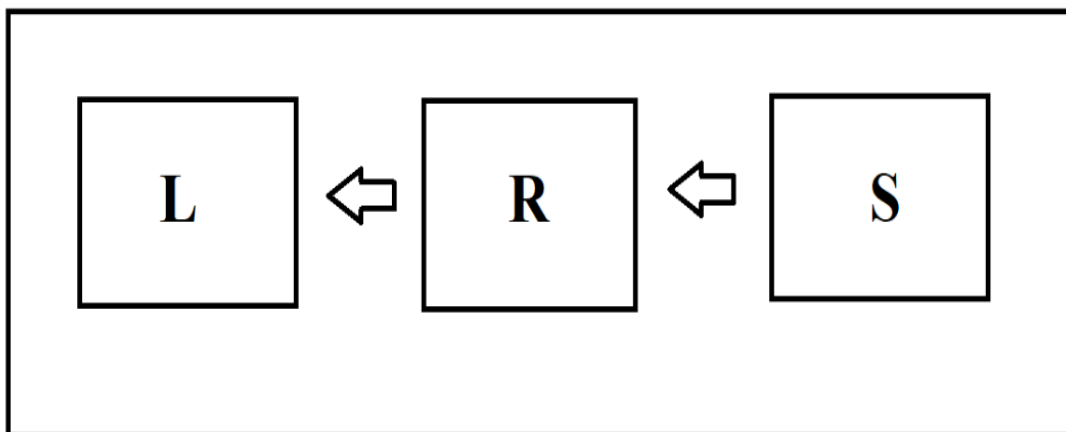
1.4 Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu

Pro rozvoj cestovního ruchu v daném místě je důležité, aby zde byly vytvořeny potřebné podmínky pro rozvoj, které přilákají turisty. Ti se nesmějí bát dané místo navštívit. Dále je potřebné, aby se měli jak na místo dopravit (vhodná infrastruktura), kde se přes noc ubytovat a co v okolí navštívit.

Rozvoj a rozmístění cestovního ruchu ovlivňují tyto tři faktory:

- Selektivní (stimulační) faktory
- Realizační faktory
- Lokalizační faktory

Obr. 2: Prostorový model podle P. Mariota



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Pomocí spojení lokalizačních a selektivních předpokladů jsou umožněny předpoklady realizační, kdy se mezi realizační předpoklady řadí vybavenost daného území infrastrukturou cestovního ruchu (Šauer a kol., 2015).

1.4.1 Selektivní (stimulační) faktory

Hrala (2013, s 13) uvádí, že „ačkoliv se tyto faktory projevují geograficky, tj. v územním uspořádání, mají **primární postavení především v rozvoji cestovního ruchu**. Jedině jejich prostřednictvím se mohou využít podmínky (předpoklady) pro cestovní ruch v konkrétních oblastech (střediscích).“

Selektivní či stimulační faktory podněcují vznik a rozvoj cestovního ruchu. Určují tři části – jestli turista do místa přijede, kdo a v jak velkém počtu přijede a v poslední řadě zda zde může existovat cestovní ruch (Ryglová a kol., 2011).

Obr. 3: Selektivní faktory



Zdroj: vlastní zpracování dle Ryglová a kol. (2011)

Objektivní faktory

Hrala (2013) i Ryglová a kol. (2011) řadí mezi první příklady objektivních faktorů základní politické skutečnosti (např. mírové uspořádání světa bez válečných konfliktů) a vnitropolitickou situaci (charakter politického systému). „Stabilita vnitropolitické situace umožňuje intenzivnější realizaci vnitrostátního cestovního ruchu i zapojení do mezinárodního cestovního ruchu.“ (Hrala, 2013, s 14). Shodují se i na ekonomických předpokladech, pod kterými si můžeme představit dosaženou životní úroveň, fond volného času, směnitelnost mzdy či investice do prezentování destinace.

Následně se v definování objektivních faktorů rozcházejí. Ryglová a kol., (2011), dále věnují pozornost demografickým skutečnostem, které se do cestovního ruchu dostávají pomocí veličin – počet obyvatel, ekonomická aktivita obyvatel, střední délka života apod. Tyto veličiny se do cestovního ruchu dostávají ze dvou důvodů:

1. Lidský faktor jako pracovní síla (jde o stranu nabídky, kdy obyvatelé jsou zaměstnáni v oblasti cestovního ruchu = např. poskytování služeb)
2. Lidský faktor jako účastník (zde jde o stranu poptávky = turista, zákazník)

Jako poslední příklad uvádí administrativní podmínky, mezi které patří nejrůznější právní předpisy, vyhlášky a zákony (např. pro kontroly na hranicích – pasové a vízové podmínky, celní a devizové předpisy), povinnost mít určitá očkování apod. Ryglová (2009) ve své knize *Cestovní ruch - soubor studijních materiálů* uvádí ještě sociální vlivy (jako jsou životní úroveň, fond volného času) a materiálně-technické vlivy (rozvoj informačních technologií, rezervační systémy...)

Hrala (2013) ve své knize navíc zmiňuje urbanizaci a životní prostředí. Věnuje pozornost i zkracování pracovní doby a prodlužování dovolené, díky které je možné se více věnovat cestování a tím se zapojit do cestovního ruchu. U životního prostředí zmiňuje narušování rovnováhy mezi přírodou a společností, které je způsobeno zvyšováním a rozvojem výroby a spotřeby spolu s narůstajícím množstvím odpadů. Znečišťování má za následek změnu klimatické rovnováhy po celém světě. Příkladem je nepravidelnost chodu počasí, průmyslové a jiné odpady kontaminují povrchové vody i okraje moře, lesní porosty ohrožují kyselé deště apod.

Subjektivní faktory

V definování subjektivních (stimulačních) faktorů se Ryglová a kol. (2011) spolu s Hralou (2013) opět shodují. Do této skupiny patří řada psychologických faktorů (pohnutek), které mají vliv na rozhodování obyvatel a spotřebitelů služeb na účasti na cestovním ruchu. Důležitou roli zde má reklama spolu s propagací, zkušenosti, módnost apod.

„V těchto faktorech se mj. projevuje i přívětivost místních obyvatel vůči potencionálním cestovatelům, schopnost pokrýt jejich potřeby. Čím více možností a rozmanitostí hostu nabídne, tím atraktivnější je nabídka pro jeho subjektivní uspokojení.“ (Ryglová a kol., 2011, s 39).

To znamená, že destinace cestovního ruchu jsou pro turistu atraktivnější, pokud je jejich nabídka dostatečně široká a je přizpůsobena určitým formám dovolené. Do subjektivních faktorů se zahrnují například různé obchodní praktiky a oblast řízení a managementu destinace. Mezi typické projevy pak řadíme spolupráci a síťování podnikatelů, místních komunit či samospráv. Pokud je spolupráce dostatečně propracována, rychleji a správněji může komunita reagovat na změnu podmínek a generovat větší příjmy z cestovního ruchu. Masový cestovní ruch může ale také negativně ovlivnit kvalitu životního prostředí

i života obyvatel. V některých případech se tak uplatňují principy tzv. demarketingu (Ryglová a kol., 2011).

1.4.2 Realizační faktory

Realizační faktory nám umožňují se do zvoleného místa, například pro rekreaci či dovolenou, dopravit a následně využít ubytovací, stravovací a další služby, které též nazýváme materiálně-technickou základnou cestovního ruchu. Zde jsou důležité tři podmínky: dostatečná kapacita služeb, odpovídající nabídka služeb, dostatečná kvalita služeb, tzn. bez dostatečné kapacity služeb se nemůže technicky využít potenciál místa, bez odpovídající nabídky služeb nelze sestavit dobré turistické produkty, ani nabízet oblast na trhu a bez dostatečné kvality služeb není možné udržet ani zvyšovat ekonomický přínos cestovního ruchu (Ryglová a kol., 2011).

Úroveň realizačních faktorů můžeme hodnotit pomocí různých ukazatelů.

Obr. 4: Ukazatele pro hodnocení úrovně realizačních faktorů

Ukazatele pro hodnocení úrovně realizačních faktorů

- počet a skladba návštěvníků v určitém prostoru;
- počet ubytovacích zařízení;
- počet lůžek, lůžkodnů*;
- počet míst u stolu;
- ukazatele kvality ubytovacích a stravovacích zařízení;
- velikost přepravních kapacit a jejich kvalita;
- atd.

** někdy se používá také termín osoboden; = (součin obsazených lůžek a dnů, resp. nocí).*

Zdroj: vlastní zpracování dle Ryglová a kol., (2011, s 35)

„Význam realizačních předpokladů spočívá v jejich schopnosti vytvářet spojovací článek a prostorovou konkretizaci vztahů mezi oblastmi, resp. centry zájmu o rekreaci (póly nabídky) a cílovými místy, resp. oblastmi rekreace (nabídka). Na tomto obecném a zjednodušeném přístupu je založena většina studií zabývajících se analýzou potenciálu cestovního ruchu a rekreace“ (Vystoupil a kol., 2006, s 44). Například podle Mariota (citovaný z Vystoupil a kol., 2006, s 44) se tyto vztahy realizují prostřednictvím komunikačních předpokladů a materiálně-technickou základnou cestovního ruchu.

Materiálně-technická základna

Pod pojmem materiálně-technická základna cestovního ruchu si můžete představit taková zařízení, která umožňují či podporují jejich rozvoj.

- Ubytovací zařízení
- Stravovací zařízení
- Sportovně rekreační a zábavní zařízení
- Dopravní zařízení s výraznou rekreační funkcí (vleky, lanovky...) (Vystoupil a kol., 2006).

Ryglová (2009) řadí mezi materiálně-technickou základnu navíc účelová zařízení a cestovní kanceláře. Dále Ryglová a kol. (2011) popisují, že materiálně-technická základna umožňuje realizovat služby cestovního ruchu, je rovna pojmu „realizační faktory“ a zahrnuje služby ubytovací, stravovací, dopravní, služby cestovních kanceláří a agentur, sportovně- rekreační služby, wellness a lázeňské služby a služby doplňkové (průvodcovské, směnářské, prodej suvenýrů a další).

Ubytovací služby

Ubytovací zařízení jsou využívána turisty k přenocování mimo jejich obvyklé životní prostředí. Tyto provozovny lze rozdělit na dva typy – obchodní a nekomerční. První z nich jsou zařízení, která si účtují různé poplatky. V druhém případě turisté pobývají zdarma v domech přátel či příbuzných, nebo v rezidencích, které vlastní (druhé domovy). Dále se ubytovací zařízení dělí na hromadné a soukromé, kde si turista vybírá, zda chce trávit svůj čas v klidu a nerušen, nebo mu nevádí přítomnost jiných hostů (Lohmann & Panosso Netto, 2017). Ubytovací služby mají i svoji klasifikaci, dle které se turisté rozhodují, zda provozovnu navštíví či nikoliv. Klasifikace má tedy značný dopad na návštěvnost místa.

Stravovací služby

Provozovny jsou nazývány gastronomickými zařízeními a lidé je navštěvují z mnoha nejrůznějších důvodů. Někteří chtějí uspokojit pouze fyzickou potřebu jídla a pití, jiní mají zájem o rozptýlení či o komunikační prostředí. Hosté jsou z různých sociálních skupin a odlišují se různými způsoby chování či finančními možnostmi. V současné době se velmi rozvíjí gastronomický cestovní ruch (*Gastro turismus*), neboli cestování za

jídlem a nápoji (zejména vínem a pivem). Stejně jako v ubytovacích službách je zde také využívána klasifikace stravovacích služeb, která má vliv na rozhodování turisty.

Doprava

„Dopravními službami v cestovním ruchu rozumíme služby, které jsou spojeny se zajištěním vlastní přepravy účastníků cestovního ruchu a jejich zavazadel včetně informací o dopravním spojení, s rezervováním míst v dopravních prostředcích, prodejem dopravních cenin, vyřizováním reklamací apod.“ (Ryglová a kol., 2011, s 64).

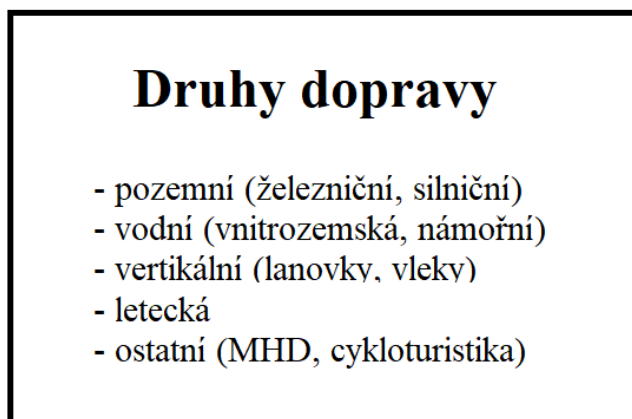
Doprava je jednou ze základních podmínek realizace. Zajišťuje pohyb mezi místem bydliště účastníka cestovního ruchu a navštíveným místem. Její modernizace umožňuje snižovat přepravní náklady a zvyšovat například kapacitu, rychlost, kvalitu a bezpečnost. Doprava zapojuje stále více rozsáhlejších oblastí do vnitrostátního i mezinárodního cestovního ruchu, zvyšuje jejich dostupnost a tím se zvyšují i průměrné přepravní vzdálenosti. Nutnost dopravy motivovala k vybudování náročných zařízení (jako jsou mosty, tunely, viadukty, letiště, přístavy), která se pro turisty stávají atrakcí (Hrala, 2013). Hlavní část dopravní infrastruktury (tratě, silnice, vodní cesty a letiště) nebyla vybudována pro potřeby cestovního ruchu a s tím souvisí i její rozmístění. Pro potřeby cestovního ruchu se budují výhradně lanovky, lyžařské vleky, bobové dráhy a cyklostezky. Dále se využívají vnitrozemské vodní cesty, které již nejsou používané k původním účelům (Ryglová a kol., 2011).

„Jednoduchost, bezpečnost, rychlost a pohodlnost dopravy (za přiměřenou cenu) je jedna ze základních klíčových otázek při rozhodování cestovatele.“ (Ryglová a kol., 2011, s 36).

S dopravou souvisí nejen pozitiva, ale i negativa. Často jsou kladeny požadavky, aby doprava co nejméně škodila životnímu prostředí. Nejvíce škodí v oblastech s velkou intenzitou cestovního ruchu – města, kde se shromažďuje nejvíce výparů z výfukových plynů. Dále jsou poškozovány přístupové cesty k turistickým cílům (zejména přírodním), kdy se turista dopraví osobním vozidlem až k cílovému místu a cesta spolu s přírodou se díky velké intenzitě průjezdů ničí.

Členění dopravy je znázorněno na následujícím obrázku.

Obr. 5: Druhy dopravy



Zdroj: vlastní zpracování dle Hrala (2013, s 29-32) a Ryglové a kol., (2011, s 64-73)

1.4.3 Lokalizační faktory

„Lokalizační faktory jsou takové faktory či podmínky pro cestovní ruch, které jsou dány územím a jsou prakticky neměnné. Patří mezi ně především **přírodní podmínky** – klima, charakter a modelace terénu (geologie, reliéf, geomorfologie), vodní (hydrologické) poměry, přírodní atraktivita, živočichové a rostliny (fauna a flóra) – a dále **společenské atraktivita**, tedy ty, jež vznikly a existují díky činnosti lidí (např. památky, zvyky, slavnosti, gastronomie apod.). Z pohledu cestovatele je tedy lokalizační faktor především „to, co se musí vidět.“ (Ryglová a kol., 2011, s 34).

Přírodní podmínky

- Klima
- Hydrologické poměry
- Reliéf
- Fauna
- Flóra

Jedná se o jednotlivé přírodní ojedinelosti (zvláštnosti), které jsou svou jedinečností pro danou oblast přitažlivější pro cestování a cestovní ruch (Hrala, 2013). „Pro hodnocení přírodních podmínek obecně platí, že čím příjemnější klima, neobvyklejší modelace terénu, úchvatnější scenérie, exotičtější živočichové a rostliny, tím lepší předpoklady pro cestovní ruch.“ (Ryglová a kol., 2011, s 34).

Klimatické podmínky – patří mezi hlavní podmínky pro realizaci a rozmístění cestovního ruchu, na které působí skrze pozitivní hodnoty (teplota, vlhkost vzduchu,

množství srážek a jejich rozdělení, délka slunečního svitu apod.) vůči potřebám lidského organismu. Rozdíly mezi těmito hodnotami jsou způsobeny horizontální a vertikální zonalitou. Nejvhodnější pro cestovní ruch jsou pásy mírný a subtropický. Ve zbylých pásích jsou klimatické podmínky pro dlouhodobý pobyt nevhodné (vysoké teploty, vysoká vlhkost vzduchu, velké sucho). Klimatické poměry se projevují na průběhu realizace cestovního ruchu – sezónnosti (Hrala, 2013).

Vertikální zonálnost se nejvíce promítá v mírném pásu, kde významně ovlivňuje předpoklady pro zimní a letní sporty – tudíž sezónnost (Vystoupil a kol., 2006).

Hydrologické poměry – vodstvo patří mezi nejvýznamnější prvky přírodního potenciálu (moře, jezera, vodní nádrže, řeky). Mají část rozhodujícího vlivu na lokalizaci, určení intenzity a směru turistických proudů a rekreačních pobytů. Pro zajímavost většina ubytovacích zařízení je soustředěována v okolí vodních ploch (moří, jezer a toků) (Vystoupil a kol., 2006). Turisté se díky těmto podmínkám účastní vodních sportů a atrakcí (skoky do vody, windsurfing, paddleboarding, vodní lyžování, jachting, rafting atd.), či pouze relaxují.

Reliéf – Vystoupil a kol. (2006) i Šuer a kol. (2015) shodně uvádějí, že reliéf je základním prvkem přírodních předpokladů a morfologický charakter krajiny (povrchové tvary) umožňují různé způsoby využití pro rekreaci. Reliéf dále ovlivňuje výskyt a umístění ostatních prvků jako jsou říční sítě, vegetace, rozmístění sídel či hospodářské využití různých oblastí. Vystoupil a kol. (2006) navíc zmiňují, že vznik reliéfu je spojen s působením exogenních sil (síly působící zvenčí – vítr, ovzduší, příliv a odliv, říční proudy...) a endogenních sil (síly působící z nitra na povrch – zemětřesení, působení sopek, pohyby zemské kůry). V současné době je také velmi ovlivňován působením člověka. Na rekreační využití má největší vliv vertikální členitost reliéfu (celkový vzhled krajiny). Dále můžeme rekreační potenciál hodnotit podle pestrosti reliéfu, nadmořské výšky, úhlu sklonu reliéfu (důležité pro turistiku a lyžování), horizontální členitosti a geologicko-morfologických prvků, které se označují jako formy reliéfu. Mezi geologicko-morfologické prvky můžeme zařadit atraktivní útvary skalních míst vytvořené působením exogenních činitelů v pískovcových a vápencových skalách a krasový reliéf.

V České republice patří tyto útvary mezi chráněné a jedná se například o skály (Prachovské skály v Českém ráji, Panskou skálu v Kamenickém Šenově, Svatošské skály) a jeskyně (Moravský kras, Koněpruské jeskyně, Punkevní jeskyně a další).

Fauna a flóra - Hrala (2013) a Vystoupil a kol. (2006) shodně uvádějí, že rostliny jsou důležitou částí přírody, ale mají malý vliv na rozmístění cestovního ruchu oproti ostatním faktorům lokalizačních předpokladů. V oblastech, které nevynikají zajímavou přírodou, je jediným předpokladem les, který má velký význam pro letní rekreaci a turistiku zejména obyvatel větších měst. Hrala (2013) dále zmiňuje, že objektem cestovního ruchu se stávají i vzácné rostlinné druhy, které jsou chráněné.

Dále se Hrala (2013) a Vystoupil a kol. (2006) shodují i na vymezení důležitosti živočišstva pro cestovní ruch, kdy živočišstvo má nejmenší význam ze všech přírodních předpokladů. I zde se cestuje za vzácnou, chráněnou a exotickou zvěří především do chráněných parků a rezervací v Africe. Dále se jedná o lov a rybolov, kdy se lidé místo odstřelu zvěře a lovu ryb ve volné přírodě snaží tuto zábavu přesunout do chovných obor a umělých nádrží.

Společenské atraktivity neboli kulturně-historické předpoklady se odlišují od předpokladů přírodních tím, že vznikly činností člověka. Autoři je definují a rozdělují různě. Zatímco Ryglová a kol. (2011) se společenským atraktivitám věnuje velmi okrajově a stručně, Hrala (2013) a Vystoupil a kol. (2006) je rozdělují do několika částí.

Rozdělení společenských atraktivit dle Hrala (2013):

- Kulturně-historické památky
- Kulturní zařízení, kulturní a jiné akce
- Sportovní a zábavní zařízení a akce

Rozdělení společenských atraktivit (kulturně-historických předpokladů) dle Vystoupila a kol. (2006):

- Kulturně-historické památky
- Kulturní zařízení a kulturní akce
- Společenské akce (události)

Rozdělení společenských atraktivit lokalizačních předpokladů je u těchto autorů téměř stejné, pouze se liší různým pojmenováním posledního podbodů, kdy Hrala (2013)

vyjmenovává už v názvu podbodu, co tato oblast obsahuje, kdežto Vystoupil a kol. (2006) to hromadně označují jako společenské akce. Význam a obsah je u obou autorů stejný.

