

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**

**Ekonomická fakulta**

**Katedra řízení**

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Atraktivita Písecka a jejich využití**

Vedoucí práce:

Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autorka:

Monika Brůhová

---

2009

**Prohlášení:**

Prohlašuji, že předkládanou bakalářskou práci na téma: „Atraktivita Písecka a jejich využití“ jsem vypracovala samostatně a použila pouze uvedené prameny a literaturu.

V Písku dne 28. 8. 2009

.....

Monika Brůhová

**Poděkování:**

Mé poděkování patří paní Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za vedení a odborné rady při zpracování této bakalářské práce. Dále bych ráda poděkovala všem, kteří mi byli po dobu studia oporou.

# Obsah

<b>1 Úvod</b>	<b>8</b>
<b>2 Literární přehled</b>	<b>9</b>
2.1 Povaha služeb	9
2.2 Poslání služeb	9
2.3 Marketing služeb	10
2.3.1 Marketingový mix	10
2.3.2 Marketingová příležitost	12
2.3.3 marketingový výzkum	12
2.4 Získávání a udržování zákazníků	13
2.5 Služby v cestovním ruchu	16
2.6 Formy cestovního ruchu	17
2.7 Charakteristika motivů v cestovním ruchu	19
2.8 Typologie účastníků na cestovním ruchu	21
2.9 Hlavní subjekty poskytující služby v cestovním ruchu	23
2.9.1 Ubytovací zařízení	23
2.9.2 Stravovací zařízení	24
2.9.3 Cestovní kanceláře	26
2.9.4 Subjekty zajišťující dopravní služby	26
<b>3 Cíle a metodika</b>	<b>28</b>
<b>4 Charakteristika lokality Písecko</b>	<b>29</b>
4.1 Horopis a vodopis	29
4.2 Nejoblíbenější destinace	30
4.3 Královské město Písek	34
4.3.1 Vznik a historie města	34
4.3.2 Významné pamětihodnosti	36
<b>5 Materiálně-technická základna</b>	<b>41</b>
5.1 Nabídka ubytovacích zařízení	41

5.2 Stravovací, společensko-zábavná a kulturní zařízení	43
5.3 Sportovní příležitosti	45
5.4 Činnost cestovních kanceláří a agentur	46
<b>6 Provedení analýzy</b>	<b>48</b>
6.1 Statistické údaje	48
6.2 Dotazníkové šetření	49
6.3 SWOT analýza	53
<b>7 Zhodnocení průzkumu</b>	<b>57</b>
7.1 Obecné návrhy na zlepšení	58
7.2 Návrhy balíčků služeb zaměřených na konkrétní téma	58
7.3 Návrh motivačního programu	59
7.4 Metody podpory prodeje	59
<b>8 Nabídka vlastních produktů</b>	<b>60</b>
8.1 „Po stopách zlatavého moku“	60
8.2 „Zážitkový víkend pro celou rodinu“	61
8.3 „Na kole po naučných stezkách Písecka“	63
8.4 „Sport a wellness pro ženy“	65
8.5 „Zlatá horečka na Písecku“	66
<b>9 Závěr</b>	<b>68</b>
<b>10 Summary</b>	<b>70</b>
<b>11 Použité zdroje</b>	<b>71</b>

# 1 Úvod

Turista je člověk, který rád poznává nové věci, zajímavá místa a sbírá nové a jedinečné zážitky. Dnešní turista očekává, že pokud absolvuje cestu do určité lokality, stráví zde svůj volný čas a utratí své finance, bude mu nabídnuto více, než může dostat kdekoli jinde. Očekává produkt, který se odlišuje od ostatních, je jedinečný pro danou lokalitu a za kterým stojí za to přijet i z větší vzdálenosti. Z těchto důvodů je důležité, aby se jednotlivé organizace cestovního ruchu snažily svými činnostmi přispívat k větší atraktivnosti a návštěvnosti lokalit.

Bakalářská práce „Atraktivita Písecka a jejich využití“ je zaměřena na analýzu potenciálu zvolené destinace z pohledu cestovního ruchu. Jejím cílem je zhodnotit dosavadní nabídku produktů a služeb a vymezit profil současných či budoucích návštěvníků. Na základě zjištěných výsledků navrhnout určitá zlepšení, která by vedla ke zvýšení atraktivity destinace.

V teoretické části bakalářské práce je vymezena základní problematika z oblastí marketingu a služeb cestovního ruchu. Třetí kapitola pojednává o cílech a metodikách. Čtvrtá kapitola charakterizuje region Písecko z geografického a územně-správního hlediska a popisuje nejzajímavější lokality. Dále se zaměřuje na město Písek, přibližuje jeho historii vzniku a nejvýznamnější pamětihodnosti. V páté kapitole jsou podrobeny průzkumu vybrané části materiálně-technické základny, které se významně podílejí na kvalitě služeb poskytovaných v rámci cestovního ruchu. Následující kapitola se zabývá analýzou informací, získaných z databáze Českého statistického úřadu, dotazníkového šetření píseckého informačního centra a SWOT analýzy. V sedmé kapitole je průzkum vyhodnocen, na základě zjištěných výsledků jsou předloženy obecné návrhy na zlepšení situace, návrhy konkrétních balíčků služeb, návrh motivačního programu a metody podpory prodeje. V osmé kapitole jsou prezentovány vlastní produkty včetně předběžných kalkulací ceny.

## 2 Literární přehled

### 2.1 Povaha služeb

Službu považuje Payne (1996, s. 14-15) za činnost, která má v sobě prvek nehmaterelnosti, vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem a výsledkem služby není převod vlastnictví. Služby se mohou měnit v závislosti na mnoha faktorech, například: zda jsou zaměřeny na uspokojování osobních či podnikatelských potřeb, zda je nutná fyzická přítomnost zákazníka, zda závisejí spíše na zařízeních nebo na lidech. Službám se obecně přisuzují následující čtyři vlastnosti, kterými se odlišují od výrobků:

**Nehmatatelnost** – služby jsou do značné míry abstraktní a nehmaterelné.

**Proměnlivost** – služby nejsou standardní a jsou vysoce proměnlivé.

**Nedělitelnost** – výroba a spotřeba služeb většinou probíhá současně a za účasti zákazníka.

**Pomíjivost** – služby nelze skladovat.

Výrobce může své produkty významně odlišit od konkurence pomocí doprovodných služeb. Takové služby se stávají jejich nedílnou součástí a jsou rozhodujícím faktorem nákupu.

### 2.2 Poslání služeb

Poslání v podniku může mít různou podobu: stanovení účelu podnikání, filozofie, vize, firemní logo, krédo atd. Jeho stanovení je důležitou součástí marketingové strategie podniku (Payne, 1996, s. 51). Poslání se projevuje jak navenek, tak i uvnitř podniku (plakáty vyvěšené na nástěnkách, kartičky na pracovních stolech, slogan na uniformách). Na straně první pomáhá při odlišení se od konkurence a usnadňuje zákaznickou orientaci na trhu. Na straně druhé vede činnosti podniku správným směrem, motivuje zaměstnance k plnění podnikových cílů a usnadňuje jejich samostatné rozhodování.

## 2.3 Marketing služeb

Marketing stále nabývá na důležitosti. Rychlý vývoj trhů služeb a konkurence má za následek, že se marketing stává plnohodnotnou součástí firmy a je klíčovým faktorem v odlišení úspěšných a neúspěšných podniků. Payne (1996, s. 31) popisuje marketing jako „proces vnímání, porozumění, stimulace a uspokojení potřeb specifických trhů při využití podnikových zdrojů. Marketing je proces sladování podnikových zdrojů s potřebami trhu. Zabývá se dynamickými vztahy mezi podnikovými produkty a službami, potřebami a požadavky spotřebitelů a činností konkurence.“ Podle autorů Hornerové a Swarbrooka (2003, s. 28) se marketing „zabývá vztahy mezi kupujícím a prodávajícím a činnostmi, které mají tyto vztahy dovést k uspokojivému závěru. Na rozdíl od ekonomiky, která se soustřeďuje na vztah mezi nabídkou a poptávkou, marketing vychází z myšlenky, že ústředním zájmem všech lidí pracujících v organizaci je zákazník. Orientace firmy na marketing znamená učinit zákazníka středem všech rozhodovacích procesů.“

### 2.3.1 Marketingový mix

Za základní prvky marketingového mixu se považují 4P – produkt, cena, místo a propagace.

**Produkt** - podle Kotlera je nutné o produktu uvažovat ve třech úrovních (Horner, Swarbrooke, 2003, s. 155). Jádrem produktu představuje osobní potřebu zákazníka, která bude koupí produktu uspokojena. Reálný produkt vznikne po určení charakteristických prvků, jako jsou značka, kvalita, styl a obal. Rozšířený produkt obsahuje ostatní služby a užité hodnoty, které zákazník dostává. Produkt by se měl neustále inovovat a přizpůsobovat novým trendům. Vhodným nástrojem odlišení se od konkurence a inovace může být obal. U výrobků dotváří obal konečný vzhled, je nositelem informací o produktu a svým vzhledem, tvarem a barvou usnadňuje zákazníkovi výběr.

**Cena** – od cenové politiky se odvíjí výše příjmů podniku. Podniky, zabývající se poskytováním služeb, by měly cenu využívat strategicky - s cílem dosáhnout dlouhodobé konkurenční výhody. Prvky marketingového mixu se dále zabývá Payne (1996, s. 142-157):



## *Základní cenové strategie*

**Přežití** – v nepříznivých tržních podmínkách může být cílem oceňování dosažení úrovně ziskovosti, která zajistí přežití podniku.

**Maximalizace zisku** – oceňování, jehož cílem je maximalizovat zisk za určité období.

**Maximalizace prodeje** – oceňování směřující k dosažení žádoucího tržního podílu.

**Prestiž** – podnik může cenu využít k budování určité výjimečné pozice na trhu.

**Návratnost investic** – oceňování může být zaměřeno na dosažení žádoucí návratnosti investic.

Cenu ovlivňuje řada faktorů, z nichž nejvýznamnější jsou: poptávka – výše cen bude důležitá tam, kde je poptávka po službách elastická (služby leteckých společností, železnic, cestovních kanceláří, zábavních podniků), naopak neelastická se jeví u zdravotní péče nebo dodávky elektřiny. Náklady – je nutné znát strukturu nákladů a jejich změnu v závislosti na čase a úrovni poptávky. Náklady dělíme na fixní, které se v závislosti na objemu výstupů nemění (odpisy, mzdy, nájem) a variabilní, které na změnu množství reagují (dodávky materiálu, poštovné). Konkurence – podnikatelé ve službách by se měli u každého významného konkurenta snažit pochopit vztah mezi jeho strukturou nákladů, cenou a ziskovostí a tento vztah zohlednit ve své cenové strategii.

**Místo** – místem se rozumí vymezená lokalita, ve které budou služby fyzicky poskytovány. Výběr vhodného místa je důležitý zejména tam, kde zákazník přichází k poskytovateli (restaurace, hotel). Při umístění podniku je vhodné upřednostnit místa s velkou koncentrací poptávky a zároveň je nutné zmapovat výskyt konkurence v nejbližším okolí. Způsobem, jakým bude služba dodávána, se zabývají formy distribuce. Nejčastější formou je přímý prodej nebo využití prostředníků (reklamní, náborové agentury, zástupci cestovních kanceláří).

**Propagace** – propagace zvyšuje významnost služeb a zahrnuje více oblastí: reklamu, osobní prodej, podporu prodeje, styk s veřejností, ústní podání a přímý marketing. Payne doporučuje věnovat pozornost těmto úkolům:

**Identifikace cílové skupiny** – je třeba jasně specifikovat cílovou skupinu, na niž bude propagační úsilí zaměřeno.

**Stanovení cílů propagace** – informovat, přesvědčit a připomenout.

**Příprava sdělení** – sdělení se opírá o znalost reakcí zákazníka. Nejznámějším modelem, který tyto reakce zkoumá, je model AIDA, který tvrdí, že zákazník postupně prochází určitými stadii: pozornost, zájem, přání a akce.

**Výběr komunikačního mixu** – výběr vhodných komunikačních nástrojů.

Kromě marketingového mixu dále doporučuje pečlivě zvážit tržní síly – vnější faktory, které mají vliv na marketingové činnosti podniku. Jsou to:

**Zákazníci** – chování kupujících z hlediska motivace k nákupu, nákupních zvyklostí, prostředí, velikosti trhu a kupní síly.

**Chování odvětví** – motivace, struktura, praktiky a přístup maloobchodníků, prostředníků a ostatních účastníků nabídky.

**Konkurence** – vliv odvětvové struktury a povahy konkurence na umístění a chování podniku.

**Vláda a regulace** – řízení a kontrola marketingu, které se vztahují na marketingové činnosti a konkurenční praktiky.

### 2.3.2 Marketingová příležitost

Kotler (2000, s. 52-57) definuje marketingovou příležitost jako stav, kdy nalezneme dostatečně velkou skupinu lidí, jejichž potřeby zůstávají neuspokojeny. Marketingová příležitost je závislá na množství potenciálních kupujících, na jejich kupní síle a ochotě nakupovat, ale existují tři hlavní situace, umožňující vznik tržních příležitostí:

**Nabídka něčeho, čeho je na trhu nedostatek.**

**Nabídka existujícího výrobku nebo služby novým nebo lepším způsobem.**

**Nabídka nového výrobku nebo služby.**

### 2.3.3 Marketingový výzkum

Podle Hornerové a Swarbrooka (2003, s. 419-430) je v současnosti marketingový výzkum obzvláště důležitý pro sektory cestovního ruchu. Umožňuje organizaci zhodnotit svoji

současnou situaci, identifikovat příležitosti a vyvíjet produkty, které vyplní vzniklé příležitosti. Autoři rozlišují dva typy marketingového výzkumu:

**Kvantitativní výzkum** – faktické a číselné údaje o vlastnostech trhu.

**Kvalitativní výzkum** – dojmy, názory a postoje zákazníků.

Dále je vhodné si zajistit údaje o plánech konkurence, změnách v makroprostředí (nové zákony, technologické inovace) a názorech zprostředkovatelů, kteří jednají přímo se zákazníky (cestovní agentury). Údaje výzkumu se získávají ze dvou hlavních zdrojů:

**Prvotní výzkum** – shromáždění nových údajů, které nebyly nikde zveřejněny.

**Sekundární výzkum** – interpretace údajů, které byly získány dříve a jsou podniku dostupné.

Přestože shledávají autoři marketingový výzkum v oblastech destinací cestovního ruchu za nesnadný, doporučují dodržování uvedených kritérií:

**Vytyčení si cíle výzkumu.**

**Použití vhodných metod k dosažení těchto cílů.**

**Shromažďování pouze takových údajů, které souvisejí s výzkumem.**

**Provádět výzkum kontinuálně, nikoli jednorázově.**

**Informovat personál, kterého se výzkum týká.**

**Vést výzkum profesionálně.**

**Pružně analyzovat výsledky, aby výzkum nezastaral.**

**Zajistit personál, který bude přesně interpretovat výsledky.**

**Prezentovat výsledky těm, kdo je potřebují využít.**

## **2.4 Získávání a udržování zákazníků**

„Nikdo, kdo to má v hlavě v pořádku, se nesnaží prodávat všem.“ (Kotler, 2000, s. 142). Za jeden z nejdůležitějších nástrojů marketingu je považována vhodně zvolená segmentace trhu. Payne (1996, s. 73-88) považuje segmentaci trhu ve službách za důležitou zvláště v dnešním konkurenčním prostředí. Segmentace pomáhá předcházet zbytečnému plýtvání zdroji, protože

směřuje podnikatele do oblastí, kde mohou dosáhnout úspěchu. Konkrétní služba nemůže uspokojit požadavky všech zákazníků, protože různí zákazníci mají i různé potřeby. Je tedy vhodné určit cílový trh, kterému budou služby nabízeny. Z těchto důvodů rozdělil segmentaci na následující druhy:

**Demografická a socioekonomická** – segmentace podle věku, pohlaví, vzdělání, příjmů, velikosti rodiny a další.

**Psychografická** - dělení podle zvyklostí, názorů a životního stylu zákazníků.

**Geografická** – rozdělení zákazníků podle místa jejich bydliště a zaměstnání.

**Segmentace podle užitku** – užitek je považován za hlavní motiv nákupu služby.

**Segmentace podle využití** – dělí účastníky na pravidelné, střední, příležitostné uživatele a na neuživatele.

**Segmentace podle služby** – seskupení klientů s podobnými požadavky na službu.

Zákazník, který kupuje službu poprvé, přichází s určitým očekáváním. Pravděpodobnost, že tento zákazník přijde znovu, je podle Kotlera (2000, s. 148-152) závislá na úrovni jeho spokojenosti s prvním nákupem. Nespokojený zákazník se s jistou určitostí nevrátí. Spokojený zákazník přijde znovu, pokud však obdrží lepší nabídku, přejde ochotně ke konkurenci. Velice spokojený zákazník zůstává nejvěrnější, protože nalezne jen málo konkurentů se stejně kvalitními službami. Značný důraz je kladen na opakované zákazníky. Zákazníci, které si podnik udrží déle, jsou výnosnější ze čtyř důvodů:

**Nákupy stálých zákazníků se postupem času zvyšují** – v tomto případě prodejce přidává ke svým produktům další služby nebo včas nabízí inovované produkty.

**Náklady na obsluhu stálého zákazníka postupem času klesají** – vybudoval se vztah vzájemné důvěry, což šetří čas i peníze.

**Velice spokojený zákazník je zdrojem dobré reklamy a reference.**

**Stálí zákazníci jsou méně citliví na přiměřené zvýšení cen.**

„Většina reklamních kampaní byla v minulosti zaměřena právě na přilákání nových spotřebitelů. Výsledky nedávného výzkumu však znovu prokázaly strategický význam, jaký má pro podnikatele dlouhodobá spolupráce se zákazníkem. Podniky se proto začínají více zabývat přípravou specifických programů zaměřených na posílení loajality zákazníků. Úspěšné programy na udržení zákazníků umožňují podnikům rozvíjet vztahy dlouhodobé

spolupráce a motivují současné klienty k dalším nákupním aktivitám.“ (Payne, 1996, s. 232, 233). Posílení vztahů se zákazníky a udržení si jejich věrnosti spočívá podle Kotlera (2000, s. 159-180) v poskytování větší hodnoty pro zákazníky:

### **Nižší cena**

Zde se nabízejí dva způsoby řešení. Zákazníci, kteří vyžadují nízkou cenu, se budou muset vzdát některých služeb, jinak v ceně zahrnutých. Nižších cen lze také dosáhnout přeorientováním podniku na nízkonákladovou společnost. Z dlouhodobého hlediska se ale taková strategie jeví jako velmi komplikovaná.

