

# **JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**

**Ekonomická fakulta**

**Katedra obchodu a cestovního ruchu**

**Studijní program: 6208 B Ekonomika a management**

**Studijní obor: Obchodně podnikatelský obor**



## **Analýza služeb cestovního ruchu na Podblanicku**

**Vedoucí bakalářské práce:**

**Mgr. Vladimír Dvořák**

**Autor:**

**Jana Svitáková**

**2008**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Analýza služeb cestovního ruchu na Podblanicku vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu použité literatury

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích 10. dubna 2008

.....

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala vedoucímu bakalářské práce Mgr. Vladimíru Dvořákovi, který mi po celou dobu zpracovávání mé práce poskytl kvalifikované rady a odbornou pomoc. Poděkování náleží i Ing. Lucii Krubnerové za cenné informace z praxe. V neposlední řadě bych chtěla poděkovat svým rodičům za jejich stálou podporu.

## **Abstrakt**

Práce se zabývá analýzou služeb cestovního ruchu v regionu Podblanicko. Součástí je situační analýza a terénní dotazníkové šetření, na jehož základě je vytvořen marketingový mix zkoumané destinace. Kapacita a kvalita služeb cestovního ruchu v regionu je většinou dostatečná. Je však nutné prezentovat oblast jako celek, a tím prodloužit dobu pobytu potencionálních návštěvníků a podpořit tak rozvoj zkoumaného regionu.

### **Klíčová slova:**

cestovní ruch, destinace cestovního ruchu, služby cestovního ruchu, situační analýza, analýza konkurenceschopnosti, analýza poptávky, marketingový mix destinace

# Obsah

<b>1 ÚVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>2 LITERÁRNÍ REŠERŠE.....</b>	<b>3</b>
2.1 CESTOVNÍ RUCH.....	3
2.1.1 Vymezení cestovního ruchu.....	3
2.1.2 Typologie cestovního ruchu.....	4
2.1.3 Systém cestovního ruchu.....	5
2.1.4 Trh cestovního ruchu.....	6
2.1.5 Ekonomický význam cestovního ruchu.....	8
2.1.6 Trendy v oblasti cestovního ruchu.....	9
2.2 SLUŽBY .....	12
2.2.1 Vymezení služeb.....	12
2.2.2 Znaký služeb.....	13
2.2.3 Typologie služeb cestovního ruchu.....	15
2.2.4 Vývoj služeb.....	16
2.2.5 Nedostatky ve službách a cesty k e zlepšení .....	16
<b>3 CÍL PRÁCE .....</b>	<b>19</b>
<b>4 METODIKA, HYPOTÉZY .....</b>	<b>20</b>
<b>3 ANALÝZA DESTINACE .....</b>	<b>22</b>
3.1 SITUACNÍ ANALÝZA .....	22
3.1.1 Geografické vymezení.....	22
3.1.2 Demografické vymezení.....	24
3.1.3 Hospodářská charakteristika .....	24
3.1.4 Životní prostředí.....	25
3.1.5 Samospráva a rozvoj regionu.....	25
3.1.6 Cestovní ruch v destinaci .....	25
3.2 ANALÝZA KONKURENCESCHOPNOSTI.....	33
3.3 ANALÝZA POPTÁVKY .....	35
<b>4 ANALÝZA SLUŽEB CESTOVNÍHO RUCHU V REGIONU.....</b>	<b>37</b>
4.1 UBYTOVACÍ SLUŽBY .....	37
4.2 STRAVOVACÍ SLUŽBY .....	38
4.3 DOPRAVNÍ SLUŽBY.....	38
<b>5 TERÉNNÍ ŠETŘENÍ.....</b>	<b>40</b>
5.1 CÍL DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ .....	40
5.2 ZÁKLADNÍ ÚDAJE O METODICE .....	40
5.3 ZÁKLADNÍ OKRUHY OTÁZEK .....	40
5.4 VYHODNOCENÍ.....	41
<b>6 TVORBA MARKETINGOVÉHO MIXU DESTINACE.....</b>	<b>43</b>
6.1 ZÁKLADNÍ VÝCHODISKA .....	43
6.2 MARKETINGOVÝ MIX .....	43
6.2.1 Produkt.....	43
6.2.2 Cena .....	46
6.2.3 Místo.....	47
6.2.4 Propagace .....	47
<b>7 ZÁVĚR .....</b>	<b>48</b>
<b>8 SUMMARY .....</b>	<b>50</b>
<b>9 PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>51</b>
<b>SEZNAM TABULEK, GRAFŮ, OBRÁZKŮ.....</b>	<b>53</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>54</b>

# 1 ÚVOD

Podblanicko vyvolává v každém asociaci dominanty regionu – památkou a bájnou horu Blaník. Podblanicko ale není jen hora Blaník, ale také krajina kolem něj s množstvím kulturně-historických nebo přírodních atraktivit vhodných pro cestovní ruch. Vzhledem ke značnému potenciálu místní krajiny je vhodné se zaměřit na podporu, rozvoj a samozřejmě i zkvalitňování služeb cestovního ruchu v regionu. Cílem bakalářské práce je analýza služeb cestovního ruchu na Podblanicku.

Základem pro práci je vymezení zkoumané oblasti Podblanicka. Ve výčtu obcí náležejících do Podblanicka se jednotlivé zdroje liší. V dostupné literatuře a dalších zdrojích lze nalézt více administrativních členění. V současné době existují dvě na sobě nezávislá sdružení obcí Podblanicka. Od roku 2003 funguje *Mikroregion Podblanicko*, který je tvořen správním územím 8 obcí, které zahrnují celkem 17 sídel (např. Vlašim, Domašín, Bolina, Bolinka, Pavlovice, Římovice a další). Výše jmenované obce a sídla najdeme ve Středočeském kraji v jihovýchodní části okresu Benešov. Sídlo Mikroregionu je ve Vlašimi.

Druhým celkem je svazek obcí *Blaník* (Hradiště, Kamberk, Kondrac, Louňovice pod Blaníkem, Miřetice, Načeradec, Ostrov, Pravonín, Veliš a Vracovice). Obě sdružení vznikla za účelem společného postupu ve věcech čerpání podpůrných fondů např. z EU, ale také za účelem společného rozvoje regionu. Mikroregion Podblanicko pracuje i s návrhy rozvoje regionu z hlediska zajímavé destinace cestovního ruchu.

V regionální literatuře je někdy uváděno Podblanicko jako území přibližně shodné s okresem Benešov.

Z výše uvedeného vyplývá, že je problematické přesně vymezit hranice Podblanicka. Pro práci nebylo proto zvoleno některé z administrativních členění, práce se bude zabývat Podblanickem jako oblastí, která nám připadá atraktivní jako turistický cíl. Za přibližný střed lze považovat obec Louňovice pod Blaníkem. Nejsevernějším bodem sledované oblasti bude město Vlašim, jižní hranici bude tvořit Mladá Vožice, nejvýchodnější obcí bude Pravonín, nejzápadněji budou ležet Votice.

Výhodu při zpracovávání výše uvedeného tématu bakalářské práce vidím svoji osobní zkušenost se zkoumaným regionem, ve kterém sama žiji. Z toho důvodu mohu říci, že ačkoliv má Podblanicko bohatý přírodní, ale také kulturně-společenský potenciál z hlediska atraktivity pro cestovní ruch, zájem o tuto oblast není tak velký, jak by se na

první pohled zdálo. Zájem návštěvníků se soustředí z převážné části na dominantu oblasti – Blaník. Ostatní, dle mého názoru neméně zajímavá místa, jsou v povědomí bohužel pouze u místních obyvatel, případně u návštěvníků z blízkého okolí.

Z výše jmenovaných důvodů vidím nutnost prezentovat region jako celek. Další problém může být v nedostatečné kvalitě nabízených služeb, které v dnešní silně konkurenční době přestávají stačit potřebným standardům. Například právě Vlašim jako největší obec a centrum regionu Podblanicko by měla nabízet více kvalitnějších služeb (především ubytovacích a stravovacích), které by dokázaly uspokojit i přání a potřeby zahraničních klientů. Vhodné by bylo využít možností vyplývajících z našeho vstupu do EU a dále motivovat zahraniční návštěvníky především ze zemí EU.

Destinace může nabídnout nejen přírodní atraktivitu, ale také aktivní odpočinek. Jako aktivní účastník cykloturistiky vidím příležitosti ve vylepšení stávajícího systému cyklotras, případně vytvoření dalších nových stezek at' už pro pěší či cykloturistiku. Lepší propagace regionu a vytvoření vhodného marketingového mixu může přilákat také více návštěvníků do více či méně známých kulturně-historických objektů na Podblanicku.

## **2 LITERÁRNÍ REŠERŠE**

### **2.1 CESTOVNÍ RUCH**

#### **2.1.1 VYMEZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU**

Již v počátcích zkoumání cestovního ruchu narážíme na problém s jeho jasným a jednotným vymezením. Co se týče podstaty pojmu cestovní ruch, autoři se vesměs shodují. Pro srovnání uvedeme definici, která byla přijata Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO) v roce 1991 na mezinárodní konferenci v Ottawě, a dále zhodnocení definice z pohledu Hornerové a Swarbrooka:

Definice UNWTO (1991): „...cestovním ruchem se rozumí činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ (Hesková a kol., 2006: 11)

„Definice cestovního ruchu mívají několik složek. Obecně se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Definice zní jednoduše, ale není plně výstižná. Nezahrnuje například lukrativní oblast služebních cest, kde hlavním smyslem cestování je práce, nikoli zábava. Je také nesnadné určit, jak daleko člověk musí cestovat nebo kolik nocí musí strávit mimo domov abychom jej mohli považovat za turistu. Mezi cestovním ruchem a cestováním nepochybně existuje silná spojitost.“ (Horner, Swarbroke, 2003: 53 – 54)

V každém případě existuje souvislost mezi cestovním ruchem, službami pro využití volného času a ubytovacími a stravovacími službami. Problém je však v přesném pojmenování tohoto vztahu. Hornerová a Swarbroke například uvádí, že odborníci sice souhlasí s tím, že tyto oblasti jsou vzájemně propojené, nedokáží se ale přesně shodnout na povaze tohoto propojení.

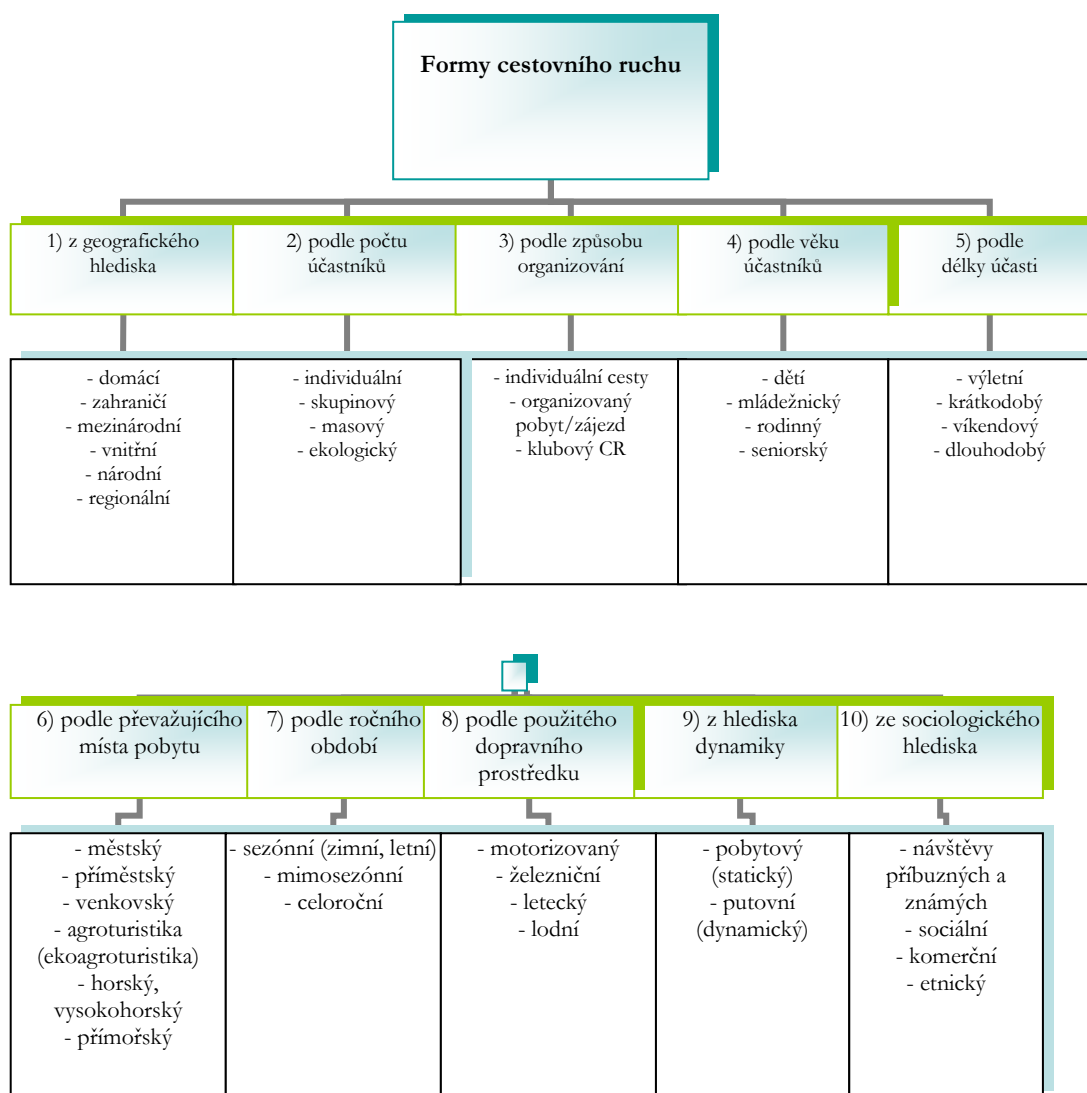
„Podle některých názorů cestovní ruch a ubytovací a stravovací služby jsou jen podskupinou volného času. Tím však neberou v úvahu cestování, ubytování a stravování spojené se služebními a obchodními cestami. Jiní tvrdí, že jde o oddělená odvětví, jejichž velké oblasti se překrývají. Zřejmě však nezáleží na tom, zda snadno dokážeme zjistit, v jakém vzájemném vztahu jsou, pokud si uvědomujeme, že takový vztah existuje.“ (Horner, Swarbroke, 2003: 54)



## 2.1.2 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU

Pro základní vymezení jednotlivých odlišností cestovního ruchu využíváme mnoha druhů a forem cestovního ruchu. Například Hesková a kol. (2006: 21-22) používá následujícího třídění. Formy cestovního ruchu zase zohledňují rozdílné příčiny, které ho ovlivňují, a následné důsledky, které přinášejí. V případě druhů cestovního ruchu uvažujeme o motivaci účastníků, o účelu jejich cesty či pobytu.

**Obrázek 1: Formy cestovního ruchu**



Zdroj: Hesková a kol., 2006

Obrázek 2: Druhy cestovního ruchu



Zdroj: Hesková a kol., 2006

### 2.1.3 SYSTÉM CESTOVNÍHO RUCHU

Na cestovní ruch je nutno pohlížet jako na určitý systém. „Systémem se přitom rozumí jednota různých prvků, mezi kterými jsou určité vztahy nebo mezi kterými je možné takového vztahy vytvořit. Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystemy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu včetně vzájemných vazeb. Vazby existují i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí – vnější prostředí. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí.“ (Hesková a kol., 2006: 12 – 13)

Z výše uvedeného vyplývá, že při zkoumání cestovního ruchu nelze zapomínat i na mnoho dalších vlivů, které na něj působí. Vzhledem k tomu, že se jedná o tzv. otevřený systém, existuje zde logicky i určitá zpětná vazba, při které působí cestovní ruch na své okolí. Vzájemné působení může být samozřejmě jak pozitivního tak negativního rázu.

## 2.1.4 TRH CESTOVNÍHO RUCHU

„Trh cestovního ruchu tvoří podniky cestovního ruchu různých velikostí od globálních společností po malé podnikatelské organizace místního významu. Národní trhy zahrnují tři typy cestovního ruchu: trh směřující dovnitř, trh směřující ven a domácí trh. Trh cestovního ruchu se skládá z celé řady společně působících organizací:

- Prodejci zájezdů (cestovní agentury) a cestovní kanceláře (touroperátoři)
- Dopravní společnosti
- Komerční ubytovací zařízení
- Stravovací zařízení
- Návštěvnické atraktivity
- Zábavní parky“ (Hesková a kol., 2006: 62)

Je nutné si uvědomit, že se jedná o trh, který neustále nabývá na významu a velmi rychle se rozvíjí. Zároveň se ale i rychle mění v závislosti na mnoha okolních podmínkách jak již bylo uvedeno v předchozí části. Každá změna v životním stylu lidí, složení obyvatelstva, módních trendech či rostoucí pokroky v technologiích mají na tento trh subjektivní či objektivní vliv. Hospodářský rozvoj země, politický vývoj, společenské změny – i tyto faktory samozřejmě pozitivně či negativně působí na cestovní ruch. Přes určitá specifika tohoto trhu i zde fungují základní tržní principy, tedy zákon nabídky a poptávky. „Uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu umožňuje zapojení do výměnných vztahů na trhu cestovního ruchu mezi těmi, kteří prodávají produkt cestovního ruchu (představují nabídku) a mezi těmi, kteří kupují produkt cestovního ruchu (představují poptávku).“ (Hesková a kol., 2006: 96)

Pro každý produkt umístěný na trhu, tedy i pro produkty cestovního ruchu, je velice důležitá správně stanovená cena. „Výzkumné studie ukazují, že zákazníci spojují vyšší ceny s vyšší kvalitou služeb a zařízení. Platí to v případě, když zákazníci nemají dostatečné informace nebo předchozí zkušenost, služby vnímají jak komplex, někdy mohou podléhat i tzv. snobismu či společenské prestiži. V případě malých cenových rozdílů zákazník inklinuje ke službě dražší.“ (Hesková a kol., 2006: 63)

Zajímavý pohled na tvorbu ceny najdeme i u Vosoby (2003: 94): „Je to kombinace mnoha proměnných: kvality, rychlosti, značky, distribuce, místa, konkurence.... Nízké

ceny budou lákat stejně jako vysoké úroky – obojí však řadí firmu do „jednoho pytle“ nepříteliš solidních firem.“

Protože je trh cestovního ruchu výrazně diferencován, je nutné přistupovat k jednotlivým skupinám zákazníků odděleně. Z tohoto důvodu je tento trh segmentován z mnoha různých hledisek (např. demografické, psychologické, geografické apod.). „Poptávka po cestovním ruchu představuje ochotu účastníků cestovního ruchu zaměnit určité množství produktů cestovního ruchu za určité množství peněz, tj. zakoupit produkty za peníze.“ (Hesková a kol., 2006: 63) Segmentace spočívá v rozdělení celkového trhu na více vnitřně homogenních a vůči sobě heterogenních skupin podle určitých společných charakteristik. Segmentací účastníků cestovního ruchu se zabývá mnoho autorů, jednotné rozdělení ale neexistuje. Jako příklad lze uvést následující typy účastníků: (Hesková a kol., 2006: 63)

- **Turisté – objevitelé**
- **Elitní turisté**
- **Neobvyklí turisté**
- **Individuální turisté**
- **Masoví turisté**
- **Charteroví turisté**

Zajímavé je i srovnání s typologií provedenou na základě průzkumu u klientů v českých zemích:

- **Rádoby dobrodruzi** (cestují individuálně, částečně využívají služeb CK),
- **Strádající** (se zájmem cestovat prostřednictvím CK, avšak díky finanční situaci je to pro ně v současné době nemožné),
- **Dobrodruzi** (cestují individuálně a nemají z finančních důvodů zájem cestovat s CK),
- **Cestovatelé** (využívají plně služeb cestovní kanceláře),
- **Peciválové** (necestují a proto nemají zájem využívat služeb CK).

Palatková (2006: 92) uvádí další vývojové trendy v oblasti segmentace trhu. „V současné době se provádí segmentace méně často podle klasických třídících mechanismů a naopak je patrná snaha uplatňovat nové přístupy zaměřené na tzv. multiopčního klienta. U něj není možné jednoznačně vymezit homogenní skupiny,

jelikož klient konzumuje služby příležitostně podle situace a bez dodržení norem a struktur (např. klient bydlí v Hiltonu a obědvá u McDonald's).“ V této souvislosti užívá také pojem tzv. hybridního klienta.

Jiným pohledem se ale segmentaci dívá například Vosoba (2003: 58), který v ní vidí i určité riziko. „Čím obecněji a nepřesněji segment popíšeme, tím větší je riziko, že se do něj nestrefíme.“ V každém případě je tedy nutné věnovat segmentaci dostatek času, aby byla oboustranně prospěšná.