Kulturně-historické památky

Kulturně-historické památky jsou nejdůležitější částí společenských atraktivit. Často jsou hlavním motivem pro cestování a díky možnosti jejich navštívení se účastník cestovního ruchu seznamuje s historií a architekturou dané památky na určitém místě. Následně může mezi sebou porovnávat historii, spojitost i vzhled památek, které již navštívil. V rámci kulturně-historických památek se navštěvují nejčastěji hrady a zámky nejrůznějších slohů a velikostí. Ty bývají nejčastějším důvodem účasti na cestovním ruchu. Dále mezi tyto památky patří tvrze, paláce, technické stavby (vodní kanály, mosty, vodní a větrné mlýny, akvadukty), výzdoba památek (sochy, malby, řezbářské umění...), kašny, sloupy, místa spojená s významnými osobnostmi, historická jádra měst spolu s opevněním, zahrady, parky a památky válečné (různé památníky, koncentrační tábory...).

Kulturní zařízení a kulturní akce

Hrala (2013, s 26) uvádí, že kulturní zařízení se dle typu dělí na:

- „zařízení soustřeďující sbírky různého druhu (muzea, galerie, knihovny, skanzeny aj.);
- a zařízení, jejichž prostřednictvím se realizují kulturní a jiné akce (divadelní představení, hudební či jiné festivaly, folklorní a další slavnosti, kongresy a sympozia, náboženské slavnosti a poutě aj.)“

Vystoupil a kol. (2006) i Hrala (2013) ve svých publikacích vyjmenovávají shodně mnoho významných zahraničních muzeí i galerií, ale česká muzea (např. Národní muzeum Praha, Technické muzeum Praha...) a galerie (Galerie hl. města Prahy, Galerie výtvarného umění Cheb..) bohužel nikoliv. Mezi nejvýznamnější kulturní akce můžeme zařadit z festivalů MFFKV (Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary), z výstav Země živitelku v Českých Budějovicích a z lidových tradic a umění například Chodské slavnosti či Jízdu králů ve Vlčnově.

Společenské akce

Do těchto společenských akcí můžeme zařadit například konání sportovních akcí (světové i regionální), kdy nejvýznamnější událostí jsou olympijské hry, dále karnevaly, zábavní

parky, kongresové a veletržní akce. Hlavním znakem je přilákání velkého množství lidí (místních i zahraničních) do oblasti, ať jde o jednorázovou či opakovanou akci. Cílem u sportovních akcí je účast aktivní (přímá účast) i pasivní (sledování), rekreace a uvolnění. U zbylých společenských aktivit je cílem společné setkání a obohacení se o nové informace a poznání.

1.5 Destinační management a marketing

Tato kapitola definuje management a marketing destinace, neboť obě tyto části jsou důležité pro to, aby se v daném místě mohl rozvíjet cestovní ruch.

Cho (citovaný v Lohmann & Panosso Netto, 2017, s 205) zjistil, že atraktivitu turistické destinace ovlivňuje následujících pět prvků:

- Turistické atrakce („tourist attractions“)
- Vybavení („amenities“)
- Dostupnost (accessibility“)
- Vzhled, působení („image“)
- Cena („price“)

Konkurence mezi destinacemi cestovního ruchu je důležitou otázkou na trhu cestovního ruchu. Konkurenceschopnost je spojena s udržováním kulturního bohatství a historického dědictví, zachováním environmentálních atraktivit a rostoucím počtem provozovatelů se schopností prodávat produkty cestovního ruchu s přidanou hodnotou, což zvyšuje spokojenost zákazníků prostřednictvím uspokojujících zážitků na trhu (Dwyer et. al., citovaný v Lohmann & Panosso Netto, 2017, s 206).

Z prvotního hlediska hraje marketing destinace klíčovou roli při zajišťování toho, aby životní cyklus destinace nevstoupil do fáze nasycení nebo poklesu a to prostřednictvím komunikace s cílovými trhy v každé fázi vývoje. Tzn. zvýšit povědomí návštěvníků v počáteční fázi vývoje, informovat ve fázi růstu, přesvědčit návštěvníky, aby přišli ve fázi zralosti a nasycení, udržet si návštěvníky a zavádět nové trhy v sestupných fázích. (Page & Connell, 2020)

Vystoupil a kol. (2006, s. 77) uvádí, že „z **marketingového hlediska** je destinace chápána jako *produkt cestovního ruchu*, tj. soubor nabídek jednotlivých poskytovatelů služeb cestovního ruchu. Z **geografického hlediska** můžeme velice zjednodušeně konstatovat, že destinace je *území*, které má svá specifika.“

Jako produkt je považováno cílové místo (které je tvořeno přírodními a kulturně-historickými předpoklady), ale i služby a produkty, které jsou zde nabízeny. Aby turista místo navštívil, je nutné využít i zbylé nástroje komunikačního mixu. Proto je důležité využít v dostatečné míře propagaci, která zvýší povědomí o místě pomocí reklamy (internet, informační letáky...), podpory prodeje atd. Distribuce je prováděna pomocí přímého a nepřímého prodeje, kdy v první možnosti je prodej realizován přímo od poskytovatelů služeb a ve druhé jsou využíváni zprostředkovatelé. Cena jako jediná tvoří příjmovou složku a je tvořena poskytovateli a zprostředkovateli služeb.

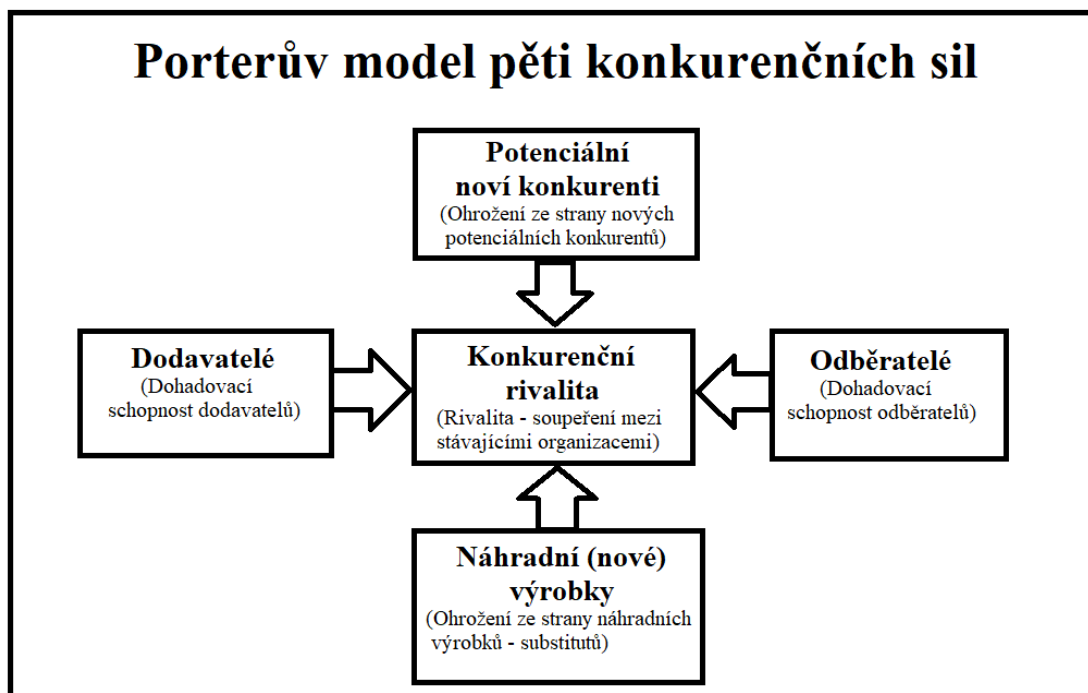
1.6 USP a trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu

Marketingové výhody destinace (neboli *unique selling proposition* – USP) jsou součástí umístování. Jedná se o konkurenční výhody destinace (produktu), které jsou dány svou jedinečností, neopakovatelností a tím se výrazně liší od konkurence. „Opravdová strategická konkurenční výhoda destinace musí vycházet z jedinečnosti tzv. primární nabídky, která je velmi obtížně napodobitelná.“ (Vystoupil a kol., 2007, s 32). USP bývá výsledkem SWOT analýzy, kdy se určí silné (*strengths*) a slabé (*weaknesses*) stránky, hrozby (*threats*) a příležitosti (*opportunities*), které se následně porovnají s konkurencí.

Jak uvádí Ryglová a kol. (2011), dalším významným nástrojem marketingové analýzy je Porterova metoda (Porterův model). Zakladatelem této metody je profesor Michael Porter. Podstatou je, že na tom, zda produkt (destinace) získá konkurenční výhodu či bude na trhu stále růst, závisí jeho schopnosti vyrovnat se s pěti konkurenčními silami:

- „konkurenti a charakter jejich soupeření;
- noví účastníci trhu, potenciální účastníci, konkurenti a hrozba vstupu nových účastníků;
- odběratelé a jejich vliv;
- dodavatelé a jejich vliv;
- Náhradní výrobky nebo služby (tzv. substituty).“ (Ryglová a kol., 2011, s. 104)

Obr. 6: Porterův model pěti konkurenčních sil



Zdroj: Střelec (citovaný v Ryglová a kol., 2011. s 104)

I když je potřeba cestovní ruch stále rozvíjet, to zda ho v regionu rozvíjet či ne musí být pečlivě promyšleno, neboť rozvoj mohou doprovázet jak přínosy, tak negativní (škodlivé) dopady. Mezi pozitivní důvody se řadí například vznik pracovních příležitostí, zvyšování příjmů, rozvoj infrastruktury, potřeba ochrany životního prostředí, využívání turistických a rekreačních zařízení místními lidmi apod. a mezi nevýhody vzbuzení nadměrné poptávky či znehodnocení přírodního a kulturního prostředí. Pokud je cestovní ruch rozvíjen příliš, může příliv mnoha návštěvníků způsobit narušení a znečištění půdy, výstavba moderních hotelů nebude například stylově sladěna s historickými budovami města a firmy sloužící místním obyvatelům jsou vytlačovány (nahrazeny) firmami sloužícími turistům. Pro trvale udržitelný rozvoj a ochranu životního prostředí je plánovací proces klíčový (Goeldner & Ritchie, 2014).

Trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu je otázkou světové populace, neboť jej řadíme mezi největší odvětví světové ekonomiky. Je důležité zvyšovat morální odpovědnost směrem ke kvalitě životního prostředí, neboť prodej produktů cestovního ruchu je na prostředí a nezníčené přírodě závislý (Ryglová, 2009). „Základní cíle pro udržitelný cestovní ruch udává Globální etický kodex cestovního ruchu Mezinárodní organizace OSN pro cestovní ruch (UNWTO).“ (CzechTourism, 2022a). Na trvale udržitelný rozvoj odkazuje například projekt EDEN (*European Destinations of*

Excellence), jehož cílem je podpora málo známých míst států Evropské unie s aktivním přístupem k udržitelnému cestovnímu ruchu. Hlavním záměrem tohoto projektu je soutěž o excelentní destinaci cestovního ruchu, která se opakuje jednou za dva roky a pokaždé má jiné téma. Na území České republiky je národním koordinátorem této soutěže agentura CzechTourism a v současné době naše republika získala již 7 ocenění (CzechTourism, 2022b).

Základní zásady trvale udržitelného rozvoje v kontextu cestovního ruchu mají:

- Napomáhat lidem vést zdravý a produktivní život v souladu s přírodou,
- Přispívat k zachování, ochraně a obnovení ekosystému planety Země,
- Být založeny na vzorcích trvalé udržitelnosti výroby i spotřeby (Rygllová, 2009, s. 160).

2 Praktická část

Na začátku praktické části je představena vesnice Annín společně s její stručnou historií, která souvisí se zdejší tradicí sklářství. Následuje vymezení regionu Annínsko, které je tvořeno přílehlými vesničkami. Dále se práce zabývá představením předpokladů pro cestovní ruch v této lokalitě. U realizačních předpokladů jsou mezi sebou porovnávána ubytovací zařízení. V prvním případě se jedná o srovnání hotelu s dvěma penziony a v druhém o srovnání místních kempů s kempy v okolí. Hodnoceným parametrem je celková cena, kterou by zde turista za svůj pobyt zaplatil. Dále je do tabulky vypracován přehled o spojích veřejné hromadné dopravy, pomocí které je možné se do Annínska dopravit.

Třetí částí, kterou se práce zabývá, je analýza provedeného šetření na straně návštěvníků lokality, jenž bylo uskutečněno pomocí dotazníkového šetření. Dotazník byl vytvořen v nástroji Google Forms a sběr odpovědí probíhal od 1. března do 11. dubna 2022. Pro hodnocení výsledků byly vytvořeny grafy. Výstupy přinášejí informace o povědomí, vztahu a názoru respondentů na lokalitu Annínsko. Poté se práce zabývá analýzou dosavadních marketingových aktivit v lokalitě, které jsou z převážné části popsány. Hodnoceny jsou pouze webové stránky zdejších ubytovacích zařízení. Dále jsou navržena klíčová slova pro hledání kulturně-historických památek v Anníně ve vyhledávačích.

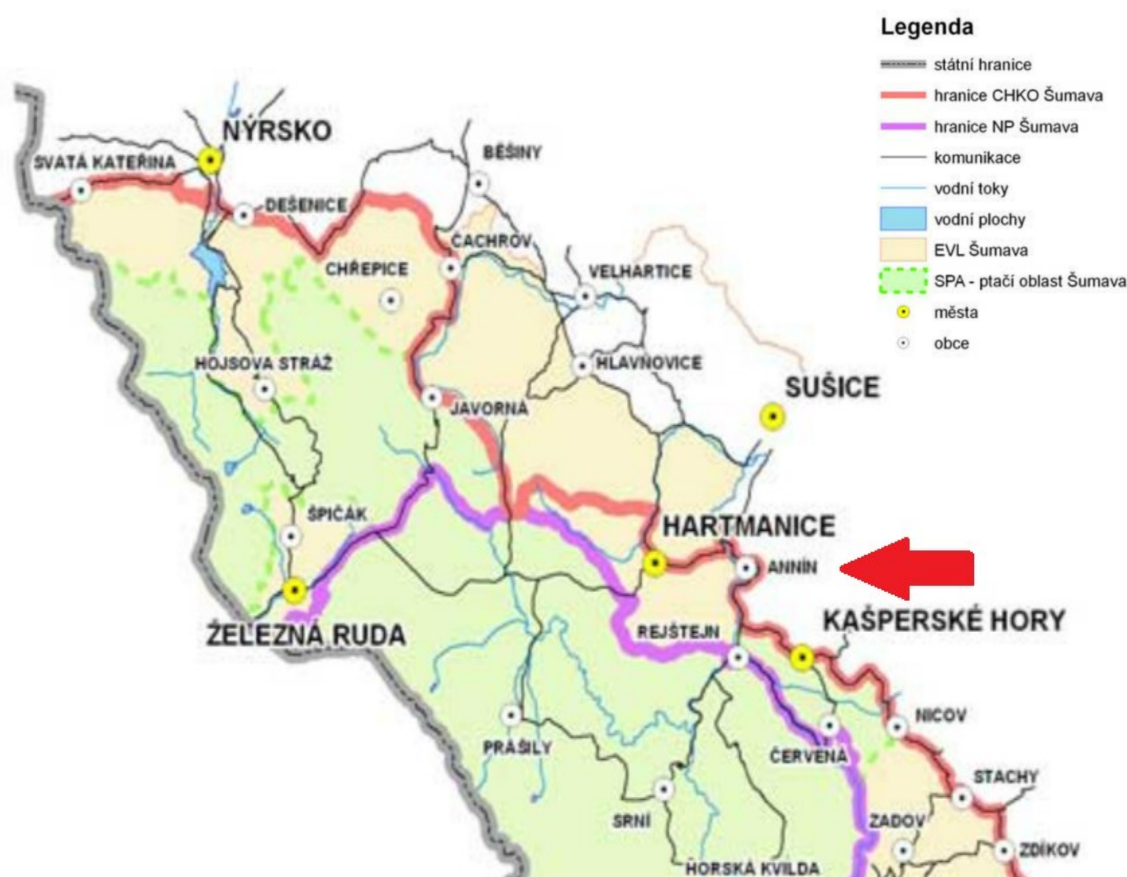
V závěru praktické části je provedeno celkové zhodnocení výstupů a následně jsou navržena nápravná opatření.

2.1 Charakteristika vybrané lokality

Vesnice Annín (*německy Annathal*) se nachází na hranici CHKO Šumava mezi městy Sušice a Kašperské Hory v okrese Klatovy (10 kilometrů jižně od města Sušice a 7 kilometrů severně od města Kašperské Hory). Leží ve výšce 596 m n. m. na pravém břehu řeky Otavy pod vrchem Mouřenec (617 m). Historie vesnice není dlouhá, ale i přesto zaznamenala několik prvenství.

„V roce 1796 tu byla sklářská huť, která počátkem 19. století poprvé v Rakousku-Uhersku vyrobila rubínové sklo s použitím zlata. Druhé prvenství obec zaznamenala, když se zde vůbec poprvé na území bývalého Československa začal k tavení skla používat v roce 1934 elektrický proud. Dalším z prvenství, kterými se Annín může pyšnit, bylo založení prvního autokempinku v tehdejší ČSSR, jenž byl vybudován na pravém břehu Otavy při silnici ze Sušice do Kašperských Hor.“ (Turistika.cz, 2004).

Obr. 7: Vyznačení vesnice Annín na hranici CHKO Šumava

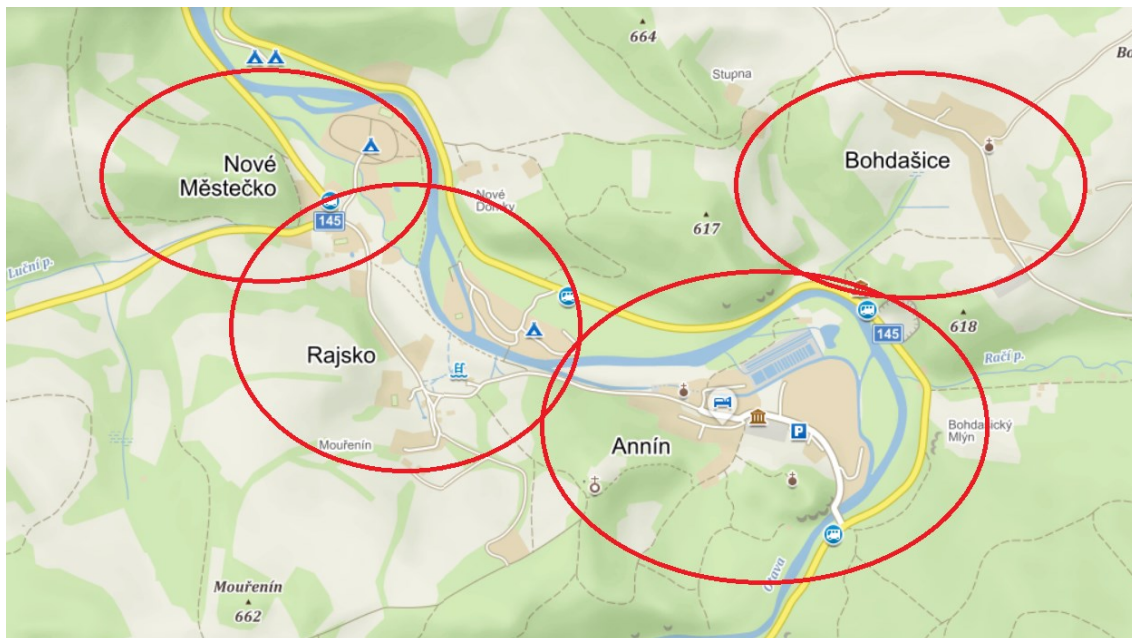


Zdroj: Národní park Šumava [NP Šumava] (2022a) - upraveno autorkou

Vymezení regionu Annínsko

Jako region Annínsko si autorka vymezila oblast zahrnující tyto vesnice: Annín, Rajsko, Bohdašice a Nové Městečko.

Obr. 8: Vymezení regionu Annínsko



Zdroj: Seznam.cz, a.s. (2022a), upraveno autorkou

Mezi památky, zajímavosti a atraktivity, patří sklárna Annín, Muzeum skla, kostel sv. Mořice, hrobka rodiny Schmidtů, Autokemp Annín, Muzeum lehkého opevnění, cestou na vsi Palvínov Švédské hroby, sklárna v Rajsku, Autokempink Nové Městečko, Tábořiště „U mě dobrý“, kaple a kaplička v Bohdašicích.

2.2 Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v lokalitě

2.2.1 Lokalizační předpoklady - přírodní předpoklady

Zde je práce zaměřena na popis přírodních podmínek Šumavy celkově, neboť tato oblast je pro celou oblast stejná, proto platí i pro oblast Annínsko, kterou se tato práce zabývá.

Klimatické podmínky

Roční teploty se na Šumavě průměrně pohybují od + 6 °C (750 m n. m.) do + 3 °C (1 300 m n. m.) v závislosti na nadmořské výšce a období.

„Šumava se nachází v oblasti přechodného středoevropského klimatu a podle klimatického členění patří hlavní část pohorí do chladné klimatické oblasti. Jen některé

části níže položené patří do mírné teplé oblasti. Celkový ráz podnebí se nachází na rozhraní mezi kontinentálním a oceánským podnebím, kdy se projevují malé roční výkyvy teplot a rovnoměrné rozložení srážek během roku.“ (NP Šumava, 2022b).