### **Snižování ostatních nákladů zákazníka**

Prvním způsobem může být argumentace, že navzdory vyšší ceně produktu, budou celkové dlouhodobé náklady pro zákazníka nižší (např. kvalitní pozáruční servis). Druhým způsobem je pomoc zákazníkovi při snižování jeho ostatních nákladů (úspory v objednávkových, skladovacích, administrativních postupech).

### **Zvýšení přitažlivosti nabídky o další přínosy**

Přínosy spočívají v individuální úpravě výrobků a služeb podniku (výrobky a služby „na míru“, různá velikost balení a množství podle přání zákazníka), zajištění většího pohodlí (prodloužení otevírací doby, vizualizace nabídky v katalogu nebo na internetu), zrychlení služeb (nepřetržitá zásilková služba, vyřízení objednávek a reklamací do určitého času), zkvalitnění služeb (vedení agendy o klientech a „zosobnění“ komunikace s nimi, pořádání seminářů pro veřejnost), zaškolení zákazníků (výcvikové a instruktážní programy), neobvyklých zárukách (záruka vrácení peněz při nespokojenosti), hardwarových a softwarových nástrojích pro zákazníky (objednávkové a rezervační systémy) a programech členských výhod (věrnostní programy, členství v klubech, zasílání magazínu zdarma, soutěže, slevy na příští nákup, vzorky zdarma a další).

## 2.5 Služby v cestovním ruchu

Pro pojem cestovní ruch nenalezneme jednotnou definici, ale všechny mají společné jádro, které vnímá cestovní ruch jako souhrn činností spojených s cestováním, rekreací a pobýváním na jiném místě, než je trvalé bydliště. „Putování, cestování, turismus jsou provázány s psychickými funkcemi účastníků mnohými vazbami. Ať už jde o cíl celého snažení (vedle tělesného odpočinku, relaxace jde vždy také o restauraci psychickou), tak o množství doprovodných náročných psychologických situací na straně klientů i organizátorů. To, co mnohé lidi k turismu přitahuje, je zvláštní propojení sféry přírody, jevů kultury a historie s vlastním individuálním reflektováním v podobě nových prožitků, náhledů.“ (Šípek, 2001, s. 91). Vývoj cestovního ruchu, je podle Petrů (1999, s. 6) možný pouze za podmínek osobní svobody pohybu člověka a po uspokojení základních životních potřeb. Tedy až v době, kdy obyvatelstvo dosahuje určité životní úrovně a má přiměřený fond volného času. Mezi základní podmínky rozvoje cestovního ruchu považuje rozvoj výrobních sil, který podmiňuje růst turismu a mírové podmínky života. Kromě těchto základních podmínek, existuje celá řada dalších činitelů, majících vliv na rozvoj cestovního ruchu. Jde především o:

**Ekonomické činitele** – celková úroveň ekonomiky, vyjádřená hrubým domácím produktem, složení platební bilance, životní úroveň obyvatelstva, fond volného času, výše disponibilních příjmů.

**Ekologické činitele** – příznivé přírodní a životní prostředí, příznivé klima, čisté ovzduší a dostatek přírodních krás.

**Demografické činitele** – hustota obyvatelstva, věková struktura, složení rodiny, zdravotní stav.

**Pracovní činitele** – zabezpečení služeb cestovního ruchu dostatečným počtem kvalifikovaných pracovníků.

**Materiálně-technické činitele** – ubytovací a stravovací zařízení, doprava, sportovně-rekreační zařízení, síť obchodů, výskyt služeb všeho druhu.

**Administrativní činitele** – pasové, vízové, celní a směnářské předpisy, opatření vlády, zákony, omezení.

Obdobné členění činitelů rozvoje a rozmístění cestovního ruchu používá Hrala (1997), který uspořádal činitele do tří hlavních skupin:

**Selektivní faktory** – činitel, stimulující vznik cestovního ruchu ve funkci poptávky.

**Lokalizační podmínky** – činitel, které vytvářejí možnosti pro jeho lokalizaci ve vztahu nabídky teritoria.

**Realizační podmínky** – činitel, umožňující jeho faktickou realizaci.

Je tedy zřejmé, že cestovní ruch je ovlivňován řadou podmínek a faktorů a samotný vznik turismu by se bez nich neobešel. Na druhé straně je nutné si uvědomit, že také cestovní ruch ovlivňuje hostitelské komunity v řadě směrů. Šípek (2001, s. 80) uvádí: „Nejzjevnější jsou změny fyzické. Stavějí se nové budovy, obchody, hotely, letiště a celá související infrastruktura. Méně zjevné, ale mnohdy ještě podstatnější jsou vlivy na způsob života, myšlení a práce lidí. Mění se sociální a kulturní hodnoty. Kulturní hodnoty jsou v čase poměrně stálé, ale ne neměnné. Při narůstající komunikaci a sbližování je kulturní prolínání a proměna nevyhnutelná. Případné proměny kultur a jednotlivých kulturních společenství ovšem nejsou stejně rychlé a hluboké. Dlouhodobě infiltrující, hostující vlivy reprezentují svébytné názory, postoje, způsoby chování se vcelku logicky vtiskují do života rezidentního společenství. Zvláště pak, je-li takový vliv spojen s mocí peněz.“ Dopady jsou podle autora různé. Mezi negativní dopady patří snížení osobitosti společenství, ale také narušení vzhledu krajiny, ke kterému dochází při stavbách nových hotelů a dopravních komunikací. Pozitivní vliv přiřazuje vzniku nových pracovních míst a přítoku kapitálu do dříve chudých lokalit.

## **2.6 Formy cestovního ruchu**

Cestovní ruch není jednotlivým oborem, nýbrž se skládá z několika činností a různých oborů. Proto i funkce, které cestovní ruch ve společnosti plní, jsou podle Petřů (1999, s. 27) různé: ekonomické, rekreačně-zdravotní, kulturně-poznávací, informační a výchovné. Členění na formy cestovního ruchu není podrobena žádným zákonem ani klasifikací. Má spíše obchodní, propagační charakter a při rozlišování se zdůrazňuje určitý prvek (věk, motiv cesty, způsob dopravy). Hesková a kol. (2006), člení cestovní ruch podle následujících vybraných forem a druhů:

- podle geografického hlediska

**Domácí cestovní ruch** – zahrnuje cestování a pobyt domácího obyvatelstva ve vlastní zemi.

**Zahraniční cestovní ruch** – představuje cestování a pobyt rezidentů v zahraničí. Ten se dále dělí na *aktivní (příjezdový)*, kdy přijíždějí zahraniční návštěvníci do cílové země a na *pasivní (výjezdový)*, kdy do cílové země cestují rezidenti.

**Mezinárodní cestovní ruch** – je tvořen aktivním a pasivním zahraničním cestovním ruchem několika států nebo regionů.

**Světový cestovní ruch** je pak tvořen souhrnem aktivního a pasivního zahraničního cestovního ruchu všech zemí světa.

- podle počtu účastníků

**Individuální** – jednotlivec nebo malá skupina si samostatně organizují cestu i pobyt.

**Skupinový** – účastníci cestují v organizovaných skupinách a využívají tak výhody a slevy.

**Masový** – hromadný způsob cestování, využívající rychlé dopravní prostředky a v rámci krátkého časového úseku se soustředí zejména na prohlídku pamětihodností.

**Ekologický** – rodinný způsob cestování, na poznávání cílového místa je vymezen delší časový úsek, využívají se pomalejší dopravní prostředky, motiv cesty je zaměřen na zážitky, poznání místní kultury a jazyka.

- podle způsobu organizování

**Individuální cestování** – samostatně organizovaná cesta, tato metoda převažuje.

**Organizované cestování** – hlavní náplň činnosti cestovních kanceláří a agentur.

- podle věku účastníků

**Cestovní ruch dětí** – určen dětem do 15 let.

**Mládežnický** – pro mládež od 15 do 25 let.

**Rodinný** – tvoří mladé rodiny s dětmi, věková hranice se pohybuje od 25 do 44 let.

**Seniorský** – určen lidem v poproduktivním věku.

- podle délky účasti

**Výletní** – cestování mimo místo trvalého bydliště, na dobu kratší než jeden den bez přenocování.

**Krátkodobý** – nepřesahuje dvě až tři přenocování, často se jedná o víkendový cestovní ruch.

**Dlouhodobý** – délka pobytu přesahuje dvě až tři přenocování.



- podle převažujícího místa pobytu

**Městský** – patří sem všechny formy pobytu ve městě, bez ohledu na hlavní cíl návštěvy.

**Příměstský** – cestování do oblastí vzdálených do 50 km od města, nejčastěji o víkendu.

**Venkovský** – pobyt na venkově, motivem je kvalitnější životní prostředí, splynutí s přírodou. Součástí venkovského cestovního ruchu je *agroturistika*, která představuje aktivní odpočinek účastníků na zemědělském hospodářství; *ekoagroturistika* pak zahrnuje farmy, které provozují ekologické hospodářství.

**Horský a vysokohorský** – pobyt ve vysokohorských střediscích, aktivity se přizpůsobují ročnímu období, náročný terén vyžaduje větší fyzickou zdatnost, nebo přítomnost průvodce.

**Přímořský** – soustředěn do přímořských letovisek, vyhledáván za účelem relaxace a zábavy.

- podle ročního období

**Sezonní** – období největší návštěvnosti, převažují letní měsíce nebo nejteplejší část roku.

V horských střediscích převažují zimní měsíce a období Vánoc.

**Mimosezonní** – období nejmenší intenzity cestování.

**Celoroční** – týká se oblastí, které poskytují vhodné podmínky pro rekreaci po celý rok.

- podle druhu

- rekreační

- obchodní

- sportovní

- kongresový

- dobrodružný

- náboženský

- lázeňský

- myslivecký a rybářský

- zdravotní

- stimulační

## 2.7 Charakteristika motivů v cestovním ruchu

Cestovní ruch významně uspokojuje lidské potřeby, které souvisejí s cestováním, rekreací, poznáním a stykem s jinými lidmi. Podle Petrů (1999, s. 38) nepocítuje člověk potřebu cestovního ruchu jako takového, ale pocítuje konkrétní biologické potřeby (odpočinek) a potřeby společenského charakteru (poznání). Potřeby dále dělí na takové, jejichž uspokojení je cílem účasti na cestovním ruchu - mezi ně patří např. pohyb, poznání a na potřeby, jejichž uspokojení podmiňuje realizace potřeb v první skupině – patří sem stravování, bydlení,

hygiena. V dnešní době se věnuje více pozornosti pohnutkám a motivům, které ovlivňují účastníky cestovního ruchu a potřeby jako takové se odsouvají do pozadí. „Zkoumání motivace cestování je vcelku pochopitelně důležité z hlediska plánování, organizování. Turistické firmy a podobné organizace potřebují mít o motivech lidí představu, aby jim mohli nabídnout uspokojující podobu turistických akcí apod. Kromě toho je jistě dobré i pro každého turistu, cestujícího nebo poutníka, aby byl schopen alespoň základně uvažovat o důvodech svých cest, aby si uměl podobnou otázku položit a následně tak či onak sám sobě organizovat všechny z toho plynoucí akce. Umím-li si podobným způsobem položit otázku a odpovědět na ni, mohu se vyhnout zbytečnému zklamání, přecenění sil apod.“ (Šípek, 2001, s. 109). Motivy mohou být vědomé i nevědomé a lze je podle Petřů (1999, s. 39) rozdělit do následujících motivačních skupin:

**Fyzická motivace** – regenerace, léčení, sport.

**Psychická motivace** – touha po zážitcích, únik z izolace.

**Motivace na základě lidských vztahů** – návštěva příbuzných, naopak únik z civilizace.

**Kulturní motivace** – poznávání cizích zemí, umění.

**Stavovská a prestižní motivace** – rozvoj osobnosti.

Významným motivem v podnikání výletů a cest mohou být prožitky. Obohacují nejenom pobyt samotný, ale silně zakořeněné prožitky zůstanou v paměti i nadále a při další vzpomínce na ně, si lze opětovně navodit příjemný pocit. Šípek (2001, s. 82) použil dělení prožitků podle Schobera:

**Explorativní prožitky** – patří sem zkoumání, objevování něčeho nového (např. zkoušení exotických jídel, výlety do záhadných míst, návštěva starých bazarů).

**Sociální prožitky** – vyhledávání kontaktu s jinými lidmi, se kterými se v běžném shonu nelze setkat. Výhoda takových kontaktů spočívá v jejich dočasnosti, která je pro mnohé lákavá.

**Biotické prožitky** – vyhledávání neběžných tělesných prožitků, jako je plavba na plachetnici, horská túra, plavba na raftu divokou řekou.

**Optimalizované prožitky** – příznivé důsledky cesty (např. následný obdiv společnosti za statečnost, za aktivitu, pěkné opálení).

## 2.8 Typologie účastníků na cestovním ruchu

„Cestování je obecně vzato nutně stresový jev, už pro rychlé změny prostředí, možnost nečekaných, náročných situací apod. Celkem pochopitelně se při takových příležitostech projeví výrazněji různé stránky osobnosti zúčastněných osob.“ (Šípek, 2001, s. 118).

Každý člověk je svým chováním jedinečný, přesto však podle Orišky (1999, s. 111) existují skupiny lidí s převažujícími, pro ně typickými vlastnostmi. Rozpoznání těchto skupin umožňuje pracovníkům v cestovním ruchu předejít vzájemným nedorozuměním a je klíčem ke spokojenosti na obou stranách. Účastníky můžeme rozdělit do jednotlivých charakteristických slupin podle temperamentu, charakteru, původu, pohlaví, věku a dalších hledisek. Podle původu dělíme turisty na tuzemské občany a na cizince. Předností tuzemských účastníků je společný jazyk, který umožňuje bezproblémovou komunikaci za všech situací. Od cizinců se dále odlišují svým chováním, nároky na kvalitu poskytovaných služeb nebo gastronomickými zvyklostmi. Při styku s cizinci je nutná nejen znalost cizích jazyků, ale také znalosti o jejich způsobu života, národních zvyklostech a gastronomických odlišnostech. Rozdělením zahraničních hostů podle zeměpisného původu se také zabývají Parmová, Parmová (2003), které popisují následující skupiny:

**Středoevropané** – patří k náročným hostům, jsou přesní, disciplinovaní, přátelští a společenští. Zajímají se o pamětihodnosti i různé druhy sportů. U všech věkových skupin lze objevit určitou touhu po neobvyklých zážitcích.

**Seveřané a Britové** – jsou věcní, korektní, zdrženliví, někdy strozí ve slovním projevu a chování. V některých rysech se podobají Středoevropanům.

**Jihoevropané a Francouzi** – milí, společenští, družní a více temperamentní než hosté ze severu. Mají velký zájem o kulturní památky a velký význam přikládají i dobrému jídlu a pití.

**Východoevropané** – většina hostů je družná, zajímají se o památky a nové destinace. Někteří hosté však mohou být nároční, obzvláště nově vzniklí milionáři, kteří se chovají rozhazovačně.

**Američané** – tito turisté chtějí prostřednictvím cestovní kanceláře poznat během cesty co nejvíce zemí, chtějí jít po stopách svých předků a najít kořeny své současné americké kultury. Cestují převážně v mladém a seniorském věku.

**Japonci a další hosté z jihovýchodní Asie** – tito hosté jsou velmi slušní, zvědaví a pozorní. Využívají především služeb cestovních kanceláří a tvoří rostoucí podíl turistů v Evropě.

S tímto rozdělením úzce souvisí výzkum komunikace a jejích mezikulturních rozdílů. „Oblíbeným tématem jsou rozdíly ve významu různých gest a mimiky. To, co někde znamená souhlas, může být jinde vyloženo jako odmítnutí apod. Podobné rozdíly jsou např. ve vnímání členění prostoru. Lidé se mezi sebou liší např. ve velikosti osobní a intimní zóny. To je prostor, ve kterém již druhého vnímám jako mě kontaktující osobu, jako osobu, která vyvolává pocity velmi důvěrného vztahu. Pokud to je však osoba cizí, bude výsledkem pravděpodobně odmítnutí, obrana, útek. Běžně je uváděno, že severské národy mají tyto zóny větší, tzn., že mezi sebou udržují větší odstup. To může naopak jižanům připadat jako chladné odmítání a nezájem, protože oni bývají *živější, ohnivější* a bývá to znát i na užším prostorovém kontaktu. Chceme-li předejít nedorozumění, je dobré si být podobných jevů vědomi.“ (Šípek, 2001, s. 122).

Podle věku, člení Oriška (1999, s. 121) účastníky na starší, mladistvé a děti. Pro starší účastníky je charakteristická menší tělesná a duševní aktivita, skromnost, zapomnětlivost, roztržitost. Ve styku s nimi autor doporučuje chovat se slušně, klidně a korektně. Mladistvý účastník se může z nedostatku zkušeností a ve snaze vyniknout chovat nerozvážně, až agresivně. Je třeba k němu přistupovat taktně, zdvořile a podporovat jeho zájem a tvořivost. Děti se cestovního ruchu účastní převážně za doprovodu rodičů či prarodičů. U dětí je dobré rozvíjet jejich hravost a samostatnost. Zároveň je třeba respektovat, že nebudou plně ovládat základní společenské a pracovní návyky. Určité rozdílnosti se jeví i u obou pohlaví. Muži se rychleji rozhodují, mívají větší nadhled a nekladou tolik důraz na pořádek. Ženy jsou naopak opatrnější, skromnější, praktičtější a pořádkumilovnější.

Temperament člověka je chápán jako souhrn všech jeho vrozených povahových rysů, které se promítají do jeho chování, reakcí na určité situace, nálady a subjektivního vnímání okolí. Již ve starověku rozdělil temperament na čtyři základní skupiny řecký lékař Hippokrates. Jednotlivé skupiny popisuje Oriška (1999, s. 113):

**Sangvinik** – je společenský, energický, iniciativní a samostatný. Ovládá projevy emocí, v chování je rozvážný a přizpůsobivý okolí. S neúspěchy se vyrovnává dobře a jako účastník nezpůsobuje žádné problémy.

**Cholerik** – je prudký, výbušný, netrpělivý a neumí ovládat své chování. Je dobrý organizátor, do hovoru se zapojuje snadno a nebojí se chovat okázale. Je nutné jej vést k sebeovládání, snášenlivosti a podřizování se zájmům skupiny.

**Flegmatik** – je klidný, rozvážný, trpělivý, ale i málomluvný a méně společenský. Nerad mění své návyky a dlouho se rozhoduje. Je dobré využívat jeho vyrovnanosti a podněcovat jeho pružnost myšlení.

**Melancholik** – je vážný, citlivý, plachý, pesimistický a nedůvěřivý. Je málo společenský, více uzavřený do sebe a své emoce navenek tlumí. Je třeba se k němu chovat srdečně a postupně si získávat jeho důvěru.

Nutno však podotknout, že se pracovník ve službách cestovního ruchu málokdy potká s účastníkem, který by svým temperamentem spadal do jedné z kategorií. V praktickém životě je totiž každý temperament člověka kombinací všech výše zmíněných skupin.

