

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program - N6208 Ekonomika a management
Studijní obor – Obchodní podnikání

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Podpora cestovního ruchu na Českobudějovicku

Promotion of tourism in Českobudějovicko

Vedoucí práce
Mgr. Vladimír Dvořák

Autor
Bc. Stanislav Lexa

České Budějovice 2011

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Stanislav LEXA**
Osobní číslo: **E09815**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Podpora cestovního ruchu na Českobudějovicku**
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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 v Trocnově. Návrhy a inovace nabídky. Příprava produktu cestovního ruchu.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury
2. Provedení a vyhodnocení situační analýzy
3. Terénní šetření
4. Návrh produktu cestovního ruchu
5. Zhodnocení výsledků

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 4. Vlastní návrhy. 5. Závěr. 6. Seznam literatury.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **60 - 80 stran**
Forma zpracování diplomové 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, 2001.
Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003.
Kotler, P. *Marketing management*. Praha: Victoria Publishing, 1995.
Morrison, M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995.
Orieška, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1999.
Riley, M., Ladkin, A., Szivas, E. *Tourism Employment, Analysis and Planning*. Clevedon: Channel View Publications, 2002.

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Vladimír Dvořák**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání diplomové práce: **15. února 2010**

Termín odevzdání diplomové práce: **16. dubna 2011**


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc., prof.h.c.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice


Ing. Kamil Pícha, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 18. února 2010

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Podpora cestovního ruchu na Českobudějovicku vypracoval samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 sb. v plném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly, v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb., zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 12.4.2011

Bc. Stanislav Lexa

PODĚKOVÁNÍ

Tímto děkuji Mgr. Vladimíru Dvořákovi za spolupráci, cenné rady a vedení při zpracování diplomové práce.

ABSTRAKT

Hlavním cílem diplomové práce bylo provedení analýzy cestovního ruchu v Trocnově. Vedlejším pak návrh inovace nabídky a příprava produktového balíčku.

Na základě výsledků z dotazníkového šetření v praktické části se podařilo vytvořit profil návštěvníka oblasti a navrhnout produktový balíček šitý na míru návštěvníkům vycházející z marketingového mixu. Produkt byl nazván „**Na kole za poznáním Borovanska**“ a zahrnuje dvě varianty cyklotrasy obohacené o poznávání pamětihodností a přírodních krás oblasti. Byla též navržena výstavba sportovně relaxačního centra.

Klíčová slova: cestovní ruch, podpora cestovního ruchu, marketing a marketingový mix, produkt, turista, destinace cestovního ruchu, destinační management, služby cestovního ruchu

ABSTRACT

The main aim of this thesis was an analysis of tourism in Trocnov. The secondary task was to design an innovation of the offer and preparation of the product package.

Based on the results of survey in the practical part, was created a profile of visitors to the area and designed a product package tailored to visitors based on the marketing mix. The product was called "On a bike to explore Borovansko" and includes two versions of cycling enriched by learning sites and natural beauties of the area. It was also proposed a construction of sports – relaxation center.

Keywords: tourism, tourism promotion, marketing and marketing mix, product, tourist, tourist destination, destination management, tourism services

OBSAH

1 ÚVOD	1
2 LITERÁRNÍ PŘEHLED	3
2.1 Vymezení pojmů cestovního ruchu	4
2.2 Pohledy na cestovní ruch	5
2.3 Destinace cestovního ruchu	6
2.3.1 Management destinace cestovního ruchu	7
2.3.2 Využití marketingu v destinaci cestovního ruchu	8
2.3.3 Životní cyklus produktu destinace	12
2.4 Marketingový mix cestovního ruchu	13
2.5 Marketing služeb	15
2.5.1 Podstata a zvláštnosti služeb cestovního ruchu	17
2.6 Cestovní ruch jako významný faktor rozvoje	18
2.6.1 Základní faktory rozvoje regionů	19
2.7 Vývoj nového produktu cestovního ruchu	20
2.8 Reklama	20
2.9 Image subjektu cestovního ruchu	21
3 POUŽITÁ METODIKA	22
3.1 Cíle	22
3.2 Metodika a techniky	22
3.3 Hypotézy	23
4 VYMEZENÍ OBLASTI BORO VAN, TROCNOVA A OKOLÍ	25
4.1 Borovany a okolí	25
4.1.1 Historie města	25
4.1.2 Kulturně - historické památky Borovan	26
4.1.3 Tradice a zvyky na Borovansku	32
4.1.4 Sport a odpočinek na Borovansku	35
4.2 Trocnov	37
4.2.1 Historie	37
4.2.2 Pamětihodnosti Trocnova	38
4.3 Ostrolský újezd	39
4.4 Dvorec	40
4.4.1 Historie	41
4.5 Jílovice	41

4.6 Ledenice	44
4.6.1 Charakteristika ledenických osad	44
4.6.2 Projekty v Ledenicích	45
4.6.3 Kulturní dědictví	46
4.7 Mladošovice	47
4.7.1 Relaxace v Mladošovicích	48
4.8 Trhové Sviny	49
4.8.1 Historie	49
4.8.2 Pamětihodnosti Trhových Svinů	50
4.8.3 Okolí Trhových Svinů	52
4.9 Olešnice	53
4.9.1 Historie	53
4.9.2 Pamětihodnosti Olešnice	53
5 TERÉNNÍ ŠETŘENÍ	56
5.1 Příprava a realizace terénního šetření	56
5.2 Vyhodnocení terénního šetření	56
5.3 Vyřešení hypotéz	62
5.4 Profil návštěvníka Borovan, Ledenic a okolí	63
6 NÁVRH INOVACE NABÍDKY, PRODUKTOVÝ BALÍČEK	64
6.1 Návrh inovace nabídky	64
6.2 Produktový balíček	66
6.2.1 Produkt	66
6.2.2 Cena	69
6.2.3 Místo	70
6.2.4 Propagace	71
7 ZÁVĚR	72
8 SUMMARY	73
9 POUŽITÁ LITERATURA	74
9.1 Internetové zdroje	76
9.2 Ostatní zdroje	76
10 PŘÍLOHY	77
10.1 Seznam příloh	77

1 ÚVOD

Cestovní ruch a s ním spojené cestování má své počátky již v historii lidstva. Staří Řekové a Římané cestovali za odpočinkem, jehož důkazem jsou písemné zmínky. Cestovní ruch pak zaznamenal ve středověku velký útlum, protože účastnit se ho mohla pouze šlechta, bohatí měšťané a kupci. K dalšímu rozvoji přispívají i významné objevy během zahraničních cest a zrušení nevolnictví. Novodobý cestovní ruch vzniká na počátku 20. století.

V současnosti je cestování již neodmyslitelnou součástí moderní společnosti. V rámci turismu se každým rokem uskutečňuje masivní pohyb obyvatel, kteří tak ve svém volném čase opouští na nějakou dobu místo svého bydliště za cílem rekreace či poznání něčeho nového, ale i z celé řady jiných důvodů.

Hlavním motivem je změna prostředí, která umožní člověku uspokojit potřeby odpočinku, klidu, pohybu či kulturních a estetických zážitků. Domácí prostředí nezajišťuje dostatečnou kvalitu uspokojení jejich rostoucích potřeb. Cestovní ruch se tak stává významným ekonomickým fenoménem, je výraznou oblastí pro podnikatelské aktivity, faktorem rozvoje regionálních celků, národních ekonomik a ekonomiky světové. Hraje nezastupitelnou roli při tvorbě hrubého domácího produktu jednotlivých států.

V posledních letech je brán jako přímý faktor rozvoje regionů. Rozvoj regionálních seskupení zastřešuje destinační management oblastí ve spolupráci s jejich marketingem. Tyto organizace napomáhají spolupráci a komunikaci ekonomických ale i jiných subjektů v jednotlivých regionech. Ve spolupráci těchto subjektů spatřuji budoucí potenciál rozvoje cestovního ruchu i pro malé regiony.

Jihočeský kraj lze zařadit mezi nejvyhledávanější a turisticky nejvíce atraktivní oblasti v České republice. Je to zejména díky rozmanité nabídce kulturního a historického dědictví, stejně tak jako přírodních krás a minimálně narušeného životního prostředí.

Při zpracování mé diplomové práce jsem zvolil oblast na Českobudějovicku a to Borovanska, Trocnovska a Trhosvinenska. K výběru této lokality mě vedla blízkost mé

osoby k této lokalitě, dále pak nízká probádanost a nedostatečná podpora cestovního ruchu v místech, která by si ji zcela jistě zasloužila díky svým historickým kořenům.

Za zmínku stojí zejména památky jako jsou zámky, kostely, pomníky, muzea, přírodní rezervace či zoologická zahrada. Každý si jistě všimne překrásného rázu původních domů jihočeských vesniček, jež stojí za to zachovat i pro příští generace.

2 LITERÁRNÍ PŘEHLED

Cestovní ruch podle Heskové a kol. (2006 : 9) je významný společensko ekonomický fenomén z pohledu jednotlivce i společnosti. Představuje největší pohyb lidí za rekreací, poznáním a naplněním svých vlastních snů z příjemně prožité dovolené. Je součástí života obyvatelstva a spotřeby nejen v ekonomicky vyspělých zemích. Vedle obchodu s ropou a automobilového průmyslu, patří mezi tři největší exportní odvětví. Borman (in Malá 2002:7) definuje cestovní ruch jako „cesty, jež se podnikají za účelem zotavení, zábavy, obchodu a povoláním, nebo i z jiných příčin, při nichž dochází k dočasné změně místa bydliště. Nepatří sem však dojíždění za prací“. Autor tak zdůrazňuje nepravidelnost a dočasnost cest bez úmyslu se usadit.

Avšak Gluckman v téže publikaci definuje cestovní ruch jako „sumu vztahů mezi lidmi, kteří se nacházejí na nějakém místě přechodně, a mezi obyvateli tohoto místa“. Z této definice vyplývá, že autor poukazuje na jinou stránku cestovního ruchu a to na vztahy mezi lidmi a lze říci, že je to spíše sociologické pojetí tohoto pojmu.

Naopak Poser (in Malá 2002:8) rozumí cestovním ruchem lokální nebo územní nahromadění cizinců s přechodným pobytem, které podmiňuje vznik vzájemných vztahů mezi cizinci na straně jedné a domácím obyvatelstvem, místem a jeho krajinou na druhé straně. Autor poukazuje na změny, které jsou způsobovány v místech cestovního ruchu.

2.1 Vymezení pojmů cestovního ruchu

V domácím cestovním ruchu je **návštěvník** osoba, která má bydliště v dané zemi a která cestuje na jiné místo v zemi mimo své bydliště na dobu kratší šesti měsíců, přičemž hlavní účel její cesty je jiné než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě. Naopak v mezinárodním cestovním ruchu je to osoba, která cestuje do jiné země, než v níž má trvalé bydliště na dobu nepřekračující jeden rok, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi.

Rezident neboli stálý obyvatel je pro domácí cestovní ruch definován jako obyvatel, který v tomto místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší než šest měsíců. Pro srovnání v mezinárodním cestovním ruchu ve vztahu k dané zemi se pod tímto pojmem skrývá osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku.

V domácím cestovním ruchu je za **turistu** považována osoba trvale usídlená v zemi, která cestuje do jiného místa, odlišného od jejího běžného životního prostředí na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, ale ne na dobu delší šesti měsíců, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti. V mezinárodním cestovním ruchu je za turistu považována osoba, která cestuje do jiné země než v níž má své obvyklé bydliště, na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, avšak ne delší jednoho roku, přičemž hlavní účel cesty je odlišný od vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi. V závislosti na délce pobytu lze turisty rozdělit na **turistu na dovolené** (setrvává v daném místě více než určitý počet nocí nebo dnů) a **krátkodobě pobývajícího turistu** (cestuje na dobu nepřekračující tento limit, ale trávající déle než 24 hodin a zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním).

Výletníkem pak rozumíme jednodenního návštěvníka, který cestuje do místa odlišného od svého bydliště na dobu kratší než 24 hodin, aniž by zde přenocoval (Malá 2002 : 11-12).

2.2 Pohledy na cestovní ruch

Cestovní ruch je nutno chápat ze dvou stránek. Jedná se o cestovní ruch jako způsob uspokojování potřeb, jako oblast podnikatelských příležitostí a jako významnou součást ekonomiky společnosti. Z výše uvedeného tak plyne, že je velmi složitým sociálně ekonomickým jevem, který se dotýká řady základních ekonomických a mimoekonomických procesů. Lze ho nazvat jevem mnohostranným a průřezovým, jež se stává významnou složkou potřeb obyvatelstva a národních ekonomik.

V teorii i praxi je zdůrazňováno hledisko:

Ekonomické, jež zkoumá cestovní ruch z pohledu ekonomických procesů potřebných k za jistění účasti lidí na cestovním ruchu, i z hlediska účinků v ekonomice států, regionu i ekonomice světové.

Ekologické, které si všímá hodnocení potenciálu území pro cestovní ruch včetně jeho ochrany.

Geografické si všímá turismu z hlediska jeho vazby na geografické prostředí, význam prostředí z hlediska rozvoje cestovního ruchu, stejně tak i vztahem mezi místy bydliště a místy cestovního ruchu.

Sociologické a psychologické se zabývají vztahem k člověku a jeho potřebám, motivům účasti a oblastí vztahů mezi lidmi navzájem. Zaměřuje se na účastníky cestovního ruchu a obyvatelstvo v místě pobytu.

Vedle těchto oblastí pozorujeme i vztah k celé řadě dalších vědních disciplín jako je například klimatologie, hydrologie, hygiena, epidemiologie, demografie, obchod, kultura, finance, doprava či právo. Cestovní ruch je nutné zkoumat a vědecky chápat především v pojetí společenských souvislostí (Malá 2002 : 6).

2.3 Destinace cestovního ruchu

Destinace je přirozeným celkem, který má podle podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací. UNWTO charakterizuje destinaci jako místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přináší na trh.

Výkladový slovník pak pod pojmem destinace cestovního ruchu rozumí v užším slova smyslu cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická nabídka atraktivit, infrastruktury a v širším smyslu země, regionů, lidská sídla a další oblasti typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu. Dále pak rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu jejichž výsledkem je dlouhodobá koncentrace návštěvníků (Királová 2003: 15).

Podle Buhalise lze destinaci charakterizovat šesti komponenty nazvanými též „šest A“ a to:

Attractions se rozumí primární nabídka cestovního ruchu, která množstvím, kvalitou a atraktivitou vyvolá návštěvnost. Jedná se o přírodní či kulturně – historický potenciál.

Accessibility a ancillary services je všeobecná infrastruktura, jež umožňuje přístup do destinace a pohyb za atraktivitami. Patří sem i služby, jež využívají místní obyvatelé jako je telekomunikace, zdravotnictví, bankovní služby, poštovní a další.

Pod výrazem **amenities** lze rozumět suprastrukturu a infrastrukturu cestovního ruchu, která umožňuje pobyt v destinaci a využití ubytovacích, hostinských, sportovně-relaxačních, kulturně-společenských a jiných zařízení.

Available packages jsou připravené produktové balíčky.

Activities jsou rozmanité aktivity (Királová 2003 : 16).

Pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci je nutná kvalitní nabídka, která je schopna přilákat návštěvníky a poté uspokojit jejich potřeby a požadavky. Podle V. Malé je nabídka cestovního ruchu reprezentována souhrnem všech komponentů nutných k realizaci účasti na cestovním ruchu a k naplnění očekávaných efektů. Nabídku je možno rozdělit na primární a sekundární. Mezi komponenty primární nabídky cestovního ruchu řadíme utvářející podmínky pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace, strukturu a rozmístění. Sekundární nabídka je pak určujícím faktorem využitelnosti destinace pro aktivity v rámci turismu (Malá 1999 : 45).

2.3.1 Management destinace cestovního ruchu

Destinační management je podle Bartla a Schmidta „strategie a cesta pro silné regiony, které mají odvahu ke koncentraci sil pro společný rozvoj, organizaci i aktivní prodej svých klíčových konkurenčních výhod. Touto cestou vznikají destinace, nabízejí klientovi perfektně zorganizovaný řetězec služeb odpovídající jeho volbě, který zahrnuje celý proces od informací a pohodlné rezervace přes bezchybný průběh pobytu až po návrat domů.“

Koncept destinačního managementu je typický pro regionální průnik na trh cestovního ruchu, protože vychází ze snadnějšího řízení procesů v destinaci v regionálním měřítku. Jsou zde průhlednější vazby, snadnější komunikace, menší vzdálenosti, méně subjektů, snadnější ovlivnění a lepší kontrola než na národní úrovni. Na národní úrovni je tato koncepce hůře proveditelná s výjimkou destinací velmi malých geografických rozměrů, kde turismus představuje hlavní ekonomickou aktivitu jako je např. Malta nebo Kypr (Palatková 2006 : 23).

Podle (Heskové 2006 : 155) je managementem destinace označován proces vytváření a řízení silných, tržně orientovaných a systémově řízených jednotek – destinací. Je souborem řídicích opatření a nástrojů, které jsou využívány pro oblasti plánování, organizování, promotion a rozhodovací procesy.

V souvislosti s marketingovým plánováním se zejména v posledních dvaceti letech hovoří o strategickém managementu, jehož základy položili Porter a Ansoff. Jedna z definic označuje strategický management jako proces zkoumání současného a

budoucího prostředí, formulace cílů a tvorby, implementování a kontroly rozhodnutí zaměřených na dosažení těchto cílů v současném a budoucím prostředí. Z této definice plyne, že strategický management se zabývá produktem, trhem, příležitostmi a hrozbami vnějšího prostředí.

Chon a Olsen však specifikovali strategický management jako proces plánování rozvoje turismu, sestávající se ze šesti součástí a to:

- **poslání národní turistické organizace**
- **analýza vnějšího prostředí**
- **strategická analýza a výběr cílů**
- **roční cíle (operační strategie)**
- **zavedení strategie**
- **kontrola a hodnocení**

Podle některých názorů se koncepce strategického managementu v podstatě shoduje s koncepcí marketingového plánování, a nelze tak vymezit další zásadní odlišnosti. Jiní teoretici považují strategický management za dlouhodobou záležitost a spojují jej tak s pojmy jako jsou vize a předpovědi. Strategický management by měl klást důraz na hodnocení a řízení celkového vnějšího prostředí, organizační design a strukturu (Palatková 2006 : 177).