Jak bylo již uvedeno v teoretické části této práce, v mírném pásu se nejvíce promítá vertikální zonálnost, proto jsou zde předpoklady pro zimní a letní sporty či turistiku. Proto jsou zde dvě hlavní sezóny – letní a zimní – kdy nejteplejším měsícem je červenec a nejchladnějším leden. Pro představu teplotní maximum v Kašperských Horách bylo 36,8 °C (1983) a teplotní minimum – 25,6 °C (1985). Dále například na Jezerní slati, která se nachází severně od Kvildy, bylo na přelomu ledna a února 1987 naměřeno – 41,6 °C (Cestujeme Šumavou, 2022a).

Vlhkost vzduchu se zde v průměru ročně pohybuje okolo 80 %. Maximální vlhkosti, tedy 100 % je dosaženo ve vysokých polohách při husté mlze či při srážkách. Povětrnostní podmínky jsou ovlivňovány členitostí reliéfu, proto nejvyšší průměrné rychlosti jsou dosaženy na otevřených a nezalesněných plochách a naopak nejnižší v uzavřených zalesněných údolích. Nejvíce sněhové pokrývky napadá na nejvýše položená místa, která se nachází kolem státní hranice s Německem a nejméně na severovýchodním okraji Šumavy. V níže položených oblastech leží sníh 90–100 dní v roce a v nejvýše položených oblastech až 200 dní v roce (Cestujeme Šumavou, 2022a).

Hydrologické poměry

Celá oblast Národního parku Šumava a CHKO Šumava je zahrnuta do CHOPAV – Chráněné oblasti přirozené akumulace vod. Jak je známo, na Šumavě se nachází mnoho pramenů, potoků i řek. „Hydrologicky náleží většina území k **úmoří Severního moře, povodí Labe** s hlavními **řekami Vltavou a Otavou**. Pouze malá část území při státní hranici spadá do **povodí Dunaje**, který ústí do **Černého moře**.“ (NP Šumava, 2022b).

Na tomto území se vyskytují také umělé kanály a náhony jako jsou například Vchynicko-tetovský plavební kanál (slouží nyní pro potřeby elektrárny na Čeňkově Pile) a Schwarzenberský kanál (v současnosti nefunkční). V nadmořské výšce kolem 1 000 m se nachází 8 ledovcových jezer, z nichž 5 (Černé, Čertovo, Plešné, Prášílské a Laka) na území České republiky (NP Šumava, 2022b).

Jak již bylo zmíněno, vesnice Annín leží na břehu řeky Otavy. Řeka je využívána zejména pro vodní zábavu a sporty, neboť je atraktivní pro milovníky sjíždění řek – rafting,

canoeing, ale i pro turisty hledající příjemné místo k relaxaci. Součástí je i přírodní koupaliště, které je napouštěno přímo vodou z Otavy.

Reliéf

Šumava patří k nejstarším pohořím Evropy a příroda je zde velmi rozmanitá. Tvoří společně s Bavorským lesem nejvíce rozsáhlý souvislý lesní porost ve střední Evropě, který je nazýván jako „zelené srdce Evropy“ a navíc je chráněn jako biosférická rezervace UNESCO (VisitSumava.cz, 2022). Vzešla z Variského (neboli Hercynského) vrásnění cca před 300 miliony lety.

„Geologická stavba území Šumavy je determinována přítomností velkých plutonických intrusí, průběhem moldanubického komplexu a v neposlední řadě i zlomovou tektonikou“ (Enviweb.cz, 2011). „Poslední geologický vývoj a významný pokles výšky šumavského pohoří zde zanechala ledovcová neboli glaciální činnost v době ledové“ (Environmentální centrum Železná Ruda, 2018).

Díky členitému reliéfu je zde vytvořeno příznivé prostředí pro mnoho různých druhů organismů. Největší část území zaujímají lesy, které zabírají z celkové rozlohy Národního parku 80 %. Území je tvořeno primárním bezlesím (zde není možné, aby vznik les a jedná se o skály, mokřady, kamenná moře...), druhotným bezlesím (vytvořeno člověkem, pastviny či louky) a dále například květnatými bučinami, horskými smrčínami, rašeliništi, suťovými smíšenými lesy atd. (NP Šumava, 2022c).

Nejvyšším vrcholem Šumavy (české strany) je hora Plechý s 1 378 metry.

Fauna a Flóra

Šumava je domovem mnoha druhů zvířat zejména v horských smrkových lesích. Významný je pro ni výskyt zvířat, jako je rys, datlík tříprstý, kos horský či tetřev hlušec a hojně se zde například vyskytuje zmije obecná. Zdejší vodní toky jsou bohaté na výskyt vydry říční a jsou jednou z nejvýznamnějších oblastí jejich výskytu v republice. Šumava byla dříve domovem například vyhubeného medvěda, kdy poslední byl zastřelen roku 1856. Mezi vyhubené savce patřili i kopytníci zubr a los, ale tyto dva druhy jsou v současné době opět součástí zdejší fauny (Cestujeme Šumavou, 2022b).

V 19. století zde byli vyhubeni i vlci, kteří se sem kolem roku 2015 začali vracet a v současné době správa NP Šumava eviduje nejméně 5 volně se pohybujících smeček vlků na území Šumavy a Bavorského lesa (NP Šumava, 2022d). Spatřit vlka je také

možné díky Vlčímu výběhu v Návštěvnickém centru Srní, kde jsou vlci chováni v zajetí. V přírodě na území Šumavy se samozřejmě vyskytuje zvěř jako je srnec obecný, prase divoké, liška obecná a jelen evropský, která se volně nachází na celém území České republiky. Šumava je hojná i na výskyt bezobratlých živočichů, ptactva, brouků a obojživelníků.

„Díky své jedinečnosti, čistému vzduchu, různorodosti biotopů a snaze ochránit toto bohatství, je Šumava i dnes přirozeným domovem i pro mnoho rostlin, keřů, trav i lesů.“ Odhaduje se, že se zde vyskytuje přes 1 200 rostlinných organismů, z kterých je 69 druhů chráněných. Díky vysoké vlhkosti zde roste mnoho hub. Jak již bylo zmíněno, NP Šumava je z 80 % tvořen lesy, kdy hlavní dřevinou je smrk a vedle něj jsou zastoupeny buk a jedle. Šumavská květena je tvořena vysokým podílem horských rostlin alpského původu (Cestujeme Šumavou, 2022c).

V návaznosti na bohatý výskyt mnoha druhů rostlin byl vytvořen projekt Květena Šumavy (*německy Flora des Böhmerwaldes*). Jedná se o program přeshraniční spolupráce České republiky a Svobodného státu Bavorsko, který trvá od 1. 1. 2019 do 30. 6. 2022. Cílem tohoto projektu je shromáždit údaje o výskytu rostlin na obou stranách Šumavy (české a bavorské), následně tato data uložit do národní databáze a zpřístupnit je veřejnosti na jednotné webové stránce psané oběma jazyky, formou map a charakteristiky (Květena Šumavy, 2022).

2.2.2 Lokalizační předpoklady - kulturně-historické předpoklady

Popis kulturně-historického předpokladu není zaměřen na celkový popis Šumavy, jako viz výše přírodní podmínky, ale už konkrétně na analyzovanou oblast Annínsko, která je tématem této práce.

Z kulturně-historických památek a zařízení se zde zachovala zdejší stále fungující sklárna s muzeem skla, kostel svatého Mořice s kostnicí, který leží na kopci zvaném Mouřenec a natáčely se zde známé pohádky, dále muzeum lehkého opevnění a hrobka rodiny Schmidtů. Tyto památky budou níže představeny a popsány.

Sklárna Annín

„Annín patří k nejstarším dosud pracujícím sklářským provozům v České republice. Sklárna zde byla založena kašperskohorským měšťanem Augustinem Müllerem již v roce 1796.“ Pracovali zde kromě sklářů brusiči, rytci, pozlačovači a malíři skla. Následně vznikla kolem sklárny osada. Mezi významné osobnosti, které se zde vystřídaly, patří například Paul Meyr, který se zabýval zdobením křišťálového skla, nebo Johan Lötz díky kterému se v první polovině 19. století sklárna proslavila vrstveným barevným sklem. Dále ji od roku 1863 vedl mladičský sklářský továrník Josef Eduard Schmidt, za jehož působení se sklárna významně rozvinula a byla zmodernizována. Zde vyrobené sklo mělo úspěch v zahraničí i v tuzemsku. S rostoucí produkcí se zvyšoval počet zaměstnanců a díky tomu se vesnice stále rozrůstala. Osud sklárny se poté ale rychle změnil. Roku 1945 byla zestátněna, následně se zde roku 1948 zastavil provoz pece a fungovala zde pouze brusírna. Následně byla sklárna pouze pronajímána až do doby, kdy ji koupil současný majitel, který se snažil provoz obnovit, a v roce 2015 se mu podařilo zavést znovu hutní výrobu skla a sklárna nebyla tedy pouze brusírnou. Součástí sklárny je i muzeum, které bylo vybudováno v letech 2013-2015 a je zaměřeno na historii i současnost výroby skla v Anníně (Sklárna Annín, 2022a).

Obr. 9: Logo sklárny Annín



Zdroj: Sklárna Annín, 2022b

Sklářství patří k Annínu již po několik století a významně se podílelo na růstu a vzhledu této vesnice. Nejvíce se o rozvoj zasloužil výše zmíněný Josef Eduard Schmidt, díky kterému se rozvíjela nejen sklárna, ale i jeho okolí. S modernizací výroby, nákupem nových strojů a zavedením nových postupů výroby vznikala více nová pracovní místa. Pro své zaměstnance nechal postavit několik obytných domů, které jsou na pohled dosti podobné, a díky tomu se Annín stále rozrůstal. Dále nechal například postavit železniční most spojující Annín se silnicí na Kašperské Hory, zprovoznil turistický hotel v Anníně, nechal instalovat telefonní síť a vybuďoval vlastní hydroelektrárnu, jejíž výkon zajišťoval elektrické osvětlení ve sklárně i v obci (ŠumavaNet.cz, 2022a).

Obr. 10: Sklárna Annín



Zdroj: vlastní fotografie, 2021

Na obrázku je vyfocena hlavní budova sklárny, ve které se nachází prodejna zdejších výrobků a muzeum. Fotografie je zde uvedena pro přiblížení vzhledu sklárny. Celý komplex je tvořen starými budovami, které zde byly za doby rozvoje sklárny postaveny.

Obr. 11: Příklad vyráběných výrobků sklárny Annín



Zdroj: vlastní fotografie, 2021

Obrázek č. 11 slouží k ukázce zdejších nejcennějších výrobků, které jsou vystaveny v muzeu. Muzeum obsahuje nejen exponáty ze současné výroby, ale i dřívější vzácné výrobky.

Hrobka rodiny Schmidtů (kaple)

Jižním směrem od sklárny Annín, se na kopci nachází novogotická hrobka dřívějších majitelů této sklárny, rodiny Schmidt. Je místem odpočinku významného skláře Josefa Eduarda Schmidta a jeho dalších příbuzných. Kaple spolu s věží byla postavena koncem 19. století. „Jedná se o jednolodní kapli s polygonálním presbytářem a dvoupatrovou věží připojenou u západního průčelí, Loď má sedlovou střechu, kterou kryjí stupňovité štíty.

Věž je zakončena jehlancovou střechou a nízkými trojúhelníkovými štíty.“ K hrobce se dá dostat dvěma cestami. Přes louku, nebo Annínem po červené značce, která vede na Mouřenec a následně odbočit neznačenou cestou vlevo rovnou mezi ploty. K hrobce je volný přístup, ale otevírá se veřejnosti pouze výjimečně (Turistika.cz, 2021).

Muzeum lehkého opevnění Annín

Počátky muzea začaly v roce 1998, kdy dva vojenští nadšenci začali opravovat nedaleký řopík. Z počátku se seznamovali s objektem a okolím, následně došlo k odstranění zeminy, která na řopíku ležela a dále byl kompletně vyčištěn a natřen celý interiér. V roce 2002 muzeum získává další dva členy. Do interiéru se sháněla výstroj a výzbroj, dokončily se veškeré opravy a byla upravena přístupová cesta. Následně bylo muzeum několik let neaktivní. V roce 2012 byla rekonstrukce obnovena, opět se upravilo okolí, dodělaly se mírné opravy a v dalším roce byl do objektů zařazen další nedaleký objekt. Hlavním objektem je atypický řopík, který se nachází na skále u hlavní cesty ze Sušice do Kašperských Hor. Je jediným rekonstruovaným řopíkem s přístupovou chodbičkou v celé republice. Dalšími objekty jsou dva bunkry, které jsou v rekonstrukci a bunkr rozstřílený Němci za druhé světové války. Muzeum na svých stránkách uvádí, že součástí jsou momentálně čtyři objekty, ale ve své fotogalerii uvádí objektů pět. Jelikož na stránkách není zmínka, kdy byl text naposledy aktualizován, nejde s jistotou říci, které tvrzení je aktuální (Muzeum lehkého opevnění Annín, 2013a).

Muzeum lehkého opevnění Annín, je stejně jako Přátelé Mouřence zapsaným spolkem. Starají se o něj dobrovolníci, kteří se zajímají o válečnou historii a chtějí ji přiblížit svému okolí a návštěvníkům. Spolek má zřízenou svoji facebookovou stránku, kde aktivně zveřejňuje své aktivity a otevírací dny. Muzeum bývá otevřeno několikrát do roka, hlavně během prázdnin. Mimo otevírací dobu nejsou v objektech vystaveny žádné předměty.

Obr. 12: Hlavní objekt muzea



Zdroj: Muzeum lehkého opevnění Annín, 2013b

Kostel svatého Mořice nad Annínem

Další zajímavou památkou této vesnice je románský Kostel svatého Mořice, který stojí na kopci Mouřenci. Byl zde vystavěn na přelomu 12. - 13. století. Okolo kostela jsou rozmístěny hroby a o kousek dál stojí kostnice. Sloužil především německým osadníkům, proto na hrobech a křížích okolo kostela jsou německá jména a nápisy (CzechTourism, 2022c).

„V jižní stěně kostelní lodi se zachoval románský portál s archivoltou vykrojenou obloučky. V roce 1993 byly v kostele objeveny a následně restaurovány **vzácné nástěnné malby ze 14. století**. Zachovala se zde freska Posledního soudu zachycující výjevy Krista s apoštoly, Setkání tří živých s třemi mrtvými, scénu Vážení duší atd.“ (CzechTourism, 2022c). V kostele se pod sakristií nachází hrobka rodiny místních sklářů Müllerů.

Jak již bylo zmíněno výše, ke kostelu patří také barokní kostnice z 18. století. Zde leží v každém rohu hromada kostí a odhaduje se, že se zde nachází cca 5 000 koster a pozůstatků, které nemají jasný původ (CzechTourism, 2022c).

Obr. 13: Plán hřbitova



Obr. 14: Kostel sv. Mořice



Zdroj: vlastní fotografie, 2021

Zdroj: vlastní fotografie - Informační deska u kostela sv. Mořice, 2021

V současné době se o kostel stará spolek Přátelé Mouřence, z. s. v čele s předsedou spolku Lukášem Mílotou, který v Anníně vyrůstal. Pravidelně od dětských let kostel navštěvoval, společně s jeho dědečkem připravoval kostel i hřbitov na bohoslužby či

opravoval zničené kříže. Od roku 2011 zde společně s P. Tomasem van Zavrelem pořádá mnoho různých akcí. Dalšími členy spolku jsou Helena Pekárková a Janka Kadlecová (Mouřenec, 2022a). Na Mouřenci se natáčely například i dvě známé pohádky či seriál. Více o spolku, jeho aktivitách a natáčení na Mouřenci bude zmíněno v bodu analýza marketingových aktivit v lokalitě.

Prohlídky Mouřence

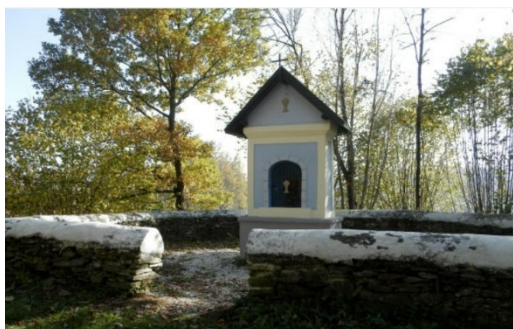
Celoročně se prohlídky Mouřence konají každou sobotu od 11 hodin. Doba prohlídky je v rozmezí 45-60 minut (ze zkušenosti autorky i více) dle zájmu návštěvníků o doplňující informace a množství kladených dotazů. Komentovaná prohlídka je nejdříve v kostele a poté je přesunuta do kostnice. Prohlídku lze absolvovat i v jiný čas a den pro skupinky 5 a více osob po telefonické domluvě. V letních měsících červenci a srpnu jsou prohlídky denně od 16:30 a občas se konají i prohlídky noční, které jsou velmi oblíbené. Výklad je zaměřen na historii a současnost kostela, kostnice a Annína (Mouřenec, 2022b).

V květnu roku 2016 si Mouřenec převzal v Praze ocenění **Nejkrásnější proměna 2016** od asociace Entente Florale a první cenu odborné poroty.

Švédské hroby

Na cestě z Annína do Palvínova se nachází malá kaplička, okolo které je postavena zeď. Dle vyprávění sem byli pohřbeni švédští vojáci, kteří zde padli během bojů s císařskými vojsky v období třicetileté války, kdy Hartmanicko čelilo jejich vpádu (Obec Vatětice, 2022). Obě strany utrpěly mnoho ztrát. Toto místo údajně vzniklo z důvodu, že katolíci mohli být pohřbeni na Mouřenci, kdežto protestanti ne a proto byl vytvořen tento hromadný hrob (Turistická oblast Pošumaví, 2022).

Obr. 15: Švédské hroby



Zdroj: Obec Vatětice, 2022

Brusírna skla Rajsko

V malé vesnici Rajsko, kousek od Annína, se nachází brusírna skla a prodejní galerie uměleckých řemesel, vystupující pod obchodním názvem Sklárna Annín s. r. o., která se zabývá zušlechťováním křišťálu. S původní sklárnou v Anníně nemá nic společného, i když k tomu obchodní název nabádá. V budově se nachází prodejna, která nabízí výrobky od užitkového skla (vázy, mísy, dózy, nápojové soupravy...) po dárkové a reklamní předměty (těžítka, zvonky, stojánky...), či trofeje a poháry. Na výrobky je možné vyrytí loga, nápisu či obrázku. Dále je součástí objektu interaktivní sklářské muzeum, kde je možné seznámit se s tradicí sklářské výroby, které vzniklo v roce 2014 (Sklárna Annín s.r.o., 2022).

Obr. 16: Brusírna Rajsko



Zdroj: Sklárna Annín s. r. o., 2022

2.2.3 Realizační předpoklady

Ubytování a stravování

Hotel Annín ****

Hotel Annín se nachází po pravé straně na začátku vesnice. Nabízí ubytování po celý rok pro soukromou či firemní klientelu a zakládá si na špičkovém servisu. Nabízí pokoje různých velikostí s různým vybavením a je vhodný pro jednotlivce, páry či větší rodiny. Součástí každého pokoje je balkon nebo lodžie (Hotel Annín, 2022a).

Cena ubytování se mimo sezónu červenec-srpen pohybuje kolem 5 990 Kč za 3 dny a 2 noci ve všední dny, o víkendech 6 990 Kč. Ubytování je nabízeno i přes Slevomat či Booking.com s nižší cenou, aktuálně za 4 990 Kč za stejný počet dní a nocí s termínem v dubnu 2022. Nabídka na 6 dní se pohybuje kolem 12 990 Kč.

Součástí hotelu je restaurace, která nabízí pokrmy od místních specialit (annínský pstruh) až po světovou kuchyni a hotelový bar (Hotel Annín, 2022b).

Obr. 17: Hotel Annín



Zdroj: Hotel Annín, 2022c

Penzion Jana

Dalším zařízením je rodinný penzion Jana, který nabízí ubytování, stravování v restauraci s terasou, dětským koutkem a možností ubytování i s domácím mazlíčkem. Pokoje jsou dvou až čtyř-lůžkové se základním sociálním vybavením, WIFI, TV a u hotelu je možnost parkování zdarma po celou dobu pobytu. Celková kapacita penzionu je 30 lůžek a nabízí ubytování od jednotlivců až po firemní či školní akce. Jako novinku nabízí penzion Jana rekreační rybolov v připraveném jezírku (Penzion Jana, 2022a). Cena ubytování v době

sezóny činní 600 Kč/ noc za dospělou osobu a mimo sezónu 520 Kč bez snídaně či polopenze (Penzion Jana, 2022b).

Obr. 18: Penzion Jana



Zdroj: Penzion Jana, 2022c

Penzion Pod Lesem

Penzion nabízí ubytování celkem ve 3 apartmánech, z toho 2 jsou dvoupokojové a 1 třípokojový, které se nachází v jedné budově a zděnou samostatnou chatu. Dále se v areálu penzionu nachází altán, ohniště či gril. Dále zdarma nabízí připojení k internetu či použití pračky. Ubytovací prostory jsou udělány jako plně vybavené byty, tudíž mají vlastní kuchyňku i koupelnu (Penzion Pod Lesem Annín, 2022a).

Ceny ubytování se liší v závislosti na počtu osob, které budou v apartmánu ubytovány. Pro představu dvoupokojový apartmán nebo chata pro 2 osoby stojí 1 200 Kč (zřejmě na noc, není na stránkách uvedeno). V letní sezóně od června do září jsou přijímány rezervace pouze na týdenní a delší pobyty (Penzion Pod Lesem Annín, 2022b).

