

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**

**EKONOMICKÁ FAKULTA**

**KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU**

---

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

**Studijní obor:** Obchodní podnikání

**ANALÝZA DRUHŮ A FOREM CESTOVNÍHO  
RUCHU VE ZVOLENÉ OBLASTI  
SEDLECKO**

**Vedoucí bakalářské práce:**

Ing. arch. Martin Jirovský, Ph.D.

**Autor:**

Marie Šetinová

---

2010



JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Akademický rok: 2008/2009

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Marie ŠETINOVÁ

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Název tématu: Analýza druhů a forem cestovního ruchu ve zvolené oblasti - Sedlecko

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

### Cíl práce:

Provedení analýzy cestovního ruchu na Sedlecku. Návrhy a inovace nabídky. Příprava produktového balíčku.

### Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Provedení situační analýzy zkoumané oblasti
3. Příprava a realizace terénního šetření
4. Návrhy inovace nabídky
5. Příprava produktového balíčku

### Rámcová osnova:

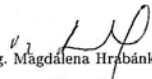
1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metodika. 4. Situační analýza. 5. Terénní šetření. 6. Syntéza poznatků. 7. Návrhy inovace. 8. Závěr. 9. Seznam literatury. 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**


Seznam odborné literatury:

Doležalová, J. *Tajemné stezky jižních Čech*. Praha: Regia, 2003.  
Hesková, M. a kol. *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006.  
Horáková, H. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2002.  
Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003.  
Orieška, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 1999.  
Smith, P. *Moderní marketing*. Praha: Computer Press, 2000.  
Toufar, P. *Česká Sibiř: tajemnou českou krajinou*. Benešov: Start, 2004.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. arch. Martin Jirovský, Ph.D.**  
Katedra obchodu a cestovního ruchu  
Konzultant bakalářské práce: **Mgr. Vladimír Dvořák**  
Katedra obchodu a cestovního ruchu  
Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2009**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2010**

  
prof. Ing. Magdálena Hrabánková, CSc.  
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studená 13  
370 05 České Budějovice  
IČ 600 76 658, DIČ CZ60076658

  
Ing. Kamil Pícha, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 16. března 2009

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „**Analýza druhů a forem cestovního ruchu ve zvolené oblasti - Sedlecko**“ vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které byly uvedeny v seznamu literatury.

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

V Českých Budějovicích, 15. dubna 2010

.....

Marie Šetinová



**Poděkování:**

Mé poděkování patří panu Ing. arch. Martinu Jirovskému, PhD. za vedení a odborné rady při zpracování této bakalářské práce, a zároveň panu Mgr. Vladimíru Dvořákovi za konzultace. Dále bych ráda poděkovala všem, kteří mi byli po dobu studia oporou.

Marie Šetinová





# OBSAH:

<b>1. ÚVOD.....</b>	<b>3</b>
<b>2. LITERÁRNÍ REŠERŠE.....</b>	<b>4</b>
2.1 CESTOVNÍ RUCH.....	4
2.1.1 Vymezení pojmu cestovní ruch .....	4
2.1.2 Subjekt a objekt cestovního ruchu .....	6
2.1.3 Specifika cestovního ruchu .....	9
2.1.4 Typologie cestovního ruchu.....	10
2.2 SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU.....	15
2.2.1 Podstata a zvláštnosti služeb cestovního ruchu .....	16
2.2.2 Volný čas .....	17
2.3 MARKETING .....	17
2.3.1 Co je marketing?.....	17
2.3.2 Marketingový mix.....	18
2.3.3 Marketing služeb.....	20
2.3.4 Marketing destinací.....	20
2.3.5 Inovativní marketing.....	22
<b>3. CÍLE A METODIKA .....</b>	<b>23</b>
3.1 CÍLE PRÁCE.....	23
3.2 METODY A TECHNIKY .....	23
3.3 HYPOTÉZY .....	24
<b>4. SITUAČNÍ ANALÝZA .....</b>	<b>25</b>
4.1 VYMEZENÍ OBLASTI.....	25
4.1.1 Historie města Sedlec-Prčice .....	26
4.1.2 Doprava.....	27
4.1.3 Podnebí .....	28
4.1.4 Horopis.....	29
4.1.5 Vodopis .....	30
4.1.6 Životní prostředí .....	30
4.1.7 Genius loci Českého Meránu .....	31
4.2 ANALÝZA DRUHŮ CESTOVNÍHO RUCHU .....	31
4.2.1 Sportovní a rekreační cestovní ruch.....	31
4.2.2 Dobrodružný cestovní ruch.....	36
4.2.3 Rybářský a myslivecký cestovní ruch .....	37
4.2.4 Kulturní cestovní ruch .....	37
4.2.5 Kongresový cestovní ruch .....	42
4.3 ANALÝZA FOREM CESTOVNÍHO RUCHU .....	42
<b>5. TERÉNNÍ ŠETŘENÍ.....</b>	<b>44</b>
5.1 VYHODNOCENÍ TERÉNNÍHO ŠETŘENÍ.....	46
5.2 VYŘEŠENÍ HYPOTÉZ .....	53

5.3 PROFIL NÁVŠTĚVNÍKA .....	54
<b>6. ZHODNOCENÍ SITUACE A NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ.....</b>	<b>55</b>
6.1 SPORTOVNÍ MOŽNOSTI .....	55
6.2 MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE .....	56
6.3 DOPRAVNÍ INFRASTRUKTURA.....	57
6.4 KULTURNÍ A SPOLEČENSKÉ VYŽITÍ .....	58
6.5 DÉLKA POBYTU .....	58
<b>7. MARKETINGOVÝ MIX.....</b>	<b>60</b>
7.1 Z POHLEDU PRODÁVAJÍCÍHO „4P“ .....	60
7.1.1 Product = Produkt .....	60
7.1.2 Price = Cena.....	63
7.1.3 Place = Místo .....	64
7.1.4 Promotion = Propagace.....	64
7.2 Z POHLEDU ZÁKAZNÍKA „4C“ .....	65
7.2.1 Customer value = Hodnota z hlediska zákazníka .....	65
7.2.2 Cost to the customer = Náklady pro zákazníka .....	65
7.2.3 Convenience = Pohodlí.....	65
7.2.4 Communication = Komunikace .....	66
<b>8. ZÁVĚR .....</b>	<b>67</b>
<b>9. SUMMARY .....</b>	<b>69</b>
<b>10. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....</b>	<b>71</b>
10.1 KNIHY.....	71
10.2 INTERNETOVÉ ZDROJE.....	72
<b>SEZNAM GRAFŮ, OBRÁZKŮ A TABULEK .....</b>	<b>74</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>75</b>
<b>PŘÍLOHY.....</b>	<b>76</b>

# 1. ÚVOD

Cestování osob mimo místo trvalého bydliště už dávno není výsadou bohatých, ale stává se neodmyslitelnou součástí všedního života lidí. S tím souvisí změny životního stylu, ekonomické a v neposlední řadě i změny ve společnosti jako takové.

Význam rekreace a cestovního ruchu spočívá v uspokojování potřeb obyvatel. Preference a chování lidí a s nimi i nabídka služeb a produktů cestovního ruchu se neustále vyvíjejí. Zatímco dříve nabídka určovala poptávku, dnes je tomu naopak. Jsou to právě zákazníci, kteří určují trendy cestovního ruchu a to, jakým směrem se bude cestovní ruch dále ubírat.

V posledních letech lidé dávají přednost kratším, ale častějším pobytům na úkor dlouhodobých dovolených. Trendem se stává zdravý způsob života, který souvisí s aktivním sportem, odpočinkem a relaxací, v oblastech s průmyslem nenarušenou přírodou.

Česká republika je pro svůj vysoký přírodní a kulturně-historický potenciál, který je předpokladem rozvoje cestovního ruchu, prezentována na domácím i zahraničním trhu jako atraktivní turistická destinace, kde lze strávit příjemnou a klidnou dovolenou. Propagovány jsou zejména oblasti jako jižní Morava, jižní Čechy, „lázeňský trojúhelník“ a další. Nachází se zde ale také řada malých „zapomenutých“ regionů a oblastí, které nedisponují tak velkými dotacemi na propagaci a rozvoj cestovního ruchu, jako některá turistická centra. Pro rozvoj místního cestovního ruchu je důležitá především vzájemná spolupráce občanů, místních podnikatelů a státní správy.

O celkový rozvoj obce a okolí, a o propagaci destinace na trhu cestovního ruchu usiluje také Sedlec-Prčice, městečko ležící v kraji, kterému se už od konce 19. století neřekne jinak než Český Merán. Tato oblast byla autorem zvolena jako téma bakalářské práce, aby byla zanalyzována z hlediska druhů a forem cestovního ruchu.

## 2. LITERÁRNÍ REŠERŠE

### 2.1 CESTOVNÍ RUCH

#### 2.1.1 Vymezení pojmu cestovní ruch

Cestovní ruch a cestování jsou spjaty s počátky naší civilizace. První výpravy vedly po souši i po vodě, později také vzduchem a nakonec i vesmírným prostorem. Jejich důvody byly obchodní (obchodní stezky), vojenskopolitické (dobyvatelská válečná tažení), náboženské (misijní činnost), poznávací (přírodovědecké expedice), sportovní (zdolání velehor), či dokonce čistě prestižní (první člověk ve vesmíru, první přistání na Měsíci).

K nejznámějším postavám počátků cestování nepochybně patří Marco Polo a Kryštof Kolumbus. S novodobým rozvojem cestovního ruchu a jeho hromadným organizováním je nezapomenutelně spojeno jméno Angličana Thomase Cooka, který roku 1841 založil první a dodnes fungující cestovní kancelář. [Foret, Foretová, 2001: 9]

Začátek rozvoje moderního cestovního ruchu se obvykle datuje do období přelomu 19. – 20. století, kdy se cestovní ruch začal formovat ve vyspělých krajinách jako odvětví společenské činnosti. Mnozí odborníci však jeho prvopočátky spojují s obdobím průmyslové revoluce jako důsledku tehdejších technických, ekonomických a sociálních podmínek. Kromě primární nabídky, tj. přírodních a kulturně-historických podmínek, cestovní ruch totiž vyžaduje i možnost svobodného pohybu obyvatelstva, přiměřený disponibilní fond volného času, volnou kupní sílu na uspokojování účasti na cestovním ruchu. Nezbytná je i výstavba a provoz dopravních, ubytovacích, stravovacích, sportovně-rekreačních, zábavních a dalších zařízení cestovního ruchu. [Hesková a kol., 2006: 10]

Cestovním ruchem se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze uspokojit i mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na cestovním ruchu představuje vyšší stupeň jejich uspokojení. [Orieška, 1999: 5]

Dle Heskové a kol. [2006: 10] je cestovní ruch významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím.

Hesková a kol. [2006: 10] uvádí také, že švýcarští profesori W. Hunziker a K. Krapf v roce 1942 v knize Všeobecné nauky cestovního ruchu definovali cestovní ruch jako soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti. Na tuto definici navázal další švýcarský profesor C. Kaspar, který definoval cestovní ruch jako souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání.

S cílem sjednotit názory na definování předmětu cestovního ruchu z hlediska statistiky organizovala Světová organizace cestovního ruchu (WTO – World Tourism Organization, dnes UNWTO) v roce 1991 v kanadském městě Ottawa mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu. Její účastníci přijali návrh, že cestovním ruchem se rozumí:

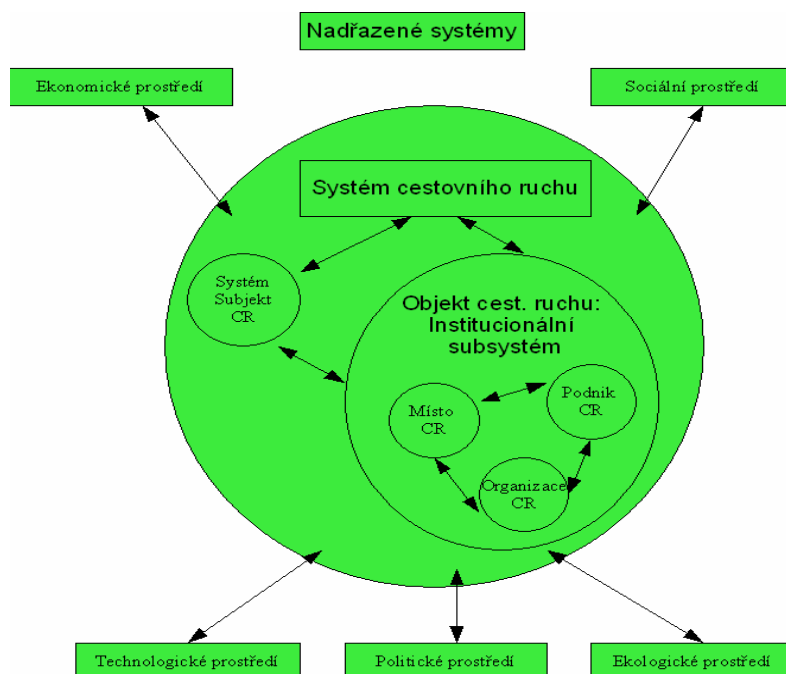
***činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávat výdělečné činnosti v navštíveném místě.***

Stanovenou dobou se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu šest měsíců. Výdělečná činnost není v navštíveném místě založená na trvalém nebo přechodném pracovním poměru, ale to nevylučuje služební, obchodní podobné cesty s pracovní motivací hrazené z titulu pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště anebo firmy. Definice WTO vylučuje z cestovního ruchu cestování v rámci místa trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přestěhování se za prací a dlouhodobou migraci.[Hesková a kol., 2006: 11]

## 2.1.2 Subjekt a objekt cestovního ruchu

Podle Heskové a kol., [2006: 12-13] je cestovní ruch otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystémy, a to *subjekt cestovního ruchu* a *objekt cestovního ruchu* včetně vzájemných vazeb. Vazby existují i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí – vnější prostředí. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí.

**Schéma 1** Struktura cestovního ruchu podle Clada Kaspara [1986]



**Zdroj:** Parmová, *Provoz služeb v cestovním ruchu*, České Budějovice: ZF JCU (2003)

## **Subjekt cestovního ruchu**

Hesková a kol., [2006: 13] uvádí, že **subjekt cestovního ruchu** (tourist subject) reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase.

### • *Stálý obyvatel* (rezident)

v *domácím CR* ve vztahu k určitému místu je stálým obyvatelem osoba, která v tomto místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší než šesti měsíců,

v *mezinárodním CR* ve vztahu k dané zemi se jedná o osobu, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku.

[Škodová Parmová, 2007, 16-17]

### • *Návštěvník* (visitor)

v *domácím CR* je návštěvníkem osoba, která má trvalé bydliště v dané zemi a která cestuje na jiné místo v zemi mimo své bydliště na dobu kratší než šest měsíců, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě,

v *mezinárodním CR* je návštěvníkem osoba, která cestuje do jiné země, v níž nemá trvalé bydliště na dobu nepřekračující jeden rok, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi. [Škodová Parmová, 2007: 17]

### • *Turista* (tourist)

je osoba, která v *domácím (mezinárodním) CR* splňuje kritéria návštěvníka. Účast turisty na cestovním ruchu je spojena minimálně s jedním přenocováním.

### **Z hlediska délky pobytu se potom rozlišuje:**

- *turista na dovolené* (holiday maker), který pobývá na daném místě více než určený počet nocí nebo dní,
- *krátkodobě pobývající turista* (short-term tourist), který cestuje na dobu nepřekračující určený počet nocí nebo dní, ale zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním. [Hesková a kol., 2006: 14]

• **Výletník** (excursionist, same-day visitor)

**v domácím CR** je výletníkem osoba trvale usídlená v dané zemi, která cestuje do místa odlišného od místa jejího trvalého bydliště a běžného životního prostředí, na dobu kratší 24 hodin, aniž by v navštíveném místě přenocovala, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě,

**v mezinárodním CR** je to osoba, která cestuje do jiné země než do té, v níž má své trvalé bydliště a běžné životní prostředí na dobu kratší než 24 hodin, aniž by v navštívené zemi přenocovala, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi. [Škodová Parmová, 2007: 17]

### **Objekt cestovního ruchu**

**Objektem cestovního ruchu** (object of tourism) je dle Heskové a kol., [2006: 15] vše, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod.

**Cílové místo** představuje středisko cestovního ruchu, region nebo stát jako cestovní cíl. V odborné literatuře se na jeho označení používá i pojem destinace cestovního ruchu (tourism destination). [Hesková a kol., 2006: 15]

Cílové místo musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, který se označuje i jako **primární nabídka**. Umožňuje naplnit cíle (motivy) účasti na cestovním ruchu (oddych, zdraví, poznávání, společenská komunikace apod.)

Prostředkem k dosažení tohoto cíle je různorodá infrastrukturní vybavenost, která se označuje jako **sekundární nabídka**.

### **Z hlediska funkcí rozlišujeme:**

- **městská střediska cestovního ruchu**, ve kterých jsou soustředěné kulturně-historické památky, administrativně-správní orgány, obchody a průmysl,
- **lázeňská místa** vybudovaná na bázi přírodních léčivých zdrojů (termální a klimatické lázně),
- **rekreační střediska** s možností koupání a vodních sportů v nížině, turistiky



a vodních sportů v podhorských oblastech, turistiky a zimních sportů v horské krajině,

- **rekreační obce**, ve kterých zanikla původní hospodářská funkce a v současnosti jsou využívány na rekreační účely,
- **chatové oblasti**, nacházející se obvykle při vodních plochách nebo výletních místech s přírodními a civilizačními atraktivitami.

[Hesková a kol., 2006: 15-16]

Vedle cílových měst charakteru středisek jde o regiony (oblasti) cestovního ruchu. Region cestovního ruchu je přirozený celek, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu společné charakteristické vlastnosti, kterými se odlišuje od sousedních území. Zároveň musí splňovat **tři předpoklady**:

- a) *primární nabídka* musí mít v takovém množství a kvalitě, že je přitažlivá (atraktivní) a vyvolává návštěvnost,
- b) *komunikační dostupnost*, která umožňuje přístup do území a pohyb za atraktivitami cestovního ruchu,
- c) *infrastrukturní vybavenost*, která umožňuje pobyt v území a využívání jeho atraktivit. [Hesková a kol., 2006: 15-16]

### 2.1.3 Specifika cestovního ruchu

Za specifika trhu cestovního ruchu se považují následující charakteristiky:

1. Rozvoj cestovního ruchu je podmíněn politicko-správními podmínkami.
2. Produkt cestovního ruchu nelze vyrábět na sklad.
3. Místní vázanost, bezprostřední spojitost s územím (místem), ve kterém se realizuje, zejména s jeho kvalitou přírodního prostředí.
4. Výrazná sezonnost.
5. Trh je silně determinován přírodními faktory a dalšími nepředvídatelnými vlivy.
6. Vysoký podíl lidské práce.
7. Těsný vztah nabídky a poptávky (změny v cenách a příjmech se obvykle bezprostředně projeví na trhu).

8. Poptávka je výrazně ovlivňována důchody obyvatelstva, fondem volného času, cenovou hladinou nabízených služeb, spotřebitelskými preferencemi, motivací, módou a prestiží, celkovým způsobem života.
9. Nabídku silně ovlivňuje také rozvoj a využívání techniky a technologií.  
[Foret, Foretová, 2001: 19-20]

#### 2.1.4 Typologie cestovního ruchu

Specifikovat cestovní ruch jen ve všeobecné rovině by bylo nedostačující z důvodu, že v každodenní praxi se projevuje v různých *druzích* a *formách*, které se neustále vyvíjejí a obohacují v závislosti na poptávce účastníků cestovního ruchu a technicko-technologických možnostech nabídky. [Hesková a kol., 2006: 15-16]

##### Druhy cestovního ruchu

*O druzích* cestovního ruchu hovoříme tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě. [Hesková a kol., 2006: 21]

- **Rekreační cestovní ruch** (recreation) – zaměřen především na odpočinek a obnovu tělesných a duševních sil člověka.
- **Kulturní cestovní ruch** (cultural tourism) – motivován poznáváním, návštěvou kulturněhistorických památek, galerií, muzeí,...
- **Společensky zaměřený cestovní ruch** – motivován návštěvou příbuzných nebo místa, odkud pocházejí předci.
- **Profesionálně zaměřený cestovní ruch** – spojen s výkonem služebních povinností (jednání, výstavy, kongresy,...).
- **Sportovní cestovní ruch** (sport tourism) – např. návštěva různých sportovních událostí. [Škodová Parmová, 2007: 11-13]

Dále doplňuje Foret, Foretová [2001: 17-18]:

- **Náboženský, poutní cestovní ruch** (pilgrimage tourism) – návštěvy poutních a posvátných míst (např. Fatima, Jeruzalém, Medžugorije), církevních památek,...
- **Vzdělávací** – jehož cílem je něco nového se naučit (jazyky, sporty,...).
- **Zdravotní cestovní ruch** (health tourism) – zahrnuje zdravotní prevenci, rehabilitaci.
- **Poznávání přírody** – návštěvy přírodních rezervací, národních parků, ekoturistika.
- **Dobrodružný cestovní ruch** (adventure tourism) – spojený s nebezpečím, testováním fyzických a psychických vlastností účastníků (např. adrenalinové sporty).
- **Politický cestovní ruch** – zahrnuje sjezdy, mítinky politických stran.
- **Nákupní cestovní ruch** – cesty za nákupem.
- **Specifický cestovní ruch** – například turistika pro vozíčkáře.

