

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

---

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

## **Bakalářská práce**

Předpoklady rozvoje cestovního ruchu na  
Rudolfovsku

Vedoucí bakalářské práce:  
Mgr. Vladimír Dvořák

Autor:  
Ivana Duspivová

---

2009

## PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „**Předpoklady rozvoje cestovního ruchu na Rudolfovsku**“ zpracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu literatury.

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

V Českých Budějovicích, duben 2009

.....

Ivana Duspivová

## **PODĚKOVÁNÍ**

Děkuji vedoucímu této bakalářské práce Mgr. Vladimíru Dvořákovi za vedení, odbornou pomoc a cenné rady, které mi poskytoval při vypracování práce. Současně děkuji paní knihovnici Janě Malšovské za její pomoc, ochotu a poskytnuté informace.

# OBSAH

<b>1</b>	<b>Úvod</b> .....	5
<b>2</b>	<b>Literární rešerše</b> .....	6
2.1	Cestovní ruch .....	6
2.2	Služby cestovního ruchu .....	10
2.3	Úvod do marketingu .....	16
<b>3</b>	<b>Cíl a metodika</b> .....	22
3.1	Cíl.....	22
3.2	Metodika a techniky práce .....	22
3.3	Hypotézy .....	23
<b>4</b>	<b>Situační analýza</b> .....	24
4.1	Rudolfov a okolí .....	24
4.2	Stručná historie Rudolfova .....	31
4.3	Demografické vymezení regionu .....	31
4.4.	Kultura a sport v regionu Rudolfovsko.....	32
4.5	Vývoj nezaměstnanosti v regionu Rudolfovsko .....	33
4.6	Analýza regionu Rudolfovsko z pohledu cestovního ruchu .....	34
4.7	Vyhodnocení situační analýzy .....	38
<b>5</b>	<b>Terénní šetření</b> .....	39
5.1	Sestavení dotazníku .....	39
5.2	Sběr dat .....	40
5.3	Vyhodnocení terénního šetření .....	40
5.4	Vyhodnocení hypotéz .....	47
<b>6</b>	<b>Návrh inovací</b> .....	48
<b>7</b>	<b>Tvorba marketingového mixu</b> .....	51
7.1	Produkt.....	51
7.2	Cena .....	54
7.3	Distribuce.....	55
7.4	Propagace.....	55
<b>8</b>	<b>Závěr</b> .....	56
<b>9</b>	<b>Summary</b> .....	58
<b>10</b>	<b>Použitá literatura</b> .....	59
<b>11</b>	<b>Seznam tabulek a grafů</b> .....	61
<b>12</b>	<b>Seznam příloh</b> .....	63

# 1 Úvod

Cestovní ruch se stal již neodmyslitelnou součástí dnešní moderní společnosti. V rámci cestovního ruchu se každoročně dává na celém světě do pohybu obrovské množství lidí, kteří zpravidla ve svém volné čase opouštějí dočasně místa svého stálého bydliště za účelem rekreace, poznání, styku s lidmi a z celé řady dalších důvodů.

Vůdčím motivem tohoto pohybu a pobytu je záměrná změna prostředí, jež umožňuje člověku uspokojit některé z jeho potřeb, například potřeby odpočinku, klidu, pohybu, poznání, kulturních a estetických zážitků, změny místa, seberealizace a další, pro jejichž uspokojení neposkytuje místo běžného životního prostředí (místo jejich bydliště) dostatek možností a příležitostí nebo neumožňuje dostatečnou kvalitu jejich uspokojení.

Účast na cestovním ruchu se tak stává výrazem určitého jednání člověka, ve kterém se odrážejí jak jeho potřeby, zájmy, cíle, úmysly, tak i podmínky pro jejich realizaci.

Bakalářská práce analyzuje předpoklady rozvoje cestovního ruchu ve zvoleném regionu, kterým je region Rudolfovsko. Tento region jsem si vybrala nejen proto, že je již dlouhou dobu mým domovem, ale i proto, že podle mého názoru má nevyužití potenciály pro cestovní ruch a může nabídnout mnoho rozmanitých služeb.

## **2 Literární rešerše**

### **2.1 Cestovní ruch**

#### **2.1.1 Vymezení cestovního ruchu**

Cestovním ruchem se rozumí soubor činností zaměřený na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. (Orieška, 1999:5)

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené.

(Hesková a kol., 2006:9)

Malá (1999:11) definuje cestovní ruch jako činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

Királová (2003:9) chápe cestovní ruch jako jedno z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa. Má vliv na zaměstnanost, na tvorbu hrubého domácího produktu, vytváření devizových rezerv státu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek, zvyšuje všeobecnou vzdělanostní úroveň obyvatelstva.

Podle Hornerové a Swarbrooka (2003:53) se cestovní ruch označuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností.

#### **2.1.2 Základní pojmy v oblasti cestovního ruchu**

Z ekonomického hlediska je účastníkem cestovního ruchu každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Z hlediska statistiky je

účastníkem cestovního ruchu cestující označený jako návštěvník, turista nebo výletník. (Hesková a kol., 2006:13)

**Návštěvníkem** v mezinárodním cestovním ruchu je osoba, která cestuje do jiné země, než v níž má své trvalé bydliště na dobu nepřekračující jeden rok, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi. V domácím cestovním ruchu je návštěvníkem osoba, která má trvalé bydliště v dané zemi a která cestuje na jiné místo v zemi mimo své bydliště na dobu kratší než šest měsíců, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě. (Malá, 1999:12)

Podle Páskové a Zelenky (2002:191) je návštěvník jakákoliv osoba, která cestuje do jiného místa než je místo jejího obvyklého pobytu na dobu nepřevyšující dvanáct po sobě jdoucích měsíců, přičemž účel návštěvy je jiný než výkon činnosti odměňované z navštěvovaného místa.

**Turistou** se v mezinárodním cestovním ruchu označuje osoba, která cestuje do jiné země než v níž má své obvyklé bydliště, na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, avšak ne delší jednoho roku, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi. V domácím cestovním ruchu je za turistu považována osoba trvale usídlená v zemi, která cestuje do jiného místa odlišného od jejího běžného životního prostředí, na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, ale ne na dobu delší šesti měsíců, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě. (Malá, 1999:13)

Hesková a kol. (2006:14) definuje turistu jako osobu, která v domácím cestovním ruchu, resp. v zahraničním cestovním ruchu splňuje kritéria návštěvníka. Účast turisty na cestovním ruchu je spojena minimálně s jedním přenocováním.

**Výletníka** definuje Hesková a kol. (2006:14) jako návštěvníka, který necestuje na kratší dobu než 24 hodin s tím, že přenocuje v navštíveném místě.

V mezinárodním cestovním ruchu je výletníkem osoba, která cestuje do jiné země než v níž má své trvalé bydliště a běžné životní prostředí na dobu kratší než 24 hodin, aniž by v navštívené zemi přenocovala, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi. V domácím cestovním ruchu je výletníkem osoba trvale usídlená v dané zemi, která cestuje do místa odlišného od místa

jejího trvalého bydliště a běžného životního prostředí na dobu kratší 24 hodin, aniž by v navštíveném místě přenocovala, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštěvovaném místě. (Malá, 1999:14)

Za **stálého obyvatele** je v domácím cestovním ruchu považována osoba, která žije alespoň šest po sobě následujících měsíců v jiném místě před příchodem do jiného místa na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu je to osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příchodem do jiné země na kratší dobu než jeden rok. (Hesková a kol., 2006:13)

Podle Malé (1999:12) je stálý obyvatelem v mezinárodním cestovním ruchu ve vztahu k dané zemi osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku. V domácím cestovním ruchu ve vztahu k určitému místu je za stálého obyvatele považována osoba, který v tomto místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šesti měsíců.

### **2.1.3 Trh cestovního ruchu**

Trh je podle Malé (1999:40) oblastí ekonomiky, ve které dochází ke směně zboží a služeb, tj. výměně výsledků činnosti mezi jednotlivými ekonomickými subjekty. Představuje konkrétní formu vztahů mezi výrobcí a spotřebiteli, mezi prodávajícími a kupujícími. Je to vzájemný vztah základních složek trhu: nabídky, poptávky a ceny. Toto obecné vymezení platí i pro trh cestovního ruchu.

Orieška (1999:5) rozumí trhem cestovního ruchu souhrn směnných vztahů mezi subjekty prodávajícími zboží a služby cestovního ruchu (představujícími nabídku) a subjekty kupujícími zboží a služby cestovního ruchu (představujícími poptávku).

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 a zábavní parky. (Hesková a kol., 2006:62)

Foret a Foretová (2001:19) považují za specifika trhu cestovního ruchu následující charakteristiky: rozvoj cestovního ruchu je podmíněn politicko-správními podmínkami; produkt cestovního ruchu nelze vyrábět na sklad; místní vázanost, bezprostřední spojitost s územím (místem), ve kterém se realizuje, zejména s jeho



kvalito přírodního prostředí; výrazná sezónnost; trh je silně determinován přírodními faktory a dalšími nepředvídatelnými vlivy; vysoký podíl lidské práce; těsný vztah nabídky a poptávky (změny v cenách a příjmech se obvykle bezprostředně projeví na trhu); poptávka je výrazně ovlivňována důchody obyvatelstva, fondem volného času, cenovou hladinou nabízených služeb, spotřebitelskými preferencemi, motivací, módou a prestiží, celkovým způsobem života; nabídku silně ovlivňuje také rozvoj a využívání technicky a technologií (internet, informační a rezervační systémy). Za velmi důležité také považují spojení cestovního ruchu s průmyslem volného času a zábavy.

#### **2.1.4 Produkt cestovního ruchu**

Produkt je cokoli, co lze nabídnout trhu k prozkoumání, získání, užívání, nebo ke spotřebě a co může uspokojit nějakou potřebu nebo požadavek. Mohou to být hmotné předměty, služby, osoby, místa, organizace a myšlenky.

(Kotler, 1994 in Horner, Swarbrooke, 2003:154)

Produkt cestovního ruchu je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. 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)

Pásková a Zelenka (2002:225) označují jako produkt cestovního ruchu souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu podnikajícího v cestovním ruchu nebo cestovní ruch koordinujícího.

Produkt cestovního ruchu se skládá ze všeho, co účastníci cestovního ruchu potřebují, co kupují a co se pro ně produkuje. Pro produkt cestovního ruchu je charakteristické, že je tvořen nikoliv pouze jednotlivými službami (zbožím), ale jejich komplexem, ve kterém jsou nabízeny, ale i požadovány, jejich vzájemnou propojeností, i propojeností na atraktivitu cestovního ruchu a výrazným programovým zaměřením.

(Malá, 1999:52)

## **2.2 Služby cestovního ruchu**

### **2.2.1 Charakteristika služeb cestovního ruchu**

Služby jsou rozhodující součástí produktu cestovního ruchu. Představují heterogenní soubor užitných efektů určených na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. (Hesková a kol., 2006:99)

Podle Orišky (1999:6) služby cestovního ruchu představují činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společensky užitný efekt.

Malá (1999:55) rozumí službami cestovního ruchu všechny služby, které zabezpečují potřeby vzniklé v rámci cestovního ruchu.

Čech chápe služby cestovního ruchu jako činnosti směřující k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. (Čech, 1998:50)

### **2.2.2 Charakteristické znaky služeb cestovního ruchu**

Hesková a kol. (2006:100) rozděluje znaky služeb cestovního ruchu na všeobecné a speciální. Všeobecné znaky služeb cestovního ruchu jsou nemateriálnost služeb, vysoká spotřeba živé práce při jejich poskytování, začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb, soulad poskytování služeb s jejich spotřebou a pominutelností služeb. Mezi speciální znaky služeb cestovního ruchu patří časová a místní vázanost na primární nabídku cestovního ruchu, komplexnost a komplementarita, zastupitelnost, mnohooborový charakter a nevyhnutelnost jejich zprostředkování, dynamika a sezónnost poptávky po nich, nevyhnutelnost informací o nich včetně informací o jejich kvalitě.

Vedle obecných znaků služeb mají služby cestovního ruchu některé další charakteristické rysy, odlišující je od služeb ostatních odvětví: jsou výsledkem činností mnoha odvětví, která zabezpečují účast obyvatelstva na cestovním ruchu; jsou převážně službami osobními, slouží k bezprostřednímu uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu; jsou vázány na místo, kde se vyskytují předpoklady cestovního ruchu, objekty a zařízení cestovního ruchu; poskytování služeb, jejich tvorba, realizace a spotřeba jsou místně a časově spojeny; mají převážně sezónní charakter, který klade zvláštní nároky

na časovou produkci služeb; požadavky na rozsah, strukturu a charakter služeb cestovního ruchu jsou značně diferencované v závislosti na okruhu účastníků cestovního ruchu, na charakter míst, kde jsou poskytovány, i na zastoupení jednotlivých forem a druhů cestovního ruchu. (Malá, 1999:55)

### **2.2.3 Klasifikace služeb cestovního ruchu**

Různorodost služeb cestovního ruchu umožňuje jejich klasifikování z více hledisek. Často se podle významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu rozlišují na služby základní a doplňkové. Podle charakteru spotřeby se služby cestovního ruchu člení na osobní a věcné. Z hlediska ekvivalentnosti výměny při poskytování služeb jde o služby placené a neplacené. Z prostorového hlediska se služby cestovního ruchu člení na služby poskytované v místě trvalého bydliště, během přepravy do rekreačního prostoru a zpět a služby v rekreačním prostoru. Podle způsobu zabezpečování služeb jde o vlastní služby poskytované tzv. dodavatelským způsobem a služby zprostředkovatelské. (Orieška, 1999:7)

Heterogenost služeb v cestovním ruchu umožňuje jejich základní rozdělení na služby cestovního ruchu a ostatní služby. Podle druhového členění služeb cestovního ruchu rozlišujeme informační, dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, průvodcovské, asistenční, animační, organizátorské a zprostředkovatelské služby. Podle fází realizace cestovního ruchu rozlišujeme služby, které účastník cestovního ruchu vyžaduje, kupuje a potřebává v místě trvalého bydliště, během cestování, během pobytu v cílovém místě a další služby v závislosti na druhu nebo formě cestovního ruchu. Z časového hlediska jde o služby poskytované v sezónním nebo v mimosezónním období. Z hlediska uspokojování potřeb rozlišujeme základní a doplňkové služby cestovního ruchu. Podle charakteru spotřeby se služby cestovního ruchu člení na osobní a věcné služby. Z ekonomického hlediska se služby člení na placené a neplacené. (Hesková a kol., 2006:104)

## 2.2.4 Charakteristika jednotlivých druhů služeb

**Služby cestovního ruchu** jsou takové, které výlučně nebo převážně uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu a produkuje je podniky cestovního ruchu. (Hesková a kol., 2006:104)

**Ostatní služby** dle Heskové a kol. (2006:104) produkuje podniky s polyfunkčním charakterem, tj. část jejich produkce spotřebovávají účastníci cestovního ruchu, v rozhodující míře však uspokojují potřeby místního obyvatelstva.

**Informační služby** umožňují šíření objektivních poznatků o cílových místech cestovního ruchu, objektech cestovního ruchu a službách, čímž napomáhají a usměrňují rozhodování účastníků cestovního ruchu. Jde o informace o přírodních podmínkách, klimatických podmínkách, obyvatelstvu a způsobu jeho života, všeobecné infrastruktury a suprastruktury cestovního ruchu a mnohé další. Významným zdrojem informací jsou cestovní příručky, všeobecné průvodce, speciální průvodce, turistické mapy, automapy a autoatlasy, mapy měst a turistické informační kanceláře. (Hesková a kol., 2006:106)

**Dopravní služby** umožňují přepravu účastníků cestovního ruchu mezi místem jejich trvalého bydliště a místem cestovního ruchu, mezi místy cestovního ruchu a v místě cestovního ruchu. Jde například o poskytování informací o dopravním spojení, rezervování míst v dopravních prostředcích, prodej dopravních cenin, úschovu a přepravu zavazadel a mnohé další. (Orieška, 1999:8)

Hesková a kol. (2006:109) člení dopravní služby dle několika hledisek. Podle druhu dopravy jde o služby silniční, železnické, letecké, vodní a ostatní dopravy, z teritoriálního hlediska jde o služby vnitrostátní a mezinárodní dopravy a z hlediska periodicity o služby v pravidelné a mimořádné dopravě.

**Ubytovací služby** souvisí s pobytovou stránkou cestovního ruchu. Jejich poskytování je předpokladem rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu. Umožňují přenocování nebo přechodné ubytování v cílovém místě. (Hesková a kol., 2006:109)

Součástí ubytovacích služeb jsou také služby, které s pobytem hosta v ubytovacím zařízení souvisejí. Jde o podávání informací, úschovu zavazadel a jejich přepravu v ubytovacím zařízení, buzení hostů, půjčování společenských her, úschovu cenností v hotelovém trezoru, rezervování míst v odbytých střediscích, zprostředkování telefonických hovorů, podávání telegramů, prodej vybraných druhů

zboží, časopisů, literatury, upomínkových předmětů, květin, praní a žehlení prádla, čištění a žehlení oděvů, sekretářské a další služby. (Orieška, 1999:9)

**Stravovací služby** zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času využitelný na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu. Jde o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení, jakož i o společensko-zábavní služby, spojené s hudební produkcí, kulturním programem, případně další služby. (Hesková a kol., 2006:111)

**Sportovně-rekreační služby** je možné z hlediska cíle účasti na cestovním ruchu považovat za jedny z nejvýznamnějších. Umožňují účastníkům aktivní využití přírodních a uměle vytvořených předpokladů pro rozvoj sportu, rekreace a turistiky. Jde o služby související s využíváním hřišť, tělocvičen, sportovních hal, otevřených i krytých plaveckých bazénů, přírodních koupališť, sportovních stadionů, přírodních a umělých ledních ploch, upravených lyžařských svahů a běžeckých tratí, výtahů, vleků, lanovek atd. (Orieška, 1999:11)

Sportovně-rekreační služby dělí Hladká (1997:29) do tří skupin: univerzálního charakteru (nejsou vázány na přírodní předpoklady, např. hřiště, fit centra, tělocvičny apod.), služby podmíněné přírodními podmínkami (zařízení pro vodní turistiku, sjezdovky atd.) a služby specializované (např. pro mototuristiku, vysokohorskou turistiku, jízdu na koni, rybolov, lov zvěře apod.)

