

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu, pracoviště Tábor



Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání - cestovní ruch

Produkt cestovního ruchu v informačním centru Strakonice

Vedoucí bakalářské práce:

RNDr. Blažena Gehinová

Autor bakalářské práce

Edita Brůžková

2007

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Zemědělská fakulta
Katedra cestovního ruchu
Akademický rok: 2005/2006

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Edita BRŮŽKOVÁ**

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

Název tématu: **Produkt cestovního ruchu v turistickém informačním centru Strakonice**

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

Cíl práce:

Analyzovat přírodní a společenské turistické cíle na Strakonicku.
Provedení výzkumu nabídky a poptávky produktů turistického informačního centra.
Vytvořit nový produkt podle aktuální poptávky.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury.
2. Provedení analýzy návštěvnosti turistických cílů na Strakonicku.
3. Navrhnout nový produkt pro vybraný segment turistů.

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární přehled. 3. Použitá metodika. 4. Vlastní práce - analýza, návrh produktu. 5. Závěr. 6. Použitá literatura. 7. Přílohy.

Rozsah práce: 30 - 40 stran
Rozsah příloh: dle potřeby
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

Hesková, M. a kol.: Analýza destinačních managementů v cestovním ruchu na příkladech ČR a Rakouska. Bratislava: Kartprint, 2004.

Foret, M., Foretová, V: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2001.

Stříbrná, M.: Venkovská turistika a agroturistika. Praha: Profit Press, 2005.

Hesková, M. a kol.: Cestovní ruch. Praha: Fortuna, 2005.

Kopp, J.: Úvod do regionálního výzkumu ZČU Plzeň, 2001.

Horner, S., Swarbrooke, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času, Aplikovaný marketing služeb. Praha: Grada Publishing, 2003.

ABECEDA turistického informačního centra. Asociace turistických informačních center ČR (A.T.I.C. ČR), 2005.

Mariot, P.: Geografia cestovního ruchu. Bratislava: Academia, 1983.

Vedoucí bakalářské práce: **RNDr. Blažena Gehinová**
Katedra cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **15. března 2006**

Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2007**


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.

děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
studijní oddělení
VANČUROVA 2904 390 01 TÁBOR



doc. Ing. Marie Hesková, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2006

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Produkt cestovního ruchu v informačním centru Strakonice“ vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu literatury.

V Táboře, 5. dubna 2007

.....
Podpis

Poděkování:

Děkuji vedoucí bakalářské práce RNDr. Blaženě Gehinové za cenné rady a připomínky. Dále děkuji panu RNDr. Ladislavu Havlovi za ochotu a spolupráci.

V neposlední řadě děkuji také svým rodičům, kteří mě podporovali po celou dobu mého studia.

Obsah:

1. Úvod	7
2. Metodika práce	8
2.1. <i>Pracovní hypotézy</i>	8
3. Literární přehled	9
4. Charakteristika Jihočeského kraje ve vztahu k cestovnímu ruchu	11
4.1. <i>Strakonicko a jeho podmínky pro cestovní ruch</i>	13
4.1.1. Historie města	14
4.1.2. Významné historické stavby a budovy ve Strakonících	15
4.1.3. Přírodní a turistické zajímavosti Strakonice	16
4.1.4. Kulturní život ve městě	17
4.1.4.1. Kulturní zařízení	18
4.1.5. Vybrané služby v cestovním ruchu poskytované ve Strakonících	19
4.1.5.1. Analýza ubytovacích služeb	19
4.1.5.2. Analýza stravovacích služeb	20
5. Turistické informační centrum (TIC) a jeho funkce	22
5.1. <i>Městské informační centrum Strakonice (MIC)</i>	23
5.1.1. Služby poskytované v MIC Strakonice	23
5.1.2. Návštěvnost MIC	24
6. Marketingový výzkum a jeho zásady	26
6.1. <i>Dotazníkové šetření</i>	27
6.2. <i>Dotazníkové šetření v MIC</i>	27
6.2.1. Interpretace výsledků	28
7. Vlastní produkt	36
7.1. <i>Koncept produktu</i>	36
8. Závěr	46
9. Summary	47
10. Seznam použité literatury	48
Seznam grafů	
Seznam příloh	
Přílohy	

1. Úvod

Cestovní ruch a cestování mají velmi dlouhou historii a jsou spjaty s počátky naší civilizace. První výpravy vedly po souši i po vodě, později také vzduchem a nakonec i vesmírným prostorem. Jejich důvody byly obchodní, vojenskopolitické, náboženské, poznávací, sportovní či dokonce jen čistě prestižní (první člověk ve vesmíru, první přistání na Měsíci). K nejznámějším postavám počátků cestování nepochybně patří například Marco Polo a Kryštof Kolumbus. S novodobým rozvojem cestovního ruchu a jeho hromadným organizováním je nezapomenutelně spojeno jméno Angličana Thomase Cooka, který roku 1841 založil první a dodnes fungující cestovní kancelář.^[2]

Cestovní ruch je v současné době jedním z nejvýznamnějších ekonomických a sociálních fenoménů – druhotně zaměstnává kolem 12% pracující části populace a produkuje zásadní část HDP - a zároveň jedním z nejdynamičtěji se rozvíjejících odvětví. Cestovat lze různými směry, způsoby, za různými účely.

V důsledku rostoucího zájmu o toto odvětví dochází k rozšiřování možností kam a jak putovat. Všechny subjekty zainteresované v tomto oboru se snaží nabízet stále kvalitnější služby. Dopravní průmysl zdokonaluje své produkty pro větší pohodlí na cestách, cestovní kanceláře hledají neustále nové a nové cíle ve snaze uspokojit i toho nejnáročnějšího turistu, a to vše při minimálních nákladech a maximálním užítku klientů.

Ve své práci budu analyzovat veškeré možnosti pro využití volného času turistů, které Strakonice poskytují. Zaměřím se na kvalitu služeb poskytovaných v oblasti ubytování a stravování, jejich standardů, přiblížím, jaké přírodní a kulturní vyžití tato oblast v malebné krajině jižních Čech skýtá, vyhodnotím informace získané v Městském informačním centru Strakonice ohledně jeho služeb a produktů z pohledu návštěvníků a na základě zjištěných skutečností se pokusím navrhnout možná řešení na jejich zlepšení.

2. Metodika práce

Hlavním cílem této práce je analyzovat přírodní a společenské turistické cíle na Strakonicku, provést výzkum nabídky a poptávky produktů Městského informačního centra Strakonice a vytvořit nový produkt podle aktuální poptávky.

Jako vedlejší cíl budu analyzovat kvalitu a standard ubytovacích a stravovacích služeb, neboť tyto služby z velké části utváří celkový dojem turisty.

2.1. Pracovní hypotézy

1. Turisté nejsou dostatečně informováni o možnostech využití volného času, které se zde nabízejí, nabídka služeb je nedostatečná.

2. Rozsah a kvalita stravovacích služeb jsou nedostatečné, jen některé restaurace splňují kritéria náročného strávnicka. Kapacita a celková úroveň ubytovacích zařízení je také nedostatečná a kvalita těchto poskytovaných služeb mnohdy neodpovídá ceně za ubytování.

Metodický postup jsem zvolila následující:

První etapa zahrnovala studium odborné literatury, která se zabývá tématem cestovní ruch, služby v cestovním ruchu a marketing, a také literatury, která se zaměřuje na popis daného území. Pak následovalo provedení analýzy turistických cílů na Strakonicku, tedy analýza přírodních, kulturních a jiných atraktivit, které mohou Strakonice turistům nabídnout.

Druhá etapa proběhla v Městském informačním centru Strakonice, kde jsem se seznamovala s jeho produkty a službami a vůbec celým jeho chodem. Zároveň zde proběhlo dotazníkové šetření, jehož cílem bylo zjistit, jaké služby či produkty turisté postrádají, co by se dalo zlepšit a naopak, co se návštěvníkům líbí.

Ve třetí etapě došlo k vyhodnocení dotazníkového šetření a interpretaci výsledků, které z něj vyplynuly. Na základě těchto zjištění jsem vytvořila produkt, který bude pokrývat potřeby a požadavky vybraného segmentu turistů.

3. Literární přehled

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím. (M. Hesková, 2006).

Cestovním ruchem se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze uspokojit i mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na cestovním ruchu představuje vyšší stupeň jejich uspokojení. (J. Oriška, 1999)

Cestovní ruch je jedním z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa. Má vliv na zaměstnanost, na tvorbu hrubého domácího produktu, vytváření devizových rezerv státu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek, zvyšuje všeobecnou vzdělanostní úroveň obyvatelstva. I když je ekonomický přínos cestovního ruchu pro stát jednoznačný, je třeba si uvědomit, že je víc než jen ekonomický fenomén. (A. Kiralová, 2003)

Produktem cestovního ruchu je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jedná se o soubor hlavně služeb, které produkuje a nabízí cílové místo (primární nabídka) a podniky a instituce cestovního ruchu (sekundární nabídka). Z ekonomického hlediska je produkt cestovního ruchu souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou předmětem spotřeby účastníků cestovního ruchu. (M. Hesková, 2006)

Podle M. Heskové (2006) jsou služby rozhodující součástí produktu cestovního ruchu. Představují heterogenní soubor užitečných efektů určených k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu..

M. Hesková dále rozebírá speciální znaky služeb cestovního ruchu. Jsou jimi časová a místní vázanost na primární nabídku cestovního ruchu, komplexnost a komplementarita, zastupitelnost, mnohooborový charakter a nevyhnutelnost jejich zprostředkování, dynamika a sezónnost poptávky po nich, nevyhnutelnost informací o nich včetně informací o jejich kvalitě.

J. Oriška (1999) definuje služby v cestovním ruchu jako činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společensky užitečný efekt. Individuální efekt, který je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu, může mít různorodý charakter podle zvolené formy účasti, například rekreační, kulturní, zdravotní apod. Společenský efekt zpravidla podmiňuje nebo umožňuje dosažení individuálního efektu (například služby související s udržováním čistoty a hygieny veřejných prostranství, zeleně apod.)

Z hlediska uspokojovaných potřeb rozlišujeme základní a doplňkové služby cestovního ruchu. Základní služby uspokojují obvykle primární potřeby účastníků cestovního ruchu. Umožňují přemístění účastníků z míst jejich trvalého bydliště do cílových míst a zpět, (dopravní služby) a pobyt v cílovém místě (ubytovací služby, stravovací služby). Doplňkové služby uspokojují sekundární potřeby účastníků cestovního ruchu spotřebou např. sportovně-rekreační, kulturně-společenských a dalších služeb v závislosti na druhu cestovního ruchu. Jsou spojené s využíváním atraktivit a vlastností charakteristických pro konkrétní rekreační prostor. (M. Hesková, 2006)

Podle M. Heskové existují další služby, které účastník cestovního ruchu vyžaduje, kupuje a spotřebovává. Jsou to například služby informační, poradenské, zprostředkovatelské, průvodcovské, asistenční a další.

Produkty cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích služeb mají ve svém mixu výrobek/služba proměnlivý obsah hmotných a nehmotných prvků. (Horner, 2003).

P. Hingston (2002) popisuje, jak zjistit spokojenost zákazníků s nabízenými službami pomocí marketingového výzkumu. Výzkum trhu je v podstatě činnost zabývající se shromažďováním informací a jejich vyhodnocováním. Výzkum trhu lze chápat jako činnost zahrnující tři součásti: analýza trhu, sledování konkurence a vyhodnocení projektu.

L. Janečková (2000) uvádí, že vytvoření marketingové koncepce služeb a marketingové strategie není možné bez relevantních informací a marketingového výzkumu. Organizace služeb, i ty nejmenší, mohou vytvářet informační systémy shromažďováním a vhodným uspořádáním informací a jejich využíváním v rozhodovacích procesech. Marketingový výzkum slouží zejména k identifikaci postavení firmy a jejích produktů na trhu a ke zjišťování potřeb zákazníků. Je třeba dodržet postupy výzkumu, především stanovení jeho cíle a vhodné metodiky.

4. Charakteristika Jihočeského kraje ve vztahu k cestovnímu ruchu

Rozlehlá jihočeská krajina (viz příloha 2) zaujímá více než čtvrtinu Čech a díky své diverzní přírodě a historii je svébytnou součástí České republiky. Svéráznost a malebnost Jihočeského kraje má svůj základ v zeměpisné poloze a tvarech krajiny. Na severozápadě sousedí s krajem Plzeňským, na severu se Středočeským a na východě s krajem Vysočina. Jeho jižní hranice odděluje naši zemi od Bavorska a Rakouska. Zde je nutno připomenout největší lesní komplex střední Evropy – Šumavu a její dva přeshraniční národní parky.

Jihočeský kraj zaujímá strategickou polohu na ose sever-jih. Tímto směrem prochází staré zemské stezky, dnes důležité mezinárodní silnice a železniční koridor. Takzvaná Linecká stezka, někdy také nazývaná Zlatá či Solná, která vedla od Lince přes České Budějovice do Prahy, představovala odpradávná českou paralelu známější Jantarové stezky, procházející Moravskou bránou k Baltu. Je pravděpodobné, že již v pravěku se po Linecké stezce dopravovala sůl z rakouského Solnohradu do Čech. Na ni navazovaly stezky vedoucí z Prahy dále na sever.

Jihočeský kraj je zeměpisně jednotlý celek. Jeho jádro tvoří Českobudějovická a Třeboňská pánev. Na jihozápadě je obklopuje Šumava, na severu Brdy a Středočeská pahorkatina, na východě Českomoravská vrchovina a na jihovýchodě Novohradské hory.

Jižní Čechy jsou protkány hustou říční sítí, která je doplněna v pánvích a širokých nivách slepými rameny a poříčními tůněmi. Hlavní jihočeské řeky – Vltava, Lužnice a Otava jsou právem považovány za vodácký ráj. Sjíždění těchto řek na kánoích a raftech se stalo tradicí naší vodní turistiky. Nejdelsí česká řeka Vltava tvoří přirozenou územní osou celého kraje.

Zcela ojedinělý ráz kraji dodává na mnoha místech neobvykle hustá mozaika rybníků. Jihočeské rybníky jsou neodmyslitelnou součástí podoby kraje. Konečně jejich tradice sahá přinejmenším do doby Karla IV., tedy více než šest století nazpět. Jméno nejznámějšího a největšího rybníka naší země – Rožmberk připomíná, že to byl právě bohatý a mocný rod Rožmberků, který zde rybníky budoval a učinil je významným zdrojem svých příjmů.

