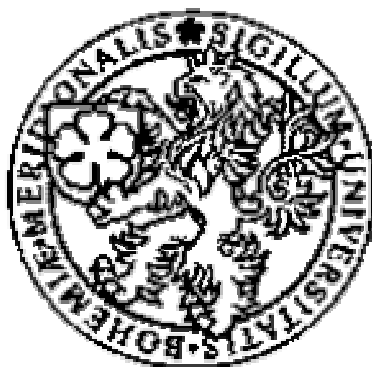


Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu



Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

Bakalářská práce

Podpora cestovního ruchu v zázemí Hluboké nad Vltavou

Vedoucí bakalářské práce:
RNDr. Blažena Gehinová

Autor:
Veronika Machová

České Budějovice 2008

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Podpora cestovního ruchu v zázemí Hluboké nad Vltavou“ vypracovala samostatně na základě vlastních poznatků a materiálů, které uvádím v seznamu literatury.

V Českých Budějovicích

.....

podpis

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala všem, kteří mi pomáhali při vypracování bakalářské práce, především pak RNDr. Blaženě Gehinové za odborné vedení, pomoc a připomínky.

Obsah

1. Úvod	1
2. Literární přehled	3
2.1. Definice cestovního ruchu a nabídky cestovního ruchu.....	3
2.2. Potřeby a požadavky návštěvníků destinace.....	5
2.3. Přínosy a dopady cestovního ruchu na destinaci.....	6
3. Cíl a metodika práce	8
3.1. Cíl práce.....	8
3.2. Metodika práce.....	8
4. Charakteristika destinace Hluboké nad Vltavou	10
4.1. Vymezení řešeného území.....	10
4.2. Charakteristika turistického regionu Jižní Čechy.....	11
4.2.1. Primární nabídka cestovního ruchu.....	12
4.2.2. Všeobecná infrastruktura cestovního ruchu.....	14
4.2.3. Infrastruktura cestovního ruchu.....	15
5. Analýza složek primární nabídky Hluboké nad Vltavou	17
5.1. Přírodní podmínky destinace.....	17
5.1.1. Klimatické podmínky.....	17
5.1.2. Hydrologické podmínky.....	18
5.1.3. Biologické podmínky.....	18
5.2. Kulturně-historický potenciál destinace.....	19
6. Analýza složek sekundární nabídky Hluboké nad Vltavou	24
6.1. Ubytovací zařízení.....	24
6.2. Stravovací zařízení.....	25
6.3. Turistická infrastruktura.....	26
6.3.1. Tour operátoři/cestovní kanceláře a cestovní agentury.....	26
6.3.2. Místní informační turistická centra.....	26
6.3.3. Sportovně-rekreační zařízení.....	27
6.3.4. Kulturně-společenská zařízení.....	29
7. Analýza potřeb a požadavků návštěvníků destinace Hluboké nad Vltavou	31
7.1. Využití primárních a sekundárních informačních zdrojů.....	31
7.2. Dotazníkový průzkum.....	32

7.3. Motivace návštěvníků.....	38
7.4. Segmentace trhu cestovního ruchu.....	39
7.4.1. Kriteria segmentace.....	40
7.4.2. Výběr cílového segmentu trhu.....	40
8. Vyhodnocení analýzy nabídky destinace Hluboké nad Vltavou.....	42
9. Analýza přínosů a dopadů cestovního ruchu na destinaci.....	44
9.1. Oblast ochrany životního prostředí.....	44
9.2. Sociálně-kulturní oblast.....	45
9.3. Ekonomická oblast.....	46
10. Závěr.....	47
11. Summary.....	49
12. Seznam tabulek a grafů.....	50
13. Seznam použité literatury.....	51
14. Seznam příloh.....	53

1. Úvod

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti.⁽⁶⁾ K jeho bouřlivému rozvoji došlo zejména v druhé polovině dvacátého století. Změna způsobu života obyvatel, prodlužování jejich volného času, zvyšování ekonomické úrovně obyvatel, koncentrace průmyslu vedoucí ke zhoršování životního prostředí, rozvoj všech druhů dopravy a v neposlední řadě globalizace a internacionalizace, to vše jsou významné faktory, které přispěly k obrovskému růstu cestovního ruchu.

Cestovní ruch představuje u nás i ve světě velmi dynamicky se rozvíjející segment ekonomiky. Svým objemem tržeb se řadí ve světě na třetí místo za petrochemický a automobilový průmysl a rovněž rozsahem zaměstnanosti a tvorbou kvalitních pracovních příležitostí patří mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví.⁽¹⁹⁾

Cestovní ruch v České republice měl v roce 2006 mírně vzrůstající tendenci, i pokud jde o devizové příjmy. Zahraniční turisté zde utratili 113,1 mld. Kč, což je nárůst oproti roku 2005 o 1,1 %.⁽¹⁸⁾

Česká republika už, obzvláště pro evropské země, není novou a neobjevenou destinací, naopak nový pozvolný impuls přichází ze vzdálenějších zemí, jako jsou Čína, Jižní Korea, Ukrajina, Turecko, Litva a Lotyšsko. Je ideálním místem pro aktivní turistiku, stejně jako díky různorodosti a kvalitě kulturních a architektonických památek pro městskou a poznávací turistiku, ale i pro pobyty v lázních či u vodních ploch. Kombinace těchto faktorů v naší zemi pak slouží jako ideální předpoklad destinace pro kongresovou a incentivní turistiku.⁽¹⁸⁾

Důvody návštěvy regionů České republiky jsou u zahraničních návštěvníků výrazněji zaměřeny na poznání (48 %, Češi 14 %). Dalším významným důvodem návštěvy regionu je relaxace (Češi 16 %, zahraniční 18 %), u Čechů zdraví 19 % a práce (Češi 15 %, zahraniční 11 %). Pro 78 % zahraničních návštěvníků je v regionu nejlákavější aktivitou poznávací turistika (Češi 47 %). Domácí návštěvníci se ve vyšší míře než zahraniční zaměřují na péči o fyzickou a duševní kondici (Češi 27 %, zahraniční 10 %).⁽¹⁸⁾

Jedním z nejatraktivnějších turistických regionů České republiky jsou jižní Čechy. Celkově je navštívilo 73 % populace v posledních pěti letech.

Součástí regionu Jižní Čechy je i oblast Hluboká nad Vltavou, která je v současnosti rozvíjejícím se městem, podporující místní podnikatelské aktivity se širokou nabídkou kulturních a sportovních příležitostí, se zázemím, které uspokojí každého návštěvníka - hotely, pensiony, kempy, chaty, ubytování v soukromí, 40 restaurací, letní plovárna s tobogánem, krytý bazén se saunou, moderní kino, otevřené i kryté tenisové kurty, zimní stadion, baseballový areál, jízdárna, golfové hřiště, fitness, hustá síť cyklotras v okolí a cyklostezka do Českých Budějovic, vodní doprava, vodní lyžování, blízké letiště Hosín.

Hlavním cílem bakalářské práce je analyzovat složky primární a sekundární nabídky cestovního ruchu v zázemí Hluboké nad Vltavou. Dále je stanoveno analyzovat potřeby a požadavky návštěvníků a vyhodnotit přínosy a dopady cestovního ruchu v řešeném území.

2. Literární přehled

2.1. Definice cestovního ruchu a nabídky cestovního ruchu

Cestovní ruch patří mezi významné ekonomické a sociální jevy současné moderní společnosti. Přesně vymezit a definovat cestovní ruch je velmi obtížné. V minulých letech bylo učiněno mnoho pokusů o jednoznačnou definici, proto se v odborné literatuře vyskytují různá, více či méně výstižná vysvětlení (Drobná, Morávková, 2004).

Každoročně představuje cestovní ruch největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáním 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 (Hesková, 2006).

UNWTO definuje cestovní ruch jako „činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště), a to na dobu kratší, než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ Maximální délka pobytu činí u mezinárodního cestovního ruchu jeden rok, u domácího cestovního ruchu šest měsíců. Výdělečná činnost v navštíveném místě nesmí být založena na trvalém či přechodném pracovním poměru.

Publikace „Technika služeb cestovního ruchu“ popisuje cestovní ruch jako soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest (Orieška, 1999).

Cestovní ruch je v současnosti předmětem zkoumání několika vědních disciplín, např. ekonomie, geografie, sociologie, psychologie, pedagogiky, případně dalších. Všechny mají společný předmět zkoumání – cestovní ruch, ale každá vědní disciplína ho zkoumá ze svého pohledu a vlastním metodologickým aparátem. Cestovní ruch má tak interdisciplinární charakter, kde výsledky jedné vědní disciplíny využívají i jiné vědní disciplíny, čímž obohacují svoje poznání (Hesková, 2006).

Pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci je důležitá kvalitní nabídka, která je schopna přilákat návštěvníky a následně uspokojit jejich potřeby a požadavky (Királ'ová, 2003).

Nabídka je obecně definovaná jako souhrn zboží a služeb, které chtějí prodávající realizovat na trhu, tedy i na trhu cestovního ruchu.

Nabídka v cestovním ruchu je reprezentována souhrnem všech komponentů nutných k realizaci účasti na cestovním ruchu a k naplnění očekávaných efektů. Tuto nabídku tvoří atraktivita cílových míst cestovního ruchu a vybavenost míst zařízeními cestovního ruchu (Malá, 1999).

Za specifika nabídky v cestovním ruchu lze považovat různorodost a mnohostrannost nabídky co do charakteru a kvality rekreačního prostoru a atraktivit, co do vybavenosti míst zařízeními cestovního ruchu, co do charakteru a struktury služeb a různorodosti a mnohočetnosti producentů služeb, vysokou míru komplexnosti služeb a zboží různého charakteru, které se navzájem mohou doplňovat, ale i substituovat, komplexní zabezpečení nabídky podnikatelskými subjekty různého charakteru vyžaduje jejich vzájemnou spolupráci a propojenost, malou pružnost, nabídku v cestovním ruchu má v řadě svých segmentů sezónní charakter a je značně závislá na klimatických podmínkách.

Dominantní postavení ve struktuře nabídky mají služby, z čehož plynou další charakteristické rysy nabídky jako vysoká pohotovost nabídky k výkonům, služby nelze produkovat do zásoby, nabídka v cestovním ruchu je silně podmíněna lidským faktorem a to jak vysokým podílem živé práce při poskytování služeb cestovního ruchu, tak i nutnou přítomností zákazníka při jejich spotřebě, výrazný aspekt programového zaměření (Malá, 1999).

Nabídku cestovního ruchu je možné rozdělit na primární a sekundární. Komponenty primární nabídky cestovního ruchu jsou utvářejícími podmínkami pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace; struktura, rozmístění a úroveň sekundární nabídky cestovního ruchu je určujícím faktorem využitelnosti destinace pro aktivity cestovního ruchu.

Obě dvě součásti nabídky se integrují v cílových místech cestovního ruchu, ve kterých se pak odehrává i konkrétní vztah mezi nabídkou a poptávkou (Malá, 1999).

Cílové místo musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, který se označuje i jako primární nabídka. Potenciál cestovního ruchu není v prostoru rozmístěný rovnoměrně a s ohledem na svojí jedinečnost může mít místní, regionální,

celostátní až mezinárodní význam. Umožňuje naplnit cíle účasti na cestovním ruchu. Prostředkem k dosažení tohoto cíle je různorodá infrastrukturní vybavenost, která se označuje jako sekundární nabídka. Jde o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat, stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity typické pro cestovní ruch (Hesková, 2006).

Primární nabídka obsahuje všechny faktory, které z hlediska své podstaty nemají přímý vztah k cestovnímu ruchu, ale svoji přitažlivostí dávají cestovnímu ruchu charakteristickou podobu (Malá, 1999).

Primární nabídka pak zahrnuje v podstatě dvě odlišné části a to, nabídku přírodních a kulturně historických atraktivit, které jsou lokalizovány, místně vázány a nedají se přemístit mimo místo svého výskytu, zároveň jsou také kapacitně omezeny, nemohou se libovolně přizpůsobovat poptávce, aniž by došlo k jejich poškození, a dále nabídku organizovaných atraktivit, které mají vyšší míru přizpůsobivosti poptávce a to jak co do rozsahu, tak i časového a místního rozložení (Malá, 1999).

Sekundární nabídka zahrnuje všechny služby, které musí být k dispozici pro použití v cestovním ruchu (Malá, 1999).

Vybavenost míst cestovního ruchu (sekundární nabídka) je od primární nabídky odvozená a musí odpovídat charakteru atraktivit, jež se v daném místě nacházejí. Na druhé straně má sekundární nabídka podstatně vyšší míru pružnosti vůči poptávce, které se může do určité míry přizpůsobovat. Proto se o této části nabídky někdy hovoří také jako o dynamické části nabídky (Malá, 1999).

2.2. Potřeby a požadavky návštěvníků destinace

Úspěšnost destinace cestovního ruchu na trhu závisí na schopnosti analyzovat chování a změny v potřebách a požadavcích jak současných, tak i potenciálních návštěvníků a na základě výsledků uvedené analýzy stimulovat, případně vytvářet poptávku po destinaci, jejich produktových řadách či jednotlivých komponentech produktu (Királ'ová, 2003).

V této souvislosti je třeba si položit otázku „Jak návštěvníci reagují na různé marketingové stimuly, které může destinace použít?“ Aby bylo možné otázku zodpovědět, je třeba zkoumat chování návštěvníka (Királ'ová, 2003).

Jeden z nejdůležitějších faktorů chování návštěvníků je z hlediska destinace motivace. Motiv je potřeba na určitém stupni naléhavosti, která vyvolává úsilí na její uspokojení. Potřeba je uvědomený nebo neuvědomený rozdíl mezi existujícím a požadovaným psychickým nebo fyzickým stavem. Potřeby, které člověk vnímá a uvědomuje si je, nazýváme přáním (Királ'ová, 2003).

Potřeby účastníků cestovního ruchu jsou uspokojovány jednak volnými statky, jimiž rozumíme působení vlastností rekreačního prostoru, jednak také hmotnými statky a užitnými efekty nehmotného charakteru. V ekonomickém systému tržního hospodářství umožňuje uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu využívání zboží-peněžních vztahů na trhu cestovního ruchu (Orieška, 1999).

Prostřednictvím účasti na cestovním ruchu se uspokojují tzv. vyšší potřeby. Z hlediska destinace cestovního ruchu to znamená, že úspěch na trhu dosáhne jen v případě, že bude nabízet dostatek množství na běžné uspokojování fyziologických potřeb návštěvníků a zároveň bude garantovat uspokojení potřeb jistoty (Királ'ová, 2003).

Uspokojení potřeb se uskutečňuje pomocí nabídky cestovního ruchu, a to uspokojení vyšších potřeb se uskutečňuje využíváním primární nabídky cestovního ruchu, uspokojení fyziologických potřeb prostřednictvím sekundární nabídky (Királ'ová, 2003).

2.3. Přínosy a dopady cestovního ruchu na destinaci

Při kvalitním managementu je cestovní ruch přínosem pro destinaci především v oblasti ochrany životního prostředí, sociálně-kulturní a ekonomické oblasti (Királ'ová, 2003).

V oblasti ochrany životního prostředí se cestovní ruch stává pro destinaci přínosem, když jsou příjmy ze vstupného do národních parků, jeskyní apod. použity na financování ochrany přírody, daně a poplatky pomáhají financovat ochranu přírodních zdrojů, přispívá k uznání důležitosti ochrany životního prostředí veřejností a k výchově místních obyvatel k jeho ochraně, důsledkem atraktivity přírodního prostředí a přírodních zdrojů pro cestovní ruch je vytvoření národních parků, přírodních rezervací apod.

Pozitivní působení cestovního ruchu v sociálně-kulturní oblasti se v destinaci projevuje například vytvářením pracovních míst a podporou sociálního rozvoje, přerozdělením příjmů, zmírňováním chudoby, což má za následek posilování komunity v destinaci, prostřednictvím kulturně-výchovné funkce cestovního ruchu, kdy se lidé kontaktují a vnitřně se navzájem obohacují, více si rozumějí a ztrácejí předsudky, prostřednictvím funkce cestovního ruchu jako mírotvorného činitele, zvyšováním životního standardu místních obyvatel, kdy mohou využívat zařízení vybudovaná pro návštěvníky destinace (Királ'ová, 2003).

V ekonomické oblasti je pozitivní vliv cestovního ruchu na destinaci markantní především ve zlepšení platební bilance státu prostřednictvím aktivního cestovního ruchu, prostřednictvím daní a poplatků, které zvyšují příjmy do místních i do státního rozpočtu, v oblasti podpory rozvoje malého a středního podnikání, ve zvyšování zaměstnanosti a v oblasti stimulování investic do místní infrastruktury.

Úloha managementu destinace je o to důležitější, že rozvoj cestovního ruchu má obvykle nejen pozitivní, ale i negativní dopady na destinaci. Jde především o vliv na životní prostředí, ekonomiku a sociálně-kulturní oblast destinace (Királ'ová, 2003).

Negativní dopad cestovního ruchu na životní prostředí se projevuje především v případech, kdy počet návštěvníků destinace překročí míru únosnosti a životní prostředí ztratí schopnost vypořádat se s nadměrným využíváním bez znatelných změn, což může vést nejen k jeho oslabení, ale i k jeho zničení.

Negativní dopad cestovního ruchu na destinace v sociálně-kulturní oblasti se projeví v případě, kdy se změní systém hodnot a chování místních obyvatel, čímž je ohrožen původní způsob života. Změny často nastávají i ve struktuře komunity, rodinných vztazích, v tradičním životním stylu a morálce. Cestovní ruch může způsobit změny v místní lokalitě a hodnotách prostřednictvím přímého a nepřímého kontaktu návštěvníků s obyvateli destinace a interakce s průmyslem cestovního ruchu (Királ'ová, 2003).

Negativní ekonomické dopady rozvoje cestovního ruchu se v destinaci projevují prostřednictvím skrytých nákladů, ekonomické závislosti lokální komunity na cestovním ruchu, sezónního charakteru práce, ekonomické krize, vzniku tzv. enklávového cestovního ruchu a vzniku turistických ghett.