## **2.9 Hlavní subjekty poskytující služby v cestovním ruchu**

Fyzické a právnické osoby, poskytující služby v cestovním ruchu, jsou důležitou součástí jeho materiálně-technické základny. Petru (1999, s. 60-75) rozděluje subjekty do kategorií: ubytovací podniky včetně lázeňských ubytovacích zařízení, stravovací podniky, podniky provozující sportovně-rekreační zařízení, dopravní podniky, podniky zprostředkovávající cestovní služby, podniky poskytující zvláštní služby, podniky prodávající výhradně turistické zboží, propagační podniky a další.

### **2.9.1 Ubytovací zařízení**

Ubytování tvoří jednu ze základních služeb cestovního ruchu a stalo se hlavním předmětem podnikání mnoha typů ubytovacích zařízení. Častým problémem ubytovacích zařízení je zavádějící označení kategorie, do které spadají a špatné vymezení třídy, která je vyjádřena počtem hvězdiček a určuje se podle požadavků na plochu a vybavení objektu. To má za následek rozdílnou kvalitu ve vybavení, velikosti prostor a v poskytování služeb v rámci jedné kategorie nebo třídy a následně i negativní dopad na pověst všech provozovatelů ubytovacích zařízení, tedy i těch, kteří zásady správného označení dodržují. Z těchto důvodů se rozhodly profesní svazy (HO.RE.KA ČR Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu, NFHR ČR – Národní federace hotelů a restaurací, sloučené v Asociaci hotelů a restaurací ČR,

UNIHOST Sdružení podnikatelů v pohostinství, stravovacích a ubytovacích službách) za podpory Ministerstva pro místní rozvoj a České centrály cestovního ruchu (Czech Tourism) sestavit *Oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky kategorie hotel, hotel garni, pension a motel*, která vychází z „Doporučení upravujícího základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení“ (dále jen „Doporučení“). Klasifikace je pouze doporučená a má usnadnit správné zařazení ubytovacích zařízení podle minimálních stanovených požadavků.

**Hotel** – ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, poskytuje přechodné ubytování a služby s tím spojené a člení se do pěti tříd. **Hotel garni** má omezený rozsah stravování (alespoň snídaně) a člení se do čtyř tříd.

**Motel** – ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, poskytuje přechodné ubytování a služby pro motoristy, člení se do čtyř tříd.

**Penzion** – ubytovací zařízení s nejméně pěti pokoji pro hosty, s ubytovacími službami srovnatelnými s hotelem, ale s omezeným rozsahem doplňkových služeb. Člení se do čtyř tříd.

Ostatní ubytovací zařízení jsou turistické ubytovny, kempy, skupiny chat a jiné kulturní zařízení využívané pro přechodné ubytování.

Dále se ubytovací zařízení dělí do následujících tříd:

**\* Tourist, \*\* Economy, \*\*\* Standard, \*\*\*\* First Class, \*\*\*\*\* Luxury.**

## **2.9.2 Stravovací zařízení**

Stravovací zařízení poskytují své služby jako samostatné podniky, pro které je poskytování stravování hlavním předmětem podnikání, anebo jsou součástí ubytovacího zařízení. Zařízení poskytuje základní stravování (snídaně, oběd, večeře) i doplňkové stravování (občerstvení). Podle „Doporučení“ lze zařadit jednotlivá zařízení do následujících kategorií:

### *Restaurace:*

**Restaurace** – zajišťuje stravovací služby obslužným způsobem, široký sortiment pokrmů základního stravování.

**Pohostinství** – typ restaurace zajišťující základní i doplňkové stravování.

**Jídelní restaurační vozy** – zajišťuje stravování ve veřejných dopravních prostředcích.

**Motoresty** – restaurace umístěné při silnicích a dálnicích, služby se zaměřují na motoristy.

**Kafeterie** – zajišťuje stravování samoobslužným způsobem.

**Bufet** – hostinské zařízení zabezpečující občerstvení samoobslužným způsobem.

**Bistro** – obdobná forma bufetu.

**Občerstvení, kiosky** – sezónní zařízení poskytující občerstvení bez vlastní odbytové plochy.

### *Bary:*

**Denní bar** – hlavním vybavením je barový pult, občerstvovací, stravovací služby poskytuje obslužným způsobem. Dále se dělí na Gril bar (grilované pokrmy), Pizzerie (pizza), Snack bar (studená kuchyně, minutková jídla), Aperitiv bar (studená kuchyně), Lobby bar (je součástí hotelu, zaměřen na teplé a studené nápoje).

**Noční bar, noční klub, varieté, dancing** – noční zábavná zařízení poskytující pokrmy a nápoje obslužným způsobem.

**Vinárna** – obslužné hostinské zařízení zaměřené na podávání vína

**Kavárna** – obslužné hostinské zařízení zaměřené na prodej teplých nápojů a cukrářských výrobků.

**Espresso** – obslužné hostinské zařízení, jehož dominantou je přístroj na výrobu kávy typu espresso.

**Hostinec** – hostinské zařízení zaměřené na podávání piva a k němu vhodných jídel.

**Pivnice** – obdobná forma hostince.

**Výčep piva** – hostinské zařízení zaměřené na prodej piva a ostatních nápojů do přinesených nádob.

U jednotlivých kategorií lze zřizovat sezónní odbytová střediska (terasy, zahrady, předzahrádky aj.).

### 2.9.3 Cestovní kanceláře

Činnost cestovních kanceláří a agentur upravuje zákon o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu č. 159/1999 Sb. Mezi hlavní činnosti cestovní kanceláře patří organizování zájezdů, zajišťování ubytovacích a stravovacích služeb, poskytování či zprostředkování dopravy a zajištění průvodcovských služeb pro účastníky cestovního ruchu. Dále může provozovat směnářenskou činnost, doplňkové pojištění, prodej vstupenek, dopravních cenin a suvenýrů. Mohou také zřizovat svá zahraniční zastoupení formou reprezentace, majetkové účasti nebo sezonního delegáta.

### 2.9.4 Subjekty zajišťující dopravní služby

Doprava hraje v cestovním ruchu významnou roli. Umožňuje účastníkům přesun do destinací cestovního ruchu a pomáhá překonávat překážky (vzdálenost, členitost zemského reliéfu) v poměrně krátkém čase. Oriška (1996, s. 39-61) člení dopravu následujícím způsobem:

#### *Železniční doprava*

K jejím přednostem patří hromadnost, bezpečnost a malá závislost na přírodních jevech. K nevýhodám patří omezená dostupnost, zvláště v horských oblastech. V České Republice je většina vozů zastaralá, neodpovídají nárokům cestujících a bývají často znečištěné. Železniční dopravu lze dále dělit na pravidelnou dopravu, dopravu rekreačními vlaky a dopravu mimořádnými vlaky. Materiálně-technickou základnu tvoří železniční tratě, osobní vagóny, lokomotivy a prostředky sdělovací a zabezpečovací techniky. Osobní vagóny mohou nést označení vozy 1. a 2. třídy, lůžkové, lehátkové, jídelní bufetové vozy a další.

#### *Silniční doprava*

Její předností je pohotovost a dostupnost míst cestovního ruchu. Nevýhodou může být malá kapacita a častý výskyt nehod. Silniční doprava se uskutečňuje autobusovou dopravou, kterou v České Republice zajišťují především státní podniky ČSAD, soukromí dopravci a cestovní kanceláře, nebo osobními automobily. Pozemní komunikace se člení na dálnice, vyznačující se větší plynulostí jízdy a silnice I., II. a III. třídy.



### *Vodní doprava*

Výhodou vodní dopravy je velká kapacita a nosnost, naopak znevýhodněná je díky malé přepravní rychlosti a omezené dostupnosti rekreačních středisek (vyjma přímořských lokalit). Dělí se na dopravu vnitrozemskou a námořní. V České Republice provozují vnitrozemskou vodní dopravu zejména Česká plavba labsko-oderská a ostatní soukromí dopravci, provozující vodní dopravu na řekách, jezerech a přehradách.

### *Letecká doprava*

Jde o nejrychlejší a poměrně bezpečný způsob přepravy, její výhody se ale projevují až při překonávání větších vzdáleností. Nevýhodou může být vysoká cena letenek, omezená kapacita i hmotnost zavazadel. K přepravě se používají jak malá, střední, tak velká dopravní letadla (do 250 cestujících). Kabiny se dělí na první třídu (First Class), obchodní třídu (Business Class) a ekonomickou třídu (Economy Class). Největší mezinárodní letiště má Praha, další se nacházejí v Ostravě, Brně, Pardubicích, Čáslavi a Českých Budějovicích.

### *Ostatní doprava*

Patří sem jak městská hromadná doprava, tak i horské, lanové a visuté dráhy.

### 3 Cíle a metodika

Cílem bakalářské práce je analyzovat region Písecko z pohledu cestovního ruchu, zhodnotit potenciál lokality z hlediska geografického a kulturně-historického, současnou nabídku produktů a služeb a na základě zjištěných výsledků navrhnout možná zlepšení, včetně nových produktů cestovního ruchu, které by vyplnily prázdné místo v dosavadní nabídce a podpořily návštěvnost regionu.

Metodika průzkumné činnosti bude spočívat v následujících krocích:

- Vymezení lokality z geografického hlediska a charakteristika nejzajímavějších míst, které se u návštěvníků těší velké oblibě. Dále bude analýza zaměřena na město Písek, jeho vznik, dějiny a výčet nejvýznamnějších pamětihodností, které patří do kulturního dědictví města.
- Podrobné šetření vybraných částí materiálně-technické základny. U jednotlivých kategorií bude hlavním předmětem zkoumání rozsah nabídky služeb, jejich kvalita a možnosti doplňkových nebo nadstandardních služeb.

Po provedeném šetření lze přistoupit k celkovému zhodnocení lokality a její turistické přitažlivosti. Zhodnocení bude provedeno i za pomoci SWOT analýzy, která poukazuje na silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby, spojené s potenciálem oblasti.

Veškerá průzkumná činnost, spolu se základními statistickými údaji, zveřejněnými píseckým Infocentrem a Českým statistickým úřadem, se stane základnou pro návrhovou činnost.

Celkové šetření zahrnuje studium odborné literatury, reklamních materiálů a prospektů týkajících se dané problematiky, sběr dat z databází ČSÚ, píseckého Infocentra a internetu, průzkum situace v terénu a vlastní návrhovou činnost.

## 4 Charakteristika lokality Písecko

Region Písecko, nacházející se v Jihočeském kraji, obklopený hlubokými lesy, zelenými loukami, úrodnými poli a rybníky, je pro svou rozmanitost přírodních krás a bohatství kulturních památek neomylně považován za „*Bránu do jižních Čech*.“

Písecko, o celkové rozloze 1126,84 km<sup>2</sup> a s počtem 70 100 obyvatel (viz [www.trasovnik.cz](http://www.trasovnik.cz) k 1. 1. 2008), se rozprostírá na pomezí středních a jižních Čech v severozápadní části Jihočeského kraje, cca 50 km severně od Českých Budějovic a cca 100 km jižně od hlavního města Prahy, na zeměpisných souřadnicích 49°18'34.4" sš. a 14°08'51.2" vd. Na západě a jihozápadě hraničí se Strakonickem, na jihovýchodě s Českobudějovickem, na východě s Tábořskem, na severu s Příbramskem a částí s Benešovskem. Území je rozděleno do 75 obcí (70 vesnic a 5 měst), z nichž za metropoli je považován Písek. Mírně členitou krajinou Středočeské pahorkatiny protékají dvě hlavní řeky – Otava a Vltava.

Charakter regionu je průmyslově zemědělský. Z průmyslových odvětví převládá strojírenský, textilní, elektrotechnický, kovodělný a dřevozpracující. Dále je rozvinuto rybníkářství a lesnictví. V zemědělství převažuje chov skotu, prasat a slepic, v rostlinné výrobě pak pěstování obilovin a píce. Nerostné bohatství regionu není příliš významné - štěrkopísek, lomový kámen, cihlářské hmoty.

### 4.1 Horopis a vodopis

Z horopisného hlediska patří Písecko do provincie České vysočiny se subprovincií Českomoravskou, která zde zasahuje dvěma oblastmi – Středočeskou pahorkatinou a Jihočeskou pánví. Středočeská pahorkatina se dále dělí na čtyři celky – Benešovskou (na severozápadě u Milovic a Mirotic), Blatenskou (na západních okrajích Malčic, Čížové a Drhově), Vlašimskou (na severozápadních okrajích Chyšek, Hrazan a Kovářova) a Tábořskou pahorkatinu (na východě a jihovýchodě regionu). Jihočeská pánev zde zasahuje jedním celkem, Českobudějovickou pánví, která leží jihozápadně pod Pískem. Zvlnění krajiny se pohybuje od 360 do 640 m. n. m.

Region spadá do povodí Labe a úmoří Severního moře. Celé území je rozděleno řekou Vltavou, která prochází středem regionu od jihu k severu. Zleva se do ní vlévá řeka Otava s

přítokem Blanice a sbírají tak vody z jihu a jihozápadu. Významnějšími levými přítoky Vltavy jsou dále Lomnice s přítokem Skalice. Z pravých přítoků Vltavy lze jmenovat Jickovický, Hrejkovický potok a řeku Lužnici. Z vodních ploch lze jmenovat Orlickou přehradu na Vltavě, Otavě a Lomnici, rybníky jsou rovnoměrně osety po celém regionu, z nichž nejznámější je oblast mezi Kestřany, Protivínem a Putímí, rybníky mezi Čimelicemi a Čížovou, krajina mezi Kovářovem, Chyškami a Milevskem, u Sepekova, Branice, Bernartic, Borovan.

## **4.2 Nejoblíbenější destinace**

### **Zvíkovské Podhradí**

Obec Zvíkovské Podhradí je vyhledávaným místem pro rekreaci a turistiku všeho druhu. Jde o dřívější obec Karlov, která vznikla na panství šlechtického rodu Schwarzenbergů jako osada lesních dělníků a vorařů. Původní Podhradí se nacházelo na břehu řeky, dnes leží 30 metrů pod vodami Orlické přehrady. Hlavním turistickým cílem je zdejší hrad Zvíkov, který se nachází na skalním výběžku nad soutokem Vltavy a Otavy. Byl založen začátkem 13. století za vlády Přemysla Otakara I. a je považován za nejvýznamnější dochovaný raně gotický královský hrad v Čechách. Návštěvníci si mohou prohlédnout jak celý areál hradu včetně královského paláce a gotické kaple sv. Václava, tak i nejstarší dochovanou hradní stavbu – věž Markomanku.

### **Orlík nad Vltavou**

Zámek Orlík, původně významný královský hrad, stojí na skalním ostrohu obehnaném Orlickou přehradou. První písemné zmínky sahají do 13. století, kdy byl malý hrádek přebudován na raně gotický hrad. Z této doby se uchovala Lovecká síň s žebrovými klenbami. Roku 1514 koupil orlické panství Kryštof ze Švamberka, který zahájil rozsáhlou přestavbu hradu. Po roce 1620 získali panství Eggenberkové a roku 1719 přešlo do majetku Schwarzenberků, kteří Orlík proměnili v rozlehlou a reprezentativní rezidenci s francouzským zámeckým parkem, měnicí se v 19. století na volněji pojatý anglický. Do bohaté sbírky historických předmětů jistě patří vzácný schwarzenberský mobiliář, knihovna Karla I.,

kazetové stropy vyřezávané bratrancem Mikoláše Alše – Janem Teskou, nebo cenná sbírka zbraní.

### **Kestřany**

Kestřany sloužily jako panský statek příslušný k hradu Zvíkovu a jsou připomínány již počátkem 14. století, kdy zde sídlil Albert z Kestřan. Nachází se zde dvě unikátně zachovalé středověké tvrze a barokní zámek. Proti raně baroknímu zámku z 2. pol. 17. stol. stojí původně raně gotický kostel sv. Kateřiny, přestavěný r. 1852. Obě středověké tvrze jsou od září 2006 opraveny a zpřístupněny veřejnosti. V místním areálu u Kalvárie, na břehu řeky Otavy, se každoročně první sobotu v srpnu koná oblíbená soutěž v „rýžování zlata.“

### **Putim**

Existence obce je doložena již v 10. století. Na počátku 11. století zde postavili rýžovníci zlata na řekách Blanici a Otavě kapli sv. Petra. V 13.-15. stol. byla přestavěna na dvoulodní kostel, který patří k nejstarším v okolí Písku. Na zdejších hřbitově je možné vidět pozoruhodnou kostnici, v níž jsou uloženy ostatky vojáků z bitvy z r. 1742 a dále hrob sedláka Jana Cimbury, jehož život zachytil ve svém románu spisovatel Jindřich Šimon Baar. Území mezi Putimí, Heřmaní a Kestřany je nejteplejším a nejsušším místem jižních Čech, protože leží v oblasti suchého a teplého větru Šumavy a dešťovém stínu Brd. Od r. 1995 je Putim prohlášena za vesnickou památkovou zónu.

### **Vráž**

Obec Vráž je známa svým rehabilitačním a lázeňským sanatoriem. Bylo založeno r. 1936 v pseudogotickém zámku s kaplí, postaveném v r. 1875 českým šlechtickým rodem Lobkoviců. Za 1. republiky zde byly vybudovány funkcionalistické lázně. Sanatorium se specializuje na lázeňskou rehabilitaci nervových chorob a pohybového ústrojí. V místním parku a přilehlých lesích je vyznačeno mnoho turistických tras a vycházkových okruhů pro pacienty.

## **Mirotice**

První zmínka o Miroticích pochází z 12. století, v polovině 13. století pak vzniklo svobodné královské město s mnoha výsadami a privilegii (právo hrdelní, vaření piva, konání jarmarků). Nejvíce utrpěly v 17. století, během třicetileté války, kdy byla většina domů vydrancována nebo vypálena a dále pak r. 1945 při bombardování z amerického letadla, které se snažilo zastavit ustupující německé jednotky. Mezi mirotické památky patří zejména kostel sv. Jiljí, jehož dnešní podobu určila pseudorománská přestavba v letech 1870-72, barokní zvonice z r. 1670, židovský hřbitov založený r. 1681, Památník Mikoláše Alše a Matěje Kopeckého a muzeum Mikoláše Alše, kde je vystaven malířův originální nábytek z jeho pracovny, drobné osobní předměty, dokumentární fotografie a listiny. V místnosti věnované loutkáři Matěji Kopeckému je k vidění několik originálních loutek z majetku slavného loutkářského rodu.

## **Albrechtice nad Vltavou**

Obec Albrechtice nad Vltavou tvoří šest vsí: Albrechtice nad Vltavou, Údraž, Jehnědno, Chřešťovice, Hladná a Újezd. Ves je z jedné strany ohraničena tokem řeky Vltavy a ze strany druhé lesnatou oblastí Píseckých hor. V obci, poprvé zmiňované roku 1352, se nachází historicky významný kostel sv. Petra a Pavla. Podle historického hodnocení je kostel stavbou v jádru románskou, vybudovanou kolem roku 1170 a nachází se zde nejstarší nástěnné malby v jižních Čechách. Do roku 1635 byly Albrechtice městečkem, za třicetileté války však zpustly a staly se vesnicí.