Další druhy, které uvádí Hesková a kol., [2006: 22]:

- **Myslivecký cestovní ruch** (hunting tourism) – jeho součástí je i **rybářský cestovní ruch** (fishing tourism).
- **Lázeňský cestovní ruch** (spa tourism) – lázeňské pobyty.
- **Kongresový cestovní ruch** (congress tourism) – služební cesty a stimulační cestovní ruch.
- **Stimulační cestovní ruch** (incentive tourism) – označuje cestování s cílem stimulovat zaměstnance k vyšší motivaci pracovního výkonu.

### **Formy cestovního ruchu**

**O formách** cestovního ruchu mluvíme, když jako základ posuzování cestovního ruchu vezmeme různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší.

[Hesková a kol., 2006: 21]

Formy cestovního ruchu umožňují blíže určit podstatu cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů jeho účastníků. Toto poznání dovoluje lépe připravit produkt a nabízet ho na trhu cílové skupině účastníků cestovního ruchu.

[Hesková a kol., 2006: 27]

Hesková a kol. [2006: 27-36] uvádí tyto formy cestovního ruchu:

1. Z geografického hlediska:

- **Domáci cestovní ruch** (internal tourism) – představuje cestování a pobyt domácího obyvatelstva ve vlastní zemi.
- **Zahraniční cestovní ruch** – je spojený s cestováním a pobytem rezidentů v zahraničí.
  - aktivní (incoming) – příchod zahraničních návštěvníků do cílové země (příjezdový cestovní ruch)
  - pasivní (outgoing) – cestování rezidentů do cílové země (výjezdový cestovní ruch)
- **Mezinárodní cestovní ruch** (international tourism) – tvoří aktivní a pasivní zahraniční cestovní ruch několika států nebo regionů.
- **Vnitřní cestovní ruch** (domestic tourism) – zahrnuje domácí cestovní ruch a aktivní zahraniční cestovní ruch.
- **Národní cestovní ruch** (national tourism) – domácí cestovní ruch a pasivní zahraniční cestovní ruch.
- **Regionální cestovní ruch** – zahrnuje cestovní ruch regionů a států.

2. Podle počtu účastníků:

- **Individuální cestovní ruch** (individual tourism) – založený na individuálním cestování a samostatném organizování pobytu jednotlivcem nebo malou skupinou lidí.
- **Skupinový cestovní ruch** (group tourism) – účastníci cestují v organizovaných skupinách a využívají z toho vyplývající výhody, např. slevy při přepravě, atd.
- **Masový a ekologický cestovní ruch** (mass tourism; ecological tourism) jsou protipóly.

**masový**

- hromadný
- málo času
- rychlé dopravní prostředky
- pamětihodnosti
- pohodlný a pasivní

**ekologický**

- individuální
- rodinný
- cestování s přáteli
- hodně času
- zážitky

- žádné cizí jazyky
- nákupy
- suvenýry
- namáhavý a aktivní
- učení se cizím jazykům
- radost z poznávání

### 3. Podle způsobu organizování:

- **Individuální** – až 80 % účastníků cestovního ruchu.
- **Organizované cestování** (organized tourism) – hlavním předmětem činnosti profesionálních organizátorů cest, kterými jsou cestovní kanceláře (touroperátoři).
- **Klubový cestovní ruch** (club tourism) – jde o formu cestovního ruchu, kde účastníci pobývají v klubových zařízeních – v klubu atraktivních až exkluzivních středisek cestovního ruchu, u moře nebo na horách.

### 4. Podle věku účastníků:

- **Cestovní ruch dětí** (children's tourism) – forma cestovního ruchu určená dětem ve věku do 15 let (např. dětský tábor, škola v přírodě, školní výlety apod.)
- **Mládežnický cestovní ruch** (youth tourism) – spojený s cestováním mladých lidí ve věku 15 až 25 let, (kolektivní akce s možností sociálního kontaktu a hlučnější zábavy, turistiku, sportovní a kulturní soutěžení).
- **Rodinný cestovní ruch** – rodinná rekreace, je určený zejména mladým rodinám.
- **Seniorský cestovní ruch** (senior tourism) – účastníky jsou senioři (lidé v poproduktivním věku), pro které je typický dostatek volného času a dostatečný kupní fond.

### 5. Z hlediska délky účasti:

- **Výletní cestovní ruch** (excursion/trip) – pobyt kratší než jeden den bez přenocování, s různou motivací (do přírody, do měst apod.).
- **Krátkodobý cestovní ruch** (short-term tourism) – nepřesahuje dvě až tři přenocování, obvykle za účelem odpočinku, poznávání,

rozptýlení a zábavy, kulturního nebo sportovního vyžití.

- **Dlouhodobý cestovní ruch** (long-term tourism) – přiměřená délka pobytu přesahující tři až čtyři přenocování.

6. Podle převažujícího místa pobytu:

- **Městský cestovní ruch** (urban tourism) – každá forma pobytu návštěvníků ve městě, jehož hlavním cílem je celkový zážitek z návštěvy města bez ohledu na to, jestli je pobyt spojený s přenocováním nebo bez přenocování.
- **Příměstský cestovní ruch** (suburban recreation) – rozvíjí se v extravilánu měst a sídelních aglomeracích, ve kterých se nacházejí vhodné podmínky pro jeho rozvoj (obvykle krátkodobě 1 až 2 dny).
- **Venkovský cestovní ruch** (rural tourism) – zahrnuje soubor činností spojených s cestováním a pobytem lidí ve venkovském prostředí. Jeho součástí je i agroturistika (agrotourism) a ekoagroturistika (eco-agrotourism).
- **Horský a vysokohorský cestovní ruch** (mountain tourism) – pobyt ve vhodném přírodním prostředí horských a vysokohorských středisek cestovního ruchu (pěší turistika, horolezectví, lyžování,...)
- **Přímořský cestovní ruch** – koncentrace do přímořských letovisek, účastníci se věnují sportovně-rekreační aktivity jako koupání, slunění, vodní sporty,...

7. Podle ročního období:

- **Sezonní cestovní ruch** (seasonal tourism)
- **Mimosezonní cestovní ruch** (off season tourism)
- **Celoroční cestovní ruch** (year-round tourism)

8. Podle použitého dopravního prostředku:

- **Motorizovaný cestovní ruch** (mototurism)
- **Karavanning** (caravanning)
- **Železniční cestovní ruch** (railway tourism)
- **Letecký cestovní ruch** (air tourism)
- **Lodní cestovní ruch** (shipping tourism)

9. Z hlediska dynamiky:

- **Pobytový cestovní ruch** (residential tourism) – účastníci pobývají více dnů na jednom místě.
- **Putovní cestovní ruch** (poznávací CR) – cestování zpravidla organizované skupiny účastníků po určité trase.

10. Ze sociologického hlediska:

- **Návštěvy příbuzných a známých** – z různých důvodů, jak v tuzemsku tak i v zahraničí.
- **Sociální cestovní ruch** (social tourism) – cestování účastníků ze sociální skupiny nebo handicapovaných osob,...
- **Komerční cestovní ruch** (commercial tourism)
- **Etnický cestovní ruch** (ethnic tourism) – zahrnuje cestování s motivem návštěvy původní vlasti návštěvníků.

## 2.2 SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU

Collin definuje původní podstatné jméno „hospitality“ jako „dobrou péči o hosty,“ v Evropě nahrazuje tradiční frází „ubytování a stravování“. Tentýž autor popisuje ubytovací a stravovací průmysl jako „všechny společnosti zúčastněné v poskytování služeb hostům (hotely, hospody, restaurace,...). Jde tedy hlavně o poskytování noclehu, jídla a nápojů a ne všichni zákazníci jsou turisté, ale jejich určitou část tvoří místní lidé, navštěvující například své oblíbené bary nebo restaurace. [Horner, Swarbrooke, 2003: 54]

## 2.2.1 Podstata a zvláštnosti služeb cestovního ruchu

Služby cestovního ruchu představují činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společensky užitečný efekt. Struktura služeb, jimiž se uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu, je různorodá a uspokojuje dvě skupiny potřeb.

Jde jednak o:

- **primární** - cílové potřeby účastníků cestovního ruchu (například potřeba sportovního vyžití, poznávání kulturních a historických pozoruhodností,...),
- **sekundární** - realizační, které podmiňují efektivní uspokojování cílových potřeb (například potřebu výživy, přenocování, hygieny,...).

[Orieška, 1999: 6]

Dále Orieška [1999: 6] uvádí že z uvedeného vyplývá, že význam služeb cestovního ruchu během pobytu mimo místo trvalého bydliště vzrůstá, protože kromě každodenních existenčních potřeb (výživa, bydlení, hygiena) účastník cestovního ruchu chce, respektive musí uspokojovat i další potřeby, vyvolané rekreačními aktivitami (například lyžování, plavání, opalování atd.).

Rozsah uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu vyjadřuje spotřeba. Spotřeba je konečnou fází reprodukčního procesu a současně i předpokladem další produkce služeb (i zboží) cestovního ruchu.

Cestovní ruch představuje především speciální oblast služeb a integrovaných produktů. Nárůst sféry služeb je jednou z nejvýraznějších charakteristik současné společnosti. [Foret, Foretová, 2001: 20]

V marketingové literatuře odlišují služby od hmotných výrobků tzv. „4I“:

1. **intangibility** (nehmotnost) – služby nemají tvar, chuť, barvu ani obal, i když jsou často spojovány s hmotnými prvky (letadlo), vlastní podstata (doprava) zůstává nehmotná,



2. **inconsistency** (nestálost) – realizace a kvalita služby jsou velice subjektivní, závisí na konkrétních lidech, na jejich momentální situaci (dispozici či naopak indispozici),
3. **inseparability** (neoddělitelnost) – služba je neoddělitelně spjata s místem, časem a osobou, která ji zajišťuje,
4. **inventory** (neskladovatelnost) – služby nemohou být skladovány, nedají se odložit (odlet letadla), zákazník čeká na službu, nikoli služba na zákazníka.

Službu nemůže zákazník vlastnit, může pouze využít její výhody (cestou na dovolenou využije leteckou dopravu, ale nestává se majitelem dopravního prostředku).  
[Foret, Foretová, 2001: 20]

## 2.2.2 Volný čas

Podle Collina (1994) je volný čas „časem, kdy můžeme dělat, co chceme“. Tentýž autor definuje odvětví služeb pro využití volného času jako „firmy poskytující zboží a služby využívané lidmi během jejich volného času (dovolené, kina,...).  
[Horner, Swarbrooke, 2003: 54]

## 2.3 MARKETING

### 2.3.1 Co je marketing?

Většina lidí si pod tímto pojmem představuje prodej a reklamu. Marketing mimo jiné skutečně znamená prodej a reklamu. Jestliže však produkty mají vyhovovat potřebám zákazníka, prodej a reklama jsou pouhou polevou na dortu.

Marketing se zabývá vztahy mezi kupujícími a prodávajícími a činnostmi, které mají tyto vztahy dovést k uspokojivému závěru. [Horner, Swarbrooke, 2003: 28]

Marketing a jeho vývoj je nerozlučně spjat s trhem a jeho rozvojem a existence tržní ekonomiky je základní podmínkou uplatnění marketingové koncepce.

[Horáková, 2003: 15]

Společenská definice marketingu: „Marketing je společenský proces, v němž jedinci a skupiny získávají to, co potřebují a chtějí, a během něhož vytváříme, nabízíme a svobodně směňujeme s jinými výrobky a službami, které mají hodnotu.“

Nejznámější a nejužívanější definicí marketingu je definice schválená Americkou marketingovou asociací:

*„marketing je procesem plánování a provádění koncepce, tvorby cen, propagace a distribuce myšlenek, zboží a služeb s cílem vytvářet směny, které uspokojí cíle jednotlivců i organizací“.* [Kotler, Keller, 2007: 44]

### 2.3.2 Marketingový mix

Podle Foreta, Foretové, [2001: 67] je marketingový mix vlastně soubor taktických nástrojů, které může poskytovatel určitých služeb využívat pro získání konkurenceschopnosti svého produktu a pro jeho prosazení se na trhu.

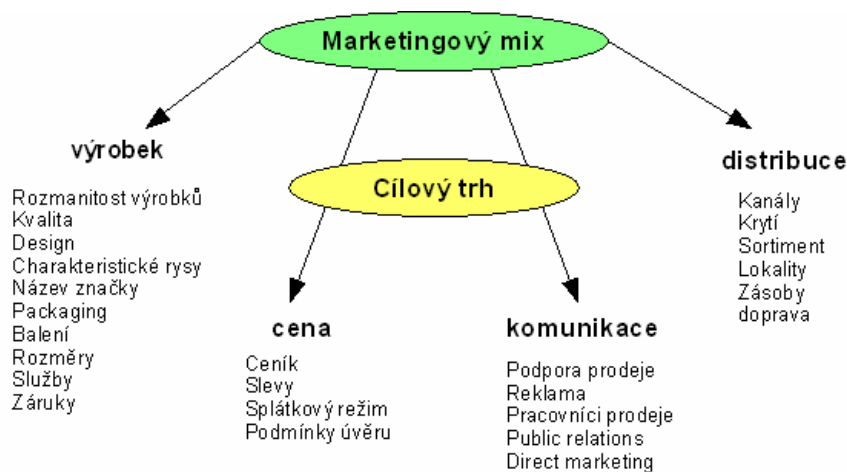
Kotler, Keller, [2007: 57] uvádí, že marketingové aktivity přicházejí ve všech podobách. Jeden z tradičních popisů marketingových aktivit hovoří o marketingovém mixu, který byl definován jako soubor marketingových nástrojů, jež používají firmy k dosažení svých marketingových cílů.

**Základní nástroje marketingového mixu jsou čtyři, tzv. „4P“:**

- **product** = to, co lze na trhu nabízet k používání nebo ke spotřebě,
- **price** = cena,
- **place** = místo, distribuce a dostupnost,
- **promotion** = marketingová komunikace neboli propagace.

[Foret, Foretová, 2001: 70]

## Schéma 2 Marketingový mix „4P“



**Zdroj:** Kotler, P., Keller, K. L., *Marketing management*, Praha: Grada Publishing (2007)

Marketing cestovního ruchu rozšiřuje tuto základní, možné říci klasickou podobu marketingového mixu, o **další „4P“**:

- **people** = lidé,
- **packaging** = tvoření balíčků,
- **programming** = programování či spíše tvorba projektů,
- **partnership** = spolupráce, kooperace. [Foret, Foretová, 2001: 72]

Podle Morrisona [1995: 190] marketingový mix představuje všechny kontrolovatelné faktory, které byly vybrány, aby uspokojily zákaznickovy potřeby.

### **Jedná se o osm kontrolovatelných faktorů:**

výrobek/služba (product), cena (price), místo (place), propagace (promotion), příprava packagů (packaging), zpracování programů (stvoření package) programování, lidé (people) a kooperace (partnership).

V mnoha vyspělých ekonomikách vzniká nové tržní prostředí. Jeho hlavní charakteristikou jsou dobře informovaní a nároční zákazníci a spotřebitelé, celková proměnlivost a obtížná předvídatelnost konkurenční situace. Tradiční marketingová koncepce založená pouze „ 4P“ již za těchto podmínek není dostatečně účinným

nástrojem k ovládnutí trhu. Je potřebné pracovat s jinými podobami marketingového mixu, zejména se „4C“:

- *customer value* = hodnota z hlediska zákazníka,
- *cost to the customer* = náklady pro zákazníka,
- *convenience* = pohodlí,
- *communication* = komunikace.

Klasická „4P“ jsou pohledem producenta hodnot. „4C“ představují tzv. zákaznický marketingový mix. [Jakubíková, 2008: 148]

### **2.3.3 Marketing služeb (marketing services)**

Marketing služeb představuje výchozí základnu pro rozvoj teorie a praxe marketingu cestovního ruchu.

Vedle obecných vlastností služeb mají služby v cestovním ruchu další charakteristické rysy, kterými se odlišují od služeb v ostatních odvětvích.

Shrňme-li hlavní charakteristiky služeb CR, lze konstatovat, že:

- jsou výsledkem činnosti mnoha odvětví, která se podílejí na zabezpečení účasti klientů na cestovním ruchu,
- realizace má charakter služeb osobních,
- poskytování, realizace a spotřeba služeb CR je místně a časově propojena.

[Hesková a kol., 2006: 130-131]

### **2.3.4 Marketing destinací**

**Co je destinace?**

Výkladový slovník cestovního ruchu pojem destinace cestovního ruchu definuje v užším smyslu jako: „cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu“.

V širším smyslu je destinace vykládána jako:

*„země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, kvalitními službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků“.*

[Pásková, Zelenka, 2002: 59]

### **Cíle marketingu destinací**

Cíle marketingu destinací bývají komplikovanější, než u ostatních typů marketingu, v souvislosti s faktem, že jej provádějí spíše orgány veřejného sektoru než soukromé společnosti.

Orgány veřejného sektoru jej provádějí z řady důvodů, převážně nikoli jako vlastní cíl, ale jako prostředek k dosažení určitých cílů, mezi něž patří:

- zlepšit pověst oblasti, a tak přilákat investory,
- rozšířit počet a vybavení zařízení, které mohou používat místní občané,
- vzbudit v občanech hrdost na svou oblast,
- získat odůvodnění a financování pro zlepšení místního životního prostředí,
- snaha zlepšit politickou přijatelnost destinace pro lidi z vnějšku tím, že uvidí destinaci takovou, jaká skutečně je, nebo takovou, jako ji vláda chce ukazovat turistům. [Horner, Swarbrooke, 2003: 290]

Všechno to, co veřejná správa dělá pro rozvoj obce či regionu, veškerá její činnost, která není striktně dána pouze platnými zákony, by mělo vycházet z obecných principů marketingu obce a marketingu cestovního ruchu. Hedley Smyth napsal, že „smyslem marketingu města je vytvořit strategie propagace oblasti (regionu) nebo města pro konkrétní aktivity a v některých případech dokonce prodej částí města k životním, spotřebním a výrobním účelům“. [Foret, Foretová, 2001: 24]

Prostřednictvím účasti na cestovním ruchu dochází v destinaci k interakci nejen mezi návštěvníky a poskytovateli služeb, ale i mezi návštěvníky a místními obyvateli, tzv. hostitelskou komunitou. Z hlediska návštěvníků je pro pobyt v destinaci, kromě kvality nabídky služeb, důležitý i pozitivní přístup místních obyvatel, jejich chování,

pohostinnost, srdečnost, jazyková připravenost. Místní obyvatelé sdílejí s návštěvníky destinace (dobrovolně, oficiálně nebo náhodně) nejen infrastrukturu destinace, ale i supra a infrastrukturu cestovního ruchu, sociální kontakty apod. V této souvislosti může být jejich životní prostředí, hodnoty, kultura, chování, zvyky a životní styl rozvojem cestovního ruchu pozitivně nebo i negativně ovlivněn. [Királ'ová, 2003: 141]

Mikroprostředí sestává z následujících prvků, jimiž je marketingová atraktivita podnikatelského subjektu v dané lokalitě bezprostředně ovlivňována:

1. Fyzické a přírodní prostředí místa.
2. Skladba obyvatel.
3. Ekonomika sledovaného místa (zaměstnanost).
4. Trh práce, míra nezaměstnanosti.
5. Technická infrastruktura a vybavenost.
6. Podnikatelské prostředí, podpora podnikání.
7. Státní správa a samospráva. [Foret, Foretová, 2001: 76]

### **2.3.5 Inovativní marketing**

Spotřebitelé jsou vybíraví. Stále více ignorují komerční komunikaci. Jedinou možností, jak je zaujmout, jsou inovace. [Kotler, Trias de Bes, 2005: 31]

Inovativní marketing využíváme tehdy, jsou-li již vyčerpány možnosti marketingu vertikálního. Je založen na tržní expanzi tím, že objevujeme nové potřeby zákazníků, nové možnosti použití produktu, novou skupinu spotřebitelů, nové situace, v nichž by produkt mohl být využit, což v původním vymezení trhu nebylo bráno v úvahu. Inovativní marketing významně transformuje produkt, který potom uspokojuje jiné potřeby, může být použit k jiným účelům, v jiných situacích či oslovit další cílové skupiny zákazníků, na které bychom bez příslušných změn produktu nedosáhli.