Uvedeným negativním jevů, provázejícím rozvoj cestovního ruchu v destinaci, lze předejít aplikací strategie dlouhodobě udržitelného rozvoje (Királ'ová, 2003).

3. Cíl a metodika práce

3.1. Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce je analyzovat složky primární a sekundární nabídky cestovního ruchu v zázemí Hluboké nad Vltavou.

Dále je stanoveno analyzovat potřeby a požadavky návštěvníků a vyhodnotit přínosy a dopady cestovního ruchu v řešeném území.

Součástí práce je zhodnotit význam destinace pro rozvoj cestovního ruchu, zaměřit se na současný stav se všemi atraktivitami vhodnými pro turisty, analyzovat návštěvnost této destinace a pokusit se o segmentaci návštěvníků. Definovat hlavní přírodní potenciál destinace, kulturně-historické atraktivity regionu, ubytovací a stravovací zařízení, charakterizovat jejich význam pro podporu cestovního ruchu ve vybraném regionu. Na základě zjištěných skutečností budou navržena opatření pro zlepšení současného stavu cestovního ruchu v destinaci.

Z vytyčených cílů vyplývají následující hypotézy:

- nejvýznamnější památka oblasti je zámek Hluboká
- město Hlubokou nad Vltavou, po zhlédnutí zámku Hluboká, navštěvují turisté i kvůli přírodnímu prostředí, klidnému a pohodovému pobytu a kvůli sportovním aktivitám

3.2. Metodika práce

Město Hlubokou nad Vltavou jsem si vybrala proto, že je to město s dlouholetou tradicí nacházející se v turistickém regionu Jižní Čechy a nabízí návštěvníkům nejen kulturní pamětihodnosti, ale také širokou paletu aktivit.

Při zpracování bakalářské práce byla použita metoda analýzy a syntézy. Analýza zkoumá daný problém tím, že ho rozdělí na jednotlivé části, které jsou následně podrobněji rozebírány. Syntéza naopak spojuje jednotlivé části v celek a tím umožňuje

sledovat vzájemné podstatné souvislosti. Analýza a syntéza tvoří nedílnou jednotu, vzájemně se prolínají a doplňují.

Problematika bude analyzována v rámci teoretické a praktické části, ale syntetizována především ve výsledcích dotazníkového šetření a v závěru práce.

Prvopočátky přípravy mé práce spočívaly ve studiu odborných publikací z oblasti cestovního ruchu, destinace cestovního ruchu a marketingu cestovního ruchu. Dále pak byla provedena situační analýza a terénní šetření. Vlastnímu šetření jsem přikládala největší váhu. Na počátku mé práce jsem měla přímý kontakt s pracovnící informačního centra, která mi zodpověděla některé mé otázky, dotazy a poskytla mi informace týkající se města Hluboké nad Vltavou – popis atraktivit, stravovací a ubytovací zařízení apod.

Další údaje poskytl marketingový průzkum formou dotazníkového šetření. Dotazování probíhalo dvěma způsoby. Dotazník by vybraným respondentů předán a poté vyzvednut vyplněný, a nebo dotazování probíhalo přímým kontaktem s respondentem podle předem připravených otázek. Dotazníky byly umístěny do informačního centra Hluboká nad Vltavou a na recepci hotelu Štekl, který je jedním z neznámějších hotelů Hluboké. Na základě dotazníkového šetření byly získány informace o účelu návštěvy Hluboké nad Vltavou, motivaci, spokojenosti s ubytovacím, stravovacím a sportovním zařízením a také údaje týkající se aktivit, které turisté během návštěvy města uskutečňovali.

V závěru práce byla provedena syntéza získaných podkladů a navržena opatření pro zlepšení současného stavu cestovního ruchu v destinaci. Některé údaje byly pro lepší přehlednost zpracovány graficky a ve formě tabulek.

4. Charakteristika destinace Hluboké nad Vltavou

Podle UNWTO je destinace cestovního ruchu definována „jako místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina zvolil pro návštěvu“. Destinace nabízí služby jako ubytování, stravování, sportovní aktivity a zábavu.

Destinace jsou dnes obecně považovány za zcela standardní, navzájem si konkurující jednotky, takže jejich rozvoj a prodej musí být velmi obezřetně řízen.⁽¹⁵⁾

4.1. Vymezení řešeného území

Česká centrála cestovního ruchu vymezila v letech 1998–1999 na území České republiky 15 turistických marketingových regionů (viz Příloha 2).

V regionu Jižní Čechy, na okraji českobudějovické kotliny, se rozprostírá malebné město Hluboká nad Vltavou (49°03′ severní šířky a 14°26′ východní délky).

Hluboká nad Vltavou (4 678 obyvatel) leží 11 kilometrů severně od Českých Budějovic. Prostírá se po obou březích Vltavy, zčásti na návrší, a vroubí ostroh, zvedající se 80 metrů nad hladinou Vltavy, na němž je vystaven zámek. Zasazena je na okraji velké roviny budějovicko-vodňanské, ohraničené na severu pahorkatinou vltavínskou, na východě hřbetem borovansko-rudolfovským a na jihu Novohradskými vrchy a Šumavou.⁽⁴⁾

Město Hluboká nad Vltavou je součástí sdružení obcí „Mikroregion Budějovicko-sever“. Je tvořeno obcemi Bavorovice, Hluboká nad Vltavou, Hroznějovice, Jaroslavice u Kostelce, Jeznice, Kostelec, Lišnice u Kostelce, Munice, Poněšice a Purkarec.

Nejstarší doklady o osídlení Hlubocka spadají do starší doby bronzové. Samotné místo Hluboké k osídlení příliš nelákalo kvůli strmému zalesněnému svahu a bažinatému terénu. Na ostrohu čnicím nad Vltavou nechal Přemysl Otakara II. ve 13. století vystavit pevný hrad a začal zakládat České Budějovice. České jméno Hluboká se vžilo v průběhu 14. století, dříve se ves pod hradem nazývala Podhradí a byla trhovou osadou. Velký zlom v historii nastal v únoru 1883, kdy představitelé obce poslali žádost o povýšení městyse Podhradí na město a zároveň o jeho přejmenování na město Hluboká. Místodržitelství vyhovělo pouze druhé části prosby a roku 1885 byl název

Podhradí změněn na Hlubokou. Městys Hluboká byl povýšen na město roku 1907 císařským rozhodnutím Františka Josefa I.⁽⁴⁾

Hlavní dominantou města je romantický zámek Hluboká, který leží v krásných zahradách uprostřed rozsáhlého anglického parku. Původní královský hrad ze 13. století prošel mnohými stavbami, z nichž poslední z let 1845 - 1871 mu vtiskla podobu nadmíru přepychového novogotického sídla knížecího rodu Schwarzenberků.

V zámecké jízdárně z poloviny 19. století má sídlo evropsky proslulá Alšova jihočeská galerie, ve které je umístěna expozice pozdně gotických plastik a deskové malby z jižních Čech, ale i sbírky barokního výtvarného umění i umění vlámského a holandského a umění 19. a 20. století.

Nedaleko Hluboké, na břehu Munického rybníka, stojí lovecký zámek Ohrada, postavený v letech 1708 - 1721 pro Adama Františka ze Schwarzenberku. Dnes v něm sídlí bohatě vybavené lovecké muzeum. K zámku přiléhá také menší zoologická zahrada, zaměřená zejména na šumavskou faunu.

Hluboká nad Vltavou je rychle se rozvíjejícím městem, podporující místní podnikatelské aktivity se širokou nabídkou kulturních a sportovních příležitostí, se zázemím, které uspokojí každého návštěvníka. V poslední době se stala Hluboká díky své nabídce festivalů a výstav také kulturním fenoménem, stejně tak jako centrem sportů (jezdecký, dostihy či golf).

4.2. Charakteristika turistického regionu Jižní Čechy

Region Jižní Čechy leží v budějovickém kraji. Na jihovýchodě tvoří státní hranici s Rakouskem, na západě navazuje na Šumavské podhůří, na východě se Třeboňská pánev mění na pahorkatiny a vrchoviny patřící k Vysočině a od severu je oblast ohraničena Středočeskou pahorkatinou.⁽²²⁾

Jižní Čechy jsou malebným krajem rybníků, lesů a rašelinišť, oživeným půvabnými siluetami středověkých městeček, venkovských kostelů a bělostných statků.

Krajina tohoto regionu není poznamenána působením velkých průmyslových podniků, důkazem čehož je množství chráněných území. Zdejší kraj je vyhledávaným turistickým cílem nejen pro své přírodní krásy, ale též pro množství historických památek a dobré podmínky pro cyklistiku a vodní sporty.

4.2.1. Primární nabídka cestovního ruchu

Klimatické podmínky

Klima jižních Čech je přechodného středoevropského typu, v němž se střídavě uplatňují vlivy oceánu na západě a vlivy pevniny na východě, takže počasí má proměnlivý průběh. Většina území jižních Čech patří do mírně teplé a mírně vlhké nebo vlhké oblasti, která v nadmořských výškách kolem 750 m.n.m. přechází v mírně chladnou oblast. Nejteplejším měsícem bývá červenec, jehož průměr dosahuje 17 – 18 °C v pánevních oblastech, v nejvyšších polohách nad 900 m.n.m. klesá pod 14 °C. Letních dnů, kdy teplota vystoupí nad 25 °C, mají nejvíce pánevní oblasti a oblast při soutoku Lužnice s Vltavou, v průměru jich bývá 40 až 50 v roce. Maximální teploty téměř každoročně překračují v nižších polohách 30 °C, výjimečně i 35 °C. Zimní období s průměrnými teplotami pod 0 °C začíná v nižších polohách v dlouhodobém průměru začátkem prosince a končí v poslední třetině února, zatímco v nejchladnějších oblastech nastupuje již kolem 10. listopadu a končí 20. března. Minimální teploty klesají téměř každým rokem pod -15 °C, v tuhých zimách ještě podstatně níže.⁽¹⁷⁾

Geomorfologické podmínky

Dnešní vzhled reliéfu jižních Čech je výsledkem dlouhodobého geomorfologického vývoje, který probíhal především pod vlivem pohybů zemské kůry a klimatických změn.⁽¹⁷⁾

Těžištěm jihočeské oblasti jsou obě rybníčné Jihočeské pánve – Budějovická a Třeboňská, které tvoří ideální prostor k cyklistickým výletům s mnohými přírodními zvláštnostmi, jakou je například přesyp u Vlkova. Z horských celků vymezují jižní Čechy na jihu převážně žulové Novohradské hory (Kamenec, 1072 metrů) a Blanský les s významnou Kletí (1083 metrů). Na severu dosahuje oblast až k masivu Brd s Třemšínem (827 metrů), na východě pak k rybníčním krajinám Českomoravské vrchoviny na Jindřichohradecku.⁽⁷⁾ V zimním období si přijdou na své lyžaři. Za příznivých poměrů se lyžuje v Blanském lese (Klet' s výtahem a vlekem), Novohradské hory nabízejí běžecké trasy, které ale nemívají upravené stopy. V letním období je možnost využít cyklostezky, naučné stezky či rybníky.

Hydrologické podmínky

Osou jižních Čech je Vltava, protékající okrajem Budějovické pánve, s vodní nádrží Hněvkovice u Týna nad Vltavou a s přehradním jezerem Orlík, které se silně rekreačně využívá. Se 74 metry u hráze je Orlík druhou nejhlubší vodní nádrží u nás. Nad její hladinou se vypínají mohutné hrady Zvíkov a Orlík. Vltavské přítoky Malše se Stropnicí, Lužnice s Nežárkou a Otava s Blanití odvodňují různé rybníční soustavy. Četné vodní toky, rybníky a vodní nádrže spolu s lučinami a s lesíky přispívají k typickému krajinnému charakteru jižních Čech. Mají také rozsáhlé rekreační a sportovní využití.⁽⁷⁾

Biologické podmínky

V jižních Čechách se nachází několik významných chráněných krajinných oblastí. Významné místo zaujímá CHKO Třeboňsko, vyhlášená rovněž jako biosférická rezervace. CHKO Blanský les, přírodně velmi zachovalé území, se nachází severně od Českého Krumlova. Méně známý ale neméně krásný je přírodní park Novohradské hory, který byl vyhlášen přírodním parkem v roce 2000. Jedinečnost Novohradských hor spočívá především ve vzácně zachovalé přírodě. Místní nenarušená příroda, husté lesy, značné množství značených i neznačených tras vytváří přímo ideální podmínky pro turistiku. V jižních Čechách má své významné místo také přírodní park Česká Kanada, který je krajem lesů s drsným podnebím, vysokými vrchy, velkými rybníky a romantickými žulovými útvary.

Jižní Čechy jsou ideálním místem pro sportovní i rekreační rybáře. Tradice rybolovu a rybníkářství na jihu Čech je neodmyslitelnou součástí historie regionu přetrvávající až do dnešní doby. Vynikající podmínky pro rybolov skýtají četné vodní plochy jihočeských řek, rybníků či přehradních nádrží. Dlouhou tradici v jižních Čechách má i myslivost. V regionu se nachází mnoho lokalit vhodných pro komerční lovy a hony. K těm nejvýznamnějším patří Českobudějovicko, zvláště pak oblast Hlubocka, Třeboňsko, ale i Protivínsko a okolí Bosňan.⁽²⁴⁾

Kulturně-historický potenciál

Historické památky a kulturní atraktivity jsou významnou složkou jihočeského potenciálu cestovního ruchu. Pro návštěvníky jsou přitažlivá historicky významná města s rozsáhlými soubory památkových objektů – Český Krumlov, Jindřichův Hradec, Tábor, Písek, Prachatice, České Budějovice, Třeboň, Slavonice. Města Třeboň, Bechyně

a Vráž u Písku mají lázeňskou tradici. Historické jádro města Český Krumlov bylo zapsáno na seznam Světového kulturního a historického dědictví UNESCO, stejně tak jako Holašovice, malebná vesnice s unikátní podobou selských usedlostí z poloviny 19. století. Velmi navštěvované jsou jihočeské hrady a zámky, tvrze a zříceniny. Počet návštěvníků hradu a zámku v Českém Krumlově a zámku Hluboká nad Vltavou se pohybuje v řádu statisíců ročně, číslu 100 000 se blíží i zámky v Červené Lhotě a Jindřichově Hradci. Specifickým kulturním bohatstvím jsou lidové zvyky, slavnosti, tradice a řemesla a architektura. Zajímavá a atraktivní je i nabídka technických památek.⁽²¹⁾

Jižní Čechy nabízejí kulturní, sportovní či společenské akce, například Slavnosti pětilisté růže, Zlatou stezku, Husitské táborské slavnosti, Strakonický dudácký festival, Concertino Praga (Jindřichův Hradec), Pašijové hry (Hořice), Táborská setkání, Holašovické selské slavnosti – řemesla, zvyky, Písecké rýžování zlata.⁽²³⁾

4.2.2. Všeobecná infrastruktura cestovního ruchu

Region Jižní Čechy má strategickou polohu na dopravní ose sever – jih. Prochází jím důležité mezinárodní silnice, severojižní železniční koridor, evropské cyklistické a turistické stezky. Stávající silniční síť dostatečně zajišťuje základní dopravní dostupnost měst a obcí. Region však citelně postrádá dálniční napojení, které by měla přinést výstavba dálnice D3 a rychlostních komunikací R3 a R4.

Nejvíce využívaným dopravním spojením je osobní automobil. Region Jižní Čechy je dostupný po příjezdových silnicích **E55**: (Praha) – Benešov – Tábor – Soběslav - Veselí nad Lužnicí - České Budějovice – Kaplice - Dolní Dvořiště, **19**: (Plzeň) – Nezvěstice – Březnice – Milevsko – Tábor – Chýnov – Pelhřimov – Jihlava, **22**: Klatovy – Strakonice – Bosňany – České Budějovice, **23**: (Písek) – Týn nad Vltavou – Dráčov – Jindřichův Hradec – Kunžak – Strmilo – Telč, **33**: Tábor – Ratibořské Hory – Mladá Vožice – Načeradec, a po silnici **34**: České Budějovice – Třeboň – Jindřichův Hradec – Kamenice nad Lipou – Pelhřimov – Havlíčkův Brod.⁽¹⁾

Jižní Čechy jsou protkány hustou sítí autobusových linek, spoje zajíždí téměř do všech i nejmenších vísek a osad. Autobusové spojení zajišťují dopravci v rámci pravidelné linkové dopravy, ze vzdálenějších center spojení zajišťují pravidelné dálkové linky.

Region má železniční spojení tratí Plzeň – Strakonice – Čičenice – Dívčice – České Budějovice – České Velenice, Dívčice – Netolice, České Budějovice – Kaplice – Rybník – Horní Dvořiště, Čičenice – Bosňany – Prachatice – Volary, Tábor – Obrataň – Horní Cerkev, Veselí nad Lužnicí – Jindřichův Hradec – Horní Cerkev – Jihlava, Jindřichův Hradec – Obrataň, Jindřichův Hradec - Nová Bystřice, Praha – Tábor – Veselí nad Lužnicí – České Budějovice, Tábor – Bechyně, a tratí Veselý nad Lužnicí – Třeboň – České Velenice. Mezinárodní vlaková spojení vedou přes České Budějovice a důležitý železniční uzel ve Veselí nad Lužnicí.⁽¹⁾

4.2.3. Infrastruktura cestovního ruchu

V ubytovacích a stravovacích službách má region Jižní Čechy takovou nabídku, kterou uspokojuje nejen obyvatelé regionu, ale i návštěvníky. Jižní Čechy drží prvenství s největším počtem ubytovacích zařízení v zemi. V jižních Čechách, které jsou z hlediska rekreace a turistiky nejoblíbenějším regionem, je 1147 hotelů, penzionů a dalších ubytovacích budov s dvaceti tisíci pokoji a 59 202 lůžky.⁽²⁰⁾

V regionu se nacházejí také zařízení stravovací a to restaurace, bary, cukrárny, čajovny, hostince, kavárny, motoresty, pizzerie, vinárny, vinné sklípky a vinotéky.