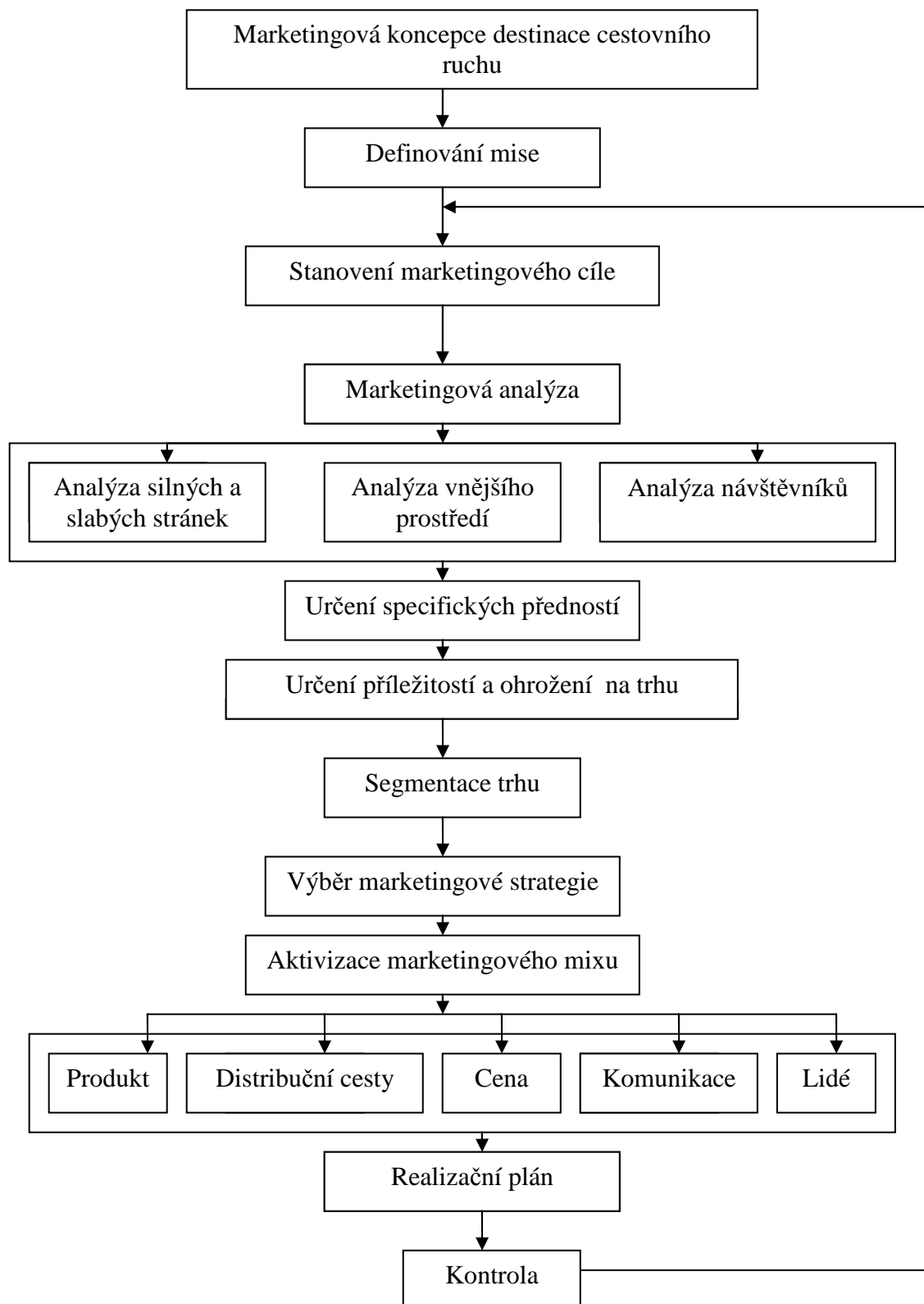
2.3.2 Využití marketingu v destinaci cestovního ruchu

Podstata marketingu destinace tkví v orientaci všech zainteresovaných subjektů na uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace za účelem dosažení zisku. Úspěch pak závisí na schopnosti identifikovat vlastní nabídku – produkt, potenciální návštěvníky, cílový trh, ohrožení a příležitosti na trhu a způsob, jak vyvolat v návštěvnících chuť přijet do destinace. Podle Morrisona jde hlavně o nalezení odpovědí na otázky:

- **Kde jsme nyní?**
- **Kde bychom chtěli být?**
- **Jak se tam dostaneme?**
- **Jak zjistíme, že se tam dostaneme?**
- **Jak zjistíme, že jsme se tam dostali?**

Různorodost podnikatelských subjektů a existence konkurence vyvolá v destinaci potřebu koordinovaného postupu na trhu cestovního ruchu. Takovýmto postupem je marketingová koncepce destinace cestovního ruchu viz. Schéma 1. Dosažení vytčeného cíle předpokládá objektivní vyhodnocení východiskové pozice, čili dokonalou analýzu primární a sekundární nabídky cestovního ruchu. Součástí východiskové pozice je i analýza skupin a jednotlivců z hlediska zainteresovanosti v rámci destinace. Jde především o podnikatelské subjekty v cestovním ruchu, sezónní zaměstnance, zaměstnance státní správy a místní samosprávy, členy profesních svazů v cestovním ruchu, učitele, žáky škol apod. (Morrison 1995:60).

Schéma 1 – Marketingová koncepce destinace



(Királová 2003 : 28 - 31)

Vytvoření úspěšné marketingové koncepce předpokládá přizpůsobení nabídky potřebám a požadavkům návštěvníků destinace, a to na základě jejich poznání. Je zapotřebí získat informace o jejich sociálně-ekonomických, psychografických i behaviorálních charakteristikách. Jednou z hlavních příčin, proč toto poznávat je konkurence a předpoklad univerzality některých destinací. Nabídka co odpovídá představám zákazníka má větší úspěch. Návštěvníky je zapotřebí zkoumat z hlediska:

- **demografického profilu**
- **zájmů a motivace návštěvy**
- **činností vykonávaných během pobytu**
- **výše výdajů spojených s pobytem**
- **délky pobytu a frekvence návštěvy destinace**
- **způsoby dopravy do destinace**
- **způsobu získání informací o destinaci**

Na základě této analýzy je pak možné uskutečnit segmentaci, kterou P. Kotler vysvětluje jako rozdělení trhu na rozdílné skupiny zákazníků, přičemž každou z uvedených skupin je možné vybrat jako cílový segment a připravit pro ni odlišný marketingový mix. Cílový segment pro cestovní ruch pak je takový, který lze pro destinaci prodat nejlépe. Výběr cílového segmentu se pak uskuteční na základě porovnání nabídky destinace, potřeb a požadavků jednotlivých segmentů trhu. V této souvislosti je nutné zkoumat:

- **pro koho je produkt destinace vhodný**
- **co je specifickou předností destinace**
- **odkud přicházejí návštěvníci destinace**
- **jaká je jejich kupní síla**

- **jaké jsou tradice a zvyklosti obyvatel zemí, ze kterých návštěvníci přicházejí**

Na základě výsledků výzkumu navrhne marketingovou strategii jejíž součástí je marketingový mix jež tvoří produkt, cena, distribuční cesty a způsob komunikace s návštěvníky (Királová 2003 : 31-32).

2.3.3 Životní cyklus produktu destinace

Podobně jako fyzické produkty, procházejí i produkty destinace svým životním cyklem. Každý cyklus produktu prochází několika fázemi. Jsou to období zavádění, růstu, zralosti a poklesu prodeje. Životní cyklus destinace je popisován modelem TALC. První fází tohoto modelu je průzkum, následuje zapojení, rozvoj, dále pak upevnění, stagnace a na závěr pokles nebo omlazení produktu destinace. Každá z fází je spojena s určitým typem destinace, typem klientů, kvalitou produktů, stupněm konkurenčního boje destinací na trhu a s reakcemi domácího obyvatelstva (Palatková 2006 : 89 – 90).

Tabulka 1 – Životní cyklus destinace a rozhodování o strategii destinace

TALC (životní cyklus destinace)	Produkt	Podíl na trhu	Strategie
<i>Průzkum</i> <i>Zapojení</i>	- Prodej nových produktů	- Nové trhy, získávání tržního podílu	- Strategie růstu a strategie diverzifikace
<i>Rozvoj</i>	- Prodej existujících produktů - Tvorba a prodej nových produktů	- Udržení tržního podílu - Získání nových trhů od konkurence	- Strategie vedoucího postavení v nákladech při prodeji kvalitních produktů - Diferenciační strategie (exklusivní produkt, extra hodnota při vysokých investicích)

			- Strategie FOCUS zaměřena na specifické produkty pro specifické segmenty
<i>Upevnění</i> <i>Stagnace</i>	- Prodej existujících a nových produktů	- Udržení tržního podílu	- Strategie zakonzervování státu quo, tedy fáze upevnění po maximální dlouhou dobu
<i>Pokles</i>	- Získání čeho se dá "sklizeň" - Stažení produktu ,cenové přetahování	- Snížení tržního podílu	- Odchod z trhu
<i>Oživení</i>	- Rozšíření a inovace existujících produktů - Investice do atributů produktu - Zlepšení kvality	- Nové trhy - Vyvolání úmyslné poptávky	- Strategie renovace - Strategie návratu do fáze udržování státu quo - Diferenciální strategie

Zdroj: (Palatková 2006 : 91)

2.4 Marketingový mix cestovního ruchu

Marketingový mix cestovního ruchu se odlišuje od „tradičních 4P“ dalšími čtyřmi částmi. Jedná se o people (lidé), packaging (tvoření balíčků), programming (tvorba projektů) a partnership (spolupráce). Marketingový mix je souborem nástrojů, díky kterému se snaží poskytovatel určitých služeb získat větší konkurenceschopnost svého produktu a tím ho lépe prosadit na trhu.

Americká marketingová asociace vymezuje **produkt** jako to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost

uspokojit přání nebo potřebu druhých lidí. Řadíme sem tedy fyzické předměty a služby, osoby, místa, organizace, myšlenky, kulturní výtvoř apod.

Cena obecně představuje množství peněz požadovaných za produkt. Je jediným prvkem marketingového mixu, který vytváří příjmy. Cenu stanovujeme na základě interních a externích faktorů. Základem interních faktorů jsou náklady na vytvoření produktu, jeho distribuci, prodej a propagaci. Externími faktory mohou být ceny nakupovaného materiálu. Stanovení ceny se také odvíjí od elasticity poptávky.

Co se týče **místa**, je nutné rozhodnout o odbytových cestách až k zákazníkovi. Patří mezi nejdůležitější a velmi ovlivňuje další použití marketingových nástrojů. Marketingové pojetí **propagace** můžeme opřít o šest hlavních nástrojů. Jedná se o takzvaný komunikační mix. Řadíme sem:

- **reklamu**
- **podporu prodeje**
- **public relations**
- **osobní prodej**
- **direct marketing**
- **internet**

Výběr a způsob řízení zaměstnanců je velmi důležité zejména pro oblast služeb cestovního ruchu. **Lidé** jsou totiž neodmyslitelně spjatí s nabízeným produktem. Je zapotřebí je pečlivě vybírat, školit, trénovat, motivovat, kontrolovat a samozřejmě oceňovat. Je žádoucí je vést tak, aby pochopili, že úspěch celého podnikání závisí právě na jejich dobře odvedené práci a přístupu každého jednotlivce.

Pod pojmem **balíček** rozumíme v rámci marketingového mixu cestovního ruchu něco víc, než obvyklou kompenzaci předplaceného stravování při odjezdu z rekreace. Obvykle jsou turistům nabízeny desítky či stovky možností výběru. Nesnažíme se klientovi vnutit jedno místo, jeden hotel či muzeum, ale nabízíme tedy celý komplex možností, na základě kterých lze vytvořit program pro víkendové či delší putování, které jej ponouká vrátit se a využít další možnosti.

Při **programování** je důležité vytvoření společných projektů na kterých se zúčastní více partnerů. Ty seznámí širokou veřejnost s tím co se chystá. Vytváří se

bohatá nabídka, která upoutá velké množství návštěvníků na dlouhou dobu. Je nutné, aby byl zajištěn postupný sled překvapení a nevšedních požitků. Neměnicí se památka totiž časem zevšední a ztratí na přitažlivosti.

Spokojenost zákazníků cestovního ruchu je závislá na **partnerech** (dodavatelích) služeb, kteří se často neznají i když působí ve stejném místě. Proto je velmi důležitá jejich spolupráce. Zákazník totiž hodnotí svůj pobyt jako komplex, balíček. Pokud nebude spokojen s nějakou částí, tak se již v budoucnu nevrátí. Je tedy nutné zajistit, aby o sobě partneři alespoň věděli a komunikovali spolu.

(Foret 2001: 66 – 73)

Tyto kooperace lze rozdělit na 2 úrovně, jedná se úroveň horizontální a vertikální. **Horizontální úroveň** myslíme spolupráci ve stejné úrovni logistického pohybu produktů v dané oblasti. Cílem je zvýšit atraktivitu místa, prodej, či snížit náklady. **Vertikální kooperace** naopak sleduje pohyby produktů na úrovni dodavatelsko-odběratelských vztahů. Příkladem je franchising, jež je typ kooperace rozšířený v cestovním ruchu v oblasti ubytovacích a stravovacích služeb (Hesková 2006: 146).

2.5 Marketing služeb

Kotler (2004) definuje marketing jako společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot.

Odlišnosti mezi marketingem služeb a výrobků zkoumají nejrůznější teoretici. Jedním z nich je Judd, jenž identifikoval vlastnosti, které odlišují služby od výrobků. Patří mezi ně skutečnosti, že služby nelze skladovat a distribuční kanály služeb jsou krátké, pokud však nějaké existují. Objevil se i názor, že marketingové teorie vytvořené pro rychle se rozvíjející odvětví výrobců spotřebního zboží, lze přizpůsobit organizacím prodávajících služby. Jiní vědci jako je Shostack tvrdí, že marketing služeb vyžaduje jiné pojetí než marketing výrobků.

Jedním z problémů, souvisejících s marketingem služeb je skutečnost, že mnohé organizace neprodávají produkty, které by se daly přesně označit pouze jako výrobky či

služby. Booms a Bitner rozšířili marketingový mix pro služby a zjistili, že lidé provozující služby, jsou rozhodujícím faktorem, stejně jako prostředí a atmosféra. Tyto prvky znázorňuje schéma 2.

Levitt (in Horner, Swarbrooke 2003 : 39 - 41) zpochybnil názor, že marketing služeb a výrobků je něčím zcela odlišným. Argumentuje tím, že všechny firmy prodávající na trhu spíše nehmotné hodnoty než hmotné výrobky. Odvětví spojená s marketingem služeb, jako je cestování, opravy, poradenství, vzdělávání nebo bankovníctví mohou umožnit zákazníkovi, aby si produkt předem vyzkoušel. Dále také tvrdí, že rychloobrátkové zboží obsahuje silný prvek nehmotnosti podobně jako služby, protože zákazník je málokdy vyzkouší předem. Obchodní značka také dodává nehmotný prvek, symbolizuje kvalitu a činí výrobek žádoucím.

Kotler vidí marketingový mix jako soubor taktických marketingových nástrojů – výrobní, cenové, distribuční a komunikační politiky, které firmě umožňují upravit nabídku na cílovém trhu podle přání zákazníků. Marketingový mix se tak skládá ze všech aktivit, které firma vyvíjí, aby vzbudila po výrobku poptávku. Lze je utřídit do čtyř skupin proměnných, které jsou známy jako „čtyři P“: výrobek (produkt), cena (price), distribuce (place) a komunikační politika (promotion) (Kotler, Armstrong 2004 : 105 – 106).

2.5.1 Podstata a zvláštnosti služeb cestovního ruchu

Orieška (1999 : 6) definuje služby cestovního ruchu jako činnosti, jejichž výsledkem je užitečný efekt buď individuální nebo společenský. Individuální efekt je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu. Ten může mít různorodý charakter podle zvolené formy účasti a to například rekreační, kulturní, zdravotní apod. Společenský efekt zpravidla podmiňuje či umožňuje dosažení individuálního efektu.

Struktura služeb cestovního ruchu je různorodá a uspokojuje dva druhy potřeb. Jedná se o potřeby primární a sekundární. Primární potřeby jsou cílené potřeby účastníků cestovního ruchu (např. potřeba sportovního vyžití či poznání historických pozoruhodností). Naopak potřeby sekundární neboli realizační pouze podmiňují efektivní uspokojování cílových potřeb (např. potřeba dopravit se na dané místo, výživy, hygieny apod.). Z uvedeného vyplývá, že význam služeb cestovního ruchu roste. Rozsah uspokojování potřeb cestovního ruchu velmi souvisí s kategorií životní úrovně.

Služby cestovního ruchu, stejně jako služby všeobecně nelze produkovat do zásoby či na sklad. Proces poskytnutí služby je současně procesem její spotřeby. Avšak služby, poskytnuté na trhu cestovního ruchu se vyznačují určitými zvláštnostmi:

1) Poskytnutí služby a její spotřeba se váže na určitý rekreační prostor prostorově i časově. Jeho návštěva souvisí s dosažením cíle účasti na cestovním ruchu (např. poskytnutí lázeňských služeb se váže na výskyt léčivého pramene a určitý charakter lázeňských služeb).

2) Mají charakter převážně osobních služeb na rozdíl od služeb věcných.

3) Vystupují jako komplex rozličných, obvykle podmíněných služeb, kdy uspokojení potřeby jedné vyvolává uspokojení další potřeby

(např. dopravní služby → ubytovací služby → stravovací služby).

4) Rozsah spotřeby služeb cestovního ruchu často podmiňuje jejich včasné zabezpečení, hlavně při hromadné a zároveň krátkodobé účasti na cestovním ruchu (např. účast na veletrzích, slavnostech, výstavách apod.).

5) Účastník cestovního ruchu vystupuje na rozdíl od spotřebitele neanonymně. Jedná se o situace například při ubytování, koupi zájezdu či pobytu v cestovní kanceláři (Orieška 1999 : 6-7).

2.6 Cestovní ruch jako významný faktor rozvoje

Regionální rozvoj je zapotřebí chápat především z hlediska zabezpečování vyváženého rozvoje státu, resp. území jeho regionů a územních obvodů nově zřízených krajů a obcí. Jedná se o koordinaci působností orgánů veřejné správy a samosprávy.

Podle dokumentů EU se na region díváme jako na strukturální jednotku NUTS II s dekompozicí na nižší teritoriálně statistické jednotky. Jedná se o území s určitou společenskou, ekonomickou, urbanistickou, historickou a kulturní identitou tvořící celek.

Je nutné se zaměřit na sledování potenciálu regionálního rozvoje a to především na faktory rozvoje venkovských regionů s nižší hustotou obyvatel. Předpokladem pro řešení rozvoje těchto regionů jsou uváděny zdroje, které mohou k rozvoji přispět a zajistit tak strukturální změny ve venkovském prostoru, financovat projekty integrovaného rozvoje venkova v komplexu sociálně ekonomických podmínek a vztahů. Tento rozvoj lze zajistit prostřednictvím peněz z veřejných zdrojů, čímž jsou myšleny zdroje nejen národní, ale i fondy EU.

Zákon č. 248/99 o podpoře regionálního rozvoje definuje regiony s podporou státu, mezi které řadíme také venkovské regiony. Jejich výběr závisí na strategii regionálního rozvoje, kdy na základě analýzy stavu sledovaných území, vyhodnocení jejich silných a slabých stránek byly vymezeny priority, ke kterým je třeba směřovat pomoc a navrhnout příslušná opatření, podmínky poskytování finančních prostředků, formy a způsob rozdělení (Hrabánková 2002 : 56).

2.6.1 Základní faktory rozvoje regionů

Mezi faktory rozvoje regionů, které mohou ovlivňovat intenzitu cestovního ruchu řadíme :

- **přírodní faktory**
- **lidské, sociální a demografické faktory – počet a struktura obyvatel (věk, vzdělanost, příjmy)**
- **ekonomické faktory**
- **kulturně historické faktory**

Mezi **přírodní faktory** lze zařadit dostupné surovinové bohatství, kvalitu půd, vodních zdrojů, klimatu a celkový stav přírody.

Do **ekonomických faktorů** lze zařadit především ekonomický potenciál, který nespočívá pouze v absolutní hodnotě HDP na obyvatele, na přidané hodnotě jednotlivých odvětví apod., ale v dislokaci tohoto potenciálu ve smyslu prostorového rozmístění výroby a služeb a v jejich technických parametrech. Dále pak ve struktuře podniků, vlastnických vztahů a úrovni vstřebání výsledků výzkumu a vývoje.

