

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program - 6208 B Ekonomika a management
Studijní obor – Obchodní podnikání

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Předpoklady rozvoje cestovního ruchu na Českobudějovicku

Expectations of development of tourism in Českobudějovicko

Vedoucí práce
Mgr. Vladimír Dvořák

Autor
Stanislav Lexa

České Budějovice 2009

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval sám, za použití dostupných a uvedených pramenů v přehledu.

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

V Českých Budějovicích dne 12.4.2009

.....

Poděkování

Chtěl bych poděkovat Mgr. Vladimíru Dvořákovi za cenné rady, spolupráci a vedení při tvorbě mé bakalářské práce.

Abstrakt

Cílem práce bylo provedení analýzy cestovního ruchu v Dobré Vodě, Trocnově a blízkém okolí. Vedlejším cílem bylo stanovení návržení inovace nabídky a příprava produktového balíčku.

Pomocí dotazníkového šetření se podařilo vytvořit profil návštěvníka této oblasti a napomoci tak k tvorbě marketingového mixu „šitého na míru“ návštěvníkovi této destinace. Balíček se nazývá „Na kole krajem Jana Žižky“ a zahrnuje jak návštěvu kulturního a přírodního dědictví, tak i sportovní aktivity spojené s pěší a cyklistickou turistikou. Balíček též zohledňuje i ubytování pro návštěvníky.

Klíčová slova: cestovní ruch, druhy a formy cestovního ruchu, služby cestovního ruchu, marketing, marketingový mix, produkt a balíček produktů

OBSAH

1 ÚVOD	1
2 LITERÁRNÍ PŘEHLED	3
2.1 Cestovní ruch	3
2.2 Systém cestovního ruchu	4
2.3 Typologie cestovního ruchu	4
2.4 Účastníci cestovního ruchu	6
2.5 Služby cestovního ruchu	7
2.5.1 Balíčky služeb cestovního ruchu	7
2.6 Turistická informační centra	8
2.7 Služby	8
2.8 Marketing	9
2.8.1 Principy marketingu	10
2.8.2 Marketingový mix	11
2.8.3 Marketing služeb	14
3 POUŽITÁ METODIKA	15
3.1 Cíl	15
3.2 Metodika a techniky	15
3.3 Hypotézy	16
4 SITUAČNÍ ANALÝZA	17
4.1 Vymezení okresu České Budějovice	17
4.2 Dobrá Voda u Českých Budějovic	23
4.3 Trocnov	28
4.4 Ledenice	32
4.5 Borovany	35

<u>5 TERÉNNÍ ŠETŘENÍ</u>	<u>39</u>
5.1 Příprava a realizace terénního šetření	39
5.2 Vyhodnocení terénního šetření	39
5.3 Vyřešení hypotéz	46
5.4 Profil návštěvníka Dobré Vody, Trocnova a okolí	46
<u>6 NÁVRH INOVACE NABÍDKY, MARKETINGOVÝ MIX</u>	<u>48</u>
6.1 Návrh inovace nabídky	48
6.2 Produktový balíček	49
6.2.1 Detailní popis produktu	49
6.2.2 Cena	51
6.2.3 Místo	52
6.2.4 Propagace	52
<u>7 ZÁVĚR</u>	<u>53</u>
<u>8 SUMMARY</u>	<u>54</u>
<u>9 POUŽITÁ LITERATURA</u>	<u>55</u>
<u>10 PŘÍLOHY</u>	<u>57</u>

1 ÚVOD

Cestovní ruch je neustále a dynamicky se rozvíjející fenomén. Je důležitou součástí národního hospodářství a má nemalý podíl na hrubém domácím produktu státu. Ukazuje se jako velký poskytovatel pracovních míst a v České republice je v této disciplíně zaměstnáno více jak 4% práceschopných obyvatel. Celosvětově je cestovní ruch označován jako hlavní složka exportu.

Jednou ze základních podmínek rozvoje cestovního ruchu bychom mohli zmínit budování životně důležité infrastruktury, stejně jako zdokonalování a poskytování nových služeb či zajištění dostatečného počtu a kvality lůžkových kapacit v oblasti.

Cestovní ruch nám umožňuje poznávání nových míst, kultur, obyvatel, tradic, památek kulturního a přírodního dědictví, stejně jako zážitky plynoucí z nejrůznějších aktivit, které vykonáváme jako jeho účastníci. V dnešní době se stává stále více moderním dobrodružný cestovní ruch, který vyplývá z touhy po neznámém ve spojení s určitou kontrolovanou mírou rizika. Začínají se objevovat i netradiční druhy cestovního ruchu jako je přenocování v místech, kde někdo zemřel, případně v lokalitě, kde se objevují nevysvětlitelné úkazy.

Oblast Dobré Vody byla vybrána na základě blízkosti k mému bydlišti a žádosti obecního zastupitelstva obce Dobrá Voda u Českých Budějovic, které projevilo zájem o její rozvoj mimo jiné i v disciplíně cestovního ruchu. Byl jsem tedy požádán o navržení produktu, který by zaujal stávající i budoucí návštěvníky dané lokality.

Dobrá Voda

Ohranými klávesnicemi schodů
v basový smutek poutního kostela
se povzneseš a vezpíváš.

Klečící barok v napudrované paruce
pod sněhem prejzové kopule
oči soch ustrnul v pohledu minulosti
a tiché ovečky chalup rozběhlé po návrší
živí se drobečky lakomých polí.

Hrbatá krajina u kapliček
žehná se křížovatkami pěšin
a prořídle varhany lesů
bouřemi, vichřicemi chví
a na měsíc houká sýček úzkostný.

Nad potokem pláčí v pokleku
škaredé modličky mrzutých vrb
a louky se brouzdají tichými lány
mateřídoušky, kopru a chrp.

"Jižní Čechy" - Jaroslav Rachač /1914-1947/

2 LITERÁRNÍ PŘEHLED

2.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je významný společensko - ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí potřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí (Hesková a kol. 2006 : 9).

Naproti tomu v r. 1942 renomovaní profesori Hunziker a Krapf definovali cestovní ruch jako „soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti“ (Hesková a kol. 2006 : 10).

Synonymem pojmu cestovní ruch je však stále více používaný termín turismus, který téměř identicky používají světové jazyky např. angličtina – tourism) (Hesková a kol. 2006 : 10).

Světová organizace cestovního ruchu UNWTO – World Tourism Organisation definuje v roce 1991 cestovní ruch jako „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“ (Hesková a kol. 2006 : 11).

Podle Orišky je cestovní ruch formou uspokojování potřeb rekreace, kultury a léčení, která se zpravidla realizuje ve volném čase a mimo místo trvalého bydliště. Člověk tedy nepociťuje potřebu cestovního ruchu jako takového, ale pocíťuje konkrétní potřeby, např. potřebu poznávání, odpočinku, sportovního nebo kulturního vyžití, které je možné uspokojit právě účastí cestovního ruchu (Oriška 1999 : 5).

2.2 Systém cestovního ruchu

Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystémy a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu. Vazby existují i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí - vnější prostředí. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko – technologické a ekologické prostředí (Hesková a kol. 2006 : 12-13).

Subjekt cestovního ruchu (tourist subjekt) reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím 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.

Objektem cestovního ruchu (objekt of tourism) rozumíme všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je nositelem nabídky. Je tvořen cílovým místem, podniky a institucemi cestovního ruchu (Hesková a kol. 2006 : 13-15).

2.3 Typologie cestovního ruchu

Specifikovat cestovní ruch ve všeobecné rovině je nedostačující, protože se projevuje v praxi v různých formách a druzích, které se neustále vyvíjejí s vývojem společnosti. Vývoj závisí také na poptávce účastníků cestovního ruchu a technicko - technologických možnostech nabídky. O **druzích cestovního ruchu** mluvíme tehdy, jestliže za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci účastníků, tzn. účel pro který cestují a pobývají dočasně na cizím místě. O **formách cestovního ruchu** mluvíme, pokud jsou základem posuzování různé příčiny, které ovlivňují cestovní ruch samotný a také důsledky, které přináší (Hesková a kol. 2006 : 21 - 22).

Druhy cestovního ruchu

- Rekreční cestovní ruch
- Sportovní cestovní ruch
- Dobrodružný cestovní ruch
- Myslivecký a rybářský cestovní ruch
- Náboženský cestovní ruch neboli poutní
- Lázeňský cestovní ruch
- Zdravotní cestovní ruch
- Obchodní cestovní ruch
- Kongresový cestovní ruch
- Stimulační cestovní ruch

Formy cestovního ruchu

Na **formy cestovního ruchu** můžeme nahlížet z několika hledisek a to z :

- Geografického hlediska
- Podle počtu účastníků
- Podle způsobu organizování
- Podle věku účastníků
- Podle délky účasti
- Podle převažujícího místa pobytu
- Podle ročního období
- Podle použitého dopravního prostředku
- Z pohledu dynamiky
- Ze sociologického hlediska

(Hesková a kol. 2006 : 21 - 22)

2.4 Účastníci cestovního ruchu

Na cestovní ruch je také pohlíženo z hlediska sociologického, tj. vztahy mezi obyvateli daného místa a obyvateli, kteří sem přijíždějí. Definice účastníka cestovního ruchu má rozsáhlý význam pro mezinárodní cestovní ruch a jeho kvantifikaci. Podle WTO rozlišujeme mezi turisty a výletníky. **Turisté** jsou dočasní návštěvníci, kteří se v zemi co navštívili zdrží alespoň po dobu 24 hodin za cílem využití volného času (sport, zábava, odpočinek) popřípadě vyřizování jiných záležitostí a alespoň jednou zde přenocují. **Výletníkem** rozumíme pouze dočasné návštěvníky, kteří se v zemi zdrží pouze jeden den bez přenocování.

Činitelé, kteří působí na účast v cestovním ruchu jsou nejrůznějšího směru a intenzity. Hlavními faktory, které ovlivňují účast na cestovním ruchu jsou:

Sociálně - ekonomické faktory - příslušnost k sociální skupině, povolání, jeho charakter

Ekologické faktory – souvisí s místem a charakterem bydliště, pracoviště

Demografické faktory – souvisí přímo s osobou účastníka a charakterem jeho rodiny

Psychologické faktory – schopnosti, vlastnosti, zájmy člověka

Ostatní faktory – tj. například volnočasový fond a způsob jeho využívání

Mimo tyto vlivy související především s osobou účastníka cestovního ruchu, které působí na straně poptávky, působí i faktory na straně nabídky, které ovlivňují účast na cestovním ruchu a jsou to zejména:

Rozsah poskytovaných služeb

Ceny služeb ve vztahu k cestovnímu ruchu

Komunikační dostupnost míst

Celkový rozsah a struktura místa cestovního ruchu, materiálně-technická základna

(Hladká 1997 : 11-12)

2.5 Služby cestovního ruchu

Služby cestovního ruchu nám představují činnosti, jejichž výsledkem je užitný efekt a to buď individuální nebo společenský. Společenský efekt podmiňuje či umožňuje vznik individuálního efektu (služby spojené s udržováním čistoty). Individuální efekt je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu.

Struktura služeb cestovního ruchu je velice různorodá a má za cíl uspokojovat potřeby účastníků cestovního ruchu. A to jak potřeby primární, což jsou cílené potřeby účastníků cestovního ruchu (potřeba sportovního vyžití, poznávání kulturních a historických památek atd.) tak i potřeby sekundární neboli realizační, podmiňující efektivní uspokojení potřeb primárních. Sekundární potřebou může být například potřeba dopravit se do rekreačního prostoru, potřeba výživy, přenocování, hygieny apod. Z toho vyplývá, že význam služeb cestovního ruchu během pobytu mimo místo trvalého bydliště roste. Účastník chce také, aby byli uspokojeny i jeho další potřeby podmíněné rekreačními aktivitami (např. plavání, opalování apod.) (Orieška 1999 : 6).

Hesková chápe služby cestovního ruchu jako důležitou součást produktu. Představují tak heterogenní soubor užitných efektů, sloužící k uspokojení potřeb. Mají průřezový charakter, to znamená, že je produkují nejen podniky cestovního ruchu, ale i podniky soukromého sektoru. Všeobecně platí, že služby se spotřebovávají ve všech sférách ekonomiky a to jak ve výrobě, distribuci, tak i ve spotřebě (Hesková a kol. 2006 : 99).

2.5.1 Balíčky služeb cestovního ruchu (packaging)

Marketingové agentury destinací se snaží nahradit nemožnost kontroly nad prvky destinace tvorbou balíčků jejich produktů. Částečně tak přebírají roli cestovní kanceláře. Těmito balíčky se snaží přilákat účastníka cestovního ruchu mimo sezonu, kdy se snaží zvýšit obsazenost ubytovacích zařízení díky snížení cen. Hlavní součástí balíčku bývá ubytování v hotelu nebo jiném ubytovacím zařízení, ke kterému se mohou přidružovat další služby, jako jsou vstupy do atrakcí, výlety, cesta do destinace a zpět,

speciální události a další. Prostřednictvím balíčků tak agentura upoutává účastníka na image určité destinace, jako jsou střediska uměleckých, sportovních nebo kulturních akcí, které jsou v poslední době velmi populární. Jako příklad si můžeme uvést velmi úspěšné fotbalové víkendy v Liverpoolu či umělecké festivaly (Horner - Swarbrooke 2003 : 293-294).

2.6 Turistická informační střediska

Většina marketingových agentur provozuje informační střediska, přes která směřují své propagační aktivity. Z pohledu marketingového mixu tato střediska plní funkci „místa“ neboli distribuce a to spíše pro jednotlivé části než pro destinaci jako celek (např. Hotely). Role informačních středisek může být v různých částech světa jiná, ale většinou slouží k distribuci brožur o jednotlivých místech a také k podávání informací účastníkům cestovního ruchu. Mohou ale také plnit i jiné funkce, jako je například prodej místních výletů, jízdenek, letenek, rezervace pokojů v hotelích, nebo i směnářské služby. Díky svým aktivitám se však střediska snadno dostávají do konfliktu s podnikateli, kteří je mohou vinit z nekalé soutěže a proto raději nabízejí celý seznam hotelů místo jednoho konkrétního. Informační střediska také propagují soukromé firmy, aby tak získaly více finančních prostředků (Horner - Swarbrooke 2003 : 293).

2.7 Služby

Zvyšování životní úrovně vede ke stále větší spotřebě služeb než tomu bylo v minulosti. Evropští ekonomové předpovídají, že populace bude stále bohatnout a to ji povede ke stále většímu utrácení svých příjmu nejen za výrobky. Teoretici marketingu se pokusili definovat služby z hlediska jejich povahy a také z hlediska toho, že nikdy nepovedou k vzniku vlastnictví čehokoli, ale pouze přinášejí zákazníkovi prospěch a uspokojení.

Philip Kotler definuje službu jako: „jakoukoli činnost nebo prospěch, které jedna strana může nabídnout druhé a které jsou v podstatě nehmotné a nevytvářejí vlastnictví

čehokoli. Její produkce se může, ale nemusí vázat k fyzickému produktu.“ (Horner - Swarbrooke 2003 : 37).

