

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Diplomová práce

**Inovace v cestovním ruchu jako impuls
regionálního rozvoje na Plzeňsku**

**Innovations in Tourism as an Impulse of Regional
Development in the Pilsen Region**

Kristýna Šedivcová

Plzeň 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma

„Inovace v cestovním ruchu jako impuls regionálního rozvoje na Plzeňsku“

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

Plzeň dne 22. 4. 2022

v. r. *Kristýna Šedivcová*

Zde bych ráda poděkovala panu doc. PaedDr. Jaroslavu Dokoupilovi, Ph.D. za odborné vedení mé diplomové práce, za jeho čas, cenné poznámky a možnost konzultací. Dále bych ráda poděkovala všem pověřeným osobám, za jejich přínos pro praktickou část této diplomové práce. V poslední řadě bych také ráda vyjádřila poděkování mé rodině, bez jejichž podpory bych tuto práci nedokončila.

Obsah

Úvod	8
1 Rozbor literatury	10
2 Cíle a hypotézy	12
2.1 Cíle.....	12
2.2 Hypotézy	12
3 Metodika	13
4 Regionální rozvoj	15
4.1 Regionální politika.....	15
4.2 Základní pojmy	16
4.2.1 Region.....	16
4.2.2 Rozvoj.....	16
4.2.3 Regionální rozvoj.....	16
5 Cestovní ruch	18
5.1 Definice a pojmy cestovního ruchu	18
5.2 Druhy cestovního ruchu.....	20
5.2.1 Cestovní ruch podle místa realizace	20
5.2.2 Cestovní ruch podle způsobu účasti a formy úhrady nákladů účasti	21
5.2.3 Cestovní ruch podle způsobu zabezpečení jeho průběhu	21
5.2.4 Cestovní ruch podle délky trvání cesty	21
5.2.5 Cestovní ruch podle počtu účastníků a způsobu organizování	21
5.3 Formy cestovního ruchu	22
5.3.1 Rekreační forma.....	22
5.3.2 Kulturní forma	22
5.3.3 Sportovně turistická forma.....	22

5.3.4	Společenská forma	23
5.3.5	Ekonomická forma	23
5.3.6	Specifická forma	23
5.4	Předpoklady cestovního ruchu	23
5.4.1	Lokalizační předpoklady	24
5.4.2	Selektivní předpoklady	24
5.4.3	Realizační předpoklady	25
5.5	Vliv cestovního ruchu na regionální rozvoj	26
5.5.1	Vliv městského cestovního ruchu na regionální rozvoj	27
5.5.2	Vliv venkovského cestovního ruchu na regionální rozvoj	27
6	Inovace	29
6.1	Inovace v cestovním ruchu	29
6.2	Typologie inovací	31
6.2.1	Produktové (výrobní) inovace	32
6.2.2	Procesní inovace	32
6.2.3	Marketingové inovace	33
6.2.4	Organizační inovace	33
7	Obecná charakteristika vymezeného území Plzeňsko	34
8	Předpoklady vymezeného území Plzeňsko	38
8.1	Selektivní (stimulační) předpoklady	38
8.1.1	Objektivní předpoklady	38
8.1.2	Subjektivní předpoklady	38
8.2	Lokalizační předpoklady	40
8.2.1	Přírodní předpoklady	40
8.2.2	Kulturně-historické předpoklady	44
8.3	Realizační předpoklady	47

8.3.1	Informační služby	47
8.3.2	Ubytovací služby	48
8.3.3	Stravovací služby	50
9	Zhodnocení inovací u zvolených atraktivit cestovního ruchu na Plzeňsku a jejich dopad na regionální rozvoj	51
9.1	Pivovar Plzeňský Prazdroj	53
9.2	Techmania Science Center	55
9.3	Industriální stezka – Stopovačka	58
9.4	Zoologická a botanická zahrada Plzeň	61
9.5	Divadlo J. K. Tyla v Plzni	66
9.6	Naučná stezka Spejbla a Hurvínka	69
9.7	Nová lávka a cyklotrasa do Lhoty	71
9.8	Bikeheart	75
9.9	Projekt Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015	78
10	Návrhy inovací v cestovním ruchu na Plzeňsku	87
	Závěr	91
	Seznam použitých zdrojů	97
	Odborná literatura	97
	Kvalifikační práce	98
	Zdroje z webových stránek	98
	Seznam tabulek	102
	Seznam obrázků	103
	Přílohy	
	Abstrakt	
	Abstract	

Úvod

Tato diplomová práce se zabývá inovativními postupy a návrhy v cestovním ruchu, které mají nebo by měly mít pozitivní vliv na regionální rozvoj na Plzeňsku. Vymezená oblast, ve které jsou tyto inovativní postupy hodnoceny, zahrnuje jak turisticky atraktivní městské centrum Plzně, tak jeho venkovské okolí, které je vyhledáváno pro svoji typickou venkovskou turistickou atraktivitu.

Plzeňsko představuje bohatou základnu v tvorbě inovací a zahrnuje nespočet významných a turisticky atraktivních oblastí, ve kterých lze tyto inovace využít. Zaměříme-li se přímo na centrum Plzeňska, tak zde je tahounem cestovního ruchu z pohledu gastronomie zaručeně Plzeňský Prazdroj. S exportem do více než 50 zemí je považován za lídra mezi všemi domácími výrobci piva na Plzeňsku a za největšího exportéra českého piva z celé České republiky. Plzeňský Prazdroj je vhodným místem pro tvorbu a uskutečnění různých typů inovací. Například v roce 2019 odstartoval tzv. BREWRACE, což je jedinečná akce pro studenty technických univerzit, technické nadšence, ale i laickou veřejnost. Ve spolupráci s mentory a odborníky z Plzeňského Prazdroje soutěžili o nejlepší návrh na konstrukci revolučního výčepního zařízení. Tři nejlepší týmy poté vyhrály pivo na 10 let zdarma. Jedná se o projekt, který přináší příležitost zavést inovace do oboru pivovarnictví (TYINTERNETY.CZ, 2019). Podle marketingového ředitele Plzeňského Prazdroje Romana Trzaskalika: „Brewrace je příležitost přinést inovace do oboru pivovarnictví. Můžeme ukázat světu, že jsme nejen nadšení konzumenti piva, ale také nadaný národ a dokážeme vymyslet unikátní technické zařízení.“ Dalším velice významným podnikem cestovního ruchu na Plzeňsku je Techmania Science Center. Techmania přináší bezesporu nespočet inovací a nápadů. Za takové se považuje například projekce ve 3D Planetáriu. Projekce poskytuje návštěvníkovi prozkoumat zblízka až 140 000 hvězd, zhlédnout model Galaxie, mlhoviny nebo třeba strukturu vesmíru (Techmania Science Center, n.d.d).

Zaměříme-li se na Plzeňsko formou sportovního cestovního ruchu, tak v roce 2014 byla vybudována nová cyklostezka při výstavbě Západního okruhu Plzně, která spojuje zónu Borská pole, sídliště Skvrňany a chebskou výpadovku. Tato výstavba umožnila bezpečnější a komfortnější pohyb pro cyklisty podél silnice. Také venkovský prostor se může pyšnit rozsáhlou návštěvností zajímavých lokalit. Ve venkovském prostoru Plzeňska se nachází mnoho hradů a zámků.

Při výběru tohoto tématu a lokality hrálo hlavní roli několik faktorů. Téma bylo zvoleno z důvodu zájmu dozvědět se o něm podrobnější informace se zapojením konkrétní oblasti. Na druhou stranu bylo Plzeňsko zvoleno z důvodu osobního zájmu pro svoji turistickou atraktivnost. Bude jistě velice zajímavé a obohacující se o Plzeňsku, místních turistických aktivitách a s nimi spojených inovací dozvědět více.

K pochopení regionálního rozvoje a regionální politiky, která je s rozvojem bezprostředně spojována, cestovního ruchu a jeho členění a v poslední řadě inovací a jejich typologie nám byla nápomocna teoretická část této diplomové práce. Potřebné informace byly čerpány ze sekundárních dat, která byla získávána rozborem odborné literatury, analýzou internetových zdrojů a dalších publikací.

Praktická část se zaměřuje na charakteristiku zkoumané oblasti z pohledu cestovního ruchu a následné zhodnocení inovací v rámci cestovního ruchu na Plzeňsku. Pro praktickou část byly stanoveny dvě hypotézy, které prostřednictvím cílů budou potvrzeny, nebo vyvráceny.

1 Rozbor literatury

K pochopení a vysvětlení vybrané problematiky, kterou se zabývá tato diplomová práce, sloužila především odborná literatura, publikace a internetové zdroje.

Publikace od X. Decella (n.d.) s názvem „*A Conceptual and Dynamic Approach to Innovation in Tourism*“ byla jednou ze základních publikací, ze které bylo čerpáno v rámci inovací. Publikace pojednává o vývoji inovací, jejich dělení a podrobné definici. V práci byla využita především ta část publikace, která se zabývá obecným vymezením pojmu inovací a procesem jejich integrací.

Dalším klíčovým dílem při řešení problematiky inovací byla publikace „*Aplikace konceptu regionálních inovačních systémů a implikace pro inovační politiku*“ od V. Žitka a V. Klímové (2015). Z této knihy byly čerpány především informace o inovacích jakožto o velice důležitých nástrojích pro dosahování hospodářských a environmentálních cílů a ke zvyšování konkurenceschopnosti a rozvoji regionů.

Další publikací, která se zabývá touto problematikou, je publikace „*Innovation in Hospitality and Tourism Industries*“ od Bilgihana a Nejady (2015), která popisuje inovativní technologie a jejich přínos pro cestovní ruch a pohostinství. Autor uvádí přesné příklady těchto inovací a jejich interakce a přínosy. Další publikací je dílo s názvem „*Inovace. Typy inovací. Metriky inovací*“ od Janusonise a Krieviny (2009), ze kterého bylo čerpáno v rámci typologie inovací.

Při rozebírání problematiky cestovního ruchu byla využita kniha od Šauera et al. (2015) „*Cestovní ruch*“, která se zabývá všemi oblastmi cestovního ruchu a jeho přínosy pro regionální rozvoj. Využity byly části pro definici cestovního ruchu a jeho druhy. Dále zde bylo využito informací o multidisciplinarnitě cestovního ruchu – jak se cestovní ruch prolíná s ostatními sférami, např. ekologií, zemědělstvím, marketingem apod.

Při vysvětlování problematiky cestovního ruchu byla dále nápomocna kniha od Hamarnehové (2012) „*Geografie turismu. Mimoevropská teritoria*“, která popisuje jednotlivé předpoklady cestovního ruchu.

Klíčovými díly pro definování regionální politiky byly publikace od Wokouna, Kouřilové a Lukáše (2002) „*Výkladový slovník regionální a strukturální politiky Evropské unie*.“, Vanhove a Klaassena (1983) „*Regional Policy: A European Approach Aveburg*“, Halla

(1992) „*Urban & Regional Planning*“, Goodalla (1987) „*Dictionary of Human Geography*“ a Lauschmanna (1973) „*Grundlagen einer Theorie der Regionalpolitik*“.

Při definování pojmu „region“ byla přínosná publikace od J. Ježka a kol. (2014) „*Regionální rozvoj*“.

Publikace od autorů Pavlíka et al. (2016) nesoucí název „*Podpora lokální ekonomiky. Využití skrytých potenciálů v regionech*“ byla nápomocná pro definici problematiky regionálního rozvoje. Autoři zde definují regionální rozvoj z akademického hlediska jako aplikaci nauk, která se zabývá jevy, procesy a vztahy určitého prostoru.

Z internetových zdrojů byly využity především internetové stránky Českého statistického úřadu (ČSÚ), ze kterých byly čerpány data a informace, charakteristiky a základní údaje o vymezeném území Plzeňsko. Pro návrh inovací v praktické části byl inspirací dokument od Stříbrné et al. (2007) „*Aktualizace programu rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje*“.

2 Cíle a hypotézy

2.1 Cíle

Stěžejním a klíčovým cílem této diplomové práce bylo zhodnocení přínosu inovací v cestovním ruchu jako impulsu regionálního rozvoje na Plzeňsku. Cíle, které nám byly nápomocny k dosažení hlavního cíle, jsou: analýza selektivních, lokalizačních a realizačních předpokladů pro cestovní ruch na Plzeňsku, vyhledání a zjištění inovací v rámci zvolených atraktivit a lokalit v cestovním ruchu na Plzeňsku a jejich následné analyzování a rozdělení podle typologie inovací do jedné ze čtyř typů, které byly definovány v teoretické části diplomové práce.

Ke zhodnocení inovací v cestovním ruchu jako impulsu regionálního rozvoje na Plzeňsku byly zvoleny následující indikátory:

- Druh cílové skupiny návštěvníků
- Vývoj objemu návštěvnosti
- Pozitivní / negativní přínosy inovací pro cestovní ruch

Dalším doplňkovým cílem bylo navrhnout inovační řešení, která by umožnila rozvoj cestovního ruchu na Plzeňsku.

2.2 Hypotézy

V rámci diplomové práce byly zvoleny dvě hypotézy, které byly v závěru práce potvrzeny nebo zamítnuty. Těmito hypotézami jsou:

- Zavedené inovace ve vybraných lokalitách cestovního ruchu pozitivně ovlivnily objem návštěvnosti turistů.
- V důsledku zavedení inovací ve zvolených atraktivitách v cestovním ruchu došlo k regionálnímu rozvoji Plzeňska.

3 Metodika

V této práci se musíme zaměřit na primární data a sekundární data. Primární data jsou získávána prostřednictvím terénního výzkumu, který probíhá na základě osobní návštěvy daného místa, a pomocí expertních rozhovorů s vybranými osobami, které se zaměřují na probíranou problematiku. Tento typ dat je získáván osobním kontaktem nebo také písemně, například v podobě emailů. V této práci bylo využito jak pozorování, kdy výzkum probíhal návštěvou jednotlivých zkoumaných atraktivit, tak zde proběhly i již zmíněné expertní rozhovory s pověřenými osobami. Expertní rozhovory proběhly převážně v písemné formě prostřednictvím emailů s otázkami. Pomocí těchto dat byly získávány například informace o druhu cílové skupiny, objemu návštěvnosti, nocování apod. Sekundární data se získávají z kabinetního výzkumu, který má podobu odborné literatury, různých typů publikací nebo třeba internetových zdrojů. V této práci byla využita hlavně odborná literatura od autorů, kteří se zabývají řešenou problematikou inovací, cestovním ruchem a regionálním rozvojem. Dále bylo jako podklad a pro inspiraci využito několik bakalářských a diplomových prací. Čerpáno bylo samozřejmě i z vědeckých článků a webových stránek Plzně a Plzeňského kraje nebo Českého statistického úřadu. Z těchto a dalších stránek byly zjišťovány například základní informace o památkách a zvolených atraktivitách cestovního ruchu.

V rámci poslední části Návrhu inovací v cestovním ruchu na Plzeňsku byla data získávána ze zkušeností a znalostí v rámci Plzeňska, prostudované odborné literatury v rámci teoretické části a také z odborných znalostí získaných během studia na střední a vysoké škole.

Dalším krokem po získání dat je data jistým způsobem a metodou utřídit. K tomuto kroku byly využity tabulky, grafy a mapy (kartogramy, kartodiagramy). Pro vytvoření tabulek a grafů byl nápomocen Microsoft Excel a pro zhotovení kartogramů a kartodiagramů napomohl program ArcGIS.

Posledním a nejdůležitějším krokem je tato data vyhodnotit. Zde byly využity metody kvantitativní (statistická analýza) a kvalitativní (tematická analýza), podle druhu a dostupných informací o jednotlivých zkoumaných atraktivitách. Dále zde byly využity metody vývojové analýzy a analýzy příčin a důsledků. Vývojová analýza vyhodnocovala vývoj objemu návštěvnosti a pomohla k získání výsledků o úspěšnosti vybrané inovace. Analýza příčin a důsledků zkoumala důvody, proč byl využit zrovna tento typ inovace,

a pak jak tento typ inovace napomohl k rozvoji cestovního ruchu, a tím pádem i regionálnímu rozvoji na Plzeňsku. Atraktivita, které neměly žádná statistická data, byly zhodnoceny na základě kauzální analýzy, která se zabývá příčinou a následkem, a také pomocí expertních rozhovorů, které byly vedeny na téma přínosu inovací v cestovním ruchu na regionální rozvoj na Plzeňsku.

4 Regionální rozvoj

4.1 Regionální politika

Wokoun (2002) je toho názoru, že i když existuje nespočet definic regionální politiky, tak žádná nebyla přijata a zvolena za všeobecnou a všemi využívanou. I přesto ale můžeme regionální politiku snadno interpretovat, a to jako soubor cílů, opatření a nástrojů, které vedou ke snižování příliš velkých rozdílů socioekonomické úrovně regionů.

Regionální politiku definují také autoři Vanhove a Klaassen (1983) a Hall (1992) a jsou toho názoru, že regionální politika představuje všechny veřejné intervence, které vedou ke zlepšení geografického rozdělení ekonomických činností, resp. které se pokouší napravit určité prostorové důsledky volné tržní ekonomiky pro dosažení dvou vzájemně závislých cílů: ekonomického růstu a zlepšení sociálního rozdělení ekonomických efektů.

Tito autoři také zmiňují, že regionální politika vede a napomáhá ke zlepšování a rozvoji geografického rozdělení ekonomických činností.

Autoři definují celkem 5 fází:

- Definice regionálních problémů
- Definice cílů
- Definice strategie
- Identifikace nástrojů
- Vyhodnocení použité politiky

Dalším autorem, který se zabývá regionální politikou, je Goodall (1987). Tento autor chápe regionální politiku jako jeden z prvků státní politiky, který má silný vliv na ekonomiku a její rozmístění na území státu.

Podle Lauschmanna (1973) jsme schopni identifikovat 3 základní typy regionální politiky:

- Růstově orientovaná regionální politika, která má za cíl optimální alokaci výrobních faktorů v prostoru prostřednictvím odpovídající koordinace soukromých a veřejných investičních aktivit.

- Stabilizačně orientovaná regionální politika, jejímž cílem jsou „vyvážené“ hospodářské struktury v jednotlivých regionech. Těchto cílů je dosahováno pomocí koordinace regionální politiky a odvětvových politik.
- Infrastrukturně orientovaná regionální politika, jejíž snahou je rovnoměrné vybavení jednotlivých regionů infrastrukturou.

Regionální politiku lze podle výše zmíněných definic a typů jednoduše chápat jako pozitivní ovlivňování hospodářské struktury regionu.

4.2 Základní pojmy

4.2.1 Region

Podle Ježka (2014) lze pojem region chápat z pohledu praxe a z pohledu odborné literatury velice odlišným způsobem. Obecně vzato se za regiony považují „svébytná území“, která jsou od sebe odlišena územním vymezením.

4.2.2 Rozvoj

Podle Gregoryho (2009) lze odlišně charakterizovat také pojem rozvoj. V současnosti tento pojem hraje velice důležitou a zásadní roli v každé oblasti zkoumání. Mezi tyto oblasti patří například politická ekonomie, sociální politika, regionální politika, inovační politika atd. V obecnějším pojetí tento koncept můžeme chápat jako proces nějaké změny. Rozvoj může znamenat určitý pokrok a je běžně spojován s ekonomickým či regionálním rozvojem.

4.2.3 Regionální rozvoj

Jak bylo uvedeno v předešlých kapitolách, neexistuje jedna přesná definice regionálního rozvoje. Nicméně Skokan (2010) definuje regionální rozvoj jako komplex procesů, které probíhají ve složitém systému daného regionu.

Naopak Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (2007-2013) charakterizuje regionální rozvoj takto:

Regionálním rozvojem rozumíme růst socioekonomického a environmentálního potenciálu a konkurenceschopnosti regionů vedoucí ke zvyšování životní úrovně a kvality života jejich obyvatel. V tomto ohledu jde o dynamický a vyvážený rozvoj regionální struktury příslušného územního celku a jeho části (regionů, mikroregionů) a odstraňování, popřípadě zmírňování regionálních disparit.

Podle Pavlíka et al. (2016) je možné pojmout z akademického hlediska regionální rozvoj jako aplikaci nauk, které se zabývají jevy, procesy a vztahy určitého prostoru a jsou závislé na přírodně-geografických, ekonomických a sociálních podmínkách v příslušném regionu. Hlavní činností je hledání příčinných zákonitostí, rozmísťování ekonomických činností, nerovnoměrné osídlování území a hledání nástrojů, které reagují na ovlivnitelné a neovlivnitelné faktory rozvoje. Tímto způsobem chápeme regionální rozvoj z pohledu regionalistiky. Poznatky zjištěné v akademické sféře jsou následně využívány ve sféře praktické v praktickém pojetí regionálního rozvoje. Jde hlavně o definici regionů, jejich rozvoje, určitých nedostatků a následného hledání nástrojů regionální politiky, které vedou k lepšímu regionálnímu rozložení socioekonomických aktivit v prostoru.

Zmíněný autor také zastává názor, že z praktického hlediska může být regionální rozvoj chápán jako vyšší využívání a navyšování potenciálu daného území např. v rámci cestovního ruchu. Na základě toho se pak regionální rozvoj projevuje na konkurenceschopnosti regionu, na životní úrovni místních obyvatel anebo např. na stavu místního životního prostředí.

5 Cestovní ruch

5.1 Definice a pojmy cestovního ruchu

Šauer et al. (2015) chápou cestovní ruch nebo také turismus jako velmi mladou disciplínu, která se dostala do povědomí akademické a praktické sféry až v posledních několika letech. Význam cestovního ruchu roste a roste jeho vliv v rámci světové ekonomiky. Cestovní ruch je v současnosti tzv. „globálním fenoménem“. WTTC uvádí, že cestovní ruch se na celosvětovém HDP podílí celkem 9 % a produkuje celkem 270 milionů pracovních příležitostí. Nepodílí se jen na rozvoji ekonomiky, ale také rozvíjí environmentální, sociální a kulturní prostředí. Cestovním ruchem se momentálně zabývá nespočet autorů. Nejedná se však o vědní obor nebo disciplínu. Cestovní ruch je velice těžké jednoznačně interpretovat. Je velice multidisciplinární a průřezový.

Cohen (1979) uvádí, že je velice komplikované sjednotit cestovní ruch v podobě oboru studia a nelze jej jednoznačně definovat. Jeho názor je takový, že cestovní ruch naopak propojuje různé formy disciplín a kolikrát ho nelze jednoznačně uchopit a vysvětlit.

Podle Coopera (2003):

Vezmeme-li v úvahu Kuhnovo (1970) pojetí paradigmatu, současná fáze vývoje bádání v oblasti cestovního ruchu jednoznačně nezapadá do konceptu plně vyvinutého paradigmatu. Podle Kuhna v tomto případě hrozí nebezpečí, že v případě dlouhotrvající fragmentace předmětu studia do bezpočtu oborů a disciplín, které často nemluví stejným akademickým jazykem, zůstane cestovní ruch pouze povrchně a volně formulovaným souborem znalostí (s. 2).

poptávky po destinacích. Zmíníme-li venkovský prostor v rámci cestovního ruchu, tak je zde nespočet možných inovačních příležitostí. Mezi tyto příležitosti lze zahrnout rekonstrukce stávajících nebo stavby zcela nových cyklostezek, cyklotras nebo tras pro pěší turistiku, dále např. rekonstrukce historických venkovských staveb, které přilákají zájemce o tento typ cestovního ruchu, a mnoho dalšího. Existuje velké množství podobných inovací ve všech oblastech a sférách, které jsou s cestovním ruchem nějakým způsobem propojeny.

Zelenka a Pásková (2012) definují cestovní ruch jako:

Komplexní společenský jev, jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity (s. 83).

5.2 Druhy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu jsou důležité pro celkové pochopení fungování cestovního ruchu. Mezi druhy cestovního ruchu spadá cestovní ruch podle místa realizace, podle způsobu účasti a formy úhrady nákladů účasti, podle způsobu zabezpečení jeho průběhu, podle délky jeho trvání a podle počtu účastníků a způsobu organizování.

5.2.1 Cestovní ruch podle místa realizace

Šauer et al. (2015) dělí cestovní ruch podle místa realizace. Rozlišuje domácí, zahraniční a mezinárodní cestovní ruch. Za domácí cestovní ruch autor považuje cestování a pobyt na území vlastního státu. O zahraniční cestovní ruch se jedná tehdy, když obyvatelé jednoho státu cestují do státu jiného. Rozlišuje aktivní zahraniční cestovní ruch (příjezdy a pobyty cizinců na území určitého státu) a pasivní zahraniční cestovní ruch (výjezdy a pobyty domácího obyvatelstva v jiném státu). Odborná literatura dále zmiňuje také regionální cestovní ruch, což je cestovní ruch v regionech a v zemích jako cílových oblastech. Gúčik (2010) zmiňuje klasifikaci cestovního ruchu podle UNWTO. Tato klasifikace popisuje např. makroregionální cestovní ruch, který zahrnuje Evropu, Ameriku, Asii a Pacifik, Afriku. Tento makroregionální cestovní ruch lze definovat také jako regionální mezinárodní cestovní ruch subregionů, který zahrnuje např. Severní a Západní Evropu, Jihovýchodní Asii, Oceánii nebo Subsaharskou Afriku.

5.2.2 Cestovní ruch podle způsobu účasti a formy úhrady nákladů účasti

Autorka Šilhánková (2010) dělí cestovní ruch na volný (komerční) a vázaný (sociální). Volný cestovní ruch funguje na základě vytváření a rozhodování se dle vlastních myšlenek a názorů. Způsob účasti bývá financován z vlastních příjmů. Vázaný cestovní ruch je naopak financován z určitých společenských fondů, a aby této finanční výpomoci účastník dosáhl, musí splnit určité podmínky. V tomto případě si jako příklad můžeme uvést například lázně nebo různé firemní rekreace.

5.2.3 Cestovní ruch podle způsobu zabezpečení jeho průběhu

Tento typ (druh) cestovního ruchu se dělí na organizovaný a neorganizovaný. Během organizovaného cestovního ruchu je vše zorganizované a připravené pověřenou organizací, která zajišťuje cestu. Tyto cesty bývají organizovány cestovními kanceláři. Neorganizovaný cestovní ruch je naopak zcela volný a účastník si jej plánuje sám. I přesto však může využít určité doplňkové služby, např. vypůjčení auta (Šilhánková, 2010).

5.2.4 Cestovní ruch podle délky trvání cesty

Cestovní ruch se na základě délky trvání cesty člení na výletní, krátkodobý, víkendový a dlouhodobý cestovní ruch. Výletní cestovní ruch bývá realizován jinde než v místě, kde trvale žijeme, a bývá kratší než jeden den (bez přespání). Časově může trvat výletní cestovní ruch půl dne nebo celý den, kdy se turisté rozhodnou např. pro výlet do přírody. Může se jednat o individuální nebo organizovaný výlet. Krátkodobý cestovní ruch je chápán jako cestování doma nebo v zahraničí. Na zvoleném místě turisté nestráví více času, než je daný počet dní a nocí – nejčastěji se jedná o 2-3 dny. Tento druh cestovního ruchu bývá realizován nejčastěji během víkendů, proto jsou si krátkodobý a víkendový cestovní ruch dosti podobné. Pokud je délka pobytu delší než 4 dny, jde již o dlouhodobý cestovní ruch. V každé zemi je délka dlouhodobého cestovního ruchu odlišná (Šauer et al., 2015).

5.2.5 Cestovní ruch podle počtu účastníků a způsobu organizování

Na základě počtu návštěvníků dělíme cestovní ruch na individuální, skupinový nebo masový. Do skupiny individuálního cestovního ruchu spadají jednotlivci nebo také rodiny a v rámci cestování jsou nezávislí. Tento druh cestovního ruchu napomáhá k sebepoznání a k možnosti vytvoření si individuální struktury programu, při výběru dopravního

prostředku atd. Opakem individuálního cestovního ruchu je cestovní ruch skupinový. Jedná se o zájezdy, které se skládají ze společného programu a lidé mají pouze omezenou dobu pro své vlastní zájmy. Organizováním se zabývají cestovní kanceláře (Šauer et al., 2015).