Obr. 19: Penzion Pod Lesem Annín - hlavní budova i chata



Zdroj: Penzion Pod Lesem Annín, 2022c

Tab. 1: Analýza nabídky ubytovacích zařízení

Parametr	Hotel Annín	Penzion Jana	Penzion Pod Lesem
Cena - mimo sezónu v Kč	5 990	2 080	1 200
Cena - v sezóně v Kč	*	2 400	-
Restaurace v objektu	ano	ano	ano
Stravování v ceně	snídaně	-	snídaně či polopenze
Parkování	zdarma	zdarma	není zveřejněno
Wifi	zdarma	zdarma	zdarma
Rekreační poplatek	v ceně	20 Kč/noc	není zveřejněno
Wellness	v ceně	-	-
Sauna	v ceně	-	-
Bowling	v ceně	-	-

* Poznámka – ceny na letní sezónu nejsou na webových stránkách zveřejněny, ani nejsou nabídnuty pobyty na stránkách jiných zprostředkovatelů (např. Booking.com)

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Pro hodnocení nabídky ubytovacích služeb byly z regionu Annínsko vybrány tři subjekty, které se nachází přímo v Anníně. Nejdražší variantou je ubytování v hotelu Annín, který ale na rozdíl od porovnávaných penzionů disponuje wellness centrem, kde nabízí 13 druhů masáží, a ve kterém je vybudován bazén, sauna a vířivá vana. Dále je uvnitř hotelu vybudována bowlingová dráha. Restauraci mají sice všechny tři subjekty, ale pouze v hotelu Annín se zaměřují na místní speciality, čerstvé ryby, tradiční kuchyni a snaží se i o kulinářský zážitek. Hotel je tedy vhodným místem pro návštěvníky, kteří chtějí mít servis na stejné úrovni, jako by byl ubytován ve městě. Zdejší penziony, Jana i Pod Lesem, nejsou cenově náročné a jsou vhodné zejména pro klienty, kteří nepotřebují perfektní servis a chtějí být blíže přírodě. Všechny tři subjekty mají zřízeny webové stránky, na kterých je možné ubytování přímo rezervovat. Nejméně informací o ubytování poskytuje penzion Pod Lesem, jehož majitel preferuje osobní komunikaci a na stránky nezveřejňuje všechno.

Autokemp Annín

Autokemp Annín se dá zařadit kromě ubytovacích a stravovacích zařízení také do zařízení sportovně-rekreačních a zábavních. Kemp nabízí ubytování ve 2-4 lůžkových chatách, srubech a bungalovech pro 220 osob. Dále nabízí 160 míst pro karavany či vlastní stany na zatravněné ploše s elektrickými přípojkami. V areálu se nachází hřiště, dětské hřiště s klouzačkami, WC, umývárny, přírodní koupaliště, úschovna kol, pračka k zapůjčení a dále je možné si zapůjčit lodě či kola. Součástí areálu je restaurace s 90ti místy uvnitř a 80ti místy na terase. Dále je zde zřízen malý kiosek se základními potravinami a čerstvým pečivem (Kemp Annín, 2022a).

Cena ubytování se pohybuje od 550 Kč do 1 000 Kč/os./noc v případě využití zdejších ubytovacích prostor a od 100 Kč do 120 Kč/noc v případě stanu či karavanu (Kemp Annín, 2022b).

Obr. 20: Restaurace v kempu Annín



Zdroj: Kemp Annín, 2022c

Obr. 21: Stanové městečko



Zdroj: Kemp Annín, 2022c

Autokempink Nové Městečko

Kemp se nachází na břehu řeky Otavy v Novém Městečku a nabízí ubytování, stravování a sportovní aktivity. Přenocovat je možné ve čtyřlůžkových bungalovech se sociálním zařízením a kuchyňkou, dále ve čtyřlůžkových chatkách a 2-3 lůžkových pokojích v pavilonu a v neposlední řadě jsou zde místa pro stany a karavany (možnost el. přípojky). Celkem je zde 70 lůžek, 140 stanových míst a míst pro karavany. Kemp nabízí i sportovní vyžití na volejbalovém, nohejbalovém a tenisovém hřišti či v bazénu a řece. V provozu bývá pravidelně od května do půlky září. V areálu se nachází restaurace a je zde zajištěn prodej základních potravin a hygienických potřeb (ŠumavaNet.cz, 2022b, 2022c).

Ceny ubytování se v případě využití ubytovacího zařízení kempu pohybují od 200 Kč do 1 500 Kč za 1 den a v případě stanu či karavanu od 50 Kč do 150 Kč (ŠumavaNet.cz, 2022d).

Obr. 22: Chatky



Zdroj: ŠumavaNet.cz (2022e)

Obr. 23: Restaurace



Zdroj: ŠumavaNet.cz (2022e)

Tábořiště „U mě dobrý“ Annín

Tábořiště leží stejně jako předchozí dva kempy na břehu řeky Otavy, nabízí ubytování v chatkách, stanech či karavanech (možnost el. přípojky), hřiště pro děti a hřiště na volejbal či nohejbal a malé stravovací zařízení s terasou (Tábořiště Annín, 2022a).

Ubytování v chatce pro 4 osoby stojí 1 000 Kč/den, stan 100 Kč/den a karavan 120 Kč/den (Tábořiště Annín, 2022b).

Tab. 2: Analýza cen pobytu v místních kempech

Analýza cen pobytu v místních kempech pro dvě osoby s využitím stanu (v Kč/noc)			
Položka	Autokemp Annín	Autokempink Nové Městečko	Tábořiště "U Mě Dobrý"
Stan	100	50	100
Osoba	120	100	140
Automobil	60	50	80
Rekreační poplatek	0	40	20
Celkem	280	240	340

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Tab. 3: Analýza cen pobytu v okolních kempech

Analýza cen pobytů v okolních kempech pro dvě osoby s využitím stanu (v Kč/noc)			
Položka	Autokemp Radešov	Autokemp Klásterský Mlýn	Camp Jitřenka
Stan	80	50	80
Osoba	120	160	100
Automobil	60	75	50
Rekreační poplatek	120	20	0
Celkem	380	305	230

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Tyto dvě tabulky hodnotící ceny pobytu v místních a okolních kempech byly vytvořeny z důvodu oblíbenosti sjíždění zdejší řeky Otavy, neboť v letních měsících zde tráví dovolenou poměrně velké množství vodáků. Hodnoty v tabulkách odpovídají cenám za dvě dospělé osoby, které přijely osobním automobilem, plánují v kempu stanovat a stráví zde jednu noc. Z místních kempů na Annínsku vyjde nejlevněji přenocování v autokempu Nové Městečko, za které návštěvník zaplatí 240 Kč. Pokud by se návštěvník nerozhodoval podle ceny, ale podle kvality a vzhledu kempu, dominoval by autokemp Annín. Z okolních kempů je nejlevnější pobyt v campu Jitřenka, za pouhých 230 Kč, který se nachází na okraji Sušice. Nejznámějším z těchto okolních kempů je však autokemp Radešov, který navíc nabízí půjčení kol či koloběžek.

Doprava

Nejjednodušším způsobem, jak toto místo navštívit je využití vlastního osobního automobilu. Annín leží u silnice II/145, která vede do Kašperských Hor. Pro příklad cesta autem z Plzně do Annína trvá autem cca 1 h a 30 min.

V případě využití hromadné dopravy Annín disponuje třemi autobusovými zastávkami. Nejbližší vlaková nádraží jsou v Sušici a Horažďovicích, ze kterých je následně možné využít autobusový spoj a dopravit se do Annína. Pro představu, cesta z Plzně do Annína trvá cca 1 hod 41 min s dvěma přestupy při kombinaci vlaku a autobusu.

Tab. 4: Přehled počtů spojů hromadné dopravy k 30. 3. 2022 směřujících do Annína

AUTOBUS	Počet spojů za den	VLAK + přestup na AUTOBUS	Počet spojů za den
Plzeň → Annín camp. (přes Klatovy)	1	Plzeň → Annín camp. (přes Klatovy)	3
Plzeň → Annín camp. (přes Sušici)	1	Plzeň → Annín camp. (přes Horažďovice)	9
AUTOBUS	Počet spojů za den	VLAK + přestup na AUTOBUS	Počet spojů za den
Klatovy → Annín camp. (přes Sušici)	5	Klatovy → Annín camp. (přes Sušici)	8
Sušice → Annín camp.	14	-	-

Zdroj: vlastní zpracování dle IDOS.cz, 2022

Pokud je zvolena cesta vlakem z jakéhokoliv místa, v našem případě z Plzně či Klatov, vždy vede cesta na nádraží v Sušici, kde se následně přestoupí na autobus, který odtud jezdí pravidelně každou 1 – 1,5 hodiny, 14x denně. Průměrná doba jízdy vlakem z Plzně činí 115 min a autobusem 127 min.

Autobusové spoje z okolních vesnic a měst jezdí do Annína pravidelně několikrát denně, většinou každou 1 – 2 hodiny a naopak. Například autobus z Kašperských Hor zastavuje na zastávce Dlouhá Ves, Annín, rozc. 0.5 a autobus ze Sušice na zastávce Dlouhá Ves, Annín, camp u kempu Annín.

V roce 2019 a 2020 proběhla oprava silnice II/145 v úseku Dlouhá Ves – Radešov, kdy do Annína nejel žádný spoj.

2.2.4 Selektivní předpoklady

Návštěvník může do lokality bez obav přicestovat, neboť zde nehrozí žádné nebezpečí. Pro vstup na toto území nejsou definována žádná nařízení ani podmínky. Jelikož se místo nachází blízko hranic s Německem, mohou se zde objevovat i tito návštěvníci, kteří mají volný průchod přes hranice. Lidský faktor zde najde uplatnění jako pracovní síla (nabídka) i jako účastník (poptávka). Díky realizačním a kulturně-historickým předpokladům jsou zde zároveň vytvořena pracovní místa (převážně poskytování služeb) i podmínky pro zákazníky. Jelikož se lokalita nachází v NP Šumava a nedaleko je CHKO Šumava, jsou zde kladeny podmínky na ochranu přírody, zachování krajiny a ochranu zdejších ohrožených druhů rostlin i zvířat.

Na propagaci a reklamě této lokality se společně podílejí místní podnikatelé, občané i místní komunity. Obyvatelé Annínska nemají s příchozími turisty problém a navíc zdejší subjekty aktivně podporují. Nejvíce se o propagaci zaslouhuje spolek Přátelé Mouřence, jehož aktivity jsou popsány níže v analýze marketingových aktivit.

2.3 Dotazníkové šetření

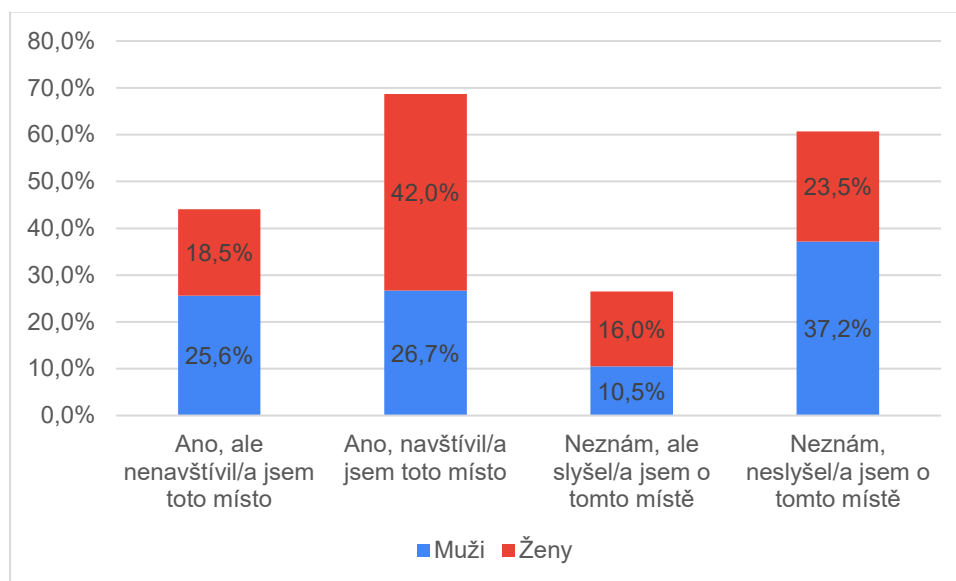
Cíle dotazníkového šetření jsou rozděleny do tří částí. Prvním cílem je zjistit, jak je Annínsko v povědomí známé. V návaznosti na tuto otázku je následně dotazník veden do dvou směrů. Respondenti, kteří lokalitu navštívili, budou odpovídat na otázky dotazující se na tuto lokalitu, poté na otázky týkající se návštěvy blízkého okolí Annínska a následně na otázku zda zahlédli propagační materiály této lokality na sociálních sítích či na internetu. Respondenti, kteří lokalitu nenavštívili, budou přesměrováni pouze na otázky začínající o blízkém okolí Annínska a o propagačních materiálech. Druhým cílem je zjistit, která místa v této lokalitě jsou navštěvována nejčastěji a v jaké míře je zde i v okolí využito ubytovacích a stravovacích služeb, pokud respondent navštívil lokalitu během vícedenního výletu. Posledním cílem je zjistit, zda respondent zahlédl na sociálních sítích či na internetu propagační materiály tohoto místa. Dotazník je vložen do příloh.

Sběr dat byl zahájen 1. března 2022 a ukončen 11. května 2022. Na dotazníkové šetření odpovědělo celkem 206 respondentů. Jedna odpověď musela být z důvodu špatného vyplnění otevřené otázky (respondent odpověděl pouze tečkou) smazána. Po této korekci se průzkumu zúčastnilo **205 respondentů**, z toho 58 % (119) byly ženy a 42 % (86) muži. Věkové složení respondentů je odpovídající ke způsobu šíření dotazníku, jenž byl umístěn na sociální síť. Nejvíce respondentů bylo z věkové skupiny **15-25 let** s počtem 72 (35,1 %) a následně ze skupiny **26-35 let** s 28,3% zastoupením. Respondenti ve věku **36-45 let** tvořili počet 26 a ve věku **46-55 let** 31 z celkového počtu. Věková skupina **56-65 let** byla zastoupena 14ti respondenty a skupina **66 a více let** pouze čtyřmi respondenty. U poslední věkové skupiny byl předpokládán velmi nízký počet odpovědí, neboť starší věkové skupiny často nemají vytvořený profilový účet na sociálních sítích, přes které byl dotazník zveřejněn.

Znalost Annínska z pohledu respondentů

Otázka, zda respondenti Annínsko znají, měla dva cíle. Prvním cílem bylo zjistit, jak velká část respondentů jej zná, zda o něm někdy slyšela a či jej navštívila. Druhým cílem bylo respondenty přesměrovat dle odpovědí na požadované otázky, aby nemuseli složitě hledat, na kterou další otázku mají odpovědět.

Obr. 24: Znalost Annínska z pohledu respondentů



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Z obrázku č. 24 jasně vyplývá, že Annínsko zná více než 60 % žen a více než 52 % mužů. Z celkového počtu respondentů jej ale navštívilo pouze necelých 36 % (73), konkrétně 50 žen (42 % z celkového počtu žen) a 23 mužů (26,7 % z celkového počtu mužů). Odpověď „Neznám, neslyšel/a jsem o tomto místě“, si zvolilo 37,2 % mužů, kteří díky dotazníku o této lokalitě slyšeli poprvé. Výsledek, který ukazuje, že Annínsko navštívila pouze třetina respondentů, byl předpokládán, neboť hlavní skupinou, která odpovídala, byli respondenti ve věku od 15ti do 35let, u kterých se předpokládalo, že místo znají pouze zřídka a cestují do více známých lokalit s nočním životem.

Následující otázky byly směřovány pouze na respondenty, kteří lokalitu Annínsko navštívili, proto se z celkového počtu 205 respondentů budou následující odpovědi vyhodnocovat pouze pro 73 respondentů.

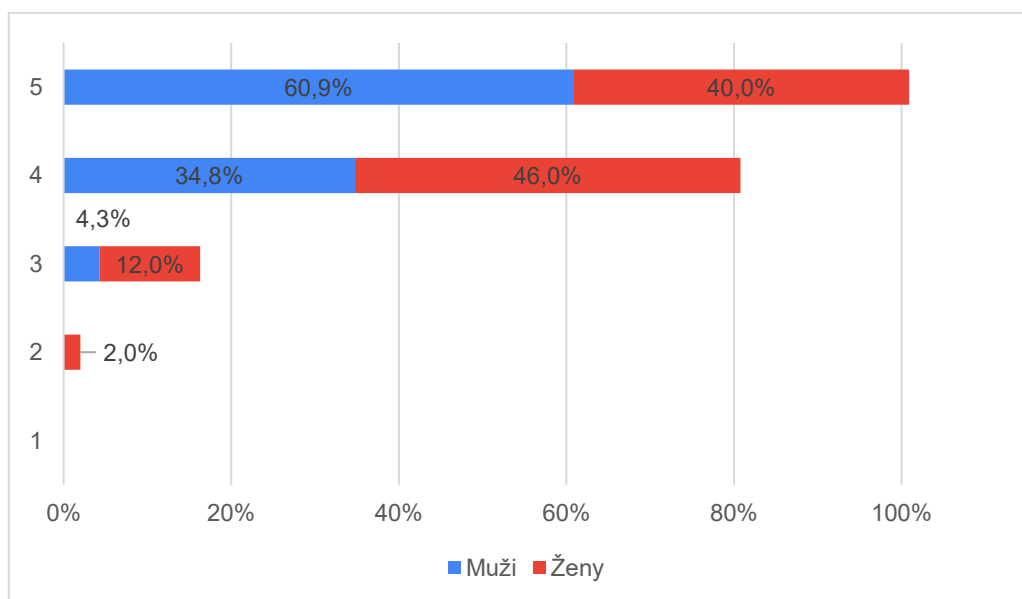
Místa, která byla v lokalitě navštívena

Vzhledem k povaze otázky, kdy bylo možné zvolit více odpovědí, není vhodné použít graf, neboť by byl nepřehledný. Počty respondentů u jednotlivých atraktivit nelze sčítat, neboť respondent navštívil současně více míst. Byly zde vyjmenovány kulturně-historické atraktivity a ubytovací a stravovací zařízení nacházející se v lokalitě. Z průzkumu se ukázalo, že nejvíce respondentů, konkrétně 56, při své návštěvě navštívilo sklárnu Annín i kostel sv. Mořice, jenž jsou hlavními atraktivitami Annínska a jsou popsány výše. Mezi další, ale už o poměrně méně navštěvované kulturně-historické místo, patří hrobka rodiny Schmidtů (30) a Muzeum lehkého opevnění (12). Ubytovací a stravovací zařízení zde byla navštívena velmi málo. Do hotelu Annín zavítalo pouze 19 respondentů, do kempu v Anníně 18, do penzionu Jana 8 a do penzionu pod Lesem pouze 4.

Hodnocení návštěvy

Respondenti dále hodnotili svoji návštěvu lokality na škále od 1 do 5, kdy hodnota 1 představovala hodnocení nespokojena a hodnota 5 spokojena. Téměř všichni respondenti odpověděli kladně hodnocením 5 a 4. Výsledky této otázky ukázaly, že svoji návštěvu hodnotili lépe muži než ženy, které byly více kritické. Sedm respondentů zvolilo prostřední možnost, nebyli tudíž ani spokojeni, ani nespokojeni. Pouze jedna odpověď byla záporná s hodnocením 2.

Obr. 25: Hodnocení návštěvy lokality



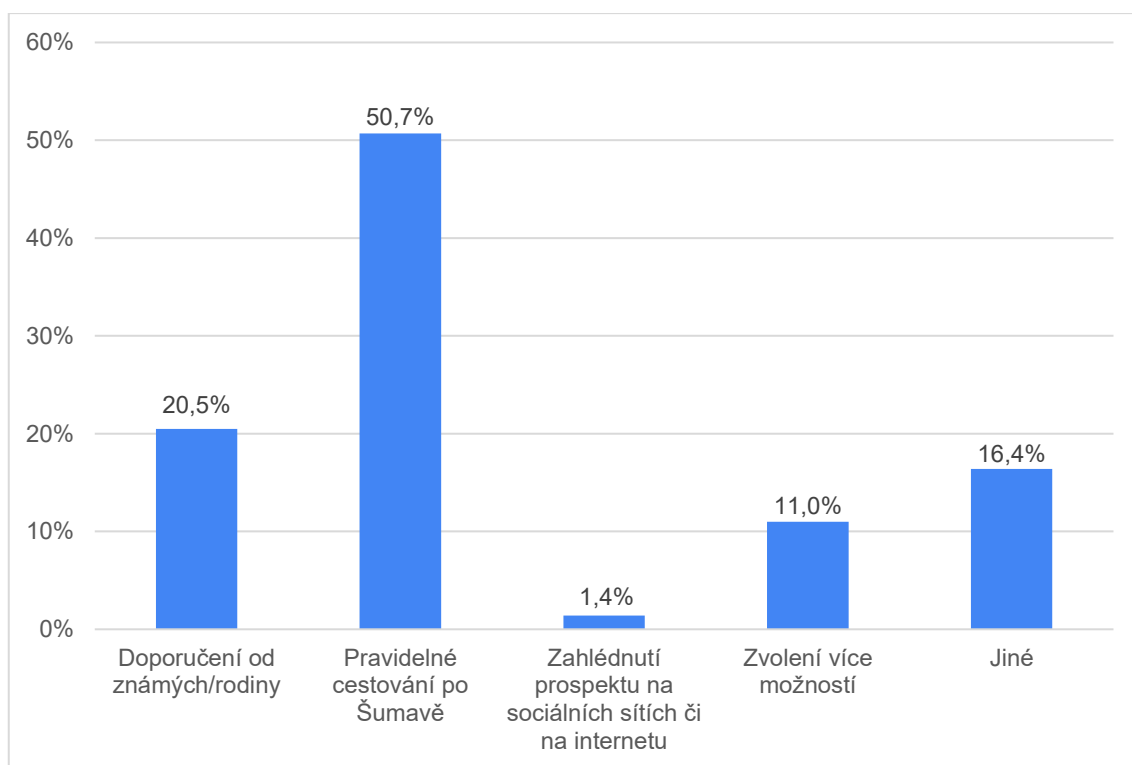
Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Co vedlo respondenta k návštěvě lokality

Respondent u této otázky mohl opět volit více odpovědí, proto byly vytvořeny dva nové popisy dat (*zvolení více možností a jiné*), aby bylo možné vytvořit přehledný graf.