Sportovně-rekreační zařízení jsou budována jako součást ubytovacích zařízení nebo jako součást vybavenosti cílových míst cestovního ruchu. Jedna skupina služeb sportovně-rekreačních zařízení má univerzální charakter, protože je možné poskytovat je nezávisle na přírodních podmínkách. Pro cestovní ruch je však významnější skupina služeb, jejichž poskytování je podmíněné přírodními podmínkami s ohledem na letní nebo zimní sezónu.⁽⁶⁾

V letní sezóně mohou jak obyvatelé jižních Čech, tak i návštěvníci, využít přírodní koupaliště, vodní turistiku, koupaliště nebo bazén, golfové hřiště, jízdu na koni, cyklostezky, pěší turistiku, balonové létání, horolezectví, in-line bruslení, motokáry, tenisová hřiště a mnoho dalších aktivit. V zimní sezóně jsou to například zimní stadion, kluziště, krytý plavecký stadion, lyžařské sjezdovky, lyžařský areál atd. Po celý rok jsou provozovány fitnesscentra, bowling, sauny, solária, sportovní haly.

Objekty kulturně-společenských služeb jsou kulturně-historické objekty, kulturní a osvětová zařízení a společenská a zábavní zařízení.⁽⁶⁾

V jižních Čechách, které jsou bohaté na kulturně-společenské zařízení, se nachází zámky, hrady, zříceniny, technické památky, skanzeny, divadla, galerie, kina, knihovny a jiné pozoruhodné památky, které stojí za návštěvu.

5. Analýza složek primární nabídky Hluboké nad Vltavou

Primární nabídka cestovního ruchu zahrnuje základní složky produktu „destinace cestovního ruchu“, a to přírodní, kulturně-historický a kulturně-společenský potenciál.⁽¹⁰⁾

5.1 Přírodní podmínky destinace

Přírodní potenciál destinace představuje soubor podmínek, které jsou významným činitelem a vnějším motivačním faktorem determinujícím účast na cestovním ruchu. Patří k rozhodujícím činitelům rozvoje cestovního ruchu v destinaci. V této souvislosti jde o geomorfologický, klimatický, hydrologický a biologický potenciál.⁽¹⁰⁾

Hlubocká krajina je výjimečně dochovaným příkladem postupné hospodářské a estetické kultivace krajiny, prováděné v okolí šlechtického sídla v průběhu několika století. Mnohá díla - především středověké rybníky, barokní bažantnice a obory, romantické úpravy krajiny a krajinářské parky – přetrvala dodnes.⁽¹⁶⁾

5.1.1. Klimatické podmínky

Z hlediska členění České republiky patří město Hluboká nad Vltavou do mírně teplé a mírně vlhké klimatické oblasti. Klimatická oblast mírně teplá se z hlediska teplot vyznačuje tím, že nejnižší teploty se pohybují v lednu mezi -3 °C až -4 °C. Naopak nejteplejším měsícem je zpravidla červenec, kdy dosahují průměrné teploty 16 °C až 17 °C. Podle základní charakteristiky této klimatické oblasti dále zjistíme, že se počet letních dnů pohybuje mezi 20 až 30, počet dnů s průměrnou teplotou 10 °C a více je 120 - 140 za rok a průměrný roční srážkový úhrn je 600 - 800 mm. Nejdeštivější měsíce jsou červen a červenec (zhruba 100 mm za měsíc), největší část těchto letních srážek spadne zpravidla v bouřkových lijácích. V zimních měsících se pohybují měsíční úhrny srážek kolem 30 mm. Slunce svítí v průměru 1500 hodin za rok. V červnu a červenci je to 180 až 200 hodin za měsíc, naopak v prosinci a lednu jen asi 30 - 40 hodin.

V letních měsících má město Hluboká velmi dobré podmínky pro sporty jako vodní turistika, koupání, cykloturistika a pěší turistika, golf apod. Zimní sporty nemají již tak dobré podmínky, zejména lyžování. Pro hokej, bruslení pro veřejnost, mateřské nebo základní školy je zde vybudován ve sportovním areálu zimní stadion s otevřenou ledovou plochou.

5.1.2. Hydrologické podmínky

Město Hluboká nad Vltavou leží na obou březích Vltavy, která je se 430,2 metry nejdelší a nejmohutnější českou řekou. Některé úseky na horním a dolním toku patří k oblíbeným vodáckým partiím. V okolí města lze nalézt po staletí cíleně utvářenou hospodářskou krajinu s rybníky - Munický, Bezdrev, Naděje, Poříčský, Zvolenov. Rybník Bezdrev o rozloze 420 hektarů se nachází necelé 2 kilometry od města Hluboká. Při délce okolo 7 kilometrů má velmi rozmanité okolí, převážně je však obklopen lesy a blaty. Dno Bezdrevu je písčité a v jeho východní části bylo zřízeno koupaliště. Na rybníce lze provozovat vodní sporty, například jachting, který se stal důležitým sportem s bohatou tradicí.⁽²⁾ Dále z turistického hlediska je zajímavý například Munický rybník v blízkosti zámečku Ohrada, na jehož hrázi se koná Hlubocký kross maratón.

5.1.3. Biologické podmínky

Hluboká se kromě malebného zámku vyznačuje starými a velmi pěknými dubovými alejemi. Tyto dubové aleje jsou na některých místech doplněny lípami, jasanami a jilmy. Tato stromořadí najdeme u jižního okraje města, u Munického rybníka a také u obce Opatovice. Menší dubové aleje je možné vidět také na jiných místech v okolí Hluboké. Aleje byly vysázeny většinou kolem cest, jejíž trasa vede přes kamenné mostky, četnou řádku potoků a stok, které slouží k přívodu vody pro okolní rybníky. Dubové aleje jsou charakteristickým znakem zdejší krajiny. Další přírodní zajímavostí města je zámecký park. Tento park je velmi rozlehlý a jeho severní okraj sahá až ke zdejšímu novogotickému zámku. Dnešní podoba parku je ze 40. let 19. století. V těsné blízkosti zámku je udržovaná zahrada s pravidelnými parterami, které vyplňují stromy a keře. Některé ze zdejších stromů dorostly do úctyhodných rozměrů a tím vzniká mylný

dojem o jejich stáří. Na okrasnou zahradu se napojuje přírodně krajinářský park, který roste na stráních kopce, na kterém byl postaven zámek. Krajinářský park je označován jako největší a nejkrásnější svého druhu u nás. V oblasti parku spolu rostou jak domácí stromy tak i bohatý výběr cizokrajných dřevin.⁽²⁶⁾

Původní rostlinná společenstva při rozsáhlých přírodních úpravách nezůstala zachována. Jedině květena vodní si zachovala svoji rozmanitost; v hojné míře se zde vyskytuje například jinde vzácná, zde však rybářům obtížná kotvice vzplývavá. Pestřejší je květena hajní na březích Vltavy v Nové oboře, kde z jara najdeme dřípatku, bleduli, petrklíč a ostatní naše běžné jarní květiny. Vyskytuje se zde i chráněný lýkovec a vzácný kapradina pérovník pštroší, a to podél potoka Libochové.⁽⁴⁾

Živočišstvo je na Hlubocku zastoupeno v hojné míře ptactvem vodním a brodivým, které nalézá v četných rybnících a rákosinách dostatek hnízdišť a potravy. Z lovné zvěře je zde poměrně málo zastoupen zajíc a koroptev, zato je hojný bažant. V oborách je chován jelen, daněk, srnčí, muflon a černá zvěř. Ze škodné zvěře vedle lišky a kuny se vyskytuje i jezevec.⁽⁴⁾

5.2. Kulturně-historický potenciál destinace

Kulturně-historický potenciál destinace tvoří uměle vytvořené, lokalizované složky produktu. Patří sem ty atraktivní cestovního ruchu, které svou hodnotou přitahují určitý okruh návštěvníků. V této souvislosti jde o hrady a zámky, muzea, skanzeny, rezervace lidové architektury, sakrální památky, městské památkové rezervace, národně-historické památky, zábavní a tematické parky.⁽¹⁰⁾

Z turistického hlediska je Hluboká nad Vltavou velice atraktivní, největším lákadlem pro návštěvníky je novogotický zámek Hluboká. Kromě toho se zde nacházejí další atraktivní cíle: lovecký zámek Ohrada, ZOO Ohrada, golfové hřiště, Knížecí dvůr a Alšova jihočeská galerie.

Hlavní dominantou města je **zámek Hluboká** (viz Příloha 3), který je zapsán v ústředním seznamu kulturních památek ČR. Zámek je považovaný za nejhezčí ukázkou romantické anglické novogotiky v českých zemích a přiléhá k němu rozsáhlý anglický park s řadou vzácných dřevin.

V místech dnešního zámku Hluboká nad Vltavou byl v polovině 13. století postaven královský hrad. K jeho známým majitelům patřil například Vilém

z Pernštejna, který na hlubockém panství založil rybníky a Adam z Hradce, který ve druhé polovině 16. století nechal přestavět starý středověký hrad na renesanční zámek. Po několika dalších majitelích se roku 1661 zámek dostal do vlastnictví šlechtického rodu Schwanzenberků, kteří soustavně doplňovali zámecké prostory cennými uměleckými předměty, které svázeli na Hlubokou i z ostatních svých sídel a panství.⁽³⁾

Zámek nabízí svým návštěvníkům tři prohlídkové okruhy.⁽³⁴⁾

Klasickou variantou pro ty, kteří na zámku ještě nikdy nebyli, je reprezentační okruh, který představuje jakousi ochutnávku z toho nejlepšího, co zámek nabízí. K zajímavým expozicím prvního okruhu patří ložnice kněžny Eleonory vyzdobená krásnými lustry, vitrážemi a delfskou fajáns. Opravdovým skvostem Hluboké je Ranní salón, v němž jsou umístěny nejvzácnější kusy nábytku. Byl navržen podle vzoru anglických ranních salónů a bylo z něj možno vejít na terasu, aby se panstvo mohlo potěšit ranním sluncem. Chloubou zámku je i kolekce vzácných tapisérií utkaných v Bruselu v první polovině 17. století, které jsou k vidění na stěnách velké jídelny. Největším zámeckým sálem je knihovna s kazetovým stropem, ve které se kromě dvanácti tisíců knih ve vyřezávaných policích nachází i obrovské glóbusy. Pánské návštěvníky zaujme pokoj mužských snů, kuřácký salón. Šlechtici zde hráli především vrhcáby, na které měli speciální hrací stoly. Kouřilo se před monumentálním krbem z bílé žuly.

Okruh zahrnující soukromé apartmány šlechticů nabízí prohlídka tzv. druhého okruhu. Například místnost U Adama Františka, ve které jsou ve vitrínách představeny luxusní palné zbraně z konce 16. století a počátku 17. století.

Zámecká kuchyně, která je k vidění při prohlídce třetího okruhu, se dělí na teplou a studenou kuchyni. Kromě sporáků a krbu technicky založení návštěvníci mohou obdivovat i důmyslné zařízení na otáčení rožňů. Mezi skutečné poklady studené kuchyně patří strojek na loupání jablek a brambor, nebo strojek na zmrzlinu.

Tabulka 1: Otevírací doba zámku Hluboká

duben	út - ne	9.00 – 17.30
květen	út - ne	9.00 – 18.00
červen	út - ne	9.00 – 17.00
červenec, srpen	denně	9.00 – 18.00
září, říjen	út - ne	9.00 – 17.30

Zdroj: www.zamekhluboka.cz

V bývalé neogotické zámecké jízdárně dnes sídlí **Alšova jihočeská galerie** (viz Příloha 3), která zahájila svoji činnost 1. ledna 1953 a do názvu dostala jméno jihočeského rodáka malíře Mikoláše Alše. Jedná se o jediné uměleckohistorické muzeum Jihočeského kraje, které patří do pětice největších institucí svého druhu v České republice. Její význam tvoří jak množství uměleckých předmětů (obrazů, soch, kreseb, grafických listů, keramiky a porcelánu), jichž spravuje na 20 000 kusů, tak složení a kvalita sbírek nevyčísitelné umělecké a historické hodnoty.⁽²⁷⁾

Ve svých sbírkách soustřeďuje Alšova jihočeská galerie především rozsáhlou a proslulou kolekci gotického umění z jižních Čech a Šumavy. Ta je doplněna díly českého a evropského umění 16. - 19. století, mezi nimiž je i pozoruhodný soubor nizozemské malby. Na sbírku starého umění navazuje jak kvalitou, tak rozsahem významná kolekce českého moderního a současného umění. Zahrnuje téměř všechny důležité osobnosti a názorové okruhy s určitým zdůrazněním fantaskní linie umělecké tvorby.⁽²⁹⁾

Pro návštěvníky Hluboké je muzeum otevřeno denně v měsících květen - září (9.00 – 18.00) a říjen - duben (9.00 – 11.30 a 12.30 – 16.00).

Nedaleko Hluboké se nachází **lovecký zámek Ohrada** (viz Příloha 3), který patří k nejrozsáhlejším barokním zámeckým stavbám v Čechách.

Zámek Ohrada byl postaven v letech 1708 - 1713 v barokním slohu podle projektu architekta P. I. Bayera pro knížete Schwarzenberka jako lovecký zámek, který měl sloužit k pořádání honů a honosných loveckých slavností.

Dnes je možno v prostorách muzea shlédnout bohatě malovaný hodovní sál s hodnotnou sbírkou historických loveckých zbraní, expozici o životě lesa, pěstování lesních porostů, vývoji těžby a dopravy dřeva, četné lovecké a myslivecké exponáty a unikátní trofeje jelenovitých. Prohlídku uzavírají expozice dokumentující vývoj rybářství a proslulého jihočeského rybníkářství.⁽²⁹⁾

Objekt zámku je obklopen rozlehlou oborou a v jeho těsném sousedství se nachází Munický rybník a malá zoologická zahrada.⁽¹¹⁾

Otevírací doba zámku v sezóně je pro přehlednost uvedena v Tabulce 2. Mimo sezónu (listopad – březen) je návštěva možná po předchozí telefonické domluvě (387 965 340).

Tabulka 2: Otevírací doba loveckého zámku Ohrada

duben, říjen	út – pá	9:00 – 14:00
	so – ne	9:00 – 15:30
květen, září	út – ne	9:00 – 16:30
červen – srpen	út – ne	9:00 – 17:30

Zdroj: www.hluboka.cz

ZOO Ohrada Hluboká nad Vltavou (viz Příloha 3) leží v těsné blízkosti města a zámku Hluboká nad Vltavou, vedle loveckého zámku. Rozlohou nejmenší česká ZOO patří také mezi nejstarší. Byla založena ze soukromé iniciativy Dr. Adolfa Schwarzenberga a jeho manželky v roce 1937 a pro veřejnost byla otevřena 1. května 1939. K vidění je zde přes 150 druhů živočichů a většina z nich patří k druhům žijícím v přírodě Evropy a mírného pásu Asie. Nechybí ani představitelé exotické zvěře. Mezi zajímavé expozice patří vodní ptáci a za pozornost určitě stojí chov vydry říční v prostorných prosklených bazénech.⁽³³⁾

ZOO Ohrada je pro veřejnost otevřena denně v měsících duben – červen (9.00 – 18.00), červenec – srpen (9.00 – 19.00), září – říjen (9.00 – 18.00) a v měsících listopad – březen (9.00 – 16.00).

Další kulturně-historickou zajímavostí je v Hluboké nad Vltavou novogotický farní **kostel sv. Jana Nepomuckého** (viz Příloha 3), postavený v letech 1845 - 1847 architektem Františkem Beerem. Kostel je vybaven novogotickým zařízením řezbáře J. Zeinera a obrazy od Rudolfa J. Millera, Gustava Vacka a Františka Čermáka.⁽³⁰⁾

Z města, které má i velmi zajímavé okolí, je možné dojet přes Chlumecko do staré plavecké osady Purkarec a odtud dojít pěšky po červené značce k půvabným zříceninám loveckého **Karlova Hrádku**. Založil jej a po sobě pojmenoval v polovině 14. století císař Karel IV., zřejmě již koncem 14. století byl opuštěn a změnil se ve zříceniny. Dochovalo se dosud vysoké zdivo obvodové hradby s průjezdem brány, obytných budov kolem nádvoří a kaple.⁽³⁾

K vidění je v Hluboké dále Kampanova díra (vytesaný otvor na levém břehu řeky ve skále a váže se k němu spousta pověstí), Pomník padlých, Pomník Závěše z Falkenštejna, Pomník sovětské armády. Za obdiv stojí i spousta kaplí a kapliček, například Kaple sv. Barbory, kaplička sv. Antonína Paduánského, kaple s obrazem Nejsvětější trojice a další.

Kulturně-společenské, sportovní a jiné akce patří k uměle vytvořeným, organizovaným složkám produktu. V této souvislosti jde především o analýzu veletrhů a výstav, kongresů a symposií, hudebních, folklorních a filmových festivalů, sportovních, náboženských a obchodních akcí.⁽¹⁰⁾

Hluboká nad Vltavou je město plné kultury – výstav, festivalů, sportovních akcí, kam se všichni návštěvníci rádi vrací.

Za rok 2007 se v Hluboké konalo několik hudebních festivalů s pestrou nabídkou různých žánrů od jazzu po klasickou hudbu. Každoročně město nabízí Slavnosti vína na zámecké vinici, Rybářské slavnosti a na Sv. Václava oslavilo 100 let od povýšení na město.

Dobrou tradicí v tomto turisticky hojně navštěvovaném městečku se stává rozsáhlý programový cyklus Divadelní léto, realizovaný v atraktivních prostorách zámeckého nádvoří. Za posledních deset let spolurealizovali například tyto hry: A. Jirásek: Lucerna, J. B. Thomas: Charleyova teta, A. Procházka: Vraždy a něžnosti, , Ray Cooney: Dvouplošník v hotelu Westminster, Marc Camoletti: Do pyžam.⁽³⁰⁾

Další kulturní možností je návštěva nejrůznějších expozic a výstav ve dvou významných galeriích. Galerie Knížecí dvůr, svým kvalitním galerijním plánem a pravidelně pořádanými vernisážemi, má ambice stát se vyhledávaným kulturním stánkem, přitahujícím pozornost uměnímilovné veřejnosti. Alšova jihočeská galerie nabízí stálé expozice (Gotické umění jižních Čech a Šumavy a Nizozemské malířství 16. - 18. století v Hluboké nad Vltavou), aktuální výstavy (Zbyněk Baran – Post retrospektiva, České umění 20. století II) a koncerty vážné hudby.