**Kulturně-společenské služby** uspokojují společenské a kulturní potřeby účastníků cestovního ruchu. Jejich poskytování je spojené s hlavním motivem kulturního a městského cestovního ruchu. Objekty kulturně-společenských služeb jsou kulturně-historické objekty (hrady, zámky, zámečky, sakrální stavby a památky, památníky atd.), kulturní a osvětová zařízení (divadla, kina, koncertní sály, hudební pavilony atd.) a společenská a zábavní zařízení (kavárny, espressa, libressa). (Hesková a kol., 2006:113)

**Lázeňské služby** tvoří komplex činností souvisejících s lázeňskou léčbou a pobytem v lázních. Tvoří je základní lázeňské služby a doplňkové služby poskytované lázeňským hostům. Mezi základní lázeňské služby patří lékařské a léčebné služby, ubytovací a stravovací služby a společensko-kulturní služby. Doplňkové služby jsou

např. léčebná kosmetika, manikúra, pedikúra, prodej pohlednic, upomínkových předmětů a literatury, směnářské služby aj. (Hladká, 1997:30)

Poskytování lázeňských služeb podle Heskové (2006:114) vyžaduje existenci přírodních léčivých zdrojů, balneoterapeutická zařízení a zařízení umožňující pobyt během lázeňské léčby. Základní lázeňské služby poskytují pouze zařízení lázeňského podniku, nabídku doplňkových služeb organizují i další dodavatelé, jejich zařízení jsou lokalizována v lázeňském místě.

**Kongresové služby** definuje Oriška (1999:10) jako služby představující komplex činností souvisejících s uspokojováním potřeb účastníků kongresového cestovního ruchu. Jde hlavně o organizování vlastní kongresové akce a programů před jejím zahájením a po jejím skončení. Poskytnutí těchto služeb vyžaduje existenci specifických zařízení s nutným materiálním a technickým vybavením.

Podmínkami pro kongresový cestovní ruch disponují kongresová centra a kongresové sály s komplexní vybaveností a jednací prostory. Stále častěji se organizují tzv. telekongresy a telekonference, což je propojení jednacích místností na různých místech telekomunikační technikou. (Hesková a kol., 2006:115)

**Průvodcovské a asistenční služby** poskytují průvodci cestovního ruchu, především ve spolupráci s cestovními kanceláři. Předmětem jejich činnosti je opakovaný doprovod skupin účastníků cestovního ruchu, případně i jednotlivců, péče o dodržování dohodnutého programu a sjednaného standardu služeb, poskytování informací na úhradu. (Oriška, 1999:10)

**Animální služby** se často spojují s péčí – asistencí o návštěvníka cestovního ruchu. Animace znamená oživení, rozveselení, zabavení se. V cestovním ruchu má význam z hlediska získání komplexních zážitků a vychází z potřeby člověka po oddechu, rozptýlení, společenské komunikace a zábavě ve volném čase. Animace je často i alternativou pro případ nepříznivého počasí, když není možné absolvovat plánovaný program. (Hesková a kol., 2006:120)

**Zprostředkovatelské služby** souvisejí se zprostředkováním, organizováním a zabezpečováním činností podmiňujících a umožňujících účast na cestovním ruchu. Obstarávání služeb, které jsou výsledkem činnosti dodavatelských podniků a organizací, zajišťují hlavně cestovní kanceláře, případně další subjekty. (Hladká, 1997:30)

**Základní služby** patří vedle přírodních, kulturně historických a dalších předpokladů mezi základní podmínky existence a rozvoje cestovního ruchu jako celku. U jednotlivých typů cestovního ruchu se míra jejich nezbytnosti výrazně liší.

(Malá, 1999:58)

Základní služby uspokojují obvykle primární potřeby účastníků cestovního ruchu. Umožňují přemístění účastníků z míst jejich trvalého bydliště do cílových míst a zpět a pobyt v cílovém místě. (Hesková a kol., 2006:105)

Čech (1998:62) definuje základní služby jako služby nezbytné pro účast na cestovním ruchu. Tyto služby rozděluje na dopravní, ubytovací a stravovací.

**Doplňkové služby** podle Malé (1999:58) zahrnují různorodý komplex všech ostatních služeb. Zahrnují jak služby, které se stávají motivem účasti na cestovním ruchu, tak i řadu služeb, které vytvářejí podmínky pro komplexní uspokojení různorodých potřeb účastníků cestovního ruchu. Ve svém komplexu umocňují využití potenciálu toho kterého místa pro cestovní ruch v souladu s jeho funkcemi, vytvářejí podmínky pro spokojenost návštěvníků a mohou výrazně umocňovat i dojmy z jejich pobytu.

Doplňkové služby nejsou bezpodmínečnou podmínkou účasti na cestovním ruchu, ale navazují na služby základní. Patří sem např. služby obchodu, kulturní, pro motoristy, sportovně-rekreační, společensko-zábavní, zprostředkovatelské, směnářenské, informační, lázeňské, celní služba atd. (Čech, 1998:18)

V případě **osobních služeb** se užitečný efekt dostaví přímo, bezprostředně, např. odnesení zavazadel v ubytovacím zařízení. (Orieška, 1999:8)

U **věcných služeb** se užitečný efekt dostaví prostřednictvím hmotného statku, např. úprava lyžařské výstroje, servis pro testování lyží atd. (Orieška, 1999:8)

**Placené služby** chápe Čech (1998:18) jako služby poskytované hostu nebo klientovi za úhradu. Kromě základních služeb (ubytování, stravování a dopravy) jde také o doplňkové služby, např. o prodej upomínkových předmětů a hygienických potřeb, cestovní literatury, praní a žehlení prádla, půjčování sportovních potřeb, tlumočení a řadu dalších.

**Neplacené služby** jsou služby poskytované hostu nebo klientovi bez úhrady. Podle druhu zařízení jde např. o podávání informací, buzení hostů, půjčování novin a časopisů, půjčování společenských her, úschovu věcí trezoru atd. (Čech, 1998:18)

## **2.3 Úvod do marketingu**

### **2.3.1 Definice marketingu**

Americká marketingová asociace (1985) uvádí, že marketing je proces plánování a provádění koncepce, tvorby cen, marketingové komunikace a rozšiřování myšlenek, výrobků a služeb za účelem vyvolání směny, uspokojující požadavky jednotlivců i organizací. (Hesková a kol., 2003:8)

Marketingový odborník prof. P. Kotler definuje marketing jako společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají prostřednictvím tvorby, nabídky a směny produktů to, co potřebují a žádají. (Hesková a kol., 2003:8)

Kotler také označuje marketing jako společenský a řídicí proces, jehož pomocí jednotlivci a skupiny získávají to, co chtějí a potřebují, prostřednictvím vytváření a výměny výrobků a hodnot s druhými. (Horner, Swarbrooke, 2003:29)

Marketing je podle Királ'ové (2003:13) analýza, plánování, implementace a kontrola pozorně formulovaných programů vytvořených za účelem dobrovolné výměny hodnot s vybraným segmentem trhu v zájmu dosažení cílů organizace.

Morrison (1989:16) chápe marketing jako plynulý proces probíhající v dílčích krocích, prostřednictvím něhož management v odvětví pohostinství a cestovního ruchu plánuje, zkoumá, naplňuje, kontroluje a vyhodnocuje činnosti navržené k zajištění jak zákaznických potřeb a skrytých přání, tak i cílů své vlastní organizace.

### **2.3.2 Strategický marketing**

Strategický marketing je jednou z vývojových fází marketingu, uvažovanou ve vztahu k marketingovým činnostem, funkcím i časovým horizontům. Lze ho charakterizovat jako proces, spojený zejména: s vypracováním analýz faktorů vnitřních podmínek a stránek podniku, analýz faktorů příležitostí a ohrožení podniku, analýz faktorů konkurence (včetně prognózování budoucích trendů vývoje); s participací na



vytvoření souboru cílů podniku a na formulování podnikových strategií pro jejich dosažení; se stanovením marketingových cílů; s volbou marketingových strategií k dosažení vytyčených cílů; s vypracováním, realizací a kontrolou marketingových plánů; s komplexním řízením marketingového procesu. (Horáková, 2003:17)

Mozga a Vítek (2001:25) popisují posloupnost činností ve strategickém marketingu následovně: analýze potřeb (vymezení hranic trhu), segmentace trhu (segmentační a diferenciační strategie), analýza příležitostí, analýza konkurence, udržitelný rozvoj podniku.

O strategickém marketingu hovoříme zejména v souvislosti s rozhodovacími procesy na úrovni vrcholového managementu podniku. Strategický marketing je plně soustředěn na zákazníka, vede organizační jednotky ke studiu a k porozumění jeho potřeb a přání, učí je chápat zákaznické hodnoty a způsob myšlení zákazníka. (Horáková, 2003:17)

### **2.3.3 Marketingový výzkum**

Marketingový výzkum zahrnuje zkoumání jevů a vztahů na trhu, vliv marketingových nástrojů na změnu marketingového prostředí. Specifičnost je dána právě výzkumným charakterem celého procesu shromažďování, zpracování, analýzy a interpretace dat. (Hesková a kol., 2003:61)

Podle Americké marketingové asociace je marketingový výzkum systematickým sběrem, zaznamenáváním a vyhodnocováním údajů o problémech spojených s marketingem zboží a služeb. (Morrison, 1989:133)

Marketingový výzkum dle Zbořila (1998:7) spočívá ve specifikaci, shromažďování, analýze a interpretaci informací, které slouží jako podklad pro rozhodování v procesu marketingového řízení.

Marketingový výzkum je součástí procesu marketingového řízení podniku. Sám o sobě, bez vazby na ostatní marketingové činnosti, prostřednictvím kterých jsou realizovány jeho výsledky, by neměl smysl, ale platí to i opačně: bez marketingového výzkumu si nelze představit úspěšné marketingové řízení. (Přibová, 1996:11)

## **2.3.4 Proces marketingového výzkumu**

### **2.3.4.1 Definování problému, určení cíle a přínosu výzkumu**

Formulace problému představuje v procesu marketingového výzkumu definování problému nebo příležitosti, která se stává předmětem zkoumání.

(Morrison, 1989:138)

Přesné definování problému umožňuje zvolit takové postupy, které v závěrečné fázi přinesou data využitelná v rozhodovacích procesech podniku. Součástí kvalitní přípravy výzkumu je i vyslovení hypotéz, předpokladů o povaze zjišťovaných vztahů. Hypotézy by měly výzkum buď potvrdit nebo vyvrátit. (Hesková a kol., 2003:61)

Definování problému spočívá ve všestranném osvětlení účelu výzkumu a v přesném vymezení jeho cílů. Znalost účelu výzkumu předpokládá vědět, proč se má výzkum dělat, v čem spočívá problém, jestli problém skutečně existuje, jestli nejde pouze o symptom nebo část širšího problému. (Zbořil, 1998:17)

Cíle výzkumu jsou dány účelem výzkumu a pomocí tzv. programových otázek by měly jasně definovat, co má být výzkumem zjištěno. Smyslem takové definice je především zefektivnit jednotlivé činnosti při řešení výzkumného problému.

(Kozel a kol., 2006:73)

### **2.3.4.2 Zdroje dat**

V projektech marketingového výzkumu se obvykle pracuje se dvěma zdroji dat: sekundárními a primárními. Základní rozdíl mezi těmito zdroji dat vychází z účelu, ke kterému byla data shromážděna. Sekundární data byla sebrána k jinému účelu, než je řešený projekt. Jsou přístupná veřejně buď zdarma, nebo za úplatu. Primární data jsou shromažďována nově, na míru řešeného projektu. Patří zadavateli výzkumu, který je sám pořídil nebo nechal pořídít. (Přibová, 1996:35)

Zbořil (1998:18) dále člení informace na interní, získané od pracovníků nebo ze záznamů a písemností vlastního podniku; externí, které zahrnují všechny informace čerpané ze zdrojů mimo vlastní podnik; kvantitativní, vyjadřující určité množství, velikost, objem, úroveň nebo intenzitu zkoumaných jevů a kvalitativní, charakterizující zkoumané jevy pomocí pojmů a kategorií, nejsou přímo kvantitativně měřitelné.

### 2.3.4.3 Metody a techniky sběru dat

Jde o způsob sběru primárních dat umožňující evidovat výskyt jevů i chování lidí, ale také zjistit jejich názory, postoje a motivy. Základní tři techniky marketingového výzkumu představují dotazování, pozorování a experiment. Dotazování patří k nejrozšířenějším postupům marketingového výzkumu. Uskutečňuje se pomocí nástrojů (dotazníků, záznamových archů) a vhodně zvoleného kontaktu s nositelem informací – dotazovaným (respondentem). Pozorování provádí vyškolení pracovníci – pozorovatelé. Pozorovatel pouze registruje sledované reakce a způsoby chování. Experimentální metody sledují vliv jednoho jevu na druhý, a to v nově vytvořené situaci. Usiluje se o zachycení reakcí na novou situaci a hledá se vysvětlení tohoto chování. (Foret, Stávková, 2003:32)

Příbová (1996:48) dále dělí dotazování na osobní, telefonické, písemné a elektronické a experiment na laboratorní a v přirozených podmínkách. **Osobní dotazování** je založeno na přímé komunikaci s respondentem, tváří v tvář. **Telefonické dotazování** je podobné osobnímu, tzn. že dotazovaný okamžitě reaguje na otázky pokládané tazatelem po telefonu. **Písemné dotazování** je často zúženě nazýváno poštovní anketa, protože respondenti dostávají většinou dotazník poštou. **Elektronické dotazování** je novou technikou sběru dat založenou na využití počítačů. U **laboratorního experimentu** jde o techniku sběru dat založenou na vytvoření situace s parametry, které jsou podstatné pro projekt. Respondenti přicházejí do uměle vytvořených podmínek a podle pokynů vedoucího experimentu ochutnávají, diskutují, vyhodnocují atd. **Experiment v přirozených podmínkách** je vzácně používaná technika sběru dat. Jde o vytvoření částečně kontrolované situace a nejčastěji se uplatňuje při testování zájmu o nové výrobky.

### 2.3.4.4 Určení velikosti výběrového souboru

Respondent nás nikdy nezajímá jako konkrétní osoba, ale jako zástupce určité společenské skupiny. Objektem výzkumu se může stát jakýkoli sociální útvar s řádně vymezenými základními časovými a prostorovými souřadnicemi. Jednotkami souboru tedy mohou být nejen jednotlivci (osoby), ale i skupiny (rodina, domácnost, pracovní skupina, organizační útvar, školní třída atd.). (Foret, Stávková, 2003:52)

V přístupu k určování velikosti vzorku se střetávají dva rozdílné zájmy. Ekonomickým zájmem je mít vzorek co nejmenší, protože sběr dat bývá vysokou položkou v rozpočtu na výzkumný projekt. Výzkumné zájmy vedou k opačným tendencím. (Příbová, 1996:85)

Z různých druhů výběru vzorku uvádí Hesková a kol. (2003:64) následující: **Náhodný výběr**, který se provádí, když nejsou žádné znalosti o základním souboru, nebo je znám jen jeho rozsah. Spočívá v tom, že každá jednotka celkového souboru má stejnou možnost, aby se dostala do výběru. **Kvótní výběr** se provádí tehdy, pokud jsou o základním souboru dostatečné informace, a spočívá v tom, že se vybírají záměrně jednotky charakteristické pro daný soubor.

#### 2.3.4.5 Sběr dat

Pro etapu sběru dat jsou charakteristické jiné aktivity a úkoly, než tomu bylo v předchozích fázích. Hlavní změnou je to, že se do sběru dat zapojují noví spolupracovníci: tazatelé, pozorovatelé, moderátoři, operátoři apod. Na jejich kvalitní práci, perfektní organizaci a odpovědném výkonu značně závisí úspěch celého projektu. (Příbová, 1996:88)

Marketingoví výzkumníci mohou při sběru primárních informací použít dva základní nástroje a to dotazníky a technická zařízení. **Dotazníkem** je formulář, určený k pokud možno přesnému a úplnému zaznamenávání zjišťovaných dat. Otázky je možné klasifikovat do skupin podle účelu v dotazníku, podle vztahu k obsahu a dle variant odpovědí. **Technická zařízení** se v oblasti marketingového výzkumu používají zřídka. Pro měření zájmu respondenta nebo jeho emocí lze použít galvanometry. Galvanometr je schopen zaznamenat i nepatrné zvýšení potivosti respondenta v důsledku zvýšeného zájmu o nějaký atribut. (Hesková a kol., 2003:65)

#### 2.3.4.6 Zpracování a analýza dat

Jakmile byly marketingovým výzkumem zjištěny a shromážděny potřebná data, je dalším krokem jejich zpracování a analýza. Úprava dat spočívá v jejich prověření z hlediska úplnosti a přesnosti, v doplnění chybějících dat formální povahy a ve vyloučení dat zjevně nesprávných. Především je nezbytné prověřit validitu dat, tzn. zda

skutečně vyjadřují to, co vyjadřovat mají. Analýza údajů obvykle začíná analýzou každé jednotlivé otázky nebo hodnoty znaku zkoumaných jednotek. K numerickému popisu sumarizovaných údajů se používá řada statistických metod a přístupů.

(Hesková a kol., 2003:67)

Na aplikaci statistických metod je třeba v projektech marketingového výzkumu myslet hned na počátku prací. Již prvotní představa o marketingovém výzkumu by měla respektovat možnosti statistického zpracování, protože role statistiky je zde servisní, ale tento servis má svá omezení, zvláště tehdy, pokud jsme nenaplnili předpoklady, za kterých jsou konkrétní statistické metody použitelné. (Příbová, 1996:93)

#### **2.3.4.7 Zpracování a prezentace závěrečné zprávy**

Při zpracování závěrečné zprávy je třeba se především znovu vrátit na začátek celého výzkumného procesu, kde jsme společně se zadavatelem definovali problém a cíl výzkumu. Je to zásadní krok, protože pouze tak lze dosáhnout provázanosti jednotlivých částí výzkumné zprávy a především docílit stavu, kdy komunikované výsledky výzkumu budou přesně odpovídat požadovaným cílům. (Kozel a kol., 2006:105)

Výsledky zpracování shromážděných informací jsou předávány vedoucím pracovníkům v podobě ucelených, verbálně formulovaných závěrů a doporučení. Závěrečná zpráva má velmi vysokou odbornou i formální úroveň.

(Hesková a kol., 2003:68)

Obecnými požadavky na provedení závěrečné zprávy jsou srozumitelnost, definice odborných termínů, jasné popisy grafů, tabulek a uvedení pramenů.

(Příbová, 1996:132)

## **3 Cíl a metodika**

### **3.1 Cíl**

Hlavním cílem bakalářské práce bylo analyzovat region Rudolfovsko z hlediska rozvoje cestovního ruchu.

Vedlejšími cíly bylo stanovení nevyužitého potenciálu cestovního ruchu v regionu a vytvoření návrhu produktového balíčku včetně návrhu marketingového mixu pro zkoumanou oblast.

### **3.2 Metodika a techniky práce**

Při psaní bakalářské práce byl použit následující metodický postup:

#### 1. Analytická část

Nejprve byly prostudovány odborné publikace a získané poznatky byly použity pro zpracování literární rešerše.

Dále byla provedena situační analýza, která měla za úkol mimo jiné analyzovat cestovní ruch v regionu Rudolfovsko.

Následovala příprava terénního šetření, která zahrnovala sestavení dotazníku, provedení pilotního výzkumu a jeho korekce.

#### 2. Syntetická část

V této části bylo provedeno terénní šetření včetně vyhodnocení. Terénní šetření bylo realizováno pomocí dotazníků. Část dotazníků byla umístěna v místní knihovně a penzionu a druhá část byla určena pro osobní dotazování. Dotazník obsahoval jak otázky otevřené, tak uzavřené. Celkem bylo distribuováno 240 kusů dotazníků. Z uvedeného počtu se vrátilo 178 kusů dotazníků, z nichž bylo 153 správně vyplněných, které byly dále zahrnuty do vyhodnocení.