Každá služba by měla mít určité vlastnosti a těmi jsou :

Nehmotnost – touto vlastností rozumíme, že službu nelze vnímat žádnými smysly

Neoddělitelnost – je zde přímý kontakt zákazníka a poskytovatele služby, dochází zde k překrývání produkce a provádění se spotřebou

Různorodost – spočívá v tom, že službu nelze provést vždy naprosto stejným způsobem jako v minulosti (host v restauraci při objednání jídla)

Dočasnost – služby nelze nijak uskladnit pro pozdější potřebu, jsou pomíjivé v čase

Neexistence vlastnictví – když si zákazník službu koupí, tak získá pouhý přístup k nějaké činnosti, ale pokud služba skončí, tak již nic nevlastní
(Horner - Swarbrooke 2003 : 39)

2.8 Marketing

Když se řekne marketing, tak si většina lidí pod tímto pojmem představuje reklamu. Marketing ovšem není pouze reklama. Reklama je jen jeho neodmyslitelnou součástí. Marketing se zabývá vztahy mezi kupujícími a prodávajícími a činnostmi, které mají tyto vztahy dovést k určitému závěru. Některé firmy si vytvářejí ve své organizaci marketingová oddělení, která ovšem nejsou nutností pro úspěšný marketing. Americký vědec Philip Kotler (1991 : 4) definuje marketing jako: „ Společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují a požadují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných výrobků s ostatními.“ Naopak Lewit tvrdí, že: „Poctivě a solidně pojatý marketing se snaží vytvořit hodnotné, uspokojivé zboží a služby, které zákazníci budou kupovat.“

Morrison říká, že: „Marketing je plynulý proces probíhající v dílčích krocích, prostřednictvím něhož management plánuje, zkoumá, naplňuje, kontroluje a vyhodnocuje činnosti navržené k zajištění jak zákaznických potřeb a skrytých přání, tak i cílů své vlastní organizace.“ Pro dosažení největší účinnosti je velmi důležité úsilí každého jednotlivce, jehož účinnost může být zvyšováno či naopak snižováno činností komplementárních organizací (Morrison 1995 : 16).

Jiní vědci tvrdí, že marketing může fungovat jen tehdy, pokud je dobře ukotven v celé organizační kultuře. Tento názor zastává a významný autor managementu Peter Drucker. Tvrdí, že: „Marketing je mnohem širší záležitostí než prodej, ale není vůbec žádnou specializovanou aktivitou. Je přítomen v celém podniku. Je to celý podnik viděný z pohledu konečného výsledku, tedy z pohledu zákazníka. Zájem o marketing a odpovědnost za něj tedy musí postupovat všemi oblastmi podniku.“

Teoretici z ostatních zemí jako je třeba Lendrevic a Lindon definují marketing takto: „Soubor metod a prostředků, které má organizace k tomu, aby zapůsobila příznivým dojmem na veřejnost a dosáhla svých cílů“ (Horner – Swarbrooke 2003 : 28-30).

2.8.1 Principy marketingu

Principy marketingu se dají popsat celou řadou kroků, které jsou nastíněné v následujícím schématu.

Obr. 1 - Principy marketingu

Marketingová orientace



Realizace marketingové koncepce



Marketingové systémy

- hledání příležitostí
- plánování

- řízení
- kontrola

↓
Marketingová praxe

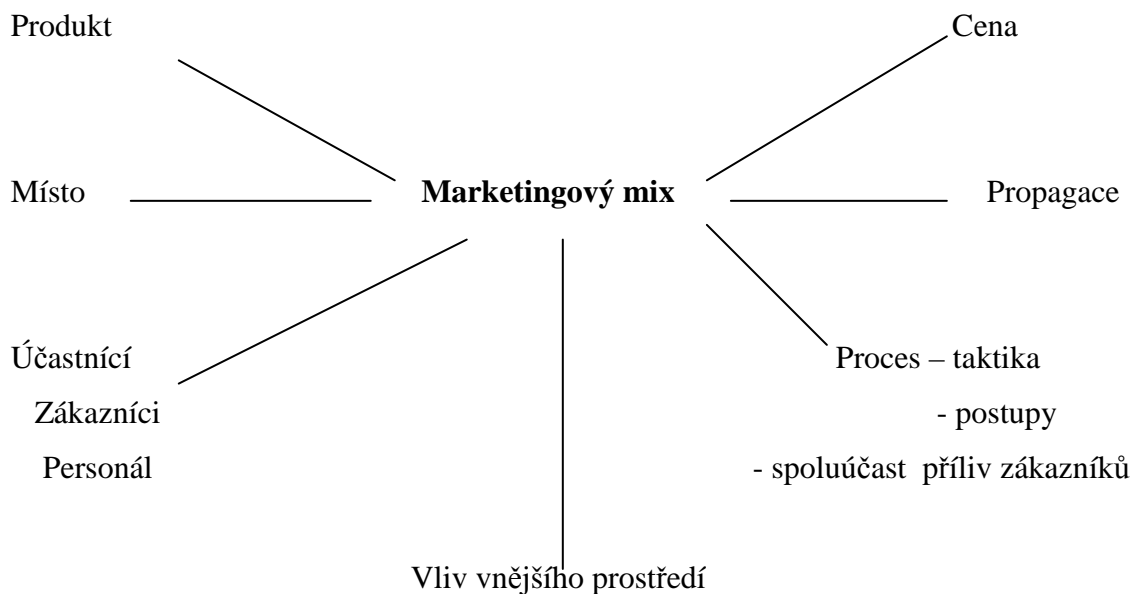
- řízení marketingového mixu

Zdroj: Horner – Swarbrooke 2003 : 31

2.8.2 Marketingový mix

Marketingový mix poskytuje podniku prostor, ve kterém se odehrává mnoho rozhodnutí vedoucí k uspokojení zákazníka, který je centrem jeho zájmu. Mix slouží k oslovení zákazníka a nachází způsoby k jeho co nejlepší obsluze. Je nutné ho uspořádat tak, aby byl pro zákazníka “ušit na míru“. Je souborem taktických marketingových nástrojů. Mezi nástroje marketingového mixu patří produkt, cena, distribuce, promotion (Horáková 2001 : 59).

Obr.2 - Kontinuum zboží a služeb



Zdroj: Horner – Swarbrooke 2003 : 31

Produkt - Produkt je zcela jistě jádrem marketingu cestovního ruchu, ubytovacích, stravovacích služeb a služeb volného času. Je to právě produkt, co poskytuje účastníkovi užitek. Definic produktu můžeme v odborných literaturách najít několik. Například (Philip Kotler, 1994) označuje produkt jako: „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.“

V poslední době však vznikají i další definice produktu. Je to především z důvodu rozvoje průmyslu. Dnešní produkt je většinou kombinací hmotného zboží a služeb. Dibb, Simkin, Pride, Ferrel tvrdí, že: „Produkt je všechno, jak výhodné, tak nevýhodné, co získáme nějakou výměnou. Je to složitá kombinace hmotných a nehmotných prvků, včetně funkčních, sociálních a psychologických užitných hodnot. Produktem může být myšlenka, služba, zboží nebo jakákoliv kombinace těchto tří kategorií“ (Horner- Swarbrooke : 153-154).

Tři roviny produktu

Kotler rozděluje produkt na tři úrovně. Snaží se tím říci, že zákazník nenakupuje pouze produkt samotný, ale i další užitné hodnoty jako jsou například obchodní značka či servis. Mezi tyto úrovně řadíme:

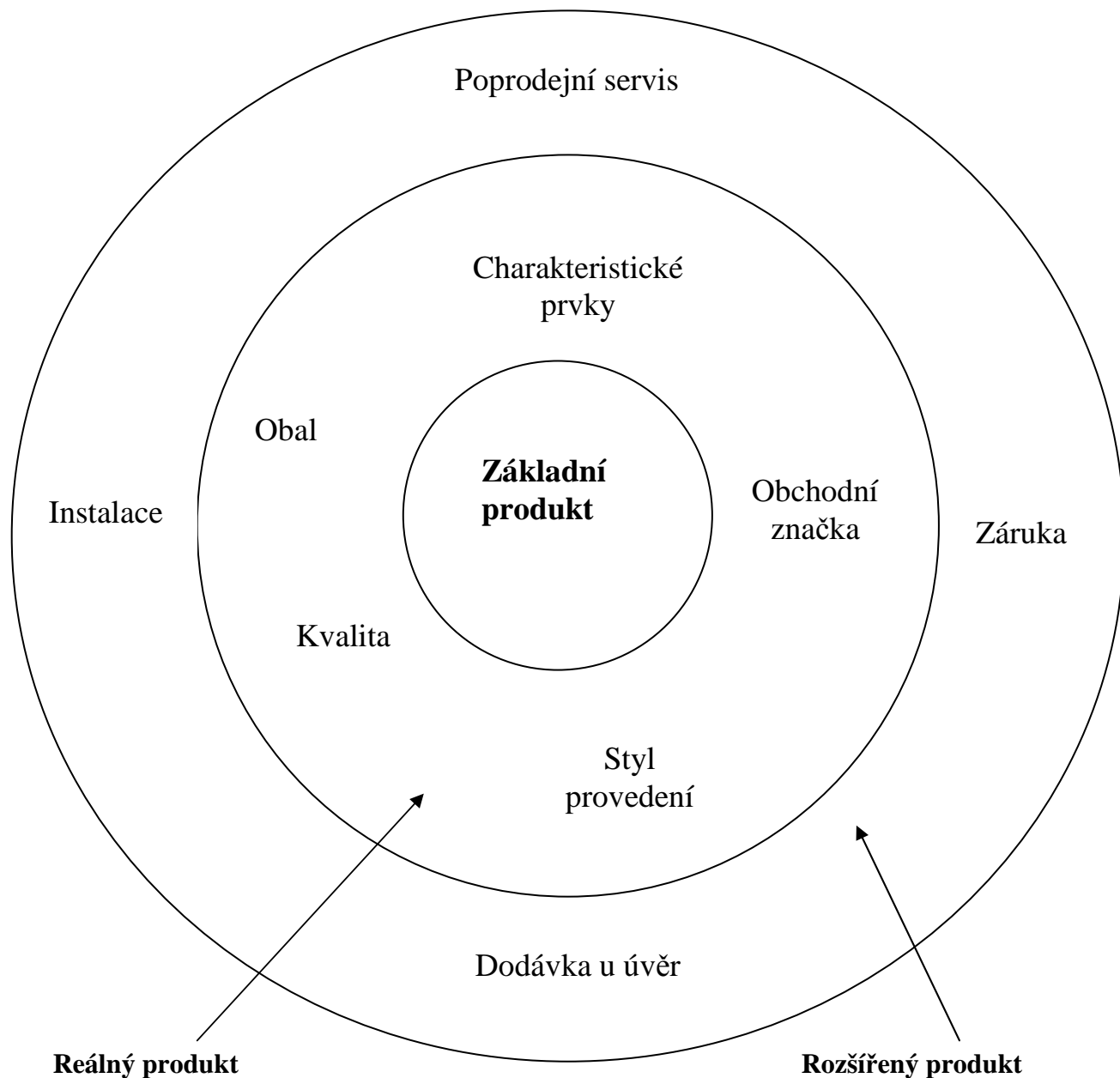
Jádro produktu - lze ho také nazvat základním produktem a je to to, co zákazník skutečně kupuje. Skládá se z hlavní užitné hodnoty a hodnoty, kterou zákazník identifikuje jako svou potřebu, jenž chce uspokojit

Reálný produkt – pomáhají ho vytvořit pracovníci marketingu, zahrnuje provedení, značku, kvalitu, styl a obal

Rozšířený produkt – obsahuje všechny další užitné hodnoty, které zákazník dostane, tento balík by měl uspokojit všechny potřeby a problémy zákazníka a nakonec i ty, na které doposud ani nepomyslel

Mezi jednotlivými poskytovateli produktů probíhá konkurenční boj. Ten lze pozorovat především na úrovni rozšířeného produktu. Je to právě rozšířený produkt, kterým se většina produktů od sebe nejvíce odlišuje (Horner- Swarbrooke : 155 – 156).

Obr. 3 - Tři úrovně produktu podle Kotlera (1994)



Cena - „Cenou rozumíme částku, za kterou je výrobek nebo služby nabízena na trhu, je vyjádřením hodnoty pro spotřebitele, tj. sumy, kterou spotřebitel vynakládá výměnou za užitek, který získá díky zakoupenému výrobku či službě“(Philip Kotler 2004 : 483).

Promotion – veškeré aktivity směřující k seznámení zákazníka s výrobkem a přimějí ho, aby si výrobek či službu koupil. Má za cíl komunikovat zákazníkovi veškeré jeho výhody (Philip Kotler 2004 : 107).

Distribuce – zahrnuje veškeré aktivity, které směřují k tomu, aby se stal výrobek pro zákazníka fyzicky dostupným (Philip Kotler 2004 : 107).

2.8.3 Marketing služeb

Objevují se názory, že marketingové teorie lze aplikovat i na organizacích, které prodávají služby. Ale bylo zjištěno, že tradiční marketingová literatura může organizacím prodávající služby nabídnout jen málo a vědci tvrdí, že marketing služeb vyžaduje odlišný přístup než marketing výrobků (Shostack, 1977). Shostack se zmiňuje o existenci tzv. kontinua zboží-slужby, kde převaha jednoho nebo druhého závisí na míře materiálnosti nabízeného produktu (Horner - Swarbrooke 2003 : 39-40).

3 POUŽITÁ METODIKA

3.1 Cíl

Hlavním cílem práce bylo provedení analýzy cestovního ruchu v Dobré Vodě a Trocnově. **Vedlejším cílem** bylo navržení a inovace nabídky cestovního ruchu v oblasti a příprava produktového balíčku.

3.2 Metodika a techniky

Analýza problému byla sestavena na základě několika dílčích bodů.

Analytická část

a) Studium teoretických východisek

Na základě studia literatury českých i zahraničních autorů byl zpracován literární přehled, ve kterém došlo k aplikaci poznatků.

b) Vymezení oblasti Dobrá Voda, Trocnov a okolí

Vytvořeno na základě metody situační analýzy.

c) Provedení terénního šetření

Terénní šetření zahrnovalo metodu dotazníkového šetření s využitím řízených rozhovorů. Na samém začátku praktické části byl proveden pilotní průzkum na vzorku dvaceti osob, který měl za cíl zejména odhalit nedostatky mého dotazníku a napomoci tak k jejich vyřešení. Dotazník zahrnoval celkem dvaadvacet otázek, kde většina z nich měla uzavřenou podobu. Otázky byly téměř vždy polytomického charakteru.

Syntetická část

a) Vyhodnocení terénního šetření

V této části práce byly vyhodnoceny informace získané z dotazníků a zaznamenány do výšečových nebo sloupcových grafů dle potřeby.

- b) Vytvoření profilu návštěvníka Dobré Vody, Trocnova a okolí
Sestavení profilu nejčastějšího návštěvníka oblasti na základě zjištěných skutečností.

Aplikační část

- a) Návrh inovace nabídky
Navržena opatření, která byla stanovena na základě informací a připomínek od dotazovaných osob v dotazníkovém šetření.
- b) Příprava produktového balíčku
Byl vytvořen produktový balíček za použití marketingového mixu.
- c) Závěr
V tomto bodě byly stanoveny závěry práce.

3.3 Hypotézy

Hypotéza je tvrzení o vztahu dvou nebo více proměnných, které může být testováno za použití empirických dat. Byly stanoveny tyto hypotézy:

- a) Turisté navštěvují destinaci za cílem poznání kulturních památek
- b) K ubytování dává návštěvník této oblasti přednost ubytování v kempu.
- c) Obdobím největšího potenciálu rozvoje destinace je léto.

Tyto hypotézy budou v práci potvrzeny nebo vyvráceny.

4 SITUAČNÍ ANALÝZA

4.1. Vymezení okresu České Budějovice

Současný okres České Budějovice vznikl při celkové reorganizaci správního rozdělení republiky v roce 1960. Hlavní část stávajícího okresu tvoří bývalé okresy České Budějovice, Trhové Sviny a Týn nad Vltavou. Okres sousedí se všemi okresy Jihočeského kraje a to s okresy: Prachatice, Český Krumlov, Strakonice, Písek, Tábor a Jindřichův Hradec. Jihovýchodní území okresu je lemováno státní hranicí s Rakouskem v délce cca. 22 km. Díky své rozloze 1 625 km² je druhým největším okresem Jihočeského kraje. V rámci celé České republiky zaujal desátou pozici.