Hluboká byla proslavená významnou tradicí hlubockých dostihů pořádaných každoročně od roku 1972 na Podskalské louce. Na přelomu let 2001/2002 bylo závodíště upraveno na golfové hřiště. Dalším důležitým sportem je jachting (z Hluboké pochází dvanáctinásobný mistr republiky v jachtingu František Starý), který se koná na rybníku Bezdrev.

6. Analýza složek sekundární nabídky Hluboké nad Vltavou

Účastník cestovního ruchu přichází do vybrané destinace za účelem uspokojení svých potřeb a požadavků, za účelem splnění určité touhy, snu. Přichází za zážitkem, poznáním, oddechem. Sekundární nabídka cestovního ruchu představuje prostředky ke splnění uvedených tužeb a očekávání. Tvoří ji turistická supra a infrastruktura, všeobecná infrastruktura.⁽¹⁰⁾

Turistická suprastruktura, která zahrnuje ubytovací a hostinská zařízení, vytváří podmínky pro využívání primární nabídky cestovního ruchu a dlouhodobý pobyt návštěvníka v destinaci.⁽¹⁰⁾

Turistickou infrastrukturu tvoří tour operátoři, cestovní kanceláře a cestovní agentury, místní, regionální a národní informační kanceláře cestovního ruchu, směnárny, sportovně-rekreační zařízení, kulturně-společenská zařízení, rekreační doprava a záchraná služba.⁽¹⁰⁾

Všeobecná infrastruktura zahrnuje dopravu a dopravní dostupnost, půjčovny automobilů, obchodní síť a síť služeb, technické sítě, zásobování vodou, elektřinou, plynem, likvidaci odpadů.⁽¹⁰⁾

6.1. Ubytovací zařízení

Ubytovací služby poskytují veřejnosti přístupné ubytovací zařízení, která pracují na ziskovém principu nebo na neziskovém principu. Budují se obvykle spolu s pohostinskými odbytovými středisky nebo jako samostatné ubytovací zařízení. Kromě toho se využívají i možnosti ubytování v soukromí (chaty, rekreační chalupy, pokoje, prázdninové byty) nebo ubytovací prostředky (stany, autopřívěsy-karavany, obytná auta). Ubytovací zařízení poskytují hostům vedle služeb přechodného ubytování řadu dalších, doplňkových služeb.⁽⁶⁾

Hluboká nad Vltavou má širokou nabídku ubytování, nachází se zde sedm hotelů first class****, které svým zákazníkům nabízejí od jednolůžkových, přes dvojlůžkové pokoje až po apartmány. Vedle ubytování nabízí i doplňkové služby jako stravování, parkoviště, wellness centrum, fitness, sauny apod. Dále se ve městě nachází hotely tříd ekonomy** a standard***. Další kategorie ubytování je zajišťována prostřednictvím

penzionů s celkovou kapacitou 12 – 40 lůžek. Penziony většinou nabízejí ubytování v jednolůžkových, dvoulůžkových a čtyřlůžkových pokojích. Vedle uvedených možností ubytování je možné v Hluboké nalézt i ubytovny, ubytování v soukromí či kempy. Přes uvedený počet ubytovacích kapacit je zřejmé, že vzhledem k turistické atraktivitě prostředí je nabídka materiálně technického zařízení dostačující (viz Příloha 5).

6.2. Stravovací zařízení

Pohostinské zařízení nabízejí služby účastníkům cestovního ruchu nejen v cílovém místě, ale i během cestování. Během cestování se poskytují služby základního a doplňkového stravování v dopravních prostředcích nebo při silnicích. V cílových místech poskytují stravovací služby pohostinská zařízení, která se budují jako součást ubytovacích zařízení (hotelů, motelů, hotelů, penzionů) nebo jako samostatné objekty, které uspokojují potřeby místního obyvatelstva, jakož i účastníků cestovního ruchu.⁽⁶⁾

Pohostinská zařízení mohou být pevná nebo pohyblivá, případně z hlediska využívání celoroční nebo sezónní, přičemž sezónní hostinská zařízení poskytují hostinské služby maximálně devět měsíců v roce.⁽¹⁰⁾

Město Hluboká nad Vltavou nabízí široké spektrum pohostinských zařízení, v letní sezóně je zde otevřeno až 40 pohostinských zařízení, například restaurace, bary, pizzerie, kavárny, hostince a mnoho dalších.

Stravovací služby poskytují jak ubytovací zařízení, tak i samostatné objekty. Mezi nejnavštěvovanější pohostinská zařízení patří typická česká restaurace v centru města Švejk restaurant, v samém centru je také situována restaurace na Růžku, restaurace „Pánů z růže“ v hotelu Štekl, která nabízí mezinárodní i českou kuchyni a výběr českých i zahraničních vín, vyhlášená stylová restaurace s rybími a zvěřinovými specialitami Lovecká chata, rybí restaurace KA.PR*** a nově otevřená restaurace na okraji areálu ZOO restaurace ZOO. Dále se pak v Hluboké nad Vltavou nachází například restaurace Hubert, Cafe-restaurant Schneck, pizza Zámostí, vinárna Šatlava a mnoho dalších (viz Příloha 6).

6.3. Turistická infrastruktura

6.3.1. Tour operátoři/cestovní kanceláře a cestovní agentury

Tour operátoři/cestovní kanceláře zprostředkují služby jiných zařízení, organizují a zabezpečují služby návštěvníkům destinace, prodávají vybraný sortiment obchodního zboží.⁽¹⁰⁾

Podle publikace „Cestovní ruch“ cestovní kancelář hlavně nabízí, rezervuje a prodává vlastní zájezdy připravované jinými cestovními kancelářemi a další služby cestovního ruchu individuálním zájemcům a jiným cestovními kancelářím. Mezi další služby zákazníkům patří sjednání cestovního pojištění, obstarávání víz, směna deviz a šeků, prodej map a průvodců, prodej dopravních cenin, okružní jízdy a výlety, ubytovací a stravovací služby, zabezpečení vstupenek na kulturní a sportovní akce, přepravní služby, průvodcovské služby, informační služby pro turisty atd. Sortiment poskytovaných služeb závisí především na charakteru a na velikosti cestovní kanceláře.

V samotném městě Hluboká nad Vltavou není žádná cestovní kancelář, nachází se zde pouze pár cestovních agentur – cestovní agentura InterBohemia, s.r.o. a cestovní agentura Ing. Marie Králová.

Návštěvníci i místní obyvatelé města Hluboké nad Vltavou mají možnost navštívit cestovní kanceláře v blízkém okolí, například v Českých Budějovicích cestovní kancelář Čedok, Firo tour, Blue style, Bolero, Exim Tours, Alex, Alexandria a další.

Cestovní agentura InterBohemia, s.r.o., jejíž provozní doba je od pondělí až do pátku 7.30 – 16.00, je zaměřena na letní i zimní sezónu a specializuje se na pronájem rekreačních objektů v Česku - rekreační chaty, chalupy, domy, apartmány, penziony a vily s bazény.

Cestovní agentura Ing. Marie Králová je zaměřená na provozování incomingové turistiky, především v oblasti sportu a wellness.

6.3.2. Místní informační turistická centra

Informační kanceláře cestovního ruchu představují neodmyslitelnou součást destinace, přičemž rozsah jejich činností závisí na rozsahu působnosti. Často jsou první

zastávkou návštěvníka v destinaci a mohou v podstatné míře ovlivnit jeho rozhodování ohledně délky pobytu a výše útraty v destinaci.⁽¹⁰⁾

Základním úkolem informačních kanceláří cestovního ruchu ve vztahu k návštěvníkům, ale i k místním obyvatelům je poskytování informací o destinaci, rezervování ubytovacích služeb, poskytování služeb spojených s dopravou, zabezpečení vstupenek na různé akce, zabezpečení různých povolení, prodej map, pohlednic, průvodců, suvenýrů a dalšího doplňkového sortimentu apod.⁽¹⁰⁾

V centru města Hluboká nad Vltavou na Masarykově třídě bylo otevřeno v roce 2005 nové infocentrum Hluboká s bezbariérovým přístupem, jehož provozovatelem je firma Unions Turist Service, spol. s.r.o. Návštěvníkům i místním obyvatelům je otevřeno v měsících duben, květen, říjen denně 9.00 - 17.00, červen, září denně 9.00 - 18.00, červenec, srpen 9.00 - 19.00 a od listopadu do března 9.00 – 16.00.⁽²⁹⁾

Činnost informačního střediska je zaměřena zejména na poskytování informací příchozím návštěvníkům města Hluboká nad Vltavou a okolí.

Infocentrum města Hluboká nad Vltavou nabízí široký sortiment informačních materiálů, map, průvodců, pohledů a suvenýrů. Návštěvníkům jsou dále k dispozici informační letáky o městě Hluboká nad Vltavou v několika jazycích a výběr zajímavých publikací. V budoucnu bude k dispozici i internetový terminál. Mezi nabízené služby infocentra patří informace o turistických atraktivitách ve městě i v okolí, informace o aktuálních akcích v nejbližším okolí, prodej průvodců, map, suvenýrů atd., internet s možností využití tiskárny, směnárna, zprostředkovávání ubytování.

6.3.3. Sportovně-rekreační zařízení

Sportovně-rekreační zařízení umožňují návštěvníkům destinace vykonávat sportovně-rekreační aktivity. V této souvislosti jde především o rekreační plochy, rekreační dráhy, sportovní hřiště, zimní stadiony, bazény, ostatní sportovně-rekreační zařízení.⁽¹⁰⁾

Vedle historického, kulturního a přírodního potenciálu město Hluboká nad Vltavou disponuje také řadou sportovních nabídek, jež mohou návštěvníci města využít. V současné době dochází ve městě k rozvoji především nových sportů a volnočasových aktivit.

Zájemci o golfovou turistiku mají možnost využít místní golfový areál, který se nachází v jedinečném prostředí s výhledem na hlubocký zámek. Golfové hřiště v Hluboké nad Vltavou se rozprostírá na ploše 68 hektarů a zahrnuje 18 + 9 jamek a velký driving range. Driving range je v provozu od pondělí do pátku 9.00 – 17.00 a v sobotu a neděli 9.00 – 17.00. Green fee 18 jamkové hřiště stojí ve všedních dnech 750,- Kč, o víkendech 950,- Kč. Děti do dvanácti let mají 50 % slevu a mládež do osmnácti let slevu 30 %. Green fee 9 jamkové veřejné hřiště je od pondělí do pátku za cenu 250,- Kč a od soboty do neděle za 350,- Kč. Opět děti do dvanácti let mají slevu 50 %, mládež 30 %.⁽³⁰⁾

Aktivní sportovci mohou využít nabídku krytých i otevřených tenisových kurtů s polyuretanovými a antukovými povrchy nebo navštívit městské koupaliště v Podskalí se dvěma bazény, protiproudem, 66 metrů dlouhým tobogánem, skluzavkami a vířivkami. Pro sportovní vyžití je v areálu koupaliště beachvolejbalové hřiště s možností zapůjčení míče a sítě. Městské koupaliště je v provozu od června do září a to vždy od 10.00 do 19.00.⁽³⁰⁾ V zimní sezóně aktivní sportovci mohou využít nabídku zimního stadionu, jehož provozní doba je pro hokejové týmy od 8.00 do 2.00, veřejnosti je otevřen od listopadu do března v pátek 17.30 – 19.15, v sobotu 14.30 – 16.15 a v neděli 13.00 – 14.45. Jednotné vstupné za jednu bruslicí osobu je 25,- Kč, pronájem ledové plochy stojí 1200,- Kč a cena vstupného na hokejové zápasy se pohybuje kolem 20 - 30,- Kč. Na zimním stadionu probíhá pronájem ledové plochy pro místní a cizí hokejové oddíly, k sehrání utkání a tréninků. Dále je organizováno pětkrát v týdnu bruslení pro veřejnost, bruslení zdarma pro místní mateřskou školku a základní školu. Ledová plocha je maximálně využívána, někdy není možné uspokojit všechny zájemce.⁽²⁹⁾

V Hluboké také lze navštívit moderní bowling Aqua se čtyřmi dráhami Brunswick. Bowling nabízí bar, restauraci v budově, možnost využití bowlingové herny pro soukromé a firemní akce, bowlingovou ligu a pravidelné turnaje, rauty, oslavy, prezentace, velkoplošnou obrazovku a příjemné prostředí. Veškeré prostory jsou nově zrekonstruovány po povodních v roce 2002. Otevírací doba bowlingu je pondělí – čtvrtek 16.00 – 23.00, v pátek 16.00 – 24.00, v sobotu 14.00 – 24.00, v neděli je zavřeno. Po předchozí a včasné domluvě lze otevřít i mimo otevírací dobu.⁽²⁵⁾

Příznivci jezdeckví a koní mohou využít nabídky Jezdeckého centra Vondrov. Toto jezdecké sportovní centrum s novou jezdeckou halou, poskytuje veškerý servis spojený s jezdeckým sportem. Vedle pořádání jezdeckých kurzů obohacuje nabídku aktivit pořádáním řady jezdeckých akcí a soutěží.⁽³²⁾

Cyklisté a pěší turisté si na své přijdou díky nejrozsáhlejším cyklistickým trasám a stezkám v České republice. Z mnohých z nich lze doporučit například cyklostezku do Českých Budějovic či cyklostezku spojující Hlubokou s Municemi, které jsou postaveny v typicky jihočeském slohu (viz Příloha 7).⁽³⁰⁾

6.3.4. Kulturně-společenská zařízení

Kulturně-společenská zařízení v destinaci cestovního ruchu jsou důležitými složkami produktu a z hlediska návštěvníka mají obdobný úkol jako sportovně-rekreační zařízení. Patří sem především kina, divadla, muzea, knihovny, zábavní parky, diskotéky, herny apod.⁽¹⁰⁾

V Hluboké nad Vltavou bylo otevřeno v říjnu 1995 kulturní centrum Panorama (viz Příloha 3), jehož součástí je kino Panorama, ve kterém je možno vstupenky rezervovat telefonicky nebo zakoupit na místě v pracovní dny od 8.00 do 10.00, nebo jednu hodinu před začátkem představení. Kino je vybaveno nejmodernější zvukovou a osvětlovací technikou a zapojeno do sítě premiérových kin AB Barrandov, a.s. V kině se promítají filmy různých žánrů od našich i zahraničních filmařů. Hlavní sál, v němž se nachází 123 křesel, slouží i pro potřeby divadelních představení, koncertů a besed. V přísálí a vestibulu je vhodný prostor pro pořádání kulturních akcí. V kulturním centru Panorama realizují svá vystoupení také místní divadelní ochotníci. Interiéry kulturního centra lze využít k pořádání vernisáží, diskusních pořadů, cateringů a rautů, školení, prezentací, promítání vlastních nebo objednaných pořadů, divadla, koncertů. V prostorách je dále možnost provozovat nahrávací studio, filmový klub, školu orientálních tanců apod.⁽²⁹⁾

Mezi nejdůležitější muzea umění, hlavně pro svou unikátní sbírku gotického umění nevyčísitelné hodnoty, patří Alšova jihočeská galerie. Sídlí v zámecké neogotické jízdárně a kromě gotického umění vystavuje i zásadní díla moderny či cennou sbírku umění českého i světového mezi 16. a 19. stoletím, s důležitým zastoupením exponáty nizozemského malířství. Toto muzeum má otevřeno denně od května do září 9.00 – 18.00 a od října do dubna 9.00 – 11.30 a 12.30 – 16.00, ve dnech 24.12. a 31.12. je zavřeno.⁽²⁷⁾

Dále se ve městě nachází galerie Knížecí dvůr (viz Příloha 3), jejíž provozní doba je pondělí – pátek od 10.00 do 16.00, v sobotu a v neděli je zavřeno. Cílem pro nejbližší

období je umožnit nejširšímu okruhu zájemců a příznivců umění setkání s nejnovější tvorbou našich umělců jak pro zhlédnutí, tak pro možnost koupě všech vystavovaných děl. Do budoucna se předpokládá rozšíření do dalších galerijních činností, vytvoření vlastní stálé expozice, prodejní výstavy tématicky zaměřené, obchod s kvalitními uměleckými díly a sbírkami, aukce, zprostředkování koupě a prodeje apod.⁽³¹⁾

V obci Purkarec se nachází Vorařské muzeum, cca 10 kilometrů od Hluboké nad Vltavou. Síně obsahuje sbírku dobových předmětů, náradí a dokumentů a jsou zde instalovány informativní panely o spolcích Vltavan. Síně je dokladem práce a způsobu života vorařů a šífařů v povodí Vltavy.⁽³⁰⁾

Obyvatelé města mohou využít služeb městské knihovny Hluboká nad Vltavou. Výpůjční doba je ve dnech úterý a středa 9.00 – 11.30 a 12.30 – 16.00, čtvrtek 9.00 – 11.30 a 12.30 – 18.00. Registrační poplatek na jeden rok je 50,- Kč, pro děti, studenty a důchodce 20,- Kč.⁽²⁹⁾ Knihovna poskytuje služby jako absenční půjčování knih a časopisů, prezenční půjčování knih z fondu příruční knihovny, prezenční půjčování knih z fondu regionální knihovny, meziknihovní výpůjční služby, odborná pomoc při výběru naučné literatury a beletrie, internet, knihovnické besedy, katalogy knihovny.

Návštěvníci Hluboké nad Vltavou, ale i místní obyvatelé se mohou každý pátek a sobotu od 21.00 pobavit na místní diskotéce D.D.C., která se nachází na náměstí Československé armády. Diskotéka není určena jen mladým lidem, ale zavítat mohou i starší generace, protože se zaměřuje na hudbu různých žánrů. Zábavný program ve večerních hodinách s videoprojekcí o rozměrech 2 x 3 metry, oldies klipy, karaoke nabízí také video restaurace ROSA. Většinou třetí pátek v měsíci hraje živá kapela – tanec.