## **Národní přírodní rezervace Řežabinec**

Přírodní komplex o rozloze 110,7 ha se nachází 10 km od Písku, nedaleko obce Sodoměř a roku 1949 byl vyhlášen Národní přírodní rezervací. Chráněné pásmo, s mnoha cennými soubory rostlinných a živočišných druhů, tvoří rybník Řežabinec a přilehlé Řežabinecké tůň. Rybník Řežabinec nechal vybudovat v roce 1530 Kryštof ze Švamberka, pán na hradě Zvíkově. Jedná se o mělký rybník, který má uprostřed hloubku 80 - 100 cm, u hráze 120 cm a hladina rybníka leží v nadmořské výšce 37,28 m. S katastrální výměrou 104,5 ha je Řežabinec největším rybníkem v okrese Písek. Z řad rostlinstva se v rezervaci nejvíce vyskytují litorální porosty jako rákos či přeslička říční, rašeliniště a unikátní soubor řas. Čeled' bezobratlých je zastoupena především sarančí, střevlíkem, drabčíkem, bahnomilkou a rašeliništním komárem.

Z řad obojživelníků a plazů je nejrozšířenějším druhem čolek, skokan zelený a hnědý, ještěrky, či užovka obojková. Rezervace je považována za významné hnízdiště vodního ptactva, kterých zde přebývá na 170 druhů, z nichž některé jsou označeny za ohrožené. Nejpočetnějším hnízdicím druhem rezervace je racek chechtavý. S 5000 páry se jedná o největší racčí kolonii v jižních Čechách. Rybník je významnou tahovou zastávkou mnoha druhů bahňáků, zvláště vouchů a jespáků. Koncem léta hostí Řežabinec velká hejna kachen a hus, jednotlivě sem zaletují kormorán velký, volavka bílá, kolpík bílý a další. V zimě bývá pravidelným návštěvníkem orel mořský. Archeologické nálezy odkryly v místě rezervace mezolitická sídliště, chatu a tisíce kamenných nástrojů ze starší doby kamenné. Krásný výhled na rybník pak nabízí dřevěná vyhlídková věž.

### **Písecké hory**

Písecké hory tvoří pásmo jehličnatých a listnatých stromů o délce 25 km a o nadmořské výšce 350 – 632 m. n. m., s nejvyšším vrcholem Velký Mehelník (632 m. n. m.), patří do středočeské pahorkatiny. Název "hory" je odvozen od provozování hornictví ve středověku, kdy se ve zdejších dolech těžilo zlato. Archeologické nálezy dokazují osídlení již v pozdní době kamenné, dále v době bronzové i železné. Po slovanských předcích se zde zachovala mohylová pohřebiště. Lesy Píseckých hor jsou historickým majetkem města Písku, královské lesy a rybníky byly předány do správy města v roce 1509. Příspěvková organizace Lesy města Písku dnes obhospodařuje 6.500 ha lesa a je pověřena i správou 250 ha rybníků. Areál Píseckých hor je protkán dobře značenými lesními stezkami a spolu s rozhlednou Jarník (34, 6 m) a oborou s mufloní zvěří je vyhledávaným turistickým a odpočinkovým cílem místních obyvatel.

### **Sudoměř**

Obec Sudoměř leží 10 km východně od Strakonice v nadmořské výšce 383 m. Nedaleko Sudoměře se nachází vzácné archeologické naleziště ze střední doby kamenné (10.000 - 4.000 let př. n. l.), dokládající osídlení kraje již v dobách dávno minulých. V okolí obce jsou také sepy jako pozůstatky po keltském a staroslovanském rýžování. V raném středověku zde stávala tvrz, z níž pocházel rod českých vladyků ze Sudoměře, později Řepických ze Sudoměře. Malebnou krajinu Sudoměře pak dotváří pánev rybníků, z nichž nejznámější jsou Škaredý, Šilhavý, Markovec a Prostřední. Obec je známá především jako místo první

velké vítězné bitvy husitů. Roku 1420 tudy procházel Jan Žižka na své cestě do Tábora se čtyřsetčlennou skupinou husitů (převážně žen a dětí). 25. března r. 1420 se tu jeho skupina utkala s pětinasobnou přesilou panské jízdy, která skončila svůj boj na dně vypuštěného rybníka Škaredého. Slavné vítězství připomíná monumentální 16 metrů vysoký památník Jana Žižky, postavený v roce 1925 sochařem J. E. Kodetem.

### **4.3 Královské město Písek**

Písek, původní královské město, je situováno v údolí, na obou březích řeky Otavy. Jihovýchodně, na pravém břehu řeky, je město ohraničeno a zároveň chráněno Píseckými horami. Na jihozápadní straně se pak nad městem vyvyšuje hojně osídlený Hradištský vrch. V současné době má město cca 29 801 obyvatel, jejichž průměrný věk je 39,9. Město Písek je pro svou významnou historii, vzácné památky, přírodní krásy, slavné osobnosti a bohatý kulturně - společenský život také známo pod svými přívlastky jako: „*Město v lesích*“, „*Město na zlatonosné Otavě*“, „*Město Stříbrného větru*“, „*Město penzistů a studentů*“, „*Mekka houslistů*“ či „*Jihočeské Athény*“.

#### **4.3.1 Vznik a historie města**

První osídlení písecké kotliny sahá až do starší doby kamenné, kdy se tamní lid usadil ve skalách na obou březích řeky Otavy. Ve středověku zde pobývali Keltové a později Germáni. Na konci 12. století zde byla založena jedna z prvních osad, a to Slované, které sem přilákalo nerostné bohatství v podobě zlatonosného písku, přinášené místní řekou. To byl také hlavní důvod ke vzniku osady a později i města, s názvem – Písek.

První doložený písemný záznam o existenci osady jménem Písek je obsažen v listině krále Václava I., datované z roku 1243. O vybudování města se nejvíce zasloužil král Přemysl Otakar II., který město Písek využíval jako základnu královské moci a pravidelně zde trávil několik měsíců v roce. Období králova pobytu označují Adámek a kol. (1995) za dobu největšího rozkvětu města. V této době dosahovalo rýžování a těžba zlata svého vrcholu, ale hlavní úlohou, kterou mělo město splňovat, bylo ochraňovat Zlatou stezku, která vedla přímo přes řeku Otavu. Velkým přínosem pro město, v podobě výrazných finančních výhod, pak



bylo ustanovení krále Jana Lucemburského z roku 1327, kdy kupci, vezoucí své zboží ve směru Rakousy – Budějovice nebo Prachatice – Praha či Kutná Hora, museli jet právě přes Písek. Ve 14. století Písek hojně navštěvovali další čeští panovníci, král Karel IV. a poté i král Václav IV., kteří městu vrátili několik starých privilegií. V době husitských válek Písek odmítl uznat Zikmunda Lucemburského jako nového českého krále, a tak se stal až do roku 1452 svobodnou městskou republikou, kdy se opět podřídil královské moci, a to Jiřího z Poděbrad. Na přelomu 15. a 16. století patřil Písek k nejbohatším českým městům, ale ne na dlouho. V první polovině 16. století město postihl rozsáhlý požár a poté byla velká část jeho majetku zabavena císařem Ferdinandem I., protože odmítlo pomoc Habsburkům v boji proti protestantskému spolku. Největší tragédie však nastala roku 1620 vpádem císařských vojsk pod vedením hraběte Buquoye, kdy město čelilo nejhoršímu rabování a vraždění ve své historii. Kromě žen a dětí přežilo údajně jen 13 mužů, kteří se před vojskem ukryli pod jezem. Roku 1641, čtyři léta po smrti dobyvatele a vojenského velitele dona Martina de Hoeff Huerty, byl Písek prohlášen svobodným královským městem. V roce 1743 byla v Praze korunována Marie Terezie, která se na své cestě zpět do Vídně zastavila i v Písku a nechala sem trvale umístit část armády. V první polovině 19. století se charakter města postupně přizpůsoboval modernějšímu rázu, bourali se vstupní brány a opevnění, hradební příkopy byly zasypány a jejich místo nahradila vysazená zeleň.

V druhé polovině 19. století, v době národního obrození, rostlo mezi obyvateli vlastenecké uvědomění a do škol a úřadů začala pronikat čeština. Dále se rozvíjela různá odvětví průmyslu a roku 1887 bylo v ulicích Písku, v pořadí třetím českém městě, zavedeno elektrické osvětlení obloukovými lampami Františka Křížika, o rok později byla uvedena do provozu městská elektrárna.

Posledním velkým strádáním byl pro město nástup nacistů k moci, kdy mnoho obyvatel zahynulo na bojištích a v koncentračních táborech. Po příjezdu americké armády 6. května 1945, byla okupace ukončena.

Od poloviny 20. století zaznamenal Písek mnoho nejrozumnějších změn. S přibývajícím počtem obyvatel se rozšiřovala městská aglomerace, vyrůstala nová sídliště (Gottwaldovo, Jih, Dukla), to vše na úkor původní architektury či přírodních památek. Z Písku se stalo též centrum lehkého průmyslu, jemuž vévodily především podniky jako např. Jitex, Elektropřístroj, Kovosvit apod. V roce 2000 pak královské město Písek oslavilo 757 let od svého založení.

### 4.3.2 Významné pamětihodnosti

#### Hrad

Písecký hrad patří mezi nejlépe dochované městské hrady v Čechách. Nachází se na Velkém náměstí a byl postaven současně s městem, králem Přemyslem Otakarem II. V minulosti se hrad stal sídlem mnoha známých panovníků, což svědčí o jeho důležitosti. Hrad postihlo několik ničivých požárů a čelil různým přestavbám, např. na pivovar, kasárny nebo skladiště. Teprve roku 1862 byl vydán zákaz dalšího boření a začátkem 20. století byly prostory využity pro vznik muzea, které zde působí dodnes. Stavba má tvar čtvercového půdorysu, západní stranu chránily dvě nárožní věže a byla obehnaná městskými hradbami, před kterými se nacházel 10 metrů široký, do skály vytesaný příkop. Přístup do hradu byl umožněn z náměstí, přes příkop po padacím mostě. Nádvoří hradu je lemováno z části dochovaným arkádovým ochozem, které se rozprostíralo po celém obvodu dvora a patra nad ním. Uprostřed nádvoří pak stojí nově instalovaná kašna. Jediným dodnes zachovaným prostorem je západní sál o ploše 18,5 x 7 metrů a výšce 6,4 metrů. Nástěnné malby nechal v 2. pol. 15. století vymalovat písecký purkrabí Jindřich z Jenštejna. Dlažba sálu je složená z kopií původních dlaždic a ze tří hrotitých oken se naskýtá výhled přímo na řeku. Jižní křídlo hradu je pak obsazeno kanceláři Městského úřadu.

#### Prácheňské muzeum

Muzeum bylo založeno roku 1884 v prostorách městského hradu. Výstava je rozdělená podle jednotlivých témat: Ryby a rybářství, Zlato v Pootaví, Nerostné bohatství, Pravěk a doba slovanská, Počátky hradu a města, Dějiny regionu, Kulturní tradice Písecka a Chráněná území. V přízemním sále se konají menší výstavy, většinou spojené se sezónní tematikou, chodby muzea pak slouží jako galerie obrazů a fotografií.

#### Radnice

Radnice sousedí s městským hradem a byla postavena v letech 1740 – 1764 v pozdně barokním slohu. Na stavbě se podíleli pražští stavitelé: Jakub Schodler, který stavbu započal a Antonín Miller s Františkem Pfannerem stavbu dokončili. Na obou koncích radnice dominují

dvě věže s hodinami od pražského hodináře Sebastiana Londenspergera z roku 1768. Kamenné plastiky na průčelí, znázorňující Trpělivost, Sílu a Spravedlnost, zhotovil roku 1764 českobudějovický sochař Leopold Hueber. V dřívějších dobách stál před radnicí pranýř, k němuž byly přivazovány osoby, které se dopustily méně závažného přestupku.

### **Klášterní kostel Povýšení svatého Kříže**

Klášterní kostel stojí na konci náměstí, na stejné straně jako hrad s radnicí. Jeho počátky sahají až do 2. pol. 13. století a sloužil jako sídlo dominikánských řeholníků. Celá soustava budov však byla v době husitských válek zničena a k obnovení došlo až roku 1629 díky pobělohorské rekatolizaci. Za josefínských reforem, roku 1787, byly klášterní budovy rozprodány s výjimkou kostela, který se zachoval za účelem konání bohoslužeb, zejména pro vojáky a trestance. Venkovní vzhled kostela je umocněn renesanční fasádou z poloviny 17. století, zejména černobílými sgrafity. Půdorys má tvar kříže a je 40 metrů dlouhý a 9,5 metrů široký. Mezi významné vybavení kostela patří hlavní oltář s plastikami z roku 1641, znázorňující legendu o nalezení sv. Kříže.

### **Putimská brána**

Putimská brána se nachází nedaleko Velkého náměstí, ve Šrámkově ulici. Ve středověku tato brána umožňovala vstup do města, které lemovalo 1400 m dlouhé opevnění a zavodněný příkop. Součástí brány byl i padací most. Písecké památce je také věnována známá píseň: „Když jsem já šel tou Putimskou branou, dívaly se dvě panenky za mnou...“

### **Dům U Koulí**

Název domu je odvozen od pravých dělostřeleckých koulí, nalezených v okolí při obléhání města. Tyto kamenné a železné koule pak byly do stěn domu zazděny. Dům U Koulí je známý také díky skutečnosti, že zde bydleli básníci Fráňa Šrámek a Adolf Hejduk nebo spisovatel Josef Holeček. Nyní v prostorách domu sídlí Základní umělecká škola.

## **Děkanský kostel Narození Panny Marie**

Děkanský kostel v minulosti těsně sousedil s městským opevněním. Datum vzniku stavby není přesně známo, protože první písemný záznam pochází až z 2. pol. 14. století. Půdorys kostela má tvar trojlodí. Roku 1489 byla z obranných důvodů přistavěna Velká věž, která je 72 m vysoká. Ve zvonici se nachází čtyři zvony, z nichž největší, o hmotnosti 1310 kg, nese název sv. Václav. Roku 1874 zhotovil hodinář Karel Fiedler hodinový stroj, který funguje dodnes. Součástí věže je také bývalý byt věžného s černou kuchyní z roku 1757. Tím nejvzácnějším, co kostel ukrývá, jsou pozdně románské nástěnné malby z 2. pol. 13. století. Vnitřní zařízení chrámu je však pseudogotické, protože se původní mobiliář nepodařilo dochovat. Mezi nejstarší vybavení chrámu patří cínová křtitelnice z konce 16. století, oltář Panny Marie Bolestné z konce 17. století a nástropní freska zobrazující život sv. Jana Nepomuckého. Z přelomu 19. a 20. století pak pochází varhany, hlavní oltář s kazatelnou a oltáře Panny Marie Písecké a sv. Vojtěcha.

## **Kamenný most**

Starým, nebo také Jelením je nazýván nejstarší zachovaný most v Čechách, po mostě v německém Regensburgu druhý nejstarší ve Střední Evropě. Přesné datum založení je neznámé, ale díky kamenickým značkám se odhaduje, že stavba vznikla v polovině 13. století za vlády Přemysla Otakara II. Most je 111 m dlouhý, šířka činí 6,3 m. Stavba se rozprostírá na šesti obloucích polokruhových a jedním větším, segmentovým. Oblouky navazují na pilíře, zapuštěné do skalnatého dna řeky Otavy, které jsou proti proudu chráněny ledolamy. Most byl zkonstruován pomocí velkých žulových kvádrů, spojených vápennou maltou a místy železnými skobami. Na jeho koncích stály věžovité brány, které zastávaly obrannou funkci. Most je po obou stranách lemován sochami, z nichž nejstarší je socha sv. Jana Nepomuckého se dvěma anděly. Z 2. pol. 18. století pak pochází sousoší Panny Marie, sv. Jana a sv. Maří Magdalény s Kristem na kříži, plastiky sv. Anny Samotřetí a sv. Antonína Paduánského. V průběhu let byl most několikrát opravován, naposledy při ničivých povodních v srpnu, roku 2002, kdy velká voda s sebou odnesla mostní dlažbu, zábradlí a poničila několik soch. V současné době je most z několika stran nasvícen reflektory, do dlažby byla vsazena bodová světla a původní sochy nahradily kopie.

## **Kostel Nejsvětější Trojice**

Památku byla postavena roku 1576 v pozdně gotickém slohu a zastávala funkci hřbitovní svatyně. Konaly se zde zejména zádušní bohoslužby a přilehlé prostory se staly vyhledávaným místem posledního odpočinku představitelů města a šlechty. Originály náhrobníků jsou uloženy v nedaleké zvonici. Mezi dvě nejvýznamnější díla uvnitř kostela patří pozdně renesanční kazatelna, původně věnovaná Martinem Hurtou děkanskému kostelu a bronzový epitaf v latinském jazyce. Okolní hřbitov s hroby několika významných osobností byl změněn na pietní park a od 70. let 20. století, kdy kostel získalo do vlastnictví Prácheňské muzeum, jsou prostory využívány jako koncertní a výstavní síň.

## **Kostel sv. Václava**

Doba vzniku nejstarší svatyně města je odhadovaná na 12. století. Ve svých počátcích kostel sloužil jako farní pro osadu Starý Písek a okolí. Po výrazné přestavbě na konci 17. století, získala stavba podobu barokního jednolodí, o délce cca 20 m a šířce 10 m. Mezi nejvýznamnější mobiliář patří barokní varhany z roku 1740, hlavní oltář ve slohu novorenesančním a nejstarší zachovaný zvon z roku 1546 – Cornelius.

## **Městská elektrárna**

Původně obilný mlýn, který od roku 1836 sloužil k čerpání vody do městských kašen, se nachází u řeky Otavy, nedaleko Starého mostu. V září 1888, poté, co elektrotechnik a vynálezce František Křižík reklamně instaloval ve městě obloukové lampy, byla v objektu uvedena do provozu městská elektrárna. Pohon elektrárny, doposud zajišťovaný mlýnským kolem, byl nedostatečný, proto bylo roku 1901 nahrazeno dvěma Francisovými turbinami.

## **Morový sloup**

Morový sloup byl postaven plzeňským sochařem roku 1713 za účelem odvrácení moru, který téhož roku Čechy postihl. Sousedší se skládá z hlavního, 12 metrů vysokého sloupu s postavou Panny Marie a s devíti svatými. Velký mor se městu vyhnul a od té doby se každoročně konají děkovná procesí ke sloupu. Roku 1991 bylo procesí obnoveno v podobě Městské slavnosti, která se koná každoročně dodnes.