5.3 Formy cestovního ruchu

Autoři Zelenka a Pásková (2002) vnímají formy cestovního ruchu jako:

Typy cestovního ruchu, pro jejichž určení je klíčovým kritériem motivace návštěvníka. Základními motivacemi cestovního ruchu jsou odpočinek, poznání prostředí a kontakty s lidmi, odtud základní formy cestovního ruchu: rekreační, pobytový, lázeňský, lovecký, poznávací (kulturně poznávací, přírodně poznávací, historicky poznávací), scio-profesní (profesně orientovaný) – např. obchodní, kongresový, incentivní cestovní ruch (s. 93).

5.3.1 Rekreační forma

Rekreační forma je nejrozšířenější formou cestovního ruchu. Probíhá převážně v určitém rekreačním prostředí, které má pozitivní vliv, který příznivě působí na fyzický i duševní stav člověka. Rekreační cestovní ruch není pouze pasivní odpočinek, ale často zahrnuje řadu sportovních aktivit v přírodě (nebo mimo ni), her, zájmů, zálib a koníčků nebo třeba zahrádkaření, houbaření, kutilství apod. Specifickým druhem rekreačního cestovního ruchu je chataření a chalupaření. Rekreační forma je ta forma cestovního ruchu, která využívá volný čas na návštěvy příslušných turistických kulturních nebo i historických atraktivit (Kesner, 2008).

5.3.2 Kulturní forma

Tato forma cestovního ruchu je zaměřena především na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků vlastní i cizí společnosti. Tato forma cestovního druhu je velice pestrá a rozmanitá. Pozitivně přispívá k samovzdělávání a obohacení povědomí o kulturním a společenském životě tamního obyvatelstva. Kulturní forma zahrnuje návštěvu kulturních krajín, hradů, zámků, ale i jiných zajímavých míst (Kesner, 2008).

5.3.3 Sportovně turistická forma

Zjednodušeně řečeno se jedná o cestování, které zahrnuje sport ve všech podobách a formách. Jedná se o velice populární a oblíbenou formu, která se stala jedním z nejdůležitějších byznysů na světě. Jde o jeden z nejrychleji rostoucích sektorů

„průmyslu cestovního ruchu“. Sportovně turistická forma zahrnuje jak fanoušky, kteří cestují kvůli sledování zápasů, sportovních akcí atp., ale spadají sem i samotní aktéři, jimiž jsou sportovci. Forma zahrnuje taktéž osoby, pro které je sport součástí zábavy a aktivit na dovolené (Pšajdlová, 2019).

5.3.4 Společenská forma

Tato forma cestovního ruchu je zaměřena na společenské styky a komunikaci probíhající mezi lidmi, která obsahuje návštěvy přátel, příbuzných, známých nebo návštěvy společenských akcí a událostí. Mezi příklady, které je možné zmínit v rámci České republiky, se řadí např. Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary, Velká pardubická nebo Pražské jaro. V rámci světa lze zmínit např. filmové festivaly v Cannes nebo Berlíně, Benátský karneval, udělování cen Americké filmové akademie (Oscar Award) nebo také Grammy (Kesner., 2008).

5.3.5 Ekonomická forma

Ekonomická forma cestovního ruchu je oblíbená především u osob, které mají ekonomické motivy pro cestování. Tato forma probíhá velice často během pracovní doby. Mezi příklady, které lze v rámci této formy zmínit, spadají např. obchodní, kongresové nebo veletržní formy. Speciálním druhem cestovního ruchu, kterým zaměstnavatel motivuje a stimuluje své zaměstnance, je incentivní cestovní ruch (Vystoupil a Šauer, 2006).

5.3.6 Specifická forma

Specifická forma cestovního ruchu je forma, kterou využívají účastníci cestovního ruchu, kteří mají zvláštní a specifické potřeby. Existuje bohatý výběr těchto forem, mezi které se řadí například venkovský cestovní ruch, náboženský cestovní ruch, gurmánský atd. (Havránková, 2019).

5.4 Předpoklady cestovního ruchu

Jednotlivé předpoklady cestovního ruchu hrají odlišné role, proto je nutné je na základě určitých faktorů při jejich definování a výzkumu rozdělit v rámci lokalizace, objemu, časového průběhu nebo struktury cestovního ruchu. Předpoklady se dělí na: lokalizační, selektivní a realizační (Hamarnehová, 2012).

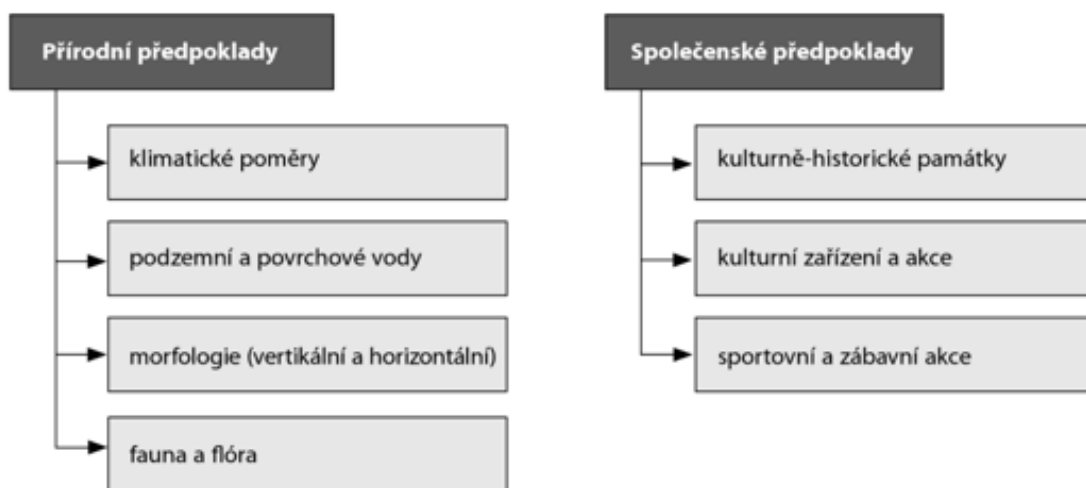
Zmíněné předpoklady budou v této podkapitole definovány. K jednotlivým předpokladům budou také přiřazeny příklady inovací, které je mohou pozitivně či negativně ovlivňovat.

5.4.1 Lokalizační předpoklady

Podle Hamarnehové (2012) lokalizační předpoklady limitují rozvoj cestovního ruchu. Rozhodují o využití vybrané oblasti a mají kladný a záporný vliv na její rozvoj a na rozvoj cestovního ruchu. Lokalizační předpoklady můžeme dělit na přírodní (klíma, vodstvo, reliéf, fauna a flóra) a společenské (kulturně-historické památky, kulturní, zábavní a sportovní akce). Mezi marketingové inovace, které by vylepšily lokalizační předpoklady v rámci cestovního ruchu, spadají např. noční prohlídky na hradech a zámčích, slavnostní večery v historických sálech hradu, přenocování na zámčích, koncerty v jeskyních, rekonstrukce kulturně-historických památek, stavba zábavních parků a komplexů atd.

Obrázek 2

Lokalizační předpoklady cestovního ruchu



Zdroj: Hamarnehová, 2012

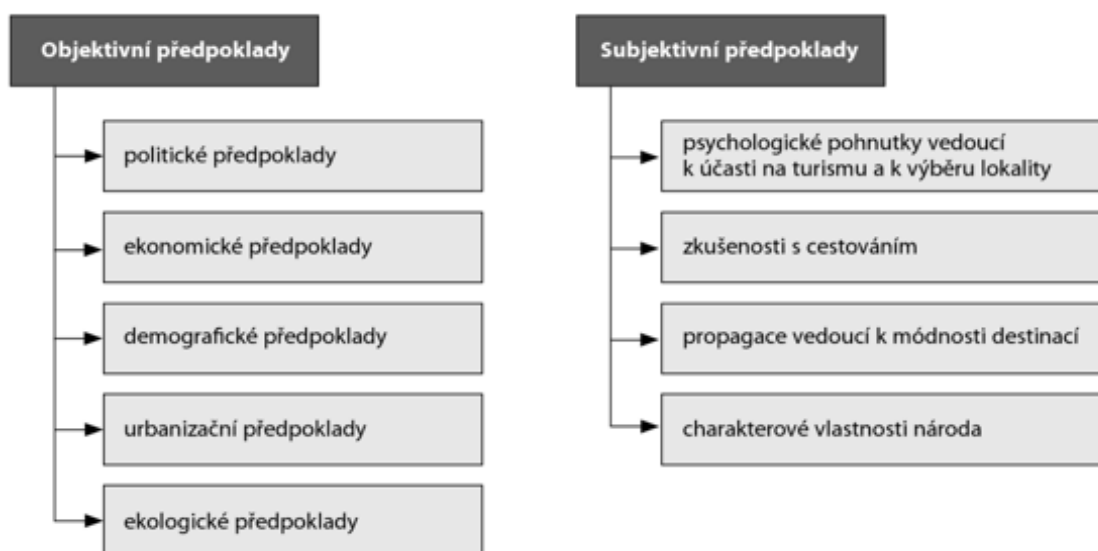
5.4.2 Selektivní předpoklady

Selektivní předpoklady lze definovat jako určité předpoklady, které příslušným způsobem stimulují vznik cestovního ruchu v rámci poptávky. Tento druh předpokladů vyjadřuje způsob, jak jsou země, oblasti nebo regiony způsobilé podílet se na cestovním ruchu aktivně nebo pasivně. Vyjadřuje také, jaký typ obyvatelstva, ale také typ území je pro

cestovní ruch ze všech nejatraktivnější. Selektivní předpoklady se dělí na objektivní a subjektivní. Objektivní předpoklady se dále dělí na politické, ekonomické, demografické, urbanizační a ekologické. Subjektivní předpoklady jsou tvořeny psychologickými myšlenkami a motivy, které jsou ovlivněné kulturní úrovní obyvatel (Hamarnehová, 2012). Inovací v rámci objektivních předpokladů může být např. zaměření se na různorodé vylepšování životního prostředí se zaměřením na ekologii životního prostředí. Mezi inovace v rámci subjektivních předpokladů lze zařadit např. aktualizace či modernizace image destinace nebo lepší propagace kultury národa.

Obrázek 3

Selektivní předpoklady cestovního ruchu



Zdroj: Hamarnehová, 2012

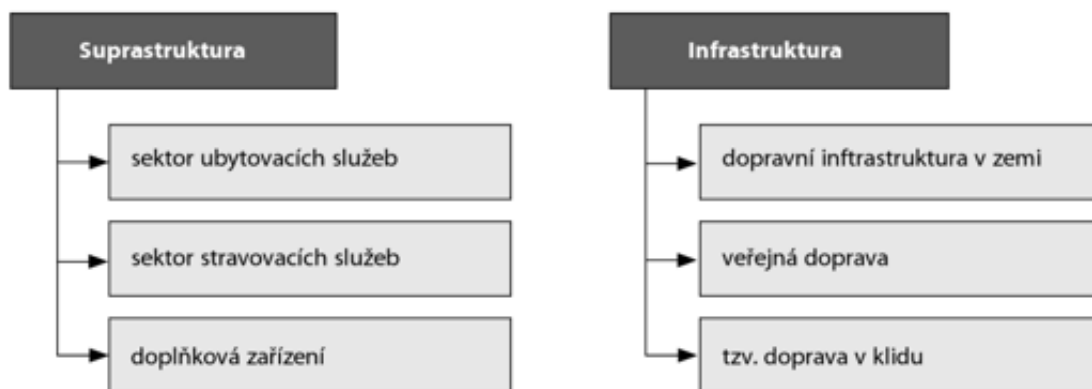
5.4.3 Realizační předpoklady

Realizační předpoklady plní funkci zabezpečování a realizování cestovního ruchu v daných regionech, místech a lokalitách. Jsou schopné vytvořit příznivé podmínky pro lokalizační předpoklady. Dělí se na suprastrukturu (ubytovací služby) a infrastrukturu (stravovací zařízení, sportovně-rekreační střediska, směnárny, pojišťovny). Infrastruktura je tvořena dopravní infrastrukturou ve zvolené lokalitě, veřejnou dopravou a „dopravou v klidu“ (parkoviště, odpočívadla podél silnic) (Hamarnehová, 2012). Také v této oblasti hrají inovace důležitou roli. Mohou vylepšit zmíněnou suprastrukturu (inovace v hotelech, penzionech – výše zmíněné přespání na zámku), infrastrukturu (inovace v pohostinství, ubytovacích službách – čárové kódy na stolech v restauracích pro platby

z mobilních telefonů pro rychlejší placení) a dopravní infrastrukturu (parkoviště – online rezervace atd.).

Obrázek 4

Realizační předpoklady cestovního ruchu



Zdroj: Hamarnehová, 2012

5.5 Vliv cestovního ruchu na regionální rozvoj

Cestovní ruch může zásadně ovlivňovat regionální politiku a regionální rozvoj území. Může být součástí téměř všech sektorů ekonomiky a zároveň je velice silně ovlivňovat. V odborné literatuře se setkáváme s tvrzeními, že cestovní ruch může napomoci ke snižování ekonomických nerovností probíhajících mezi jednotlivými regiony. To znamená, že umožňuje šířit své pozitivní dopady v, mezi a do sousedních regionů (Šauer et al., 2015). Cestovní ruch má podle Gujdové (2013) také obrovskou možnost pro celosvětovou ekonomiku. Jak již bylo zmíněno výše, má obrovský vliv na celosvětovou tvorbu HDP a celosvětově zaměstnává okolo 9-11 % zaměstnanců.

Šauer et al. (2015, s. 176) zmiňují, že „význam cestovního ruchu lze spatřovat v jeho pozitivních účincích na platební bilanci státu, zdroj příjmů a tvorbu zaměstnanosti. Cestovní ruch je „neviditelným“ exportem, přináší do území dodatečné zdroje“

Dále vysvětlují, že cestovní ruch lze brát z obecného hlediska jako „základní odvětví“ nebo „obslužné odvětví“. Za tato odvětví se považuje např. pohostinství, komunální služby, maloobchod, sportovní nebo třeba zábavní průmysl, ale spadají sem také sektory, jako je zemědělství, stavebnictví, doprava nebo informační a komunikační infrastruktura.

Aby cestovní ruch mohl být v regionu úspěšný a měl pozitivní vliv na rozvoj daného regionu, musí zde probíhat určité inovace, ať už v podobě výstavby nových komunikací

v rámci dopravy, propagací nebo různých vylepšení v rámci ubytovacích zařízení. Právě inovace v cestovním ruchu mohou napomoci uspět určitému regionu na mezinárodním trhu a vytvořit z neatraktivního regionu potenciální region pro cestovní ruch.

Stručně řečeno pro politiku cestovního ruchu a regionální rozvoj je velice důležitá spolupráce a vzájemná spoluúčasť regionů na vytváření vhodného a atraktivního prostředí. Cílem této politiky tedy není podpora jednotlivců, ale spolupráce jak veřejného, tak soukromého sektoru (Šauer et al., 2015).

5.5.1 Vliv městského cestovního ruchu na regionální rozvoj

Vliv městského cestovního ruchu na region nabývá v posledních letech na významu. Města a jejich blízká okolí jsou v posledních dvou desetiletích jedny z nejoblíbenějších lokalit v rámci cestovního ruchu. Kolem 22 % prázdninových výletů se skládá z cest do měst. Mezi roky 2007-2014 vzrostla míra tohoto druhu cestování o celých 82 % (Vystoupil et al., 2017).

Cestovní ruch, má vliv zvyšovat návštěvnost příslušného regionu prostřednictvím atraktivit nacházejících se v daném regionu. Mezi takové inovativní atraktivity, které figurují ve zvoleném regionu Plzeňsko, se řadí např. Plzeňský Prazdroj nebo Techmania Science Center, které pro svůj chod a atraktivnost využívají nespočet inovativních prostředků a metod, díky nimž pak do regionu proudí více návštěvníků a turistů, kteří mají zájem tuto atraktivitu vidět. Návštěva těchto atraktivit skýtá mnoho inovací. Během prohlídky v Prazdroji mohou návštěvníci ochutnat čerstvě natočené pivo nebo v Techmanii zažít blízkou prohlídku vesmíru ve 3D Planetáriu, které jak již bylo v úvodu zmíněno, se řadí mezi unikáty v Evropě. Všechny tyto inovace mají vliv na regionální rozvoj Plzeňska.

5.5.2 Vliv venkovského cestovního ruchu na regionální rozvoj

Podle Holešinské a Novotné (2020) je cestovní ruch podstatnou součástí při rozvoji regionů jak ve městech, tak i v jejich venkovském zázemí. Venkov si mnozí spojují se zemědělstvím jakožto důležitým faktorem rozvoje, nicméně v posledních letech hraje významnou roli v jeho rozvoji také cestovní ruch. Může mít jak pozitivní, tak negativní vliv na okolí a s ním spojený regionální rozvoj. Mezi pozitivní přínosy lze zahrnout např. tvorbu nových pracovních příležitostí, podporu oživování a rekonstrukcí starých budov

a komplexů a zamezování vysídlování obyvatel v důsledku nabídky nových pracovních příležitostí.

Podle Holešinské a Novotné (2020):

Rekreační využívání krajiny může negativně působit na prvky krajinné struktury a ekosystém. V České republice proto vzniká řada projektů zajišťujících osvětu pro veřejnost ve snaze zvýšení udržitelnosti cestovního ruchu. Tyto projekty zajišťuje Ministerstvo životního prostředí ČR, správy národních parků a Agentura ochrany přírody a krajiny ČR. Pomáhat chránit přírodu nebo poznávat místní přírodu umožňují speciální aplikace (např. aplikace Skály ČR, BioLog, Poodří) (s. 116).

Venkovský prostor je nutné chránit a je důležité, aby se zde cestovní ruch rozvíjel opatrně a takovým způsobem, aby nenarušil okolní krajinu a místní obyvatele. Holešinská a Novotná (2020) uvádějí, že hlavním cílem rozvoje venkovského zázemí je ochrana „genia loci“ příslušné lokality. Tento princip je zachován prostřednictvím konceptu udržitelnosti, který se zaměřuje na zachování místních rekreačních zdrojů, místní identity a biodiverzity pro budoucí generace.

6 Inovace

Inovace lze definovat mnoha způsoby. Přední teoretik Joseph Schumpeter (1883-1950) definoval inovace jako nové produkty, nové výrobní procesy, nové trhy, nové suroviny a nové formy organizace. Pro Schumpetera je společným tématem všech těchto inovací skutečnost, že tyto inovace zahrnují tvorbu nových příležitostí, které jsou kvalitativně důležité (Decelle, n.d.). V rámci cestovního ruchu se jedná o inovace v cestovních společnostech, hotelech, restauracích, památkách nebo např. v pivovarech.

Podle Decella (n.d.)

Je inovace „proces vytváření nové hodnoty ... zaměřený nejprve na zákazníky jako hlavní arbitry obchodní konkurenceschopnosti, ale zároveň se jedná o proces, který může zapojit další zainteresované strany jako hlavní příjemce, jako je samotná organizace (zaměstnanci), akcionáři (ziskovost), externí partneři atd. (s. 2).

Nejen v obchodní sféře dochází k vytváření nových hodnot. V cestovním ruchu představují nové hodnoty návštěvníci, kteří jsou hlavními aktéry v rozvoji cestovního ruchu. Je velice důležité, aby rostl počet návštěvníků v dané lokalitě tak, aby se mohla dále rozvíjet.

Inovace jsou důležitými nástroji při dosahování hospodářských a environmentálních cílů. Napomáhají ke zvyšování konkurenceschopnosti a rozvoji regionů, národních ekonomik a nadnárodních společností. Na základě toho se inovace stávají součástí centra dění v rámci sféry podnikové (tvorba, implementace) a sféry veřejné (Žitek & Klímová, 2015).

6.1 Inovace v cestovním ruchu

Inovace v cestovním ruchu probírá v posledních letech mnoho autorů. Inovace v cestovním ruchu mají silný vliv na jeho rozvoj. K rozvoji cestovního ruchu může dojít již při zavedení jednoduchých inovací. K rozvoji může napomoci propojení a integrace cestovních kanceláří a ostatních aktérů cestovního ruchu (Hall & Allan, 2008). V cestovním ruchu v současnosti hrají významnou roli informační technologie. K tomu, aby bylo možné zákazníkům poskytnout daný druh služby, je nutná znalost příslušných informací a dovednost poskytnout je (Hall & Allan, 2008). Za stěžejní druh inovace je považován internet. Je však nutné, aby tento typ inovace využívaly i další podniky a další sféry, aby došlo ke správnému propojení a naplnění stanovených cílů (OECD, 2006).

Inovativní technologie a obchodní modely způsobily revoluci v odvětví pohostinství a cestovního ruchu. Mezi příklady takových inovací můžeme zařadit karty typu phone-as-key-card, mobilní samoodbavení, mobilní rezervace, samoobslužné odbavovací kiosky, mediální panely ve vstupních halách, elektronické štítky na zavazadla, palubní vstupenky pro chytré telefony atd. V některých pohostinských službách mohou hosté komunikovat prostřednictvím nejnovějších druhů inovací v hotelových halách nebo prostřednictvím vlastních mobilních telefonů si naplánovat večeři. Takovým specifickým příkladem může být například Link@Sheraton, což je zařízení s dotykovou obrazovkou, které umožňuje hostům prozkoumávat místní turistické atrakce. Některé inovace, jako je třeba řízení vztahů se zákazníky nebo nástroje pro informace o zákaznících, bývají pro hosty často nepozorovatelné, nicméně hoteliéři díky nim mohou přizpůsobit a zlepšit zážitky svých hostů pomocí historie objednávek (Bilgihan & Nejad, 2015).

Inovační a komunikační technologie vytvářejí revoluci v cestovním ruchu. Tyto technologie přináší několik typů inovací v cestovním ruchu a jejich prostřednictvím dochází ke zlepšování zkušeností turistů. Mezi nejvýznamnější inovace v cestovním ruchu, které mají velký vliv na odvětví služeb, spadá: chytré prostředí, kybernetická bezpečnost a gamifikace. Gamifikace je čím dál tím více probíraným tématem v mnoha oblastech. Je založena na herních mechanismech v netradičním herním kontextu a má významný dopad na služby. Jejím cílem je vytvoření povědomí o značce a zapojení spotřebitelů, což má za následek nárůst její popularity v mnoha sektorech. Gamifikace poskytuje nespočet aplikací a podpůrných funkcí s obrovským potenciálem pro turistický průmysl. Může pozitivně ovlivnit interakci a spokojenost návštěvníků, což má za následek zvýšení povědomí o turistických destinacích a organizacích cestovního ruchu a pohostinství. Jde o hnutí, které zapojuje spotřebitele po celém světě díky interaktivním zážitkům (Xu & Buhalis, 2013).

V důsledku inovací se objevily nové typy zákaznických zkušeností. Příkladem jsou luxusní apartmány v letadlech A380, prohlídky města s rozšířenou realitou, inteligentní turistika, změněné distribuční kanály a zařízení budov šetrná k životnímu prostředí (Bilgihan & Nejad, 2015).

Inovativní interakce mezi značkami, které působí v různých odvětvích, má také určitý vliv na pohostinství a cestovní ruch. Například Line Hotel v LA začal spolupracovat s Linus Bike. Vytvořily flotilu kol pod společnou značkou pro hotelové hosty. Kromě toho také vyrobily mapy místních cyklotras, které mohou hoteloví hosté objevovat (např.

prohlídka místních pivovarů). Dále například Marriott začal spolupracovat se sítí IKEA a vytvořily značku Moxo. Jedná se o tříhvězdičkové hotely, které se zaměřují na mileniální cestovatele, kteří nemají zájem utrácet za pětihvězdičkové hotely, ale zároveň nechtějí být ubytováni v levnějších hotelech. V těchto hotelech se nacházejí stylové pokoje, které využívají uklidňující neutrální tóny a místní umělecké prvky, a jejich budovy jsou šetrné k životnímu prostředí (Bilgihan & Nejad, 2015).

6.2 Typologie inovací

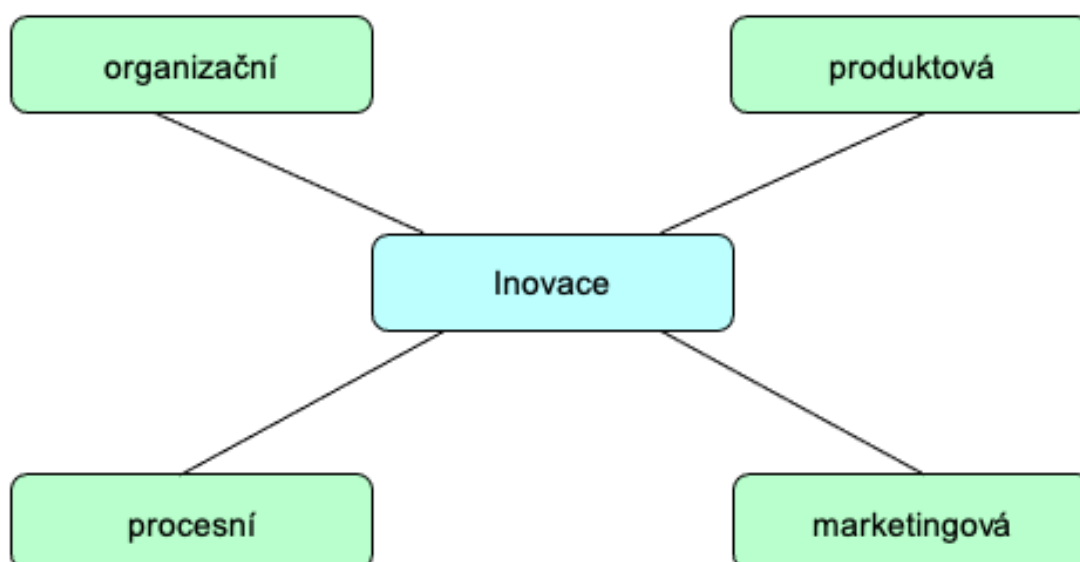
Janusonis a Krievina (2009) zmiňují, že:

Inovace může mít různý rozsah, dobu realizace a organizační a společenský dopad. Při jakékoliv kategorizaci se neubráníme tomu, aby se některé kategorie nepřekrývaly. Pokusíme se o přehled hlavních typů inovací a zjednodušenou klasifikaci. Je třeba si uvědomit, že kategorizace inovací není vědou a každou inovaci lze obvykle zařadit do několika různých kategorií (s. 8).

Pokud se jedná o předmět inovace, Oslo Manual rozlišuje čtyři základní typy inovací: produktová inovace, procesní inovace, marketingová inovace a organizační inovace (Janusonis & Krievina, 2009).

Obrázek 5

Čtyři hlavní typy inovací



Zdroj: Janusonis & Krievina, 2009

6.2.1 Produktové (výrobní) inovace

Produktové inovace lze definovat jako zavedení zcela nových nebo nějakým způsobem vylepšených či upravených výrobků nebo služeb. Vynalezení nebo vylepšení může být prováděno např. v rámci různých technických specifikací, komponentů, materiálů, softwarů nebo uživatelské vstřícnosti. Nové výrobky se od svých předchůdců podstatně odlišují, a to především svými specifickými charakteristikami a účelem svého využití. Inovace služeb se zakládá na tom, že vykonání této služby bude rychlejší, nebo se mohou přidat nové funkce či charakteristiky k již vytvořeným službám (BusinessInfo.cz. 2011). Co se týče cestovního ruchu, tak mezi produktové (výrobní) inovace můžeme zařadit například bankomat, který se může považovat za průlomovou produktovou inovaci. Mezi další produktové inovace můžeme zařadit například navigační GPS systém, který by se též mohl zařadit do cestovního ruchu. Při cestování návštěvníci v současné době vyhledávají danou lokalitu prostřednictvím map ve svém telefonu. Dále může patřit mezi produktové inovace propracování nabízených služeb, nabízení nových balíčků cílených na předem stanovené segmenty a na zvýšení obsazenosti dané atraktivity. Stručně řečeno za produktové inovace v rámci cestovního ruchu a turismu se berou jakékoliv vylepšené služby nebo lokality.