7. Analýza potřeb a požadavků návštěvníků destinace Hluboké nad Vltavou

Úspěšnost destinace cestovního ruchu na trhu závisí na schopnosti analyzovat chování a změny v potřebách a požadavcích jak současných, tak i potencionálních návštěvníků a na základě výsledků uvedené analýzy stimulovat, případně vytvářet poptávku po destinaci, jejich produktových řadách či jednotlivých komponentech produktu.⁽¹⁰⁾

Při analýze potřeb a požadavků návštěvníků je možné využít několika metod. Nejčastěji používané jsou čtyři kategorie a to, experimentální výzkum (testy k určení pravděpodobné reakce zákazníků na nové služby a výrobky), pozorovací výzkum (sledování a zaznamenávání chování zákazníků), průzkum (různé formy dotazování zákazníků) a simulační výzkum (simulování různých situací).⁽¹³⁾

7.1. Využití primárních a sekundárních informačních zdrojů

Sekundární informační zdroje představují zprávy o využívání ubytovacích kapacit, registrační karty hostů v ubytovacích zařízeních, statistické ročenky a dokumenty vlády, výroční zprávy podnikatelských subjektů, informace poskytnuté profesními a zájmovými sdruženími a svazy, studie a analýzy profesionálních agentur, interní banky dat, výzkumné úlohy a výsledky předcházejících výzkumů, informace v tisku, materiály konkurence apod. Nevýhodou uvedených zdrojů bývá jejich zastaralost, nespolehlivost, snížená možnost jejich aplikace. Výhodou je cena, relativně snadná dostupnost a okamžitá použitelnost.⁽¹⁰⁾

Sekundární zdroje pro bakalářskou práci byli získány studiem odborných publikací. Nastudována byla literatura týkající se cestovního ruchu – služby cestovního ruchu, destinace cestovního ruchu a marketing cestovního ruchu.

Primární informační zdroje se získávají pomocí kvalitních a kvantitativních metod. Výhodou primárních informačních zdrojů je jejich použitelnost, přesnost, spolehlivost a aktuálnost. Nevýhodou je cena a nemožnost okamžitého použití.⁽¹⁰⁾

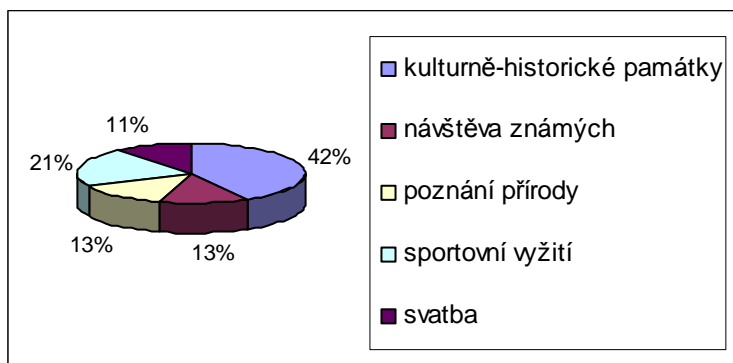
Primárním informačním zdrojem je dotazníkový průzkum.

7.2. Dotazníkový průzkum

Standardní dotazník je možné distribuovat návštěvníkům v ubytovacích a stravovacích zařízeních, v informační kanceláři cestovního ruchu a ve společensko-zábavních, respektive sportovních zařízeních.⁽¹⁰⁾

Marketingový průzkum na Hluboké byl proveden v období čtyř měsíců. Probíhal od června do září roku 2007. Dotazovaných respondentů bylo 127, z toho bylo osloveno 69 žen a 58 mužů. Celkem bylo dotazováno 15 otázek (viz Příloha 1), ne všichni respondenti využili možnosti odpovědět na všechny položené otázky. Nejvíce destinaci navštěvují lidé mladší ve věku do 30 let a 30 – 55 let, středoškolsky vzdělaní. Nejvíce respondentů přijíždí z Českých Budějovic, Českého Krumlova a z Prahy. Nejméně pak přijíždějí z Ústí nad Labem, Zlína, Mostu, a Prachatic.

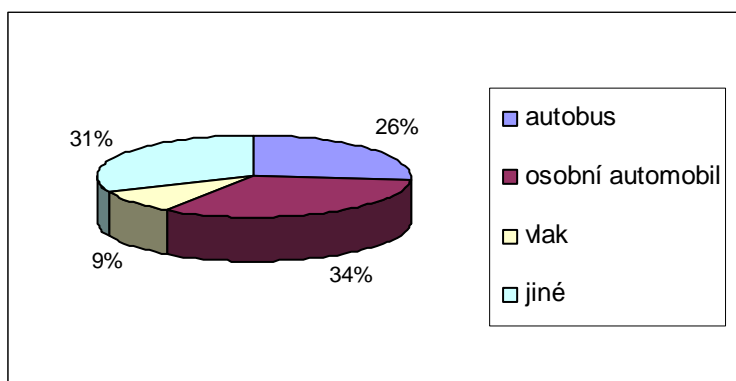
Graf 1: Účel návštěvy respondentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření.

Z dotazníků vyplynulo, že respondenti nejčastěji přijíždějí navštívit kulturně-historické památky (42 %), především zámek Hlubokou, který je hlavní dominantou města a je zapsán v ústředním seznamu kulturních památek. Další skupinu tvoří návštěvníci, kteří přijíždějí za sportovními činnostmi (21 %). V letní sezóně návštěvníci nejvíce využívají městské koupaliště, golfový areál, tenisové kurty a cyklostezky. Zimní sporty zde nemají tak dobré podmínky. Za poznáním přírody přijelo 13 % respondentů, kterým Hluboká nabízí například středověké rybníky, romantické úpravy krajiny a krajinářské parky. Dále 13 % dotázaných přijelo navštívit známé a 11 % za účelem svatby.

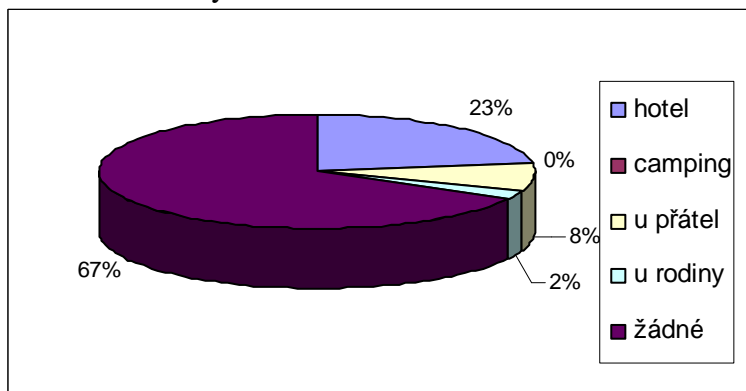
Graf 2: Druh dopravního prostředku



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření.

Z grafu je patrné, že převážná část respondentů přijela osobním automobilem (26 %), který patří mezi rychlé a pohodlné dopravní prostředky. Druhým nejpoužívanějším dopravním prostředkem je autobus. Autobusové spoje jsou na Hlubokou dostatečné, do města jezdí jak ČSAD, tak i městská hromadná doprava (linka 104). Vlákem přijelo 9 % respondentů, ostatními dopravními prostředky, jako je například kolo, přijelo 31 % respondentů, kteří využívali převážně cyklostezky.

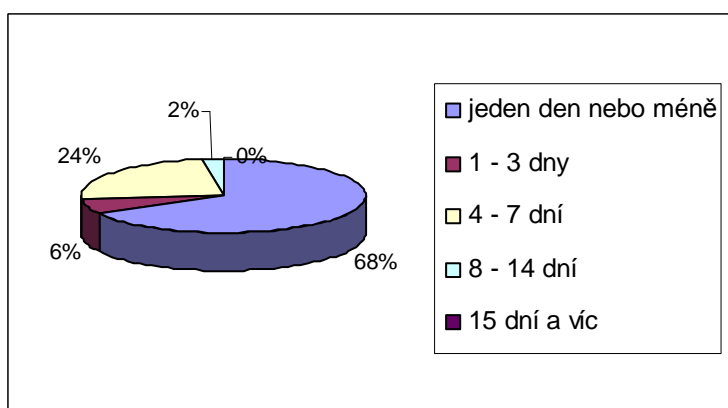
Graf 3: Druh ubytování



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření.

Nejvíce respondentů nevyužilo nabídky ubytování, protože městem buď projížděli nebo pocházeli z blízkého okolí, například z Českých Budějovic. Pokud se návštěvníci rozhodnou ubytovat, většinou vyhledávají ubytování v hotelu. Město Hluboká nad Vltavou má širokou nabídku ubytování, od tříd first class**** až po ekonomy**. U přátel se ubytovalo 8 % respondentů a u rodiny pak 2 %. Nejméně vyhledávanou kategorií ubytování je camping, kde nebyl ubytován nikdo.

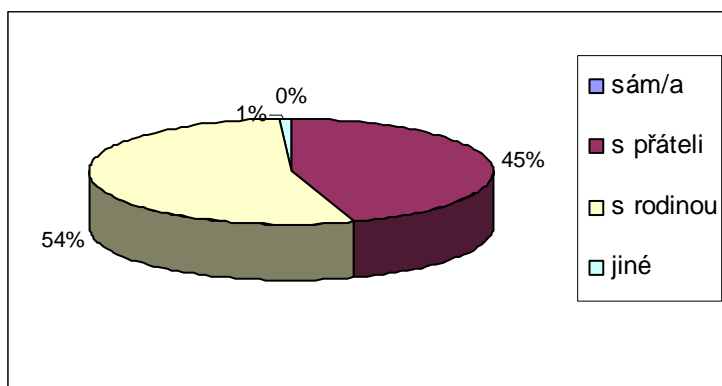
Graf 4: Délka pobytu respondentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření.

Většina respondentů jezdí na Hlubokou na jednodenní výlety za účelem návštěvy kulturně-historických památek (zámek Hluboká), dále za účelem sportovních aktivit nebo za poznáváním přírody. Jedná se o respondenty, kteří navštívili své známé nebo městem pouze projížděli. Po dobu 1 - 3 dny se zdrželo 6 % návštěvníků, jejichž cílem návštěvy byla rodinná oslava, svatba. 24 % respondentů uvedlo, že zůstanou 4 – 7 dní a 2 % respondentů uvedlo, že se zdrží 8 – 14 dní. Žádný z respondentů se nezdržel 15 a více dní.

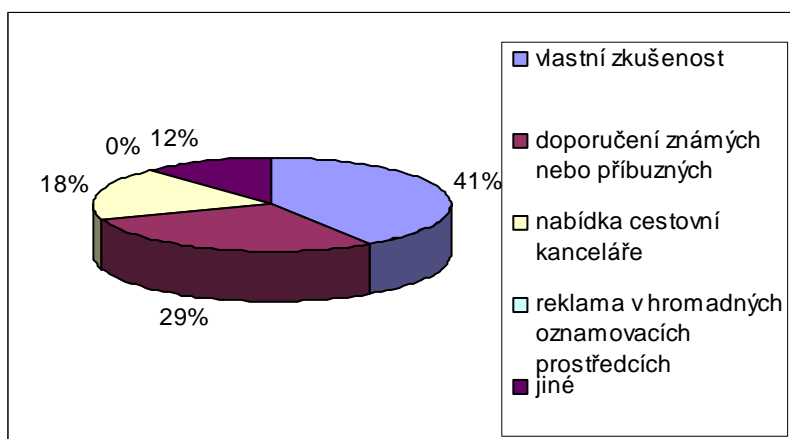
Graf 5: S kým byli respondenti v destinaci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření.

Do destinace zavítá 54 % respondentů s rodinou na tzv. rodinné výlety. Návštěvníci se věnují hlavně kulturně-historickým památkám. 45 % respondentů přijelo s přáteli za zábavou (kulturně-společenské a sportovní akce). Pouze jediný respondent zaškrtl odpověď jiné, který přijel se spolupracovníkem. Nikdo nepřišel sám.

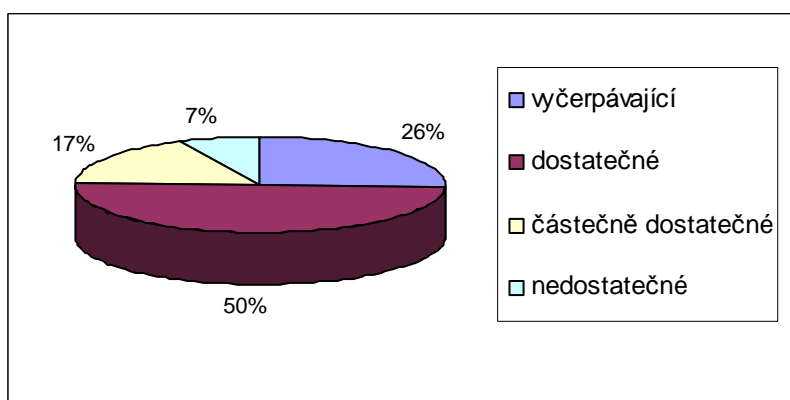
Graf 6: Na základě čeho se respondenti rozhodli navštívit destinaci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření.

Z grafu vyplývá, že 41 % respondentů navštívilo Hlubokou z vlastní zkušenosti. Tito respondenti destinaci navštěvují několikrát do roka, nebo ji navštívili alespoň jednou. Na doporučení známých nebo příbuzných přijelo do destinace 29 % respondentů, na základě nabídky cestovní kanceláře přijelo 18 % respondentů a 12 % respondentů se rozhodlo z jiného důvodu, například pracovní příležitost.

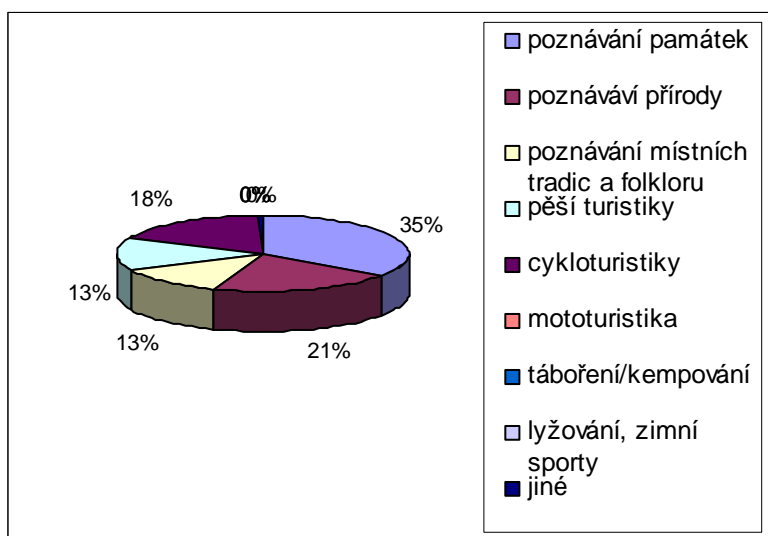
Graf 7: Informovanost respondentů o destinaci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření.

Informace návštěvníci mohou získat v informačním centru, na internetových stránkách nebo od svých příbuzných či známých. Respondenti nejčastěji uvedli, že o dané destinaci mají dostačující informace. 26 % respondentů získalo o Hluboké vyčerpávající informace. Částečně dostatečné informace mělo 17 % respondentů a 7 % respondentů nemělo o destinaci žádné informace. Pravděpodobně tyto respondenti nemají přístup na internet, ani se nesnažili získat informace jiným způsobem.

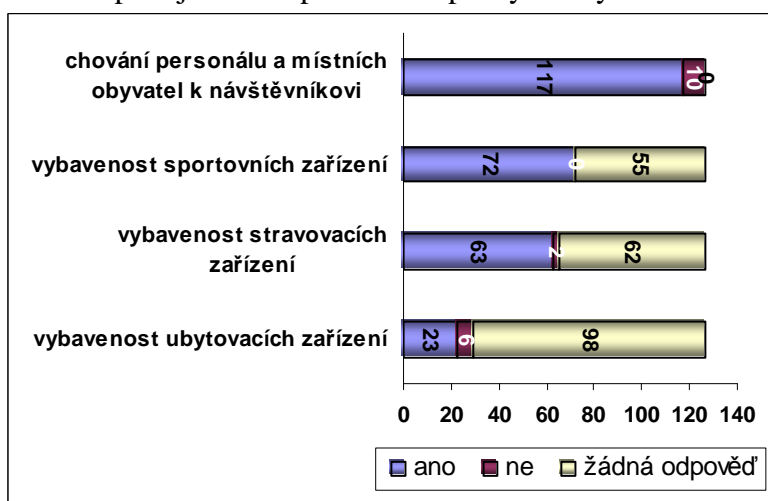
Graf 8: Příčina návštěvy respondentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření.

Respondenti, kteří přijeli do destinace, se věnují hlavně poznávání kulturně-historických památek. Největším lákadlem Hluboké je zámek Hluboká, za povšimnutí stojí také Alšova jihočeská galerie nebo lovecký zámek Ohrada. Dále se respondenti věnují přírodě, cykloturistice a pěší turistice. V destinaci se nachází hustá síť cyklostezek. Vůbec se nevěnují mototuristice, táboření a kempování, lyžování a zimním sportům, které zde nemají téměř žádné uplatnění.

Graf 9: Spokojenost respondentů s poskytovanými službami cestovního ruchu

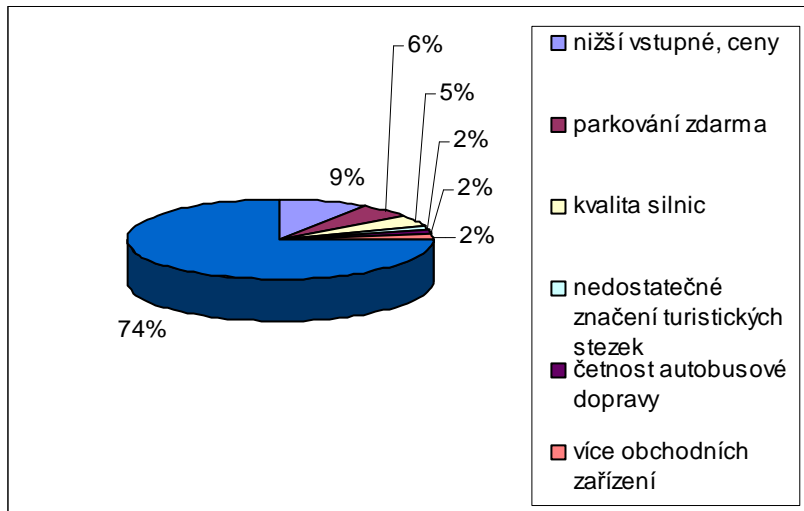


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření.