Jako **kulturně historické faktory** můžeme považovat zejména kulturní dědictví, tradice, kulturnost obyvatel a jejich estetické cítění s kulturně historickým vývojem daného regionu.

To vše vytváří soubor faktorů a vztahů, které ovlivňují sociálně ekonomickou úroveň regionu, podporují konkurenceschopnost jeho výroby a aktivit včetně předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu. Působnost faktorů je však podmíněna dostatkem disponibilních zdrojů, které budou mít regiony k dispozici. Ve venkovských regionech, které tvoří cca 80% území České republiky existují jisté předpoklady pro zajištění rozvoje, je však třeba vytipovat disponibilní zdroje a stanovit efektivní směry jejich užití. Pro sociální a ekonomický rozvoj jsou jedním z nejdůležitějších opatření zejména investice do obnovy vesnic, infrastruktury, rozvoje služeb a také podpora cestovního ruchu. S tímto záměrem je spojena mobilizace dostupného kapitálu k diverzifikaci hospodářských činností s cílem zabezpečení nových zdrojů příjmů

obyvatel, stability osídlení a celkové zvýšení konkurenceschopnosti venkova (Hrabánková 2002 : 57-59).

2.7 Vývoj nového produktu cestovního ruchu

Vývoj nového produktu vychází ze základního konceptu rozvoje cestovního ruchu. Důležitou etapou je zejména analýza příslušného trhu. Cílem vytváření produktů je zacelení mezery na příslušném trhu, náhrada nebo rozšíření stávajícího portfolia. Dále to může být i jedna z reakcí na stále se měnící poptávku, či na nabídku dopravců, ubytování apod. Návrh a sestavení je závislý na finančních a technických možnostech subjektu poskytující produkt. Jako další krok je dobré podniknout stanovení optimální ceny s ohledem na konkurenci či kupní sílu příslušného segmentu zákazníků. Již při vývoji je vhodné brát v potaz možnosti podpory prodeje a rozvoje produktu (např. poskytování diferencovaných slev pro klienty). Promotion produktu by měla odpovídat jeho charakteru a finančnímu zázemí subjektů (Hesková 2006 : 71).

2.8 Reklama

Reklama v cestovním ruchu využívá všech forem reklamy. Jedná se například o televizní reklamu, reklamu v rozhlasu, inzerci v novinách, časopisech, dopravních prostředcích, plakáty ve vlastní výloze, rozesílání osobní nabídky stálým zákazníkům ale i zákazníkům novým. Velmi přitažlivá je reklama formou sponzoringu, soutěží a jiných pořadů v televizi. V odborné veřejnosti je nejučinnější účast na veletrzích cestovního ruchu, kde se utváří také image daného subjektu. Ve světě v dnešní době narůstá význam internetové reklamy pro získání základních informací o subjektu. Jako velice prestižní je reklama v mezinárodních organizacích (WATA, ASTA aj.) (Hesková a kol 2006 : 72-73).

2.9 Image subjektu cestovního ruchu

Image subjektu cestovního ruchu je velmi důležitá pro zákazníka. V mnoha případech se dá říci, že i rozhodující. Je tvořena mnoha faktory jako je například celková úroveň služeb, spolehlivost, vzhled a celkový dojem z exteriéru a interiéru subjektu.

V cestovní kanceláři by tedy měl ladit vzhled a vybavení jejího interiéru, logo, prodejní katalogy, jednání zaměstnanců a vzhled exteriéru. Moderní cestovní kancelář je dnes již vybavená počítačem pro komplexní naplnění požadavků zákazníka.

Při jednání hraje klíčovou roli důvěra zákazníka v solidnost cestovní kanceláře. Velmi působivé je doplnění nabídek fotografiemi či videem přímo z místa. Důvěra je vytvářena dlouhodobě na základě předchozích zkušeností s chováním subjektu, doporučení známých apod. Prestiž také zvyšuje členství v asociacích, flexibilita nabízeného pojištění, znalosti a chování průvodců (Hesková a kol. 2006 : 74).

3 POUŽITÁ METODIKA

3.1 Cíle

Hlavním cílem diplomové práce je:

- 1) Provedení analýzy cestovního ruchu v Trocnově a okolí.

Vedlejší cíle jsou:

- 1) Návrhy a inovace nabídky.
- 2) Příprava produktu cestovního ruchu.

3.2 Metodika a techniky

Analytická část

a) Studium teoretický východisek

Na základě dostupných literárních zdrojů českých i zahraničních autorů byl vypracován literární přehled.

b) Vymezení oblasti Borovan, Trocnova a okolí

Vymezení bylo provedeno výběrem příslušných měst a obcí v dané lokalitě a jejich popisem z dostupných literárních, internetových a místních zdrojů.

c) Příprava a realizace terénního šetření

Terénní šetření bylo provedeno formou dotazování. V prvotní fázi byl vytvořen dotazník sloužící k pilotnímu průzkumu a odhalení nedostatků dotazníku. Na základě jeho výsledků byl upraven a doplněn o zjištěné informace. Celá pilotáž byla provedena na vzorku 20 respondentů. Dotazník obsahoval celkem 16 otázek až na výjimky polytomického charakteru.

Syntetická část

a) Vyhodnocení terénního šetření

Na základě dat zjištěných v rámci dotazníkové šetření bylo vytvořeno několik grafů. Grafy byly buď výsečové nebo sloupcové podle charakteru dat.

b) Vytvoření profilu návštěvníka oblasti

Na základě vyhodnocení terénního šetření byl detailně charakterizován profil typického návštěvníka oblasti.

Aplikační část

a) Návrh inovace nabídky

Byla přijata opatření v rámci zjištěných informací z terénního šetření a inovována nabídka cestovního ruchu.

b) Návrh produktu

Došlo k vytvoření produktového balíčku cestovního ruchu na základě potřeb cílové skupiny, tedy profilu typického návštěvníka Borovan, Trocnova a okolí.

c) Závěr

V této části byly formulovány závěry diplomové práce.

3.3 Hypotézy

Hypotézu lze charakterizovat jako výpověď, jejíž platnost se předpokládá. Hypotéza musí být formulována tak, aby ji bylo možné buď potvrdit nebo vyvrátit. Naopak tvrzení, které nepřipouští žádné ověření se nazývá nevyvratitelná hypotéza.

Výzkumnou otázkou rozumíme způsob, jakým uvažujeme o daném tématu z vlastního úhlu pohledu. Je vhodné začínat obecným problémem, jež je dále zužován

na konkrétní téma zkoumání. Výzkumná otázka nám později může pomoci při vytvoření hypotézy.

- a) Pro oblast Borovan, Ledenic a Trocnova není nutná propagace.
- b) Návštěvníci se v oblasti nejčastěji stravují formou rychlého občerstvení.
- c) Hlavním důvodem návštěvy lokality je sportovní vyžití.
- d) Nejvíce návštěvníků oblasti navštívilo Památník Jana Žižky.

4 VYMEZENÍ OBLASTI BORO VAN, TROCNOVA A OKOLÍ

4.1 Borovany a okolí

Město Borovany je vzdáleno 17 km jihovýchodně od Českých Budějovic, 8 km severně od Trhových Svinů v nadmořské výšce 522 m.

4.1.1 Historie města

Slovanské osídlení je doloženo mohylami v lese Vápence. Informace o vsi samotné je v písemnostech poprvé doložena v roce 1186, kdy došlo k vyměření majetku, na kterém se podíleli samotní obyvatelé. V roce 1455 zde budějovický měšťan Petr z Lindy založil augustiniánský klášter, jemuž odkázal svůj majetek. Po vymření kanovníků z řádu augustiniánů v roce 1557 dosadil Vilém z Rožmberka jako probošta Matěje Kozku, který špatným hospodařením přispěl ke zrušení kláštera roku 1564. Roku 1578 povýšili Rožmberkové Borovany na městys a dali jim dnešní znak. Po jejich vymření zdělili panství Švamberkové. Těm byl majetek zkonfiskován na základě účasti ve stavovském povstání. Borovany připadly nejprve církvi a později zdejšímu klášteru, který byl obnoven roku 1630. Císař Ferdinand III. Potvrdil městečku starší privilegia. Borovanský statek pak získal od správy náboženského fondu kníže Jan Schwarzenberg. Po zániku zřízení vrchnostenského se staly Borovany samostatnou obcí patřící k okresu České Budějovice. K rozvoji městečka napomohlo zřízení železnice České Budějovice – Vídeň roku 1869. Svůj podíl na rozvoji má i firma Calofrig, která zpracovává místní křemelinu. V roce 1973 získávají Borovany statut města. (Zdroj: Interní materiály informačního centra Borovany)

4.1.2 Kulturně - historické památky Borovan

Radnice

Budova radnice byla postavena v první polovině 17. století stylem zlidovělého baroka. Její pozice naproti klášteru předznamenává dlouholeté spory mezi obcí a klášterem (1680 – 1740), které vrcholí rebelií v roce 1740, kdy ženy z Borovan šly osvobodit všechny muže uvězněné v klášteře. Tento spor nakonec vyřešila komise při české dvorské kanceláři a postavila se na stranu Borovanských. Radnice sloužila jako místo výkonu samosprávy, jako krátek či šatlava. Průčelí je zdobeno dvojími hodinami, štukovou výzdobou kolem oken, městským znakem, ale i obrazem sv. Floriána. Průčelí je zakončeno volutovým štítem a věžičkou. U paty radnice je osazen mezník klášterních pozemků z roku 1685 se štítkem s dvěma listy lípy pocházejícími ze znaku Petra z Lindy. Naproti radnici stojí sousoší sv. Jana Nepomuckého se dvěma anděly z 30. let 18. století. (Zdroj: Interní materiály informačního centra Borovany)

Úřední hodiny:

Pondělí 7:30 – 11:00 12:00 – 15:30

Středa 7:30 – 12:00 13:00 - 18:00

Pátek 7:30 – 11:00 12:00 – 13:00

Pranýř

Jedná se o jeden z mála dochovaných pranýřů v Čechách a ve srovnání s nimi je ten borovanský obzvláště mohutný. Postavila ho obec v roce 1656 a generální opravu prodělal zhruba o sto let později i přes protesty kláštera. Sloužil jako místo veřejné hanby, na němž byly pranýřovány přestupky manželské, rodičovské či sousedské sváry. Na železném háku byla zavěšena dřevěná ruka symbolizující trhové právo městečka z roku 1636, což velmi pomohlo k prosperitě obce, jež si mohla dovolit nákladné stavby. (Zdroj: Interní materiály informačního centra Borovany)

Pomník Jana Žižky

Borovanský je druhým Žižkovým pomníkem v Jižních Čechách. Stal se důsledkem snah Spolku pro zbudování Žižkova pomníku v Trocnově, s čímž nesouhlasili Schwarzenbergové jako vlastníci pozemků. Spolek předal nahromaděné finance v celkové hodnotě 1546 zl. obci Borovany, aby byl pomník postaven zde. Tak se stalo roku 1893 za účasti více než sedmi tisíc hostů. Nadživotní socha Jana Žižky byla zhotovena v sochařské dílně bratří Ducháčků v Praze. (Zdroj: Interní materiály informačního centra Borovany)

Zámek

Zámek byl vystavěn jako reprezentační prelatura zdejšího kláštera v letech 1765 – 1768 za činorodého probošta Augustina Dubenského. Po zrušení kláštera Josefem II. V roce 1785 byl koupen klášterní majetek Schwarzenbergy. Jejich rodový znak se proto nachází nad vjezdem do zámku. Zámek sloužil k bydlení pro nájemce a správce přílehlého klášterního statku. V západním křídle býval pivovar. Roku 1940 prodal Schwarzenberg klášter městu za účelem zřízení školy, která zde fungovala do roku 1997. Zámek byl zachován v relativně původní podobě a v letech 2004 – 2010 prošel generální opravou, která položila základ pro umístění místní městské knihovny, infocentra a společenských prostor, kterým dominuje vysoký hlavní sál s freskovým stropem a výjevy ze života svatého Augustiniána. (Zdroj: Interní materiály informačního centra Borovany)

Otevírací doba:

Květen a říjen: dle telefonické dohody – minimálně 5 osob

Červen a září: úterý – sobota: 9 – 16 hod. (v celou hodinu)

Červenec a srpen: úterý – neděle: 9 – 17 hod. (v celou hodinu)

Vstupné:

Základní: 50 Kč

Snížené: 30Kč

Rodinné: 110 Kč

Konvent kláštera

Klášter byl vybudován po stavbě kostela. Byla vytvořena křížová chodba kolem roku 1490. Z jejího tvarosloví je zřejmé, že ji stavěla místní Rožmberská huť, nicméně její rozmanitá klenba i ostění oken jsou velmi zajímavým architektonickým prvkem. V rozsahu kvadratury zůstal kolem rajskeho dvora konvent a to až do 2. poloviny 17. století, kdy byl přičleněn přístavek do nádvoří. V křížové chodbě se nachází lapidárium barokních kamenných soch. Součástí je i originál Mariánského sloupu z Českých Budějovic. V patře je instalováno klášterní muzeum. Ostatní části pak slouží jako fara a shromažďovací prostory farnosti. (Zdroj: Interní materiály informačního centra Borovany)

Otevírací doba:

Květen a říjen: dle telefonické dohody – minimálně 5 osob

Červen a září: úterý – sobota: 9 – 16 hod. (v celou hodinu)

Červenec a srpen: úterý – neděle: 9 – 17 hod. (v celou hodinu)

Vstupné:

Základní: 50 Kč

Snížené: 30Kč

Rodinné: 110 Kč

Klášterní muzeum

Úvodní část představuje zakladatele Petra z Lindy, historii kláštera v datech a na historických vedutách, přibližuje Škapulířovu kapli a prelaturu. Věnuje se hodnotným

gotickým plastikám, borovanské Pietě, Madoně a sv. Václavu. Expozice v muzeu popisuje řád řeholních kanovníků sv. Augustina, výjevy z jeho života zachycené na freskách borovanské prelatury, bohoslužebné náčiní a ornáty. Dále jsou zde vyobrazena poutní místa regionu jako je mariánská úcta a přiblížení významu regionálního poutnictví. V expozici jsou vystaveny poutní korouhve a další předměty fenoménu poutnictví.

Otevírací doba:

Květen a říjen: dle telefonické dohody – minimálně 5 osob

Červen a září: úterý – sobota: 9 – 16 hod. (v celou hodinu)

Červenec a srpen: úterý – neděle: 9 – 17 hod. (v celou hodinu)

Vstupné:

Základní: 50 Kč

Snížené: 30Kč

Rodinné: 110 Kč

Kaple

Škapulřová kaple byla postavena na místě dřívější gotické kaple P. M. Karmelské v roce 1747 proboštem Dubenským. Autorem oltářních obrazů a výjevů v kopuli, znázorňující situace, na kterých pomáhá škapulř je F. J. Prokyš. Dále jsou zde díla inspirována M. V. Jackelem, představitelem italského sochařského baroka v Čechách. V lapidáriu je dále umístěna kopie sochy z Karlova mostu, zhotovena sochařem J. Dietrichem. Kaple je včetně svého vybavení mimořádně kvalitním a uceleným obrazem ranného rokoka.

Otevírací doba:

Květen a říjen: dle telefonické dohody – minimálně 5 osob

Červen a září: úterý – sobota: 9 – 16 hod. (v celou hodinu)

Červenec a srpen: úterý – neděle: 9 – 17 hod. (v celou hodinu)

Vstupné:

Základní: 50 Kč

Snížené: 30Kč

Rodinné: 110 Kč

Zámecká zahrada

V dnešní době je tato zahrada upravena do parkové podoby a to od roku 2002. V roce 2009 zde byly instalovány dřevěné plastiky Petra z Lindy a svérázného probošta Matěje Kozky z Rynárce. Podle zobrazení z roku 1827 byla zahrada tvořena třemi částmi a to západní hospodářskou, střední s barokní úpravou a malým anglickým parkem nejbliže k zámku. Budova někdejšího skleníku pochází z 18. století. Altánek uprostřed zahrady je však mladší. Obrazy ze života Jana Žižky na jeho stropě namaloval Bedřich Valdauf v roce 1952. Nejvzácnější rostlinou zahrady je chráněný dřín u vstupu ze zahrady do zámku jež je 250 let starý. (Zdroj: Interní materiály informačního centra Borovany)

Kostel Navštívení Panny Marie

Stavba kostela byla započata v roce 1455 po smrti Petra z Lindy. Před tím zde byl farní kostel, zmiňovaný již o sto let dříve. Kostel byl dokončen roku 1464 a je charakteristický dovnitř vtaženými opěráky a je snad prvním dokladem vlivu podunajské – bavorské gotiky v Čechách. Roku 1729 byla na severní straně kostela barokizována věž, jež je dodnes charakteristickou dominantou města. Za probošta Dubenského byl kostel zvětšen o barokní presbytář v kopuli s freskami F. J. Prokyše a kryptou pod ním, kde jsou pohřbeni zdejší kanovníci a někteří z rodu Kořenských. Do vybavení kostela je zapotřebí zahrnout gotické plastiky Piety z doby stavby kostela a Madonu z počátku 16. století, sv. Václava z roku 1470, sv. Ludmilu z roku 1680. Ze stejné doby jsou i součásti vybavení – vyřezávaný oltář se sochami sv. Augustina, sv. Adolfa, sv. Václava, sv. Leopolda a sv. Floriána od lineckého umělce A. Claudia. Oltářní obraz Navštívení Panny Marie namaloval Franz de Neve, který pracoval pro J.

A. Schwarzenbergra, v té době patrona kláštera. Při vstupu do sakristie je vzácný varhanní pozitiv z roku 1711. Pevné varhany na kruchtě byly postaveny již před rokem 1730.

Nedělní bohoslužby: 8:00

Most přes řeku

Jedná se o dvouobloukový kamenný most přes řeku Stropnici pocházející z roku 1867. Patří k pozoruhodným technickým památkám a v jeho blízkosti se nachází socha sv. Jana Nepomuckého z r. 1735. (Zdroj: Interní materiály informačního centra Borovany)

Vodárenská věž

V roce 1931 byl v Borovanech vystavěn vodovod jehož součástí se stala vodárenská věž. Do té doby bylo město od 15. století zásobováno vodou z vápenišť u Vápenců, vedenou dvoukilometrovým dřevěným potrubím do tří kašen na náměstí. Poblíž věže stojí **nejstarší kaplička**, v níž byla objevena cenná gotická madona s Ježíškem z první poloviny 16. století. Do dnešní podoby byla kaplička uvedena několikanásobnou renovací. Parcela s kapličkou byla roku 1932 prodána Čěnkovi Kubíčkoví, který ji udržoval v dobrém stavu a vždy volně přístupnou. Madona byla později odvezena do Jihočeského muzea. Kubíčkoví si přáli madonu umístit do borovanského kostela a nahradit ji jinou soškou. Tak zde byl umístěn sádrový reliéf Ježíše a Marie z ledenického kostela. Na žádost města byla madona vrácena do borovanského kostela.

Pohraniční opevnění

Za železničním mostem lze nalézt železobetonový bunkr z roku 1936, jenž tvořil součást pohraničního opevnění. Stal se jedním ze zastávek naučné cesty, jejíž

východisko je u vlakového nádraží. Tento objekt lehkého opevnění je jediným zachovaným objektem typu C, což znamená že má tři střílny. Ostatní objekty byly za války vyhozeny do povětří a dnes už po nich není ani stopa. Objekt unikl svému osudu jen díky své poloze blízko tratě (2 m) a při zničení by mohl narušit trať. Dnes je uveden do stavu v němž byl v době ohrožení republiky roku 1938. Jeho účelem bylo krýt přímou palbou přístupy od jihu po silnici z Trhových Svinů a podél trati. V dnešní době se o objekt stará Klub vojenské historie Veselka. Je také součástí naučné stezky „Totalita rozděluje“.