6.2.2 Procesní inovace

Procesní inovace lze popsat jako vytvoření a zavedení vylepšených produktů či dodavatelských metod a služeb cestovního ruchu efektivněji, rychleji a levněji. Může se jednat např. o podstatné změny v zařízení, v software nebo o podstatná zlepšení technik, zařízení a software v přidružených podpůrných činnostech, jako je nákup, účetnictví, údržba atd. Tento typ může napomoci ke zlepšení pracovních podmínek. Především co se týče výrobků, které jsou založené na nových technologických konceptech a principech, může snížení výrobních nákladů nabývat podstatných rozměrů. Za prvé to vede k růstu zisku a za druhé to umožňuje volit zcela nové možnosti marketingové strategie vůči konkurenci (BusinessInfo.cz, 2011). Mezi konkrétní příklady v oblasti cestovního ruchu lze zařadit například realizaci mystery shopping, zvýšení kontrol personálu v hotelech, zvýšení ochoty personálu prodávat doplňkové hotelové služby, zlepšení informovanosti a nabídky v hotelech a okolí a především inovativní procesy při rezervacích v hotelech nebo při jakýchkoli objednávkách a nákupech služeb v rámci cestovního ruchu.

6.2.3 Marketingové inovace

Marketingové inovace je možné definovat jako zavedení nových marketingových metod, které v minulosti nebyly využívány a které jsou součástí nového marketingového konceptu nebo strategie. Mezi marketingové inovace v cestovním ruchu můžeme zařadit například různé formy propagace (BusinessInfo.cz, 2011). V současné době roste oblíbenost propagace destinací/lokalit/památek/atraktivit prostřednictvím sociálních sítí. Roste počet lidí, kteří mají přístup k internetu. Sociální sítě se stávají výhodným typem propagace s nízkými náklady, kdy je možné pouze nasdílet na profilu dané destinace fotografii. V rámci sociálních sítí bývá nejideálnějším typem sociální sít' Instagram. Oproti Facebooku se zaměřuje především na pořizování fotografií, což bývá jasnější a přehlednější.

6.2.4 Organizační inovace

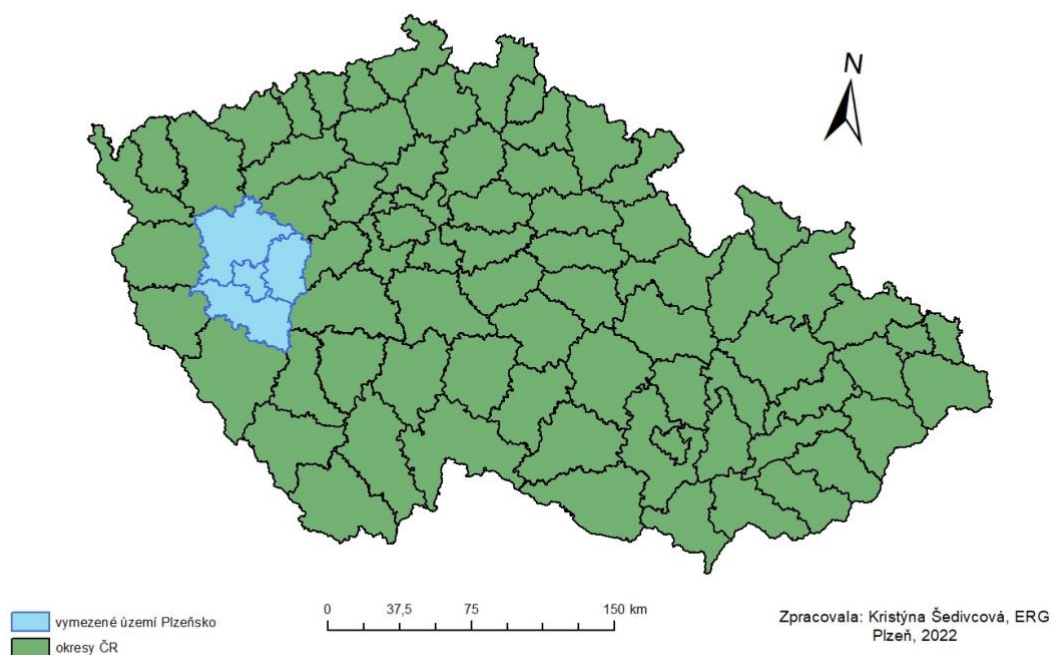
Organizační inovace můžeme popsat jako zavedení nových organizačních metod v podnikových obchodních praktikách, v organizaci pracovních míst nebo v externích vztazích (BusinessInfo.cz, 2011). Jedná se například o změny v rozdělení práce uvnitř dané atraktivity cestovního ruchu nebo třeba o vytvoření nových typů spolupráce mezi jednotlivými památkami či atraktivitami, prodlužování sezóny návštěvnosti, noční nebo sváteční akce na hradech či zámcích atd.

7 Obecná charakteristika vymezeného území Plzeňsko

Pro praktickou část této diplomové práce bylo zvoleno Plzeňsko. Regionální informační servis (n.d.) definuje Plzeňsko jako samostatnou turistickou oblast, nicméně toto vymezení bylo v rámci této práce upraveno dle vlastních kritérií.

Obrázek 6

Vymezené území Plzeňsko na mapě České republiky



Zdroj: ArcČR 500, 2022

Plzeňsko po vlastním vymezení zahrnuje okresy Plzeň-město, Plzeň-sever, Plzeň-jih a Rokycany. Podle ČSÚ (ČSÚ, n.d.; ČSÚ, n.d.a; ČSÚ, n.d.b; ČSÚ, n.d.c) činila rozloha Plzeňska k 31. 12. 2009 3 113,4 km². Plzeň-město je nejhustěji zalidněnou oblastí vymezeného území a také celého Plzeňského kraje. Město Plzeň dominuje množstvím turistických atraktivit v rámci vymezeného území Plzeňska, ale i celého Plzeňského kraje ČSÚ (n.d.).

Zvolená oblast Plzeňsko je bohatá na kulturu a historii a je velice oblíbená pro svoji gastronomii. Vymezené území je součástí Plzeňského kraje a turistické oblasti Plzeňsko. Místo je vhodné pro milovníky poznávací turistiky, vodní turistiky nebo také

cykloturistiky. Nejvíce navštěvované jsou však kulturní a historické atraktivity. Kromě zmíněných kulturních a historických lokalit a památek sem přijíždí velké množství turistů za zábavou. Nicméně zábava je zde brána za poměrně velkou slabinu oblasti, jelikož je zde nedostatek společenských a zábavních center.

Centrem vymezené oblasti je město Plzeň, které je čtvrtým největším městem České republiky. Hraje důležitou roli v průmyslu a kultuře. Nachází se na soutoku řek Mže, Radbuzy, Úhlavy a Úslavy. Světovou proslulost získalo město především díky zdejší výrobě piva Pilsner Urquell, které je možné ochutnat například v pivovarské restauraci Na Spilce v areálu pivovaru (Regionální informační servis, n.d.).

Plzeňsko se bezesporu řadí k významným destinacím národního i mezinárodního cestovního ruchu. Počet návštěvníků a turistů se každým rokem zvyšuje. Existuje zde funkční systém organizace cestovního ruchu díky dobře fungujícímu managementu a kvalitě poskytovaných služeb (Regionální informační servis, n.d.).

Místní rozvoj cestovního ruchu je založen na několika příležitostech:

- Zvyšující se poptávka po specializovaných balíčcích cestovního ruchu
- Zvyšující se poptávka v oblasti profesního cestovního ruchu, což je kombinace služebních cest a rekreace
- Zvyšující se poptávka po malých hostincích a tematických restauracích
- Blízkost a relativně dobrá dostupnost z hlavního města Prahy jakožto nejvýznamnějšího turistického centra v České republice

Mezi silné stránky vymezené oblasti se řadí:

- Dobře dostupné město Plzeň v rámci relativně hustých a rovnoměrně uspořádaných silniční i železniční sítě
- Potenciál zajímavých a nevšedních památek a historických osobností, např. Jan Nepomucký
- Plzeň jakožto plně vybavené centrum kraje, které plní funkce nadregionálního významu
- Vysoký počet turistických informačních center v rámci turistických destinací
- Vysoký počet a kvalita restauračních zařízení, především v městě Plzni

Plzeňsko a jeho rozvoj je závislý především na jeho slavném pivovarnictví a folklorních tradicích, které se zaměřují právě na zvýšení opakovatelnosti návštěv v této oblasti

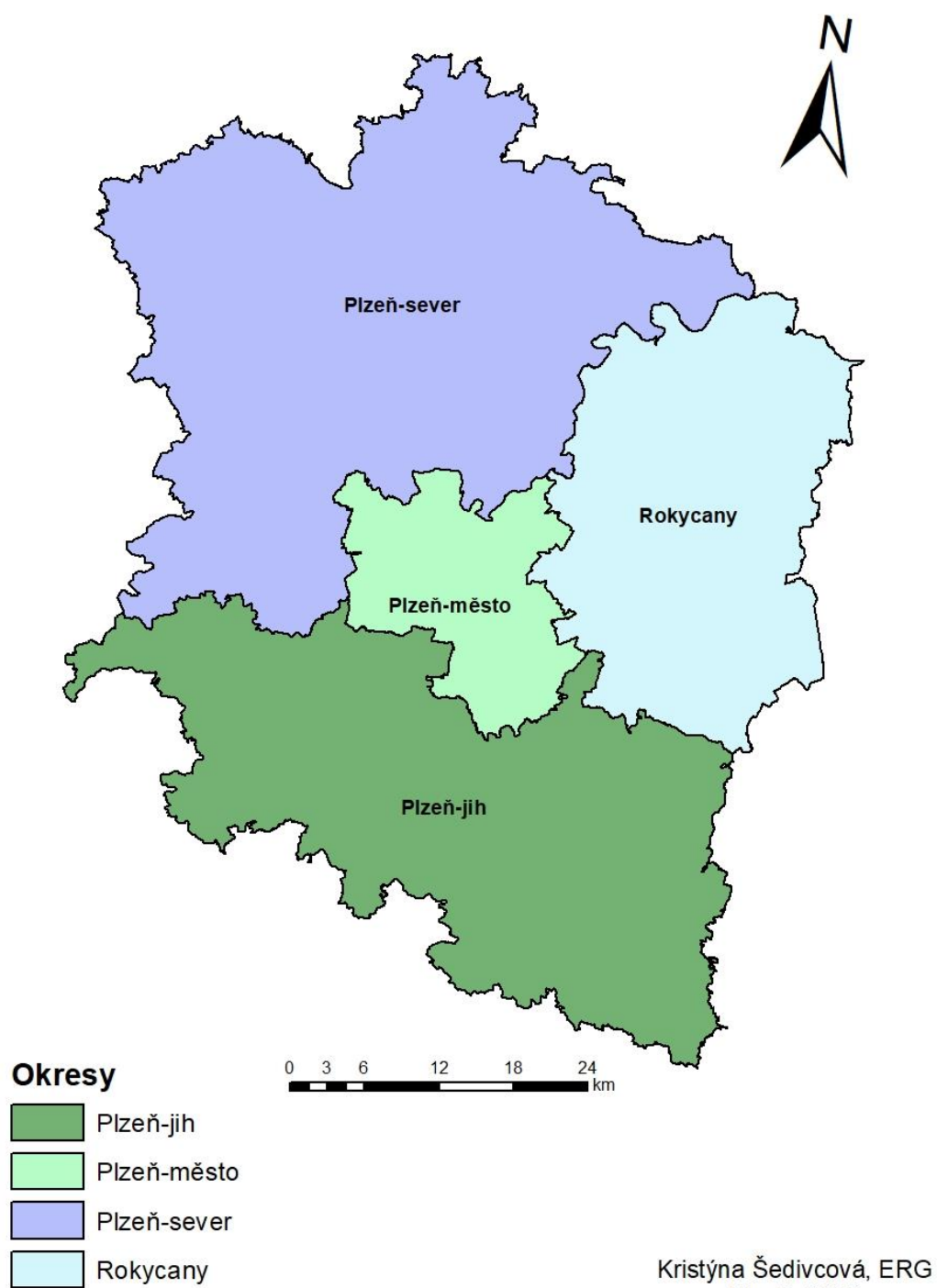
a zvýšení celkového počtu zahraničních turistů, což má pozitivní vliv na image regionu a možné inovační změny v jednotlivých oblastech vymezeného území Plzeňska.

V současné době je pro investory připravena nabídka v rámci cestovního ruchu, která obsahuje např.:

- Zvýšení a rozšíření hotelových a ubytovacích kapacit
- Výstavba komplexu pro automobilový sport v Dobřanech – autodrom-trial, truck-trial
- Vybudování nového a velkého multifunkčního zábavního centra v Plzni (Regionální informační servis, n.d.)

Obrázek 7

Okresy zvoleného území Plzeňska



Zdroj: ArcČR 500, 2022

8 Předpoklady vymezeného území Plzeňsko

8.1 Selektivní (stimulační) předpoklady

Stimulační předpoklady jsou při výběru destinace v rámci cestovního ruchu velice důležité. Ovlivňují rozhodování, zda je výhodné či bezpečné navštívit zrovna tu danou destinaci, která byla vybrána. Jak již bylo popsáno v teoretické části práce, dělí se na objektivní a subjektivní.

8.1.1 Objektivní předpoklady

Mezi objektivní předpoklady cestovního ruchu patří politické faktory, dosažená životní úroveň a objem fondu volného času, urbanizace, životní prostředí a demografická struktura. Mariotova stupnice udává, že čím vyšší bodové ohodnocení faktor ovlivňující rozhodování při výběru cílové destinace cestovního ruchu má, tak tím silnější je jeho vliv. Mezi nejvýše hodnocené patří velikost sídel, sociální příslušnost a vlastnictví auta (Čerba, 2003-2004)

Plzeňsko a obecně celá Česká republika patří mezi politicky stabilní a klidné země, kde neprobíhají žádné válečné či jiné konflikty. Turisté, kteří zamýšlí, že Plzeňsko navštíví, proto nemusí mít žádné obavy o svoji bezpečnost. Plzeňsko se nezahrnuje mezi světově nejnavštěvovanější místa. Pravděpodobně jej nenavštíví bohatší vrstvy, které raději odjedou někam do tropického ráje. Nicméně ročně do Plzeňska zavítá množství turistů např. z Japonska nebo jiných památkově zaměřených zemí, kteří během cestování po Evropě navštěvují více států a měst. Naopak třeba lidé, kteří žijí v silně urbanizovaných zónách a místech, kde je špatné životní prostředí, velice rádi navštěvují klidnější místa, kde si mohou odpočinout a zrekreovat. V Plzeňsku zajisté mohou navštívit naučné stezky přírodně orientované, místní lesy nebo třeba vodní plochy. V rámci demografické struktury je Plzeňsko atraktivnější spíše pro mladší turisty, kteří cestují za kulturou a odpočinout si od pracovního shonu.

8.1.2 Subjektivní předpoklady

Subjektivní předpoklady jsou nedílnou součástí předpokladů objektivních. Kromě zjevných vlastností lokality, hrají také osobnost a vlastnosti člověka klíčovou roli při výběru navštěvovaného místa. Mezi subjektivní faktory, které v dnešní době ovlivňují výběr turistické destinace, patří především propagace, reklama, módnost a recenze

cestovních atraktivit jinými návštěvníky. Velice silně tyto faktory ovlivňují sociální sítě. Mnoho, téměř všechny turistické atraktivity propagují své inovace a novinky prostřednictvím sociálních sítí. Díky nim mohou potenciální návštěvníky oslovit na dálku např. prostřednictvím v teoretické části zmiňovaným Instagramem. Čím více je atraktivita propagována, tím větší je pravděpodobnost, že ji návštěvník navštíví. Mnoho Plzeňských atraktivit má zřízené tyto sociální sítě, kde propaguje a zaznamenává, co se nového děje a co by mohlo zvýšit zájem turistů. Zoologická a botanická zahrada Plzeň např. téměř denně aktualizuje fotografie nebo videa na svém Instagramu. Nebo např. Farmapark u Toma v Ledcích, kde kromě prodejny chovatelských potřeb najdete také malou farmu plnou zvířátek, která si mohou návštěvníci pohladit. Tento Farmapark je stále zmiňován v rádiu na FM Plus. Ač se jedná o reklamu s nižším rozsahem, tak i přesto má zajisté vliv na poskytnutí povědomí o této farmě lidem, které by tato atraktivita mohla zajímat, a kteří poslouchají zmiňovanou stanici. Plzeňskému Prazdroji je reklamou samotné pivo Pilsner Urquell, které je stáčeno a známo po celém světě, a které má pozitivní vliv na image Plzeňska. Plzeňsku v roce 2015 obrovskou měrou napomohl titul Evropské hlavní město kultury 2015. Plzeňsko se tímto stalo módním městem a velice atraktivním pro návštěvníky v rámci cestovního ruchu a kultury z celého světa.

Tabulka 1

Motivace k návštěvě u obyvatel Plzeňského kraje v letech 2014 a 2015

Důvod	2014		2015	
	Hlavní důvod	Další důvod	Hlavní důvod	Další důvod
Pamětihodnosti, poznání, vzdělání	45 %	73 %	33 %	73 %
Kulturní akce, sport, zábava	23	64 %	22 %	68 %
Akce EHMK	0 %	0 %	11 %	32 %
Návštěva příbuzných, nebo známých	12 %	4 %	16 %	22 %
Nákupy	4 %	10 %	7 %	30 %
Práce	4 %	1 %	3 %	3 %
Jiné	0 %	0 %	1 %	1 %
Tranzit	11 %	0 %	6 %	7 %

Zdroj: Tabulka převzata ze Svoboda, 2016, s. 58

Tabulka 2

Motivace návštěvníků Plzeňského kraje k návštěvě v prosinci 2014 a lednu / únoru 2016

Důvod	12. 2014	01. / 02. 2016
Pamětihodnosti, poznání, vzdělání	46 %	34 %
Kulturní akce, sport, zábava (akce EHMK nevylišeny)	36 %	47 %
Návštěva příbuzných, nebo známých	30 %	41 %
Nákupy	0 %	13 %
Práce	18 %	11 %
Jiné	16 %	3 %
Tranzit	0 %	20 %

Zdroj: Tabulka převzata ze Svoboda, 2016, s. 58

Tabulky 1 a 2 dokazují, že největší motivací pro návštěvu Plzeňska není pivo a pivovarnictví, které jsou bezprostředně spojovány s Plzní, ale památky v roce 2014 a kulturní akce, sport a zábava v roce 2015 a 2016. Tyto důvody motivují k návštěvě jak obyvatelé Plzeňského kraje, tak neobyvatelé.

8.2 Lokalizační předpoklady

Lokalizační předpoklady se řadí mezi klíčové a velice důležité předpoklady v rámci zvolené oblasti Plzeňsko a pro řádné zpracování této diplomové práce. Do lokalizačních předpokladů zahrnujeme přírodní a kulturně-historické předpoklady, které významně ovlivňují cestovní ruch na Plzeňsku.

8.2.1 Přírodní předpoklady

Vymezené území Plzeňsko je charakteristické mírně zvlněnou lesnatou krajinou, která je protkaná sítí řek a rybníků s téměř nedotčenou přírodou. Velká část Plzeňska je tvořena lesy. V plzeňské krajině se nachází velký počet vodních ploch, jako například soustava Boleveckých rybníků. Území je vhodné pro rekreační, rodinnou a výkonnostní turistiku. Nachází se zde ideální podmínky pro pěší turistiku, cykloturistiku i vodní sporty. Mezi další typy se řadí např. sportovní rybolov v rybníku Rampichov v Letkově u Plzně (rampichov.cz, n.d.), myslivost, agroturistika, jezdecká turistika nebo třeba ekoturistika. Zdejší region je vhodný pro domácí i zahraniční návštěvníky díky rozsáhlým možnostem, krásné krajině atd. (Regionální informační servis, n.d.).

Přírodní podmínky v okrese Plzeň-město zaručují kvalitní cestovní ruch. Z pohledu technického a krajinářského je významné pozdně gotické dílo z konce 15. století –

Bolevecká rybníční soustava. Území je od konce 19. století využíváno pro rekreační turistiku – koupání a rybolov. Tato soustava je tvořena celkem 12 rybníky, z nichž největším je Bolevecký rybník, který je využíván také k provozování vodních sportů, jako je jachting nebo surfování. Kolem těchto rybníků můžete využít rekreační a turistické cesty. V rámci Plzně-města je pro rekreační účely využíváno i dalších vodních ploch, např. přehradní nádrž České údolí, Košutecké přírodní jezírko nebo třeba romantické zákoutí na řece Úhlavě – Hradiště. Mezi oblíbená místa a atraktivity se řadí i naučné stezky, které lze zařadit jak k přírodním atraktivitám, tak ke kulturně-historickým atraktivitám, které jsou popsány v další kapitole. Mezi přírodně zaměřené stezky spadají např. naučná stezka Zábělá (přírodní rezervace při pravém břehu Berounky) (ČSÚ, n.d.).

Okres Plzeň-sever zahrnuje nespočet lesů, panenskou přírodu a krásná údolí řek Sřely, Berounky a Úterského potoka. Tyto toky jsou vhodné jako rekreační zázemí pro obyvatele Plzně. Mezi nejvýznamnější rekreační příležitosti se řadí přehrada Hracholusky. Významnou přírodní památkou je Odlezelské jezero, jehož vznik je datován k roku 1872 a které bylo poté vyhlášeno národní přírodní památkou. Dalšími místy stojícími za zmínku jsou např. rozlehlá lesní žulová skalní města nacházející se blízko Žihle nebo část povodí Sřely mezi Mladoticemi, Manětínem, Rabštejnem a Žihlí (ČSÚ, n.d.a).

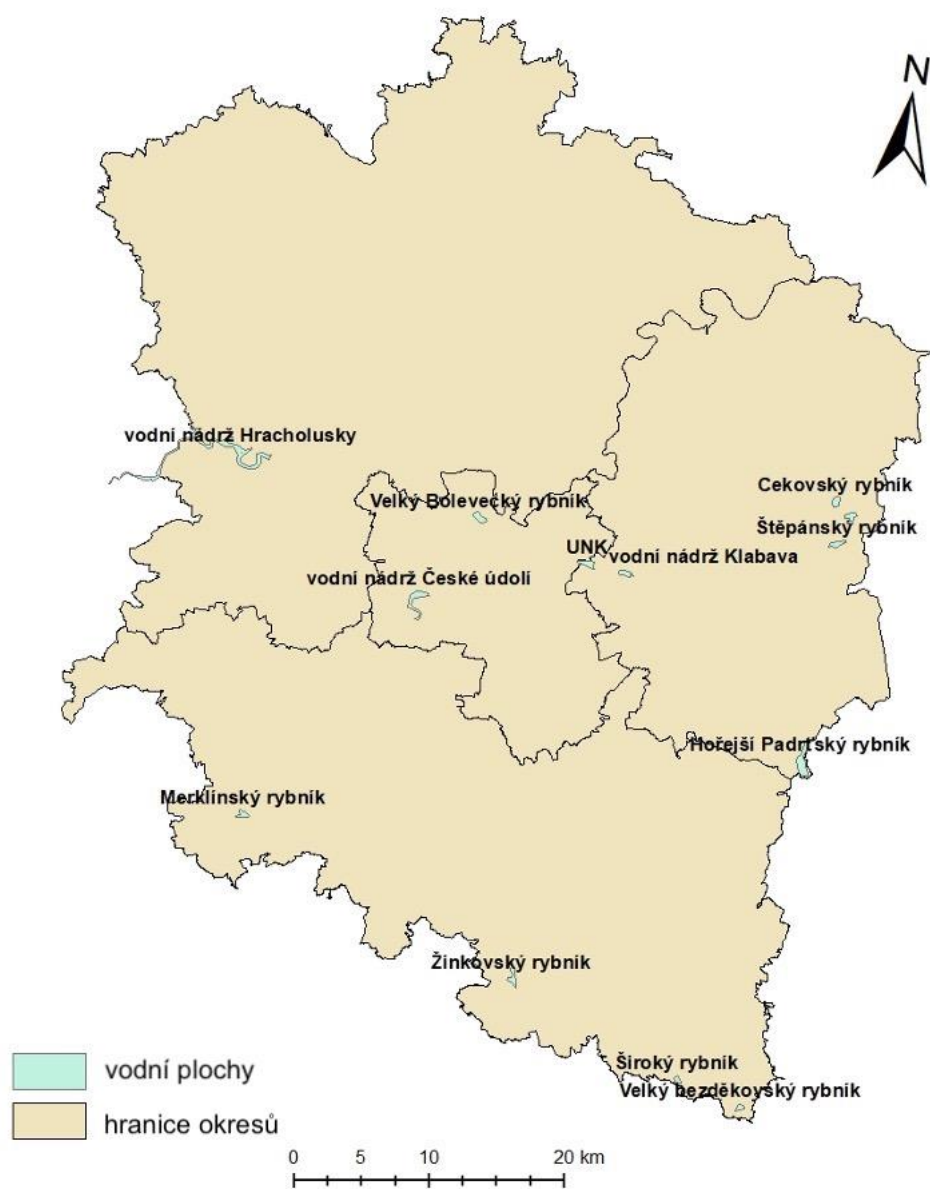
Povrch okresu Plzeň-jih je tvořen mírně zvlněnou pahorkatinou, v jejímž středu se nachází Přešticko-blovická vrchovina. Na východě oblasti se line Brdská vrchovina, jejímž nejvyšším bodem je „Nad Maráskem“ (802 m n. m.). Řeka Úslava je jedním z nejvýznamnějších vodních toků, které tudy protékají. Dalšími významnými toky jsou řeky Radbuza a Úhlava. Okres se může chlubit několika rybníky. Mezi největší se řadí Žinkovský a Merklínský (ČSÚ, n.d.b). Okres se neřadí mezi důležité oblasti využívané k rekreaci, nicméně jedná se o velmi příjemné rekreační zázemí města Plzně. Zdejší životní prostředí se může pyšnit nespočtem specifických krás přírody. Mezi tyto krásy lze zahrnout např. horské bukové lesy nacházející se na úbočí brdského pohoří nebo např. pralesovitou bučinu Chynínské louky u Čížkova. Mezi krásná místa můžeme zařadit také krajinu v okolí Nepomuku (s dominantou Zelené hory), Nebílov nebo Merklína (Wikipedia, 2021).

Okres Rokycany se řadí mezi oblasti, které mohou nabídnout rozsáhlé možnosti pro rozvoj turistiky a rekreace. Území je tvořeno lesnatými částmi Západočeské pahorkatiny,

Brdské vrchoviny a CHKO Křivoklátsko, kterými protékají řeky Berounka a další menší říční toky. Díky těmto podmínkám jsou zde rozsáhlé možnosti pro rozvoj pěší turistiky nebo cykloturistiky. Okres Rokycany padne do oka milovníkům vodní turistiky nebo rekreačního koupání. Pro tyto typy rekreací můžeme zmínit řeku Berounku a její hluboké údolí. Rekreační koupání mohou návštěvníci zažít i v zatopeném kamenouhelném dole u Radnic a Ejpovickém jezeře, kde se nachází unikátní Ejpovické útesy (ČSÚ, n.d.c).