Důvody, proč respondent danou lokalitu navštívil, jsou důležité zejména pro místní podnikatele a osoby, které se snaží o propagaci a zvelebení tohoto místa. Vypovídají o tom, zda je o místu šířena kladná či negativní pověst, jestli se o ní mezi lidmi hovoří či je k návštěvě lákají propagační materiály. Více než 50 % (37) respondentů zvolilo možnost, že důvodem jejich návštěvy bylo pravidelné cestování po Šumavě. Celkem 15 respondentů Annínsko navštívilo po doporučení blízkou osobou či členem rodiny. Více než 16 % respondentů vypsalo svoji vlastní odpověď. Jako důvod návštěvy byly uvedeny možnosti jako náhodná cesta kolem, sbírání turistických vizitek či sjíždění řeky Otavy.

Obr. 26: Podněty, které vedli k návštěvě místa



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

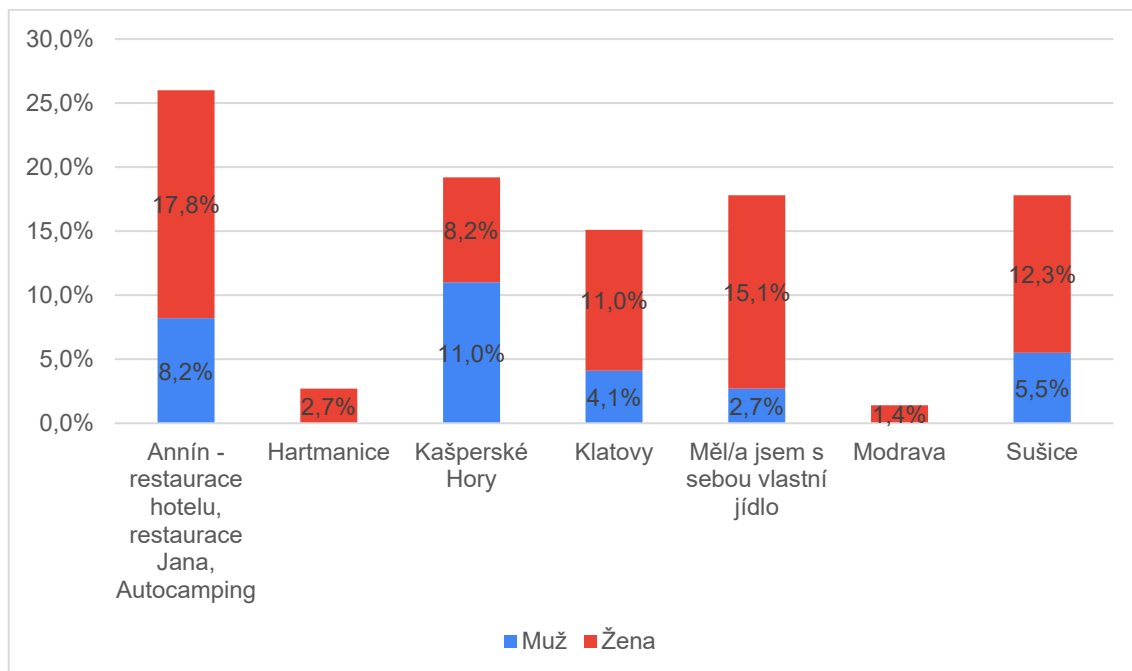
Doprava do lokality

U otázky, zda bylo snadné se do místa dopravit, se respondenti jednohlasně shodli na odpovědi ano. Jelikož autorka předpokládala, že alespoň některý z respondentů do místa cestoval v době opravy místní komunikace, která probíhala v období od 1. 4. 2019 do 11. 6. 2020, kdy nebylo možné se do místa hromadnou dopravou dopravit a pro automobily byly vytvořeny dlouhé objízdné trasy, byla vytvořena otázka pro zjištění, v čem nebyla doprava snadná. Tato otázka se z důvodu kladných odpovědí pro hodnocení dopravy nevyužila.

Kde se respondent stravoval

Tato otázka měla za úkol zjistit, zda respondent během své návštěvy využil stravovací zařízení na Annínsku či mimo něj, neboť zdejší restaurace v hotelu, penzionech i kempech nabízí stravování i bez nutnosti ubytování. Překvapivě využilo stravovacích služeb v Anníně 26 % (19) respondentů.

Obr. 27: Místa stravování respondentů

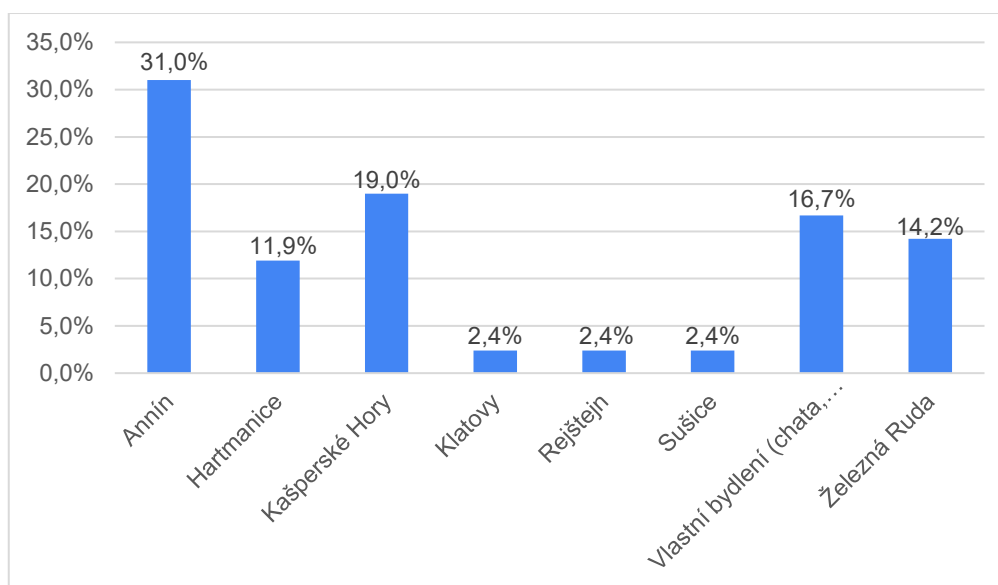


Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Využití ubytování na Annínsku

Pro zjištění, kolik respondentů se zde ubytovalo, byly položeny dvě otázky. První otázka, Annínsko jste navštívil/a v rámci jednodenního výletu bez přenocování či vícedenního výletu, měla respondenty rozdělit dle odpovědi, aby na druhou otázku, kde využili možnost ubytovat se, odpověděli pouze respondenti, kteří v místě či okolí využili ubytovací služby.

Obr. 28: Místa využitá k ubytování (n = 42)



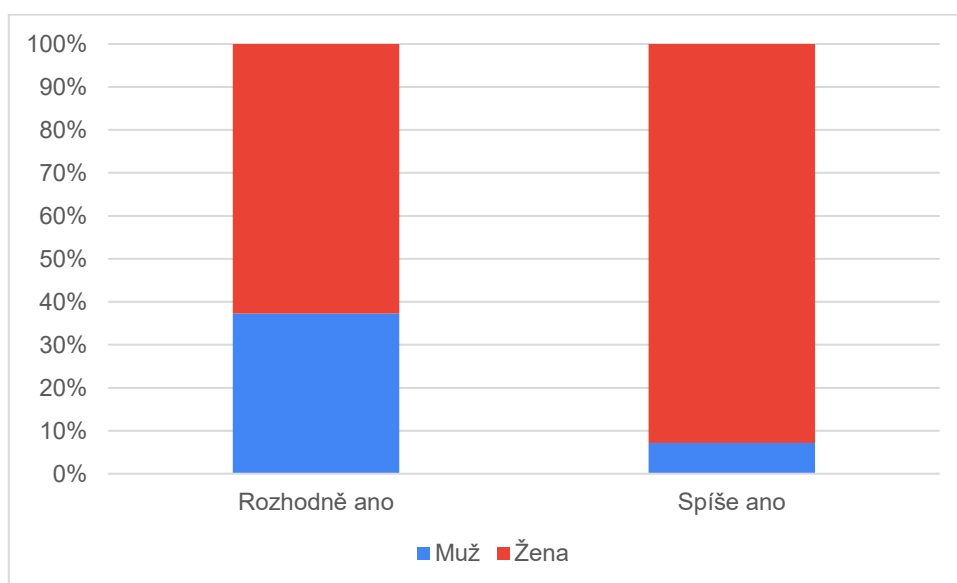
Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Nejvíce respondentů využilo ubytování přímo v Anníně. Nejčastěji se zde ubytovala věková skupina 26-35 let v počtu 6 respondentů. Druhým vyhledávaným místem byly Kašperské hory, ve kterých se ubytovalo respondentů 8. Třetí nejčtetnější volbou bylo využití vlastního bydlení s počtem 7, kdy respondent využil vlastní chatu, dům nebo se ubytoval v okolních kempech ve stanu či karavanu. Města Klatovy, Rejštejn a Sušice byla shodně zastoupena jedním respondentem, proto jsou pro hodnocení ubytování nevýznamné.

Doporučit či nedoporučit návštěvu tohoto místa

Tato otázka sloužila ke zjištění výsledku, zda by respondent, který lokalitu navštívil, doporučil návštěvu někomu jinému. Všichni respondenti zde odpověděli kladně. Nejvíce odpovědí bylo zaznamenáno u odpovědi rozhodně ano, která získala více než 80 % (59). Zbylých necelých 20 % respondentů (14) zvolilo odpověď spíše ano. Tuto odpověď volily hlavně ženy. U možností spíše ne a rozhodně ne nebyly zaznamenány žádné odpovědi, což je velmi pozitivní výsledek. Z těchto výsledků se dá tedy předpokládat, že respondenti budou o této lokalitě mluvit kladně nejen před svými příbuznými, ale i před přáteli, spolupracovníky apod.

Obr. 29: Kolik respondentů by doporučilo návštěvu někomu jinému



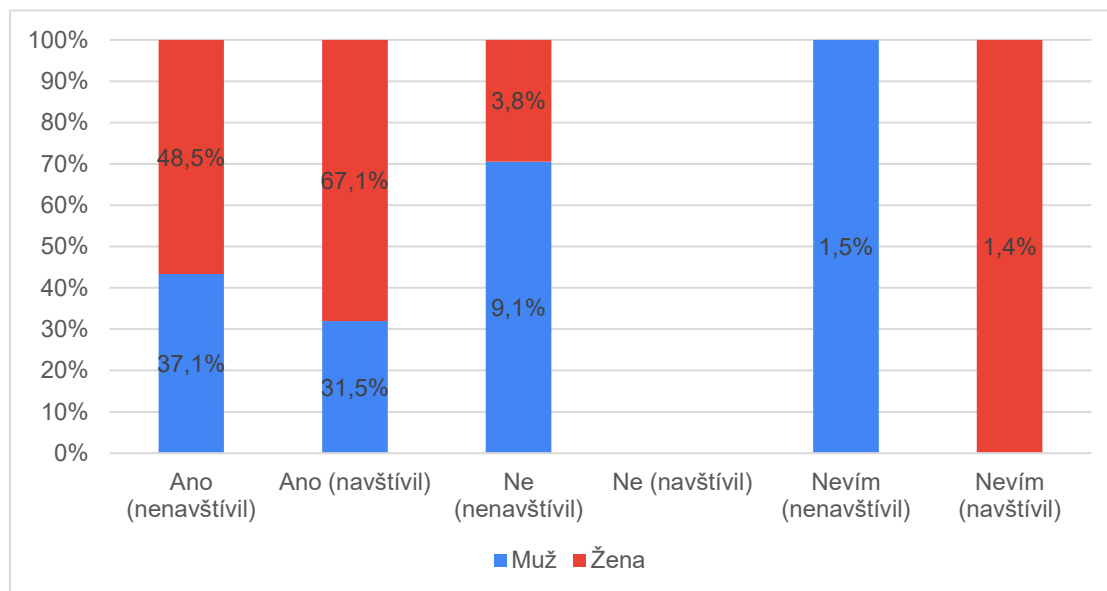
Zdroj: vlastní zpracování, 2022

K této otázce byla vytvořena navazující otázka stejně jako u dopravy, pro případ, že by některý z respondentů odpověděl negativně. Vzhledem k výsledkům nebyla ani tato otázka pro hodnocení dotazníku využita.

Následující otázky vyplňovali všichni respondenti. Jejich odpovědi byly rozděleny poznámkou navštívil/nenavštívil, aby bylo přehledně vidět, jak se jejich odpovědi lišily.

Názor respondentů, jestli je lokalita zajímavá pro turisty

Obr. 30: Myslíte si, že je tato lokalita pro turisty zajímavá



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Tento obrázek porovnává hodnocení dvou skupin respondentů. Jsou zde proto dva celky, jenž oba tvoří 100 %. Pracuje se tedy s dvěma soubory respondentů, a to $n=75$ (navštívil) a $n=132$ (nenavštívil). Tato otázka byla jako jediná otevřená. Proto odpovědi byly vyfiltrovány podle kritérií **ano**, **ne** a **nevím**, která buď v odpovědi již byla, nebo byla na konec textu doplněna autorkou pro lepší možnost filtrace textu. Respondentům, kteří místo nenavštívili a neznali jej, byla lokalita před vyplněním otázky popsána, aby přibližně věděli, co zde mohou nalézt.

Z obrázku č. 30 je zřejmé, že převažovaly kladné odpovědi. Kladně odpovědělo celkově přes 90 % (185) respondentů. Překvapivé bylo i kladné hodnocení respondenty, kteří místo nenavštívili. Téměř 50 % žen z této skupiny hodnotilo tuto otázku pozitivně a často se zde objevovaly odpovědi: ano, nabízí toho mnoho; ano, je zde sjízdna řeka; ano, je zde krásná příroda a zajímavé památky a ano, plánuji toto místo navštívit. Negativně byla lokalita hodnocena pouze respondenty, kteří místo nenavštívili a to převážně muži (12). Toto množství negativních odpovědí je ale oproti celkovému počtu respondentů tak malé, že nemá prakticky žádný význam. Nejčastější odpovědí bylo: ne, neláká mě či ne, je zde atraktivit sotva na jedno dopoledne.

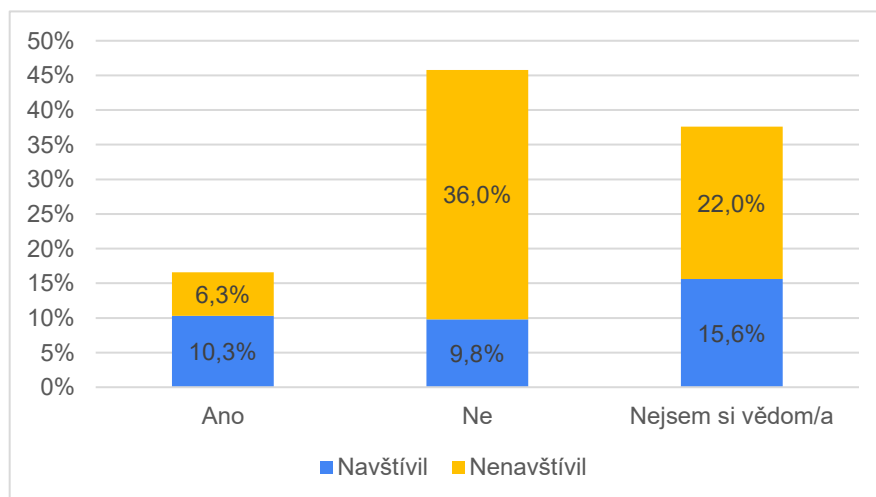
Památky a místa v okolí

Vzhledem k předpokladu, že většina respondentů Annínsko nenavštívila, byla vytvořena otázka ohledně navštívených památek v okolí. Cílem bylo zjistit, v jak blízkém okolí se respondent dosud pohyboval. U této otázky, bylo možné opět vybírat více odpovědí, proto jsou výsledky hodnoceny pouze slovně. Nejvíce respondentů navštívilo město Sušici (21 mužů a 42 žen) a hrad Kašperk (30 mužů a 31 žen). Mezi další blízká místa, která respondenti navštívili, ale už ne v takovém množství, patří město Kašperské Hory, město Hartmanice a skalní koruna zvaná Dračí skály. Překvapivě více než 21 % (28 z 132) respondentů zvolilo možnost, že nikdy nenavštívili žádná vyjmenovaná místa v otázce a tudíž nevypisovali vlastní odpověď. Tento výsledek byl způsoben hlavně respondenty, kteří pocházeli z jiného než Plzeňského kraje. Dále někteří respondenti využili možnost vypsát vlastní odpověď. U této odpovědi byla zastoupena místa jako Železná Ruda, Klatovy, Modrava a Zadov. I když jsou tato místa od Annínska poměrně vzdálená (v průměru 30 min autem), mohou ale i tyto odpovědi být hodnoceny kladně, neboť respondent má v povědomí, kde se lokalita přibližně nachází a může být předpokládáno, že při dalších návštěvách Šumavy do Annínska zavítá.

Propagační materiály

Respondent u této otázky odpovídal, zda zahlédl propagační materiály z lokality na sociálních sítích či na internetu. Nejvíce propagačních materiálů je sdíleno prostřednictvím sociální sítě Facebook spolkem Přátelé Mouřence, poté webovými stránkami ŠumavaNet.cz a příležitostně i Klatovským deníkem.

Obr. 31: Kolik respondentů zahlédlo propagační materiály

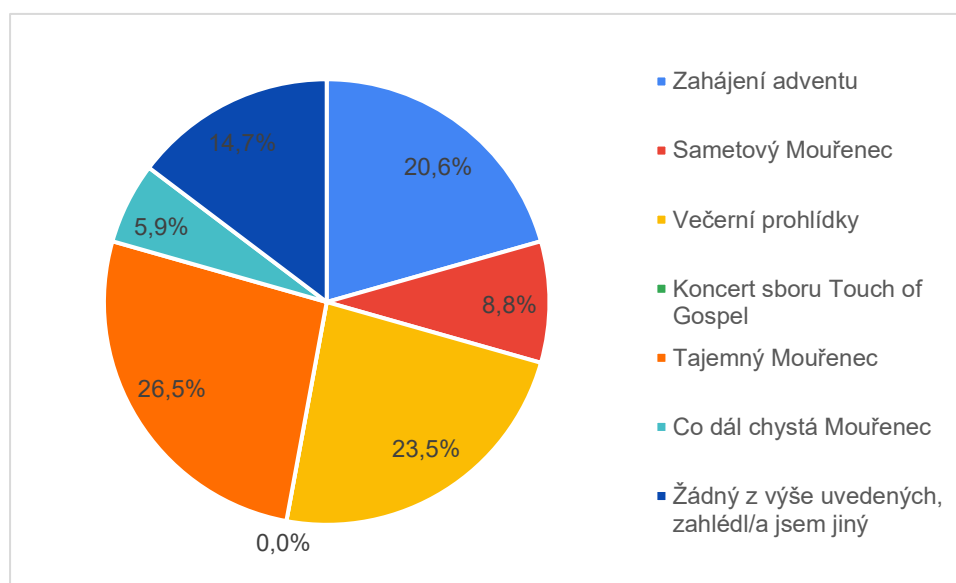


Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Z celkového počtu respondentů odpovědělo více než 45 % (94) záporně. Takto velký počet byl způsoben hlavně respondenty, kteří místo nenavštívili a tvořili 70 % (74) z tohoto počtu. Neutrální odpověď „nejsem si vědom/a“ si zvolilo téměř 38 % (77) respondentů z celkového počtu 205. Celkově se tento stav, kdy propagační materiál zahlédlo jen malé množství respondentů, předpokládal. Prakticky tyto materiály má možnost zahlédnout pouze osoba, která tuto lokalitu na internetu či na sociálních sítích zkouší vyhledat, nebo plánuje cestovat do blízkého okolí a narazí na stránky místních atrakcí, které na ně odkazují. Pro tuto otázku byla důležitá hlavně odpověď „ano“, díky které se následně zkoumalo, jaký propagační materiál respondent viděl. Kladnou odpověď si zvolilo 34 respondentů.