4.1.3 Tradice a zvyky na Borovansku

Masopust

Masopust je stále živý v Radosticích, Hluboké u Borovan, Třebči či Vrcově. Je možné zavítat mezi koledníky a příjemně si zatančit a pobavit se. Koledníci prosí v koledě pana hospodáře o štědrou koledu v podobě věrtele ovsa, žita, mouky apod. Koná se vždy o víkendu před Popeleční středou.

Borůvkobraní

O víkendu po 8. červenci se tradičně v Borovanech koná borůvkobraní. Láká návštěvníky z daleka k ochutnání nejrůznějších pokrmů z borůvek. Jedlíci soutěží v pojídání borůvkových knedlíků polévaných borůvkovým žahourem. Dětské dvojice se pak prokousávají borůvkovým koláčem k pokladu. Je zde také tradičně pořádán jarmark, na kterém lze zakoupit borůvky, džemy, lívance, domácí likér, pivo či medovinu z borůvek. Nechybí ani velmi bohatý kulturní program pro celou rodinu. Po celý rok lze borůvkové dobroty ochutnat v zařízeních jako je Hotel Alf, Penzion Borovanský mlýn, Penzion Valeš a Kavárna Zámek. Zahrádkáři zde najdou odborníka pro pěstování kanadských borůvek a možnost zakoupení jejich sazenic, hospodyňky pak inspiraci v borůvkové kuchařce.

Dílna v podzámčí

V chráněné dílně v Borovanech pořádá středisko Nazaret pravidelné kroužky po celý rok a nepravidelné řemeslné kurzy pro veřejnost. Jedná se o kurz tkaní, pletení z proutí, keramické tvoření, drátování, paličkování, výroba šperků a šití panenek. V pracovní dny zde vznikají originály keramických výrobků, tkaných koberců, malovaných či batikovaných triček, jejichž autory jsou handicapovaní spoluobčané. Výrobky lze v dílně i zakoupit. (Zdroj: Interní materiály informačního centra Borovany)

Venkovské muzeum

Toto muzeum se nachází v Kojákovících. Zaměřuje se na dokumentaci a prezentaci života na venkově a fenoménu 19. století, čímž je vystěhovalectví do Ameriky. Dále se pak stará o prezentaci regionálních řemesel, pořádání řemeslných víkendů a kurzů tradičních řemesel. Na konci září zde probíhá tradiční Kojákovické štrůdlování.

Otevírací doba:

Denně **od 1. června do 30. září** kromě čtvrtka od 10:00–17:00 hod.

květen a září o víkendech od 10:00–17:00 hod

Návštěvy mimo otevírací dobu lze domluvit na tel. 602 471 653

Vstupné:

Dobrovolné

Kovárna

Jedná se o kulturní památku jenž ožije zejména v letních měsících, kdy můžeme shlédnout výstavu kovářských výrobků doplněnou o ukázky aktivního kování. Tradičně se zde koná velikonoční a vánoční setkání s ukázkami lidových řemesel, folkloru a ochutnávkou tradičních pokrmů.

Buškův Hamr

Dva kilometry jihozápadně od Trhových Svinů může nalézt zachovalý a funkční hamr jež pochází z 18. století. Naposledy na něm bylo vyráběno náradí v roce 1955. Je chráněn jako technická památka. V hamerně se podařilo zachovat původní technické vybavení. V obytné části objektu pak lze shlédnout expozice bydlení a národopisu Doudlebska.

Otevírací doba:

Od 15. května do 30. září denně kromě pondělí od 10 do 17 hodin. Prohlídka v každou celou hodinu, poslední v 16 hodin.

Vstupné - český výklad:

Dospělí	50 Kč
Důchodci, studenti, děti, držitelé průkazů ZP + ZTP	25 Kč

Vstupné - cizojazyčný výklad:

Plné	50 Kč
Snížené	25 Kč

Tvrz Žumberk

Tato opevněná vesnice se nachází přibližně 14 kilometrů jižně od Borovan. Koncem 15. století zde byla vystavěna rozložitá pozdně gotická kamenná tvrz. Další stavební úpravy prodělala na přelomu 16. a 17. století, díky nimž získala podobu renesančního zámečku. V tvrzi se dochovala poměrně velká část historických interiérů. Jsou zde také umístěny expozice o dějinách této lokality a expozice, jež byla pojata národopisně a týká se lidového malovaného nábytku z 18. a 19. století z oblastí Jižních Čech. Nábytek selský je doplňován nábytkem panským.

Otevírací doba

Duben: sobota, neděle, svátky	9 ⁰⁰ -16 ³⁰
Květen, červen: denně kromě pondělí	9 ⁰⁰ - 17 ⁰⁰
Červenec, srpen: denně kromě pondělí	9 ⁰⁰ - 17 ³⁰
Září: denně kromě pondělí	9 ⁰⁰ - 17 ⁰⁰
Říjen: sobota, neděle, svátky	9 ⁰⁰ - 16 ³⁰

Jindy pouze po předchozí dohodě.

Vstupné

Expozice tvrze:

Plné	40 Kč
Snížené	20 Kč
Cizinci plné	80 Kč
Cizinci snížené	40 Kč
Lapidárium:	4 Kč
Bašta:	4 Kč

Doba trvání: s průvodcem (Cz, De)

Expozice tvrze: 60 min., nejvíce 50 návštěvníků.

Lapidárium: 15 min., nejvíce 50 návštěvníků.

4.1.4 Sport a odpočinek na Borovansku

Borovany jsou ideálním místem k aktivnímu poznávání okolí. Nachází se zde značené cyklistické a pěší stezky vedoucí k nejrůznějším cílům. Můžeme navštívit zajímavosti Slepíčních či Novohradských hor, oblast Třeboňska, Pomalší a Českých Budějovic. Lze zejména doporučit cyklostezku v délce 55 km s návštěvou expozice na Buškově hamru a Žumberku.

Samotné městečko Borovany nabízí sportovní a relaxační aktivity jako je fotbal, volejbal a golf. Návštěvníkům je k dispozici cvičná louka s možností zapůjčení

golfového vybavení. K přenocování lze doporučit penzion Borovanský mlýn a domluvit si i projížďku na koni po okolní přírodě. Po sportovním výkonu si můžete dopřát relaxaci ve formě masáží v místním soukromém rehabilitačním středisku, návštěvy solária či plaveckého bazénu v areálu základní školy. Rybáři najdou svůj klid u rybníků Pražan a Linda. (Zdroj: Interní materiály informačního centra Borovany)

Tabulka 2: Ubytovací a stravovací zařízení

Zařízení	Adresa	Kontakt	Počet lůžek	Počet míst k stravování
Hotel Alf	Žižkovo náměstí 2, Borovany	602 169 285	56 + 5	190
Penzion Borovanský mlýn	Trocnovská 112, Borovany	604 943 068	50	120
Penzion Valeš	Budějovická 585, Borovany	777 233 432	11	70
Penzion u Hofhanzlů	Žižkovo náměstí 74, Borovany	387 981 375	4	55
Penzion Památník Jana Žižky z Trocnova	Trocnov	602 558 129	10	70
Privat	Jížní 487, Borovany	603 833 844	3 + 1	-
Restaurace Sýmalka	Nádražní 434, Borovany	602 468 745	-	70
Bistro u Pantera	Žižkovo náměstí 32, Borovany	777 838 983	-	45
Kavárna Zámek	Žižkovo náměstí 1, Borovany	773 973 902	-	21
Restaurace u Hřiště	Trocnovská ul., Borovany	608 740 697	-	35

Zdroj: Interní materiály informačního centra Borovany

Borovany v číslech k 30.11.2010

Kraj	Jihočeský
Okres	České Budějovice
Počet obyvatel	3 960
Průměrný věk	39,3
Rozloha katastru obce	4 233 ha
Nadmořská výška	522 m n. m.
Počet částí obce	7
První písemná zpráva	1186
Počet registrovaných subjektů	784
Z toho obchod	166
PSČ	373 12
Míra nezaměstnanosti	7,2

Zdroj: ČSÚ

4.2 Trocnov

Trocnov je malebná vesnička rozkládající se na katastrálním území o rozloze cca 2,91 km², jež leží 14 km jihovýchodně od Českých Budějovic a 3,5 km západně od Borovan. Má 55 domů a je vedena jako součást obce Borovany.

4.2.1 Historie

Dříve se jí říkalo Záluží. Začátkem osmdesátých let 14. století patřila mocnému rodu Rožmberků. Náležela Českokrumlovskému panství. Další zmínku o obci lze nalézt roku 1409 v popravčí knize Rožmberků, ve které stojí záznam o vraždě Václava Pitrůcha při pastvě stáda. Později osada připadla k Českokrumlovskému arciděkanství. Roku 1923 se Záluží stalo osadou obce Radostice, později se osamostatnilo a po 2. světové válce přejmenovalo na Trocnov. Roku 1975 došlo k jeho připojení k obci Borovany. V roce 1909 si místní obyvatelé vybudovali návesní kapli sv. Jana Nepomuckého, která spolu s okolními chalupami tvoří malebný celek. Na přelomu

devatenáctého a dvacátého století zde žilo okolo 130 obyvatel. Dnes je známa zejména jako rodiště Jana Žižky, který se narodil zřejmě okolo roku 1360. (Kovář 2000 : 64 – 65)

4.2.2 Pamětihodnosti Trocnova

Památník Jana Žižky

Tento areál se nachází nedaleko vesničky Trocnov. Roku 1960 byl v místě Žižkova rodiště vybudován památník, který byl vyhlášen národní kulturní památkou. Prostory zahrnují Žižkovu kamennou sochu, Muzeum husitského hnutí a tzv. Žižkův kámen. Socha je dílem Josefa Malejovského a A. Beneše. Žižkův kámen byl usazen v místě, kde stával dub, pod nímž se narodil Žižka. Lze si také prohlédnout základy obou Trocnovských dvorců, jejichž objevení vděčíme mladému studentu práv Janu Petříkovi, jež zasvětil část svého života archeologickému průzkumu v Trocnově. Na základě jeho poznatků byl položen základ muzejní expozici v Borovanech. K výše zmíněnému balvanu se dostaneme po hrázi Grandovského rybníka. Balvan byl usazen na své místo roku 1908 a je něm dodnes napsáno „Zde se narodil Jan Žižka z Trocnova“. Objekty spojuje značená cesta o délce 1 km určená pro procházky. O zahlazení veškerých stop o Janu Žižkovi usilovali borovanští Augustiniáni. Považovali ho totiž za kacíře, a proto probošt Konrád Fischer nechal porazit prastarý dub, pod kterým se tento významný vojevůdce údajně narodil. Místní tento strom považovali za symbol síly a vyráběli z něj své nářadí. V roce 1682 zde probošt Fischer nechal vystavět kapličku sv. Jana Křtitele, aby se úcta přenesla na známého světce. Kaplička se však roku 1867 zřítla za silné bouře a soška byla přenesena do borovanského kostela. (Kovář 2000 : 61)

Památník je dostupný z Radostic ležících na odbočce z dopravní komunikace z Ledenic do Strážkovic. Možný je také přístup od železniční tratě České Budějovice – České Velenice cestou podle modré značky.

Otevírací doba:

Denně mimo pondělí **od 1. května. do 30. září.** - od 9 : 00 do 17: 00 hod.

Vstupné:

Plné 40 Kč

Snížené 20 Kč

Rodinné 100 Kč

4.3 Ostrolský újezd

Nachází se nedaleko Trocnova a býval samostatným statkem drobných šlechtický rodů. Na ostrohu za řekou Stropnicí se dochovaly skromné zbytky starého hrádku. Jeho funkci později převzal renesanční zámeček postavený Kryštofem Kořenským s Terešova, a to přímo na návsi. Naproti stojí budova panského pivovaru, který již nefunguje. V malebném údolí Stropnice se zachovalo několik pevností pohraničního opevnění z předmnichovské republiky. (Zdroj: Sdružení obcí : 11)

Ostrolský újezd v číslech k 30.11.2010

Kraj	Jihočeský
Okres	České Budějovice
Počet obyvatel	147
Průměrný věk	41,6
Rozloha katastru obce	383 ha
Nadmořská výška	471 m n. m.
Počet částí obce	1
První písemná zpráva	1363
Počet registrovaných subjektů	25
Z toho obchod	5
PSČ	374 01
Míra nezaměstnanosti	12,3

Zdroj: ČSÚ

4.4 Dvorec

V nedaleké vesničce je velmi dobře udržován roubený dům číslo popisné 6 z roku 1770. Patří k němu roubená stodola a zděná brána. Tato lidová architektura lze snadno nalézt i v blízkých Radosticích.

Dvorec se v posledních letech proslavil zejména díky vybudování parku exotických zvířat se sídlem Dvorec 17, Borovany. Můžete zde vidět zblízka exotická zvířata v přírodním prostředí. Lze si prohlédnout zvířata jako je mandrila, pavián, antilopa, rozmanité druhy plazů, kočkovitých šelem, medvědů, tygrů a lvů. Celý park se neustále rozrůstá a při každé návštěvě je vždy vidět něco nového. Majitelem tohoto soukromého parku je pan Ambrož. V celém areálu je bezbariérový přístup pro tělesně postižené.

Otevírací doba:

Květen až srpen: 9:00 - 18:00 **Září až říjen:** 9:00 - 17:00

Vstupné:

Dospělí:	100 Kč
ZTP, ZTP/P, Děti 3 – 14 let:	60 Kč
Rodinné 2 děti + 2 dospělí:	260 Kč

Mimořádné slevy:

Pro MŠ a ZŠ v době školních výletů (od 1. 5. do 30. 6. 2010) mají žáci vstup za 40 Kč, pedagogický dozor zdarma.

Za průvodce (po dohodě) je příplatek 100 Kč.

4.4.1 Historie

Jak již název vsi napovídá, stával zde původně větší dvůr, v jehož okolí později vznikla osada. To se stalo pravděpodobně na přelomu 13. a 14. století. Dvůr souvisel s opevněnou tvrzí a byl sídlem šlechtického rodu. Prvním významným šlechticem je Licek ze Dvorce, jemuž v okolí patřilo několik dalších vesnic. V roce 1399 štědře obohatil borovanský kostel. Zdejší tvrz si udržela svou funkci až do 16. století, kdy postupně zpusťla. Nějakou dobu zde pobýval i Kryštof Kořenský, ale na počátku 17. století ji šlechta definitivně opustila. Roku 1692 koupilo Dvorec včetně Ostrolského Újezda město České Budějovice. V tomto období tady stálo jedenáct usedlostí a hospoda. Počátkem 20. století zde žilo okolo 230 stálých obyvatel, avšak jejich počet postupně klesal. Administrativní součástí Borovan se stal Dvorec roku 1975. (Kovář 2000 : 70)

4.5 Jílovice

Obec Jílovice se rozkládá na rozhraní třeboňské roviny a Novohradských hor 27 kilometrů jihovýchodně od Českých Budějovic na trase Trhové Sviny - Třeboň. Název je odvozen od jílovitého zemního podloží jež se na území obce nachází. Správní území obce tvoří **Jílovice, Kramolín, Lipnice, Kojákovice, Šalmanovice, a Vlachovice**. V Jílovicích se nachází i zastávka vlaku Jílovice - nádraží. Umožňuje překrásný pohled na Slepíčí a Novohradské hory. Průměrná nadmořská výška v obci je 420 metrů. Na západní straně je kopec Vysoká o výšce 1034 metrů a je nejvyšší horou novohradských hor. Dominantou území je rybník Veský (dříve nazýván velké Jitro) o rozloze 22 ha. Nechal ho postavit Štěpánek z Netolic za doby Viléma z Rožmberka. Asi nejvyhledávanější jsou Jílovice v létě a na podzim. Jsou totiž rájem houbařů. Z vrchu Porubí se nám naskýtá krásný pohled do třeboňské pánve na straně jedné a na Novohradské hory na straně druhé. Podle pověsti se zde Jan Žižka „porubal“ s křížáky.

Směrem od Nových Hradů je zde značená cyklistická stezka přes Šalmanovice, Jílovice, Kramolín, Kojákovice až do Třeboně.

Nejcennější památkou je **Kostel sv. Jakuba** z roku 1370 s obrazem sv. Jakuba na hlavním oltáři namalovaném v roce 1858 slavným malířem Františkem Čermákem. Pozůstatkem původní ranně gotické stavby je dodnes dochovaný jižní portál. V 15. století byl kostel upravován. Pochází z této doby vchod do sakristie. V roce 1695 byla přistavěna hranolová věž a poslední úpravou se v roce 1891 stalo prodloužení lodí. Kostelní loď je polostropá a presbytář uzavírá křížová klenba s šestilistou růží vytesanou na svorníku. Nejstarší součástí vnitřního vybavení je kazatelna z roku 1720, hlavní oltář od Františka Čermáka a několik soch jež ho zdobí. Obrazy na bočních oltářích sv. Anny a Panny Marie jsou dílem Eduarda Schillera z roku 1844. V kapli sv. Jana Nepomuckého stojí pseudobarokní oltář s novodobým obrazem světce a sochami svatých biskupů patřících do období kolem roku 1740. Kostel původně patřil k borovanské a později suchdolské farnosti a teprve roku 1786 byl povýšen na farní.

Bohoslužby:

Neděle 9:30

Každá lichá středa 16:30

V **Kojákovících** si lze prohlédnout hodnotný soubor lidových staveb z 19. století, mezi nimiž vyniká patří návesní kaple a kovárna. Zdejší pomník padlým vojínům vytvořil rodák, sochař a významný malíř Jan Kojan.

Lidová architektura je k vidění i v Kramolíně, Lipnici a Šalmanovicích. Lipnice se pyšní nově opravenou návesní kaplí Nejsvětější Trojice. Jméno osady Nepomuk, jež vznikla roku 1791 v prostorách staršího dvora, připomíná jméno majitele panství Jana Nepomuka Buquoye.

Sousední obec **Petříkov** je zajímavá především malebnou kapličkou a pomníkem padlým, kde nalezneme i jméno příslušníka 311. československé bombardovací perutě v Anglii. V lesích nedaleko Petříkova stojí kaple a několik dalších stavení jako pozůstatky tehdejší sklárny Jiříkovo Údolí. Tato sklárna byla založena roku 1772 a své jméno obdržela podle hraběte Jiřího Buquoye, který zde zavedl výrobu typického černého neprůhledného skla – hyalitu.

Několik minut cesty odsud začíná naučná stezka přírodní rezervací **Červené blato**, která se rozkládá na území o rozloze 331,4 hektarů. Od roku 1910 tady probíhala těžba rašeliny z rašeliniště. Předmětem ochrany jsou zde zejména přirozené porosty borovice blatky s podrostem rojovníku bahenního, vlochyně a další vzácné druhy. Trasa naučné stezky je vytvořena z chodníčků, které umožňují průchod velmi měkkým terénem. Zhruba uprostřed trasy je vybudována terasa s nádherným výhledem na rašelinné jezírko. Červené blato tak má své kouzlo v každém ročním období. Asi nejhezčí je však v červnu, kdy rozkvétá rojovník bahenní. Tento nepřilíš vysoký keřík Vás přivítá nádhernou silně omamnou vůní spojenou s bílým květem.