Obrázek 8

Vodní plochy na území vymezené oblastí Plzeňsko



Zpracovala: Kristýna Šedivcová, ERG
Plzeň, 2022

Zdroj: ArcČR 500, 2022

8.2.2 Kulturně-historické předpoklady

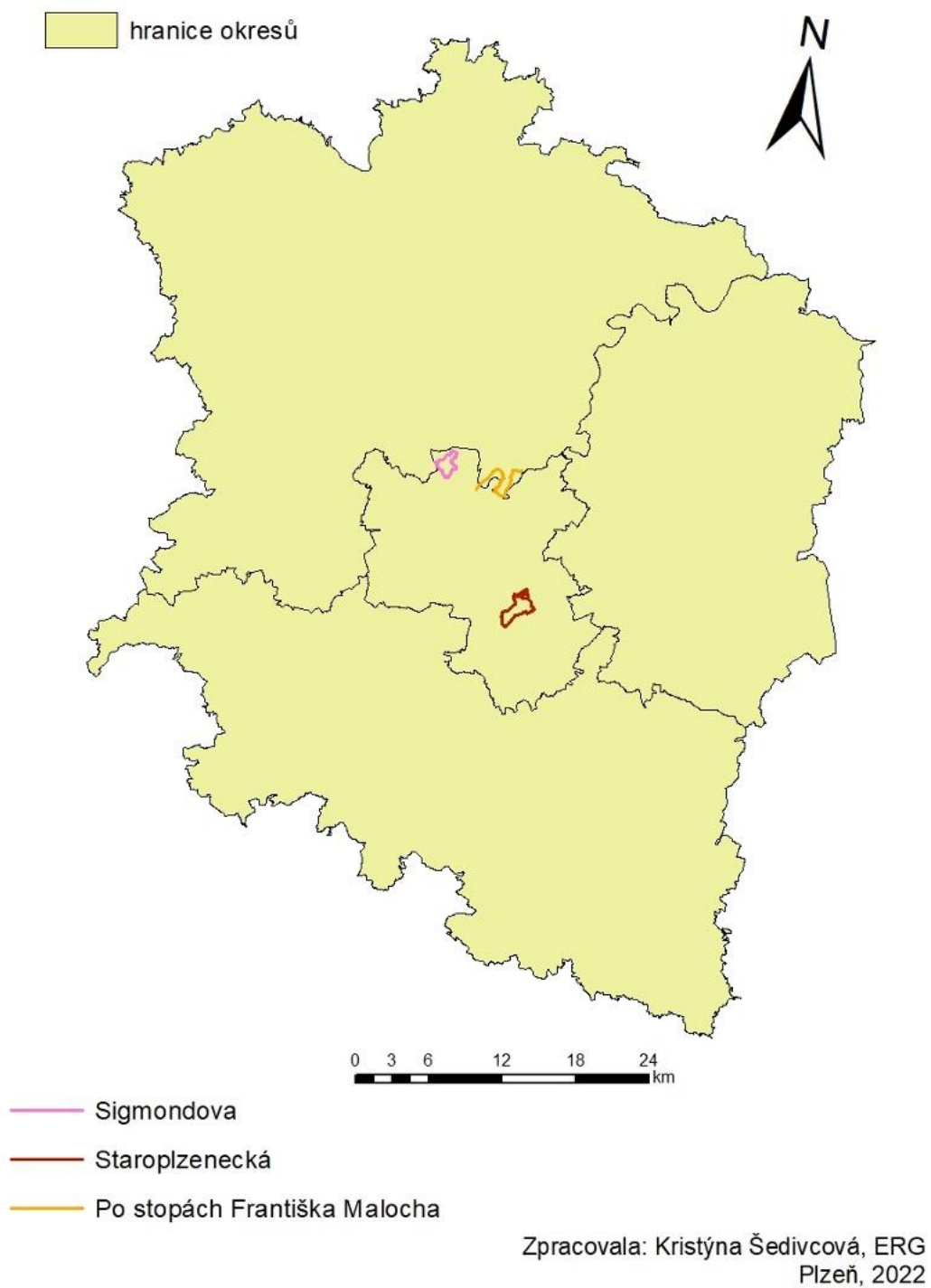
Na Plzeňsku nalezneme značné množství jedinečných kulturních, historických a gastronomických atraktivit, které doplňuje dobrá dopravní dostupnost. Plzeň se řadí mezi nejvýznamnější města v regionu a v celém Plzeňském kraji. Například místní Pivovarské muzeum, se řadí mezi nejstarší na světě. Ve městě Plzeň nesmíme zapomenout na Techmania Science Center, o které bylo psáno již výše v teoretické části práce a která se řadí mezi nejnavštěvovanější atraktivity na Plzeňsku. Na Plzeňsku nalezneme také historické památky, např. kostel sv. Bartoloměje v Plzni s nejvyšší kostelní věží u nás (103 m) nebo třeba zámek Kozel, který je nejnavštěvovanějším zámekem na Plzeňsku. Ve Starém Plzenci můžeme nalézt rotundu sv. Petra a Pavla a také zříceninu hradu Radyně (Regionální informační servis, n.d.).

Kulturní život se v okrese Plzeň-město lokalizuje především ve městě Plzeň. Můžeme zde nalézt několik divadel, kin, venkovní amfiteátr, muzea a galerie. V samotném jádru města je ke zhlédnutí několik pamětihodností a architektonických zvláštností. Historické centrum s patricijskými domy, novorenesančním stylem architektury a s historickým podzemím je nejvýznamnější v rámci městské památkové zóny. Za zmínku určitě stojí Velká synagoga v Plzni, která je třetí největší synagogou na světě po jeruzalémské a budapešťské. Zajímavý je také ojedinělý přírodní areál Zoologické a botanické zahrady v Plzni. Můžeme poznamenat také Meditační zahradu, ve které se nachází Památník obětím zla, dále Plzeňské sady, Borský či Lochotínský park s již výše zmíněným amfiteátre a empírovým pavilonem. Kromě městských zajímavostí je také možné podotknout např. hrad Radyně a nedalekou románskou rotundu sv. Petra a Pavla (ČSÚ, n.d.). Mezi pravidelně pořádané akce v městě Plzeň můžeme zařadit Smetanovské dny, festival světla BLIK BLIK, finálový večer v rámci vyhlášení hudebních cen Žebřík, Finále Plzeň, Plzeňský Majáles, Slavnosti svobody, Živou ulici, Pilsner Fest, Mezinárodní festival Divadlo nebo veletrh cestovního ruchu ITEP (Mařanová, 2019). Za velice typickou a tradiční akci můžeme považovat i oslavy ke vzniku samostatného Československa, kdy vstupné do galerií, muzeí, historických památek a kulturních zařízení je za symbolickou cenu 28,- (Tradiční akce města Plzně, 2019). Dalšími oblíbenými atraktivitami jsou naučné stezky. Mezi kulturně-historické naučné stezky se řadí např. Sigmondova stezka, která vede podél Boleveckých rybníků, naučná stezka Po stopách Františka Malocha (podél levého břehu Berounky směrem na obec Druztová) nebo např. naučná ministezka Homolka. V okolí města můžeme nalézt naučnou stezku

Po stopách „Staré Plzně“, která vede poblíž Starého Plzně a prochází přírodní rezervací Andrejšky se zajímavými bulžňákovými skalními útvary (ČSÚ, n.d.).

Obrázek 9

Naučné stezky v okrese Plzeň-město



Zdroj: ArcČR 500, TUTA Plzeň, 2022

Návštěvníci okresu Plzeň-sever mohou navštívit několik stavebních památek, jako jsou kláštery v Mariánské Týnici, v Plasích, barokní perlu západních Čech Manětín, hrad Krašov nebo staré hornické městečko Úterý a Rabštejn nad Střelou (ČSÚ, n.d.a).

V okrese Plzeň-jih stojí za zmínku barokní zámek v Nebílovech, Zelená hora se zámek, historicky významná zřícenina gotického hradu Vlčtejn nebo pseudorenesanční zámek Žinkovy. Za zmínku stojí také oblast Přešticka, kde se narodily významné osobnosti – hudební skladatel J. J. Ryba a architekt a stavitel J. Hlávka (ČSÚ, n.d.b).

Významným místem v rámci kultury v okrese Rokycany je Muzeum Dr. Bohuslava Horáka v Dobřívě. Nachází se zde významná technická památka – vodní hamr. Obec se zaměřuje na výrobu železa, která sahá až do 14. století. Návštěvníci se zde mohou dozvědět informace o kovářském řemeslu nebo se zúčastnit Hamernického dnu (Vodní hamr Dobřív, 2019). K významným církevním památkám patří Synagoga v Radnicích. Za zmínku také jistě stojí město Zbiroh, nad kterým se tyčí novorenesanční zámek, který byl postaven na místě bývalého raně gotického hradu s hlubokou studnou (164 m), která byla tesána do skály a patří k nejhlubším v Evropě. Lze zde nalézt též krajinnou oblast Křivoklátsko, která je biosférickou rezervací UNESCO (ČSÚ, n.d.c).

8.3 Realizační předpoklady

8.3.1 Informační služby

Do zvolené oblasti Plzeňsko se lokalizuje nespočet informačních center, která jsou důležitá pro návštěvníky v rámci cestovního ruchu. Tato centra můžeme nalézt téměř všude, u téměř všech turistických cílů. Na náměstí Republiky vedle Radnice nalezneme turistické informační centrum města Plzně. Provozuje jej organizace Plzeň – TURISMUS. Nově byla také otevřena druhá pobočka na hlavním vlakovém nádraží. Obě tato infocentra mají otevřeno každý den. Můžete se zde dozvědět veškeré informace a nakoupit suvenýry. Mohou vám také pomoci zajistit ubytování (Visit Plzeň, 2022a). Na náměstí se pak nachází další infocentrum Plzeňského kraje a Bavorska, jehož hlavním cílem je propagace Bavorska a Plzeňského kraje a cílem vedlejším je prezentace obcí, které nedostatečně využívají svůj turistický potenciál. Infocentrum můžeme též navštívit jakýkoliv den v týdnu od 9-18 hod. (Facebook, 2022). V rámci Starého Plzně mohou turisté využít služby informačního centra, který poskytuje informace o společenských

akcích, možnostech návštěv rotundy sv. Petra a Pavla atd. nebo Centra služeb pro turisty, který se nachází pod hradem Radyně (Město Starý Plzenec, 2022).

8.3.2 Ubytovací služby

Ubytovací služby podstatně ovlivňují rozvoj cestovního ruchu. V rámci kvalitního ubytování lze předpokládat potenciální prodloužení pobytu turisty.

V turistické oblasti Plzeňsko se lokalizuje největší množství ubytovacích zařízení do okresu Plzeň-město a dále do okresů Plzeň-jih, Plzeň-sever a Rokycany. Významným hotelem v okresu Rokycany je pětihvězdičkový hotel Chatéau hotel Zbiroh. Podle níže zvolených kategorií v rámci tabulky 3 bylo vybráno několik typů ubytovacích zařízení, z nichž nejrozšířenějšími jsou penziony, ostatní hromadná ubytovací zařízení a hotely nižší třídy (ČSÚ, 2022). Data jsou za rok 2020, protože za rok 2021 nejsou zatím k dispozici.

Tabulka 3

Počet hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu na Plzeňsku v roce 2020

	Hotel ****	Hotel, motel, hotel ****	Hotel, motel, hotel ***	Hotel, motel, hotel **	Hotel, motel, hotel *	Hotel gami	Penzion	Kemp	Chatová osada	Turistická ubytovna	Ostatní HUZ
Okres Plzeň-město	.	13	16	.	.	1	27	2	.	3	11
Okres Plzeň-sever	.	1	3	.	.	.	13	10	6	2	14
Okres Plzeň-jih	.	.	6	.	.	.	15	1	3	5	4
Okres Rokycany	1	1	2	1	1	.	11	6	6	3	4

Zdroj: Vlastní zpracování dle dat z ČSÚ, 2022

Tabulka 4*Hosté hromadných ubytovacích zařízení v Plzni v letech 2013-2015 podle země bydliště*

	2013	2014	Index 14/13	2015	Index 15/14	Index 15/13
Počet hostů	204 385	224 004	109,6%	260 183	116,2%	127,3%
Rezidenti	84 104	89 112	106,0%	101 185	113,5%	120,3%
Nerezidenti	120 281	134 892	112,1%	158 998	117,9%	132,2%
<i>Z toho (TOP 20):</i>						
Německo	40 391	49 765	123%	69 083	139%	171,0%
Rakousko	3 703	4 631	125%	11 019	238%	297,6%
Slovensko	5 396	6 260	116%	7 819	125%	144,9%
Jižní Korea	5 277	6 243	118%	7 064	113%	133,9%
Čína	3 842	4 398	114%	5 907	134%	153,7%
Polsko	5 249	5 527	105%	5 717	103%	108,9%
Francie	3 210	4 158	130%	4 852	117%	151,2%
Spojené království	4 042	4 500	111%	4 269	95%	105,6%
Itálie	3 651	3 771	103%	4 206	112%	115,2%
Rusko	14 213	11 603	82%	3 759	32%	26,4%
Spojené státy americké	2 450	2 787	114%	3 511	126%	143,3%
Nizozemsko	3 038	3 132	103%	3 380	108%	111,3%
Belgie	1 820	2 070	114%	2 175	105%	119,5%
Švýcarsko	1 560	1 978	127%	2 109	107%	135,2%
Maďarsko	1 559	1 464	94%	1 984	136%	127,3%
Tchaj-wan	.	.	.	1 868	.	.
Japonsko	1 327	1 527	115%	1 757	115%	132,4%
Ostatní asijské země	6 721	6 344	94%	1 641	26%	24,4%
Španělsko	984	1 152	117%	1 615	140%	164,1%
Švédsko	1 144	1 198	105%	1 464	122%	128,0%

Zdroj: Tabulka převzata ze Svoboda, 2016, s. 53

Tabulka 4 ukazuje nárůst ukazatelů od roku 2013 a má významný ekonomický vliv na Plzeň. Zvyšuje tržby hotelů a s nimi spojené služby, cestovních kanceláří a dopravců, stravovacích zařízení atd. Dokument projektu Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015 spojuje navýšení hostů z Rakouska s aktivitami spojenými s návštěvou interiérů Adolfa Loose. Nárůst počtu hostů z Německa, Francie a Španělska naopak spojuje s programovými aktivitami projektu Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015 (Svoboda, 2016).

8.3.3 Stravovací služby

Stravovací služby patří k nejdůležitějším prvkům infrastruktury. Stravování je jednou ze základních potřeb člověka. V současnosti stravovací služby mění význam a jde spíše o společensko-zábavní druh. Každý národ, každá kultura má specifický druh stravovacích služeb a kuchyně. Úroveň stravování je velice důležitá pro rozvoj cestovního ruchu a může mít buď pozitivní, nebo negativní vliv na rozvoj a image daného regionu. Stravovací zařízení často bývají jedním z cílů turistů. Už se nejedná jen o doplňkovou službu. Vybraná restaurace, podnik nebo vše dohromady může být v dnešní době bráno za cílovou destinaci návštěvníků.

Co se týče vymezené oblasti Plzeňsko, tak oproti ubytovacím službám přesné vymezení stravovacích služeb není tak jednoduché. Neexistují přesná a aktuální data, která by byla možné porovnat. Proto budou zmíněny ty neznámější a nejnavštěvovanější restaurace a podniky v jednotlivých okresech na Plzeňsku. Jak již mnohé napadne, největší množství stravovacích zařízení se lokalizuje do okresu Plzeň-město, přesněji do jeho centra. Zaměříme-li se nejprve na pití, tak v první řadě je nutné zmínit Plzeňský Prazdroj, tzn. Pilsner Urquell. S Plzeňským Prazdrojem je spojena nejen značka piva Pilsner Urquell, ale i značky další, jako Gambrinus, Radegast, Kozel atd. Všechna tato piva můžete ochutnat v jedné z neznámějších pivnic v Plzni Na Spilce, která se nachází v areálu pivovaru a jde o jednu z největších pivnic v České republice. Mimo jiné zde můžete ochutnat to nejlepší z pravé české kuchyně. Dalším podnikem, kde se čepuje výborný Prazdroj, je Lokál pod Divadlem, kde si můžete vybrat hned z několika typů čepování. Co se cizí národní kuchyně týče, tak za mě nejlepší pizzerií v Plzni, a dovolím si říct v České republice, jak uvedl časopis Forbes, je Pizzeria Da Pietro. V roce 2018 tuto restauraci navštívil dokonce slavný herec Jackie Chan. Dalšími věhlasnými restauracemi jsou např. restaurace U Mansfelda, Sedmý nebe Morávka nebo Penzion u Salzmannů (Mapy.cz, n.d.b).

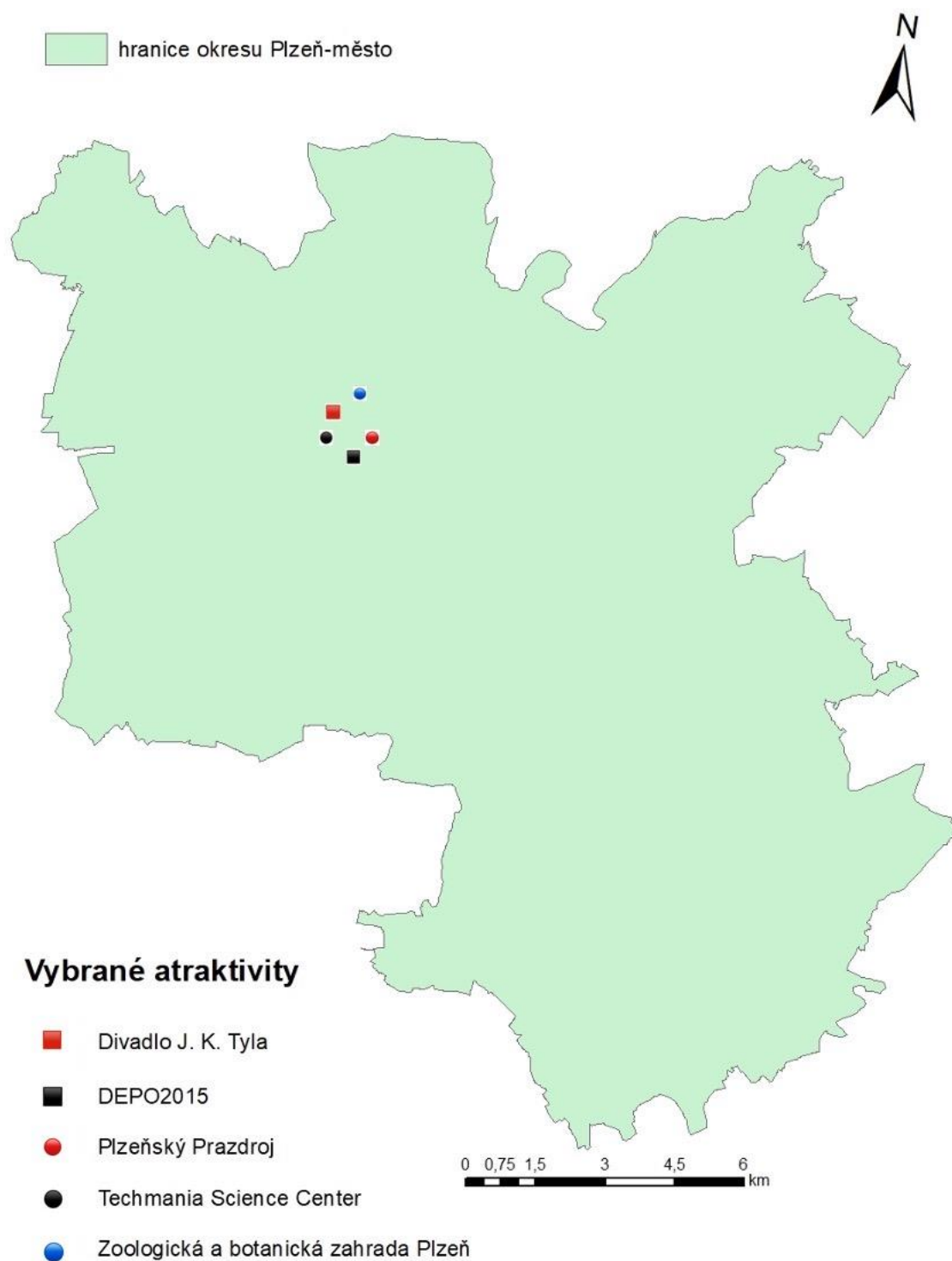
9 Zhodnocení inovací u zvolených atraktivit cestovního ruchu na Plzeňsku a jejich dopad na regionální rozvoj

V této kapitole jsou zhodnoceny inovace u vybraných atraktivit cestovního ruchu na Plzeňsku a jejich vliv a dopad na místní regionální rozvoj. Průběh a zavedení inovací se v této práci zaměřuje na období 2008–2022. Časové rozmezí bylo vybráno z důvodu vzniku a zavedení většiny důležitých inovací.

Památky a turistické atraktivity byly zvoleny na základě selektivních a lokalizačních faktorů z hlediska objektivit. Jedná se o nejnavštěvovanější atraktivity, které neodmyslitelně patří k Plzeňsku a mají dominantní postavení v cestovním ruchu na Plzeňsku, a které zavedly v posledních letech inovace, které měly pozitivní vliv jak na atraktivitu samotnou, tak na regionální rozvoj Plzeňska z ekonomické stránky a také co se image Plzeňska týče. Mezi tyto atraktivity patří bezesporu Plzeňský Prazdroj, Techmania Science Center, Zoologická a botanická zahrada Plzeň, Divadlo J. K. Tyla, projekt Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015 a s ním spojené DEPO2015. Ostatní atraktivity a projekty byly vybrány především subjektivně. Nicméně i zde se domnívám, že by se z části mohlo jednat o objektivní výběr, protože i rekreačně nebo sportovně zaměřené atraktivity mají významné postavení v cestovním ruchu na Plzeňsku. Následující mapa znázorňuje část vybraných atraktivit a jejich lokalizaci v okrese Plzeň-město.

Obrázek 10

Lokalizace vybraných atraktivit cestovního ruchu v okrese Plzeň-město



Zpracovala: Kristýna Šedivcová, ERG
Plzeň, 2022

Zdroj: ArcČR 500, TUTA Plzeň, 2022

9.1 Pivovar Plzeňský Prazdroj

První atraktivitou je a jednoznačně musí být Plzeňský Prazdroj. Plzeňský Prazdroj byl založen roku 1842 a od té doby je českou legendou. Podle Prazdroj (2019) „před více než půldruhým stoletím se začal odvíjet příběh, který se zapsal zlatým písmem do historie českého národa a světových dějin pivovarnictví.“

Plzeňský Prazdroj vyrábí nejprodávanější typ piva na světě (Pils, Pilsner). Od minulosti až do současnosti jde o nejunikátnější pivo s jedinečnou chutí. Celý svět ho zná pod názvem Pilsner Urquell. Zprvu Plzeňský Prazdroj vyráběl jen jeden druh piva, nicméně postupem času Plzeňský Prazdroj začal vyrábět i další značky známých piv, jako jsou Gambrinus, Radegast, Velkopopovický Kozel nebo Primus a Klasik. Nabídka obsahuje i nejprodávanější nealkoholické pivo Birell, které si můžete vychutnat v několika ochucených variantách. Zárukou kvality je především pečlivý výběr surovin, léty prověřená receptura a po generace předávané umění sládků. Plzeňský Prazdroj vyrábí taktéž alkoholické nápoje pod značkami Kingswood nebo Frisco. Piva a nápoje z varen Plzeňského Prazdroje se v současnosti vyváží do více než 50 zemí světa (Prazdroj, 2019).

Plzeňský Prazdroj oplývá nespočtem inovací týkajících se cestovního ruchu. První organizační inovací je nová prohlídková trasa Plzeňského Prazdroje otevřená v roce 2008. Prohlídková trasa Plzeňského Prazdroje je jednou z nejlépe hodnocených turistických destinací na světě. Prohlídka uchvátí i velice náročné návštěvníky a zajisté zaujme i cílovou skupinu návštěvníků, kteří se zajímají o historii gastronomie. Návštěvník během prohlídky objeví historické sklepy, kde se dodnes vyrábí pivo Pilsner Urquell tradiční metodou jako za dob prvního skládka. Závěrem a nejspíše tím, nač se většina návštěvníků těší, je degustace nefiltrovaného a nepasterizovaného piva Pilsner Urquell, které je návštěvníkům načepováno přímo z ležáckých dubových sudů v historických sklepech (Prazdroj Visit, n.d.). Již v roce otevření navštívilo prohlídku skoro 150 000 lidí. V roce 2015 navštívilo prohlídky pivovarů nebo se zúčastnilo různých programů více než 882 000 návštěvníků (Prazdroj, 2021). Díky těmto informacím, podle kterých návštěvnost prohlídkové trasy rok od roku roste, můžeme konstatovat, že zařazení prohlídky Plzeňského Prazdroje mělo pozitivní vliv na rozvoj cestovního ruchu v rámci Plzeňského Prazdroje, na zvýšení objemu návštěvnosti, a tedy i na regionální rozvoj Plzeňska.

Další inovací je inovace výrobová (produktová). Jde o ekologický autobus v Prazdroji. Tento autobus začal přepravovat návštěvníky v lednu roku 2015. Využit jej mohou turisté, kteří se účastní prohlídkového okruhu v pivovaru Plzeňský Prazdroj. Tato inovace s velkou pravděpodobností ve větší míře objem návštěvnosti nenavýší, nicméně umožní příjemnou jízdu a zároveň má pozitivní vliv na okolní prostředí, což může zaujmout veřejnost zajímavící se o životní prostředí, kteří by mohli být potenciálními návštěvníky (Prazdroj, 2021).

Obrázek 11

Ekologický autobus



Zdroj: Prazdroj, 2015

Plzeňský Prazdroj kromě jiného napomáhá rozvoji cestovního ruchu na Plzeňsku prostřednictvím podpory realizace parků, naučných stezek, kulturního dění a dalších aktivit, které mají pozitivní vliv na veřejný prostor. V roce 2021 podpořil několik projektů, mezi které patří Bikeheart Centrum Cyklistiky, WALLZ no.3 – Pilsner Street Art Festival, Filmové večery na náplavce, program Za plzeňským odbojem!, Šumava dříve a dnes v Plzni a Živá krajina Plzeňsko. Jde jak o podporu produktových a organizačních inovací, tak v rámci Prazdroje, který se letos spojil s Nadací Partnerství,

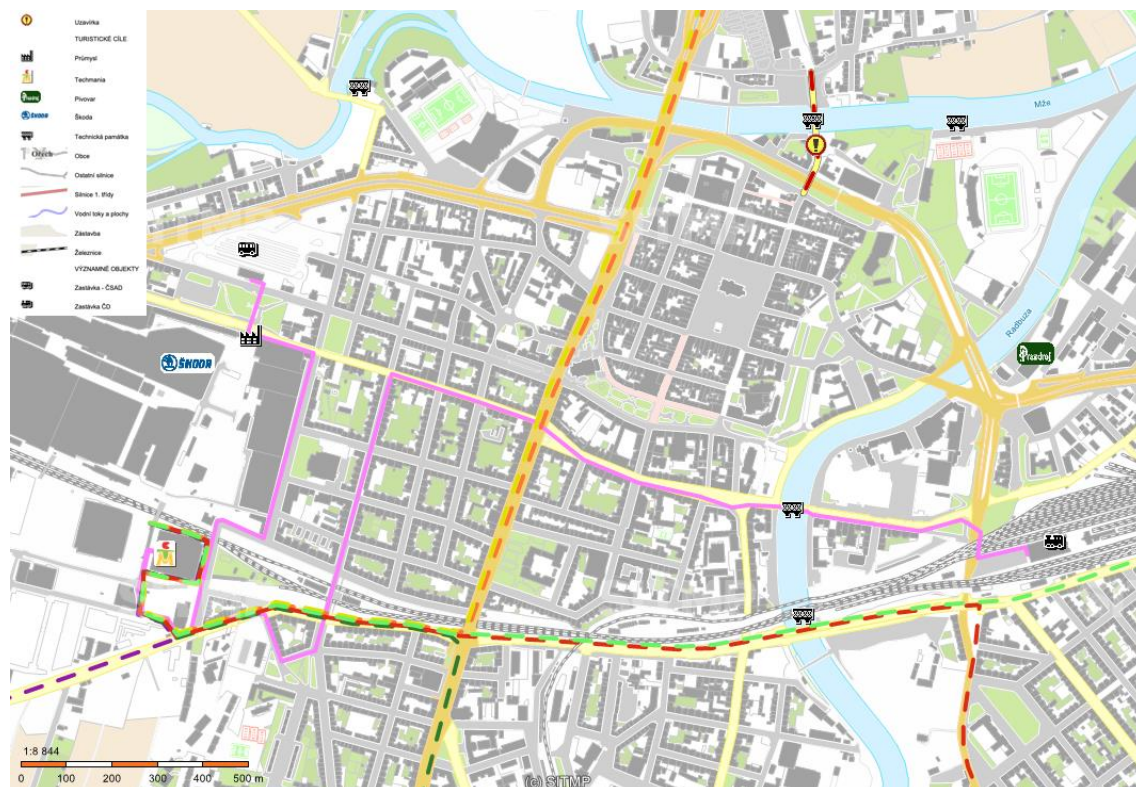
která se věnuje životnímu prostředí, jde také o marketingovou inovaci, která pozitivně ovlivní jeho obraz na veřejnosti (Prazdroj, 2022).