Území okresu je protáhlého tvaru s maximální délkou 74 km a to od severu k jihu a šířkou 33 km (západ- východ). Území je převážně tvořeno rozsáhlou pahorkatinou v jejímž středu se nachází Českobudějovická pánev, která na jihovýchodě území postupně přechází v Novohradské hory. Severní část území je zvlněná a jižní má podhorský charakter. Nejvyšším vrcholem je hora Vysoká v Novohradských horách (1 034 m.n.m). Naopak nejnižším položeným místem je údolí u Týna nad Vltavou, které leží v nadmořské výšce 343 m. Průměrná nadmořská výška je okolo 500 m.n.m. Převládá zde podnebí spíše chladnějšího rázu s průměrnými ročními teplotami v rozmezí 7 – 8° C. Celkový úhrn srážek činí 400 až 2 100 mm/m². Nejvíce srážek se objevuje v letním období a to celých 40 % a nejméně naopak v zimě a to 15 %. Jaro a podzim jsou z tohoto hlediska poměrně vyrovnané a činí zhruba 20% celkového úhrnu srážek na podzim a 25 % úhrnu na jaře.

Charakteristickým znakem Budějovického okresu jsou vodní plochy. V minulosti zde bylo v mokřinách vybudováno zhruba 300 rybníků z nichž asi nejznámější je Bezdrev nedaleko Hluboké nad Vltavou. Od jihu k severu je okres protnut řekou Vltavou na níž byla v minulosti vybudována přehradní nádrž Hněvkovice. Ta se stala důležitým zdrojem vody pro jadernou elektrárnu Temelín. Většina vodních toků okresu je řazena do kategorie znečištěných díky erozi, splachům a lokálnímu znečištění z obcí a to především řeka Vltava. Z hlediska kvality vody můžeme za

nejčistší řeku považovat Malši. Přítoky Vltavy jsou zde také již zmiňovaná Malše a Lužnice. Vodní dílo Římov je pak zdrojem pitné vody pro okolní města a vesnice.

Okres je tvořen z více než 53 % zemědělskou půdou, 32,2 % lesní půdou, 5,6 % vodními plochami a 1,4% zastavěnou plochou. Současné trendy v regionu však směřují k úbytku orné půdy. Toto území je využito stavební činností, zalesňováním a budováním trvalých travních porostů. Okres nemá mnoho zdrojů nerostných surovin. Nejznámější jsou grafitová naleziště u Týna nad Vltavou. Dále také písky, žáruvzdorné jíly (Zliv), rašelina. Jižní a severní část okresu je pokryta lesním porostem a to hlavně jehličnatými a smíšenými lesy. Lesy zde hrají důležitou roli jako zdroj dřeva a jsou regulátory vodního režimu.

Z historického hlediska máme doloženo nejstarší osídlení pocházející z doby bronzové. Tehdejší obyvatelstvo osidlovalo především oblast Pomalší. Byli to Slované. Nejstarší písemnost je známa o obci Doudleby z r. 1008. Doudleby zaujímaly širší území, jenž byl dříve majetkem Slavníkovců. Registrujeme zmínky o obcích Borovany, Olešnice, Něchov, Todně a Žár. Hlavní osidlovací etapa proběhla ve 13. a 14. století. Velký význam sehrálo založení města České Budějovice roku 1265, jenž založil Přemysl Otakar II.

V okrese žije dle dat o posledním sčítání lidu přibližně 182 tisíc obyvatel, což řadí Českobudějovický okres na první místo v kraji co do počtu obyvatel, a na sedmé místo v rámci celé České republiky. Největší hustota obyvatel je v oblasti České Budějovice – Rudolfov – Hluboká nad Vltavou – Zliv. Dále také v okolí Týn nad Vltavou a Trhových Svinů. Naopak nejmenší hustota obyvatel je v okolí Novohradsko, je to zapříčiněno vysídlováním obyvatelstva žijícího podél hranic, zanikly zde celé obce což snížilo počet obyvatel. Struktura osídlení není rovnoměrná, zhruba 75% obyvatel žije ve městech, v Českých Budějovicích pak žije celých 55% obyvatel okresu. Ty se staly statutárním městem. V dlouholetém časovém horizontu patří k okresům s trvale rostoucím počtem obyvatel. Průměrný věk obyvatel je 38,4 let.

Z územněsprávního pohledu se v okrese nachází 107 obcí, které mají více jak 300 částí. Je zde 9 statutárních měst. Největší obcí jsou České Budějovice, naopak nejmenší se stala obec Vlčkov, kde žije pouhých 24 obyvatel. Momentálně registrujeme 10 obcí s méně než 100 obyvateli s trvalým pobytem na území obce.

K 31. 12. 2006 je zde registrováno přes 44 700 ekonomických subjektů, z nichž je 35 tisíc fyzických, skoro 4,5 tisíce právnických osob a přibližně 1000 osob zahraničních. Nezaměstnanost v okrese byla k tomuto datu celá 4% což je v celorepublikovém průměru velice dobrý výsledek. Na míru nezaměstnanosti má příznivý vliv velmi aktivní cestovní ruch, dopravní obsluha a stupeň soukromopodnikatelské činnosti. Zvýšená nezaměstnanost se vyskytuje zejména na Novohradsku, ale i v dalších oblastech. Příčinou je špatná dopravní dostupnost. Z celkového počtu 93 tisíc ekonomicky aktivních osob je zhruba 25,5 % zaměstnáno v průmyslu, necelých 12 % v obchodu a opravách, 11,4 % ve školství a téměř 11% ve stavebním průmyslu.

Okres České Budějovice je okresem průmyslově zemědělským. Jeho hospodářská struktura tak dovoluje udržovat míru nezaměstnanosti na relativně nízké úrovni. Rozsah průmyslové činnosti je hlavně výsledkem minulého historického rozvoje. Rozvíjel se především potravinářský průmysl zahrnující hlavně výrobu piva, dále také kovodělný průmysl, výrobu tužek ve společnosti Koh- i – Noor Hardtmuth. Výrobou piva se proslavil především státní podnik Budvar. Mezi velmi rozvíjející můžeme také zařadit strojírenskou výrobu a průmysl stavebních hmot. Střediskem průmyslu je město České Budějovice.

Školská, zdravotnická, kulturní a sportovní zařízení jsou soustředěna především ve městech jako jsou České Budějovice, Týn nad Vltavou, Trhové Sviny. V okrese funguje 88 mateřských škol, 56 základních škol, 10 gymnázií, 17 středních odborných škol, 14 středních odborných učilišť a 5 vyšších odborných škol. Roku 1948 zde začala působit pedagogická fakulta, která se později stala součástí Jihočeské Univerzity, jež vznikla roku 1991. V dnešní době ji tvoří několik fakult (zemědělská, pedagogická, teologická, zdravotně sociální, biologická, ekonomická, filozofická). Na univerzitě studuje více než 6 000 studentů prezenční formy studia. Další jsou studenty i jiných forem studia. V Českých Budějovicích má také sídlo 6 ústavů Akademie věd ČR.

Tento okres patří k oblastem s vysokou intenzitou silniční i železniční dopravy. Jediným problémem je slabé propojení se zahraniční komunikační sítí, což výrazně brzdí rozvoj podnikání daného území. Problémy se zde objevují i díky nerovnoměrnosti ve vybudování silniční sítě, kde na severu je kvalitnější a hustější síť narozdíl od jihu,

kde se projevuje i vliv zahraničí. Důležitou silniční trasou je tah po komunikaci E55, jež prochází městy Dolní Dvořiště – České Budějovice – Praha. Dále pak tah přes Třeboň – České Budějovice – Plzeň a to po silnici E49. Okres je protnut i železnicí a to ve směru: České Budějovice – Praha, České Velenice – České Budějovice – Plzeň, České Budějovice – Horní Dvořiště, České Budějovice – Volary.

Kulturní zařízení nalezneme především ve větších městech. Na venkově toto místo zaplňují především knihovny pro veřejnost. Celkem je v okrese 167 knihoven zahrnující i jejich pobočky, 12 muzeí a památníků, 36 galerií. Populární je Jihočeské divadlo, Jihočeské muzeum a Alšova jihočeská galerie. Pro tělovýchovu a sport je zde k dispozici 30 koupališť a bazénů, 12 stadionů se zastřešením, 320 hřišť, 81 tělocvičen, 6 zimních stadionů a početná plejáda nejrůznějších zařízení. V okrese se uchovala i řada známých přírodních, kulturních a uměleckých památek. K asi nejznámějším a také nejnavštěvovanějším patří Červené Blato, což je velmi rozlehlé rašeliniště o celkové rozloze 331 ha. Mnoho návštěvníků můžeme vidět v Terčíně údolí nedaleko Nových Hradů, které řadíme mezi národní přírodní památky. Mezi nejvíce navštěvované památky patří pseudogotický zámek Hluboká nad Vltavou, lovecký zámek Ohrada u Hluboké nad Vltavou ve kterém se nalézá Národní zemědělské muzeum. V Nových hradech můžeme zmínit i hrad s expozicí hyalitového skla – sklo co nepropouští světlo. V okrese stojí mnoho kostelů postavených jak ve slohu gotickém, tak i barokním. V gotickém slohu byl postaven například kostel v Doudlebech, dominikánský klášter v Českých Budějovicích. Ve slohu barokním kostel Sv. panny Marie Bolestné na Dobré Vodě u Českých Budějovic nebo také kostel Nejsvětější Trojice v Trhových Svinech. Zájmu návštěvníků neujdou ani měšťanské domy v Českých Budějovicích jejichž centrum bylo vyhlášeno městskou památkovou rezervací. V řadě vesnic se dochovalo i typické selské baroko. Tím je známa hlavně obec Holešovice, jež je součástí obce Jankov. Holešovice jsou zařazeny na seznamu chráněných památek UNESCO. Další známé obce jsou Bavorovice, Malé Chrástřany, Plástovice, Munice, Mazelov, Radošovice, Vitín a Záboří. Muzeum v Českých Budějovicích pak zachycuje způsob života tohoto regionu. Jedná se především o vlastivědnou výstavu, výstavu koněspřežky a muzeum motocyklů nacházející se na Piaristickém náměstí v Českých Budějovicích. Dále vorařské muzeum v Purkarci, hornické muzeum v Rudolfově, hrací strojky

v Lišově, lidový nábytek v Žumberku, Buškův hamr v blízkosti Trhových Svinů, což je strojová kovárna poháněná vodou.

V průběhu celého roku jsou pořádány nejrůznější výstavy na Výstavišti v Českých Budějovicích z nichž asi nejznámější je Hobby jaro a podzim a světově proslulá zemědělská výstava Země živitelka. Každoročně navštíví výstavy nejrozmanitějšího zaměření více než půl milionu návštěvníků.

V minulosti se ve sledovaných ubytovacích zařízeních ubytovalo přes 160 tisíc návštěvníků ročně, z nichž 75 tisíc bylo ze zahraničí a to převážně ze SRN a Rakouska. Průměrná doba pobytu návštěvníka ze zahraničí činila 4 dny. Velmi mnoho turistů přijíždí na jednodenní návštěvy jež jsou obtížně sledovatelné. Jejich návštěvy jsou zaměřeny hlavně na město České Budějovice a centra v pohraničí. (Zdroj: Český statistický úřad, 8.2.2009)

Obr. 4

ADMINISTRATIVNÍ ROZDĚLENÍ OKRESU ČESKÉ BUDĚJOVICE - STAV K 1.1.2008



Zdroj: Český statistický úřad, 8.2.2009

4.2. Dobrá Voda u Českých Budějovic

Dobrá Voda u Českých Budějovic je malebná obec ležící nedaleko centra Českých Budějovic. Tato vzdálenost činí pouhé 4 km. Obec se rozprostírá při hranicích městské části Suché Vrbné na úpatí nízkého lesnatého pohoří oddělující budějovickou kotlinu od Třeboňské pánve. Veřejnosti je nejvíce známá díky kostelu Panny Marie Bolestné, který se stal poutním místem a každoročně se zde konají Velikonoční poutě. Neméně známý léčivý pramen, od kterého se odvíjí jméno této obce, jež během věků však pozbyl svých léčivých účinků vyvěrá na úpatí vrchu pod kostelem v blízkosti autobusové zastávky. Obcí také prochází křížová cesta vedoucí ke kapli Božího hrobu za kostelem, jež doplňuje okolí kostela. O výstavbu kostelíka se zasloužil známý barokní architekt Kilián Ignác Dientzenhofer. Ten byl již v této době architektem s titulem dvorního stavitele.

4.2.1 Historie

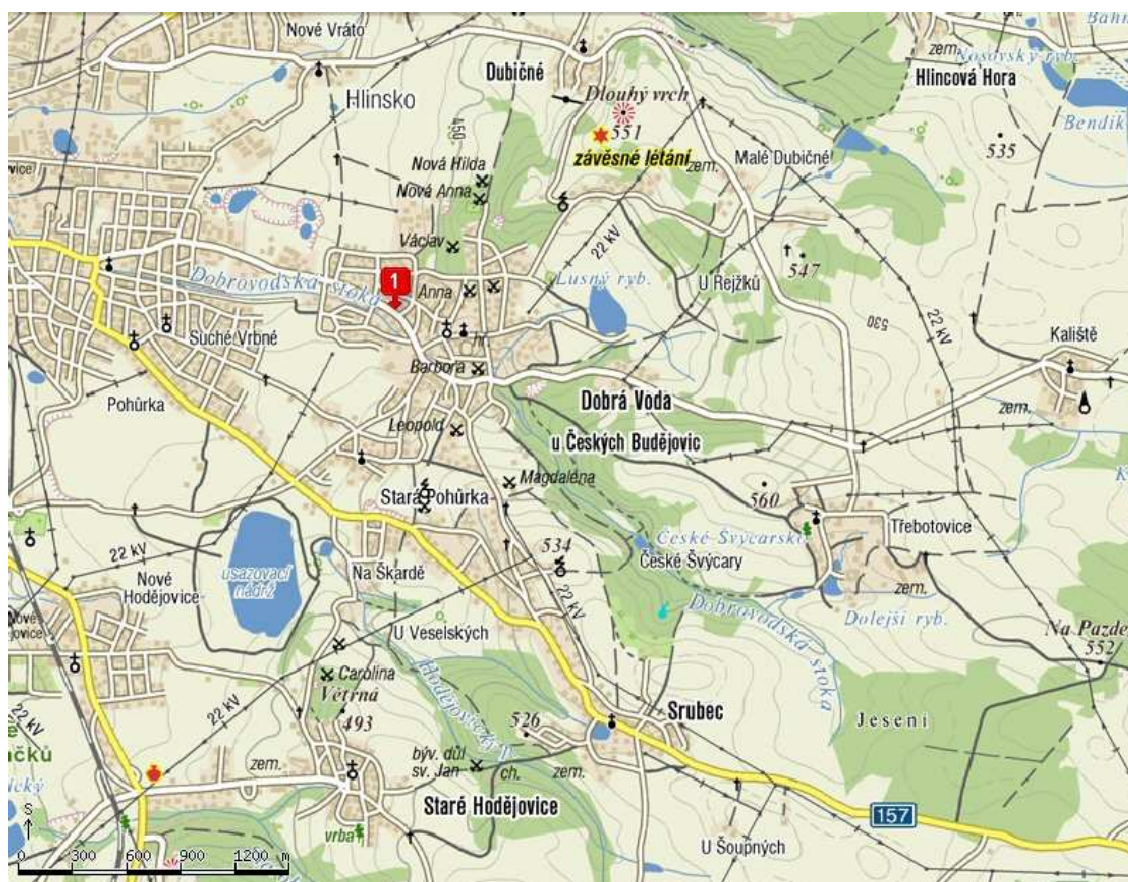
Dobrá Voda je charakteristická svojí vysoce nepravidelnou sítí ulic, ta se začala budovat již velmi pozvolna a to teprve během posledních několika století. V období středověku se v místě osídlení nenacházela žádná obydlí. Byly zde pouze polnosti, které patřily obcím Suché Vrbné, Hlinsko a Pohůrka. Na první osídlení mělo zásadní vliv dolování stříbra v druhé polovině 16. a počátkem 17. století. V roce 1555 zde byla vybudována štola Svatý Václav, později následovala díla jako Dům rakouský a Svatý Šebestián. V těchto štolách se těžilo zhruba do roku 1635, kdy se od dolování upustilo, protože výtěžek nenaplňoval očekávání. Mezitím se rozšířilo povědomí a léčivých účincích zdejšího minerálního pramene. To bylo způsobeno především vyléčením vážené ženy v roce 1629, kdy zdejší voda ulevila od nemoci ženě purkmistra Jana Kamenského z Ebenfeldu. Oba manželé zde později nechali vystavět kostelík zasvěcený Panně Marii Bolestné v letech 1630 – 1632. Kostelík postupně díky hojným návštěvám poutníků přestal dostačovat svou kapacitou a musel být tedy přestavěn. Hlavní část přestavby se uskutečnila v letech 1733 až 1735. Byl přenesen známý a uctíváný mariánský obraz ze