Jako pravidelné kulturní akce lze považovat pouť po sv. Jakubu a masopustní koledu. Jílovice jsou rodištěm akademického malíře Antonína Homolky. (Zdroj: <http://www.obecjilovice.cz> , 10.3.2011)

Jílovice v číslech k 30.11.2010

Kraj	Jihočeský
Okres	České Budějovice
Počet obyvatel	952
Průměrný věk	42,7
Rozloha katastru obce	4 434 ha
Nadmořská výška	494 m n. m.
Počet částí obce	8
První písemná zpráva	1366
Počet registrovaných subjektů	176
Z toho obchod	25
PSC	373 32
Míra nezaměstnanosti	8,1

Zdroj: ČSÚ

4.6 Ledenice

Ledenice jsou městysem, jež se nachází zhruba 12 kilometrů jihovýchodně od Českých Budějovic. Pod obec spadá několik osad. Jedná se o osady Růžov, Zaliny, Ohrazení, Zborov, Mysletín, Svatá Voršila a Ohrazeníčko. Ledenice jsou významné svou truhlářskou tradicí, proto zde sídlí i truhlářské učiliště, základní umělecká škola, výrobní družstvo Lednický nábytek a mnoho dalších soukromých truhlářů. Současným starostou obce je Mgr. Miroslav Franěk, jenž se zasloužil dne 9.10.2007 o převzetí dekretu, který ustanovil Ledenice městysem. Dominantou obce je farní **kostel sv. Vavřince**, který vznikl již před rokem 1300 a v blízkosti základní školy stojí pranyř z kamene pocházející z 2. poloviny 17. století.

Nedělní bohoslužby: 10:00

4.6.1 Charakteristika ledenických osad

Mysletín byl původně tvrzí a zámekm jihozápadně od Ledenic. První zmínky jsou dochovány z roku 1368. Dvůr byl bohužel zničen za doby porážky stavovského povstání v letech 1618 – 1620 a znovu vystavěn roku 1719. V současné době je zde provoz chovu koní, hovězího dobytka a skotu.

První zmínky o **Ohrazení** pochází z roku 1374. Je tedy osadou o něco mladší než Mysletín a patřilo pod České Budějovice. Od roku 1848 se Ohrazení stalo součástí obce Srubec a později Ledenic.

Ohrazeníčko vzniká roku 1486 pod názvem Německé Ohrazení. Uprostřed osady stojí za zmínku novodobá kaple a před ní pomník padlým v první světové válce.

Na spojnici mezi Ledenicemi a Borovany vzniká v letech 1792 – 1822 osada **Růžov**. Ta proslula jako rodiště významného jazykovědce, překladatele a profesora Univerzity Karlovy pana PhDr. Františka Oberpfalzera – Jílka, jež zemřel roku 1973 ve věku 83 let. Od roku 1972 však Růžov ustupuje těžební jámě společnosti Calofrig, která zde těží křemelinu.

V 17. století byl objeven léčivý minerální pramen ve **Svaté Voršile**. Vzniklo zde poutní místo a byly zřízeny malé lázně, vystavěna kaple a otevřena hospoda. Provoz lázniček se však udržel jen do 18. století, kaple později zanikla.

První písemná zmínka o **Zalinách** je z roku 1367. Roku 1611 však byla skoro celá vesnička vypálena Pasovským vojskem jako pomsta za zabití dvou vojáků sedláky ze Zalin. Dominantou obce je novogotická kaple sv. Václava z roku 1928. Náves je lemována usedlostmi ve stylu selského baroka.

Zborov byl kdysi dávno uváděn jako majetek zámožných měšťanů z Českých Budějovic. Na místě zpusťované tvrze z druhé poloviny 16. století byl vybudován roku 1720 hospodářský dvůr. Roku 1848 se spolu s dalšími osadami stal samostatnou obcí a roku 1908 byl připojen k Ledenicím. Ze stejného roku pochází i velmi zajímavá secesní kaple. (Zdroj: <http://www.ledenice.cz>, 10.3.2011)

4.6.2 Projekty v Ledenicích

V Ledenicích nově vznikl projekt komunitní školy, jehož cílem je podpora celoživotního vzdělávání a podpora komunitního života v obcích. Jedná se o vzdělávací program pro občany každého věku a vzdělání. Vzděláním tak napomáhá podporovat zaměstnanost a rozvoj osobnosti člověka. Kurzy si lidé sami volí pomocí ankety a její výsledky jsou zveřejněny v místním zpravodaji či na vylepených plakátech. Do otevřených kurzů se mohou účastníci přihlásit v měsíci červnu a to telefonicky nebo e-mailem. Tento projekt je dotován Evropskou Unií a Místní akční skupinou Sdružení Růže, a tím se podařilo docílit daleko nižších cen kurzů než v okolních městech a obcích. Momentálně je možné se přihlásit do kurzů Angličtiny a Němčiny, probíhající ve skupinách pro začátečníky i pokročilé. Cena kurzu je 25 Kč za vyučovací hodinu. Kurz probíhá jednou týdně každý čtvrtek odpoledne po dobu 90 minut a učební materiály jsou v ceně.

O aktuálním dění v obci lze získat pomocí SMSINFO servisu. Jedná se o textové zprávy do mobilních telefonů. Zasílány jsou zprávy o provozu místních služeb, o konání nejrůznějších akcí sportovního či kulturního typu. Ke službě se lze přihlásit pomocí sms na příslušném telefonním čísle. Veškeré přijímání i odesílání zpráv je zcela zdarma.

4.6.3 Kulturní dědictví

Za významnou pamětihodnost z doby okolo roku 1300 lze považovat především výše zmíněný farní **kostel svatého Vavřince**. Jako farní je veden od roku 1359. Jedná se o jednolodní ranně gotickou stavbu s pravoúhle zakončeným presbytářem. V 16. století vznikla kamenná křtitelnice s rožmberským erbem. Kostelní věž pak propůjčuje Ledenicím typickou siluetu. Byla přistavěna v barokním slohu roku 1782. Všechny tři oltáře pocházejí z poloviny 18. století, stejně jako rokoková kazatelna.

Duchovní odkaz zde zanechalo i dílo neznámého mistra z počátku 16. století Oplakávání Krista z Ledenic. Tato dřevěná plastika je součástí sbírek Alšovy jihočeské galerie v Hluboké nad Vltavou. U lednické školy můžeme nalézt kamenný pranýř z druhé poloviny 17. století.

Ledenice jsou také rodištěm profesora Josefa Stejskala, významného dramaturga a šéfa činohry Jihočeského divadla. Do divadelního souboru vsadil koncepci a velmi přispěl k jeho popularnosti. Za 2. světové války však vedl divadlo v exilu, kde byl zatčen a popraven gestapem. Dalším významným rodákem je bezpochyby páter František Jan Kroihera. Stal se za první republiky politikem a senátorem za lidovou stranu. Velice se zasloužil o rozvoj obce a je zakladatelem místní kapele. Uznání dosáhl i jako spisovatel a národohospodář. (Zdroj: [http://www.ledenice.cz](http://www ledenice.cz), 10.3.2011)

Ledenice v číslech k 30.11.2010

Kraj	Jihočeský
Okres	České Budějovice
Počet obyvatel	2 318
Průměrný věk	39,8
Rozloha katastru obce	3 456 ha
Nadmořská výška	515 m n. m.
Počet částí obce	6
První písemná zpráva	1291
Počet registrovaných subjektů	473
Z toho obchod	105
PSČ	373 11
Míra nezaměstnanosti	5,8

Zdroj: ČSÚ

4.7 Mladošovice

Obec Mladošovice se nachází devět kilometrů jihozápadně od Třeboně. Je členem Sdružení Růže, což je zájmové sdružení obcí a právnických osob.

Koncem roku 2010 byla dokončena oprava **kostela sv. Bartoloměje** a přilehlého kostelního areálu. Při opravě fasády byla objevena unikátní renesanční výzdoba připomínající výzdobu zámků ale u kostelů je velmi ojedinělá. V 2. polovině 16. století byl jedním z nejmodernějších kostelů ve střední Evropě. Za tuto fasádu vděčí Rožmberkům, jež přivedli v 16. století do Třeboně italské mistry. Tento původně gotický kostel potřeboval opravu a tak jej vyzdobili. Památkáři rozhodli o uvedení do stavu z roku 1576. O zdejším kostele se také traduje pověst. Při rozhodování kde má kostel stát, aby všichni farníci měli do něj blízko bylo rozhodnuto, že má stát na vršku v lese Dříčově směrem ke Kojákovcím. Začalo tedy svázení kamene na stavbu. Jednou do rána však kámen zmizel a objevil se v Mladošovicích uprostřed návsi. Lidé uznali, že to byl zázrak, či vůle boží a tak se stavba přesunula do Mladošovic. Při zdejším kostele byl roku 1891 zřízen nový hřbitov. Nedělní bohoslužby: 10:45

Další významnou památkou v Mladošovicích je **socha sv. Ambrože**, která stojí před budovou obecního úřadu. Tato socha pochází z dílny sochaře a restaurátora Tomáše Franty. Byl obci věnován místním spolkem včelařů. Sv. Ambrož nebyl nikdy pokřtěn ale pro jeho dobrosrdečnost zvolen milánským biskupem. Jeho hlavní atributy jsou metla a úl. Je patronem včelařů.

4.7.1 Relaxace v Mladošovicích

V obci je možnost objednávky masáží Shiatsu, kosmetické Shiatsu či reflexní terapie. Jedná se o tradiční japonskou masáž pro usměrnění a harmonizaci životní energie. V překladu znamená Shiatsu „tlak prstů“. Je vhodná při potížích pohybového aparátu, uvolňuje svalové napětí, zlepšuje krevní oběh a působí na vnitřní orgány. Provádí se přes pohodlné oblečení a trvá přibližně 1,5 hodiny za asistence vonných bylinek. Tyto masáže je možno objednat na telefonu 728 403 744 u Petry Dvořákové. (Zdroj: <http://www.mladosovice.cz>, 10.3.2011)

Mladošovice v číslech k 30.11.2010

Kraj	Jihočeský
Okres	České Budějovice
Počet obyvatel	290
Průměrný věk	41,4
Rozloha katastru obce	1 752 ha
Nadmořská výška	476 m n. m.
Počet částí obce	3
První písemná zpráva	1369
Počet registrovaných subjektů	71
Z toho obchod	7
PSČ	373 11
Míra nezaměstnanosti	11,9

Zdroj: ČSÚ

4.8 Trhové Sviny

4.8.1 Historie

V polovině 13. století vzniká na obchodní cestě z Vitorazska do Čech osada s hradem. Byla nazvána pravděpodobně Svinice. V roce 1260 patřila Ojířovi ze Svin z rodu Vítkovců. Po něm ji získal Vok z Třeboně a později si jeho dědictví rozdělili synové Jaroslav, Sezema a Ojíř. Ojíř vstoupil do kláštera v Sezimově Ústí a svou část hradu Svin mu odkázal. Tento majetek později klášter prodal Vilémovi z Landštejna v roce 1327. Ten podíly ostatních bratrů odkoupil a celé Sviny tak soustředil ve vlastních rukou. Roku 1356 Vilém zemřel a zanechal své statky synům, od nichž pak přešly Rožmberkům, kteří je připojili k panství Novohradskému.

V době husitství měl hrad významnou strategickou roli, protože v roce 1420 byl dobit a obsazen Janem Žižkou z Trocnova. Po válkách byl hrad v tak zuboženém stavu, že ho Oldřich z Rožmberka ponechal svému osudu. V roce 1480 byl téměř zbořen a posloužil jako zdroj levného stavebního materiálu. Z pevného hradu na místě dnešního Kozinova náměstí nezbyl nejmenší viditelný pozůstatek. Na základy lze narazit pouze při výkopových pracích.

30. listopadu 1437 byla vydána listina jež dávala Svinům právo odúmrtí. Díky tomu mohli obyvatelé městečka komukoli odkázat majetek. V 15. století se Svinům podařilo získat další výsadu jako je pořádání trhů dvakrát ročně, či mílové právo a právo vařit pivo. Od září 1482 se městečko nazývá Trhové Sviny. Následně dochází k rozvoji řemeslných cechů. Velký význam hrají soukeníci, obuvníci, či známá výroba knoflíků. Obchod se orientoval na Horní a Dolní Rakousko a Trhové Sviny pak představovaly významné obchodní centrum pro celé okolí. Další rozvoj však ustal jakmile se místní obyvatelé vzepřeli stavbě železnice.

V roce 1549 zasáhl Trhové Sviny ničivý požár a shořelo na 131 domů. Později bylo při stavovském povstání vydrancováno. Roku 1828 bylo opět vypáleno. Díky těmto katastrofám se nezachoval prakticky žádný z původních obytných domů.

Významným rodákem ze Svinů je bývalý protektorátní prezident Emil Hácha, malíř Ferdinand Stašek či profesori PhDr. Rudolf Holinka a MUDr. Rudolf Hrubeš.

V současnosti zde sídlí základní škola, osmileté gymnázium, dvě odborné učiliště, výrobce zdravotnického materiálu Gama, nástrojárna Greiner a dvě dřevozpracující firmy. (Zdroj: Sdružení obcí : 17)

4.8.2 Pamětihodnosti Trhových Svinů

Kostel nanebevzetí Panny Marie

Kostel pochází z konce 13. století, jehož dochované části napovídají o jeho využití jako obranné stavby. Ve druhé polovině 15. století byl přestavěn. Tuto pozdně gotickou přestavbu připomíná kamenná deska s vytesaným znakem městečka a nápisem. Dnes je však nahrazena kopií. V roce 1510 byl sklenut presbytář žebrovou klenbou hvězdového vzorce. Nachází se zde trojlodí završené síťovou klenbou. Křestní kaple a věž pochází z roku 1520 a její bání musela být po požáru v roce 1850 vyměněna. Vnitřnímu zařízení dominuje barokní oltář z doby kolem roku 1730 se sochami světců a Trhosvinenské Madony z roku 1520. Za zmínku stojí i boční oltáře sv. Jana Nepomuckého, sv. Josefa, sv. Vendelína a sv. Linharta z 18. století. Dále pak barokní oltář v kapli sv. Barbory ve věži, kazatelna z doby rokoka s bohatými figurálními reliéfy. Je dobré upozornit i na tesané náhrobní kameny šlechticů z okolí zazděné ve stěně s emporou. Kostel patří k nejcennějším památkám pozdní jihočeské gotiky. Kostel se pyšní vysokou sedlovou střechou s původními dřevěnými krovky. V místě dnešního kamenného kříže u kostela dříve stávala kaple sv. Jana Křtitele z níž se však díky rozsáhlému požáru v minulosti nic nedochovalo. (Zdroj: Sdružení obcí : 19)

Nedělní bohoslužby: 9:00

Radnice

O existenci radnice jsou zmínky již od 16. století. Dnešní stavba však pochází z doby pozdější a to z roku 1845 a je mistrným dílem Martina Čoučery z Kaplice. Stojí mezi měšťanskými domy s kompaktně dochovaným podloubím po celé jižní straně náměstí. Z původní radnice pochází kamenná obruba malovaného znaku na štítě budovy a gotické sklepení. Štít radnice je doplněn o novodobé sochy králů Jiřího z Poděbrad a Vladislava Jagelonského. Uprostřed náměstí se nachází šestiúhelníková kašna z roku 1864.

Úřední hodiny:

Pondělí 8.00 – 11.00 a 12.00 -17.00

Středa 8.00 – 11.00 a 12.00 – 17.00

Pátek 8.00 – 11.00

Socha sv. Jana Nepomuckého

Barokní sloup, jež byl vztyčen na objednávku zdejších měšťanů je dílem významného českobudějovického kameníka Zachariáše Horna a umělce Josefa Dietricha. Tento sloup pochází z roku 1722 a je na místě kde původně stávala socha sv. Barbory. Po svatořečení Nepomuckého došlo k prohození obou plastik, což vedlo ke kompoziční nevyváženosti celého sloupu. Typickým prvkem trhosvinenské krajiny jsou kamenné válcovité milníky, které označují směr a vzdálenost k nejbližším městům.

Kostel Nejsvětější Trojice

Jedná se patrně o nejpůsobivější památku Trhových Svinů a nejbližšího okolí. Tento poutní barokní kostel se nachází necelé dva kilometry od městečka. Je prokazatelné, že již v 16. století stála v těchto místech kaple, jež byla cílem mnoha poutníků. V letech 1708 – 1710 byly získány prostředky ze sbírky, na jejímž základě byl kostel postaven. Bohužel však není znám autor projektu. Jeho dispozice je založena

na centrální půdorysu a přizpůsobena zasvěcení Svaté Trojici – stavba se může pochlubit třemi oltáři, trojicí štítů a věžiček, trojúhelníkovými okny a šestibokým ambitem s třemi věžicemi. V roce 1709 byla vytvořena nástropní freska Nejsvětější Trojice českobudějovickým malířem Bonanellem. Nedělní bohoslužby: 9:00

V sousedství kostela lze nalézt budovu někdejší lázní, které provozovala do sklonku 19. století trhosvinenská obec. V trojboké kapli je ukryt pramen vody, jemuž byla připisována léčivá moc zejména proti očním neduhům.

4.8.3 Okolí Trhových Svinů

V nedaleké osadě **Rejta** lze kromě kaple Nanebevzetí Páně z roku 1896 nalézt i bývalý železný hamr využívaný v dnešní době k rekreačním účelům. Nedaleký pomník u silnice do Nových Hradů připomíná deset rukojmí popravených oddílem SS 5. května 1945.

Západně od **Hrádku** se zachovaly drobné zbytky tvrze ze 14. století zničené za husitských válek. Nedaleko odtud lze nalézt skupinu kamenů, považovanou některými badateli za slovanské kultovní město.

Samostatným sídlem bývaly ve 14. století **Čížkrajíce**. Tato tvrz před rokem 1650 zpusťla a byla přestavěna na dva domy. Mimořádnou pozůstalostí této obce jsou zbytky hradeb, protože celá ves měla v minulosti opevnění jako Žumberk.

Za zmínku ještě stojí smírčí kříž v **Otěvěku**, předválečný bunkr nevelké osady **Veselka** při silnici do Českých Budějovic s rekonstruovaným původním vybavením, lidová architektura ve vsi **Kondrač** a návesní kaple v obci **Kamenná**. Lesy pod kamenskou horou ukrývají zchátralou kapličku, která je prohlášena za poutní místo díky léčivému prameni vody. (Zdroj: Sdružení obcí : 20 - 21)

Trhové Sviny v číslech k 30.11.2010

Kraj	Jihočeský
Okres	České Budějovice
Počet obyvatel	4 498
Průměrný věk	39,8
Rozloha katastru obce	5 280 ha
Nadmořská výška	458 m.n.m.
Počet částí obce	14
První písemná zpráva	1260
Počet registrovaných subjektů	1088
Z toho obchod	220
PSČ	374 01
Míra nezaměstnanosti	6,1

Zdroj: ČSÚ

4.9 Olešnice

4.9.1 Historie

Olešnice bývala v minulosti samostatným statkem s tvrzí, kterou drželi ve 14. a 15. století Koňatové z Olešnice, později Zikmund Kabar z Mirošovic a po roce 1499 Krajířové z Krajku. Roku 1623 koupilo Olešnici město České Budějovice. O pět let později ji však prodalo Bernardovi ze Straten. Po roce 1680 padla do rukou Buquoyům a v roce 1727 podruhé v historii městu České Budějovice, kde zůstala až do poloviny 19. století. Tehdy se Olešnice stává samostatnou obcí.