9.2 Techmania Science Center

Další zvolenou atraktivitou je plzeňská Techmania Science Center (dále jen Techmanie), která se nachází v historických továrních halách uprostřed průmyslového areálu plzeňské Škodovky (Visit Plzeň, 2021a). Jde o experimentální centrum pro zvědavé zájemce., kde návštěvník propojí vzdělání se zábavou. Jde o velice populární turistickou destinaci vyhledávanou jak místními turisty, tak i turisty ze zahraničí. Cílem Techmanie je napomoci těmto lidem najít a rozvinout vztah k vědě a technice a v obecné rovině objevit možnosti lidského poznání. Centrum je bohaté na expozice. Každý návštěvník si tu přijde na své. Najdeme zde například expozice, které jsou zaměřené na fyziku, astronomii, chemii nebo biologii. Dále se zde dozvíme informace a zajímavosti o problematice výživy, světě filmu nebo třeba o tématice špionáže a tajných službách. Techmanie se podílí na řadě českých i mezinárodních projektů, jako je např. Noc vědců. Za vznikem centra v roce 2005 stála společnost ŠKODA Investment a.s. a Západočeská univerzita v Plzni (Techmania Science Center, n.d.a).

Obrázek 12

Navigační mapa s doporučenými směry pro návštěvu atraktivity Techmania



Zdroj: Správa informačních technologií města Plzně, 2022, upraveno autorkou

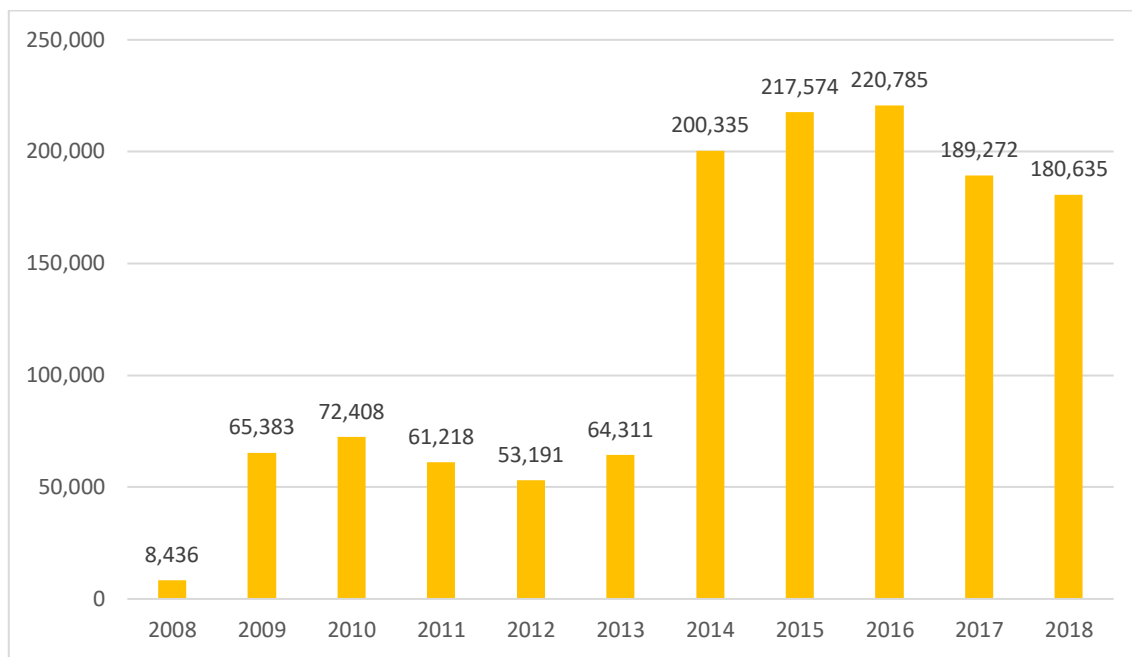
Obrázek 12 nám znázorňuje možné trasy, kterými se návštěvník může dopravit do Techmania Science Center. Na obrázku je také zobrazena lokalizace samotného Techmania Science Center

Vize, kterou má Techmania (n.d.a) do budoucnosti, je, „že chce být i nadále pevnou součástí neformálního vzdělávání v České republice.“

Techmanie je sama o sobě významnou inovací v rámci cestovního ruchu na Plzeňsku. Vznikla roku 2005 a od té doby ji navštívilo statisíce návštěvníků z celé České republiky, ale i zahraničí.

Obrázek 13

Návštěvnost Techmania Science Center v letech 2008-2018



Zdroj: Vlastní zpracování dle dat Techmania Science Center, n.d.b, 2022

Obrázek 13 znázorňuje značně vysoký nárůst návštěvníků od roku 2008. V prvním roce, kdy došlo k otevření „staré“ Techmanie a kdy dostala titul Stavba roku v kategorii rekonstrukce pro „starou Techmanii“, zde došlo také k první expozici a show. To přilákalo celkem 8 436 návštěvníků a čísla stále rostla. V roce 2012 došlo k „položení“ základního kamene 3D Planetária. Jeho otevření proběhlo o rok později, v roce 2013. Planetárium lze brát jako produktovou inovaci v rámci centra Techmanie, nicméně podle míry návštěvnosti v tabulce můžeme konstatovat, že objem návštěvnosti nijak neovlivnilo (Techmania Science Center, n.d.b). 3D Planetárium v Plzni je nicméně první svého druhu v České republice. Návštěvníkům nabízí trojrozměrné projekce na kulovou plochu a mnoho dalšího (Techmania Science Center, n.d.c). 3D Planetárium disponuje produktovou inovací, promítací 3D technologií od společnosti Sky-Skan. Tuto technologii nalezneme v současnosti jen ve 3 evropských centrech: Centrum Nauki Kopernik, barcelonské CosmoCaixa a plzeňské Techmania Science Center (Techmania Science Center, n.d.d).

Obrázek 14

3D Planetárium



Zdroj: Správa informačních technologií města Plzně, n.d.

Přelomovým rokem návštěvnosti byl rok 2014, kdy se objem návštěvníků vyšplhal na 200 335. V tomto roce se dokončila druhá etapa rekonstrukce science centra a otevřela se „nová“ Techmanie. Je možné to považovat za produktovou inovaci. Proběhlo zde i otevření Techmania Gastro, kde se mohou návštěvníci najíst. Techmanie také připravuje různé tematické programy, speciální akce a příměstské tábory (Visit Plzeň, 2021b), což má pozitivní vliv na cestovní ruch. Lze to brát jako organizační inovace a také jako marketingové inovace, kdy se Techmanie dostane do podvědomí veřejnosti.

V závěru této atraktivity můžeme říct, že Techmanie, jak bylo již výše zmíněno, je sama o sobě produktovou inovací cestovního ruchu na Plzeňsku. Jde o velice inovativní turistickou zajímavost, kterou ročně navštíví statisíce návštěvníků a která má bezpochyby vliv na regionální rozvoj Plzeňska.

9.3 Industriální stezka – Stopovačka

Další velmi významnou atraktivitou a organizační inovací industriální stezky nacházející se v plzeňské kreativní zóně DEPO2015 je industriální stezka – stopovačka, která vznikla

v roce 2021. Původní industriální stezka, která vedla především po historických zajímavostech bývalého cukrovaru nebo tramvajové vozovny a samozřejmě také po současném areálu DEPA2015, se změnila a vylepšila o několik herních prvků (produktové inovace), které přilákají především nové cílové skupiny, a to rodiny s dětmi. Bylo zde využito mnoho produktových inovací, jako je například přehrávání krátkých videí s informacemi o daném místě, díky kterým se návštěvníci virtuálně setkají s důležitými osobami, jako je např. inženýr Smola, František Křížík atd. Tato videa jsou přehrávána pomocí produktové inovace, kterou jsou QR kódy, která si návštěvník načte na svém mobilním telefonu (DEPO2015, srpen).

Obrázek 15

Návod k načtení videí pomocí QR kódu

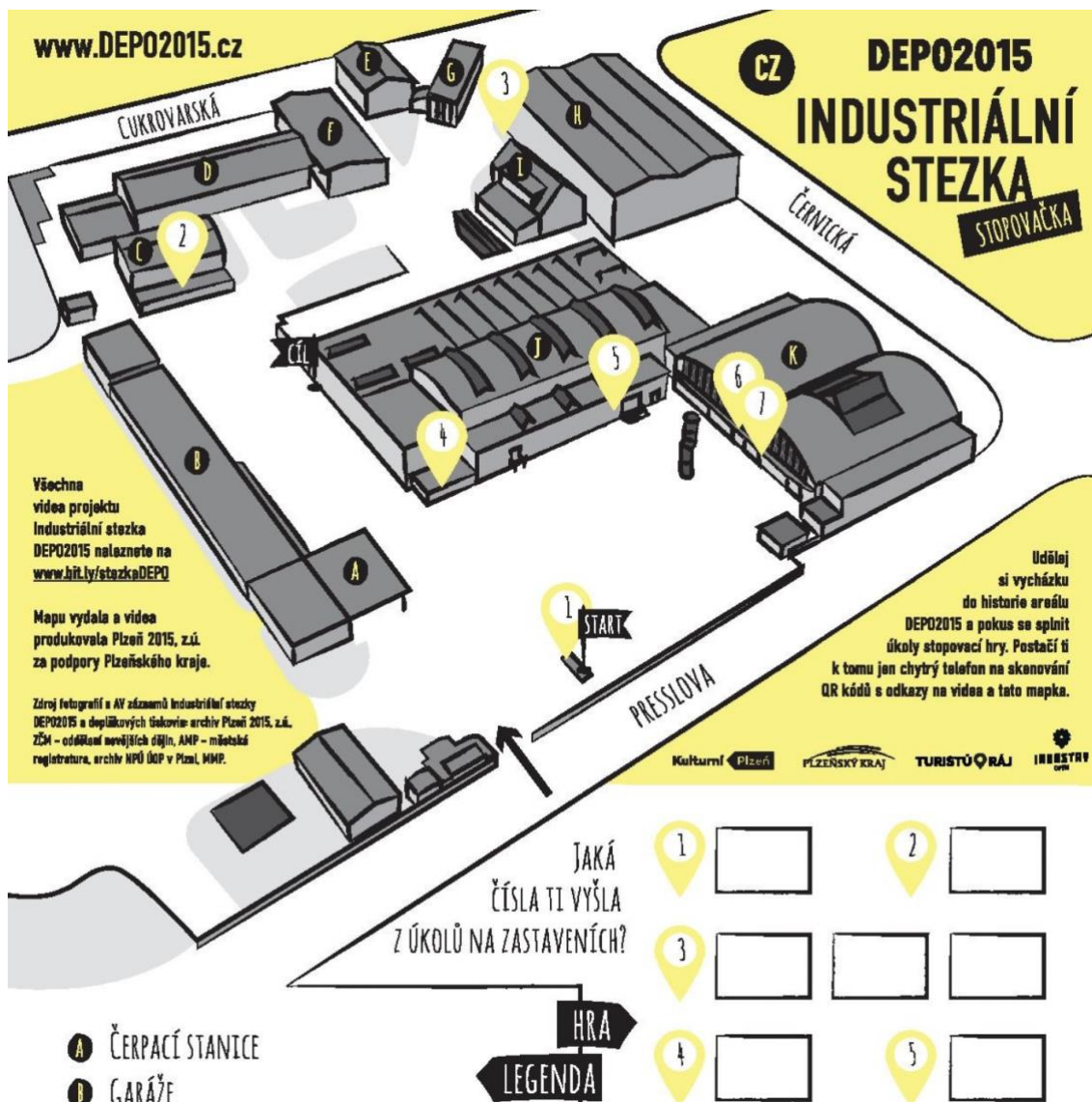


Zdroj: DEPO2015, srpen

Další inovací je organizační inovace, kterou představuje stopovací hra určená malým i velkým zájemcům o industriální historii. Celá hra je založena na plnění různých úkolů a luštění hádanek na jednotlivých stanovištích (DEPO2015, srpen).

Obrázek 16

Mapa industriální stezky – stopovačky



Zdroj: DEPO2015, srpen

Programový ředitel DEPA2015 Jan Štěpán o industriální stezce říká toto: „Industriální stezka je v současnosti jednou z mála příležitostí, jak navštívit DEPO2015. Naším cílem proto bylo rozšířit ji o aktivity pro malé návštěvníky a ještě více zpřístupnit celý areál. Chceme návštěvníky přimět během industriální procházky zvednout hlavu, rozhlížet se kolem sebe, pátrat po architektuře a všimát si detailů.“

Hru pomohl vytvořit tvůrce únikových her, ilustrátor a scénograf. V současné době jde o velice vítanou novinku, jelikož celá industriální stezka probíhá venku v areálu DEPO2015, tudíž jsou návštěvníci na čerstvém vzduchu. Je přístupná denně, a to i v době

vládou nařízených opatření. Industriální stezka vznikla za podpory Plzeňského kraje (DEPO2015, srpen).

V rámci zmíněných informací můžeme konstatovat, že se jedná o vsutku zajímavou inovační atraktivitu, která zajisté přiláká nejen dosavadní skupinu návštěvníků, kterými byli především dospělí lidé, ale v rámci zatraktivnění prostřednictvím her a úkolů přiláká i novou cílovou skupinu, kterou jsou rodiny s dětmi.

9.4 Zoologická a botanická zahrada Plzeň

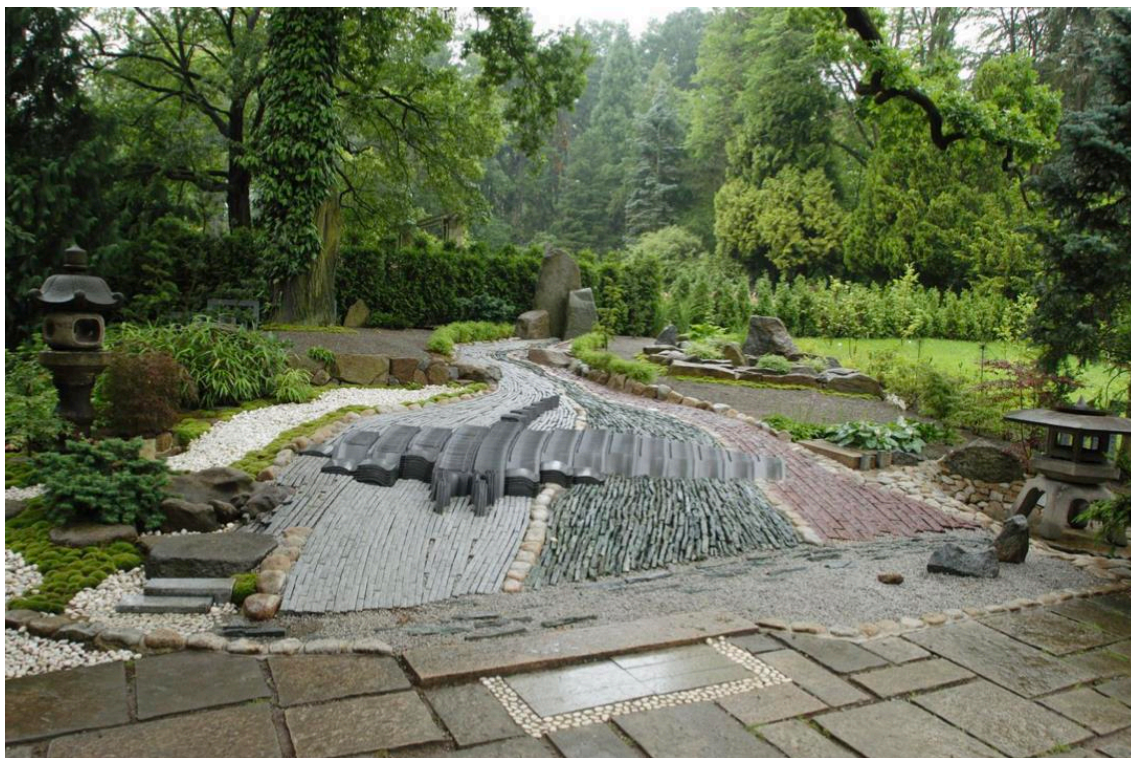
Zoologická zahrada v Plzni má zajímavou historii. Dříve se nacházela v Doudlevcích, kde byla roku 1926 založena. Později, v roce 1963, se přestěhovala na Lochotín, kde se následně sloučila s botanickou zahradou. Následně k ní byl připojen amfiteátr Lochotín. Jde o nejzápadněji položenou zoologickou zahradu v České republice. Zoo utváří funkční celek s botanickou zahradou jako jediná zoo v ČR. Zároveň má detašovanou moderní expozici AKVA-TERA v centru města Plzeň. Mezi zajímavosti v plzeňské zoologické zahradě patří chov zvířat v přirozených a přitažlivých podmínkách. Byly zde také vytvořeny nové expozice, které se skládají z výseků celých biotopů s charakteristickými druhy rostlin a živočichů. Nachází se zde mnoho výběhů, kde uvidíte vícero druhů živočichů a rostlin pohromadě. Jednotlivé expozice jsou zde umístovány dle světadílů, odkud pochází (zooplzen.cz, n.d.a).

Od roku 1996 zde proběhlo mnoho rekonstrukcí a inovací, které zvýšily objem návštěvnosti a přilákaly i další cílové skupiny. Vznikl zde nový Tajemný svět africké noci nebo zde proběhla např. rekonstrukce jedné budovy na expozici o Madagaskaru. Zcela novou expozicí je Dům afrických kopytníků. Zrekonstruován byl také unikátní rozsáhlý statek z 19. století Lůfnerka (zooplzen.cz, n.d.a). Za zcela unikátní se považuje japonská zahrada Šówa-en. Jde o část asijské zahrady, která se nachází v horní části areálu zoo. Jde hlavně o odpočinkovou, relaxační a meditační zónu. Japonská zahrada přiláká především zájemce o japonskou tradici a filozofii. Zahrada působí převážně jako kamenná zahrada, kde rostliny utvářejí doprovodný prvek celé expozice. Produktovou inovací, která celému komplexu japonské zahrady dodá na atraktivnosti, je zavedení vody, která je nezaměnitelnou součástí klidného a čistého Japonska. Expozice zahrnuje také chov bažantů druhu Phasianus colchicus. Jen v plzeňské zoo najdete dvanáct poddruhů tohoto druhu a dalších jedenáct dalších druhů bažantů. Většina z nich se nachází na pokraji

vyhynutí. Jde především o produktové inovace, které přilákají jak zájemce o poznání přírody, ale také historie a kultury Japonska (zooplzen.cz, n.d.b).

Obrázek 17

Japonská zahrada



Zdroj: zooplzen.cz, n.d.b

Rok 2010 představoval v plzeňské ZOO historický mezník, kdy se zoo rozšířila o zástupce největších suchozemských zvířat. Šlo o nosorožce indického, hrošíka liberijského a žirafu Rothschildovu. Toto stěhování podpořila dotace Evropské unie (zooplzen.cz, n.d.a). Návštěvníci zoologické a botanické zahrady mohou od roku 2014 nově navštívit dvě velké expozice, skleníkový pavilon Středomoří a pavilon amazonského pralesa. Tyto expozice vznikly v dosud nevyužitých partiích zahrady nad africkou restaurací KIBOKO a na přírodní terase nad expozicí vlků hřivnatých. Realizace nového projektu Stopy člověka v přírodě – Amazonie a Mediteraneum, který byl dotován z Regionálního operačního programu Jihozápad a spolufinancován Evropskou unií, byla zahájena v listopadu 2013 a skončila v říjnu 2014. Cílem tohoto projektu je ukázat zájemcům interaktivní formou vznik lidské civilizace a postupné ovlivňování přírody člověkem. Návštěvníci se dozví, jak se jednotlivé lidské kultury přizpůsobily často velmi

extrémním přírodním podmínkám a zároveň jak příroda našla způsoby přizpůsobit se tlaku stále rostoucí lidské populace (zooplzen.cz, n.d.c).

Obrázek 18

Mediterraneum



Zdroj: zooplzen.cz, n.d.c

Obrázek 19

Zvířecí a rostlinné expozice a další objekty v ZOO Plzeň



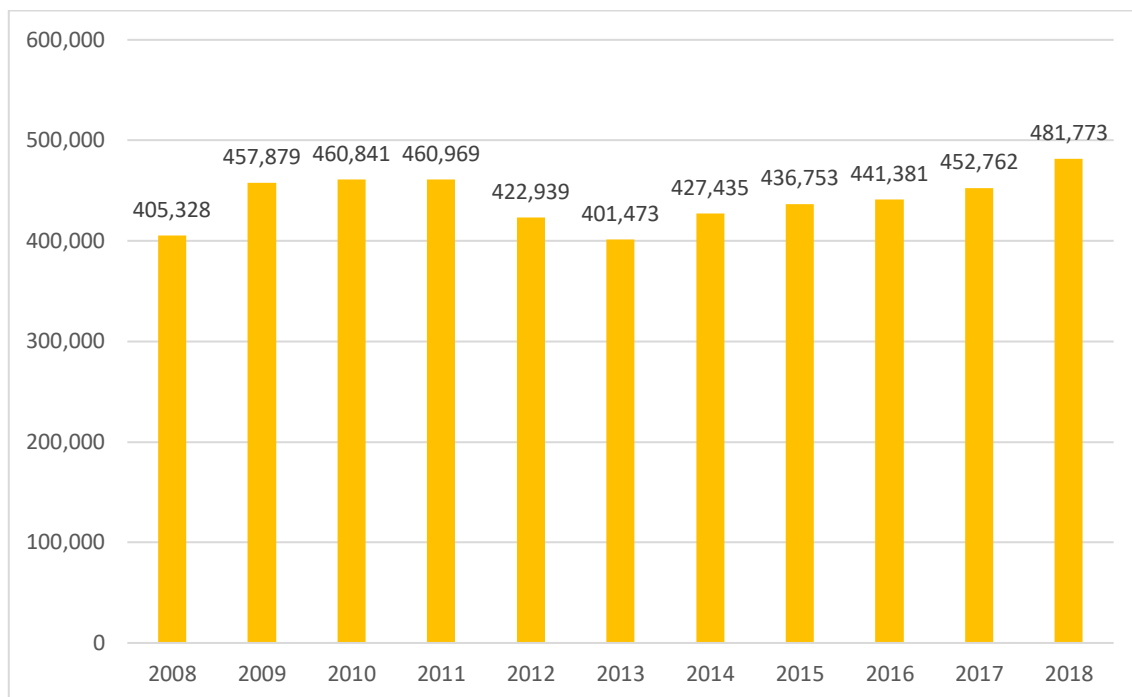
Zdroj: Správa informačních technologií města Plzně, 2022, upraveno autorkou

Na obrázku 18 můžeme vidět lokalizace jednotlivých zvířecích, rostlinných a dalších expozic v ZOO. Červeně čárkovaně je vyznačená prohlídková trasa Po stopách člověka.

Další inovací, která proběhla v roce 2020, je pavilon Zlaté rybky, který se nachází na místě bývalého zahradního domku rodiny Kodetů. Návštěvníci zde mohou spatřit mnohé symbolické rostliny čínské zahradní kultury. V budově mohou nalézt terárium, které představuje jihočínský potok a kde jsou vystaveni ohrožení krokodýlovci čínští a několik druhů tamních ryb (zooplzen.cz, n.d.a).

Obrázek 20

Návštěvnost Zoologické a botanické zahrady v letech 2008-2018



Zdroj: Vlastní zpracování na základě poskytnutých dat ZOO, 2022

Obrázek 20 znázorňuje, že nejvíce turistů navštívilo plzeňskou zoologickou a botanickou zahradu v letech 2011 a 2018. V rámci inovací, které zde byly zavedeny, není však žádný velký nárůst objemu návštěvnosti zaznamenán. Nicméně v roce 2010, podle výše zmíněných informací, přibýly v zoo výběhy s třemi největšími suchozemskými savci, což by teoreticky v roce 2011 částečný nárůst turistů oproti roku předchozímu ovlivnit mohlo. Největšímu množství turistů se však zoo těšila v roce 2018, rok před pandemií covid-19. V tomto roce nezmiňují žádnou inovaci, nicméně v zoo se stále něco děje, tudíž je možné, že i v tomto roce zde proběhl nějaký druh inovace, který přilákal různé skupiny návštěvníků a jejich objem zvýšil o téměř 30 tisíc turistů.

Mezi nové expozice, které turisty čekají v roce 2022 a které s velkou pravděpodobností přilákají nové návštěvníky, se řadí nová expozice lvů berberských. Jde o nový výběh, který zoologická zahrada kompletně rekonstruuje po 20 letech od jeho otevření.

Podle Kudyznudy (n.d.c):

V té době to byl vůbec první výběh v tuzemských zahradách, kde návštěvníky nedělil od zvířat plot, mříž nebo silné sklo, ale pouze široký vodní příkop a elektrický ohradník. Výběh měl přes 800 metrů čtverečních. Nyní zoo většinu vodního příkopu zasype. Část, kterou ponechá, výrazně rozšíří. Lvům se tak asi o třetinu

zvětší jejich prostor. Přibudou navíc i vyhlídky pro návštěvníky a nové menší expozice připomínající severoafrickou domovinu lvů berberských, nejhroženějšího poddruhu lva.

Všechny tyto zmíněné inovace můžeme zařadit do produktových (výrobních) inovací. Jde o rekonstrukce, či výstavbu nových areálů a expozic pro zvířata nebo rostliny.

Mezi organizační inovace, které by mohly přilákat velké množství návštěvníků, se řadí např. doprovodný program, komentovaná krmení, a hlavně sokolnické ukázky na amfiteátru.

9.5 Divadlo J. K. Tyla v Plzni

Divadlo J. K. Tyla v Plzni se pyšní bohatou nabídkou vystoupení a divadelních her. Utváří čtyři umělecké soubory. Divák zde může ročně vidět asi 500 činoher, oper, operet, muzikálů a baletů. Hrají se zde jak původní novinky, tak i premiéry her zahraničních autorů. Divadlo také uvádí opery, symfonie, operety a muzikálové koncerty a rozvíjí tradici nedělních koncertních matiné (což může být bráno jako organizační inovace, která může znamenat vyšší zájem o divadlo). Divadlo J. K. Tyla je úspěšné v rámci celé České republiky. Dokazuje to rekordní počet abonentů, kterých je asi 10 000, což je více než v Národním divadle v Praze (DJKT – Divadlo J. K. Tyla, 2019).

Podle DJKT – Divadlo J. K. Tyla (2019):

Přes čtyřicet abonentních skupin umožňuje nejen výběr podle dnů v týdnu, které předplatitelům nejvíce vyhovují, ale i podle jejich individuálních preferencí. Zvláštní nabídka je připravena pro věkově a sociálně vyhraněné skupiny abonentů v podobě finančně výrazně zvýhodněného předplatného pro studenty, seniory a rodiče s dětmi. Abonmá nabízí setkání s živými díly minulosti i se žhavými novinkami.