Vodní dominantu kraje doplňují i rozlehlé údolní nádrže. Dvě z nejznámějších vznikly na řece Vltavě. Nádrže Orlík a Lipno přitahují každoročně milovníky přírody a odpočinku.^[13]

Z hlediska průmyslu je v Jihočeském kraji ojedinělá výroba tužek, vaří se tu proslavené pivo a chovají ryby. Nacházejí se zde také unikátní technické památky – například Schwarzenberský plavební kanál nebo zbytky koněspřežné dráhy. V jižních Čechách také vznikla první kostka cukru na světě. Zachoval se i jedinečný folklor. Dodnes se zde drží místní zvyky, jako je masopust, městské a historické slavnosti, tradiční řemesla a kroje. Z lidové architektury je pro jižní Čechy charakteristické selské baroko v Holašovicích, ale také na Veselsku, Blatensku, Soběslavsku, aj. Naprosto ojedinělým typem lidové architektury je tzv. dům alpského typu, který se u nás vyskytuje ve Volarech.

Z historického hlediska si jižní Čechy mohou připsat na své konto působení Jana Husa a vznik husitského hnutí. Celkovou tvářnost kraje poznamenalo dlouhodobé a cílevědomé hospodářské snažení šlechtického rodu Rožmberků. Z významných historických osobností zde působili operní pěvkyně, sopranistka Ema Destinová, malíř, kreslíř a ilustrátor Mikoláš Aleš nebo loutkař, dramaturg a režisér Josef Skupa.

Jihočeský kraj má dvě lokality zapsané do Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO, a to Český Krumlov (1992) a Holašovice (1998). Dále se na jeho území nachází 25 nemovitých národních kulturních památek, 2 movité národní kulturní památky, 7 městských památkových rezervací, jedna archeologická památková rezervace, 25 městských památkových zón, 50 vesnických památkových zón, pět krajinných památkových zón a velké množství movitých a nemovitých kulturních památek.

Jihočeský kraj je vděčnou turistickou destinací a vhodným místem pro trávení dovolené. Nikdy zde totiž nebyl a dosud není žádný těžký průmysl. Novým trendem se zde stává venkovská turistika a ekoagroturistika. Největším vstupním kapitálem jižních Čech je totiž zachovalá příroda a množství unikátních kulturněhistorických památek. V tomto regionu lze odpočívat také v lázeňských střediscích, především města Třeboň, Bechyně a Vráž u Písku jsou vyhledávaná a vyhlášena.^[15]

4.1. Strakonicko a jeho podmínky pro cestovní ruch

Strakonice (viz příloha 3) leží v Jihočeském kraji na soutoku řek Otavy a Volyňky, na rozhraní mezi posledními výběžky Brd a šumavským podhůřím. Jsou vzdáleny asi 60 km od Českých Budějovic, 90 km od Plzně, 110 km od Prahy a asi 100 km od bavorského Passau. Nadmořská výška města se pohybuje v rozmezí 390 až 430 m nad mořem. Žije zde asi 24 000 obyvatel. Město je obcí s pověřeným obecním úřadem a s rozšířenou působností.^[24]

Strakonicko je rozsáhlý a velmi členitý kraj, který na východě přechází v plochou a rovinatou Českobudějovickou pánev, zatímco na jihu a západě v šumavské vrcholy. Je to země kopců a kopečků, lesů a rybníků, země zlatonosné Otavy, ale i starých hradů, tvrzí, zámků a malebných kostelů, jejichž štíhlé věže svítí daleko do kraje.

Horopisně náleží severní část, zhruba oddělená řekou Otavou, celku Blatenská pahorkatina, z větší části pak jeho podcelku Horažďovická pahorkatina, jižní část celku Šumavské podhůří, podcelkům Bavorovská vrchovina, Vimperská vrchovina a částečně i Svatoborská vrchovina. Od východu sem zasahuje Putimská pánev, podcelek Českobudějovické pánve, která úzkým pásem podél Otavy pokračuje až ke Střelským Hošticím. Největších výšek dosahuje oblast ve své jihozápadní části severozápadně od Vacova, náležející Šumavskému podhůří, směrem k severu a východu pak nadmořská výška terénu klesá.

Z hlediska vodopisu je nejvýznamnějším tokem Otava, která odvádí prakticky všechny vody z oblasti. Vzniká u Čenkovy Pily na Šumavě soutokem Vydry a Křemelné, na popisované území vstupuje v Sušici a opouští je u Sudoměře. Nejvýznamnějším přítokem zprava je Volyňka, pramenící na šumavské Světlé hoře. Přitéká do oblasti ve Čkyni a do Otavy vtéká ve Strakonících. Dalšími přítoky zprava jsou Nezdický a Novosedelský potok, zleva Lomnice, z méně významných Černíčský, Březový, Řepický a Brložský potok. Největším přítokem zleva je Peklov. Pouze okrajově zasahuje do oblasti řeka Blanice, která rovněž ústí do Otavy, ovšem již na Písecku u Putimi. Na Strakonicku nenajdeme žádnou přehradní nádrž, zato je tu velké množství rybníků. Známa je soustava rybníků na Blatensku – Radov, Dolejší, Buzický, Velký Kuš, Velký Pálenec aj. Velké rybníky najdeme též u Sedlice – Kořenský, Velkorojický, rekreačně využívaný Milavý a Staroborský. ^[11]

4.1.1. Historie města

Jméno Strakonice se poprvé objevuje v písemných pramenech v roce 1235. Jedná se o listiny Václava I. a Bavor ze Strakonice je uváděn mezi svědky dokumentu.

Toto pošumavské město dudáků vzniklo ze čtyř osad: Žabokrt, Bezděkova, Lomu a Strakonice. Do našeho povědomí se zapsalo hned několikrát: divadelní báčorkou J. K. Tyla Strakonický dudák, produkcí zvláštní pokrývky hlavy nazývanou fez spojenou s islámským náboženstvím, a konečně výrobou motocyklů značky ČZ. Fezy i motocykly se

již ve Strakonících staly historií. Období jejich lesku a slávy připomíná pouze expozice ve strakonickém hradu. Jsou to však hodnoty a tradice, které přetrvaly.

Četné archeologické nálezy svědčí o osídlení podél řek již v období prehistorickém. Od té doby se zde vystřídalo mnoho kultur. Vzpomínkou na poslední slovanská osídlení zůstávají dnes již jen dochované zbytky hradišť a sejpů po rýžovnicích zlata.

Středověké dějiny města jsou pevně spojeny s historií strakonického hradu, který založil v první třetině 13.století šlechtický rod Bavorů. Jméno Strakonice se poprvé objevuje v písemných pramenech v roce 1235. Jedná se o listiny Václava I. a Bavor ze Strakonice je uváděn mezi svědky tohoto dokumentu. Část hradu darovali Bavoři již v roce 1243 řádu maltézských rytířů. Tímto letopočtem začala ve Strakonících sedm století dlouhá etapa jejich místního působení a téměř 150 let dlouhé soužití světské a církevní moci na jednom hradním sídle. Oba jejich znaky – bavorská střela a maltézský kříž – tvoří základ dnešního praporu města. V roce 1402 připadl hrad do vlastnictví řádu johanitů (maltézských rytířů).^[24]

Strakonický hrad patřil po celá staletí ke stabilizačním faktorům tohoto kraje. Jeho páni významně stimulovali rozvoj zdejšího kraje a obdarovávali jej četnými privilegii. Zasloužili se o jeho tradice pivovarnické, textilní i agrární. Z hlediska historie byl hrad centrem civilizace katolického křesťanství. Maltézský řád, který zde sídlil, vždy pečoval o nemocné a nemajetné a vždy věrně bránil a rozvíjel tradice svatováclavské, což se projevilo hlavně během husitských válek, kdy vznikla Jednota Strakonická a Jednota Zelenohorská. Díky maltézskému řádu – uznávanému a váženému mezinárodnímu společenství – byly Strakonice známým a významným bodem na mapě Evropy.

Dnešní podobu získal hrad rozsáhlými opravami v letech 1925 – 1937. „Roku 2006 byl hradní areál kompletně rekonstruován, neboť Strakonice získaly finanční dotaci ve výši 600 tisíc eur z programu PHARE na podporu turistické infrastruktury.“^[18]

V areálu hradu je též umístěna Šmidingerova knihovna, Základní umělecká škola a cestovní kancelář Ciao.

4.1.2. Významné historické stavby a budovy ve Strakonících

Za významnou historickou památku lze považovat i pozdně empírový *gloriet* v Rennerových sadech z roku 1837. Rennerovy sady dostaly název po Antonínu Rennerovi, který zde žil v 19. století a po své smrti odkázal pozemky třem veřejným

institucím ve Strakonících, a to na zřízení dětské opatrovny, k vytvoření Spolku pro ochranu zvířat a špitálu sv. Martina.

Dominantu Palackého náměstí utváří barokní *Mariánský sloup* z let 1730 – 1740. Byl postaven na místě, kde pravděpodobně stával sloup z roku 1586, který měšťané vystavěli po velikém moru ve městě.

V centru města na Velkém náměstí se nachází *Masné krámy čp. 142*. Jde o zastřešenou uličku z obou stran lemovanou krámkou. V 18. století byl vchod do této uličky z náměstí zakryt branou, v jejímž štítě je v nízkém reliéfu proveden plastický výjev porážky. V tympanonu trojbokého štítu lze spatřit lva se sekyrou.

Nedaleko Masných krámů je situováno několik významných historických staveb: *budova bývalé radnice*, která uchvátí svou bohatou výzdobou vytvořenou akademickým malířem Josefem Bosáčkem podle návrhů Mikoláše Alše, *budova České spořitelny*, jejíž sgrafitové fasády vznikly též rukou akademického malíře Josefa Bosáčka, a domy čp. 44 a 45 zvané *Papežovy domy*, jejichž štít zakončují voluty.

Na prostranství u ulice Ellerova pod nákupním areálem Hvězda lze vidět repliku brány pravěké svatyně zvané *Stonehenge*. Dílo vytvořil Ing. Pavel Pavel, který si zde ověřoval jeden ze způsobů stavby významné anglické památky.

Na základech staršího gotického kostela ze 13. století vyrostl v renesančním slohu s gotickými prvky v letech 1580 – 1583 *kostel svaté Markéty* a nachází se v centru města.

[24]

Dalšími historickými památkami jsou například gotický *kostel sv. Václava* ze 13. století, poutní místo *kostel Panny Marie* z 18. století na Podsrpu, *kaple sv. Jana Nepomuckého*, *kaple sv. Martina*, *most Jana Palacha* z roku 1977, *pomník* strakonického rodáka *Františka Ladislava Čelakovského* v životní velikosti, *Skupova pamětní deska* a další.

4.1.3. Přírodní a turistické zajímavosti Strakonice

Strakonice a jejich okolí nabízejí své přírodní krásy a turistické zajímavosti. Jednou takovou je *Kání* nebo též *Kalný vrch*, spjatý s pověstí o Švandu dudákovi. Tyčí se nad areálem Nového Fezka. Kdysi na něm stálo popraviště. Poté sloužil jako ložisko stavebního kamene. Občas jej lze vidět zobrazený na starých rytinách. Pozoruhodností je také to, že jeho kámen obsahuje příměs azbestu. Vrchol tohoto kopce se tyčí do výšky 409 m nad mořskou hladinou.

Další zajímavostí je vrch **Kuřidlo**. Na původu názvu se zatím nikdo neshodl. Jedni říkají, že tento kopec byl původně sopka, druzí se domnívají, že se zde dříve pálilo dřevěné uhlí, ale ještě spíše se kouřením dávaly signály hradištím v okolí. Atraktivní je především svou florou. Část Kuřidla byla dokonce vyhlášena přírodní rezervací. Hlavním motivem je zejména ochrana zbytku původní teplomilné doubravy na jižním svahu vrchu, s poměrně dobře zachovalým podrostem a s celou řadou vzácných rostlin. Roste zde např. oman vrbolistý, rozrazil ožankovitý a některé silně ohrožené druhy, jako je okrotice červená a ohrožené druhy jako lilie zlatohlávek, okrotice bílá a sasanka lesní.

Z živočišných druhů se zde vyskytují poměrně běžné lesní druhy. V hnízdní ornitocenóze bylo zjištěno celkem 24 hnízdících druhů ptáků, mezi kterými je např. drozd brávník, čečetka zimní, šoupálek krátkoprstý aj. Z drobných savců byly zjištěny typické druhy: myšice lesní, myšice křovinná a norník rudý. ^[26]

Za významnou přírodní krásu a turistický cíl se považuje naučná 3,5 km dlouhá stezka podél řeky Otavy zvaná **Podskalí**, která vznikla v roce 1992. Začíná pod pivovarem a končí u hradu. Zaměřuje se na přírodovědu, geografii a historii.

Jednou ze zajímavostí na této stezce je také busta Františka Ladislava Čelakovského, umístěná na Zellerinově stráni (nazvané podle strakonického malíře Antonína Zellerina), dnes nazývané Kalvárie.

O kousek dál lze spatřit kopii sochy moai. V roce 1982 díky ní vyřešil strakonický rodák ing. Pavel Pavel záhadu transportu těchto soch z Velikonočních ostrovů.

Další zajímavostí je železný kruh ve skále, který zde zůstal jako vzpomínka na voraře, díky kterým se dopravovalo dříví ze šumavských hvozďů až do Prahy.

Tato lokalita nabízí několik dětských hřišť a hospůdek. Na pravém břehu se nachází kemp Podskalí, který v letní sezoně navštěvují hlavně vodáci. ^[24]

Neméně lákavou lokalitou jsou také zlatonosné sejpy u Modlešovic, které upoutají svou florou a faunou.