4.9.2 Pamětihodnosti Olešnice

Zámek

Jedná se o šlechtické sídlo uprostřed obce, jež mělo původně charakter tvrze, z níž se dochoval pouze kamenný portál z období pozdní gotiky. V průběhu 16. století

došlo k jeho přestavbě na nevelký, ale velmi pěkný renesanční zámek k němuž patřil pivovar. Po zániku jeho rezidenční funkce sloužila budova od konce 18. století jako škola. Ta byla založena roku 1787. Svědkem tehdejšího reprezentativní vzhledu jsou nyní zazděné arkády na nádvoří a zbytky sgrafitové výzdoby.

Otevírací doba: červenec- srpen

Čtvrtek 10.00-15.00 hod.

Pátek 10.00-15.00 hod.

Sobota 10.00-15.00 hod.

Vstupné: zdarma.

Kostel sv. Václava

Objekt tehdejšího pivovaru byl v letech 1786 – 1787 přestavěn na kostel sv. Václava. Patřil k trhosvinenské faře a po roce 1857 došlo k jeho povýšení na farní. Pro kostel je dominantní hranolová věž na východní straně. Její původ datujeme do 19. století. Vnitřní zařízení je zejména tvořeno hlavním oltářem a bočním oltářem Panny Marie, pocházející z roku 1800, stejně jako kazatelna. Nejstarším oltářem je v kostele oltář sv. Šebestiána nacházející se v nástavci se sousoším Nejsvětější Trojice.

Návštěvníky obce zaujme i pomník padlým vojínům od Karla Dvořáka z roku 1920, kašna, několik lidových staveb a v neposlední řadě kaple z roku 1815. (Zdroj: Sdružení obcí : 45)

Nedělní bohoslužby: Sobota 18:00 (platí na **duben až říjen)**

Úterý 18:00 Modlitba růžence

Čtvrtek 18:00 Modlitby matek

Sobota 18:00 Mše svatá s nedělní platností

Olešnice v číslech k 30.11.2010

Kraj	Jihočeský
Okres	České Budějovice
Počet obyvatel	781
Průměrný věk	40,9
Rozloha katastru obce	2 354 ha
Nadmořská výška	502 m.n.m.
Počet částí obce	3
První písemná zpráva	1186
Počet registrovaných subjektů	158
Z toho obchod	35
PSC	373 31
Míra nezaměstnanosti	11

Zdroj: ČSÚ

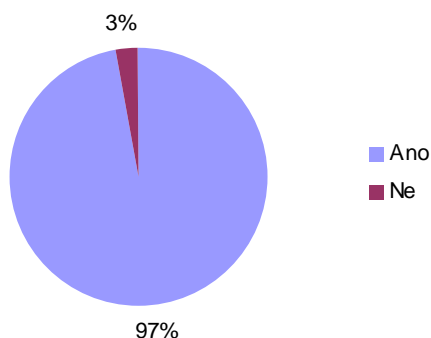
5 TERÉNNÍ ŠETŘENÍ

5.1 Příprava a realizace terénního šetření

Terénní šetření bylo provedeno na základě metody dotazování. Důvodem jeho užití byla dobrá vypovídací schopnost a především nízké náklady na sběr a vyhodnocení získaných dat. V první fázi byl sestaven dotazník čítající 16 většinou polytomických otázek, kde první čtyři byly zaměřeny všeobecně na zájem o dovolenou a sloužily tak k filtraci respondentů, jež na dovolenou nejezdí. Tyto dotazníky pak byly vyřazeny z dalšího hodnocení a vyznačeny jako skupina v grafickém zpracování. Další část se týkala otázek ohledně dané oblasti a poslední byla zaměřena na identifikační údaje respondentů. Dalším krokem bylo ověření, zda je dotazník vhodný. Celou akci jsem provedl formou pilotáže, ve které byl dotazník otestován na vzorku dvaceti respondentů a poupraven na základě jejich připomínek. Po úspěšně provedeném pilotním šetření jsem realizoval dotazníkové šetření na vzorku 200 osob.

5.2 Vyhodnocení terénního šetření

Graf 1: Jezdíte na dovolenou?



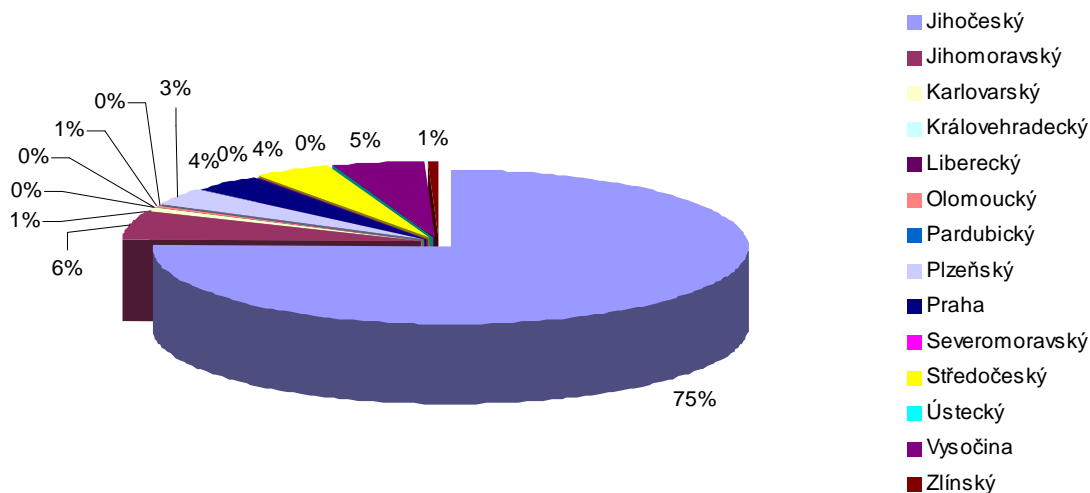
Zdroj: vlastní zpracování

Z 200 respondentů se mi podařilo získat odpovědi na své otázky od 146 osob, z nichž 25 muselo být vyřazeno z konečného hodnocení vlivem filtračních otázek. Na první otázku „Jezdíte na dovolenou?“ odpovědělo 142 respondentů že ano a zbývajících 4, že ne, což je názorně vidět na grafu 1.

Mezi dotazovanými osobami bylo 55% mužů a 45% procent žen, jež je patrné z grafu 14 v příloze.

Nejvíce osob pochází z Jihočeského kraje a to celkem 110 osob. Druhým nejčastějším návštěvníkem oblasti je člověk žijící v Jihomoravském kraji, dále pak na Vysočině a kraji Středočeském. Další rozdělení je dobře vidět z grafu 2. Pro lepší názornost jsou hodnoty uvedeny v procentech.

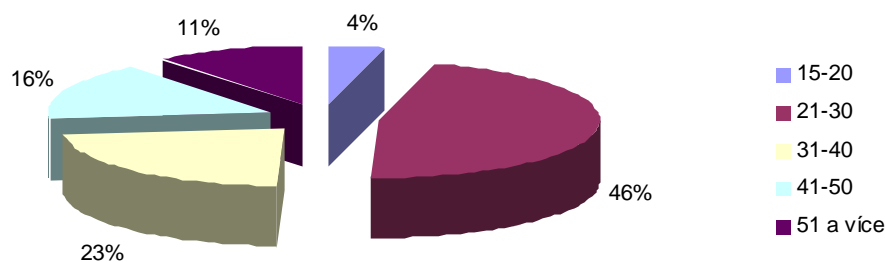
Graf 2: Kraj z něhož přijíždíte



Zdroj: vlastní zpracování

Dotazovaní respondenti nejraději cestují v měsících červnu až srpnu. Dalším velmi oblíbeným obdobím jsou měsíce březen až květen, stejně jako září až říjen. Nejméně pak jezdí na dovolenou v listopadu až únoru, což je zřejmé z grafu 15 v příloze.

Graf 3: Věk

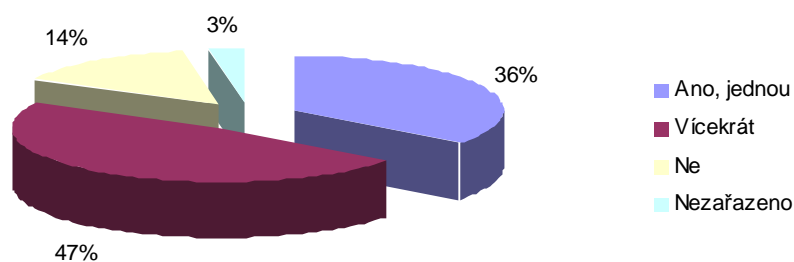


Zdroj: vlastní zpracování

Výzkumu se zúčastnilo 146 respondentů v různých věkových kategoriích, které můžeme dobře vidět na grafu 3 výše. Nejvíce osob bylo ve věku 21 – 30 let. Nejméně

pak 15 – 20. Tato věková hranice byla zvolena z důvodu, že osoby mladší dvaceti let, jsou v dnešní době velmi často závislé na finanční podpoře rodičů a došlo by tak ke zkreslení údajů o výši útraty v oblasti (uvedli by více než skutečně utratí, protože platbu většinou provádí jejich rodič). Údaje o výši útraty v oblasti vidíme na grafu 12 v příloze.

Graf 4: Navštívili jste tuto lokalitu?

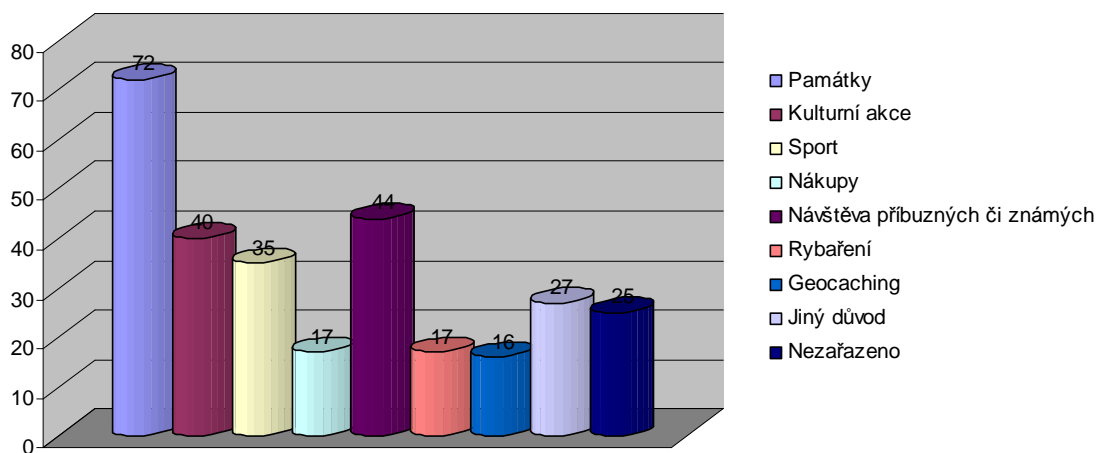


Zdroj: vlastní zpracování

Oblast Borovanska navštívila většina respondentů jednou či vícekrát. Celých 14% zde nebylo vůbec a ve skupině nezařazených jsou osoby, které na dovolenou nejedí. Popisovaná situace je dobře patrná z grafu 4 nad textem.

Na otázku „Z jakého důvodu jste tuto lokalitu navštívili?“ mi ochotně podalo své svědectví 121 respondentů. Jako nejčastější důvod uvedli návštěvu památek, přátel či známých a v neposlední řadě účast na kulturních akcích či sportu. Počty odpovědí na tuto otázku vidíme z grafu 5 níže.

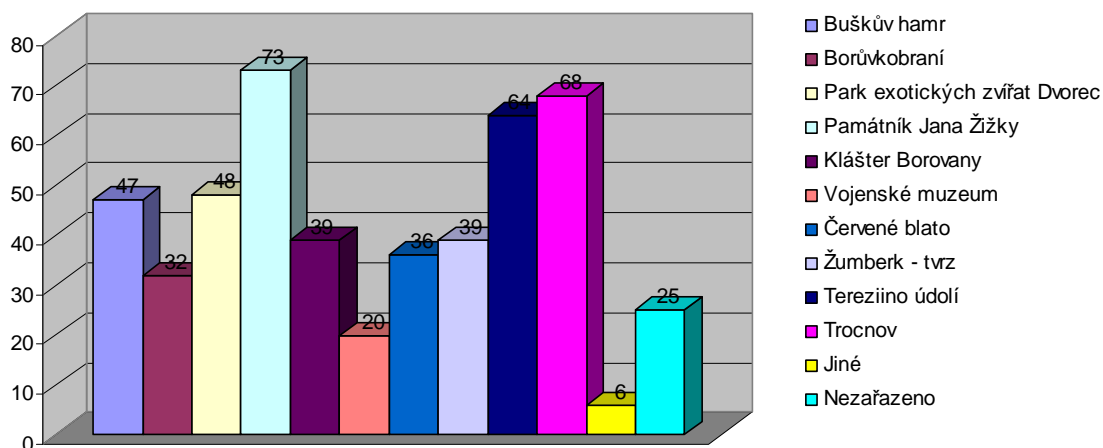
Graf 5: Z jakého důvodu jste tuto lokalitu navštívili?



Zdroj: vlastní zpracování

V otázkách jejichž vyhodnocení vyplývá z grafů 5 a 6 bylo možno označit více než jednu odpověď, proto je celkový součet odpovědí podstatně vyšší než je počet dotázaných. Nejvíce lidí navštívilo Památník Jana Žižky, Trocnov, Tereziino údolí, Park exotických zvířat v obci Dvorec a Buškův hamr viz. graf 6.

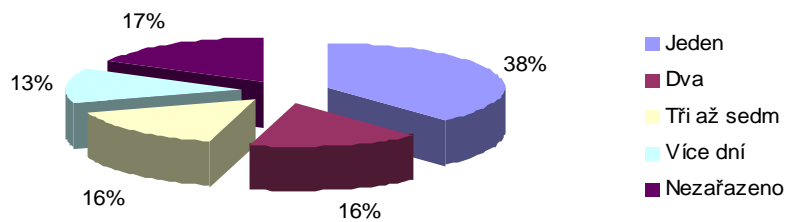
Graf 6: Navštívil jsem



Zdroj: vlastní zpracování

Respondenti zde strávili zpravidla jeden den. Poměrně častou odpovědí však bylo dní více. K nezařazeným opět patří osoby, jež oblast nenavštívili nebo na dovolenou vůbec nejezdí a těch bylo 25 jež tvoří 17% ze všech dotázaných viz. graf 7.

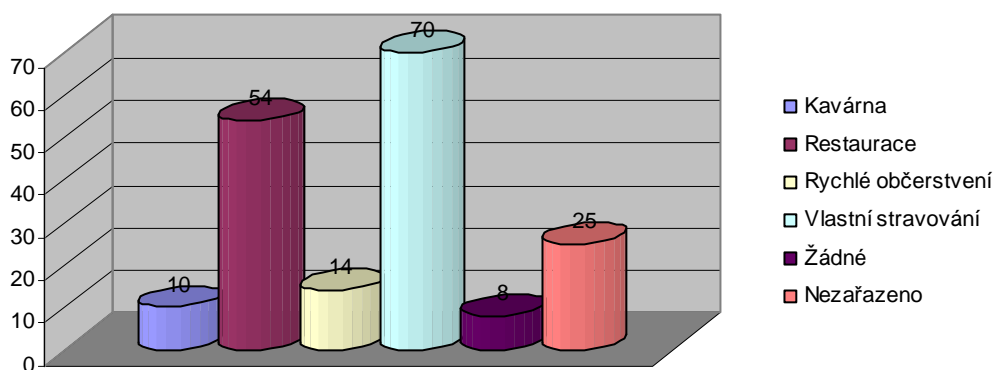
Graf 7: Kolik dní jste zde strávili?



Zdroj: vlastní zpracování

Respondenti se stravovali především vlastním způsobem či jídlem v restauraci. Ostatní formy stravování lze považovat za zanedbatelné vzhledem k celku. Mezi dotázanými jsou i osoby jež využili několik možností stravování během svého pobytu, proto součtem hodnot není očekávané číslo 121, ale číslo vyšší.

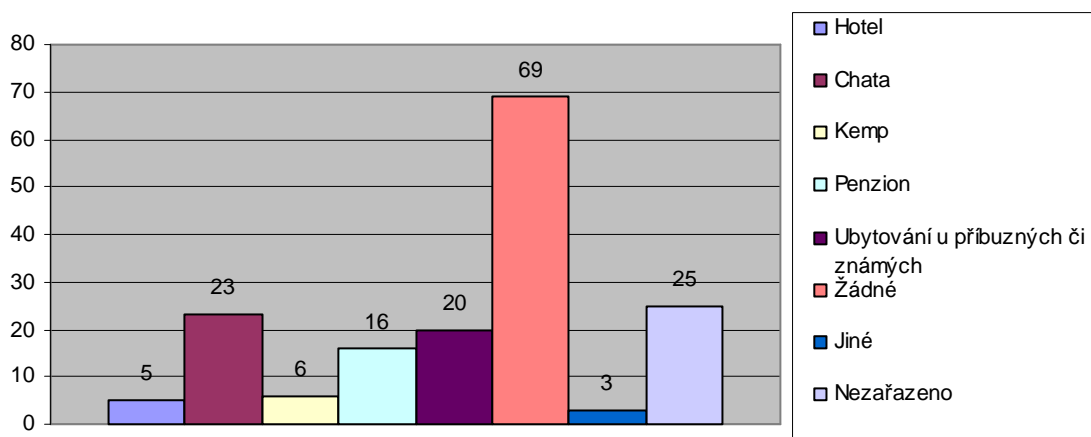
Graf 8: Jaké možnosti stravování jste využili?



Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu 9 vyplývá, že 69 osob nevyužilo žádné ubytování v rámci času stráveného ve vybrané lokalitě. Je to pravděpodobně z důvodu, že necelých 40% osob zde strávilo pouze jeden den. V oblasti je poměrně dobrá možnost chataření a tato forma ubytování zaujala druhé místo.

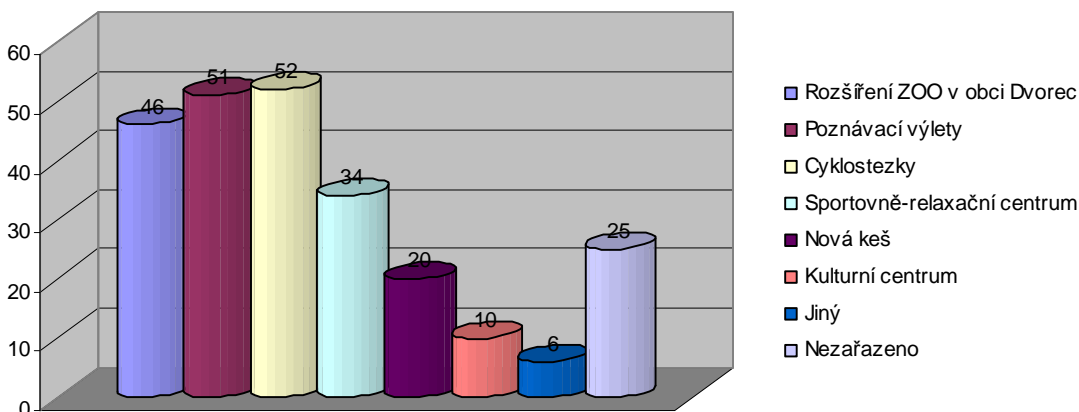
Graf 9: Jaké ubytovací zařízení jste využili během svého pobytu?