Jaký materiál respondenti zahlédli nejčastěji

Obr. 32: Počet respondentů, kteří zahlédli propagační materiál (n = 34)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Nejvíce odpovědí získal propagační materiál, který lákal potenciální návštěvníky na návštěvu tajemného Mouřence a jeho noční prohlídky. Tento materiál byl dobře barevně zkombinován, proto respondentům mohl lépe utkvět v paměti. Druhým materiálem, který získal téměř stejný počet odpovědí, byl materiál lákající na večerní prohlídky. Zahájení adventu 2021 získalo více než 20 % (7) odpovědí a jednalo se o třetí nejčastější volbu. Propagační materiál, který informoval o koncertu plzeňského gospelové sboru Touch of Gospel nezahlédli žádný respondent. Zbylé varianty byly zastoupeny v menším množství, než odpovědi předchozí.

2.4 Analýza marketingových aktivit v lokalitě

2.4.1 Přátelé Mouřence z.s.

Spolek Přátelé Mouřence představuje skupinu lidí, kteří se snaží o zvelebení tohoto místa a naplnění jeho kulturního a historického potenciálu. Účelem spolku je podpora, zvýšení povědomí, reprezentace a oživení kostela spolu se sledováním historie i současnosti tohoto místa (Mouřenec, 2022a).

Spolek Přátelé Mouřence koná téměř všechny akce, které Annínsko nabízí. Spolupracují s ním podnikatelé z okolí (hotel Annín, sklárna Annín, brusárna Rajsko...), města (Kašperské Hory, Sušice...), média (Český rozhlas Plzeň, Klatovský deník...), dobrovolníci a další významní partneři.

Hlavní činnosti spolku:

- a) „praktická činnost ve spolupráci s římskokatolickou církví,
- b) zvelebování kostela sv. Mořice a jeho okolí,
- c) organizování benefičních akcí na podporu kostela sv. Mořice a jeho okolí,
- d) pořádání dalších duchovních, kulturních a vzdělávacích akcí,
- e) finanční podpora kostela sv. Mořice
- f) publikační činnost a spolupráce s médii,
- g) spolupráce s dalšími subjekty s podobným zaměřením,
- h) účast při jednáních a řízeních s orgány státní správy a s volenými orgány.“
(Mouřenec, 2022a).

Vedlejší činnosti spolku:

- a) „nákup a prodej publikací a předmětů s tematikou kostela sv. Mořice a Šumavy,
- b) provozování průvodcovské činnosti v oblasti cestovního ruchu a turistiky a pořádání komerčních akcí.“ (Mouřenec, 2022a).

2.4.2 Analýza webových stránek ubytovacích zařízení

Prezentace na internetu neboli online marketing, by měla patřit do marketingových aktivit každé firmy, instituce, regionu apod., stejně jako tištěná propagace. Téměř každý podnikatel a zdejší památky mají vytvořeny webové stránky, které lákají k jejich návštěvě.

Tab. 5: Hodnocení webových stránek vybraných ubytovacích zařízení

Hodnocení webových stránek vybraných ubytovacích zařízení					
<i>bodové hodnocení 1= nejméně bodů 5= nejvíce bodů</i>					
Hodnocený parametr	Hotel Annín	Penzion Jana	Penzion pod Lesem	Chalupy Rajsko	Penzion Sklárna Annín
Informační architektura	5	4	4	5	4
Navigace	4	4	4	5	4
Prvky webu 2.0	0	0	0	0	0
První dojem	5	3	2	4	1
Responzivní web	5	5	5	5	5
Rychlost načítání stránek - mobil	2	5	1	3	4
Rychlost načítání stránek - PC	4	5	2	3	5
Celkem	25	26	18	25	23

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Při analýze webových stránek ubytovacích zařízení byly vybrány hodnotící parametry jako vzhled, funkčnost navigace, relevantnost sdělovaných informací, zda jsou stránky v pořádku zobrazeny v mobilních zařízeních a rychlost načítání stránek. Nejlépe si v této analýze vedl penzion Jana, který získal o jeden bod více než hotel Annín či chalupy Rajsko. Pokud by byly stránky hodnoceny podle vzhledu a grafického zpracování, dominoval by hotel Annín a chalupy Rajsko, kteří mají velmi kvalitně a kreativně zpracované stránky z pohledu marketingu. Stránky působí přesvědčivě, jasně sdělují, kým jsou a co nabízejí, doména je výstižná a zapamatovatelná, stránka je snadno k nalezení, barvy jsou vhodně kombinovány, nabízí možnosti rezervace a používají kvalitní fotografie či videa.

Další výhodou těchto dvou zařízení je vedení stránek v cizím jazyce. Penzion Jana, Penzion pod Lesem i sklárna Annín tuto možnost nenabízejí. Vzhledem k umístění těchto

zařízení se ze zeměpisného hlediska může jednat o konkurenční nevýhodu, neboť se nachází nedaleko hranic s Německem, tudíž by stránky měly být vedeny minimálně ještě v němčině. Chalupy Rajska i hotel Annín mají stránky přizpůsobeny ve čtyřech jazycích. Konkrétně v Češtině, Němčině, Angličtině a Francouzštině.

Dále žádná z výše hodnocených stránek nedisponuje prvky webu 2.0. Jedná se o možnost přidávání komentářů, recenzí či komunikace s ostatními uživateli (uživatelská sekce). Pokud chce turista ubytovací zařízení ohodnotit, musí tak učinit například v Google Maps či na jiných turistických stránkách, kde se lze podělit o zkušenosti z navštíveného místa. Z hlediska marketingu se může také jednat o pokládání otázek přímo na webu, které jsou viditelné pro kohokoliv.

2.4.3 Analýza klíčových slov

Klíčová slova byla navržena pro kulturně-historické památky kostel sv. Mořice, sklárnu Annín a brusírnu Rajska. Díky těmto slovům, by měl návštěvník stránky daného subjektu snadno nalézt. Jednalo se o slova, které by mohl použít běžný uživatel, který neví přesný název stránek a snaží se o subjektu zjistit požadované informace. Pro hodnocení byly vybrány tři webové vyhledávače: Google.cz, Seznam.cz a Centrum.cz

Tab. 6: Klíčová slova navržená pro kostel sv. Mořice

Klíčová slova	Google.cz	Seznam.cz	Centrum.cz
Kostel sv. Mořice	4. pozice, 5. strana	-	10. pozice, 4. strana
Mouřenec	1. pozice, 1. strana	1. pozice, 1. strana	1. pozice, 1. strana
Kostel v Anníně	4. pozice, 1. strana	10. pozice, 9. strana	4. pozice, 1. strana
Přátelé Mouřence	1. pozice, 1. strana	1. pozice, 1. strana	1. pozice, 1. strana

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Klíčové slovo „kostel sv. Mořice“ přivedlo návštěvníka stránek kostela k výsledku až na 5. a 4. straně vybraných vyhledávačů viz tabulka, neboť stránky mají v doméně text „pratelemourence“, nikoliv kostel. V případě tohoto klíčového slova nedokázal požadované stránky nalézt pouze vyhledávač od Seznamu. Nejlépe si zde vedl vyhledávač Google.cz.

Tab. 7: Klíčová slova navržená pro sklárnu Annín

Klíčová slova	Google.cz	Seznam.cz	Centrum.cz
Sklárna	4. pozice, 2. strana	4. pozice, 1. strana	6. pozice, 3. strana
Sklárna Annín	1. pozice, 1. strana	1. pozice, 1. strana	1. pozice, 1. strana
Sklárna na Šumavě	7. pozice, 1. strana	7. pozice, 8. strana	6. pozice, 1. strana
Annín	3. pozice, 2. strana	6. pozice, 1. strana	9. pozice, 1. strana
Muzeum skla Annín	1. pozice, 1. strana	1. pozice, 1. strana	1. pozice, 1. strana

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Navržená klíčová slova pro sklárnu Annín našly všechny vyhledávače. Nejlepší výsledek, jak získat nejrychleji odkaz na webové stránky sklárny, je získán zadáním slov „Sklárna Annín a Muzeum skla Annín“ přímo do vyhledávače.

Tab. 8: Klíčová slova navržená pro brusírnu Rajsko

Klíčová slova	Google.cz	Seznam.cz	Centrum.cz
Sklo ze Šumavy	6. pozice, 4. strana	-	-
Sklářství na Šumavě	8. pozice, 2. strana	-	-
Výroba skla na Šumavě	8. pozice, 3. strana	-	5. pozice, 3. strana
Brusírna Rajsko	2. pozice, 1. strana	6. pozice, 1. strana	2. pozice, 1. strana
Sklárna Annín	2. pozice, 1. strana	8. pozice, 5. strana	3. pozice, 1. strana

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Klíčová slova použitá pro brusírnu Rajsko byla navržena na základě informací poskytnutých na webových stránkách brusírny. Na prvních pozicích lze brusírnu ve vyhledávacích najít pomocí klíčových slov „sklárna Annín a brusírna Rajsko“, jelikož brusírna Rajsko vystupuje pod obchodním názvem Sklárna Annín s. r. o. Následná klíčová slova byla úspěšná zejména pouze u vyhledávače Google.cz.

2.4.4 Facebook

V dnešní době je z hlediska marketingu důležité prezentovat své zájmy na sociálních sítích, proto má většina firem, památek apod. zřízení kromě stránek webových i stránky na Facebooku, Instagramu a jiných komunikačních platformách.

Facebookové stránky kostela sv. Mouřence byly vytvořeny v roce 2012 a jejich hlavním cílem je informovat o aktivitách v kostele. Dále ale zveřejňují i akce a informace o celém Annínsku. Stránky vede spolek Přátelé Mouřence, konkrétně pan Lukáš Milota, na kterého je zde uveden kontakt. V současné době mají celkem 1 759 sledujících. Jsou zde

pravidelně zveřejňovány informace o prohlídkách a akcích na Mouřenci, dále informace, videa a fotografie o dění ve vesnici či informace o zmínkách Annína v knihách, na výstavách či soutěžích. Mezi nejnovější příspěvky patří datумы prohlídek kostela, jarní úklid hřbitova kolem kostela s možností přidání se dobrovolníků či přivítání ukrajinských studentů/uprchlíků z Kyjeva v kostele, kteří utekli před válkou na Ukrajině (Milota, 2022).

Facebookové stránky má vytvořena dále sklárna Annín, které byly vytvořeny v dubnu roku 2017. Stránky jsou využívány především k ukázce a nabídce zdejších výrobků, informování o sklářském sympoziu, o tvoření výrobků se studenty a o probíhajících soutěžích o zdejší výrobky.

Muzeum lehkého opevnění Annín, z. s. vytvořilo své facebookové stránky v únoru roku 2013. Jsou zde zveřejňovány fotografie z rekonstrukce, otevírací doba muzea (která je často pouze v letních měsících) a jsou využívány jako hlavní komunikační kanál s potencionálními návštěvníky. Mezi zveřejňované informace a fotografie nepatří pouze místní řopíky, ale vojenské objekty po celé republice.

Dále sociální sítě využívá také Autokemp Annín, penzion Jana, Annín Tree Park Camp, hotel Annín, penzion Sklárna, chalupy Rajska či brusírna Rajska.

2.4.5 Pořádání akcí a jiných aktivit

Léto na Mouřenci neboli Mouřenecké léto je tradiční několikaměsíční cyklus akcí, které se pořádají v kostele sv. Mořice v Anníně a většinou mají duchovní charakter. Tato akce se pořádá ve spolupráci s německým podpůrným spolkem Förderkreis zur Erhaltung von St. Maurenzen v období od července do září. Na programu jsou koncerty, přednášky, bohoslužby, divadlo a hlavně prohlídky za účasti významných historiků, muzikantů a jiných významných osob (Loudová, 2016).

Do průběhu Mouřeneckého léta se aktivně zapojují i zdejší podnikatelé. Sklárna v Anníně nabízí sklářské prohlídky, ukázky foukání skla, brusírna v Rajska nabízí prohlídky galerie, ukázky broušení skla a pořádá dobové večery se skláři při svitu loučí a Muzeum lehkého opevnění Annín, které též nabízí prohlídky svého muzea. V průběhu Mouřeneckého léta se v Anníně konají další akce jako je například Anenská pout', Annínské bábovkobraní či ANNfestival, který oslavuje Annín a ženy se jménem Anna, po kterém dostal Annín své jméno (Biskupství Českobudějovické, 2019). Dále akci

podporují hotel Annín a mediálně Český rozhlas Plzeň a Klatovský deník. Program z loňského léta je vložen do příloh.

Sklářské sympozium

Poslední šesté sklářské sympozium, které se zde v Anníně pravidelně koná, bylo v roce 2021 v období 14. – 18. 7. Jedná se o sympozium, kterého se účastní studenti a učitelé skla čtyř vysokých škol. Účastnickými školami jsou Vysoká škola výtvarných umění Bratislava (SK), Univerzita Moholy-Nagy Művészeti Egyetem Budapešť (HU), Vysoká škola uměleckoprůmyslová Praha (CZ) a Akademia Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta Wrocław (PL). Každý ročník má své téma a tím posledním bylo Sen v hlubokém lese. Cílem sympozia je navrhování a vyrábění skleněných výrobků a zlepšení zdejší tradice výroby skla (Industry Open, 2021).

Sympozium je přístupné i veřejnosti, kdy návštěvníci mohou vidět, jak skláři vytváří své tematické výrobky a dále je pro ně připraven doprovodný program přímo v Anníně. Mohou se zúčastnit přednášek ve sklářské huti, projít si naučnou stezku či si zahrát poznávací hru pro děti (Český rozhlas, 2021).

Mezi další akce pořádané na Annínsku spolkem Přátelé Mouřence či místními lidmi patří například Šumavský Valentýn; pořádání silvestrovské mše v kostele s možností živého přenosu, kdy příchod nového roku oznamují Mouřenecké zvony; otevření hrobky rodiny Schmidt společně s prohlídkou, která bývá zpřístupněna několikrát do roka; pravidelná roční vystoupení Žihelského sboru a další.

Mezi akce pořádané mimo Šumavu patří **výstava šumavského Mouřence v Plzni 2021.**

V roce 2021 se v Plzni v mázhauzu radnice konala v období od 4. 6. – 25. 6. výstava 8 století šumavského Mouřence. K vidění zde byly fotografie z historie i současnosti, trojrozměrné exponáty a kopie různých dokumentů. Výstavě osobně požehnal plzeňský biskup Mons. Tomáš Holub, který na výstavu zavítal 10. června v 17:15 hodin. Výstava měla dva hlavní cíle (Jarošová, 2021). Prvním bylo představit kostel široké veřejnosti, poskytnout informace o historii i současnosti a pozvat lidi na návštěvu kostela. Druhým cílem bylo oslovit nejen plzeňské občany, ale i občany západních Čech, pokud mají ve svých albech staré fotografie, videa či jiné osobní vzpomínky, aby se ozvali vedoucímu spolku Přátel Mouřence panu Lukášovi Milotovi, neboť se spolek snaží o mapování historie tohoto místa (Milota, 2021).

2.4.6 Annínsko a propagace přes média, internet

Kromě webových a sociálních stránek místních památek a podnikatelských subjektů, propagují toto místo i další média či organizace. Mezi média, která prezentují Annínsko, jeho památky, akce a historii patří například Český rozhlas Plzeň a Klatovský deník, dále z webových stránek je hlavním propagátorem ŠumavaNet.cz a CzechTourism – Kudy z nudy.cz, z menších pak například Turistika.cz. Dalším místem, kde je možné se o Annínsku dozvědět více, jsou turistická informační centra (TIC), konkrétně nejbližší TIC Kašperské Hory, TIC Hartmanice a TIC Sušice, kde je možné si zakoupit upomínkové předměty, turistické vizitky, razítka či nejrůznější mapy.

2.4.7 Natáčení na Mouřenci

Kostel sv. Mořice je známý nejen díky spolku Přátelé Mouřence, který se o kostel stará ve všech směrech, ale také díky oblíbeným pohádkám. První pohádkou, která se zde natáčela, byla Anděl Páně 1. díl na přelomu let 2004 a 2005, kterou režíroval Jiří Strach a jedná se o záběr kostela, kde se kníže provdává za Dorotku. Druhou je pohádka Tři Životy, z roku 2007, kterou opět režíroval Jiří Strach, který si toto místo oblíbil. Zde se jedná o záběr, kdy Vítek vrací kouzelným zlatým pírkem Jakobovi život.

Mouřenec není vyhledávaný pouze pro pohádky. Objevil se i v seriálu Policie Modrava, konkrétně ve 13. díle s názvem Vražedné esemesky, kdy podporučík Vítek ukazuje majorovi Koutnému kostnici. Tento díl zde byl natočen v roce 2015. Dále se zde také natáčel díl historického, naučného a zábavného cyklu Záhady Toma Wizarada, který je pořadem České televize. Jedná se o díl Živí mrtví z Mouřence, který se zde natočil také v roce 2015. O propagaci Mouřence se zasloužil i již zesnulý pan Emil Kintzl, který byl autorem pořadu Zmizelá Šumava. Jedná se o čtrnáctý díl Farářem na Mouřenci z produkce televize Stream.cz. Pan Kintzl se věnoval historii a příběhům dříve zaniklých osad (Seznam.cz a.s. , 2022b).

Mouřenec je pro natáčení vyhledávaný nejen pro svůj vzhled a historii, ale hlavně pro své umístění a krásnou šumavskou přírodu. Jedná se o malou památku, proto nelze očekávat, že by se zde natáčení rozvinulo ve velkém, ale díky okolním památkám, vysoce položenému místu a jedinečné přírodě je to vhodné místo pro příležitostné natáčení určitých úryvků a částí pohádek, filmů, seriálů apod.

Díky již proběhlému natáčení pohádek zde mohou být uskutečněny marketingové aktivity formou tematických prohlídek, výstav či přednášek, které do tohoto místa přilákají turisty. Mohou zde být vyvěšeny fotografie z natáčení, vystaveny kostýmy postav, provedena přednáška o natáčení či tematické odpoledne a setkání s herci.

2.4.8 Turistická vizitka

Další možností, jak přilákat turisty je takzvaná turistická vizitka (Wander Card), kdy je cílem sbírat vizitky z navštívených míst a lepit si je do osobního turistického deníku. Vizitky lze sbírat po celé České republice i v zahraničí. Zahrnují památky, turistické cíle, kulturu, sport, gastronomii, akce a výročí.

Projekt Wander Book, který založil běžec a fotograf Ing. Rudolf Ropek, má za cíl motivovat lidi k cestování, podpořit turistiku, objevovat nová místa a zaznamenávat si zážitky do deníku. Motivací je i získávání odměn, odznaků a nových deníků za určitý počet navštívených míst (Wander Book, 2022a).

Na Annínsku mají vizitky kostel sv. Mořice, sklárna Annín a Muzeum lehkého opevnění. Z nejbližšího okolí má jednu či několik vizitek hrad Kašperk, šest město Kašperské Hory, Rejstejn, dvě město Hartmanice a osm město Sušice

Obr. 33: Kostel sv. Mořice



Zdroj: Wander Book, 2022b

Obr. 34: Sklárna Annín



Zdroj: Wander Book, 2022c

2.5 Celkové zhodnocení výsledků

Analýza předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu v lokalitě ukázala, že veškeré podmínky, které jsou pro rozvoj důležité, jsou zde příznivé. Vzhledem k tomu, že se region nachází ve vyšší nadmořské výšce, jsou zde vhodné podmínky nejen pro letní ale i zimní aktivity. Známa lyžařská střediska jsou od tohoto regionu vzdálená pouhých 25 minut jízdy autem, proto zde v zimních měsících mohou hledat ubytování vyhledávači zimních sportů, či pouze rekreanti, kteří si chtějí užít sněhové nadílky. V létě jsou zde naopak příznivé podmínky pro cyklovýlety, turisty vyhledávající značené pěší trasy či kempování a sjíždění řeky Otavy.

I když se jedná o velmi malý region, tak přesto nabízí dostatečné a kvalitní ubytování, dobrou dopravní dostupnost a hlavně kulturně-historické památky, které jsou hlavním lákadlem turistů.

Analýza dotazníkového šetření vyvrátila 2 ze 3 předpokladů, které byly uvedeny v úvodu práce. Tyto předpoklady byly vytvořeny na základě rozhovorů, které předcházeli vytvoření dotazníkového šetření. Rozhovorů se účastnilo 20 osob zejména z blízkého okolí autorky (rodina a přátelé). Tyto osoby byly dotázány třemi otázkami, zda lokalitu Annínsko znají, zda ji někdy navštívili a zda zahlédli na sociálních sítích či na internetu jakýkoliv propagační materiál tohoto místa. Výsledky byly zahrnuty do předpokladů ve stejném poměru, jako vyšel předběžný průzkum.

Pro připomenutí zde budou předpoklady znovu uvedeny a zhodnoceny.

1. lokalitu bude znát méně než 40 % respondentů;
2. lokalitu navštíví méně než 1/3 respondentů;
3. propagační materiály zahlédne méně než 20 % respondentů

Předpoklad č.1 byl vyvrácen, neboť Annínsko znalo přes 57 % respondentů. Tento výsledek byl překvapující, neboť se dotazníkového šetření účastnili poměrně nízké věkové kategorie, které většinou cestují do míst s nočním životem a bohatým kulturním vyžitím.

Aby byl potvrzen předpoklad, že lokalitu navštíví méně než 1/3 respondentů, musel by být počet menší než 68. Vzhledem k tomu, že lokalitu navštívilo 73 respondentů, byl tento předpoklad o malý rozdíl vyvrácen.