4.1.4. Kulturní život ve městě

Strakonice jsou důležitým dějištěm několika kulturních a společenských akcí nadnárodního významu. Tou největší je slavné bienále **dudácký festival**. Pověst o Švandovi dudákovi a mnohaletou dudáckou tradici udržují stále noví mladí muzikanti a vytváří atmosféru, ve které se daří pravidelným setkáním dudáků, dudáckých muzik a tanečníků z mnoha států světa. Toto setkání se pořádá od roku 1967 a svým rozsahem a kvalitou patří mezi nejvýznamnější folklorní festivaly na světě. Projevem uznání je přijetí

festivalu do CIOFF (Mezinárodní organizace folklorních festivalů při UNESCO) v roce 1995 a od roku 1997 členství v mezinárodní organizaci pro lidové umění IOV. Festival patří také mezi členy Folklorního sdružení ČR, které zastřešuje folklorní hnutí u nás. Každý ročník festivalu skýtá příležitost k setkání a vzájemnému poznání souborů i jednotlivců prezentujících dudy v původním provedení, jejich rekonstrukci a repliky ve spojení s dalšími lidovými nástroji. Hrají k poslechu i jako doprovod tanečnickům a vytvářejí neopakovatelnou atmosféru. Do Strakonice přijíždějí každé dva roky v srpnu tisíce diváků z České republiky i ze zahraničí. ^[19]

Další větší akcí mezinárodního charakteru je tradiční festival country a bluegrassové hudby, nesoucí název Jamboree. Festival se odehrával od roku 1991 v Kopidlně, kde však v průběhu let narážel na ideologické i organizační překážky, které vyústily v následné přenesení festivalu do Strakonice. Dohodou všech stran bylo stanoveno, že festival bude přeložen do té doby, než se v Kopidlně zlepší organizační podmínky pro jeho navrácení. Tento festival nesl dříve název Banjo Jamboree a ve Strakonici se odehrával 9 let. Před konáním jubilejního 25. ročníku se po dohodě pořadatelů festival vrátil zpět do Kopidlna. Vzhledem k tomu, že strakoničtí pořadatelé již s bluegrassovým a country žánrem prokázali dobré zkušenosti a divácký i muzikantský ohlas na festival byl příznivý, rozhodlo se vedení Městského kulturního střediska pokračovat v pořádání bluegrassové a country přehlídky pod názvem Jamboree. Tento festival se koná každoročně na konci května ve strakonickém letním kině. ^[20]

Celý rok je ve Strakonici kulturně bohatý. Na přelomu března a dubna se zde každoročně koná přehlídka profesionálních i amatérských loutkařských souborů pod názvem Skupovy Strakonice, určená především dětem.

Začátkem června se do Strakonice sjíždějí mažoretky z celé České republiky na Národní šampionát mažorettek ČR.

O týden později pořádají Strakonice celorepublikovou přehlídku tanečních souborů a skupin v pódiovém vystoupení nazvanou Dance show.

Koncem června lze na strakonickém Podskalí navštívit Nektarskou pouť a Putování za dráčkem Podskaláčkem. Zábavu zde najdou děti i dospělí, pořádají se zde různé soutěže, například soutěž kuriózních plavidel a další.

Při příležitosti státní svátku sv. Václava se ve Strakonici koná Václavská pouť a začátkem prosince probíhají v areálu strakonického hradu Adventní trhy pod Rumpálem.

V roce 2006 proběhlo ve Strakonících také několik kulturních akcí, které se konají ojediněle. Je to například rekonstrukce bitvy u Slivice a jízda historických vozidel, která se uskutečnila v květnu jako vzpomínka na osvobození v roce 1945.

4.1.4.1. Kulturní zařízení

Místní *Muzeum středního Pootaví* patří již více než sto let ke kulturnímu a společenskému životu města Strakonice, bylo založeno v roce 1894.

Muzeum sídlí v areálu strakonického hradu. Expozice muzea a část depozitářů jsou umístěny v jižní části hradu, tzv. bavorském paláci, součástí prohlídky je i výstup na gotickou věž Rumpál.

Velká část předmětů byla získána vlastním sběrem nebo dary, v menším množství koupí. Počet evidenčních čísel k 31. prosinci 2002 je 40 786. Celková výstavní plocha v roce 2002 činila 1 035 m². Muzeum zajišťuje výstavy v expozicích v hradu, kapitulní síni, Zámecké galerii a na požádání také v okolních obcích. V letech 1990 – 2002 uspořádalo 186 výtvarných a populárně naučných výstav, 480 přednášek, šest seminářů, z nichž pět bylo s mezinárodní účastí.

Muzeum středního Pootaví se každoročně podílí na pořádání několika akcí jako například setkání a jízda historických vozidel Freedom, adventní trhy pod Rumpálem, noční prohlídky hradu s kulturním programem a možností dobových hostin, cestopisné přednáškové cykly Terra incognita – Země neznámá, běh Terryho Foxe a další.

Expozice v muzeu zachycují historii města od prehistorie až po současnost. Součástí jsou expozice dudáctví, fezové výroby, výroba zbraní a motocyklů ČZ, které představují specifika Strakonice.

Velmi bohatá je i publikační činnost muzea, která navazuje či je v mnohých případech vyústěním řešení jednotlivých vědeckovýzkumných úkolů.

V roce 2002 zaznamenalo muzeum rekordní počet návštěvníků. Na akce Muzea středního Pootaví přišlo celkem 53 962 osob.

Otvírací doba muzea je v období květen až červen a září až říjen denně od 8 do 16 hodin kromě pondělí a v období od července do srpna od 9 do 17 hodin, taktéž denně kromě pondělí.

Přímo ve Strakonících lze navštívit tři *kina*. Prvním z nich je kino Oko, které podle roku 2002 povodním a díky následné rekonstrukci splňuje nyní požadavky náročného návštěvníka.^[8]

Druhým kinem je kino U Mravenčí skály. Zde se promítají především filmy z filmového klubu. Pořádají se tu také různé kulturní akce, například přednášky.

Třetí kino je umístěno v zahradě strakonického hradu a slouží také i k jiným účelům, např. pro pořádání koncertů a podobně.

Dům kultury je hlavním centrem veškerého kulturního dění ve Strakonících. Zajišťuje jak všechna kina, kterým zajišťuje předprodej vstupenek, tak téměř všechny společenské události jako jsou maturitní a jiné plesy, národní šampionát mažorettek, Jamboree, Mezinárodní dudácký festival, Rumpálování, Adventní trhy, divadelní představení, maškarní bály pro děti, koncerty a další. Dále vytváří zázemí několika kulturním spolkům, kterými jsou Kruh přátel hudby, Loutkařský spolek Radost Strakonice, dětský folklorní soubor Prácheňáček, divadelní spolek Čelakovský, Strakonická dudácká muzika a další.

4.1.5. Vybrané služby v cestovním ruchu poskytované ve Strakonících

4.1.5.1. Analýza ubytovacích služeb

Ubytovací služby souvisejí s pobytovou stránkou cestovního ruchu. Jejich poskytování je předpokladem rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu. Umožňují přenocování nebo přechodné ubytování v cílovém místě. Jejich součástí jsou i služby, které souvisejí s pobytem hostů v ubytovacím zařízení.

V cílových místech poskytují ubytovací služby více kategorií a tříd ubytovacích zařízení. Kategorie vyjadřuje druh ubytovacího zařízení (např. hotel, garni hotel, motel, hotel, penzion), třída vyjadřuje standard vybavenosti, kvalitu poskytovaných služeb a v některých zemích se označuje jednou až pěti hvězdičkami.

Ubytovací zařízení poskytují hostům vedle služeb přechodného ubytování řadu dalších, doplňkových služeb. Požadavky na jejich poskytování rostou s délkou pobytu hostů. Rozsah a kvalitu služeb poskytovaných při uspokojování poptávky nazýváme standard služeb. Standard služeb ovlivňuje větší počet činitelů, hlavně charakter zařízení (ubytovací zařízení ve městě, u vodní plochy, v horském prostředí apod.), osobní a věcné předpoklady (náročnost služeb na prostorové předpoklady a technické vybavení, např. sauna, bazén, garáž), dále pohotovost pracovníků (např. informační služby, pochůzky), klientela (zvyklosti, tradice, móda, vkus hostů, struktura hostů – služební cestující, turisté, rodiny s dětmi apod.), sezónní vlivy (výkyvy v poptávce po službách), úroveň využití lůžkové kapacity (s růstem přiměřené délky pobytu rostou požadavky na standard služeb).

[3]

Ve Strakonících je turistům v současné době k dispozici pět hotelů, jejichž celková kapacita činí přes 400 lůžek včetně přistýlek. Dva z nich patří do kategorie tříhvězdičkových hotelů. U ostatních se nepodařilo zjistit kategorizaci – ta je v oboru v současné době nestandardizována, tudíž nepovinná. Cena za jednu noc pro jednu osobu se pohybuje v rozmezí od 400 Kč do 1 400 Kč. Ve všech hotelech je sociální zařízení přímo na pokoji, rozsah dalších poskytovaných služeb se mění dle cenové kategorie. Většina hotelů nabízí také stravovací služby.

Ti, kteří preferují spíše ubytování v penzionu, mají na výběr ze tří možností. Kapacita těchto ubytovacích zařízení činí 50 lůžek. Ubytování zde stojí od 230 Kč do 700 Kč za osobu a noc. Dva z těchto penzionů nabízejí bezbariérový přístup a také možnost stravování v restauraci, která je jejich součástí. Třetí z penzionů poskytuje pouze základní ubytování, sociální zařízení je společné pro všechny pokoje. Ale i zde má návštěvník možnost stravování v restauraci.

Další ubytovací příležitosti skýtají dva kempy, které se nachází na břehu Otavy, tři ubytovny a také soukromé osoby, které ubytovávají hosty ve svých domovech. Veškeré typy ubytování pro návštěvníka zrealizuje strakonické infocentrum v zámku.

4.1.5.2. Analýza stravovacích služeb

Stravovací služby zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času využitelný na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu. Jde o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení, jakož i o společensko-zábavní služby, spojené s hudební produkcí, kulturním programem, případně další služby.

Služby základního stravování obsahují pohostinská zařízení s převážně stravovací funkcí (restaurace, motorest, jídelna se samoobsluhou). Služby doplňkového stravování a občerstvení jsou realizovány v provozovnách: denní bar, aperitivbar, grillbar, snackbar, pizzerie, bistro, bufet a hostinec. Dále to jsou i zařízení tzv. rychlého stravování nebo občerstvení, která se považují za moderní, úsporná, avšak z výživového hlediska určitě i diskutabilní. Jde např. o restaurace typu fast food (úzký speciální sortiment jídel připravovaných před zraky hostů – hamburger, cheeseburger, hot-dog, vafle plněné masem, doplněný nabídkou nealkoholických nápojů), mauredo a churasco (steaky připravované se studenými nebo teplými omáčkami doplněné o talíř salátu, alkoholické a nealkoholické nápoje), minigril nebo pipgril (grilované kuřecí nebo řízky) a jiné.

Společenské a zábavní služby poskytují zařízení se společensko-zábavní funkcí, diskoklub a další. ^[3]

V současnosti funguje ve Strakonících celkem 20 restaurací a 3 pizzerie. Jejich standard a sortiment poskytovaných služeb se výrazně liší. Restaurace s nejširším sortimentem a nejvyšším standardem servíruje svým hostům nejrůznější speciality z vepřového, hovězího, drůbežího a rybího masa, i ze zvěřiny. Také nápojový lístek nabízí nejrůznější speciality – na výběr je až 50 druhů vín, 100 druhů destilátů, samozřejmě pivo a nealkoholické nápoje. Toto stravovací zařízení skýtá možnost využití pro svatby, soukromé oslavy, školení, obchodní schůzky a další. Maximální kapacitu tvoří až 150 míst. Samozřejmostí je bezbariérový přístup a rozdělení restaurace na kuřáckou a nekuřáckou část.

Většinu ostatních restaurací bych lze označit jako průměr, a to jak z hlediska sortimentu pokrmů, tak i z hlediska prostředí a poskytovaných služeb. Hotová jídla, denní menu i minutky nabízejí všechny tyto restaurace. Nápojový lístek se však liší, některé restaurace se více specializují na různé druhy vín a destilátů, některé nabízejí pouze základní sortiment. Co se týče cen, většina z nich se pohybuje na stejné cenové úrovni.

Zbytek analyzovaných restaurací bych zařadila spíše do podprůměrné skupiny, a to buď z hlediska nedostatečné nabídky pokrmů a nápojů nebo z hlediska příjemnosti prostředí, personálu a dalších služeb s tím souvisejících.

5. Turistické informační centrum a jeho funkce

Turistické informační centrum či středisko (dále jen TIC) je účelové zařízení poskytující v oblasti svého působení (město, region, turistická oblast) komplexní informace o všech službách souvisejících s cestovním ruchem.^[9]

TIC shromažďuje informace a vytváří komplexní databanku cestovního ruchu dané oblasti (dále jen databanka). Databanka obsahuje turistické, kulturní a všeobecné informace, tj. informace o oblasti svého působení, jejích atraktivitách, ubytovacích a stravovacích možnostech, dopravě, obchodní síti, kulturních, sportovních programech a dalších akcích podle zaměření regionu. Základní podmínkou tvorby databanky je soustavnost, úplnost a aktuálnost. Turistické informační středisko shromažďuje, zpracovává a průběžně ověřuje informace na základě předem stanovených zásad dokumentační činnosti tak, aby databanka poskytovala aktuální, objektivní a komplexní přehled o možnostech cestovního ruchu v oblasti jeho působení.

TIC poskytuje všemi dostupnými formami (verbálně, telefonicky, prostřednictvím tiskovin a technických prostředků) veřejnosti informace uložené v databance. Formu bezprostředního styku s veřejností a jeho rozsah si stanoví podle individuálních podmínek odpovídajících potřebám cestovního ruchu v oblasti svého působení. Permanentní celoroční informovanost o oblasti svého působení zajišťuje dle svých možností zveřejněním databanky prostřednictvím vlastních průběžně aktualizovaných, celoročně dostupných internetových stránek.

TIC může při výkonu své činnosti také nabízet další služby související s cestovním ruchem (např. působit jako cestovní agentura v rozsahu § 3 odst. 3 zákona č. 159/99 Sb.), pokud má živnostenský list pro tuto činnost a služby jsou poskytovány v souladu s platnými právními předpisy a jestliže nenaruší komplexnost, objektivitu a kvalitu poskytovaných informací.

Doplňkovou činností TIC jsou služby poskytované za úplatu, často jimi bývá:

- prodej upomínkových předmětů, vstupenek,
- prodej map, cestovních brožur a průvodců, místopisné literatury, pohlednic, známek
- průvodcovské služby,
- směnárna, kopírování, faxové služby, skenování,
- tvorba a organizování turistických produktů,...^[9]

5.1. Městské informační centrum Strakonice (MIC)

MIC (viz příloha 4) bylo zřízeno roku 2003 městem Strakonice, odborem školství a cestovního ruchu. Nachází se na Velkém náměstí v budově Městského úřadu Strakonice. Je členem Asociace turistických informačních center (A.T.I.C), zároveň je též zařazeno na seznam TIC certifikovaných Agenturou CzechTourism.

O chod infocentra se starají dvě stálé pracovnice, v době nejvyšší návštěvnosti využívají pomoci praktikantů.