Zdroj: vlastní zpracování

Na otázku „Co by Vás motivovalo k návštěvě oblasti?“ odpovědělo přes 50 osob, že poznávací výlety a cyklostezky. V těsném závěsu se 46 odpověďmi se umístilo rozšíření ZOO ve Dvorci. Poměrně dost odpovědí získala i možnost vyžití v sportovně-relaxačním centru. Viz. graf 11.

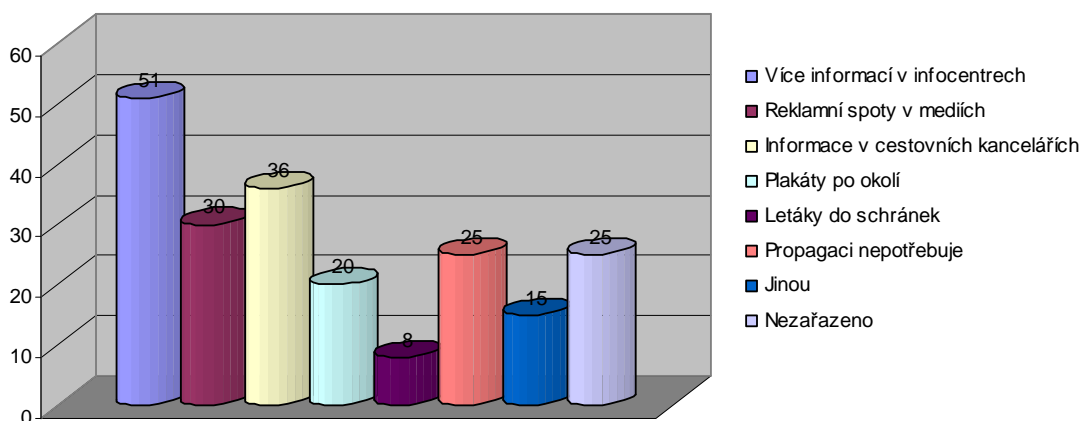
Graf 11: Co by Vás motivovalo k návštěvě oblasti?



Zdroj: vlastní zpracování

K většímu zviditelnění by pak napomohlo dle mínění respondentů více informací v informačních centrech či cestovních kancelářích. Naopak nejméně osob pak bylo pro variantu letáků do schránek.

Graf 10: Co by podle Vás napomohlo k většímu zviditelnění lokality?



Zdroj: vlastní zpracování

Při výběru dovolené návštěvníky nejvíce ovlivňuje atraktivita místa a cena. Jako nejčastější dopravní prostředek uvádí automobil a to celých 56% osob. Podrobněji je situace vyobrazena na grafech 13 a 16 z přílohy.

5.3 Vyřešení hypotéz

a) Hypotéza „Pro oblast Borovan, Ledenic a Trocnova není nutná propagace.“ byla vyvrácena. Nejvíce osob si na základě šetření myslí, že by bylo dobré poskytovat o oblasti více informací v informačních centrech a cestovních kancelářích.

b) Hypotéza „Návštěvníci se v oblasti nejčastěji stravují formou rychlého občerstvení.“ byla také vyvrácena na základě získaných informací. Návštěvníci se totiž v oblasti nejvíce stravují formou vlastní, nebo využívají služeb restauračních zařízení.

- c) Hypotéza „Hlavním důvodem návštěvy lokality je sportovní vyžití.“ byla opět vyvrácena. Hlavní důvod pro návštěvu oblasti jsou památky.
- d) Hypotéza „Nejvíce návštěvníků oblasti navštívilo Památník Jana Žižky.“ byla potvrzena.

5.4 Profil návštěvníka Borovan, Ledenic a okolí

Na základě informací zjištěných během dotazníkové šetření byl sestaven profil návštěvníka Borovan, Ledenic a okolí. Jedná se o muže z Jihočeského kraje ve věku 21 až 30 let, pro kterého jsou důležitá doporučení známých a cena při výběru své dovolené. Nejčastěji cestuje v červnu až srpnu, ale nebrání se ani jarnímu či podzimnímu období. Pro cestu na dovolenou upřednostňuje automobil.

Oblast navštívil vícekrát za cílem poznávání pamětihodností. Mezi nejčastější střed zájmu patřil Památník Jana Žižky z Trocnova, účast na společenské akci či návštěva ZOO. Stravoval se vlastním stravováním a v oblasti nepřenocoval. Vždy přijížděl pouze za určitým cílem, kterého dosáhl v rámci jednoho dne. Je ochoten zde utratit přibližně 200 – 400 Kč.

Návštěvník se domnívá, že by bylo vhodné Borovansko podpořit větším objemem informací v informačních centrech a cestovních kancelářích. K návštěvě by ho motivovalo větší množství poznávacích výletů, cyklostezek či rozšíření ZOO v Dvorci, jež neustále roste na popularitě.

6 NÁVRH INOVACE NABÍDKY, PRODUKTOVÝ BALÍČEK

6.1 Návrh inovace nabídky

Na základě poznatků zjištěných v průběhu terénního šetření a výsledků plynoucích z dotazníkového průzkumu bylo zjištěno, že současná nabídka postrádá dostatečné množství poznávacích výletů a cyklostezek. Návštěvníci by zcela jistě přivítali i existenci sportovně – relaxačního centra. Toto centrum by bylo vytvořeno po pravé straně od Krčínovy ulice v Borovanech nedaleko Žižkova náměstí, jež tvoří centrum veškerého dění. Jedná se o pole patřící zemědělskému družstvu, které by bylo ochotno tuto plochu odprodat soukromému investorovi.

Sportovně relaxační centrum by svým zákazníkům nabízelo možnost sportovního vyžití, jako je sálový fotbal, tenis, squash. K dispozici by bylo i denní a večerní cvičení pro muže a ženy, posilovna, spinning, výuka bojových sportů a zumba. Odpočinek po náročném sportovním výkonu návštěvníkům poskytne solná jeskyně, solárium, odborné masáže, sauna či plavecký bazén. Na závěr bude k dispozici i možnost oběda či večeře v místní restauraci.

Problematika peněžních prostředků bude zajištěna jak soukromým investorem, tak i Sdružením Růže, které v oblasti už několik let působí. Investor je osobou dlouhodobě působící na poli podnikání v oblasti multifunkčních center, a proto pro něj nebude obtížné získat dlouhodobý úvěr, z něhož bude část projektu financována. Další prostředky tato osoba získá z Regionálního operačního programu Jihozápad, ze kterého lze podporovat i rozvoj cestovního ruchu – zejména sportovní a wellness zařízení.

Toto sportovně relaxační centrum bude prezentováno v médiích, především v rádiu, regionální televizi, na webových stránkách. Letáky budou k dispozici i v informačních centrech po celé České republice a podrobnější brožurky pak v informačním centru České Budějovice, Borovany, Trhové Sviny, Třeboň a Hluboká nad Vltavou. Informace budou dostupné i na webových stránkách měst a obcí v oblasti.

Nabídka bude doplněna i o novou cyklostezku spojenou s poznáváním památek Borovan, Ledenic, Trocnova a okolí. Ta bude popsána v rámci představení

produktového balíčku v další kapitole. Na umístění sportovně - relaxačního centra se lze podívat na obrázku číslo 3 níže.

Obrázek 1 – Lokalizace sportovně – relaxačního centra v Borovanech



Zdroj: www. mapy.cz + vlastní zpracování

6.2 Produktový balíček

Na základě zjištěných informací z terénního šetření byl vytvořen produkt s názvem „**Na kole za poznáním Borovanska**“. Tento produktový balíček zahrnuje cyklostezku doplněnou o poznávání pamětihodností Borovanska. Jedná se o poměrně náročný výlet primárně určený pro mladší generaci ve věku 20 až 30 let, ale samozřejmě nijak neomezuje účast starších osob. Balíček bude k dispozici v nabídce informačních center, webových stránek měst a obcí v oblasti a cestovních kancelářích.

6.2.1 Produkt

Produkt se skládá ze 2 možných okruhů cyklotrasy. Start všech cyklostezek je v Borovanech, kde se účastníci shromáždí pravidelně o víkendech a svátcích v 8.00 hodin před budovou informačního centra na náměstí v Borovanech. V období prázdnin denně mimo pondělí ve stejnou dobu. Zde si účastníky převezmou 2 vyškolení a fyzicky zdatní průvodci, kteří je budou provázet po celý den po památkách a vést peloton cyklostezkami. Na samém začátku dojde k domluvě, kteří z účastníků chtějí jet celý okruh a kteří se spokojí pouze s částečným, jež zahrnuje pouze poznávání Borovan, Ledenic a Památníku Jana Žižky. Od toho se bude i odvíjet cena balíčku.

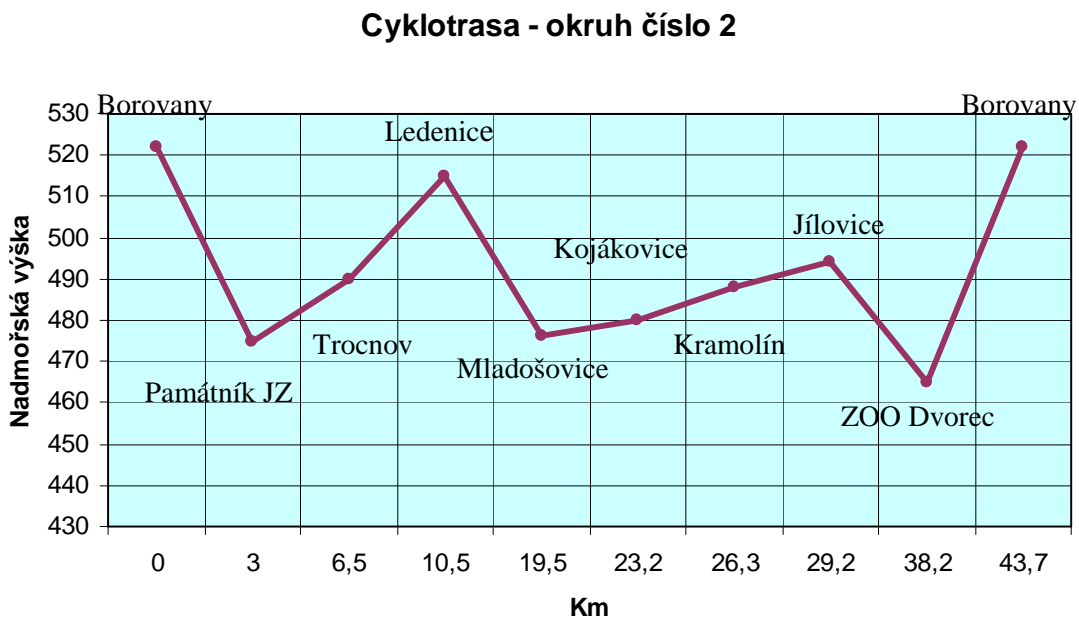
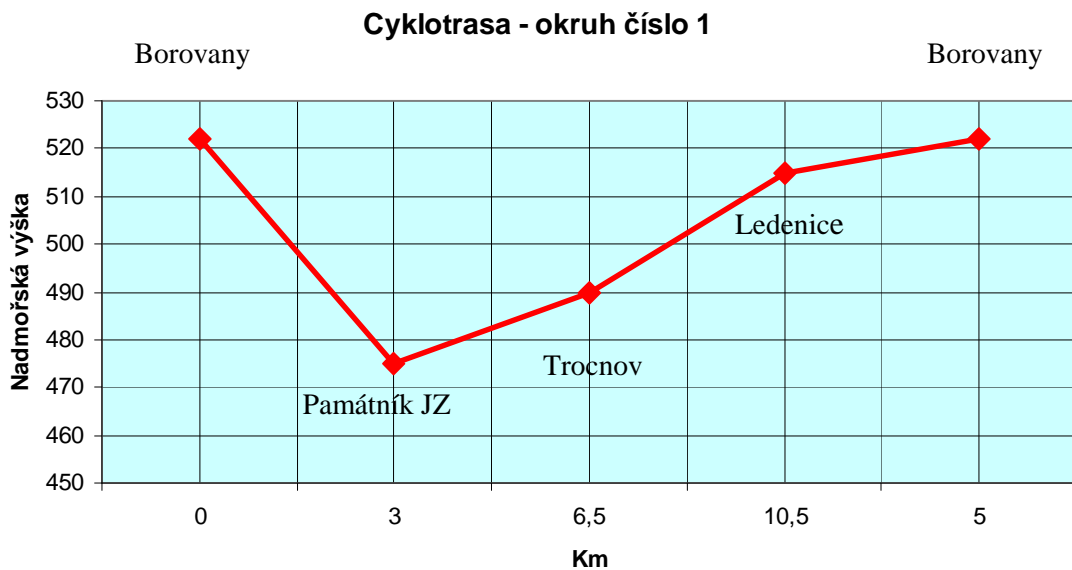
Okruh číslo 1 tedy začíná v Borovanech návštěvou **barokní radnice**, poté se návštěvníci přesunou na prohlídku **zámku**, který je nedávno otevřený po rekonstrukci. Prohlédnou si **konvent kláštera, klášterní muzeum, zámeckou zahradu a kostel Navštívení Panny Marie**. Poté se uskuteční přesun na kolech po trase dlouhé přibližně 3 km směrem k **Památníku Jana Žižky**. Zde bude uskutečněn výklad historie tohoto místa, prohlídka dochovaných dvorců, památníku a balvanu stojícího v místě, kde se Jan Žižka narodil. K dispozici bude i možnost **občerstvení v místním zařízení** a cesta pokračuje dále po málo frekventované cestě do Trocnova, kam dorazí přibližně po 3,5 km. V Trocnově si prohlédneme **kapli sv. Jana Nepomuckého** a další malebné chaloupky vesničky. Odtud nás čeká 4 km dlouhá trasa do Ledenic. V Ledenicích bude přichystán **oběd v místní restauraci** pro zájemce. Zejména se bude jednat o účastníky, kteří budou pokračovat v odpoledním dlouhém okruhu. Před samotným obědem

proběhne prohlídka Ledenic a to **radnice**, farního **kostela svatého Vavřince**, **muzea vojenských a válečných vozidel** a **kamenného pranýře**. Po prohlídkách se celý peloton rozdělí, kde skupinka mající zájem pouze o první část pojedje po trase dlouhé 5 km do Borovan, kde se rozloučí. Celková ujetá vzdálenost je tedy 15,5 km a je vhodná jak pro ženy s dětmi, tak starší občany.

Skupinka číslo 2 pak poobědvá v Ledenicích a přibližně v jednu hodinu odpoledne se rozjede na 9 km dlouhou trasu do Mladošovic přes obce Růžov, Vrcov a Petrovice. V Mladošovicích účastníci navštíví **kostel sv. Bartoloměje** a prohlédnou si **sochu sv. Ambrože**. Dále pak cesta pokračuje po trase dlouhé 3,7 km do Kojákovice spojená s návštěvou **venkovského muzea**. Po prohlídce se všichni odeberou směrem na Jílovice přes obec Kramolín. Ujedou tak další kus trasy o délce 6 km. V Jílovicích si prohlédnou **kostel sv. Jakuba** a pokochají rozhledem do širokého okolí na Navohradské a Slepíčí hory. Cestou v Kramolíně si odpočinou pohledem na lidovou architekturu obce. Z Jílovic pak podniknou trasu dlouhou 9 km do **parku exotických zvířat u obce Dvorec**. Prohlídka parku trvá přibližně hodinu a je možné si během ní odpočinout občerstvením v areálu. Přibližně v 6 hodin večer se všichni odeberou na závěrečný úsek cesty dlouhý 5,5 km zpět do Borovan, před jehož koncem navštíví i starý **bunkr válečného opevnění**. V samém závěru je možná pro zájemce **ochutnávka výborných pohárů v Hotelu Alf v Borovanech** za příznivé ceny připravené speciálně pro náš balíček jako odměna po náročné cestě.

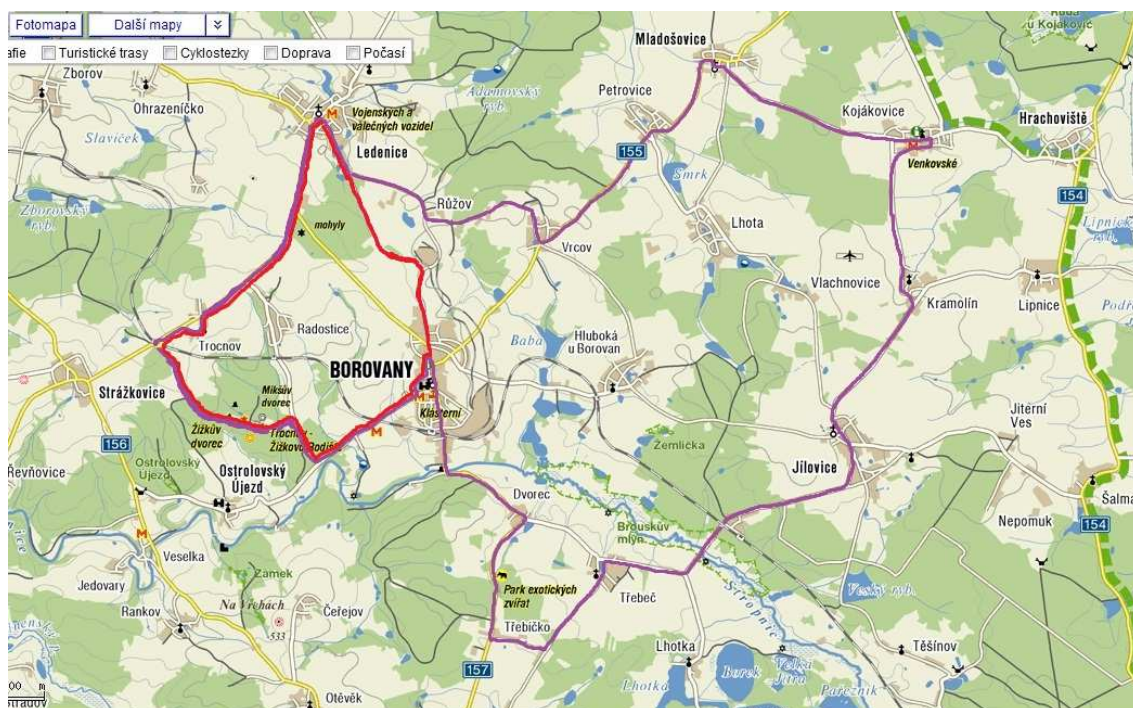
Pro přehlednost celého produktu byla vytvořena mapka cyklotras. Červenou čarou je v mapě označen okruh číslo 1 a fialovou barvou pak okruh číslo 2. Celková délka fialového okruhu činí 43,7 km, a proto je vhodná spíše pro mladší či fyzicky zdatnější návštěvníky. Nadmořské převýšení jednotlivých tras v závislosti na kilometrové vzdálenosti od startu byla zachycena ve dvou grafech níže.

Obrázek 2 - Převýšení úseků číslo 1 a 2



Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 3 – Mapa cyklotrasy



Zdroj: www.mapy.cz + vlastní zpracování

6.2.2 Cena

Celkovou cenu produktu tvoří dílčí ceny vstupů a jednotlivých atrakcí. V ceně je zahrnuta i odměna pro průvodce, který je placen v rámci infocentra Borovany. Platba je uskutečněna předem, v budově informačního centra. Fakultativní stravu jako jsou různá občerstvení či oběd si účastník hradí zvlášť, případně využije stravy vlastní, aby nedošlo k omezení některého z nich. Uvedené ceny jsou v Kč včetně ziskové přírůžky ve výši 7 %.