[Kotler, Trias de Bes, 2005: 87-89]

## **3. CÍLE A METODIKA**

### **3.1 CÍLE PRÁCE**

Cílem bakalářské práce je zanalyzovat cestovní ruch z hlediska druhů a forem v oblasti Sedlecko. Zjistit, jaké druhy a formy se v této oblasti nacházejí. Na základě provedené analýzy navrhnout opatření, která by vedla ke zlepšení situace v oblasti. Navrhnout inovaci nabídky a na závěr připravit produktový balíček, který by vyplnil prázdné místo v dosavadní nabídce a podpořil tak návštěvnost destinace.

### **3.2 METODY A TECHNIKY**

#### **Analytická část:**

#### ***1. Studium odborné literatury***

Co se týče studia literatury, bylo využito knih z předem daného seznamu odborné literatury, týkající se cestovního ruchu a marketingu. Z tohoto seznamu literatury bylo čerpáno především při psaní literárního rešerše.

#### ***2. Provedení situační analýzy zkoumané oblasti***

Vymezení destinace Sedlecko a její popis jak z historického tak ze současného hlediska. Zjištění a vymezení druhů a forem cestovního ruchu.

#### **Syntetická část:**

#### ***3. Příprava a realizace terénního šetření***

Terénní šetření bylo provedeno pomocí dotazníků. Ten byl určen návštěvníkům Sedlecka, kteří byli osloveni, aby tento dotazník vyplnili. Zveřejněn byl jak v tištěné, tak i v elektronické podobě. Část tištěných byla umístěna v místním Informačním centru v Sedlci-Prčici. Dotazník v elektronické podobě byl umístěn na

webových stránkách města Sedlec-Prčice a na stránkách místního lyžařského areálu Monínec. Obsahoval celkem 22 otázek, které byly rozděleny na otevřené a uzavřené dichotomické.

Na základě získaných údajů byl sestaven profil návštěvníka ve zkoumané oblasti.

#### **Aplikační část:**

##### ***4. Návrh inovace nabídky***

Za použití získaných informací z dotazníkového šetření byly vymezeny předpoklady rozvoje cestovního ruchu na Sedlecku, a byla vytvořena opatření, která by vedla ke zlepšení situace.

##### ***5. Příprava produktového balíčku***

V posledním kroku byl navržen produktový balíček služeb.

### **3.3 HYPOTÉZY**

#### **Byly stanoveny tyto pracovní hypotézy:**

- 1) Na Sedlecku převládají jednodenní výlety a krátkodobé pobyty.
- 2) Zkoumaná oblast je návštěvníky vyhledávána především v zimním období.
- 3) Do zkoumané oblasti je špatná dopravní dostupnost.

Výše uvedené hypotézy budou na základě analýz potvrzeny, či vyvráceny.



## 4. SITUAČNÍ ANALÝZA

### 4.1 VYMEZENÍ OBLASTI

Sedlecko, zkoumaná a analyzovaná oblast, se rozprostírá v nejnižnější části středních Čech v okrese Příbram (do roku 2006 okres Benešov), v kotlině nazývané Český Merán. Sousedí hned se třemi dalšími okresy. S okresem Benešov, který spadá také do Středočeského kraje, a s okresy Písek a Tábor, které patří do kraje Jihočeského. (Obrázek 1)

Tuto oblast tvoří město Sedlec-Prčice a jeho nejbližší okolí. Město má 2 785 obyvatel (stav k 1. 1. 2010, [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz)). Počet obyvatel pravidelně stoupá o víkendech a v době prázdnin, protože je místem tradičně vyhledávaným chataři, chalupáři a turisty.

Území města se skládá ze dvou centrálních částí Sedlce a Prčice a 34 dalších (menších) osad:

Bolechovice, Bolešín, Božetín, Chotětice, Divišovice, Dvorce, Jetřichovice, Kvasejovice, Kvašňov, Lidkovice, Malkovice, Matějov, Monín, Monínec, Mrákotice, Myslkov, Náhlík, Nasilov, Nové Dvory, Přestavlky, Rohov, Šanovice, Staré Mitrovice, Stuchanov, Sušetice, Uhřice, Včeláková Lhota, Veletín, Víška, Vozerovice, Vrchatice, Záběhllice, Záhoří a Kozinec. Tímto počtem je město Sedlec-Prčice ojedinělým mezi městy ČR. (Obrázek 2)

[*Město Sedlec-Prčice*. (cit. 2010-02-22). Dostupné z WWW: <[www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz)>]

V Bakalářské práci bude zpracována oblast o celkové výměře cca 64 km<sup>2</sup> (6 400 hektarů). Analýza je ale brána z hlediska cestovního ruchu, proto nemůžou být opomenuty některé atraktivity nacházející se v těsném okolí, které administrativně do této oblasti už nepatří.

### 4.1.1 Historie města Sedlec-Prčice

Uprostřed půvabné kotliny sedlecké, všeobecně zvané Český Merán, leží dvě starobylá města, Sedlec a Prčice. Vždy nám připadala jako bratr a sestra. Splývají dohromady tak, že se zdají být jedinou osadou. Jen potok je dělí a pěkný kamenný most spojuje. Ačkoliv Sedlec a Prčice jsou v těsném sousedství, přece mají zcela odlišné a na sobě nezávislé dějiny. (Obrázek 3) [Habart, 1995: 441]

Město Sedlec-Prčice se nachází asi 70 km jižně od Prahy uprostřed půvabné kotliny, která je nazývána Český Merán už od konce 19. století. Tohoto pojmenování po severoitalském městě Merano se jí dostalo zřejmě podle obdobných klimatických podmínek a stejně úchvatného pohledu na kotlinu z okolních hřebenů Čertovy hrbatiny. Obě městečka, Sedlec i Prčice, založená v době románské, se až do svého sloučení roku 1957 vyvíjela samostatně.

**Prčice** je kolébkou slavného šlechtického rodu pánů z Růže – Vítkovců, později Rožmberků. Páni z Rožmberka, Hradce, Landštejna a Ústí uznávali jako svého prapředka Vítka z Prčice, o němž je první zmínka už z roku 1169. Začátkem 14. století však Vítkovci Prčici opustili a přesunuli svou aktivitu do Jižních Čech.

**O Sedlci** je první dochovaná písemná zmínka až ve 14. století. Sedlec patřila rodu pánů z Janovic, později Lobkovicům z Vysokého Chlumce. Tragickým momentem pro městečko byl závěr druhé světové války, kdy při květnovém povstání místních obyvatel postříleli prchající nacisté 21 občanů a vypálili budovu školy.

Na konci 19. století při budování železničního spojení Praha-České Budějovice, se trať vyhnula jak Sedlci, tak i Prčici, což mělo za následek to, že se zde ani v pozdější době nerozvinul žádný průmysl a tradiční obživou pro místní obyvatele tak zůstalo zemědělství.

Na obou stranách mostu si lidé uměli dobře spočítat, že když se spojí v jedno město, téměř nic tím neztratí, jediné získají, a proto byl dne 6. září 1957 podepsán významný dokument, na jehož základě se doposud dvě samostatné obce Sedlec a Prčice spojily v jedno město: Sedlec-Prčice. Od té doby spolu ušly kus cesty a vzájemnou spolupráci se snaží o rozvoj města a okolí. Zejména po roce 1989 je rozvoje velice patrný. Místní obyvatelé se snaží zvelebovat svá obydlí. Památkový úřad a Město Sedlec-Prčice se starají o zachování historického rázu města. Co se týče cestovního ruchu, ten zaznamenal veliký pokrok. Důležitou roli zde hraje neustálé budování a inovace infrastruktury cestovního ruchu (zařízení poskytující ubytovací, stravovací a doplňkové služby). Po roce 1989 bylo v Prčici, v budově bývalé radnice, otevřeno také informační centrum, které je návštěvníkům této oblasti k dispozici po celý rok.

Historická část území města byla v roce 1992 vyhlášena městskou památkovou zónou.

[*Město Sedlec-Prčice*. (cit. 2010-02-23). Dostupné z WWW: <[www.sedlec-prčice.cz](http://www.sedlec-prčice.cz)>]

#### **4.1.2 Doprava**

Dopravní dostupnost do zkoumané oblasti je nejlepší automobilem, a to po silnicích II. třídy s čísly 120 a 121, nebo po silnicích III. třídy, které v oblasti Sedlecko tvoří poměrně hustou síť spojujících všechny místní osady a navazující na silnice druhých tříd.

Autobusovou dopravu ve zkoumané oblasti zajišťují dopravci:

ČSAD Benešov, a.s.

Connex Příbram, s.r.o.

COMMET PLUS, spol. s r.o., Tábor

Nejbližší vlaková zastávka je v obci Heřmaničky na trati Praha-České Budějovice, vzdálená 6 km od města Sedlec-Prčice.

**Tabulka 1** Dopravní dostupnost z různých spádových center

Město	Vzdálenost	Dostupnost	Přímý spoj
Votice	13 km	auto, bus	9x denně
Sedlčany	14 km	auto, bus	16x denně
Milevsko	22 km	auto, vlak+bus	nejede
Tábor	28 km	auto, vlak+bus, bus	2x denně
Benešov	30 km	auto, vlak+bus, bus	2x denně
Příbram	45 km	auto, bus	2x denně
Písek	50 km	auto, vlak+bus	nejede
Praha	75 km	auto, vlak+bus, bus	nejede

**Zdroj:** autor

### 4.1.3 Podnebí

Klimatické předpoklady jsou často nejdůležitějším činitelem pro rozvoj cestovního ruchu a ovlivňují i časový průběh jeho realizace.

Převážná část území Sedlecka leží v mírně teplé (MT) klimatické oblasti, která je rozdělena od nejchladnější (MT 1) až po nejteplejší (MT 11). Zkoumaná oblast se dělí do tří takovýchto okrsků, označených jako MT 3, MT 5 a MT 7. Pouze jižní okraje oblasti s nejvyššími partiemi Čertova břemene náleží ke klimatické oblasti chladné, okrsku CH 7. Klimatické okrsky mají různé charakteristiky, co se týče teplot a srážek v jednotlivých ročních obdobích. [Kolářová a spol., 2005: 115]

Javorová skála ležící právě v okrsku CH 7, tedy chladném, se svými více než sedmi sty metry nadmořské výšky se nachází výše než některá krkonošská střediska. Oblast má proto výborné předpoklady a podmínky pro zimní sporty. To, že zimy tady bývají opravdu „zimní“ naznačuje i název sousedícího území Česká Sibiř.

**Tabulka 2** Charakteristiky jednotlivých klimatických okrsků

<b>Období / Okrsek</b>	<b>CH 7</b>	<b>MT 3</b>	<b>MT 5</b>	<b>MT 7</b>
<b>Léto:</b>				
Léto (počet letních dnů)	10 – 30	20 – 30	30 – 40	30 – 40
Teplotní poměry (v červenci)	15 – 16 °C	16 – 17	16 – 17	16 – 17
Srážkové poměry (úhrn srážek)	500 – 600 mm	350 – 450	350 – 450	400 – 450
<b>Přechodná období:</b>				
Přechodné období (počet dnů)	140 – 160	130 – 160	130 – 140	110 – 130
Teplota jara (teplota v dubnu)	4 – 6	6 – 7	6 – 7	6 – 7
Teplota podzimu (v říjnu)	6 – 7	6 – 7	6 – 7	7 – 8
<b>Zima:</b>				
Zima (počet ledových dnů)	50 – 60	40 – 50	40 – 50	40 – 50
Teplotní poměry (v lednu)	-3 – -4	-3 – -4	-4 – -5	-2 – -3
Srážkové poměry (úhrn srážek)	350 – 400	250 – 300	250 – 300	250 – 300
Sněhová pokrývka (počet dnů)	100 – 120	60 – 100	60 – 100	60 – 80
<b>Roční charakteristiky:</b>				
Počet dnů s teplotou 10° C	120 – 140	120 – 140	140 – 160	140 – 160
Počet dnů se srážkami 1 mm	120 – 130	110 – 120	100 – 120	100 – 120
Počet zamračených dnů	150 – 160	120 – 150	120 – 150	120 – 150
Počet jasných dnů	40 – 50	40 – 50	50 – 60	40 – 50

*Zdroj:* Kolářová a spol., *Územní plán obce Sedlec-Prčice*, Praha: Ateliér T-plan, s.r.o. (2005)

#### 4.1.4 Horopis

Z hlediska typu reliéfu se ve zkoumaném území uplatňují jednotky vrchovinné a pahorkatinné, které se vyznačují rozčleněným reliéfem. Charakteristická členitost terénu je také zdůrazňována typickými lesíky a remízky. Nadmořská výška se pohybuje v celkovém rozpětí cca 350 m. Nejvyšších nadmořských výšek je dosahováno na jižním okraji území, na hřbetu Čertova břemene. Nejvyšším bodem je úbočí Javorové skály, která sahá do výšky 723 m n. m. Nejnížší polohy tohoto území leží v nadmořské výšce 375 m. Centrální a severní část území tvoří tektonicky a litologicky podmíněná kotlina v povodí Sedleckého potoka.

Kotlina je nepatrně a málo zalesněná smíšenými listnatými porosty. Území Sedlce-Prčice a jeho okolí náleží do geomorfologické provincie Česká vysočina, soustavy Česko-moravské, podsoustavy Středočeská pahorkatina, celku Vlašimská pahorkatina a podcelku Votická vrchovina. [Kolářová a spol., 2005: 113-114]

Jak už bylo zmíněno, oblast je lemována kolem dokola vrchy a kopci, přičemž nejvyšší jsou na jižní straně. Místa s nejvyššími nadmořskými výškami se dají přirovnat k oblastem vysokohorským, což má pro rozvíjející se cestovní ruch velice dobré předpoklady.

#### **4.1.5 Vodopis**

Analyzované území leží v hydrogeologickém rajonu 632 – Krystalinikum v povodí Střední Vltavy. Vodu odvádí převážně Sedlecký potok, protékající územím přibližně od jihu k severu a potok Martinický, který do Sedleckého přitéká v obci Martinice. Povodí Sedleckého potoka náleží do povodí potoka Mastníka, pravého přítoku řeky Vltavy. Sedlecký potok a jeho přítoky vytvářejí říční síť stromovitého typu, nacházíme zde série menších rybníčků a rybníků, z nichž největším je Velký Vrchotický rybník. V oblasti Čertova břemene na jižní hranici této oblasti leží rozvodí mezi Vltavou a Lužnicí. [Kolářová a spol., 2005: 113-115]

Z pohledu cestovního ruchu je voda přírodní činitel, který už sám o sobě může plnit rekreační funkci. Na území Sedlecka se nachází řada hezkých rybníků, rybníčků a vodních nádrží, ale vodní plochy přímo určené k rekreaci a vodním sportům jak místního obyvatelstva, tak návštěvníků, zde chybí. V Sedlci-Prčici je požární nádrž, která je uzpůsobená jako koupaliště, ta ale bohužel neodpovídá přísným hygienickým předpisům pro místa vhodná ke koupání.

#### **4.1.6 Životní prostředí**

Ve zkoumané oblasti je zachovalá příroda, krajina bez továrních komínů a ovzduší téměř bez smogu a spadu. Regionální a neregionální vlivy imisí z velkých zdrojů se v pánevní poloze sídel Sedlec a Prčice a dalších zastavěných území náležících k městu, uplatňují jen do velmi malé míry. Přímo na území města Sedlce-Prčice se

nevyskytuje žádný velký zdroj znečištění ovzduší, pouze několik středních zdrojů. Imisní situaci v některých sídlech lokálně zhoršuje reliéf, poloha některých jejich částí v mělkých údolích. Důsledkem toho jsou zesilovány inverzní stavy zvrstvení ovzduší a s tím související zhoršené rozptylové podmínky, zejména v zimních měsících.

[Kolářová a spol., 2005: 102]

#### **4.1.7 Genius loci Českého Meránu**

Genius loci znamená latinsky něco jako duch krajiny. Přesněji to, co nás na určité destinaci tak láká, proč tam jedeme. Zkoumaná oblast je charakteristická svým zvláštním reliéfním členěním, kopcovitou krajinou a údolím s dvouměstím. Pohled z okolních vrchů na kotlinu Českého Meránu s městečkem Sedlec-Prčice je jedinečný svou rozmanitostí a hloubkou. Tento kraj je také rájem kapliček a kamenů různých rozměrů a tvarů, takzvaných menhirů.

## **4.2 ANALÝZA DRUHŮ CESTOVNÍHO RUCHU**

Při vymezení druhů cestovního ruchu v oblasti Sedlecko bylo použito rozdělení, které uvádí Hesková a kol.

### **4.2.1 Sportovní a rekreační cestovní ruch**

#### **UBYTOVACÍ KAPACITY**

Pro využití rekreačního potenciálu mají určující význam ubytovací kapacity. Jejich objem, skladba a rozložení jsou vyvozené především z rozsahu a charakteru stávající a potenciální návštěvnosti. (Tabulka 3)

## **SPORTOVNÍ VYBAVENOST**

Sportovní plochy jsou v jednotlivých sídlech omezeny na jednoduchá hřiště s přirozeným travnatým povrchem. Plochy pro sportovní využití jsou soustředěny především do škol. (Základní škola Sedlec-Prčice, Dětský domov se školou v Sedlci-Prčici a Dětský domov v Přestavlkách). Na území města Sedlec-Prčice je nejvýznamnější plochou pro sportovní využití sportovní areál v Prčici a víceúčelové hřiště „Za starkou“ v Sedlci. Další vybavenost pro sport a rekreaci je soustředěna do prostoru areálu Monínec.

## **ZIMNÍ STŘEDISKA**

### **Ski areál Monínec** (Obrázek 5)

Největším a také nejznámějším zimním střediskem je bezesporu Ski areál Monínec. Který se nachází v krásné přírodě na svahu Javorové skály, zhruba 4 km od města Sedlec-Prčice. V zimě jsou zde ideální podmínky k lyžování. Je zde 1200 m dlouhá sjezdovka s 4 sedačkovou lanovkou a 2 vleky. Při nedostatku přírodního sněhu je k dispozici několik děl pro umělé zasněžování, a také nechybí ani osvětlení pro jedinečný zážitek z večerního lyžování. Pro začátečníky je zde možnost využít služeb některého z vyškolených instruktorů lyžování či snowboardingu a pro nejmenší lyžařská školka.

Celý areál slouží k celoročnímu provozu, takže na své si přijdou i návštěvníci, kteří sem zavítají v jiných než zimních měsících. Areál, který provozuje firma Monínec s.r.o. je během celého roku využíván jak pro individuální, tak i rodinnou rekreaci, jazykové kurzy, školení, kongresovou turistiku, školy v přírodě, sportovní soustředění, lyžařské kurzy, večírky, slavnostní hostiny apod. Je zde k dispozici tenisový kurt, hřiště na volejbal či nohejbal a také se zde můžeme setkat s mnoha neobvyklými a netradičními dobrodružnými sporty.