#### 3. Aplikační část

Na základě výsledků terénního šetření byl proveden návrh inovací, které by vedly ke zlepšení stávající situace v regionu Rudolfovsko a byly vyhodnoceny hypotézy.

V poslední fázi byl vytvořen nový produktový balíček, včetně podrobného popisu marketingového mixu.

### **3.3 Hypotézy**

Hypotéza je vědecky zdůvodněný předpoklad možného stavu skutečnosti. Na počátku poznání stojí domněnka, kterou hypotéza rozpracovává. Hypotéza již musí být podložena celou řadou faktů vytyčujících další směr výzkumu a musí být slučitelná s co největším počtem faktů, jichž se týká. Lze-li na základě faktů vytyčit více hypotéz, upřednostňovaná je vždy ta hypotéza, která vysvětluje větší počet faktů. Hypotézu nelze nikdy dokázat, pouze potvrdit či vyvrátit. Hypotéza vede výzkum.

V bakalářské práci byla stanovena jedna obecná hypotéza a dvě vedlejší hypotézy.

#### **1. Obecná hypotéza**

Na Rudolfovsku existují předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu.

#### **2. Vedlejší hypotézy**

Rudolfov navštěvují i turisté z Německa.

Rudolfov zaznamenává spíše tranzitní návštěvníky.

## 4 Situační analýza

### 4.1 Charakteristika Rudolfova a okolí

#### 4.1.1 Rudolfov

Rudolfov je město, které se nachází v členitém terénu západního úbočí mírného pohoří nazývaného Lišovský práh, které od sebe odděluje dvě ploché jihočeské pánve – Budějovickou a Třeboňskou. Vzdálenost města od centra Českých Budějovic je cca 5 km severovýchodně. V současné době má Rudolfov přibližně 2 385 obyvatel.

Vzhledem k těsné blízkosti Českých Budějovic je Rudolfov napojen na síť MHD tohoto krajského města. V minulosti ležel na hlavním silničním tahu na Brno, po vybudování obchvatu od Českých Budějovic mezi Hůrami a Libničí směrem na Lišov ho lze nyní objet ze severní strany. Neleží na žádné železniční trati. Pro svou ideální vyvýšenou polohu a nádherný výhled do kraje je vyhledávaným místem pro bydlení.

Názvy místních částí jsou sepsány tak, jak byly a jsou běžně používány. Jedná se o lokality, které nejsou přesně vymezeny, nicméně lze se podle nich dobře orientovat – jde o druh místopisu zavedený předchozími generacemi a převzatý do místního slangu:

- Rudolfov - neboli Perštát z německého BergStadt (Horní Město neboli Velké Hory) - obecně míněno celé město - tedy střed bez satelitních osad jako je Adamov neboli Malé Hory, Hůry, Libnič, Jelmo, Jivno, Dubičné, Hlinsko, Staré Vráto.
- Veska - nejvýše položená lokalita Rudolfova na výjezdu směrem k Lišovu.
- Na Americe - lokalita v okolí známé rodinné restaurace Na Americe v blízkosti točny MHD, směr Hlincová Hora.
- U Štítu - lokalita u fotbalového hřiště v kopci pod hasičskou zbrojnicí.
- Blaheták - lokalita u rybníčku na konci Rudolfova směrem k Mrhalu rybářský revír Mrhal.
- U Chrta - lokalita u bývalého a známého koloniálu s průmyslovým zbožím.
- U kulturáku - lokalita okolo dnes již neexistujícího kulturního domu.



- Svat'ák - obecní rybník zvaný Královský s vysokou hrází se sochou Svatého Jana Nepomuckého.
- Pučejdlák - prudký kopec pod radnicí.
- Pod zámečkem - nejnižší položená lokalita v západní části města pod renesančním zámečkem (bývalá kasárna - již od dob první republiky).
- U Bulhara - lokalita v místech dnes již neexistujícího velkého zelinářství naproti Zámečku.
- Farská louka - lokalita mezi základní školou a Veskou naproti hřbitovu u konečné stanice MHD u kostela Sv. Víta.
- Šibeník - nová lokalita mezi domovem mládeže a Veskou.

#### 4.1.2 Adamov

Obec Adamov leží 6 km severovýchodně od centra Českých Budějovic a asi 0,5 km severně od Rudolfova. Na jižní straně Adamov stavebně splývá s městem Rudolfov, na severní straně s obcí Hůry. Obec má 538 obyvatel.

První písemná zmínka pochází z roku 1601. Adamov je bývalé hornické město založené v polovině 16. století, které však ještě ke konci téhož století začalo upadat. V 17. století byl Adamov označován jako město, ačkoliv v reálu jím mohl být už jen stěží, v roce 1619 byl spolu s Rudolfovem zničen císařským vojskem a zůstal nejméně 5 let opuštěn. Adamov už dnes prakticky splývá s blízkým Rudolfovem. Jeho dějiny i vývoj byly na Rudolfovu závislé. Blízkost města a jeho hornické tradice se projeví jednak ve výstavbě některých domů, jednak v tom, že z původní vesnické zástavby mnoho nezbylo.

Architektonické památky v Adamově, které stojí za vidění, jsou např. barokní sousoší Nejsvětější Trojice z roku 1770 s doprovodnými sochami Panny Marie, sv. Víta a sv. Floriána, dále pak socha sv. Jana Nepomuckého z roku 1755 a bývalá barokní, klasicistně upravená radnice.

### **4.1.3 Dubičné**

Obec Dubičné tvoří tři základní sídelní jednotky, oddělené kopcem Dlouhý vrch, který místní obyvatelé znají pod názvem Dubičák. První sídelní jednotkou je vlastní ves Dubičné pod jeho severozápadním úpatím, druhou osada Malé Dubičné na jihovýchodním konci návrší, třetí pak osada Na Samotách, situovaná na jižním úbočí. Obec se nachází zhruba 5 km východně od centra Českých Budějovic a má 331 obyvatel.

Dubičné vzniklo na přelomu 13. a 14. století na pozemcích královského města České Budějovice, jemuž pak Dubičné bylo poddáno po celou dobu feudálního zřízení. První písemná zmínka o vsi pochází z roku 1377.

Nachází se zde řada pamětihodností, jako je kaple sv. Antonína a Panny Marie z roku 1834, Pomník padlým v 1. světové válce z roku 1922, kaple sv. Václava z let 1927-1928 a již zmíněný Dlouhý vrch, který je vysoký 551 metrů. Tento vrchol s božími muky poskytuje kruhový výhled na Českobudějovicko, západní svah je vyhledávanou lokalitou pro závěsné létání a nachází se na něm též lyžařský vlek, který by mohl být lákadlem pro milovníky lyžování.

### **4.1.4 Hlincová Hora**

Hlincová Hora je vesnička na prudkém kopci s přibližně 328 obyvateli. Na západ od vesnice se nachází stejnojmenný kopec Hlincová Hora, na jehož vrcholu je rozhlasový vysílač.

První písemná zmínka o vsi je z roku 1398. V nejstarších dokladech se česky nazývá Nícovou horou, německy Pfaffendorf. Ve vsi je k vidění vesnicko-hradní architektura. Z původní výzdoby se však nezachovalo téměř nic, pouze několik statků má původní tvar. Pod kopcem směrem k Rudolfovu roste nová zástavba luxusních domků. Obec se může pyšnit dobře zpracovanými webovými stránkami, zvláště pak precizní historií včetně blízkých zaniklých vsí Ortvínovice a Vztuhy, které zanikly v období třicetileté války.

#### **4.1.5 Hlinsko**

Hlinsko je vesnička nacházející se dva kilometry jihovýchodně od Rudolfova, blíže k Českým Budějovicím, která téměř splývá s blízkým Novým Vrátem. Jako příměstská vesnička byla silně zasažena přestavbami.

Název vesničky vyplývá z mocných usazenin jílové hlíny v širokém okolí. V samotném Hlinsku je doložena těžba železné rudy již v roce 1539, nepochybně ve spojitosti s rozvíjejícím se hornictvím a potřebou železných nástrojů k dolování. Ruda byla však velice nekvalitní.

Nejnápadnější stavbou byl do konce 20. století, kromě novogotické návesní kaple z roku 1885, statek čp. 15, nazývaný také Keřkův statek, se zdobenými barokizujícími štíty. Tyto štíty se postupně zhroutily, či byly strženy společně s roubenou obytnou částí objektu. V roce 2006 na jejich místě vyrostl rodinný dům příměstského typu. Mimo tento statek se zde nachází ještě několik zajímavých staveb, které by návštěvníci tohoto města mohli ocenit.

#### **4.1.6 Hůry**

Obec Hůry má 487 obyvatel. Hůry spolu s Adamovem prakticky splývají s blízkým hornickým Rudolfovem, na území obce bylo v minulosti několik šachet stříbrných dolů. Dnes má již obec charakter běžné zemědělské vesnice. Blízkost Rudolfova a zejména lázeňského městečka Libniče se projevila v podobě některých domů.

První písemná zmínka o obci je z roku 1378. Obci dominuje novorománská kaplička sv. Floriána z roku 1865 a návesní rybníčky, které jsou v létě využívány hlavně pro rybaření a v zimě slouží pro milovníky bruslení.

#### **4.1.7 Jelmo**

Malá vesnice Jelmo leží na kopci nad Budějovickou kotlinou. Nachází se dva kilometry severně od Libniče a je obklopená ze dvou stran hlubokými lesy. Ze vsi je možno pokračovat lesní cestou na Červený Újezdec, nebo silničkou na Lišov. Tato trasa je vhodná především pro zdatné cyklisty, jelikož převýšení od Libniče je značné.

V okolí se podobně jako u Libniče zachovala řada pozůstatků po těžbě stříbra ze 16. století. Na území Jelma později vznikly lázeňské vily, jako např. známá Gabriela z roku 1895, jejíž majitelé zde hostili české významné osobnosti: básníky Karla Maška a Karla Tomana, skladatele Karla Weise, cestovatele Enrique Stanko Vráze, pobývala tu pozdější spisovatelka Marie Pujmanová, sochař Břetislav Benda, malíř Oldřich Koníček či spisovatel Jaroslav Bednář. Tato vila je nejhezčí ze všech vil ve městě a má velmi dobrou polohu s výhledem do přírody.

#### **4.1.8 Jivno**

Jivno je obec vzdálená zhruba 2 km východně od Rudolfova. Svou polohou na jihovýchodním svahu vrchu Baba v nadmořské výšce 554 m představuje nejvýše situovanou vesnici Lišovského prahu. Žije zde 232 obyvatel.

Obec představuje jednu část, sestávající ze dvou základních sídelních jednotek Jivno a Vyhlídky. Náleží k ní též samoty Na Klaudě a Samoty. Jižně od Jivna se nachází rybník Mrhal, který je v létě vyhledávaným místem pro koupání a rekreaci. Na vesnici navazuje chatová osada u rybníka a směrem k Rudolfovu nová zástavba, většinou nových rozlehlých vilek. Samotná vesnice je soustředěna kolem svažité návsi s kaplí a rybníkem. Hned při vstupu do vsi je možno vidět statek s krásným špýchárkem, se zcela novou rovnou fasádou a s plastovými okny. Sousední statek s mohutnou bránou je ale zachovalý. Na návsi je ještě několik statků zajímavých celkovým vzhledem, ale většinou jsou značně přestavěny. Je zde znát blízkost města a rekreační oblasti.

Od roku 1876 je dominantou obce návesní kaple sv. Vojtěcha. Za ztrátu lze naopak považovat zbourání rázovité budovy Kampeličky na západní straně návsi. Mezi rybníky usazené v členitém okolí dominuje již zmíněný Mrhal, dříve Mörderteich, který byl založen horníky v roce 1555 jako rezervoár vody pro pohod důlních strojů. Naopak zanikly rybníky Sviní, Staromlýnský a bezejmenný rybník při cestě z Jivna do Vyhlídek.

#### **4.1.9 Libnič**

Libnič je malebné klidné letovisko s dvousetletou lázeňskou tradicí, které se nachází pět kilometrů severně od Rudolfova. Tato obec má 399 obyvatel.

Toto lázeňské městečko prožívalo největší slávu na přelomu 19. a 20. století. Na zemědělský původ ukazuje jen několik starších domů na návsi. Poblíž vsi je pěkný vycházkový okruh Mojský les, strmým svahem se lze dostat do Červeného Újezdce nebo do Jelma.

První písemná zmínka o vsi pochází již z roku 1394. V obci je několik pamětihodností, např. Farní kostel Nejsvětější Trojice z let 1714 až 1715 podle návrhu Pavla Ignáce Bayera; budova bývalých lázní z let 1714 až 1720, dílo téhož architekta, dnes domov důchodců; několik vil z konce 19. století, zejména vila JUDr. Augusta Zátky s parkem a Přírodní památka Libnič, malá lokalita s výskytem silně ohroženého druhu rostliny střevočnicku pantoflíčku, nacházející se asi 1 km východně od Libniče.

#### **4.1.10 Úsilné**

Obec Úsilné leží v těsném sousedství města Českých Budějovic, severozápadně od města Rudolfova na okraji pánve permské, nedaleko bývalých antracitových a stříbrných dolů. Náleželo hlubockému panství a jeho osudy jsou s ním proto neodmyslitelně spojeny. Obec čítá v současnosti 330 obyvatel. Těsná poloha obce u okresního města je příčinou výrazně rezidenčního charakteru obce.

První zmínka o osadě pochází z roku 1333. Do roku 1925 nesla obec název Oselno či Voselno, který vznikl pravděpodobně podle chovu tažných zvířat pro nedaleké doly.

Mezi pamětihodnosti této obce patří bezesporu tzv. Eliášova štola, někdejší odvodnění rudolfovských stříbrných dolů ze 16. až 18. století, ve které od léta 2008 probíhá rekonstrukce s cílem jejího turistického zpřístupnění. Dále se zde nachází novogotická kaple sv. Václava z roku 1900, která byla v roce 2001 zrekonstruována a vyzdobena 14 obrazy s tematikou křížové cesty. V obci jsou pro návštěvníky též k vidění prvky selského baroka, zajímavé jsou především štíty s velkými spirálami.

#### **4.1.11 Vráto**

Původní vesnice Vráto se nachází mezi Rudolfovem a koncem Českých Budějovic, kde vznikla osada Nové Vráto. Vesnicí prochází velmi frekventovaná silnice, a tak i zbytky staré zástavby slouží převážně jako reklamní plochy. Většina zástavby

byla přestavěna a zmodernizována. Ovšem stranou za původní návsi se nachází zapomenutý koutek s několika starými statky. Obec má 255 obyvatel.

První zmínky o vsi pocházejí z roku 1375. V letech 1850 až 1951 bylo Vráto samostatnou obcí, poté mezi roky 1952 až 1975 přičleněno k městu České Budějovice, počínaje rokem 1976 pro změnu k Rudolfovu. Statut obce získalo Vráto znovu v roce 1990.

V obci se nachází zrekonstruovaná kaple pocházející z doby kolem roku 1900.

#### **4.1.12 České Budějovice**

České Budějovice jsou statutární město a správní a kulturní metropole Jihočeského kraje. Žije zde asi 96 000 obyvatel. Leží v Českobudějovické pánvi na soutoku řek Vltava a Malše a nachází se v nich řada historických památek a muzeí.

Město bylo založeno králem Přemyslem Otakarem II. v roce 1265. Pravidelný půdorys města, jehož střed tvoří rozlehlé čtvercové náměstí, patří k vrcholům středověkého urbanismu v Čechách. Výhodná poloha města poblíž obchodních cest vedla k hospodářskému růstu a již na přelomu 13. a 14. století mělo město dva skvostné chrámy a pevné hradby. Hospodářský růst ještě více podpořil Karel IV. V roce 1641 propukl ve městě velký požár, který zničil více než polovinu města. Následná obnova trvala desetiletí a nové barokní stavby daly městu jinou tvář. Devatenácté století přineslo technický pokrok a s ním spojený rozvoj průmyslu vedoucí také k velkému přílivu obyvatelstva.

České Budějovice jsou častým cílem turistů z Německa, Rakouska, ale též Asie a odjinud. Jednak samy mají mnoho cenných historických památek, jednak jsou přirozeným centrem turisticky atraktivního Jihočeského kraje a zastávkou po cestě do Českého Krumlova. Největší turistické atrakce soustřeďuje městská památková rezervace v historickém centru (Piaristické náměstí, přilehlý dominikánský klášter s kostelem Obětování Panny Marie, Náměstí Přemysla Otakara II. se Samsonovou kašnou a radnicí, Černá věž, katedrála sv. Mikuláše apod.). Městské divadlo se nazývá Jihočeské divadlo České Budějovice, které vedle činohry má i operní a operetní soubor. Ve městě se také nachází Jihočeské muzeum, Muzeum koněpřežky, Jihočeské motocyklové muzeum, Budvar muzeum České Budějovice a Muzeum energetiky.

## 4.2 Stručná historie Rudolfova

Rudolfov vznikl roku 1585 z obce Velké Hory na základě výsadní listiny, kterou jí udělil Rudolf II. V ní byl vsi udělen status hornického městečka s rozsáhlými privilegii. Město s převládajícím počtem reformačních věřících bylo centrem hornického života (v okolí se nacházely významné stříbrné doly), který se slibně rozvíjel až do roku 1600, a postupně se stalo nebezpečným konkurentem katolických Českých Budějovic. To se nezměnilo ani po roce 1610, když těžba pomalu začínala upadat pro vyčerpání dolů.

Konec Rudolfova jako významného města a soupeře Českých Budějovic přišel s Českým stavovským povstáním. V něm zůstaly České Budějovice věrné císaři, zatímco Rudolfov se k povstání připojil. Když poté v roce 1619 táhla skrz jižní Čechy císařská vojska, neopomněli budějovičtí upozornit císařského generála Buquoye na neprominutelnou zradu Rudolfova, která dle nich musí být okamžitě a nekompromisně potrestána. A jelikož si Buquoy tou nutností tak jist nebyl, použily České Budějovice jako dodatečný argument nezanedbatelnou sumu ve zlatě. Poté už žádné pochybnosti nezůstaly a Rudolfov byl císařským vojskem vypálen a srovnán se zemí.

V roce 1620 Ferdinand II. torzu města privilegia odebral. Do své původní podoby a slávy se již Rudolfov nikdy nevrátil.

Částečně obnoveno bylo město již v 17. století, určitý výraznější rozkvet pak prodělalo ve století 19.

## 4.3 Demografické vymezení regionu

**Tabulka 1: Počet obyvatel a věková struktura regionu Rudolfovsko k 31.12.2007**

Název obce	Celkový počet obyvatel	Počet obyvatel ve věku			
		0-14	15-59	60-64	65 a více
Rudolfov	2394	308	1547	188	351
Adamov	538	63	377	42	56
Dubičné	331	41	229	25	36
Hlincová Hora	328	53	230	13	32
Hůry	487	87	322	27	51
Jívno	232	33	166	9	24
Libnič	399	48	245	33	73
Úsilné	357	37	241	33	46
Vráto	255	41	169	20	25
České Budějovice	95071	12358	61824	6445	14444

Zdroj: Regionální informační systém

Jak vyplývá z výše uvedené tabulky, největší počet obyvatel je v krajském městě České Budějovice (95071), naopak nejmenší počet obyvatel má obec Jivno (232). Všechny obce mají největší počet obyvatel mezi 15. a 59. rokem.