Infocentrum je v době hlavní sezóny (tj. květen až září) otevřeno pro turisty každý všední den od 8 do 19, v sobotu od 9 do 13 hodin. V neděli je zavřeno. Mimo sezónu (tj. říjen až duben) otevírá každý všední den od 8 do 16 hodin, ve středu navíc do 18 hodin.

5.1.1. Služby poskytované v MIC Strakonice

Hlavní náplní strakonického infocentra je bezplatné poskytování informací všeho druhu pro turisty. Turisté chtějí většinou vědět, jaké zde mají možnosti kulturního, sportovního i jiného vyžití, kudy a jak se dostanou na místa, která chtějí navštívit, dále je zajímavá otevírací doba různých subjektů, např. muzea, nebo kde se mohou najíst a případně i přespat.

Infocentrum slouží také občanům města, a to většinou v případech, kdy potřebují vědět, ve které budově se nachází ten který odbor Městského úřadu, na jakém odboru lze vyřídit jejich požadavky, např. zaregistrování psů, svoz odpadu, vyřízení nových dokladů apod.

Další oblastí služeb je prodej pohlednic, ať už přímo Strakonice současných nebo historických, tak i okolních obcí, z různých kulturních akcí nebo pohlednic pohádkových, dále zde návštěvník může zakoupit upomínkové předměty, které mu budou navždy připomínat jeho návštěvu ve Strakonici, např. hrnky, džbány a obrázky s motivy města, loutky Spejbla, Hurvínka a Máničky, turistické známky a další drobné suvenýry. MIC dále nabízí nepřeberné množství literatury o Strakonici a okolí, Pootaví, místních rodácích, dudáckém festivalu, ale i o Šumavě a dalších lokalitách, které už nepatří do Jihočeského kraje.

V nabídce služeb MIC však chybí např. překladatelský a tlumočnický servis, průvodcovské služby, internet pro veřejnost a další služby, bez kterých už se dnes rozvoj cestovního ruchu neobejde.

Strakonické infocentrum se podílí na několika projektech a pořádání mnoha akcí. Největším projektem regionálního významu je tzv. Pohádkové království. Nápad na realizaci tohoto projektu se zrodil v hlavě Mgr. Marcela Goetze. Cílem není samozřejmě nic jiného, než přilákat do jižních Čech co nejvíce turistů.

Symbolem Jihočeského království se stal kapr Jakub, kterého vymyslel taktéž pan Goetz a podobu mu dal populární kreslíř Jaroslav Kerles. Vzápětí vznikl pohádkový kabinet a jeho členové se rozdělili o řadu funkcí. Vedle pohádkového kancléře Marcela Goetze v něm zasedli rádce, tisková mluvčí, čarodějnice II. kategorie, tambor, malíř, kuchař, písarka, lodivod, fotograf, jezinka a hlásič. A další přibývali, třeba strašidloložka.^[17]

Pohádkové království jižních Čech a okolí (viz příloha 5), které vzniklo 11. listopadu 2003, bylo vymezeno na jih od Pražského hradu přes českou hranici ke Zwettlu, na východě sahá k Telči a na západě k Železné Rudě. Vládcem se stal pohádkový král Zdeněk Troška, který jmenoval České Budějovice na královské město a Hoštice u Volyně na královskou ves.

Pro výhodnější cestování jižními Čechami po hradech a zámcích za pohádkami zavedl král Zdeněk I. pohádkové pasy a platidlem je bankovka jeden troška jihočeský. Každoročně se vyhlašuje nominace na pohádkové ceny za uplynulý rok v kategorii kultura, sport, výjimečné akce a skokan roku. Pro dospělé pak byla pokřtěna bankovka Tříkameňák český.^[16]

1. července 2006 založil král Zdeněk I. Zlatou Bulou Hoštickou Českou pohádkovou akademii. Při Pohádkovém dni v Telči byly předány prestižní ceny Pohádkového království kancelářím v Telči za nejlepší kulturní akci, PK v Krásetíně za nejlepší sportovní akci, PK Vyšší Brod za výjimečnou akci, Skokanem roku se stalo Zemanství U starýho kance a nejhezčí pohádkovou kancelář Strakonice – MIC.

V současné době čítá Pohádkové království přes 120 Pohádkových kanceláří a sdružuje 76 hotelů, penzionů a kempů. Pohádkový kabinet tvoří 31 členů.^[23]

6. dubna 2007 se bude konat další Pohádkový den, tentokrát právě ve Strakonících (viz příloha 6).

Dalším velkým projektem na podporu rozvoje cestovního ruchu v regionu je Otavská plavba. Tento společný projekt měst na Otavě – Sušice, Horažďovic, Strakonice a Písku – má od roku 2001 za cíl spolupráci při prezentaci Pootaví jako osy putování pěších turistů, vodáků, cyklistů i motoristů. Snahou je nabídnout tento turisticky zajímavý region jako vhodný cíl pro tuzemské i zahraniční návštěvníky a zintenzívnit tak cestovní

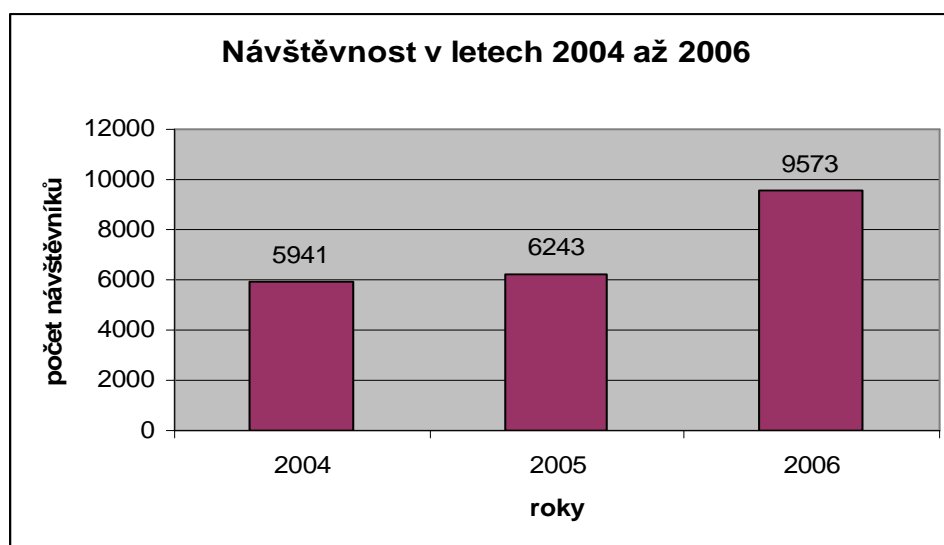
ruch na Otavě. V současné době nabízí Otavská plavba pro návštěvníky regionu pravidelně aktualizované informační listy, pohlednice, samolepky, webové stránky, film či zábavnou hru pro děti. [28]

5.1.2. Návštěvnost MIC

MIC Strakonice eviduje počet návštěvníků, telefonátů, e-mailů a dopisů. Jejich statistické srovnání je uvedeno v následujících tabulkách a grafech. Údaje poskytl MIC Strakonice.

V roce 2004 navštívilo MIC celkem 5941 turistů, z čehož nejvyšší návštěvnost byla zaznamenána samozřejmě v období od května do září, tedy v době sezóny. Počet telefonátů byl celkem 2455. Volající chtěli většinou zajistit ubytování, informace o otvíracích dobách různých objektů a podobně. Následující rok se návštěvnost pohybovala již přes hranici 6000 osob, však počet telefonátů nezaznamenal výrazný nárůst. O rok později si přišlo pro informaci nebo suvenýr více jak 9500 turistů, což je již o více než 3500 osob více než v roce 2004. Volajících bylo v tomto roce pouze kolem 1800. Pravděpodobnou příčinou poklesu počtu telefonátů může být to, že většina lidí upřednostňuje osobní návštěvu. Ukazuje na to i rapidní nárůst počtu návštěvníků (viz graf 1). Další fakt, který z této statistiky vyplývá, je ten, že turistická informační centra se stále více stávají nepostradatelným zdrojem informací.

Graf 1



Zdroj: MIC Strakonice

6. Marketingový výzkum a jeho zásady

Marketingový výzkum lze definovat jako spojení subjektu poskytujícího služby s trhem prostřednictvím informací. Informace jsou systematicky získávané, analyzované a jejich interpretace slouží jak pro řízení marketingových činností subjektu, tak i pro řízení subjektu samotného.

Využití marketingového výzkumu na trhu služeb může být zaměřeno na dvě hlavní oblasti:

V první řadě se jedná o výzkum trhů, který se zabývá analýzou tržního potenciálu pro stávající produkty a hodnocením poptávky po nových produktech, prognózou prodejů, charakteristikami trhů a studiem trendů.

Další oblastí výzkumu je výzkum produktů. Ten se orientuje na přijímání nových produktů zákazníky, komparativní studie nových produktů, určení nového využití současných produktů, studium nespokojenosti zákazníků s produktem či službou, tržní testy navržených produktů, výzkum produkční řady a studie balení a design u doplňkového zboží a vybavení.

Dalšími oblastmi marketingového výzkumu mohou být oblasti distribuce, cen a efektivnosti nástrojů komunikačního mixu.

Efektivní marketingový výzkum zahrnuje pět kroků:

- definování problému a výzkumných cílů,
- sestavení plánu výzkumu,
- shromáždění informací,
- analýzu a vyhodnocení informací,
- prezentaci výsledků ^[6]

Plán výzkumu může předepisovat shromáždění primárních, sekundárních nebo obou druhů informací.

Sekundární informace jsou takové, které již byly shromážděny pro nějaký jiný účel a jsou i nadále k dispozici. Tyto informace jsou výchozím bodem výzkumných prací a jejich nezanedbatelnou výhodou jsou nízké náklady a rychlost jejich získání.

Existují rozmanité zdroje sekundárních informací:

- interní zdroje
- prodejní přehledy a hlášení
- zprávy z předchozích výzkumů
- rozpočty

- externí zdroje
- databázové informace
- periodika
- knihy
- komerční informace

Sběr primárních informací je nákladnější než získávání sekundárních informací, avšak primární informace bývají vzhledem k řešenému problému daleko významnější. Primární informace lze získat různými výzkumnými přístupy a většinou bývají shromažďovány v souvislosti s řešením aktuálního problému. ^[6]

6.1. Dotazníkové šetření

Dotazník je nejlepší způsob, jak zjistit strukturovanou formou potřeby, názory a zvyky zákazníků.

Cílem této popisné metody výzkumu je popsat určité veličiny a účelem tohoto výzkumu je poskytnout přesnou informaci o konkrétních aspektech tržního prostředí. Touto metodou je uskutečňována největší část výzkumných projektů. Vstupní data jsou zjišťována většinou prostřednictvím průzkumů organizovaných dotazníkových akcí. ^[4]

6.2. Dotazníkové šetření v MIC

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, zda jsou turisté spokojeni s nabídkou a kvalitou služeb, které poskytuje MIC i jiné subjekty v CR, co v nabídce postrádají a co se jim naopak líbí.

Šetření bylo provedeno v Městském informačním centru Strakonice formou osobního dotazování (viz příloha 1) v době konání dudáckého festivalu, kdy je ve Strakonici zvýšený pohyb turistů, tedy 24.-27.8.2006. Cílová skupina byla zvolena jako obecná populace všech věkových kategorií. Celkem bylo dotazováno sto českých i zahraničních turistů. Osloven byl každý turista, který přišel do MIC.

6.2.1. Interpretace výsledků

1. Odkud pocházíte?

Z první otázky vyplynulo, že 44 % respondentů pochází z České republiky a 56 % jich přijelo z jiných států, z nichž byly nejvíce zastoupeny Německo (27%), Nizozemí (23%), Británie (14%), Francie (14%), Rakousko (9%) a ostatní země (13%).

2. Už jste někdy navštívil/a tento region?

Většina Čechů (48%) navštívila region poprvé a pouze 18% zde již byli více než třikrát. Z cizinců objevovalo krásy tohoto kraje poprvé dokonce 82%.

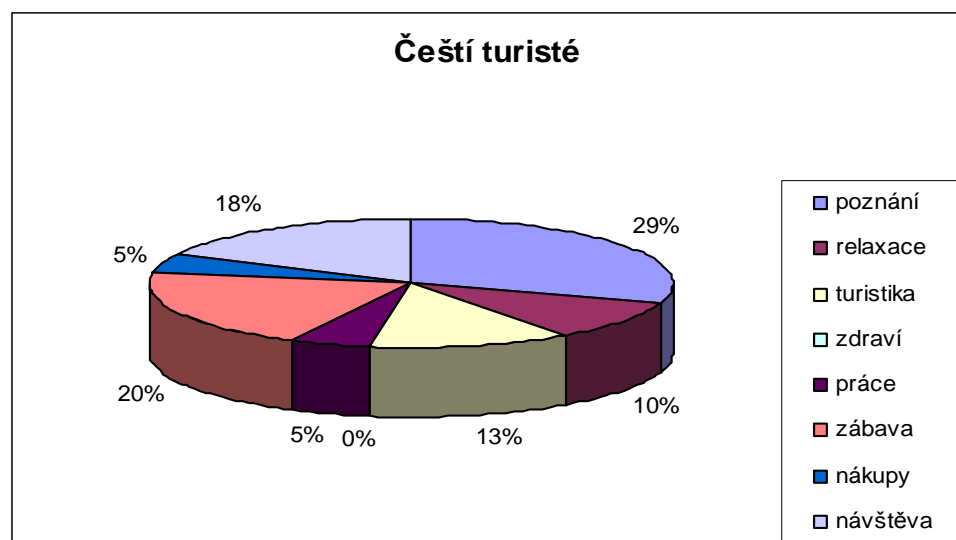
3. Jak dlouhý bude Váš pobyt zde?

Z celkového počtu českých turistů jich mělo v plánu se zde nezdržovat přes noc 61%. Jeden až dva noci absolvovalo 25% návštěvníků, déle se jich zdrželo jen 14%.

U cizinců tomu bylo jinak – 64% se jich zdrželo na jeden až dva noci a jen pro 6% z nich byly Strakonice pouhou zastávkou na jejich cestách.