## **2.1.5 EKONOMICKÝ VÝZNAM CESTOVNÍ RUCHU**

Podle klasického dělení světového i národního hospodářství řadíme cestovní ruch do *terciálního sektoru* (někdy také nazývaného sektor služeb či obslužná sféra). Tato nevýrobní sféra zahrnuje všechny druhy služeb. Jde o činnosti, při kterých jsou uspokojovány nejen základní potřeby lidí, ale které mohou významným způsobem ovlivňovat životní úroveň obyvatelstva, včetně kvality využívání volného času. Ve světě existují velké rozdíly mezi zaměstnaností obyvatel v primárním, sekundárním či terciálním sektoru. Zatímco vyspělé země vykazují nejvyšší podíl ekonomicky aktivních obyvatel právě v obslužné sféře a vysoký podíl služeb na tvorbě hrubého domácího produktu, v zemích s málo rozvinutým hospodářstvím je tento podíl naopak nízký. Uvádí se, že ve vyspělých zemích je zaměstnáno v terciálním sektoru více než 50 % všech ekonomicky aktivních obyvatel.

Autoři se shodují na tom, že cestovní ruch patří již v současné době k významným složkám ekonomiky jak z celosvětového, tak i z národního pohledu. „Podle údajů mezinárodních organizací představuje cestovní ruch ve druhé polovině dvacátého století jedno z nejdynamičtějších národohospodářských odvětví. Ekonomickou váhou se řadí na třetí místo za obchod s ropou a ropnými produkty a automobilový průmysl. Svými multiplikačními efekty zvyšuje zaměstnanost, vytváří nové pracovní příležitosti, podporuje investiční aktivity a přispívá k vyrovnaní platební bilance svých zemí.“ (Foret, Foretová, 2001: 46)

Ekonomické aspekty cestovního ruchu jsou tedy zřejmé. Pokud bychom je chtěli stručně shrnout, jedná se podle Heskové (2006: 168-172) především o následující pozitivní vlivy na ekonomiku státu:

- 1) příjmy z cestovního ruchu tvoří významný podíl státního rozpočtu
- 2) příjmy ze zahraničního příjezdového cestovního ruchu představují devizové příjmy
- 3) komplex daní odváděných podnikatelskými subjekty cestovního ruchu tvoří další složku příjmů státního rozpočtu
- 4) cestovní ruch je realizátorem tzv. neviditelného exportu
- 5) cestovní ruch jako ekonomický multiplikátor ve své zpětné vazbě rozvíjí odvětví související s budováním technické základny ubytovacích, stravovacích zařízení, s rozvojem dopravy a zařízení doplňkových službách (jedná se především o tvorbu nových pracovních příležitostí ať už přímo či nepřímo)

Cestovního ruchu se zúčastňuje stále více lidí. V tomto případě se jedná o slibně se rozvíjející odvětví, je v zájmu každého státu, aby se na cestovní ruch a s ním související příležitosti dostatečně zaměřil. Každý kontinent, stát či oblast potřebuje v každém případě určité předpoklady cestovního ruchu a dostatečné zázemí k uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu.

### **2.1.6 TRENDY V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU**

Hesková (2006: 192) uvádí, že trendy cestovního ruchu v Evropě jsou odrazem společenských změn, které Evropa prožívá v rámci ekonomických, sociálních podmínek a životního stylu. Přesto ale není hodnocení expertů v rámci trendů jednotné. Je nutné brát v úvahu rozmanitost podob cestovního ruchu a velmi široké spektrum klientely.

V této souvislosti je zajímavý odlišné chápání cestovního ruchu v rámci Evropy – na jednotlivých částech kontinentu existují zřetelné rozdíly. Ty popisuje také Swarbroke a Hornerová. Vzhledem k rozdílné zeměpisné poloze, hospodářství a zvyklostem obyvatel se setkáváme s jiným chápáním cestovního ruchu například v tradičních turistických regionech jako jsou země jižní Evropy a s jiným přístupem v severských zemích.

Důležité je ale sledovat vývoj věcí v průběhu času. Autoři hovoří sice o politických změnách týkajících se východní Evropy, podobný vývoj je ale patrný i v České republice. „Pro obyvatele východní Evropy je schopnost cestovat do zahraničí testem úspěšnosti politických a hospodářských změn, jimiž prošly jejich země. Změny je však

také nutí k přehodnocení přístupu k cestovnímu ruchu a ubytovacím a stravovacím službám. Státní monopoly jsou nahrazovány tržním hospodářstvím a soukromé firmy si navzájem konkurují. V této situaci znamenají hlavní překážku rozvoje průmyslu cestovního ruchu špatné služby a nedostatečné ubytovací a stravovací kapacity. Proto se zde vynakládá značné úsilí na zlepšení, například v oblasti péče o zákazníka“ (Horner, Swarbrooke, 2003: 56). Podobně jako na rozdíly mezi jednotlivými zeměmi, ať už z pohledu evropského či světového, se dá pohlížet na rozdíly mezi regionu v rámci České republiky.

Výše uvedené potvrzují i další autoři: „Naše marketingové výzkumy a výzkumy veřejného mínění které jsme v posledních letech realizovali zejména v rámci mezinárodního projektu Komunikující město v českých a slovenských městech, obcích a regionech, ukazují, že místní obyvatelé i vedení radnic vkládají velké naděje do využití cestovního ruchu. Vidí v něm zdroj příjmů pro obec i možnost vytváření nových pracovních příležitostí. Spojují jej také s příležitostmi k revitalizaci a dalšímu zvelebování svých měst a obcí. Že se jedná o celosvětový trend, dokazují také závěry ze Setkání představitelů světového cestovního ruchu, které ve filipínské Manile konala Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) v roce 1997. Zde se mimo jiné požaduje podpora větší odpovědnosti obcí při plánování, realizaci, monitorování a vyhodnocování cestovního ruchu a potřeba realizovat veřejné kampaně, informující obyvatelstvo o prospěchu, který může skýtat právě rozvoj cestovního ruchu. Cestovní ruch je v této deklaraci chápán jako prostředek zvyšování životní úrovně obyvatel, zejména proto, že poskytuje ekonomické a sociální příležitosti venkovu.“ (Foret, Foretová, 2001: 9)

Důležitým vývojovým trendem je míra vzájemného překrývání hranic mezi cestovním ruchem, službami pro využití volného času a ubytovacími a stravovacími službami. Hornerová a Swarbroke (2006: 57) například uvádějí příklad, kdy cestovní kanceláře kupují podíly na hotelech a na skupinách hotelů nebo je plně ovládají. Přestože tento fakt není ničím novým, nelze opomenout nebývalý rozsah a složitost tohoto propojení. V této souvislosti se používá termínu „průmysl cestovního ruchu“. Autoři uvádějí jako nejzřetelnější a nejvíce rozvinutou formu integrace výše jmenovaných sektorů pojem rekreačního komplexu. Ačkoli lze hovořit o celoevropském jevu, existují zde opět patrné rozdíly mezi jednotlivými zeměmi.

Další z nových trendů v oblasti vývoje trhu cestovního ruchu uvádí např. Hesková: „V minulosti nabídka určovala poptávku. V současné době dochází k pravému opaku. Zvyšuje se saturace trhu a je vyšší počet spotřebitelů, kteří chtějí být

více samostatní a nezávislí. Zvyšují se příjmy a čas na odpočinek, což determinuje ziskovost dodavatelů pro cestovní ruch. Konkurence se stává stále více nestabilní.“ (Hesková a kol., 2006: 192)

Palatková se specializuje na trendy v oblasti destinací cestovního ruchu. „Neustálý rozvoj poptávky znamená rozšíření nabídky produktů cestovního ruchu a zejména nabídky destinací, takže se v dnešní silné konkurenci destinací prosadí jen ty, které dokonale splní očekávání klientů. Současný rozvoj turismu je již po několik let významně ovlivněn několika trendy: za prvé rozvojem technologií, za druhé globalizací, za třetí deregulací a konečně privatizačním procesem.“ (Palatková, 2006: 11)

Další zajímavé trendy lze najít i u jiných autorů (Foret, Foretová, 2001: 54 – 55)

- ☒ Mění se věková struktura obyvatelstva, zejména ve vyspělých zemích Evropy a USA dochází ke stárnutí populace, vytváří se atraktivní segment movitých, vzdělaných seniorů, v relativně dobré tělesné kondici.
- ☒ Mění se velikost a struktura domácností, zvyšuje se podíl menších, méněčetných (jednočlenných) domácností či neúplných rodin.
- ☒ Vzrůstá role ženy, která je stále častěji sama ekonomicky aktivní a pocítuje větší potřebu víkendových cest a tzv. minidovolených.
- ☒ Rostoucí zájem na udržování a zlepšování tělesné kondice formou nízkokalorické či bezcholesterolové stravy, fitness center, rehabilitačních a léčebných pobytů a procedur.
- ☒ Zájem a nutnost dalšího sebevzdělávání a zdokonalování v jazykových kurzech, kurzech golfu, tenisu, ručních prací, pěstitelských dovednostech v rámci návratů k přírodě.

Při jakémkoliv zkoumání cestovního ruchu nelze opomenout fakt, že cestovní ruch není klasickým hmatatelným produktem, jedná se totiž o souhrn (tzv. balík) především služeb, které až v určitém komplexu dokáží plně uspokojit potřeby účastníka cestovního ruchu.



„Z ekonomického hlediska je produkt cestovního ruchu souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou předmětem spotřeby účastníků cestovního ruchu.“ (Hesková a kol., 2006: 96 – 97)

Vzhledem k tomu, že právě služby jsou rozhodující složkou produktu cestovního ruchu, je nutné jejich podrobnější zkoumání v následující části práce.

## **2.2 SLUŽBY**

Jak už bylo uvedeno v první části, je růst sféry služeb jednou z nejvýraznějších charakteristik současné hospodářsky vyspělé společnosti. „V posledních desetiletích 20. století ekonomové označují Spojené státy jako společnost služeb. V této oblasti dnes v USA pracují tři čtvrtiny ekonomicky aktivního obyvatelstva a na tvorbě HDP se služby podílejí ze 70 %. Za poslední dvě desetiletí zde vznikaly nové pracovní příležitosti téměř výhradně ve službách. Dokonce i v podnicích produkujících hmotné statky hrají služby stále důležitější roli. Například počítačová firma IBM získává větší část (60 %) svých příjmů nikoli z prodeje hardwaru, ale ze služeb, které k počítačům zajišťuje.“ (Foret, M., Foretová, V., 2001: 20)

### **2.2.1 VYMEZENÍ SLUŽEB**

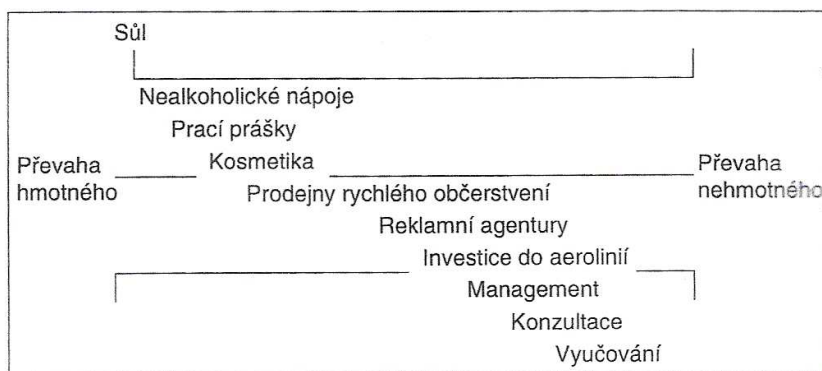
Význam služeb cestovního ruchu neustále stoupá s růstem životní úrovně obyvatel. V této souvislosti můžeme hovořit nejen o vzrůstajícím podílu výdajů do služeb cestovního ruchu, ale do služeb obecně. Samozřejmě se výdaje budou lišit nejen podle příjmů, ale jsou závislé i na mnoha dalších faktorech. Významnou roli například hraje sociální struktura obyvatelstva (vzdělání, městský či venkovský způsob života, životní priority, způsob trávení volného času apod.).

Služby cestovního ruchu můžeme dle Čecha (1998: 50) definovat jako „činnosti směřující k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu.“

Vymezení služeb se u různých autorů zásadně neliší: „Činnosti, které směřují k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, nazýváme služby cestovního ruchu. Zahrnují služby dopravní, ubytovací, stravovací, ale i četné jiné (prodej suvenýrů, map, literatury, organizování zájezdů a pobytů, průvodcovské služby, informační systémy, nabídka kulturních programů atd.).“ (Holeček, Mariot, Střída, 2005: 18)

V některých případech existují problémy v přesném rozlišení mezi výrobkem a službou. V každém případě tento rozdíl ale existuje a vyplývá z něj i nutnost jiného přístupu při poskytování služby než při prodeji výrobku. Chování při poskytování

**Obrázek 3: Kontinuum zboží-slужby**



Zdroj: Shostack, 1977

služby by se mělo odlišovat od prodeje výrobku už proto, že opravdová služba je osobní záležitostí. „Čím vlídněji je s námi zacházeno, tím jsme ochotnější tolerovat drobné nedostatky, a naopak, jsme-li přehlíženi, tím na sebemenší nedostatek reagujeme podrážděněji.“ (Vosoba, 2003: 52)

Hornerová a Swarbrooke (2003: 39-40) uvádějí teorii Shostacka (1977), který tento fakt označuje jako kontinuum zboží-slужby, kde převaha jednoho nebo druhého závisí na míře materiálnosti nabízeného produktu.

### 2.2.2 ZNAKY SLUŽEB

Služby mají své obecně známé charakteristiky, které jsou z pohledu cestovního ruchu ještě více upřesňovány, mají určitá specifika.

Podle Orišky (1999: 6-7) patří mezi všeobecné znaky služeb mimo jiné jejich **nemateriálnost**. Služby totiž nelze vnímat smysly jako výrobky a jejich spotřeba je charakterizována změnou stavu vnějšího faktoru. Touto změnou může být například zotavení zákazníka při jeho lázeňském či rekreačním pobytu apod. Vždy je ale nutná účast vnějšího faktoru, tedy zákazníka, při procesu poskytování služby. Zákazník může svým způsobem i ovlivňovat výsledek poskytnutí služby, záleží na tom, zda je jeho účast spíše aktivního či pasivního rázu. Při poskytování je služba zároveň

i spotřebovávána, tento znak nazýváme **simultánností**. Služba je tedy **neskladovatelná**, charakteristická je také její **pomíjitelnost**.

Výše uvedené znaky se dají aplikovat na služby jako celek. Pokud ale hovoříme o službách cestovního ruchu, nalezneme určitá specifika. Mezi tyto speciální znaky patří časová a místní vázanost služby na primární nabídku cestovního ruchu. Pokud má tedy zákazník zájem o návštěvu určité atraktivity cestovního ruchu, destinace, sportovního zařízení apod., je nutný předpoklad jeho přesunu do cílového místa cestovního ruchu. Při účasti na cestovním ruchu dále zákazník zpravidla spotřebovává mnoho různých služeb, které až jako celek dokáží plně uspokojit jeho potřeby.

Každá z jednotlivých služeb tzv. balíku, souboru pak může pozitivně či naopak negativně ovlivnit celkový dojem z celkového zážitku. Tento znak služeb cestovního ruchu nazýváme **komplexností** a **komplementaritou**. Protože výsledný balík služeb má **mnohooborový charakter**, vyplývá z tohoto faktu nutnost zprostředkovatele, který bude schopen pro klienta zajistit jak služby dopravní, ubytovací a stravovací, tak i kulturně-společenské, informační a mnoho dalších. Zprostředkovateli v tomto případě nazýváme buď *cestovní kanceláře (touroperátory)*, které sestavují a následně nabízejí účastníkům své vlastní balíky služeb ve formě zájezdů a pobytů, nebo *cestovní agentury*.

Zákazník si při výběru svých služeb může určitým způsobem volit typ služby podle svých potřeb a preferencí, podle nečekaných změn (např. v cenách). Tato vzájemná **nahraditelnost** (tzv. substitute) je obecně vyšší u realizačních než u cílových potřeb.

Při zkoumání vývoje poptávky po službách cestovního ruchu dojdeme k závěru, že se jedná o výrazně **sezónní a dynamický vývoj**, který je způsoben mnoha vnějšími okolnostmi. Nejčastějším vlivem jsou přírodní podmínky (především střídání ročních období) a dále speciální činitelé, například sociální (čerpání dovolené, prázdniny, svátky). Pro podnik nabízející služby cestovního ruchu je tedy nutností dostatečná úvaha o vlivu těchto faktorů na poptávku po jejich službách, protože nabídka se přizpůsobuje změnám poptávky jen velmi pomalu.

Jako další specifický znak služeb cestovního ruchu lze uvést **nevyhnutelnost informací** o těchto službách. V dnešní době jsou informace považovány za něco samozřejmého a zákazník je při svém rozhodování vyžaduje. Na dostatečně kvalitní komunikaci se zákazníkem tedy pak často závisí jeho rozhodnutí pro účast či neúčast na

cestovním ruchu. Zákazník si dále musí uvědomit, že při své účasti na cestovním ruchu nebude vystupovat anonymně, na rozdíl od spotřebitelů na trhu spotřebního zboží.

Vedle tradičního pojetí charakteristik služeb, je zajímavý pohled na tzv. charakteristické znaky dobrých služeb (Vosoba, 2003: 24):

- **Kvalifikovanost na první pohled** – schopnost zaujmout, rozumět problémům klienta, nabídnout zkušenost, tvořivost, nápaditost
- **Individuální přístup** – přizpůsobit se klientovi – jednoduchost, srozumitelnost, nenadřazenost
- **Důvěra** – klient má pocit, že je v dobrých rukou, věří profesionálovi, cítí se být středem pozornosti, nemyslí si, že je manipulován
- **Osobní vztah** – klient je zvyklý na určitou tvář, jednání a přístup, který mu vyhovuje, a ozývá se v případě potřeby nebo problému.

### 2.2.3 TYPOLOGIE SLUŽEB CESTOVNÍHO RUCHU

Již z výše uvedených základních definic je zřejmé, že se bude jednat o širokou škálu činností, které je třeba určitým způsobem roztřídit. Stejně jako u typologie cestovního ruchu nalezneme i typologii služeb v dílech řady autorů.

Čech (1998: 50) například využívá dělení služeb cestovního ruchu *dle významu* na:

- **základní** služby,
- **doplňkové** (ostatní, vedlejší) služby,

a *dle způsobu financování* na:

- **placené** služby,
- **neplacené** služby.

Hladká (1997: 28) využívá dělení na služby cestovního ruchu

- **základní** (ubytovací, stravovací, dopravní),
- **doplňkové** (obchodní, sportovně-rekreační, společensko-kulturní, lázeňsko-léčebné, směnářenské, komunální, zprostředkovatelské, horská služba).

Podrobné členění služeb z různých hledisek je uvádí i Hesková (2006: 106). Vždy je důležité oddělit určitým způsobem služby, které jsou k dispozici pouze

účastníkům cestovního ruchu, od těch služeb, které mohou být využívány jak turisty, tak místními obyvateli.

#### **2.2.4 VÝVOJ SLUŽEB**

Služby jsou pro třetí tisíciletí nedílnou součástí našeho života. To si musí uvědomit každý podnik, protože už dávno neplatí, že se služby jako činnost, týkají výhradně podniků služeb. Vosoba (2003: 23) uvádí, že dříve poměrně striktní rozdělení podnikání založeného buď na kapitálu, pracovní síle či znalostech, už v současné době ve většině případech neplatí. Pro firmy, které byly založené na kapitálu, bylo charakteristické využívání moderních technologií a zařízení, dopravních prostředků i budov. Zisku dosahovaly především právě investicemi do hmotného majetku. Naopak firmy založené na lidském faktoru se vyznačují vysokým podílem ruční práce (např. oděvní výroba, hotely, cestovní kanceláře, pojišťovny apod.). Podnikatelé stavící svoji činnost na znalostech a kreativitě je nutností využívání individuality, osobností schopných řešit problémy (např. právníci, doktoři, vzdělávací instituce atd.). V dnešní době neustále přibývá společností, které všechny uvedené zdroje vhodně kombinují. Původní striktní zaměření ale určitým způsobem usnadňovalo orientaci a priority.