starší svatyně. Původní kostelík byl ovšem roku 1809 odprodán a přeměněn na byty, ty se v dnešní době nacházejí v domě s číslem popisným 5. V této době kolem kostela přibývalo domků a vzniklá osada byla označena jako “U dobrý vody“. Kolem roku 1760 se znovu započalo s dolováním zlata a stříbra a to především díky iniciativě soukromých těžařů. Dosavadní plejáda štol byla dále rozšířena o štoly Mauritius a Ondřej. Roku 1778 padla většina podílu na výnosu z těžby státu. Mělo to ovšem výhody v podobě zařazení lepšího technického vybavení a vzniku dalšího dolu Leopold. Roku 1784 sem přesídlil Horní úřad z Rudolfova. Dlouhodobě však byla těžba opět ztrátová a veškeré práce byly zastaveny okolo roku 1809. Poslední pokusy o těžbu registrujeme kolem roku 1893, jež vedly též ke krachu. Na začátku 19. století se Dobrá Voda stává vesnicí s několika desítkami domů a vlastní farností zřízené v roce 1858. Rok 1820 se stal pro Dobrou Vodu významný díky povýšení na osadu, která patřila spolu s Pohůrkou a Suchým Vrbným do svazku obce Mladého. Později došlo k přidružení obcí Srubec, Třebotovice, Kaliště a Hlinsko. Byla zde založena škola, které se stala díky jejímu strategickému umístění silně navštěvovanou. V tu dobu byla ještě dvojjazyčná a vyučovalo se v ní jak německy, tak i česky. Tento stav byl zrušen zákonem z roku 1868, který nařizoval rozdělení dvojjazyčných škol. Česká škola musela být přeložena do sousedních Třebotovic a německá zůstala na původním místě. O pozdější založení samostatné české školy se zasloužil dobrovodský farář František Zachar, který sepsal žádost, jež byla zaslána zemské školní radě. V tomto období bylo také zrušeno poddanství ke královskému městu a Dobrá Voda se stává součástí obce Mladé, od níž se jí podařilo osamostatnit až na počátku dvacátého století. Obec se stala vyhledávaným výletním místem pro budějovické občany. Začala výstavba nových vil, které si v obci nechali zařídit zámožní občané. Velká většina obyvatel byla původně německá. Lidé se postupem času počestřovali a během několika desítek let se stala Dobrá Voda obcí plně počestřenou. S počátkem roku 1952 byla obec připojena ke Českým Budějovicím. Svou samostatnost si opět získala 24. listopadu 1990. (Zdroj: <http://www.dobravodaucb.cz>, 21.3.2009)

4.2.2 Geografické vymezení obce

Obec Dobrá Voda se nachází nedaleko centra Českých Budějovic v nadmořské výšce kolísající zhruba kolem 450 m.n.m. Krajina svým rázem připomíná nižší lesnaté pohoří. Obec se rozprostírá na ploše o katastrální výměře 1,54 km². Sousedí s obcemi Třebotovice a Kaliště na východě, s obcemi Hlinsko a Dusičné na severu, na jihu se nachází Stará Pohůrka a západním směrem městská část Českých Budějovic Suché Vrbné. Nedaleko obce se rozkládají tzv. České Švajcý neboli České Švýcarsko. Možnost koupání zajišťuje Lusný rybník o ploše necelé 2 ha, který doplňuje malebný ráz krajiny a voda z něj je odváděna do Dobrovodské stoky, jež protíná celou obec. Celá oblast je poměrně silně poddolována štolami se jmény jako jsou Václav, Anna, Barbora, Magdaléna či Leopold.

Obr. 5 – Dobrá Voda u Českých Budějovic



Zdroj: <http://www.mapy.cz>, 21.3.2009

4.2.3 Demografické vymezení Dobré Vody

Obyvatelstvo obce je tvořeno především lidmi ve věku 15 až 64 let. V obci se v roce 2007 narodilo zhruba o 41 osob méně než zemřelo, což předestírá o relativně vysokém věkovém průměru obce který činí 44 let což je zhruba o 4 roky vyšší průměrný věk než je průměr pro jihočeský kraj a o 6 let více než je průměr pro okres České Budějovice. Ovšem i přes to je trend růstu počtu obyvatel stoupající a to především díky nové výstavbě rodinných domů v obci. K 31.12.2007 zde žilo 2369 osob. Žen bylo o 140 více než mužů. Míra nezaměstnanosti se v roce 2007 dostala na 3 %, což je relativně dobrý výsledek jak v rámci okresu, tak i kraje. (Zdroj: Český statistický úřad, 8.2.2009)

4.2.4 Hospodářská charakteristika

4.2.4.1 Ekonomika

Ekonomické subjekty jsou zde vázány především na vyšší sídelní celky, jež jsou zdrojem pracovní síly a poptávky. V této oblasti jsou to zejména České Budějovice. V obci se nachází ke dni 31.12.2007 celkem 590 ekonomických subjektů. Z toho největší podíl má oblast obchodu, do které spadá 218 subjektů. Dalším v pořadí lze zmínit průmysl ve kterém podniká 86 ekonomických subjektů. Stavebnictví se umístilo na čtvrtém místě s celkovým počtem 68. Nejmenší počet podnikatelů je aktivních v zemědělství a to 11 subjektů.

(Zdroj: Český statistický úřad, 8.2.2009)

4.2.4.2 Infrastruktura

A .Doprava

Obec je poměrně snadno dostupná prostřednictvím linky MHD č. 19, která jezdí poměrně často a tak zajišťuje dostatečně kvalitní spojení místního obyvatelstva s okresním městem

4.2.5 Analýza cestovního ruchu

4.2.5.1 Pamětihodnosti

Jako významnou pamětihodnost této obce lze uvést zejména kostel Panny Marie Bolestné nacházející se na vrchu v obci. Je to vrcholně barokní stavba z let 1733 – 1735. Kostel byl vystavěn Kiliánem Ignácem Dientzenhoferem a o freskovou výzdobu se zasloužil Václav Vavřínek Reiner. Okolím kostela vede křížová cesta, která byla zřízena v letech 1837 – 1839. Ta byla několikrát obnovena, nejnovější úprava proběhla v roce 1996 kdy byla osazena moderněji pojatými obrazy od Renaty Štolbové. Pod vrchem vytéká dříve léčivý pramen na kterém byla vybudována kaplička v nynější podobě z roku 1830.

Program bohoslužeb:

Čtvrtek: 16:30 hod - modlitba růžence, 17:00 hod - mše svatá

Sobota: 8:30 hod - mše svatá

Neděle: 10:30 - mše svatá

Přesný pořad bohoslužeb a za koho jsou slouženy je možné zjistit na nástěnce před kostelem.

Dále je zde stará a nová fara. Stará je barokní stavbou z poslední čtvrtiny 18. století a v dnešní době je využívána jako domov pro vysloužilé kněze. Nová fara je secesní z roku 1911.

Za zmínku také stojí stará škola z roku 1789 jež se nachází naproti prameni. Do roku 1945 zde měla sídlo německá škola. V dnešní době funguje jako penzion „U Mariánského Pramene.

Obec je také proslulá dvěma památníky a to pomníkem padlým v 1. světové válce z roku 1920, který vytvořil místní sochař Edwin Schopenhauer. Druhým památníkem je pomník obětem nacismu z roku 1946. Edwin Schopenhauer se též zasloužil o výstavbu portálu štoly sv. Barbora (Šebestián).

Nedaleko obce se nachází velmi významná přírodní památka České Švýcarsko neboli Švajcy. Je to lesnaté údolí s turistickou stezkou, která se táhne od Dobré Vody až po Třebotovice na jihovýchodě. Kdysi v minulosti zde byly vodní nádrže, které zásobovaly vodou místa s těžbou. Voda byla totiž životně důležitým zdrojem pohonu pro místní stroje.

Pro návštěvníka cestovního ruchu lze vřele doporučit tradiční pouť, která se koná vždy v období velikonočních svátků, či nedávno vybudovanou letní plovárnu.

4.3 Trocnov

Obec Trocnov najdeme přibližně ve vzdálenosti 14,5 km jihovýchodně od Dobré Vody u Českých Budějovic. S tímto místem ovšem není svázána historie Žižkova rodiště, jak se většina lidí doposud domnívá. Rodiště leží 2 kilometry jižně od této malebné vísky.

4.3.1 Historie

Trocnov se pyšnil až do roku 1949 jménem Záluží. Počátkem 80. let 14. století tato obec náležela panství Rožmberků, jež patřilo pod Český Krumlov. Další zmínku o této osadě registrujeme z roku 1409 v rožmberské popravčí knize, kde stojí, že nedaleko Záluží byl zavražděn Václav Pitrúch a vrah spáchal i zločin cizoložství s jeho ženou. Později vesnička, která v té době měla osm poddanských usedlostí připadla českokrumlovskému arciděkanství. V letech 1850 až 1923 bylo Záluží osadou náležící obci Radostice, následně došlo k osamostatnění a po druhé světové válce bylo přejmenováno na Trocnov. Roku 1909 tamější obyvatelé postavili kapli sv. Jana Nepomuckého, která tak s pár poměrně pěknými usedlostmi utváří dokonalý celek. Od této doby se vesnice začala postupně rozrůstat směrem k vlakovému nádraží (v té době pouze zastávka). Ta bylo otevřena v pozdním létě roku 1898 na trati mezi Českými Budějovicemi a Gmündem pod názvem „Záluží-Ledenice“. V roce 1914 došlo ke konstrukci nádražní budovy a dvoukolejky. Roku 1975 dochází ke spojení s obcí

Borovany. Na přelomu devatenáctého a dvacátého století se počet obyvatel pohyboval okolo 130. Byla tu v té době pouze jedna venkovská krčma a místní kovárna.

4.3.2 Geografické vymezení Trocnova

Malebná vesnička se nachází nedaleko obce Borovany v nadmořské výšce okolo 520 m.n.m. Obec je obklopena poli a loukami využívané zejména pro zemědělskou činnost. Nedaleko obce se táhne železniční trať vedoucí do Rakouska. Směrem na východ od Trocnova můžeme nalézt obec Radostice, pod kterou v minulosti Trocnov spadal. V dnešní době již obě obce patří pod Borovany. Jihozápadně od obce se rozprostírá o něco větší vesnice se jménem Strážkovice a jižním směrem narazíme na rodiště věhlasného husitského vojevůdce Jana Žižky z Trocnova, jež je vyhledávaným cílem cestovního ruchu.

Obr. 6 - Borovany



Zdroj: <http://www.mapy.cz> , 21.3.2009

4.3.3 Demografické vymezení

Samostatné demografické údaje nebylo možné zjistit z důvodu jejich zahrnutí pod obec Borovany, proto budou zahrnuty v demografickém vymezení Borovan.

4.3.4 Hospodářská charakteristika

4.3.4.1 Infrastruktura

A .Doprava

Obec je poměrně snadno dostupná prostřednictvím silniční i železniční dopravy. Vlakově se lze na toto místo dostat poměrně častým přímým spojem z vlakového nádraží v Českých Budějovicích, protože nedaleko obce se nachází železniční zastávka, kde stávají osobní vlaky. Autobusová doprava je dostupná na lince Borovany - České Budějovice která se táhne po silnici druhé třídy číslo 156 z Českých Budějovic přes Nedabyče, Novou Ves, Strážkovice až do Trocnova.

4.3.5 Kultura a vzdělání

Kulturní a společenská centra jsou soustředěna především v mateřské obci Borovany. Za zmínku stojí především nedaleký památník rodiště Jana Žižky, jemuž se budu věnovat níže.

4.3.6 Analýza cestovního ruchu

4.3.6.1 Pamětihodnosti

Památník Jana Žižky z Trocnova se nachází zhruba 2 kilometry jižně od obce. Na tomto místě stával původní zemanský statek, který měl pouze dvě místnosti z nichž jedna sloužila jako kuchyně, ve které bylo ohniště a druhá jako obytná místnost. Vchod

byl chráněn předpražím a kolem dvorce se rozprostíral dlážděný dvůr, jenž klesal směrem k rybníku, kde se vyjímá v současné době krásná louka. Žižka se narodil okolo roku 1360 v jednom ze dvou dvorců v chudé zemanské rodině Řehoře Žižky, který měl ve svém erbu raka. Na místě, kde se narodil stával v té době dub, jež byl na sklonku 17. a 18.století poražen. Do roku 1867 se tomto místě tyčila kaplička Jana Křtitele, kterou vystřídal opracovaný **Žižkův kámen**, což je skupina balvanů, které zde dali usadit Shwarzenberkové. Pro zajímavost lze zmínit, že na objevení Žižkova dvorce se podílel krtek který roku 1956 omylem vyhrabal kusy uhlíků a střepy nádob. Toho se briskně ujal archeolog dr. Antonín Hejna, pro kterého to bylo jasným signálem, že zde v minulosti muselo stát nějaké stavení.

V areálu památníku můžeme také navštívit **Muzeum husitského hnutí**, které nabízí nejrůznější zajímavosti, jak ze života Žižky, tak i husitství. Velmi impozantní je výstava dobových zbraní. Otevřeno je úterý do neděle od 9 do 17.00 hodin. Vstupné činí 30 Kč pro dospělé a 15 Kč pro děti. Areál nabízí možnosti využití průvodce, místního rybolovu na denní povolenky, pořádání akcí s hudebním doprovodem a občerstvení.

Obr. 7 – mapka areálu památníku Jana Žižky



Zdroj: <http://www.pamatnikjz.cz>, 21.3.2009

4.4 Ledenice

Městys Ledenice se rozkládá přibližně 12 kilometrů jihovýchodně od Českých Budějovic. Obci náleží osady Růžov, Ohrazení, Ohrazeníčko, Zaliny a Zborov nacházející se nedaleko. Městysem se obec stala 9.10.2007 převzetím dekretu v poslanecké sněmovně. Ledenice jsou proslulé především výrobou nábytku od roku 1830 a je po právu nazýváno „Ledenice – městečko truhlářských mistrů“. Z významných rodáků je nutné zmínit i profesora Josefa Stejskala, dramaturga a šéfa činohry Jihočeského divadla, který byl za 2. světové války zatčen a popraven gestapem. O rozvoj obce se zasloužil i páter František Kroihera, který založil místní kampeličku a svého uznání docílil i jako spisovatel a národohospodář.