Všichni respondenti byli spokojeni s vybaveností sportovních zařízení, kterých destinace nabízí širokou škálu. V letní sezóně návštěvníci využívají městské koupaliště, golfové hřiště, tenisové kurty a sportovní areál, v zimní sezóně například zimní stadion.

Převážná většina respondentů je spokojena jak s chováním personálu a místních obyvatel k návštěvníkům, tak i s vybaveností stravovacích a ubytovacích zařízení, které se od sebe liší kvalitou poskytovaných služeb.

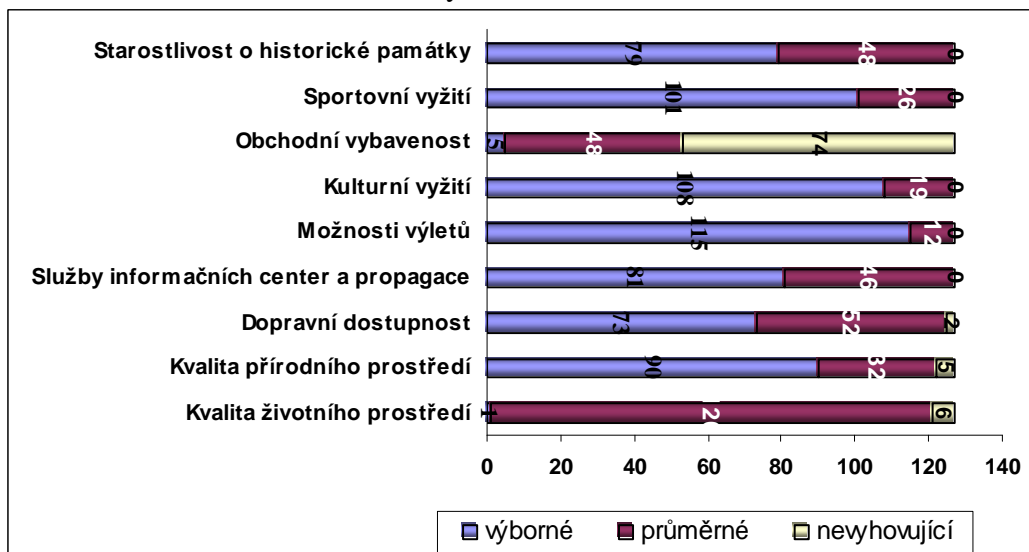
Graf 10: Co respondentům v destinaci chybí, popř. co by změnili



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření.

74 % respondentů uvedlo, že jim v destinaci nic nechybí a nic by neměnili. Ostatní respondenti si stěžovali na vysoké vstupné, které je však stejně vysoké jako u jiných kulturně-historických památek či sportovních zařízení v celých jižních Čechách. Dále se jim nelíbí placené parkoviště, špatná kvalita silnic, nedostatečné značení turistických stezek a nedostatek obchodních zařízení, například prodej suvenýrů.

Graf 11: Hodnocení úrovně nabídky cestovního ruchu v destinaci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření.

Respondenti, kteří destinaci navštívili, většinou ohodnotili nabídku jako výbornou a to především z hlediska sportovního vyžití, kulturního vyžití, kvality přírodního prostředí, dopravní dostupnosti, možnosti výletů a starostlivosti o historické památky. Jediné co respondentům v destinaci chybí, je dostatek obchodních zařízení, například prodej suvenýrů.

7.3. Motivace návštěvníků

Jeden z nejdůležitějších faktorů chování návštěvníků je z hlediska destinace motivace. Motiv je potřeba na určitém stupni naléhavosti, která vyvolává úsilí na její uspokojení.

Motivační faktory jsou takové faktory, které vedou lidi k potřebě rekreace nebo dovolené nebo k potřebě různých aktivit provozovaných ve volném čase. Motivační faktory lze rozdělit na řadu kategorií, například fyzické, emocionální, kulturní, postavení, osobní, osobní rozvoj. Je důležité si uvědomit, že různí zákazníci mohou mít různé motivační faktory pro koupi téhož produktu.⁽⁸⁾

Nejpoužívanější teorií, kterou je možné využít i v cestovním ruchu, je Maslowova teorie motivace, kterou se autor snažil vysvětlit naléhavost určitých potřeb pro různé lidi z hlediska časových období. Jednotlivé potřeby uspořádal podle významu a naléhavosti jejich uspokojení do pyramidy hierarchie potřeb, bázi které tvoří fyziologické potřeby, nad nimi v hierarchii stojí potřeby jistoty, pak sociální potřeby, potřeba uznání a potřeba seberealizace.⁽¹⁰⁾

Prostřednictvím účasti na cestovním ruchu se uspokojují tzv. vyšší potřeby. Z hlediska destinace cestovního ruchu to znamená, že pro úspěch na trhu dosáhne jen v případě, že bude nabízet dostatek možností na běžné uspokojování fyziologických potřeb návštěvníků a zároveň bude garantovat uspokojení potřeb jistoty.⁽¹⁰⁾

Nejvýznamnějším kulturním motivačním faktorem v destinaci Hluboké nad Vltavou jsou kulturně-historické atraktivity, zejména pak zámek Hluboká, Alšova jihočeská galerie, lovecký zámek Ohrada a galerie Knížecí dvůr. Řada památkových objektů nabízí příležitost ke klidné relaxaci, procházkám či posezení, případně k radosti z krásného výhledu.⁽⁹⁾ Ke kulturním motivačním faktorům lze zařadit také poznávání historie a gastronomii.

Například rodina s dvěma dětmi více či méně náhodně přicházející na hrad, s dominantním motivem „vyjít si ven a strávit příjemnou neděli, uniknout nudě“, bez zvláštního očekávání a jasného motivu, odchází více méně uspokojena: matka je nadšena krásným výhledem a zahradou, dítě natolik zaujme historický program, že podnítl jeho zájem o středověké dějiny, otec se utvrdí v přesvědčení, že takový způsob trávení neděle je „nuda“, ale je mile překvapen v restauraci pod hradem.⁽⁹⁾

Důležitá je také motivace fyzická, která zahrnuje přírodu a sportovní aktivity. V okolí města lze nalézt po staletí utvářenou hospodářskou krajinu s rybníky, stromořadím dubů, rozlehlými oborami a bažantnicemi. V Hluboké se nachází velké množství sportovně-rekreačních zařízení, například golfový areál, koupaliště s tobogánem, tenisové kurty, zimní stadion, sportovní areál. Další motivace je osobní, která se týká návštěvy přátel a příbuzných. S malou frekvencí jsou uváděny motivace jako mototuristika, táboření, kempování, zimní sporty.

7.4. Segmentace trhu cestovního ruchu

Segmentace trhu je jednou ze základních technik marketingu, která se v praxi používá k efektivnímu zaměření nabídky určitých zvolených výrobků a služeb na určité skupiny obyvatelstva.⁽⁸⁾ Tyto skupiny jsou obvykle nazývány tržními segmenty nebo cílovými trhy. Tržní segment představuje vymezenou skupinu z celkového trhu, jejíž členové mají něco společného a jimž jsou určeny specifické služby.⁽¹³⁾

Existuje jenom málo destinací, které vyhovují všem návštěvníkům. Na základě relativně homogenních znaků můžeme ze současné i potenciální návštěvníky rozdělit do skupin – segmentů. Segment trhu je možné charakterizovat jako skupinu současných nebo potenciálních návštěvníků, s některými společnými charakteristikami, které jsou významné z hlediska těchto skupin na stimulaci poptávky po určitém produktu.⁽¹⁰⁾

Výběr trhu cestovního ruchu a segmentace návštěvníků destinace na základě relativně homogenních potřeb a požadavků je nevyhnutelná u specializovaných, úzce zaměřených produktů cestovního ruchu jakými jsou například technické památky.⁽¹⁰⁾

Dalším krokem je výběr kritérií segmentace. Jedním z nejčastěji využívaných kritérií segmentace je demografické kritérium, které umožňuje návštěvníky přímým a velmi účinným způsobem klasifikovat na základě věku, rodinného stavu, pohlaví, počtu členů rodiny, životního cyklu rodiny apod. Podpůrným kritériem účel cesty účastníků

cestovního ruchu (individuálně cestující), sociálně-ekonomické kritérium (vzdělání, zaměstnání).⁽¹⁰⁾

Výběr cílového segmentu trhu pro zkoumaný produkt si vyžaduje selektivní segmentaci, tj. výběr některých segmentů vybraného trhu. Tento způsob segmentace umožňuje zamířit nabídku na cílový segment bez většího rizika při využití silných stránek. Pro každý cílový segment se vypracovává specifický marketingový mix.⁽¹⁰⁾

7.4.1. Kritéria segmentace

V praxi se často využívá segmentace na základě kritérií chování návštěvníků. Návštěvník v průběhu návštěvy destinace cestovního ruchu hledá zážitky, zkušenosti, dobrodružství, historii, tradice, únik z každodenního stereotypu apod. Aktivitu, které může za účelem uspokojení svých potřeb a požadavků vykonat, podmínky, které destinace pro to vytváří, jakož i konkrétní užitek z pobytu v destinaci jsou příčinou, proč návštěvník upřednostní určitou destinaci před jinou.⁽¹⁰⁾

Každý segment hledá něco jiného – jiné výhody a užitek. Lze však konstatovat, že většina segmentů hledá hodnotu za peníze, široký výběr aktivit, přátelský přístup místních obyvatel a kvalitní služby.⁽¹⁰⁾

Z marketingového průzkumu vychází, že na Hlubocko přijíždí hlavně turisté z České republiky, nejvíce z regionu České Budějovice, Český Krumlov a Praha. Destinaci navštěvují spíše mladší lidé a rodiny s dětmi, ve věku do 30 let, středoškolsky vzdělaní.

Převážná většina návštěvníků přijíždí na jednodenní výlety, pouhých 32 % turistů v destinaci přenocuje. 82 % turistů přichází samostatně, tedy nikoli v rámci organizovaného zájezdu, přičemž podstatná část měla předem dostačující informace o destinaci.

7.4.2. Výběr cílového segmentu trhu

Rozhodnutí o výběru cílového segmentu je jedním z nejdůležitějších marketingových rozhodnutí, na němž závisí výběr strategie destinace trhu.

Vybrané segmenty trhu je třeba zkoumat především z hlediska měřitelnosti, tj. možnosti zjistit počet návštěvníků v segmentu, přístupnosti, tj. možnosti dosáhnou

vybraného segmentu prostředky komunikace a distribuční sítě, vydatnosti, tj. existence dostatečného počtu návštěvníků v segmentu, kteří ocení nabídku destinace, obranyschopnosti, tj. jedinečnosti segmentu z hlediska nabídky a schopnosti obrany před nabídkou konkurence, stability, tj. stálosti specifických charakteristik segmentu, na základě kterých se odlišuje od jiných segmentů, konkurenční schopnosti, tj. schopnosti destinace nabídnout každému vybranému segmentu jedinečný produkt, výhodnosti, tj. způsobilosti destinace nabídnout každému vybranému segmentu optimální marketingový mix, prodejního potenciálu, tj. schopnosti vybraného segmentu nabízený produkt jak v současnosti, tak i v budoucnu spotřebovat, nákladnosti, tj. výšky nákladů potřebných k rozvoji produktu, který bude atraktivní pro vybraný segment, schopnosti poskytovat služby včas, tj. schopnosti vytvořit, propagovat, prodávat a uspokojivě poskytovat služby segmentu, pro který je uvedený produkt atraktivní.⁽¹⁰⁾

Mezi návštěvníky Hluboké nad Vltavou je možné rozlišit tyto základní segmenty: mladí turisté do 30 let, rodiny s dětmi, „experti a fandové“⁽⁹⁾ a starší turisté od 55 let.

Segment mladí lidé nebo páry do 30 let, mezi nimi bylo též nejvíce turistů, v Hluboké nad Vltavou věnují svůj čas poznání kulturně-historických památek. Jejich hlavním cílem je zámek Hluboká. Dále se věnují sportovním aktivitám, ke kterým patří návštěva městského koupaliště, nebo využívají hustou síť cyklostezek pro cykloturistiku nebo pěší turistiku. Jejich cílem jsou i kulturně-společenské a sportovní akce, například hudební festivaly, jachting, motokros a jiné sportovní události.

Dalším cílovým segmentem jsou rodiny s dětmi, kteří podle marketingového průzkumu přijíždějí do destinace za poznáním kulturně-historických památek. Nejvíce směřují na zámek Hlubokou a do ZOO Ohrady, přitom se věnují přírodním krásám destinace (procházky kolem Munického rybníka). Dále přijíždí za sportovními aktivitami – koupaliště s tobogánem a dětským bazénem.

Segment „experti a fandové“ znají v destinaci každý detail a zpravidla ji navštěvují individuálně několikrát do roka. Do destinace nejezdí za památkami, ale za sportovními aktivitami a za kulturně-společenskými akcemi. Jedná se například o členy golfového klubu, o členy organizací apod.

Nejméně Hlubokou navštěvují lidé starší ve věku 55 let a více. Preferují jiné formy trávení volného času, ale za určitých okolností jsou ochotni navštívit památkový objekt (zámek Hluboká, lovecký zámek Ohrada), výstavu v Alšově jihočeské galerii nebo se věnují pěší turistice.

8. Vyhodnocení analýzy nabídky destinace Hluboké nad Vltavou

Silné stránky představují výhody destinace oproti konkurenci na trhu cestovního ruchu. Mohou jimi být například bohatost nabídky, přírodní prostředí, dlouhá historie, péče o návštěvníky, dobrá dopravní dostupnost apod. Analýza a následné využití silných stránek je předpokladem úspěchu nabídky destinace na trhu cestovního ruchu.⁽¹⁰⁾

Hluboká nad Vltavou je proslulá zejména svým krásným, v noci osvětleným zámkem postaveným ve stylu windsorské novogotiky. Turisté mohou navštívit i jiné kulturně-historické památky, například Alšovu jihočeskou galerii, lovecký zámeček Ohrada, jedinou jihočeskou zoologickou zahradu a jiné. Na Hluboké se návštěvníci mohou zúčastnit i kulturně-společenských akcí, například Divadelní léto Hluboké nad Vltavou, Hudební léto na zámku Hluboká, festival art filmů, expozice Alšovi jihočeské galerie, vernisáže, které se konají v galerii Knížecí Dvůr apod.

Samotné město je obklopeno malebnou jihočeskou krajinou s desítkami rybníků (Bezdrév) a bohatými lesy se zámeckými oborami a statky (Vondrov). Příznivé počasí je vhodné k pořádání pěších túr po blízkém okolí, v místních lesích naleznou ráj zejména sběrači hub. Pro milovníky cyklistiky je zde k dispozici desetikilometrová cyklistická stezka do Českých Budějovic. V okolí je hustá síť značených cyklotras. Návštěvníci se mohou věnovat sportovnímu rybolovu a pro finančně zdatné návštěvníky je v těsném sousedství města 3000 hektarů obor s nabídkou poplatkových lovů zvěře – jelení, dančí, mufloní, srnčí a černé.

Hluboká nad Vltavou nabízí návštěvníkům i místním obyvatelům golfové hřiště, koupaliště v podskalí s tobogánem, kryté i otevřené tenisové kurty, zimní stadion, sportovní areál, ve kterém se nachází areál TJ Sokol Hluboká nad Vltavou s baseballovým a víceúčelovým hřištěm, dětským areálem (včetně petangue a stolního tenisu), dvě travnatá fotbalová hřiště, dvě volejbalová hřiště, minigolf a letní beachvolejbalové hřiště v baseballovém areálu.⁽³⁰⁾

Město disponuje dostatečným množstvím ubytovacích a stravovacích zařízení, které se však od sebe liší kvalitou poskytovaných služeb. Pokud turista vyhledává kvalitnější ubytování, nalezne ho v hotelech Štekl, Parkhotel Hluboká, Aparthotel, které nabízí nadstandardní ubytování v porovnání s jinými hotely, například hotel Bakalář.

Mezi silné stránky Hluboké také patří relativně významná historie města, kulturní centrum Panorama jako centrum kulturního dění ve města, Hněvkovická přehradní nádrž a řeka Vltava a blízkost Českých Budějovic.⁽²⁹⁾

Slabé stránky destinace cestovního ruchu představují naopak nevýhody oproti konkurenci na trhu. Je třeba je co nejdříve odhalit, snížit jejich vliv na minimum, případně je celkem odstranit. Sdružení cestovního ruchu může, na základě analýzy, identifikovat jako slabou stránku například cenu produktu, neznalost cizích jazyků, klimatické podmínky, vztah místních obyvatel k návštěvníkům destinace a další.⁽¹⁰⁾

Trvale udržitelné formy cestovního ruchu jsou trendem, který ještě nedoznal v Hluboké nad Vltavou svého vrcholu. Měl by být brán zřetel především na takové formy cestovního ruchu, které mají pozitivní environmentální aspekt – například venkovská turistika (agroturistika, hipoturistika) či cykloturistika. S těmito aktivitami souvisí oblast tradičních aktivit v oblasti cestovního ruchu, kde město Hluboká nad Vltavou disponuje komparativní výhodou především v oblasti myslivosti či rybníkářství.⁽²⁵⁾

Zásadní problematikou je délka pobytu návštěvníků ve městě a koncentrace turistiky pouze do letních měsíců. V této souvislosti je potřeba podporovat takové produkty cestovního ruchu, které tento stav pomohou modifikovat do přijatelné podoby. Rovněž cílený marketing a propagace jsou nástroji, kterými lze významně podněcovat poptávku po produktech cestovního ruchu mimo hlavní sezónu.

Na Hlubocku nejsou díky rovinatému tvaru reliéfu a klimatickým podmínkám vhodné podmínky k provozování zimních sportů, zejména lyžování. Je zde vybudován pouze zimní stadion s otevřenou ledovou plochou.