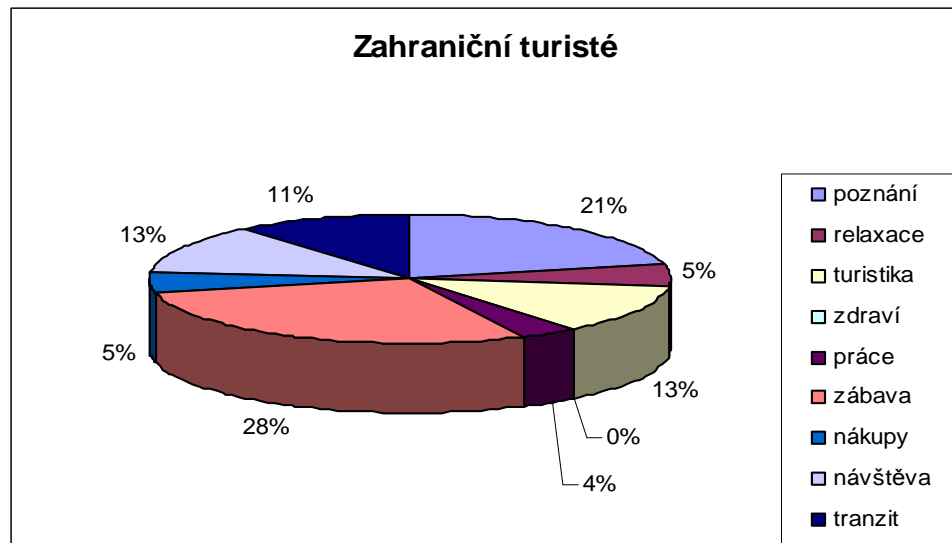
4. Jaký je převažující důvod Vaší návštěvy?

Graf 2



Zdroj: autorka

Graf 3



Zdroj: autorka

I v této otázce se obě skupiny – čeští a zahraniční turisté – lišily. Pro tuzemce bylo hlavním důvodem poznání (29%), dále pak zábava (20%), návštěva příbuzných nebo známých (18%) a další.

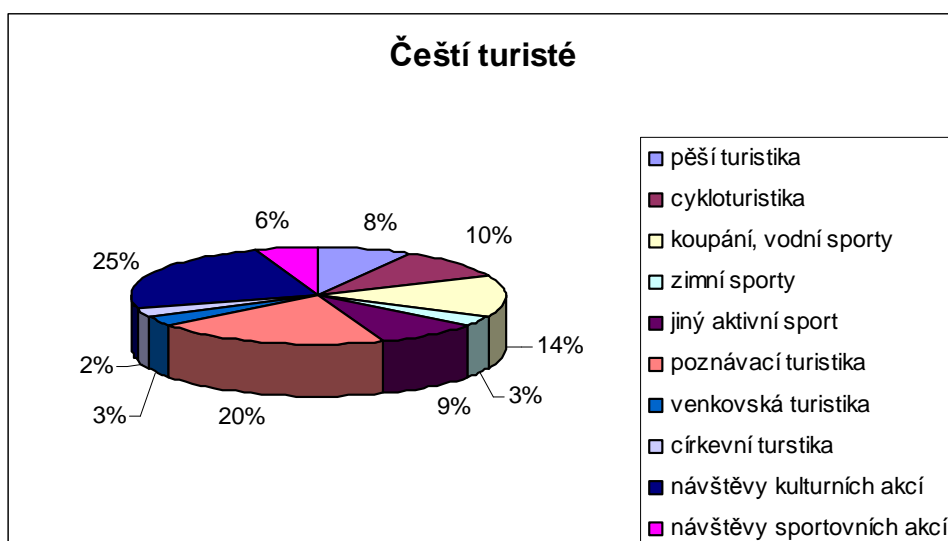
Zahraníční návštěvníci přijeli zejména za zábavou (28%), poznáním (21%), turistikou či za příbuznými nebo známými (13%).

5. Které atraktivity v tomto regionu jsou pro Vás nejlákavější?

V této otázce se obě skupiny shodly. Následující grafy ukazují na fakt, že Češi i cizinci přijeli do Strakonice na návštěvu kulturních akcí a také za poznávací turistikou.

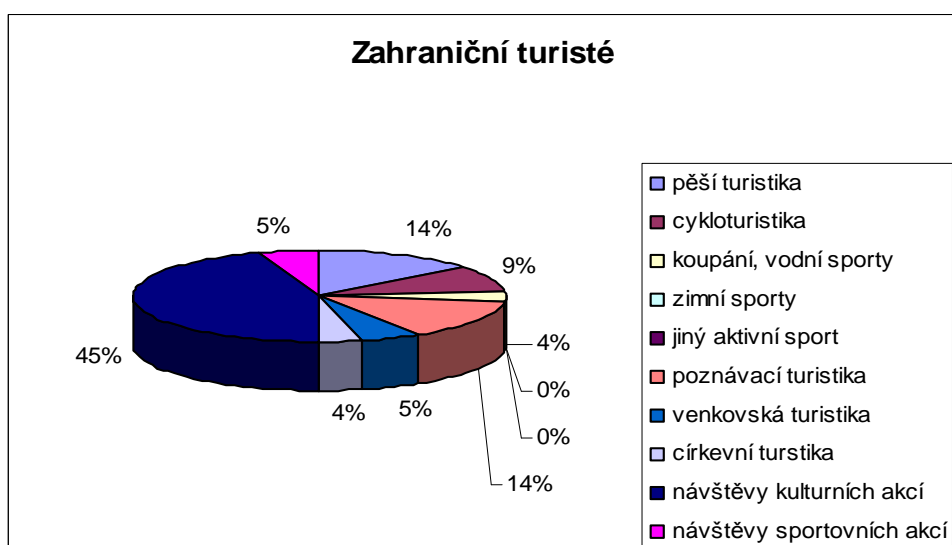
Naopak nejméně lákavý pro Čechy je tento region z hlediska církevní turistiky, pro zahraniční návštěvníky z hlediska zimních sportů.

Graf 4



Zdroj: autorka

Graf 5



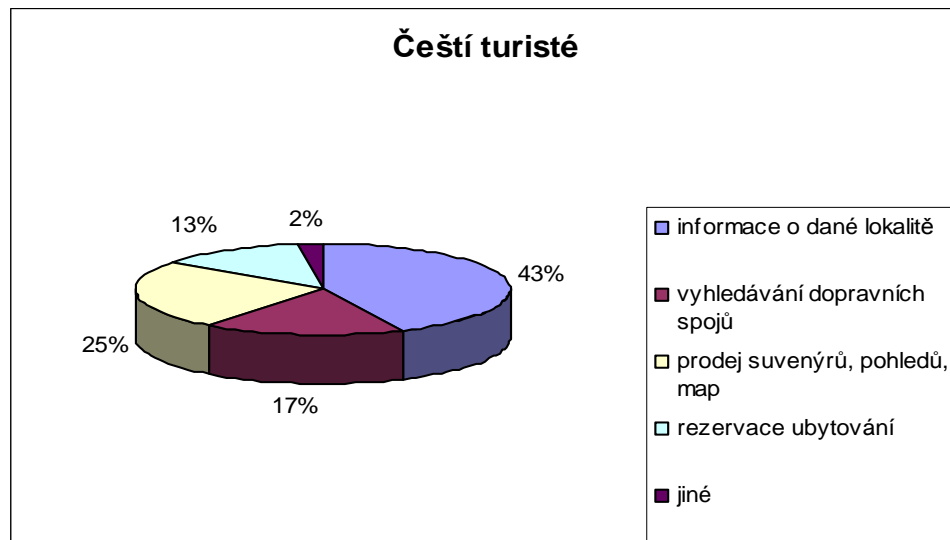
Zdroj: autorka

6. Uvažujete o opakované návštěvě?

Odpovědi u této otázky byly pro Strakonice příznivé, neboť většina návštěvníků (43%) uvažuje o opakované návštěvě za delší časový horizont.

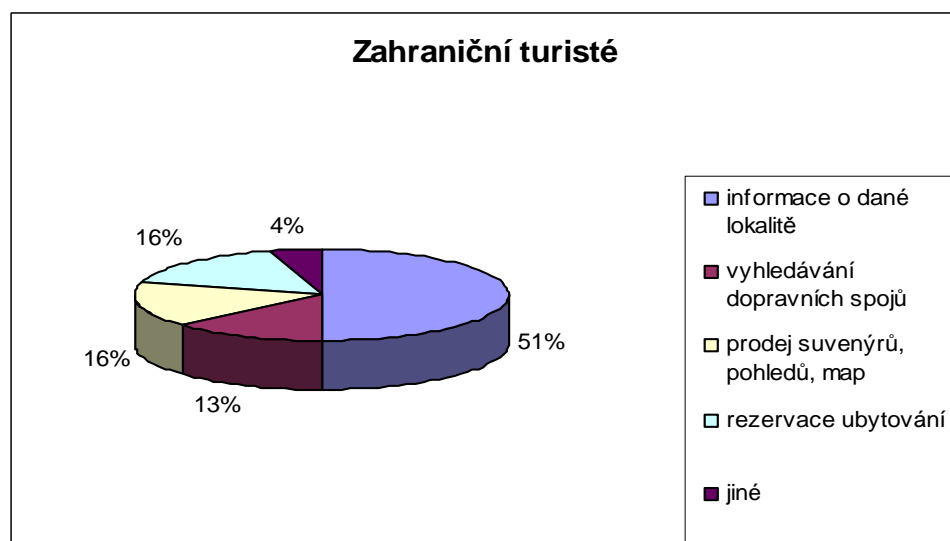
7. Které služby v TIC nejčastěji využíváte?

Graf 6



Zdroj: autorka

Graf 7



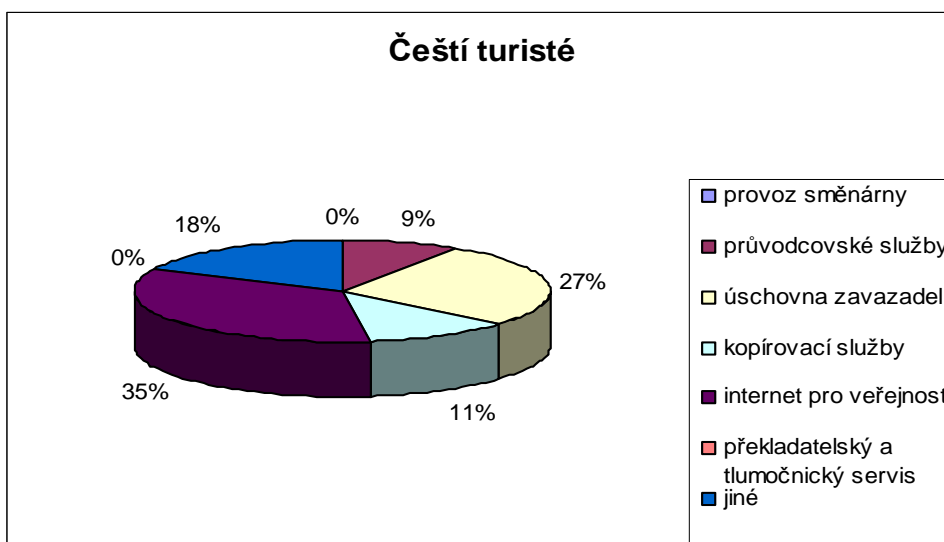
Zdroj: autorka

Z grafů je patrné, že převážná většina turistů, jak českých, tak i zahraničních, využívá TIC, aby získali informace o daném regionu. Infocentrum také z velké části slouží návštěvníkům k prodeji suvenýrů, tištěných průvodců, pohlednic, map a dalších předmětů.

8. Které služby v TIC postrádáte?

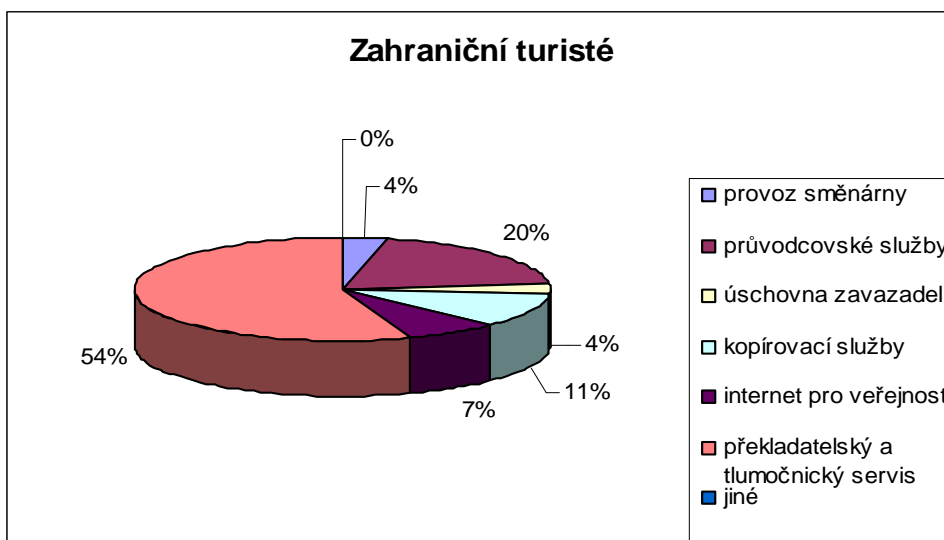
U této otázky se odpovědi českých a zahraničních návštěvníků lišily. Čechům chybí možnost využití veřejného internetu a úschovna zavazadel. Většina cizinců (54%) postrádala tlumočnický a překladatelský servis a průvodcovské služby.

Graf 8



Zdroj: autorka

Graf 9



Zdroj: autorka

9. Jak celkově hodnotíte služby poskytované v tomto regionu?

Tato otázka byla rozdělena na několik bodů, přičemž každý jednotlivý bod měl být ohodnocen od jedné do pěti. Jednička znamenala nejvyšší spokojenost, čtyřka naopak vypovídala o nespokojenosti respondenta a pětkou byl ohodnocen bod, který dotazovaný neuměl posoudit.

Velmi kladně hodnotili Češi pouze stravovací služby a úroveň personálu ve službách cestovního ruchu. Nespokojeni byli především se službami pro motoristy.