#### **4.4. Kultura a sport v regionu Rudolfovsko**

(Tabulka 2 Kulturní zařízení regionu Rudolfovsko v roce 2006 viz přílohy)

Téměř každá obec mimo Jivna, Libniče a Vráta má svou místní knihovnu. V Rudolfově a v Libniči můžeme nalézt sakrální stavbu (1) a hřbitov (1). Rudolfov se navíc může pyšnit hornickým muzeem (1), které je velkým lákadlem pro turisty. V obci Hůry se nachází kulturní dům (1), ve kterém se konají různé společenské akce pro veřejnost. Krajské město České Budějovice disponuje čtyřmi kiny, pěti divadly, šesti knihovnami, čtyřmi muzei, osmnácti kulturními zařízeními, třinácti sakrálními stavbami a třemi hřbitovy a zastupuje tak v kulturní oblasti všechny sousední obce v regionu Rudolfovsko a zaznamenává nejvíce návštěvníků.

(Tabulka 3 Sportovní zařízení regionu Rudolfovsko v roce 2006 viz přílohy)

V obci Rudolfov se nachází hřiště (1) a tělocvična (1). V tělocvičně se každý týden koná cvičení pro ženy, děti, aerobik a příležitostně volejbalové či fotbalové zápasy místních sportovních klubů. Hřiště se nacházejí také v obcích Dubičné (1), Hůry (2), Jivno (1), Libnič (1) a Úsilné (2) a jsou volně přístupná. V obci Jivno se také nachází veřejné koupaliště (1), kterým je rybník Mrhal. Toto místo je velmi vyhledávané jak pro možnost koupání a odpočinku, tak pro milovníky rybaření, kteří mají možnost zakoupit si zde rybářskou povolenku a veškeré náčiní k chytání ryb, a mohou si zde také zajistit ubytování v rekreačních chatách. V počtu sportovních zařízení opět dominují České Budějovice, kde jsou zastoupeny koupaliště (5), bazény (2), hřiště (149), tělocvičny (39), stadiony (8) a ostatní zařízení pro tělovýchovu a sport (22).



## 4.5 Vývoj nezaměstnanosti v regionu Rudolfovsko

Tabulka 4: Vývoj nezaměstnanosti v regionu Rudolfovsko k 31.12.

Název obce	Počet nezaměstnaných / míra nezaměstnanosti v %					
	2006		2007		2008	
	celkem	%	celkem	%	celkem	%
Rudolfov	40	3,2	31	2,5	29	2,3
Adamov	11	4	10	3,6	11	4
Dubičné	5	3	4	2,4	9	5,5
Hlincova Hora	6	5,4	3	2,7	5	4,5
Hůry	4	1,7	4	1,7	8	3,4
Jivno	9	11,1	3	3,7	7	8,6
Libnič	5	3,6	3	2,1	4	2,9
Úsilné	6	3,5	6	3,5	9	5,2
Vráto	4	3,9	3	2,9	6	5,8
České Budějovice	2031	4	1723	3,4	1874	3,7
<b>Region Rudolfovsko</b>	<b>2121</b>	<b>4,34</b>	<b>1790</b>	<b>2,85</b>	<b>1962</b>	<b>4,59</b>
Okres České Budějovice	3766	4	3230	3,4	3579	3,6
Česká republika	448545	7,7	354878	6	352250	6

Zdroj: Úřad práce České Budějovice

Vývoj nezaměstnanosti v letech 2006 až 2008 má ve všech obcích regionu stoupající tendenci. Klesající tendenci vykazuje pouze obec Rudolfov. Koncem roku 2006 byla největší míra nezaměstnanosti v obci Jivno (11,1) a nejnižší v obci Hůry (1,7). Stejně tomu bylo i na konci roku 2007, kdy se míra nezaměstnanosti v obci Jivno sice snížila (3,7), ale i přesto byla nejvyšší z regionu. Míra nezaměstnanosti se v obci Hůry v tomto roce nezměnila a zůstala nejnižší. Na konci roku 2008 byla nejvyšší míra nezaměstnanosti opět v obci Jivno (8,6), nejnižší míru nezaměstnanosti tentokrát zaznamenala obec Rudolfov (2,3). Při porovnání regionu Rudolfovsko s okresem České Budějovice lze konstatovat, že míra nezaměstnanosti v regionu je téměř stejná jako v okrese České Budějovice. Míra nezaměstnanosti v regionu je nižší než míra nezaměstnanosti za celou Českou republiku. Z hlediska multiplikačního efektu má Rudolfov předpoklady pro snížení nezaměstnanosti vytvořením nových pracovních míst vyvolaných cestovním ruchem.

**Tabulka 5: Vývoj nezaměstnanosti v regionu Rudolfovsko v roce 2008**

Název obce	01/08	02/08	03/08	04/08	05/08	06/08	07/08	08/08	09/08	10/08	11/08	12/08
Rudolfov	34	35	23	25	23	17	24	30	32	23	23	29
Adamov	10	10	5	6	5	6	8	12	15	12	9	11
Dubičné	4	4	3	6	7	5	4	5	8	8	10	9
Hlincová Hora	1	1	1	4	3	4	4	6	6	8	5	5
Hůry	3	3	3	2	5	6	8	7	10	12	10	8
Jívno	4	4	6	4	4	3	6	6	7	6	7	7
Libnič	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4
Úsilné	11	9	7	6	6	7	8	8	10	9	11	9
Vráto	4	3	3	2	1	2	1	1	4	7	5	6
České Budějovice	1774	1704	1664	1623	1608	1584	1746	1748	1718	1674	1661	1874
Region Rudolfovsko	1849	1777	1720	1682	1666	1638	1814	1828	1814	1763	1744	1962

Zdroj: Úřad práce České Budějovice

V roce 2008 dochází v regionu Rudolfovsko k postupnému poklesu, kromě měsíců července, kdy počet nezaměstnaných stoupl o 176, a prosince, kdy se počet zvýšil o 218 nezaměstnaných.

## 4.6 Analýza regionu Rudolfovsko z pohledu cestovního ruchu

### 4.6.1 Turistické atraktivity města Rudolfova

#### Hornické slavnosti Rudolfov

Hornické slavnosti jsou tradiční historická slavnost, která se koná v Rudolfově od roku 2000 každoročně v červnu. Slavnosti se konají na Farské louce u kostela sv. Víta a vstup je dobrovolný. Slavnosti jsou celodenní a nabízí návštěvníkům neustálý program na několika místech ve městě. Je zde k vidění historický výjev dobrovolníků, slavnostní ceremonie, kostýmovaný průvod městem, hry a soutěže pro děti, divadla, kejklíři, šermíři, ukázka rýžování zlata, koncert vážné hudby v kostele a večer taneční zábava přímo na louce zakončená ohňostrojem. Návštěvníci mohou mimo jiné ochutnat staročeskou kuchyni, zakoupit si předměty lidových řemesel či si na památku odnést vyraženou pamětní minci s motivem císaře Rudolfa II. Pro děti je v tento den k dispozici nedaleký „Pohádkový les“, kde si mohou užít spoustu zábavy a soutěží.

V minulém roce se této akce zúčastnilo téměř 4000 návštěvníků. V letošním roce se bude konat již 10. ročník slavností, a to 6. června 2009.

### **Kostel sv. Víta**

Ranně renesanční kostel byl stavěn v letech 1556 -1614 původně jako luteránský chrám a dnes patří k nejcennějším památkám renesančních luteránských kostelů v Čechách. Kostel má lomená okna, trojlodní dispozici s tribunami, maltová žebra nepravé síťové klenby a hřebínkové klenby v postranních lodích. Uvnitř kostela se nachází významná socha Madony s Ježíškem považovaná za jednu z nejstarších soch Madony.

V současnosti probíhají prohlídky kostela s odborným výkladem každoročně v souvislosti s Rudolfovskými Hornickými slavnostmi a každou neděli dopoledne se zde slouží mše svatá.

### **Hornické muzeum Rudolfov**

Muzeum bylo slavnostně otevřeno 29. června 1996 díky soukromé iniciativě pana Vratislava Klaboucha pod záštitou města Rudolfov a je umístěno v místní knihovně. Původně bylo muzeum v jedné místnosti o 16 m<sup>2</sup> a bylo menší expozicí důlních map, pohlednic, fotografií a listin, sbírek materiálů, modelů důlních zařízení uniformy horníka z Adamova, stříbrných mincí a střepů renesančních kachlů nalezených v Rudolfově v 70. letech. Dne 4.1.1997 kvůli havárii na vodovodním řádu došlo k nešťastnému zničení celé expozice. Paradoxně tragédie muzeu pomohla. Muzeum bylo rozšířeno do sousedních prostor a další rozšíření proběhlo při plynofikaci v roce 1999. Dnes muzeum vystavuje své expozice v 5 místnostech na 60 m<sup>2</sup>, ve kterých jsou vystaveny doklady o historii dolování stříbra na Budějovicku, důlní mapy, báňská svítidla, sbírky minerálů, modelů důlních zařízení, materiály o historii hornického města a další.

Muzeum je otevřeno vždy v pondělí od 11.30 do 18.00 hodin, ve středu od 9.00 do 15.00 hodin a ve čtvrtek od 11.30 do 18.00 hodin. Vstupné do muzea činí symbolických 5 Kč.

### **Budova Městského úřadu**

Budova Městského úřadu je renesanční budova obsahující hodnotné malby z roku 1590. Byla vystavěna v roce 1585 po povýšení Velkých hor na královské horní město Rudolfov. Původně sloužila jako sídlo královského horního úřadu. Budova má jednoduše zdobený vstupní portál, tři sluneční hodiny, nepřesně restaurovaný alianční

znak Höltzlů ze Sternsteinu a Prunnigberků nad vchodem. Radnice v minulosti nesla jména Perkmistrův dům nebo Vysoký dům. Při plenění města v roce 1619 budova přečkala tuto spoušť a dodnes se zachoval ve sklepení vstup do šachty vedoucí ke starým dolům.

V salonku budovy se tradičně konají svatby, příležitostně se zde mohou konat různé přednáškové akce, jejichž kapacitu není schopna pojmout místní knihovna.

### **Zámeček – Höltzlův dům**

Zámeček se nachází v dolní části Rudolfova a je stejně jako většina památek ve městě postaven v renesančním stylu. Zámek, také zvaný Höltzlův dům, byl postaven v 16. století jako jednoduchá jednopatrová stavba čtvercového půdorysu s vjezdem umístěným uprostřed průčelí. Od roku 1768 do roku 1991 sloužil k vojenským účelům.

V současnosti je zámeček v soukromém vlastnictví, sídlí zde několik firem a je veřejnosti nepřístupný.

### **Lustenek**

Lustenek, jinak také Děkanský dvůr, je renesanční zámeček upravený barokně. Nachází se na jedné z naučných stezek Rudolfova města. Pochází z roku 1580, kdy ho nechal postavit správce solního skladu v Rudolfově Georg Pirchinger z Lustenku. Dodnes zůstala zachována sgrafitní výzdoba budovy.

V současné době je Lustenek nepřístupný pro veřejnost.

### **Naučné stezky**

Rudolfov vybudoval dvě na sobě nezávislé trasy, které podávají informace o historii a památkách Rudolfova a jeho okolí. Začátek i konec obou tras je vhodně umístěn na konečných zastávkách MHD v Rudolfově. Délka kolísá v rozmezí 3-5 km, obě trasy lze výhodně projet na kole.

1. trasa je značená černými zkříženými kladívky v bílém poli a je tématicky více zaměřena na historii města, staveb a vodních děl. Tuto trasu lze absolvovat i obráceným směrem. Cesta obsahuje 9 zastavení:

1. Rudolfov – historie a politická situace.
2. Perkmistrovský dům – Městský úřad.
3. 3x o hornictví – horníci, těžaři, doly.
4. Podoba města – struktura a charakter města.

5. Zkáza Rudolfova – o okolnostech zániku města.
6. Horské rybníky – akumulční nádrže pro doly.
7. Napájecí kanál pro důl Třešeň.
8. Mrhal – historie vzniku nádrže.
9. Soustava sběrných kanálů do Mrhalu.

2. trasa je značená bílými zkříženými kladívky v zeleném poli a je tématicky zaměřena k dějinám hornictví v rudolfovském rudném revíru. Obsahuje také 9 zastavení:

1. Rudolfov - shodné s trasou č. 1.
2. Rudolfovský rudní revír – základní údaje s mapou.
3. O horninách a výskytu stříbra.
4. Adamov – historie městečka.
5. Doly na antracit – nejmladší tradice hornictví v okolí.
6. Libničské cechy – základní údaje o 2. významné oblasti těžby v rudolfovském revíru.
7. Důl sv. Eliáše – poslední důl na stříbro v revíru.
8. Šibeniční vrch.
9. Vesecké pohoří – území s nejvýznamnějšími rudolfovskými doly.

Naučné stezky jsou vhodné pro sportovně založené návštěvníky, kteří se zajímají o historii Rudolfova a jeho okolí a nečiní jim problém projít trasy pěšky, či projet na kole.

#### **4.6.2 Přehled vybraných ubytovacích zařízení regionu Rudolfovsko**

(Tabulka 6 Přehled vybraných ubytovacích zařízení regionu Rudolfovsko viz přílohy)

Tato tabulka ukazuje některá ubytovací zařízení v regionu Rudolfovsko, z nichž největší počet se nachází v Českých Budějovicích. Právě tady mají návštěvníci největší rozmanitost ve výběru ubytovacího zařízení a mohou tak přesně uspokojit své požadavky na ubytování. Pro zájemce o luxusní ubytování je vhodný například nově otevřený čtyřhvězdičkový Hotel Savoy, který se nachází blízko centra města a nabízí komfortní ubytování a řadu dalších služeb. Dvojlůžkový pokoj v tomto hotelu stojí 1850 Kč/noc. Pro turisty toužící po odpočinku a rekreaci spojenou s chytáním ryb je možnost ubytování v Jivně v útulných chatách u rybníka Mrhal. Pro rodiny s dětmi je vhodný

Penzion Family v Rudolfově, který nabízí dva apartmány, velkou zahradu, možnost posezení pod ovocnými stromy a zapůjčení grilu a různé druhy sportovních aktivit pro děti a dospělé. Ubytování v tomto penzionu stojí 313 Kč za osobu/noc.

### **4.6.3 Přehled vybraných stravovacích zařízení regionu Rudolfovsko**

(Tabulka 7 Přehled vybraných stravovacích zařízení regionu Rudolfovsko viz přílohy)

U stravovacích zařízení též dominují České Budějovice, které mají největší počet restaurací a nabízejí různorodé druhy stravování. Vedle mnoha klasických restaurací se zde nacházejí i restaurace, které nabízejí jídla různých kultur. Milovníci italské a mexické kuchyně jistě navštíví restauraci Ameno či Pizzerii Regina Due, jihoamerickou kuchyní se může pyšnit restaurace Hacienda Mexicana, restaurace Getaway of India nabízí indické pokrmy a čínská jídla jsou k dostání v restauraci Dlouhá zeď. Ti, co dávají přednost spíše středověké kuchyni jistě ocení útulnou restauraci Alchymista. Ale dobré jídlo není k dostání pouze v krajském městě. V Rudolfově je známá restaurace Na Americe či U Štítu, ve Vrátně mohou turisté navštívit proslulou restauraci U Lucie, v Jivně restauraci Na Skautí, nebo restauraci U Medvídka v Dubičném. Tyto restaurace mají kvalitu srovnatelnou s restauracemi v Českých Budějovicích, navíc jsou umístěny v klidném prostředí a jejich ceny nejsou nijak nadsazeny.

## **4.7 Vyhodnocení situační analýzy**

Ze situační analýzy vyplývá, že Rudolfov a jemu přilehlá městečka mají určité kulturně-historické a přírodní předpoklady pro cestovní ruch, podléhají však městu České Budějovice ve všech ostatních oblastech. V těchto městech se nacházejí pamětihodnosti, které by mohly být atraktivní pro návštěvníky regionu, je zde však problém s informovaností návštěvníků o možnosti návštěvy těchto památek. Město Rudolfov a ostatní městečka by měla zdokonalit tyto služby například reklamou v turistických informačních centrech, hotelech, penzionech či cestovních kancelářích.

## 5 Terénní šetření

### 5.1 Sestavení dotazníku

Terénní šetření bylo realizováno pomocí dotazníků. Dotazník je formulář, určený k pokud možno přesnému a úplnému zaznamenávání zjišťovaných dat. Dříve než začne být dotazník formulován, je nezbytné znát účel a cíle výzkumu. V závislosti ke zvolené technice dotazování je třeba zvolit vhodný typ dotazníku. Byla zvolena technika osobního dotazování, která je založena na přímé komunikaci s respondentem. Mezi její přednosti patří přímá zpětná vazba mezi tazatelem a respondentem, vysoká míra návratnosti odpovědí a vysoká spolehlivost získaných údajů.

Dotazník byl sestaven z 18 otázek. Prvních 6 otázek bylo určeno pro zjištění profilu návštěvníka. Sedmá otázka byla filtrační. Tato otázka měla rozdělit respondenty na skupinu domácích obyvatel, návštěvníků regionu Rudolfovsko a těch, kteří region vůbec nenavštívili. Návštěvníci dále odpovídali na všechny ostatní otázky, domácí obyvatelé odpovídali již pouze na otázky č. 12, 16, 17 a 18 a ti, kteří region vůbec nenavštívili, nepokračovali ve vyplňování dotazníku.

Cílem otázek v dotazníku bylo zjistit u domácích obyvatel, jaké atraktivity jsou pro ně nejlákavější, jak hodnotí dané služby v regionu, případně co v regionu postrádají. U návštěvníku bylo zjišťováno především odkud, s kým a za jakým účelem přijíždějí, kde se o regionu dozvěděli, kde jsou ubytováni a kde se stravují a byly jim také položeny otázky shodné s otázkami pro domácí návštěvníky.

V dotazníku byly použity jak otázky s uzavřeným koncem, tak otázky s otevřeným koncem. Výhodou otázek s uzavřeným koncem je, že respondent má na výběr pouze z omezeného počtu variant odpovědí a tyto otázky jsou jednodušší pro zpracování. Otázky s otevřeným koncem jdou zpracovat obtížněji, ale dávají obsáhlejší odpovědi a spolehlivější pohled respondenta na danou otázku.

Po vytvoření dotazníku byl proveden pilotní předvýzkum na malé skupině lidí a byly tak opraveny případné nedostatky při formulování otázek tak, aby byly pro respondenta dostatečně srozumitelné.