K slabým stránkám dále patří chybějící koncepce správy turistického informačního střediska, nedostatečná propagace nabídky města, město ne zcela reprezentující trasa turistů z centrálního parkoviště na státní zámek, internetová stránka města – aktualizace údajů, nedokončení městského informačního systému.⁽²⁹⁾

V dotazníkovém šetření si někteří respondenti stěžovali na vyšší vstupného do kulturně-historických objektů. Tyto ceny se však neliší od cen v ostatních pamětihodnostech v turistickém regionu Jižní Čechy. Dále si respondenti, hlavně mladí lidé, stěžovali na placené parkoviště a špatnou kvalitu silnic.

9. Analýza přínosů a dopadů cestovního ruchu na destinaci

Management destinace je strategie a cesta pro silné regiony, které mají odvalu ke koncentraci sil pro společný rozvoj, organizaci a aktivní prodej svých klíčových konkurenčních výhod. Touto cestou vznikají destinace, nabízející klientovi perfektně zorganizovaný řetězec služeb odpovídající jeho volbě, který zahrnuje celý proces od informace a pohodlnou rezervaci přes bezchybný průběh pobytu až po návrat domů.⁽¹⁵⁾

Při kvalitním managementu je cestovní ruch přínosem pro destinaci především v oblasti kvality životního prostředí, sociálně-kulturní a ekonomické oblasti.⁽¹⁰⁾

Úloha managementu destinace je o to důležitější, že rozvoj cestovního ruchu má obvykle nejen pozitivní, ale i negativní dopady na destinaci. Jde především o vliv na životní prostředí, ekonomiku a sociálně-kulturní oblast destinace.⁽¹⁰⁾

Negativním jevům, procházejícím rozvoj cestovního ruchu v destinaci, lze předejít aplikací strategie dlouhodobě udržitelného rozvoje. V této souvislosti je nutné definovat únosné zatížení destinace, které by mělo být odvozováno na základě více hledisek.⁽¹⁰⁾

Pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci je důležitým ukazatelem ukazatel fyzicky únosné kapacity, který určuje maximální množství osob, které může destinace pojmout, aniž by došlo k její fyzické destrukci. Ekologicky únosnou kapacitou rozumíme maximální úroveň dlouhodobě chápané zátěže cestovního ruchu, se kterou se destinace vyrovná bez trvalých následků. Socio-kulturně únosná kapacita označuje tu hranici rozvoje cestovního ruchu, při jejímž překročení způsobují aktivity cestovního ruchu v místní komunitě nerovné změny. Psychologicky únosnou kapacitu tvoří subjektivní ukazatele maximálního stupně rozvoje cestovního ruchu, který ještě umožňuje využívat v destinaci očekávané aktivity. V této souvislosti je třeba, kromě uvedených ukazatelů, zkoumat i úroveň sezónnosti a úroveň místní enviromentálně vhodné technologie.⁽¹⁰⁾

9.1. Oblast ochrany životního prostředí

V oblasti životního prostředí se cestovní ruch stává pro destinaci přínosem, když daně a poplatky (například daně z příjmů, poplatky za rybářský a lovecký lístek, pronájem rekreačních zařízení apod.) pomáhají financovat ochranu přírodních zdrojů, přispívá k uznání důležitosti ochrany životního prostředí veřejností a k výchově

místních obyvatel k jeho ochraně, důsledkem atraktivity přírodního prostředí a přírodních zdrojů pro cestovní ruch je vytvoření národních parků, přírodních rezervací apod., vytváří pracovní příležitosti a tím může zabránit devastování přírodního prostředí místními obyvateli (například pytláčení, ilegální kácení lesů apod.).⁽¹⁰⁾

Negativní dopad cestovního ruchu na životní prostředí se projevuje především v případě, kdy počet návštěvníků destinace překročí míru únosnosti a životní prostředí ztratí schopnost vypořádat se s nadměrným využíváním bez znatelných změn, což může vést nejen k jeho oslabení, ale i k jeho zničení. Nejmarkantněji se v této souvislosti projevuje neúměrné využívání přírodních zdrojů, znečišťování přírodního prostředí či fyzické znečišťování, a to zamoření ovzduší, půdy a vody především zplodinami vznikajícími v letecké a silniční dopravě, oleji, chemikáliemi, kaly, a odpady, hluk – nejen letadla a automobily, ale i rekreační dopravní prostředky jakými jsou vodní skútry apod., vznik lesních požárů, estetické znečištění přírodního prostředí, vymírání živočišných druhů, vymírání rostlinných druhů, stavební aktivity a rozvoj infrastruktury, které mají dopad na krajinu a nejen svou lokalizací, ale i spotřebou surovin, produkcí hluku, zplodin apod.⁽¹⁰⁾

9.2. Sociálně-kulturní oblast

Pozitivní působení cestovního ruchu v sociálně-kulturní oblasti se v destinaci projevuje vytvářením pracovních míst a podporou sociálního rozvoje, přerozdělením příjmů, zmírňováním chudoby, což má za následek posilování komunity v destinaci, prostřednictvím kulturně-výchovné funkce cestovního ruchu, kdy se lidé kontaktují a vnitřně se navzájem obohacují, více si rozumějí a ztrácejí předsudky, prostřednictvím funkce cestovního ruchu jako mírotvorného činitele, zvyšováním životního standardu místních obyvatel, kdy mohou využívat zařízení vybudovaná pro návštěvníky destinace, prostřednictvím záchrany kulturních tradic, historie, tradičních řemesel apod., zainteresováním místních obyvatel na ochraně přírodních a kulturních hodnot, stimulací jejich pocitu hrdosti na tradice a historii.⁽¹⁰⁾

Negativní dopad cestovního ruchu na destinace v sociálně-kulturní oblasti se projeví v případě, kdy se změní systém hodnot a chování místních obyvatel, čímž je ohrožen původní způsob života. Změny často nastávají i ve struktuře komunity, rodinných vztazích, v tradičním životním stylu a morálce. Cestovní ruch může způsobit

změny v místní lokalitě a hodnotách prostřednictvím přímého a nepřímého kontaktu návštěvníků s obyvateli destinace a interakce s průmyslem cestovního ruchu. Negativními dopady jsou komercializace – místní tradice se stanou jednou z komodit prodeje návštěvníkům (například festivaly se zredukují na míru prezentovanou návštěvníkům), standardizace – destinace riskují standardizací sekundární nabídky cestovního ruchu, protože není mnoho návštěvníků, kteří skutečně chtějí zkusit úplně nové věci (návštěvníci často hledají známá zařízení v neznámém prostředí), sociální stres – konflikt mezi rozvojem cestovního ruchu a místními obyvateli v souvislosti s využíváním zdrojů, zvyšováním nákladů, s nemožností využívat přírodní zdroje, nerespektování etických norem – s růstem urbanizace a rozvojem cestovního ruchu roste i kriminalita.⁽¹⁰⁾

9.3. Ekonomická oblast

V ekonomické oblasti je pozitivní vliv cestovního ruchu na destinaci markantní především ve zlepšení platební bilance státu prostřednictvím aktivního cestovního ruchu, prostřednictvím daní a poplatků, které zvyšují příjmy do místních i do státního rozpočtu, v oblasti podpory rozvoje malého a středního podnikání, ve zvyšování zaměstnanosti a v oblasti stimulování investic do místní infrastruktury.⁽¹⁰⁾

Negativní ekonomické dopady rozvoje cestovního ruchu se v destinaci projevují prostřednictvím skrytých nákladů, které vznikají jako následek rozvoje cestovního ruchu, a to na infrastrukturu, v důsledku růstu cen služeb, zboží a nemovitostí, v důsledku odlivu kapitálu, ekonomické závislosti lokální komunity na cestovním ruchu, sezónního charakteru práce a tím přináší finanční nejistotu místním obyvatelům apod.⁽¹⁰⁾

10. Závěr

Cílem bakalářské práce bylo analyzovat složky primární a sekundární nabídky cestovního ruchu v zázemí Hluboké nad Vltavou, analyzovat potřeby a požadavky návštěvníků v destinaci a vyhodnotit přínosy a dopady cestovního ruchu v řešeném území.

Z hlediska cestovního ruchu je Hluboká nad Vltavou velice atraktivní. Největším potenciálem nabídky cestovního ruchu jsou zejména kulturně-historické atraktivity. Hlavní dominantou města je bezpochyby zámek Hluboká, který ročně navštíví statisíce turistů. V jeho stínu se v destinaci nachází další zajímavá místa, především Alšova jihočeská galerie, která se pyšní jedinečnou expozicí českého středověkého umění, výstavou holandského malířství 17. století a velmi atraktivním souborem děl ze století dvacátého. Dalším zajímavým místem je lovecký zámek Ohrada nebo ZOO Ohrada.

Důležitou funkci zde plní také přírodní atraktivity. V okolí města lze nalézt po staletí cíleně utvářenou hospodářskou krajinu s rybníky (Munický, Bezdrev, Naděje, Poříčský, Zvolenov), stromořadím staletých dubů, rozlehlými oborami a bažantnicemi. Destinace je těsně spjata s loveckou, mysliveckou a rybářskou tradicí. Rovinatá krajina v sobě skrývá nepřeberné množství cyklistických a turistických tras. Z toho vyplývá, že město Hluboká nad Vltavou, vedle historického, kulturního a přírodního potenciálu, disponuje také řadou sportovních nabídek, jež mohou návštěvníci města využít. K sportovním aktivitám v destinaci patří například cykloturistika, pěší turistika, koupání, golf, jezdeckví, tenis, volejbal a další.

V této destinaci je kapacita ubytovacích zařízení dostatečná, značně se však od sebe jednotlivá zařízení liší kvalitou poskytovaných služeb. Turisté mají možnost ubytovat se v hotelech, pensíoněch, kempech, ubytovnách a ubytování v soukromí. Stravovacích zařízení je zde dostatek, během letní sezóny je otevřeno až 40 pohostinských zařízení, například restaurace, bary, pizzerie, kavárny, hostince.

Provedený průzkum ukázal, že přínosem pro cestovní ruch v destinaci by bylo zlepšení a zkvalitnění všeobecné infrastruktury, především zlepšení místních komunikací. Dále by měl být brán zřetel na nové formy cestovního ruchu, které mají pozitivní environmentální aspekt – například venkovská turistika (agroturistika) či cykloturistika.

Hlubocko má velký potenciál pro další rozvoj cestovního ruchu. Již po mnoho let je vyhledávanou destinací pro letní rekreaci a pro poznání kulturně-historických památek. Je to místo vhodné pro lidi, kteří jsou unaveni dnešním hektickým stylem života a potřebují odpočinek v klidném prostředí.

11. Summary

The aim of this work was to study the components of primary and secondary possibilities for travel in the Hluboka nad Vltavou area, to analyze the needs and requirements of visitors to this destination and to evaluate the contributions and impacts of the travel industry in the area under study.

Hluboka nad Vltavou is very attractive as a travel destination and has great potential for further development because of its cultural and historical attractions. Hluboka castle dominates the town and this castle is visited by hundreds of thousands of tourists each year. There are however many other interesting places in the shadow of the castle, above all the Ales South Bohemian Gallery with a unique exhibition of the Art of the Czech Middle Ages, Dutch Paintings of the 17th century and a very attractive collection of 20th century works. The hunting castle Ohrada and the Zoo Ohrada are also interesting places to visit.

The natural attractions of the area are also very important. In the area surrounding the town can be found agricultural activities started hundreds of years ago: fish farming ponds at Municky, Bezdrev, Nadeje, Poricky, Zvolenov, avenues of hundreds of years' old oaks, and extensive deer and pheasant parks ideal for tourists interested in hunting and fishing. In this flat country there are many hidden cycling and tourists routes. Hluboka nad Vltavou town offers a wide range of sports activities for the use of visitors; walking, swimming, golf, horse riding, tennis, volleyball and others.

There is plentiful and varied accommodation. Tourists can be accommodated in hotels, pensions, camps, temporary housings and in private houses also, and there are many places providing meals; restaurants, bars, pizzas, coffeehouses and pubs.

As a result of this investigation we know that travel to this destination would be improved as a result of a higher quality universal infrastructure, and above all improved local communications. Further, new forms of travelling could be introduced with a positive environmental aspect – for example country and cycling tourism.

The Hluboka country is looking forward to new opportunities for tourism. In previous years this area was „prospected“ for its cultural and historical monuments. It is also fitting for people tired of today's hectic life style and needing some rest in a calm environment.

12. Seznam tabulek a grafů

Tabulka 1: Otevírací doba zámku Hluboká.....	20
Tabulka 2: Otevírací doba loveckého zámku Ohrada.....	22
Graf 1: Účel návštěvy respondentů.....	32
Graf 2: Druh dopravního prostředku.....	33
Graf 3: Druh ubytování.....	33
Graf 4: Délka pobytu respondentů.....	34
Graf 5: S kým byli respondenti v destinaci.....	34
Graf 6: Na základě čeho se respondenti rozhodli navštívit destinaci.....	35
Graf 7: Informovanost respondentů o destinaci.....	35
Graf 8: Příčina návštěvy respondentů.....	36
Graf 9: Spokojenost respondentů s poskytovanými službami cestovního ruchu.....	36
Graf 10: Co respondentům v destinaci chybí, popř. co by změnili.....	37
Graf 11: Hodnocení úrovně nabídky cestovního ruchu v destinaci.....	37

13. Seznam použité literatury

Literatura:

1. **Autoatlas Česká republika**, freyta&bernát, Praha, 2005
2. **Daněk, A.:** Dovolená autem, pěšky na kole – Jižní Čechy, Morava, Ostrava, 2002
3. **David, P., Soukup, V.:** Velká cestovní kniha – hrady, zámky a kláštery Česká republika, Marco Polo, s.r.o., Praha, 2003
4. **Děták, J.:** Hluboká nad Vltavou a okolí, Státní tělovýchovné nakladatelství, Praha, 1955
5. **Drobná, D., Morávková, E.:** Cestovní ruch, nakladatelství Fortuna, Praha, 2004
6. **Hesková, M. a kol.:** Cestovní ruch, nakladatelství Fortuna, Praha, 2006
7. **Holeček, M., Mariot, P.:** Zeměpis cestovního ruchu, nakladatelství české geografické společnosti, s.r.o., Praha, 2005
8. **Horner, S., Swarbrooke, J.:** Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času, GRADA Publishing, a.s., Praha, 2003
9. **Kesner, L.:** Marketing a management muzeí a památek, GRADA Publishing, a.s., Praha, 2005
10. **Királová, M. a kol.:** Marketing destinace cestovního ruchu, Ekopress, s.r.o., Praha, 2003
11. **Kovář, D.:** Jižní Čechy – hrady a zámky, historická města, kultura a příroda, UNIONS CB, České Budějovice, 2002
12. **Malá, V.:** Cestovní ruch, Vysoká škola ekonomická v Praze, Praha, 1999
13. **Morrison, A. M.:** Marketing pohostinství a cestovního ruchu, VICTORIA PUBLISHING, a.s., Praha, 1995
14. **Orieška, J.:** Technika služeb cestovního ruchu, IDEA SERVIS, Praha, 1999
15. **Palatková, M.:** Marketingová strategie destinace cestovního ruchu, Ekopress, s.r.o., Praha, 2003
16. **Pavlátová, M.:** zahrady a parky Jižních Čech, Společnost pro zahradní a krajinářskou tvorbu, Praha, 2004
17. **Turistický průvodce Jižní Čechy**, Olympia, Praha, 1986

Internetové adresy:

Všeobecné informace:

18. <http://www.czechtourism.cz>
19. <http://www.mmr.cz/cestovni-ruch>

Informace o turistickém regionu Jižní Čechy

20. <http://ceskobudejovickydenik.cz>
21. <http://oblasti.turistik.cz/jizni-cechy.htm>
22. <http://www.cyklotoulky.com/regiony/region-jizni-cechy.php>
23. http://www.czecot.com/cz/?id_region=4
24. <http://www.jiznicechy.cz>

Informace o destinaci Hluboká nad Vltavou

25. <http://bowlingaqua.cz/o-nas/>
26. <http://mesta.turistik.cz/hluboka-nad-vltavou.htm>
27. <http://www.ajg.cz>
28. <http://www.golfhluboka.cz>
29. <http://www.hluboka.cz>
30. <http://www.hlubokanadvltavou.eu>
31. <http://www.knizecidvur.cz>
32. <http://www.vondrov.cz>
33. <http://www.zoo-ohrada.cz>
34. <http://www.zamekhluboka.cz>

14. Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník

Příloha 2: Mapa turistických regionů České republiky

Příloha 3: Mapa Hluboké nad Vltavou

Příloha 4: Fotografie

Příloha 5: Seznam ubytovacích zařízení

Příloha 6: Seznam stravovacích zařízení

Příloha 7: Seznam tras pro pěší turistiku a cykloturistiku v Hluboké nad Vltavou

Přílohy

Příloha 1: Dotazník



Katedra obchodu a cestovního ruchu

Ekonomická fakulta

Dotazník

Místo:

Datum:

Den:

Čas:

Dobrý den, jsem tazatelka provádějící průzkum návštěvníků v rámci své bakalářské práce nazvané „Podpora cestovního ruchu v zázemí Hluboké nad Vltavou“. Získané informace budou použity výhradně pro vypracování bakalářské práce. Účelem dotazů je monitorovat stav a změny týkající se cestovního ruchu v tomto regionu z Vašeho pohledu. Můžete mi prosím věnovat několik minut času? Ráda bych Vám položila několik otázek týkajících se Vás a Vašich postřehů z pobytu v této oblasti. Pokud dotazník vyplníte sami, odpovídejte zakřížkováním té možnosti, která nejlépe vystihuje Vaši situaci nebo Váš názor.

1. Odkud pocházíte (okres,stát).....

2. Co je cílem Vaší cesty.....

3. Jakým způsobem jste se dopravil/a do regionu:

- osobním automobilem
- autobusem
- vlakem

4. Kde jste ubytován/a po dobu pobytu:

- v hotelu
- v campingu
- u přátel
- u rodiny

5. Délka Vašeho pobytu je:

- jeden den nebo méně
- 1 – 3 dny
- 4 – 7 dní
- 8 – 14 dní
- 15 dní a víc

6. Jste v destinaci:

- sám/sama
- s přáteli
- s rodinou
- jinak.....