### **Ski Kvasejovice** (Obrázek 6)

Dalším zimním střediskem je nově otevřený areál s názvem Ski Kvasejovice. Nachází se v 1000 let staré obci přímo u hlavní silnice ze Sedlce-Prčice na Nechvalice. V areálu je zatím v provozu jen jedna sjezdovka, ale do budoucna se počítá celkem se čtyřmi. Nejdelší by měla měřit 550 m. Areál tak bude moci uspokojit jak děti, rekreační lyžaře, školáky, tak i náročnější návštěvníky.

### **Běžkařské trasy**

Dalším lákadlem této oblasti jsou rozsáhlé běžkařské trasy, které vedou v okolí Sedlce-Prčice. Přímo na území mikroregionu s názvem Společenství obcí Čertovo břemeno, do kterého Sedlec-Prčice spadá, je vyznačený systém tras pro běh na lyžích. V rámci systému existují značené a pravidelně udržované lyžařské trasy v délce pětadesát kilometrů. Na Čertově břemeni jsou značeny oranžovými směrovými tabulkami. Na území mikroregionu existuje šest výchozích míst s možností parkování (Borotín, Libenice, Cunkov - před Hospodou U Bizona, Jistebnice a Veletín) či dostupností vlakovými spoji (Bálkova Lhota a Střezimíř).

## **CYKLISTIKA A PĚŠÍ TURISTIKA**

### **Cyklistika**

Cyklistické stezky jsou v tomto kraji velmi populární, hlavně díky síti bezpečných tras a stezek Greenways Praha-Vídeň upravených pro cyklisty, pěší či jezdce na koních, která prochází i touto oblastí a nese zde název Zelená stezka Greenways Čertovo břemeno. Také místní, velmi dobře značené cyklostezky, které vedou tímto krajem křížem krážem, cyklistům dovolují spočinout v náručí překrásné, průmyslem nenarušené přírody.

Přímo v Sedlci-Prčici je i několik podniků, které získaly certifikát „Cyklisté vítáni“, který prověřuje nabídku a vybavenost stravovacích i ubytovacích služeb, kempů a turistických cílů z pohledu cyklistů. Certifikace obsahuje standardy srovnatelné se

systemy jiných evropských zemí a každé zařízení, které ho chce získat, musí splňovat dané podmínky.

### **Greenways Praha-Vídeň (Obrázek 7)**

Greenways Praha-Vídeň je dálková cyklotrasa, která prochází rozmanitými regiony mezi těmito dvěma evropskými metropolemi a spojuje místa přírodně, historicky a kulturně zajímavá a cenná. Na pátešní trasu navazují tématické okruhy: Greenway Rožmberského dědictví, Greenway Lichtenštejnského dědictví či Greenway řemesel a vyznání.

Zelenou stezku Greenways Praha Vídeň vymysleli a uskutečnili lidé, jež spojuje zájem o zdravé životní prostředí, zachování kulturního a přírodního dědictví a šetrný rozvoj obcí a měst kde žijí.

### **Cyklostezky Českého Meránu:**

- Červená cyklotrasa – *Na výhledy Českého Meránu* (29 km a 31 km)
- Zelená cyklotrasa – *Po hřebeni Českého Meránu* (20 km a 25 km)
- Modrá cyklotrasa – *Na Českou Sibiř* (18 km a 25 km)
- Oranžová cyklotrasa – *Malá Šumava* (25 km a 28 km)

[*Město Sedlec-Prčice*. (cit. 2010-02-30). Dostupné z WWW: <[www.sedlec-prčice.cz](http://www.sedlec-prčice.cz)>]

### **Další cyklostezky:**

- *Lanovkou za bizony a za čertem* – 7 km
- *Tam za vodou v rákosí* – 24 km
- *Menhiry* – 15 km
- *Sejdeme se za pecí* – 28 km
- *Za vodní tvrzí* – 36 km

[*Monínek*. (cit. 2010-02-30). Dostupné z WWW: <[www.moninec.cz](http://www.moninec.cz)>]

Cyklostezky jsou z větší části vedeny po silnicích třetích tříd, které nejsou moc frekventované, a proto je vhodné po těchto trasách jezdit i s dětmi. Trasy mají převážně nízkou náročnost a vedou různými obcemi a vesničkami, ve kterých je možné se občerstvit v místních hospůdkách.

### **Pěší turistika**

Když se řekne Sedlec-Prčice, každému se vybaví Pochod Praha-Prčice, asi nejznámější dálkový pochod u nás, který se koná pravidelně každý rok, a to už od roku 1966. Je tedy zřejmé, že turistika má v tomto kraji vybudovanou mnohaletou tradici. Dobré podmínky pro pěší turistiku umocňuje také existence značených turistických tras probíhajících analyzovaným územím.

#### **Stežky pro pěší turistiku:**

- Červená trasa – *Na Javorovou skálu*
- Zelená trasa – *K Dobré vodě*
- Žlutá trasa – *Vrchotická trasa*
- Modrá trasa – *Na Červený Újezd*

[*Město Sedlec-Prčice*. (cit. 2010-02-30). Dostupné z WWW: <[www.sedlec-prčice.cz](http://www.sedlec-prčice.cz)>]

#### **Další stežky pro pěší turistiku:**

- *Pravěké megality a hospůdka Za pecí* – 15 km
- *Pochod plný pohody* – 18 km
- *Tajuplný les, království Smrkov a starobylá Střeziměř* – 20 km

[*Monínec*. (cit. 2010-02-30). Dostupné z WWW: <[www.moninec.cz](http://www.moninec.cz)>]

## GOLF

### **Golf klub Čertovo břemeno** (Obrázek 8)

Golf se v současnosti těší ve světě i u nás stále větší oblibě u určitého segmentu lidí. Golf klub Čertovo břemeno se nachází jen několik málo kilometrů od městečka Sedlec-Prčice, územně už ale spadá pod Jistebnici, konkrétně do Přírodního parku Jistebnická vrchovina, který sousedí s Českým Meránem.

Golf klub je v provozu od dubna do října, s možností zapůjčení veškerého potřebného vybavení. Je zde osmnáctijamkové a devítijamkové golfové hřiště včetně moderního zázemí jako jsou recepce, cvičná louka, putting a chipping green.

### **4.2.2 Dobrodružný cestovní ruch**

S dobrodružným cestovním ruchem se zde můžeme setkat v podobě *paintballu*:

- Strnadovský mlýn
- Nové Dvory

Další sporty z oblasti dobrodružného cestovního ruchu jsou provozovány

*v areálu Monínec:*

- tubingová dráha – (nejdelší v České republice) je v provozu jak v letní, tak i v zimní sezóně,
- mountainboarding, (Obrázek 9)
- travní lyže, (Obrázek 10)
- horské koloběžky. (Obrázek 11).

### **4.2.3 Rybářský a myslivecký cestovní ruch**

Rybářský cestovní ruch se na Sedlecku v posledních letech velice rozšířil a to hlavně díky 10 hektarovému Velkému Vrchotickému rybníku a společnosti Forest-fish, spol. s r.o., která zde provozuje sportovní rybolov vždy od dubna do října. Povolenky se prodávají na místě, není potřeba rybářský lístek. Lov trofejních ryb: kapr nad 10 kg, sumec 25 kg, štika, candát, amur, tolstolobik, lín a okoun. Lovící si může ponechat 2 ks ušlechtilé ryby, kapr nad 60 cm se vrací zpět. K dispozici je ubytování ve 4 lůžkových chatkách přímo na břehu rybníka, možnost i umístění vlastního přívěsu. V areálu je také občerstvení. (Obrázek 12)

V oblasti kolem Velkého Vrchotického rybníka se do budoucna předpokládá také rozvoj myslivosti. Tento druh cestovního ruchu se na Sedlecku zatím vyskytuje jen v menší míře. Je zastoupen místním mysliveckým spolkem, který pořádá kromě lovů a honů na zvěř i různé společenské akce, například plesy.

### **4.2.4 Kulturní cestovní ruch**

Centrem dění v oblasti kulturního cestovního ruchu je ve zkoumané oblasti přímo město Sedlec-Prčice. V místní Základní škole se nachází kulturní sál, který je od jara do podzimu využíván k promítání filmů (slouží tedy jako místní Kino) nebo se využívá pro různá hudební a divadelní představení.

Během roku se konají kulturní akce zejména oblastního charakteru, plesy či koncerty v místních kostelech a sportovní akce jako fotbalová utkání.

## **KULTURNÍ A JINÉ AKCE:**

*Novoroční čtyřlístek* je akce pořádaná Klubem přátel dlouhých kilometrů KČT, která se koná každoročně na Nový rok. Jedná se o výstup na Monínek a to odkudkoli.

*Mistrovství na ledové ploché dráze*, které se koná každý rok v lednu či v únoru na rybníce v Rekreačním středisku Růžená. Jezdci jsou obvykle nejen z České republiky, ale i ze zahraničí.

*Pochod Čertova podkova* je další z pochodů pořádaný Klubem přátel dlouhých kilometrů KČT, a to každoročně ke konci měsíce března. Trasy jsou 15, 25 a 36 km.

*Pochod Praha-Prčice*, konaný každoročně třetí sobotu v květnu, je asi nejznámějším dálkovým pochodem u nás. Poprvé byl zrealizován v dubnu roku 1966 hlavním redaktorem časopisu Turista Jiřím Dvořákem a panem Ing. Karlem Kulle ve spolupráci s místním rodákem a sportovním propagátorem Stanislavem Ratajem. Pochod vedl zpočátku jedinou trasou z Prahy do Prčice, která byla navíc v prvních ročnících upravena podle tematického zaměření. Nyní je tras hned několik (roku 2009 jich bylo 22), od nejkratší 25 km po nejdelší trasu z Prahy v délce 70 km. V prvních letech byla pochodníkům odměnou stužka. Dnes si turisté jako suvenýr odnáší známou botičku zvanou Prčický škrpál a Tatrunku. Účast na pochodu rok od roku stoupá, záleží samozřejmě také na počasí, ale pro příklad: roku 2009 (44. ročník) vyrazilo do Prčice téměř 17 tisíc lidí.

*Derby Sedlec versus Prčice* jsou další místní tradiční akcí. Konají se vždy poslední víkend v červnu. Je to taková místní specialita, kdy se každá z městských částí snaží dokázat, že je lepší, a to především ve sportovních, ale i jiných disciplínách (např. štafeta v pití piva), které se konají už od rána. V závěru dne se koná slavností vyhlášení vítěze, a to na neutrální půdě mezi oběma městy, zakončené taneční zábavou.

*Sedlecko-Prčický trháč* je závod v běhu do vrchu (na Javorovou skálu) konaný v první půli července.

*Memoriál Františka Hájka v kopané*. Oddíl TJ Sokol Sedlec-Prčice každoročně pořádá koncem července memoriál ve fotbale, ve kterém si své síly měří čtyři mužstva z regionu (Sedlec-Prčice, Sedlčany, Votice a Petrovice).

***Svatovavřínecké posvícení v Prčici*** je už dlouholetou tradicí. Koná se každý rok kolem 10. srpna, svátku sv. Vavřínce, kterému je zasvěcen kostel v Prčici. Prčické posvícení nabízí spoustu doprovodných kulturních, společenských a sportovních akcí (např. koncerty v Zámeckém parku v Prčici).

***Doprčic fest*** je festival zaměřený především na punkové kapely a techno. Koná se obvykle v době Prčického posvícení v zámeckém areálu v Prčici, a kromě jednotlivých kapel jsou zde k vidění i filmové projekce, divadelní představení, sportovní vyžití či turnaj ve stolním fotbálku.

***Memoriál Míry Kabíčka*** je soutěž konaná vždy v září, a to v netradičních hasičských disciplínách dětských a juniorských družstev. Ze zajímavého nápadu se stala krásná tradice, která potěší nejen soutěžící, ale i diváky.

***Festival Prčické bábení*** je pořádán vždy ke konci září. A letošní rok to bude již 3. ročník dne plného her, kulturních a společenských akcí pro všechny věkové kategorie včetně dopoledního pochodu Z Prčice za kapličkami Českého Meránu.

***Vítání adventu*** rozsvícením stromu na náměstí v Sedlci se koná o prvním adventním víkendu a je spojeno s krátkým programem – taneček, zpěv i několik moudrých slov. Nechybí ani občerstvení v podobě něčeho teplého pro zahřátí.

[*Město Sedlec-Prčice*. (cit. 2010-03-03). Dostupné z WWW: <[www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz)>]

## **VÝZNAMNÉ STAVBY A PAMÁTKY:**

***Kostel sv. Vavřínce v Prčici*** byl založen pravděpodobně už v 11. století rodem Vítkovců, a to v románském slohu. V té době plnil zřejmě i obrannou funkci.

V 2. polovině 14. století byla románská apsida odstraněna a loď rozšířena o presbytář zakončený pěti stranami nepravidelného osmiúhelníku. (Obrázek 13)

***Farní kostel sv. Jeronýma v Sedlci***. Jeho založení se datuje do 11. až 12. století v původně románském stylu, ve 14. až 15. století byl přestavěn do slohu gotického a rozšířen. Kostel svatého Jeronýma je jediným kostelem v naší republice, který je vymalován v secesním slohu. (Obrázek 14)

***Tvrz ve Vrchoticích*** je vlastně dnes už jen pouhý zbytek tvrze původně ze 13. století založená Vladykou Vrchotou. (Obrázek 15)

***Zřícenina hradu Zvěřinec*** je jedinou hradní zříceninou v Českém Meránu. Hrad byl založen na vysokém vrchu v nadmořské výšce 542 m. Dnes však není po hradu téměř žádné památky. Jeho zvláštností, která přitahuje návštěvníky je, že zde pobýval pravděpodobně Mistr Jan Hus i Karel Hynek Mácha, jehož otec pocházel z nedalekých Měšetíc a malý Karel zde trávil prázdniny. Roku 1936 mu zde byla slavnostně odhalena pamětní deska. (Obrázek 16)

***Zámek v Jetřichovicích*** byl kdysi pouhou tvrzí, na zámek byl rozšířen Vilémem Jindřichem Mitrovským někdy na konci 17. století. (Obrázek 17)

***Kaple Bolestné Matky Boží***, kterou návštěvníci mohou obdivovat nedaleko zámecké zahrady v osadě Jetřichovice. Nechal ji tu vystavět František Mitrovský asi kolem roku 1700. (Obrázek 18)

***Zámek v Přestavlkách*** byl vystavěn roku 1736 Janem Josefem Vratislavem z Mitrovic v barokním stylu. Zámek byl skutečně reprezentativním sídlem pánů z Mitrovic a kdysi se mu říkalo Nové Mitrovice. (Obrázek 19)

***Zámek v Bolechovicích*** stojí uprostřed bývalého poplužního dvora. Je to jednopatrová rokoková budova, nad vstupním portálem je kartuše s erbem Tomáše Popovského ze Šarfenbachu. (Obrázek 20)

***Zámek v Prčici***. Jeho postavení se datuje někde na konci 16. století. Významné klasicistní úpravy na něm provedl Václav Ignác rytíř Eisen z Eisensteina a v dnešní době majitel pan Ing. Hásek, který věnuje značné úsilí jeho zachování a obnovení. (Obrázek 21)

***Most Karla Burky*** je most spojující Sedlec a Prčici o jehož vybudování se zasloužil zámožný pražský měšťan Karel Burka. Základní kámen k mostu byl položen roku 1815 a stavba trvala až do roku 1823. Jedná se o mohutnou, zděnou, z lámaného kamene důkladně stavěnou hráz se třemi klenutými průtoky. Měří 200m na délku a 10 m na šířku. (Obrázek 22)



***Nemocnice v Prčici.*** Dávná historie nemocnice začíná položením základního kamene 13. června roku 1843 z popudu arcibiskupa Františka de Paula Pištěka v místě jeho rodného domu. Základní myšlenkou byla péče a pomoc lidem nemocným, chudým a potřebným. Toto poslání zde vykonávaly sestry řádu Svatého Karla Boromejského až do roku 1953. V roce 1914 byl zkolaudován operační sál a v nemocnici se ocitli ranění z bojišť 1. světové války, později i uprchlíci. Roku 1975 se z nemocnice stala Léčebna dlouhodobě nemocných, kterou je dodnes. (Obrázek 23)

***Radnice v Prčici.*** Její základní kámen byl položen roku 1884, stavbu provedl Josef Schreiber. Věžní hodiny dodal hodinář Josef Plesnivý z Prahy. (Obrázek 24)

***Vesnická památková zóna Ounuz.*** Osada Ounuz, která se nachází nedaleko Javorové skály, byla v roce 1995 vyhlášena vesnickou památkovou zónou, neboť jsou zde zachované původní roubené stavby lidové architektury. (Obrázek 25)

***Středisko družicových spojů u Měšetice*** je stavbou z dob teprve nedávných. Postavila ho Správa Radiokomunikací Praha a bylo otevřeno 30. dubna 1974. Stalo se tak prvním střediskem družicových spojů v tehdejší Československu. Během doby docházelo k různým modernizacím a náhradám zastaralých zařízení. (Obrázek 26)

***Poštovna na Javorové skále.*** Nejstarší česká poštovna, která stála 150 let na vrcholu Sněžky byla v srpnu roku 2009 přestěhována do Českého Meránu, v blízkosti lyžařského areálu Monínec, na Javorovou skálu. Stejně jako kdysi na Sněžce, bude i zde poštovna nabízet turistům občerstvení a poštovní služby. Interiér je navíc doplněn o malou expozici o historii této unikátní budovy. (Obrázek 27)

[*Město Sedlec-Prčice.* (cit. 2010-03-03). Dostupné z WWW: <[www.sedlec-prčice.cz](http://www.sedlec-prčice.cz)>]

Převážná většina, z výše uvedených historických památek, není v současné době přístupná veřejnosti. Návštěvníci je mohou obdivovat pouze zvenčí. Proto se nepředpokládá, že by turisté přijížděli do této oblasti pouze za památkami, ale určitě by neměly být opomenuty.

#### 4.2.5 Kongresový cestovní ruch

Kongresový cestovní ruch je na Sedlecku zastoupen školeními různých firem z celé České republiky. Pro tento druh cestovního ruchu jsou vybaveny zařízení:

- Monínec
- Pension Dalmo
- Strnadovský mlýn

Tyto zařízení poskytují nejen ubytování a stravování účastníkům školení, ale i jiné doplňkové služby zejména sportovně-rekreačního charakteru. (Tabulka 3)

### 4.3 ANALÝZA FOREM CESTOVNÍHO RUCHU

Při vymezení forem cestovního ruchu v oblasti bylo použito rozdělení, které uvádí Hesková a kol.

**Z geografického hlediska** se v analyzované oblasti vyskytuje především *domácí cestovní ruch*. Znamená to, že do zkoumané oblasti přijíždí hlavně rezidenti, tedy obyvatelé České republiky. *Zahraniční turisté* sem moc necestují, už z toho důvodu, že samotná oblast není mimo Českou republiku propagována a zahraniční návštěvníci o ní tak nevědí.

**Podle počtu účastníků** můžeme konstatovat, že návštěvníci přijíždějí nejvíce *ve skupinách* (např. s rodinou) a využívají přitom různých slev, a nebo *individuálně*. Účastník cestovního ruchu si vytváří libovolný program. Jako typický příklad můžeme uvést chatovou rekreaci, která je na Sedlecku velice rozšířená.

**Podle věku účastníků** se ve zkoumané oblasti jedná zejména o rodinný a mládežnický cestovní ruch. *Rodinný* představuje cestování rodin s dětmi a to do míst a zařízení, která nabízí vhodný produkt jak pro rodiče, tak i pro děti. V oblasti Sedlecka

převládají dlouhodobější pobyty rodin zejména v soukromých objektech (chaty, chalupy). *Mládežnický* je spojený s cestováním mladých lidí do 25 let, kteří hledají cenově dostupné služby, sociální kontakt a zábavu v podobě kulturních akcí.

**Z hlediska délky účasti** se na Sedlecku vyskytuje nejvíce podoba *výletního* nebo *krátkodobého cestovního ruchu*. Znamená to, že návštěvníci sem přijíždí jen na jeden den bez přenocování nebo zde přenocují maximálně dvě až tři noci. Nejčastěji jde o víkendový cestovní ruch, tedy účast na cestovním ruchu koncem týdne.