Divadlo je organizátorem mnoha zajímavých kulturních akcí. Mezi tyto akce se řadí např. prohlídky divadelních budov, výstavy, besedy nebo např. autogramiády. Je také zapojeno do evropského projektu Noc divadel. Jde o organizační inovaci (projekt), která si klade za cíl poskytnout české a zahraniční veřejnosti příjemné společenské a kulturní vyžití, podobně jako při Noci literatury nebo Muzejní noci. Tato inovace může pozitivně ovlivnit obraz divadelní scény v povědomí lidí. Poprvé se Noc divadel odehrála v roce 2013 (DJKT – Divadlo J. K. Tyla, 2019).

Tabulka 5

Přehled úspěšnosti projektu Noc divadel v letech 2013-2018

Ročník	Počet souborů	Počet měst	Počet návštěvníků	Téma
1. ročník 2013	80	24	40 000	/
2. ročník 2014	114	29	50 000	Rok české hudby
3. ročník 2015	111	36	50 000	Na dřeň
4. ročník 2016	108	31	50 000	/
5. ročník 2017	102	35	45 000	Forever Young
6. ročník 2018	106	30	40 000	Česko-slovenská divadelní spolupráce

Zdroj: Vlastní zpracování dle dat Purkert, n.d.

Tabulka 5 znázorňuje fakt, že podle počtu návštěvníků bylo hned několik úspěšných ročníků Noci divadel, kdy tento projekt přilákal celkem 50 000 zájemců. Druhý ročník 2014 měl obrovský rozsah a bohatý program, a stal se tím pádem největším divadelním svátkem v rámci evropské Noci divadel. Tento ročník přinesl i několik organizačních novinek v podobě fotosoutěží. Ročník 2015 ukázal sílu společenství a solidarity při podpoře kampaně Na dřeň, kdy Noc divadel vyzdvihla povědomí o potřebě dárců kostní dřeně pro pacienty s leukémií a poskytla volné vstupenky pro dárcce. Prostřednictvím tabulky je možné vidět, že zmíněné ročníky měly pozitivní vliv na rozvoj cestovního ruchu nejen v rámci zvolené oblasti Plzeňska, ale také v rámci dalších měst, která se projektu zúčastnila (Purkert, n.d.).

Divadlo je rovněž zakladatelem několika nových tradic v západočeské metropoli. V rámci marketingu spolupracuje od roku 2014 spolu s dalšími institucemi na organizační inovaci průvodu Vendelín, který byl zahájen na přání současného ředitele DJKT Martina Otavy a který byl pojmenován po Vendelínu Budilovi, který v roce 1902 otevíral novou budovu Velkého divadla. Další významnou organizační inovací, která pozitivně ovlivnila cestovní ruch na Plzeňsku, je organizace koncertů pod širým nebem. Tento projekt se nazývá Noc s operou a jeho cílem je přinést opeře další cílové skupiny návštěvníků a diváků. První ročník této akce se konal 30. června 2015 v lochotínském amfiteátru a byl velice pozitivně hodnocen ze strany veřejnosti. Navštívilo jej přes 5 000 diváků (DJKT –

Divadlo J. K. Tyla, 2019). V roce 2019, navzdory coronavirové krizi, jej navštívilo přes 7 500 diváků, tudíž můžeme říct, že počet návštěvníků roste a tato organizační inovace bude mít bezesporu pozitivní vliv na rozvoj cestovního ruchu na Plzeňsku a na přilákání dalších cílových skupin turistů (Purkert, n.d.). V letech 2014/2015 DJKT započalo projekt (organizační inovaci) Literární kavárna, jehož cílem je podpořit tvůrčí činnosti mladých autorů a dát jim možnost nahlédnout do uměleckého provozu divadla (DJKT – Divadlo J. K. Tyla, 2019).

V rámci DJKT neproběhly jen organizační inovace, nýbrž i inovace produktové (výrobní). Mezi ně patří výstavba Nové Velké a Malé scény na Palackého náměstí. Stavba započala v červnu 2012 a k otevření došlo 2. září 2014. Náklady na celou stavbu činily 870 milionů korun včetně DPH. Charakter budovy vytváří unikátní předsazená fasáda z litého betonu s “bublinovou“ perforací, která se u nás zatím nikde jinde nenachází. Divadlo tudíž samo o sobě představuje unikátní inovaci. Nepřehlédnutelnou součástí fasády je organický dekor s 39 nepravidelně rozmístěnými otvory, které jsou podsvícené LED reflektory. Celý divadelní komplex je tvořený dvěma budovami – divadelní a provozní. Jako inovaci produktovou a zároveň i organizační můžeme brát vylepšení a navýšení počtu míst pro diváky. V divadelní části je sál pro celkem 461 diváků a v Malé scéně najdeme místa pro 120 diváků. Další produktovou inovací je například možnost variability tvaru hlediště na Malé scéně (DJKT – Divadlo J. K. Tyla, 2015a). V rámci Nové scény spadá mezi produktové inovace např. moderní vybavení jeviště, kulisy, reflektory a další prostředky umožňující zajímavější průběh představení. Je možné se zde těšit jak na moderní, tak i klasická představení.

Co se týče Malé scény, zde se hrají spíše méně tradiční a modernější představení, která přilákala novou cílovou skupinu – mladé obecnstvo. Odehrávají se zde komorní a klubové hry (DJKT – Divadlo J. K. Tyla, 2015a).

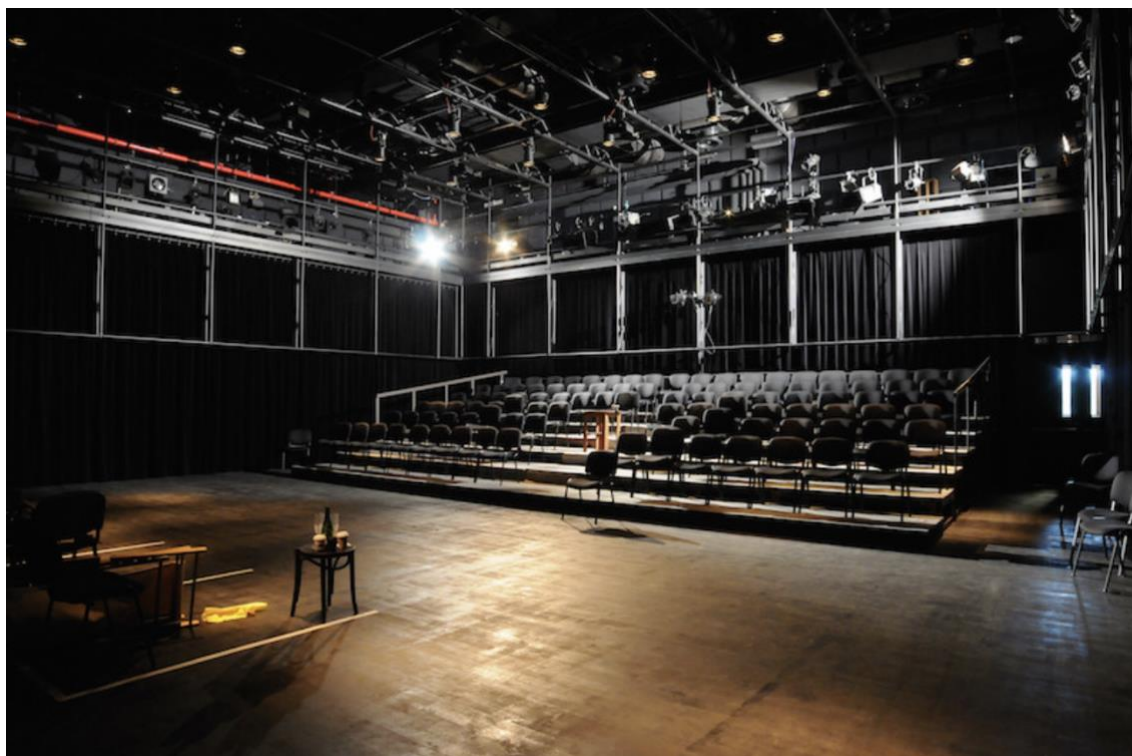
Podle DJKT – Divadlo J. K. Tyla (2015b):

Variabilní sestavy sezení a v podstatě nulová vzdálenost mezi diváky a herci umožňují vytvářet silnou atmosféru a neopakovatelné situace. Zážitky z Malé scény si skutečně budete pamatovat, vidíte a slyšíte každý detail, stáváte se součástí dění. Moderní dramata nebo autorské pohádky, komorní balet nebo opera, vše máte na dosah ruky.

V tomto případě může jít jak o produktovou inovaci v rámci vybavení sálu, organizační inovaci, tak i procesní inovaci, kdy je hercům umožněn bližší přístup k divákům, než je tomu například na Velké scéně. Navíc se jedná spíše o alternativní prostor, a tudíž diváci mohou přijít oblečení, jak chtějí (DJKT – Divadlo J. K. Tyla, 2015b).

Obrázek 21

Malá scéna



Zdroj: DJKT – Divadlo J. K. Tyla, 2015b

9.6 Naučná stezka Spejbla a Hurvínka

Novou turistickou atraktivitou, která láká cílové skupiny – malé děti, mladistvé i dospělé k pohybu a do přírody na Plzeňsku, je jedinečná stezka, která vede okolo boleveckých

rybníků v oblíbené rekreační oblasti. Jde o naučnou stezku populárních postaviček Spejbla a Hurvínka, jejichž tvůrcem je slavný plzeňský loutkář Josef Skupa (1892-1957). Naučný okruh je dlouhý celkem 5,5 kilometrů a lze na něm nalézt deset stanovišť. Na jednotlivých stanovištích stojí vždy socha Spejbla nebo Hurvínka. Okruh obsahuje plnění různých pohybových úkolů, které děti a dospělí obdrží na každém stanovišti. Jde např. o úkol udělat daný počet dřepů, oběhnout strom nebo zasáhnout šiškou kmen. Návštěvníci se kromě jiného obohatí o informace, jak správně vykonávat různé sportovní pohyby, např. běh. Na stanovištích najdeme také informativní texty o místě, kde se právě nacházíme, a dozvíme se o jeho historii a zajímavostech. Organizační inovací této naučné stezky, která však zřejmě nebude mít přímý vliv na zvýšení objemu návštěvníků, nicméně může výlet obohatit o zajímavé informace, je dialog mezi Spejblem a Hurvínkem, který si návštěvníci načtou pomocí produktové inovace, QR kódu, na svém mobilním telefonu. Naučnou stezku provozuje Magistrát města Plzně a může ji navštívit kdokoliv bez omezení. Je volně přístupná. Začátek stezky se nachází na hrázi Šídlovského rybníka a 120 metrů od startu u chatové oblasti je první stanoviště. Odtud pokračuje cesta přes přírodní rezervaci Kamenný rybník směrem ke Kolomazné peci, ke smírčímu kříži v údolí Merán, pak k pískovcové skále Pupek a rybníčku Vydymáček v Arboretu Sofronka, kde se nachází celkem 2 stanoviště. Dále odtud vede trasa přes nově vybudovanou lávku nad železniční tratí a čtyřproudou silnicí na most k Třemošenskému rybníku a pak k rybníku Nováček u sídliště Košutka, kde naučná stezka Spejbla a Hurvínka končí. Časová náročnost tohoto naučného okruhu je přibližně 2,5 hodiny (Kudy z nudy, n.d.b).

Obrázek 22

Grafické znázornění naučné stezky Spejbla a Hurvínka



Zdroj: Převzato z Visit Plzeň, 2022b

Dle dostupných informací se jedná o produktovou, ale také organizační inovaci. Lze konstatovat, že naučná stezka přiláká zájemce o loutky Spejbla a Hurvínka. Mezi tyto zájemce lze zařadit malé, dospělé i starší návštěvníky. Dalším důvodem navštívení stezky může být trávení času v přírodě se současným zapojením pohybových aktivit. Naučná stezka se navíc nachází vedle rybníků, tudíž v létě si návštěvníci stezky mohou i zaplavat a zažít příjemné chvíle u vody. To vede k tomu, že cesty okolo rybníků budou využity k dobrým a praktickým účelům, a díky tomu možná naučná stezka přiláká návštěvníky k boleveckým rybníkům. V rámci stezky nejsou žádná dostupná data o množství návštěvníků, nicméně lze konstatovat, že by mohla mít pozitivní vliv na okolí.

9.7 Nová lávka a cyklotrasa do Lhoty

Nová lávka na cyklotrase směrem do Lhoty představuje produktovou inovaci v rámci sportovního a rekreačního cestovního ruchu. Jedná se o poslední lávku z projektu Greenways – sportovně rekreačních tras v údolích plzeňských řek. Lávka byla dokončena

v říjnu 2019 a nachází se nad litickým jezem vedle fotbalového hřiště. Nová lávka má obrovský vliv nejen pro zájemce o cykloturistiku, ale také pro obyvatele Lhoty, jelikož bude tvořit další novou trasu do Lhoty a umožní cesty lépe kombinovat. Celá trasa vede přes lesní cestu přes Valchu a most přes koleje až k přehradě, zpátky přes novou lávku u litického jezu a podél břehu Radbuzy nebo přes Dubovou horu až ke lhotské lávce Járy Cimrmana. Pro pěší turisty zde vznikla už v roce 2018 produktová inovace v podobě chodníku, který vede podél silnice Valcha-Litice (Halada, 2019).

Obrázek 23

Grafické znázornění nové lávky a cyklotrasy do Lhoty



Zdroj: Převzato Halada, 2019

Projektantem lávky je Ing. Jak Rosík, DIPONT s.r.o a zhotovitelem lávky je společnost s r.o. BERDYCH plus. Lávka byla dotována Statutárním městem Plzeň zastoupeným Odborem investic Magistrátu města Plzně. Cyklostezka navíc vytváří jeden z nových úseků budované cyklosítě. Stezka podstatně zkracuje cestu cyklistům z Borského parku v Plzni do Plzně-Lhoty. Po výstavbě a uvedení lávky do provozu se stala vyhledávaným cílem výletních tras a sportovních jízd obyvatel z širokého okolí Litic a Plzně. V místě lávky lze momentálně provozovat různé druhy sportů – rybařit, plavat, sledovat okresní fotbalové přebory, cvičit jógu, jezdit na kole a in-line bruslích nebo bezpečně trávit čas se školní družinou (Stavba roku Plzeňského kraje, 2020).

Podle všech těchto dat a informací lze konstatovat, že výstavba nové lávky měla a má pozitivní vliv na místní rozvoj cestovního ruchu, a tudíž i na regionální rozvoj Plzeňska.

Obrázek 24

Nová lávka



Zdroj: Stavba roku Plzeňského kraje, 2020

Obrázek 25

Nová lávka a část stezky vedoucí do Lhoty



Zdroj: Stavba roku Plzeňského kraje, 2020

9.8 Bikeheart

Bikeheart není vyloženě inovace, jedná se o neziskovou organizaci, která je však součástí cestovního ruchu, přesněji sportovně-rekreačního. Byla založena 22. 8. 2018. Bikeheart je členem České mountainbikové asociace ČEMBA a Českého svazu cyklistiky ČSC. Pořádá akce pro cyklisty, kterých se mohou zúčastnit jakékoliv cílové skupiny od dětí a začátečníků přes pokročilé až po profesionály. Bikeheart nabízí aktivity a služby, které mohou zlepšit a zpestřit život milovníkům cyklistiky. Organizace pořádá pravidelné víkendové vyjížďky na horských i silničních kolech, offbike akce (např. kurzy první pomoci, přednášky s osobnostmi české cyklistiky, cyklobazárky s výtěžkem pro Kardiologickou ordinaci Dětské kliniky FN Plzeň, pikniky a další), vícedenní soustředění, kurzy pro cyklisty atd. Organizační inovací, ale také možná marketingovou inovací, je zavedení e-shopu, kde si zájemci mohou zakoupit cyklistické oblečení.

Výtěžek z prodeje jde na vybudování nového Centra cyklistiky v Plzni (Bikeheart, 9. února 2021).

Centrum cyklistiky má sídlo v památné budově, která byla pro tento účel zrekonstruována. Budova se nachází na hlavní křižovatce cyklotras v Plzni. Projekt její přestavby se stal jedním ze 7 nejúspěšnějších projektů v grantovém programu Prazdroj lidem (mtbs.cz, n.d.). Budova, kde se dříve nacházela kuželna ve Štruncových sadech, se proměnila v komplexní Centrum cyklistiky. Během roku 2020 se budova změnila z ošklivého a nevhledného místa, kde často trávili čas bezdomovci, v klidné místo, kde mohou návštěvníci trávit volný čas a věnovat se cyklistice. Mohou je navštívit i ostatní sportovci nebo návštěvníci nově vybudované Náplavky na Radbuze. Objekt je vhodný také pro rodiny s dětmi, které vyrazily na procházku kolem řeky. Do rekonstrukce objektu se zapojili jak členové spolku, tak i veřejnost, která se chtěla stát součástí projektu a podílet se na něm (Bikeheart centrum cyklistiky, 3. září 2020).

Podle Bikeheart (22. února 2020): „v první etapě vznikla osvěžovna, servisní koutek pro opravu kol i koloběžek, infokoutek pro cykloturisty, nově vybudované toalety a oživené nádvoří, kde se bude od jara do podzimu skvěle regenerovat.“

Další etapy rekonstrukce ještě stále probíhají (Bikeheart centrum cyklistiky, 3. září 2020).

Jde o produktovou i organizační inovaci v cestovním ruchu, jelikož centrum bylo vybaveno moderním interiérem, který je oživil. Celá budova bude využívána jako půjčovna kol, místa společného dění, do kterého se bude plno návštěvníků zapojovat, a mnoho dalšího (Prazdroj, 2022).

Obrázek 26

Stav kuželny před rekonstrukcí



Zdroj: Bikeheart, 22. února 2020

Obrázek 27

Stav kuželny po rekonstrukci



Zdroj: Bikeheart centrum cyklistiky, 3. září 2020

Nezisková organizace Bikeheart je sama o sobě inovací v cestovním ruchu, která přiláká milovníky sportovně-rekreačního typu, kteří se mohou zapojit do organizace a stát se účastníky všeho tamního dění. Jde především o organizační inovaci, jelikož se do programu zapojuje větší množství lidí, díky čemuž organizace stále roste, ale také o produktovou inovaci, jelikož budova prošla rozsáhlou rekonstrukcí. Centrum cyklistiky je skvělou příležitostí, jak přilákat ještě další a další zájemce a vše lépe zorganizovat. Jde o projekt, do kterého se může zapojit naprosto každý, a v dnešní době, kdy opět roste zájem o cyklistiku, aktivní život a trávení času na čerstvém vzduchu, bude mít jistě pozitivní vliv na regionální rozvoj Plzeňska.

9.9 Projekt Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015

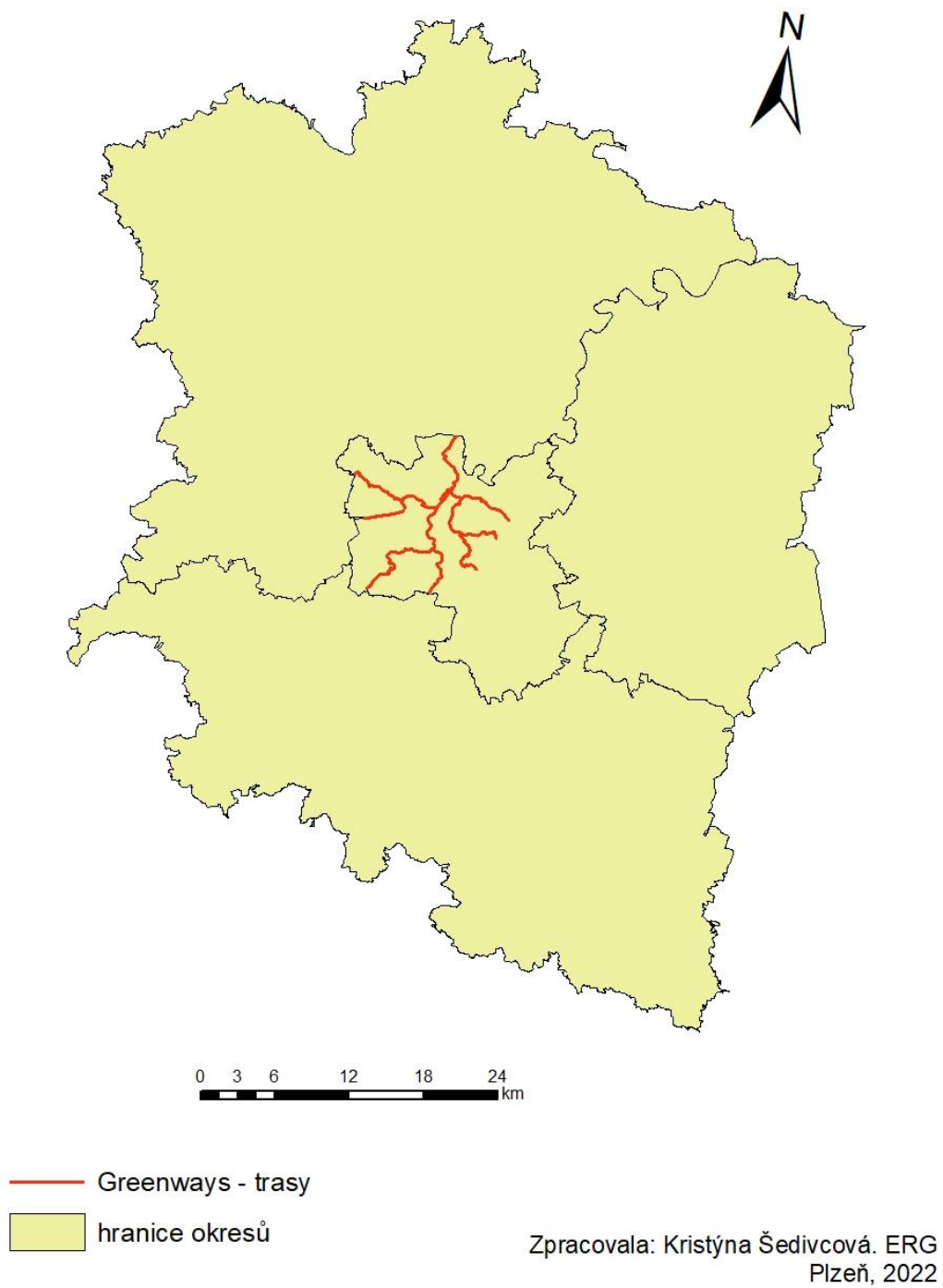
Projekt Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015 patří mezi nejvýznamnější kulturní projekty v historii České republiky. Projekt silně ovlivnil rozvoj města Plzně, Plzeňského kraje s podstatným přesahem do zahraničí. Náklady na projekt činily asi 18 mil. EUR. Hospodářský výsledek byl nakonec kladný a využil se na rozvoj kreativní zóny DEPO2015. Projekt měl obrovský rozsah. Do programu se zapojilo celkem 40 projektů z Německa, 30 z Japonska a dalších 47 zemí. Stěžejním cílem tohoto projektu je podpora

mezinárodní spolupráce a prezentování diverzity kulturního dědictví uvnitř i za hranicemi Evropy (DEPO2015, n.d.).

Projekt Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015 znamenal pro město Plzeň, ale také pro vymezenou oblast Plzeňsko, mnoho inovačních příležitostí a impulsů, které zásadně ovlivnily cestovní ruch a regionální rozvoj. V Plzni došlo ke zlepšení stavu kulturní infrastruktury. Původně měla být v rámci projektu zrealizována rekonstrukce Kulturního a komunitního centra Světovar, nicméně jej nahradilo zprovoznění Kreativní zóny DEPO2015. Jak je již v práci zmiňováno, DEPO2015 je velice ceněné. Realizuje mnoho významných programových akcí, výstav, rezidenční program Open A.i.R, konference atd. Výzkumy dokázaly, že produktovými inovacemi, ale také organizačními, které před projektem nebyly na Plzeňsku prezentovány, patří kulturní žánry a témata jako např. videomapping a světelné instalace, které nejvíce přilákaly cílovou skupinu mladší generace nebo nový cirkus, který přilákal především střední generace. Mezi novinky lze zařadit také program Greenways, který zrealizoval celkem 15 nových cyklostezek a 7 nových lávek pro pěší a cyklisty v okrese Plzeň-město v rámci projektu Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015 (Svoboda, 2016). Následující mapy znázorňují trasy jednotlivých sportovně rekreačních tras z projektu Greenways.

Obrázek 28

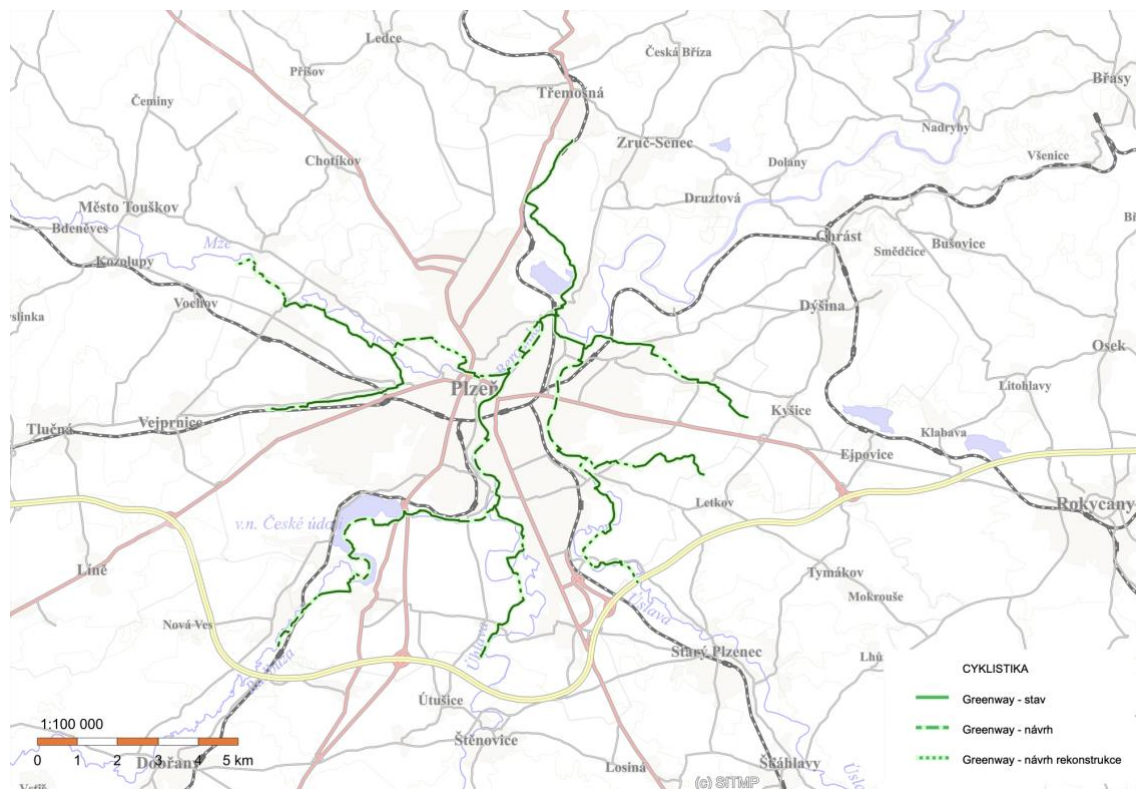
Trasy projektu Greenways



Zdroj: ArcČR 500, TUTA Plzeň, 2022

Obrázek 29

Podrobnější zobrazení a stav sportovně rekreačních tras z projektu Greenways



Zdroj: Správa informačních technologií města Plzně, 2022, upraveno autorkou

Projekt přilákal velké množství návštěvníků. Do projektu Plzeň 2015 bylo zahrnuto celkem 1 384 060 osob, které se zúčastnily celkem 636 akcí. Lze to považovat za velice významný rozdíl oproti předchozímu roku, kdy se jednalo o 600 000 lidí (Svoboda, 2016).