## **Palackého sady**

Městské sady byly založeny ve 40. letech 19. století. Uprostřed sadů stojí hospoda U jasanu, dnes známá jako u Reinerů. Dcera majitele, Emilie Reinerová, se provdala za básníka Adolfa Heyduka, který s ní v letech 1877 – 1900 v domě bydlel. Hospodu navštěvovali také další osobnosti jako malíř Mikoláš Aleš, historik August Sedláček nebo archeolog Bedřich Dubský, i proto je výše zmíněná hospoda jedna z nejznámějších ve městě. Dále se v Palackého sadech nachází řada pomníků, například pomník věnovaný básníku Adolfu Heydukovi, či Františku Palackému, za zmínku také stojí Schrenkův pavilon z roku 1841, který byl postaven v upomínku na stejnojmenného spoluzakladatele sadu. Pavilon je postaven v empírovém slohu a skládá se z osmi toskánských sloupů, které nesou kupoli. Uprostřed sadů stojí budova městského divadla z roku 1940. Jde o novoklasicistní stavbu, navrženou Václavem Svobodou. Z přední strany budovu zdobí čtyři alegorické plastiky a městský znak. Hlediště divadla má kapacitu 569 osob.

## 5 Materiálně - technická základna

### 5.1 Nabídka ubytovacích zařízení

Ve městě Písku jsou ubytovací možnosti velmi pestré a zcela dostačující. Navíc se oblast ubytování i nadále rozšiřuje a reaguje tak pružně na potřeby potencionálních klientů. Dokládá tomu i fakt, že za poslední tři roky vznikly tři nové, tříhvězdičkové hotely, z nichž dva se nacházejí přímo v centru města.

Ubytovací služby zde poskytuje osm **hotelů** evropské klasifikace Standard (\*\*\*) - vybavenost hotelů však odpovídá klasifikaci First class (\*\*\*\*) a čtyři hotely, spadající do kategorie Economy (\*\*). **Motel**, který se nachází na kraji města směrem na Tábor, pak soustředí své služby zejména na projíždějící motoristy. Turisté mohou využít i služeb osmi **penzionů**, které jsou rozptýlené po celém obvodu města. Jedenáct místních **ubytoven** pak slouží zejména studentům jako přechodné ubytování během školního roku a přes prázdniny se zde mohou ubytovat turisté, kteří nevyžadují komfortní, ale jen základní vybavení, nebo jde o ubikace pro dojíždějící zaměstnance a dělníky. **Privátní pokoje** pak poskytuje 14 soukromých osob, které si podaly stálý inzerát v místním informačním centru.

Každá ubytovací jednotka je svým vzhledem, posláním, specializací a podnikovou politikou jedinečná. Hotely třídy Standart jsou umístěny přímo v historickém centru města, nebo v jeho v nejbližším okolí. Svou výhodnou a strategickou polohou pak konkurují ostatním. Zákazníka lákají nejen vysokým komfortem v podobě nabízených služeb, ale i zárukou krásného výhledu na písecké panorama a možností romantických večerních procházek. Kromě **standardních služeb**, jako jsou stravovací služby, přistýlka, vybavení pokoje televizorem a satelitním přijímačem, sociálním zařízením, telefonem, připojením k internetu, klimatizací, minibarem, popřípadě trezorem; nabízí každý hotel i mnoho **doplňkových služeb** tak, aby co nejvíce uspokojil přání a potřeby hostů a odlišil se od své konkurence. Mezi výčet těch nejzajímavějších patří: bezbariérové pokoje nebo celý areál hotelu, hypoalergenní matrace s aloe vera, lůžkoviny v nejjemnějším damašku, novomanželský či prezidentský suit, jednorázové VIP karty do partnerských objektů, uvítací pamlsky pro domácí zvířata, krytý bazén, sauna, parní kabina, fitness, bowling, kuželky, tenisový kurt, golf, masáže, solárium, spinning, pronájem horských kol, možnosti myslivosti, rybářské povolení, vyjížděky na koních, pronájem fotbalového hřiště, ledové plochy a další.

Dalším způsobem odlišení může být i vzhled a architektonické řešení objektu. Například **hotel Amerika** \*\*\* byl v návrhu pojat jako „plovoucí parník mořem píseckých lesů“ a celkový dojem budovy, kulatá okna či ventilace tvaru lodního komínu tomu jistě nasvědčují. **Hotel Biograf** \*\*\* byl navržen tak, aby zůstal propojen moderní design s historií objektu, ve kterém již začátkem 20. století promítalo první stálé kino – biograf. Stavba navíc získala v roce 2006 prestižní cenu. Nově vzniklý **hotel Art** \*\*\* se vyznačuje tzv. přirozenou rekuperací tepla, která zajišťuje stálou teplotu v zimě i v létě, bez rizika nachlazení, jak tomu bývá po užití klimatizace.

Jiní lákají své hosty na specializované gastronomické služby jako jsou: rozšířená nabídka čerstvých ryb a mořských plodů, asijské speciality, italská kuchyně včetně pudinku Panna Cota, carpaccia ze syrového hovězího masa a těstovin vždy „al dente“, poctivé pokrmy bez náhražek a napodobenin. Mnohé jistě osloví i široký výběr českých a zahraničních vín včetně nabídky drobných pochutin a sýrů.

V **regionu Písecko** se nachází devět jedno- až dvouhvězdičkových **hotelů**, jeden **motel** a **motorest**, dvacet **penzionů**, dvě **ubytovny**, šestnáct **privátních ubytování** a devatenáct **kempů, rekreačních středisek** nebo **veřejných tábořišť**.

**Hotel Vráž**, nacházející se ve stejnojmenné obci, je součástí známých jihočeských lázní. Místní lázeňské procedury jsou zaměřené nejen na rehabilitaci klientů trpících neurologickými onemocněními a poruchami pohybového aparátu, ale i na wellness procedury pro širokou veřejnost. **Hotel pivovarský dvůr Zvíkov** se nachází v těsném sousedství královského hradu Zvíkov v obci Zvíkovské Podhradí. Strategická poloha není jedinou předností hotelu, ten je znám především pro vaření vlastního piva. Mezi zajímavé vlastní produkty patří například jedno z nejsilnějších piv Královská zlatá labuť – 26 stupňů, nebo svrchně kvašené pivo Červený Rarášek, vyznačující se lehkou, svěží chutí, červené barvy a ovocnou vůní s převažujícím tónem lesních malin. Turisté si zde mohou objednat i exkurzi do pivovaru a mohou tak být přímo přítomni vaření piva. **Penzion Benešovský mlýn** v Heřmani u Písku nabízí ubytování, stravování a celoroční rekreaci v prostředí mlýnského skanzenu. Od března roku 2009 je také držitelem certifikátu Pohádkové království. **Penzion Stáje Štětice** se věnuje komerčnímu chovu koní plemene Hafling a aktivitám s ním souvisejících. Kromě ubytování přímo na statku, nabízí penzion víkendové i vícedenní pobyty u koní, vyjížďky na koních či letní dětský tábor. Stáje Štětice se v rámci jihočeského projektu „Turistika na koni“ podílely na vyznačování jezdeckých stezek.



Vyhledávaná jsou také mnohá **rekreační střediska**, která mohou konkurovat více známým rekreačním oblastem v Čechách. Například rekreační středisko **Štědrónín** leží na břehu Orlické přehrady, v blízkosti hradu Zvíkov. Nabízí ubytování v chatkách, velkých chatách s vlastním sociálním zařízením nebo dvou ubytovnách. K dispozici jsou také místa pro stanování a přípojky pro karavany. **Autokemp Velký Vír** se nachází na břehu Orlického jezera nedaleko zámku Orlík. Ubytování je možné v chatkách, karavanech nebo stanech. Součástí objektu je i nově vybudované sociální zařízení, dvě restaurace, samoobsluha, půjčovna lodí, sportovní a tenisové hřiště.

## 5.2 Stravovací, společensko-zábavná a kulturní zařízení

Turisté a místní obyvatelé mohou navštívit více jak na třicet **restaurací**, kde jistě uspokojí jejich rozličná gastronomická přání. Vybírat mohou jak z nabídek hotelových restaurací, tak z mnoha podniků, kde je poskytování stravovacích služeb hlavním předmětem podnikání. Ty se vzájemně odlišují různou specializací pokrmů, ať už z české nebo mezinárodní kuchyně; umístěním objektu, možnostmi posezení na venkovní terase či nikoli; prostory, nacházejícími se v suterénu či naopak zajímavým výhledem nebo vzhledem prostor a výzdoby. To vše má zákazníkovi pomoci v orientaci a následně usnadnit výběr vhodného podniku.

Stále oblíbenějšími se stávají restaurace, specializované na konkrétní **mezinárodní kuchyni**. Jde především o známé italské **pizzerie**, kterých se v Písku nachází pět a kromě lákavých italských pokrmů, jako jsou pizza, různé druhy těstovin, omáček a salátů, nechybí v nabídce sladké dezerty. V **indické restauraci** si lze objednat jak pokrmy z mletého, kuřecího a jehněčího masa, tak vegetariánské, zeleninové varianty. Samozřejmostí je široký výběr omáček, hrajících všemi barvami a příchutěmi. Tři **čínské restaurace** se specializují na rychlá minutková jídla z různých druhů mas, zeleniny a sójových omáček, která se připravují v hluboké pánvi nad prudkým plamenem. Klasická příloha se pak skládá z rýže, nudlí nebo zelených závitků.

Neméně navštěvované jsou restaurace, zaměřující se na přípravu klasických českých pokrmů a nejvíce oblíbené minutkové varianty. Přes poledne se obvykle podávají dva až šest druhů hotových jídel a od třetí hodiny odpolední mohou strážníci vybírat z minutkového jídelního lístku. Dalším vyhledávaným místem jsou **pivnice**, zaměřené na výčep konkrétní značky piva.

Často také pořádají gastronomické večery na konkrétní téma: myslivost, zabijačkové hody nebo sladkovodní ryby.

Příjemné chvíle u odpolední kávy, lze strávit v šestnácti místních **kavárnách a cukrárnách**. Kromě nabídky studených a teplých nápojů, láká kolemjdoucí nejvíce pestrobarevná paleta zákusků a sladkého pečiva. Zážitek ještě více umocňuje možnost posezení na venkovní zahrádce s výhledem na řeku Otavu a Kamenný most. K večeru nechybí možnost uchýlit se do jednoho z třiatvaceti **barů**, rozptýlených po celém středu města. Některé si zakládají na široké nabídce míchaných nápojů, jiné sází na výběr hudby a styl podniku. Příznivci hudby pak mohou večer zakončit v jednom ze tří **tanečních podniků**.

**Kulturní programy** zajišťují hlavní kulturní zařízení, mezi které patří městské **divadlo Fr. Šrámka** (kde do června r. 2010 bude probíhat rekonstrukce), **divadlo Pod čarou** (zaměřené na pořádání živých hudebních koncertů), **Divadelní kavárna**, nově zrekonstruovaný **Kulturní dům**, zahrnující Velký, Loutkový a Hudební sál, VIP salónek, bar, klub a venkovní zahradu (vhodných k pořádání plesů, maturitních večírků, kongresů, rautů aj.), nově zrekonstruované **kino Portyč** s galerií, **Letní kino**, kde se v letních měsících promítají filmy a pořádají hudební festivaly, **Prácheňské muzeum**, dokumentující historii a přírodu Písecka, **koncertní síň Nejsv. Trojice** (pořádání koncertů vážné hudby), **Sladovna o. p. s.** (zrekonstruovaná budova bývalé sladovny, dnes vhodná pro kulturní akce všeho druhu) a v neposlední řadě **Městská knihovna**, která se člení na oddělení pro děti, dospělé, studovnu, čítárnu, hudební oddělení a veřejný internet.

V Písku se také každoročně pořádá mnoho **kulturních a společenských akcí**, z nichž nejvýznamnější jsou: **Jihočeské vítání léta** – zahájení letní turistické sezóny s třídním programem pro širokou veřejnost; **Tourpropag** – celostátní soutěž propagačních materiálů měst a regionů spolu s mezinárodní přehlídkou **Euroregionpropag**; **Šrámkův Písek** – celostátní přehlídka divadelních představení; městská slavnost „**Doktni se Písku**“ - víkend plný historie, hudby a trhů, zakončený ohňostrojem; **Jihočeský hudební festival a Písecké kulturní léto** – koncerty českých a zahraničních hudebníků v Nejsv. Trojici; **Festival nad řekou** – filmový festival; **Mezinárodní folklorní festival** – představení domácích a zahraničních souborů; **Bienále kresleného humoru** nebo **Slopestyle** – freestylový závod na horských kolech přes překážky, umístěné přímo v centru města, jediný svého druhu v Čechách.

Dále město Písek spolu s **infocentrem** podporují několik **projektů cestovního ruchu**, zejména projekt „*Písecko – brána do jižních Čech*“, zaměřený na vytváření partnerství a spolupráce při propagování regionální nabídky; *Otavská plavba* – společný projekt měst Sušice, Horažďovic, Strakonice a Písku, který představuje historické památky, přírodní zajímavosti, sportoviště, rekreační střediska, nebo kulturní a společenské akce; *Jižní Čechy pohádkové* – součást projektu „*Pohádkové království*“, které vzniklo kvůli podpoře domácího cestovního ruchu a tématicky se zaměřuje především na děti.

Oddělením cestovního ruchu a zahraničních vztahů je město pravidelně prezentováno na **veletrzích MADI Praha, Regiontour Brno a Holiday World Praha**.

Pro návštěvníky a turisty jsou nedaleko Kamenného mostu umístěny dva **zvukové informační panely**, které zobrazují přehledný plán města s úplným rejstříkem ulic a podávají informace o nejvýznamnějších historických objektech v mnoha cizojazyčných mutacích. Další novinkou píseckého infocentra je možnost prohlédnout si nejzajímavější expozice a výhledy z objektů **virtuálně** nebo zapůjčení několikajazyčných **zvukových průvodců** zdarma.

### 5.3 Sportovní příležitosti

Ke sportování vybízejí jak velká sportovní centra, tak i jednotlivá menší zařízení, kluby a spolky. Dominantou píseckého sportu je bezesporu **městský sportovní areál**, skládající se ze dvou fotbalových hřišť s přírodním travnatým povrchem, jedno se škvárovým povrchem a s umělým trávníkem atestovaným ČMFS, hřiště s atletickým oválem a hřiště pro plážový volejbal. **Zimní stadion** s ledovou plochou, která se v měsících květnu a červnu nahrazuje umělým povrchem, vhodným pro zápasy na kolečkových bruslích. Pro příznivce motosportu je určena motokárová **závodní dráha**, pro nejmenší sportovce pak **dětské dopravní hřiště**. Pro náročné je vhodné **golfové hřiště** v nedalekých Kestřanech, **golfový тренаžér** ve Sport centru, nebo **minigolf** na městském ostrově, který se těší velké oblibě. **Krytý plavecký stadion** je provozován od září do června, v letních měsících jsou otevřeny prostory venkovních bazénů. **Letní plovárna** využívá jako zdroj ke koupání řeku Otavu. Dále je možné využít služeb pěti **fitness center**, víceúčelových hal, tanečních spolků, instruktorů bojových umění, Českého rybářského svazu, **loděnice**, klubu pro **sportovní létání, zemského**

**hřebčince** nebo čtyř soukromých chovatelů. Nechybí zde ani **tenisové a squashové kurty** nebo **bowlingové dráhy**. V zimní sezóně je otevřen umělý **lyžařský svah**. Místní atraktivitou je také druh **adrenalinového sportu** – skok na gumovém laně ze Zvíkovského mostu.

## 5.4 Činnosti cestovních kanceláří a agentur

V Písku působí dvanáct cestovních kanceláří a čtyři cestovní agentury. Podnikají na základě vydání koncesní listiny Živnostenským úřadem a činnost cestovních agentur se od činností cestovních kanceláří liší tím, že nejsou organizátorem zájezdů, nýbrž jejich zprostředkovatelem.

Nejvíce cestovních kanceláří nabízí pobytové a poznávací zájezdy do destinací **Chorvatska, Bosny a Hercegoviny, Itálie, Španělska** a částečně do **Francie** Jmenovitě se jedná o CK Janeta, s.r.o., CK Kellner, s.r.o., CK Saturn – ČSAD a. s., CK Andante, CK VHT, CK Evrotour, k. s., CK PRIVE TOUR, s.r.o. a CK Nean Tour, s.r.o.

Mezi cestovní kanceláře, které specializují své služby pouze na konkrétní oblast, patří zejména CK Hungariatour, s.r.o., která nabízí celoroční pobytové a poznávací zájezdy pro jednotlivce i kolektivy se specializací na **Maďarsko** - termální lázně, wellness hotely. CK Sargas, která se zaměřila pouze na zájezdy do **Chorvatska**. Latino Travel, s.r.o., která zajišťuje pobytové a poznávací zájezdy do **Latinské Ameriky** a v uvedených destinacích nabízí nadstandardní služby. Jejím cílem není masová turistika, ale naopak individuální přístup k jednotlivým klientům.

Významnou pozici na trhu zaujímá také pobočka cestovní kanceláře Čedok, a. s., která poskytuje pobytové a poznávací zájezdy do téměř všech destinací světa.

Cestovní agentury provozují Mgr. Kateřina Stávková – nabídka turistických, cykloturistických, kulturních a poznávacích zájezdů smluvních cestovních kanceláří, Marie Vilímková, C.A. Travel Písek - specializovaná agentura pro soustředěnou nabídku zájezdů na poslední chvíli, neboli last minute. CA Atlantis - autorizovaný prodejce produktů většiny cestovních kanceláří v České Republice a několika zahraničních CK.

Zajímavostí je také informační a prezentační server ABC – hotel, který se zabývá nabídkou turistických zařízení a podnikatelů v cestovním ruchu pouze přes internet.

Na Písecku se nachází čtyři cestovní kanceláře, čtyři cestovní agentury, dva provozovatelé letních táborů a jedno občanské sdružení. Pobytové a poznávací zájezdy do **Chorvatska** a ostatních oblíbených lokalit **Španělska, Francie, Bulharska, Maďarska** nabízejí CK Nean tour, s.r.o. v Milevsku, CK TRIOTOUR v Letech, CK Quicktour v Mirovicích a CA Vltava v Milevsku.

Na **segment dětí** se zaměřily CK SINDIBÁD, s.r.o., Varvažov - nabízí tábory pro děti a teenagery u moře (Itálie, Chorvatsko, Španělsko), na koních, cyklistické, počítačové, jazykové, military, výtvarné, lyžařské a školy v přírodě. Mgr. Luboš Vejvoda, Protivín - pořádá letní a jazykové dětské tábory, kde se vyučuje angličtina, němčina, francouzština, španělština, ruština. Olga Svobodová, Ražice – pořádá letní dětské tábory u koní. Agentura Apollo, Milevsko - letní a lyžařské tábory pro školní mládež a turistické akce pro studenty v rámci České Republiky. Občanské sdružení Ferien, Varvažov – pořádá pro podporu mezinárodních výměn letní, sportovní, dobrodružné, počítačové tábory a zajišťuje výměny do Německa.