4.4.1 Historie

Počátky osídlení této obce datujeme již od 8. a 9. století. Z této doby pochází mohylové pohřebiště na Vápenickém kopci, které se nachází přibližně 1,7 kilometru jižně od Ledenic. V polovině 13. století zde byla založena tvrz Landštejn. Tuto tvrz již připomíná pouze několik usedlostí v části obce „Hrad“. Původní osada byla součástí majetku rodu Vítkovů. Městečkem se Ledenice staly roku 1398 a do znaku jim byla vložena stříbrná růže, kterou můžeme najít též na erbu pánů z Landštejna. Počátkem 15. století se staly součástí treboňského panství a od Rožmberků se jim podařilo získat výsadu vařit pivo. Roku 1611 zdědil panství rok Švamberků. Život obyvatel byl silně poznamenán konfiskací majetku po potlačení stavovského povstání a během třicetileté války. Do konce 18. století si tak Ledenice držely středověký rozsah, kdy začal velký stavební rozvoj v obci. Od roku 1904 se v Ledenicích objevují první plynové lampy a elektřina až v roce 1924.

4.4.2 Geografické vymezení Ledenic

Na Ledenice narazíme přibližně 8,7 kilometru jihovýchodně od Dobré Vody a zhruba 5 kilometrů severovýchodně od Trocnova v nadmořské výšce 515 m.n.m.

Městys se rozprostírá na ploše o výměře 3 456 ha z čehož největší plochu zaujímá zemědělská půda, jež tvoří úctyhodných 1 929 ha. Zastavěné plochy činí podle nejnovějších zveřejněných údajů statistického úřadu k 31.12.2007 37 ha půdy. Ledenice se nacházejí v kraji rybníků. Nedaleko můžeme nalézt Vlkovický rybník nebo rybník Výskok. Celý ráz krajiny je doplňován rozsáhlými smíšenými lesy zejména východně od obce. Nejvyšším vrcholem je Vápenice s nadmořskou výškou 542 metrů. Podloží Ledenic je tvořeno zejména keramickou hlínou a křemelinou, která je málo vhodná pro zemědělství, protože v období sucha půda rychle ztvdne a tvoří nepropustný škraloup a naopak v období dešťů pole nesají vodu a rozbahňují se.

4.4.3 Demografické vymezení

Počet obyvatel je udáván o celkovém počtu 2 284. Nejvíce občanů je ve věku mezi 15 až 64 lety. Naopak nejméně registrujeme obyvatele nad 65 let věku. Míra nezaměstnanosti obce je stejná jako míra nezaměstnanosti okresu a to 3,4%.

4.4.4 Hospodářská charakteristika

4.4.4.1 Ekonomika

Ke dni 31.12.2007 se v obci nachází 462 ekonomických subjektů, kde největší zastoupení má obchod se 137 subjekty. Druhé místo zaujímá průmysl s 89 subjekty a nejméně je v obci podnikatelů registrovaných v zemědělství. Významnou firmou je Lednický nábytek v.d. jež v současné době zaměstnává zhruba 70 pracovníků. Její výrobní závod je zařízen moderními technologiemi a v posledním desetiletí expeduje přibližně 80% své produkce na zahraniční trhy. (Zdroj: Český statistický úřad, 8.2.2009)

4.4.4.2 Infrastruktura

A. Doprava

Do Ledenic se dostaneme po silnici druhé třídy číslo 157 z Českých Budějovic. Jedou sem autobusy linkové dopravy ČSAD Jihotrans v pravidelných spojích 7 dní v týdnu. Ledenice leží na společné trase do Borovan. Ledenice jsou dostupné i pomocí železniční dopravy, ovšem je nutný přestup z vlaku v Borovanech na autobus do Ledenic. Cesta autobusem z Borovan do Ledenic trvá zhruba 7 minut, proto je možné si tuto zhruba 4 km dlouhou část trasy vychutnat formou procházky. S napojením Ledenic na síť MHD z Českých Budějovic přes Srubec se do budoucna nepočítá.

4.4.5 Kultura a vzdělání

V obci byla zřízena veřejná knihovna a to již v roce 1882, která nabízí služby jako je půjčování knih a časopisů, besedy a informační akce pro studenty a v neposlední řadě i internet. Knihovna je otevřena v pondělí a ve čtvrtek od 12.00 do 18.00 hodin. O kulturní akce se v obci stará místní kulturní dům v němž se konají nejrůznější druhy akcí, jako jsou plesy či veřejné zábavy. Šíření víry zajišťuje místní římskokatolická farnost, která působí v kostele svatého Vavřince, jež je pro obec velmi významným kulturním dědictvím, stejně jako kamenný pranýř z druhé poloviny 17. století. Příznivci rybaření se mohou stát členy místní organizace Českého rybářského svazu a díky tomu rybařit v okolních rybnících této organizaci náležících. Za zmínku stojí i loutkářský soubor Krajánek.

4.4.6 Analýza cestovního ruchu

4.4.6.1 Pamětihodnosti

Kostel svatého Vavřince datuje svůj vznik k roku 1300. Jedná se o raně gotickou stavbu, která má pravouhle zakončený presbytář a pouze jednu loď. Součástí

kostela je kamenná křtitelnice s rožmberským erbem z 16. století. Tento kostel díky své věži dodává Ledenicím impozantní vzhled. Věž kostela byla přistavěna roku 1872 v barokním slohu naopak oba boční oltáře jsou rokokové. Duchovní odkaz doplňuje významné dílo **Oplakávání Krista** neznámého mistra z Ledenic. Dřevěná kopie se dnes vyjímá v Alšově jihočeské galerii v Hluboké nad Vltavou. Na zahradě u lednické školy nalezneme **kamenný pranýř** pocházející z období baroka. Během návštěvy Ledenic je dobré navštívit místní muzea, ke kterým řadíme zejména **Muzeum vojenských historických a válečných vozidel** a virtuální **Truhlářské muzeum** dostupné z <http://ledenice-nabytek.domovina.cz>. Muzeum vozidel je otevřeno denně od 9.00 do 17.00 hodin. Nedaleko městečka se ukrývá **Mohylové pohřebiště** na Vápenickém kopci, které bylo objeveno při výstavbě nové silnice směrem na Borovany.

(Zdroj: <http://www.ledenice.cz>, 21.3.2009)

4.5 Borovany

Město Borovany se již zdálo vyjímá na návrší nad říčkou Stropnicí v kraji plném borových lesů a rybníků. Jsou známé především slavnými rodáky jako byl archivář a historik Theodor Wagner, operní pěvec Václav Havelka či autorka knih pro děti a mládež Stanislava Kautmanová. Ze současných obyvatel Borovan a hvězd českého sportu můžeme zmínit i krasobruslaře Tomáše Vernera. Roku 1973 obdržely statut města, jímž se pyšní dodnes. Město proslulo tradičním borůvkobraním, které se koná každý rok v červenci, jehož se účastní jedlíci borůvkových knedlíků a soutěží mezi sebou kdo jich sní více. Borovany jsou součástí mikroregionu Sdružení růže.

4.5.1 Historie

První zmínku o obci nacházíme již v písemnostech z roku 1186 o vyměřování hranic majetku pro klášter ve Zwettlu, kterého se zúčastnilo několik místních obyvatel. Na konci 13. století byly v držení rodu Vítkovů a později se ve vládnutí nad obcí vystřídal několik šlechticů. Nejvýznamnějším byl Petr z Lindy, jež zde založil kolem roku 1455 augustiniánský klášter. Ten byl pod ochranou Rožmberků, ale díky špatnému

hospodaření ho musel Vilém z Rožmberka roku 1564 zrušit. Kolem roku 1578 bylo městečko povýšeno na městys a získalo svůj vlastní znak. Po vymření Rožmberků padlo město do rukou Švamberkům, ale pouze na 9 let. Díky účasti ve stavovském povstání byl zdejší majetek zkonfiskován a Borovany připadly císaři a později místnímu klášteru obnovenému v roce 1630. Samostatnou obcí se Borovany opět stávají roku 1850. Rozvoj městečka nadále pokračoval především díky zřízení železnice roku 1869. Počátkem 20. století prosluly především těžbou křemeliny, kterou později převzala firma Calofrig, jež zde působí i v současnosti.

(Zdroj: <http://www.borovany-cb.cz/html/prezentace/bvcase/intime.htm>, 28.2.2009)

4.5.2 Geografické vymezení Borovan

Borovany se nacházejí 17 kilometrů jihovýchodně od Českých Budějovic a 8 km severně od Trhových Svinů v nadmořské výšce okolo 522 m. Město se rozkládá na celkové ploše 4233 ha a skládá se ze 7 územně technický jednotek. Řadíme mezi ně Vrcov, Dvorec, Třebeč, Radostice, Trocnov a Hlubokou u Borovan. Celkový ráz krajiny je tvořen převážně borovými lesy, ornou půdou a rybníky. Je to ideální místo pro plánování výletů, ať už pěších nebo cyklistických, koupání, rybaření, navštěvování kulturních a historických památek, či podnikání rozmanitých volnočasových aktivit. (Zdroj: Český statistický úřad, 8.2.2009)

4.5.3 Demografické vymezení

Celkový počet obyvatel k 1.1.2008 je 3815 z nichž 2952 je v produktivním věku. Průměrný věk je 37 let. Nejvíce přibývá obyvatel v samotných Borovanech. V ostatních osadách však v minulosti docházelo k jeho úbytku. Nezaměstnanost Borovan je na trvale nízké úrovni a pohybovala se v rozmezí 3 – 3,9 %. (Zdroj: Český statistický úřad, 8.2.2009)

4.5.4 Hospodářská charakteristika

4.5.4.1. Ekonomika

V Borovanech je registrováno celkem 702 ekonomických subjektů, z nichž nejvíce podniká v oblasti obchodu, prodeje spotřebního zboží a pohostinství, což činí celkem 320 subjektů. Lidé jsou zde nejčastěji zaměstnáni ve stavebnictví a průmyslu. Co se týče právní formy podnikání, tak převládá počet živnostníků nad ostatními právními formami a to 537. (Zdroj: Český statistický úřad, 8.2.2009)

4.5.4.2 Infrastruktura

A. Doprava

Do Borovan se lze dopravit automobilem, autobusem či vlakem. Autobusy jezdí z Český Budějovic denně a to přibližně v intervalu jedné hodiny. Trasa prochází přes Srubec a Ledenice, kde se cena pohybuje v rozmezí 20 – 24 Kč podle toho, zda autobus v místě končí, nebo pokračuje dále do měst jako jsou Třeboň, Suchdol nad Lužnicí, Jílovice či Trhové Sviny. Vlakové spojení je dostupné na přímé lince České Budějovice – Borovany – Nové Hrady a to v základní ceně 34 Kč. Vlaky jezdí v intervalu dvou hodin a doplňují tak spolehlivě autobusovou dopravu. (Zdroj: <http://www.idos.cz> , 21.3.2009)

4.5.5 Analýza cestovního ruchu

4.5.5.1 Pamětihodnosti

V Borovanech lze navštívit bývalý klášter augustiniánů – nachází se zde **Klášterní muzeum**. Můžeme zde shlédnout expozice dějin kláštera či poutních míst v regionu. Je zde zahrnuta prohlídka kostela Navštívení Panny Marie, kaple Panny Marie Karmelské či rajského dvora kláštera s odborným výkladem.

Otevřeno je Út – Ne: 9 - 17 hod, červenec – srpen

Září – říjen, květen – červen: po telefonické domluvě s průvodcem

Vstupné 40 Kč, studenti, ZTP a děti 50% sleva

e-mail: kultura@borovany-cb.cz, Tel.: +420 387 001 351

Park exotický zvířat nacházející se v obci Dvorec u Borovan je malá soukromá zoologická zahrada, kde si lze prohlédnout tygry, lvy, primáty, kopytníky a další zvířata. Návštěva této atrakce je jistě zajímavá pro celou rodinu. Je zde také možnost občerstvení „U krokodýla“ Bližší informace lze získat na adrese <http://www.zoodvorec.cz>. Tel.: +420 732 212 159

Park je otevřen: květen - srpen: Po-Ne 9 – 18 hod.

září - říjen : Po – Ne 9 – 17 hod.

V **Soukromém pohraničním skanzenu** nacházejícím se na samotě za tratí a to přibližně 1 km západně od Borovan, lze najít zajímavosti jako je originální drátěný zátaras se signální stěnou a drátěným pásem na zajišťování stop, hraniční mezníky, strážní věž, protitankové zátarasy a další exponáty. Občerstvení je k dispozici „U vlčáka“. Více informací naleznete na <http://www.volny.cz/spsb>. Kontaktní osobou je pan Marek.

Otevřeno je: červenec – srpen: 9 – 18 hod.

listopad - červen: 9 – 17 hod.

Na informačním centru v Borovanech mohou milovníci suvenýrů získat razítko pohádkového kancléře kapra Jakuba, turistickou známku č. 924 – klášter Borovany, pohledy, turistické mapy či publikace.

5 TERÉNNÍ ŠETŘENÍ

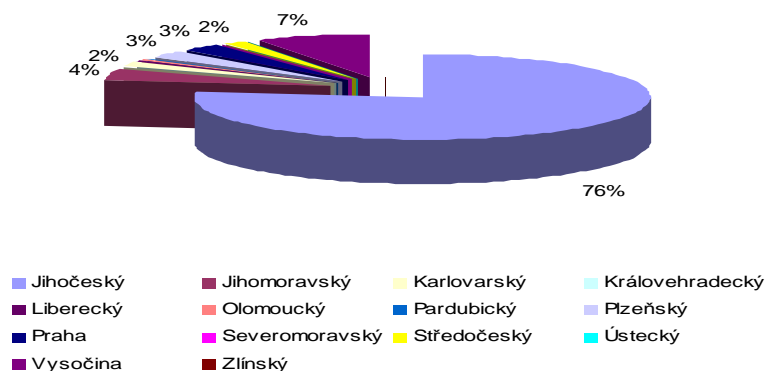
5.1 Příprava a realizace terénního šetření

Terénní šetření bylo provedeno v okolí Českých Budějovic na náhodné skupině respondentů. Využito bylo dotazníku jako výzkumného nástroje. Důvodem jeho použití byla nízká nákladovost a dobrá vypovídací schopnost, protože dotazování bylo provedeno na skupině osob starších osmnácti let, kteří by již měli mít s cestováním nějaké zkušenosti. Dotazník se skládá z 22 uzavřených otázek až na výjimky polytomického charakteru, které byly rozděleny do třech skupin. První skupina se týkala všeobecného zájmu respondenta o cestovní ruch, v dalším oddílu bylo složení otázek zaměřeno na problematiku mnou vybrané oblasti Dobré Vody u Českých Budějovic, Trocnova a okolí. Poslední skupina zahrnovala všeobecné otázky týkající se osobních údajů. Bylo dotazováno celkem 200 respondentů metodou řízených rozhovorů. Před samotným výzkumem jsem provedl nezbytný předvýzkum, který měl za cíl odhalit případné nedostatky dotazovacího nástroje a provést korekce. Byl sledován stav cestovního ruchu ve vybrané oblasti pohledem návštěvníků.

5.2 Vyhodnocení terénního šetření

Z 200 respondentů ochotně podalo své odpovědi celkem 176 respondentů, z čehož plyne, že 24 osob odmítlo, což odpovídá 12% míře odmítnutí. Mezi dotazované osoby patřilo 59 % žen a 41 % mužů, což vyplývá z grafu 15. v příloze. Veškeré grafy pocházejí ze zdrojů vlastního šetření.