Jediným předpokladem, který se z analýzy dotazníkového šetření podařilo potvrdit, byl předpoklad č. 3, neboť propagační materiály této lokality vidělo pouze 34 respondentů a aby byl předpoklad vyvrácen, musel by počet přesáhnout číslo 41.

Dále byla součástí praktické části analýza marketingových aktivit v lokalitě, z níž se ukázalo, že je v regionu Annínsko poměrně živo. Na vytváření a pořádání zdejších akcí se podílejí hlavně místní podnikatelé a spolek Přátelé Mouřence, který zde pořádá nejrůznější aktivity po celý rok. Prakticky za veškerou propagaci a marketingem na internetu stojí pan Lukáš Milota, který je předsedou zdejšího spolku. Spravuje facebookové stránky Mouřence a zveřejňuje zde informace o dění v obci Annín a jejím nejbližším okolí. Dále také pravidelně informuje o prohlídkách a akcích konaných v kostele sv. Mořice, o který se stará. Pan Milota se dále zaslouhuje o informování o Mouřenci v novinách a poskytuje rozhovory pro weby, které informují o památkách a akcích na Šumavě, jako například ŠumavaNet.cz. Největší akcí je Mouřenecké léto, kdy jsou dopředu známé datумы prohlídek, koncertů, přednášek a jiných aktivit, na které si zájemce může koupit vstupenku. Dalším subjektem, který se také snaží přilákat turisty je sklárna Annín, která je hlavní součástí Annínské historie. Jsou zde nabízeny prohlídky sklárny, muzea či si návštěvník může zkusit vyfouknout výrobek ze skla. V současné době je důležité, aby sklárna přilákala více pozornosti turistů i investorů, neboť její činnost pomalu upadá pro nedostatečné množství finančních zdrojů. Dále je pro obec Annín určitě velmi důležité, že se zde natáčely známé pohádky, seriál a jiné naučné dokumenty vyjmenované u analýzy. Bohužel mnoho lidí neví, že kostel v těchto scénách pochází právě odtud a často se to dozví až při prohlídce kostela.

Myslím si, že činností, které zde návštěvník může podniknout je mnoho, i když někteří respondenti hodnotili místo negativně s připomínkou, že je zde co podniknout sotva na jedno dopoledne. Zřejmě nepochopili, co místo nabízí. Všechny analýzy, které jsou součástí této práce, potvrdili atraktivnost tohoto místa a pouhou překážkou je nedostatečné vědomí občanů o tomto regionu. Zdejší subjekty se o propagaci lokality významně zaslouhují a nelze jim prakticky nic vytknout.

2.6 Návrh nápravných opatření

Region Annínsko je velmi malý, proto se zde nedá očekávat velký přísun turistů. Nemohly by zde být pokryty potřeby pro všechny návštěvníky a ani místní obyvatelé by nesouhlasili s jejich masovým přísunem. Hlavně místo nedisponuje velkým množstvím atraktivit, aby se tento stav stal a začaly sem jezdit plné autobusy. Nelze tedy navrhnout vysoké investice do marketingového mixu, neboť převážná většina akcí je zde tvořena dobrovolníky a neziskovým spolkem Přátelé Mouřence.

Soutěž Vesnice roku

Soutěž Vesnice roku je součástí Programu obnovy venkova, jehož cílem je motivovat obyvatele na venkově, aby se aktivně zapojili do rozvoje svého domova. Z toho vyplývá hlavní cíl celé soutěže. Cílem je tedy zviditelnění obcí, jenž jsou udržovány a rozvíjeny svými obyvateli i samosprávou (Vesnice roku, 2022a). Do soutěže se mohou zapojit pouze obce, které splňují tyto podmínky:

- a) jsou vesnického charakteru;
- b) mají méně než 7 500 obyvatel;
- c) obec se musí vždy přihlásit jako celek (tzn. se všemi místními částmi);
- d) mají vypracovaný strategický dokument na rozvoj;
- e) a podají včas a řádně vyplněnou přihlášku do soutěže (Vesnice roku, 2022b).

Přihlášky se podávají každý rok, většinou nejpozději do konce dubna. Obce se nejprve zúčastní krajských kol, poté je pořádáno celostátní kolo a vítěz toho kola postupuje do soutěže Evropská cena obnovy vesnice.

V této soutěži se uděluje celkem 7 ocenění. Zlatá stuha za vítězství v krajském kole, Modrá stuha za společenský život, Bílá stuha za činnost mládeže. Zelená stuha za péči o zeleň a životní prostředí, Oranžová stuha za spolupráci obce a zemědělského subjektu, Cena naděje pro živý venkov za místní spolkový život a občanskou společnost v obcích a Zlatá cihla v Programu obnovy venkova (Vesnice roku, 2022c).

Region Annínsko je celý součástí obce Dlouhá Ves, která měla k 1. 1. 2020 necelých 870 obyvatel. Vzhledem k tomu, že se do soutěže mohou hlásit více než 8x větší obce, nemá tato obec prakticky moc velké šance. V tom je ale smysl celé soutěže. Cílem pro obec nemusí být vítězství, nýbrž pouhá účast a následné zviditelnění obce. Díky soutěži, se

celá obec, ale hlavně region Annínsko, dostane do povědomí širší veřejnosti a přiláká sem nové návštěvníky, investory či pracovní sílu.

Ocenění, o která by bylo možné usilovat, jsou hned dvě. Cena naděje pro živý venkov, kterou by bylo možné získat za aktivity místních spolků a Modrá stuha za udržování a obnovování zdejších tradic, obyčejů a rovněž za aktivity místních spolků.

Zvýšení počtů návštěvníků na sociálních sítích a webových stránkách

Sociální sítě jsou hlavním komunikačním médiem dnešní doby, a proto je důležité s jejich pomocí sdílet veškeré informace, které chceme předat potencionálním návštěvníkům a zákazníkům, stejně jako prostřednictvím stránek webových. Jelikož se v této lokalitě pohybují malé subjekty, jsou jejich webové stránky většinou vytvářeny hlavně svépomocí bez nutnosti investování vysokých částek, například online nástrojem Webnode.

Nápravným opatřením pro tuto oblast by mělo být zveřejňování kontaktu na Facebook, Instagram a webové stránky na každém propagačním materiálu, hlavně na letáčích, které jsou vytvářeny v této oblasti nejčastěji. Tento kontakt je zde uváděn pouze občas.

Dále z průzkumu vyšlo najevo, že hodnocená ubytovací zařízení nedisponují prvky Webu 2.0. To znamená, že zde nelze přidávat komentáře, recenze ani komunikovat s ostatními uživateli. Návštěvník zde tedy nemůže hodnotit svoji návštěvu, podílet se o své dojmy, zážitky či přidávat fotografie a videa. Přidáním této sekce by ubytovací zařízení viděla názory svých zákazníků a mohla by rychleji reagovat na případné nedostatky, které by zde byly napsány. Zákazník by dále nemusel hledat recenze na jiných stránkách a mohl by se snadněji rozhodnout ke koupi pobytu.

Zvýšení povědomí o lokalitě

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že na základě shlédnutí propagačního materiálu navštívil lokalitu pouze jeden respondent, i když tyto materiály zahlédlo 34 respondentů. Tento problém by vyřešila spolupráce s okolními většími městy, konkrétně s Kašperskými Horami, Sušicí a Hartmanicemi. Cílem spolupráce by bylo sdílení, zveřejňování a nabízení propagačních materiálu v informačních centrech, zveřejňování chystaných akcí na webových stránkách těchto měst a následné vyvěšení tištěných materiálů na náměstích.

Virtuální prohlídka

Dalším doporučením na zlepšení marketingové komunikace a propagace lokality je zpracování virtuální prohlídky, která by tak mohla obsloužit i návštěvníky, kteří navštíví zdejší památky v době, kdy jsou zavřené. Nemusí tak být zklamaní, že nic neviděli. Hlavním objektem, pro který by byla vytvořena virtuální prohlídka, by byl kostel sv. Mořice, který je kromě sklárny největším lákadlem Annínska a je otevřen jen v určité dny.

Virtuální prohlídka by měla obsahovat:

- interiér kostela
- exteriér kostela
- interiér kostnice
- exteriér kostnice

Tato virtuální prohlídka by měla být užitečná návštěvníkům, kteří se nemohou účastnit komentované prohlídky s průvodcem. Virtuální prohlídku by bylo možné zobrazit v chytrém telefonu, tabletu či notebooku návštěvníka pomocí naskenování QR kódu či kliknutí na odkaz webových stránek Mouřence a zde zvolení sekce s virtuální prohlídkou. U kostela sv. Mořice by byla vytvořena nová informační tabule lákající na virtuální prohlídku.

Obr. 35: Návrh vzhledu virtuální prohlídky



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Prohlídka by byla vytvořena ve formě 3D modelu, který umožňuje pohyb po prostoru a pohled ze všech úhlů. Návštěvník si tak prohlédne naskenovaný objekt, který lze otáčet o 360° na všechny strany, může si jej přiblížit či oddálit, takže sledovaný objekt uvidí, jako kdyby před ním fyzicky stál. Prohlídka může být doplněna o mluvený komentář, popisky, odkazy a hudbu.

Obr. 36: Návrh menu virtuální prohlídky



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Návštěvník si zde bude moci projít kolem dokola zdejší hřbitov, který se rozléhá kolem kostela a kostnice. Dále uvidí veškeré vybavení kostela, malby, varhany, oltář atd. a následně se může přesunout do kostnice. Jednotlivé snímky mohou být doplněny mluveným komentářem a hudbou pro zatraktivnění celé prohlídky.

Virtuální prohlídka může být po vyzkoušení rozvíjena. Mohou se do ní přidat další subjekty a památky z Annínska. Jako první by se přidali hrobka rodiny Schmidtů a muzeum lehkého opevnění, jenž také nemají stálou otevírací dobu a dále sklárna Annín či brusárna Rajska. Při přidání těchto dalších zastávek by bylo vhodné celou virtuální prohlídku doplnit o provedení po vesnici a sdělení její stručné historie, která je velmi zajímavá.

Při analýze cen na internetu se tvorba kvalitní virtuální prohlídky pohybuje od 5 500 Kč. Následně se cena odvíjí dle velikosti snímané podlahové plochy v m², dle využití technologie použité pro snímání a vytvoření prohlídky a dle času stráveného snímáním prostoru. Součástí ceny je zpracování návrhu a konzultace. Za příplatek je možné získat sdílení virtuální prohlídky na webu společnosti, která ji vytvoří, vložení prohlídky do Google Maps a další. Pro vytvoření výše navržené prohlídky by stačilo vytvoření základní verze bez doplňujících služeb a finance na vytvoření této prohlídky by mohly být čerpány z dotací.

Kalkulace ceny virtuální prohlídky:

- plocha do 400 m² = 8 900 Kč
- doprava 282 km 4 Kč/km = 1 128 Kč
- hosting na rok = 1 000 Kč (APLU Virtuální prohlídky, 2022).

CELKEM = 11 028 Kč

Pro vytvoření virtuální prohlídky byla vybrána firma APLU Virtuální prohlídky. Z aktuálního ceníku byla vybrána cena za plochu do 400 m², neboť dle katastru nemovitostí je velikost kostela cca 250 m², kostnice cca 45 m² + rezerva 100 m² pro prohlídku po hřbitově. Do ceny je zahrnuta také doprava. Firma sídlí v Praze a účtuje si 4 Kč/km. Uvedené ceny jsou bez DPH, neboť firma není plátcem DPH.

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo analyzovat návštěvnost a atraktivnost tohoto místa a analyzovat marketingové aktivity v lokalitě.

Teoretická část se zabývala definováním základních pojmů souvisejících s cestovním ruchem a předpoklady pro jeho rozvoj. Vybraná odborná literatura pomohla tyto pojmy blíže vysvětlit a následně vypracovat praktickou část. V průběhu práce byl vytvořen dotazník, který posloužil pro analýzu znalosti a návštěvnosti této lokality.

V praktické části se prováděla analýza předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu v lokalitě, která navázala na poznatky a pojmy zjištěné při vypracovávání teoretické části. Dále se práce zabývala analýzou dotazníkového šetření o znalosti, atraktivnosti a návštěvnosti tohoto místa, které mělo za cíl posoudit lokalitu z pohledu návštěvníků. Hlavním cílem bylo zjistit v jaké míře respondenti lokalitu znají, kolik z nich ji navštívilo a zda je pro ně lokalita atraktivní. Následovala analýza marketingových aktivit, které jsou v této lokalitě prováděny. Jednalo se zejména o představení zdejšího spolku, který se zaslouhuje o pořádání většiny akcí; hodnocení webových stránek ubytovacích zařízení; vytvoření klíčových slov pro vyhledávání ve vyhledávačích a představení akcí a aktivit, které se zde pořádají.

Závěrečná část práce se zaměřila na celkové zhodnocení výsledků provedených analýz, předpokladů výstupů dotazníkového šetření a na návrh nápravných opatření s ohledem na zjištěné výsledky. Návrhy na zlepšení se týkaly především účasti v soutěži o Vesnici roku, která by přilákala nové turisty. Dále se návrhy na zlepšení týkaly zvýšení povědomí o lokalitě, zvýšení návštěvnosti sociálních sítí a webových stránek a vytvoření virtuální prohlídky, kterou mohou využít návštěvníci mimo dobu konání prohlídek.

Seznam použitých zdrojů

- APLU (2022). *Ceník*. Dostupné 24. 4. 2022 z <https://virtualni prohlidky.aplu.cz/cenik/>
- Beránek, J. a kolektiv. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. Mag Consulting.
- Biskupství Českobudějovické, (2019). *Léto na Mouřenci*. <https://www.bcb.cz/udalosti/leto-na-mourenci/>
- Cestujeme Šumavou (2022a). *Počasi na Šumavě*. Dostupné 8. 3. 2022 z <http://www.cestujemesumavou.cz/pocasi-na-sumave>
- Cestujeme Šumavou (2022b). *Šumavská fauna*. Dostupné 16. 3. 2022 z <http://www.cestujemesumavou.cz/sumavska-fauna>
- Cestujeme Šumavou (2022c). *Šumavská flóra*. Dostupné 16. 3. 2022 z <http://www.cestujemesumavou.cz/sumavska-flora>
- CzechTourism (2022a). *Udržitelný cestovní ruch*. Dostupné 12. 1. 2022 z <https://www.eden-czechtourism.cz/udrzitelny-cestovni-ruch/>
- CzechTourism (2022b). *European Destination of Excellence. EDEN*. Dostupné 12. 1. 2022 z <https://www.eden-czechtourism.cz/o-projektu-eden/>
- CzechTourism (2022c). *Kostel sv. Mořice v Mouřenci u Annína*. Dostupné 17. 3. 2022 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/kostel-sv-morice-v-mourenci-u-annina>
- Český rozhlas (2021). *V annínské sklárně právě tvoří svá díla studenti z několika zemí*. Dostupné 5. 4. 2022 z <https://plzen.rozhlas.cz/v-anninske-sklarne-prave-tvori-sva-dila-studenti-z-nekolika-zemi-8535485>
- Environmentální centrum Železná Ruda (2018). *Geologie a geomorfologie*. Dostupné 15. 3. 2022 z <https://www.sumavskecentrum.cz/geologie>
- Enviweb.cz (2011). *Geologie Šumavy*. Dostupné 15. 3. 2022 z <https://www.enviweb.cz/88428>
- Goeldner R., Ch. & Ritchie Brent, R, J. (2014). *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. BizBooks.
- Hesková, M., Beránek, J., Dvořák, V., Novácká, E., & Oriška, J. (2011). *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. (2. vyd.). Fortuna
- Hotel Annín (2022a). *Luxusní ubytování na Šumavě*. Dostupné 17. 3. 2022 z <https://www.hotelannin.cz/ubytovani-v-hotelu-annin>
- Hotel Annín (2022b). *Restaurace*. Dostupné 17. 3. 2022 z <https://www.hotelannin.cz/restaurace>
- Hotel Annín (2022c). *Fotografie hotelu Annín*. Dostupné 17. 3. 2022 z <https://www.hotelannin.cz/fotogalerie-hotelu-annin/hotel>
- Hrala, V. (2013). *Geografie cestovního ruchu*. (6. vyd.). IDEA SERVIS
- IDOS.cz (2022). *Spojení*. Dostupné 22. 3. 2022 z <https://idos.idnes.cz/vlakyautobusymhdvse/spojeni/vysledky/?f=Plze%C5%88&fc=1&t=Ann%C3%ADn/Dlouh%C3%A1%20Ves;%20Klatovy&tc=2>
- Industy Open (2021). *Mezinárodní Annínské sklářské sympozium*. Dostupné 5. 4. 2022 z <https://industryopen.cz/akce/mezinarodni-anninske-sklarske-sympozium/>

- Jarošová, A. (2021). *Výstavy na radnici informují o šumavském kostele, představují amatérskou fotografku i práce členů Výtvarné unie*. Město Plzeň. <https://www.plzen.eu/o-meste/aktuality/aktuality-z-mesta/vystavy-na-radnici-informuji-o-sumavskem-kostele-predstavuji-amaterskou-fotografku-i-prace-clenu-vytvarne-unie.aspx?fbclid=IwAR2EqRxANCfifkx23VibJR8KV2bdhchDwCEVsljsbKfSDm8UBQyNysJjs>
- Kemp Annín (2022a). *Autokemp Annín*. Dostupné 17. 3. 2022 z <https://www.kempannin.cz/cz/>
- Kemp Annín (2022b). *Ceník ubytování*. Dostupné 17. 3. 2022 z <https://www.kempannin.cz/cz/cenik.html>
- Kemp Annín (2022c). *Zázemí autokempu*. Dostupné 17. 3. 2022 z <https://www.kempannin.cz/cz/zazemi.html>
- Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada Publishing.
- Květena Šumavy (2022). *O projektu*. Dostupné 16. 3. 2022 z <https://www.florasilvaegabretae.eu/homepage/project>
- Lohmann, G., & Panosso Netto, A. (2017). *Tourism Theory – concepts, models and systems*. CABI.
- Loudová, D. (2016). *Léto na Mouřenci bude plné koncertů i divadla*. Dostupné 5. 4. 2022 z https://www.denik.cz/ostatni_kultura/leto-na-mourenci-bude-plne-koncertu-i-divadla-20160714.html
- Milota, L. (2021). *Výstava šumavského Mouřence v Plzni*. Mouřenec. Dostupné 5. 4. 2022 z <https://www.facebook.com/Mourenec/>
- Milota, L. (2022). *Mouřenec*. Dostupné 5. 4. 2022 z <https://www.facebook.com/Mourenec/>
- Mouřenec (2022a). *Přátelé Mouřence, z. s.* Dostupné 30. 3. 2022 z <http://www.pratelemourence.cz/pratele-mourence/>
- Mouřenec (2022b). *Prohlídky*. Dostupné 30. 3. 2022 z <http://www.pratelemourence.cz/prohlidky/>
- Mouřenec (2022c). *Mouřenecké léto – program 2021*. Dostupné 19. 4. 2022 z <http://www.pratelemourence.cz/news/mourenecke-leto-2021-cely-program/>
- Muzeum lehkého opevnění Annín (2013a). *Rekonstrukce*. <http://ropik-annin.cz/rekonstrukce.html>
- Muzeum lehkého opevnění Annín (2013b). *Fotogalerie*. https://muzeum-opevneni-annin.rajce.idnes.cz/01_Muzeum_opevneni_Annin_-_Hlavni_objekt_muzea_H-40_16_A-120/797034621
- Národní park Šumava (2022a). *Územní ochrana*. Dostupné 8. 3. 2022 z <https://www.npsumava.cz/priroda/veda-a-vyzkum/uzemni-ochrana/>
- Národní park Šumava (2022b). *Příroda. Přírodní poměry*. Dostupné 8. 3. 2022 z <https://www.npsumava.cz/priroda/prirodni-pomery/>
- Národní park Šumava (2022c). *Biotopy*. Dostupné 15. 3. 2022 z <https://www.npsumava.cz/priroda/biotopy/>