Agentura Connemara, s.r.o., Mirovice – zprostředkovává léčebné pobyty a agentura CZ EuroTour, s.r.o., Mirovice, se zaměřuje na příjezdový cestovní ruch do střední Evropy.

Jak je zřejmé, většina cestovních kanceláří a agentur se soustředí na výjezdový cestovní ruch. Jediným zařízením, přednostně propagujícím rekreaci v městě Písku a jeho okolí je Informační centrum Písek, které zpracovalo několik produktů cestovního ruchu na téma cykloturistika, pěší turistika, vodáctví a další.

## 6 Provedení analýzy

Následující průzkumná činnost se opírá o data zveřejněná Českým statistickým úřadem, výsledky z dotazníkového šetření sezóny 2008 zjištěné městem Písek a o kvalitativní informace získané z provedené analýzy SWOT.

### 6.1 Statistické údaje

Tabulka 6.1: Návštěvnost ubytovacích zařízení v Jihočeském kraji

Rok	2007	2008	Rok	2007	2008
<i>Počet hostů</i>	559.635	542.942	<i>Počet přenocování</i>	1.868.048	1.773.391
<i>Nerezidenti</i>	152.904	147.391	<i>Nerezidenti</i>	320.288	302.484
<i>Rezidenti</i>	406.731	395.551	<i>Rezidenti</i>	1.547.760	1.470.907

Zdroj: ČSÚ k 18. 2. 2009

Podle ČSÚ zaznamenal cestovní ruch v roce 2008 pokles zájmu o ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních. Počet přenocování klesl o 3,8 % (počet přenocování v kempech klesl o 13,6 %, v penzionech o 14,0 %, v chatových osadách a turistických ubytovnách o 12,1 %). Vzrostl pouze počet přenocování ve čtyřhvězdičkových (o 17,6 %) a tříhvězdičkových hotelech (o 5,2 %). Průměrný počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních byl 3,1 noci (tj. o 0,1 méně než v roce 2007). Větší celkový pokles byl zaznamenán u rezidentů jak v počtu přenocování (o 4,7 %), tak i u příjezdu hostů (o 1,5 %). Počet přenocování nerezidentů se snížil o 3,0 %, počet příjezdů o 0,4 %. „Z regionálního pohledu se počet přenocování hostů zvýšil pouze v Karlovarském kraji (o 1,6 %) a na stejné úrovni jako v předchozím roce zůstal v Praze. Ostatní kraje zaznamenaly pokles. Počet příjezdů hostů byl vyšší v Praze (o 2,5 %) a v Jihomoravském kraji (o 0,5 %). Ze všech hostů ubytovaných v roce 2008 v hromadných ubytovacích zařízeních bylo 51,8 % zahraničních turistů. Nejvíce hostů (4,6 milionu) navštívilo Prahu, z toho 88,3 % bylo nerezidentů.“ (www.czso.cz).

Tabulka 6.2: **Sezónní návštěvnost píseckého Infocentra**

Sezóna	CZ	DE	EN	NL	Ostatní	Celkem
2007	11543	1172	936	846	692	15189
2008	13794	1468	1241	670	744	17947

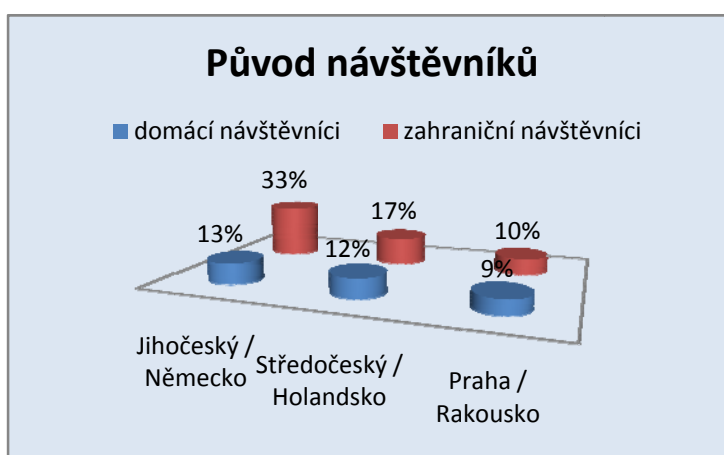
Zdroj: Infocentrum Písek

Z tabulky vyplývá, že celkový počet návštěvníků Infocentra, a tedy i města Písek, v sezóně 2008 vzrostl. Nejvíce návštěvníků pocházelo z České republiky, následováni byli německy a anglicky mluvícími hosty, ostatní národnosti tvořili zejména obyvatelé Francie, Dánska, Polska, Itálie, Španělska, Slovenska, Ruska či Japonska. Pokles byl registrován pouze u turistů z Holandska. Turistická sezóna trvala od 1. května do 20. září 2008, kdy nejnavštěvovanějšími měsíci byly červenec a srpen. Nejnižší návštěvnost Infocentra převládala v neděli a pondělí, v ostatních dnech byla rovnoměrná. Poptávka po ubytování v Infocentru stoupla oproti loňskému roku o 21 %, a přestože se v roce 2008 zvýšila kapacita ubytovacích zařízení, byla zaznamenána období, kdy poptávka převyšovala nabídku.

## 6.2 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření bylo provedeno v období červenec – srpen 2008 městem Písek, za podpory Evropské unie a Jihočeského kraje v rámci Společného regionálního operačního programu. Na šetření se podílelo pět tazatelů, kteří souběžně zaznamenávali informace v těchto lokalitách: Písek, Písecké hory, Orlík nad Vltavou, Zvíkovské Podhradí, Kestřany a Putim. Celkem bylo osloveno 800 respondentů, z nichž 84 % pocházelo z České Republiky a 16 % tvořili zahraniční návštěvníci. Téměř polovina respondentů spadala do kategorie 31 – 55 let, naopak nejmenší skupinu tvořili lidé od 56 let a výše (20 %). Dotazníkové šetření je uveřejněno ve Zprávě z turistické sezóny 2008 na internetových stránkách píseckého Infocentra a je volně přístupné veřejnosti. Výsledky šetření jsou pouze stručně vyhodnoceny a vyjádřeny v procentech. Pro snazší orientaci, byla autorkou nejdůležitější výsledná data převedena do grafické podoby.

Graf 6.1: Původ návštěvníků



Zdroj: Infocentrum Písek

Nejvíce domácích návštěvníků přijelo na Písecko z Jihočeského (13 %), Středočeského (12 %) kraje a z Prahy (9 %). Zahraničních návštěvníků bylo nejvíce z Německa (33 %), Holandska (17 %) a z Rakouska (10%).

Graf 6.2: Důvod návštěvy Písecka

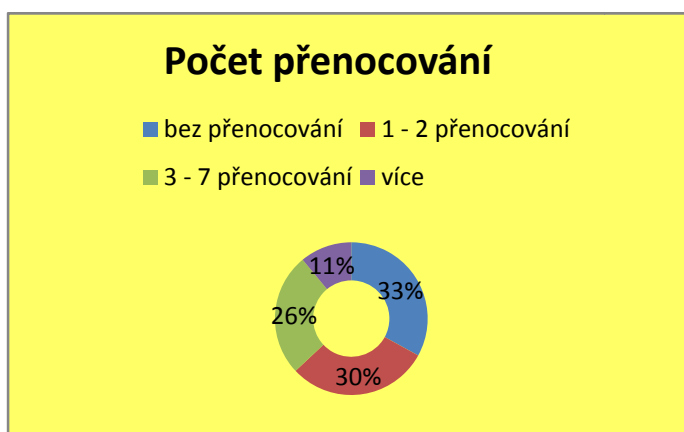


Zdroj: Infocentrum Písek

Domácí návštěvníci jako důvod své návštěvy nejčastěji uváděli dovolenou (26 % respondentů), turistiku a sport (22 %) a historii a památky (18 %). Zahraniční návštěvníci nejčastěji přijížděli za historií a památkami (36 %), za rekreací, přírodou a do lázní (27 %), dalším nejčastějším důvodem návštěvy byla turistika a sport (25 %).



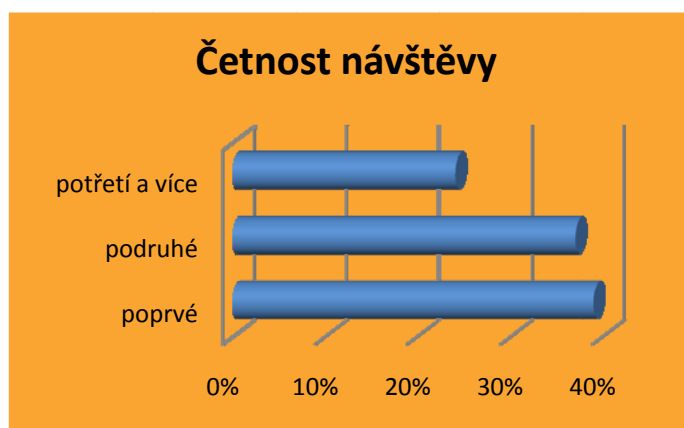
Graf 6.3: Počet přenocování



Zdroj: Infocentrum Písek

33 % z celkového počtu domácích i zahraničních návštěvníků se v regionu zdrželo pouze jeden den bez přenocování. 30 % návštěvníků v regionu jednou či dvakrát přenocovalo, 26 % respondentů v regionu přenocovalo třikrát až sedmkrát, 11 % návštěvníků se v regionu zdrželo déle než týden.

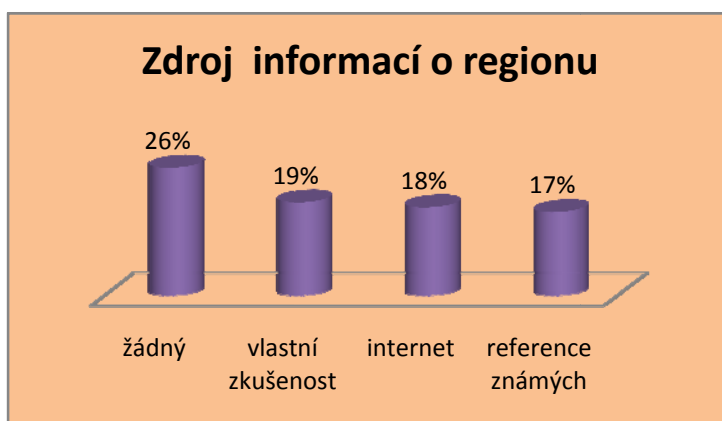
Graf 6.4: Četnost návštěvy



Zdroj: Infocentrum Písek

39 % respondentů do píseckého regionu zavítalo poprvé. 37 % návštěvníků v regionu bylo podruhé, 24 % respondentů již region navštívilo více než třikrát.

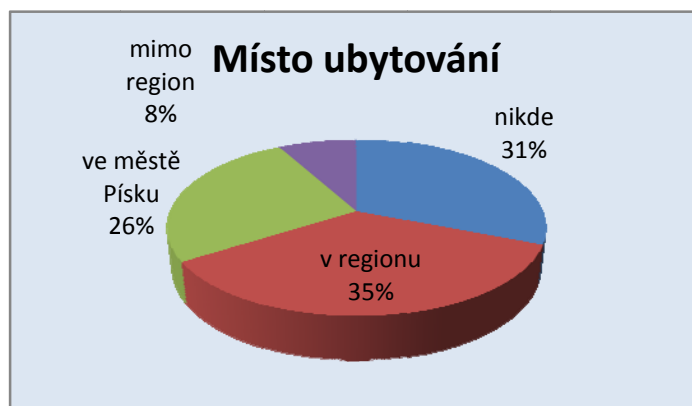
Graf 6.5: Zdroj informací o regionu



Zdroj: Infocentrum Písek

26 % respondentů žádné informace o regionu před jeho návštěvou nehledalo. 19 % respondentů uvedlo, že informace čerpali z vlastní zkušenosti, následuje internet (18 %) a reference známých (17 %).

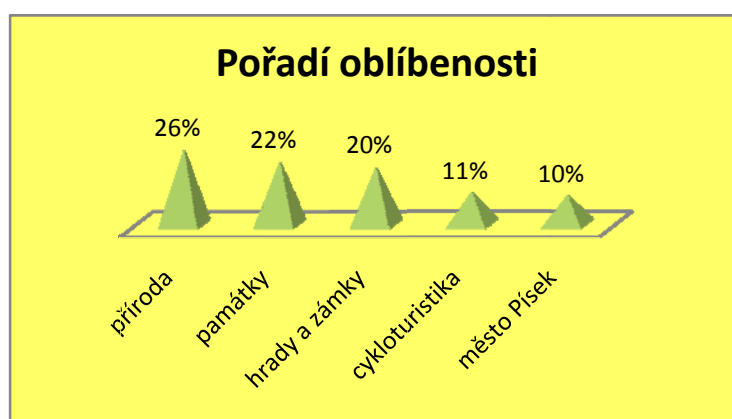
Graf 6.6: Místo ubytování



Zdroj: Infocentrum Písek

31 % respondentů uvedlo, že v době dotazování nejsou nikde ubytováni. V regionu bylo ubytováno 35 % respondentů, 26 % respondentů bylo ubytováno ve městě Písku a 8 % mimo písecký region.

Graf 6.7: **Pořadí oblíbenosti**



Zdroj: Infocentrum Písek

Návštěvníkům se v píseckém regionu nejvíce líbí příroda (26 % odpovědí), dále pak památky (22 %), hrady a zámky (20 %), následuje cykloturistika (11 %) a město Písek (10 %).

Graf 6.8: **Příští návštěva regionu**



Zdroj: Infocentrum Písek

47 % respondentů neví, kdy se na Písecko opět vrátí. 28 % respondentů uvedlo, že se vrátí za rok, 14 % přijede déle než za rok.

### 6.3 SWOT analýza

Následující informace budou shrnuty a zhodnoceny pomocí SWOT analýzy, která pomáhá identifikovat slabé a silné stránky, příležitosti a hrozby, spojené s určitým projektem nebo podnikatelským záměrem a nastíní případné problémy nebo další možnosti růstu.

Tabulka 6.3: SWOT analýza – Postavení Písecka v cestovním ruchu

**Silné stránky:**

- atraktivní poloha v jižních Čechách
- rozmanitý ráz krajiny (Písecká pahorkatina – Velký Mehelník (632 m n. m.), nížiny, Orlická přehrada, rybníky...
- dobré klimatické podmínky a neznečištěné životní prostředí
- výskyt přírodních atraktivit (NPR Řežabinec a řežabinecké tůně, PP Zelendárky – soustava 10 rybníků a naučná stezka, zlatonosná řeka Otava)
- významné historické památky (Písek - 2. nejstarší kamenný most v Evropě, hrad Zvíkov, zámek Orlík, ojedinělé kestřanské tvrze a zámek, tvrz Klokočín, Putim...)
- dostatek ubytovacích kapacit, vznik nových hotelů \*\*\*
- bohatá nabídka stravovacích zařízení
- pestrý celoroční kulturní program pro širokou veřejnost, místo konání mezinárodních hudebních a filmových festivalů, sportovních utkání nebo divadelních představení
- podpora projektů cestovního ruchu („Písecko – brána do jižních Čech“, Otavská plavba, „Pohádkové království“)
- pravidelná prezentace města na veletrzích ( MADI Praha, Regiontour Brno a Holiday World Praha)
- výskyt sportovních areálů a stadionů, celoroční sportovní příležitosti všeho druhu
- region je protkán dobře značenými turistickými, cykloturistickými a jezdeckými stezkami
- kompletní nabídka lázeňských služeb v sanatoriu Vráž
- Infocentrum Písek je členem Asociace turistických informačních center ATIC, od r. 2002 spadá do nejvyšší kategorie A
- stálá inovace služeb: instalace 2 zvukových informačních panelů, půjčování cizojazyčných

zvukových průvodců, virtuální prohlídka města

**Slabé stránky:**

- nepěkný vzhled opuštěných objektů a domů pro nepřizpůsobivé občany
- nedostatečná rekultivace sídlišť
- špatné spojení a návaznost MHD
- krátká otevírací doba obchodů v centru (převážně o víkendech)
- chybí celodenní hlídané parkoviště
- modernější vybavení plaveckého stadionu (chybí aquapark)
- levné ubytování je celoročně obsazené dělníky
- nepřístupná věž Děkanského kostela
- špatně značené veřejné toalety, chybí sprchy
- nejasné značení rozhledny Jarník již z centra
- o víkendu není přístupná směnárna
- zrušená tržnice u Děkanského kostela
- pro střední generaci je zde omezená možnost večerního vyžití (živá hudba)
- budova ČSAD, úschovna zavazadel, toalety a informace často uzavřeny

**Příležitosti:**

- oprava některých chátrajících objektů
- plánované přebudování opuštěného vojenského objektu na ubytovací jednotky a obchodní prostory
- plánovaná rekultivace sídlišť
- návrh na nový aquapark je ve stádiu projednávání

- možnost využití grantového programu města Písku, nebo Evropské unie
- podpora mezinárodních pravidel v CR, vede ke zkvalitnění služeb a pověsti města
- vhodnou nabídkou služeb vyplnit slabší období zimní sezóny a mezisezóny
- balíčkem služeb oslovit cílovou skupinu zákazníků, turistů
- využití nových forem podpory prodeje

**Hrozby:**

- zvyšující se konkurenceschopnost ostatních regionů a krajů
- zrušení hranic vede ke snižování počtu přenocování zahraničních turistů, kteří zemí pouze projíždějí
- nedůsledná ochrana životního prostředí může vést ke zhoršení vzhledu regionu a odlivu turistů
- rozšiřování ubytovacích kapacit vede ke změně rázu krajiny
- nebýt nečinný vůči vandalizmu, rasizmu nebo xenofobii

Zdroj: vlastní; částečně Infocentrum Písek

## 7 Zhodnocení průzkumu

Město Písek je velmi turisticky zajímavou lokalitou, která je schopna návštěvníky uspokojit téměř po všech stránkách, od své bohaté historie a významných pamětihodností, služeb poskytujících informace, ubytování, stravování, kulturně-společenského dění, až po možnosti relaxace a sportu všeho druhu. V posledních letech město zažívá značný rozvoj ve všech směrech, zvýšil se příliv turistů a návštěvníků v sezóně 2008 (viz tab. 6.2), přibývá kulturních, společenských a sportovních akcí o vysoké kvalitě, z nichž mnohé nabyly i celostátní či mezinárodní ráz, během dvou let ve městě vznikly tři tříhvězdičkové hotely, otevřely se prostory historických parkánů pod městskými hradbami, které slouží jako místo k pikniku či odpočinku a dále se rozrůstá počet novostaveb určených k obytným i komerčním účelům.