## 5.2 Sběr dat

Po vytvoření konečné verze dotazníku bylo realizováno terénní šetření. Celkem bylo vytvořeno 240 kusů dotazníků, z nichž 20 kusů bylo v anglickém jazyce a 20 kusů v německém jazyce. 80 dotazníků bylo umístěno v místní knihovně a penzionu Family. Ostatní dotazníky byly vyčleněny pro osobní dotazování prováděné autorkou bakalářské práce.

Všechny vyplněné dotazníky byly nejprve rozděleny do dvou skupin – na respondenty, kteří bydlí v Rudolfově a jeho okolí a na ty, kteří jsou návštěvníky tohoto regionu. Ty dotazníky, které byly vyplněny respondenty, kteří nenavštívili tento region (13), nebyly do výzkumu zahrnuty. Po rozdělení byly zbývající dotazníky překontrolovány, zda byly zodpovězeny všechny otázky a zda jsou vyplněny správně. 12 dotazníků, které nesplňovaly tyto požadavky nebyly dále zařazeny do výzkumu. Celkem bylo 153 správně vyplněných dotazníků, které byly vyhodnoceny pomocí programu Microsoft Excel.

## 5.3 Vyhodnocení terénního šetření

Vyhodnocení prvních šesti otázek, které byly víceméně identifikační a byly použity pro získání profilu návštěvníka, je součástí přílohy práce.

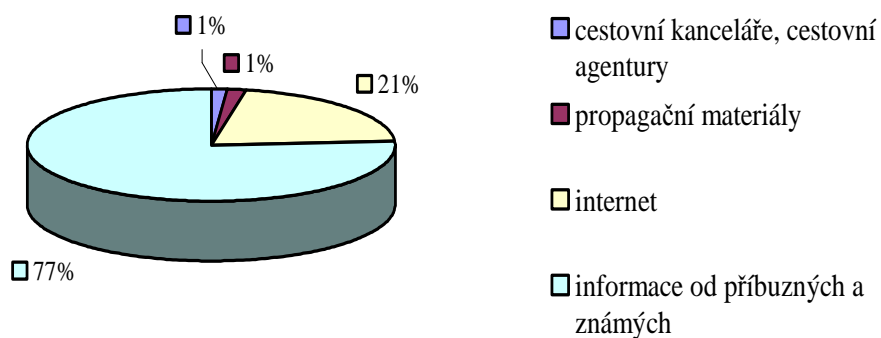
### **Otázka 7: Navštívili jste region Rudolfovsko?**

(Graf 7 viz přílohy)

Tato otázka byla filtrační a pomohla rozčlenit respondenty na domácí obyvatele (86; 52%) a návštěvníky (67; 40%). Domácí obyvatelé dále odpovídali pouze na otázky č. 12, 16, 17 a 18, návštěvníci odpovídali na všechny následující otázky. Ti, kteří odpověděli na tuto otázku záporně (13; 8%), nepokračovali ve vyplňování dotazníku.



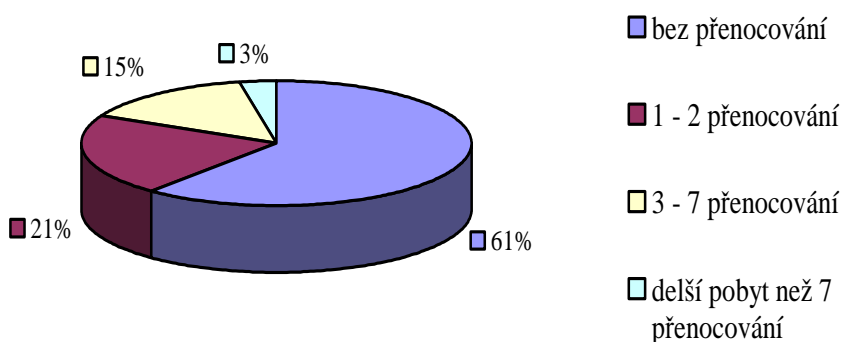
**Otázka 8: Graf 8: Jak jste se dozvěděli o regionu Rudolfovsko?**



Zdroj: Vlastní šetření

Žádný z návštěvníků se o regionu Rudolfovsko nedozvěděl z turistického informačního centra, médií a z jiných zdrojů.

**Otázka 9: Graf 9: Jak dlouhý pobyt plánujete?**



Zdroj: Vlastní šetření

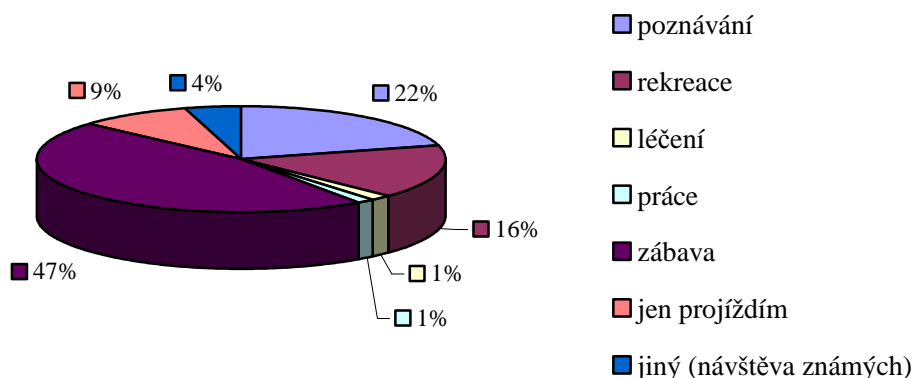
Nejvíce návštěvníků plánuje krátkodobý pobyt bez přenocování (61%). Pouze 3% dotazovaných se hodlá zdržet déle než 7 dní.

### **Otázka 10: S kým do oblasti přijíždíte?**

(Graf 10 viz přílohy)

Největší počet návštěvníků přijel do regionu Rudolfovsko s manželem/kou, partnerem/kou nebo kamarády (61%). Pouhé 1% návštěvníků přijelo do destinace s organizovanou skupinou.

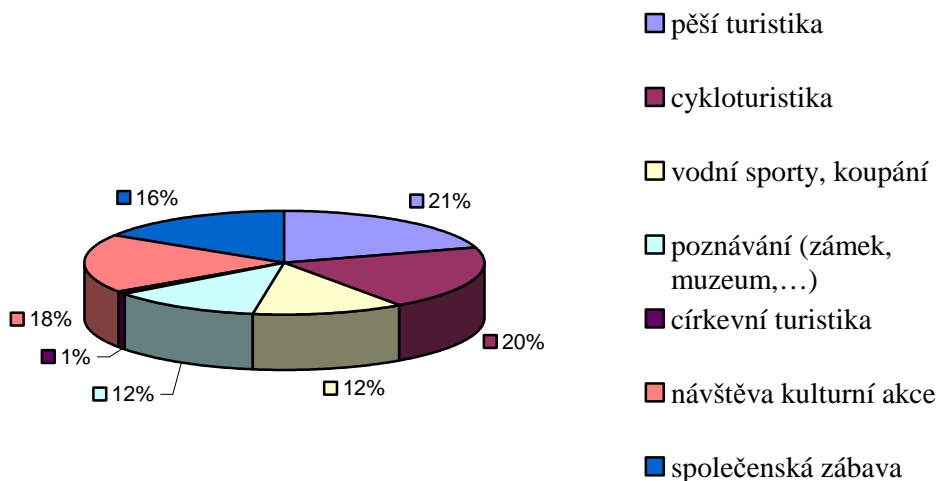
### **Otázka 11: Graf 11: Účel Vaší cesty?**



Zdroj: Vlastní šetření

Žádný z návštěvníků nepřišel do regionu za účelem nakupování.

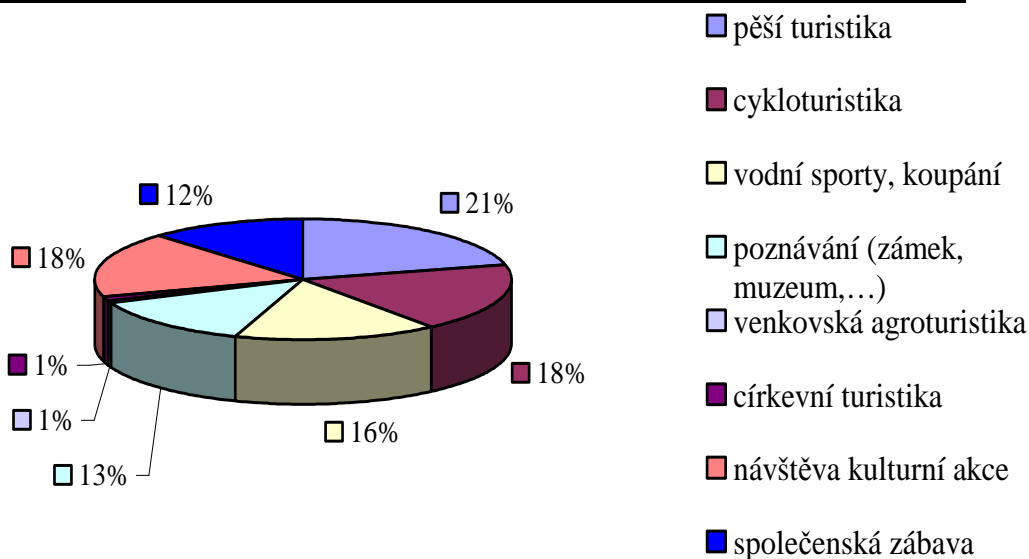
### **Otázka 12: Graf 12a: Které atraktivity jsou pro Vás nejlákavější? - Rezidenti**



Zdroj: Vlastní šetření

Žádný z domácích obyvatel nepovažuje za atraktivní venkovskou agroturistiku.

**Otázka 12: Graf 12b: Které atraktivity jsou pro vás nejlákavější? - Návštěvníci**



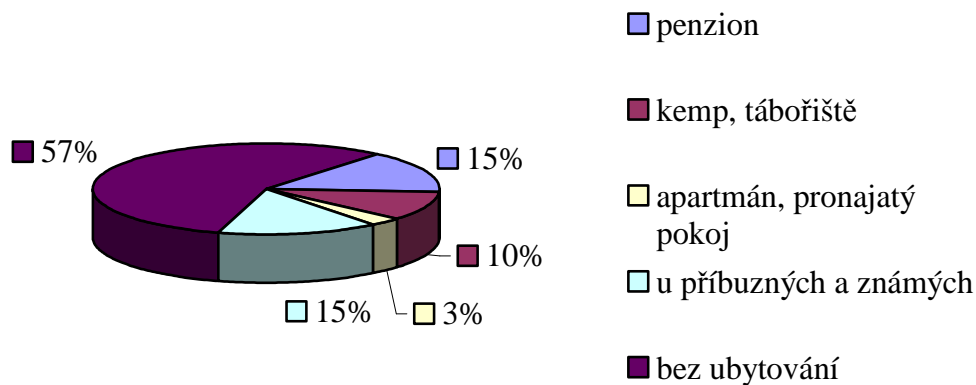
Zdroj: Vlastní šetření

**Otázka 13: Navštívili jste někdy předtím region Rudolfovsko?**

(Graf 13 viz přílohy)

40% návštěvníků uvedlo, že region Rudolfovsko předtím navštívili více jak 3x.

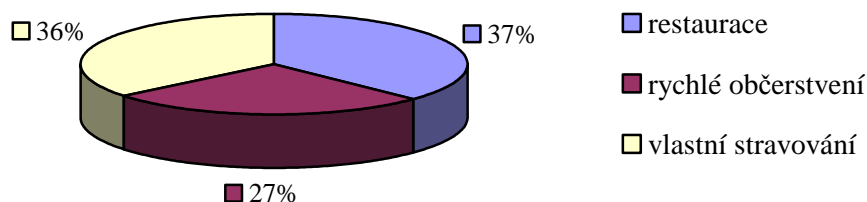
**Otázka 14: Graf 14: Kde jste ubytování?**



Zdroj: Vlastní šetření

Nikdo z návštěvníků nebyl ubytován v hotelu, motelu a hotelu garni.

**Otázka 15: Graf 15: Kde využíváte stravovacích služeb?**



Zdroj: Vlastní šetření

**Otázka 16: Jak hodnotíte následující služby v regionu?**

U této otázky byla použita stupnice známek, pomocí které měli respondenti ohodnotit služby v regionu. Byla použita následující stupnice známek:

Škála	
0	neumím posoudit
1	velmi dobře
2	dobře
3	špatně
4	velmi špatně

(Tabulka 8a a 8b Procentuální vyjádření hodnocení poskytovaných služeb v regionu viz přílohy)

Domácí obyvatelé hodnotí ubytovací služby jako dobré (51%), stravovací služby jako špatné (47%), služby pro motoristy a cykloturisty jako dobré (60%) a ceny služeb jako špatné (51%).

Návštěvníci ohodnotili všechny služby včetně cen služeb jako dobré.

### **Otázka 17: Jak hodnotíte rozvoj cestovního ruchu v regionu?**

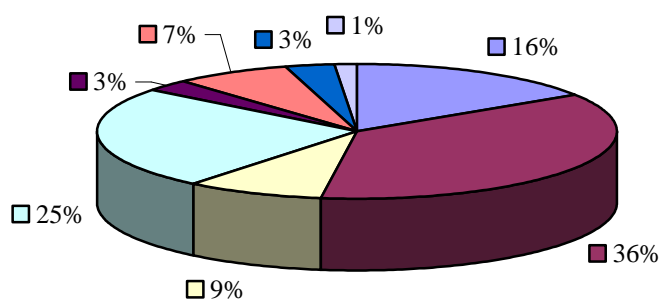
U této otázky byla taktéž použita výše zmíněná stupnice známek.

(Tabulka 9a a 9b Procentuální vyjádření hodnocení rozvoje cestovního ruchu v regionu viz přílohy)

Domácí obyvatelé ohodnotili všechny oblasti rozvoje cestovního ruchu jako dobré, kromě obchodních služeb, které považují za nedostatečné a ohodnotili je jako špatné (53%).

Návštěvníci též oznámkovali rozvoj cestovního ruchu v regionu známkou dobře, kromě oblasti péče o památky, kterou 46% návštěvníků neumělo posoudit.

### **Otázka 18: Graf 16a: Co nejvíce v regionu postrádáte? - Rezidenti**



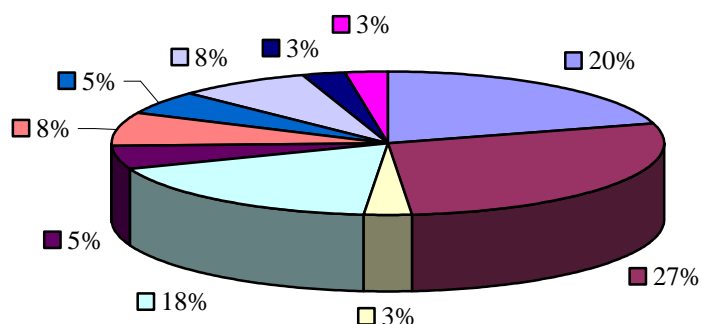
- Kulturní dům, kulturní akce, diskotéku
- Supermarket, obchodní dům, více obchodů a služeb
- Lepší chodníky
- Kvalitnější restauraci
- Zábava pro děti, hřiště, akce pro děti
- Sportovní centrum, lepší sportovní vyžití
- Lepší dopravní spojení MHD
- Lepší koupaliště, bazén

Zdroj: Vlastní šetření

Nejvíce domácích obyvatel (36%) by ve městě uvítalo supermarket či obchodní dům, více obchodů a služeb, jako je např. kadeřnictví, kosmetika, kavárna apod. 25% lidí považuje za nedostačující stravovací služby a chtěli by v obci lepší a kvalitnější

restauraci. Podle 16% zde chybí kulturní dům, diskotéka a pořádání více kulturních akcí. Dalšími přáními domácích obyvatel jsou např. lepší chodníky, více zábavy a různých akcí pro děti včetně hřišť, sportovní centrum a lepší sportovní vyžití, lepší autobusové spojení s Českými Budějovicemi a kvalitnější koupaliště, popř. bazén.

**Otázka 18: Graf 16b: Co nejvíce v regionu postrádáte? - Návštěvníci**



- Kulturní dům, kulturní akce, diskotéku
- Supermarket, obchodní dům, více obchodů a služeb
- Lepší chodníky
- Kvalitnější restauraci
- Zábava pro děti, hřiště, akce pro děti
- Sportovní centrum, lepší sportovní vyžití
- Lepší dopravní spojení MHD
- Lepší koupaliště, bazén
- Wellness služby
- Lepší silnice, dálniční obchvat

Zdroj: Vlastní šetření

Návštěvníkům v obci také chybí supermarket, obchodní dům a více služeb, kulturní dům a kulturní akce a lepší restaurace. Ostatní přání jsou shodná s domácími obyvateli, návštěvníci by si však navíc přáli wellness centrum či wellness služby (3%) a lepší silnici nebo dálniční obchvat (3%).

## 5.4 Vyhodnocení hypotéz

Hypotéza „Na Rudolfovsku existují předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu“ byla potvrzena. Město má značné kulturně-historické a přírodní předpoklady a atraktivity, které mohou být pro návštěvníky zajímavé a díky nimž by se mohlo uplatnit v cestovním ruchu. Chybí mu však kvalitní informační zdroje, díky kterým by se návštěvník o těchto atraktivitách dozvěděl. O tomto problému bude podrobněji rozepsáno v následující kapitole – Návrhy inovací.

Hypotéza „Rudolfov navštěvují i turisté z Německa“ byla vyvrácena, jelikož při terénním šetření nebyl zaznamenán žádný návštěvník z jiného státu.

Hypotéza „Rudolfov zaznamenává spíše tranzitní návštěvníky“ byla vyvrácena. Pouze 9% návštěvníků uvedlo, že městem jen projíždí a zastavilo se v tomto regionu na své cestě do jiného cíle.

## 6 Návrh inovací

Na základě dotazníkového šetření bylo zjištěno, že rezidenti i návštěvníci nejvíce postrádají supermarket či obchodní dům a více obchodů a služeb, kvalitnější restauraci, kulturní dům či diskotéku a více kulturních akcí.

Hlavně ve městě Rudolfov by bylo třeba vybudovat kulturní zařízení a pořádání více kulturních akcí, jelikož kromě každoročních Hornických slavností nemají rezidenti ani návštěvníci možnost téměř žádného kulturního vyžití. Ve městě se sice v místní knihovně několikrát do roka konají menší výstavy či přednášky, kapacita těchto míst je ale nedostačující a díky malému prostoru pro tyto akce zcela nevyhovující.

Městu také chybí dostatečné stravovací služby. Ve městě se sice nacházejí dvě restaurace, ale obě vyšly v hodnocení místních obyvatel a návštěvníků jako nevyhovující. Restaurace by měly jak inovovat své prostory tak, aby se zde návštěvníci cítili dobře, tak se zamyslet nad skladbou jídelního lístku a nad tím, jestli jsou dostatečně uspokojeny všechny potřeby návštěvníků restaurace. Inovace by spočívala například ve vybudování dětského koutku, kde by si mohly hrát děti návštěvníků restaurace či vybudování terasy, kde by bylo v létě příjemné venkovní posezení. V restauracích by se také po rozšíření prostor mohly konat různé kulturně-spoločenské akce jako svatby, oslavy narozenin apod.