Tabulka 6

Top 10 akcí podle počtu návštěv v roce 2015

1	Slavnosti svobody	219 100
2	Obří loutky	73 300
3	Pilsner Fest	50 000
4	Živá ulice 2015	47 100
5	Výstavy Ateliér Jiřího Trnky a Trnkova Zahrada 2	45 000
6	Festival světla	43 600
7	Slavnostní zahájení	43 100
8	Fresh festival Plzeň 2015	33 000
9	Historický víkend aneb Strašidla a mumraje plzeňské	30 000
10	Léto v Prazdroji	26 880

Zdroj: Tabulka převzata ze Svoboda, 2016, s. 35

Podle tabulky 6 můžeme konstatovat, že nejvíce návštěvníků zavítalo na akci Slavnosti svobody (219 100), na akci Obří loutky (73 300) a Pilsner Fest (50 000).

Tabulka 7

Návštěvnost a počet akcí z hlediska žánrů a témat

<i>Skupina</i>	<i>Počet akcí</i>	<i>Návštěvnost</i>	
Vícežánrové akce	65	638 604	46,1 %
Výtvarné a digitální umění	66	277 423	20,0 %
Umělecká a dokumentární fotografie	19	89 909	6,5 %
Hudba	202	85 780	6,2 %
Loutkové divadlo	4	80 710	5,8 %
Trhy, gurmánské akce	12	47 994	3,5 %
Akrobacie, sport	9	28 931	2,1 %
Divadlo	47	28 761	2,1 %
Filmové umění a dokumentaristika	12	26 302	1,9 %
Design	6	22 270	1,6 %
Nový cirkus	11	12 307	0,9 %
Participativní a komunitní projekty	54	10 863	0,8 %
Tvorba veřejného prostoru, land art	26	7 312	0,5 %
Literatura, mluvené slovo	41	6 505	0,5 %
Tanec, balet	16	6 365	0,5 %
Společenské akce, zábavy	11	5 297	0,4 %
Jiné	8	3 724	0,3 %
Kulturní politika, management, vzdělávání, diskuse, prezentace	10	2 677	0,2 %
Architektura	17	2 326	0,2 %

Zdroj: Tabulka převzata ze Svoboda, 2016, s. 37

Tabulka 7 ukazuje, že v návštěvnosti z hlediska žánrů a témat jednoznačně převládají vícežánrové akce, kam se zahrnují výše zmíněné Slavnosti svobody, Pilsner Fest atd.

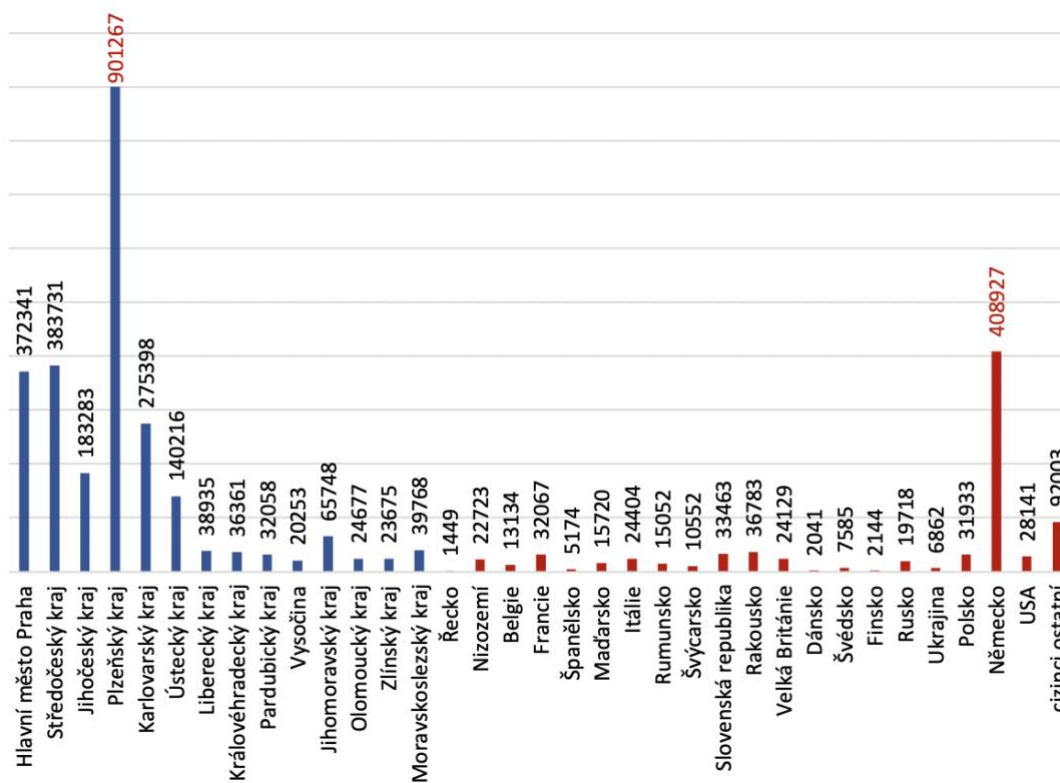
Na programových akcích se podílelo kromě Plzně mnoho dalších subjektů. V rámci projektu Plzeň 2015 se na programu podílelo samostatně nebo ve spolupráci celkem 250 subjektů, z nichž 37 bylo zahraničních, nejvíce ze sousedního Bavorska. V rámci projektu bylo Plzeň 2015 produkováno, buď Plzeň samotnou nebo ve spolupráci, celkem 208 akcí s celkovou návštěvností 713 600 osob. Tuto spolupráci lze považovat jako marketingovou inovaci, kdy spolupráce několika subjektů v tomto případě znamenala pozitivní vývoj v objemu návštěvnosti a tím pádem rozvoj ekonomický a tím pádem také regionální rozvoj. (Svoboda, 2016).

Zaměříme-li se na geografickou strukturu návštěvníků, tak v roce 2015 Plzeň navštívilo celkem 3 371 715 osob. Z toho 2 837 328 byly jednodenní návštěvníci a 534 387 návštěvníků zde přenocovalo. 2 150 879 návštěvníků pocházelo z České republiky,

nejvíce z Plzeňského kraje, dále Středočeského a Prahy. Ze zahraničí přijelo celkem 686 449 návštěvníků z toho polovina ze sousedního Německa. Co se týče turistů, tak 386 832 bylo z České republiky, nejvíce z Plzeňského kraje a dále z Prahy. Ze zahraničních to bylo 147 555 osob nejvíce opět ze sousedního Německa (Svoboda, 2016).

Obrázek 30

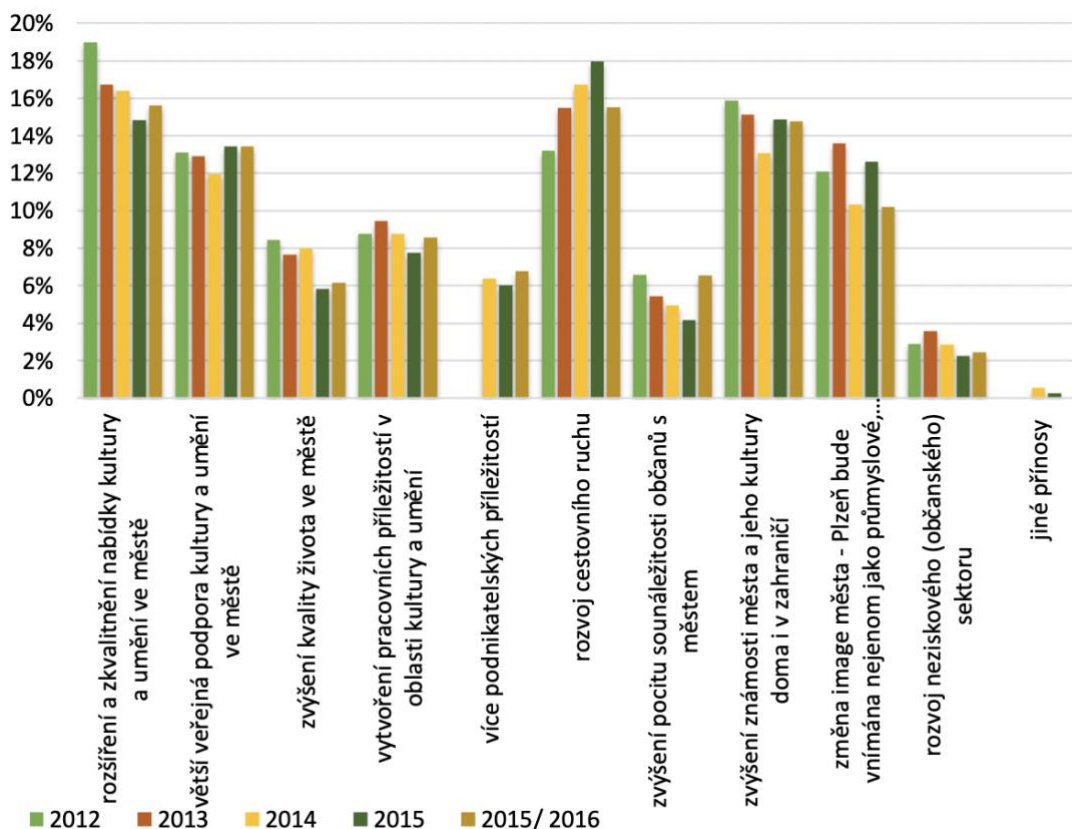
Zastoupení krajů a zemí v návštěvnosti Plzně celkem v roce 2015 (bez rozlišení)



Zdroj: Graf převzat ze Svoboda, 2016, s. 55

Obrázek 31

Náзор obyvatel města Plzně na přínosnost projektu Plzeň 2015 v letech 2012, 2013, 2014, 2015, 2015/2016



Zdroj: Graf převzat ze Svoboda, 2016, s. 61

Obrázek 32 znázorňuje jednotlivé typy názorů obyvatel města Plzně na přínosnost projektu Plzeň 2015 na město Plzeň. Nejvíce zastoupeným názorem bylo pozitivní rozšíření a zkvalitnění nabídky kultury a umění ve městě. Následoval názor, že projekt bude mít pozitivní vliv na rozvoj cestovního ruchu a napomůže k navýšení mezinárodního povědomí o městě Plzni.

Projekt Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015 měl pozitivní vliv na ekonomiku Plzně. Došlo ke změnám u podnikatelů, kdy vzrostl podíl zahraničních zákazníků (hlavně co se týče stravování), u více jak poloviny ubytovacích a stravovacích zařízení došlo ke zvýšení tržeb a došlo ke zvýšení počtu návštěvníků hromadných ubytovacích zařízení (Svoboda, 2016).

Podle Svobody (2016):

Výdaje spojené s projektem Plzeň 2015, tedy výdaje návštěvníků, náklady na projekt jako takový a náklady na novou infrastrukturu, jednoznačně podpořily ekonomiku regionu i města, a to efektem pro: produkci 1 103,7 milionů Kč, HPH 334,2 milionů Kč, mzdy a platy 158,7 milionů Kč, zaměstnanost 693 pracovních míst, daně 169 milionů Kč (s. 114).

Závěrem můžeme konstatovat, že projekt Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015 mělo ve všech směrech pozitivní vliv na město Plzeň, Plzeňsko, Plzeňský kraj a Českou republiku. Projekt samotný lze brát jako produktovou, organizační, ale také marketingovou inovaci, která měla pozitivní vliv na regionální rozvoj.

10 Návrhy inovací v cestovním ruchu na Plzeňsku

Tato část praktické části diplomové práce se zabývá návrhy inovačních opatření v rámci Plzeňska. Popisuje, jak dosáhnout rozvoje cestovního ruchu prostřednictvím produktových, procesních, marketingových nebo organizačních inovací. Cílem je navrhnout možná zlepšení v cestovním ruchu na Plzeňsku tak, aby měla pozitivní vliv na místní regionální rozvoj. Návrhy se týkají image Plzeňska (jeho zlepšení), poskytnutí většího množství informací, dále infrastruktury cestovního ruchu, služeb cestovního ruchu, produktů cestovního ruchu, marketingu cestovního ruchu, tedy organizační struktury cestovního ruchu a destinačního managementu, lidských zdrojů a konečně se návrhy týkají snahy o ochranu a obnovu životního prostředí ve prospěch cestovního ruchu (Stříbrná et al., 2007).

Image Plzeňska v rámci mezinárodního povědomí je velice důležitá. Nejdůležitějším krokem, který by měl vést ke zlepšení pozitivního vnímání Plzeňska v rámci celé Evropy, je toto povědomí zvýšit. Způsobů, jak toho dosáhnout, je mnoho. Plzeňsko je bohaté na turistické atraktivity a možnosti, jak trávit volný čas v rámci cestovního ruchu. Možností, jak zapojit Plzeňsko do oblíbených turistických lokalit, je rozšířit poskytování komplexních informací o těchto turistických atraktivitách. Mezi důležité prvky patří také dostupnost. Je podstatné, aby byly vedeny záznamy a analýzy o dopravní dostupnosti těchto lokalit a středisek. Image Plzeňska by zajisté pomohly i různé mezinárodní akce, sympózia či konference, které by se zde odehrávaly (Stříbrná et al., 2007).

Infrastruktura v rámci cestovního ruchu je pro jeho chod a rozvoj velice důležitá. Mezi inovační příležitosti, které by mohly zlepšit rozvoj cestovního ruchu v dané lokalitě, by mohly patřit:

- *zábavní park* – absence zábavných parků patří mezi slabiny Plzeňska a celého Plzeňského kraje v rámci kulturně-historických lokalizačních předpokladů při výběru destinace,
- *pivní stezky* – pivo je neodmyslitelně spojováno s historií i současností Plzně, tudíž spojit pivo a naučné stezky by mohlo mít pozitivní vliv na rozvoj cestovního ruchu,
- *komplex pro volnočasové aktivity* – podstatou by byla možnost vykonávat sportovní a volnočasové aktivity i za nepříznivého počasí a mimo sezonu,

- *inovativního informačního systému* – snaha o rozšíření produktových inovací na bázi různých směrovek či informačních map, které by napomohly a zatraktivily zážitek návštěvníkovi prostřednictvím zajímavých informací o turistické lokalitě,
- *výstavby parkovišť* – parkoviště jsou v mnoha případech zanedbávána nebo zcela chybí; v rámci turistických atraktivit by proto bylo vhodné zorganizovat v rámci turistických cílů, tras nebo okruhů nové možnosti parkování (Stříbrná et al., 2007).

Poskytování kvalitních doplňkových služeb hraje v cestovním ruchu klíčovou roli. Při výběru vhodné turistické destinace si návštěvník vybírá také podle úrovně nabízených a zajištěných služeb, např. v rámci ubytování. Každý potenciální „turista“ má v tomto ohledu jiné nároky. V tomto případě by dobrým řešením mohlo být zavedení kategorizace pro ubytovací služby. Podporou v poskytování současných informací o cestovním ruchu by mohly být geoinformační výrobkové inovační technologie, jako je GPS nebo různé typy mapových serverů (Stříbrná et al., 2007).

Produkty cestovního ruchu a jejich inovace by mohly vést ke zvýšení atraktivity jednotlivých turistických lokalit. Mezi tyto produkční inovace bychom mohli zařadit:

- *rekonstrukce důležitých venkovských částí spojených s cestovním ruchem* – venkovský cestovní ruch a pobyt v klidných lokalitách nabývá v posledních letech na významu a oblíbenosti a má značný vliv na rozvoj cestovního ruchu
- *navýšení počtu wellness zařízení* – v této rušné a uspěchané době je vymezený čas pro odpočinek a znovunabrání sil nedílnou součástí života každého člověka, proto možnost zapojit wellness mezi sportovní aktivity nebo třeba jen aktivity spojené s wellness by mohla znamenat pozitivní krok vpřed při rozvoji cestovního ruchu v dané lokalitě
- *budování míst pro agroturistiku* – agroturistika nabývá mezi turisty a návštěvníky na oblibě, existuje mnoho míst, kde si mohou děti v rámci návštěvy farmy pohladit zvířátka, jako např. výše zmiňovaná minifarma U Toma, součástí tohoto návrhu by byla realizace vícero podobných míst určených především pro tyto skupiny návštěvníků, kteří jsou milovníci zvířat a rádi tráví čas na venkově a v přírodě

Aby byly produkty cestovního ruchu úspěšné, je jejich nedílnou součástí propagace a prezentace. Pro správný chod a organizaci je důležité zajištění určitých podmínek. Mezi

inovační nástroje, které by mohly zlepšit, pozitivně ovlivnit a usnadnit marketing cestovního ruchu, patří:

- *spolupráce mezi turistickými informačními centry* – podílení se a napomáhání na akcích a jejich propagaci pozitivně ovlivní cestovní ruch
- *cestovní kanceláře* – bohatý výběr cestovních kanceláří, a tím pádem pestřejší nabídka turistických lokalit pozitivně ovlivní cestovní ruch zvolené oblasti
- *spolupráce při prezentacích nabízených produktů cestovního ruchu Plzeňska* – každá památka nebo atraktivita se zaměřuje na odlišnou formu cestovního ruchu, jako návrh marketingové inovace by byla spolupráce na prezentacích mezi těmito atraktivitami, kdy se návštěvník může zúčastnit jedné aktivity v první lokalitě a navázat na ní v atraktivitě druhé, např. prohlídky hradů a zámků, naučné stezky apod.
- *nové produkty cestovního ruchu se zaměřením na cílové skupiny* – každá cílová skupina návštěvníků má odlišné preference a záliby, proto by bylo vhodným návrhem se zaměřit vždy na jednu danou cílovou skupinu a vymyslet produktové inovace tak, aby daná cílová skupina byla co nejspokojenější, např. pro zájemce o cyklistiku zrealizovat nové cyklotrasy, pro zájemce o zábavu vybudovat zábavní park nebo pro milovníky piva vytvořit pivní stezky, kde si vychutnají výborné pivo a zároveň si příjemně odpočinou (Stříbrná et al., 2007).

Cestovní ruch a lidé jdou ruku v ruce. Turistické atraktivity musí někdo vést a starat se o ně. Znalosti v tomto směru poskytují výhody a znamenají kvalitnější poskytování služeb. Inovačním vylepšením může být obohacení a prohloubení vědomostí a znalostí pracovníků v cestovním ruchu, které by zahrnovalo odborná školení v rámci jejich oboru. Cestovní ruch zahrnuje také pracovníky s vyšším a širším vzděláním, jako jsou například kvalifikovaní zdravotní pracovníci v oblasti wellness, pro které by v této oblasti mohlo být poskytnuto větší množství pracovních příležitostí. Všichni tito pracovníci by měli být nějakým způsobem motivováni, ať už finančně, nebo jinou formou. Všechna tato inovační opatření by mohla pozitivně ovlivnit rozvoj cestovního ruchu (Stříbrná et al., 2007).

Poslední z návrhů se snaží o zachování a ochranu životního prostředí. Podstatou je trvale udržitelný rozvoj, který se zaměřuje na zachování nebo obnovu přírodního a kulturního bohatství. Jde o údržbu stávajících kulturně-historických a přírodních atraktivit, které jsou důležité a specifické pro místní cestovní ruch (Stříbrná et al., 2007).

Všechny tyto návrhy by mohly pozitivně ovlivnit vývoj turistické atraktivity ve zvolené oblasti a mít kladný dopad na místní regionální rozvoj (Stříbrná et al., 2007).

Závěr

Stěžejním cílem této diplomové práce bylo zhodnocení vlivu a přínosů inovací v cestovním ruchu na regionální rozvoj Plzeňska.

V první části praktické části byly analyzovány selektivní, lokalizační a realizační předpoklady ve vymezeném území. V rámci selektivních předpokladů disponuje mnoha pozitivními objektivními u subjektivními předpoklady jako je například dobrá image Plzeňska, dobrá propagace jednotlivých atraktivit atd. Bylo zjištěno, že Plzeňsko je velice atraktivní destinace díky svým kulturně-historickým a přírodním předpokladům. Nachází se zde řada významných míst pro cestovní ruch. Mezi kulturně-historické přednosti Plzeňska zahrnuje Plzeňský Prazdroj a Divadlo J. K. Tyla. Za přírodní předpoklady se dají považovat například Bolevecké rybníky, které patří mezi oblíbené lokality především v letních měsících. Nachází se zde i mnoho pěších, naučných a cyklistických stezek.

Významnou částí práce byl terénní výzkum, který probíhal v podobě prohlídek a expertních rozhovorů s pověřenými osobami, které mají na starosti poskytování informací médiím a široké veřejnosti. Tyto rozhovory probíhaly formou e-mailové korespondence, která obsahovala otázky a odpovědi týkající se zavedených inovací v jednotlivých atraktivitách a jaký mají vliv na jejich rozvoj, zda zde došlo ke zvýšení objemu návštěvníků nebo zda začala být atraktivní i pro jiné cílové skupiny. E-maily dále obsahovaly i statistická data. Tato data byla získána pouze u jedné turistické atraktivity – Plzeňského Prazdroje. Ostatní atraktivity data poskytují na svých webových stránkách nebo záznam o počtu návštěvníků nevedou, jelikož se jedná o veřejně přístupná místa.

Mezi doplňkové cíle práce dále patří kromě analyzování informací o turistických atraktivitách také zařazení těchto inovací do jedné ze čtyř kategorií inovací – produktových, procesních, marketingových a organizačních. Nejrozšířenějším typem inovací ve zvolených atraktivitách na Plzeňsku jsou inovace produktové neboli výrobní. Dalším nepoužívanějším typem jsou inovace organizační. Zajímavým zjištěním bylo, že mnoho z těchto inovací lze zařadit podle typologie do vícero kategorií.

Prohlídková trasa pivovaru Plzeňský Prazdroj přilákala již při svém otevření téměř 150 000 návštěvníků a v roce 2015 se jejich počet vyšplhal na více než 800 000 návštěvníků. Tato produktová, a dá se říct i organizační, inovace je zaměřena především na dospělou skupinu návštěvníků. V rámci zhodnocení dostupných informací lze

konstatovat, že má pozitivní vliv jak na rozvoj cestovního ruchu v Plzeňském Prazdroji, tak i na rozvoj ekonomiky a regionu Plzeňsko. Produktová inovace, ekologický autobus, která je součástí této prohlídky, může naopak přilákat zájemce o životní prostředí. Plzeňský Prazdroj mimo to pořádá různé akce a podporuje inovační projekty. V tomto případě se jedná o marketingovou inovaci, která má pozitivní vliv na pivovar samotný, ale také na rozvoj regionu, jelikož prostřednictvím této novinky může vylepšit svoji image a rozšířit povědomí o Plzeňském Prazdroji v široké veřejnosti kraje, ale také celé České republiky. Zmíněné inovace ať už prohlídková trasa, ekologický autobus nebo podpora inovačních projektů ovlivňuje Plzeňsko a jeho regionální rozvoj. V rámci těchto inovací dochází ke zlepšování image Plzeňska a vysoká roční návštěvnost může mít kladný vliv na ekonomiku Plzeňska.

Techmania Science Center a její produktové inovace od roku 2014 viditelně navýšily objem návštěvnosti. Nicméně zmiňované 3D Planetárium v roce zavedení nemělo nijak zjevný vliv na tento objem. Nadcházející rok, kdy v Techmanii zajisté proběhlo mnoho dalších inovací, tento objem vzrostl. Každopádně na základě dostupných informací lze konstatovat, že samotná Techmania je brána jako produktová inovace v rámci cestovního ruchu na Plzeňsku, jelikož jako první a jediná v ČR využívá nejnovější technologie v rámci 3D Planetária, tudíž jen díky tomu zajisté patří mezi nejvyhledávanější destinace na Plzeňsku a dle ročního počtu návštěvníků má pozitivní vliv z pohledu ekonomického na místní regionální rozvoj.

Organizační a produktová inovace Industriální stezky v DEPU2015 – Stopovačka má pozitivní vliv na rozvoj turistiky v rámci této lokality a zvolené oblasti Plzeňska. Inovovaná stezka si klade za cíl přilákat další cílovou skupinu návštěvníků, a to především rodiny s dětmi díky zapojení různých herních a technologických inovací do organizace industriální stezky. Stopovačka nabídne Plzeňsku nový druh kulturního vyžití pro novou skupinu návštěvníků, co pozitivně ovlivní image Plzeňska. Obecně DEPO2015 pořádá ročně mnoho akcí, které přilákají návštěvníky z širokého okolí a mají pozitivní vliv na regionální rozvoj Plzeňska z pohledu ekonomického. DEPO2015 má široký ekonomický dopad na Plzeňsko. Stalo se centrem kreativního podnikání v Plzni. V roce 2015, kdy se stalo město Plzeň hlavním městem kultury 2015, se zde zrealizovaly kreativní dílny Makerspace, coworkingový prostor a další.

Dalšími produktovými inovacemi jsou inovace spadající do Zoologické a botanické zahrady v Plzni. Dle dostupných dat o návštěvnosti lze spekulovat, zda jednotlivé inovace

měly přímý vliv na objem návštěvnosti. Nicméně Zoologická zahrada zajisté oplývá množstvím inovací, jako jsou například japonská zahrada nebo nový projekt stopy člověka. Produktovou inovací, která přilákala mnoho návštěvníků, je vybudovaný výběh pro žirafy. ZOO ročně přiláká tisíce návštěvníků, především rodiny s dětmi, což samo o sobě má zajisté pozitivní vliv na rozvoj regionu Plzeňska z hlediska ekonomického a z hlediska vylepšení image zvolené oblasti.

Divadlo J. K. Tyla v Plzni bezesporu patří mezi oblíbené kulturní destinace cestovního ruchu. Ročně pořádá mnoho akcí, které mají pozitivní vliv na jeho rozvoj a regionální rozvoj Plzeňska. Zmiňovanou organizační inovací, kterou divadlo každý rok pořádá a která je popsána v praktické části, je Noc divadel. Jde bezesporu o novinku, která má kladný vliv na růst počtu zájemců o divadlo. Již první ročník, který proběhl v roce 2013, měl 40 000 zájemců a následující ještě o 10 000 více. Lze předpokládat, že Noc divadel má pozitivní vliv jak na povědomí o divadle v široké veřejnosti, tak i na příliv nových skupin návštěvníků a jejich obeznámení o baletu nebo muzikálech. Dalšími inovacemi, kterými divadlo oplývá, jsou inovace produktové. Týkají se výstavby nových budov Nové a Malé scény. Novou scénu lze brát také kromě produktové inovace také jako organizační inovací, jelikož zde bylo rozvrženo vícero míst k sezení a představení si může užít větší počet návštěvníků. Nová scéna oplývá moderními technologiemi, které vyzdvihují divadlo o úroveň výše. V případě Malé scény jde o produktové inovace ve vybavení sálu, organizační inovací, ale také procesní inovací, kdy je hercům umožněn bližší přístup k divákům. Malá scéna přiláká novou cílovou skupinu mladší věkové kategorie návštěvníků, jelikož se zde odehrávají kromě klasických i moderní komorní a klubové hry. Lze konstatovat, že Nová a Malá scéna zajisté přilákaly nové cílové skupiny návštěvníků a mají pozitivní vliv na regionální rozvoj Plzeňska. Vybudování nového divadla bylo spojeno s projektem evropské hlavní město kultury. Výstavba z dlouhodobého hlediska napomohla procesu změny výstavby problematického území Jízdecká – sady Pětatřicátníků. Jedná se především o pozitivní změnu v obrazu a image města.