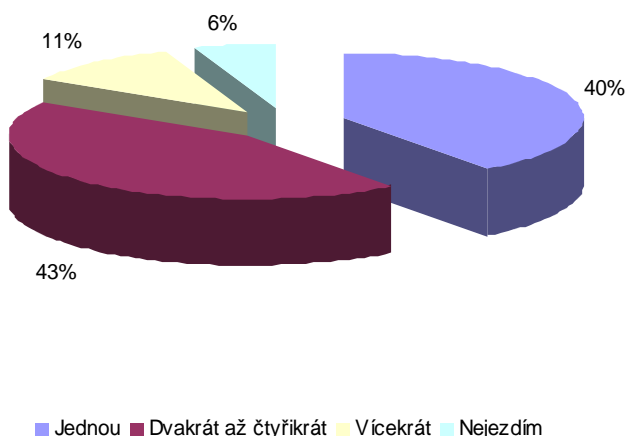
Graf 1. Kraj z něhož přijeli respondenti



Nejvíce respondentů dorazilo dle provedeného průzkumu z Jihočeského kraje, naopak nikdo nepřišel z krajů jako je Královehradecký,

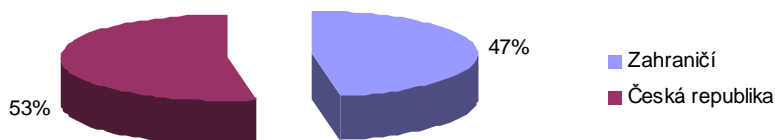
Severomoravský, Ústecký a Zlínský. Kraje které se podílejí méně jak dvěmi procenty nemají procentuální popisek z důvodu přehlednosti grafu.

Graf 2. Kolikrát za rok jezdíte na dovolenou, která trvá minimálně 3 dny?



Bylo zjištěno, že respondenti jezdí na dovolenou nejvíce dvakrát až čtyřikrát ročně. Naopak potěšující je, že pouze 6 % osob na dovolené každoročně nejezdí.

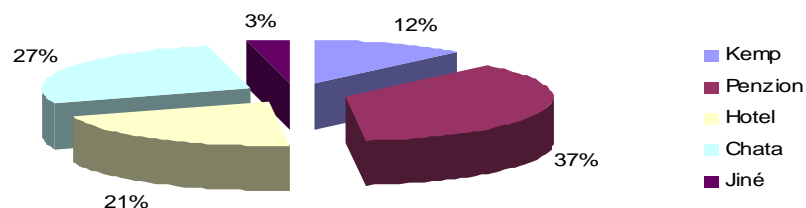
Graf 3. Upřednostňovaný cíl dovolené



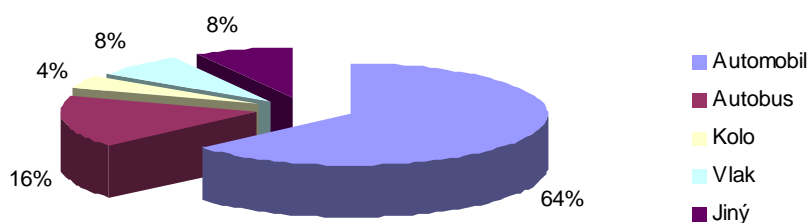
Více jak polovina dotazovaných uvedla jako nejčastější cíl své dovolené Českou republiku. Nejvíce osob dává přednost jako formě ubytování penzionům a to celkem 37 % respondentů. Naopak nejméně kladných odpovědí získala odpověď jiné, kde dotazovaní měli na mysli především ubytování u přátel spojeným s jejich návštěvou viz Graf 4. Jako nejoblíbenější dopravní prostředek sloužící pro cestu do místa pobytu byl

zmiňován automobil a to v 64 % případů. Naopak nejméně rádi se lidé přepravují do místa trávení své dovolené na kole. Pod položkou jiné se umístilo na prvním místě letadlo viz Graf 5.

Graf 4. Upřednostňovaný druh ubytování

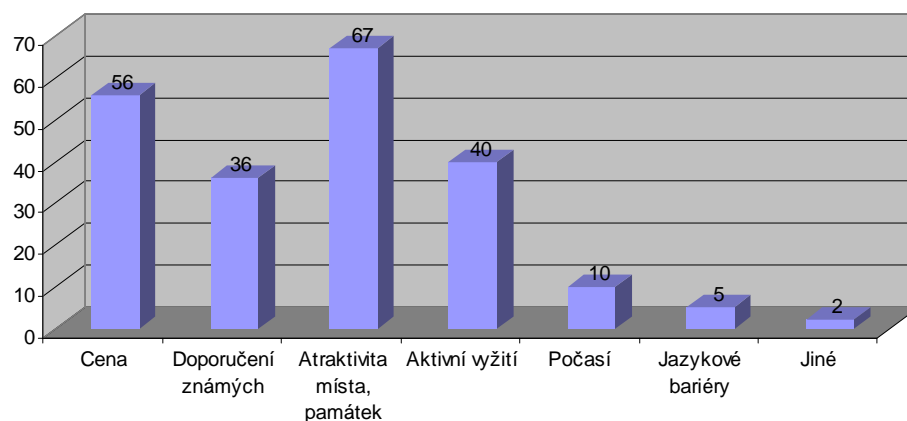


Graf 5. Dopravní prostředek, jímž se nejradyji dopravují respondenti na dovolenou



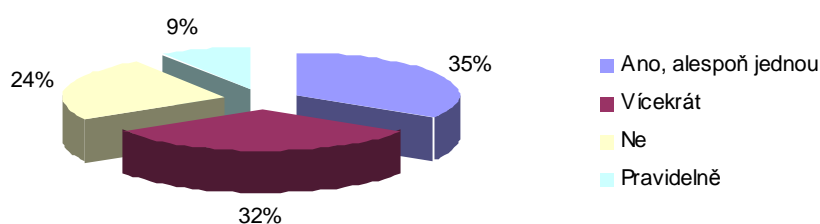
Při výběru dovolené byli respondenti nejvíce ovlivněni atraktivitou místa a památek, na které se shodlo celkem 67 osob. Pro dotazované je bezesporu velmi důležitá cena a aktivní vyžití v místě pobytu. Naopak pouze 5 osob odpovědělo, že pro ně představují překážku jazykové bariéry při pobytu v zahraničí.

Graf 6. Co Vás ovlivňuje při výběru dovolené?

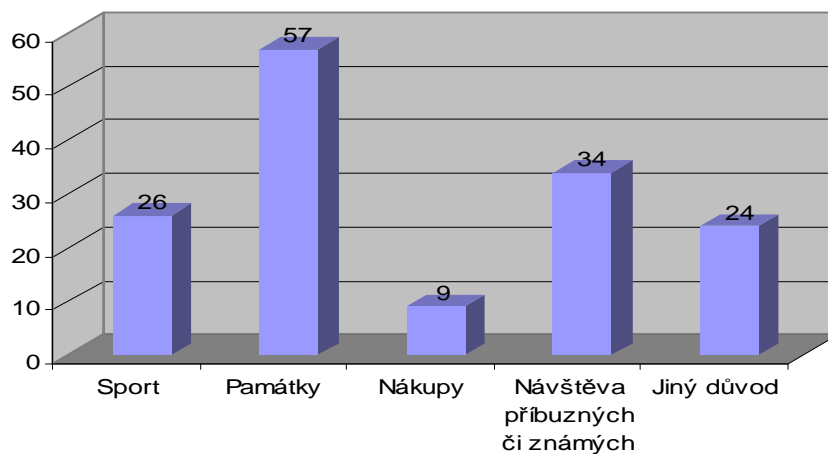


Ze 176 respondentů navštívilo cílovou oblast celkem 133 dotazovaných, což odpovídá přibližně 75,6 % všech dotázaných. Důvodem návštěvy byly nejčastěji pamětihodnosti, návštěvy příbuzných či známých, ale i sport nebo jiné důvody ve kterých převládala odpověď, že respondenti jsou v oblasti zaměstnání viz Graf 7. a Graf 8.

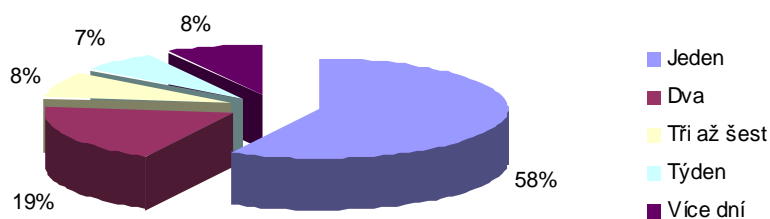
Graf 7. Navštívili jste lokalitu Dobré Vody, Trocnova a okolí?



Graf 8. Důvod návštěvy vybrané lokality

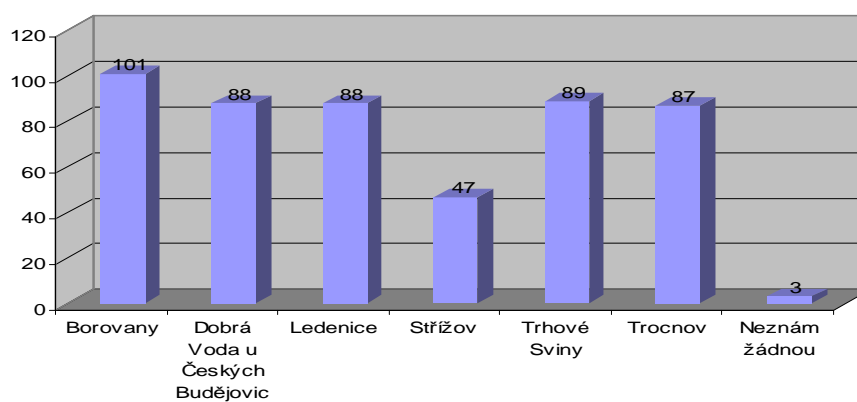


Graf 9. Počet dní strávených v oblasti



Návštěvníci stráví v oblasti zpravidla jeden den, popřípadě dva. Více jak tři dny zde tráví okolo 21% návštěvníků. (Graf 9.)

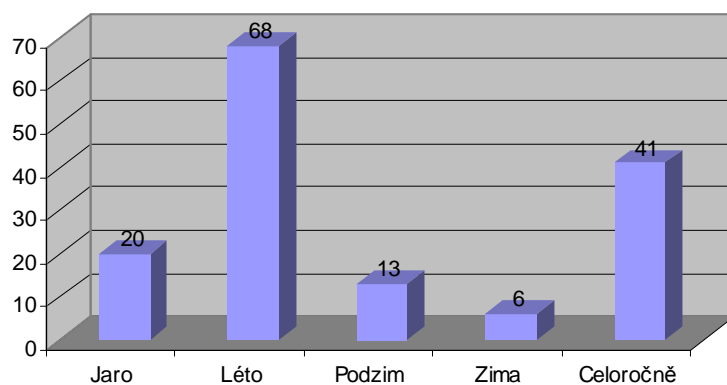
Graf 10. Známost měst a obcí ve vybrané oblasti



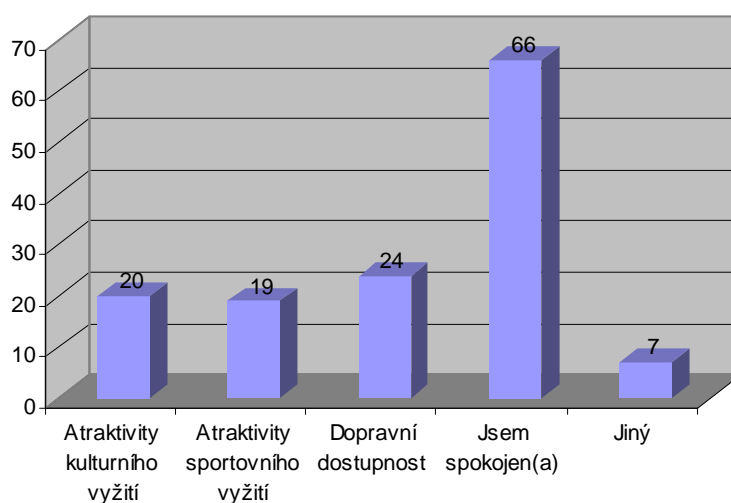
Pro mnou vybrané respondenty se staly nejvíce známé Borovany. Tuto možnost zatrhl celkem 101 dotazovaných. Velké popularitě se také těší Trocnov, Dobrá Voda u Českých Budějovic, Ledenice a Trhové Sviny, jež zatrhl 87-89 respondentů, což vyplývá z grafu níže. Nejméně známým byla nejstarší obec Doudlebska - Střížov.

Největším potenciálem rozvoje oblasti se stalo léto. Tento názor zastává 68 respondentů. Dostatečný počet lidí si také myslí, že lokalita má svůj potenciál nejen v létě, ale celoročně.

Graf 11. Období největšího potenciálu cestovního ruchu v oblasti

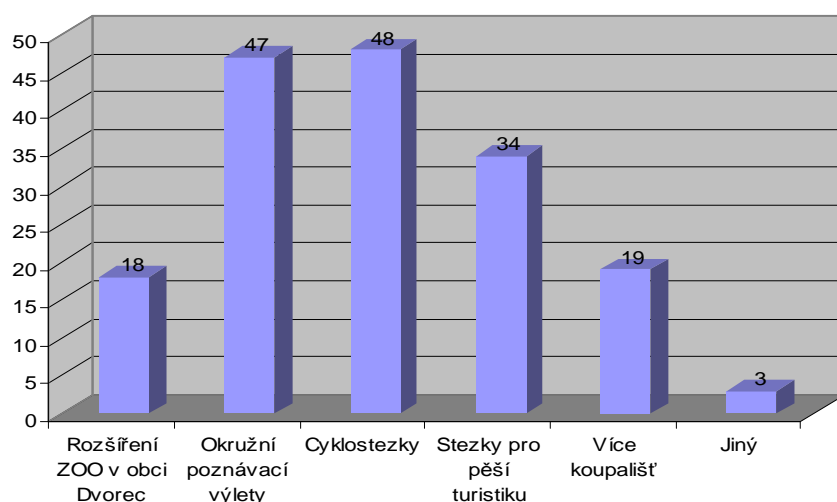


Graf 12. Nedostatky oblasti z pohledu respondentů

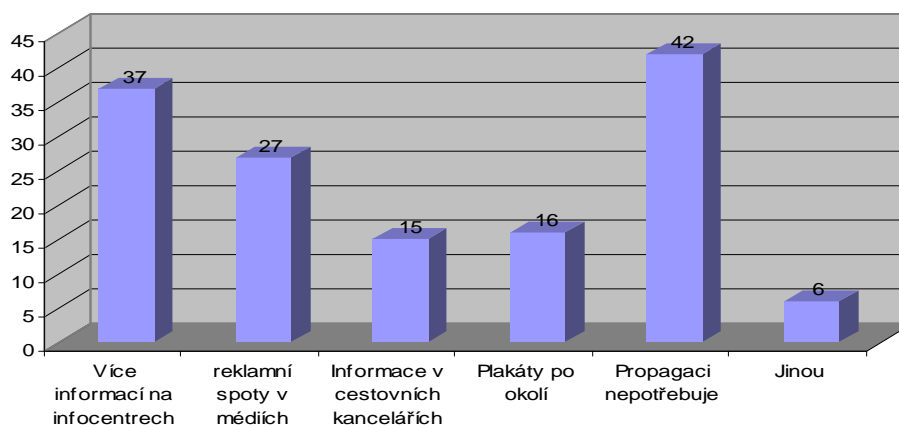


Jako hlavní nedostatek Dobré Vody, Trocnova a okolí spatřují návštěvníci v nedostatečné dopravní dostupnosti. Chybí jim mimo jiné i atraktivita kulturního a sportovního vyžití. Avšak největší skupinu tvoří osoby spokojené. Těch bylo celkem 66 viz Graf 12. K návštěvě lokality by turistu nejspíše přesvědčilo větší množství cyklostezek a okružních poznávacích výletů. O něco méně se respondenti zajímali o stezky pro pěší turistiku. Za zmínku stojí i možnost vybudování dalších koupališť či rozšíření ZOO v obci Dvorec u Borovan, jež je patrné z grafu 13.