„Zatímco pro první skupinu firem, založených na kapitálu, byly služby podružné, ve druhé skupině měly již značný podíl na úspěchu a ve třetí patřily ke klíčovým. ... Dnes je situace jiná. Služby jsou významným přispěvovatelem příjmů v první i ve druhé skupině, jsou předností, která umožňuje udržet a zvyšovat podíl na trhu, přinášet novou přidanou hodnotu zákazníkům a vyšší marži majitelům.“ (Vosoba, 2003: 23)

#### **2.2.5 NEDOSTATKY VE SLUŽBÁCH A CESTY K JE ZLEPŠENÍ**

„Tradičně poskytované služby začínají omezovat zákazníka: jsou nabízené jako produkt a zákazník je „statistou“, který koupí, čí nekoupí, je pouhým „kolečkem“ zapadajícím do procesu prodej – nákup. Klient není středem pozornosti, a je proto povinen respektovat pracovní dobu, způsob obsluhy, dbát příkazů, zákazů a doporučení. Aktivita a odklon od přesně stanovené nabídky příkazů, zákazů a doporučení se trestá! Tradiční službu poznáme lehce: je bez nápadu, upjatá, neosobní, všechno je složité

a hlavně – necítíme se v ní „pohodlně“. Jakkoli to zní neuvěřitelně – pro tradiční služby je na prvním místě zaměstnanec.“ (Vosoba, 2003: 19)

Kvalita, ať už konkrétně u služeb cestovního ruchu, či kvalita jako obecný pojem, by měla být pro každý úspěšný podnik v dnešní době prioritou. U služeb je nutné vzít na vědomí, že kvalita vnímaná zákazníkem, se neodvíjí pouze od konečného výsledku (jako je tomu např. u koupi výrobku), ale že součástí hodnocení kvality je i samotný proces poskytování služby.

„Kvalita = skutečná služba – očekávaná služba“ (Heskett, Sasser Jr., Hart, 1993: 17)

O významu kvality poskytovaných služeb nepochybují ani autoři, kteří se zabývají především regionálním cestovním ruchem: „Je nepochybné, že cestovní ruch přispívá k rozvoji místa (vytváří pracovní a podnikatelské příležitosti, přináší potřebné zejména zahraniční investice, zvyšuje životní úroveň). Na druhé straně však také vyžaduje určitou úroveň služeb, zejména pro volný čas. Neobejde se bez kvalitních ubytovacích a stravovacích zařízení, bez potřebné infrastruktury (dopravní dostupnost).“ (Foret, Foretová, 2001: 10)

Z výše uvedeného vyplývá, že se změnou k lepšímu je nutno začít u myšlení pracovníků ve službách, se změnou jejich přístupu k práci. S tímto názorem se setkáváme i v díle Hesketta, Sasser Jr. a Harta (1993: 121, 235). Hovoří o silném vlivu lidského faktoru v oblasti služeb a snaží se najít co nejefektivnější cestu ke zlepšení kvality služeb. Může jí být např. zvýšený dohled, jako protiklad uvádějí větší náklady na zácvik pracovníků či vyšší pravomoci.

Pro pracovníka ve službách jsou nutností určité obecné osobní charakteristiky, ale Vosoba uvádí ještě další schopnost, pro kterou používá pojem *klientská trpělivost*: „Klientská trpělivost je schopnost vcítit se do situace klienta a opravdově usilovat o pomoc a zlepšení“. (Vosoba, 2003: 29) Zároveň uvádí, že tento druh trpělivost se nejlépe prověří především v krizových a stresových situacích a nesmí být zaměňována s nevhodnou prodejní agresivitou, manipulací či nátlakem.

Dalším problémem při poskytování služeb se může stát jakási hromadná obsluha. Vosoba (2003) uvádí, že tuto tzv. *masovou obsluhu* je nemožné zajišťovat individuálním přístupem. Následkem nevhodného přístupu ke klientům je dřívější či pozdější odliv lepších zákazníků ke konkurenci, která je v současné době čím dál větší. Nebezpečí spočívá i v určitém stírání rozdílů mezi jednotlivými konkurenty, v případě

nespokojenosti se může zákazník na trhu služeb začít „ztrácet“ a jeho náklonnost k oblíbené značce může v lepším případě klesnout, případně se ztratí úplně.

Dle Vosoby (2003) přestávají být v dnešní době standardizované a rutinně poskytované služby dostačující. „Jsou neosobní, málo individuální, zaměřené na příliš široké spektrum zákazníků. Budou-li chtít přežít, potřebují inovovat!“ (Vosoba, 2003: 32)

Nejenom ve službách je důležité si uvědomit sílu prvního dojmu. Je paradoxem, že ačkoli firmy o svých kritických místech vědí, nejsou schopné je dobře zvládat. „Vrátnice, recepce, vstupní haly, zkrátka kontaktní místo, kde si klient tvoří první obrázek. ... Lidská paměť je uzpůsobena tak, že si člověk nejvíce pamatuje „začátek a konec“, dále pak věci často opakované nebo výjimečné.“ (Vosoba, 2003: 35)

O významných důsledcích prvního a posledního dojmu nepochybuje ani Heskett, Sasser Jr. a Hart. (1993: 47). Uvádějí, že zákazník je schopen si svůj názor udělat již po několika prvních minutách, a především, že tento názor je pak velmi těžké změnit. Neméně důležitý je i závěrečná zkušenost, která ovlivní budoucí rozhodnutí zákazníka o opakovaném využití služby, či naopak. Pro firmu je velmi významný také tzv. prodej „od úst k ústům“ dalším zákazníkům.

Právě z výše uvedených důvodů by se měly podniky služeb zaměřit takovým způsobem, aby pro ně i pro jejich zákazníky byly důsledky prvního dojmu pozitivní. Často jsou důležité detaily, které si firmy ani neuvědomují. Je nutností se neustále učit, management kvality by se měl stát prioritou každého podniku. Jen tak lze na dnešním silně konkurenčním trhu uspět a udržet si své zákazníky.

V této souvislosti by se úspěšné podniky na poli služeb měly řídit následujícím heslem: „Hledejte někoho, kdo vás zbaví „pocitu dokonalosti“ a „zahledění do sebe“.“ Vosoba (2003: 37)

### 3 CÍL PRÁCE

Krajina kolem vrchu Blaník je z hlediska cestovního ruchu velmi atraktivním cílem. Vzhledem k nemalému potenciálu místní krajiny je vhodné se zaměřit na podporu, rozvoj a zkvalitňování služeb cestovního ruchu.

Cílem bakalářské práce je provést analýzu služeb cestovního ruchu na Podblanicku. Nejprve bude provedena analýza současného stavu kvality a dostupnosti služeb (je součástí situační analýzy), zjištění kapacit zařízení cestovního ruchu, sledování stupně využití zařízení turisty i rezidenty a dalších ukazatelů, například atraktivity destinace.

Vedle hlavního cíle je cílem i je porovnání získaných údajů s potenciálními možnostmi Podblanicka. Na základě takových výsledků je možné přistoupit k naplnění dalšího cíle bakalářské práce – tím je návrh případných opatření ke zlepšení kvality nabízených služeb, která by vedla k zatraktivnění regionu Podblanicka jako destinace cestovního ruchu. Vedlejším cílem bude vytvoření vhodného marketingového mixu zkoumané destinace v aplikační části práce.



## 4 METODIKA, HYPOTÉZY

Základem pro zpracování bakalářské práce byl sběr primárních a sekundárních dat a dále studium odborné literatury a další regionální literatury o zkoumané oblasti. Vhodná odborná literatura byla využita i pro uvedení do obecného problému cestovního ruchu a služeb cestovního ruchu. Dalšími vhodnými informačními materiály, které jsou k dispozici, jsou propagační materiály jednotlivých turistických cílů a obcí v regionu, webové prezentace podniků služeb v daném regionu apod. Jako důležitý informační zdroj považuji také svoji spolupráci s místními organizacemi cestovního ruchu – konkrétně jde především o regionální informační centra (např. ve Vlašimi či v Louňovicích pod Blánkem) či o Muzeum Podblanicka působící ve Vlašimském zámku.

V analytické části práce bude pro zjištění současného stavu služeb cestovního ruchu nejvhodnější metodou situační analýza zkoumané oblasti. Pro další zhodnocení destinace zanalyzuji její konkurenceschopnost a poptávku po ní. Pro získání konkrétních informací, názorů místních obyvatel a samozřejmě návštěvníků regionu byla využita forma terénního dotazníkového šetření.

Převážná část dotazníku byla tvořena uzavřenými otázkami, u kterých byla v možnost výběru jedné, respektive více odpovědí. Otevřená otázka se týkala místa, odkud turisté do regionu přicházejí, u další otevřené otázky měli dotazovaní možnost vyjádřit svůj názor na vylepšení regionu. Dotazování probíhalo na několika místech regionu, konkrétně v nejdůležitějších obcích. Ve Vlašimi byli dotazováni návštěvníci infocentra a také Muzea Podblanicka. Další dotazování proběhlo u turistů v Louňovicích pod Blánkem. Zde byla při dotazování mimo jiné využita i spolupráce s místním infocentrem.

Po získání potřebných informací o současném stavu služeb cestovního ruchu na Podblanicku a po následném porovnání s možnostmi destinace následuje část aplikační, konkrétně tvorba vhodného marketingového mixu destinace.

Všechny výše uvedené metody mají za cíl potvrdit, respektive vyvrátit následující hypotézy:

### **Hypotéza 1:**

Ačkoliv má Podblanicko bohatý přírodní, ale také kulturně-společenský potenciál z hlediska atraktivity pro cestovní ruch, zájem návštěvníků se soustředí z převážné části na dominantu oblasti – Blaník.

### **Hypotéza 2:**

Město Vlašim - jako největší obec a centrum regionu - a další obce na Podblanicku nabízejí málo kvalitních služeb, které by dokázaly uspokojit i přání a požadavky náročnějších nebo zahraničních klientů.

### **Hypotéza 3:**

Pro zvýšení atraktivity regionu a prodloužení délky pobytu návštěvníků je nutné oblast prezentovat jako celek.

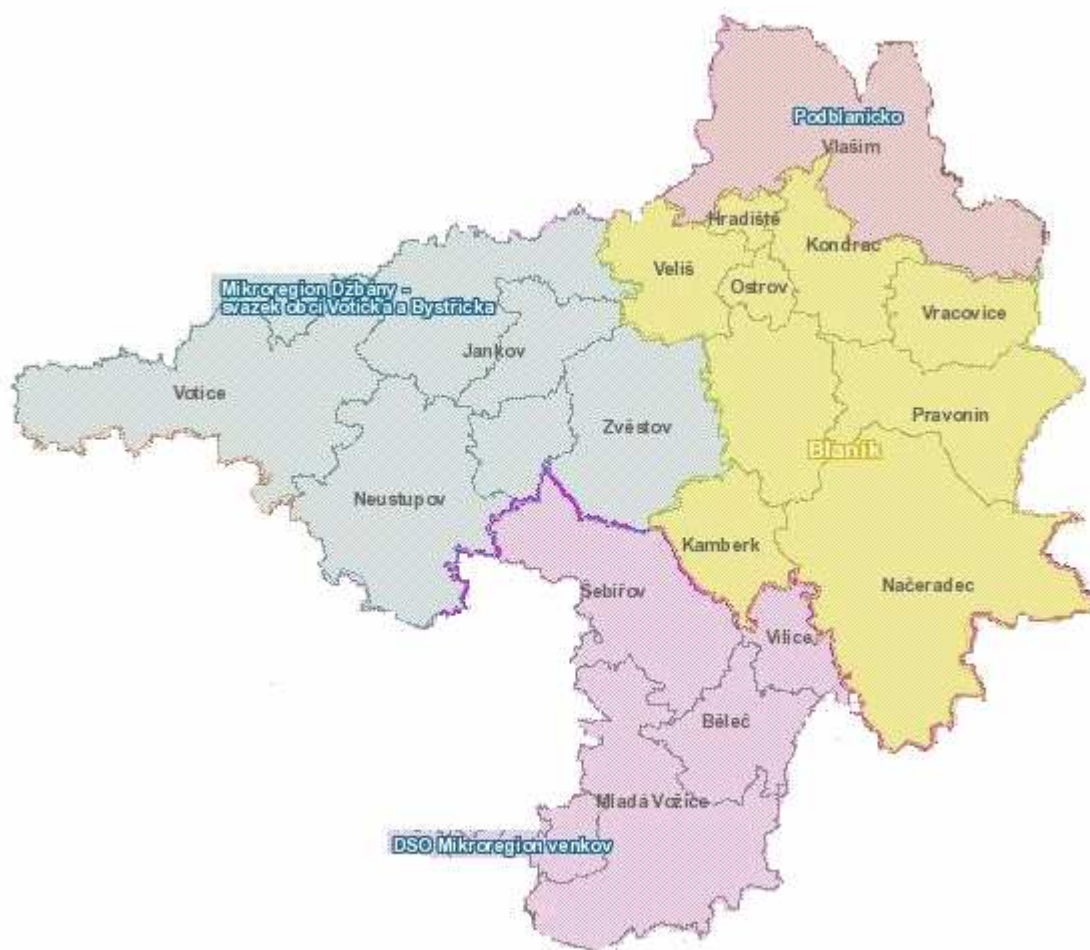
## 3 ANALÝZA DESTINACE

### 3.1 SITUAČNÍ ANALÝZA

V následující části práce jsou zanalyzovány nejdůležitější charakteristiky regionu, konkrétně geografické a demografické vymezení oblasti, hospodářská charakteristika, oblast životního prostředí, samospráva analyzovaných obcí a v neposlední řadě oblast cestovního ruchu. Statistické údaje pro jednotlivé obce jsou uvedeny v přílohách 2 – 6.

#### 3.1.1 GEOGRAFICKÉ VYMEZENÍ

Obrázek 4: Geografické vymezení



Zdroj: [www.risy.cz](http://www.risy.cz)

Výše vymezená oblast zasahuje celkem do tří správních obvodů, a to do Vlašimského, Votického a Tábořského. Proto se v následující analýze zmíním o základních charakteristikách každého z obvodů. Některé znaky jsou pro obvody shodné.

Správní obvod Vlašim leží v jihovýchodní části Středočeského kraje. Většina území náleží geomorfologicky k celku Středočeské pahorkatiny, na jihovýchodě zasahuje částečně do území i Českomoravská vrchovina. Vlašimský obvod je v rámci kraje osmý největší, ale z pohledu počtu obyvatel osmý nejmenší. Z celkem 49 obcí může statut města užívat pouze Vlašim.

Votický obvod se rozkládá v jižní části Středočeského kraje na hranicích s krajem Jihočeským. Území je nejvýše položenou částí kraje – nejvyšší vrcholy zde dosahují nadmořské výšky mezi 600 – 700 m.n.m. V rámci kraje patří mezi nejmenší správní obvody s osmou nejmenší rozlohou a nejnižším počtem obyvatel žijících v celkem 15 obcích, pouze Votice mají statut města.

Správní obvod Tábořska je ze všech tří jmenovaných sice rozlohou i počtem obcí nejrozsáhlejší, ve vymezené oblasti Podblanicka jde ale o nejmenší část území. Jde pouze o Běleč, Mladou Vožici, Šebířov, Vilice. Jedná se o nejsevernější část Tábořského obvodu. Z geologického hlediska sem zasahují horniny Středočeské vrchoviny – jedná se o nejvýše položenou oblast celého okresu, vrcholy zde dosahují až přes 700 m . n. m.

Pro všechny tři správní obvody je typická existence jednoho centrálního sídla (Vlašim, Votice, Mladá Vožice) s uspořádanou strukturou sídel, kde je také soustředěna převážná většina důležitých služeb obyvatelstvu. Okolo těchto sídel jsou pak v krajině rozptýleny menší obce, které si z převážné většiny zachovaly svůj původní ráz s dominantní návší, často s drobnými sakrálními stavbami. Problémem je ale zaostávající vybavenost obcí, špatná infrastruktura (především kvalita silniční sítě je v některých částech regionu nedostačující, často chybí chodníky, přechody pro chodce atd.). Nevzhledné jsou často chátrající stavební objekty – ať už jde o vybydlené domy či o nevyužité bývalé zemědělské stavby.

### **3.1.2 DEMOGRAFICKÉ VYMEZENÍ**

Určité charakteristiky Vlašimského a Votického obvodu jsou shodné. Je to především nepříznivý vývoj počtu obyvatel – ten bohužel neustále klesá; stejně tak je nepříznivá i jeho věková struktura – průměrný věk zde překračuje hranici 40 let. Ze sociálního hlediska je pro oba obvody typický vysoký podíl tradičních úplných rodin, nízká míra rozvodovosti a také nejvyšší podíly věřícího obyvatelstva v kraji. Stejně tak jsou významné vysoké podíly rodinných domů v oblasti bytové zástavby. Na Voticku se ale bohužel objevuje trend neobydlených domů, kterých je celá čtvrtina z celkového počtu.

Sestupný trend počtu obyvatelstva se bohužel projevuje i ve venkovské části Mladovožicka – pro malé obce je typický přirozený úbytek obyvatelstva, pouze Mladá Vožice vykazuje mírný přírůstek. Průměrný věk obyvatel se zde také pohybuje poměrně vysoko, přibližně kolem hranice 40 let.

### **3.1.3 HOSPODÁŘSKÁ CHARAKTERISTIKA**

Z ekonomického pohledu tvoří základnu pro oba obvody (Vlašimský a Votický) převažující zemědělství a následně průmysl. Naopak podprůměrná je zaměstnanost v terciálním sektoru. Pro Vlašimský obvod je nejvýznamnějším a největším zaměstnavatelem firma Sellier Bellot a. s., která působí v oblasti zbrojařského průmyslu. Největším zaměstnavatelem na Voticku je podnik TESLA TECH s.r.o.. Jak už naznačuje výše uvedený úbytek obyvatelstva a podprůměrná intenzita bytové zástavby, obě území se rozvíjejí jen velmi pomalu. V rámci Vlašimska je také typická špatná vybavenost jednotlivých obcí.

Z ekonomického hlediska je Tábořsko druhým nejprůmyslovějším okresem v Jihočeském kraji – více než třetina osob je zaměstnána právě v průmyslu. V minulosti byla pro oblast Mladovožicka důležitá těžba stříbra, v současné době patří mezi nejvýznamnější průmyslová odvětví okresu potravinářství, chemická výroba a strojírenství. Další významnou sférou je zemědělství. Okres se také může pochlubit druhou nejvyšší nezaměstnaností v kraji, výjimku ale tvoří oblasti se špatnou dopravní dostupností.

### **3.1.4 ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ**

Životní prostředí v regionu Podblanicko se dá označit za zachovalé. Místní krajina netrpí následky činnosti velkých průmyslových podniků, velká část území je využívána pro zemědělskou výrobu. Ochranou fauny i flory se v regionu zabývají pobočky Českého svazu ochránců přírody ve Vlašimi a ve Voticích, jejichž součástí je i záchranná stanice pro živočichy.

Přestože byl okres Tábor v minulosti jednou z nejzatíženějších oblastí z hlediska emisí, stav životního prostředí se v posledních letech zlepšuje. Obce zasahující do vymezené oblasti Podblanicka ale nepatří k velkým aglomeracím, proto lze předpokládat lepší kvalitu ovzduší a celkového životního prostředí.

### **3.1.5 SAMOSPRÁVA A ROZVOJ REGIONU**

Převážná většina obcí regionu funguje pod samosprávou obecních úřadů, pouze tři největší sídla – Vlašim, Votice a Mladá Vožice jsou spravovány městskými úřady. Za úřady veřejné správy, jako jsou např. stavební úřady, úřady práce, OSSZ, katastrální úřady, finanční úřady apod. musejí místní obyvatelé dojíždět do Vlašimi, resp. do Tábora.

Na analyzovaném území se jednotlivé obce sdružují do čtyřech různých mikroregionů. Jedná se o dobrovolná sdružení obcí Blaník a Podblanicko, Mikroregion Džbány a Mikroregion Venkov. Tyto svazky obcí byly založeny za účelem celkového rozvoje dané oblasti, infrastruktury a podpory cestovního ruchu v regionu.

Co se týče využívání možnosti rozvojových projektů v rámci podpory od Evropské unie, byly v regionu uskutečněny např. následující projekty: Obnova přístupových komunikací k památkám v obci Neustupov, Společné regionální operační programy Kraj Blanických rytířů a Obnova kulturní památky – Vlašimského zámku či výstavba nového autobusového nádraží ve Vlašimi a ve Voticích.

### **3.1.6 CESTOVNÍ RUCH V DESTINACI**

Z pohledu návštěvníků je Vlašimsko zajímavé nejmenší chráněnou krajinnou oblastí – CHKO Blaník (4000 ha) a dále především městem Vlašim se zámkem s anglickým parkem a naučnou stezkou nebo hvězdárna. Místní rozmanitá krajina je

vhodná pro různé sportovní aktivity – především pro cykloturistiku, pěší turistiku, pro rekreaci v příjemném venkovském prostředí a pro poznávací turistiku.