Naučná stezka Spejbla a Hurvínka je produktovou, ale také organizační inovací. Tento typ inovace přiláká zejména cílové skupiny návštěvníků – rodiny s dětmi, ale také starší generace. Jde o spojení historie, kultury, zábavy a sportu. Návštěvníci si mohou zasportovat v rámci úkolů, které dostanou na jednotlivých stanovištích nacházejících se na stezce, nebo se mohou například dozvědět nějaké zajímavosti o loutkách

prostřednictvím videí, která si načtou mobilním telefonem přes QR kódy. Bohužel u této atraktivity nejsou žádná dostupná data a informace o objemu návštěvnosti, nicméně lze předpokládat, že se jedná o velice atraktivní lokalitu, jelikož se stezka nachází v okolí Boleveckých rybníků a vede dál až k rybníku Nováček na Košutku. Stezka je příjemným místem k trávení volného času na čerstvém vzduchu, což v poslední době nabývá na oblíbenosti, což pozitivně ovlivní image vymezené oblasti, nabídne nové kulturní vyžití a přiláká nové cílové skupiny.

Produktovou inovací je nová lávka vedoucí do Lhoty. Jde o velice atraktivní a zajímavou inovaci. Hned po uvedení do provozu se lávka stala vyhledávaným cílem a lokalitou pro výletní trasy a sportovní jízdy v okolí Litic a Plzně. Kromě těchto aktivit zde návštěvníci mohou provozovat i jiné činnosti, jako například rybařit, za pěkného počasí plavat nebo cvičit jógu v příjemném prostředí a mnoho dalšího. Inovace přilákala snad všechny cílové skupiny. Nicméně ani zde nejsou dostupná data o objemu návštěvnosti, každopádně lze konstatovat, že výstavba měla a má pozitivní vliv na místní rozvoj cestovního ruchu, a tedy i na regionální rozvoj na Plzeňsku. Zlepší zdejší prostředí, nabídne nové kulturní vyžití a obecně zlepší image zkoumané oblasti.

Neziskovou organizaci Bikeheart, lze rovněž považovat za inovaci, jelikož má pozitivní vliv na sportovně-rekreační typ cestovního ruchu. Jako organizační inovaci ji lze brát také v situacích, kdy zprostředkovává zapojení široké veřejnosti do své činnosti, zájemci se mohou stát členy a zapojit se do dění. Díky tomu pak organizace stále roste a rozvíjí se. Centrum cyklistiky, které Bikeheart navrhlo a které podpořil Plzeňský Prazdroj, je skvělou produktovou a organizační inovací. Tento projekt přiláká velké množství zájemců o sportovně-rekreační cestovní ruch, kam může spadat jakákoliv cílová skupina. Výstavba této produktové inovace má zajisté pozitivní vliv na regionální rozvoj Plzeňska. Inovace přiláká další zájemce o cyklistiku a zároveň zlepší image Plzeňska, protože při výstavbě Centra cyklistiky se budova změnila z neatraktivního a špinavého místa, kde čas trávili vandalové, v klidné a atraktivní místo vhodné pro trávení volného času rodin s dětmi. Tímto nabízí zlepšení image města, hlavně této části města, nové kulturní vyžití s novými možnostmi a novými cílovými skupinami návštěvníků a turistů.

Projekt Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015 navrhl a zrealizoval mnoho výrobních, organizačních a marketingových inovací a akcí, které napomohly jak projektu, tak i Plzeňsku v cestovním ruchu. Podle informací projekt navýšil objem návštěvnosti, měl pozitivní vliv na místní ekonomiku, rozšířil povědomí o městě Plzni

a její kultuře do zahraničí atd. Můžeme říci, že v důsledku těchto faktorů měl projekt pozitivní vliv na regionální rozvoj Plzeňska a lze ho brát za vítanou inovaci.

Posledním cílem, který byl zvolen pro tuto práci, je návrh inovací, které by mohly zlepšit situaci cestovního ruchu na Plzeňsku a které by zároveň mohly být impulsem pro regionální rozvoj. Bylo zde navrženo mnoho inovací téměř ve všech oblastech. Klíčovou inovací pro Plzeňsko by mohla být podpora výstavby zábavního centra. Návštěvníci Plzeňska zde často vyhledávají kulturu a zábavu, oblast však nezahrnuje žádné zábavní centrum, jaké mají například v Praze. Proto by byla vhodným návrhem a produktovou inovací výstavba zábavního centra v centru nebo na okraji města Plzně. Dalším návrhem, který by mohl napomoci regionálnímu rozvoji, je například podpora budování volnočasových komplexů, kde návštěvníci mohou trávit volný čas bez ohledu na roční období a turistickou sezonu nebo také podpora rozvoje venkovského cestovního ruchu na Plzeňsku. Všechny tyto návrhy by mohly mít pozitivní vliv na regionální rozvoj.

V rámci práce byly stanoveny dvě následující hypotézy:

- Zavedené inovace ve vybraných lokalitách cestovního ruchu pozitivně ovlivnily objem návštěvnosti turistů.
- V důsledku zavedení inovací ve zvolených atraktivitách v cestovním ruchu došlo k regionálnímu rozvoji Plzeňska.

Analýza a následné zhodnocení dostupných dat a informací prokázala pravdivost obou hypotéz. Zavedené inovace ve vybraných cestovních lokalitách pozitivně ovlivnily objem návštěvnosti turistů a v důsledku zavedení těchto inovací ve zvolených atraktivitách cestovního ruchu došlo k regionálnímu rozvoji Plzeňska.

Vymezená oblast Plzeňsko se může pyšnit bohatou nabídkou jak přírodních, tak kulturně-historických předpokladů cestovního ruchu. Nachází se zde jedny z nejnavštěvovanějších lokalit České republiky. Cestovní ruch je tedy bezesporu jednou z oblastí řídicí místní regionální rozvoj. Ačkoliv je zde cestovní ruch rozvinutý, je přesto nutné myslet inovativně. Plzeňsko spadá mezi regiony, které silně podporují inovační projekty a jejich financování. Je však důležité, aby tyto investice šly správným směrem a do správných oblastí cestovního ruchu, jako je například rozvoj volnočasových aktivit, venkovského cestovního ruchu, marketingu a propagace místních turistických atraktivit či výstavba nových zábavních center.

Tato diplomová práce nám napomohla v mnoho směrech. Dozvěděli jsme se řadu důležitých informací o cestovním ruchu na Plzeňsku. Klíčovým zjištěním však bylo, že prostřednictvím inovací v cestovním ruchu dochází k regionálnímu rozvoji, zlepšování konkurenceschopnosti oblasti, rozšiřování povědomí o regionu a zlepšování jeho image, pozitivnímu vlivu na život místního obyvatelstva a v neposlední řadě ke zlepšování ekonomické situace ve vymezené oblasti Plzeňsko.

Seznam použitých zdrojů

Odborná literatura

- Bilgihan, A., & Nejad, M. (2015). *Innovation in Hospitality and Tourism Industries*. Journal of Hospitality and Tourism Technology. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JHTT-08-2015-0033/full/html>
- Cohen, E. (1979). *Rethinking the Sociology of Tourism*. Annals of Tourism Research.
- Cooper, C. P. (2003). *Classic Reviews in Tourism*. Channel View Publications.
- Čerba, O. (2003-2004). Databázové systémy GIS. *Geografie cestovního ruchu*. Západočeská univerzita, Fakulta aplikovaných věd, Katedra matematiky. <http://old.gis.zcu.cz/studium/dbg2/Materialy/html/>
- Decelle, X. (n.d.). *A Conceptual and Dynamic Approach to Innovation in Tourism*. Dostupné 2. dubna 2022 z <https://www.oecd.org/cfe/tourism/34267921.pdf>
- Drucker, P. F. (1993). *Inovace a podnikavost: Praxe a principy*. Management Press.
- Goodall, B. (1987). *Dictionary of Human Geography*. Penguin.
- Gregory, D. (2009). *The Dictionary of Human Geography*. John Wiley & Sons.
- Gujdová, D. (2013). Cestovní ruch jako důležitý faktor rozvoje marginalizovaného regionu. In J. Šíp (Ed.), *Aktuální problémy cestovního ruchu. Cestovní ruch – destinace – regionální rozvoj* (s. 48-64). Vysoká škola polytechnická Jihlava. <https://www.vspj.cz/soubory/download/id/2051>
- Gúčík, M. (2010). *Cestovní ruch: úvod do štúdia*. DALI-BB pre Slovak-Swiss Tourism.
- Hall, M. C., & Allan, W. (2008). *Tourism and Innovation*. Routledge
- Hall, P. G. (1992). *Urban and Regional Planning*. Routledge.
- Hamarnehová, I. (2012). *Geografie Turismu: Mimoevropská Teritoria*. Grada.
- Janusonis, G., & Krievina, D. (2009). *Inovace. Typy inovací. Metriky inovací*. LTC. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwippcSqsfl0AhVKqaQKHZm7AhEQFnoECCgQAQ&url=http%3A%2F%2Fhome.zcu.cz%2F~vacekj%2FSyKaPo%2F1_Zaklady_inovaci.doc&usq=AovVaw0LDyG4VmYEdr_VItTZCmm5
- Ježek, J., Dokoupil, J., Kaňka, L., Matušková, A., & Šlehoferová, M. (2014). *Regionální rozvoj*. Západočeská univerzita v Plzni https://dspace5.zcu.cz/bitstream/11025/16467/1/Regionalni_rozvoj.pdf
- Kesner, L. (2008). *Management kulturního cestovního ruchu*. Cultropa.
- Lauschmann, E. (1973). *Grundlagen einer Theorie der Regionalpolitik*. Jänecke.
- OECD. (2006). *Innovation and Growth in Tourism*.
- Pavlík, M. (2016). *Podpora lokální ekonomiky: Využití skrytých potenciálů v regionech*. Wolters Kluwer.
- Skalický, J., Jiřincová, B., & Doležal, Z. (2001). *Hledání inovačních příležitostí a práce s inovacemi*. Západočeská univerzita v Plzni. <https://www.kip.zcu.cz/USME/hledani.pdf>

Šauer, M., Vystoupil, J., Holešinská, A., Palatková, M., Pásková, M., Zelenka, J., Fialová, D., Vágner, J., Haláček, P., Repík, O., & Petr, O. (2015). *Cestovní ruch. Učební text*. Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. https://www.econ.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/studijni_texty/cestovni_ruch_e.pdf

Šilhánková, V. (2010). *Vybraná témata z regionálního rozvoje*. Civitas per Populi.

Vanhove, N., & Klaassen, L. H. (1983). *Regional Policy: A European Approach*. Gower.

Vystoupil, J., & Kotíková, H. (2017). *Městský cestovní ruch: Aktuální témata cestovního ruchu*. Univerzita Palackého v Olomouci.

Vystoupil, J., & Šauer, M. (2006). *Základy cestovního ruchu: Distanční studijní opora*. Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta.

Wokoun, R., Kouřilová, J., & Lukáš, Z. (2012). *Výkladový slovník regionální a strukturální politiky Evropské unie*. IFEC.

World Tourism Organization (1995). *Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics*. Unipub.

Xu, F., & Buhalis, D. (2013). *Gamification for Tourism*. Channel View Publications. https://www.researchgate.net/publication/284995062_Gamification_in_Tourism

Zelenka, J., & Pásková, M. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Linde.

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

Žák, M. (2002). *Velká ekonomická encyklopedie*. Linde.

Žítek, V., & Klímová, V. (2015). *Aplikace konceptu regionálních inovačních systémů a implikace pro inovační politiku*. Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta.

Kvalifikační práce

Havránková, A. (2019). *Specifické formy cestovního ruchu* [Bakalářská práce, Technická univerzita v Liberci]. DSpace TUL. https://dspace.tul.cz/bitstream/handle/15240/152542/Havrankova_Anna_BP.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pšajdlová, L. (2019). *Sportovní cestovní ruch a jeho vliv na rozvoj regionů* [Disertační práce, Univerzita Karlova v Praze, Fakulta tělesné výchovy a sportu]. Digitální depozitář Univerzity Karlovy. https://ftvs.cuni.cz/FTVS-2310-version1-disertacni_prace_psajdlova.pdf

Zdroje z webových stránek

ArcČR 500 (2022). Digitální vektorová geografická databáze České republiky. <https://www.arcdata.cz/produkty/geograficka-data/arccr-4-0>

Bikeheart (22. února 2020). *Projekt: Bikeheart centrum cyklistiky*. <https://www.bikeheart.cz/2019/11/25/projekt-bikeheart-centrum-cyklistiky/>

Bikeheart (9. února 2021). *O nás*. <https://www.bikeheart.cz/o-nas/>

Bikeheart centrum cyklistiky (30. září 2020). *Pár slov na úvod*. <https://centrumcyklistiky.cz>

BusinessInfo (2011). *Inovační procesy v podniku*.
<https://www.businessinfo.cz/clanky/inovacni-procesy-v-podniku/>

Cycling Media (n.d.). *Podpořte vznik Bikeheart centra cyklistiky v Plzni*.
https://mtbs.cz/clanek/podporte-vznik-bikeheart-centra-cyklistiky-v-plzni/kategorie/bleskovka-ostatni/rubrika/bleskovky#.Yieq-C_ypQL

DEPO2015 (n.d.). *Plzeň 2015*. <https://www.depo2015.cz/o-nas-ag65/plzen-2015-a952>

DEPO2015 (srpen). *Industriální stezka – Stopovačka*.
<https://www.depo2015.cz/industrialni-stezka-ag131/industrialni-stezka-v-depo2015-a3414>

Divize ČSAD autobusy Plzeň (n.d.). *Základní informace*. <http://www.csadplzen.cz>

DJKT – Divadlo J. K. Tyla v Plzni (2015a). *Nová scéna*. <https://www.djkt.eu/nova-scena>

DJKT – Divadlo J. K. Tyla v Plzni (2015b). *Malá scéna*. <https://www.djkt.eu/mala-scena>

DJKT – Divadlo J. K. Tyla v Plzni (2019). *Historie a současnost*.
<https://www.djkt.eu/soucasnost>

Facebook (n.d.). *Regionální infocentrum Plzeňského kraje a Bavorska*.
<https://www.facebook.com/Regionáln%C3%AD-infocentrum-Plzeňského-kraje-a-Bavorska-1746391785603539/?fref=ts>

Halada, T. (2019). *Nová lávka a cyklotrasa do Lhoty*. Plzeň Lhota. <https://www.plzen-lhota.cz/2019/09/nova-lavka-a-cyklotrasa-do-lhoty/>

Katalog firem a institucí (n.d.). *Autobusová doprava Plzeň-město*.
<https://www.firmy.cz/Cestovni-sluzby/Doprava-a-preprava/Autobusova-doprava/kraj-plzensky/plzen-mesto>

Kudy z nudy (n.d.a). *Barokní cyklotrasy na Plzeňsku*.
<https://www.kudyznudy.cz/aktivity/barokni-cyklotrasy-na-plzensku>

Kudy z nudy (n.d.b). *Zážitkový okruh Spejbla a Hurvínka*.
<https://www.kudyznudy.cz/aktivity/zazitkovy-okruh-spejbla-a-hurvinka-v-plzni>

Kudy z nudy (n.d.c). *10 největších novinek turistické sezóny 2022 v Plzni*.
<https://www.kudyznudy.cz/aktuality/10-nejvetsich-novinek-turisticke-sezony-2022-v-plz>

Mapy.cz (n.d.a). *Infocentrum*.
<https://mapy.cz/zakladni?x=13.3775721&y=49.7582660&z=11&l=1&q=Infocentrum>

Mapy.cz (n.d.b). <https://mapy.cz/zakladni?x=13.3689000&y=49.7705000&z=11>

Město Starý Plzenec – Oficiální stránka města Starý Plzenec (n.d.). *Město Starý Plzenec*.
<https://www.staryplzenec.cz/volny-cas/infocentrum-a-knihovna/>

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (n.d.). *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR – Strategie regionálního rozvoje České republiky na roky 2007-2013*.
<https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/regionalni-rozvoj/regionalni-politika/koncepce-a-strategie/archiv/strategie-regionalniho-rozvoje-ceske-republiky-na>

Oficiální stránky českého statistického úřadu Krajská správa ČSÚ v Plzni (2016). *Okres Plzeň-město: Obecně geografická mapa*.
https://www.czso.cz/documents/11252/17841466/Plzen_mesto.png/54f89046-52e3-4caf-af30-57e443bc6d85?version=1.1&t=1502785523291

- Oficiální stránky českého statistického úřadu Krajská správa ČSÚ v Plzni (2022). *Mapy a kartogramy*. https://www.czso.cz/csu/czso/321011-12-r_2012-30
- Oficiální stránky českého statistického úřadu Krajská správa ČSÚ v Plzni (n.d.). *Charakteristika okresu Plzeň-město*. https://www.czso.cz/csu/xp/charakteristika_okresu_plzen_mesto
- Oficiální stránky českého statistického úřadu Krajská správa ČSÚ v Plzni (n.d.a). *Charakteristika okresu Plzeň-sever*. https://www.czso.cz/csu/xp/charakteristika_okresu_plzen_sever
- Oficiální stránky českého statistického úřadu Krajská správa ČSÚ v Plzni (n.d.b). *Charakteristika okresu Plzeň-jih*. https://www.czso.cz/csu/xp/charakteristika_okresu_plzen_jih
- Oficiální stránky českého statistického úřadu Krajská správa ČSÚ v Plzni (n.d.c). *Charakteristika okresu Rokycany*. https://www.czso.cz/csu/xp/charakteristika_okresu_rokycany
- Prazdroj (2015). *V Plzeňském Prazdroji vozí návštěvníky nový ekologický autobus*. <https://www.prazdroj.cz/1476-v-plze-sk-m-prazdroji-voz-n-vit-vn-ky-novs-ekologicks-autobus>
- Prazdroj (2019). *O nás*. <https://www.prazdroj.cz/nas-pribeh>
- Prazdroj (2021). *Historie*. <https://www.prazdroj.cz/nas-pribeh/historie>
- Prazdroj (2022). *Podpora regionu Plzeň*. <https://www.prazdroj.cz/odpovednost/podpora-komunit/plzen>
- Prazdroj Visit (n.d.). *Prohlídka pivovaru Plzeňský Prazdroj*. <https://www.prazdrojvisit.cz/prohlidky/prohlidka-pivovaru-plzensky-prazdroj-pilsner-urquell/>
- Purkert, J. (n.d.). *O projektu. Noc divadel*. <https://www.nocdivadel.cz/o-projektu/>
- Rampichov.cz (n.d.). *Úvod*. <https://www.rampichov.cz>
- Regionální informační servis (n.d.). *Region Plzeňsko*. (n.d.). Regionální informační servis. (n.d.). *Region Plzeňsko*. <https://www.risy.cz/cs/krajske-ris/plzensky-kraj/regionalni-informace/o-kraji/region-plzensko>
- ResearchGate (2010). *Inovační paradox a regionální inovační strategie*. https://www.researchgate.net/publication/49595129_Inovacni_paradox_a_regionalni_inovacni_strategie
- Správa informačních technologií města Plzně (n.d.). *Nové planetárium se otevřelo veřejnosti*. <https://umo3.plzen.eu/zivot-v-obvodu/aktualne-z-obvodu/nove-planetarium-se-otevrela-verejnosti.aspx>
- Správa informačních technologií města Plzně (2022). *Přehled mapových vrstev GIS města Plzně pro webové aplikace Marushka a GeoStore*. Dostupné z: <https://gis.plzen.eu/apps/data.asp>
- Stavba roku Plzeňského kraje (2020). *Lávka a cyklostezka Plzeň-Litice*. https://www.stavbarokupk.cz/dt_stavby/lavka-a-cyklostezka-plzen-litice/

- Stříbrná, M., Pikhart, K., Šašek, I., Kolář, J., Hrubý, M., Kroutílek, M., Nováková, I., Vondráček, P., & Hamhalter, J. (2007). *Aktualizace programu rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje*. Úhlava, o.p.s.
https://www.hostoun.cz/assets/File.ashx?id_org=4594&id_dokumenty=1155
- Svoboda, M. (2016). *Evaluační zpráva projektu Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015*. HaskoningDHV Czech Republic.
<https://www.depo2015.cz/download/artattach/381-plzen-2015-evaluace-zprava-.pdf>
- Techmania Science Center (n.d.a). *O Techmanii*. <https://techmania.cz/cs/o-nas/>
- Techmania Science Center (n.d.b). *Výroční zpráva 2020*. <https://techmania.cz/cs/vyrocnizprava-2020/#gallery-2>
- Techmania Science Center (n.d.c). *Budova 3D Planetária*.
<https://techmania.cz/cs/navstivte-nas/planetarium/>
- Techmania Science Center (n.d.d). *Projekce ve 3D Planetáriu*.
<https://techmania.cz/cs/navstivte-nas/planetarium/3d-planetarium/>
- TUTA Plzeň (2022). *Otevřená data města Plzně*. <https://opendata.plzen.eu>
- TYINTERNETY.CZ (6. března 2019). *Hackněte pivo: Plzeňský Prazdroj spouští Brewrace o nejlepší návrh na revoluční výčepní zařízení*.
<https://tyinternety.cz/technologie/hacknete-pivo-plzensky-prazdroj-spousti-brewrace-o-nejlepsi-navrh-na-revolucni-vycepni-zarizeni/>
- Visit Plzeň (2022a). *Turistické informační centrum*.
<https://www.visitplzen.eu/lokalita/turisticke-informacni-centrum/>
- Visit Plzeň (2021a). *Techmania Science Center*.
<https://www.visitplzen.eu/lokalita/techmania-science-center/>
- Visit Plzeň (2021b). *Techmania Science Center*.
<https://www.visitplzen.eu/lokalita/techmania-science-center/>
- Visit Plzeň (2022b). *Zážitkový okruh Spejbla a Hurvinka*.
<https://www.visitplzen.eu/zazitkovy-okruh-spejbla-a-hurvinka/>
- Wikipedie, otevřená encyklopedie (2005). *Okres Plzeň-jih*.
https://cs.wikipedia.org/wiki/Okres_Plzeň-jih#Cestovn%C3%AD_ruch
- Zoologická a botanická zahrada města Plzně (n.d.a). *O zahradě*. Dostupné 9. 3. 2022 z:
<https://www.zooplzen.cz/o-nas/o-zahrade.aspx>
- Zoologická a botanická zahrada města Plzně (n.d.b). *Asijská zahrada*. Dostupné 9. 3. 2022 z:
<https://www.zooplzen.cz/expozice-a-zvirata/evropa/asijska-zahrada/asijska-zahrada.aspx>
- Zoologická a botanická zahrada města Plzně (n.d.c). *Stopy člověka v přírodě – Amazonie a Mediterraneum*. Dostupné 9. 3. 2022 z:
<https://www.zooplzen.cz/o-nas/dotovane-projekty/stopy-cloveka-v-prirode-amazonie-a-mediterraneum.aspx>

Seznam tabulek

Tabulka 1: Motivace k návštěvě u obyvatel Plzeňského kraje v letech 2014-2015.....	39
Tabulka 2: Motivace návštěvníků Plzeňského kraje k návštěvě v prosinci 2014 a lednu / únoru 2016	40
Tabulka 3: Počet hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu na Plzeňsku v roce 2020	48
Tabulka 4: Hosté hromadných ubytovacích zařízení v Plzni v letech 2013-2014 podle národnosti.....	49
Tabulka 5: Přehled úspěšnosti projektu Noc divadel v letech 2013-2018	67
Tabulka 6: Top 10 akcí podle počtu návštěv v roce 2015.....	82
Tabulka 7: Návštěvnost a počet akcí z hlediska žánrů a témat	83

Seznam obrázků

Obrázek 1: Multidisciplinarita cestovního ruchu	19
Obrázek 2: Lokalizační předpoklady cestovního ruchu	24
Obrázek 3: Selektivní předpoklady cestovního ruchu.....	25
Obrázek 4: Realizační předpoklady cestovního ruchu	26
Obrázek 5: Čtyři hlavní typy inovací	31
Obrázek 6: Vymezené území Plzeňsko na mapě České republiky	34
Obrázek 7: Okresy zvoleného území Plzeňsko	37
Obrázek 8: Vodní plochy na území vymezené oblasti Plzeňsko	43
Obrázek 9: Naučné stezky v okrese Plzeň-město.....	46
Obrázek 10: Lokalizace vybraných atraktivit cestovního ruchu v okrese Plzeň-město	52
Obrázek 11: Ekologický autobus	54
Obrázek 12: Navigační mapa s doporučenými směry pro návštěvu atraktivity Techmania Science Center	56
Obrázek 13: Návštěvnost Techmania Science Center v letech 2008-2018.....	57
Obrázek 14: 3D Planetárium	58
Obrázek 15: Návod k načtení videí pomocí QR kódu	59
Obrázek 16: Mapa industriální stezky - stopovačky	60
Obrázek 17: Japonská zahrada	62
Obrázek 18: Mediteraneum.....	63
Obrázek 19: Zvířecí a rostlinné expozice a další objekty v ZOO Plzeň	64
Obrázek 20: Návštěvnost Zoologické a botanické zahrady v letech 2008-2018	65
Obrázek 22: Malá scéna	69
Obrázek 23: Znázornění naučné stezky Spejbla a Hurvínka.....	71
Obrázek 24: Znázornění nové lávky a cyklotrasy do Lhoty	73

Obrázek 25: Nová lávka.....	74
Obrázek 26: Nová lávka a část trasy vedoucí do Lhoty	75
Obrázek 27: Stav kuželny před rekonstrukcí	77
Obrázek 28: Stav kuželny po rekonstrukci	78
Obrázek 29: Trasy projektu Greenways.....	80
Obrázek 30: Podrobnější zobrazení a stav sportovně rekreačních tras z projektu Greenways	81
Obrázek 31: Zastoupení krajů a zemí v návštěvnosti Plzně celkem v roce 2015 (bez rozlišení)	84
Obrázek 32: Názor obyvatel města Plzně na přínosnost projektu Plzeň 2015 v letech 2012, 2013, 2014, 2015, 2015/2016	85

Abstrakt

Šedivcová, K. (2022). *Inovace v cestovním ruchu jako impuls regionálního rozvoje na Plzeňsku* [Diplomová práce, Západočeská univerzita v Plzni].

Klíčová slova: inovace, cestovní ruch, Plzeňsko

Diplomová práce se zabývá inovacemi v cestovním ruchu jako impulsu regionálního rozvoje na Plzeňsku. Hlavním cílem práce je zhodnocení vlivu inovací na regionální rozvoj za pomoci zvolení si několika turistických atraktivit. Sekundárními cíli, které pomohly naplnit klíčový cíl, byla analýza selektivních, lokalizačních a realizačních předpokladů pro cestovní ruch, hledání inovací v rámci vybraných atraktivit Plzeňského kraje a jejich rozbor a rozdělení do druhových skupin. Doplnkovým cílem byly návrhy inovačních řešení, které by podpořily rozvoji cestovního ruchu na Plzeňsku. Diplomová práce se skládá z teoretické a praktické části. Teoretická část obsahuje informace o probírané problematice a praktická část se zaměřuje na splnění stanovených cílů. V závěru práce se na základě zhodnocení získaných dat prokázalo, že inovace v cestovním ruchu ve zvolených atraktivitách, mají pozitivní vliv na regionální rozvoj na Plzeňsku.

Abstract

Šedivcová, K. (2022). *Innovations in Tourism as an Impulse of Regional Development in the Pilsen Region* [Master's Thesis, University of West Bohemia].

Key words: innovation, tourism, Pilsen region

The diploma thesis deals with innovations in tourism as an impulse of regional development in the Pilsen region. The main goal of this work is to evaluate the impact of innovation on regional development by choosing several tourist attractions. The secondary goals that helped to fulfill the key goal were the analysis of selective, localization and implementation preconditions for tourism, the search for innovations within the selected attractions of the Pilsen Region and their analysis and division into species groups. An additional goal was the design of innovative solutions that would support the development of tourism in the Pilsen region. The diploma thesis consists of a theoretical and a practical part. The theoretical part contains information about the issues discussed and the practical part focuses on meeting the objectives. At the end of the work, based on the evaluation of the obtained data, it was proved that innovations in tourism in the selected attractions have a positive effect on regional development in the Pilsen region.