Graf 13. Co by respondentů přesvědčilo k návštěvě lokality



Graf 14. Jakým způsobem by potřebovala lokalita propagovat



K úspěšnému způsobu prezentace destinace by podle respondentů mohlo přispět více informací v infocentrech. Myslí si to přesně 37 osob. Jistou část zviditelnění by

také mohly splnit reklamní spoty v médiích. Tuto možnost zahrlo 27 dotazovaných. Zhruba stejnou hodnotu zauímají možnosti prezentace pomocí plakátů po okolí či informací v cestovních kancelářích a to okolo 15-16. Celkem 42 lidí si však domnívá, že lokalita propagaci nepotřebuje viz Graf 14.

5.3 Vyřešení hypotéz

V závěrečné fázi terénního šetření byly potvrzeny nebo vyvráceny hypotézy:

- a) Hypotéza „Turisté navštěvují destinaci za cílem poznání kulturních památek“ byla potvrzena na základě výsledků terénního šetření, ve kterém nejvíce respondentů zmínilo právě tento cíl.
- b) Hypotéza „K ubytování dává návštěvník této oblasti přednost ubytování v kempu“ byla zamítnuta, protože upřednostňovaný druh ubytování pro návštěvníka je penzion.
- c) Hypotéza „Obdobím největšího potenciálu rozvoje destinace je léto“ byla potvrzena díky poznatkům vyplývajících z dotazníkového šetření. Celkem 68 respondentů volilo toto období.

5.4 Profil návštěvníka Dobré Vody, Trocnova a okolí

Na základě zjištěných skutečností byl sestaven profil návštěvníka Dobré Vody, Trocnova a okolí. Typickým návštěvníkem lokality se stala žena ve věku 18-24 let žijící v obci do 5000 obyvatel. Dosahuje nejčastěji vzdělání středního s maturitou a nemá žádné dítě. Při volbě ubytování dává přednost penzionu a do místa trávení dovolené se nejraději dopravuje automobilem. Na dovolenou jezdí dvakrát až čtyřikrát ročně, a to nejvíce v období června až srpna. Při výběru dovolené ji nejvíce ovlivňuje atraktivita místa a cena.

Lokalitu Dobré Vody, Trocnova a okolí navštívila alespoň jednou a to po dobu jednoho či dvou dnů. Oblast navštívila nejčastěji za cílem poznávání památek. Největší

zájem projevila o Borovany, Dobrou Vodu, Ledenice a Trocnov. K další návštěvě lokality by ji přesvědčilo větší množství cyklostezek či okružních poznávacích výletů. V oblasti nejvíce postrádá existenci většího množství atraktivit sportovního a kulturního vyžití.

Typický návštěvník se domnívá, že propagaci tato oblast nepotřebuje. Jako nejlepší roční období z hlediska potenciálu rozvoje vidí léto.

6 NÁVRH INOVACE NABÍDKY A MARKETINGOVÝ MIX

6.1 Návrh inovace nabídky

Na základě informací zjištěných při terénním šetření a profilu návštěvníka lokality návštěvníci nejvíce postrádají atraktivitu sportovního a kulturního vyžití. Celá oblast je velmi ovlivněna sezónními výkyvy. Nejvíce návštěvníků ji navštíví od jara do podzimu. Domnívám se, že by bylo vhodné vytvořit například atraktivitu kulturního vyžití, kterou by návštěvník mohl navštívit i mimo toto období.

Jistou možností by pro lokalitu bylo vybudování kinokavárny, ve které by se promítalo celoročně a zejména v zimě. Nabídka filmů a pořadů by byla zaměřena mimo jiné i na filmy týkající se oblasti Dobré Vody, Trocnova a okolí. K vybudování by mohla přispět spolupráce podnikatelů působících v okolí, kteří by měli zájem na rozvoji z důvodu druhu jejich podnikání – poskytovatelé ubytovacích, stravovacích či dopravních služeb. Finanční prostředky by bylo pravděpodobně možné získat i od Sdružení růže, což je mikroregion v blízkém okolí. Některá města z mnou vybrané oblasti pod něho dokonce spadají, a proto se domnívám, že jistý zájem z jejich strany by tu měl být.

Respondenti si také stěžovali na problémy s dopravní dostupností, kvalitou silnic a pěších stezek v okolí. Tento problém by se dal vyřešit finanční podporou z regionálních operačních programů a to prioritní osy č. 1 – Modernizace regionální silniční sítě, či prioritní osy č. 3 – Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu.

Zlepšení propagace spočívá ve spolupráci s agenturou Czech Tourism, která by informovala o atraktivitě lokality a zajistila větší množství informačních tabulí po okolí a v blízkosti pamětihodností. Dalším možným způsobem propagace jsou informace v místních informačních centrech. Zejména pak v informačních centrech České Budějovice a Borovany.

6.2 Produktový balíček

Na základě získaných poznatků o potenciálním návštěvníkovi Dobré Vody, Trocnova a okolí byl vytvořen produkt „**Na kole krajem Jana Žižky**“, což je balíček produktů zahrnující cyklostezku po okolí zaměřenou na poznávání památek z dob husitství, navštívení poutních míst a samozřejmě i sportovní vyžití dostupné pro všechny věkové kategorie, zaměřené však na generaci ve věku do 24 let. Zahrnuje možnost ubytování a stravování v lokalitě a dobou trvání odpovídá dvěma dnům.

6.2.1 Detailní popis produktu

Celá trasa začíná na autobusovém nádraží v Českých Budějovicích, kde bude přistaven autokar čítající 25 míst. Bude k dispozici přívěs nezbytný pro naložení kol a zavazadel. Celá výprava se přesune na **Dobrou Vodu u Českých Budějovic**, kde bude zahájen výlet po cyklostezce. Ten začne prohlídkou křížové cesty a dobrovolné účasti na mši svaté v kostele **Panny Marie Bolestné** na Dobré Vodě u Český Budějovic, která se koná každou sobotu od 8.30 hod., možná je též prohlídka **pamětné školy, místní farnosti a kapličky s pramenem** vytékajícím nedaleko. Pro milovníky přírody je po předchozí domluvě možnost návštěvy místního kaktusáře, majitele firmy **Adenium**, zabývající se pěstováním kaktusů a sukulentů. Skleníky jsou volně přístupné po objednání návštěvy u pana Václava Kříže.

Obr. 8 – cyklostezka



Zdroj: <http://www.mapy.cz>, 20.3.2009 a vlastní tvorba

Po prohlídce se celá výprava vydá do **Zalín**, kde bude zajištěn oběd. Po společném obědě bude cesta pokračovat směrem k **Ledenicím**.

V Ledenicích budou mít návštěvníci možnost prohlednout si **kostel Sv. Vavřince, kamenný pranýř, mohylové pohřebiště a Muzeum vojenských historických a válečných vozidel**. Bude zajištěna i možnost občerstvení v případě zájmu. Po vyčerpávající trase z Ledenic čeká návštěvníky procházka po Borovanech s prohlídkou města, možnost zakoupení výborné točené zmrzliny na autobusovém nádraží a ubytování. To je zajištěno na jednu noc v **penzionu Borovanský mlýn**, kde je možnost výběru z jednolůžkových až čtyřlůžkových pokojů, které jsou vybaveny sociálními zařízeními a televizí. V penzionu bude zajištěna jedna polopenze a oběd na druhý den. Ubytovací zařízení má k dispozici zdarma kolárnu, kulečnický stůl, dětské hřiště a

hřiště pro sportovní a míčové hry. Ve večerních hodinách je možný **výlet na šlapadlech po nedalekém rybníku** nebo **rybaření**. Povolenky vydává místní správce objektu.

Druhý den ráno začne prohlídkou Borovan a cestou k **památníku Jana Žižky z Trocnova**. Bude možná i návštěva **soukromého pohraničního skanzenu** pro zájemce. U památníku účastníci stráví celé dopoledne. Oběd bude zajištěn opět v penzionu Borovanský mlýn. Odpoledne bude zasvěceno náročné cestě do **Střížova** - jedné z nejstarších obcí doudlebska, kde návštěvníci budou moci navštívit **kostel sv. Martina**, který je spojen se křtem Jana Žižky. Po občerstvení cesta pokračuje přes Borovnici, Novou Ves a Srubec až na Dobrou Vodu u Českých Budějovic, kde bude přistaven autokar na zpáteční cestu.

6.2.2 Cena

Celková cena bude zahrnovat dílčí ceny jednotlivých aktivit, které budou moci účastníci provádět v dané oblasti. Bude zohledněna i možnost volby mezi aktivitami a tedy různá cena pro jednotlivého návštěvníka. Cena balíčku je 195 Kč a vyplývá z tabulky 1.

Tabulka 1 – kalkulace produktového balíčku

Atraktivita	Plná cena (Kč)	Snížená cena (Kč)
Návštěva skleníků kaktusáře na Dobré Vodě u ČB	10	5
Muzeum vojenských historických a válečných vozidel	30	15
Památník Jana Žižky z Trocnova	30	15
Rybaření u penzionu Borovanský mlýn	50	25
Soukromý pohraniční skanzen	35	17
Klášterní muzeum	40	20
Cena celkem	195	97

Zdroj: vlastní šetření

V balíčku nejsou zahrnuty stravovací a ubytovací služby. Cena přenocování a polopenze v penzionu Borovanský mlýn činí od 595 do 645 Kč v závislosti na měsíci, v jakém budou návštěvníci v penzionu bydlet. Cena večeře je 95 Kč. Občerstvení v okolí cyklostezky jsou individuální, a proto je celková cena nezahrnuje.

6.2.3 Místo

Protože se jedná o regionální produkt, tak bude nabízen v místních informačních centrech. Zejména pak na informačním centru v Českých Budějovicích a Borovanech. Dostupnost produktu bude zajištěna i na webových stránkách města České Budějovice, Ledenic, Borovan a Dobré Vody u Českých Budějovic.

6.2.4 Propagace

Propagace bude zajištěna prostřednictvím informačních center, internetu a informací dostupných v regionálním tisku. Bude možné využít i spolupráce s agenturou Czech Tourism.

7 ZÁVĚR

Na základě práce bylo zjištěno, že cestovní ruch ve sledované oblasti je v současné době ve fázi rozvoje. Největší potenciál pro rozvoj se tak skrývá v aktivní turistice a to zejména v letním období. Bude velkým přínosem lokality, jestliže dojde k vybudování nových kulturních a sportovních atraktivit, které zcela jistě zaujmou návštěvníka cestovního ruchu bez ohledu na věk a pohlaví.

Na některých místech lokality se lidé setkávají s nedostatečnou kvalitou dopravní infrastruktury, často poničeným značením cyklistických a pěších stezek vandaly. Na základě spolupráce s agenturou CzechTourism a regionálních operačních programů – zejména osy č. 1 a 3 by bylo možné tyto nedostatky zmírnit, popřípadě zcela odstranit. Problém se však skrývá v nízké úrovni informovanosti.

Díky provedenému terénnímu šetření a profilu návštěvníka se podařilo vytvořit nový produktový balíček cestovního ruchu pod názvem „**Na kole krajem Jana Žižky**“. Tento produkt by mohl být dostupný široké veřejnosti a zaměřený na cílovou skupinu návštěvníků, kteří se zajímají o místní pamětihodnosti a aktivní vyžití. Jeho hlavní myšlenkou je spojení aktivit spojených s cykloturistikou, poznáním poutních míst nacházejících se v okolí rodiště Jana Žižky a celkovém uvolnění při cestách po malebném území Českobudějovicka.

Oblast Dobré Vody, Trocnova a okolí by mohla být propagována v místních infocentrech, regionálním tisku či na webových stránkách zainteresovaných měst a obcí, které by se také zasadily o nabídku produktů cestovního ruchu lokality. Neméně důležitý podíl na propagaci spočívá i ve spolupráci s agenturou CzechTourism.

8 SUMMARY

Based on the work, it was found, that tourism in the area is currently at the stage of development. The greatest potential for development lies in active tourism, and especially during the summer. It will be a great asset for location, if the building of new cultural and sporting attractions that will certainly take tourism visitor regardless of age and sex.

At some places of location, people are confronted with the lack of availability of quality transport, often damaged marking of bicycle and pedestrian paths by vandals. On the basis of cooperation with CzechTourism agency and regional operational programs - in particular of axis 1 and 3 would be possible to alleviate these shortcomings and, where appropriate, eliminate. The problem lies in the low levels of awareness.

Thanks to performed survey and visitor's profile was able to create a new tourism product package called „**Na kole krajem Jana Žižky**“. This product could be available to the general public and aimed at target groups of visitors, who are interested in local heritage and active life. Its main idea is to link activities related to cycling, knowledge pilgrimage places located in the vicinity of the birthplace of Jan Žižka and total relaxation in the picturesque territory of Českobudějovicko.

The area of Dobrá Voda, Trocnov and its surroundings could be promoted in the local information centers, regional press and on the website of the interested cities and municipalities, which would also start to offer products of tourism sites. Equally important contribution to the promotion is also in cooperation with the CzechTourism agency.

9 POUŽITÁ LITERATURA

1. Doležalová, J. *Tajemné stezky jižních Čech*. Praha: Regia, 2003. 205 s.
ISBN 80-86367-33-9
2. Hesková, M. a kol. *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3
3. Hladká, J. *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 1997. 161 s.
ISBN: 80-7169-476-2
4. Honys, V. *Dobrá Voda u Českých Budějovic: kostel Panny Marie Bolestné*. České Budějovice: Okresní úřad, 1996. 63 s.
5. Horáková, H. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2001. 150 s.
ISBN 80-7169-996-9
6. Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9
7. Indrová, J. a kol. *Cestovní ruch*. Praha: Oeconomica, 2007. 119 s.
ISBN 978-80-245-1252-5
8. Kotler, P., Armstrong, G. *Marketing*. Praha: Grada Publishing, 2004. 855 s.
ISBN 80-247-0513-3
9. Kotler, P. *Marketing management*. Praha: Victoria Publishing, 1995. 789 s.
ISBN 80-85605-08-2
10. Morrison, M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2
11. Oriška, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1999. 244 s.
ISBN 80-85970-27-9

Internetové zdroje:

1. dostupný na: <http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/spravni_obvody>, (8.2.2009)
2. dostupný na: <http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/mesta_a_obce>, (8.2.2009)
3. dostupný na: <<http://www.czso.cz/x/edicniplan.nsf/p/13-3112-08>>, (8.2.2009)
4. dostupný na: <<http://vdb.czso.cz/vdbvo>>, (8.2.2009)
5. dostupný na: <<http://www.czso.cz>>, (8.2.2009)
6. dostupný na: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Dobrá_Voda_u_Českých_Budějovic>, (8.2.2009)
7. dostupný na: <<http://www.mapy.cz>>, (21.3.2009)
8. dostupný na: <<http://www.borovany-cb.cz>>, (28.2.2009)
9. dostupný na: <<http://www.sdruzeniruze.cz>>, (21.3.2009)
10. dostupný na: <<http://www.ledenice.cz>>, (21.3.2009)
11. dostupný na: <<http://www.dobravodaucb.cz>>, (21.3.2009)
12. dostupný na: <<http://www.pamatnikjz.cz>>, (21.3.2009)
13. dostupný na: <<http://www.idos.cz>>, (21.3.2009)
14. dostupný na: <<http://www.zoodvorec.cz>>, (21.3.2009)
15. dostupný na: <<http://www.borovany-cb.cz/html/prezentace/bvcase/>>, (28.2.2009)

10 PŘÍLOHY

Obr. 9 Dotazník

Datum

Dobrý den, jmenuji se Stanislav Lexa a jsem studentem Ekonomické fakulty Jihočeské Univerzity v Českých Budějovicích. Provádím výzkum, který se týká rozvoje cestovního ruchu na Českobudějovicku do své bakalářské práce. Prosím o pokud možno co nejpravdivější vyplnění mého dotazníku. Vyznačte pouze jednu odpověď, pokud není uvedeno jinak. Dotazník je zcela anonymní. Mé otázky vám nezaberou mnoho času. Děkuji za spolupráci.