Ubytovací služby byly dle názoru respondentů dostačující. Ve městě se nachází Penzion Family, který je však schopen ubytovat pouze 9 osob, což se jeví jako nevyhovující pro větší počet návštěvníků. Inovací by tedy mohlo být zavedení dalšího penzionu či ubytování v soukromí, které by městu pomohlo ubytovat více návštěvníků. Je zde také možnost pronájmu rekreačních chat u rybníka Mrhal, ubytování v nich je však podmíněno zakoupením jedné povolenky k chytání ryb v částce 2000 Kč. Tato podmínka by měla být zrušena a mělo by být umožněno každému zájemci o ubytování v této lokalitě zde strávit příjemné chvíle i bez využití možnosti rybaření.

Rezidentům a návštěvníkům také velmi vadily nedostatečné obchodní služby ve městě. V Rudolfově se nachází dvě prodejny s potravinami, které jsou ale velmi prostorově malé a nenabízejí dostatečný sortiment. Místní obyvatelé tak uskutečňují v těchto obchodech jen nejnnutnější nákupy a obvykle jezdí za velkými nákupy do



českobudějovických super či hypermarketů. Městu by tedy mohlo pomoci, kdyby se zde vybudoval menší supermarket, kam by mohli za nákupy vyjíždět obyvatelé Rudolfova a okolních malých měst. V tomto supermarketu by mohly být dostatečné prostory i pro pokrytí některých dalších služeb, jako je kadeřnictví, manikúra, pedikúra či kavárna nebo cukrárna. Ve městě také zcela chybí obchod se suvenýry. Takovýto obchod by mohl být umístěn v místní knihovně, ve které se nachází též muzeum a mohl by zde probíhat prodej jak suvenýrů, tak upomínkových předmětů z muzea.

Dalším nedostatkem, který vyplynul z dotazování, je nedostatečné sportovní využití, zábavné akce pro děti a hřiště. Ve městě se však nachází tělocvična, fotbalové hřiště a nově bylo vybudováno hřiště na basketbal přímo u základní školy. Místní obyvatelé mohou v týdnu docházet na hodiny aerobiku, cvičení pro ženy, cvičení pro děti a zájemci se mohou přihlásit do volejbalového či fotbalového klubu. Návštěvníci však nemají možnost se o těchto aktivitách dozvědět, proto by bylo dobré vybudovat ve městě informační centrum, které by o těchto aktivitách informovalo. Informační centrum by mohlo být zřízeno v místní knihovně a návštěvníkům by kromě podávání informací také doporučovalo tipy na výlety či jiné trávení volného času. Informovalo by také o kulturních akcích, které se v městě konají.

Dále by bylo důležité ve městě zlepšit dopravní infrastrukturu. Jde především o nízkou kvalitu chodníků a dopravní spojení. Do města sice jezdí městská hromadná doprava, ale její konečná zastávka je ve třech místech. První zastávka končí u kostela, druhá Na Americe a poslední již ve Vráťě, což mnoha lidem přijde komplikované a nepřehledné a uvítali by samostatnou autobusovou linku pouze na Rudolfov. Problémem dle rezidentů je také to, že díky napojení města na MHD Rudolfov téměř splývá s Českými Budějovicemi. Někteří rezidenti si myslí, že zrušením městské hromadné dopravy a napojením města na linku ČSAD Jihotrans by se město mohlo relativně osamostatnit a lidé by nemuseli být závislí na krajském městě a mohli by i více využívat služeb v Rudolfově. Příkladem by mohlo Rudolfovu být nedaleké město Lišov, kam jezdí pouze autobusy ČSAD Jihotrans a město si již dlouhá léta udržuje svou kulturu a samostatnost.

Dotazováním bylo zjištěno, že nejvíce návštěvníků se o regionu dozvědělo od příbuzných či známých, což se jeví jako nedostatečné. Bylo by tedy potřeba zlepšit

propagaci města. Město je propagováno pouze v několika informačních centrech větších měst nebo na internetových stránkách. Ubytování v Penzionu Family nabízí cestovní kancelář Regio. Zlepšení propagace by bylo možné spoluprací s dalšími cestovními kancelářemi či mediální kampaní, která by zahrnovala například propagaci v časopisech a denním tisku, či venkovní reklamu nebo rádiovou reklamu. Další zlepšení by bylo možné zajistit spoluprací s Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism, která významně podporuje inomingový cestovní ruch.

## **7 Tvorba marketingového mixu**

Pro tvorbu marketingového mixu bylo nutné vycházet ze zjištěných skutečností. Region Rudolfovsko je nejvíce navštěvován návštěvníky do 25 let věku a návštěvníky od 35 do 49 let věku. Nejčastějším doprovodem těchto návštěvníků je manžel/ka, partner/ka, kamarádi či rodina s dětmi. Tyto informace určují základní segment potencionálních návštěvníků a je tedy třeba se na ně více zaměřit.

Hlavním účelem cesty návštěvníků do tohoto regionu je zábava, poznávání a rekreace. Návštěvníci přijíždějí do města za Hornickými slavnostmi, které jsou typické pro město Rudolfov, dále pak za rekreací u rybníka Mrhal a za využitím cyklostezky. Velký počet návštěvníků navštívil region již vícekrát, což svědčí o tom, že se jim předchozí návštěva líbila a rádi se do regionu vracejí.

Bylo také zjištěno, že nejvíce návštěvníků se o regionu dozvědělo od příbuzných a známých a plánuje pouze jednodenní návštěvu bez přenocování. Z tohoto důvodu je ubytovací zařízení využito jen velmi málo. Návštěvníci se stravují převážně v restauracích či si zajišťují vlastní stravu.

Produktový balíček by měl městu Rudolfov napomoci k dalšímu rozvoji cestovního ruchu. Nový produkt by měl být zaměřen především na prodloužení doby strávené v destinaci a na poskytnutí komplexního balíku služeb návštěvníkovi tak, aby zajištění návštěvy zde bylo co nejjednodušší.

### **7.1 Produkt**

Produkt „Za krásami hornického města Rudolfova a jeho okolí“ je zaměřen na poznávání kulturních a přírodních atraktivit, případně na pěší turistiku a cykloturistiku. Tento produkt je vhodný pro turisty, kteří si chtějí aktivně užít dovolenou a poznávat při tom krásy regionu Rudolfovsko. Produkt je určen pro mladé návštěvníky, návštěvníky v produktivním věku či rodiny s dětmi. Tento produkt je sezónní a jelikož veškeré aktivity probíhají venku, je také závislý na pěkném počasí. Délka pobytu návštěvníka v destinaci bude 5 dnů.

V balíčku je zahrnuto ubytování v Penzionu Family. Penzion se nachází na klidném místě ve městě Rudolfov a vzhledem k jeho dobré poloze je ideální pro

podnikání výletů do nedalekých měst, za památkami či přírodou. Kapacita ubytování je 9 osob. Klientům jsou k dispozici rekreační domky postavené ve dvoře penzionu. Čtyřlůžkový apartmán je navíc upraven pro vozíčkáře. Skládá se z prostorné obytné místnosti, plně vybavené kuchyně, předsínky a speciálně upraveného sociálního zařízení. V pětilůžkovém apartmánu je k dispozici kuchyňský kout, sociální zařízení a ložnice s pokojem. Za domem je velká travnatá zahrada s plastovým nábytkem a je zde i možnost posezení pod ovocnými stromy, použití zahradního grilu, zahrát si ruské kuželky, líný tenis nebo badminton. Penzion je velmi pěkně a moderně vybaven. Samostatnost apartmánů zcela vyhovuje klidné rekreaci. Cena za čtyřlůžkový apartmán je 1250 Kč a za pětilůžkový apartmán 1563 Kč. Cena pobytu nezahrnuje stravu, každý apartmán má vybavenou kuchyňku, ve které se nachází kuchyňská linka, lednice, elektrický vařič a rychlovarná konvice. Klienti tak mají možnost vlastního stravování, na přání je však možno zajistit stravování ve formě polopenze v restauraci U Štítu, u které se však předpokládá, že bude nově zrekonstruovaná a inovovaná.

Při návštěvách kulturních a přírodních atraktivit mohou klienti využít autobusovou dopravu, cyklostezky či pěší trasy.

Doporučením pro návštěvníky jsou následující atraktivita:

### **Rudolfov**

Největšími atraktivitami tohoto města je Kostel sv. Víta, Hornické muzeum, budova Městského úřadu, Zámeček – Höltzlův dům, Lustenek a dvě naučné stezky v délce 3-5 km, které mohou účastníci absolvovat pěšky nebo na kole. Pokud sem návštěvníci zavítají na začátku června, mohou zažít jedinečné a pro Rudolfov typické renesanční Hornické slavnosti.

### **Adamov**

V tomto městě se nachází barokní sousoší Nejsvětější Trojice s doprovodnými sochami Panny Marie, sv. Víta a sv. Floriána, dále pak socha sv. Jana Nepomuckého a bývalá barokní, klasicistně upravená radnice.

## **Dubičné**

V této obci se také nachází řada památek, jako je kaple sv. Antonína a Panny Marie, Pomník padlým v 1. světové válce, kaple sv. Václava a kopec Dlouhý vrch, nazývaný Dubičák, ze kterého je krásný výhled na České Budějovice. V letním období je zde velmi oblíbené závěsné létání a v zimě si přijdou na své milovníci zimních sportů.

## **Jivno**

V Jivně je od 19. století dominantou návesní kaple sv. Vojtěcha. Mezi rybníky usazené v členitém okolí je nejznámější rybník Mrhal, který je vyhledávaným místem pro odpočinek a rekreaci. Zde je také možnost rybaření, včetně zakoupení rybářských povolenek a veškerého rybářského náčiní. U rybníka se nachází Restaurace U Rybáře, která připravuje vynikající pokrmy z ryb a další zajímavé speciality.

## **Úsilné**

Mezi pamětihodnosti této obce patří Eliášova štola, ve které od léta 2008 probíhá rekonstrukce, novogotická kaple sv. Václava, která je od roku 2001 nově zrekonstruována a vyzdobena 14 obrazy s tematikou křížové cesty. K vidění jsou také prvky selského baroka.

## **České Budějovice**

Město České Budějovice nabízí návštěvníkům mnoho historických památek. Mezi nejznámější patří: Náměstí Přemysla Otakara II. se Samsonovou kašnou a radnicí, Černá věž, Piaristické náměstí, přílehlý dominikánský klášter s kostelem Obětování Panny Marie, katedrála sv. Mikuláše apod. Ve městě je také několik wellness center, z nichž nejznámější je Orient Spa. Sportovně založení klienti mohou využít služeb sportovních center, jakými jsou Factory Pro, Fitness Pouzar, Holiday Fitness Club, Sportcentrum Zvonárna a jiné. Milovníci kultury mohou navštívit Multikino Cinestar, kino Kotva, či různé galerie a výstavy.

## 7.2 Cena

Cena tohoto balíčku bude pouze orientační. Balíček bude určen jak skupinám, kteří budou mít v balíčku zahrnutu i dopravu a stravování, tak individuálním návštěvníkům, kteří si budou chtít dopravu a stravu zajistit sami.

Individuální návštěvníci nebudou mít v balíčku zahrnuty ceny vstupů na atrakitivity. Budou si tak moci zvolit sami, které atrakitivity navštívit a tyto atrakitivity mohou navštívit individuálně bez závislosti na skupině. Skupiny budou mít v balíčku obsaženy i ceny vstupů dle jejich vlastního výběru.

Součástí balíčku nejsou stravovací služby. Návštěvníci si zajišťují vlastní stravování, na přání jim může být zajištěno stravování formou polopenze v restauraci U Štítu, která nabízí českou i světovou kuchyni za přijatelné ceny. Cena snídaně se bude pohybovat okolo 50 Kč a cena večeře kolem 100 Kč. Uvedené ceny platí jak pro individuální návštěvníky, tak pro skupiny.

Balíček pro individuální návštěvníky obsahuje pouze ubytování v Penzionu Family, které stojí ve čtyřlůžkovém apartmánu 1250 Kč a v pětিলůžkovém apartmánu 1563 Kč, což je 313 Kč za osobu/noc. Orientační cena za 5 denní pobyt pro jednu osobu je tedy 1565 Kč.

Balíček pro skupiny bude obsahovat ubytování, stravování, ceny vstupů, dopravu do destinace a zpět a přepravu do místa výletu a zpět do penzionu. Orientační cena za 5 denní pobyt pro jednu osobu je 2315 Kč. Uvedená cena však nezahrnuje dopravu, ta bude závislá na dohodě s dopravní společností, a ceny vstupů, které budou záviset na vlastním výběru návštěvníků, které atrakitivity budou chtít navštívit. Konečná cena bude stanovena jako součet všech čerpaných služeb a měla by být nižší než cena, které by bylo dosaženo, kdyby si návštěvníci zajistili produkt individuálně. Měla by tak přinášet určité výhody pro ty, kteří se rozhodnou zakoupit kompletní produktový balíček.

### **7.3 Distribuce**

Balíček bude nabízen návštěvníkům v informačních centrech větších měst, kde jim také budou podávány potřebné informace. Dále budou produkt nabízet vybrané cestovní kanceláře a cestovní agentury a nabídka bude probíhat i prostřednictvím internetových stránek, kde si návštěvníci mohou produkt i rezervovat.

### **7.4 Propagace**

Propagace produktu bude zajištěna pomocí internetu. Bude propagován na internetových stránkách dané destinace a na stránkách o cestování. Internetové stránky destinace by mohly pro zatraktivnění zavést virtuální prohlídku ubytovacího zařízení a atraktivit města. Další propagace bude probíhat v tiskovinách a prospektech a v regionálních informačních centrech. Destinace Rudolfovsko a okolí by se také měla pravidelně účastnit veletrhů cestovního ruchu. Důležitá je také spolupráce s Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism.

## 8 Závěr

Cílem bakalářské práce byla analýza regionu Rudolfovsko z hlediska rozvoje cestovního ruchu, stanovení nevyužitého potenciálu cestovního ruchu a vytvoření návrhu produktového balíčku včetně návrhu marketingového mixu. Nejprve byla prostudována odborná literatura, následovalo provedení situační analýzy a terénního šetření. Terénní šetření bylo realizováno pomocí dotazníků, které byly předkládány návštěvníkům knihovny a penzionu formou osobního dotazování.

Z výsledků terénního šetření vyplynulo, že návštěvníci nejvíce ve městě postrádají supermarket, obchodní středisko či více obchodů a služeb, dále pak kulturní zařízení a pořádání více kulturních akcí, či kvalitnější restauraci. Na základě těchto údajů byl stanoven návrh inovací ke zlepšení situace ve městě.

Pro tvorbu marketingového mixu bylo nutné vycházet ze zjištěných skutečností. Region Rudolfovsko byl nejvíce navštěvován mladými lidmi a lidmi v produktivním věku, jejichž nejčastějším doprovodem byl manžel/ka, partner/ka, kamarádi a rodina s dětmi. Hlavním účelem cesty návštěvníků do regionu Rudolfovsko byla zábava, poznávání a rekreace. Jako pozitivní se jeví zjištění, že velký počet návštěvníků navštívilo tento region opakovaně, což svědčí o tom, že se jim předchozí návštěva líbila a rádi se sem vrací. Naopak jako nedostatečné bylo charakterizováno využití ubytovacího zařízení, jelikož většina návštěvníků plánovala pouze jednodenní návštěvu bez přenocování.

Na základě získaných poznatků byl navržen produkt „Za krásami hornického města Rudolfova a jeho okolí“, který je zaměřen na poznávání kulturních a přírodních atraktivit, případně na pěší turistiku a cykloturistiku. Cílem tohoto produktu bylo prodloužit dobu strávenou v destinaci a poskytnout komplexní balíček služeb návštěvníkovi tak, aby zajištění návštěvy zde bylo pro něj co nejjednodušší.

V balíčku pro individuální návštěvníky je zahrnuto pouze ubytování, balíček pro skupiny obsahuje mimo ubytování i zajištění stravy, vstupů na vybrané památky, dopravy do destinace a zpět a přepravu z ubytovacího zařízení na místo výletu a zpět. Návštěvníci si mohou produkt zakoupit v informačních centrech větších měst, cestovních kancelářích a cestovních agenturách a také pomocí internetu. Propagace



produktu bude probíhat převážně na internetových stránkách destinace a stránkách o cestování, dále pak v tiskovinách a prospektech a v regionálních informačních centrech. Destinace by se měla také pravidelně účastnit veletrhů cestovního ruchu a spolupracovat s Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism.

## 9 Summary

The main aim of bachelor's thesis was analysis of tourism development in the region Rudolfovsko, determination of unused potential of tourism and creating package including proposal of marketing mix. At first was studying of technical literature, then implementation of situation analysis and field search. The field search was realized by the way of questionnaire, which were given to visitors of library and pension.

From the field search resulted that visitors miss supermarket, emporium and more shops and services, then cultural amenities and more cultural events or superior restaurant. On the basis of this indications was determined a proposal of innovation to improve position of the city.

For a creation of marketing mix was necessary to go out of research actualities. In the Rudolfovsko go young people and working age people with their husband/wife, partner and friends or family with children. The main purpose in visit was entertainment, knowledge and recreation. Multiplicity of informant visited the region repeatedly. But most of visitors planned only one-day visit without overnight. On the basis of obtained information was proposed a product „Behind a beauty of mining city Rudolfov and its environment“, which is centred on cognition cultural and natural sights and on hiking and cycling. A purpose of this product is extension of stopping time and provide full package of services.

Package for individual travellers includes only accommodation, package for groups includes also catering, sight's tickets, transportation in destination and back and transportation in trip place and back to the pension. Visitors can buy the product in tourist information centres, tour operators and travel agents and also by the way of internet. Product will be propagated on the destination's websites and websites about travel, then in a press, brochures and regional information centres. Destination should take part in tourism fairs and fall in with plans CzechTourism Agency.

## 10 Použitá literatura

### Knižní publikace

- [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. 178 s. ISBN 80-247-0207-X
- [3] HESKOVÁ, M. a kol.: *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3
- [4] HESKOVÁ, M. a kol.: *Marketing*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2003. 191 s. ISBN: 80-7040-620-8
- [5] HLADKÁ, J.: *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 1997. 161 s. ISBN 80-7169-476-2
- [6] HORÁKOVÁ, H.: *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2003. 204 s. ISBN 80-247-0447-1
- [7] HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing: 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9
- [8] KIRÁL'OVÁ, A.: *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003.
- [9] KLABOUC, V.: *Rudolfovsko*. Praha: Paseka, 2008. 64 s. ISBN 978-80-7185-893-5
- [10] KOTLER, P.: *Marketing podle Kotlera*. Praha: Management Press, 2000. 258 s. ISBN 80-7261-010-4
- [11] KOZEL, R. a kol.: *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, 2006. 277 s. ISBN 80-247-0966-X
- [12] MALÁ, V.: *Cestovní ruch (vybrané kapitoly)*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1999. 83 s. ISBN 80-7079-443-7

- [13] MORRISON, A.: *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Viktoria Publishing, 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2
- [14] MOZGA, J., VÍTEK, M.: *Strategický marketing*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2001.
- [15] ORIEŠKA, J.: *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1999. 244 s. ISBN 80-85970-27-9
- [16] PALATKOVÁ, M.: *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5
- [17] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. ČR: MMR, 2002. 448 s.
- [18] PETRŮ, J.: *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1999.
- [19] VAŠKO, M.: *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002. 95 s. ISBN 80-245-0445-6
- [20] ZBOŘIL, K.: *Marketingový výzkum*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1998.