Přesto není dobré zahálet. I když se sezóna 2008, se svým rostoucím počtem návštěvníků, jeví pro město Písek jako pozitivní, nemusí tomu tak být i nadále. Zvláště statistické údaje ČSÚ ukazují, že cestovní ruch zaznamenal celkový pokles v zájmu o hromadné ubytování a postupně se snižuje i průměrný počet přenocování (viz tab. 6.1). Větší pokles, jak v počtu příjezdů, tak v počtu přenocování, nastal u rezidentů.

Turista je člověk, který rád poznává nové věci, zajímavá místa a sbírá nové a jedinečné zážitky. Dnešní turista je čím dál víc náročnější ve svých přáních a požadavcích na dovolenou a její program, proto se již málokterý spokojí pouze s ubytovacím zařízením, v jehož silách není nabídnout klientovi zajímavou příležitost k trávení volného času. Mnohá zařízení vyřešila problém tím, že své vnitřní a venkovní prostory vybavila sportovním náčiním a spoléhají na skutečnost, že se host zabaví sám. Jde ale o špatný přístup k zákazníkovi. Turista očekává, že pokud absolvuje cestu do určité lokality, stráví zde svůj volný čas a utratí své finance, bude mu nabídnuto více, než může dostat kdekoli jinde. Očekává produkt, který se odlišuje od ostatních, je jedinečný pro danou lokalitu a za kterým stojí za to přijet i z větší vzdálenosti.

## **7.1 Obecné návrhy na zlepšení**

Obecné návrhy na zlepšení se týkají města jako celku a poukazují na ně slabé stránky SWOT analýzy (viz tab. 6.3). Jedná se o jednotlivé připomínky z řad místních obyvatel a domácích i zahraničních turistů. Některé návrhy, jako je rekultivace sídlišť či modernější vybavení plaveckého stadionu, vyžadují pro realizaci delší časový úsek i větší finanční výdaj. Uspokojivá může být prozatím skutečnost, že jsou oba projekty schváleny a nachází se ve fázi dalšího projednávání. Rychlejší nápravu doporučujeme u matoucího značení rozhledny Jarník, která je pro svůj krásný výhled na Písek, Šumavu a Příbramsko hojně vyhledávaným cílem výletníků. Zřízení sprchového koutu a případně dětského přebalovacího pultu na veřejných toaletách je vhodné zejména v prostorách u Prácheňského muzea a parku, které se nacházejí přímo v centru města. Celodenní hlídané parkoviště může najít uplatnění na nově opraveném Výstavišti, kde vznikla nová parkovací plocha. Po dlouholetém uzavření vyhlídkové věže Děkanského kostela, se město rozhodlo zadat projekt soukromé společnosti, která má na starost veškeré vnější opravy jihozápadní věže a výměnu poškozených částí dřevěné konstrukce schodiště, vše v souladu s vyjádřením pracovníků památkové péče. Ukončení prací je plánováno na srpen 2009, přičemž poté bude možné uskutečňovat prohlídky z ochozu věže, vysokého 42,5 metrů, v desetičlenných skupinách s odborným doprovodem.

## **7.2 Návrhy balíčků služeb zaměřených na konkrétní téma**

Návrhy balíčků služeb vycházejí z poznatků, získaných z dotazníkového šetření. Protože nejvíce turistů navštívilo Písecko poprvé (viz graf 6.4) a zdrželo se zde pouze jeden den bez přenocování (viz graf 6.3), budou navrhnuty tří denní produkty, které dobu strávenou turisty v regionu podpoří. Produkty budou zaměřeny na oblasti, které se u turistů těší největší obliby (viz graf 6.2 a 6.7) a zároveň budou zpestřeny o nové tematické okruhy, které mohou přilákat nové návštěvníky z řad mladých rodin s dětmi, seniorů s vnoučaty, mužů i žen. Podle výsledků (viz graf 6.6), se nejvíce turistů ubytovalo v regionu, možnosti ubytování v jednotlivých produktech jsou tomuto faktu přizpůsobeny.



### **7.3 Návrh motivačního programu**

Pro podporu vztahu mezi návštěvníkem a podnikatelem navrhujeme vytvořit v rámci balíčků služeb partnerství podnikatelů a zařízení, poskytujících služby jak v cestovním ruchu, tak doplňkového charakteru, které by fungovalo na principu určitého věrnostního programu pro zákazníky. Turisté, by si na základě doložených účtenek, mohli vzniklou útratu v rámci členských subjektů proměnit na body (podle předem stanovené stupnice) a v místním Infocentru si za ně vybrat hodnotný dárek nebo suvenýr odpovídající hodnoty. Takový program návštěvníky nejen motivuje, ale dává jim také pocit, že své finance utratili uvážlivě a navíc získali určitou protihodnotu - bonus. Výhoda plyne i podnikatelům, a to v podobě podpory prodeje a zvýšení tržeb. Program se tedy jeví jako oboustranně výhodný.

### **7.4 Metody podpory prodeje**

Protože nejvíce dotazovaných uvedlo, že neví, kdy se na Písecko opět vrátí (viz graf 6.8), je důležité věnovat pozornost metodám, jak si stávající zákazníky udržet, případně přilákat nové. Písecké Infocentrum, ale i jednotlivé cestovní kanceláře, by mohly dát produktům (během jejich propagace) modernější podobu. Tím je myšleno pořídit z jednotlivých míst v produktech fotodokumentaci nebo videozáznam, které zákazníkům poskytují věrnější obraz skutečnosti. Jednotlivé balíčky služeb, včetně fotodokumentace nebo videozáznamu, by mohly být nahrány na CD disk a půjčovány zájemcům v cestovních kancelářích a agenturách, nebo zpřístupněny na internetových stránkách infocenter (viz graf 6.5). Propagace by se také měla zaměřit do lokalit, ze kterých přijíždělo nejméně návštěvníků (viz graf 6.1). U stávajících zákazníků, je vhodné si zaznamenat jejich kontaktní adresu a nové nabídky jim zasílat prostřednictvím elektronické pošty.

## 8 Nabídka vlastních produktů

Pro inspiraci jak jednotlivých návštěvníků, tak cestovních kancelářů, jsou zde předloženy vlastní návrhy balíčků služeb: „**Po stopách zlatavého moku**“, „**Zážitkový víkend pro celou rodinu**“, „**Na kole po naučných stezkách Písecka**“ a „**Sport a wellness pro ženy**“, které se dají využít i mimo měsíce červenec, srpen a mohou vyplnit slabá období v mezisezónách. Výjimku tvoří pouze produkt „**Zlatá horečka na Písecku**“, jehož realizace je závislá na první sobotě v srpnu. K jednotlivým produktům jsou vypracovány předběžné kalkulace, které se budou dále odvíjet od dodatečných výdajů a možností jednotlivých zákazníků. Program je pouze doporučený a lze jej přizpůsobit konkrétním přáním a požadavkům klientů.

### 8.1 „Po stopách zlatavého moku“

1 den: příjezd do Písku v dopoledních hodinách, ubytování (výběr z mnoha hotelů a penzionů přímo v centru města), odjezd autobusovou dopravou do nedalekého **Protivína**, zde na návštěvníky čeká exkurze do místního **pivovaru Platan**, kde se vaří pivo více jak 400 let a konkrétně se jedná o Platan 11°, Schwarzenberg 10°, Prácheňská perla, Protivínský Granát a Platan Nealko. Odborný výklad trvá 1,5 hodiny a prohlídku je nutné objednat 5 dní předem na tel: +420 382733111 – Renata Alexiová. Po návratu lze relaxovat procházkou po historickém jádru města a nabrat tak sílu na večerní program ve **Středověké krčmě**, která sídlí v areálu bývalého měšťanského pivovaru a nabízí výběr pokrmů bez potřeby příboru, vhodných ke konzumaci piva.

2 den: Dopoledne odjezd autobusovou dopravou do obce **Zvíkovské Podhradí**, nástup na vyhlídkovou **plavbu lodí** pod hradem: malý okruh (hrad – Zvíkovský most a zpět), následovaná prohlídkou samotného **hradu Zvíkov**. (Lze obměnit za plavbu parníkem Zvíkov – Orlík a zpět, s prohlídkou zámku Orlík). V místním **Pivovarském dvoře** doporučujeme kromě místní kuchyně i ochutnávku několika druhů **kvasnicového piva vlastní výroby** (svrchně kvašené pivo Červený Rarášek, vyznačující se lehkou ovocnou chutí, jedno z nejsilnějších piv Královská Zlatá labuť - 26°, spodně kvašené ležáky Zlatá labuť 11°-14°). Pivovar je držitelem ceny Pivo České republiky 2008. V podvečerních hodinách odjezd do Písku.

3 den: V dopoledních hodinách odjezd vlakem do nedaleké obce **Putim**, která se proslavila i díky románu Jaroslava Haška: Osudy dobrého vojáka Švejka, kterého zde zatknul strážmistr Flanderka. Bývalý pivovar z poloviny 18. století, je upraven k obytným účelům, za shlédnutí stojí i mlýn s kolem o průměru 5 metrů. Po návratu zpět doporučujeme navštívit nejvyhlášenější **pivnici** s restaurací v Písku – **U Reinerů**.

### **Kalkulace: 1dospělý**

Ubytování (např. penzion Atlantic) 2x 450,-/jednolůžkový pokoj

Vstupné:

Exkurze do pivovaru Platan 1x 1 190,- (od 10 osob cena 71,-/os.)

Středověký program 1x 125,- ( PÁ, SO)

Plavba lodí – malý okruh 1x 100,-/35 min. (SO, NE a svátky)

Prohlídka hradu Zvíkov 1x 70,-

Jízdné:

Písek – Protivín a zpět (veřejná doprava, bus) 2x 22,-/15 min./14 km

Písek - Zvíkov. Podhradí a zpět (-//-) 2x 24,-/35 min./18 km

Písek – Putim a zpět (vlak) 2x 10,-/5 min./4 km

<b>Cena celkem pro 1 dospělého: 2 497 Kč *</b>
--

\* V ceně není zahrnuta strava; cena exkurze do pivovaru se od 10 osob výrazně sníží; program je pouze doporučený, lze jej přizpůsobit vlastním potřebám.

## **8.2 „Zážitkový víkend pro celou rodinu“**

1 den: dopoledne ubytování na **chatě Živec** (tel: +420 724003566 - Josef Keclík), nacházející se v klidném a turisticky oblíbeném místě Píseckých hor, 4 km od centra města Písek. Výstup na 300 m vzdálenou **rozhlednu Jarník**, procházka místními lesy s několika naučnými stezkami a **oborou mufloní zvěře**. Oběd zajištěn na chatě. Návštěva **záchranné stanice živočichů Makov** v Nové Vsi u obce Čížová (nutno objednat předem na tel: +420 724090220, +420 382279159). Po návratu doporučujeme procházku historickým jádrem města, návštěvu **Prácheňského muzea (+420 382201111)**, posezení v některé z místních restaurací a cukráren, nebo si na ostrově uprostřed řeky Otavy zahrát minigolf a v nedalekém

sportovním centru vyzkoušet bowling. Večeře zajištěna na chatě, nebo dle vlastního výběru ve městě.

2 den: snídaně, poté odjezd do **Protivína**, kde se nachází jedinečné **Krokodýlí ZOO** spolu s malým muzeem (tel: +420 725155648). Oběd vlastní. Dále se lze přímo z Protivína vydat po stopách okružní **naučné stezky Zelendárky**, která je dlouhá 11,5 km a čítá na 17 zastavení na téma historie, zoologie, botanika. V případě vynechání naučné stezky se naskýtá možnost osvěžení v píseckém **venkovním** (červenec, srpen), nebo **krytém** (září – červen) **bazénu** (tel: +420 382213239). Odpolední putování bude zakončeno vyjížděkou na koních plemene Mérenského na **ranči Ixion**, ležícího cca 6 km za Pískem směrem na Tábor. Vyjížděka je určená dospělým osobám a dětem od 10 let. Pro nezkušené je zde možnost vodění chovatelem. (Nutné objednat na tel: +420 724824088, +420 606704404 - Martina Jestřábová). Večeře zajištěna na chatě.

3 den: snídaně, odjezd na celodenní výlet do **Indiánské vesnice a Pevnosti lovců kožešin – Fort Hary**. Pevnost leží v obci Jarotice, nedaleko Mirotic a v areálu jsou k dispozici: taverna, traperský obchod, srub lovců kožešin, indiánské muzeum, stany tee-pee, koně plemene Apaloosa, parkování, zkoušky dovednosti a zručnosti, občerstvení a prodej suvenýrů. (tel: +420 728727123 - David Navrátil).

<b>Kalkulace: 1 dospělý</b>		<b>1 dítě do 10 let</b>
Ubytování chata Živec	2x 220,-	2x 176,-
Strava - snídaně	2x 30,-	2x 30,-
- oběd/večeře	3x 70,-	3x 70,-
Vstupné:		
Prácheňské muzeum	1x 30,-	1x 10,-
Krokodýlí ZOO	1x 100,-	1x 50,- (do 15 let)
Plavecký bazén – krytý	1x 35,-/hod.	1x 20,-/hod. (do 140 cm výšky)
- venkovní	1x 50,-/hod.	1x 30,-/hod. (do 140 cm výšky)
Vyjížděka na koni	1x 250,-/hod. (od 2 osob)	1x 100,-/hod. (vodění chovatelem)
Pevnost Fort Hary	1x 80,-/den	1x 40,-/den (do 15 let)

<b>Cena celkem / 1 dospělý:</b>	<b>1 220 Kč *</b>	<b>Cena celkem / 1 dítě do 10 let:</b>	<b>852 Kč *</b>
---------------------------------	-------------------	--	-----------------

\* V ceně není zahrnuta vlastní doprava; do kalkulace bylo započítáno vstupné do venkovního plaveckého bazénu; program je pouze doporučený, lze jej přizpůsobit vlastním potřebám.

### 8.3 „Na kole po naučných stezkách Písecka“

1 den: dopoledne ubytování na **chatě Živec**, seznámení se s Píseckými horami prostřednictvím **naučných stezek**:

**Lesní dřeviny** – okružní 1,3 km dlouhá trasa pro pěší s 21 zastávkami na téma lesnictví.

**Lesní porosty** – 1,2 km dlouhá trasa pro pěší a cyklisty s 5 zastávkami na téma lesnictví, končí u studánky s pitnou vodou.

**Cesta drahokamů** – 6,5 km dlouhá trasa pro pěší s 20 zastávkami na téma lesnictví, geologie, mineralogie, končí u chaty Živec.

Oběd zajištěn na chatě. Odpolední **cyklovýlet Písek – Putim – Řežabinec – Sudoměř – Kestřany – Písek** (cca 30 km). Z Písku vede trasa podél pravého břehu řeky Otavy, přes Zátavský most až do Putimi, kde od hostince U Cimbury pokračuje po zeleném značení až k hrázi přírodní rezervace Řežabinec. Za hrází trasa pokračuje polní cestou až k rozcestníku, na který navazuje modré značení až k obci Sudoměř a Žižkově mohyle, připomínající slavnou bitvu Jana Žižky na vypuštěném rybníku Škaredý. Vrátime se zpět na rozcestí a pokračujeme po silnici do Kestřan, známých díky dvěma středověkým tvrzím. Po silnici dále projedeme Zátavím, kde pokračujeme stejnou trasou jako na začátku, nebo za Zátavským mostem odbočíme doleva na Hradištský vrch a z něho sjedeme do Písku. Večeře na chatě.

**Naučné stezky:**

**NPR Řežabinec** – 2 km dlouhá trasa pro pěší a cyklisty s 11 zastávkami na téma ekologie, zoologie, botanika a historie.

**Bitva u Sudoměře** – 2,5 km dlouhá okružní trasa pro pěší a cyklisty se 3 zastávkami na téma historie a vojenství.

2 den: snídaně, celodenní **cyklovýlet Písek – Smrkovice – Maletice – Klokočín - Myšenec – Protivín – Písek** (cca 30 km). Na začátku Píseckých hor se vydáme vlevo přes alej vzrostlých topolů, odbočíme doleva a po asfaltové silnici pokračujeme přes Semice až do Smrkovic. Obec projedeme po hlavní komunikaci a u rozcestí se zrcadlem se napojíme na

modré značení, vedoucí krajem lesa kolem samot. Za křižovatkou se žlutou barvou končí asfaltový povrch, kamenitá cesta vede na kraj lesa a dále pokračuje rovně mezi loukami. Navazující polní cesta směřuje přímo na silnici do Maletic, kde se za mostem přes Blanici nachází rozlehlá tvrz Klokočín. Za Maleticemi se napojíme vlevo na žlutou, která nás zavede do obce Myšeneč, od které sledujeme pravou odbočku do Protivína. Na zpáteční cestu se vydáme vlakem z protivínského nádraží. Večeře na chatě.

#### **Naučné stezky:**

**Myšenecké slunce** – 1,5 km dlouhá okružní trasa pro pěší a cyklisty se 7 zastávkami na téma historie a geologie.

**Klokočín** – 1,3 km dlouhá okružní trasa pro pěší s 9 zastávkami na téma příroda a lesnictví.

**Zelendárky, Protivín** – přírodní památka a 11 km dlouhá okružní trasa pro pěší a cyklisty s 15 zastávkami na téma historie, ekologie, zoologie a botanika.

**Na břehu Blanice, Protivín** – 25 km dlouhá okružní trasa pro pěší a cyklisty s 18 zastávkami na téma historie a ekologie.

3 den: snídaně, seznámení se s historií města a regionu v **Prácheňském muzeu**, okruh po **Čertově naučné stezce**, začínající u kostela sv. Václava a pokračující 9 km dlouhou trasou s 22 zastaveními na téma vlastivěda, archeologie, technika a končící na pravém břehu Otavy proti koupališti.

#### **Kalkulace: 1 dospělý**

Ubytování chata Živec 2x 220,-

Strava – snídaně 2x 30,-

- oběd/večeře 3x 70,-

Vstupné: Prácheňské muzeum 1x 30,-

Jízdné: Protivín – Písek (vlak) 1x 22,-/15min./13 km + 25,- spoluzavazadlo (kolo)

Horské kolo lze v sezóně zapůjčit každý den v Sport Preuss, Kollárova 486, tel: +420 603259670; 500,- vratná záloha, 200,- 1. den, 150,- každý další den, přilba 20,- denně.

<b>Cena celkem/1 dospělý/ vlastní kolo</b>	<b>Cena celkem/1 dospělý/ půjčené kolo s přilbou 3 dny</b>
<b>787 Kč *</b>	<b>1 347 Kč *</b>

\* Cena neobsahuje dodatečné výdaje během cest a pobytu; program je pouze doporučený, lze jej přizpůsobit vlastním potřebám.

## 8.4 „Sport a wellness pro ženy“

1 den: v dopoledních hodinách ubytování na **chatě Živec**, zapůjčení trekových holí v nedaleké půjčovně sportovních potřeb Sport Preuss, Kollárova 486, tel: +420 603259670; oběd na chatě, poté následuje **nordic walking** okruh Píseckými lesy, neboli svižná chůze s trekovými holemi, která zapojuje do chodu celý pohybový aparát a spaluje daleko více kalorií než běžná chůze. Odpoledne lze zajistit **klasickou masáž zad a šíje** v salonu přímo v centru města – tel: +420 732139718 – Petra Dragounová. Den lze poté zakončit příjemnou podvečerní procházkou historickým centrem města. Večeře na chatě.