Pro Voticko a Mladovožicko je typická kopcovitá krajina, kterou zajisté ocení také především milovníci turistiky a cykloturistiky, v zimě jsou zde poměrně dobré podmínky pro běžkaře vzhledem k vyšší nadmořské výšce. Také v těchto obvodech lze nelézt mnoho zajímavých kulturně-poznávacích atraktivit.

Přes výše uvedené charakteristiky není v současné době potenciál místní krajiny dostatečně v oblasti cestovního ruchu využit. Je to především z důvodu nedostatečné infrastruktury a povědomí účastníků cestovního ruchu o tomto regionu. Stravovací a ubytovací kapacity jsou uvedeny v přílohách 7 a 8.

V následující části jsou stručně uvedeny charakteristiky jednotlivých obcí z pohledu návštěvníka regionu – jde o turistické zajímavosti, ať už jde o historicky cenné stavby, okolní přírodu či pořádané festivaly v největších sídlech.

### **Běleč**

Částmi obce jsou ještě Bzová a Elbančice. Poblíž leží dva rybníky – Bažantnice a Nabodorny, kterými protéká Bělečský potok. Mezi přírodní zajímavosti patří nedaleko protékající řeka Blanice a lesní porosty, který ukrývají zříceninu hradu Šelmberk. Při poznávání mohou turisté využít zajímavé naučné stezky okolo hradu Šelmberk.

### **Hradiště**

Jedná se o nejmenší obci vymezeného regionu. Pro turisty může být zajímavá především pěší či cykloturistika, ke které lákají rozsáhlé lesní porosty v okolí, v blízkosti opět protéká řeka Blanice. V obci se dále nachází Kostel Nejsvětější Trojice Boží.

### **Jankov**

Obec Jankov (Bedřichovice, Čečkov, Čestín, Jankovská Lhota, Nosákov, Odlochovice, Otradovice, Pičín, Podolí) leží 13 km jihozápadně od Vlašimi. Z historického pohledu je pro obec, ale i pro vývoj dějin celé Evropy, nejvýznamnějším mezníkem 6. března 1645, kdy se zde odehrála největší a zároveň nejkrvavější bitva třicetileté války. Tehdy se zde střetla rakouská vojska vedená generálem Götzem se švédskými vojsky pod velením generála Tortensona. Porážka rakouské strany urychlila

jednání o ukončení tohoto celoevropského konfliktu. Na památku této události dnes stojí poblíž Jankova mohyla a památník. Bitvu také připomíná každoročně konaný pochod nazvaný Po stopách bitvy u Jankova. Ke zdolání trasy je možné využít kolo nebo jít pěšky. V okolí se nacházejí dále dvě další naučné stezky. Kromě památníku bitvy patří mezi zdejší pamětihodnosti i kostel sv. Jana Křtitele, vodní mlýn nebo výklenková kaplička na náměstí. Zajímavá je i nedaleká soustava rybníků s cennou faunou a flórou.

### **Kamberk**

Městys Kamberk se skládá ještě z dalších dvou místních částí - Předbořic a Hrajevic. Leží v malebné krajině na hranici jihočeského a středočeského kraje. Tato oblast, kterou protéká také řeka Blanice, bývá nazývána tzv. Blanickou brázdou. Zajímavostí je proměnlivý název obce - v letech 1951-1991 se obec jmenovala Zlaté Hory. Byla totiž založena jako zlatokopecská osada německými kolonisty.

Přímo v obci je na řece Blanici rybník o rozloze 12 ha a menší tzv. Dolní rybník, v okolí se nacházejí ještě další dva menší znovuobnovené rybníky Podhorník a Kalač. K zajímavým stavbám v obci patří kostel, hřbitovní kaple, památník obětem 1. světové války, bývalá tvrz, budova bývalé školy, kampelička nebo most z 20. let minulého století. Za zmínku určitě stojí alej stoletých líp podél silnice na Mladou Vožici.

### **Kondrac**

K této obci, ležící 4 km jižně od Vlašimi, patří ještě 2 místní části (Dub a Krasovice). První písemnou známku o Kondraci najdeme až v roce 1318, ale dominantu obce – původně románský kostel sv. Bartoloměje – je datován již na konec 12. století. Z tohoto období se dodnes zachovala loď se dvěma kruhovými věžemi. V průběhu doby byl kostel několikrát upraven. Mezi úpravy patřila i stavba dřevěné věže, do které však v roce 1918 udeřil blesk. Následkem této události kostel vyhořel, některé stopy po požáru jsou patrné dodnes. Zajímavostí je oltář a kazatelna, která pochází ze zatopených Dolních Kralovic. Historicky nejceněnější jsou zajisté zbytky nástěnné románské malby zobrazující legendu o neznámém světcí. Na počátku osídlení se v obci těžilo také stříbro a zlato.



## **Louňovice pod Blaníkem**

Městys Louňovice pod Blaníkem, který leží přibližně 8 km jižně od města Vlašim a asi 15 km východně od Votic se může pochlubit dlouhou historií. Svoji zásluhu na rozmachu této obce a posléze i celého Podblanicka má ženský premonstrátský klášter. Ten byl podle zápisu v Jarlochově kronice založen mezi vrchy Malého a Velkého Blaníka již roku 1149. Místní klášter ale zanikl roku 1420, kdy byl během husitských válek vypálen.

V současné době spadají pod obec Louňovice pod Blaníkem ještě tři další místní části - Býkovice, Rejkovice a Světlá.

Z místních památek jistě stojí za shlédnutí dominantní barokní kostel Nanebevzetí Panny Marie, který dnes najdeme na místě původního románského kostela. Zajímavou expozici věnovanou historii premonstrátství v Louňovicích lze navštívit v původně renesančně-barokním zámku, který však v důsledku nešetrných přestaveb během času ztratil na své architektonické hodnotě.

Historie na turisty dýchne i při návštěvě přírodní dominanty zdejšího kraje - památné hory Velký Blaník. Tento vrch měřící 638 m byl osídlen již před začátkem našeho letopočtu halštatskolaténskými kmeny, Keltové zde vystavěli oppidum a později tvrz. O zachování známé pověsti o hoře Blaník se mimo jiné zasloužil velkou měrou spisovatel Alois Jirásek, který ji uvedl ve svých Starých pověstech českých. Tato legenda má přitom svůj původ pravděpodobně už v 15. století. Inspiraci místní krajinou a Blaníkem nalézáme i v hudebních dílech takových umělců jako byl Bedřich Smetana či Zdeněk Fibich, z malířů věnujících se krajinné malbě můžeme zmínit Julia Mařáka nebo Mikoláše Alše.

Svou historii má ale i často opomíjený Malý Blaník. Ten měří 584 m a na jeho vrcholu se nachází zřícenina poutního kaple Máří Magdalény z roku 1753. Zajímavostí je velký smrk vyrůstající přímo ze středu bývalé kaple.

Nejvýznamnějším rodákem z Louňovic pod Blaníkem byl i ve světě uznávaný barokní hudební skladatel Jan Dismas Zelenka. Na jeho počest se zde každoročně koná oblíbený hudební festival Podblanický hudební podzim.

V současné době jsou ale největší turistickou atraktivitou přírodní krásy zdejší krajiny. Nejmenší CHKO v ČR – CHKO Blaník – se může pochlubit vzácně zachovalou přírodou a řadou vzácných rostlinných a živočišných druhů. Jedná se především o rozličné mokřadní a vodní společenstva. Řeka Blanice protékající Podblanickem ve svých četných meandrech a nivních loukách s cennou vegetací v okolí

poskytuje výborné prostředí pro život ohrožených druhů jako je např. vydra říční nebo mihule potoční. Z těchto důvodů byla Blanice zařazena do evropské soustavy chráněných území NATURA 2000.

### **Mladá Vožice**

K obci Mladá Vožice, ležící asi 17 km severovýchodně od Tábora, se přiřazují ještě další místní části - Bendovo Záhोří, Blanice, Dolní Kouty, Horní Kouty, Chocov, Janov, Krchova Lomná, Noskov, Pavlov, Radvanov, Staniměřice, Stará Vožice a Ústějov. Město se může pochlubit několika významnými osobnostmi – patří k nim spisovatel Matěj z Janova, Jan Jeník z Bratřic, August Sedláček či akademický malíř Ota Bubeníček. Nejvýznamnějším historickým obdobím obce byla vláda Karla IV., který držel Vožici pro svou potřebu. Místní hrad i město bylo ale z části zničeno v období husitských válek.

### **Načeradec**

Obec najdeme 13 km jižně od Vlašimi a 27 km jihovýchodně leží město Tábor. Mezi nejvýznamnější pamětihodnosti patří kostel sv. Petra a Pavla, kaple, židovský hřbitov, křížová cesta, socha sv. Jana Nepomuckého a místní zámek. V kostele sv. Petra a Pavla se dodnes zachovala původní románská loď, později zde byly provedeny gotické přístavby. V blízkosti kostela se nachází tzv. zvonice – jedná se o pozůstatky původní gotické tvrze. Obec Načeradec byla v roce 2003 vyhlášena památkovou zónou.

### **Neustupov**

Městys Neustupov se nachází 17 km jihozápadně od Vlašimi, 22 km jižně leží Tábor. K nejvýznamnějším pamětihodnostem lze řadit kostel Nanebevzetí Panny Marie, hrobku Aichelburgů, židovský hřbitov, místní zámek a faru. Městys zahrnuje ze správního hlediska ještě dalších 16 částí (Barčov, Bořetice, Broumovice, Dolní Borek, Hojšín, Chlístov, Jiřetice, Královna, Podlesí, Sedlečko, Slavín, Vlčkovice, Vrchy, Záhoříčko, Zálesí, Žinice).

### **Ostrov**

Stejně jako Hradiště je i Ostrov velmi malou obcí ležící podél toku Blanice. Toto odlehlé místo může nabídnout především relaxaci v klidné přírodě.

## **Pravonín**

Obec leží 8 km jižně od Vlašimi a 31 km severovýchodně od Tábora. Místní historickou památkou je především původně barokní zámek, původní rotunda sv. Jana Křtitele, která byla barokně upravena a židovský hřbitov.

## **Ratměřice**

Pod obec spadají ještě místní části Hrzín a Skrýšov. V Ratměřicích najdeme kostel sv. Havla a zámek s parkem.

## **Šebířov**

Pod obec Šebířov spadá celkem dalších 10 místních částí (Křekovice, Křekovická Lhota, Kříženec, Lhýšov, Popovice, Skrýšov, Vosná, Vrcholtovice, Vyšetice, Zářičí u Mladé Vožice). Obcí protéká řeka Blanice, na západ od Šebířova se tyčí Husí hora. Mezi nejvýznamnější místní pamětihodnosti patří zajisté nedaleká zřícenina hradu Šelmberk, Šelmberský mlýn, opevněný kostel sv. Havla a Boží muka.

## **Veliš**

7 km severovýchodně od Veliše leží město Vlašim, 30 km jižně najdeme město Tábor. Mezi místní památky patří kostel sv. Josefa.

## **Vilice**

Do správního obvodu obce spadá ještě Zátíší, Hrnčíře a Kříženec s přilehlou chatovou oblastí. Mezi Hustí horou a Vilicemi se nachází soustava tří rybníků – Velký Vilický rybník, Vilecký rybník a rybník Biřička. Z nich pak vytéká Vilický potok, který se vlévá do řeky Blanice. Jihovýchodně nad obcí se také nachází vrch Hůrka (686 m.n.m.)

## **Vlašim**

Město Vlašim (Bolína, Domašín, Hrazená Lhota, Nesperská Lhota, Znosim, Bolinka) se může pochlubit skutečně bohatou historií. Osidlování regionu Podblanicko je archeologicky doloženo již v období 10 000 – 3 000 let př. n. l., tzv. Chámská kultura území obývala přibližně do r. 2 000 př. n. l.. V období počátku našeho letopočtu se na Podblanicku zdržovaly Keltské kmenty, později Germáni i Slované. První rodem, který obýval Vlašim byl knížecí rod Vlastislaviců, první písemná zmínka o městě sahá do

r. 1320. Během staletích se ve Vlašimi vystřídalo ještě mnoho šlechtických rodů (např. Pánové z Vlašimi, Trčkové z Lípy, Vostrovcové z Kralovic a další).

Se jménem města Vlašim je také spojena řada slavných jmen. Mezi nejslavnější rodáky můžeme řadit Jana Očka z Vlašimi – prvního českého kardinála, Jana Pláteníka – zakladatele první České občanské záložny v Čechách, malířku Annu Roškotovou, jejího bratra Kamila Roškota – geniálního architekta, který je mimo jiné autorem hrobky českých králů v chrámu sv. Víta v Praze či českého pavilónu na světové výstavě v New Yorku v roce 1939.

Tradičním řemeslem pro město Vlašim bylo ševcovství – právě tento cech byl zde založen jako první již v roce 1510. Produkovalo se zde přes 50 tisíc párů obuvi ročně, na přelomu 19. a 20. století zde byla i vyráběna luxusní dámská obuv značky Schiller určená pro export.

Co se týče návštěvnických atraktivit, dominantní částí města je památkově chráněný soubor řady reprezentačních a hospodářských budov zámku. Historické jádro města je dále tvořeno Žižkovým náměstím a další dominantou – gotickým kostelem sv. Jiljí. Významnou část území města tvoří zámecký park. Jde o památkově chráněný prostor tvořený řadou lesních a parkových porostů, řekou Blanici a historickými památkami, který byl založen již v roce 1775 knížetem Auerspergem. Z mnoha romantických staveb se zde dodnes zachoval Čínský pavilón (nově zrekonstruovaný), Starý hrad či socha Samsona. Neméně zajímavé jsou tři pseudogotické zámecké brány, které byly vystavěny během 19. století – Vlašimská s Podblanickou galerií, Znosimská a Domašínská.

Vlašim je také neodmyslitelně spjata se zbrojařským průmyslem. Obchodní značka Sellier & Bellot má dlouholetou tradici, již od roku 1825. Může se pochlubit nejen prvenstvím ve zbrojařství v rámci Čech, ale patří mezi nejstarší firmy v oboru z celosvětového hlediska. Ve Vlašimi má své sídlo od roku 1935. Zbraně a náboje se tu nejen vyrábí, ale probíhá zde i jejich výzkum a vývoj. Zbrojařské tradici je věnována také rozsáhlá expozice v místním zámeckém muzeu.

Historie ožívá ve Vlašimi i v dnešní moderní době. Nejvýznamnějšími událostmi jsou Velikonoční a Vánoční trhy. Při Májových slavnostech se konají i jezdecké – parkurové slavnosti, projížďky na loďkách na řece Blanici či koncerty dechových orchestrů. V rámci festivalu „Pohádkové léto“ se pořádají divadelní představení pro děti, v kostele Sv. Jiljí se koná festival „Podblanický hudební podzim“, zajímavou akcí je i běh Terryho Foxe nebo tradiční „Pálení čarodějnic“.

Nepříjemným historickým mezníkem pro město byl srpen 1992, kdy došlo vinou závady v elektroinstalaci k požáru místního zámku a celé jižní křídlo bylo zničeno. Škoda činila 9.000.000,- Kč, rozsáhlé rekonstrukce skončily v roce 2000.

## **Votice**

Město Votice má status obce s rozšířenou působností, pod kterou spadá 15 přidružených obcí. Leží 15 km jižně od Vlašimi a 26 km severně od Tábora. Tato oblast bývá často nazývána tzv. Českou Sibiří. Město má bohatou historii – oficiální první písemná zmínka je z roku 1359, přesto se podle archeologických průzkumů usuzuje, že osada vznikla již kolem roku 1150. Vhodná poloha při významné zemské stezce na jih Čech a do Rakouska udala budoucí vývoj města. Největšího rozmachu dosahovala osada v 15. a 16. století, kdy zde byl dokonce založen pivovar, v okolí se těžil vápenec. Další rozvoj umožnila modernizace státní silnice a později i výstavba železniční tratě z Prahy do Českých Budějovic. Město se může pochlubit mnoha pamětihodnostmi. Můžeme jmenovat např. Nový a Starý zámek, kostel sv. Václava, kopie Božího hrobu, židovský hřbitov, Mariánské sousoší na Svatojánském náměstí, radnici či františkánský klášter.

## **Vracovice**

Tuto obec, skládající se ze tří místních částí (Vracovice, Malovidy a Částrovice), najdeme přibližně 5 km jihovýchodně od Vlašimi. Do části katastrálního území obce spadá CHKO Blaník a přírodní památkou je i místní kaskáda Částrovických rybníků. Jako kuriozitu lze uvést, že zdejším významným rodákem byl jeden z vynálezců televizorů v Čechách - František Holeček. Jeho pokrokové myšlení a zručnost dovedla tohoto radiotechnika - samouka až k podání tří patentů v roce 1936.

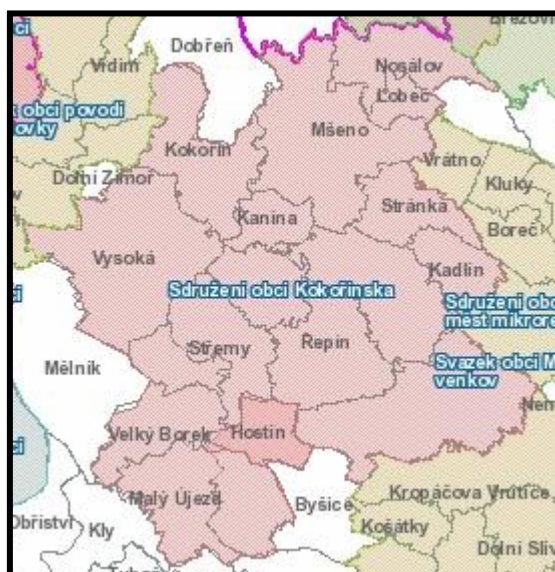
## **Zvěstov**

Pod Zvěstov spadá v současnosti 11 místních částí. Bývalá tvrz, v pozdější době přestavěná na zámek, je v současné době ve velmi špatném stavu. Zajímavostí je ale bývalý zlatodůl Růdný (jedna z místních částí), kde se již ve 13. století těžila zlatonosná ruda. Těžba byla zastavena v roce 1953. V Libouni a Šlapánově najdeme církevní stavby.

### 3.2 ANALÝZA KONKURENCESCHOPNOSTI

Následující analýza konkurenceschopnosti zkoumaného regionu vychází ze srovnání dvou destinací s podobnými charakteristikami. Oblast Podblanicka je srovnávána s oblastí Kokořínska, konkrétně se jedná o mikroregion Sdružení obcí Kokořínska. Tento celek byl vybrán z následujících důvodů: oba turistické celky se nacházejí v poměrně blízké dojezdové vzdálenosti od Prahy a mohou návštěvníkům nabídnout podobný typ atraktivit, a to především přírodní krásy a historické památky.

Obrázek 5: Sdružení obcí Kokořínska



Zdroj: [www.risy.cz](http://www.risy.cz)

Členské obce Sdružení obcí Kokořínska (Hostín, Chorušice, Kadlín, Kanina, Kokořín, Lhotka, Liblice, Lobeč, Malý Újezd, Mělnické Vtelno, Mšeno, Nebužely, Nosálov, Řepín, Stránka, Střemy, Velký Borek, Vysoká) prosazují prostřednictvím svého členství společné zájmy a prezentují se jednotně i v oblasti cestovního ruchu. Jako největší návštěvnické atraktivity oblasti lze uvést především hrad Kokořín ze 14. stol. a dále CHKO Kokořínsko, kde mohou turisté obdivovat pískovcové útvary (Polomené hory), kaňonovitá údolí a rokle, které tvoří jedinečný přírodní charakter oblasti. Jádrem a zároveň nejnavštěvovanější částí CHKO Kokořínsko je Kokořínský důl, v severní části přechází místní krajina v pahorkatinu a turisté mají možnost navštívit rozhlednu na nejvyšším vrcholu – Vrátnské hoře.

Stejně jako je typické pro oblast Podblanicka, jsou i pro jednotlivé obce Kokořínska charakteristické drobné kulturně-historické památky. Jedná se z převážné části o četné církevní stavby jako kostely, zvonice, fary či sochy a památníky.

Další část analýzy je zaměřena na stav nejvýznamnějších služeb cestovního ruchu, konkrétně na oblast stravování a ubytování. Na území Sdružení obcí Kokořínska se nachází celkem 14 stravovacích zařízení. Jak je patrné z následujících přehledů, podobně jako na Podblanicku, je i zde patrné soustředění stravovacích služeb pouze do několika větších obcí. Stejná charakteristika platí i pro oblasti ubytovacích služeb – ty jsou poskytovány celkem ve čtyřech obcích. Celková kapacita uvedených zařízení (bez dvou ubytovacích zařízení, které kapacitu neuvádějí) je 342 míst.