**Podle převažujícího místa pobytu** zde můžeme hovořit spíše o *venkovském*, a vzhledem k členitosti území i o *horském cestovním ruchu*. U venkovského cestovního ruchu jde o činnost spojenou s návratem k přírodě, s možností ubytování na venkově. Jeho součástí je také agroturistika.

**Podle ročního období** se jedná o *sezónně orientovaný cestovním ruch*, protože období, které obvykle přiláká nejvíce návštěvníků do zkoumané oblasti je zima. To je výsledkem působení přírodních činitelů, kteří vytváří velice dobré podmínky pro zimní sporty, které podmiňuje i infrastrukturní vybavenost.

**Podle použitého dopravního prostředku** můžeme říci, že při příjezdu do zkoumané oblasti je nejvíce používáno automobilu, proto se jedná o formu *motorizovaného cestovního ruchu*. Ten je charakteristický zejména nezávislostí na hromadné dopravě, rychlostí přemístování a vysokým akčním dosahem.

**Z hlediska dynamiky** spíše než o putovní jde v této oblasti o *pobytový cestovním ruch*, ale tyto pobyty jsou obvykle pouze krátkodobé.

**Ze sociologického hlediska** je to hlavně návštěva příbuzných a známých za účelem utužování vztahů či účasti na rodinných a společenských akcích.

## 5. TERÉNNÍ ŠETŘENÍ

Terénní šetření probíhalo formou dotazování. Dotazníky byly určeny návštěvníkům oblasti Sedlecko. Účelem šetření bylo zjistit stav v této oblasti z pohledu cestovního ruchu. Otázky byly zaměřeny na zjišťování úrovně cestovního ruchu, a to jak z hlediska poskytovaných služeb, tak i na místní infrastrukturu a zjišťování důvodů příjezdu návštěvníků.

V úvodu dotazníku bylo krátce vysvětleno, čeho se týká, kdo ho sestavil, pro jaké účely a k čemu budou výsledky sloužit. Na konci dotazníku bylo krátké poděkování za jeho vyplnění. Dotazník byl určen všem věkovým skupinám.

Dotazník obsahoval celkem dvaadvacet otázek. První otázka byla rozřazovací a to, na návštěvníky, kteří zde již byli (pokračovali ve vyplňování celého dotazníku) a na ty, kteří ještě nenavštívili tento region (vyplnili pouze povinné otázky označené hvězdičkou).

Cílem několika následujících otázek bylo zjistit čím a s kým návštěvníci do oblasti cestují, jak daleko, v jakém ročním období, na jak dlouhou dobu a za jakým účelem. Další otázka, která byla označena jako povinná, se týkala atraktivit, které zde návštěvníky nejvíce lákají. Velkou skupinu otázek tvořily otázky zaměřené na hodnocení poskytovaných služeb, infrastruktury a rozvoje cestovního ruchu v oblasti. Velice důležitou otázkou byla vypisovací otázka týkající se toho, co návštěvníci na Sedlecku nejvíce postrádají. Další otázky byly zaměřeny na zjištění informačních zdrojů, ze kterých se návštěvníci o regionu dozvěděli, nákladů na pobyt a určení kraje ze kterého přijíždějí.

Závěr dotazníku tvoří několik demografických otázek, na jejichž základě mohou být popsány jednotlivé segmenty.

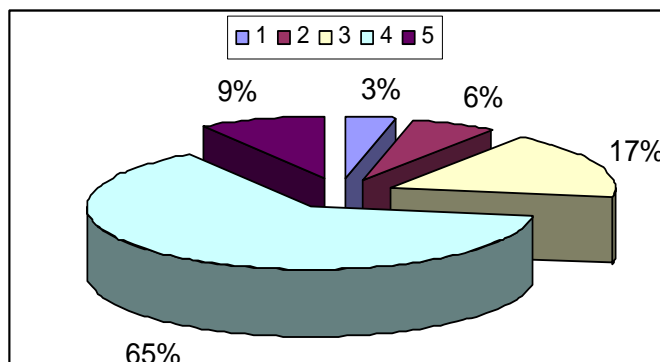
Dotazník byl zpracován i vyhodnocen v programu Google Docs, koláčové grafy byly dodatečně vytvořeny v programu Microsoft Excel.

Dotazníkové šetření bylo provedeno v období září až listopad 2009. 40 tištěných dotazníků bylo umístěno v Infocentru Sedlec-Prčice, ze kterých se vrátilo 31 vyplněných. V elektronické podobě byl k dispozici na webových stránkách města Sedlec-Prčice a na stránkách místního lyžařského areálu Monínec. Zde je vyplnilo 113 respondentů.

Zdroje ke všem grafům pocházejí z vlastního šetření.

## 5.1 VYHODNOCENÍ TERÉNNÍHO ŠETŘENÍ

**Graf 1. Četnost návštěv regionu**

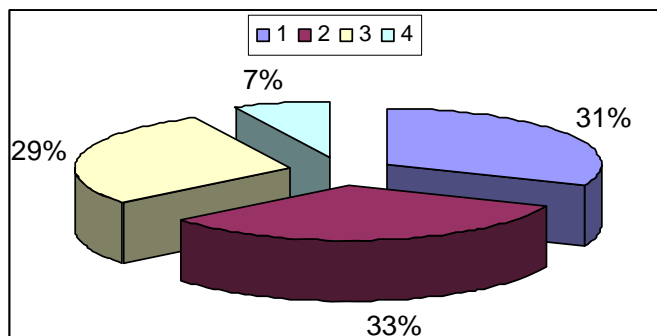


**Legenda:**

1. ještě jsem zde nebyl/a, ale chystám se tam
2. jsem zde poprvé
3. jsem zde podruhé a více
4. jezdím sem pravidelně
5. jiné

Na první otázku 65% dotazovaných odpovědělo, že do oblasti jezdí pravidelně. 17% je zde podruhé či více a jen 6% poprvé. Pouze 3% dotazovaných zde ještě nikdy nebyli.

**Graf 2. Délka cesty návštěvníků do zkoumaného regionu**



**Legenda:**

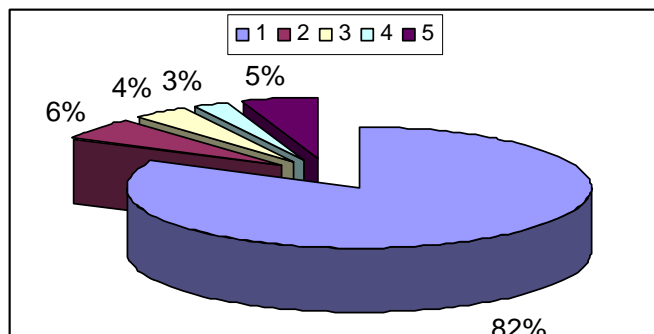
1. do 20 km
2. do 50 km
3. do 100 km
4. více než 100 km

Nejvíce dotazovaných odpovědělo, že do zkoumané oblasti jezdí do 50 km, a sice 33%. Další nejvíce zastoupenou skupinou jsou návštěvníci, kteří sem jezdí do 20 km 31%, a 29% do 100 km. Pouze 7% dojíždí více než 100 km.

### **Graf 3. Dopravní prostředek, kterým návštěvníci přijíždějí**

***Legenda:***

1. auto
2. bus
3. vlak
4. kombinace 2+3
5. jiné

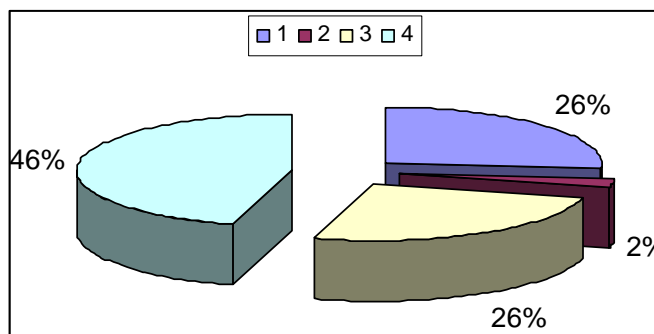


### **Graf 4. Roční období, ve kterém návštěvníci přijíždějí**

Nejvíce zastoupeným obdobím je se 46% zima. Po 26% získalo jaro a podzim. Nejméně zastoupené je léto, pouze 2%.

***Legenda:***

1. jaro
2. léto
3. podzim
4. zima

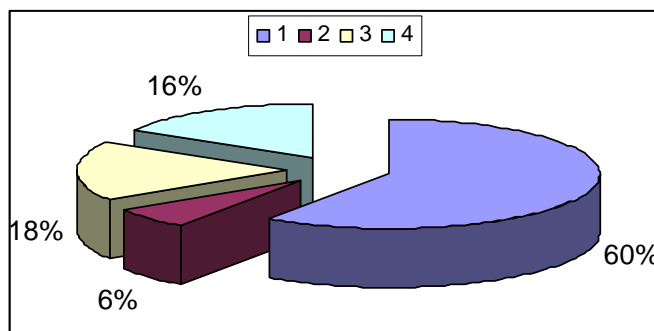


### **Graf 5. Plánovaná délka pobytu**

60% návštěvníků přijíždí na Sedlecko pouze na jednodenní výlet bez přespání. To vypovídá i o tom, že většina návštěvníků je ze Středočeského kraje a mají trvalé bydliště vzdálené maximálně do 100 km.

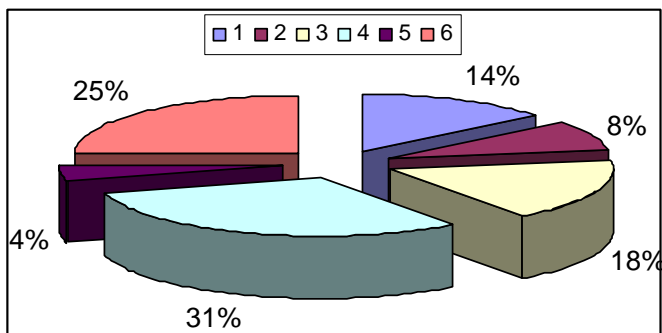
***Legenda:***

1. bez přespání
2. pouze 1 noc
3. 2-3 noci
4. 4 a více nocí



### **Graf 6. Doprovod návštěvníků do destinace**

Nejvíce dotazovaných, 31% přijíždí s rodinou, 25% s přáteli, 18% s přítelem či přítelkyní a 14% návštěvníků přijíždějí sami.

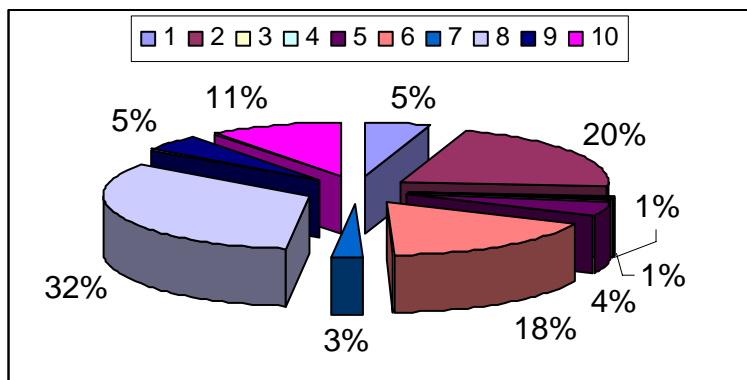


#### ***Legenda:***

1. sám/sama
2. s manželkou/manželem
3. s přítelkyní/přítelem
4. s rodinou
5. s organizovanou skup.
6. s přáteli

### **Graf 7. Účel cesty**

32% respondentů jezdí do zkoumané oblasti za sportem, 20% za rekreací, 18% za zábavou, 11% za něčím jiným, než bylo uvedeno. Ostatní možnosti jsou zastoupeny jen několika málo procenty.



#### ***Legenda:***

1. poznávání
2. rekreace
3. léčení
4. kongresový CR
5. práce
6. zábava
7. nákupy
8. sport
9. tranzit
10. jiné

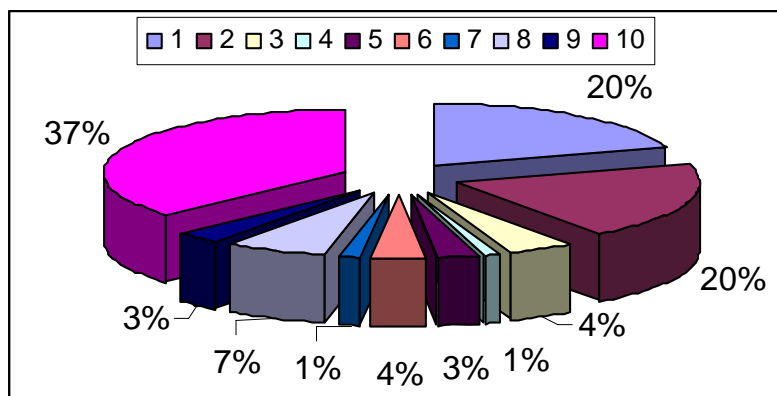


### Graf 8. Atraktivity, které v tomto regionu návštěvníky lákají

Mezi nejlákavější atraktivity v oblasti, se zastoupením 37%, patří zimní sporty. Po 20% získaly pěší turistika a cykloturistika.

#### **Legenda:**

1. pěší turistika
2. cykloturistika
3. vodní sporty, koupání
4. péče o duševní a fyzickou kondici
5. poznávání
6. venkovská agroturistika
7. církevní turistika
8. návštěva kulturní akce
9. společenská zábava
10. zimní sporty

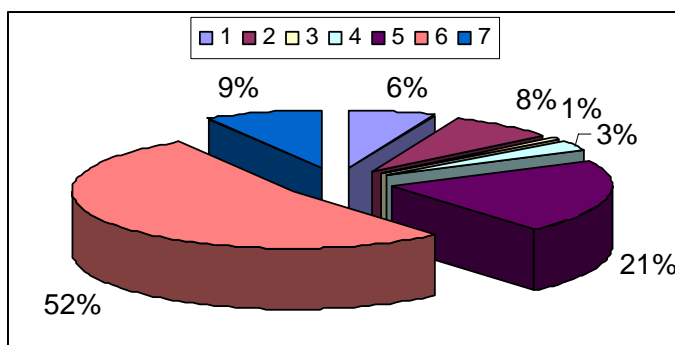


### Graf 9. Ubytování návštěvníků

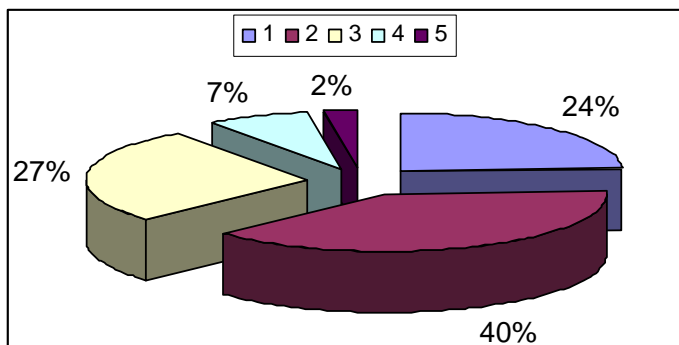
Na tomto grafu vidíme, že většina návštěvníků, a to 52%, zde není ubytováno, druhou příčku získalo ubytování u příbuzných a známých 21%.

#### **Legenda:**

1. hotel
2. penzion
3. apartmán, pronajatý pokoj
4. kemp, tábořiště
5. u příbuzných a známých
6. bez ubytování
7. jiné



### Graf 10. Využití stravovacích služeb v regionu

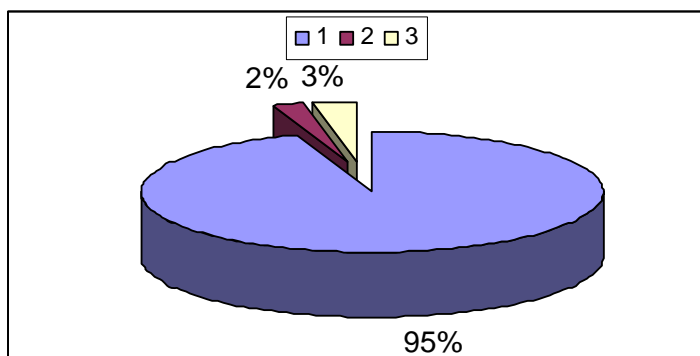


#### **Legenda:**

1. restaurace v místě ubytování
2. ostatní restaurace v regionu
3. vlastní stravování
4. nestravuji se tady
5. jiné

40% respondentů využívá restaurace přímo v dané oblasti, ale ne v místě ubytování, což souvisí také s tím, že většina z nich zde ubytována není. 27% získalo vlastní stravování.

### Graf 11. Uvažování o opakované návštěvě



#### **Legenda:**

1. ano
2. ne
3. nevím

### Hodnocení poskytovaných služeb, infrastruktury a rozvoje CR v regionu

Tyto otázky byly hodnoceny známkami dle stupnice v níže uvedené tabulce. Návštěvníci tak mohli ohodnotit služby, infrastrukturu a rozvoj CR v regionu.

Hodnocení poskytovaných služeb v regionu (Tabulka 4)

Hodnocení infrastruktury v regionu (Tabulka 5)

Hodnocení rozvoj CR v regionu (Tabulka 6)

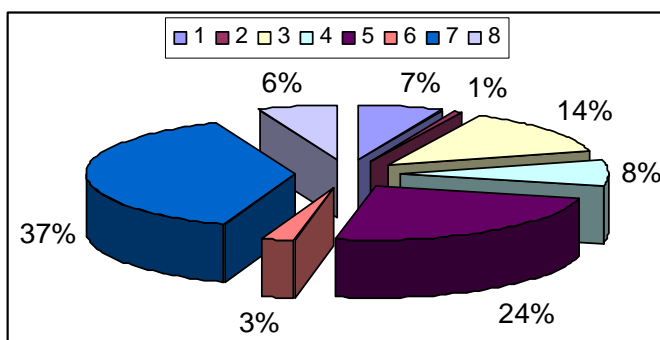
známka	
1	výborné
2	velmi dobré
3	dobré
4	dostatečné
5	nedostatečné

### **Graf 12. Informační zdroje, ze kterých se návštěvníci o regionu dozvěděli**

Nejvíce návštěvníků se o Sedlecku dozvědělo od příbuzných a známých 37%, 24% z internetových zdrojů, 14% z médií. Ostatní odpovědi tvoří jen několik málo procent.

#### ***Legenda:***

1. turistická informační centra
2. cestovní kanceláře, cestovní agentury
3. média
4. propagační materiály
5. internetové zdroje
6. informace od pracovníků ve službách
7. informace od příbuzných a známých
8. jiné

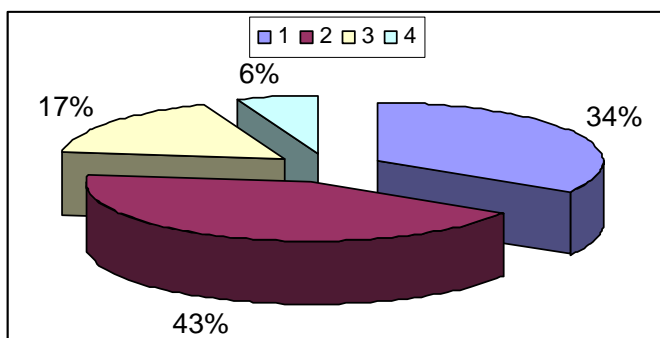


### **Graf 13. Náklady na pobyt v regionu na 1 osobu/1 den**

Žádný z návštěvníků neodpověděl, že by zde utratil více jak 5.000,- Kč na osobu a den. 43% zde utratí mezi 500,- až 1.000,- Kč a 34% mezi 300,- až 500,- Kč za osobu a den.

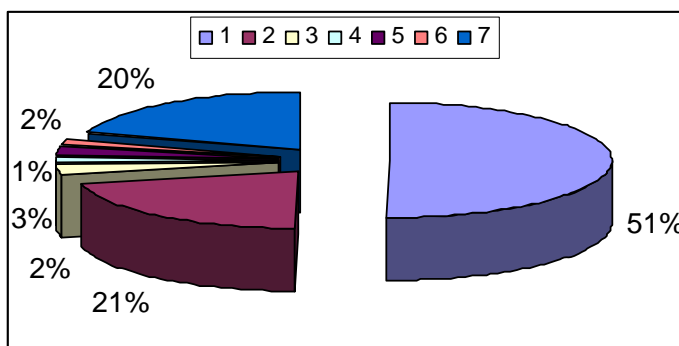
#### ***Legenda:***

1. do 300,- Kč
2. 301,- až 500,- Kč
3. 501,- až 1.000,- Kč
4. 1.001,- Kč až 5.000,- Kč
5. nad 5.000,- Kč



#### **Graf 14. Rozdělení turistů dle toho, z jakého kraje přijíždějí**

Žádný z návštěvníků nepřijíždí z krajů: Jihomoravský, Olomoucký, Královehradecký, Pardubický, Zlínský, Karlovarský a Liberecký. Nejvíce návštěvníků je ze Středočeského kraje 51%, 21% z kraje Jihočeského a 20% z Prahy.