Typy vstupného

Základní vstupné: všichni návštěvníci mimo vyjmenované výjimky níže.

Snížené vstupné: studenti, senioři, držitelé průkazu ZTP.

Dětské vstupné: děti od 6 do 15 let.

Rodinné vstupné: rodiče a jedno až dvě děti do 15 let.

Tabulka 3: Kalkulace pro balíček číslo 1

Okruh číslo 1	Ceny jednotlivých typů vstupného			
<i>Atraktivita</i>	<i>Základní</i>	<i>Snížené</i>	<i>Dětské</i>	<i>Rodinné</i>
Radnice Borovany	10	10	10	30
Zámek včetně muzea + klášter Borovany	50	30	25	110
Památník Jana Žižky + muzeum	40	20	20	100
Kostel sv. Vavřince	10	10	10	30
Radnice Ledenice	10	10	10	30
Muzeum válečných vozidel	50	30	25	120
Cena bez DPH	170	110	100	420
<i>DPH 10 %</i>	<i>17</i>	<i>11</i>	<i>10</i>	<i>42</i>
Cena celkem	187	121	110	462

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 4: Kalkulace pro balíček číslo 2

Okruh číslo 2	Ceny jednotlivých typů vstupného			
<i>Atraktivita</i>	<i>Základní</i>	<i>Snížené</i>	<i>Dětské</i>	<i>Rodinné</i>
Radnice Borovany	10	10	10	30
Zámek včetně muzea + klášter Borovany	50	30	25	110
Památník Jana Žižky + muzeum	40	20	20	100
Kostel sv. Vavřince	10	10	10	30
Radnice Ledenice	10	10	10	30
Muzeum válečných vozidel	50	30	25	120
Kostel sv. Bartoloměje	10	10	10	30
Venkovské muzeum Kojákovice		<i>Dobrovolné</i>		
Kostel sv. Jakuba	15	15	15	40
Park exotických zvířat Dvorec	110	65	65	270
Pohár v Hotelu Alf	35	30	30	80
Cena bez DPH	340	230	220	840
<i>DPH 10 %</i>	<i>34</i>	<i>23</i>	<i>22</i>	<i>84</i>
Cena celkem	374	253	242	924

Zdroj: vlastní zpracování

6.2.3 Místo

Vzhledem k tomu, že produkt „Na kole za poznáním Borovanska“ je regionálního charakteru, bude proto nabízen v cestovních kancelářích na

Českobudějovicku. Dále pak bude tvořit položku v nabídce informačního centra České Budějovice, Hluboká nad Vltavou, Třeboň, Borovany a Trhové Sviny.

6.2.4 Propagace

O propagaci produktového balíčku se postarají místní informační centra, webové stránky měst a obcí, či informační plakáty vylepené na místech k tomu určených. Je zde i možnost spolupráce se Sdružením Růže a agenturou CzechTourism.

7 ZÁVĚR

V diplomové práci s názvem „Podpora cestovního ruchu na Českobudějovicku“ bylo na základě terénního šetření zjištěno několik nedostatků především v oblasti nízkého množství informací o lokalitě. Dalším problémem je neochota lidí přenocovat zde v nějakém z ubytovacích zařízení. Oblast navštěvují spíše lidé z Jihočeského kraje, z čehož plyne i poměrně nízké procento přenocování osob. Řešením této problematiky by podle mého názoru byla větší propagace v celonárodním měřítku.

Byla navržena inovace nabídky ve formě výstavby sportovně relaxačního centra v Borovanech, které by mohlo v budoucnosti zajistit větší přitažlivost nejen pro okolní obyvatelstvo, ale i občany z celé České republiky, případně i ze zahraničí.

Se zacílením na osoby z Jihočeského kraje byl vytvořen produktový balíček „Na kole za poznáním Borovanska“, který je zaměřen na několik věkových kategorií. V rámci těchto kategorií byly vytvořeny dvě cyklostezky s cílem poznávání okolních kulturních a přírodních pamětihodností v kombinaci se sportovním vyžitím, jež považovali respondenti za hlavní motivy návštěvy oblasti. Do produktu byla zakomponována i návštěva Památníku Jana Žižky z Trocnova, který patří bezesporu mezi hlavní turistické cíle této lokality. Jako zpestření druhého (delšího) okruhu cyklostezky byla zařazena návštěva ZOO Dvorec, jež se stává dominantou oblasti na poli poznávání krás exotických zvířat. Je cílem návštěv lidí z celé České republiky a představuje potenciál v přilákání stále většího množství osob.

Cena balíčku se liší dle typu vstupného a délky zvolené trasy. V prvním okruhu začíná na 110 Kč a končí na 462 Kč pro rodinu. Druhý okruh se pohybuje od 242 Kč do 924 Kč za rodinné vstupné. Výsledná cena odpovídá množství peněžních prostředků, jaké jsou respondenti ochotni v oblasti utratit.

Na některých místech se lidé setkávají s problémy nedostatečného dopravního značení, špatnou kvalitou komunikací, služeb či poškozováním památek vandaly. Tyto nedostatky by bylo možné zmírnit na základě větší spolupráce se Sdružením Růže či agenturou CzechTourism. Oblasti by pomohla i větší propagace na webových stránkách měst a obcí, místních informačních centrech či agentury CzechTourism.

8 SUMMARY

In this thesis, entitled "Promotion of tourism in Ceske Budejovice" was based on a field investigation found several flaws in the lack of information about the area. Another problem is the unwillingness of people to spend the night here in some accommodation. The area is visited by people from the South region, which results in a relatively low percentage of overnight persons. In my opinion, the solution of this problem is more promotion on a national scale.

It was designed the new form of innovation like sports and relaxation center in Borovany, which could provide more attractivities not only for the surrounding population, but also for citizens from the whole Czech Republic or abroad in the future.

With emphasis on the people of the South Region was created the product package "On a bicycle to explore Borovansko" which is aimed at several age categories. Within these categories have been created two bicycle paths to learn surrounding cultural and natural attractions combined with sport activities, that respondents considered as the main motives for the visit. The product has also included a visit to the Memorial of Jan Žižka, which is undoubtedly one of the major sights in this area. As the diversification of the other (longer) range of cycling was included the visitation of the ZOO Dvorec, which becomes dominant on the field of exploration of beauties of exotic animals. It is the aim of the visit of people from the Czech Republic and has the potential to attract a growing number of people.

The package price varies by type of admission and length of the selected route. The first round starts at CZK 110 and ends at CZK 462 for the family. The second area ranges from 242 CZK to 924 CZK per family ticket. The final price is equivalent to the amount of money, what respondents are willing to spend in the area.

In some places are people faced with problems of lack of road markings, poor quality of communications services and the deterioration of monuments by vandals. These shortcomings could be mitigated by increased cooperation with the Association of Roses or the agency CzechTourism. It would also help a better promotion by the websites of towns and villages, local information centers, and the agency CzechTourism.

9 POUŽITÁ LITERATURA

1. DOLEŽALOVÁ, J.: *Tajemné stezky - Jižní Čechy*. Praha : Regia. 2003. 205 s. ISBN 80-86367-33-9.
2. FORET, M.; FORETOVÁ, V.: *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha : Grada Publishing a.s. 2001. 178 s. ISBN80-247-0207-X
3. HESKOVÁ, M. a kol.: *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna. 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948.
4. HORNER, S.; SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : Grada Publishing a.s. 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
5. HRABÁNKOVÁ, M.; HÁJEK, T.: *Management cestovního ruchu*. České Budějovice : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. 2002. 82 s. ISBN 80-7040-580-5.
6. JIRÁČEK, J.: *Jižní Čechy : přírodní oblasti*. Ledenice : Sdružené lesy Ledenice a Borovany. 2010. 213 s. ISBN 978-80-254-7164-7.
7. KIRÁL'OVÁ, A.: *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha : Ekopress. 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
8. KOTLER, P.; ARMSTRONG, G.: *Marketing*. Praha : Grada publishing a.s. 2004. 855 s. ISBN 80-247-0513-3.
9. KOTLER, P.; DIPAK, C. J.; MAESINCEE, S.: *Marketing v pohybu : nový přístup k zisku, růstu a obnově*. Praha : Management Press. 2007. 171 s. ISBN 978-80-7261-161-4.
10. KOVÁŘ, D.: *Borovany*. České budějovice : Okresní úřad. 2000. 94 s. ISBN 80-238-5511-5.
11. MALÁ, V.: *Cestovní ruch : (vybrané kapitoly)*. Praha : Vysoká škola ekonomická. 1999. 83 s. ISBN80-7079-443-7.
12. MALÁ, V. a kol.: *Základy cestovního ruchu*. Praha : Oeconomica. 2002. 98 s. ISBN 80-245-0439-1.
13. MORRISON, M.: *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha : Victoria publishing a.s. 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2.

14. ORIEŠKA, J.: *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha : Idea servis. 1999. 244 s.
ISBN 80-85970-27-9
15. PALATKOVÁ, M.: *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu : jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha : Grada. 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.
16. POLÁČEK, J.: *Slovanské mohyly v prostoru Ledenice - Borovany*. České Budějovice : ONV. 1981. 76 s., 29 s. obr. příl.
17. SDRUŽENÍ OBCÍ: *Kraj trojí tváře*. České Budějovice : Okresní úřad. 1998. 50 s.

9.1 Internetové zdroje

1. *Borovany* [online]. 2011 [cit. 2011-03-10]. Dostupné z WWW:
<<http://www.borovany-cb.cz/>>.
2. *Český statistický úřad* [online]. 2011 [cit. 2011-03-10]. Dostupné z WWW:
<<http://www.czso.cz>>.
3. *Český statistický úřad* [online]. 2011 [cit. 2011-03-10]. Statistický průvodce obcemi Jihočeského kraje 2010. Dostupné z WWW:
<<http://www.cbudejovice.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/krajp/311312-10-xc>>.
4. *Jižní Čechy a Šumava* [online]. 2011 [cit. 2011-03-10]. Trocnov. Dostupné z WWW:
<<http://www.jiznicechy.org/cz/index.php?path=ost/trocnov.htm>>.
5. *Mapy* [online]. 2011 [cit. 2011-03-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.mapy.cz>>.
6. *Městys Ledenice* [online]. 2011 [cit. 2011-03-10]. Dostupné z WWW:
<<http://www ledenice.cz/>>.
7. *Obec Jílovice* [online]. 2011 [cit. 2011-03-10]. Dostupné z WWW:
<<http://www.obecjilovice.cz> >.
8. *Obec Mladošovice* [online]. 2011 [cit. 2011-03-10]. Dostupné z WWW:
<<http://www.mladosovice.cz>>.
9. *Památník Jana Žižky* [online]. 2011 [cit. 2011-03-10]. Dostupné z WWW:
<<http://www.pamatnikjz.cz>>.
10. *Pamětihodnosti* [online]. 2011 [cit. 2011-03-10]. Trocnov. Dostupné z WWW:
<http://www.pametihodnosti.cz/pamatka/599/trocnov_pamatnik.html/cz/index.php?path=ost/trocnov.htm>.
11. *Sdružení Růže* [online]. 2011 [cit. 2011-03-10]. Dostupné z WWW:
<<http://www.sdruzeniruhe.cz>>.
12. *ZOO Dvorec* [online]. 2011 [cit. 2011-03-10]. Dostupné z WWW:
<<http://www.zoodvorec.cz>>.

9.2 Ostatní zdroje

1. Interní materiály informačního centra Borovan

10 PŘÍLOHY

10.1 Seznam příloh

Dotazník cestovního ruchu

Graf 12: Kolik Kč utratíte za osobu?

Graf 13: Při výběru dovolené mě nejvíce ovlivní?

Graf 14: Pohlaví

Graf 15: V jakém období nejraději cestujete?

Graf 16: Jaký dopravní prostředek upřednostňujete?

Obrázek 4: Zámek Borovany – pohled od Hotelu Alf

Obrázek 5: Zámek Borovany – pohled z nádvoří

Obrázek 6: Oltář v kostele v Borovanech

Obrázek 7: Večer u rybníka Lhotka

Obrázek 8: Lama v ZOO Dvorec

Dotazník cestovního ruchu

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

Všeobecný okruh otázek týkající se Vaší dovolené (pouze jedna odpověď):

1) Jezdíte na dovolenou? Pokud ne, přejděte na otázku č.14

- Ano
- Ne

2) V jakém období nejraději cestujete?

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

3) Při výběru dovolené mě nejvíce ovlivní?

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

4) Jaký dopravní prostředek upřednostňujete?

- Automobil
- Autobus
- Kolo
- Vlák
- Jiný

Otázky týkající se Borovan, Trocnova, Ledenic a okolí (lze označit i více možností):

5) Navštívil(a) jste někdy tuto lokalitu? Pokud ne, přejděte k otázce č.14

- Ano, jednou
- Vícekrát
- Ne

6) Z jakého důvodu jste tuto lokalitu navštívili?

- Památky
- Kulturní akce
- Sport
- Nákupy
- Návštěva příbuzných či známých
- Rybaření
- Geocaching
- Jiný důvod

7) Navštívil jsem:

- Buškův hamr
- Borůvkobraní
- Park exotických zvířat Dvorec
- Památník Jana Žižky
- Klášter Borovany
- Vojenské muzeum
- Červené blato
- Žumberk – tvrz
- Tereziino údolí
- Trocnov
- Jiné.....

8) Kolik dní jste zde strávili?

- Jeden
- Dva
- Tři až sedm
- Více dní

9) Jaké možnosti stravování jste v lokalitě využili ?

- Kavárna
- Restaurace
- Rychlé občerstvení
- Vlastní stravování

- Žádné
- Jiné

10) Jaké ubytovací zařízení jste využili během svého pobytu ?

- Hotel
- Chata
- Kemp
- Penzion
- Ubytování u příbuzných či známých
- Žádné
- Jiné

11) Potřebovala by lokalita nějak zviditelnit? Pokud Ano, tak jakým způsobem?

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

12) Co by Vás motivovalo k návštěvě oblasti?

- Rozšíření ZOO v obci Dvorec
- Poznávací výlety
- Cyklostezky
- Sportovně-relaxační centrum
- Nová cache (keš)
- Kulturní centrum
- Jiný

13) Kolik Kč zde utratíte za 1 den za osobu?

- 0 - 200
- 201 - 400
- 401 – 600
- 601 – 1000
- 1001 – 1500
- Více jak 1500

Identifikační otázky (jedna možná odpověď):

14) Pohlaví

- Muž
- Žena

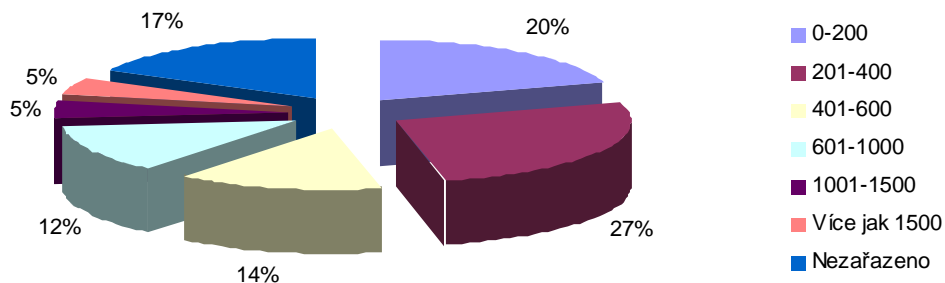
15) Věk

- 15 - 20
- 21 - 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- 51 a více

16) Kraj z něhož přijíždíte

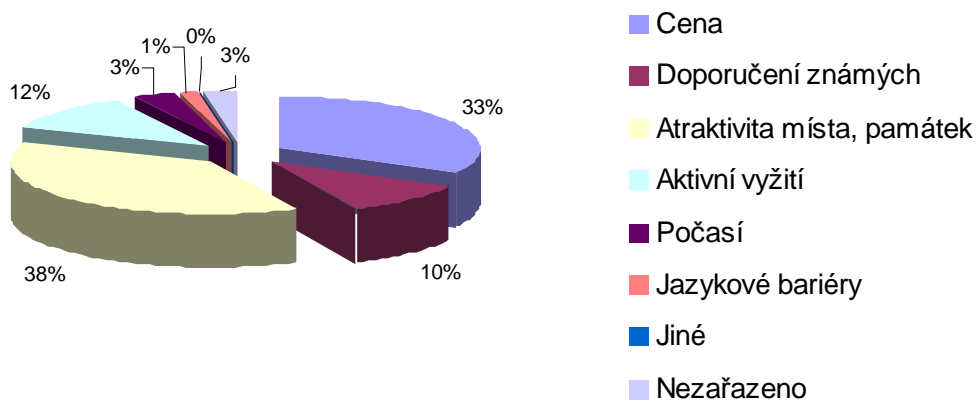
- Jihočeský
- Jihomoravský
- Karlovarský
- Královehradecký
- Liberecký
- Olomoucký
- Pardubický
- Plzeňský
- Praha
- Severomoravský
- Středočeský
- Ústecký
- Vysočina
- Zlínský

Graf 12: Kolik Kč utratíte za 1 den za osobu?



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 13: Při výběru dovolené mě nejvíce ovlivní?



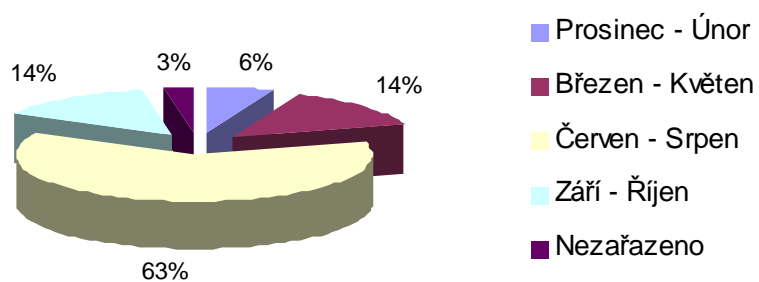
Zdroj: vlastní zpracování

Graf 14: Pohlaví



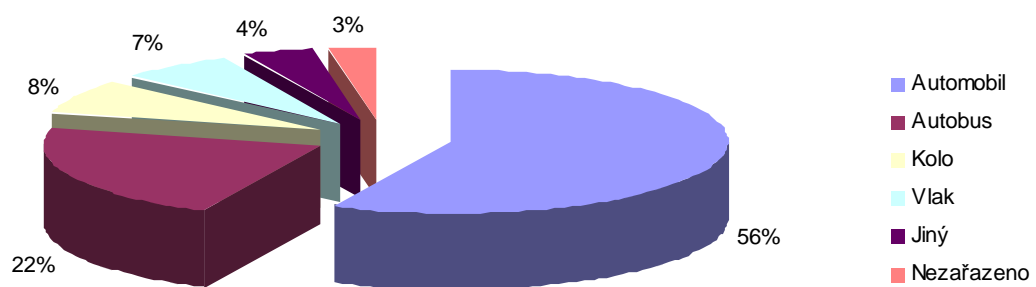
Zdroj: vlastní zpracování

Graf 15: V jakém období nejraději cestujete?



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 16: Jaký dopravní prostředek upřednostňujete?



Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 4: Zámek Borovany – pohled od Hotelu Alf



Zdroj: vlastní foto

Obrázek 5: Zámek Borovany – pohled z nádvoří



Zdroj: vlastní foto

Obrázek 6: Oltář v kostele v Borovanech



Zdroj: vlastní foto

Obrázek 7: Večer u rybníka Lhotka



Zdroj: vlastní foto

Obrázek 8: Lama v ZOO Dvorec



Zdroj: vlastní foto