**Tabulka 1: Stravovací zařízení**

Obec	Stravovací zařízení
Kanina	Štajncová Estera
Kokořín	Restaurace U Slavíčků
Kokořín	Restaurace U Grobiána
Kokořín	Hospůdka u Tichých - Tichý František
Lhotka	Vinárna Sova
Liblice	Stará hospoda
Liblice	Restaurant Liblice - Groh Roman
Mšeno	Hostinec V Ráji
Mšeno	Hostinec - Pizza Krásná vyhlídka
Mšeno	Restaurace Plzeňka
Mšeno	Restaurace U Zlatého lva
Mšeno	Restaurace Obecník
Řepín	Restaurace - Štěpánková Anna
Vysoká	Hostinec u Maudrů

*Zdroj: [www.sdruzenikokorinsko.cz](http://www.sdruzenikokorinsko.cz)*

**Tabulka 2: Ubytovací zařízení**

Obec	Ubytovací zařízení	Kapacita
Kokořín	Penzion Myslivna	25
Kokořín	Penzion Zámek Kokořín	28
Kokořín	Autocamp Kokořín	60
Kokořín	Penzion Milča	15
Kokořín	Penzion Malba	28
Kokořín	Penzion Orlí hnízdo	-
Kokořín	VAKO s.r.o.	-
Lobeč	Turistická ubytovna	35
Mšeno	Penzion V Údolí	9
Mšeno	Penzion a restaurace V Ráji	20
Mšeno	Hotel U Zlatého lva	20
Mšeno	Rekreační středisko Sever	150
Mšeno	Ubytovna Stadion	33
Mšeno	Ubytovna TJ Sokol Mšeno	60
Nosálov	Privat Hospůdka U nás	15

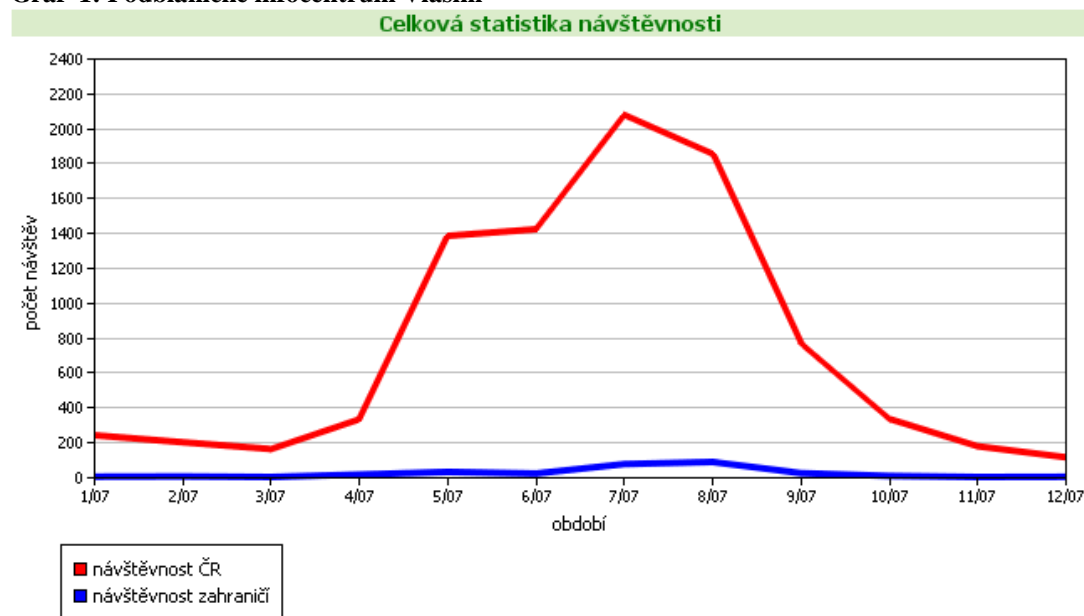
*Zdroj: [www.sdruzenikokorinsko.cz](http://www.sdruzenikokorinsko.cz)*

### 3.3 ANALÝZA POPTÁVKY

Při zjišťování poptávky o zkoumaný region ze strany turistů nebylo možné vycházet z přesných statistických dat. Počty návštěvníků nebo počty hostů v hromadných ubytovacích zařízeních jsou statisticky zjišťovány pouze za větší územní celky, např. za kraje, resp. okresy nebo turistické oblasti ČR. Takové hromadné údaje by ale pro účel práce byly nepřesné, protože by ve sledovaném počtu návštěvníků bylo zahrnuto i velké množství obcí, které do Podblanicka nepatří. Bohužel ani jednotlivá infocentra či obce v regionu nesledují přesné počty návštěvníků. Jediným vodítkem je tedy poptávka po destinaci v tom smyslu, když se návštěvníci o region zajímají právě prostřednictvím návštěvy konkrétního infocentra. Podrobné informace o návštěvnosti nejsou bohužel zjišťovány informačním centrem Votice.

Jak je patrné z níže uvedeného grafu návštěvnosti, Podblanické infocentrum Vlašim navštívilo osobně za uplynulý rok 2007 nejvíce zájemců v období letních prázdnin, vrchol návštěvnosti byl v červenci, kdy se počet turistů pohyboval kolem počtu 2100. Pozitivní vývoj, kdy počet návštěvníků převyšoval 1400, trval v období od května do konce srpna. Ostatní měsíce roku se vyznačovaly poměrně nízkou návštěvností, jedná se především o období od ledna do dubna a od října do prosince. Největší zájem návštěvníků se soustředí především na místní zámek s nově zrekonstruovaným parkem a Muzeum Podblanicka.

**Graf 1: Podblanické infocentrum Vlašim**

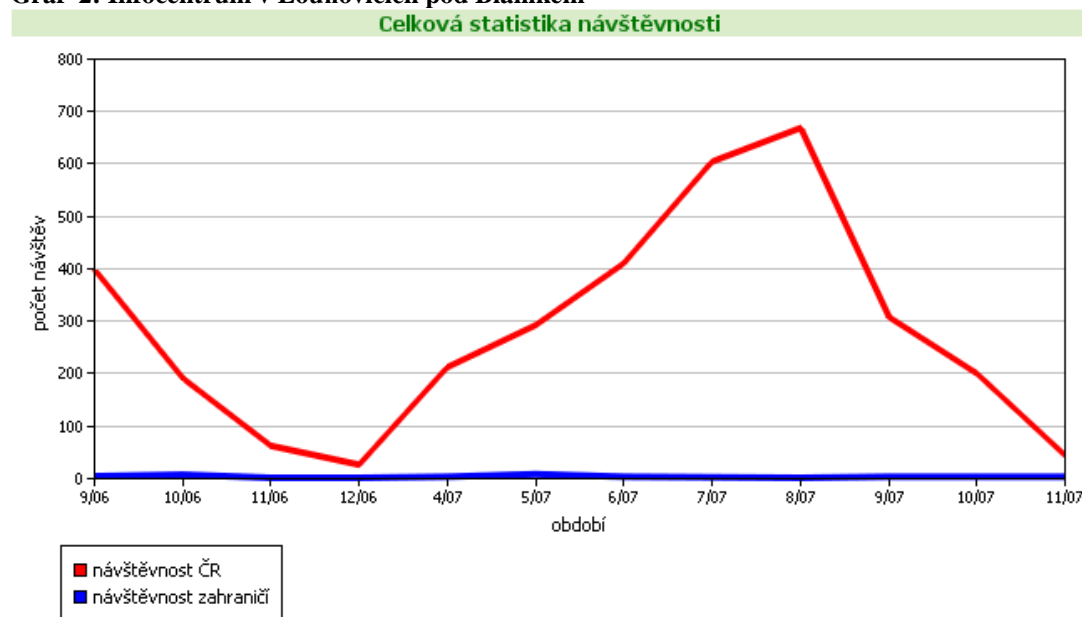


Zdroj: [http://tourist.posazavi.com/cz/article.asp?article\\_id=108&lang\\_id=1](http://tourist.posazavi.com/cz/article.asp?article_id=108&lang_id=1)



Charakteristika návštěvnosti Louňovického infocentra se liší v důsledku změny provozní doby zařízení v průběhu roku. Infocentrum je totiž pro návštěvníky během měsíců leden až duben uzavřeno, proto údaje za toto období v grafickém znázornění chybí. Vrchol návštěvnosti se nachází opět v letních měsících, konkrétně se jedná o srpen, kdy se počet turistů pohyboval kolem 680. Přestože jsou v návštěvnosti tradičně i zde nejúspěšnější letní měsíce, výkyvy nejsou tak znatelné jako v případě Vlašimi. Je tomu tak pravděpodobně proto, že oblast CHKO Podblanicko je turisty navštěvovaná i podzimních a jarních měsících, které pro pěší a cykloturistiku přináší dobré podmínky.

**Graf 2: Infocentrum v Louňovicích pod Bláníkem**



Zdroj: [http://tourist.posazavi.com/cz/article.asp?article\\_id=1015&lang\\_id=1](http://tourist.posazavi.com/cz/article.asp?article_id=1015&lang_id=1)

Pro oblast CHKO Podblanicko lze získat informace o návštěvnosti především od místního sdružení ochránců přírody, které cestovní ruch monitoruje z pohledu dopadů na místní krajinu. Bylo konstatováno, že vzhledem k dobré dopravní dostupnosti z Prahy a dalších měst (např. Benešov, Tábor) je oblast Podblanicka hojně navštěvována. Největší návštěvnost zaznamenává právě vrchol Velkého Bláníku, kde se již zvýšený počet návštěvníků projevil negativně na místní krajině. Konkrétně jsou důsledky patrné na zvýšené erozi a odpadcích půdy. Největší frekvence návštěvníků je samozřejmě z řad pěších turistů a cyklistů. Z důvodu vysoké frekvence se ale už tyto dvě aktivity v některých oblastech dostávají do konfliktu. Snahou je proto jasně vymezit stezky určené pouze pro cyklisty a z hlediska trvale udržitelného cestovního ruchu přimět turisty k dodržování jistých pravidel při návštěvě CHKO Bláník.

## **4 ANALÝZA SLUŽEB CESTOVNÍHO RUCHU V REGIONU**

### **4.1 UBYTOVACÍ SLUŽBY**

Předmětem analýzy bylo zmapovat současný stav ubytovacích služeb ve zkoumaném regionu, a to především z pohledu kvality a ubytovacích kapacit. Zjištěné údaje jsou uvedeny v příloze 7. Z tohoto přehledu je patrné, že převážná většina ubytovacích zařízení se nachází v největších sídlech. Ve Vlašimi je k dispozici konkrétně 6 ubytovacích zařízení, stejně tak i ve Voticích, poměrně vysoký počet zařízení se nachází v Louňovicích pod Blaníkem a blízkém okolí. Přestože Mladá Vožice patří mezi tři největší obce regionu, zde je v provozu pouze jedno ubytovací zařízení. Hotel ale nabízí vyšší počet lůžek, konkrétně 60.

Z pohledu kapacity uvedených objektů, disponuje nejvyšším počtem lůžek Rekreační středisko Blaník. Toto zařízení je ale vhodné spíše pro pobyt pro školní skupiny, školy v přírodě apod. Dalším zařízením s vyšším počtem lůžek je už pouze Sporthotel Vlašim. Ostatní typy zařízení disponují většinou nižší kapacitou.

Kvalita uvedených ubytovacích služeb je značně odlišná. Pokud by chtěl region uspokojit i náročnější klientelu, např. zahraniční, nejvhodnějším objektem je v každém případě Hotel Štamberk\*\*\*\*, případně Pension Klokočkův mlýn. Hotel Vorlina\*\*\* ve Vlašimi už nabízí pouze střední kvalitu služeb, za ním následují pensiony (např. Pension u Modré kočky ve Voticích, Pension Silvie ve Vlašimi). Uvedené ubytovny, např. Ubytovna v Kondraci jsou vhodné spíše pro méně náročné turisty, konkrétně tato ubytovna by měla být určena speciálně cykloturistům. V regionu najdeme i nabídku ubytování v soukromí, jedná se např. objekty blízké CHKO Blaník.

Závěrem lze konstatovat, že pro turisty, kteří mají rádi ubytování v klidnějším prostředí a nejsou příliš nároční (např. cykloturisté), existuje na území regionu dostatek ubytovacích zařízení. Pokud by ale region chtěl uspokojit náročnější klientelu, případně pořádat v ubytovacích zařízeních akce většího rozsahu, není v oblasti dostatečný zázemí.

## 4.2 STRAVOVACÍ SLUŽBY

Při zkoumání stravovacích služeb v regionu byl zjištěna podobná charakteristika jako v případě ubytovacích služeb – vysoké počty stravovacích zařízení lze opět nalézt v centru oblasti (Vlašim) a dále ve Voticích, Mladé Vožici a Louňovicích pod Bláníkem. Jedná se především o klasické restaurace či hostince bez speciální nabídky, pouze ve Vlašimi se nachází pizzerie, čajovna, vinárna nebo kavárna. Při návštěvě regionu se tedy především milovníci pěší turistiky a cykloturistiky musí předem připravit na fakt, že stravovací zařízení v malých obcích nenajdou. Seznam stravovacích zařízení v regionu je uveden v příloze 8.

## 4.3 DOPRAVNÍ SLUŽBY

Do analýzy dopravních služeb byla zařazena především kvalita dopravní infrastruktury regionu a dopravní dostupnost jednotlivých sídel a památek. Největší sídla (Vlašim, Votice a Mladá Vožice) leží na důležitých silničních tazích ČR a kvalita nejfrekventovanějších silnic je poměrně dobrá. Problém je však v kvalitě komunikací mimo hlavní silniční tahy v regionu – ta je často velmi špatná, některé komunikace jsou pouze místní a obce nemají v rozpočtech dostatek prostředků na jejich údržbu.

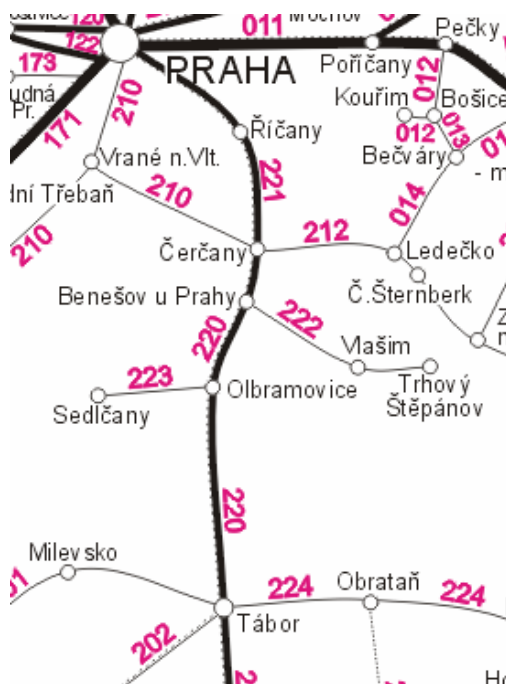
Z pohledu hromadné dopravy je pro oblast nejdůležitější autobusová doprava. Ve všech velkých obcích je zastávka dálkových autobusů. Nejnovějším krokem v oblasti autobusové dopravy bylo otevření dvou nových autobusových nádraží ve Vlašimi a Voticích. Problémem je snížená frekvence spojů do malých obcí. Naopak mezi Vlašimí a Benešovem jezdí frekventovaná integrovaná doprava. Město Vlašim je také jedinou obcí, kde je využito městské hromadné dopravy, kterou zajišťuje ČSAD Benešov. Tento podnik zajišťuje i většinu ostatní regionální a dálkové přepravy. Dalšími dopravci v regionu je např. Connex Praha nebo ICOM Transport Jihlava. Železniční hromadná doprava je důležitá především pro Votice – přes nedalekou obec Olbramovice vede hlavní železniční koridor mezi Prahou a Českými Budějovicemi. Pro Vlašim má železniční doprava spíše doplňkový význam, je zde využito pouze jednokolejné neelektrifikované trati pro osobní vlaky mezi Trhovým Štěpánovem, Vlašimí a Benešovem. Mladá Vožice není vlakem dostupná vůbec.

Problémem mohou být komunikace z pohledu cykloturistů. Velká většina značených cyklostezek vede přes klasické silniční komunikace. Pokud se jedná o silnice

třetí třídy, provoz zde není tak hustý, nepříjemné ale může být pro cyklisty používání vysoce frekventovaných komunikací na některých místech regionu. Samozřejmě se zde nachází i komunikace určené speciálně pro cykloturistiku, ale jejich počet je nižší.

Na následujících mapách jsou zobrazena jak struktura silniční, tak železniční sítě v regionu včetně označení komunikací.

**Obrázek 6: Mapa železniční sítě regionu**



Zdroj: [http://www.cassandra-cz.cz/Soubory\\_spedice/Pruvodce\\_mapa.html](http://www.cassandra-cz.cz/Soubory_spedice/Pruvodce_mapa.html)

**Obrázek 7: Mapa silniční sítě regionu**



Zdroj: [www.risy.cz](http://www.risy.cz)

## **5 TERÉNNÍ ŠETŘENÍ**

### **5.1 CÍL DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ**

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit postoje návštěvníků Podblanicka k úrovni služeb cestovního ruchu ve zkoumaném regionu. Pomocí dotazníku byly zjištěny nejen subjektivní a objektivní názory návštěvníků, ale především byly zjištěny nedostatky v poskytovaných službách. Následným vyhodnocením dotazníku byly získány důležité podklady pro tvorbu marketingového mixu destinace.

### **5.2 ZÁKLADNÍ ÚDAJE O METODICE**

- dotazníkové šetření bylo anonymní
- byl použit standardizovaný typ dotazníku pro všechny respondenty (viz příloha 1)
- v dotazníku se vyskytovaly převážně uzavřené otázky dvojího druhu – v některých případech dotazovaní zaškrtovali odpovídající odpověď, v dalších měly možnost ohodnotit poskytované služby pomocí škály od 1 – 5 (1 – velmi dobře, 2 – dobře, 3 – špatně, 4 – velmi špatně, 5 – neumím posoudit)
- distribuce proběhla na několika místech; infocentrum ve Vlašimi, Muzeum Podblanicka a Louňovické infocentrum (v některých případech byli respondenti dotazováni osobně, jiní vyplňovali dotazník sami)

### **5.3 ZÁKLADNÍ OKRUHY OTÁZEK**

Nejpodstatnější část dotazníku se zaměřovala na následující okruhy:

- účel cesty
- nejlákavější atraktivita regionu
- využívání a typ ubytovacích a stravovacích služeb
- hodnocení základních služeb regionu
- hodnocení infrastruktury regionu
- hodnocení rozvoje cestovního ruchu v oblasti
- využívané informační zdroje

- výše nákladů na pobyt

Přestože byl dotazník anonymní, u jednotlivých respondentů byly zjišťovány především následující údaje:

- pohlaví
- věk
- vzdělání
- místo bydliště
- délka pobytu

## 5.4 VYHODNOCENÍ

V následujícím textu jsou dotazníky vyhodnoceny. Celkem bylo vyhodnoceno 250 dotazníků, z toho 34 % dotazníků vyplnili muži a 66 % ženy. Co se týče věku respondentů, tak největší podíl představovali mladí lidé do 25 let věku, za nimi následovali turisté ve věkovém rozmezí 26 – 34 let, dále lidé mezi 50 – 59 lety a nakonec návštěvníci mezi 35 – 49 lety.

Z hlediska nejvyššího dosaženého vzdělání představovali největší část lidí se středoškolským vzděláním s maturitou (včetně VOŠ), dále vysokoškoláci, lidé se základním vzděláním a nakonec lidé vyučení v oboru. Výsledky vybraných otázek jsou pro přehlednost uvedeny v příloze 9.

V otázkách, kde měli respondenti ohodnotit kvalitu, dostupnost služeb či rozvoj oblasti cestovního ruchu v regionu apod. pomocí určité škály, byly jejich odpovědi rozdílné. Výsledky hodnocení oblasti ubytovacích, stravovacích a dopravních služeb jsou uvedeny v grafické příloze. V ostatních otázkách odpovídali respondenti následovně. Služby pro motoristy a cykloturisty většinou jako velmi dobré nebo dobré, 17 dotazovaných je ohodnotilo jako špatné. Co se týče cenové úrovně služeb, byla označena převážně jako dobrá. Při hodnocení infrastruktury regionu byla jako nejlepší shledána oblast stravovacích kapacit a nákupních možností, naopak za nejhorší oblast byla označena vybavenost regionu pro rodiny s dětmi, úroveň hromadné dopravy a společenské vyžití a zábava. Je však nutno podotknout, že ve všech otázkách označila téměř polovina dotazovaných, že úroveň infrastruktury neumí posoudit. Velmi dobře nebo dobře byla označena péče o památky, poskytování informací o regionu, péče o životní prostředí, bezpečnost návštěvníků či vztah místních obyvatel k návštěvníkům.