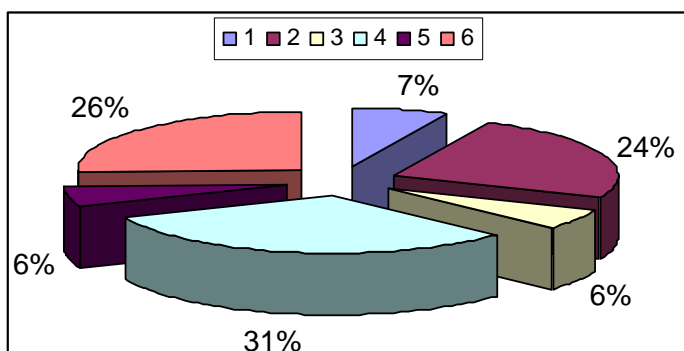


#### ***Legenda:***

1. Středočeský
2. Jihočeský
3. Plzeňský
4. Vysočina
5. Moravskoslezský
6. Ústecký
7. Praha

#### **Graf 15. Počet obyvatel místa bydliště návštěvníků**

Nejvíce návštěvníků, a to sice 31% je z měst, které mají více než 10 001 obyvatel. To vypovídá o tom, že hodně návštěvníků přijíždí z větších měst ze Středočeského kraje. 26% tvoří návštěvníci, kteří přijíždějí z města čítajícího více než 100 001 obyvatel, kterým je Praha, o čemž vypovídá už předchozí otázka.



#### ***Legenda:***

1. 1 – 1 000 obyvatel
2. 1 001 – 5 000 obyvatel
3. 5 001 – 10 000 obyvatel
4. 10 001 – 50 000 obyvatel
5. 50 001 – 100 000 obyvatel
6. 100 001 a více obyvatel

#### **Graf 16. Věk návštěvníků**

Graf viz příloha.

### Graf 17. Vzdělání návštěvníků

Graf viz příloha

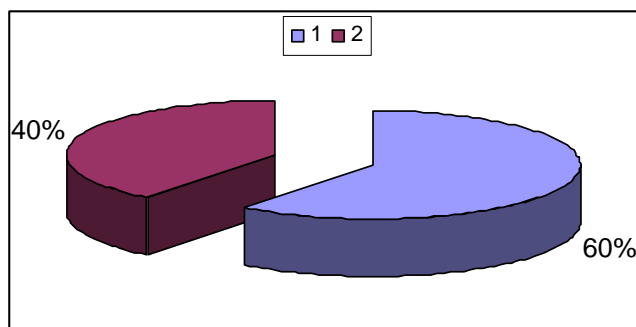
### Graf 18. Pohlaví návštěvníků

Mezi respondenty byla převážná většina mužů 60% a 40% tvořily ženy.

**Legenda:**

1. muž

2. žena



## 5.2 VYŘEŠENÍ HYPOTÉZ

1. Hypotéza, která tvrdí, že „*na Sedlecku převládají jednodenní výlety a krátkodobé pobyty*“ byla potvrzena. Pomocí dotazníkového šetření bylo zjištěno, že v tomto regionu opravdu převládají pobyty bez přespání, či krátkodobé pobyty. To je dáno především tím, že návštěvníci přijíždí z nejbližšího okolí, a proto nemají potřebu si zde platit ubytování.

2. Hypotéza „*zkoumaná oblast je návštěvníky vyhledávána především v zimním období*“ byla také potvrzena. Je to dáno hlavně zimními středisky v tomto regionu (Skiareál Monínek a Ski Kvasejovice) a udržovanými několikakilometrovými trasami pro běžkaře.

3. Hypotéza, která tvrdí, že „*do zkoumané oblasti je špatná dopravní dostupnost*“ byla zamítnuta. Většina respondentů, a to 40% hodnotilo dopravní infrastrukturu jako dobrou a 34% jako dostatečnou. Nedostatečnou jí shledalo pouze 9% dotazovaných.

### 5.3 PROFIL NÁVŠTĚVNÍKA

Z informací získaných z dotazníkového šetření byl sestaven profil návštěvníka, kterým je nejčastěji muž ve věku do 25 let s maturitou (VOŠ).

Do oblasti jezdí pravidelně, a to autem ze Středočeského kraje, z města vzdáleného maximálně 50 km, které má více jak 10 000 obyvatel. Doprovází ho obvykle rodina či známí.

Sedlecko navštěvuje nejraději v zimním období, za účelem sportovního vyžití a jako nejlákavější v této destinaci zvolil právě zimní sporty.

Zdržuje se zde pouze jeden den, bez přenocování a stravuje se v místních restauracích. O destinaci se dozvěděl od příbuzných a známých. A i přesto, že ve zkoumané oblasti nejvíce postrádá koupaliště či bazén, do budoucna uvažuje o opakované návštěvě.

## 6. ZHODNOCENÍ SITUACE A NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ

### 6.1 SPORTOVNÍ MOŽNOSTI

Zkoumaná oblast je, díky své poloze a přírodním předpokladům, vhodná k realizaci různých druhů sportů. Z analýzy druhů a forem a z výsledků dotazníkového šetření bylo zjištěno, že zde převažuje sportovní a rekreační cestovní ruch, kvůli kterým je tato oblast turisty nejvíce vyhledávána.

Velice dobře propracovaný systém cyklotras a stezek pro pěší turisty, vytváří výborné předpoklady pro tyto druhy sportu, za kterými sem návštěvníci jezdí zejména na jaře a na podzim. Výjimku tvoří letní období, kdy sem přijíždí jen minimum návštěvníků. Je to dáno především tím, že se zde nevyskytují žádné vodní plochy, které by byly vhodné ke koupání a vodním sportům, které jsou v tomto ročním období turisty tak vyhledávané.

#### *Návrhy na zlepšení situace:*

- Zřízení koupaliště, popřípadě aquacentra, které by bylo vhodné k rekreaci a vodním sportům. Například dle Územního plánu Sedlce-Prčice, kde je navrhováno zřízení koupaliště - aquacentra pod širým nebem, v obci Kvasejovice vybudované z místní hasičské nádrže.

**Aquacentrum v obci Kvasejovice by bylo finančně velice náročné, ale do budoucna se to jeví jako velice dobrý nápad. Kvasejovice jsou 1 000 let starou vesnicí, obyvatelé jsou na to náležitě pyšní a snaží se svou vesničku zvelebovat, jak jen to jde. Aquacentrum v horní části návsi, kde je nyní hasičská nádrž, by přilákalo turisty i obyvatele z okolí, což by mohlo být přínosem nejen pro místní podnikatele.**

- Dále by bylo možné tento handicap vyřešit opravou a vyčištěním hasičské nádrže v Sedlci, která by tak odpovídala přísným hygienickým předpisům ploch vhodných ke koupání a rekreaci. Mohla by pak sloužit nejen návštěvníkům a turistům tohoto místa, ale i rezidentům města Sedlec-Prčice a jeho okolí. Prostory kolem nádrže by bylo dobré do budoucna využít jako pláž. Také by nebylo od věci zde vybudovat menší stánek s občerstvením a veřejné toalety.

**Tento návrh se z důvodu financování jeví jako dostupnější oproti aquacentru, je však ve fázi projednávání a shánění financí na realizaci.**

V zimním období hrají prim již výše zmiňovaná zimní střediska a běžkařské tratě nacházející se v analyzované oblasti, které byly také důvodem toho, že většina dotazovaných ohodnotila služby pro lyžaře/snowboardisty jako výborné. I když k úplné dokonalosti zimních středisek bylo požadováno vybudování nového snowparku.

***Návrhy na zlepšení situace:***

- Na sjezdovce pod Penzionem Monínec zřídit snowpark s veškerým potřebným vybavením pro snowboardisty.

**Menší vybavení pro snowboardisty je tam už nyní, do budoucna se ale plánuje rozšíření o modernější vybavení, kterým se zabývají sami snowboardisté za podpory areálu Monínec.**

## **6.2 MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE**

Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že informace o zkoumané destinaci získávají návštěvníci především od příbuzných a známých, znamená to tedy, že oblast jako taková není dostatečně propagována. Informace o regionu, které se k respondentům dostaly byly však hodnoceny kladně. To se týká zejména samotných podniků poskytujících služby cestovního ruchu v destinaci, ty mají marketing velice dobře propracovaný.



### *Návrhy na zlepšení situace:*

- ➔ Vytvořit společnou marketingovou strategii. Například informační letáky, které by byly umístěny v zařízeních poskytující služby v dané oblasti, a také v místním informačním centru. Obsahovaly by informace o veškerých možnostech v destinaci (ubytovací, stravovací, sportovní,...) i fotodokumentaci zajímavých míst a atraktivit pro lepší celkový vzhled.

**Jako vzor pro tento leták můžou posloužit propagační materiály areálu Monínek zaměřené na jimi navržené cyklostezky a stezky pro pěší turistiku. Informační propagační materiály by byly dotovány z rozpočtu města Sedlec-Prčice (resp. z Evropského fondu regionálního rozvoje), které by se na jejich výrobě a sestavení podílelo.**

## **6.3 DOPRAVNÍ INFRASTRUKTURA**

Úroveň dopravní infrastruktury byla respondenty shledána jako dobrá či dostačující. Většina z nich při příjezdu do destinace nevyužívá služeb hromadné dopravy, volí raději vlastní automobil. Pro lepší orientaci zde návštěvníkům pomůže dobře propracovaný systém orientačního značení.

Co zde ale návštěvníkům nejvíce chybí pro lepší dopravní dostupnost je doprava do Skiareálů v podobě skibusů svážející návštěvníky z nejbližšího okolí.

### *Návrhy na zlepšení situace:*

- ➔ Zavést v zimní sezoně dopravu skibusem zejména do Skiareálu Monínek, a to alespoň jednou či dvakrát denně, především ze Sedlce-Prčice a okolních vesnic.

**O tomto návrhu už management firmy Monínek jednal se soukromým dopravcem z Příbrami, který by byl ochoten tuto službu poskytovat. Financování by bylo zajištěno firmou Monínek.**

## 6.4 KULTURNÍ A SPOLEČENSKÉ VYŽITÍ

V oblasti bylo zjištěno mnoho kulturních či sportovních akcí konaných během roku. Ty nejznámější, které zde mají vybudovanou svou tradici a lákají návštěvníky nejen z blízkého okolí, se konají v jarních a letních měsících. Tyto akce jsou hojně navštěvovány, ale především z řad místních obyvatel. Z dotazníku bylo zjištěno, že respondenti vidí jako další důvod pro návštěvu této oblasti právě konání více kulturních akcí, hlavně koncertů a festivalů pod širým nebem nebo zřízení letního kina, které by bylo v provozu v době prázdnin (červenec-srpen).

### *Návrhy na zlepšení situace:*

- Zřízení letního kina v Sedlci-Prčici. Vhodné místo by bylo například v Zámeckém parku, který se jeví jako velice vhodný pro akce tohoto typu.

**Tento návrh by mohl být realizován už letos. Park je obvykle celé léto pronajímán za účelem pořádání kulturních akcí. Financování by zajišťovalo z části město a z části pořadatelé z vybraného vstupného.**

- Konání více koncertů a festivalů pod širým nebem například také v areálu Zámeckého parku v Prčici nebo i jinde v okolí.

**Financování kulturních akcí by bylo zajišťováno z fondů pořadatelů pod záštitou města Sedlec-Prčice, které by prostranství vhodná pro tyto akce pronajímalo.**

## 6.5 DÉLKA POBYTU

V destinaci převažují krátkodobé pobyty. Přijíždějí sem zejména návštěvníci, kteří se nezdrží přes noc, což potvrdilo i dotazníkové šetření. Návštěvníci projeví zájem o více sportovních možností a různých doplňkových služeb mimo zimní sezonu.

***Návrhy na zlepšení situace:***

- Rozvíjet možnosti zejména doplňkových služeb, které by návštěvníky přilákaly a kvůli kterým by byli ochotni se zdržet i několik dní.

**Po jednání s managementem firmy Monínek bylo zjištěno, že plánuje rozšíření sportovních možností a doplňkových služeb ve svém areálu.**

***Na letní sezonu 2010 se předpokládá otevření:***

- nového lanového centra
- bike parku

***Do budoucna je plánováno:***

- zřízení relax centra s bazénem, saunou a fitness centrem v těsné blízkosti areálu Monínek.

Destinace by se mohla stát atraktivnější, pokud se i nadále bude zkvalitňovat úroveň poskytovaných služeb a infrastruktura cestovního ruchu. Také by se měla zlepšit nabídka doplňkových programů, vytvořena dle potřeb a přání zákazníka. U podniků poskytujících služby cestovního ruchu by se zlepšení atraktivnosti destinace mělo projevit zvýšením příjmů.

To vše je zdoluhavý proces, při kterém záleží zejména na destinaci, jejím obyvatelstvu, a na tom, jaký zaujme přístup k rozvoji místního cestovního ruchu.

V další kapitole bude navrhnout produktový balíček s ubytováním, polopenzí a doplňkovými službami na několik dní, jehož cílem bude právě zvýšení přitažlivosti destinace a prodloužení tak průměrné doby pobytu návštěvníků.

# 7. MARKETINGOVÝ MIX

## 7.1 Z POHLEDU PRODÁVAJÍCÍHO „4P“

### 7.1.1 Product = Produkt

Produktový balíček je předem sestavená kombinace alespoň dvou služeb, ubytování, dopravy nebo dalších doplňkových služeb, které tvoří alespoň 20% z ceny.

Produktový balíček nabízený v oblasti Sedlecko by měly oslovit jednotlivé cílové segmenty a uspokojit jejich potřeby a přání. Bude nabízen zejména mladým lidem a rodinám s dětmi, kteří patří do střední vrstvy obyvatel. Ti by mohli přijíždět do destinace nejen za sportem, ale i za několikadenní rekreací, zábavou, relaxací a poznáním. Produkt je určen segmentům lidí, kteří nehledají luxus, ale hlavně klid, přírodu a příjemné prostředí s příjemnými lidmi.

Produkt „**Za krásami Českého Meránu**“ je zaměřený především na poznávání přírodních a historických atraktivit tohoto kraje, na cykloturistiku a pěší turistiku. Je proto vhodný zejména pro turisty, kteří jsou aktivní a rádi poznávají nové věci.

Balíček se bude skládat z ubytování, stravování a doplňkových služeb. Vzhledem k tomu, že bude pro jednotlivce či rodiny, předpokládá se, že dopravu si každý zajistí individuálně. Ubytování bude probíhat ve Strnadovském mlýně, vzdáleném 3,5 km od města Sedlec-Prčice, který je uzpůsoben zejména pro cílové segmenty, kterým je určen (k zapůjčení je zde dětská postýlka, jídelní stolička a další). Ubytování je možné přímo v hlavní budově, nebo v apartmánech ve vedlejší budově. Stravování bude probíhat v místě ubytování. Počítá se, že návštěvníci budou většinu dne trávit mimo ubytovací zařízení, proto bude vhodné zaplatit si pobyt s polopenzí. Oběd se předpokládá v některých z místních restaurací, záleží na denním programu a trase výletu.

Realizace tohoto produktového balíčku se předpokládá v závěru týdne, tedy od čtvrtka do neděle (tzv. prodloužený víkend).

## **„Za krásami Českého Meránu“**

### **1. DEN:**

Příjezd v pozdních odpoledních hodinách do Strnadovského mlýna, kde budou návštěvníci ubytováni. Večerní program si zvolí každý individuálně. Je zde možnost vybrat si z nabídky služeb Strnadovského mlýna. Například různé míčové hry, badminton, nebo večerní procházka po okolí.

**Doprava:** Vlastním automobilem. Autobusem do Dobrošovic přes Sedlčany či Sedlec-Prčici. Vlákem do Heřmaniček nebo Sedlčan a dále autobusem do Dobrošovic. Je možné si domluvit odvoz od spoje, který zajišťuje Strnadovský mlýn.

### **2. DEN:**

Druhý den se předpokládá vyjížďka na kole po některé z místních cyklotras. Kola je možné si zapůjčit přímo ve Strnadovském mlýně, nebo si přivést svoje vlastní.

**Doporučení:** Červená cyklotrasa – *Na výhledy Českého Meránu*. (Obrázek 28)

Trasa začíná na přičickém náměstí a vede přes Chotětice, Bolechovice, Jesenici, Nedrahovice, Myslkov, Veletín, Sušetice a zpět do Prčice. Je dlouhá 31 km a cestou je několik míst, ze kterých je velice krásný pohled do údolí (Vlasákův vrch 470 m n.m.), a také řada přírodních (menhiry u Myslkova) a kulturních atraktivit (tvrz v Bolehovicích). Po zdlouhavém stoupání do vrchu přes Myslkov a Vratkov na Veletín, doporučujeme zastavit a osvěžit se v místní Hospůdce za pecí.

Odpoledne se doporučuje vyzkoušet některou ze sportovně-dobrodružných atraktivit, které nabízí areál Monínek. Každý den je zde otevřena restaurace s venkovní terasou, kde je možné si dát oběd.

**Doporučení:** lanové centrum a relaxační centrum Monínec.

Jako zakončení tohoto dne se doporučuje táborák, opékání špekáčků nebo grilování v místě ubytování.

### **3. DEN:**

Na třetí den je plánován výlet za kulturně-historickými památkami nacházejícími se v okolních regionech.

#### **Například:**

- ➔ zámek Vrchotovy Janovice (19 km), Zámecká zahrada, město Sedlčany – Městské muzeum, Skanzen Vysoký Chlumeč,
- ➔ zámek Konopiště (35 km), Zámecký park, Přírodní divadlo Konopiště, město Benešov – Muzeum umění a designu.

Po náročném výletě bude odpoledne určeno k relaxaci a odpočinku v místě ubytování. Doporučujeme vyjížděky na koních s instruktorem. Pro milovníky wellness je ve Strnadovském mlýně k dispozici Finská sauna. A jako doporučení na sobotní večer se jeví návštěva letního kina, zřízeného v Zámeckém parku v Prčici.

### **4. DEN:**

Čtvrtý den by mohl být v duchu turistiky. K tomuto účelu je zde k dispozici několik vyznačených stezek pro pěší.

**Doporučení:** Červená trasa – *Na Javorovou skálu*. (Obrázek 29)

Trasa dlouhá 12 km začíná na sedleckém náměstí. Vede přes „Ježovku“, Sušetice, Ounuz, Javorovou skálu, Čertovo břemeno, Cunkov, Jetřichovice a Uhřice zpět. Cestou je možno vidět, krom jedinečného výhledu na údolí, například Vesnickou památkovou zónu Ounuz, zajímavý přírodní útvar v podobě žulového útesu nazvaného Čertovo Břemeno, Huculské koně na Cunkově a v Jetřichovicích pak zámek ze 17. století, který je známý svou podobou s jihočeskou Hlubokou nad Vltavou.

## 7.1.2 Price = Cena

Níže uvedená cena za tento produktový balíček je stanovena pouze orientačně a je tvořena součtem hodnot čerpaných služeb. Konečná cena produktu prodáváného cestovní kanceláří by měla být nižší, aby se zákazníkovi vyplatilo produktový balíček koupit. Tato cena by tedy neměla dosáhnout částky, kterou by zákazník zaplatil, pokud by si služby koupil jednotlivě. Vzhledem k tomu, že Strnadovský mlýn by měl s Cestovní kanceláří ATIS uzavřenou smlouvu o dlouhodobé spolupráci, ceny ubytování by byly mnohem nižší, než jaké jsou uvedeny v následující tabulce.