### **Internetové zdroje**

<http://www.mestorudolfov.cz/>  
<http://www.knihovnarudolfov.estranky.cz/>  
<http://www.risy.cz/>  
<http://www.czso.cz/>  
<http://www.selskebaroko.unas.cz/>  
<http://www.cestovani.cz/>  
<http://www.ceske-budejovice.cz/>

## 11 Seznam tabulek a grafů

<b>Seznam tabulek:</b>	<b>Strana</b>
<b>Tabulka 1:</b> Počet obyvatel a věková struktura regionu Rudolfovsko k 31.12.2007.....	31
<b>Tabulka 2:</b> Kulturní zařízení regionu Rudolfovsko v roce 2006.....	73
<b>Tabulka 3:</b> Sportovní zařízení regionu Rudolfovsko v roce 2006.....	73
<b>Tabulka 4:</b> Vývoj nezaměstnanosti v regionu Rudolfovsko k 31.12.....	33
<b>Tabulka 5:</b> Vývoj nezaměstnanosti v regionu Rudolfovsko v roce 2008.....	34
<b>Tabulka 6:</b> Přehled vybraných ubytovacích zařízení regionu Rudolfovsko.....	74
<b>Tabulka 7:</b> Přehled vybraných stravovacích zařízení regionu Rudolfovsko.....	75
<b>Tabulka 8a:</b> Procentuální vyjádření hodnocení poskytovaných služeb v regionu – rezidenti.....	80
<b>Tabulka 8b:</b> Procentuální vyjádření hodnocení poskytovaných služeb v regionu – návštěvníci.....	80
<b>Tabulka 9a:</b> Procentuální vyjádření hodnocení rozvoje cestovního ruchu v regionu – rezidenti.....	81
<b>Tabulka 9b:</b> Procentuální vyjádření hodnocení rozvoje cestovního ruchu v regionu – návštěvníci.....	81

<b>Seznam grafů:</b>	<b>Strana</b>
<b>Graf 1a:</b> Pohlaví – rezidenti.....	76
<b>Graf 1b:</b> Pohlaví – návštěvníci.....	76
<b>Graf 2a:</b> Věk – rezidenti.....	76
<b>Graf 2b:</b> Věk – návštěvníci.....	77
<b>Graf 3a:</b> Dosažené vzdělání – rezidenti.....	77
<b>Graf 3b:</b> Dosažené vzdělání – návštěvníci.....	77
<b>Graf 4a:</b> Zaměstnání – rezidenti.....	78
<b>Graf 4b:</b> Zaměstnání – návštěvníci.....	78
<b>Graf 5:</b> Z jakého kraje přijíždíte?.....	78
<b>Graf 6:</b> Kolik obyvatel má místo odkud pocházíte?.....	79
<b>Graf 7:</b> Navštívili jste region Rudolfovsko?.....	79
<b>Graf 8:</b> Jak jste se dozvěděli o regionu Rudolfovsko?.....	41
<b>Graf 9:</b> Jak dlouhý pobyt plánujete?.....	41
<b>Graf 10:</b> S kým do oblasti přijíždíte?.....	79
<b>Graf 11:</b> Účel Vaší cesty?.....	42
<b>Graf 12a:</b> Které atraktivity jsou pro Vás nejlákavější? – rezidenti.....	42
<b>Graf 12b:</b> Které atraktivity jsou pro Vás nejlákavější? – návštěvníci.....	43
<b>Graf 13:</b> Navštívili jste někdy předtím region Rudolfovsko?.....	80
<b>Graf 14:</b> Kde jste ubytování?.....	43
<b>Graf 15:</b> Kde využíváte stravovacích služeb?.....	44
<b>Graf 16a:</b> Co nejvíce v regionu postrádáte? – rezidenti.....	45
<b>Graf 16b:</b> Co nejvíce v regionu postrádáte? – návštěvníci.....	46

## 12 Seznam příloh

**Příloha 1:** Dotazník v českém jazyce

**Příloha 2:** Dotazník v anglickém jazyce

**Příloha 3:** Dotazník v německém jazyce

**Příloha 4:** Kulturní zařízení regionu Rudolfovsko v roce 2006

**Příloha 5:** Sportovní zařízení regionu Rudolfovsko v roce 2006

**Příloha 6:** Přehled vybraných ubytovacích zařízení regionu Rudolfovsko

**Příloha 7:** Přehled vybraných stravovacích zařízení regionu Rudolfovsko

**Příloha 8:** Pohlaví – rezidenti

**Příloha 9:** Pohlaví – návštěvníci

**Příloha 10:** Věk – rezidenti

**Příloha 11:** Věk – návštěvníci

**Příloha 12:** Dosažené vzdělání – rezidenti

**Příloha 13:** Dosažené vzdělání – návštěvníci

**Příloha 14:** Zaměstnání – rezidenti

**Příloha 15:** Zaměstnání – návštěvníci

**Příloha 16:** Z jakého kraje přijíždíte?

**Příloha 17:** Kolik obyvatel má místo odkud pocházíte?

**Příloha 18:** Navštívili jste region Rudolfovsko?

**Příloha 19:** S kým do oblasti přijíždíte?

**Příloha 20:** Navštívili jste někdy předtím region Rudolfovsko?

**Příloha 21:** Procentuální vyjádření hodnocení poskytovaných služeb v regionu – rezidenti

**Příloha 22:** Procentuální vyjádření hodnocení poskytovaných služeb v regionu – návštěvníci

**Příloha 23:** Procentuální vyjádření hodnocení rozvoje cestovního ruchu v regionu – rezidenti

**Příloha 24:** Procentuální vyjádření hodnocení rozvoje cestovního ruchu v regionu – návštěvníci

**Příloha 25:** Fotodokumentace

## Příloha 1:

### DOTAZNÍK v českém jazyce

Dobrý den, jsem studentka Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a provádím průzkum návštěvníků v rámci své bakalářské práce nazvané **Předpoklady rozvoje cestovního ruchu na Rudolfovsku**. Získané informace budou použity pouze pro vypracování bakalářské práce.

Pokud dotazník vyplníte sami, odpovídejte zakřížkováním té možnosti, která nejlépe vystihuje Vaši situaci nebo Váš názor.

1) Pohlaví

- muž
- žena

2) Věk

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

3) Dosažené vzdělání

- základní
- vyučen v oboru
- maturita
- vysoká škola nebo VOŠ

4) Zaměstnání

- student
- zaměstnaný
- nezaměstnaný
- důchodce

5) Z jakého kraje přijíždíte?

6) Kolik obyvatel má místo odkud pocházíte ?

- do 5 000 obyvatel
- 5 000 - 10 000 obyvatel
- 10 000 - 30 000 obyvatel
- nad 30 000 obyvatel

7) Navštívili jste region Rudolfovsko?

- ano
- ano, bydlím tu
- ne

*Na další otázky odpovídejte pouze, pokud jste na otázku č. 7 odpověděli „ano“.*

*V případě, že jste na otázku č. 7 odpověděli „ano, bydlím tu“, odpovídejte dále pouze na otázky č. 12, 16, 17 a 18. Děkuji.*



**8)** Jak jste se dozvěděli o regionu Rudolfovsko?

- turistická informační centra
- cestovní kanceláře, cestovní agentury
- média
- propagační materiály
- internet
- informace od příbuzných a známých
- 

jiné.....

**9)** Jak dlouhý pobyt plánujete ?

- bez přenocování
- 1 – 2 přenocování
- 3 – 7 přenocování
- delší pobyt než 7 přenocování

**10)** S kým do oblasti přijíždíte ?

- sám/a
- s manželem/manželkou , partnerem/partnerkou, kamarády
- s rodinou a dětmi
- s organizovanou skupinou (zájezd)

**11)** Účel Vaší cesty ?

- poznávání
- rekreace
- léčení
- práce
- zábava
- nákupy
- jen projíždím
- 

jiný.....

**12)** Které atraktivity jsou pro Vás nejlákavější? (max. 3 možnosti)

- pěší turistika
- cykloturistika
- vodní sporty, koupání
- poznávání (zámek, muzeum...)
- venkovská agroturistika
- církevní turistika
- návštěva kulturní akce
- společenská zábava
- jiné.....

**13)** Navštívili jste už někdy předtím region Rudolfovsko?

- ne
- 1 – 3x
- více jak 3x

**14) Kde jste ubytováni ?**

- hotel \* \* \*
- motel, hotel garni
- penzion
- kemp, tábořiště
- apartmán, pronajatý pokoj
- u příbuzných a známých
- bez ubytování

**15) Kde využíváte stravovacích služeb ?**

- restaurace
- rychlé občerstvení
- vlastní stravování

**16) Jak hodnotíte následující služby v regionu?**

- a) ubytovací služby .....
- b) stravovací služby .....
- c) služby pro motoristy .....
- d) služby pro cykloturisty .....
- e) ceny služeb .....

neumím posoudit – 0

velmi dobře – 1

dobře – 2

špatně – 3

velmi špatně – 4

**17) Jak hodnotíte rozvoj cestovního ruchu v regionu ? Obodujte.**

- a) péče o památky .....
- b) poskytované informace o regionu .....
- c) orientační značení .....
- d) péče o životní prostředí .....
- e) bezpečnost návštěvníků .....
- f) programy pro volný čas .....
- g) obchodní služby (občerstvení , suvenýry...) .....
- h) vztah místních obyvatel k návštěvníkům .....

neumím posoudit – 0

velmi dobře – 1

dobře – 2

špatně – 3

velmi špatně – 4

**18) Co nejvíce v regionu postrádáte ? Prosím, vypište.**

Děkuji za spolupráci a přeji příjemný zbytek dne.

## Příloha 2

### DOTAZNÍK v anglickém jazyce

Hello, I'm a student of University of South Bohemia and I'm doing visitors survey in terms of my bachelor thesis named **Preconditions of tourism development in a region Rudolfov**.

Obtained information will be used only for elaboration my thesis.

If you fill up the questionnaire yourself, encircle the option which best matches your opinion.

**1) Sex**

- Male
- Female

**2) Age**

- less than 25 years old
- 26 – 34 years old
- 35 – 49 years old
- 50 – 59 years old
- more than 60 years old

**3) Education**

- basic education
- skilled
- leaving examination
- university education

**4) Job**

- student
- employable
- unemployed
- pensioner

**5) Where are you from?**

**6) How many inhabitants has a town from where are you?**

- less than 5 000
- 5 000 – 10 000
- 10 000 – 30 000
- more than 30 000

**7) Have you visited a region Rudolfov?**

- yes
- yes, I live here
- no

*Next questions fill up only in case of you filled up the question No. 7) „yes“.*

*If you filled up the question No. 7) „yes, I live here“ answer only questions No. 12, 16, 17 and 18. Thank you.*

**8) How do you learned of region Rudolfov?**

- info centres
- travel agency
- media
- advertising materials
- internet
- from relatives or known
- other answer .....

**9) How long do you stay here?**

- without stay overnight
- 1 – 2 overnights
- 3 – 7 overnights
- long than 7 overnights

**10) Who are you coming with?**

- alone
- with husband/wife, boyfriend/girlfriend, friends
- with family and children
- with group (collective tour)

**11) What is purpose of your visit?**

- cognition
- rekreation
- treatment
- job
- entertainment
- spending
- I'm driving trough
- other answer.....

**12) Which atractivities are the most attractive for you?**

- hiking
- cycling
- aquatic sports, bathing
- cognition (castle, museum...)
- rural tourism
- church tourism
- cultural events
- festivities
- other answer.....

**13) Have you ever visited a region Rudolfov before?**

- no
- 1 – 3 times
- more than 3 times

**14) Where are you housing?**

- hotel \* \* \*
- motel/hotel garni
- guest house
- camp
- appartement, rented room
- by relatives or known
- without accomodation

**15) Where are you boarding?**

- restaurant
- fast food
- yourselves board

**16) How do you judge following services in the region?**

- a) accomodation .....
- b) board .....
- c) service of motorist .....
- d) service of cyclist .....
- e) prices of services .....

I can't judge – 0  
very good – 1  
good – 2  
bad – 3  
very bad – 4

**17) How do you judge tourism development in the region?**

- a) care of sights .....
- b) information about region .....
- c) identification marking .....
- d) protection of environment .....
- e) visitors safety .....
- f) programs for leisure time .....
- g) services of trade (snack, souvenir...) .....
- h) relation frontagers to visitors .....

I can't judge – 0  
very good – 1  
good – 2  
bad – 3  
very bad – 4

**18) What do you miss in the region? Please, write.**

Thank you for your cooperation and I wish you very nice day.

### Příloha 3

#### DOTAZNÍK v německém jazyce

Guten tag, ich bin Studentin der Südböhmischen Univerzität in Budweis und ich habe diesen Fragebogen im Rahmen meiner Bakalareus-Arbeit zum Thema **Fremdenverkehrsentwicklungsvoraussetzungen in Region Rudolfov** zusammengestellt. Ihre Antworten werden nur zur Ausarbeitung meiner Arbeit verwendet.

Falls Sie den Fragebogen selbst ausfüllen, einkreisen Sie bitte die Möglichkeit, die am besten Ihre Meinung entspricht.

1) Geschlecht

- männlich
- weiblich

2) Altersgruppe

- unter 25 Jahre
- 26 - 34 Jahre
- 35 - 49 Jahre
- 50 - 59 Jahre
- ab 60 Jahre

3) Ausbildung

- Grundausbildung
- Berufsausbildung
- Abitur
- Hochschulbildung

4) Beruf

- Student
- tätig
- arbeitslos
- Rentner

5) Woher kommen Sie?

6) Wieviel Einwohnern hat die Stadt von wo kommen Sie?

- unter 5 000 Einwohnern
- 5 000 – 10 000 Einwohnern
- 10 000 – 30 000 Einwohnern
- über 30 000 Einwohnern

7) Haben Sie Rudolfovregion besuchen?

- ja
- ja, ich wohne hier
- nein

*Nächste Fragen beantworten Sie nur in diesem Fall, wenn Sie die Frage Nr. 7) „ja“ geantwortet haben.  
Wenn Sie „ja, ich wohne hier“ geantwortet haben, beantworten Sie nur Fragen Nr. 12, 16, 17 und 18.  
Danke.*

**8) Wovon haben Sie Rudolfovregionkenntnis erhalten?**

- Infocenter
- Reisebüro, Reisevermittler
- Medien
- Werbemateriale
- Internet
- Auskünfte von Verwandten oder Bekannten
- andere

Antwort.....

**9) Wie lange bleiben Sie hier?**

- ohne Übernachtung
- 1 – 2 Nächte
- 3 – 7 Nächte
- mehr als 7 Nächte

**10) Mit wem haben Sie gekommen?**

- allein/alleine
- mit Ehemann/Ehefrau, Freund/Freundin
- mit Familie und Kindern
- mit Gruppe (Gruppenreise)

**11) Reisezweck**

- Erkennung
- Erholung
- Heilung
- Arbeit
- Spass
- Einkäufe
- ich fahre durch
- andere

Antwort.....

**12) Welche Atraktivität sind für Euch am lockendste (maximal 3 Möglichkeiten)**

- Fusswanderung
- Fahrradtourismus
- Wassersporte, Baden
- Erkennung (Schloss, Muzeum...)
- Landtourismus
- Kirchentourismus
- kulturelle Veranstaltung
- Gesellschaftsaktionen
- andere

Antwort.....

**13) Haben Sie schon worher Rudolfovregion besuchen?**

- nein
- 1 – 3 mal
- mehr als 3mal

**14) Wo Sie untergebracht sind?**

- Hotel \* \* \*
- Motel, Hotel garni
- Pension
- Campingplatz
- Appartements, Fremdenzimmer
- Wohnung von Verwandten oder Bekannten
- keine Unterkunft

**15) Wo Sie sich verpflegen?**

- Restaurants
- Fast Food
- eigene Verpflegung

**16) Wie schätzen Sie untenstehende Dienstleistungen in Region?**

- a) Unterkunft .....
- b) Verpflegung .....
- c) Dienstleistungen für Automobilisten .....
- d) Dienstleistungen für Radfahrer .....
- e) Preisniveau .....

ich kann nicht einschätzen – 0

sehr gut – 1

gut – 2

schlimm – 3

sehr schlimm – 4

**17) Wie schätzen Sie Fremdenverkehrsentwicklung in Region?**

- a) Sehenswürdigkeitensorge .....
- b) Auskünfte über Region .....
- c) Orientierungsmarkieren .....
- d) Umweltschutz .....
- e) Sicherheit der Besuchern .....
- f) Programme für Freizeit .....
- g) Handelsleistungen (Souvenirs, Erfrischung...) .....
- h) Verhalten Ortseinwohners zu Besuchern .....

ich kann nicht einschätzen – 0

sehr gut – 1

gut – 2

schlimm – 3

sehr schlimm – 4

**18) Was missen Sie in Region? Bitte, schreiben Sie.**

Ich danke Ihnen für Ihre Mitarbeit und Ich wünsche Ihnen ein schönen Tagesrest.