Část respondentů (přibližně 10 %) ohodnotila známkou „špatně“ orientační značení, programy pro volný čas v regionu či a obchodní služby (občerstvení, suvenýry). Konkrétní počty odpovědí na jednotlivé otázky jsou uvedeny níže v tabulce č. 3.

Na doplňovací otázku, kde měli respondenti vyjádřit názor na to, co nejvíce v regionu postrádají, odpověděli pouze někteří. Uvítali by lepší značení cest, a to především ve smyslu správně uvedeného počtu kilometrů. Dále dotazovaným chybějí častější dopravní spoje a více kvalitních sportovišť.

**Tabulka 3: Vyhodnocení otázek č. 12 - 14**

	<b>velmi dobře</b>	<b>dobře</b>	<b>špatně</b>	<b>velmi špatně</b>	<b>neumím posoudit</b>
<b>Jak hodnotíte služby v regionu</b>					
ubytování	49	76	5	-	120
stravování	91	99	-	-	60
služby pro motoristy	40	59	21	-	130
služby pro cykloturisty	45	48	10	-	147
služby pro lyžaře	15	15	-	25	195
cenová úroveň služeb	51	98	-	-	101
<b>Jak hodnotíte infrastrukturu v regionu</b>					
rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit	67	53	10	-	120
rozsah a dostupnost stravovacích kapacit	80	92	10	-	68
dopravní infrastruktura	50	85	35	-	80
úroveň hromadné dopravy	37	54	39	-	120
vybavenost regionu pro sportovní atraktivity	43	45	27	10	125
nákupní možnost	71	48	22	11	98
společenské vyžití a zábava	46	38	27	-	139
vybavenost regionu pro rodiny s dětmi	10	40	15	-	185
<b>Jak hodnotíte rozvoj cestovního ruchu v oblasti?</b>					
péče o památky	62	128	15	-	45
poskytování informací o regionu	123	88	-	-	39
orientační značení	91	95	26	-	38
péče o životní prostředí	90	83	-	10	67
bezpečnost návštěvníků	92	53	4	-	101
programy pro volný čas	45	55	26	-	124
obchodní služby	75	88	22	-	65
vztah místních obyvatel k návštěvníkům	86	74	5	-	85

*Zdroj: Dotazníkové šetření*

## **6 TVORBA MARKETINGOVÉHO MIXU DESTINACE**

### **6.1 ZÁKLADNÍ VÝCHODISKA**

Následující tvorba marketingového mixu vychází především ze situační analýzy zkoumané destinace a z výsledků dotazníkového šetření. Při tvorbě produktu je důležité se zaměřit na konkrétní segment potenciálních zákazníků. Z výsledků terénního šetření je zřejmé, že Podblanicko je atraktivní především pro mladé lidi do 25 let a dále pro skupinu mezi 25 - 34 lety. Nejčastěji je region navštěvován rodinami s dětmi a v organizovaných skupinách. Z těchto údajů vyplývá, že je vhodné se zaměřit především na segment mladých rodin s dětmi. Pozitivním jevem je fakt, že kromě respondentů, kteří navštívili region poprvé, byli mezi dotazovanými i tzv. „vracející se“ návštěvníci (téměř polovina všech respondentů). Region je tedy nějakým způsobem v minulosti zaujal a oni svoji návštěvu zopakovali. Důležitý je také převažující motiv návštěvy Podblanicka - jde o poznávací cestovní ruch a rekreaci. Negativním jevem je délka pobytu návštěvníků - více než polovina navštíví region bez přenocování. Pokud se rozhodnou přenocovat, ubytují se z převážné části u svých příbuzných či známých, resp. v kempu. Jen malý počet návštěvníků využívá služeb místních hotelů a penzionů. Z výše uvedených důvodů se také průměrné denní výdaje za osobu pohybují do 300,- Kč.

Cílem nového produktu destinace bude prodloužení doby pobytu návštěvníků a tím i zvýšení příjmu z cestovního ruchu pro zkoumaný region.

### **6.2 MARKETINGOVÝ MIX**

#### **6.2.1 PRODUKT**

Jádrem produktu s názvem „*Historické mezníky Podblanicka*“ budou poznávací atraktivity (především přírodní a historické) a rekreace. Nabízený produkt je určen aktivním turistům, kteří mají rádi klid, pestré přírodní a historické atraktivity, pěstují pěší turistiku či cykloturistiku. Zároveň by měl oslovit kategorii potenciálních návštěvníků do 34 let, včetně rodin s dětmi. Vzhledem k typu atraktivit Podblanicka je zřejmá určitá sezónnost produktu - historické objekty, muzea apod. jsou otevřena



v období dubna až září, stejně tak výše uvedené sportovní aktivity jsou svou povahou vhodné pro období jara až podzimu.

Součástí balíčku služeb bude ubytování v centru regionu, tedy ve Vlašimi, kde se kvalitou nabízených služeb nejvíce hodí hotel Vorlina. Objekt je vhodný z hlediska své tradice a kapacity, z města Vlašimi je navíc dobré a časté dopravní spojení do různých částí regionu. Zrekonstruovaný hotel leží jen 250 metrů od autobusového a vlakového nádraží. Hotel disponuje vlastním parkovištěm a nabízí uskladnění kol pro cykloturisty. Cenová relace hotelu nepatří mezi nejvyšší, zároveň je ale finančně náročnější než např. ubytování v campu. Hotel Vorlina\*\*\* nabízí ubytování střední kvality pro 42 osob v různých typech pokojů – jednolůžkový, dvoulůžkový a apartmán. Cenová relace se pohybuje od 590,- Kč za dvoulůžkový pokoj – tedy na současné podmínky velice příznivá vzhledem k poskytované kvalitě služeb. Základní stravovací služby budou jsou dostupné v místě ubytování. Za příplatek 50,- Kč má host možnost výběru ze 6 druhů snídaně. Hotelová restaurace je otevřena od 10:00-22:00 hodin, od pátku do neděle pak až do 24:00 hodin a nabízí hotová jídla od 48,- Kč a minutky od 80,- Kč. K dispozici je nekuřácká jídelna, pivnice a salónek, za pěkného počasí je možné posezení na venkovní terase. Kromě toho nabízí Vlašim i řadu dalších možností doplňkového stravování (restaurace, pizzerie, čajovna, cukrárna, ...).

Ve volném čase mohou návštěvníci využít Bowling bar přímo v hotelu. Vlašim nabízí i další možnosti sportovního vyžití – mladí lidé i rodiny s dětmi jistě uvítají nově zrekonstruované koupaliště s beachvolleyballovým a nohejbalovým hřištěm, tenisové kurty, krytý bazén, sportovní a atletický areál či skatepark.

Během svého týdenního pobytu mají návštěvníci možnost vidět řadu zajímavých historických objektů a obdivovat krásy místní přírody. Při návštěvě jednotlivých atrakcí regionu si mohou vybrat, zda využijí autobusového, resp. vlakového spojení do, pro aktivní cykloturisty jsou k dispozici značené cyklotrasy.

V následujícím shrnutí jsou uvedeny tipy na nejzajímavější výlety po okolí, které si zákazníci mohou časově rozvrhnout podle svého variabilního plánu. Součástí balíčku služeb je i nabídka fakultativních výletů (Jemniště, Konopiště, Český Šternberk).

## **Vlašim**

Město Vlašim láká své návštěvníky na řadu významných a zajímavých míst, které jistě stojí za návštěvu. Jedná se především o expozice Muzea Podblanicka, které

jsou prezentovány v atraktivním prostředí místního zámku. Prohlídku muzea lze navíc obohatit návštěvou nově zrekonstruované části zámeckého sklepení. Po návštěvě muzea je možné pokračovat prohlídkou upraveného a značně rozlehlého zámeckého parku, kde se kromě vzácné flóry nachází i řada zajímavých historických objektů (Čínský pavilón, Starý hrad, socha Samsona, zámecké brány, ...). Za zmínku jistě stojí i Hvězdárna Vlašim, která se nachází v blízkosti hotelu Vorlina. Nejen pro rodiny s dětmi jsou zajímavé místní kulturní akce – především o letní divadelní festival „Pohádkové léto“ či hudební festival „Podblanický hudební podzim“.

### **Velký a Malý Blaník**

Pro milovníky turistiky a krásné přírody je součástí produktu návštěva CHKO Podblanicko, konkrétně vrcholů Velkého a Malého Blaníku. Na Velkém Blaníku je možné navštívit dřevěnou rozhlednu. Pro pěší turisty je k dispozici autobusové spojení z Vlašimi do Louňovic pod Blaníkem, cyklisté mohou využít cyklostezku „Krajem Blanických rytířů“ s několika zajímavými zastaveními. Pro zájemce je k dispozici

### **Hrad Šelmberk**

Nedaleko Mladé Vožice leží zřícenina hradu Šelmberk. Okolo hradu vede zajímavá naučná stezka. Opět je možné využít autobusové spojení z Vlašimi nebo značené cyklotrasy. Při návštěvě Šelmberka určitě stojí za prohlídku nedaleké městečko Mladá Vožice.

### **Voticko**

Dobré dopravní spojení je také z Vlašimi do Votic. Při návštěvě této oblasti můžete poznávat historii na naučné stezce vedoucí k památníkům bitvy u Jankova, kterou lze zdat pěšky či na kole. Nedaleko Votic se nachází zámek Vrchotovy Janovice.

Pro zájemce budou v nabídce následující fakultativní výlety mimo vymezenou oblast Podblanicka:

### **Zámek Konopiště**

### **Zámek Jemniště**

### **Hrad Český Šternberk**

## 6.2.2. CENA

Součástí ceny nabízeného balíčku služeb budou vstupy do jednotlivých atraktivit. Potenciální zákazníci si budou moci variabilně sestavit obsah balíčku, tzn., že např. navštíví všechny nabízené turistické cíle, nebo si z nich vyberou pouze ty nejzajímavější. V následujícím přehledu jsou uvedeny orientační ceny dvou možných verzí balíčku služeb - první varianta obsahuje vstupné do vybraných atraktivit, cena druhé verze je včetně fakultativních výletů. V tabulkách je odděleně uvedeno vstupné pro dospělé osoby a zvýhodněné vstupné pro děti.

**Tabulka 4: Cena základní verze balíčku služeb**

Turistický cíl	Vstupné (v Kč/osobu)	
	dospělí	děti
Muzeum Podblanicka	50,-	25,-
Hvězdárna Vlašim	20,-	40,-
Rozhledna na Velkém Bláníku	20,-	10,-
Zámek Vrchotovy Janovice	50,-	25,-
<b>Celková cena balíčku</b>	<b>140,-</b>	<b>100,-</b>

*Zdroj: Internetové prezentace jednotlivých atraktivit*

**Tabulka 5: Cena rozšířené verze balíčku služeb**

Turistický cíl	Vstupné (v Kč/osobu)	
	dospělí	děti
Muzeum Podblanicka	50,-	25,-
Hvězdárna Vlašim	20,-	40,-
Rozhledna na Velkém Bláníku	20,-	10,-
Zámek Konopiště (I. okruh)	125,-	75,-
Zámek Vrchotovy Janovice	50,-	25,-
Zámek Jemniště	140,-	60,-
Hrad Český Sternberk	85,-	40,-
<b>Celková cena balíčku</b>	<b>490,-</b>	<b>275,-</b>

*Zdroj: Internetové prezentace jednotlivých atraktivit*

Součástí balíčku služeb, který bude nabízen prostřednictvím informačních center, nejsou ubytovací a stravovací služby. Orientační cena ubytování v hotelu Vorlina, stejně jako ceny stravovacích služeb v hotelové restauraci, jsou uvedeny výše. Potenciální zákazníci mohou samozřejmě využít i jinou formu stravování v regionu.

### **6.2.3 MÍSTO**

Výše uvedený produkt bude vzhledem k regionální povaze nabízen prostřednictvím místních informačních center, konkrétně ve Vlašimi, v Louňovicích pod Bláníkem a ve Voticích. Potenciální zájemci budou mít možnost zde produkt zakoupit, dozvědět se o něm potřebné informace, stejně tak mohou získat další informace o konkrétních atraktivitách regionu apod. Informační centra budou zájemcům dále nabízet i výše uvedené fakultativní výlety.

### **6.2.4 PROPAGACE**

K propagaci produktu bude vhodné využít spolupráci s informačními centry v regionu, inzerci v tisku( především v regionálním tisku těch oblastí, ze kterých přijíždí nejvíce zájemců o destinace Podblanicka a dále ve specializovaném tisku se zaměřením na cestování). V neposlední řadě je důležité propagovat produkt i prostřednictvím internetu – jako velice vhodná možnost se jeví cestovatelské portály (např. [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz), [www.vyletnik.cz](http://www.vyletnik.cz) apod.) a dále propagace ve spolupráci s agenturou CzechTourism v rámci podpory domácího cestovního ruchu v jednotlivých regionech. Produkt je dále možné nabízet i na veletrzích domácího cestovního ruchu, při různých regionálních prezentacích a ve spolupráci s cestovními kancelářemi.

## 7 ZÁVĚR

Na základě výše provedené analýzy zkoumaného regionu lze konstatovat, že Podblanicko může návštěvníkům nabídnout pestré atraktivity cestovního ruchu. Jedná se o oblast, která je z hlediska segmentace trhu účastníků cestovního ruchu vhodná pro ty, kteří rádi aktivně odpočívají v příjemném, klidném prostředí se zachovalou a svým způsobem jedinečnou krajinou. Podblanicko ale není bohaté pouze na přírodní krásy. Na poměrně malém území se zde nachází také řada kulturně-historických památek. Nejedná se přitom jen o historické památky většího rozsahu; téměř v každé obci vymezeného regionu lze nalézt ať už drobnou, či větší přírodní nebo historickou památku, která může být pro potenciální návštěvníky zajímavá. Tento fakt vyplývá i z převažujícího typu motivace k návštěvě regionu - jedná se o poznání a rekreaci (viz výsledky dotazníkové šetření).

V části práce, která analyzuje úroveň a kapacitu služeb cestovního ruchu v regionu (ubytovacích, stravovacích a dopravních) byl zjištěn jev, podobný i pro další oblasti cestovního ruchu v České republice (příkladem může být výše uvedená oblast Kokořínska). Většina ubytovacích a stravovacích zařízení se nachází v největších obcích regionu, kde je také nejvyšší frekvence a dostupnost dopravních služeb. Malé obce z převážné části nedisponují dostatečným zázemím, dopravní infrastruktura je také na nízké úrovni. Na tyto nedostatky odkazují i výsledky terénního šetření, kde byly dopravní služby pro motoristy a cykloturisty ohodnoceny ze strany respondentů jako jedny z nejhorších. Špatně byly také hodnoceny nákupní možnosti a vybavenost regionu pro sportovní aktivity. Do těchto oblastí by proto podle mého názoru mělo v budoucnu směřovat více finančních prostředků, které by pomohly výše jmenované nedostatky odstranit.

Z pohledu kapacity a kvality ubytovacích zařízení bylo zjištěno, že ubytovací kapacita regionu je dostatečná. Problém je v druhu nejvyužívanějších typů ubytovacích zařízení - jen velmi malý počet návštěvníků využívá služeb hotelů a penzionů, nejvyšší oblibu má ubytování u příbuzných a známých a také kempy. V regionu se nachází pouze jeden hotel\*\*\*\*, který překvapivě nenalezneme ve Vlašimi, ale v malé vesnici Pravětice u Načeradce. Pokud by tedy Vlašim chtěla přilákat náročnější, resp. zahraniční klientelu, musela by pravděpodobně investovat do zkvalitnění stávajících ubytovacích služeb. Z pohledu převažujícího segmentu návštěvníků regionu se ale

ubytovací a stravovací služby v tomto městě jeví jako dostačující. Služby hotelu Vorlina\*\*\* byly využity při tvorbě marketingového mixu destinace.

V současné době jsou typickými návštěvníky Podblanicka lidé do 34 let včetně rodin s dětmi, kteří v oblasti z převážné většiny nepobývají přes noc, případně přespí u svých známých či příbuzných. Nejfrekventovanějším cílem cest návštěvníků je oblast CHKO Blaník, konkrétně vrcholy Velkého a Malého Blaníku a dále zámek s parkem ve Vlašimi. Pro prodloužení doby pobytu návštěvníků, který by zvýšil příjmy z cestovního ruchu, je proto skutečně nutné oblast prezentovat jako celek. Region by měl využít svého potenciálu a představit svým návštěvníkům i další atraktivitu, které kraj kolem Blaníku nabízí.

První kroky v tomto směru byly již učiněny. Několik obcí v regionu se společně prezentuje z pohledu cestovního ruchu pod projektem s názvem Kraj Blanických rytířů. Jedná se o projekt zaměřený především na cykloturistiku, pro které má oblast dobré předpoklady. Přesto se v regionu nacházejí i další obce, které mají co nabídnout. Čím více obcí se do projektu zapojí, tím je větší šance na splnění cíle prodloužení doby pobytu turistů.

## 8 SUMMARY

Tourism region Podblanicko is an interesting place and it can offer many attractivities of tourism for the visitors. It was investigated on the basis of an analysis of this region. This destination is suitable for the tourists, who like active spending of their free time in a pleasant and peaceful milieu. There is very nice and safe nature with many historian and cultural sights in Podblanicko.

It was made an analysis of Tourism services (accommodation-, catering- and transport services) in this region. There is a same characterization for Podblanicko and for other tourism destinations – the most of accommodation- and catering establishments are offered in the biggest towns of region (Vlašim, Votice, Mladá Vožice, Louňovice pod Blaníkem). The small villages have got problems with insufficient infrastructure.

Some visitors of this region were questioned (250 respondents) and they answered that the services for motorists and cyclists have got a bad standard. There are good shopping possibilities missing in their opinions, too. For the future is necessary to invest in an infrastructure in the region. The typical visitors of the destination are young people (include the families with children). The favorite tourism places are “CHKO Blaník” and a castle in the town Vlašim with a large park.

There is a good quality and capacity of accommodations, but the most of tourists use accommodation by their relatives or by friends. They don't prefer hotels or pensions. Many of visitors don't use any accommodations service – they are spending only one day in the region.

It's necessary to present this region completely with all tourism targets. It can bring more money for a progress of the destination Podblanicko. Some steps in this way was made – for example a project “*Kraj Blanických rytířů*” .

### **Key words:**

Tourism, tourism destination, tourism services, situation analysis, competition, demand, marketing mix

## 9 PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY

- [1] ČECH, J.: *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1998. 130 s. ISBN 80-85970-19-8
- [2] FORET, M., FORETOVÁ, V.: *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X
- [3] FRIČ, D.: *Podblanicko*. Praha: Středočeské nakladatelství a knihkupectví, 1990. 155 s. ISBN 80-7057-023-7
- [4] HESKETT, J. L., SASSER W. E. JR., HART, CH. W. L.: *Služby – cesta k úspěchu*. Praha: Victoria Publishing, 1993. 273 s. ISBN 80-85605-36-8
- [5] HESKOVÁ, M. A KOL.: *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3
- [6] HLADKÁ, J.: *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 1997. 161 s. ISBN 80-7169-476-2
- [7] HOLEČEK, M., MARIOT, P., STRÍDA, M.: *Zeměpis cestovního ruchu*. Praha: Nakladatelství České geografické společnosti, s. r. o., 2005. 132 s. ISBN 80-86034-64-X
- [8] HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9
- [9] KOTLER, P.: *Marketing podle Kotlera*. Praha: Management Press, 2000. 258 s. ISBN 80-7261-010-4
- [10] KOVAŘÍK, V., PEŠOUT, P.: *100 let ochrany přírody a krajiny na Podblanicku*. Vlašim: Český svaz ochránců přírody; Benešov: Muzeum okresu Benešov, 2000. 179 s. ISBN 80-86327-08-6
- [11] MORRISON, A. P.: *Marketing pohostinství a cestovní ruch*. Praha: Victoria Publishing, 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2
- [12] ORIEŠKA, J.: *Technika služeb ČR*. Praha: Idea Servis, 1999. s. 244. ISBN 80-85970-27-9
- [13] PALATKOVÁ, M.: *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2006, 341 s. ISBN 80-247-1014-5
- [14] RACKOVÁ, L.: *Krajinou kolem Blaníka*. Benešov: Podblanické ekocentrum ČSOP, 2001. 52 s. ISBN 80-86327-14-0



- [15] VOŠOBA, P.: *Dokonalé služby: co chtějí zákazníci*. Praha: Grada, 2003. 164 s.  
ISBN 80-247-0847-7
- [16] ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M.: *Výkladový slovník*. MMR: 2002. 448 s.