### Kalkulace obsahuje:

- ➔ ubytování v hlavní budově Strnadovského mlýna s polopenzí,
- ➔ vstupné na zámek Vrchotovy Janovice,
- ➔ vstupné do Městského muzea v Sedlčanech,
- ➔ vstupné do Muzea vesnických staveb středního povltaví – Skanzen Vysoký Chlumec.

**Tabulka 7** Kalkulace produktového balíčku

<i>Ubytování na 4 noci s polopenzí v hlavní budově Strnadovského mlýna</i>	
Dospělí	1 390,- Kč
Děti do 15 let	1 120,- Kč
<i>Vstupné na zámek Vrchotovy Janovice</i>	
Plné vstupné	50,- Kč
Snížené vstupné	30,- Kč
<i>Vstupné do Městského muzea v Sedlčanech</i>	
Dospělí	30,- Kč
Děti	15,- Kč
<i>Vstupné do Skanzenu Vysoký Chlumec</i>	
Dospělí	20,- Kč
Děti	10,- Kč

<b>CENA CELKEM</b>	
Dospělí	<b>1 490,- Kč</b>
Děti	<b>1 175,- Kč</b>

**Zdroj:** autor

Celková cena, která bude návštěvníkem vynaložena na tento produkt, bude obsahovat ještě dopravu, která v kalkulaci není započítána. Doprava, jak už bylo zmíněno, je návštěvníky zajištěna individuálně, proto musí být také každým individuálně připočítána, a to s ohledem na vzdálenost bydliště od místa rekreace.

### **7.1.3 Place = Místo**

Protože se jedná o regionální produkt, nabídka by měla probíhat zejména pomocí místního informačního centra, kde by měl být produkt nabízen k zakoupení návštěvníkům, a to i s poskytnutím potřebných informací.

Zakoupení tohoto produktu by mělo jít také pomocí internetu. K dispozici by měl být jak na internetových stránkách Cestovní kanceláře ATIS, tak na stránkách města Sedlec-Prčice.

### **7.1.4 Promotion = Propagace**

Tento komplexní produktový balíček by měl být nabízen v rámci propagace celé destinace, tedy i na informačních letáčích vytvořených za tímto účelem. Předpokládá se také, že bude nabízen na webových stránkách města Sedlec-Prčice, v Informačním centru Sedlec-Prčice a v regionálním tisku. Vzhledem k tomu, že balíček je zaměřen na cykloturistiku a pěší turistiku, měl by být nabízen pouze v době, kdy je možné ho realizovat, to znamená od jara do podzimu. Dále bude distribuován prostřednictvím Cestovní kanceláře ATIS, zaměřené na domácí cestovní ruch.



## 7.2 Z POHLEDU ZÁKAZNÍKA „4C“

### 7.2.1 Customer value = Hodnota z hlediska zákazníka

Hodnota produktu z hlediska zákazníka znamená rozdíl mezi náklady, které zákazník na tento produkt vynaložil a hodnotou (užitkem), kterou tímto nákupem získal.

Náklady zákazníka (kapitola 7.2.2)

Užitek = subjektivní (individuální) pocit uspokojení, který plyne ze spotřeby statků a služeb.

Produkt je vytvořen tak, aby splňoval požadavky návštěvníků a uspokojil tak potřeby především těch segmentů, pro které je určen. Užitek z něj by pak měl být co nejvyšší, což by mělo zákazníky motivovat k tomu, aby se do zkoumané oblasti vraceli.

### 7.2.2 Cost to the customer = Náklady pro zákazníka

Náklady pro zákazníka jsou celkové náklady, které návštěvníci na produkt vynaložili, to jsou:

- náklady před realizací (zakoupení potřebných materiálů),
- náklady na realizaci = cena produktu (kapitola 7.1.2),
- náklady na dopravu,
- stravování (mimo snídani a večeře, ty jsou zahrnuté v ceně produktu),
- další statky a služby zakoupené během zájezdu (suvenýry),
- náklady po realizaci (vyvolání fotografií z dovolené).

### 7.2.3 Convenience = Pohodlí

Pohodlí, neboli dostupnost řešení, v našem případě znamená to, jaké musí zákazník vynaložit úsilí ke koupi balíčku služeb a také to, jak na něj působí prostředí ve kterém jsou služby poskytovány.

Protože bude možné produkt zakoupit online přes internet, zákazník nebude muset vynaložit tak vysoké úsilí k jeho získání. Větší vynaložené úsilí se předpokládá

při dopravě do místa, kde budou zaplacené služby poskytovány. V místě ubytování je vše téměř „pod jednou střechou“, což je pro návštěvníky zejména z řad rodin s dětmi velice důležité. Místo ubytování je uzpůsobeno právě pro segment lidí, jako jsou rodiny s dětmi a mladí lidé. Veškeré očekávané potřeby spojené s ubytováním, stravováním a ostatními službami, by měly být zajištěny tak, aby návštěvník nemusel vynakládat žádné další úsilí pro jejich uspokojení.

#### **7.2.4 Communication = Komunikace**

Komunikaci se zákazníky, v případě výše uvedeného produktu, bude zajišťovat především Cestovní kancelář ATIS, která působí na trhu více jak 20 let, má tedy už vybudovanou určitou tradici a své metody pro marketingovou komunikaci. Komunikace je možná elektronicky, pomocí internetu a přímá komunikace v kamenné pobočce této cestovní kanceláře.

Protože produkt bude nabízen také Informačním centrem Sedlec-Prčice, i postoj pracovníků tohoto centra ke komunikaci s návštěvníky destinace, bude hrát důležitou roli nejen v získávání nových zákazníků, ale i v udržení si těch stávajících. Informační centrum se nachází na náměstí v Prčici v budově bývalé radnice.

**Tabulka 8** Provozní doba Infocentra Sedlec-Prčice

<b>Září – červen</b>	
Pondělí – pátek	7.30 – 16.00 hodin
<b>Červenec – srpen</b>	
Pondělí – pátek	7.30 – 16.00 hodin
Sobota – neděle	10.00 – 15.00 hodin

## 8. ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo především zanalyzovat oblast Sedlecko z hlediska druhů a forem cestovního ruchu. Zjistit jaké druhy a formy se v této oblasti nacházejí.

V první části situační analýzy bylo provedeno vymezení oblasti a vypsány nejdůležitější informace o destinaci, jako jsou: historie města Sedlec-Prčice, doprava a dopravní dostupnost, podnebí, horopis, vodopis a životní prostředí.

Ve druhé části byly sepsány druhy a formy cestovního ruchu, nacházející se v této oblasti doplněné o seznam ubytovacích zařízení.

Další fází práce bylo terénní šetření, které probíhalo formou dotazování. Získané informace byly zpracovány a dle výsledků byly vyhodnoceny předem sestavené pracovní hypotézy.

První hypotéza, která tvrdí, že *„na Sedlecku převládají jednodenní výlety a krátkodobé pobyty“* byla potvrzena, druhá hypotéza *„zkoumaná oblast je návštěvníky vyhledávána především v zimním období“* byla také potvrzena a třetí hypotéza *„do zkoumané oblasti je špatná dopravní dostupnost“* byla zamítnuta.

Na základě získaných údajů byl také zformulován profil návštěvníka dané oblasti, kterým je muž do 25 let, přijíždějící obvykle s rodinou či přáteli, za účelem sportovního vyžití, a to pouze na jeden den bez přenocování.

Dalším bodem bylo zhodnocení situace a následné navržení kroků, které by vedly ke zlepšení. Dle potřeb návštěvníků byla navržena oprava a renovace koupaliště, zavedení skibusů a vybudování snowparku ve Ski areálu Monínec, zřízení letního kina a vytvoření propagačních materiálů zkoumané oblasti.

Práce vedla ke zjištění veškerých potřebných informací pro vypracování produktového balíčku, marketingového mixu, kterým by se vyplnilo prázdné místo

v dosavadní nabídce, a jeho prodej by vedl ke zvýšení návštěvnosti destinace. Tento balíček byl sestaven kombinací ubytovacích, stravovacích a doplňkových služeb.

Město Sedlec-Prčice a jeho okolí, oblast všeobecně nazývaná Český Merán, má geografické, přírodní i kulturní dispozice k rozvoji místního cestovního ruchu. Mezi atraktivitami cestovního ruchu se prosazují některé přírodní pozoruhodnosti, kulturně historické památky a společenské a sportovní akce.

V posledních letech byla rozšířena infrastruktura pro sportovní vyžití (Ski areály, cyklostezky, stezky pro pěší), s tím souviselo následné rozšíření sítě objektů, která jsou pro rekreaci nezbytná. To jsou zejména zařízení typu hotelů, penzionů, různé formy ubytování v soukromí a podobně. Všechna tato nově vznikající zařízení poskytují kromě ubytovacích či stravovacích služeb turistům také možnost zaměstnání místnímu obyvatelstvu, a tím tak posilují ekonomickou stabilitu naší země.

## 9. SUMMARY

The topic of this bachelor work is to analyse destination Sedlecko in terms of kinds and forms of tourism. Determine what kinds and forms are situated in this area.

In the first part of situation analysis was accomplished demarcation of the region and were listed the most important information about destination such as: history of the town Sedlec-Prčice, transport and transport accessibility, climate, orography, hydrography and environment.

In the second part were drafted kinds and forms of tourism, which are located in the area and supplemented by a list of accommodation.

The next stage of work was field investigation conducted by using form of interrogation. Information obtained was processed and by the results were evaluated predefined hypotheses.

The first hypothesis, that assumes *“in region Sedlecko predominate day trips and short stays”* was confirmed, the second hypothesis *“studied area is sought by visitors especially in winter time”* was confirmed too and the third hypothesis *“to the studied area is a bad transport accessibility”* was rejected.

Based on obtained data was framed a visitor’s profile of this area, whom is a man – average scale up to 25 years old, usually visiting the area with his family with purpose of sport self-realization and only for one-day trip without accomodation.

Another point was estimation of the situation and subsequent proposing steps, which would lead to improve the situation in the region.

Work led to the finding of all necessary information to develop product package, marketing mix, that would fill the empty space in the current offer and its sale would

lead to increase attendance of the destination. This package was built by a combination of accommodation, catering and additional services.

The town Sedlec-Prčice and its surroundings, the area generally called Český Merán, has geographic, natural and cultural disposition for the development of local tourism. Between tourism attractions are enforced some natural sights, cultural and historical monuments and social and sport events.

In recent years has been expanded infrastructure for sports (Ski resorts, cycling, hiking), associated with enlarging the network of objects that are necessary for recreation. This particularly type of facilities is hotel, pension, various forms of private accommodation and other. All of them provide, apart from accommodation and catering services for tourists, employment opportunity to the local population too and thereby giving strength to the economic stability of our country.

# 10. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

## 10.1 KNIHY

1. FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.
2. HABART, Č. *Sedlčansko, Sedlecko a Voticko, IV. díl*. Sedlčany: AlfaPrint, 1994. 756 s. ISBN 80-901734-0-3
3. HESKOVÁ, M., a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
4. HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2003. 204 s. ISBN 80-247-0447-1.
5. HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
6. JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2008. 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8.
7. KIRALOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Odborné nakladatelství Express, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
8. KOLÁŘOVÁ, B., a spol. *Územní plán obce Sedlec-Prčice*. Praha: Atelier T-plan, 2005. 139 s.
9. KOTLER, P., KELLER, K., L. *Marketing management*. Praha: Grada Publishing, 2007. 788 s. ISBN 80-247-1359-4.
10. KOTLER, P., TRIAS DE BES, F. *Inovativní marketing*. Praha: Grada Publishing, 2005. 200 s. ISBN 80-247-0921-X.
11. MORRISON, A., M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2.
12. ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1999. 131 s. ISBN 80-85970-27-9.

13. PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s.
14. ŠKODOVÁ PARMOVÁ, D. *Agroturistika*. České Budějovice: Ekonomická fakulta, Jihočeská Univerzita v Českých Budějovicích, 2007. 92 s. ISBN 978-80-7394-009-6.

## 10.2 INTERNETOVÉ ZDROJE

1. *CK Topinka : Tábory dle lokality* [online]. 2010 [cit. 2010-03-01]. Růžená. Dostupné z WWW: <tabory.cz>.
2. *Greenways Praha-Wien* [online]. 2009 [cit. 2010-02-28]. Cyklisté vítání. Dostupné z WWW: <prahawien.greenways.info>.
3. *Greenways Praha-Wien* [online]. 2009 [cit. 2010-02-28]. Úvod. Dostupné z WWW: <prahawien.greenways.info>.
4. *Golf klub Čertovo břemeno : Klub* [online]. 2010 [cit. 2010-03-01]. O klubu. Dostupné z WWW: <cebr.cz>.
5. *Javorová skála camp* [online]. 2010 [cit. 2010-03-01]. Úvod. Dostupné z WWW: <campjavorovaskala.com>.
6. *Město Sedlec-Prčice : Historie a zajímavosti kraje* [online]. 2010 [cit. 2010-02-22]. Historie Sedlce a Prčice. Dostupné z WWW: <sedlec-prcice.cz>.
7. *Město Sedlec-Prčice : Historie a zajímavosti kraje* [online]. 2010 [cit. 2010-03-03]. Významné stavby a památky ve městě a okolí. Dostupné z WWW: <sedlec-prcice.cz>.
8. *Město Sedlec-Prčice* [online]. 2010 [cit. 2010-03-03]. Kalendář akcí. Dostupné z WWW: <sedlec-prcice.cz>.
9. *Město Sedlec-Prčice : Letní a zimní turistika* [online]. 2010 [cit. 2010-02-30]. Naším krajem na kole i pěšky. Dostupné z WWW: <sedlec-prcice.cz>.
10. *Monínec* [online]. 2010 [cit. 2010-02-25]. Lyžování. Dostupné z WWW: <moninec.cz>.
11. *Monínec* [online]. 2010 [cit. 2010-03-01]. Sport a relaxace. Dostupné z WWW: <moninec.cz>.



12. *Monínek* [online]. 2010 [cit. 2010-02-30]. Turistika a cyklovýlety. Dostupné z WWW: <moninec.cz>.
13. *Ski Kvasejovice* [online]. 2010 [cit. 2010-02-25]. Kvasejovice. Dostupné z WWW: <kvasejovice.cz>.
14. *Společenství obcí Čertovo břemeno* [online]. 2010 [cit. 2010-02-25]. Běžkařské trasy. Dostupné z WWW: <certovo-bremeno.cz>.
15. *Sportovní rybolov Vrchoťice* [online]. 2007 [cit. 2010-03-01]. Home. Dostupné z WWW: <forestfish.cz>.

# SEZNAM GRAFŮ, OBRÁZKŮ A TABULEK

Schéma 1 - Struktura cestovního ruchu podle Clauda Kaspara .....	6
Schéma 2 - Marketingový mix „4P“ .....	19
Tabulka 1 - Dopravní dostupnost z různých spádových center .....	28
Tabulka 2 - Charakteristiky jednotlivých klimatických okrsků .....	29
Graf 1. Četnost návštěv regionu .....	46
Graf 2. Délka cesty návštěvníků do zkoumaného regionu .....	46
Graf 3. Dopravní prostředek, kterým návštěvníci přijíždějí .....	47
Graf 4. Roční období, ve kterém návštěvníci přijíždějí .....	47
Graf 5. Plánovaná délka pobytu .....	47
Graf 6. Doprovod návštěvníků do destinace .....	48
Graf 7. Účel cesty .....	48
Graf 8. Atraktivity, které v tomto regionu návštěvníky lákají .....	49
Graf 9. Ubytování návštěvníků .....	49
Graf 10. Využití stravovacích služeb v regionu .....	50
Graf 11. Uvažování o opakované návštěvě .....	50
Graf 12. Informační zdroje, ze kterých se návštěvníci o regionu dozvěděli .....	51
Graf 13. Náklady na pobyt v regionu na 1 osobu/1 den .....	51
Graf 14. Rozdělení turistů dle toho, z jakého kraje přijíždějí .....	52
Graf 15. Počet obyvatel místa bydliště návštěvníků .....	52
Graf 18. Pohlaví návštěvníků .....	53
Tabulka 7 - Kalkulace produktového balíčku .....	63
Tabulka 8 - Provozní doba Infocentra Sedlec-Prčice .....	66

# SEZNAM PŘÍLOH

- 1. Přílohy k situační analýze**
- 2. Přílohy k terénnímu šetření**
- 3. Přílohy k marketingovému mixu**

# PŘÍLOHY

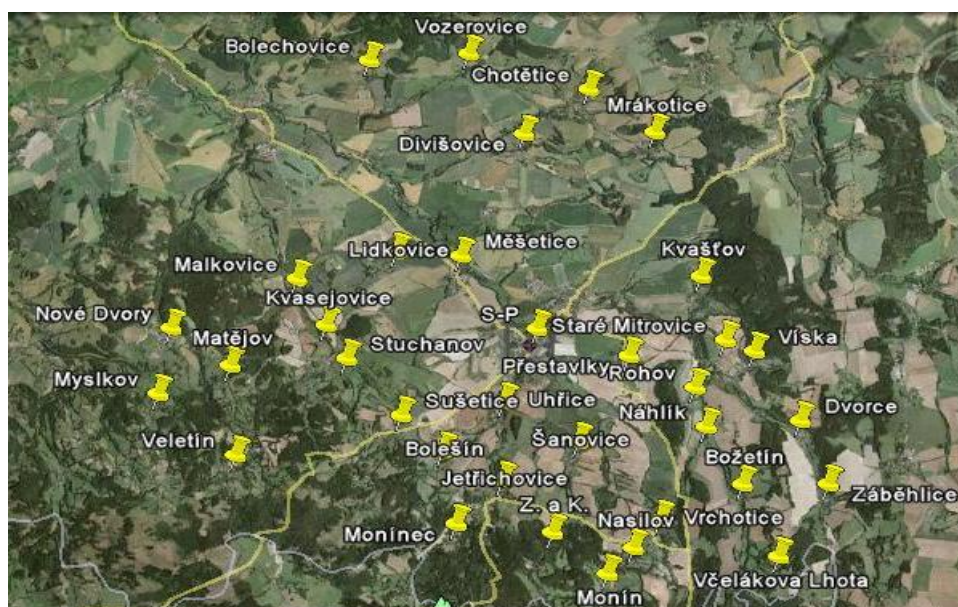
## 1. PŘÍLOHY K SITUAČNÍ ANALÝZE

*Obrázek 1* Vymezení oblasti Sedlecko na mapě krajů ČR



*Zdroj:* www.czech-tourism.cz, 2009-10-05

*Obrázek 2* Sedlec-Prčice a přilehlé osady



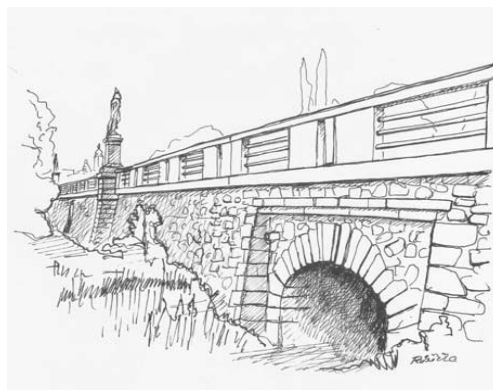
*Zdroj:* autor

**Obrázek 3** Český Merán



**Zdroj:** www.sedlec-prcice.cz, 2010-01-03

**Obrázek 4** Kresba - most Karla Burky



**Zdroj:** www.sedlec-prcice.cz, 2010-01-03

**Tabulka 3** Ubytovací kapacity v oblasti

Název	Adresa	Kapacita	Další služby	Dopravní dostupnost
<b>Pension Dalmo</b>	Malá 46, Sedlec-Prčice	59 lůžek	restaurace, venkovní bazén, posilovna, kulečnick, šipky, minigolf, vířivka, sauna, squash	autem, autobusem do Sedlce
<b>Apartmány Dvorce</b>	Dvorce 2, Sedlec-Prčice	3 apartmány	venkovní bazén, tenis, volejbal, basketbal, sauna, tenis, billiard, basketbal, pingpongový stůl, stolní fotbal, kriket, šipky	autem, autobusem do Dvorců
<b>Apartmány Monínek</b>	Jetřichovice 7, Sedlec-Prčice	14 apartmánů, 70 lůžek	restaurace M1 a M2, školící místnost, tubing, mountainboarding, travní lyže, horské koloběžky, tenis, volejbal, nohejbal,	autem, autobusem do Jetřichovic
<b>Penzion Monínek</b>		105 osob		
<b>Penzion Pod Moníncem</b>	Jetřichovice 4, Sedlec-Prčice	17 lůžek	vinárna, stolní hry, půjčovna kol	autem, autobusem do Jetřichovic
<b>Strnadovský mlýn</b>	Vršovice 1, Sedlčany	35 lůžek	restaurace, školící místnost, volejbal, nohejbal, Finská sauna, kulečnick, šipky, paintball, agroturistika, hipoturistika	autem, autobusem do Dobrošovic