#### Příloha 4

**Tabulka 2: Kulturní zařízení regionu Rudolfovsko v roce 2006**

Název obce	Kino	Divadlo	Knihovna	Muzeum	Kulturní zařízení ostatní	Sakrální stavba	Hřbitov
Rudolfov	-	-	1	1	-	1	1
Adamov	-	-	1	-	-	-	-
Dubičné	-	-	1	-	-	-	-
Hlincová Hora	-	-	1	-	-	-	-
Hůry	-	-	1	-	1	-	-
Jívno	-	-	-	-	-	-	-
Libnič	-	-	-	-	-	1	1
Úsilné	-	-	1	-	-	-	-
Vráto	-	-	-	-	-	-	-
České Budějovice	4	5	6	4	18	13	3

Zdroj: Regionální informační systém

#### Příloha 5

**Tabulka 3: Sportovní zařízení regionu Rudolfovsko v roce 2006**

Název obce	Koupaliště	Bazény	Hřiště	Tělocvičny	Stadiony	Ostatní zařízení pro tělovýchovu a sport
Rudolfov	-	-	1	1	-	-
Adamov	-	-	-	-	-	-
Dubičné	-	-	1	-	-	-
Hlincová Hora	-	-	-	-	-	-
Hůry	-	-	2	-	-	-
Jívno	1	-	1	-	-	-
Libnič	-	-	1	-	-	-
Úsilné	-	-	2	-	-	-
Vráto	-	-	-	-	-	-
České Budějovice	5	2	149	39	8	22

Zdroj: Regionální informační systém

## Příloha 6

**Tabulka 6: Přehled vybraných ubytovacích zařízení regionu Rudolfovsko**

Obec	Název zařízení	Telefon	Počet lůžek	Restaurace	Úroveň	Vlastní sociální zařízení	Televize na pokoji
Rudolfov	Penzion Family	387229479	9	-		ano	-
Dubičné	Chata Dubičné	777736349		-		ano	ano
Hůry	Apartmány Hůry	777321965	5	-	***	ano	-
Jivno	Chaty Jivno	608966556		-		ano	ano
Libnič	Chalupa Libnič	777736349	11	-		ano	ano
Úsilné	Penzion u Krninských	387240289	9	-		ano	ano
Vráto	Penzion U Lucie	737111799		ano			-
Vráto	Penzion Marie Nečasová	603302896		-		ano	ano
Vráto	Apartmá PF	603720730	5	-		ano	ano
České Budějovice	Grand Hotel Zvon	387601611	130	ano	****	ano	ano
České Budějovice	Orient Spa	387310031		-		ano	ano
České Budějovice	Hotel CB Royal	178311053	54	ano		ano	ano
České Budějovice	Hotel Malý pivovar	386360471	60	ano	****	ano	ano
České Budějovice	Hotel U Solné brány	386354+21	27	ano	***	ano	ano
České Budějovice	Hotel Savoy	387201719	120	ano	****	ano	ano
České Budějovice	Hotel Bohemia ČB	386360691		ano	***	ano	ano
České Budějovice	Hotel U Tří lvů	386359900	82	ano	***	ano	ano
České Budějovice	OREA Hotel Dvořák	386353140	88	ano	****	ano	ano
České Budějovice	Hotel Laguna	387241552	20	ano	***	ano	ano
České Budějovice	Hotel Zátkův dům	387001710		ano	***	ano	ano
České Budějovice	Hotel Amadeus	386351160		ano	***	ano	ano
České Budějovice	Hotel Gomel	389102111	418	ano	****	ano	ano
České Budějovice	Penzion Fontána	603964378	9	ano		ano	-
České Budějovice	Penzion Garni	386353475	14	-		ano	-
České Budějovice	Penzion Macelis	387428582	6	ano		ano	ano
České Budějovice	Alton garni hotel	602421004	14	-	***	ano	-
České Budějovice	Garni hotel Kit	387319126	50	-	***	ano	ano

Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 7

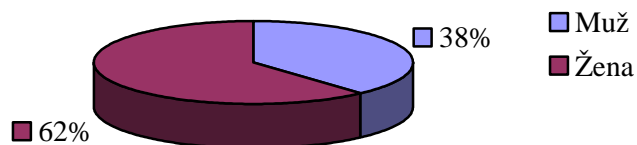
Tabulka 7: Přehled vybraných stravovacích zařízení regionu Rudolfovska

Obec	Název zařízení	Telefon	Kapacita
Rudolfov	Restaurace u Štítu	387229284	
Rudolfov	Restaurace Na Americe	387229645	
Adamov	Hostinec u Novosadů		
Dubičné	Restaurace U Žáby	602109908	
Dubičné	Restaurace U Medvídka	605052800	40
Hlincová Hora	Hospůdka na Hlincové Hoře		
Jívno	Restaurace Na Skautí		
Jívno	Restaurace U Rybáře		
Libnič	Pohostinství Zbyněk Berka	606214041	
Úsilné	Hospoda Jedová chýše		
Vráto	Restaurace u Lucie	737111799	
Vráto	Restaurace u Havlů	603474790	
České Budějovice	Restaurace Beseda	386444408	150
České Budějovice	Restaurace Budvar	387705341	90
České Budějovice	Restaurace Budvarka	386360471	150
České Budějovice	Restaurace Česká rychta	387311384	
České Budějovice	Hostinec U Tří sedláků	387222303	82
České Budějovice	Jack Bar	731442044	
České Budějovice	Restaurace Margherita	387310415	60
České Budějovice	Modrý dveře jazz&blues	603108181	
České Budějovice	Masné krámy	387201301	180
České Budějovice	Restaurace Nautilus	387318740	
České Budějovice	Restaurace Panda	386354618	40
České Budějovice	Restaurace Pavlač	386352533	70
České Budějovice	Potrefená Husa	387420560	260
České Budějovice	Restaurace Zvonárna	387410153	50
České Budějovice	Restaurace U Hrušků	387318099	35
České Budějovice	Restaurace U Šebestů	387310929	55
České Budějovice	Ameno – italské a mexické pokrmy	386360733	70
České Budějovice	Hacienda Mexicana – jihoamerická kuchyně	385310508	
České Budějovice	Getaway of India – indické pokrmy	386359355	50
České Budějovice	Dlouhá zed' – čínská kuchyně	387310635	
České Budějovice	Alchymista – středověká kuchyně	386356545	80
České Budějovice	Pizzeria Regina Due	386355005	50
České Budějovice	Pizzeria Romagna	385344443	200
České Budějovice	Pizzeria Polo	386356739	50

Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 8

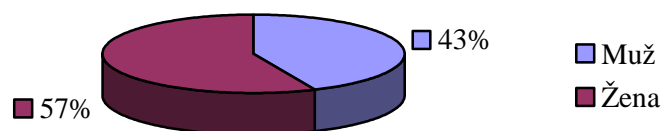
**Graf 1a: Pohlaví - rezidenti**



Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 9

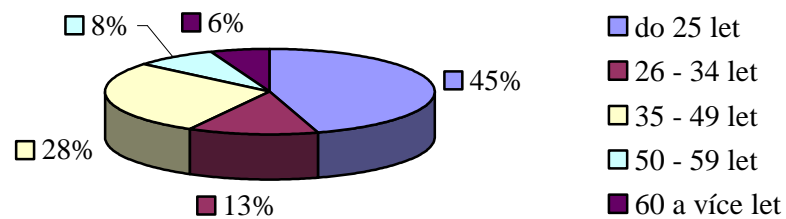
**Graf 1b: Pohlaví - návštěvníci**



Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 10

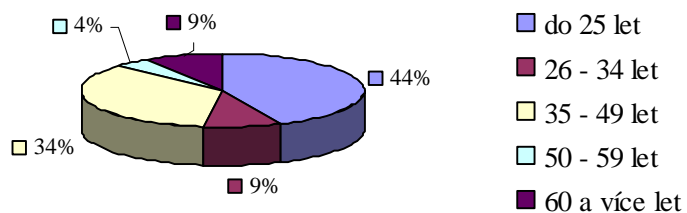
**Graf 2a: Věk - rezidenti**



Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 11

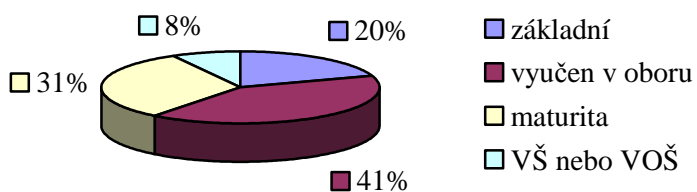
**Graf 2b: Věk - návštěvníci**



Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 12

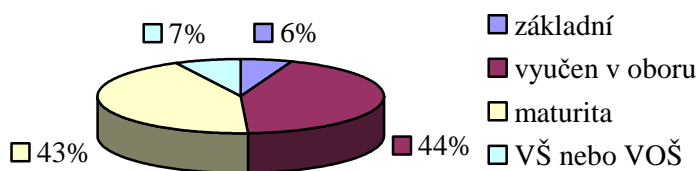
**Graf 3a: Dosažené vzdělání - rezidenti**



Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 13

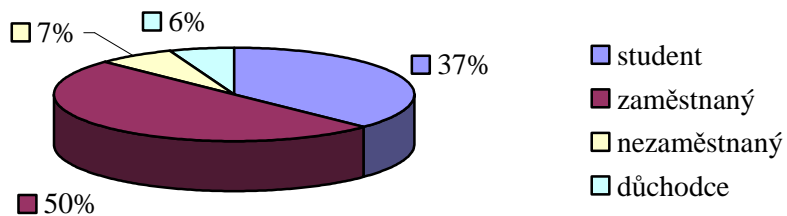
**Graf 3b: Dosažené vzdělání - návštěvníci**



Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 14

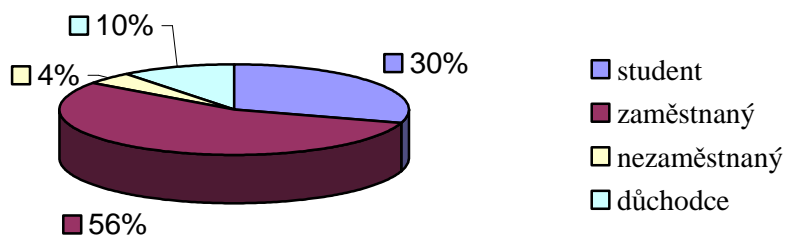
**Graf 4a: Zaměstnání - rezidenti**



Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 15

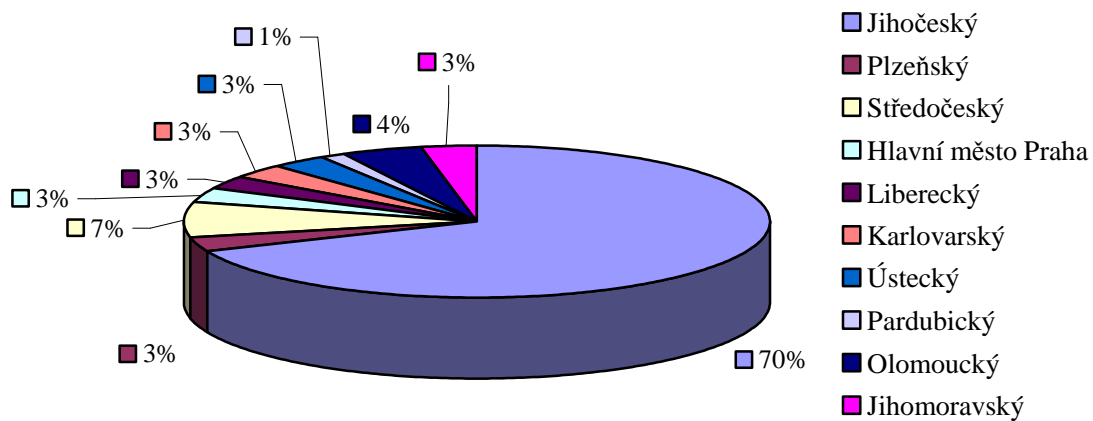
**Graf 4b: Zaměstnání - návštěvníci**



Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 16

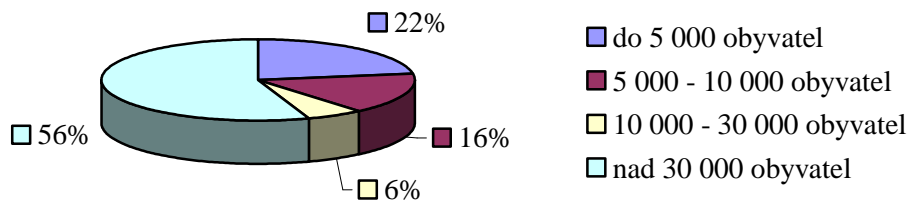
**Graf 5: Z jakého kraje přijíždíte?**



Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 17

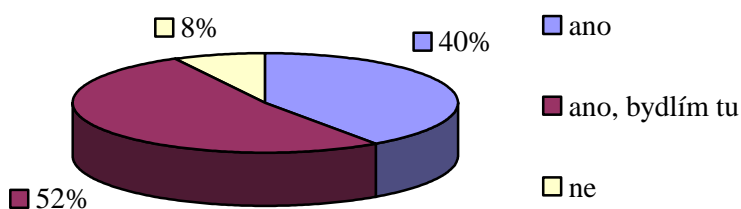
**Graf 6: Kolik obyvatel má místo odkud pocházíte?**



Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 18

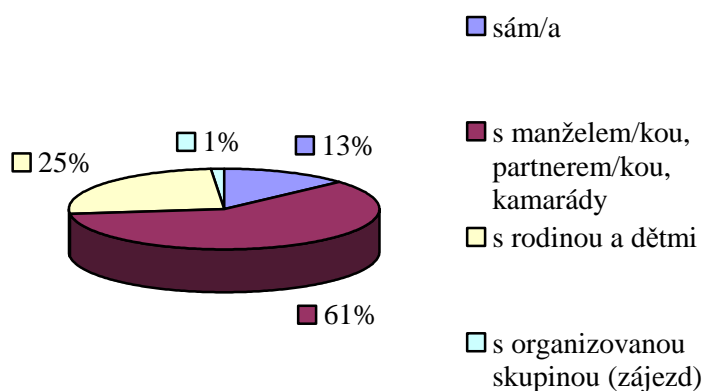
**Graf 7: Navštívili jste region Rudolfovsko?**



Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 19

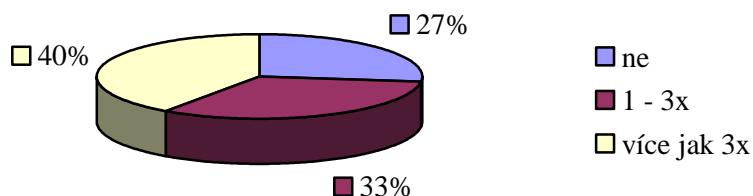
**Graf 10: S kým do oblasti přijíždíte?**



Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 20

**Graf 13: Navštívili jste někdy předtím region Rudolfovsko?**



Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 21

**Tabulka 8a: Procentuální vyjádření hodnocení poskytovaných služeb v regionu - rezidenti**

	neumím posoudit (0)	velmi dobře (1)	dobře (2)	špatně (3)	velmi špatně (4)
<b>Ubytovací služby</b>	31%	3%	51%	14%	0%
<b>Stravovací služby</b>	3%	7%	38%	47%	5%
<b>Služby pro motoristy</b>	13%	5%	60%	16%	6%
<b>Služby pro cykloturisty</b>	12%	24%	60%	1%	2%
<b>Ceny služeb</b>	3%	2%	34%	51%	9%

Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 22

**Tabulka 8b: Procentuální vyjádření hodnocení poskytovaných služeb v regionu - návštěvníci**

	neumím posoudit (0)	velmi dobře (1)	dobře (2)	špatně (3)	velmi špatně (4)
<b>Ubytovací služby</b>	31%	22%	43%	3%	0%
<b>Stravovací služby</b>	7%	13%	57%	22%	0%
<b>Služby pro motoristy</b>	15%	1%	64%	16%	3%
<b>Služby pro cykloturisty</b>	28%	16%	46%	6%	3%
<b>Ceny služeb</b>	9%	3%	48%	39%	1%

Zdroj: Vlastní šetření



### Příloha 23

**Tabulka 9a: Procentuální vyjádření hodnocení rozvoje cestovního ruchu v regionu – rezidenti**

	neumím posoudit (0)	velmi dobře (1)	dobře (2)	špatně (3)	velmi špatně (4)
Péče o památky	36%	14%	48%	1%	1%
Poskytované informace o regionu	17%	14%	64%	5%	0%
Orientační značení	3%	15%	79%	1%	1%
Péče o životní prostředí	27%	17%	51%	5%	0%
Bezpečnost návštěvníků	33%	8%	52%	6%	1%
Programy pro volný čas	5%	35%	55%	5%	1%
Obchodní služby	3%	1%	27%	53%	15%
Vztah místních obyvatel k návštěvníkům	9%	21%	67%	2%	0%

Zdroj: Vlastní šetření

### Příloha 24

**Tabulka 9b: Procentuální vyjádření hodnocení rozvoje cestovního ruchu v regionu – návštěvníci**

	neumím posoudit (0)	velmi dobře (1)	dobře (2)	špatně (3)	velmi špatně (4)
Péče o památky	46%	10%	43%	0%	0%
Poskytované informace o regionu	18%	12%	67%	3%	0%
Orientační značení	3%	12%	81%	4%	0%
Péče o životní prostředí	39%	6%	51%	3%	1%
Bezpečnost návštěvníků	18%	4%	70%	7%	0%
Programy pro volný čas	19%	18%	49%	10%	3%
Obchodní služby	7%	7%	45%	33%	7%
Vztah místních obyvatel k návštěvníkům	13%	24%	63%	0%	0%

Zdroj: Vlastní šetření

## Příloha 25

### Fotodokumentace

Kostel sv. Víta



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

Budova Městského úřadu



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

Zámeček



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

Lustenek



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

Hornické muzeum



Zdroj: [www.knihovnarudolfov.estranky.cz](http://www.knihovnarudolfov.estranky.cz)

Hornické muzeum



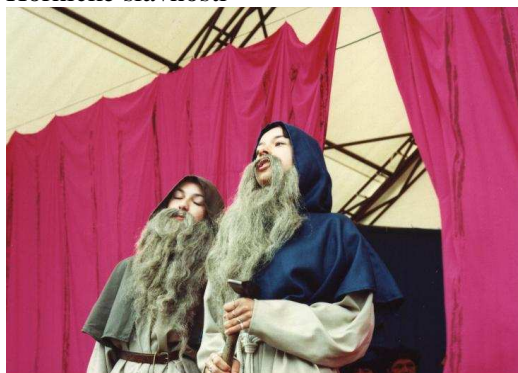
Zdroj: [www.knihovnarudolfov.estranky.cz](http://www.knihovnarudolfov.estranky.cz)

Hornické slavnosti



Zdroj: Vlastní foto

Hornické slavnosti



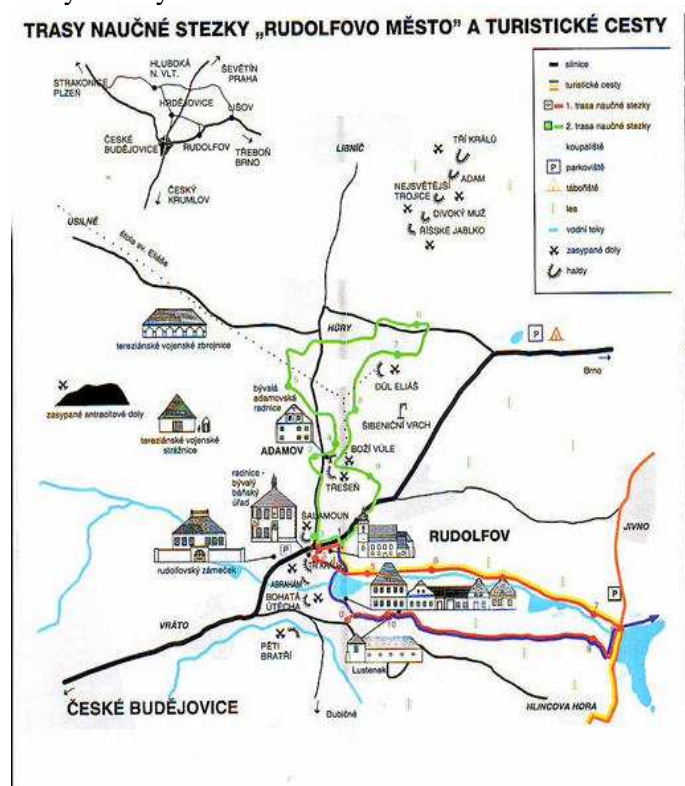
Zdroj: Vlastní foto

Hornické slavnosti



Zdroj: Vlastní foto

Trasy naučných stezek



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