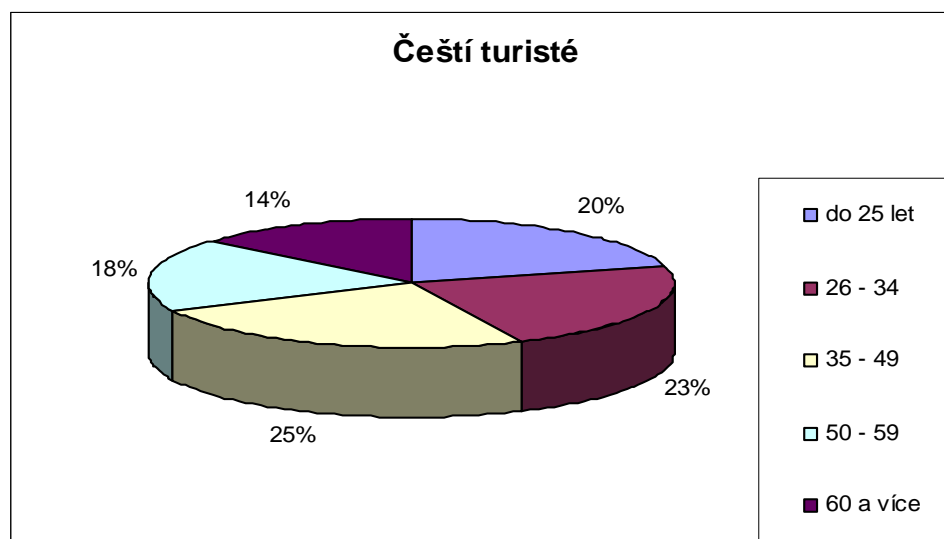
Cizinci nebyli absolutně spokojeni s žádnou z uvedených služeb. Ale přesto hodnotili kladně stravovací služby, úroveň personálu ve službách cestovního ruchu a cenovou úroveň poskytovaných služeb. Péče o čistotu a pořádek se zahraničním turistům zdála nedostatečná a služby pro motoristy byly také oceněny jako velmi špatné.

10. Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost tohoto regionu?

Zde se Češi i cizinci shodli na tom, že dopravní infrastruktura a příležitosti pro zábavu a společenské vyžití je nedostatečné. Spokojeni však byli se stravovacími i ubytovacími službami a také nákupními možnostmi. Ostatní služby nemohli posoudit.

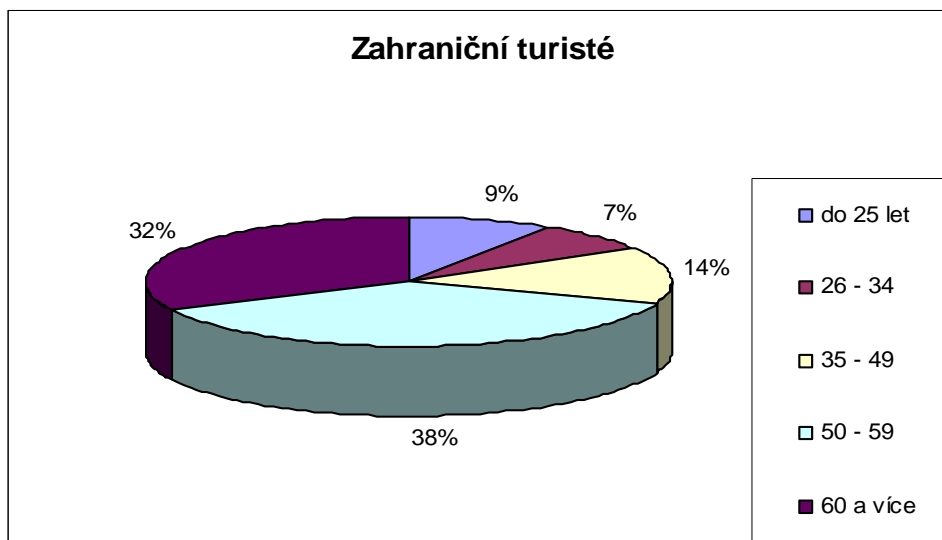
11. Věková kategorie?

Graf 10



Zdroj: autorka

Graf 11



Zdroj: autorka

12. Pohlaví

Celkem odpovídalo 58% mužů a 42% žen všech zmiňovaných národností.

Z tohoto šetření lze vyčíst, že turisté byli se službami v cestovním ruchu, které Strakonice poskytují, vesměs spokojeni. Tento fakt však není směrodatný, protože velká část respondentů neměla možnost posoudit kvalitu služeb, neboť se zde nezdrželi dlouho. Z toho vyplývá i další skutečnost, že tento výzkum byl opravdu velmi ovlivněn dudáckým festivalem, protože jak se ukázalo, většina českých i zahraničních turistů přijela právě kvůli této kulturní akci. Dudácký festival se koná jen několik málo dnů a turisté pak nemají další motivaci, proč zde déle setrvávat. Úkolem města a všech subjektů zainteresovaných v cestovním ruchu je turisty zaujmout natolik, aby se zde zdrželi a tím zabezpečili zisk poskytovatelům služeb a následně také příliv peněz do městské pokladny. S tím souvisí i kvalita poskytovaných služeb, která je sice podle návštěvníků uspokojivá, ale rozhodně se musí zlepšit.

7. Vlastní produkt

Vznik tohoto produktu, který bude představen na následujících stránkách, si vyžádala všeobecně známá skutečnost, že turisté do Strakonice sice přijedou, ale nezdrží se zde dlouho, a tudíž ani nespotebouvávají žádné služby. Zjištění ostatně vyplynulo i z dotazníkového šetření. Takový návštěvník je pro subjekty působící v cestovním ruchu a potažmo i pro město značně neekonomický. Přijde-li například do infocentra, neodchází obohacen většinou jen o informace, ale i o nějaký ten leták či mapku. Infocentru – městskému či privátnímu - tím vzniká náklad, který ale není vykompenzován žádným příjmem. A tak vyvstala otázka, jak tuto situaci řešit.

Odpověď na tuto otázku našel pan RNDr. Ladislav Havel, prezident Asociace českých cestovních kanceláří a agentur a provozovatel Regionálního turistického informačního a mapového centra při cestovní kanceláři Ciao... Strakonice, Horažďovice a Blatná, který mi nabídl spolupráci na projektu „Turistické balíčky – udržme si turistu“. Svůj nápad si nechal patentovat u Úřadu průmyslového vlastnictví. Předpokládá se, že produkt v papírové podobě (prospekt) bude brzy využíván turisty nejen po celé republice pod tímto jednotným názvem. Pro Strakonice se na něm pracuje, další jím provozované infocentra v Horažďovicích již tento materiál nabízí. V následující části překládám návrh představu realizace projektu.

7.1. Koncept produktu

Cílem tohoto letáku je zaujmout návštěvníka natolik, aby se zde zdržel déle, s čímž je samozřejmě spojeno spotřebování služeb, např. stravovacích, ubytovacích, kulturních apod., a tím zisk pro poskytovatele těchto služeb i pro město ve formě daní.

O tom, zda leták zaujme, bude pravděpodobně rozhodovat titulní strana, proto jsem kladla důraz na výběr fotografií. Titulní stránka zároveň informuje o časovém fondu, který je potřeba, její délce a náročnosti.

Všechny trasy byly koncipovány tak, aby byly využitelné pro co nejširší spektrum návštěvníků. Nebudeme hledat optimální řešení pro všechny typy dopravy (moto, cyklo, pěší), tudíž jsem se zaměřila na segment turistů, kteří vyznávají pěší turistiku, lze však všude dojet autem. U zájemců – cyklistů záleží na jejich erudici a znalosti map a schopnosti čtení v nich. Řada tras není značena či prozatím nejsou vybrány. V tomto

aspektu shledáváme nespornou výhodu předkládané metody, poněvadž se jedná o doplňovací metodu stálého rozšiřování nabídky formou „skládanky“.

Další stranu tvoří popis doporučené cesty a následně stručná charakteristika všech zajímavých míst na trase. Pro lepší orientaci je na následující stránce umístěna podrobná mapa celého okruhu.

Zdroje:

www.pampeliska.cz

www.pivovar-nektar.cz

www.strakonice.net

www.aeroklub.cz

www.sudomer.wz.cz

www.turistik.cz

www.vyletnik.cz

www.tipynavylet.cz

propagační materiály MIC Strakonice

Mapy SCHOcart, spol. s r.o. 2003

Na malý skok ve Strakoncích

hrad – Pivovar – Podskalí – letiště – hrad

Časová náročnost: 3 – 5 hodin

Náročnost terénu: lehká



Doporučená trasa: Trasu začneme na strakonickém hradě v Muzeu středního Pootaví, kde si lze prohlédnout stálou expozici archeologických výzkumů na Strakonicku a výstavu motocyklů. Kdo chce mít Strakonice jak na dlani, má možnost vyjít po schodech na věž Rumpál a kochat se krásným výhledem. Vydáme-li se z nádvoří dále směrem k řece, projdeme železnou branou, dojdeme k letnímu kinu. Poté se vrátíme zpět přes nádvoří a vyjdeme z areálu hradu na most Jana Palacha, přejdeme přes řeku a ocitneme se na naučné stezce Podskalí. Po pár metrech dojdeme k pivovaru, kde je možné absolvovat prohlídku a nahlédnout do tajů přípravy piva. Poté pokračujeme dále podél řeky, až dorazíme k mostu přes řeku do kempu. V kempu i po cestě je několik příležitostí k občerstvení. Naše putování povede dále pod železničním viaduktem směrem na letiště, které skýtá možnost vidět svět z ptačí perspektivy při vyhlídkovém letu nebo tandemovém seskoku. Odtud se vrátíme zpět do kempu a budeme pokračovat v procházce, tentokrát po druhém břehu řeky. Než dojdeme zpět k hradnímu areálu, uděláme si ještě malou zastávku u busty Františka Ladislava Čelakovského, která shlíží z Zellerinovy stráně na řeku Otavu.

Hrad: Strakonický hrad se řadí mezi nejdůležitější památky Čech a jeho historie je těsně spjata s městem Strakonice. Zakladatelem hradu byl rod Bavorů. Začal se stavět kolem roku 1167. V roce 1243 daroval Bavor I. ze Strakonice velkou část hradu johanitům. Výhodná poloha i hradní věž Rumpál zabránily Janu Žižkovi jeho dobytí. Věž Rumpál se stala symbolem Strakonice. Celý hrad podstoupil v roce 2006 komplexní rekonstrukci. V areálu se nachází Muzeum středního Pootaví, Šmidingerova knihovna, Základní umělecká škola a cestovní kancelář a informační centrum Ciao.

Muzeum středního Pootaví: Muzeum nabízí stálou expozici, kde je možno shlédnout vývoj historie města od prehistorie až po současnost, výrobu fezů, zbraní a motocyklů a též se dozvědět něco o dudácké tradici.

Měšťanský pivovar Strakonice: Pivovarnictví má ve Strakonických dlouholetou tradici, neboť pivo se zde vařilo už před rokem 1308, ale várečné právo získali zdejší obyvatelé až 8. prosince 1367. Měšťanský pivovar Strakonice byl založen později, v roce 1649 v domě čp. 47.

Podskalí: Naučná stezka zde byla zřízena v roce 1992 a v roce 2005 byla obnovena. Po celé své délce 3 km informuje o voroplavbě, fauně i flóře této lokality. Zajímavostmi jsou zde kopie soch moai, jejichž záhadu transportu na Velikonočních ostrovech vyřešil místní rodák Ing. Pavel Pavel, busta Františka Ladislava Čelakovského a železný kruh ve skále, který je zde vzpomínkou na plavbu dřeva ze Šumavy do Prahy. Vodákům i ostatním turistům zde útočiště poskytuje kemp. Podskalí nabízí také místa k odpočinku, dětem je k dispozici hřiště s prolézačkami.

Letiště v lipkách: Strakonické letiště nabízí možnosti vyhlídkových letů, pronajímání letadel i seskoků padákem.



Na větší skok ve Strakononicích

**Strakonice – Kestřany (18 km) – Štěkeň (25 km) – Čejetice (29 km) –
Sudoměř (32 km) – Štětice (38 km) – Strakonice (56 km)**

Časová náročnost: 10 hodin

Délka trasy: 56 km

Náročnost trasy: středně těžká



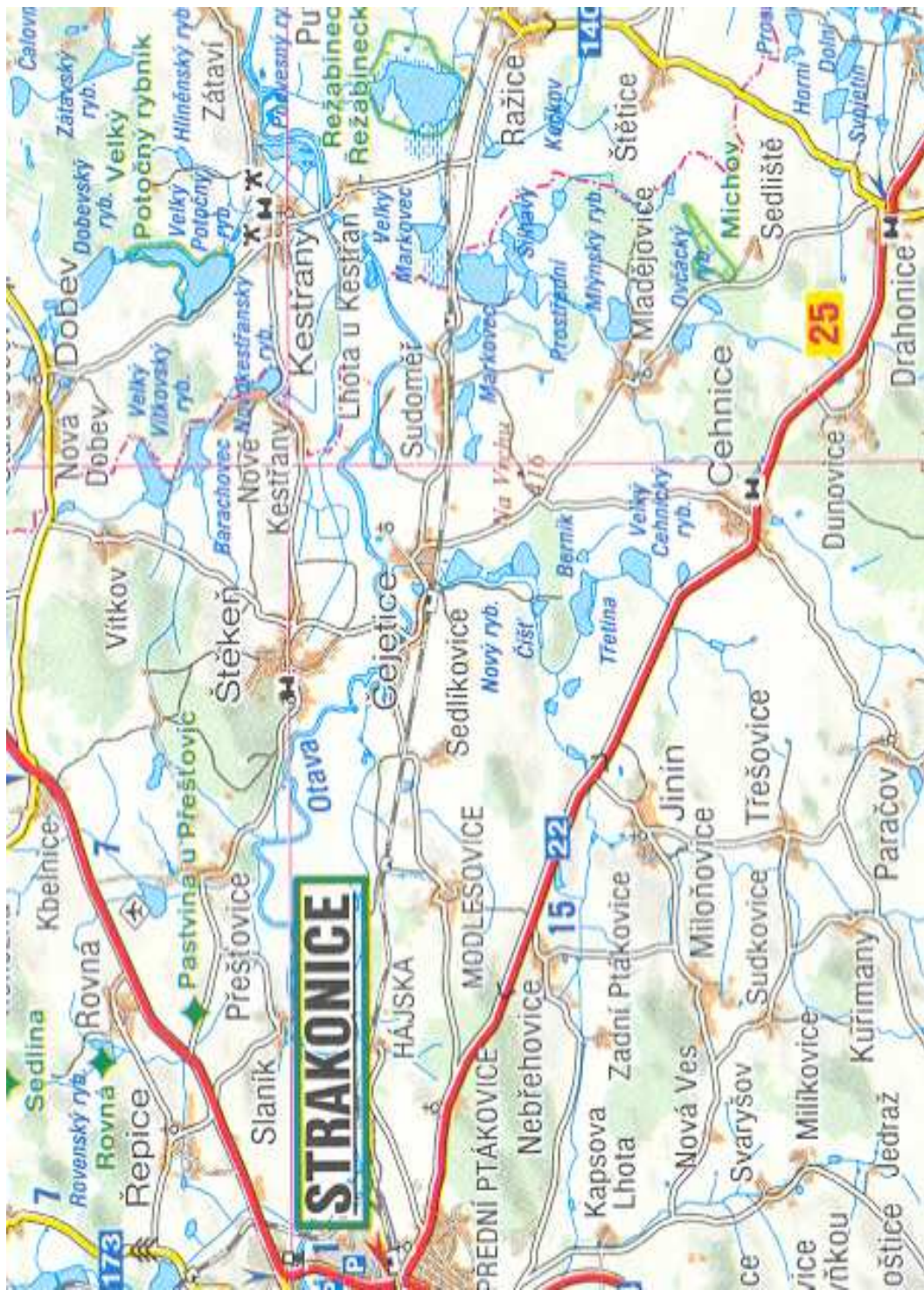
Doporučená trasa: Z autobusového nádraží ve Strakonících vyrazíme autobusem do Kestřan, jež skýtají možnost prohlédnout si místní tvrze a zahrát si golf. Z Kestřan se vydáme pěšky do nedaleké obce ležící na břehu Otavy – Štěkně. Zajímavostí je zde zámek, který dnes slouží jako domov důchodců. Lze jej však navštívit, řádové sestry Vás provedou. Na své pouti se může každý občerstvit v kempu u jezu, který je významnou zastávkou všech vodáků. Ze Štěkně půjdeme pěšky do Čejetic, odkud se necháme dovézt vlakem do Sudoměře. Kousek za touto obcí mezi rybníky se tyčí historická mohyla Jana Žižky jako symbol vítězství husitských vojsk. Klidné okolí láká k procházce. Poté se nabízejí dvě možnosti – pokračovat dále pěšky do Štětíc, nebo se vrátit zpět na vlakovou zastávku a dojet vlakem do Ražic, odkud je to necelé dva kilometry do Štětíc. Milovníci koní se mohou porozhlédnout po krajině z koňského hřbetu. V závěru této trasy doporučujeme vrátit se do Ražic a odtud se nechat pohodlně dopravit vlakem zpět do Strakoníc.