<b><i>Penzion „U bizona“</i></b>	Cunkov, Jistebnice	3 apartmány, 13 lůžek	hospůdka, agroturistika	autem
<b><i>Hotel Miskov</i></b>	Myslkov, Sedlec-Prčice	31 lůžek	restaurace, salonek, tenisový kurt, hřiště	autem, autobusem do Myslkova
<b><i>Statek U Štemberků</i></b>	Myslkov 17, Sedlec-Prčice	2 apartmány, 10 osob		autem, autobusem do Myslkova
<b><i>Camp Javorová skála</i></b>	Ounuz 12, Jistebnice	152 lůžek	hřiště, krytá hala, prostory pro firemní a teambuildingové akce	autem
<b><i>Penzion U Horáků</i></b>	Březí 12, Sedlec-Prčice	25 lůžek	vinárna, agroturistika, hipoturistika	autem
<b><i>Rekreační středisko Růžená</i></b>	Růžená, Chyšky	300 lůžek	2 jídelny, klubovna, volejbal, nohejbal, ping pong	autem

**Zdroj:** autor

**Obrázek 5** Letecký pohled na Moníneck



**Zdroj:** www.moninec.cz, 2010-02-25

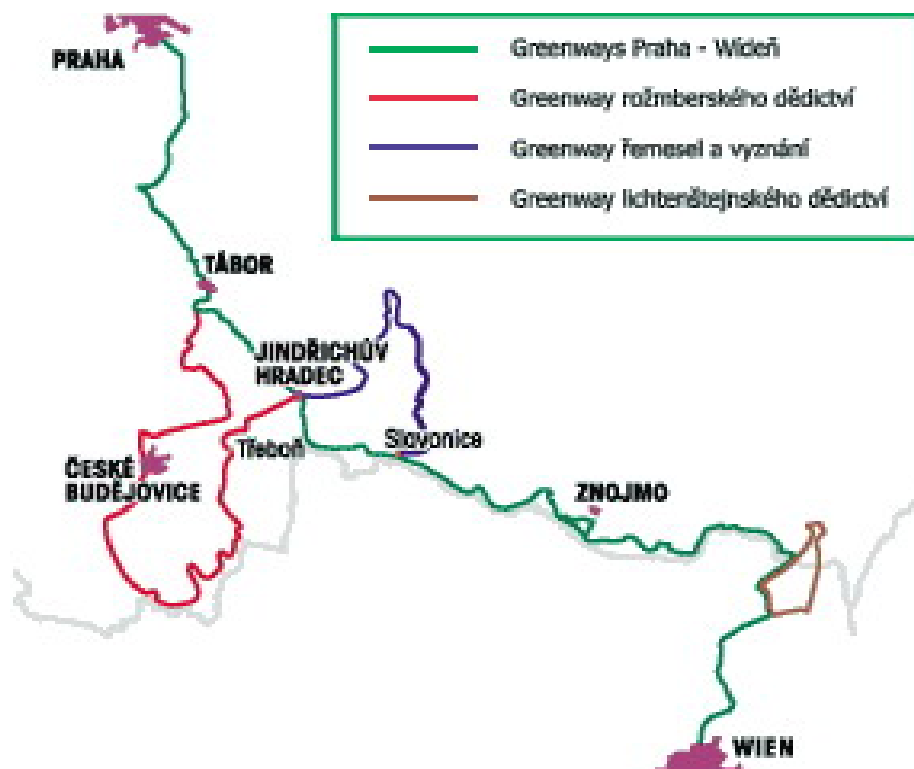


**Obrázek 6** Ski Kvasejovice



**Zdroj:** [www.kvasejovice.cz](http://www.kvasejovice.cz), 2010-02-25

**Obrázek 7** Greenways Praha-Vídeň



**Zdroj:** [www.prahawien.greenways.info](http://www.prahawien.greenways.info), 2010-02-28

**Obrázek 8** Golf klub Čertovo Břemeno



**Zdroj:** [www.cebr.cz](http://www.cebr.cz), 2010-03-01

**Obrázek 9** Mountainboarding



**Zdroj:** [www.moninec.cz](http://www.moninec.cz), 2010-03-01

**Obrázek 10** Travní lyže



**Zdroj:** [www.moninec.cz](http://www.moninec.cz), 2010-03-01

**Obrázek 11** Horské koloběžky



**Zdroj:** [www.moninec.cz](http://www.moninec.cz), 2010-03-01

**Obrázek 12** Velký Vrchotický rybník



**Zdroj:** [www.sedlec-price.cz](http://www.sedlec-price.cz), 2010-03-01



**Obrázek 13** Kostel sv. Vavřince



**Zdroj:** [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz), 2010-03-03

**Obrázek 14** Kostel sv. Jeronýma



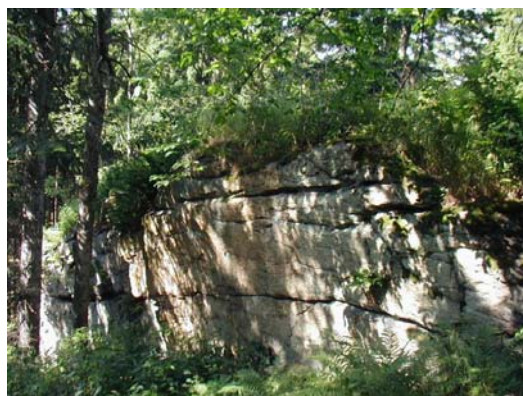
**Zdroj:** [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz), 2010-03-03

**Obrázek 15** Tvrz ve Vrchoticích



**Zdroj:** [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz), 2010-03-03

**Obrázek 16** Zřícenina hradu Zvěřinec



**Zdroj:** [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz), 2010-03-03

**Obrázek 17** Zámek Jetřichovice



**Zdroj:** [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz), 2010-03-03

**Obrázek 18** Kaple Jetřichovice



**Zdroj:** [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz), 2010-03-03

**Obrázek 19** Zámek v Přestavlkách



**Zdroj:** [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz), 2010-03-03

**Obrázek 20** Zámek v Bolehovicích



**Zdroj:** [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz), 2010-03-03

**Obrázek 21** Zámek v Prčici



**Zdroj:** [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz), 2010-03-03

**Obrázek 22** Most Karla Burky



**Zdroj:** [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz), 2010-03-03

**Obrázek 23** Nemocnice v Prčici (LDN)



**Zdroj:** [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz), 2010-03-03

**Obrázek 24** Radnice v Prčici



**Zdroj:** [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz), 2010-03-03



**Obrázek 25** Vesnická památková zóna Ounuz



**Zdroj:** [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz), 2010-03-03

**Obrázek 26** Družic. spoje u Měšetíc



**Zdroj:** [www.sedlec-prcice.cz](http://www.sedlec-prcice.cz), 2010-03-03

**Obrázek 27** Poštovna na Javorové skále



**Zdroj:** [www.media.novinky.cz](http://www.media.novinky.cz), 2010-03-03

## 2. PŘÍLOHY K TERÉNNÍMU ŠETŘENÍ

### Dotazník

Dobrý den,

Jmenuji se Marie Šetinová a jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské Univerzity v Českých Budějovicích, obor Obchodní podnikání se specializací cestovní ruch.

Prosím Vás o vyplnění tohoto dotazníku, ze kterého bude vycházet má bakalářská práce nazvaná „Analýza druhů a forem cestovního ruchu v regionu Sedlecko“.

Veškeré získané informace budou použity pouze pro účely zpracování bakalářské práce. Děkuji za spolupráci.

### **Povinné \***

#### **\*1) Navštívili jste již region Sedlecko?**

*(pokud zaškrtnete a) vyplňte jen otázky označené hvězdičkou)*

- a) ještě jsem zde nebyl/a, ale chystám se tam
- b) jsem zde poprvé
- c) jsem zde podruhé a více
- d) jezdím sem pravidelně
- e) ostatní.....

#### **2) Kolik kilometrů do regionu cestujete?**

- a) do 20 km
- b) do 50 km
- c) do 100 km
- d) více než 100 km

#### **3) Volba dopravního prostředku?**

- a) auto
- b) bus
- c) vlak
- d) kombinace b+c
- e) ostatní.....

#### **4) V jakém ročním období přijíždíte?**

- a) jaro
- b) léto
- c) podzim
- d) zima

#### **5) Jak dlouhý pobyt plánujete?**

- a) bez přespání
- b) pouze 1 noc

- c) 2 – 3 noci
- d) 4 a více nocí

**6) S kým přijíždíte do regionu?**

- a) sám / sama
- b) s manželkou / manželem
- c) s přítelkyní / přítelem
- d) s rodinou
- e) s organizovanou skupinou
- f) s přáteli

**7) Účel cesty?**

- a) poznávání
- b) rekreace
- c) léčení
- d) kongresový cestovní ruch
- e) práce
- f) zábava
- g) nákupy
- h) sport
- i) tranzit (projíždím)
- j) jiný - vypsát

**\* 8) Které atraktivity Vás v tomto regionu zajímají nejvíce?**

(Zaškrtněte max.3 možnosti)

- a) pěší turistika
- b) cykloturistika
- c) vodní sporty , koupání
- d) péče o duševní a fyzickou kondici
- e) poznávání
- f) venkovská agroturistika
- g) církevní turistika
- h) návštěva kulturní akce
- i) společenská zábava
- j) zimní sporty

**9) Kde jste ubytovaní?**

- a) hotel
- b) penzion
- c) apartmán, pronajatý pokoj
- d) kemp, tábořiště
- e) u příbuzných a známých
- f) bez ubytování
- g) jiný - vypsát

**10) Kde využíváte stravovacích služeb?**

- a) restaurace v místě ubytování
- b) ostatní restaurace v regionu
- c) vlastní stravování
- d) nestravuji se tady
- e) jiný - vypsát

**11) Uvažujete o opakované návštěvě?**

- a) ano
- b) ne
- c) nevím

**12) Jak hodnotíte služby v regionu? (1 nejlepší – 5 nejhorší)**

- a) ubytovací služby
- b) stravovací služby
- c) služby pro motoristy
- d) služby pro cykloturisty
- e) služby pro lyžaře/snowboardisty
- f) cenová úroveň služeb

**13) Jak hodnotíte infrastrukturu? (1 nejlepší – 5 nejhorší)**

- a) rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit
- b) rozsah a dostupnost stravovacích kapacit
- c) dopravní infrastrukturu (např. úroveň komunikací a parkovišť)
- d) úroveň hromadné dopravy
- e) vybavenost regionu pro sportovní aktivity
- f) úroveň nákupních činností
- g) společenské vyžití a zábavu
- h) vybavenost regionu pro rodiny s dětmi

**14) Jak hodnotíte rozvoj cestovního ruchu v regionu? (1 nejlepší – 5 nejhorší)**

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

**15) Co nejvíce postrádáte v navštěvovaném regionu? (Vypište.)**

**16) Jak jste se dozvěděli o regionu? Z kterých informačních zdrojů?**

(Zaškrtněte max.3 možnosti.)

- a) turistická informační centra
- b) cestovní kanceláře, cestovní agentury
- c) média
- d) propagační materiály
- e) internetové zdroje
- f) informace od pracovníků ve službách
- g) informace od příbuzných a známých
- h) jiný - vypsát

**17) Náklady na pobyt v regionu na 1 osobu/1 den?**

- a) do 300 Kč
- b) 301 – 500 Kč
- c) 501 – 1000 Kč
- d) 1001 – 5000 Kč
- e) nad 5000 Kč

**\* 18) Z jakého kraje České Republiky přijíždíte?**

- |                 |                    |                |
|-----------------|--------------------|----------------|
| a) Středočeský  | f) Moravskoslezský | k) Zlínský     |
| b) Jihočeský    | g) Ústecký         | l) Karlovarský |
| c) Plzeňský     | h) Olomoucký       | m) Liberecký   |
| d) Jihomoravský | i) Královehradecký | n) Praha       |
| e) Vysočina     | j) Pardubický      |                |

**\* 19) Kolik obyvatel má místo, odkud přijíždíte?**

- |                            |                              |
|----------------------------|------------------------------|
| a) 1 - 1 000 obyvatel      | d) 10 001 - 50 000 obyvatel  |
| b) 1 001 - 5 000 obyvatel  | e) 50 001 - 100 000 obyvatel |
| c) 5 001 - 10 000 obyvatel | f) 100 001 a více obyvatel   |

**\* 20) Věk**

- a) do 25 let
- b) 26 – 34 let
- c) 35 – 49 let
- d) 50 – 59 let
- e) 60 a více let

**\* 21) Vzdělání**

- a) základní
- b) vyučen v oboru
- c) maturita (VOŠ)
- d) vysoká škola

**\* 22) Pohlaví**

- a) muž
- b) žena

Děkuji za spolupráci.

**Tabulka 4 Hodnocení poskytovaných služeb v regionu**

služby	známka				
	1	2	3	4	5
<i>ubytovací služby</i>	19%	26%	44%	7%	4%
<i>stravovací služby</i>	19%	43%	28%	8%	2%
<i>služby pro motoristy</i>	8%	30%	39%	16%	7%
<i>služby pro cykloturisty</i>	20%	40%	29%	8%	3%
<i>služby pro lyžaře/snowboardisty</i>	49%	30%	13%	5%	3%
<i>cenová úroveň služeb</i>	9%	33%	44%	9%	5%

**Tabulka 5 Hodnocení infrastruktury v regionu**

infrastruktura	známka				
	1	2	3	4	5
<i>rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit</i>	9%	35%	44%	10%	2%
<i>rozsah a dostupnost stravovacích kapacit</i>	16%	42%	28%	11%	3%
<i>dopravní infrastruktura</i>	5%	23%	35%	30%	7%
<i>úroveň hromadné dopravy</i>	3%	14%	40%	34%	9%
<i>vybavenost regionu pro sportovní aktivity</i>	16%	49%	25%	7%	3%
<i>úroveň nákupních činností</i>	4%	27%	32%	26%	11%
<i>společenské využití a zábava</i>	13%	35%	28%	21%	3%
<i>vybavenost regionu pro rodiny s dětmi</i>	14%	37%	32%	11%	6%

**Tabulka 6 Hodnocení rozvoje CR v regionu**

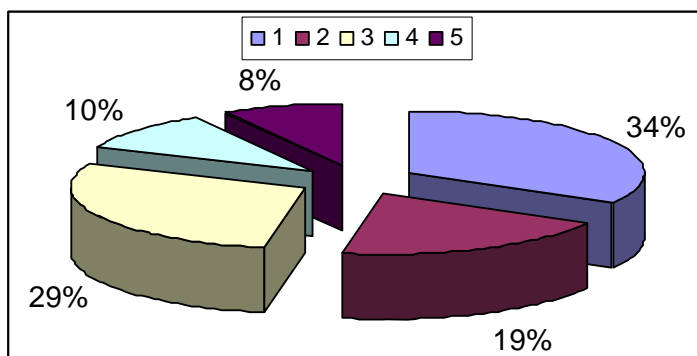
cestovní ruch	známka				
	1	2	3	4	5
<i>péče o památky</i>	8%	34%	40%	15%	3%
<i>poskytované informace o regionu</i>	17%	40%	29%	8%	6%
<i>orientační značení</i>	26%	38%	25%	7%	4%
<i>péče o životní prostředí</i>	11%	46%	33%	7%	3%
<i>programy pro volný čas</i>	17%	33%	35%	11%	4%
<i>obchodní služby</i>	4%	30%	39%	23%	4%
<i>vztah místních obyvatel k návštěvníkům</i>	20%	34%	34%	9%	3%



### Graf 16. Věk návštěvníků

**Legenda:**

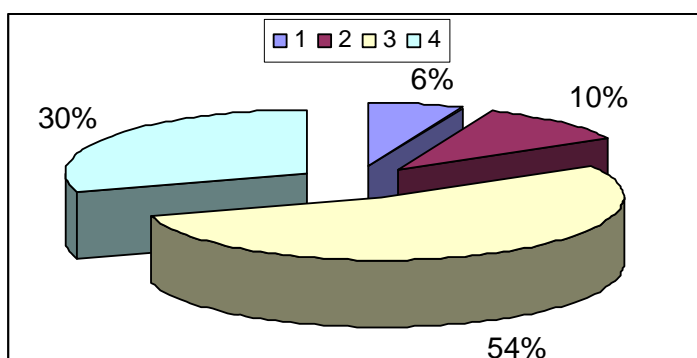
1. do 25 let
2. 26 – 34 let
3. 35 – 49 let
4. 50 – 59 let
5. 60 a více let



### Graf 17. Vzdělání návštěvníků

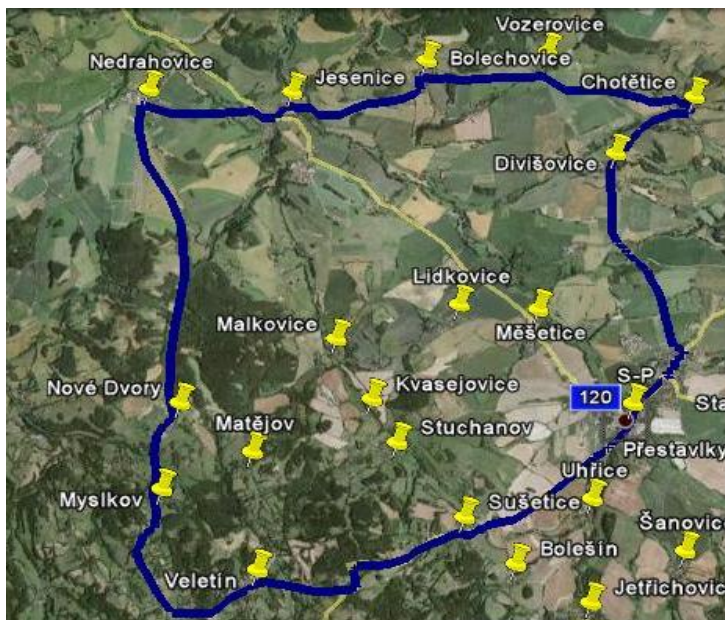
**Legenda:**

1. základní
2. vyučen v oboru
3. maturita (VOŠ)
4. vysoká škola



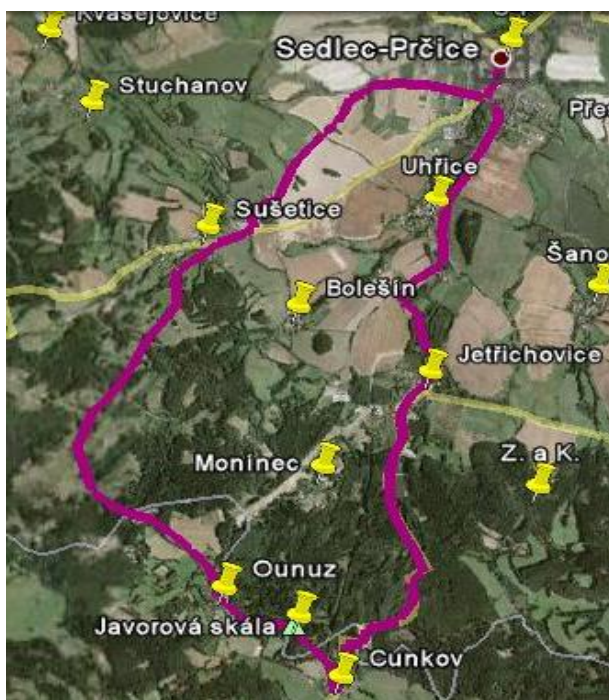
### 3. PŘÍLOHY K MARKETINGOVÉMU MIXU

*Obrázek 28 Červená cyklotrasa – Na výhledy Českého Meránu*



*Zdroj:* autor

*Obrázek 29 Červená trasa – Na Javorovou skálu*



*Zdroj:* autor