7. Jste v destinaci poprvé:

- ano
- ne

8. Pro návštěvu jste se rozhodl/a na základě:

- vlastní zkušenosti
- doporučení známých nebo příbuzných
- nabídky cestovní kanceláře
- reklamy v hromadných oznamovacích prostředcích
- jiné.....

9. Informace o destinaci, které jste měli k dispozici byly:

- vyčerpávající
- dostatečné
- částečně dostatečné
- nedostatečné

10. Příčina Vaší návštěvy:

- poznávání památek
- poznávání přírody
- poznávání místních tradic a folkloru
- pěší turistika
- cykloturistika
- mototuristika
- táboření/kempování
- lyžování, zimní sporty
- jiné.....

11. Označte prosím spokojenost s poskytovanými službami cestovního ruchu:

- ano ne vybavenost ubytovacích zařízení
- ano ne vybavenost stravovacích zařízení
- ano ne vybavenost sportovních zařízení
- ano ne chování personálu a místních obyvatel k návštěvníkovi

12. Doporučíte návštěvu svým známým:

- ano
- ne

13. Co Vám v destinaci chybí, popř. co byste změnili:

.....

14. Ohodnoťte prosím úroveň nabídky cestovního ruchu v destinaci:

Faktor	výborné	průměrné	nevyhovující
Kvalita životní prostředí			
Kvalita přírodní prostředí			
Dopravní dostupnost			
Služby informačních center a propagace			
Možnosti výletů			
Kulturní vyžití			
Obchodní vybavenost			
Sportovní vyžití			
Starostlivost o historické památky			

15. Osobní údaje:

- Pohlaví: žena muž
- Vzdělání: základní střední vysokoškolské
- Věk: do 30 let do 55 let 55 a víc

Děkuji Vám za Váš čas a velmi si cením Vaší za spolupráci.

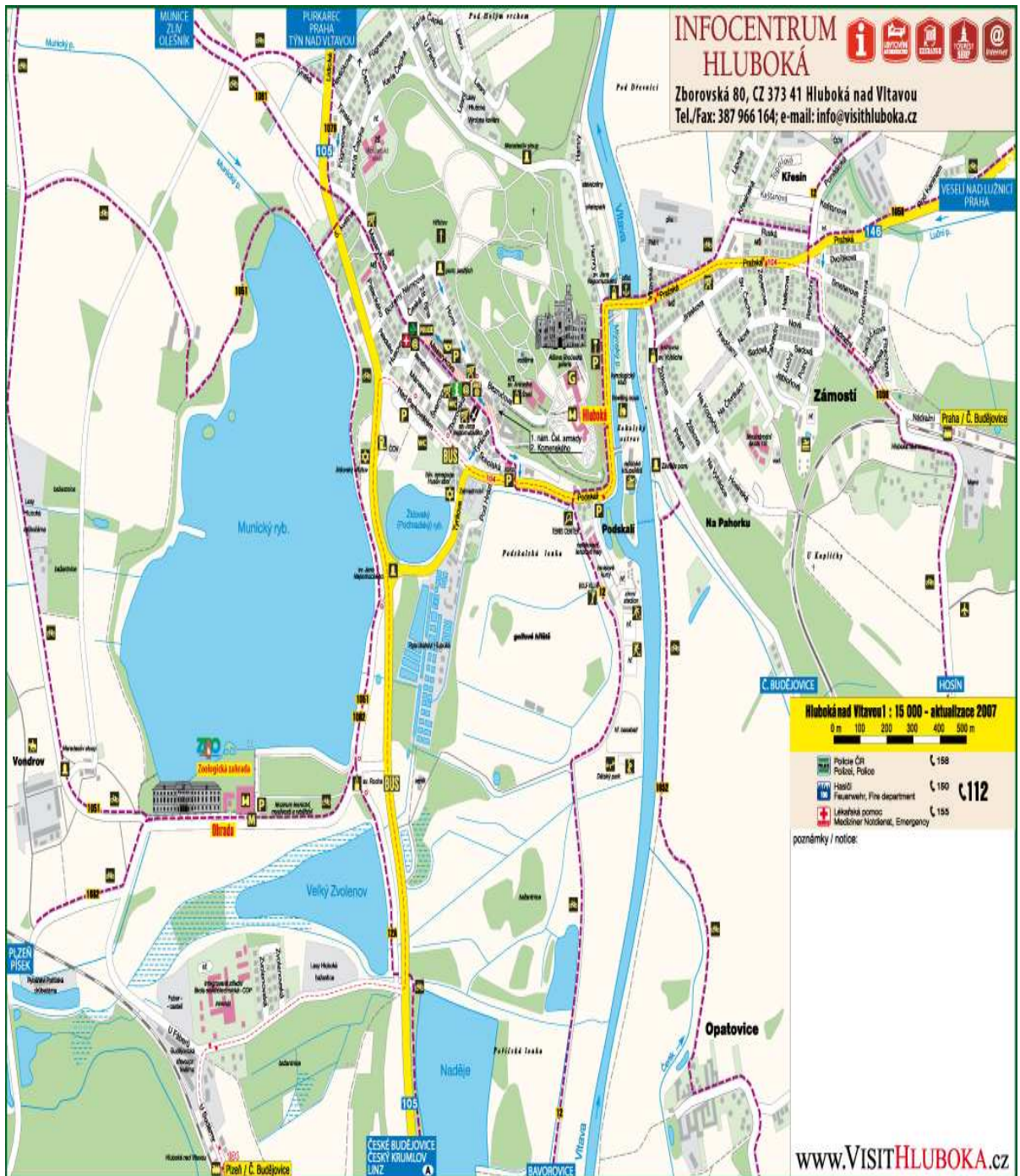
Příloha 2: Mapa turistických regionů České republiky



Zdroj: www.czechtourism.cz

- | | |
|------------------------|------------------------------|
| 1. Praha | 9. Český ráj |
| 2. Okolí Prahy | 10. Východní Čechy |
| 3. Jižní Čechy | 11. Vysočina |
| 4. Šumava | 12. Jižní Morava |
| 5. Plzeňsko | 13. Střední Morava |
| 6. Západočeské lázně | 14. Severní Morava a Slezsko |
| 7. Severozápadní Čechy | 15. Krkonoše |
| 8. Český sever | |

Příloha 3: Mapa Hluboké nad Vltavou



Zdroj: www.hluboka.cz

Příloha 4: Fotografie

Obrázek 1: Zámek Hluboká



Zdroj: www.zamekhluboka.cz

Obrázek 2: Osvícený zámek Hluboká



Zdroj: www.zamekhluboka.cz

Obrázek 3: zámek Hluboká – ranní salón



Zdroj: www.zamekhluboka.cz

Obrázek 4: Zámecký park



Zdroj: www.zamekhluboka.cz

Obrázek 5: Alšova jihočeská galerie



Zdroj: www.hluboka.cz

Obrázek 6: Alšova jihočeská galerie - interiér



Zdroj: www.ajg.cz

Obrázek 7: Lovecký zámek Ohrada



Zdroj: www.hluboka.cz

Obrázek 8: ZOO Ohrada



Zdroj: www.zoo-ohrada.cz

Obrázek 9: Zoo Ohrada - medvěd



Zdroj: www.zoo-ohrada.cz

Obrázek 10: Galerie Knížecí dvůr



Zdroj: www.hlubokanadvltavou.eu

Obrázek 11: Galerie Knížecí dvůr - interiér



Zdroj: www.knizecidvur.cz

Obrázek 12: Kostel sv. Jana Nepomuckého



Zdroj: www.hlubokanadvltavou.eu

Obrázek13: Kulturní centrum Panorama



Zdroj: www.sinfonie.cz

Obrázek 14: Golfové hřiště



Zdroj: www.golfhluboka.cz

Obrázek 15: Městské koupaliště



Zdroj: www.hlubokanadvltavou.eu

Příloha 5: Seznam ubytovacích zařízení

Hotely:

JMÉNO	ADRESA	TELEFON	E-MAIL
Parkhotel Hluboká	Masarykova 602	387 006 200 720 248 230 387 962 229	info@parkhotel- hluboka.cz
Hotel Závíš z Falkenštějna	Nám. Čsl. Armády 25	387 966 666 775 966 666	info@hotelzavis.cz
Hotel Podhrad	Nám. Čsl. Armády 29	387 983 690 387 983 326	recepce@podhrad.cz
Hotel Knížecí dvůr	Nám. Čsl. Armády 29	387 983 690 387 983 326	recepce@podhrad.cz
Hotel Bakalář	Masarykova 69	387 983 530	hotelbakalar@seznam.cz
Hotel Štekl	Bezručova 141	387 967 491 387 965 943	stekl@hotelstekl.cz,
Tenis center DAMM	Podskalí 878	387 965 822 602 440 088	tc.hluboka@mybox.cz
Hotel Apartment Hluboká	Masarykova 972	387 967 777 387 967 787 387 967 797	info@kamille.cz
Sporthotel Barborka	Zahradní 879	775 310 912	hotel.barborka@volny.cz

Zdroj: www.hluboka.cz

Penziony hotelového typu:

JMÉNO	ADRESA	TELEFON	E-MAIL
Penzion restaurace KA.PR	Tyršova 966	387 965 848	kasperek@restaurace- kapr.cz
Restaurant-penzion L-Club	Pražská 274	387 965 523 602 130 294	l-club@volny.cz

Zdroj: www.hluboka.cz

Penziony, apartmány

JMÉNO	ADRESA	TELEFON	E-MAIL
Apartment Pension Kalivoda	Nádražní 528	387 965 608	karel@check.com
Apartment Mašková	Žižkova 1198	606 759 823	j.maskova@mybox.cz
Apartmenty u plovárny	Podskalí 1021	774 043 033	info@apartmanyuplovarny.cz
Penzion BC	5. května 585	387 965 541 721 139 040	
Penzion Fanny	Jiráskova 250	387 965 296	info@penzionfanny.cz
Penzion Vltavan	Purkarec 92	385 725 104 723 937 009	vltavan@seznam.cz
Family	28. října 6	387 965 536	z.pikl@seznam.cz

Zdroj: www.hluboka.cz

Kempy, chaty, ubytovny:

JMÉNO	ADRESA	TELEFON	E-MAIL
Kemp Bezdrev	Bezdrev 775	775 113 032 775 113 035	h-r@quick.cz
Kemp Křivonoska	Křivonoska	387 965 285 606 881 177	info@krivonoska.cz
Kemp Barborka	Zahradní 879	387 965 411 775 310 912	barborka@volny.cz
Sport centrum Dvořák	Podskalí 980	387 965 655 728 026 011	
Střední odborná škola elektrotechnická, COP - internát	Zvolenovská 537	387 924 203	info@sosehl.cz
Lovecké chaty LS Hluboká nad Vltavou	Stará obora	387 966 176	ls205@lesy.cz
Inter Bohemia	Pod Kánínem 1051	387 965 510	agency@interbohemia.cz

Zdroj: www.hluboka.cz

Priváty

JMÉNO	ADRESA	TELEFON	E-MAIL
Bezděková Jitka	Husova 399	387 965 153	jitka@seznam.cz
Brázda Jiří	Jiráskova 520	387 965 357	
Cinklová Jitka	Luční 915	387 965 479	
Cirklová Blažena	5. května 585	387 965 541 721 139 040	
Dvořáková Blanka	Bavorovice 101	387 965 949 776 255 896	
Fajfková Dagmar	Nová 746	387 967 097	ubytovani.fajtlova@seznam.cz
Privát Frdlík	Tyršova 4	607 666 121 606 661 362	
Hrušková Lucie	Třešňová 2145/4	721 225 585	lucie.hruskova@seznam.cz
Chadimová Drahoslava	Revoluční 958	387 967 470 723 356 346	ivochadim@seznam.cz
Chalupa Josef	Žižkova 1067	387 967 657	chalupa@post.cz
Grögerová Štěpánka	Alšova 835	387 965 134 606 121 340	grogerova.s@centrum.cz
Klepalová Božena	Ve školkách 959	387 966 066	
Kodešová Antonie	Zahradní 892	608 229 265	
Machová Marie	Žižkova 243	387 965 581	
Malecha František	Právní 634	387 965 636	
Mašková Jana	Žižkova 961	387 965 816	j.maskova@mybox.cz
Musil Josef	Jeznice 20	385 725 145	
Obst Jaromír	Ruská 699	387 965 606	
Papoušková Zdeňka	Zahradní 891	728 730 496	
Papoušková Marie	28. října 112	387 967 027	
Pávodá Eva	Zborovská 432	387 967 678	
Prantl Stanislav	Masarykova 54	387 965 819	
Radová Marcela	Haškova 804	387 965 846	marc.radova@seznam.cz
Šťastný David	Smetanova 410	728 055 680	stastny@hluboka.cz
Štěpka Václav	Jeznice 27	385 732 492	
Privát Trávníčková	Zeyerova 811	387 966 409 607 193 170	
Uhlířová Květa	Munice 40	385 348 312	
Vácha Jan	Pražská 510	607 532 568	
Vácha Jaromír	Nová 815	608 510 806	
Vítovcová Ladislava	Jiráskova 250	387 965 296	

Příloha 6: Seznam stravovacích zařízení

NÁZEV	TYP	OTEVÍRACÍ DOBA	KAPACITA	POZNÁMKA
Hospůdka na návsi	Pohostinství	10,00 - 22,00	30 + 10	pá,so do 24,00
V Podzámčí	Rychlé občerstvení	11,00 - 22,00	20 + 20	sezóna, krytá letní terasa
Café restaurant Schneck	Restaurace letní	11,00 - 22,00	25 + 60	sezóna, dětský koutek
Pizza Zámostí	Restaurace	11,00 - 23,00	32 + 32	krytá letní terasa
Camping restaurant Bezdrev	Rybářská restaurace	10,00-22,00	200	květen - září
Videoclub ROSA	Taneční klub	11,00-01,00	50 + 40	karaoke, oldies
Kavárna v Pasáži	Cukrárna, pizérie, kavárna	09,00-21,00	27	
Diskotéka D.D.C.	diskosály	21,00-04,00	150	otevřeno st,pá,so
Solidní Šance	Rodinný podnik	11,00-23,00	60	
Stodola	Rodinný podnik	11,00-22,00	50	
Hotel Bakalář	Restaurace + ubytování	10,00-22,00	45	country - živá hudba
Hotel Parkhotel	Hotel**** restaurace	leden - prosinec	100+40 + 40	Letní terasa, lobby bar, stylová lovecká chata
Hotel Štekl Restaurace Pánů z Růže	Restaurace	10.00-20.00	70	mezinárodní a česká kuchyně
Hotel Štekl Italská restaurace	Restaurace, terasa	květen-září	25	
Hotel Štekl Anglický klub	Klub, Bar	nonstop	40	krb, plazmová televize
Hubert	Restaurace	10,00-23,00	60+35	parkoviště, zvěřinové a rybí speciality
Ionia	Pizérie	11,00-22,00	40+20	předzahrádka
Kahoun	Bufet, pekárna	06,00-17,00	20	
KA.PR	Rybí restaurace	11,00-23,00	45+35	internet
Zámecká restaurace	Restaurace	10,00-23,00	60+30+50	mezinár.a pivní speciality

Zámecká pivnice Formanka	Restaurace	10,00-23,00	40	pivní speciality
Křivonoska NA TERASE	Restaurace, terasa + camp	10,00-22,00	60+60	
Křivonoska restaurace	Restaurace + camp	10,00-22,00	40+20	
Kuki	Restaurace	11,00-22,00	80	chatky
L-Club	Restaurace	08,00-23,00	55	
L-Club	Zahradní restaurace	11,00-23,00	15+50	letní restaurace
U Podlešáků	Restaurace	10,00-22,00	60+40	pá, so do 24,00
Městské koupaliště	Občerstvení bez obsluhy	10,00-18,00	30	červen-září
Krčma Munice	Restaurace - krčma	16,00-22,00	70	
Pod Pergolou	Restaurace, rychlé občerstvení	10,00-22,00	90	sezóna, letní terasa
Restaurace NA RŮŽKU	Restaurace, terasa, jídelna	10,00-23,00	30+80	letní terasa
Restaurace a vinárna ŠATLAVA	Restaurace - Vinárna	11.30-24,00	60	
Cafe Bar	Bar , kavárna, herna	10,00-05,00	30+10	noční provoz
Restaurace hotelu Závěš	Restaurace	11.00-22.00	80+40	v sezóně posezení pod markýzou, bezbariérová restaurace, internet

Zdroj: www.hluboka.cz

Příloha 7: Seznam tras pro pěší turistiku a cykloturistiku v Hluboké nad Vltavou

Pěší turistika:

1. Hluboká nad Vltavou – Ohrada – Vondrov – U dubového háje – Munice – U rybníčku - Pod Janečkem – Hluboká nad Vltavou
2. Hluboká nad Vltavou – Hosín – Opatovice – Hluboká nad Vltavou
3. Hluboká nad Vltavou – Ohrada – Vondrov – Zliv – Češnovice – Bezdrevská Bašta – Ohrada – Hluboká nad Vltavou
4. Hluboká nad Vltavou – Chlumeč – Nová Ves – Kočín – Dříteň – Nákří – Olešník – Zahájí – Munice – Hluboká nad Vltavou

Cykloturistika:

5. Hluboká nad Vltavou – Munice – Zliv – Mydlovary – Zbudov – Sedlec – Pištín – Češnovice – Dasný – Hluboká nad Vltavou
6. Hluboká nad Vltavou – Zámostí – Křesín – Dobřejovice – Hosín – Těšín – Hrdějovice – Opatovice – Hluboká nad Vltavou
7. Hluboká nad Vltavou (Zámostí) - Ševětín
8. Hluboká nad Vltavou - Dubné - Slavče - Křemže
9. Hluboká nad Vltavou - Hněvkovice - Týn nad Vltavou
10. Hluboká nad Vltavou – Týn nad Vltavou
11. Hluboká nad Vltavou - Vondrov
12. Hluboká nad Vltavou - Zliv - Netolice
13. Hluboká nad Vltavou – Křivonoska – Dívčice – Vodňany
14. Tábor - Hluboká nad Vltavou - České Budějovice - Český Krumlov - Dolní Dvořiště
15. U Macara - Hluboká nad Vltavou (Zámostí)