- Národní park Šumava (2022d). *Vlci pod drobnohledem – zoologové nonstop sledují jejich pohyb na Šumavě*. Dostupné 16. 3. 2022 z <https://www.npsumava.cz/vlci-pod-drobnohledem-zoologove-nonstop-sleduji-jejich-pohyb-na-sumave/>
- Obec Vatětice, (2022). *Turistické cíle*. Dostupné 2. 4. 2022 z <https://www.vatetice.cz/turisticke-cile/>
- Page, J., S., & Connell, J. (2020). *Tourism: a modern synthesis*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Penzion Jana (2022a). *Ubytování v penzionu*. Dostupné 17. 3. 2022 z https://www.penzion-jana.cz/penzion_jana_ubytovani_na_sumave.html
- Penzion Jana (2022b). *Ceník ubytování a stravování*. Dostupné 17. 3. 2022 z <https://www.penzion-jana.cz/cenik.html>
- Penzion Jana (2022c). *Fotogalerie*. Dostupné 17. 3. 2022 z <https://www.penzion-jana.cz/fotogalerie.html>
- Penzion Pod Lesem Annín (2022a). *Penzion Pod Lesem Annín, ubytování na Šumavě*. Dostupné 17. 3. 2022 z <http://www.annin.cz/>
- Penzion Pod Lesem Annín (2022b). *Ceník ubytování*. Dostupné 17. 3. 2022 z <http://www.annin.cz/cenik-ubytovani>
- Penzion Pod Lesem Annín (2022c). *Fotogalerie*. Dostupné 17. 3. 2022 z <http://www.annin.cz/fotogalerie>
- Ryglová, K. (2009). *Cestovní ruch. Soubor studijních materiálů*. (3. vyd.). KEY Publishing.
- Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Grada Publishing.
- Seznam.cz, a.s. (2022a). *Mapy.cz. Annínsko*. Dostupné 30. 3. 2022 z <https://mapy.cz/zakladni?x=13.5096494&y=49.1756024&z=15>
- Seznam.cz, a.s. (2022b) *Stream.cz. Zmizelá Šumava*. Dostupné 31. 3. 2022 z <https://www.stream.cz/zmizela-sumava>
- Sklárna Annín (2022a). *Historie sklárny Annín*. Dostupné 17. 3. 2022 z <https://www.annin-glass.cz/historie/>
- [Sklárna Annín \(2022b\). Hlavní stránka](https://www.annin-glass.cz/). Dostupné 5. 4. 2022 z <https://www.annin-glass.cz/>
- Sklárna Annín s.r.o. (2022). *Sklárna Annín s.r.o.* <https://sklarnaannin.shop1.cz/>
- Šauer, M., Vystoupil, J., Holešinská, A., Palatková, M., Zelenka, J., Fialová, D., Vágner, J., Haláček, P., Repík, O. & Petr, O. (2015). *Cestovní ruch. Učební text*. Masarykova univerzita. Dostupné 15. 12. 2021 z: https://www.econ.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/studijni_texty/cestovni_ruch_e_PDF.pdf
- ŠumavaNet.cz (2022a). *Sklárna v Anníně*. Dostupné 24. 3. 2022 z <https://www.sumavanet.cz/dlouhaves/fr.asp?tab=snet&id=1215&burl=&pt=HS>
- ŠumavaNet.cz (2022b). *Úvod*. Dostupné 2. 4. 2022 z <https://www.sumavanet.cz/novemestecko/default.asp>

- ŠumavaNet.cz (2022c). *Ubytování*. Dostupné 2. 4. 2022 z <https://www.sumavanet.cz/novemestecko/ubytovani.asp>
- ŠumavaNet.cz (2022d). *Ceník*. Dostupné 2. 4. 2022 z <https://www.sumavanet.cz/novemestecko/cenik.asp>
- ŠumavaNet.cz (2022e). *Fotogalerie*. Dostupné 2. 4. 2022 z <https://www.sumavanet.cz/novemestecko/fotogalerie.asp>
- Tábořiště Annín (2022a). *O tábořišti*. Dostupné 2. 4. 2022 z <https://www.taboristeannin.cz/o-taboristi/>
- Tábořiště Annín (2022b). *Ceník*. Dostupné 2. 4. 2022 z <https://www.taboristeannin.cz/cenik/>
- Turistická oblast Pošumaví, z.s. (2022). *Hartmanice – Švédské hroby*. Dostupné 2. 4. 2022 z <https://www.toposumavi.cz/posumavi/fr.asp?tab=venkov21RPO&id=271&burl=&pt=TPA>
- Turistika.cz (2004). *Annín*. Dostupné 8. 3. 2022 z <https://www.turistika.cz/mista/annin/detail>
- Turistika.cz (2021). *Obrázky ze Šumavy – Hrobka rodiny Schmid nad obcí Annín*. Dostupné 17. 3. 2022 z <https://www.turistika.cz/mista/obrazky-ze-sumavy-hrobka-rodiny-schmid-nad-obci-annin/detail>
- Vesnice roku (2022a). *O soutěži*. <https://www.vesniceroku.cz/o-soutezi/soutez>
- Vesnice roku (2022b). *Podmínky*. <https://www.vesniceroku.cz/o-soutezi/podminky>
- Vesnice roku (2022c). *Ocenění*. <https://www.vesniceroku.cz/o-soutezi/oceneni>
- VisitSumava.cz (2022). *Šumava – všeobecné informace*. Dostupné 15. 3. 2022 z <http://www.visitsumava.cz/cz/sumava-vseobecne-informace/19/>
- Vystoupil, J., Holešinská, a., & Šauer, M. (2007). *Vymezování destinace a formulace jejích charakteristik a organizace cestovního ruchu v destinaci*. Skripta. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Dostupné 11.1.2022 z https://www.mmr.cz/getmedia/656473c9-3527-4007-aafd-b09f029ea418/GetFile2_3.pdf
- Vystoupil, J., Šauer, M., Holešinská, A., & Metelková, P. (2006). *Základy cestovního ruchu*. Masarykova univerzita.
- Wander Book (2022a). *Myšlenka projektu*. <https://cs.wander-book.com/myshlenka-projektu.htm>
- Wander Book (2022b). *CZ-4282 Kostel sv. Mořice v Anníně*. <https://cs.wander-book.com/kostel-sv-morice-v-annine-m12043.htm?q=kostel%20sv.%20mo%C5%99ice>
- Wander Book (2022c). *CZ-3553 Sklárna Annín*. <https://cs.wander-book.com/sklarna-annin-m10532.htm?q=skl%C3%A1rna%20ann%C3%ADn>

Seznam tabulek

Tab. 1: Analýza nabídky ubytovacích zařízení.....	41
Tab. 2: Analýza cen pobytu v místních kempech.....	43
Tab. 3: Analýza cen pobytu v okolních kempech.....	44
Tab. 4: Přehled počtů spojů hromadné dopravy k 30. 3. 2022 směřujících do Annína..	45
Tab. 5: Hodnocení webových stránek vybraných ubytovacích zařízení	58
Tab. 6: Klíčová slova navržená pro kostel sv. Mořice.....	59
Tab. 7: Klíčová slova navržená pro sklárnu Annín	60
Tab. 8: Klíčová slova navržená pro brusírnu Rajsko.....	60

Seznam obrázků

Obr. 1: Cestovní ruch jako systém.....	11
Obr. 2: Prostorový model podle P. Mariota.....	13
Obr. 3: Selektivní faktory	14
Obr. 4: Ukazatele pro hodnocení úrovně realizačních faktorů	16
Obr. 5: Druhy dopravy.....	19
Obr. 6: Porterův model pěti konkurenčních sil.....	25
Obr. 7: Vyznačení vesnice Annín na hranici CHKO Šumava.....	28
Obr. 8: Vymezení regionu Annínsko	29
Obr. 9: Logo sklárny Annín.....	33
Obr. 10: Sklárna Annín.....	34
Obr. 11: Příklad vyráběných výrobků sklárny Annín.....	34
Obr. 12: Hlavní objekt muzea.....	35
Obr. 13: Plán hřbitova.....	36
Obr. 14: Kostel sv. Mořice.....	36
Obr. 15: Švédské hroby	37
Obr. 16: Brusírna Rajsko	38
Obr. 17: Hotel Annín	39
Obr. 18: Penzion Jana	40
Obr. 19: Penzion Pod Lesem Annín - hlavní budova i chata.....	40
Obr. 20: Stanové městečko	42
Obr. 21: Restaurace v kempu Annín.....	42
Obr. 22: Chatky.....	43
Obr. 23: Restaurace.....	43
Obr. 24: Znalost Annínska z pohledu respondentů.....	48
Obr. 25: Hodnocení návštěvy lokality	49

Obr. 26: Podněty, které vedli k návštěvě místa	50
Obr. 27: Místa stravování respondentů.....	51
Obr. 28: Místa využitá k ubytování (n = 42)	52
Obr. 29: Kolik respondentů by doporučilo návštěvu někomu jinému.....	53
Obr. 30: Myslíte si, že je tato lokalita pro turisty zajímavá.....	54
Obr. 31: Kolik respondentů zahlédlo propagační materiály	55
Obr. 32: Počet respondentů, kteří zahlédli propagační materiál (n = 34).....	56
Obr. 33: Kostel sv. Mořice.....	64
Obr. 34: Sklárna Annín	64
Obr. 35: Návrh vzhledu virtuální prohlídky	69
Obr. 36: Návrh menu virtuální prohlídky	70

Seznam použitých zkratk

UNWTO – z angl. United Nations World Tourism Organization (Světová organizace cestovního ruchu)

CR – Cestovní ruch

HDP – Hrubý domácí produkt

USP – z angl. Unique Selling Proposition (Jedinečný prodejní argument)

OSN – Organizace spojených národů

CHKO – Chráněná krajinná oblast

ČSSR – Československá socialistická republika

NP – Národní park

CHOPAV – Chráněná oblast přirozené akumulace vod

CZ – Česká republika

SK – Slovenská republika

HU – Maďarsko

PL – Polsko

TIC – Turistické informační centrum

DPH – Daň z přidané hodnoty

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník

Příloha B: Program Mouřeneckého léta

Příloha A: Dotazník

Využití atraktivit Annínska pro rozvoj turismu

Dobrý den. Jsem studentkou třetího ročníku bakalářského studia na Západočeské univerzitě v Plzni. V praktické části mé bakalářské práce se zaměřuji na vyhodnocení atraktivity a potencialu pro rozvoj cestovního ruchu malé lokality Annínsko na Šumavě. Dotazník je vytvořen a uzpůsoben jak respondentům, kteří místo znají a navštívili jej, tak respondentům, kteří místo neznají. Chtěla bych Vás požádat o vyplnění tohoto krátkého dotazníku, který Vám zabere necelé 3 minuty Vašeho času. Předem děkuji za vyplnění.

1) Znáte lokalitu Annínsko na Šumavě? (vesnice Annín poblíž Kašperských Hor)

- a) Ano, ale nenavštívil/a jsem toto místo *následuje otázka 2*
- b) Ano, navštívil/a jsem toto místo *následuje otázka 5*
- c) Neznám, ale slyšel/a jsem o tomto místě *následuje otázka 2*
- d) Neznám, neslyšel/a jsem o tomto místě *následuje otázka 2*

Annínsko je malý region skládající se z malých vesniček nedaleko Kašperských Hor na Šumavě. Pro představu zde můžete navštívit hotel Annín, sklárnu Annín, Autocamping, muzeum lehkého opevnění či kostel sv. Mořice. Jsou zde pravidelně konány různé akce a prohlídky. Lokalitu můžete navštívit například cestou na hrad Kašperk, město Kašperské Hory či Rejštejn.

2) Na základě popisu výše, myslíte si, že je tato lokalita pro turisty zajímavá? Uveďte stručný důvod.

.....
.....

3) Navštívil/a jste některá z těchto míst z blízkého okolí Annína? Vyberte která.

- Hrad Kašperk
- Město Kašperské Hory
- Město Hartmanice
- Rozhledna Na Sedle
- Město Sušice
- Město Rejštejn

- Dračí skály
- Nenavštívil/a
- Jiné:

4) Zahlédli/a jste na sociálních sítích či na internetu propagaci tohoto místa?

- a) Ano *následuje otázka 18*
- b) Ne *následuje otázka 19*
- c) Nejsem si vědom/a *následuje otázka 19*

5) Která z těchto míst jste na Annínsku navštívila?

- Hotel Annín
- Sklárna Annín
- Kostel sv. Mořice v Anníně
- Autocamping Annín
- Muzeum lehkého opevnění
- Penzion pod Lesem
- Hrobka rodiny Schmidtů (kaple)
- Penzion a restaurace Jana
- Jiné:

6) Jak hodnotíte svoji návštěvu?

Nespokojen/a 1 2 3 4 5 Spokojen/a

7) Myslíte si, že je tato lokalita pro turisty zajímavá? Uveďte stručný důvod.

.....
.....

8) Bylo pro Vás snadné se na toto místo dopravit?

- a) Ano *následuje otázka 10*
- b) Ne *následuje otázka 9*

9) Na základě Vaší předchozí odpovědi, v čem nebyla doprava na toto místo snadná? Zdůvodněte.

.....
.....

10) Co Vás vedlo k návštěvě této lokality?

- Exkurze se školou
- Pravidelné cestování po Šumavě
- Doporučení od známých/rodiny
- Zahlédnutí prospektu na sociálních sítích či na internetu
- Jiné:

11) Kde jste využil/a možnost občerstvení se?

- a) Annín – restaurace hotelu, restaurace Jana, Autocamping
- b) Kašperské Hory
- c) Sušice
- d) Rejštejn
- e) Dlouhá Ves
- f) Klatovy
- g) Měl/a jsem s sebou vlastní jídlo
- h) Jiné:

12) Annínsko jste navštívil/a v rámci:

- a) Jednodenního výletu (bez přenocování mimo domov) *následuje otázka 14*
- b) Vícedenního výletu *následuje otázka 13*

13) Kde jste využil/a možnost ubytovat se?

- a) Annín – hotel, autocamping, penzion Jana, penzion Sklárna...
- b) Sušice
- c) Rejštejn
- d) Kašperské Hory
- e) Hartmanice
- f) Vlastní bydlení (chata, dům, karavan)
- g) Jiné:

14) Navštívil/a jste některá z těchto míst z blízkého okolí Annína? Vyberte která.

- Hrad Kašperk
- Město Kašperské Hory
- Město Hartmanice

- Rozhledna Na Sedle
- Město Sušice
- Město Rejštejn
- Dračí skály
- Nenavštívil/a
- Jiné:

15) Doporučil/a byste návštěvu Annínska někomu jinému?

- a) Rozhodně ano *následuje otázka 17*
- b) Spíše ano *následuje otázka 17*
- c) Spíše ne *následuje otázka 16*
- d) Rozhodně ne *následuje otázka 16*

16) Na základě Vaší předchozí odpovědi, z jakého důvodu byste návštěvu Annínska nedoporučil/a? Uveďte důvod.

.....

.....

17) Zahlédli/a jste na sociálních sítích či na internetu propagaci tohoto místa?

- a) Ano *následuje otázka 18*
- b) Ne *následuje otázka 19*
- c) Nejsem si vědom/a *následuje otázka 19*

18) Na základě Vaší přechozí odpovědi, který z těchto prospektů jste zahlédli/a?

Možnost 1



Možnost 2



Zdroj: Milota, 2021

Zdroj: Milota, 2021

Možnost 3



Zdroj: Milota, 2021

Možnost 4



Zdroj: Milota, 2021

Možnost 5



Zdroj: Milota, 2021

Možnost 6



Zdroj: Milota, 2021

Žádný z výše uvedených, zahlédl/a jsem jiný

19) Jaké je Vaše pohlaví?

- a) Žena
- b) Muž

20) Jaký je Váš věk?

- a) 15 – 25 let
- b) 26 – 35 let
- c) 36 – 45 let
- d) 46 – 55 let
- e) 56 – 65 let
- f) 66 a více let

21) Jaké je Vaše místo bydliště (okres)?

- a) Klatovy
- b) Domažlice
- c) Plzeň – jih
- d) Plzeň město
- e) Plzeň – sever
- f) Rokycany
- g) Tachov
- h) Mimo Plzeňský kraj

Příloha B: Program Mouřeneckého léta



pořádá spolek Přátelé Mouřence s podporou Förderkreis zur Erhaltung von St. Maurenzen, e. V. a ŘKF Mouřenec a za přispění OÚ Dlouhá Ves.

DALŠÍ PROHLÍDKY JE MOŽNÉ DOMLUVIT NA TEL. 731 69 27 03

ŽÁDÁME NÁVŠTĚVNÍKY, ABY RESPEKTOVALI AKTUÁLNÍ PLATNÁ PROTIEPIDEMICKÁ NAŘÍZENÍ A OPATŘENÍ!

PŘI AKCÍCH (s výjimkou prohlídek a mše) PROSÍME PROKAŽTE SVOU BEZINFEKČNOST!

PROGRAM SE MŮŽE MĚNIT V ZÁVISLOSTI NA VÝVOJI EPIDEMICKÉ SITUACE!

AKTUÁLNÍ INFORMACE A PŘÍPADNÉ AKTUALIZACE PROGRAMU NAJDETE NA

WWW.PRATELEMOURENCE.CZ nebo WWW.FACEBOOK.COM/MOURENEC.

PŘI AKCÍCH NA MOUŘENCI MÁME PRO NÁVŠTĚVNÍKY K DISPOZICI ROUŠKY A DESINFEKCI.



- pá 23/7 (20 h) **ŠUMAVSKÝ VEČER S EMILEM KINTZLEM A PRO EMILA KINTZLA** S písněmi Tonika Yettiho Jelínka.
so 24/7-ne 25/7 **MOUŘENEC DOKOŘÁN: KOMENTOVANÉ PROHLÍDKY** (v rámci annínské pouti)
Prohlídky kostela a kostnice: v PÁ+NE: noční ve 22, 22:30 a 23 h, v SO i v NE: od 11 – 13 a od 16:30 do 18:30 h.
- ne 25/7 (18:30) **TEČKA ZA ANNÍNSKOU POUTÍ** a malý koncert pro farnost Moravská Nová Ves postiženou tornádem.
pá 30/7 (22 h -) **NOČNÍ PROHLÍDKY MOUŘENCE PŘI SVÍČKÁCH**
Prohlídky začínají ve 22, 22:30 a 23 h. (vždy max. 9 osob, rezervace možná na tel. 731692703)
- so 31/7 (22 h -) **NOČNÍ PROHLÍDKY MOUŘENCE PŘI SVÍČKÁCH**
Prohlídky začínají ve 22, 22:30 a 23 h. (vždy max. 9 osob, rezervace možná na tel. 731692703)
- so 14/8 (19 h) **MAŠINFÍRA SI DÁ BACHA! VARHANNÍ KONCERT JANY HAVLÍČKOVÉ**
Každoroční koncert varhanice z Dvora Králové nad Labem, která je v civilu strojvedoucí.
Vstupenky za 100 Kč k dostání na místě.
- pá 20/8 (20 h) **ELIAS.** Koncert klatovské skupiny. Spirituály a písně ve vícehlasých úpravách.
Vstupenky za 150 Kč k dostání na místě.
- pá 20/8 (22 h -) **NOČNÍ PROHLÍDKY MOUŘENCE PŘI SVÍČKÁCH**
Prohlídky začínají ve 22, 22:30 a 23 h. (vždy max. 9 osob, rezervace možná na tel. 731692703)
- „Mořicova DUCHNA“ – multižánrový den na Mouřenci**
- so 28/8 (11-13 h) **OTEVŘENÝ MOUŘENEC: PROHLÍDKY**
Kostel bude otevřený od 11 h. Od 11.30 h a 12.15 h jsou možné prohlídky pro 9 osob
(rezervace možná na tel. 731692703)
- so 28/8 (14 h) **TOUCH OF GOSPEL** Koncert plzeňského gospelového sboru.
- so 28/8 (16:30-) **OTEVŘENÝ MOUŘENEC: PROHLÍDKY**
Kostel bude otevřený od 16.30 h. Od 17 h a 17.45 h jsou možné prohlídky pro 9 osob
(rezervace možná na tel. 731692703)
- so 28/8 (18:30) **PŘÍBĚH MOUŘENECKÝCH FRESEK** O freskách bude přednášet prof. PhDr. Ing. Jan Royt, Ph.D.
- so 28/8 (21 h -) **NOČNÍ PROHLÍDKY MOUŘENCE PŘI SVÍČKÁCH**
Prohlídky začínají ve 21, 21:30, 22, 22:30 a 23 h. (vždy max. 9 osob, rezervace možná na tel. 731692703)
- so 25/9 (14h) **ČESKO-NĚMECKÁ POUŤ KE SV. MOŘICI** Bohoslužba a závěr Mouřeneckého léta 2021. Setkání rodáků.

změny možné * www.pratelemourence.cz * www.facebook.com/mourenec * lukas.milota@centrum.cz, tel. 607118846

Abstrakt

Geigerová, T. (2022). *Využití atraktivit Annínska pro rozvoj turismu* [Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni].

Klíčová slova: cestovní ruch, předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, webové stránky, marketingové aktivity v lokalitě

Bakalářská práce se zabývala rozvojem cestovního ruchu v regionu Annínsko na Šumavě. Hlavním cílem této práce je analyzovat znalost a návštěvnost tohoto místa z pohledu respondentů. Práce se skládá ze dvou částí, teoretické a praktické. Teoretická část je zaměřena na definování základních pojmů potřebných pro pochopení problematiky rozvoje cestovního ruchu a přiblížení podmínek potřebných pro tento rozvoj. Na tuto část navazuje praktická část práce, která analyzuje předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v lokalitě Annínsko, postoj návštěvníků k lokalitě zjištěný z dotazníkového šetření a marketingové aktivity, které jsou v této lokalitě uskutečňovány. Poslední část práce se zaměřuje na celkové zhodnocení výsledků a návrh nápravného opatření, které je navrženo dle získaných výstupů z praktické části.

Abstract

Geigerová, T. (2022). *Utilization of the attractions of Annínsko for the development of tourism* [Bachelor Thesis, University of West Bohemia].

Key words: tourism, preconditions for tourism development, websites, marketing activities in the locality

The bachelor thesis dealt with the development of tourism in the Annínsko region in Šumava. The main goal of this work is to analyze the knowledge and attendance of this place from the perspective of respondents, The work consist of two parts, theoretical and practical. The theoretical part is focused on defining the basic concepts needed to understand the issues of tourism development and approach the conditions needed for this development. This part is followed by a practical part of the work, which analyzes the preconditions for the development of tourism in the locality Annínsko, the attitude of visitors to the locality found from the questionnaire survey and marketing activities that are carried out in this locality. The last part of the work focuses on the overall evaluation of the results and the proposal of corrective measures, which are designed according to the results obtained from the practical part.