**Internetové zdroje:**

<http://www.blanik.ochranaprirody.cz>  
<http://www.cassandra-cz.cz>  
<http://www.citybus.cz>  
<http://www.czechtourism.cz/>  
<http://www.czso.cz>  
<http://encyklopedie.seznam.cz>  
<http://www.hotelvorlina.cz/>  
<http://www.lounovicepodblanikem.cz>  
<http://mesto-vlasim.cz>  
<http://www.novinky.cz>  
<http://posazavi.com/cz/welcome.asp>  
<http://prahamhd.vhd.cz>  
<http://www.risy.cz>  
<http://www.sdruzenikokorinsko.cz>  
<http://www.spvd.cz>

# SEZNAM TABULEK, GRAFŮ, OBRÁZKŮ

## Seznam tabulek

Tabulka 1	Stravovací zařízení	str. 34
Tabulka 2	Ubytovací zařízení	str. 34
Tabulka 3	Vyhodnocení otázek č. 12 – 14	str. 42
Tabulka 4	Cena základní verze balíčku služeb	str. 46
Tabulka 5	Cena rozšířené verze balíčku služeb	str. 46

## Seznam obrázků

Obrázek 1	Formy cestovního ruchu	str. 4
Obrázek 2	Druhy cestovního ruchu	str. 5
Obrázek 3	Kontinuum zboží-slужby	str. 13
Obrázek 4	Geografické vymezení	str. 22
Obrázek 5	Sdružení obcí Kokořínska	str. 33
Obrázek 6	Mapa železniční sítě regionu	str. 39
Obrázek 7	Mapa silniční sítě regionu	str. 39

## Seznam grafů

Graf 1	Podblanické infocentrum Vlašim	str. 35
Graf 2	Infocentrum v Louňovicích pod Blánkem	str. 36

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1	Vzor dotazníku
Příloha 2	Základní statistické údaje o obcích
Příloha 3	Podnikatelské subjekty
Příloha 4	Základní vybavenost obcí
Příloha 5	Vybavenost obcí – ubytování, stravování, sportovní zařízení
Příloha 6	Vybavenost obcí – kulturní zařízení
Příloha 7	Ubytovací zařízení
Příloha 8	Stravovací zařízení
Příloha 9	Vyhodnocení dotazníkového šetření
Příloha 10	Propagační materiály – Kraj Blanických rytířů
Příloha 11	Zámek a park Vlašim; Vlašimské pohádkové léto
Příloha 12	Turistické cíle Podblanicka
Příloha 13	Propagační materiál – Kraj Blanických rytířů: Příroda a krajina
Příloha 14	Propagační materiál – Kraj Blanických rytířů: CHKO Blaník

## Příloha 1/1: Vzor dotazníku

*Dobrý den, jsem tazatelka provádějící průzkum návštěvníků v rámci své bakalářské práce nazvané Analýza služeb cestovního ruchu na Podblanicku. 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. Odpovídejte prosím **zaškrtnutím** té možnosti, která nejlépe odpovídá Vaši situaci nebo vyjadřuje Váš názor.*

### 1) Z jakého státu přijíždíte, event. z jakého města, části republiky?

.....

### 2) Kolik obyvatel má místo, odkud přicházíte?

- ☐ do 5 tisíc obyvatel
- ☐ do 10 tisíc obyvatel
- ☐ do 30 tisíc obyvatel
- ☐ nad 30 tisíc obyvatel

### 3) Jak daleko jste cestovali do našeho regionu?

- ☐ do 30 km
- ☐ do 50 km
- ☐ do 100 km
- ☐ nad 100 km

### 4) Jak dlouhý pobyt zde plánujete?

- ☐ bez noclehu
- ☐ do 2 přenocování
- ☐ do 7 přenocování
- ☐ delší

### 5) Navštívili jste už někdy region Podblanicko?

- ☐ ne, jsem zde poprvé
- ☐ ano, 1 – 3 x
- ☐ ano, více než 3 x

### 6) S kým do oblasti přijíždíte?

- ☐ sám/sama
- ☐ s partnerem
- ☐ s rodinou s dětmi
- ☐ se skupinou (organizovaný zájezd)

### 7) Jaký je účel Vaší cesty?

- ☐ poznávací
- ☐ rekreace
- ☐ léčení
- ☐ kongresový, resp. incentivní cestovní ruch
- ☐ práce
- ☐ jiné (náhodně)
- ☐ zábava
- ☐ nákupy
- ☐ tranzit

### 8) Které atraktivity regionu jsou pro Vás nejlákavější?

- ☐ pěší turistika
- ☐ cykloturistika
- ☐ koupání a vodní sporty
- ☐ péče o fyzickou a duševní kondici
- ☐ poznávání (hrady, zámky, galerie)
- ☐ agroturistika
- ☐ církevní turistika

## Příloha 1/2: Vzor dotazníku

- ☐ návštěva kulturní akce
- ☐ společenský život, zábava
- ☐ jiné: .....

### 9) Kde jste ubytováni?

- ☐ hotel \*\*\*
- ☐ motel, event. hotel garni
- ☐ camp, tábořiště
- ☐ apartmán, event. pronajatý pokoj
- ☐ ubytování u příbuzných, známých
- ☐ bez ubytování

### 10) Kde využíváte stravovacích služeb?

- ☐ restaurace
- ☐ rychlé občerstvení
- ☐ vlastní stravování
- ☐ nestravuji se v regionu

### 11) Uvažujete o opakované návštěvě?

- ☐ ano
  - ☐ do půl roku
  - ☐ do 2 let
  - ☐ za delší dobu
- ☐ ne
- ☐ nevím

**V otázkách číslo 12 – 14 použijte prosím následující hodnocení:**

**1 – velmi dobře; 2 – dobře; 3 – špatně;  
4 – velmi špatně; neumím posoudit**

### 12) Jak hodnotíte služby v regionu?

- ubytování .....
- stravování .....
- služby pro motoristy .....
- služby pro cykloturisty .....
- služby pro lyžaře .....
- cenová úroveň služeb .....

### 13) Jak hodnotíte infrastrukturu v regionu?

- rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit .....
- rozsah a dostupnost stravovacích kapacit .....
- dopravní infrastruktura (úroveň komunikací, parkovišť) .....
- úroveň hromadné dopravy .....
- vybavenost regionu pro sportovní aktivity .....
- nákupní možnosti .....
- společenské vyžití a zábava .....
- vybavenost regionu pro rodiny s dětmi .....

### 14) Jak hodnotíte rozvoj cestovního ruchu v oblasti?

- péče o památky .....
- poskytování informací o regionu .....
- orientační značení .....
- péče o životní prostředí .....
- bezpečnost návštěvníků .....
- programy pro volný čas .....
- obchodní služby (občerstvení, suvenýry) .....
- vztah místních obyvatel k návštěvníkům .....

### Příloha 1/3: Vzor dotazníku

#### 15) Co nejvíce postrádáte v regionu Podblanicko?

.....

#### 16) Jaké informační zdroje využíváte (zaškrtněte maximálně 3 odpovědi):

- ☐ turistická informační centra
- ☐ cestovní kanceláře, cestovní agentury
- ☐ masmédia
- ☐ propagační materiály
- ☐ internet
- ☐ informace od pracovníků ve službách
- ☐ informace od příbuzných a známých

#### 17) Vaše náklady na pobyt v regionu na osobu na 1 den:

- ☐ do 300,- Kč (10 €)
- ☐ 301,- Kč – 500,- Kč (11 – 15 €)
- ☐ 501,- Kč – 1000,- Kč (16 – 30 €)

- ☐ 1001,- Kč – 5000,- Kč (31 – 150 €)
- ☐ nad 5000,- Kč (150 € - )

#### 18) Věk

- ☐ do 25 let
- ☐ 26 – 34 let
- ☐ 35 – 49 let
- ☐ 50 – 59 let
- ☐ 60 a více let

#### 19) Vzdělání

- ☐ základní
- ☐ vyučen v oboru
- ☐ maturita (včetně VOŠ)
- ☐ vysokoškolské

#### 20) Pohlaví

- ☐ muž
- ☐ žena

*Velice děkuji za Váš čas a spolupráci a přeji Vám příjemný pobyt.*

**Příloha 2: Základní statistické údaje o obcích**

Obec	Status	Okres	Kraj	První písemná zpráva r.	Nadmořská výška (m)	Katastrální výměra (ha)	Počet obyvatel (2005)	Nezaměstnanost (2005; %)
Běleč	obec	Tábor	Jihočeský	1375	457	12,22	177	4
Hradiště	obec	Benešov	Středočeský	1289	415	2,50	41	10
Jankov	obec	Benešov	Středočeský	1352	510	29,80	914	2
Kamberk	obec	Benešov	Středočeský	1282	398	11,32	157	7
Kondrac	obec	Benešov	Středočeský	1318	416	12,76	464	5
Louňovice p. Blaníkem	obec	Benešov	Středočeský	1181	396	30,98	677	3
Mladá Vožice	město	Tábor	Středočeský	1273	453	31,58	2 779	5
Načeradec	obec	Benešov	Jihočeský	1184	528	48,45	1 048	3
Neustupov	městys	Benešov	Středočeský	1185	511	0,00	529	8
Ostrov	obec	Benešov	Středočeský	1411	371	3,35	52	5
Pravonín	obec	Benešov	Středočeský	1352	540	19,80	560	4
Ratměřice	obec	Benešov	Středočeský	1220	498	9,54	253	2
Šebířov	obec	Tábor	Jihočeský	1318	410	23,22	386	8
Veliš	obec	Benešov	Středočeský	1352	432	12,27	331	3
Vilice	obec	Tábor	Jihočeský	1377	519	7,09	171	4
Vlašim	město	Benešov	Středočeský	1318	365	0,00	12 103	4
Votice	město	Benešov	Středočeský	1359	483	36,40	4 482	4
Vracovice	obec	Benešov	Středočeský	1318	500	10,94	377	5
Zvěstov	obec	Benešov	Středočeský	1383	410	22,39	384	8

Zdroj: [www.risy.cz](http://www.risy.cz)

**Příloha 3: Podnikatelské subjekty**

Obec	Počet podnik. subjektů celkem	Doprava a spoje	Obchod, prodej a opravy motor. vozidel a spotř. zboží a pohostinství	Ostatní obchodní služby	Školství a zdravotnictví
Běleč	37	0	5	3	0
Hradiště	12	0	2	1	0
Jankov	177	12	47	18	4
Kamberk	38	0	7	5	0
Kondrac	110	8	22	11	3
Louňovice p. Blaníkem	147	0	40	17	4
Mladá Vožice	525	15	135	76	14
Načeradec	226	11	60	21	8
Neustupov	102	1	22	9	0
Ostrov	13	1	2	1	0
Pravonín	130	4	38	10	2
Ratměřice	56	0	18	8	2
Šebířov	79	0	19	5	0
Veliš	67	1	23	8	1
Vilice	36	0	9	2	0
Vlašim	2 997	67	992	466	109
Votice	1 048	39	361	124	34
Vracovice	67	3	15	5	0
Zvěstov	69	1	14	11	0

*Zdroj: [www.risy.cz](http://www.risy.cz)*



**Příloha 4: Základní vybavenost obcí**

Obec	Pošta	Dopravní zastávka				Peněžní ústavy	Plynofikace	Veřejný vodovod	Kanalizace s napojením na ČOV	Policie (obvodní oddělení)
		dálkové dopravy	místního významu	městská hromadná	vlaková					
Běleč	-	-	ano	-	-	-	ne	ano	ne	ne
Hradiště	-	-	ano	-	-	-	ne	ano	ne	ne
Jankov	1	-	ano	-	-	1	ano	ano	ano	ne
Kamberk	1	ano	ano	-	-	1	ne	ano	ne	ne
Kondrac	-	ano	ano	-	-	-	ne	ano	ne	ne
Louňovice p. Blaníkem	1	ano	ano	-	-	1	ano	ano	ne	ne
Mladá Vožice	1	ano	ano	-	-	2	ano	ano	ano	ano
Načeradec	1	ano	ano	-	-	1	ne	ano	ne	ne
Neustupov	1	-	ano	-	-	-	ne	ano	ne	ne
Ostrov	-	-	-	-	-	-	ne	ne	ne	ne
Pravonín	1	-	ano	-	-	1	ne	ano	ne	ne
Ratměřice	-	-	ano	-	-	-	ano	ano	ano	ne
Šebířov	-	-	ano	-	-	-	ano	ano	ano	ne
Veliš	-	-	ano	-	-	-	ne	ano	ne	ne
Vilice	-	-	ano	-	-	-	ne	ano	ne	ne
Vlašim	1	ano	ano	ano	ano	5	ano	ano	ano	ano
Votice	1	ano	ano	-	ano	3	ano	ano	ano	ano
Vracovice	-	-	ano	-	-	-	ne	ano	ne	ne
Zvěstov	-	-	ano	-	-	-	ano	ano	ne	ne

Zdroj: [www.risy.cz](http://www.risy.cz)

**Příloha 5: Vybavenost obcí – ubytování, stravování, sportovní zařízení**

Obec	Stravovací zařízení	Hotely a ubytovací zařízení	Koupaliště a bazény	Hřiště	Tělocvičny	Stadiony	Ostatní sportovní zařízení
Běleč	-	-	-	2	-	-	1
Hradiště	-	-	-	-	-	-	-
Jankov	1	1	-	1	1	-	-
Kamberk	-	-	-	1	-	1	-
Kondrac	1	2	-	1	1	-	1
Louňovice p. Blaníkem	2	6	-	1	1	-	1
Mladá Vožice	4	1	-	1	1	-	1
Načeradec	3	2	-	1	1	-	-
Neustupov	1	-	-	3	-	-	-
Ostrov	-	-	-	-	-	-	-
Pravonín	1	-	-	1	-	-	-
Ratměřice		-	-	1	-	-	-
Šebířov	1	-	-	-	-	-	-
Veliš	-	1	-	1	-	-	-
Vilice	1	1	-	1	-	-	-
Vlašim	26	6	2	1	1	3	1
Votice	6	6	-	-	1	1	1
Vracovice	-	-	-	1	-	-	-
Zvěstov	-	2	-	1	-	-	-

Zdroj: [www.risy.cz](http://www.risy.cz)

**Příloha 6: Vybavenost obcí – kulturní zařízení**

Obec	Veřejná knihovna (vč. poboček)	Stálá kina a amfiteátry	Divadlo	Muzeum (vč. památníků)	Galerie	Ostatní kulturní zařízení	Středisko pro volný čas dětí a mládeže	Sakrální stavba
Běleč	-	-	-	-	-	-	-	-
Hradiště	-	-	-	-	-	-	-	1
Jankov	1	-	-	-	-	1	-	1
Kamberk	1	-	-	1	-	1	-	1
Kondrac	1	-	-	-	-	-	-	1
Louňovice p. Blaníkem	1	-	-	1	-	1	-	1
Mladá Vožice	1	1	-	1	-	1	-	5
Načeradec	1	-	-	-	-	-	-	1
Neustupov	-	-	-	-	-	-	-	1
Ostrov	-	-	-	-	-	-	-	-
Pravonín	1	-	-	-	-	1	-	1
Ratměřice	1	-	-	-	-	-	-	1
Šebířov	1	-	-	-	-	-	-	2
Veliš	1	-	-	-	-	-	-	1
Vilice	1	-	-	-	-	1	-	-
Vlašim	1	2	-	1	1	3	1	2
Votice	1	1	-	1	1	1	-	3
Vracovice	1	-	-	-	-	2	-	1
Zvěstov	-	-	-	-	-	-	-	1

Zdroj: [www.risy.cz](http://www.risy.cz)

**Příloha 7: Ubytovací zařízení**

Obec	Název	Kapacita (počet lůžek)	Cena v Kč
Jankov - Bedřichovice	Drahoslava Špiclová (chata)	10	od 200,-/os
Kondrac	TJ Sokol Kondrac	neuvedeno	neuvedeno
Kondrac	Ubytovna u Blanických rytířů	18	neuvedeno
Louňovice pod Blaníkem - Světlá	Chaloupka pod Blaníkem	6	od 1480,-/objekt
Louňovice pod Blaníkem - Světlá	Penzion Blaník na samotě u potůčku	35	od 250,-/os
Louňovice pod Blaníkem - Světlá	Chata Blaník	10	od 1490,-/objekt
Louňovice pod Blaníkem	Jana Otradovcová	8	od 1000,-/objekt
Louňovice pod Blaníkem	Rekreační středisko Blaník	150	od 250,- (školní. pobyty)
Louňovice pod Blaníkem	Chatová osada Blaník	50	od 630,-/os
Mladá Vožice	Hotel Záložna	60	neuvedeno
Načeradec	Hotel Klokočkův Mlýn	40	od 600,-/os
Načeradec - Pravětice	Hotel Štamberk	20	od 500,-/os
Pravonín	Makrofakt, s. r. o.	10	neuvedeno
Veliš - Nespery	Marie Baborová - ubytování v soukromí	5	od 1000,-/objekt
Vilice	Kulturní dům Vilice	14	od 120,-/os
Vlašim	Hotel Vorlina	42	od 295,-/os
Vlašim	TJ Spartak Vlašim - Sporthotel	96	od 150,-/os
Vlašim	Spolkový dům sourozenců Roškotových	15	od 300,-/os
Vlašim	Hotel Blaník	neuvedeno	neuvedeno
Vlašim	Hotel Budvar	neuvedeno	neuvedeno
Vlašim	Pension Silvie	neuvedeno	neuvedeno
Votice	Penzion u Modré kočky	13	neuvedeno
Votice	Ubytování pod Svatým Václavem	22	od 500,-/os
Votice	Blanka Kulová	12	od 220,-/os
Votice	Penzion Beako	neuvedeno	neuvedeno
Votice	TJ Sokol Votice	neuvedeno	neuvedeno
Votice	Penzion "Na Americe"	24	neuvedeno
Zvěstov - Vestec	Marcela Drábová - Mlejn Vestec	7	od 1490,-/apartmán
Zvěstov - Libouň	Ubytování u Rotundy Sv. Václava	6	od 1450,-/objekt

*Zdroj: Internetové prezentace jednotlivých ubytovacích zařízení*

**Příloha 8: Stravovací zařízení**

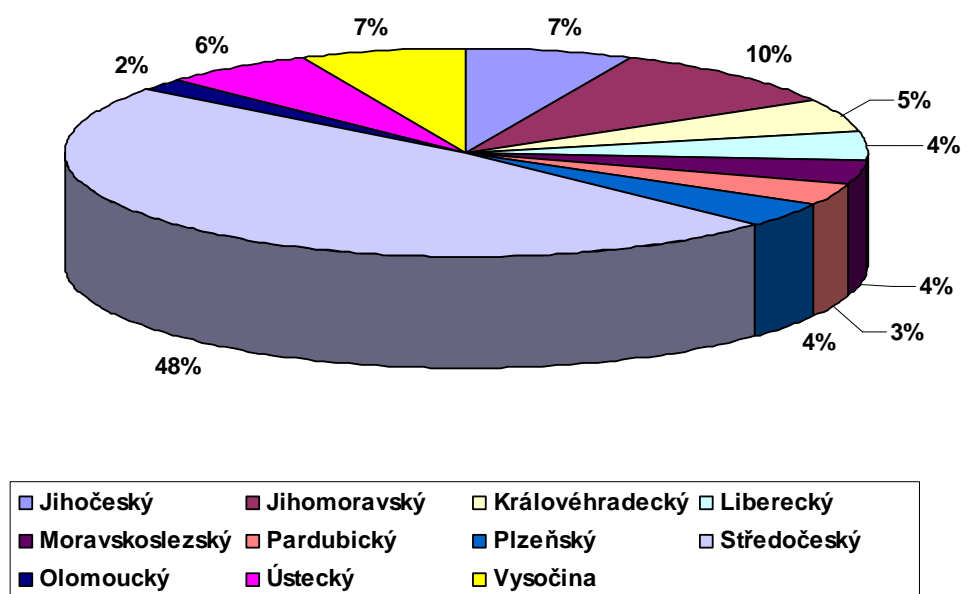
Obec	Název
Jankov	Jankovská hospoda
Kondrac	Restaurace u Matoušků
Louňovice pod Bláníkem	Zámecká restaurace
Louňovice pod Bláníkem	Hostinec Pod Bláníkem
Mladá Vožice	Na Růžku
Mladá Vožice	U Lva
Mladá Vožice	Restaurace
Mladá Vožice	Cukrárna U Vaňků
Načeradec	Hotel Štamberk - restaurace
Načeradec	Hostinec Chaloupka
Načeradec	Hostinec Na rynku
Neustupov	Hospůdka Neustupov
Pravonín	Restaurace na rozcestí
Šebířov	Hospoda Jagga
Vilice	Kulturní dům Vilice
Vlašim	Café bar Alexandra
Vlašim	Popovická pivnice
Vlašim	Budvar - restaurace v hotelu
Vlašim	Restaurace Sokolovna
Vlašim	Hotel Vorlina - restaurace
Vlašim	U Blanických rytířů
Vlašim	U Nádraží
Vlašim	Vinárna Gól
Vlašim	Zahradní restaurace u Ervína
Vlašim	Billiard bar
Vlašim	Gyros
Vlašim	U Tulachů
Vlašim	Domašínská brána
Vlašim	Znosimská brána
Vlašim	Restaurace Plzeňská krčma
Vlašim	Restaurace Na sídlišti
Vlašim	Restaurace Silvie
Vlašim	Eso Bar, s. r. o.
Vlašim	Vaigl Tomáš - Bar
Vlašim	Cukrárna - pekárna Bonte
Vlašim	Pivní aréna U Houdů
Vlašim	Czech Bona Caffé, a. s.
Vlašim	Tranzit tour - motorest
Vlašim	Pizza do krabice
Vlašim	Medina - Vlašimská čajovna
Vlašim	Pizzerie Cíl
Votice	Kavárna Votice
Votice	U krbu
Votice	Hospoda Na kopečku
Votice	Penzion Pod sv. Václavem - restaurace
Votice	Restaurace V sokolovně
Votice	Restaurace Na schůdkách

*Zdroj: Internetové prezentace jednotlivých stravovacích zařízení*

## Příloha 9/1: Vyhodnocení dotazníkového šetření

Graf 3: Otázka 1

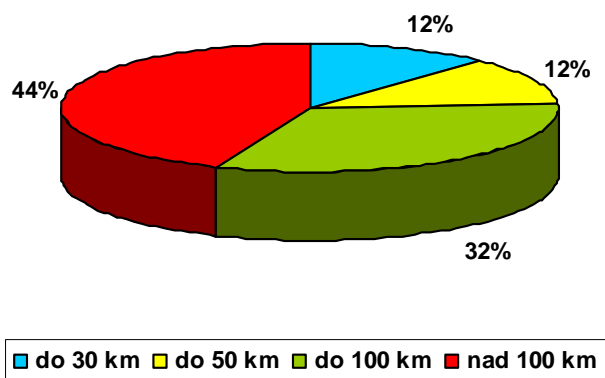
Z jaké části republiky do regionu přijíždíte (kraj)?