Okruh otázek týkající se Vaší dovolené jak v České Republice, tak i v zahraničí.

1) Kolikrát za rok jezdíte na dovolenou, která trvá minimálně 3 dny?

- Jednou
- Dvakrát až čtyřikrát
- Vícekrát
- Nejezdím

2) Jako cíl své dovolené upřednostňujete :

- Zahraničí
- Českou republiku

3) V jakém období obvykle jezdíte na dovolenou?

- Prosinec – Únor
- Březen – Květen
- Červen – Srpen
- Září – Listopad

4) Jakému druhu ubytování dáváte přednost?

- Kemp
- Penzion
- Hotel
- Chata
- Jiné

5) Co vás ovlivňuje při výběru dovolené?

- Cena
- Doporučení známých
- Atraktivita místa, památek
- Aktivní vyžití
- Počasí
- Jazykové bariéry
- Jiné.....

6) Jaký dopravní prostředek do místa vaší dovolené upřednostňujete?

- Automobil
- Autobus
- Kolo
- Vlák
- Jiný

Okruh otázek týkající se Dobré Vody a jejího okolí (lze označit i více možností):

7) Navštívil(a) jste někdy tuto lokalitu? Pokud ne, nevyplňujte další otázky.

- Ano, alespoň jednou
- Vícekrát
- Ne
- Pravidelně

8) Z jakého důvodu jste tuto lokalitu navštívili?

- Sport
- Památky
- Nákupy
- Návštěva příbuzných či známých
- Jiný důvod

9) Kolik dní jste zde strávili?

- Jeden
- Dva
- Tři až šest
- Týden
- Více dní

10) Co Vám v této lokalitě chybí?

- Atraktivita kulturního vyžití
- Atraktivita sportovního vyžití
- Dopravní dostupnost
- Jsem spokojen(a)
- Jiný

11) Potřebovala by tato lokalita propagaci? Pokud Ano, tak jakým způsobem?

- Více informací na infocentrech
- Reklamní spoty v médiích
- Informace v cestovních kancelářích
- Plakáty po okolí
- Propagaci nepotřebuje
- Jinou.....

12) V jakém období má podle vás tato oblast největší potenciál pro cestovní ruch?

- Jaro
- Léto
- Podzim
- Zima
- Celoročně

13) Slyšel jste někdy o oblastech níže ? Pokud ano, oblast označte :

- Borovany
- Dobrá Voda u Českých Budějovic
- Ledenice
- Střížov
- Trhové Sviny
- Trocnov
- Neznám žádnou

14) Co by Vás přesvědčilo k návštěvě této lokality?

- Rozšíření ZOO v obci Dvorec
- Okružní poznávací výlety
- Cyklostezky
- Stezky pro pěší turistiku
- Více koupališť
- Jiný

15) Myslíte si, že spolupráce podnikatelů by byla přínosem pro tuto oblast?

- Ano, jak.....
- Ne
- Nevím

16) Pohlaví

- Muž
- Žena

17) Věk

- 18 - 24
- 25 - 34
- 35 - 44
- 45 - 54
- 55 a více

18) Kraj z něhož přijíždíte

- Jihočeský
- Jihomoravský
- Karlovarský
- Královehradecký
- Liberecký
- Olomoucký
- Pardubický
- Plzeňský
- Praha
- Severomoravský
- Středočeský
- Ústecký
- Vysočina
- Zlínský

19) Velikost obce

- Do 5 000
- 5 001 – 20 000
- 20 001 – 60 000
- 60 001 – 100 000
- Více jak 100 000

20) Dosažené vzdělání

- Základní
- Vyučen
- Vyučen s maturitou
- Střední s maturitou
- Vysokoškolské

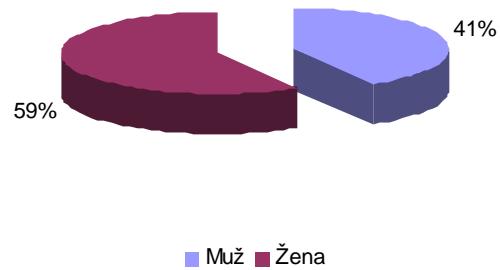
21) Počet dětí

- Žádné
- Jedno
- Dvě
- Tři a více

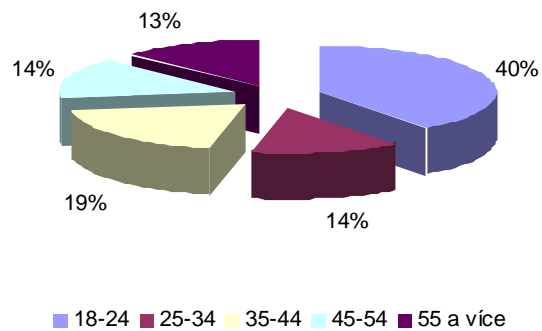
22) Kolik lidí včetně Vás žije ve Vaší domácnosti?

- Žiji sám
- Dva
- Tři až pět
- Šest a více

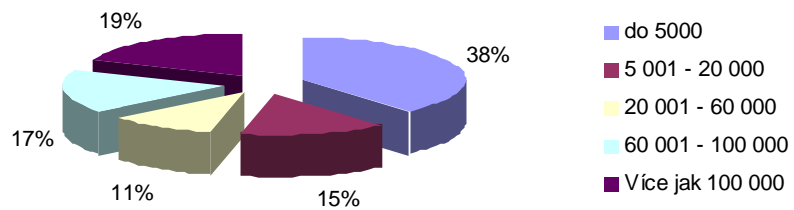
Graf 15. Pohlaví dotazovaných



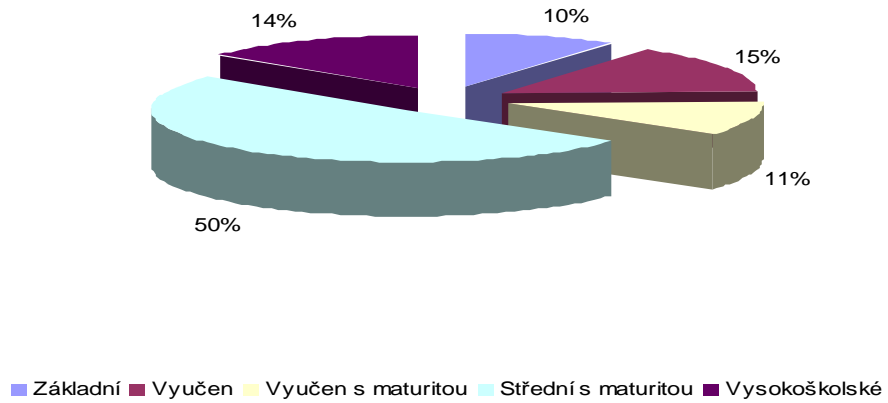
Graf 16. Věk respondentů



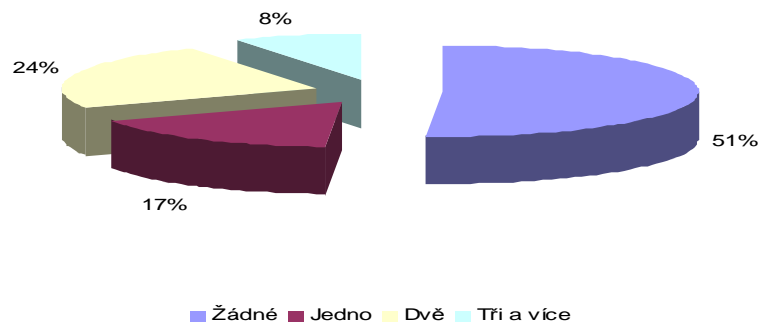
Graf 17. Velikost obce dotazovaných



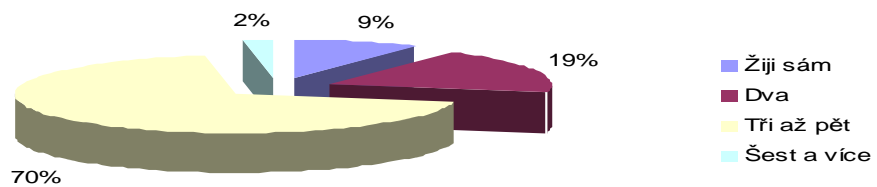
Graf 18. Dosažené vzdělání respondentů



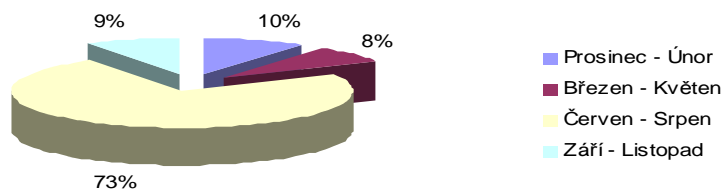
Graf 19. Počet dětí respondentů



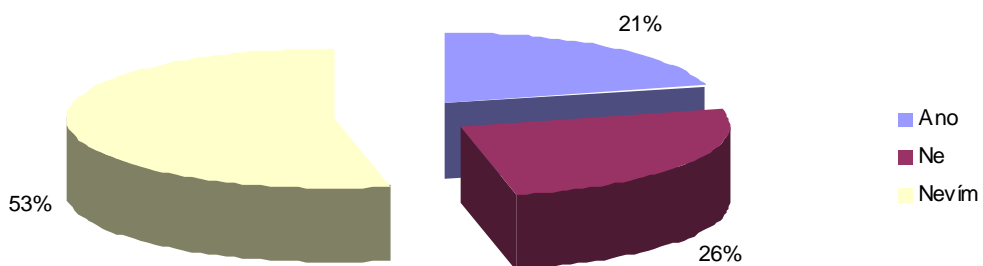
Graf 20. Kolik lidí včetně Vás žije ve Vaší domácnosti?



Graf 21. V jakém období obvykle jezdíte na dovolenou?



Graf 22. Myslíte si, že spolupráce podnikatelů by byla přínosem pro tuto oblast?





Obr.10 Kostel sv. Vavřince
Zdroj: <http://cs.wikipedia.org/>



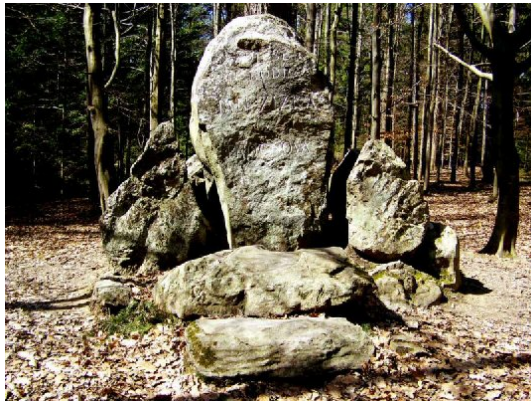
Obr. 11 Pohraniční skanzen
Zdroj: <http://cs.wikipedia.org/>



Obr. 12 Motocykl z Ledenického muzea
Zdroj: <http://cs.wikipedia.org/>



Obr. 13 Strážnice ve skanzenu pohraničí
Zdroj: <http://cs.wikipedia.org/>



Obr. 14 Místo narození Jana Žižky
Zdroj: <http://cs.wikipedia.org/>



Obr. 15 Ledenická radnice
Zdroj: <http://cs.wikipedia.org/>



Obr. 16 Socha Jana Nepomuckého v Ledenicích
Zdroj: <http://cs.wikipedia.org/>



Obr. 17 Památník Jana Žižky z Trocnova
Zdroj: <http://cs.wikipedia.org/>



Obr. 18 Oltář v Kostele Panny Marie Bolestné

Zdroj: <http://www.dobravodaucb.cz/>



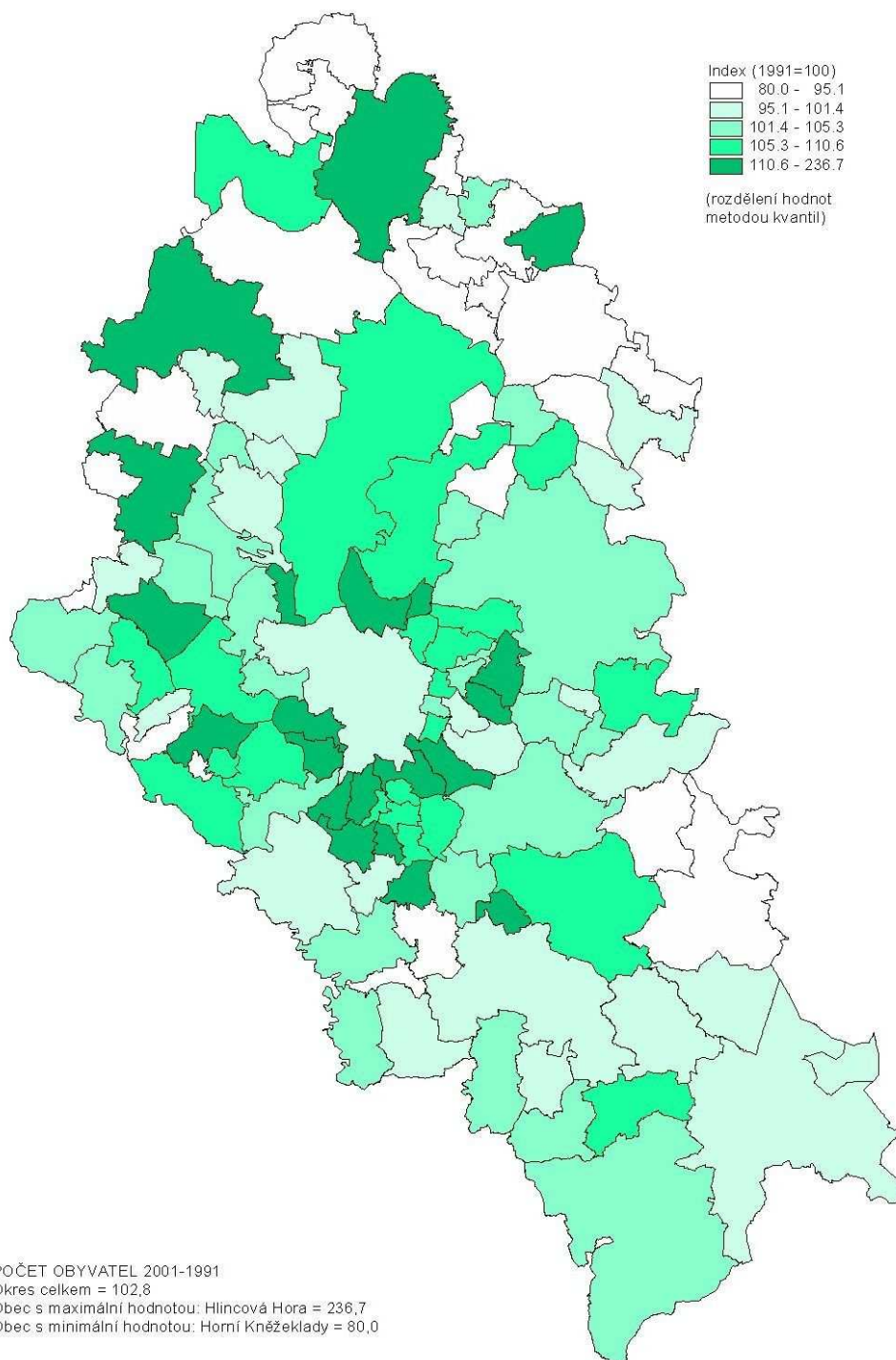
Obr. 19 Kaplička s pramenem na Dobré Vodě

Zdroj: <http://www.dobravodaucb.cz/>



Obr. 20 Kostel Panny Marie Bolestné, Zdroj: <http://cs.wikipedia.org/>

VÝVOJ OBYVATELSTVA V LETECH 1991 - 2001



Obr. 21, Zdroj: Český statistický úřad, 8.2.2009