2 den: snídaně, poté vrácení holí a zapůjčení horských kol v půjčovně Sport Preuss, **cyklovýlet** po červené trase směr **Smrkovice - Benešovský mlýn – Heřmaň – Humňany – Štětice (vyjíždka na koni) – Ražice – Písek** (cca 19 km). Na začátku Píseckých lesů se vydáme alejí vzrostlých topolů a odbočíme doleva na místní komunikaci, která nás dovede přes obec Semice do Smrkovic. Odtud sledujeme červené značení až do vlakové zastávky Heřmaň, odkud se po odbočení doleva podél trati dostaneme k rekreačnímu středisku **Benešovský mlýn**, kde naleznete ideální podmínky pro osvěžení a odpočinek. Odtud pokračujeme polní cestou do obce Heřmaň a opět sledujeme červenou barvu až do nedalekých Humňan, ze které se odbočením doprava dostaneme do Štetic. V místních stájích si doporučujeme objednat vyjíždku na koních klidného plemene Hafling malebnou okolní krajinou, kontakt na tel: +420 724759880. Zpáteční cestou se lze vydat po silnici směr Ražice, Putim, Písek nebo se do Písku dopravit z ražického nádraží vlakem. Po návratu následuje osvěžení v píseckém **plaveckém stadionu** (tel: +420 382213239) a **anticelulitidová masáž s ozonovým záballem**, objednání na tel: +420 732139718 – Petra Dragounová. Večeře na chatě.

3 den: snídaně, vrácení horského kola, pobyt zakončen relaxačním pobytem v **solné jeskyni** se solí z Mrtvého moře, která léčí problémy se srdcem, dýchacího ústrojí, stres, revmatismus a zpomaluje proces stárnutí. Objednávky na tel: +420 774677278.

### **Kalkulace: 1 dospělý:**

Ubytování chata Živec      2x 220,-

Strava – snídaně              2x 30,-

- oběd/večeře 3x 70,-

Půjčovné:

– horské kolo 500,- vratná záloha, 200,- 1. den, 150,- každý další den, přilba 20,- denně  
- trekové hole 40,- denně

Procedury:

- klasická masáž zad a šíje 1x 250,-/90 min.  
- anticelulitidová masáž 45 min. a ozonový zábal 20 min. 1x 450,-  
- vyjížďka na koni 1x 200,-/hod.  
- solná jeskyně 1x 110,-/45 min.  
- plavecký bazén 1x 35,-/hod. (krytý), 1x 35,-/od 16 hodiny (venkovní)

Jízdné: Ražice – Písek (vlak) 1x 16,-/10 min./8 km + 25,- spoluzavazadlo (kolo)

<b>Cena celkem/1 dospělý</b>	<b>2 056 Kč *</b>
------------------------------	-------------------

\* K ceně je nutné připočítat vratnou zálohu na půjčovná kola á 500,-. Program i procedury jsou pouze doporučené.

## 8.5 „Zlatá horečka na Písecku“

1 den: dopoledne ubytování v **hotelu Pod Skalou** (tel: +420 382214753) s bezprostřední vyhlídkou na jez a **řeku Otavu**, v minulosti bohatá na zlaté šupinky v říčním písku. Prohlídka **Prácheňského muzea** se stálou expozicí na téma **Zlato v Pootaví a Nerostné bohatství**. Po prohlídce doporučujeme výlet do **Píseckých hor**, kde se v polovině 13. století dobývaly zlaté křemenné žíly hornickým způsobem. V těžební oblasti **Havírky** se nachází zatopené důlní šachty, jejichž výzkum odkryl několik nálezů v podobě střepů keramiky ze 13. a 14. století a o historii těžby zlata vypráví **naučná stezka Zlatodoly** – 0,8 km dlouhá trasa pro pěší i cyklisty se 3 zastávkami. Další stopy po důlní činnosti jsou viditelné na vrchu Jarníku, Vyhlídkách a rozcestí Na rozkročáku – taktěž v Píseckých horách.

2 den: celodenní výlet do nedalekých **Kestřan**, kde se první sobotu v srpnu koná **soutěž v rýžování zlata** – proplachování říčního písku vodou a oddělení zlatinek, spojená s bohatým hudebním a doprovodným programem.



3 den: procházka do oblasti pod **Starou pazdernou** na kraji města - **místa významného objevu** Libora Křivánka odborného pracovníka Okresního muzea v Písku, který odhalil **pozůstatky zlatorudného mlýna** na staveništi jímek čisticí stanice. Nález úpravny zlaté rudy s dobře zachovalým stavem dřeva byl první svého druhu a dal podnět ke vzniku nového odvětví archeologie – báňské, jehož hlavním posláním je výzkum archeologických dokladů po pravěké a středověké těžbě nerostů. Procházku lze zakončit u bývalého **hotelu Otava** nad hlavním náměstím, jehož budovu zdobí 11 obrazů (s vyobrazením rýžovníků zlata) dokladující život na Písecku podle námětu Mikoláše Alše.

**Kalkulace: 1 dospělý**

Ubytování hotel Pod Skalou 2x 350,-/ sprcha a WC mimo pokoj/bez stravy

Vstupné: Prácheňské muzeum 1x 30,-

Rýžování zlata v Kestřanech 1x 80,-/den

<b>Cena celkem/1 dospělý</b>	<b>810 Kč *</b>
------------------------------	-----------------

\* Rýžování zlata v Kestřanech se koná pouze první sobotu v srpnu. V ceně není zahrnuto stravování, ubytování v hotelu Pod Skalou je přístupné veřejnosti pouze v červenci a srpnu.

## 9 Závěr

Cílem bakalářské práce na téma Atraktivity Písecka a jejich využití bylo analyzovat potenciál regionu z pohledu cestovního ruchu a vymezit profil současných či budoucích návštěvníků. Na základě zjištěných výsledků poté navrhnout určitá zlepšení vedoucích ke zvýšení atraktivity destinace.

První část analýzy spočívala v charakteristice regionu Písecko, jeho územně-správním vymezení, uvedení geografických a demografických údajů a popisu nejzajímavějších lokalit. Dále se analýza zaměřila na samotné město Písek, jeho historii vzniku a výčet významných pamětihodností.

V druhé části byly podrobeny průzkumu vybrané části materiálně-technické základny: nabídka ubytovacích zařízení, výskyt stravovacích a společensko-zábavných zařízení, sportovní příležitosti a činnost cestovních kancelářů a agentur.

Kvantitativní a kvalitativní informace, získané z databáze Českého statistického úřadu, dotazníkového šetření píseckého informačního centra a analýzy SWOT, významně pomohly k celkovému zhodnocení lokality, jakož i nastínění trendů, které se dají následující sezonu očekávat.

Město Písek bylo shledáno za velmi turisticky zajímavou lokalitu, která je schopna návštěvníky uspokojit téměř po všech stránkách, od své bohaté historie a významných pamětihodností, služeb poskytujících informace, ubytování, stravování, kulturně-společenského dění, až po možnosti relaxace a sportu všeho druhu. V posledních letech město zažívá značný rozvoj ve všech směrech. I přesto byly nalezeny určité nedostatky jako nepřehledné značení rozhledny Jarník, chybějící sprcha na veřejných toaletách, omezená otevírací doba úschovny zavazadel a informací v budově ČSAD nebo absence celodenního hlídaného parkoviště, které byly doporučeny k přednostní nápravě.

A protože se téměř žádná cestovní kancelář ani agentura nezabývá propagací píseckého regionu, byly vypracovány jednotlivé produkty cestovního ruchu, které mají svým atraktivním zaměřením nejen přilákat nové návštěvníky, ale také podpořit délku strávenou v regionu,

kteřá se dle získaných údajů zkracuje. Balíčky služeb se skládají z činností, které se u turistů těší největší oblibě a zároveň v sobě skrývají prvek jedinečnosti, zajišťující určitou konkurenceschopnost. V rámci balíčků služeb byl navržen oboustranně výhodný motivační program, spočívající ve sbírání účtenek za útratu od členských poskytovatelů služeb, které si bude moci turista proměnit na body a v místním Infocentru si za ně vybrat hodnotný dárek. Přínos pro poskytovatele spočívá v účinné podpoře prodeje.

Dále byl navržen nový způsob propagace produktů a metody udržení si stávajících zákazníků.

## 10 Summary

The topic of this bachelor work is Tourist attractions of the region Písecko and their utilization. This area is situated in the southern Bohemia, in a beautiful landscape which is rich in deep forests, green meadows, fertile fields and a lot of ponds. The region's capital is Písek, a former royal town, which is full of history, with a lot of significant places of interest and rich social life.

The aim of this bachelor work, was to specify the background and to analyse the services of tourism in the region Písecko, to evaluate the results and to propose the factual improvements and new products of tourism, which would make the destination more attractive.

The practical part of the bachelor work contains a description of interesting villages with their best known monuments and natural areas located near the capital, an introduction of Písek town, its foundation, history and the most important sights. Then, the analysis of accommodation establishments, catering services, cultural and sport facilities and the activities of travel agencies was made. On the basis of statistical data, the results of a research made by Písek town and a SWOT analysis, the improvements were proposed. The full-weekend stays, that were worked out, would support visitors' attendance. The new program, that would motivate visitors' spending and the method of sale support, were recommended as well.

In spite of finding some absences, we value the Písek town and its region as a very interesting destination, which disposes of rich possibilities, that can develop the tourism there.

## 11 Použité zdroje

ADÁMEK, J. a kol. *Písek - historický průvodce: Stručné dějiny města*. 2. dopl. vyd. Písek: Nakladatelství a vydavatelství Jiří Čížek, 1995, 107 s. ISBN 80-901940-0-1.

DRÁBEK, K. *Naučné stezky a trasy II: Jihočeský kraj*. Praha: Dokořán, 2007, 297 s. ISBN 978-80-7363-076-8.

HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006, 224 s. ISBN 80-7168-948-3.

HORÁK, V. *Jižní Čechy: Průvodce pro horská a trekkingová kola*. Praha: Nakladatelství CNC, 1996, 183 s. ISBN 80-901928-1-5.

HORNER, S.; SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003, 486 s. ISBN 80-2470202-9.

HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*. 3. uprav. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 1997, 170 s. ISBN 80-85970-04-X.

KOTLER, P. *Marketing podle Kotlera: Jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Praha: Management Press, 2000, 258 s. ISBN 80-7261-010-4.

ORIEŠKA, J. *Metodika činnosti průvodce cestovního ruchu*. 5. uprav. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 1999, 153 s. ISBN 80-85970-30-9.

ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 4. uprav. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 1996, 137 s. ISBN 80-85970-11-2.

PARMOVÁ, D.; PARMOVÁ, D. *Provoz služeb v cestovním ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2003, 84 s. ISBN 80-7040-611-9.

PAYNE, A. *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 1996, 248 s. ISBN 80-7169-276-X.

PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS, 1999, 107 s. ISBN 80-85970-29-5.

ŠÍPEK, J. *Úvod do geopsychologie: Svět a putování po něm v kontextu současné doby*. Praha: ISV nakladatelství, 2001, 163 s. ISBN 80-85866-70-6.

Tabulka 6.1: *Návštěvnost ubytovacích zařízení v Jihočeském kraji* [online]. Praha: Český statistický úřad k 18. 2. 2009 [cit. 16. 6. 2009]. Dostupné na WWW <[http://czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru\\_cr](http://czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr)>.

Citovaný text pod tabulkou 6.1[online]. Praha: Český statistický úřad k 18. 2. 2009 [cit. 16. 6. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/ccru021809.doc>>.

Tabulka 6.2: *Sezónní návštěvnost píseckého Infocentra* [online]. Písek: Infocentrum [cit. 16. 6. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.icpisek.cz/docs/cz/sezona2008.xml>>.

Tabulka 6.3: *SWOT analýza – Postavení Písecka v cestovním ruchu* [online]. Písek: Infocentrum [cit. 16. 6. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.icpisek.cz/docs/cz/sezona2008.xml>>.

Data pro graf 6.1: *Původ návštěvníků*; graf 6.2: *Důvod návštěvy Písecka*; graf 6.3: *Počet přenocování*; graf 6.4: *Četnost návštěvy*; graf 6.5: *Zdroj informací o regionu*; graf 6.6: *Místo ubytování*; graf 6.7: *Pořadí oblíbenosti*; graf 6.8: *Příští návštěva regionu* [online]. Písek: Infocentrum [cit. 17. 6. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.icpisek.cz/docs/cz/sezona2008.xml>>.

Kapitola 4: *Charakteristika lokality Písecko*; kapitola 4.1: *Horopis a vodopis* [online], [cit. 25. 2. 2009]. Dostupné na WWW <[http://www.trasovnik.cz/k\\_jihoc/pisek/pisek.asp](http://www.trasovnik.cz/k_jihoc/pisek/pisek.asp)>.

Kapitola 4.2: *Nejoblíbenější destinace – Zvíkovské Podhradí* [online], [cit. 25. 2. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.zvikovskepodhradi.cz/info.html>>.

Kapitola 4.2: *Nejoblíbenější destinace – Kestřany* [online], [cit. 25. 2. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.mesta.obce.cz/kestrany/informace.html>>.

Kapitola 4.2: *Nejoblíbenější destinace – Putim* [online], [cit. 25. 2. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.putim.cz/historie.htm>>.

Kapitola 4.2: *Nejoblíbenější destinace – Vráž* [online], [cit. 25. 2. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.severnipisecko.cz/vraz.htm>>.

Kapitola 4.2: *Nejoblíbenější destinace – Mirotice* [online], [cit. 26. 2. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.mirotice.cz/historie.htm>>.

Kapitola 4.2: *Nejoblíbenější destinace – Albrechtice nad Vltavou* [online], [cit. 26. 2. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.albrechticenadvltavou.cz/albrechtice/historie.php>>.

Kapitola 4.2: *Nejoblíbenější destinace – Národní přírodní rezervace Řežabinec* [online], [cit. 26. 2. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.municipal.cz/turistika/rezabinec.htm>>.

Kapitola 4.2: *Nejoblíbenější destinace – Písecké hory* [online], [cit. 26. 2. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.icpisek.cz/docs/cz/P4.xml>>.

Kapitola 4.2: *Nejoblíbenější destinace – Sudoměř* [online], [cit. 26. 2. 2009]. Dostupné na WWW <<http://projekt.jiznicechy.org/cz/index.php?path=mest/strakoni.htm>>.

Kapitola 5.1: *Nabídka ubytovacích zařízení – Hotel pivovarský dvůr Zvíkov* [online], [cit. 21. 4. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.pivovar-zvikov.cz/neprehlednete.aspx?culture=cs-CZ>>.

Kapitola 5: *Materiálně-technická základna* [online], [cit. 21. 4. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.icpisek.cz/docs/cz/sluzbyvcr.xml>>.

Kapitola 5.1: *Nabídka ubytovacích zařízení – Penzion Benešovský mlýn* [online], [cit. 21. 4. 2009]. Dostupné na WWW <<http://benesovskymlyn-eva.ic.cz/index.html>>.

Kapitola 5.1: *Nabídka ubytovacích zařízení – Penzion Stáje Štětice* [online], [cit. 21. 4. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.stajestetice.cz/index.html>>.

Kapitola 5.1: *Nabídka ubytovacích zařízení – Štědrónín* [online], [cit. 21. 4. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.pocta.cz/stedronin/index.htm>>.

Kapitola 5.1: *Nabídka ubytovacích zařízení – Velký Vír* [online], [cit. 21. 4. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.velkyvir.cz/index.php?linkID=txt1>>.

Kapitola 5.4: *Činnost cestovních kanceláří a agentur* [online], [cit. 21. 4. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.firmy.cz/Cestovni-sluzby-a-pohostinstvi/Cestovni-kancelare-a-agentury/reg/pisek>>.

Kapitola 8 *Nabídka vlastních produktů – jízdní řády* [online], [cit. 16. 7. 2009]. Dostupné na WWW <<http://jizdnirady.idnes.cz/vlakyautobusy/odjezdy/>>.

Kapitola 8.1: „*Po stopách zlatavého moku*” – pivovar Platan [online], [cit. 16. 7. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.pivo-platan.cz/pivovar/exkurze/>>.

Kapitola 8.1: „*Po stopách zlatavého moku*” – *Středověká krčma* [online], [cit. 16. 7. 2009]. Dostupná na WWW <<http://www.krcmapisek.cz/krcma.php>>.

Kapitola 8.1: „*Po stopách zlatavého moku*” – *plavba lodí* [online], [cit. 16. 7. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.lodnidopravaorlik.cz/index.php?linkID=txt5&songID=1&songOn=1>>.

Kapitola 8.1: „*Po stopách zlatavého moku*” – *penzion Atlantic* [online], [cit. 16. 7. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.ubytovani.atlasceska.cz/penzion-atlantic-pisek/>>.

Kapitola 8.2: „*Zážitkový víkend pro celou rodinu*” – *chata Živec* [online], [cit. 19. 7. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.zivec.cz/cenik.php>>.

Kapitola 8.2: „*Zážitkový víkend pro celou rodinu*” – *záchranná stanice živočichů Makov* [online], [cit. 19. 7. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.makov.cz/onas.html>>.

Kapitola 8.2: „*Zážitkový víkend pro celou rodinu*” – *Krokodýlí ZOO* [online], [cit. 19. 7. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.krokodylizoo.cz/zoo-protivin>>.

Kapitola 8.2: „*Zážitkový víkend pro celou rodinu*” – *ranč Ixion* [online], [cit. 19. 7. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.rancixion.cz/index.php?clanek=5>>.

Kapitola 8.2: „*Zážitkový víkend pro celou rodinu*” – *Pevnost Fort Hary* [online], [cit. 19. 7. 2009]. Dostupné na WWW <[http://forthary.wz.cz/oteviraci\\_doba.html](http://forthary.wz.cz/oteviraci_doba.html)>.

Kapitola 8.4: „*Sport a wellness pro ženy*” – *masáže* [online], [cit. 20. 7. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.pdmasaze.cz/masaze.htm>>.

Kapitola 8.4: „*Sport a wellness pro ženy*” – *solná jeskyně* [online], [cit. 20. 7. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.pmproduction.cz/index.php?navi=18>>.

Kapitola 8.4: „*Sport a wellness pro ženy*” – *sport Preuss* [online], [cit. 20. 7. 2009]. Dostupné na WWW <<http://preuss.cz/index.php/cenik-pujcovny-let>>.

Kapitola 8.5: „*Zlatá horečka na Písecku*” – *hotel Pod Skalou* [online], [cit. 20. 7. 2009]. Dostupné na WWW <<http://www.hotelpodskalou.cz/cenik/>>.