Zdroj: Dotazníkové šetření

Graf 4: Otázka 3

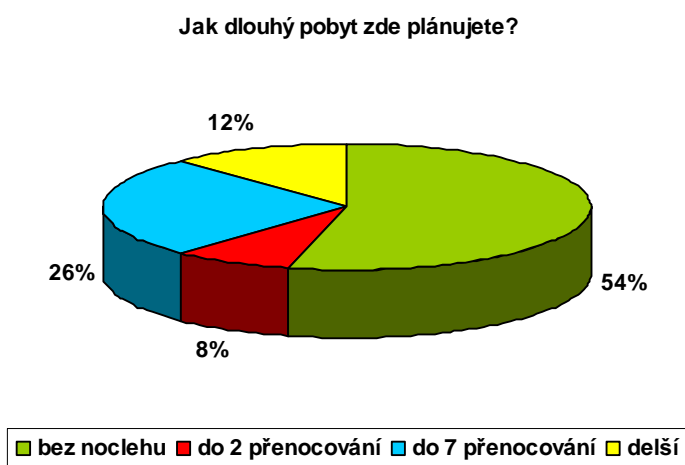
Jak daleko jste cestovali do našeho regionu?



Zdroj: Dotazníkové šetření

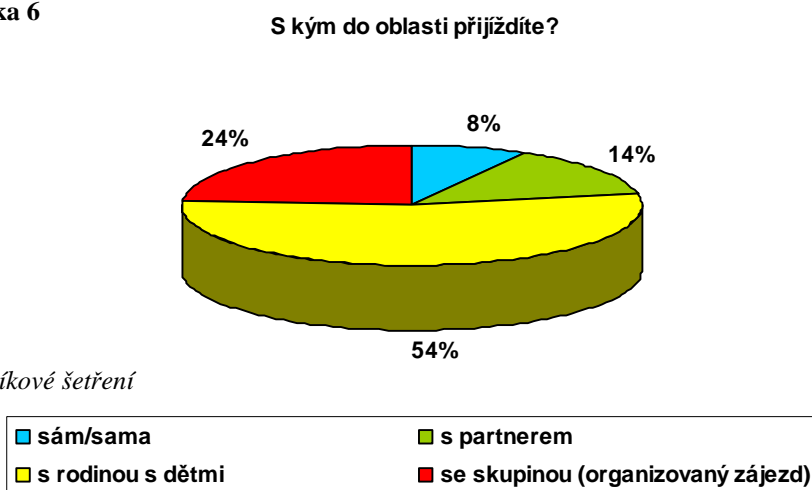
## Příloha 9/2: Vyhodnocení dotazníkového šetření

Graf 5: Otázka 4



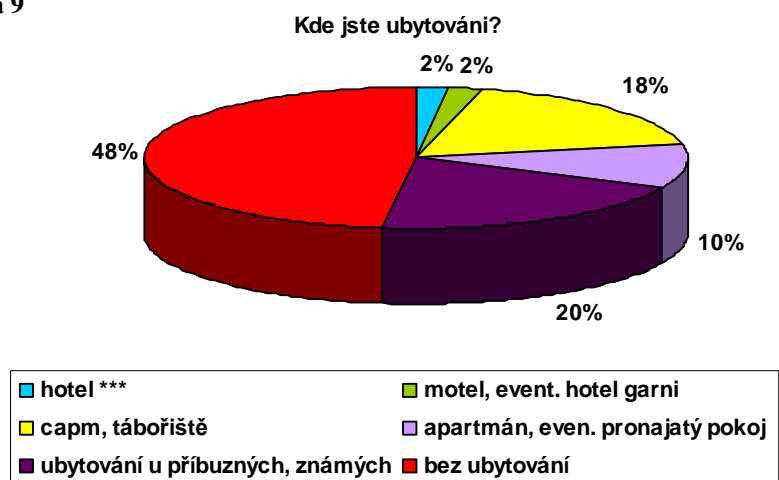
Zdroj: Dotazníkové šetření

Graf 6: Otázka 6



Zdroj: Dotazníkové šetření

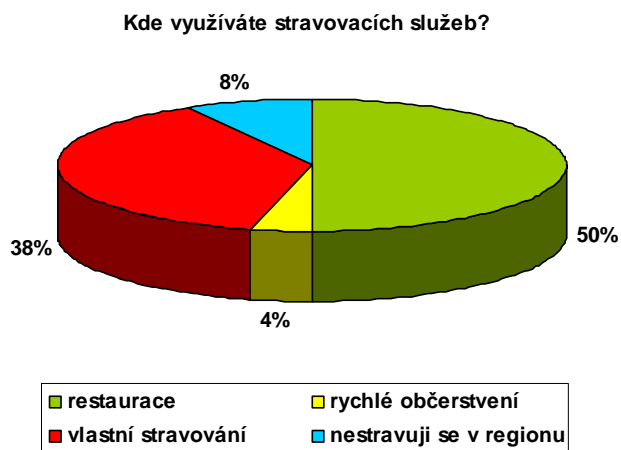
Graf 7: Otázka 9



Zdroj: Dotazníkové šetření

### Příloha 9/3: Vyhodnocení dotazníkového šetření

Graf 8: Otázka 10



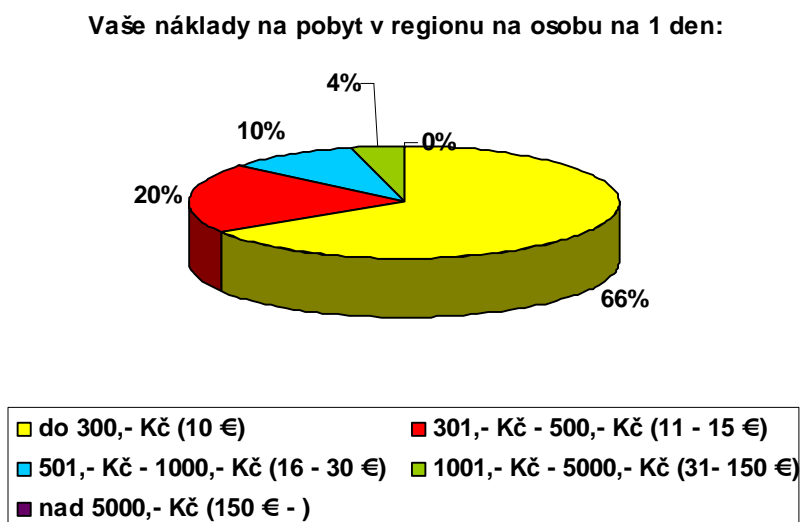
Zdroj: Dotazníkové šetření

Graf 9: Otázka 11



Zdroj: Dotazníkové šetření

Graf 10: Otázka 17



Zdroj: Dotazníkové šetření



Příloha 10: Propagační materiály – Kraj Blanických rytířů



**KRAJ  
BLANICKÝCH  
RYTÍŘŮ**





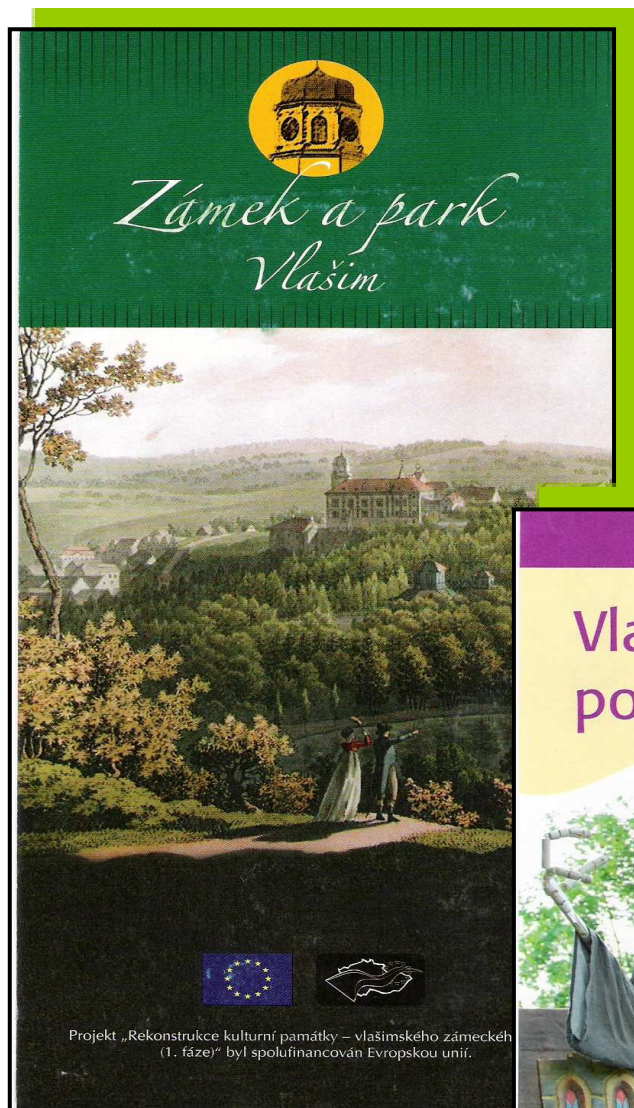
[www.blanicti-rytiri.cz](http://www.blanicti-rytiri.cz)



Projekt je spolufinancován Evropskou unií  
a Středočeským krajem



Příloha 11: Propagační materiály – Zámek a park Vlašim; Vlašimské pohádkové léto





## **Příloha 12: Turistické cíle Podblanicka**

### **Zřícenina na Malém Blaníku**



**Načeradec – kostel a radnice**



### **Zámecký park Vlašim – most k Domašínu**



**Kondrac - kostel**



## Příloha 13: Propagační materiál – Kraj Blanických rytířů: Příroda a krajina

### Příroda a krajina

#### Zvláště chráněná území a přírodovědně cenné lokality



##### Velký Blaník (přírodní rezervace)

Zachovalé lesy s převahou buku s četnými skalními výchozy. Na jižním úbočí skalní masy zvané "Čertovo kopyto" a vrcholové „Rytířské skály“. Přístupná turistická rozhledna. Naučná stezka.



##### Malý Blaník (přírodní rezervace)

Zachovalé lesy s převahou buku s skalními výchozy a sutočnými poli. Pod vrcholem zřetelná pouštního barokního kostela sv. Máří Magdaleny z 18. století, ve které roste mohutný památný smrk „Mnich“. Naučná stezka.



##### Podlesí (přírodní rezervace)

Významná mokřadní lokalita se dvěma rybníky a zrašeliněnými pramenitými loukami. Na loukách roste orchidej prstnatec májový, v odvodňovacích stroučkách vzácně kriticky ohrožený rozchodník huňatý. Naučná stezka.



##### Štěpánovský potok (přírodní rezervace)

Zachovalý neregulovaný potok s výskytem kriticky ohrožené mihule poloční, měnky mramorované, piskoře pruhovaného, raka říčního. Hnízdí zde silně ohrožený ledňáček říční.



##### Rybník Louňov (přírodní památka)

Vodní a litorální společenstva s výskytem vzácných a chráněných druhů rostlin a živočichů. Roste zde silně ohrožená osička písnatoplodá, zsbětník bahenní. Ze zvířat silně ohrožený skok zelený a škeble rybníčná.



##### Roudný (přírodní památka)

Bývalý zlatý důl, v 1. pol. 20. století patřil k nejmodernějším v Evropě. Zachovány četné pozůstatky po těžbě – propadliny, kalosemy, zbytky staveb a technologického vybavení.



##### Častrovické rybníky (přírodní památka)

Soustava tří menších rybníků a mokřadních luk. Na loukách roste prstnatec májový, vachta trojlistá, suchopýj ůzkolistý. Ze zvířat se zde objevuje rak bahenní, žolík obecný, na podmáčené louce kňáček pruhovaný.



##### Na ostrově u Nemže (přírodní památka)

Malebné údolí v blízkosti řeky Blanice s porosty jalovce. Na jalovce jsou vázány vzácné druhy hub a hmyzu, pro které je zdejší místo jedním z mála lokalit výskytu v ČR. Pastva ovcí a koz.

##### Kupsova skála

Doubrava se skalními výchozy. Výskyt chráněných a ohrožených rostlin, např. lýkovec jedovatý, prvosienka jarní.



##### Vlašimský park

(evropsky významná lokalita)

Rozsáhlý přírodně – krajinný park založený v pol. 18. století na místě bývalé obory. V hájích a na loukách rostou mohutné stáleté duby a lípy. V parku roste řada chráněných a ohrožených druhů jako lilie zlatohlavá, oměj různobarvá, z hmyzu páchník hnědý, zlatohlávek, řada motýlů, hnízdí zde více jak 60 druhů ptáků např. straka-poud velký, prostřední a malý, žluna zelená a šedá, datel černý, skorec vodní a ledňáček říční. Naučná stezka.

#### Památné stromy a stromofadi

1. dva sekvojovce obrovské  
V zámeckém parku v Ratměřicích
2. buk lešní u Častrovic
3. 88 památných lip malolistých  
a dalších stromů u Lorety
4. lipa malolistá v zámeckém  
parku v Načeradci
5. dub lešní u Čechova
6. jilm vaz u Červené věže
7. lipa malolistá u Domažinské brány
8. lipa malolistá ve Zdislavicích
9. jalovec obecný zvaný „Pachýř“  
u Ondřejovic
10. smrk ztepilý zvaný „Velký  
mnich“ na Malém Blaníku
11. stromofadi devíti lip malolistých a jednoho jilmu habrolistého  
u Podlouhovického mlýna
12. lipa malolistá u Olešné
13. dub lešní na hrázi rybníka Louňov
14. tři lípy malolisté u kostela v Louňovicích p. Bl.
15. lipa malolistá a lipa velkolistá u románské rotundy v Libouni
16. dub lešní u Olešné
17. tmoovník akát v Krasovicích
18. dub lešní v Křížovské Lhotě
19. lipa malolistá ve Vracovicích (dosud nechráněná)
20. dub lešní ve Vlašimi
21. skupina dvaceti dubů lešních v údolí Orlina (dosud nechráněná)
22. jirovec madal v Hrajevicích (dosud nechráněný)
23. stromofadi lip malolistých u Odlochovic (dosud nechráněné)
24. javor babyka v Bruku u Domažina
25. lipa malolistá v Chlumu (dosud nechráněná)
26. skupina devíti dubů lešních ve Vlčkovcích
27. lipa malolistá v Mladoovicích
28. jirovec madal v Nechýbě
29. lipa malolistá v Postupicích
30. alej lip malolistých u Postupic (dosud nechráněný)
31. jilm vaz v Mokré Lhotě
32. dub lešní v Podolí (dosud nechráněný)
33. buk lešní v Nakvasovicích (dosud nechráněný)
34. lipa velkolistá v Neustupově
35. olše lepkavá v Ověčnách (dosud nechráněná)
36. dva duby lešní a jilm horský v Kuřovicích (dosud nechráněný)
37. lipa malolistá v Polánce (dosud nechráněná)
38. dva duby lešní v Pecínově





## Příloha 14: Propagační materiál – Kraj Blanických rytířů: CHKO Blaník



Kraj pod Blaníkem je tvořen vyváženou mozaikou lesů, luk, polí i vesniček. Snaha zachovat tuto krajinu i pro další generace vedla v osmdesátých letech minulého století k vzniku Chráněné krajinné oblasti (CHKO) Blaník.

Chráněná krajinná oblast Blaník
Vyhlášení: 1981
Rozloha: 41 km <sup>2</sup>
4 zóny ochrany přírody
3 přírodní rezervace, 2 přírodní památky

Osou oblastí je romantická řeka Blanice, okolní krajina je velmi rozmanitá. Z údolí vystupují svažité vrchy a úbočí, na nichž se střídají menší lesy se zemědělskou půdou. Lesy jsou převážně jehličnaté a smíšené, na vrcholech Velkého a Malého Blaníku se zachovaly cenné přírodní blízké bučiny a suťové lesy.



CHKO Blaník je bohatá na nejrozsáhlejší vodní a mokřadní rostlinná společenstva, nacházející se v rybnících a jelech okrajích. V potocích a na podmáčených loukách. Údolí řeky Blanice s vrbovými křovinami a nížními loukami patří k výjimečně zachovalým částem přírody. Zemědělství je stále převládající lidskou činností v oblasti. Větší zemědělské podniky i rodinné farmy se zaměřují na produkci obilovin, brambor a technických plodin. Průmyslová výroba je jen drobná a je umístěna v sídlech a na řázu krajiny se neprojevuje.

Obce v CHKO Blaník si zachovaly rás tradiční české vesnice. V obcích najdeme zajímavé ukázky lidové architektury – statky, chalupy i roubené špičárky. Centru obcí dominují kostely společně s menšími šlechtickými sídly. Velmi zachovalá a cenná je síť drobných sakrálních staveb v krajině – křížky a kapličky.

Oblast si dodnes uchovála neopakovatelný kolorit typické české krajiny a je stále více vyhledávána turisty. Kromě přírody a pamětihodností může oblast nabídnout i sportovní vyžití – pěší turistika, cykloturistika, zimní sporty. Rozšiřuje se nabídka služeb v oblasti agroturistiky.



### Velký Blaník

Přírodní rezervace chránící zachovalé lesy přirozené skladby s převahou buku s četnými skalními výchozy. Bukové porosty jsou nyní 160 a více let staré. Geologickou zajímavostí jsou skalní masy zvané „Čertovo kopyto“ na jižním úbočí Velkého Blaníku a vrcholové „Rytířské skály“. Ve vrcholové partii jsou zbytky valů keltského hraditě (4.–3. stol. př. n. l.). Na vrcholové plošině stojí přístupná turistická rozhledna ve tvaru hudebního nástroje, dřevěná stavba pochází z roku 1941.

K hoře se váže pověst o blanických rytířích, kteří vyvedou české zemí na pomoc, když bude nejhůře. Kořeny pověsti sahají do 15. století, pověst novodobě literárně zpracoval Alois Jirásek. Pověst našla svůj odraz i v hudbě (B. Smetana) a výtvarném umění (J. Mařák). V době národního obrození byl Blaník dějištěm táborů lidu, dnes patří k nejnavštěvovanějším místům v ČR. Přes Velký Blaník vede naučná stezka „J rytířem na Blaník“.