Kestřany: V záznamech se připomínají ve 13. století v souvislosti s kestřanskými tvrziemi. Horní tvrz sloužila dříve k vojenským účelům a k ochraně země. Dolní tvrz byla vystavěna o století později. Později byla přestavěna na pivovar a sloužila pro hospodářské účely. V blízkosti Dolní tvrze stále ještě třetí tvrz, ale ta byla zničena. Na jejím místě vznikl v 17. století barokní zámek. Pro milovníky golfu zde bylo vybudováno golfové hřiště.

Štěkeň: Leží na břehu řeky Otavy a její vznik je spojen s rýžováním zlata. Zajímavostí v této obci je barokní zámek ze 17. století, který nyní stojí na místě původní tvrze, a kostel sv. Mikuláše z roku 1670. V obci se zachovalo i několik domů se štíty selského baroka. Nachází se zde také pomník zdejšího rodáka Alfonse Šťastného.

Sudoměř: Obec Sudoměř a její okolí je důkazem osídlení kraje již v dobách dávno minulých. Nachází se zde archeologické naleziště ze střední doby kamenné, seipy jako pozůstatky po keltském a staroslovanském rýžování a také tři rybníky, na jejichž dně skončil boj panské jízdy v proslulé bitvě Jana Žižky z Trocnova a jeho „božích bojovníků“ dne 25.3.1420. Žižkovo slavné vítězství připomíná monumentální 16 metrů vysoký památník, který v roce 1925 postavil sochař J. E. Kodet. V raném středověku tu stávala také tvrz, z níž pocházel rod českých vladyků ze Sudoměře, později Řepických ze Sudoměře.

Štětice: vyjížděky na koních



Na velký skok ve Strakonických

1. den

Strakonice – Kestřany (19 km) – Štěkeň (26 km) – Přeštovice (30 km) – Slaník (33 km) – Strakonice (37 km)

časová náročnost: cca 8 hodin

délka trasy: 37 km

náročnost terénu: středně těžká

2. den

Strakonice – Volyně (13 km) – Helfenburk (23 km) – Milejovice Dobrá voda (32 km) – Hořtice u Volyně (38 km) – Strakonice (51 km)

časová náročnost: cca 8 hodin

délka trasy: 51 km

náročnost terénu: středně těžká



Doporučená trasa pro první den: Do Kestřan se necháme dopravit autobusem ze strakonického nádraží. Zde je možné zahrát si golf, prohlédnout tvrz a okolí. Odtud se vydáme pěšky do Štěkne. Štěknešský kemp je významnou zastávkou vodáků, kde se každý může na své pouti občerstvit. Ze Štěkne pokračujeme do nedaleké vesničky Přešťovice a odtud rovnou do Slaníku za známou Slanickou lípou. Poslední část trasy vede ze Slaníku kolem řeky proti proudu a dovede nás až do Strakonice.

Doporučená trasa pro druhý den: Ze strakonického nádraží vyrazíme vlakem do Volyně. Z Volyně se přes Čepřovice vydáme pěšky na zříceninu Helfenburk, odkud budeme dále pokračovat po modré a později žluté turistické stezce na Dobrou vodu. Z Dobré vody se vydáme přes Milejovice do Hoštic u Volyně. Zbytek cesty se necháme opět dovézt vlakem.

Kestřany: Kestřany se v záznamech připomínají ve 13. století v souvislosti s kestřanskými tvrzemi. Horní tvrz sloužila dříve k vojenským účelům a k ochraně země. Dolní tvrz byla vystavěna o století později. Později byla přestavěna na pivovar a sloužila pro hospodářské účely. V blízkosti Dolní tvrze stále ještě třetí tvrz, ale ta byla zničena. Na jejím místě vznikl v 17. století barokní zámek. Pro milovníky golfu zde bylo vybudováno golfové hřiště.

Štěkne: Leží na břehu řeky Otavy a její vznik je spojen s rýžováním zlata. Zajímavostí v této obci je barokní zámek ze 17. století, který nyní stojí na místě původní tvrze, a kostel sv. Mikuláše z roku 1670. V obci se zachovalo i několik domů se štíty selského baroka. Nachází se zde také pomník zdejšího rodáka Alfonse Štěstného.

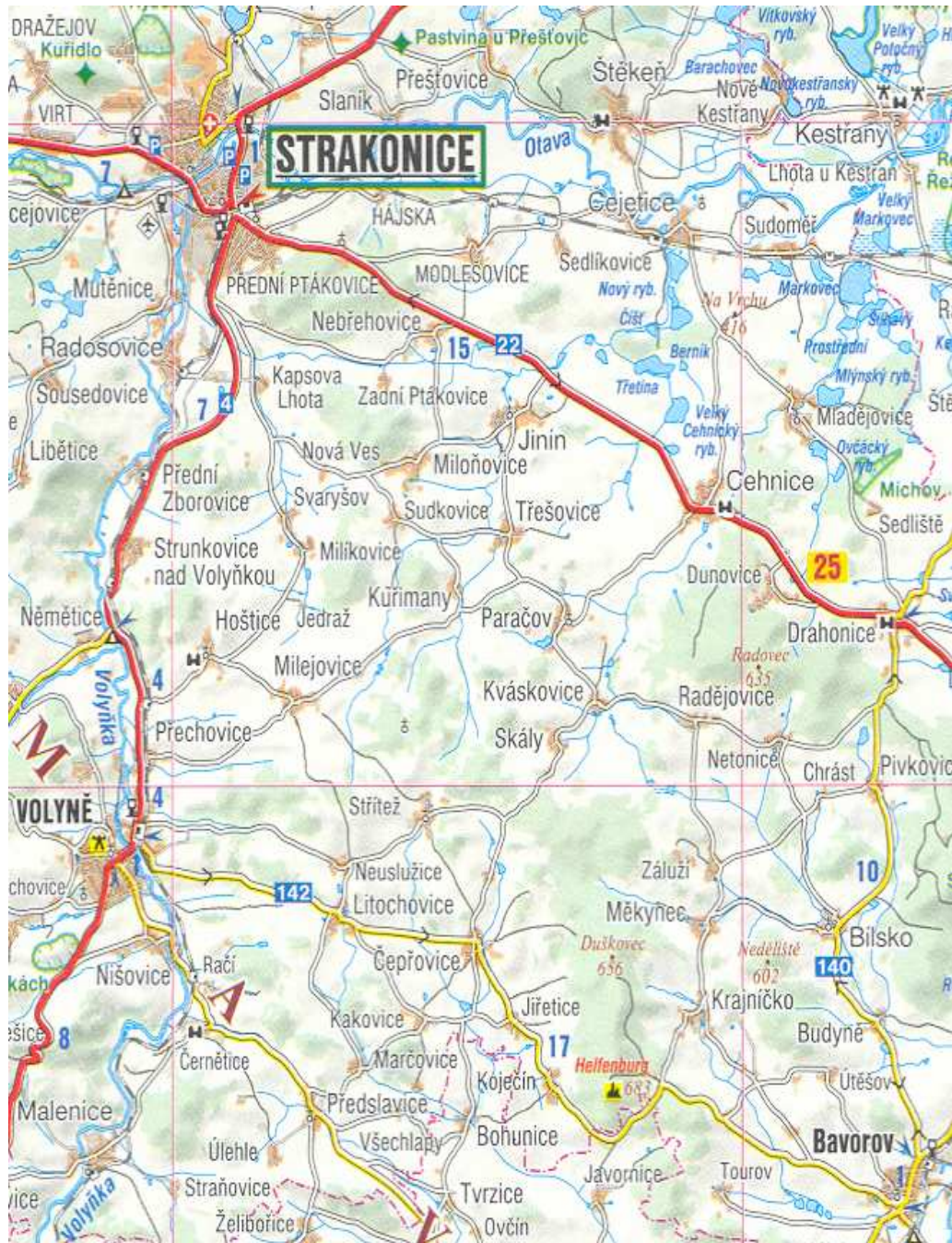
Slaník: První zmínky o této obci se datují do roku 1359. Nad obcí v blízkosti božích muk stojí 16 metrů vysoká lípa. Byla vysazena z důvodu zrušení roboty v roce 1848. V roce 2006 soutěžila v anketě „Strom roku“.

Volyně: Archeologické nálezy svědčí o slovanském osídlení levého břehu Volyňky již v 7. století. Menší hradiště se v písemných pramenech objevuje až ve 13. století. Za zmínku stojí stará radnice ze 16. století, perla české renesance, stojící na náměstí a tvrz postavená na okraji vyvýšené terasy.

Zřícenina Helfenburk: Helfenburk se najdeme na vrchu Malošíně poblíž Volyně. Jeho historie sahá do roku 1355, kdy Karel IV. udělil Rožmberkům povolení ke stavbě. Areál hradu je chráněn valy, příkopy a mohutné hradby. Zřícenina je přístupná od dubna do září.

Dobrá voda u Milejovic: Uprostřed lesa nedaleko Milejovic se nacházejí kapličky znázorňující křížovou cestu, které jsou rozmístěny dokola kolem barokní poutní kaple P. Marie. V blízkosti kaple teče pramen, jenž má prý léčivé účinky.

Hošnice u Volyně: Hošnice proslavil známý režisér Zdeněk Troška svou trilogií „Slunce, seno...“. Za zhlédnutí zde stojí zámek s raně barokním portálem uprostřed dvora. Každoročně se tu pořádá country festival „Stodola Michala Tučného“.



8. Závěr

V úvodu této bakalářské práce byly formulovány dvě hypotézy. První hypotéza hovořila o tom, že nabídka služeb v oblasti cestovního ruchu je nedostačující, návštěvníci nejsou informováni o možnostech, kde a jak strávit volný čas. Druhá hypotéza kritizovala rozsah a úroveň stravovacích a ubytovacích. Proto jsem si vytyčila dva cíle, které měly potvrdit či vyvrátit domněnky.

První cíl byl analyzovat přírodní a kulturní turistické cíle a provést dotazníkové šetření v Městském informačním centru Strakonice, abych zjistila spokojenost návštěvníků se službami, které infocentrum i Strakonice nabízejí.

Podle návštěvnosti strakonického turistického informačního centra lze říci, že se stává nepostradatelným zdrojem informací o městě i okolí. Co do kvality i kvantity služeb bylo turisty hodnoceno kladně. První hypotéza byla tedy vyvrácena.

Druhým cílem bylo analyzovat ubytovací a stravovací služby, jejich úroveň a kvalitu a rozsah poskytovaných služeb. Z této analýzy vyplynulo, že kapacita stravovacích zařízení je dostačující. Co se týče kvality i sortimentu, jen málo restaurací nabízí vysoký standard. Většinu ostatních stravovacích zařízení lze označit průměrnými, tzn. ceny jsou ve všech srovnatelné, prostředí příjemné a nabídka pokrmů i nápojů pokryje poptávku.

Kapacitu ubytovacích zařízení jsem shledala taktéž dostatečnou. Cena za ubytování většinou odpovídala kvalitě. Všechna ubytovací zařízení poskytovala běžné srovnatelné služby odpovídající typu ubytování, nebyly nabízeny žádné nadstandardní nebo speciální služby, kterými by získalo konkurenční výhodu. Celkovou úroveň ubytovacích služeb jsem zhodnotila jako uspokojivou, stejně tak i turisté, čímž byla druhá hypotéza vyvrácena.

Z dotazníkového šetření dále vyplynulo, že většina turistů přijela do Strakonice kvůli dudáckému festivalu a neměla v úmyslu se zde zdržovat déle než po čas jeho konání. Aby byli návštěvníci motivováni k delšímu pobytu a stali se tak ekonomickým přínosem nejen pro město, byl ve spolupráci s panem RNDr. Ladislavem Havlem navržen nový produkt ve formě prospektu s názvem „Turistické balíčky – udržme si turistu“, který je určen především pro pěší turisty. Věřím, že se tento projekt ujme a splní svou funkci: přivede a zejména zaujme větší počet domácích i zahraničních návštěvníků našeho města.

9. SUMMARY

The main objective of this work on the topic „The product of tourism in the infocentre Strakonice“ is to analyse natural and social attractivities in the region Strakonice and make a research of supply and demand of products in the infocentre Strakonice and create a new product according to the actual demand.

The secondary objective is to analyse the quality and standard of accomodation and boarding.

Two hypotheses were determined. The supply of services is poor, the visitors are not informed about possibilities how to spend their leisure time here. The standard of accomodation and boarding does not answer to prices for these services.

From the marketing research ensued tourists were mostly satisfied with services that the town provides. However there is a lot to do to improve supply and quality of the services. Tourists are not motivated to stay here longer and become non-economic for the provider of services and town too. That is why it was suggested a product which should attract and keep visitors in the town a few days. They will spend money for accomodation, boarding, culture etc. and become profitable.

Key words: tourist, services, infocentre, marketing research, product

10. Seznam použité literatury

- [1] DANĚK, A., GLET, J.: *Dovolená autem, pěšky, na kole. Jižní Čechy*. Mirago, Ostrava 2002. První vydání. 149 s. ISBN 80-86617-00-9
- [2] FORET, M., FORETOVÁ, V.: *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Grada Publishing, spol. s r.o., Praha 2001. První vydání. 178 s. ISBN 80-247-0207-X
- [3] HESKOVÁ, M. a kol.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Fortuna, Praha 2006. První vydání. 223 s. ISBN 80-7168-948-3
- [4] HINGSTON, P.: *Efektivní marketing*. Knižní klub, Praha 2002. První vydání. 192 s. ISBN 80-242-0893-8
- [5] HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Grada Publishing, Praha 2003. První vydání. ISBN 80-247-0202-9
- [6] JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M.: *Marketing služeb*. Grada Publishing, spol. s r.o., Praha 2001. První vydání. 179 s. ISBN 80-7169-995-0
- [7] KIRALOVÁ, A.: *Marketing destinace cestovního ruchu*. Ekopress, Praha 2003. První vydání. ISBN 80-86119-56-4
- [8] KOLEKTIV AUTORŮ: *Strakonice vlastivědný sborník, 2. díl kapitoly ze společenského života*. Strakonice: Město Strakonice, 2003. 1. vydání. 480 s. ISBN 80-239-1640-8
- [9] KUCHAR, O., NOVOTNÝ, V., MAROUŠ, J., ŠORM, L.: *Abeceda turistického informačního centra*. Ráby u Pardubic: Asociace turistických informačních center, 2005. 1. vydání. 14 s., dostupné na www.atic.cz
- [10] ORIEŠKA, J.: *Technika služeb cestovního ruchu*. IDEA SERVIS, Praha 1999. První vydání. 238 s. ISBN 80-85970-27-9
- [11] SOUKUP, V., DAVID, P. a kol.: *Strakonicko a Horažďovicko. Průvodce po Čechách, Moravě a Slezsku*. S & D, Praha 2003. První vydání. 143 s. ISBN 80-86050-55-6
- [12] SOUKUP, V., DAVID, P. a kol.: *Jižní Čechy*. S & D, Praha 2002. První vydání. 153 s. ISBN 80-86050-27-0
- [13] VURM, B.: *Jihočeský kraj*. Praga Mystica, Praha 2005. První vydání. 127 s. ISBN 80-86767-01-9
- [14] *Hrad maltézských rytířů ve Strakonících*, vydalo Svatojanské dílo v Jemnicích u Strakoníc 1992. 14 s.

- [15] časopis COT 05/2006, str. 31
- [16] Haló noviny, 01/2005, s. 3
- [17] Magazín ze Šumavy, 4/2004, s. 8
- [18] Strakonický zpravodaj, 10/2006, s.1
- [19] www.dudackyfestival.cz (citováno listopad 2006)
- [20] www.jamboree-cz (citováno listopad 2006)
- [21] www.katovice.cz
- [22] www.otavskaplavba.cz
- [23] www.pohadkovekralovstvi.cz
- [24] www.strakonice.net (citováno leden 2007)
- [25] www.sudomer.cz
- [26] <http://cs.wikipedia.org/>
- [27] www.jiznicehy.cz
- [28] propagační materiály Městského informačního centra Strakonice

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Návštěvnost v letech 2004 – 2006	25
Graf 2 Převažující důvod návštěvy – čeští turisté	28
Graf 3 Převažující důvod návštěvy – zahraniční turisté	29
Graf 4 Nejlákavější aktivity v regionu – čeští turisté	30
Graf 5 Nejlákavější aktivity v regionu – zahraniční turisté	30
Graf 6 Nejvyužívanější služby v TIC – čeští turisté	31
Graf 7 Nejvyužívanější služby v TIC – zahraniční turisté	31
Graf 8 Postrádané služby v TIC – čeští turisté	32
Graf 9 Postrádané služby v TIC – zahraniční turisté	32
Graf 10 Věková kategorie – čeští turisté	33
Graf 11 Věková kategorie – zahraniční turisté	34

Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník

Příloha 2: Mapa jižních Čech

Příloha 3: Mapa Strakonice

Příloha 4: Městské informační centrum Strakonice

Příloha 5: Mapa Pohádkových jižních Čech

Příloha 6: Prospekt Pohádkový den

Příloha 1

Dotazník pro návštěvníky Městského informačního centra

Výzkum je organizován pro potřeby závěrečné bakalářské práce studijního oboru Obchodní podnikání – specializace cestovní ruch na Ekonomické fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Cílem dotazování je zjistit zájem turistů o služby turistických informačních center. Závěry budou využity pro sestavení nové nabídky turistických produktů nabízených turistickými informačními centry (TIC) a pro návrh na zlepšení služeb turistům.

Děkuji za spolupráci a vyplnění dotazníku.

1. Odkud pocházíte?

ČR
jiný stát - uveďte

2. Už jste někdy navštívila tento region?

1. ne, jsem tu poprvé
2. ano, byla jsem tu 1x až 3x
3. ano, byla jsem zde už vícekrát

3. Jak dlouhý bude Váš pobyt zde?

1. jednodenní – bez noclehu
2. 1 až 2 noclehy
3. 3 až 7 noclehů
4. delší

4. Převažujícím důvodem Vaší návštěvy v tomto regionu je: (pouze 1 odpověď)

1. poznání – návštěvy turistických atraktivit, historie, architektura, kultura...
2. relaxace – rekreace, pobyt v přírodě, odpočinek...
3. turistika a sport – pěší túry, cykloturistika, ...
4. zdraví – rehabilitace, léčení
5. práce – služební cesta, školení, konference
6. zábava – noční život, koncert...
7. nákupy
8. návštěva příbuzných nebo známých
9. tranzit (pouze projíždím)

5. Které atraktivity v tomto regionu jsou pro Vás nejlákavější? (max. 2 odpovědi)

1. pěší turistika
2. cykloturistika

3. koupání, vodní sporty
4. zimní sporty
5. jiný aktivní sport – volejbal, létání, parašutismus...
6. poznávací turistika – návštěvy hradů a zámků, památek, muzeí, galerií...
7. venkovská turistika - agroturistika, pobyt na farmě, projížďky na koni...
8. církevní turistika – církevní památky, poutě, náboženské aktivity
9. návštěvy kulturních akcí – festivaly ,slavnosti, koncerty apod.
10. návštěvy sportovních akcí – závody, utkání, přebory...

6. Uvažujete o opakované návštěvě tohoto regionu?

1. ano – v brzké době (do půl roku)
2. ano – někdy později
3. spíše ne
4. nevím, nedokážu říci

7. Které služby v TIC nejčastěji využíváte? (max. 2 odpovědi)

1. informace o dané lokalitě
2. vyhledávání dopravních spojů
3. prodej suvenýrů, pohledů, map a dalších
4. zajišťování ubytování
5. jiné

8. Které služby v TIC postrádáte?

1. provoz směnárny
2. průvodcovské služby
3. úschova zavazadel
4. kopírovací služby
5. internet pro veřejnost
6. překladatelský a tlumočnický servis
7. jiné – uveďte

9. Jak celkově hodnotíte následující služby poskytované v tomto regionu?

(zde ohodnoťte známkami od 1 do 5. 1 znamená jsem velmi spokojen, 2 spokojen, 3 nespokojen, 4 velmi nespokojen. 5 neumím posoudit)

	1	2	3	4	5
ubytovací služby (pokud jste zde ubytováni)					
úroveň veřejného stravování					
služby pro motoristy					
služby pro cykloturisty					
úroveň personálu ve službách cestovního ruchu					
péče o čistotu a pořádek (odpadky, úklid, WC)					
cenová úroveň služeb					

10. Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost tohoto regionu?

	1	2	3	4	5
1. rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit					
2. rozsah a dostupnost stravovacích kapacit					
3. dopravní infrastruktura (silnice, parkoviště)					
4. dostupnost regionu hromadnou dopravou					
5. vybavení regionu pro sportovní aktivity					
6. nákupní možnosti (prodejní síť)					
7. příležitosti pro zábavu a společenské vyžití					
8. vybavenost regionu atrakcemi pro děti					

11. věková kategorie

1. do 25 let
2. 26 – 34
3. 35 – 49
4. 50 – 59
5. 60 a více

12. Jste:

- muž
- žena

13. Vaše připomínky k regionu, službám, TIC....

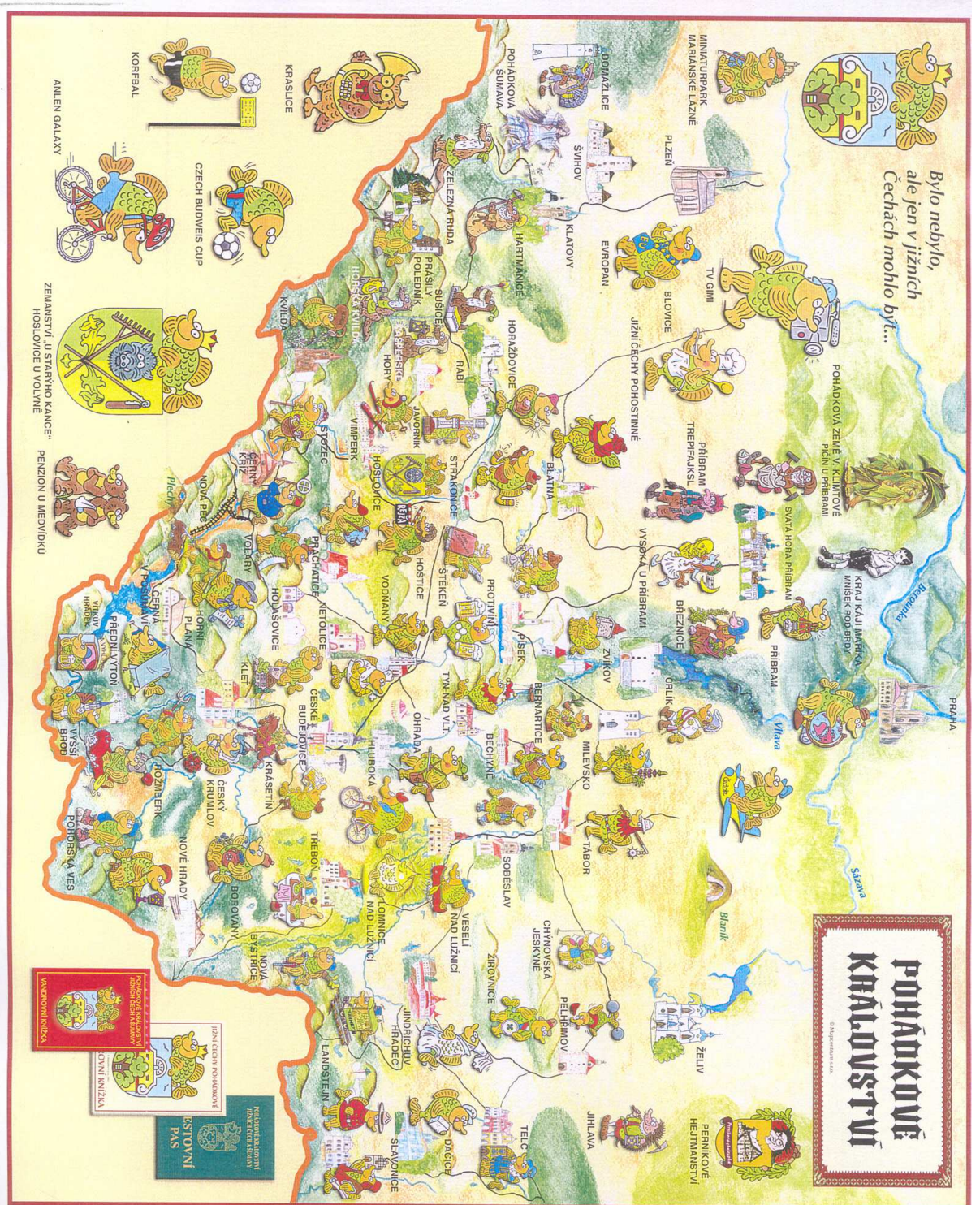
Příloha 4



Zdroj: Městské informační centrum



Zdroj: Městské informační centrum



Bylo nebylo,
ale jen v jižních
Čechách mohlo být...

**POHÁDKOVÉ
KRAJČOVSTVÍ**
© KAPKOVÉ PRAHA

2006	LEDEN	2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
	ÚNOR	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29
	BŘEZEN	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
	DUBEN	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
	KVĚTEN	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
	ČERVEN	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
	ČERVENEC	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
	SRPEN	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
	ZÁŘÍ	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
	ŘÍJEN	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
	LISTOPAD	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
	PROSINEC	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

V. POHÁDKOVÝ DEN na strakonickém hradě

POD ZÁŠTITOU RADNÍHO JIHOČESKÉHO KRAJE ING. PAVLA PAVLA



PROGRAM POHÁDKOVÉHO DNE:

- 9.00 slavnostní průvod od radnice na hrad
- 9.45 přijezd pohádkového krále Zdeňka Trošky s družinou, zdravice krále, povýšení na pohádkový hrad
- 10.00 společné focení účastníků v maskách na pohádkovou pohlednici, dětský maškarní rej
- 10.15 vernisáž putovní výstavy Pohádkového království a nejlepších prací dětské výtvarné soutěže
- 10.30 zasedání Pohádkového království, předávání prestižních cen Jakub 2006
- 12.00 rozdávání medové kaše s Bílou paní u kulatého stolu
- 13.00 autogramiáda Zdeňka Trošky a dalších přítomných
- 11.00 – 16.00 Skupina historického šermu Markýz, taneční skupina Rozálie Strakonice, Téměř divadelní společnost – loutková představení pro děti, Pochod kapra Jakuba

Po celý den pohádkový jarmark, mnoho soutěží a her pro děti, dudácká muzika, tvořivé dílny, vyprávění legend a pověstí, pohádková atmosféra a mnoho dalšího.

STRAKONICE
Výročí / Anniversary / Jubiläum
1367 / 2007
640

pátek
6. dubna
2007



Projekt byl podpořen v rámci grantového programu AP PRK Jihočeského kraje 2007.

Vitána účast dětí v pohádkových kostýmech.

Partneři akce:

