

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Inovace produktu cestovního ruchu pro žáky škol na Strakonicku

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Vladimír Dvořák

Autor:

Lenka Štěpánková

2012

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lenka ŠTĚPÁNKOVÁ**
Osobní číslo: **E09291**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Inovace produktu cestovního ruchu pro žáky škol na Strakonicku**
Zadávající 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:

Na základě analýz a terénního šetření mezi žáky zjistit preference pro organizaci školních výletů. Navrhnout produkt CR pro žáky základních a středních škol, který by splňoval požadavky na trávení volného času a zároveň by sloužil jako vzdělávací akce.

Metodický postup:

1. Studium problematiky vhodného řízení volného času mládeže
2. Průzkum mezi žáky základních a středních škol
3. Vyhodnocení výsledků průzkumu
4. Návrh produktu pro žáky základních škol
5. Návrh produktu pro studenty středních škol

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury.

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

Seznam odborné literatury:

- Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B.** *Tourism: Principles, Practices, Philosophies.* Hoboken: Wiley, 2009.
Hájek, B. a kol. *Pedagogické ovlivňování volného času.* 1. vydání. Praha: Portál, 2009.
Hesková, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy.* 1. vydání. Praha: Fortuna, 2006.
Hofbauer, B. *Děti, mládež a volný čas.* 1. vydání. Praha: Portál, 2004.
Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času.* Praha: Grada Publishing, 2003.
Strakonice vlastivědný sborník díl 1: kapitoly z historie. 1. vydání. Strakonice: Město Strakonice, 2002.


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

Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2011**

Termín odevzdání bakalářské práce: **16. dubna 2012**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUĎEJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studená 13 (26)
370 05 České Budějovice


Ing. Kamil Pícha, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 3. března 2011

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Inovace produktu cestovního ruchu pro žáky škol na Strakonicku“ vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

Ve Strakonících dne 15. 4. 2012

.....
Lenka Štěpánková

Poděkování

Touto cestou bych chtěla poděkovat panu Mgr. Vladimíru Dvořákovi za vedení mé bakalářské práce, jeho odbornou pomoc a cenné rady. Rovněž chci poděkovat ředitelům základních a středních škol na Strakonicku a jejich pověřeným zástupcům za jejich ochotu a spolupráci.

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Literární rešerše	3
2.1	Cestovní ruch	3
2.1.1	Cestovní ruch jako odvětví.....	3
2.1.2	Domácí cestovní ruch.....	4
2.1.3	Cestovní ruch dětí a mládeže z hlediska forem cestovního ruchu	4
2.1.4	Cestovní ruch dětí a mládeže - charakteristika.....	5
2.1.5	Cestovní ruch dětí a mládeže z hlediska perspektivy.....	5
2.2	Produkt cestovního ruchu.....	5
2.2.1	Definice produktu a osm „P“	6
2.2.2	Produkt cestovního ruchu.....	6
2.2.3	Inovace produktu cestovního ruchu	7
2.2.4	Školní výlet.....	8
2.3	Účastník cestovního ruchu	8
2.3.1	Motivace účastníka cestovního ruchu	9
2.3.2	Děti a mládež.....	10
2.3.3	Střední školní věk.....	11
2.3.4	Starší školní věk	11

2.4	Atraktivita v cestovním ruchu.....	12
2.4.1	Kulturní atraktivita	12
2.4.2	Přírodní atraktivita.....	13
2.5	Volný čas.....	13
2.5.1	Jak trávit volný čas s dětmi	14
2.5.2	Výchova mimo vyučování.....	15
2.5.3	Pedagogika volného času a jeho zhodnocování	16
2.5.4	Učení ve volném čase.....	17
2.5.5	Animace.....	18
3	Cíl práce, metodika a hypotézy.....	19
3.1	Cíl práce	19
3.2	Metodika práce.....	19
3.2.1	Analytická část	19
3.2.2	Syntetická část.....	19
3.2.3	Aplikační část	20
3.3	Hypotézy	20
4	Situační analýza Strakonicka	21
4.1	Přírodní atraktivita	21
4.2	Kulturní atraktivita.....	21
4.3	Strakonice.....	22

4.3.1	Kulturní akce	23
4.4	Využití pro cestovní ruch žáků a studentů	24
5	Terénní šetření na základních školách	25
5.1	Shrnutí výsledků.....	33
5.2	Diskuse.....	33
6	Návrh produktu pro žáky druhého stupně základních škol.....	35
6.1	Postup při vytváření programu školou	35
6.2	Možnosti vybraného regionu.....	35
6.3	Návrh produktu	39
6.3.1	Program	39
6.3.2	Informační minimum o navštívených atraktivitách.....	40
6.3.3	Doprava	43
6.3.4	Ubytování	43
6.3.5	Cena.....	44
7	Terénní šetření na středních školách.....	46
7.1	Shrnutí výsledků.....	54
7.2	Diskuse.....	55
8	Návrh produktu pro studenty středních škol.....	56
8.1	Postup při vytváření programu školou	56
8.2	Možnosti vybraného regionu.....	56

8.3	Návrh produktu	58
8.3.1	Program	59
8.3.2	Informační minimum o navštívených atraktivitách.....	59
8.3.3	Doprava	61
8.3.4	Ubytování	61
8.3.5	Cena.....	62
9	Závěr	63
10	Summary	66
11	Seznamy.....	67
12	Přílohy	

1 Úvod

Téma práce věnující se problematice cestovního ruchu žáků druhého stupně základních a studentů středních škol by mělo poukázat na to, jakým způsobem jsou organizovány školní výlety, které by měly sloužit ke vzdělávání dětí a mládeže mimo školní budovy a jak lze tyto akce vhodně inovovat.

Tato práce poskytne přehled o tom, jak takové akce vypadaly až doposud ve školách na Strakonicku a bude se zabývat jejich vhodností pro výše určené věkové kategorie. Je totiž nesmírně důležité brát při plánování takovýchto aktivit ohledy nejen na věk účastníků, popřípadě fyzickou zátěž, ale i na okolnosti s tím související, jako je psychika každého jedince v onom věku, a tomu přizpůsobit vzdělávací stránku věci. Je nutné si uvědomit, že ač je každý z nás osobností, v případě takových akcí, jako jsou školní výlety, musíme klást důraz na kolektiv. Pak se ovšem naskytá otázka, jak přizpůsobit takovou akci kolektivu, jenž je tvořen řadou jedinců, jak k nim přistupovat. S plánováním takové akce nesmíme zapomenout ani na osobnost pedagoga.

Úkolem práce je vytvořit takový produkt, který bude nejen vhodným z psychologické stránky jeho účastníků, důraz je také nutno klást na finanční dostupnost takového projektu. Školní výlet je společenskou akcí, kde se učíme trávit čas v kolektivu, akcí, která spoluvytváří charakter každého z nás, akcí, z níž si odnášíme cosi do budoucna, a bylo by tudíž na škodu, kdyby se kdokoliv nemohl takové akce zúčastnit právě z finančních důvodů.

Školní výlet je rovněž nutno brát z hlediska ekonomie jako přínos financí do navštíveného regionu, a to většinou mimo hlavní turistickou sezónu, kdy tak početná skupina návštěvníků znamená bezesporu důležitý přínos financí do místního rozpočtu. Proto zde platí heslo „Čím více účastníků školního výletu navštíví daný region, tím lépe!“.

Je důležité podporovat v dětech a mládeži chuť cestovat, protože to nejen obohatí jejich ducha, ale jedná se o účastníky, o nichž se předpokládá, že se na daná

místa v budoucnu vrátí, a že budou chtít poznávat místa další. Roste v nich nový potenciál pro cestovní ruch jako odvětví, které s každým účastníkem posiluje na svém ekonomickém významu.

2 Literární rešerše

2.1 Cestovní ruch

Pokud máme definovat **cestovní ruch**, pak si musíme uvědomit, že přístupy k tomuto termínu se mohou různit, ačkoliv v jádru vyjadřují totéž. Například Horner a Swarbrook (2003, str. 53) definují cestovní ruch jako přesun lidí na jiná místa, než na místa jejich pobytu, a to na krátkou dobu, za účelem pro ně příjemných činností.

Goelder a Ritchie (2009, str. 4) mluví o tom, že **cestovní ruch** tvoří lidé, kteří navštěvují konkrétní místa za účelem prohlížení památek, návštěvy přátel a rodičů, braní si dovolené, a aby se měli dobře.

Goeldner a Ritchie (2009, str. 7) uvádí definici UNWTO (United Nations World Tourism Organization), která hovoří o **cestovním ruchu** takto: „*Cestovní ruch zahrnuje činnosti lidí cestujících do a pobývajících na místech mimo jejich obvyklé prostředí na dobu kratší než jeden rok za volným časem, obchodem a jinými účely.*“

Collin (1994, str. 253) definuje **cestovní ruch** jako obchod zajišťující cestování, ubytování, stravování, zábavu a další pro turisty.

Hesková a kol. (2011, str. 9) charakterizuje **cestovní ruch** také jako významný společensko - ekonomický fenomén, který každoročně představuje největší pohyb lidské populace, je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména vyspělých zemí.

2.1.1 Cestovní ruch jako odvětví

Hesková a kol. (2011, str. 9) uvádí, že **cestovní ruch** se začal formovat jako odvětví společenské činnosti na přelomu 19. a 20. století.

Horner a Swarbrook (2003, str. 54) poznamenávají, že mnozí lidé **cestovní ruch** nevidí jako samostatné odvětví, ale jako činnost složenou ze služeb jiných odvětví, jako ubytování, stravování a doprava.

To potvrzuje i Čertík a kol. (2001, str. 16), který vymezuje **odvětví cestovního ruchu** jako souhrn stravovacích, ubytovacích, dopravních, informačních a dalších služeb s tím souvisejících.

Cestovní ruch jako mocnou ekonomickou sílu poskytující zaměstnání, valuty a příjmy, definují ve své knize Goeldner a Ritchie (2003, str. 380).

Goeldner a Ritchie (2003, str. 25) rovněž uvádí, že WTTC (World Travel and Tourism Council) v roce 1992 zveřejnil skutečnost, že **cestovní ruch** je jedním ze světově nejrozsáhlejších odvětví a generátor kvalitních pracovních míst.

Toto tvrzení potvrzuje i Hesková a kol. (2011, str. 9), která uvádí, že **odvětví cestovního ruchu** patří ke třem největším exportním odvětvím na světě, vedle obchodu s ropou a automobilového průmyslu.

Pávková a kol. (1999, str. 17) upozorňuje, že průmysl volného času, do něž spadá i **cestovní ruch**, je vůbec největším odvětvím světového hospodářství.

2.1.2 Domácí cestovní ruch

Cílem práce bude navrhnout produkt odehrávající se na našem území, tedy na území České republiky, proto si charakterizujeme pojem **domácí cestovní ruch**.

Čertík a kol. (2001, str. 16) definuje **domácí cestovní ruch** jako veškeré aktivity spojené s účastí občanů dané země na cestovním ruchu pouze v rámci území dané země.

Hesková a kol. (2011, str. 27) rovněž uvádí, že **domácí cestovní ruch** se týká domácího obyvatelstva ve vlastní zemi.

2.1.3 Cestovní ruch dětí a mládeže z hlediska forem cestovního ruchu

Hovoříme - li o cestovním ruchu v souvislosti s naším tématem, pak, jak uvádí Hesková a kol. (2011, str. 27 - 30), podstatu cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů účastníků blíže určují jednotlivé **formy cestovního ruchu**.

O **formě cestovního ruchu** mluvíme tehdy, posuzujeme - li cestovní ruch z hlediska příčin, které ho ovlivňují a důsledků, které přináší (Hesková a kol. 2011, str. 21).

Cestovní ruch dětí a mládeže se v rámci školních výletů z hlediska věku účastníků řadí do **cestovního ruchu dětí**, což je forma určená dětem do patnácti let a do **mládežnického cestovního ruchu**, kam řadíme osoby ve věku od patnácti do pětadvaceti let. Z hlediska počtu účastníků lze školní výlety ještě zařadit do **skupinového cestovního ruchu**, z kterého lze čerpat výhody slev a který je **organizovaný**. Můžeme ještě dodat, že organizovaný zájezd se vyznačuje tím, že má pevně stanovené body programu (Hesková a kol. 2011, str. 27 - 36).

2.1.4 Cestovní ruch dětí a mládeže - charakteristika

Čertík a kol. (2001, str. 250) uvádí jako charakteristický rys mládežnické turistiky **nezávislost** a **individualitu**. V případě skupinové turistiky pak poukazuje na preferenci **programově a animačně bohatých zájezdů**. Nezapomíná upozornit na výhody slev pro cestovatele mládežnického věku.

2.1.5 Cestovní ruch dětí a mládeže z hlediska perspektivy

Čertík a kol. (2001, str. 249) ve své knize uvádí, že cestování dětí a mládeže má v dnešním cestovním ruchu specifické postavení. Obecně se podle něj jedná o **perspektivní skupinu** účastníků cestovního ruchu, o které se předpokládá, že se na dané místo v budoucnu vrátí.

2.2 Produkt cestovního ruchu

Z hlediska této práce je zapotřebí vymezit si ještě další pojmy. Jedním z nich je pojem **produkt cestovního ruchu**.

2.2.1 Definice produktu a osm „P“

Kotler a kol. (2010, str. 230) definuje **produkt** jako cokoli, co lze nabídnout trhu k prozkoumání, získání, užívání nebo ke spotřebě, a co může uspokojit nějakou potřebu nebo požadavek.

Kotler (1998, str. 24) rovněž vymezuje **produkt** jako cokoli, co může být nabízeno někomu k uspokojení jeho potřeby či přání a nabývá podoby fyzického výrobku, služby nebo myšlenky.

Dále Kotler (1998, str. 380) doplňuje možnou podobu **produktu** také o osobu, místo či organizaci.

Jakubíková (2009, str. 190) doplňuje, že **produkt** je základní stavební jednotkou marketingových aktivit. Měl by konkretizovat potřeby, přání, požadavky a očekávání zákazníků.

Nutno podotknout, že **produkt** je z hlediska marketingu v cestovním ruchu jedním z **osmi „P“** (*Product, Price, Place, Promotion, People, Partnership, Packaging, Programming*). Tedy je součástí tak zvaného **marketingového mixu**.

Marketingový mix definuje Jakubíková (2009, str. 182) jako soubor marketingových nástrojů, které firma využívá k dosažení marketingových cílů na cílovém trhu.

Jakubíková dodává (2009, str. 185), že **marketingový mix služeb** cestovního ruchu není jen osm „P“, ale přidává k nim ještě další dvě, a to *Processes* a *Political Power*.

2.2.2 Produkt cestovního ruchu

Produkt cestovního ruchu rozumíme komplex služeb, které slouží k uspokojení potřeby účastníka cestovního ruchu.

Hesková a kol. (2011, str. 96 - 97) definuje **produkt cestovního ruchu** jako vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jedná se o soubor služeb tvořených cílovým místem, podniky a institucemi cestovního ruchu. **Produkt cestovního ruchu** je souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které účastník cestovního ruchu spotřebovává.

Horner a Swarbrook (2003, str. 158) zdůrazňuje, že zákazník kupující **produkty cestovního ruchu** kupuje užitek nikoli výrobek.

Rovněž Čertík a kol. (2004, str. 71) uvádí, že **produktem cestovního ruchu** je služba, přičemž dodává, že služby mohou v rámci cestovního ruchu poskytovat:

- Dodavatelé - sem řadíme ubytovací a stravovací zařízení, dopravce, atraktivitu
- Zprostředkovatelé - cestovní kanceláře a agentury
- Marketingové organizace - organizace měst, regionů, zemí, států

Middleton a kol. (2009, str. 120) uvádí, že **produkt cestovního ruchu** zahrnuje kompletní zážitek pro účastníka od doby, kdy opouští bydliště, až po jeho návrat. Skládá se ze tří hlavních složek, a to atraktivit v destinaci, vybavenosti destinace a dostupnosti destinace. Dále podotýká, že **produktem cestovního ruchu** není místo v letadle, postel v hotelovém pokoji nebo relaxace na pláži, ale soubor mnoha komponentů nebo jinak balíček.

2.2.3 Inovace produktu cestovního ruchu

Pod pojmem **nový produkt (novinka)** jak uvádí Jakubíková (2009, str. 197) rozumíme cokoli, co zákazník vnímá jako nové a odlišné od produktu stávajícího.

Hesková a kol. (2011, str. 71) se vyjadřuje k **vývoji nového produktu** jako k východisku ze základní koncepce rozvoje cestovního ruchu, kde klade důraz na analýzu příslušného trhu.

2.2.4 Školní výlet

Orieška (2010, str. 342) rozděluje aktivity organizované pro dětské účastníky na poznávací a pobytové. Jako poznávací aktivitu uvádí **školní výlet**, často s charakterem vlastivědné turistiky, obsahově zaměřený na poznávání památek přírodního, archeologického, etnografického, historického a uměleckého charakteru v regionu, případně na území České republiky, spojený s fyzickým pohybem a mající poznávací, výchovný až objevitelský charakter.

2.3 Účastník cestovního ruchu

Účastníkem cestovního ruchu rozumíme subjekt cestovního ruchu.

Hesková a kol. (2011, str. 13) definuje **účastníka cestovního ruchu** jako každého, kdo svoje potřeby uspokojuje spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště, a to obvykle ve volném čase, a stává se tak nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu.

Goeldner a Ritchie (2003, str. 5) definují pojem „**The tourist**“, tedy **turista** nebo chceme - li, **účastník cestovního ruchu**, jako člověka, který hledá řadu psychických a fyzických zážitků a uspokojení, přičemž povaha toho všeho zahrnuje hlavně vybrané destinace a aktivity, které si účastník užije.

S **účastníkem cestovního ruchu** souvisí i způsob jeho chování, který má základ v psychologii, o čemž pojednávají ve svém odborném článku Pearce a Stringer (1991, str. 136 - 154). Hovoří zde o psychologických studiích týkajících se cestovního ruchu, jako o ergonomických studiích, kulturních studiích, studiích životního prostředí. Rovněž zde poukazují na existenci jakéhosi náčrtu vyhlídek pro psychologii a cestovních a kladou zvláštní důraz na nespočet modelů chování účastníka cestovního ruchu.

2.3.1 *Motivace účastníka cestovního ruchu*

Motivaci lze definovat jako pohnutku či popud, který nás aktivizuje a naši aktivitu usměrňuje a zaměřuje. Motivační dispozice mohou nabývat formy pudu, potřeby, zájmů, hodnot, postojů, idejí nebo ideálů (Mikuláščík 2007, str. 116).

Kotler a kol. (2010, str. 161) popisuje **motivaci** jako důsledek toho, že člověk má neustále mnoho potřeb. Ty mohou být biologické, s původem v hladovění, žízní, nepohodlí, dále psychologické, pramenící s pocitu nedostatečné úcty, sounáležitosti. Mnoho z těchto potřeb není dostatečně silných, aby člověka v daném čase motivovaly. Motivovat ho začínají, až dosáhnou určitého stupně intenzity. Existuje řada motivačních teorií, z nichž nejznámější jsou Maslowova a Herzbergova motivační teorie.

Podíváme - li se do historie cestovního ruchu, nalezneme zde různé **motivy pro cestování**. Ve starověku se jednalo především o motivy politické či obchodní. Ve středověku se cestování stalo životním stylem šlechty a dalšími motivy bylo opět kupectví. V době zámořských objevů, jak sám název napovídá, bylo motivací objevování nových zemí k získávání důležitých surovin. V novověku pak bylo motivací získávání zkušeností. Cestovní ruch od jisté doby hraje úlohu reprodukce fyzických a duševních sil člověka (Hesková a kol. 2011, str. 39 - 51).

Účastníka cestovního ruchu je třeba **motivovat**, chceme - li ho získat na svoji stranu. Důležitým činitelem při rozhodování jedince, jak trávit volný čas, je psychologie, jak podporují svým tvrzením i Goeldner a Ritchie (2003, str. 248), kteří se přiklánějí k názoru, že k pochopení zákaznickových potřeb je zapotřebí disciplíny zvané psychologie chování účastníka cestovního ruchu (Psychology of Tourists' Behavior). Tato disciplína se soustředí na to, jak motivovat turisty, jak turisté dělají svá rozhodnutí, jak hodnotí produkty, které si koupí, jak si užijí a co se naučí během své cesty, jak se umí sžít s místním obyvatelstvem a prostředím a jak jsou se svojí dovolenou spokojeni.

Pro nás je důležité docílit toho, aby si účastníci (děti a mládež) výlet užili a aby se během něj něčemu přiučili, k čemuž je potřeba je určitým způsobem správně motivovat.

Goeldner a Ritchie (2003, str. 249) rovněž uvádějí, že otázka při procesu hledání zákazníka (potencionálního turisty), je mnohdy jednoduše vyjádřena slovy: „*Proč turisté cestují?*“. Zároveň dodávají, že tato otázka není zcela správná. Musíme se totiž zeptat, **proč určitá skupina lidí cestuje na určité místo**, protože takto specifikovaná otázka zacílí naši pozornost na podobnosti mezi jednotlivými skupinami lidí a druhy zážitků, které hledají. Dodávají pak (2003, str. 258), že seznam **motivací k cestování** je dlouhý a zahrnuje řadu potřeb od potřeby vzrušení, po potřebu sebezdokonalování a osobního růstu.

2.3.2 Děti a mládež

Shrňme si jednotlivé věkové kategorie. Podle Hájka a kol. (2009, str. 83 - 109) dělíme děti a mládež do těchto kategorií:

- Předškolní věk (3 - 6 let)
- Mladší školní věk (6 - 11 let)
- Střední školní věk (11 - 15 let)
- Starší školní věk (15 - 20 let)

U Pávkové a kol. (1999, str. 84 - 85) se jednotlivé kategorie takřka shodují s výjimkou staršího školního věku, který končí v osmnácti letech, ovšem s poznámkou, že eventuelně ve dvaceti.

Hofbauer (2004, str. 22) se obrací k Úmluvě o právech dítěte (OSN 1989), která považuje za **dítě** osobu, mladší osmnácti let. Dodává, že za **mládež** jsou pak považovány osoby ve věku od patnácti do pětadvaceti let.

Čertík a kol. (2001, str. 249) uvádí, že kategorie, která je pro nás důležitá, se nazývá „**teens**“, a jedná se tedy o děti, popřípadě mládež ve věku od deseti do dvaceti let.

Pro naši práci jsou důležité kategorie **dětí středního školního věku** (od jedenácti do patnácti let), který odpovídá druhému stupni základní školy, a **dětí staršího školního věku** (od patnácti do dvaceti let), navštěvujících střední školu.

V následujících podkapitolách si pro nás důležité kategorie blíže charakterizujeme.

2.3.3 Střední školní věk

První z výše zmíněných období, tedy **období středního školního věku** je obdobím velkých tělesných i duševních změn. Hájek a kol. (2009, str. 91 - 99) upozorňuje na rozvoj poznávacích procesů jedince v tomto věku. Zdokonaluje se vnímání, zlepšuje se pozornost. Pro období dospívání je rovněž typický rozvoj citů. Mezi ně řadíme i city intelektuální, které se projevují větší zvědavostí a zájmem o určitou oblast lidské činnosti, což je pro naše účely podstatné z hlediska náplně programu školního výletu, pomocí něhož se musíme snažit uspokojit potřeby, přání a touhy všech účastníků, jejichž zájmy mohou být, jak musíme na základě předešlých charakteristik připustit, značně rozlišné.

Pávková a kol. (1999, str. 85) se s výše uvedenými názory takřka ztotožňuje. Této věkové skupině přikládá rovněž větší rozmanitost citů, která má za následek zvědavost v zájmových činnostech, ale také intenzivnější vnímání krásy kolem sebe. Dále pak cílevědomost, lepší paměť a vnímání. Lepší paměť se projevuje hlavně logičností, záměrností, větší stálostí a pohotovostí. Rozvíjí se také fantazie. Důležitý je vztah k dospělým autoritám, který je v tomto věku kritický. Dochází ke sdružování ve skupinách vrstevníků. Jedná se o období změn vztahů mezi chlapci a dívkami v důsledku pohlavního dozrávání.

2.3.4 Starší školní věk

Pro **starší školní věk** sepsal Hájek a kol. (2009, str. 99 - 109) rovněž několik charakteristik. Pro nás je podstatné to, že člověk v tomto věku koncentruje svoji pozornost na konkrétní věci, což vyplývá ze stabilizace jeho zájmů. Typická je velká

intelektuální aktivita a touha po poznání, což je pro nás, jako pro stranu nabízející zážitky velmi kladným přínosem. Postavení mládeže tohoto věku ve společnosti se rovněž mění, staví se na úroveň dospělých, s čímž se musí při organizaci výletu počítat, především ve smyslu většího osobního volna. Zajímavou poznámkou je zde jedna z potřeb sociálních a to potřeba společenské prestiže, která může značně ovlivnit výběr destinace cestovního ruchu, jakož i typu cestování. Mladí lidé si rovněž chtějí utvářet vlastní názory a postoje, sami si chtějí ověřovat pravdivosti jednotlivých tvrzení, což opět může působit kladně na účast na cestovním ruchu, protože než aby přijali názor někoho jiného, raději se na dané místo sami vypraví, aby si skutečnost ověřili.

Pávková a kol. (1999, str. 85) uvádí u tohoto věku poznámku „*touha cestovat*“, která hovoří za vše. Dodejme větší intenzitu a záměrnost pozornosti, větší kapacitu paměti, vrchol vývoje myšlení, rozvoj intelektuálních citů související s výše zmíněnou touhou cestovat. V tomto období probíhá také životní plánování způsobené velkou řadou motivů.

2.4 Atraktivita v cestovním ruchu

Goeldner a Ritchie (2003, str. 213) tvrdí, že **atraktivita** jsou důvodem, proč lidé cestují. Nepochybují, že atraktivita jsou hlavním motivem cestování. Bez atraktivit, které přitahují turisty do destinace, by podle autorů docházelo k menší spotřebě dalších služeb cestovního ruchu, jako doprava, ubytování, stravování, atd.

Atraktivita mohou být členěny dle různých hledisek. Goeldner a Ritchie (2003, str. 214) dělí atraktivita cestovního ruchu na kulturní, přírodní, zážitkové, rekreační a zábavní.

2.4.1 Kulturní atraktivita

Pásková a Zelenka (2002, str. 150) definují pojem **kulturní atraktivita** jako typ atraktivita založený na historickém kulturním dědictví a minulých a současných tradicích.

Goeldner a Ritchie (2003, str. 214 - 215) označují jako **kulturní atraktivitu** historická či prehistorická místa a archeologická naleziště. Dodávají, že kulturní atraktivita slouží k rozšíření znalostí o současných a dávno vymizelých civilizacích. Do kulturních atraktivit počítají mimo výše zmíněné i národní kuchyni, technické památky, etnika, koncerty a divadla.

2.4.2 Přírodní atraktivita

Přírodní atraktivitu definují Pásková a Zelenka (2002, str. 236) jako atraktivitu, která motivuje k účasti na přírodně orientovaném cestovním ruchu, atraktivitu spočívající v zajímavých vlastnostech či prvcích přírodního prostředí.

Goeldner a Ritchie (2003, str. 214) popisují **přírodní atraktivitu** jako hlavní motiv cestování mnoha lidí. Mezi přírodní atraktivity řadí přírodní scenérie, mořské scenérie, parky, hory, rostlinstvo, živočišstvo, pobřeží a ostrovy.

2.5 Volný čas

Dalším důležitým pojmem pro nás bude **volný čas**.

Volný čas je bezesporu jedním z hlavních předpokladů účasti na cestovním ruchu. V této práci se budeme zabývat tím, jak **volný čas dětí a mládeže**, v rámci školního výletu, co nejlépe využít. Je proto dobré se nejprve se samotným pojmem seznámit.

Pojem **volný čas** obecně definuje Pávková a kol. (1999, str. 15) jako opak toho, co musíme nutně udělat (práce, povinnosti), tedy dobu, kdy si můžeme činnost volně vybrat a vybíráme si takovou činnost, kterou děláme rádi, která nám přináší pocit uspokojení a uvolnění.

S tím se v podstatě ztotožňuje i Hájek a kol. (2009, str. 10), který tvrdí, že **volný čas** je ta část lidského života, která není částí pracovní.

Collin (1994, str. 141) definuje **volný čas** příhodně jako „čas, kdy si můžeme dělat, co chceme.“

Hofbauer (2004, str. 13) definuje **volný čas** jako čas, kdy člověk nevykonává činnosti pod tlakem závazků, jež vyplývají z jeho sociálních rolí.

Jakubíková (2009, str. 16) popisuje **volný čas** jako mimopracovní dobu, v níž člověk nevykonává nucenou činnost, ale využívá ji k oddechu, rozvoji a různým zájmovým činnostem.

Pávková a kol. (1999, str. 15) dále dodává, že pod pojmem **volný čas** si lze představit odpočinek, rekreaci, zábavu, zájmové činnosti, dobrovolné vzdělávání či společensky prospěšnou činnost.

2.5.1 Jak trávit volný čas s dětmi

Pávková a kol. (1999, str. 15 - 20) zdůrazňuje, že z výchovných důvodů je žádoucí pedagogické ovlivňování volného času dětí a mládeže. Míra ovlivňování volného času pak závisí na věku dítěte, jeho vyspělosti jak mentální tak sociální, ale rovněž na způsobu výchovy v rodině. Podle Pávkové je rovněž nutné sledovat sociologické a sociálně psychologické hledisko činností, kterým se děti a mládež ve volném čase věnují, a to tak, aby tyto činnosti přispívaly k utváření mezilidských vztahů, socializaci jedince. Vrátime-li se k problematice věku dítěte, musíme brát v potaz pedagogické a psychologické hledisko věci, které poukazuje na odlišnost, individualitu účastníků, jak věkovou tak zájmovou. Činnosti volného času by měly přispívat k uspokojení biologických i psychických potřeb člověka.

Hájek a kol. (2009, str. 66) upozorňuje na to, že **volný čas dětí a mládeže** má svá specifika. Podle Hájka a kol. se volný čas této skupiny liší od volného času dospělých svým rozsahem, obsahem, mírou samostatnosti a závislosti a nezbytností pedagogického ovlivňování.

Pávková a kol. (1999, str. 17) uvádí, že způsob **využívání volného času dítětem** závisí na sociálním prostředí, ve kterém dítě vyrůstá, zvláště pak na rodině, která má na dítě velký vliv.

Pávková a kol. (1999, str. 36) ještě podotýká, že v období adolescence (tedy staršího školního věku) se stávají nezastupitelným výchovným činitelem vrstevnické skupiny, které si vytváří jakousi subkulturu. Sdružují se tak jedinci se společnými zájmy, například fanoušci skupin, sportu, náboženské skupiny a další. Příslušnost k takové skupině pak jasně udává směr, kterým se volný čas jejího člena ubírá.

Hájek a kol. (2009, str. 26) dále uvádí, že děti a mládež realizují své **volnočasové aktivity** buďto sami, nebo se účastní aktivit pro ně realizovaných dospělými. Mohou se však také na realizaci podílet a stát se tak aktivním účastníkem a spolutvůrcem. Rozvíjí tak nové stránky své osobnosti, mezilidské vztahy.

2.5.2 *Výchova mimo vyučování*

S pojmem volný čas se ztotožňuje i pojem **výchova mimo vyučování**, která rovněž přispívá k nasměrování řádného využití volného času jedincem. Ta je charakteristická tím, že probíhá mimo vyučování (jak napovídá sám název), probíhá bez bezprostředního vlivu rodiny, je institucionálně zajištěná a uskutečňuje se ve volném čase (Pávková a kol. 1999, str. 39).

Výchova mimo vyučování plní tři základní funkce, jak uvádí Pávková a kol. (1999, str. 42), a to funkci výchovnou, zdravotní a sociální:

- Výchovná funkce - je na ni kladen specifický důraz. Příslušné instituce se snaží rozvíjet v dětech jejich schopnosti, usměřují je prostřednictvím různých činností.
- Zdravotní funkce - má za úkol usměřování zdravého denního režimu. To spočívá ve střídání činností různého charakteru včetně odpočinku. Důležitý je pohyb na zdravém vzduchu a pobyt v příjemném prostředí.
- Sociální funkce - snaží se vyrovnávat rozdíly mezi dětmi způsobené odlišnými materiálními a psychologickými podmínkami v jednotlivých rodinách. Utváří bohaté sociální vztahy.

Hájek a kol. (2009, str. 118 - 120) doplňuje tvrzení o zdravotní funkci **výchovy volného času**, a to zmínkou o režimu dne člověka, který má být uspořádaný s přihlédnutím k biorytmům. Dodává, že aktivita člověka se mění nejen v průběhu života, ale i v průběhu dne. Je proto nutné respektovat některé požadavky, jako dopřát dětem a mládeži dostatek odpočinku, střídat náročné činnosti s méně náročnými, dodržovat určitý řád.

2.5.3 Pedagogika volného času a jeho zhodnocování

Hofbauer (2004, str. 18) definuje **pedagogiku volného času** jako činnost sloužící k uschopňování dětí a mládeže umět s pomocí dospělých a později samostatně volit takové aktivity, které budou sloužit k jejich osobnímu rozvoji.

Pedagogika volného času se mimo jiné zabývá obsahem a zhodnocováním volného času. Hovoříme - li o **pedagogickém zhodnocování volného času**, pak ten se rozvíjí jako specifická součást systému výchovy a vzdělávání, přičemž pedagogika volného času přispívá k poznání a rozvoji jeho jednotlivých součástí (Hájek a kol. 2009, str. 12 - 13).

Ke **zhodnocení volného času** dochází v přírodě, přičemž k uplatňování volnočasových aktivit zde dochází různými způsoby. S tím souvisí značení turistických cest, zřizování cyklistických tras a cyklostezek, budování sportovních zařízení, vznikají rovněž vlastivědná zařízení. Můžeme sem zahrnout i zřizování zoologických zahrad ve městech, jako nápodoba přírodního prostředí. Aktivity související s přírodou mají obrovský význam hlavně pro děti a mládež (Hájek a kol. 2009, str. 15 - 20).

V obcích a městech dochází ke **zhodnocení volného času** v prostorách a prostředích k tomu určených. Ta umožňují spojovat různé činnosti s geniem loci daného místa. Hovoříme o ulicích, náměstích, letních plážích zřizovaných ve městech. Řadíme sem i zahrady, parky, historická místa či rekreační zóny města (Hájek a kol. 2009, str. 21 - 22).

Hofbauer (2004, str. 17 – 18) hovoří o **výchovném zhodnocování volného času** jako o pojmu, který zahrnuje několik oblastí, a to:

- Výchovu ve volném čase - řadíme sem činnosti v čase, který neslouží k uspokojování biologických potřeb anebo ke vzdělávání či práci. Charakteristickým znakem je dobrovolnost, která pomáhá začleňovat děti a mládež do výchovného procesu jako aktivní činitele.
- Výchova prostřednictvím aktivit volného času - slouží k utváření individuality jedince (účastníka činnosti) a jeho působení v kolektivu druhých lidí. Cílem je osvojení si nových znalostí a dovedností.
- Výchova k volnému času - odkrývá obsah různých činností a zabývá se různými způsoby jejich využití.

S pojmem pedagogika volného času souvisí i **osobnost pedagoga volného času**, který by měl mít pozitivní lidské vlastnosti i specifické vlastnosti vychovatele a pedagoga, které jsou na takovou profesi požadovány. Pedagog volného času by měl být stejně formální jako neformální. Jeho role je rozmanitá od přítele, kamaráda, rádce po náhradního rodiče (Hájek a kol. 2009, str. 132).

Předpoklady pro výkon funkce pedagogického pracovníka upravuje zákon číslo 563/2004 Sb., o pedagogických pracovnících a o změně některých zákonů.

Co se týče doporučeného počtu pedagogů na určitý počet účastníků, pak Hájek a kol. (2009, str. 191) uvádí, že pro děti ve věku 11 - 15 let, tedy děti středního školního věku, je ideální na každých započatých patnáct účastníků jeden plnoletý vedoucí. Pro účastníky ve věku 16 - 18 let na každých započatých dvacet jeden dospělý.

2.5.4 Učení ve volném čase

O **učení ve volném čase** je třeba vědět, že má své zvláštnosti, probíhá většinou v rámci praktických činností, dochází tedy k získávání poznatků v praxi. Člověk se učí při zájmových činnostech, při odpočinku i rekreaci (Hájek a kol. 2009, str. 128).

2.5.5 Animace

Animaci jako výchovnou metodu, založenou na neřízených a akčních metodách povzbuzování mládeže k hledání vlastní cesty a k seberealizaci popisuje Pávková a kol. (1999, str. 79).

Orieška (2010, str. 257) definuje **animaci** jako oživení či aktivní využívání volného času, organizování či vykonávání aktivit, které vycházejí z potřeby člověka odpočívat a bavit se. Dodává, že cílem animace je obohacení volného času.

Orieška (2003, str. 6) rovněž píše, že **animace** má za úkol zintenzivňovat zážitky účastníků cestovního ruchu, rozveselit je, zabavit je, povzbudit je a zprostředkovat jim nové dojmy.

Orieška (2010, str. 260) dále poukazuje na fakt, že základem veškerých **animačních činností** je hra.

Animátora pak Oriška (2010, str. 262) definuje jako člověka, který musí splňovat odborné předpoklady, musí disponovat určitými vlastnostmi potřebnými pro výkon takového povolání, musí být vedoucím akce, pedagogem, psychologem, rádcem.

Orieška (2003, str. 43) dále uvádí, že **animátoři** se dělí z hlediska povolání, které vykonávají. Práce animátora si proto vyžaduje odborné vzdělání.

Hájek a kol. definuje **animátora** (2009, str. 36) jako volnočasového pracovníka, toho, kdo oduševňuje, oživuje, probouzí.

Collin (1994, str. 12) pak **animátora** definuje jako osobu zaměstnanou k organizaci zábavy či jiných aktivit.

3 Cíl práce, metodika a hypotézy

3.1 Cíl práce

Cílem práce je zjistit na základě analýz a terénního šetření mezi žáky druhého stupně základních a studenty středních škol preference pro organizaci školních výletů. Na základě zjištěných skutečností navrhnout produkt cestovního ruchu, který by splňoval požadavky žáků a studentů na trávení volného času a zároveň by sloužil jako vzdělávací akce.

3.2 Metodika práce

Z hlediska metodiky je práce rozdělena na tři části, a to na část analytickou, syntetickou a aplikační.

3.2.1 Analytická část

V rámci analytické části práce byly zjištěny veškeré informace týkající se daného tématu prostřednictvím sběru sekundárních dat, tedy vyhledáváním vhodných literárních pramenů a dalších informací týkajících se této problematiky.

Na základě zjištěných informací byl sestaven dotazník pro účely terénního šetření, zahrnující aktuální otázky, z nichž získáme informace potřebné pro další práci. Zároveň byly připraveny otázky pro řízené rozhovory se subjekty, které pomohou dotvořit celkovou podobu práce.

3.2.2 Syntetická část

V syntetické části pak došlo k samotnému terénnímu šetření, v jehož rámci bylo rozdáno dvě stě devět dotazníků mezi žáky druhého stupně základních a středních škol. Dotazníky byly respondentům rozdány osobně, na místě vyplněny a předány zpět tazateli. Terénní šetření probíhalo v měsíci říjnu roku 2011. V průběhu října a listopadu roku 2011 došlo též k řízeným rozhovorům s řediteli škol či pověřenými zástupci.

Dalším krokem bylo seskupení všech sebraných údajů pomocí softwaru a jejich roztřídění dle jednotlivých kategorií. Byly vybrány nejčastější varianty volené jednotlivými respondenty a na jejich základě a na základě řízených rozhovorů s řediteli škol či pověřenými zástupci došlo k sestavení základních bodů obsahu jednotlivých produktů.

Na základě řízených rozhovorů s podnikatelskými subjekty byly zjištěny doplňující informace potřebné ke kompletizaci jednotlivých produktů.

3.2.3 Aplikační část

V této části došlo ke zkompletování všech získaných poznatků a informací a k následnému vytvoření produktů cestovního ruchu pro žáky druhého stupně základních a studenty středních škol.

3.3 Hypotézy

Foret a Stávková (2003, str. 21) definují hypotézu jako výpověď o dosud neprokázaném stavu dvou nebo více jevů ve zkoumané oblasti, kterou lze testovat. Hypotézy lze rozdělit na deskriptivní (popisné) a explanační (vysvětlující). Deskriptivní hypotézy popisují daný stav, explanační hypotézy předpokládají existenci vztahu příčiny a následku mezi sledovanými jevy.

V průběhu práce pracujeme se dvěma hypotézami:

- 1) Žáci druhého stupně základních škol preferují turistický region Jižní Čechy, zatímco studenti středních škol chtějí poznávat vzdálenější regiony.
- 2) Nabídka služeb cestovního ruchu pro žáky a studenty ve zvoleném turistickém regionu bude dostačující.

Úkolem bylo tyto hypotézy v průběhu práce buďto potvrdit anebo vyvrátit.

4 Situační analýza Strakonicka

Oblast Strakonicko se nachází na **severozápadě Jihočeského kraje**. Sousedí s Českobudějovickem, Píseckem, Příbramskem, s oblastí Plzeň - Jih a s Klatovskem. K 1. lednu roku 2008 mělo Strakonicko rozlohu **1032,1 km²**, členilo se do **112 obcí** (6 měst-**Bavorov, Blatná, Sedlice, Vodňany, Volyně a Strakonice**; 4 městyse a 102 vsí) a žilo zde **více než 69 500 obyvatel**. Strakonicko je převážně **průmyslově - zemědělskou oblastí**, přičemž je zde rozvinuto **rybářství**, a to díky vyššímu počtu rybníků. Průmysl je soustředěn především do města Strakonice, jedná se hlavně o **průmysl strojírenský, potravinářský, textilní a oděvní**.

4.1 Přírodní atraktivita

Ústřední řekou Strakonicka je **Otava**, dalšími řekami jsou **Volyňka**, která se vlévá do Otavy ve Strakonících, **Blanice** nebo **Lomnice**. Krajina Strakonicka je **rozmanitá**. Nalezneme zde i oblasti s chladnějším klimatem, zejména v podhůří Brd a Šumavy, kde se nachází větší lesní komplexy. Na jihovýchodě Strakonicka je naopak tepleji díky rybníkářské pánvi s organismy vázanými na vodu. Místní krajina je velmi **málo poznamenána vlivy člověka**, je zde proto značný **potenciál pro cestovní ruch**. V oblasti nalezneme **dvě naučné stezky: Podskalí**, vedoucí po březích řeky Otavy nedaleko Strakonice, dlouhá 3,5 km s 14 informačními tabulemi, zaměřená na přírodovědu, geografii a historii; **Lnáře - Tchořovice** dlouhá 5,4 km s 15 zastávkami, zaměřená na botaniku, zoologii, geologii, hornictví, lesnictví a rybníkářství.

4.2 Kulturní atraktivita

Na Strakonicku jsou k vidění **starobylá hradiště** - Libětice, Kněží hora, Katovice. V obci Radomyšl bylo nalezeno patrně **nejrozsáhlejší slovanské pohřebiště**. Oblast nebyla v historii ochuzena ani o výstavbu **hradů a tvrzí**. Zmíňme si například Střelu nedaleko Strakonice, tvrz v Buzicích přeměněnou na sýpku, zříceninu gotického hradu Helfenburk nacházející se v okolí Bavorova, založený roku 1355 Rožmberky nebo Libějovice - původní tvrz přestavenou Vilémem z Rožmberka na renesanční

zámek. **Zámky** nalezneme i jinde, například v Česticích, Čkyni, Lčovicích, Nihošovicích nebo ve Lnářích. V Blatné najdeme známý vodní zámek, s nímž jsou spojena jména jako Johanka z Rožmitálu, žena krále Jiřího z Poděbrad nebo Rudolf II., který nechal Blatnou povýšit na město. Barokní zámeček najdeme také v Hořticích u Volyně, rodišti Zdeňka Trošky a místě posledního odpočinku Michala Tučného. Dalšími **rodišti slavných osobností** jsou například Chelčice, rodiště a působiště Petra Chelčického nebo Stožice, rodiště Josefa Holečka. Co se týká **kostelů**, najdeme zde například empírovou kapli Nejsvětější Trojice v Cehnicích, kostel sv. Havla v Čejeticích, kostel Panny Marie v Jiníně, kostel sv. Petra a Pavla s unikátní sklípkovou klenbou v Bělčicích, kostel sv. Voršily v Újezdci, kostel sv. Jana Křtitele v Paštikách - jednu z posledních staveb známého architekta Dienzenhofera nebo poutní kostel Navštívení Panny Marie ve Skočicích. Významným místem oblasti je Sudoměř s šestnáctimetrovou žulovou **mohylou Jana Žižky z Trocnova**. Také Hoslovice s jedinečně dochovaným **vodním mlýnem**, stojícím v tomto skanzenu nedaleko Strakonice, slouží jako turistická atrakce. V oblasti nalezneme i stavby postavené ve stylu **selského baroka**. Takovými staveními se mohou pyšnit například obce Miloňovice, Jinín, Jiřetice, Litochovice, Předslavice nebo Zechovice.

4.3 Strakonice

Město Strakonice leží v Jihočeském kraji na **soutoku řek Otavy a Volyňky** v nadmořské výšce **390 - 430 metrů nad mořem**. Žije zde zhruba **24 000 obyvatel**. Město má **osm městských částí** (Strakonice I., Strakonice II., Přední Ptákovice, Modlešovice, Virt, Hajská, Střela a Dražejov). Katastrální výměra města činí **3468 ha**.

První písemná zmínka o Strakonicích pochází z roku **1243**. V minulosti vládla na tomto panství řada významných rodů jako Bavorové, páni z Hradce, Švamberkové a Rožmberkové. V historii působil ve Strakonicích mocný řád johanitů.

Rozvoj cechů v novověku natrvalo poznamenal výrobní zaměření města na **textilní produkci**. Do povědomí se dostává židovská komunita, která přebírá vládu nad textilním průmyslem Strakonicka, která vrcholí výrobou legendárních **fezů v 19.**

století. Roku **1649** byl založen **strakonický pivovar**, který je dnes známý výrobou tradičních značek jako Nektar nebo Dudák, a který je dnes zcela ve vlastnictví města. Po první světové válce se ve Strakonících objevuje další legendární závod, tentokrát na **výrobu motocyklů, ČZ.** Tento název původně označoval Českou zbrojovku.

V průběhu historie se ve Strakonících narodila nebo zde působila **řada osobností.** Mezi nejznámější z nich můžeme počítat Valentina Kochana z Prachové, Františka Ladislava Čelakovského, Jana Vlastislava Plánka, Josef Šmidingera, Josefa Skupu, Jiřího Žáčka a další.

Dominantou města je hrad a jeho okolí. V minulosti byl hrad obtékán řekami Otavou i Volyňkou, proto byl dříve označován jako „vodní hrad“. Přesná doba jeho vzniku není známa, víme snad jen to, že již v roce 1243 zde stál palác obývaný jak Bavyry, tak johanity. Význam strakonického hradu tkví v jeho **historické i architektonické jedinečnosti.** Z architektonického hlediska je strakonický hrad jedinečný díky **propojení církevní a světské architektury** v tak raném období. Historická výjimečnost hradu spočívá v **délce jeho držení řádem johanitů,** který tento hrad obýval po dlouhých sedm set let. Hrad se sestává z několika zajímavých částí. Nejstarší z nich je **kapitulní síň,** dále pak **hradní palác, věž Rumpál, věž Jelenka, kostel sv. Prokopa.** Hrad má **tři nádvoří.** Jeho součástí je nejnověji také **hradní safari,** kde si na své přijdou zejména mladí návštěvníci. Strakonický hrad je od roku **1995 národní kulturní památkou.**

Další památky ve městě: Mariánský sloup na Palackého náměstí; Rennerovy sady s kašnou, gloriem a sloupem; kostel sv. Markéty; budova České spořitelny na Velkém náměstí; masné krámy; židovský hřbitov a další.

4.3.1 Kulturní akce

Mezinárodní dudácký festival: snad největší tradicí je ve Strakonících Mezinárodní dudácký festival, který se koná od roku 1967. Jednou za dva roky vždy na konci srpna se do Strakonice sjedou příznivci dud a dudání z celého světa, aby se

podívali na velkolepou přehlídku dudáků. Součástí festivalu jsou nejen průvody městem, ale také různé akce konající se v areálu hradu.

Rumpálování: o několik století nazpět se každoročně na přelomu července a srpna přenesou návštěvníci strakonického hradu v rámci Rumpálování. Areál hradu se promění v dobový trh. Akce je doprovázena řadou divadelních, tanečních, hudebních, šermířských a jiných představení.

Mistrovství Čech mažoretkových skupin: na žádost Asociace mažoretek se od roku 2001 pořádá každoročně ve Strakonících Mistrovství Čech mažoretkových skupin. Pro obyvatele, ale i pro turisty, tak vznikla nová tradice. Šampionát se pořádá každý rok v červnu.

Salve vita, Salve caritas: jedná se o Mezinárodní festival zdravotně a mentálně postižených zpěváků a hudebníků. Ve Strakonících se koná již od roku 1994, a to jednou za dva roky.

Skupovy Strakonice: přehlídka amatérských i profesionálních loutkářů.

4.4 Využití pro cestovní ruch žáků a studentů

Strakonicko je nesmírně zajímavou a bohatou oblastí jak přírodně, tak kulturně. Turisté z celé republiky zde mají řadu příležitostí, jak uspokojit svoji potřebu po cestování. Žáci a studenti škol na Strakonicku mají takřka na dosah mnoho míst a objektů, které je mohou obohatit v mnoha směrech. Přesto si můžeme dovolit říci, že i u nich platí pravidlo, že to, co máme v těsné blízkosti, většinou nepokládáme za výjimečné nebo zajímavé, proto se snažíme svoje cesty směřovat do jiných míst, vzdálenějších našim domovům. Možná je škoda, že tomuto chování podlehneme, ale na druhou stranu je dobře poznávat i jiná, vzdálenější místa, než ta, kde jsme se narodili, a to už od raného věku. Proto je dobré, žáky a studenty vzdělávat tím, že s nimi navštívíme i místa mimo jejich běžný dosah. Dojde tak k obohacení jejich zkušeností a přineseme tak ekonomickou hodnotu do míst, která navštívíme.

5 Terénní šetření na základních školách

V průběhu měsíce října roku 2011 proběhlo dotazování na základních školách na Strakonicku. Po předešlé domluvě a se souhlasem ředitelů škol byly žákům rozdány dotazníky, na jejichž základě mělo být zjištěno, jak doposud probíhaly školní výlety a jak by si žáci představovali jejich průběh do budoucna. Dotazování byli žáci ve věku od 11 do 15 let, tedy žáci druhého stupně. Dotazníky byly na místě vyplněny a předány zpět tazateli. Rozdáno bylo celkem 103 dotazníků, z toho správně vyplněných bylo 97. Na následujících stránkách si shrneme výsledky dotazování.

Otázka č. 1: Jezdíte na školní výlety?

Na otázku, zda jezdí na školní výlety, odpovědělo **100 %** žáků **Ano**, tedy že na školní výlety jezdí.

Otázka č. 2: Jaké bylo místo, které jste v rámci školního výletu navštívili naposledy?

K této otázce žáci uváděli místa, která navštívili na posledním školním výletě. Tato místa pak byla přiřazena k jednotlivým turistickým marketingovým regionům, do nichž náleží. Závěrem je, že dotazovaní žáci navštívili v rámci posledního školního výletu pouze pět ze sedmnácti turistických marketingových regionů, a to **Šumavu (36%)**, **Prahu (24%)**, **Jižní Čechy (23%)**, **Plzeňsko a Český les (10%)** a **Střední Čechy (7%)**.

Otázka č. 3: Kdy proběhl Váš poslední školní výlet?

V této otázce zaškrtili pouze 3 žáci (**3%**) rozmezí **od března do dubna** a zbylých 94 žáků (**97%**) uvedlo jako dobu konání posledního školního výletu rozmezí měsíců **květen a červen**.

Z odpovědí jasně vyplynulo, že většina školních výletů probíhá v měsících **květnu a červnu**.

Otázka č. 4: Kolik dní trval Váš poslední školní výlet?

Na základě výběru možností odpovídali žáci tak, že výlet trval **jeden den (41%)**, **2 dny (59%)**. Možnost **3 dny** neoznačil nikdo.

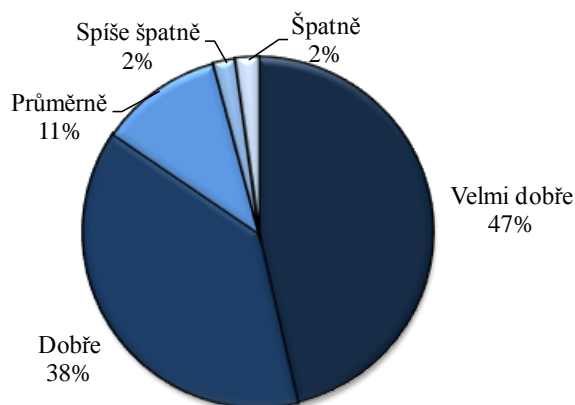
Z odpovědí tedy vyplynulo, že více jak polovina školních výletů je pořádána na **2 dny**, ovšem v hojné míře se vyskytují i výlety jednodenní.

Otázka č. 5: Jak hodnotíte následující kritéria?

V rámci této otázky hodnotili žáci pomocí škály tři kritéria, týkající se dosavadního průběhu školních výletů.

Prvním kritériem byl **dosavadní výběr atraktivit navštívených v rámci školního výletu**. Špatně ho ohodnotila **2%** dotazovaných, **spíše špatně také 2%**, **průměrně 11%**, **dobře 38%** a **velmi dobře 47%** dotazovaných.

Dosavadní výběr atraktivit byl dle výsledků obecně považován za **dobrý až velmi dobrý**.



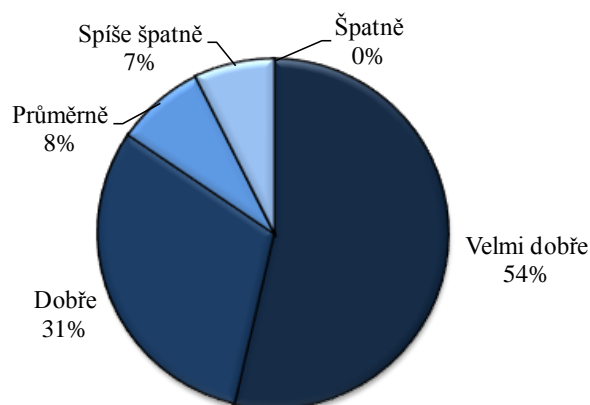
Graf 1: Vyhodnocení otázky č. 5 - kritérium 1, ZŠ

Zdroj: vlastní práce

Druhým hodnoceným kritériem byla **organizace školního výletu**. Tu neohodnotil nikdo **špatně**. **7%** dotazovaných ji ohodnotilo **spíše špatně**. **Průměrně**

byla ohodnocena **8%** dotazovaných. **Dobře** ji hodnotilo **31%** a **velmi dobře** **54%** dotazovaných.

Jak můžeme vidět, dosavadní organizace školních výletů je většinou považována za **dobrou** nebo dokonce **velmi dobrou**.

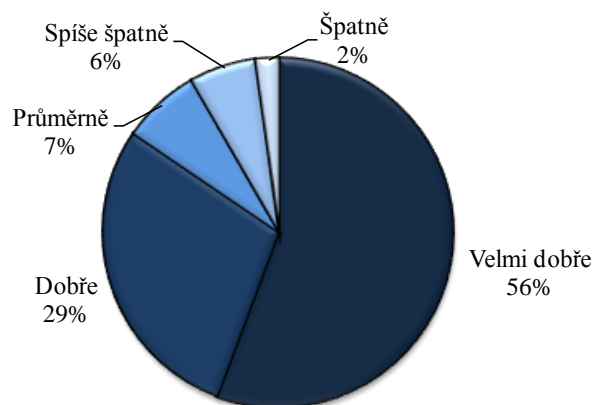


Graf 2: Vyhodnocení otázky č. 5 - kritérium 2, ZŠ

Zdroj: vlastní práce

Třetím hodnoceným kritériem bylo **využití času v rámci školního výletu**. **2%** dotázaných ohodnotila toto kritérium **špatně**, **6%** **spíše špatně**. **Průměrně** bylo ohodnoceno **7%** žáků, **dobře 29%** a **56%** ohodnotilo využití času za **velmi dobré**.

Obecně tedy vyplynulo to, že více jak tři čtvrtiny žáků bylo s využitím volného času spokojeno natolik, že jej označilo za **dobré** nebo dokonce **velmi dobré**.

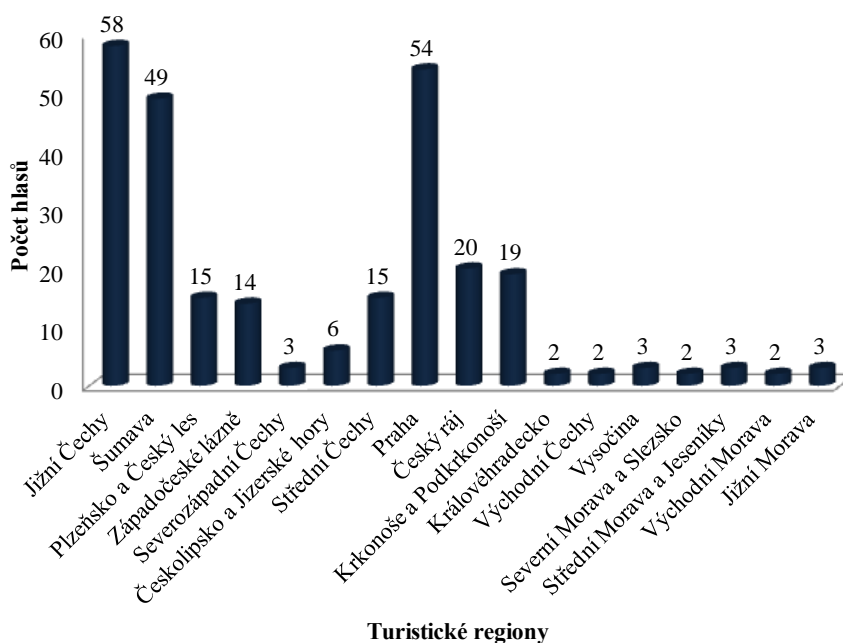


Graf 3: Vyhodnocení otázky č. 5 - kritérium 3, ZŠ

Zdroj: vlastní práce

Otázka č. 6: Jaký region byste chtěli v rámci školního výletu navštívit?

Otázkou č. 6 jsme se v dotazníku přehoupali od zjišťování dosavadní podoby školních výletů k zjišťování představ, jak by měl vypadat školní výlet v budoucnu. V této otázce označovali respondenti libovolný počet turistických marketingových regionů, které by chtěli navštívit v rámci školního výletu. Nyní se podívejme na to, které regiony si vedly nejlépe:



Graf 4: Vyhodnocení otázky č. 6, ZŠ

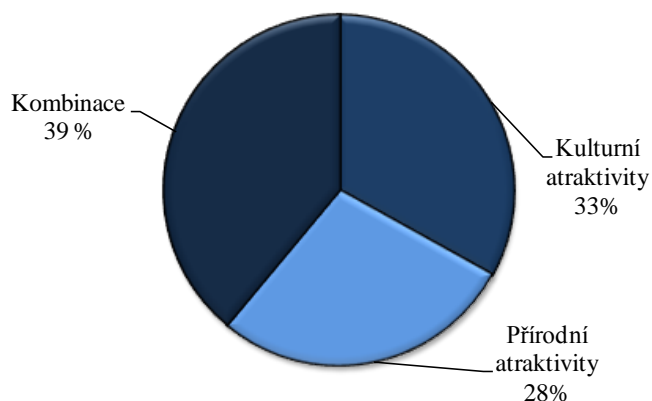
Zdroj: vlastní práce

Podíváme - li se na preference žáků, pak z grafu jasně vidíme, že největší počet hlasů dostal region **Jižní Čechy (58 hlasů)** následovaný **Prahou (54 hlasů)**. Na třetím místě v těsném závěsu se ocitla **Šumava (49 hlasů)**. Naopak nejméně hlasů (2) obdržely regiony Královéhradecko, Východní Čechy, Severní Morava a Slezsko a Východní Morava.

Otázka č. 7: Prostřednictvím jakých atraktivit byste se chtěli v rámci zvoleného regionu vzdělávat?

V této otázce odpovídali respondenti na to, jaká místa by chtěli v rámci školního výletu navštívit. Volit mohli buďto samostatně ze dvou možností, popřípadě mohli označit možnost třetí, kombinaci předcházejících dvou možností. První možnost (**kulturní atraktivity**) označilo **33%** dotazovaných žáků, druhou možnost (**přírodní atraktivity**) **28%**, **kombinaci** předcházejících možností označilo **39%** dotázaných.

Je tedy jasné, že žáci by volili pestřejší program školního výletu, spojený s **návštěvou různých atraktivit**, před návštěvou jedné konkrétní atraktivity.



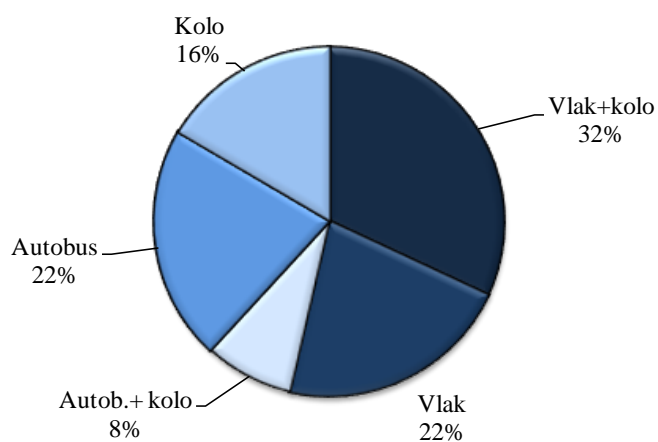
Graf 5: Vyhodnocení otázky č. 7, ZŠ

Zdroj: vlastní práce

Otázka č. 8: Jaký dopravní prostředek byste preferovali?

Co se týče preference dopravního prostředku, pak **22%** by volilo **vlak**, **32%** **vlak a kolo**, **22%** **autobus**, **8%** **autobus v kombinaci s kolem**, **16%** by volilo pouze **kolo**.

Z výsledků vyplynulo, že nejideálnějším dopravním prostředkem v rámci školního výletu by byl **vlak**, přičemž v místě by se jezdilo **na kole**.

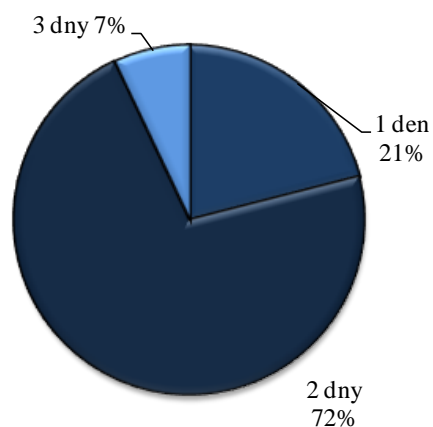


Graf 6: Vyhodnocení otázky č. 8, ZŠ

Zdroj: vlastní práce

Otázka č. 9: Jakou délku školního výletu preferujete?

U této otázky mohli žáci vybírat ze tří možností. Z výsledků vyplynulo, že **jednodenní** výlet by preferovalo **21%** žáků, **72%** by preferovalo **2 denní** školní výlet a **7%** by uvítalo výlet v délce trvání **3 dny**.

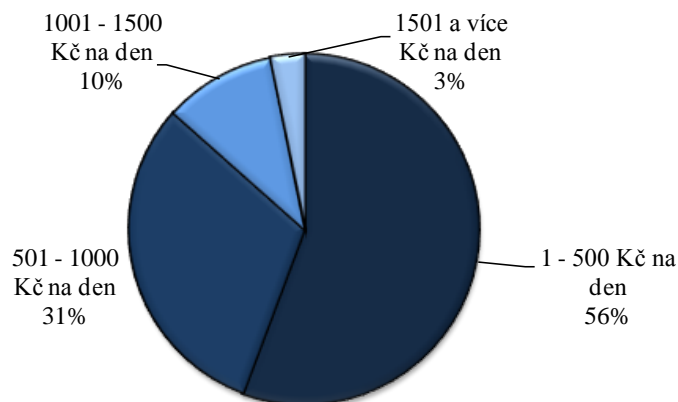


Graf 7: Vyhodnocení otázky č. 9, ZŠ

Zdroj: vlastní práce

Otázka č. 10: Kolik jsou Vaši rodiče ochotni do školního výletu investovat?

V této otázce měli žáci označit libovolnou možnost, podle toho, kolik jsou oni sami případně jejich rodiče ochotni investovat do školního výletu. Částky byly uvedeny v rozmezí korun na jeden den. **56%** žáků označilo možnost investice **1 - 500 Kč na den**, **31%** respondentů, **10%** by bylo ochotno zaplatit částku mezi **1001 a 1500 Kč na den** a pouze **3%** dotazovaných jsou ochotni zaplatit **na den 1501 Kč a více**.



Graf 8: Vyhodnocení otázky č. 10, ZŠ

Zdroj: vlastní práce

Otázku č. 11 a 12 jsme si zodpověděli již v samotném úvodu, kdy jsme si vymezili respondenty jako žáky druhého stupně základních škol ve věku od 11 do 15 let.

Otázka č. 13: Pohlaví:

Mezi respondenty bylo 54 dívek a 43 chlapců.

5.1 Shrnutí výsledků

Z výsledků dotazování vyplynulo, že 100% dotázaných jezdí na školní výlety, přičemž tři regiony s největší návštěvností se shodují se třemi regiony, které dostaly nejvíce hlasů v otázce, který region by si žáci přáli navštívit. Jedná se o turistické regiony **Jižní Čechy, Praha a Šumava**. S možnou návštěvou těchto regionů se ztotožňují i ředitelé základních škol, kteří uvedli jako potencionální místa konání školního výletu Jižní Čechy a Prahu.

Až doposud se výlety odehrávaly v rozmezí dvou dnů, výjimku netvořily ani výlety jednodenní. Žáci ve svých odpovědích jednoznačně preferovali výlety v rozmezí **dvou dnů**.

Kritéria pořádání výletů v minulých letech ukázala, že žáci hodnotí dosavadní školní výlety **velmi dobře nebo dobře** až na pár výjimek.

Z dotazu, jak by si představovali náplň školního výletu, vyplynulo, že žáci preferují pestrý program zajištěný **kombinací návštěvy různých atraktivit**.

Jako dopravní prostředek jednoznačně zvítězil **vlak**, ať už **s kolem** nebo bez, v součtu předčil autobus. Naopak nejméně preferované bylo kolo.

Co se týče investic, pak žáci jednoznačně zvolili, že pro jejich rodiče je nepřijatelnější cena mezi **1 až 500 Kč na den**.

Závěrem si můžeme říci, že došlo k **potvrzení první hypotézy**, kdy na základě dotazování vyšlo najevo, že žáci druhého stupně základních škol **preferují** pro pořádání školního výletu **turistický region Jižní Čechy**.

5.2 Diskuse

Co se týče názoru ředitelů jednotlivých škol, popřípadě pověřených pracovníků, výsledky dotazování se ztotožňují i s jejich představami o školním výletu. Dotázaní ve shodě uváděli, že vícedenní školní výlety pro ně nejsou problémem ani ničím

neobvyklým. Rovněž tak jako žáci, i oni by preferovali pestřejší náplň školního výletu z hlediska navštívených atraktivit. Na dotaz, jaký dopravní prostředek obvykle používají, odpovídali i autobus, ale raději vlak. Rovněž uváděli, že zařadit do náplně výletu cyklistiku není problém. Na závěr je nutné podotknout, že škola na výlety nijak nepřispívá.

6 Návrh produktu pro žáky druhého stupně základních škol

6.1 Postup při vytváření programu školou

Než se podíváme na konkrétní produkt, navržený pro žáky druhého stupně základních škol, pojďme si říci, jak obvykle postupují při jeho vytváření samotné školy.

Z řízených rozhovorů s řediteli škol, případně pověřenými pracovníky, vyplynulo, že školy při plánování školních výletů spolupracují se svými žáky, a to tak, že třídní učitel navrhne žákům různé varianty a po vzájemné dohodě vyberou tu pro všechny nejvhodnější.

Při postupu výběru jednotlivých atraktivit ze strany školy pak vedení vychází z předešlých zkušeností, tedy pořádá školní výlety na místa, která již v minulých letech navštívily jiné třídy, případně postupuje na základě doporučení známých, kteří mají s návštěvou místa a místními službami dobré zkušenosti.

6.2 Možnosti vybraného regionu

Regionem s největším počtem hlasů se zde staly **Jižní Čechy**. Velkým pomocníkem pro školy se v tomto směru může stát Průvodce vydaný ve spolupráci s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu a Regionálním sdružením Šumava pod oficiálním názvem **Průvodce - Školní výlety do jižních Čech, na Šumavu, do Dolního Bavorska a příhraničních regionů Dolního a Horního Rakouska**. Průvodce vyšel v roce 2011 a na jeho financování se mimo jiné podílela Evropská unie, konkrétně Evropský fond pro regionální rozvoj, dále Státní rozpočet České republiky a také Jihočeský kraj.

Průvodce obsahuje ucelenou nabídku turistických atraktivit vhodných k návštěvě v rámci školních výletů určených oběma stupňům základních škol a středním školám. Je rozčleněn do 17 částí představujících jednotlivé regiony začínaje Centrální Šumavou

a konče Waldviertelem. U jednotlivých atraktivit se vždy uvádí výčet piktogramů zobrazujících věkovou kategorii, pro kterou je návštěva atraktivity vhodná a další znaky symbolizující nabídku poskytovanou turistům jako například možnosti cykloturistiky, koupání, lyžování, zda se jedná o hrad, zámek či muzeum, památku UNESCO, dále roční období vhodné k návštěvě atraktivity, časovou náročnost a podobně. Rovněž zde najdeme příklady jednodenních i vícedenních výletů vždy s poznámkou, pro kterou školu je výlet koncipován.

Díky přehlednému zpracování se může tento Průvodce stát skutečně velmi vhodnou pomůckou škol v České republice, ale nejen jich. U každé atraktivity je uveden kontakt, a to jak telefon, tak i emailová adresa a webové stránky, zkrátka všechny cesty, kterými se lze o dané atraktivitě dovědět více informací.

Dle obsahu této brožury lze říci, že turistický region Jižní Čechy oplývá hojnou nabídkou služeb cestovního ruchu jak pro žáky základních, tak pro studenty středních škol.

První a zřejmě dominantní oblastí tohoto regionu je **Českobudějovicko**. Krajské město nabízí řadu atraktivit a příležitostí, jak strávit volný čas. Přeskočíme - li samozřejmou procházku centrem města, kde narazíme na proslulé hektarové náměstí Přemysla Otakara II. se Samsonovou kašnou, Černou věž a další dominanty Českých Budějovic, nalezneme zde i jiná místa, vhodná k návštěvě. Jedním z nich může být právě **Jihočeské muzeum** se stálou expozicí a pobočkami, z nichž významnou je **Muzeum koněspřežky**, věnované první koněspřežní železnici vedoucí právě z Českých Budějovic do Lince. Oblíbeným cílem turistů je také **Budějovický Budvar**, národní podnik, nabízející zajímavé exkurze po prostorách pivovaru. Neměli bychom opomenout ani **planetárium**, které je hojně navštěvováno právě školními skupinami. Informační centrum jaderné elektrárny **Temelín** se rovněž může stát zajímavým cílem. Nedaleko Českých Budějovic pak leží **Hluboká nad Vltavou**, proslulá zámek, který patří mezi nejnavštěvovanější objekty u nás. Nachází se zde ale i zoologická zahrada, která nabízí školám speciální vzdělávací programy v ceně vstupného. Mezi další zajímavá místa, která je možné na Českobudějovicku navštívit, patří **Holašovice**,

památková rezervace, památka UNESCO, **Trocnov** - rodiště Jana Žižky, **Týn nad Vltavou** nebo **Borovany**.

Českokrumlovsko snad ani nelze charakterizovat jinak než popisem města **Český Krumlov**. Město s bohatou historií nabízí pohled na řadu historických památek. Procházkou po městě se můžeme nechat v duchu přenést do středověku. Dominantou města je hrad a zámek, památka UNESCO, s celoročně přístupnou vyhlídkovou renesanční věží. Nádherná je i zámecká zahrada. Město nabízí návštěvníkům i další možnosti jako návštěvu **Grafitového dolu**, kde mohou získat základní poznatky z geologie a mineralogie. Při procházce městem narazíme také na řadu muzeí, jež stojí za to navštívit. Neopomeňme zmínit, že na území Českokrumlovska se nachází proslulá **hvězdárna Klet**.

Dačicko - Slavonicko je opomíjenou oblastí, přesto je zde řada zajímavých míst. Například v **Dačicích**, městě kde byla vyrobena první kostka cukru, nalezneme muzeum, které se právě tomuto vynálezu věnuje jednou ze svých výstav. Město je také sídlem zámku Dačice. **Hrad Landštejn** jistě není neznámým pojmem a nachází se právě v této oblasti turistického regionu Jižní Čechy. Za zmínku jistě stojí i **Slavonice**. Nezapomeňme, že tato oblast spadá do takzvané **České Kanady**, přírodního parku, který upoutá svojí krásou.

Českou Kanadou můžeme pomyslně pokročit do oblasti **Jindřichohradecka**, vhodného k návštěvě díky své rozmanitosti. Samotný **Jindřichův Hradec** nabízí mnoho turistických cílů. Státní hrad a zámek, soubor budov, prohlášen národní kulturní památkou, je v současnosti důležitým centrem kulturního a společenského života této oblasti, díky pořádání řady koncertů a divadelních představení. V areálu se nachází i **Křížikova elektrárna**. Muzeum Jindřichohradecka potěší zejména příznivce betlémů. Jeden z nich, **Krýzovy jesličky**, je dokonce největším lidovým mechanickým betlémem na světě. Nesmíme zapomenout ani na proslulou **úzkokolejku**, na níž je i dnes možné projet se speciálním parním vlakem. Státní **zámek Červená Lhota** je jedním z nejnavštěvovanějších zámků Jižních Čech a nachází se právě v oblasti Jindřichohradecko.

Novohradsko dává návštěvníkům možnost výběru mezi **hradem Nové Hrady**, gotickou stavbou, nacházející se nedaleko **Tereziina údolí**, romantického krajinného parku, **Buškovým hamrem**, technickou památkou, kovárnou na vodní pohon, nebo **Červeným blatem**, rašeliništěm, které patří mezi nejpozoruhodnější přírodní rezervace České republiky.

Písecko je označováno také jako brána do jižních Čech. Město Písek je proslulé zejména **nejstarším kamenným mostem** přes řeku Otavu z druhé poloviny 13. století. Za zmínku stojí jistě i **vodní elektrárna**, která byla nedávno zpřístupněna veřejnosti. Z hradů a zámků zmiňme **Orlík**, velkolepé sídlo s rozsáhlým anglickým parkem a **Zvíkov**, často označovaný jako „král českých hradů“. Zajímavá může být i návštěva **krokodýlí ZOO v Protivíně** s největší evropskou krokodýlí expozicí.

Táborsko jistě uchvátí návštěvníky nejen návštěvou středověkého podzemí města Tábor, ale najdeme tu i **zámek Bechyně** s parkem, jízdárnou a menší zoologickou zahradou, zříceniny **Choustník** nebo **Kozí hrádek** u Tábora. Pro milovníky jeskyní je pak určena návštěva **Chýnovské jeskyně**, nejstarší veřejnosti zpřístupněné jeskyně v České republice.

Třeboňsko pak uchvátí návštěvníky zejména **rybníční soustavou**. Ani milovníci zámků nebudou ochuzeni, i zde najdeme minimálně jeden, a to státní zámek **Třeboň** vystavěný ve stylu renesance. Za návštěvu rozhodně stojí **Schwarzenberská hrobka** stojící v blízkosti rybníka Svět a města Třeboň.

Nezapomněli jsme ani na **Strakonicko**, které je rovněž součástí turistického regionu Jižní Čechy, o něm jsme se ale zmínili již výše, v kapitole věnované právě této oblasti.

Na základě výše uvedených důkazů můžeme **potvrdit druhou hypotézu**, která tvrdí, že **nabídka služeb ve zvolené oblasti bude dostačující**.

Můžeme říci, že školní výlet jako produkt cestovního ruchu se dá neustále inovovat díky široké nabídce služeb a díky tomu, že některá zařízení se specializují i na programy určené právě takovým skupinám, jako jsou účastníci školního výletu.

Díky spolupráci podnikatelských subjektů kontaktovaných v rámci vybrané lokality turistického regionu Jižní Čechy se podařilo sestavit vhodnou kombinaci služeb, tvořící školní výlet pro žáky druhého stupně základních škol.

6.3 Návrh produktu

Vybranou lokalitou pro školní výlet žáků druhého stupně základních škol se stalo **Českobudějovicko**, jako region krajského města Jihočeského kraje, oplývající velkou řadou atraktivit s možností smysluplného využití volného času. Jedná se o region zahrnující nejen statutární město České Budějovice a jeho okolí, ale rovněž město Hluboká nad Vltavou se světově proslulým zámekem, najdeme zde i památku UNESCO Holašovice známou jako komplex staveb ve stylu takzvaného selského baroka, řadí se sem i rodiště Jana Žižky, slavného českého vojevůdce z dob husitských válek, Trocnov, nedaleko ležící Borovany nebo neméně známý Týn nad Vltavou.

Cílem našeho výletu bude město **České Budějovice** se širokou nabídkou služeb cestovního ruchu a rovněž **Hluboká nad Vltavou**, klenot Jižních Čech vhodný svou dostupností z českých Budějovic jak pro cykloturisty tak pro ne cyklisty.

6.3.1 Program

1. Den:

- Ráno odjezd vlakem ze Strakonice (cca 9:00 - 10:00)
- Příjezd do Českých Budějovic, ubytování (cca 10:00 - 10:30)
- Návštěva Planetária (11:00, doba trvání max. 2 hodiny)
- Prohlídka centra města a návštěva Černé věže (cca 13:15, doba trvání s výkladem vyučujícího cca 1,5 hodiny do 14:45), rozchod - individuální

volno, možnost oběda (cca do 15:45), poté návštěva Muzea Koněspřežky (cca 16:00 - 16:40)

- Návrat na ubytování, možnost večeře

2. Den:

- Ráno odjezd na kolech (popřípadě vlakem) směr Hluboká nad Vltavou (cesta na kole cca 45 minut, vlakem cca 10 minut, čas výjezdu na kole cca 9:30, vlakem 10:30)
- Prohlídka zámku Hluboká nad Vltavou (11:00 - 12:00)
- Návštěva ZOO Ohrada (cca 13:00, doba trvání cca 3 hodiny do 16:00)
- Odjezd vlakem zpět do Strakonice (cca 17:00 - 18:00)

6.3.2 Informační minimum o navštívených atraktivitách

České Budějovice byly založeny králem Přemyslem Otakarem II. již v roce 1265 na soutoku řek Vltavy a Malše a již krátce po svém vzniku se staly obchodním a řemeslným centrem. Důležité se České Budějovice postupně staly také díky rozsáhlé těžbě stříbra v okolních dolech a vaření piva. Nelze opomenout ani stavbu Koněspřežní železnice na trase České Budějovice - Linec, která podnítila rozvoj obchodu a průmyslu. Dnes jsou České Budějovice nejen největším městem Jihočeského kraje s počtem obyvatel okolo 95 tisíc, ale jsou rovněž jeho hospodářským, správním a kulturním centrem. České Budějovice se rovněž mohou chlubit titulem univerzitní město, díky sídlu Jihočeské univerzity, která však není jedinou vysokou školou sídlící na území města. Jako sídlo si České Budějovice nevybrali jen vysoké školy ale rovněž světoznámé firmy jako například Koh - i - noor Hardthmuth, a. s. nebo Budějovický Budvar, n. p. Pro účastníky cestovního ruchu jsou České Budějovice atraktivním cílem nejen díky řadě památek, jimž dominuje zejména centrum města s náměstím Přemysla Otakara II. o ploše 1 hektaru se Samsonovou kašnou a řadou historických staveb včetně radnice a Černá věž, dále chrám sv. Mikuláše, dominikánský klášter na Piaristickém

náměstí nebo městské opevnění, ale rovněž díky možnosti bohatého kulturního vyžití díky divadlům, kinům, galeriím, množství restaurací a dalšího.

Planetárium v českých Budějovicích (oficiální název zní Hvězdárna a planetárium České Budějovice s pobočkou na Kletí) se věnuje prezentaci poznatků z oblasti astronomie a příbuzných vědních oborů. Je přístupné široké veřejnosti, navazuje na učivo všech stupňů škol. V rámci pořadů pro školy nabízí mnoho programů libovolně kombinovatelných dle zájmu jednotlivých škol.

Prohlídka centra města České Budějovice nabízí pohled na řadu historických památek na poměrně malém prostranství. Začneme na náměstí Přemysla Otakara II., které se pyšní nejen svojí unikátní rozlohou, ale rovněž řadou historických staveb z období renesance, baroka a klasicismu. Dominantou náměstí je Samsonova kašna z 18. století stojící v jeho středu. Nejnápadnější budovou na náměstí je radnice vystavěná nejnověji v barokním stylu, jejíž průčelí zdobí sochy čtyř měšťanských ctností: Moudrost, Opatrnost, Statečnost a Spravedlnost. Ať se nacházíte kdekoli v centru Českých Budějovic, k náměstí vás vždy nasměruje Černá věž, 72 metrů dlouhá, z jejíhož ochozu je nádherný výhled na celé město a nejbližší okolí. V jejím sousedství se nachází chrám sv. Mikuláše ze 17. století. Opevnění města nám dodnes připomínají tři věže, Rabštejnská věž ze 14. století, Otakarka za jejíž zdi se skrývá romantická biskupská zahrada a Železná panna, která, jak praví pověst, kdysi sloužila jako mučírna. Piaristické náměstí s dominikánským klášterem s kostelem Obětování Panny Marie je nejstarší dochovanou památkou města.

Muzeum Koněspřežky je součástí Jihočeského muzea. Expozice věnovaná Koněspřežní železnici je přístupná od roku 2003 a měla by být k vidění minimálně do roku 2020. Koněspřežka z Českých Budějovic do Lince byla v době svého vzniku první a nejdelší evropskou transkontinentální železnici. Stala se základem celoevropské kontinentální železniční sítě. Autorem prvního projektu Koněspřežky byl František Antonín Gerstner. Původní trať byla dlouhá necelých 121 kilometrů.

Hluboká nad Vltavou leží na obou březích řeky Vltavy. Stejně jako České Budějovice byla založena Přemyslem Otakarem II. v polovině 13. století. Městem se

stala v roce 1907. V současnosti je Hluboká nad Vltavou rychle se rozvíjejícím městem s počtem obyvatel do 5 tisíc, se širokou nabídkou kulturních a sportovních příležitostí, s širokými možnostmi ubytování a stravování, výhodou je i hustá síť cyklotras, zejména cyklostezka do Českých Budějovic. Hluboká nad Vltavou je proslavena zejména zámekem, který je jedním z nejvyhledávanějších u nás.

Zámek Hluboká nad Vltavou byl původně královským hradem, postupně však prošel složitým vývojem a dočkal se čtyř přestaveb. Dnešní novogotickou podobu mu vtiskl rod Schwarzenbergů, který se nechal inspirovat královským zámekem Windsor. V blízkosti zámku se rozprostírá park v anglickém stylu, součástí komplexu je též původní jízdárna se sbírkami Alšovy jihočeské galerie. Návštěvníci zámku si mohou vybrat z několika prohlídkových tras s možností cizojazyčného výkladu.

ZOO Ohrada byla otevřena již v roce 1939. Původně v ní byly k vidění hlavně tradiční druhy lovné zvěře. Ačkoliv se v průběhu času uvažovalo o jejím zrušení, existuje dodnes, prošla postupnou modernizací a rozšířením expozic. Kromě rekreace návštěvníků se nyní ZOO Ohrada soustředí i na jejich vzdělávání a poučení, školám všech stupňů nabízí výuku netradiční formou. Z programů pro druhý stupeň základních škol jmenujme například program Ohrožená vydra, Vlk se nažral, ale zůstala koza celá?, Na pytlácké stezce, Ze života ptáků, Žijící půda a další. Vybereme - li například program Na pytlácké stezce, pak jeho náplní je seznámení s Úmluvou o mezinárodním obchodu s ohroženými druhy volně žijících živočichů a planě rostoucích rostlin CITES nebo Červenou knihou živočichů, jaké jsou podmínky obchodování s takovými živočichy a rostlinami zde uvedenými a podobně.

6.3.3 *Doprava*

Tabulka 1: Doprava ZŠ

Zdroj: www.idos.cz, vlastní práce

Trasa	Čas jízdy	Dopravní prostředek
Strakonice - České Budějovice	9:07- 9:59	Vlak R 667 Petr Vok s rozšířenou přepravou spoluzavazadel, především jízdních kol
České Budějovice - Hluboká nad Vltavou	10:30 - 10:38	Vlak Os 8008*
Hluboká nad Vltavou - Strakonice	17:10 - 18:05	Vlak Os 8016 s rozšířenou přepravou spoluzavazadel, především jízdních kol

*pro ty, co nepojedou na kole

Pozn.: tyto časy odjezdů jednotlivých vlaků jsou platné pouze do 10. 6. 2012, od tohoto data se mění jízdní řády Českých drah

6.3.4 *Ubytování*

Žáci budou ubytováni v ubytovně U Nádraží, v ulici Dvořákova 161/14 v Českých Budějovicích v těsné blízkosti autobusového nádraží a nedaleko nádraží vlakového. Ubytování je koncipováno do buněk, kde jsou vždy jeden dvoulůžkový a jeden čtyřlůžkový pokoj, se společnou koupelnou a WC. Jízdní kola je možné uschovat v zamčené garáži.

Je zde možnost přípravy vlastního stravování v kuchyňce společné vždy pro celé patro, popřípadě v restauraci v Mercury Centru (snídaně kontinentální - šunka, sýr, máslo, med, džem, pečivo, káva, čaj; večere - jednotné jídlo), se kterou ubytovna spolupracuje.

6.3.5 Cena

Tabulka 2: Cena výletu ZŠ

Zdroj: www.ubytovna.vors.cz, www.hvezdarnacb.cz, www.muzeumcb.cz, www.zamek-hluboka.eu, www.zoo-ohrada.cz, osobní rozhovory se subjekty, vlastní práce

Služba	Cena na žáka
Ubytování	324 Kč
Stravování	195 Kč
Vstupy	208 Kč (Planetárium 40 Kč, Černá věž 15 Kč, Muzeum Koněspřežky 10 Kč, Zámek Hluboká 93 Kč, ZOO Ohrada 50 Kč)
Doprava	155 Kč *
Celkem	882 Kč

*cena platí za předpokladu, že všichni zúčastnění mají s sebou jízdní kolo

Ceny dopravy byly vypočteny na základě průměrného počtu žáků ve třídě, který činí **25 osob** s předpokladem pedagogického doprovodu čítajícího **2 osoby**. V případě výluky na trati je nutné minimálně týden předem oznámit přepravu jízdních kol, konkrétně jejich množství na příslušné železniční stanici, aby mohla být zajištěna přeprava kol na trase výluky pomocí speciálních automobilů.

Celková cena školního výletu na jednoho žáka (za předpokladu využití možnosti večeře a snídaně a za předpokladu, že žák s sebou poveze jízdní kolo) vychází na **882 Kč** (cena je vypočítána na základě předpokladu běžné praxe, kdy se do ceny, kterou zaplatí žák, započítávají i výdaje pedagogického dozoru). Vzhledem k rozpočtu na dvoudenní výlet, který činil **1000 Kč** (1 - 500 Kč na den) můžeme konstatovat, že tento limit bez problémů splňujeme.

Na tomto místě se musíme zmínit o tom, že díky **větší skupině**, kterou tvoří účastníci školního výletu, bylo možné při kalkulaci výsledné ceny **docílit výrazných slev**. Slevy se týkaly hlavně **dopravy**, kde se přihlíží k věku účastníků. Bylo tedy možné získat zde **skupinovou slevu** spojenou nejen s větším počtem účastníků, ale i s **věkovou hranicí 15 let**, kterou by měl každý žák základní školy splňovat. Další slevy pak poskytlo i **ubytovací zařízení**, které s ohledem na větší počet ubytovaných snížilo cenu ubytování na osobu a noc o **cca 30%** oproti standardní ceně pro osobu (studenta) a noc, kterou uvádí ve svém ceníku. Je tedy dobré si uvědomit, že při **hromadném cestovním ruchu**, lze využít **skupinových slev** některých zařízení. Rovněž ale musíme říci, že některé subjekty své ceny **nesnižují** ani na základě hromadného počtu účastníků, jako například zámek Hluboká nad Vltavou, který pro školní výlety neposkytuje žádné slevy z cen běžných pro všechny návštěvníky.

7 Terénní šetření na středních školách

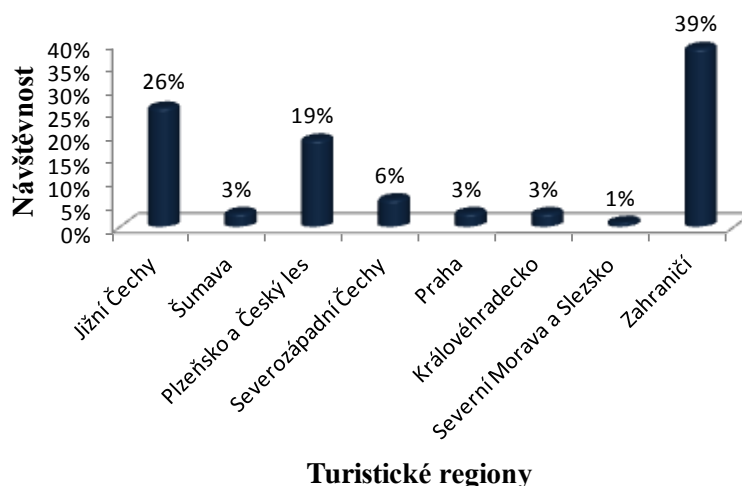
Stejně tak jako na základních školách, i na středních školách bylo v průběhu října 2011 rozdáno studentům s vědomím a souhlasem ředitelů škol několik dotazníků k vyplnění. Ze 106 rozdaných dotazníků jich bylo 91 vyplněno správně. V následující části této práce se podíváme na jejich vyhodnocení.

Otázka č. 1: Jezdíte na školní výlety?

Na otázku, zda jezdí na školní výlety, odpovědělo **76%** studentů **Ano**, tedy že na školní výlety jezdí a **24%** studentů **Ne**, tedy že na školní výlety **nejezdí**.

Otázka č. 2: Jaké bylo místo, které jste v rámci školního výletu navštívili naposledy?

K následující otázce uváděli studenti místa, která navštívili v rámci posledního školního výletu. Zde byla škála jednotlivých turistických marketingových regionů o něco pestřejší než u žáků základních škol. Nutno podotknout, že velká část studentů navštívila v rámci školního výletu také zahraničí. Výsledky si shrneme do grafu.



Graf 9: Vyhodnocení otázky č. 2, SŠ

Zdroj: vlastní práce

Jak můžeme vidět, nejvíce studentů navštívilo v rámci školního výletu **zahraničí (39%)**, poté následovali **Jižní Čechy (26%)** a **Plzeňsko a Český les (19%)**. V malé míře se zde objevili i regiony **Severozápadní Čechy (6%)**, **Šumava, Praha, Královéhradecko** (vše **3%**) a 1 student navštívil region **Severní Morava a Slezsko (1%)**.

Otázka č. 3: Kdy proběhl Váš poslední výlet?

Stejně jako u žáků základních škol, i zde označila drtivá většina (**87%**) jako dobu konání školního výletu období **květen až červen**. Rovněž se tu ale vyskytly odpovědi **prosinec až únor (7%)** a **březen až duben (6%)**.

Otázka č. 4: Kolik dní trval Váš poslední školní výlet?

Na základě výběru možností odpovídali studenti tak, že výlet trval **jeden den (65%)**, **2 dny (15%)**, **3 dny (20%)**.

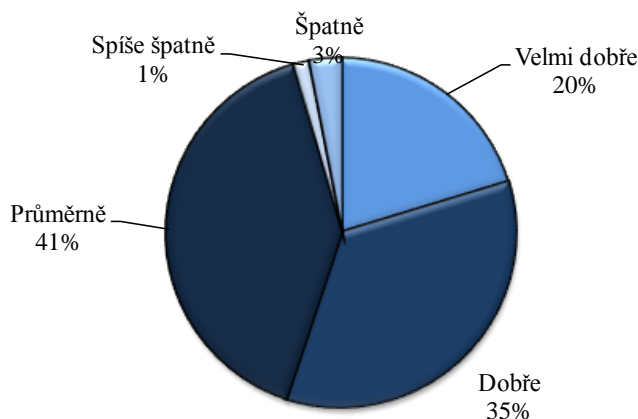
Z odpovědí vyplynulo, že většina výletů byla **jednodenních**.

Otázka č. 5: Jak hodnotíte následující kritéria?

V rámci této otázky hodnotili studenti pomocí škály tři kritéria, týkající se dosavadního průběhu školních výletů.

Prvním kritériem byl **dosavadní výběr atraktivit navštívených v rámci školního výletu**. Studenti středních škol byli v hodnocení tohoto kritéria spíše pesimističtější. **Špatně** ho ohodnotila **3%** dotazovaných, **spíše špatně 1%** dotazovaných, **průměrně 41%** dotazovaných, **dobře 35%** dotazovaných a **velmi dobře 20%** dotazovaných.

Dosavadní výběr atraktivit byl tedy dle studentů středních škol spíše **průměrný**, pravdou ale je, že úplně nebo spíše špatně ho ohodnotilo jen minimum studentů.

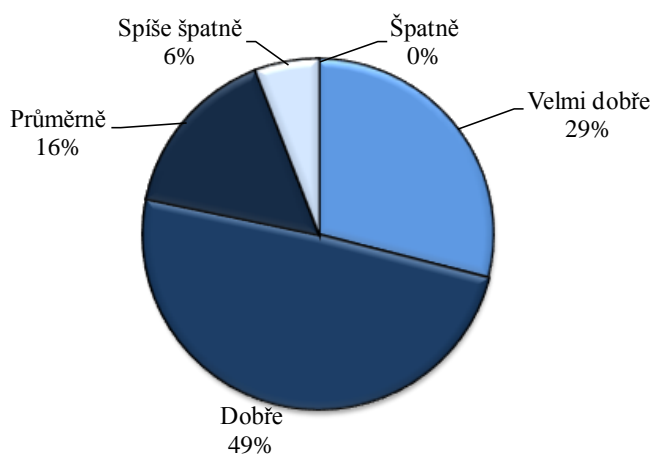


Graf 10: Vyhodnocení otázky č. 5 - kritérium 1, SŠ

Zdroj: vlastní práce

Druhým hodnoceným kritériem byla **organizace školního výletu**. Tu neohodnotil nikdo **špatně**. **6%** dotazovaných ji ohodnotilo **spíše špatně**. **Průměrně** byla ohodnocena **16%** dotazovaných. **Dobře** ji hodnotilo **49%** dotazovaných a **velmi dobře 29%** dotazovaných.

Z výsledků vyplývá, že dosavadní organizace je téměř z poloviny hodnocena jako **dobrá**, téměř třetina ji ohodnotila dokonce **velmi dobře**.

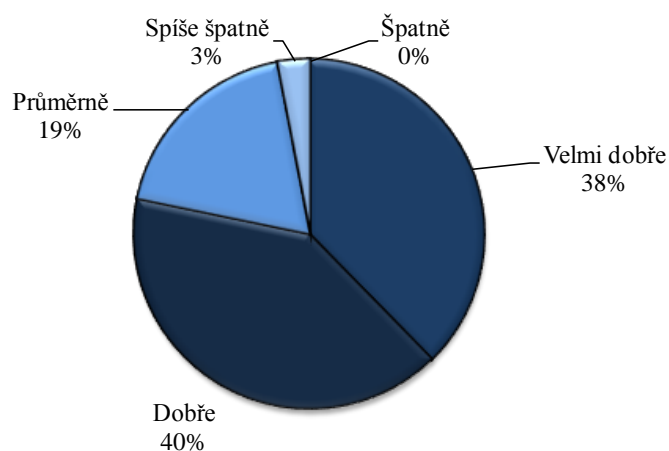


Graf 11: Vyhodnocení otázky č. 5 - kritérium 2, SŠ

Zdroj: vlastní práce

Třetím hodnoceným kritériem bylo **využití času v rámci školního výletu**. **Špatně** toto kritérium neohodnotil nikdo, **spíše špatně** jej ohodnotila pouze **3%** dotazovaných. **Průměrně** bylo ohodnoceno **19%** žáků, **dobře 40%** a **38%** ohodnotilo využití času za **velmi dobré**.

Obecně můžeme říci, že využití času v rámci výletu bylo na velmi dobré úrovni, protože téměř 80% ho ohodnotilo za **dobré** či dokonce **velmi dobré**.

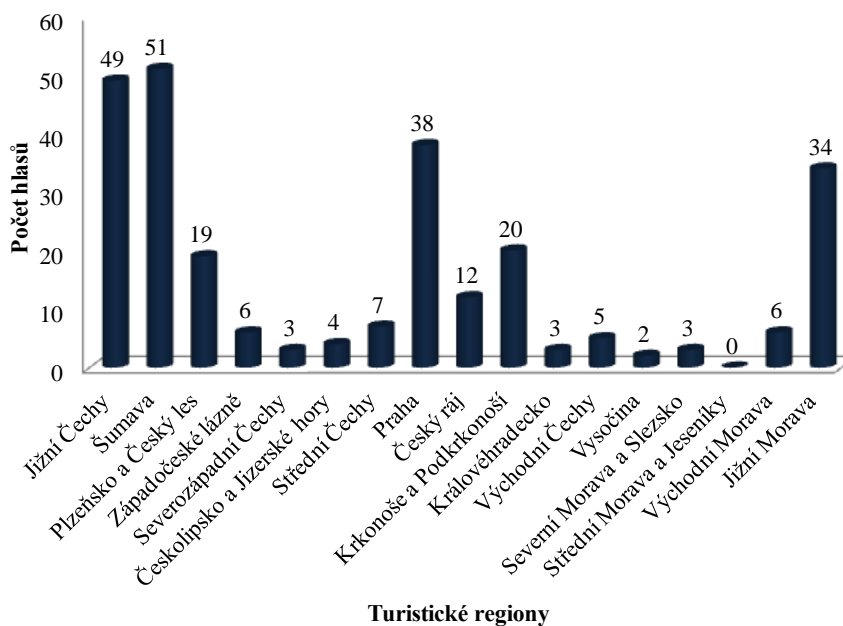


Graf 12: Vyhodnocení otázky č. 5 - kritérium 3, SŠ

Zdroj: vlastní práce

Otázka č. 6: Jaký region byste chtěli v rámci školního výletu navštívit?

V této otázce označovali respondenti libovolný počet turistických regionů, které by chtěli navštívit v rámci školního výletu. U studentů středních škol si vedly nejlépe následující regiony:



Graf 13: Vyhodnocení otázky č. 6, SŠ

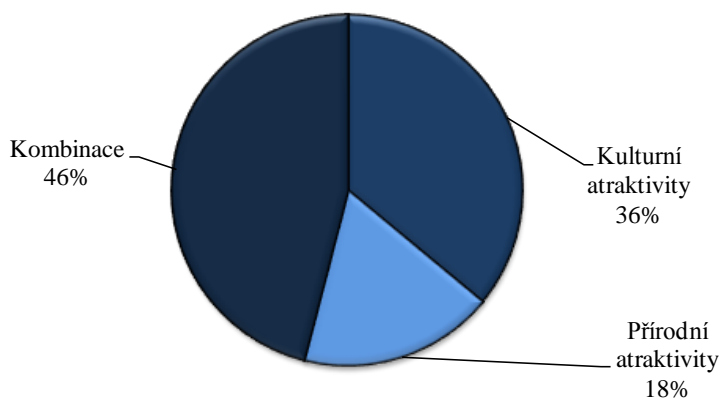
Zdroj: vlastní práce

Podíváme - li se na preference studentů, pak z grafu jasně vidíme, že největší počet hlasů dostal region **Šumava (51 hlasů)** následovaný těsně **Jižními Čechami (49 hlasů)**. Poměrně vysoký počet hlasů získaly také regiony **Praha (38 hlasů)** a **Jižní Morava (34 hlasů)**. Naopak s nulou hlasů vyšel z tohoto dotazování region Střední Morava a Jeseníky.

Otázka č. 7: prostřednictvím jakých atraktivit byste se chtěli v rámci zvoleného regionu vzdělávat?

Ze studentů středních škol označilo první možnost (**kulturní atraktivity**) **36%**, druhou možnost (**přírodní atraktivity**) **18%** a jejich **kombinaci 46%** dotazovaných.

Stejně jako u žáků základních škol, i u středoškoláků zvítězila **kombinace** různých atraktivit.



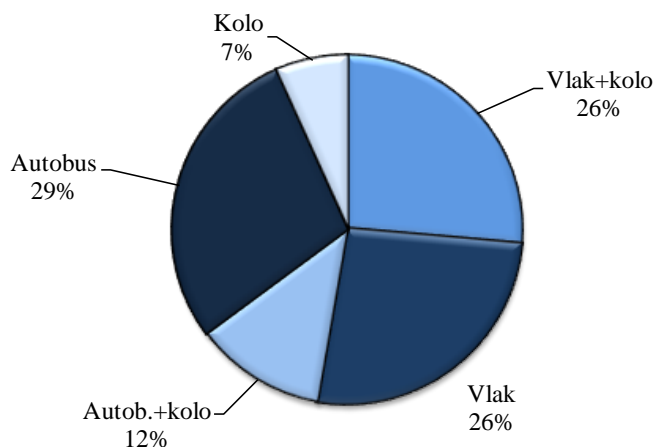
Graf 14: Vyhodnocení otázky č. 7, SŠ

Zdroj: vlastní práce

Otázka č. 8: Jaký dopravní prostředek byste preferovali?

Co se týče preference dopravního prostředku, pak **vlak** ať už **s kolem** nebo **bez**, volilo shodně **26%** dotázaných. Jen o 3% více, tedy **29%** volilo možnost **autobusu**. **Autobus s kolem** pak volilo **12%** žáků a **7%** volilo **kolo**.

Ačkoli v této otázce procentuálně zvítězil **autobus**, v součtu můžeme říci, že preferovanějším dopravním prostředkem je **vlak**.



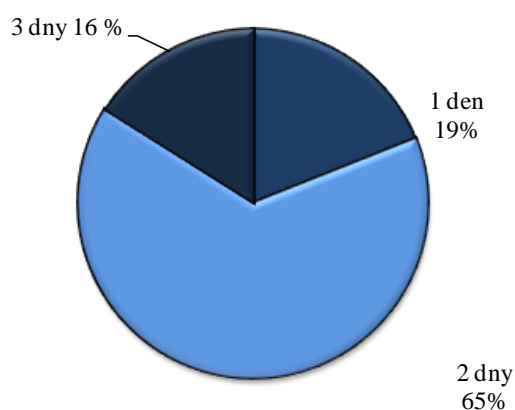
Graf 15: Vyhodnocení otázky č. 8, SŠ

Zdroj: vlastní práce

Otázka č. 9: Jakou délku školního výletu preferujete?

U této otázky mohli studenti vybírat ze tří možností. Z výsledků vyplynulo, že **jednodenní** výlet by preferovalo **19%** dotázaných, **65%** by preferovalo **2 denní** školní výlet a **16%** by uvítalo výlet v délce trvání **3 dny**.

Můžeme tedy říci, že studenti středních škol by stejně jako žáci základních škol, většinou preferovali **2 denní výlet**. Vrátime - li se k otázce číslo 4, můžeme říci, že ačkoli studenti středních škol jezdili většinou na jednodenní výlety, jejich preference jsou jinde.

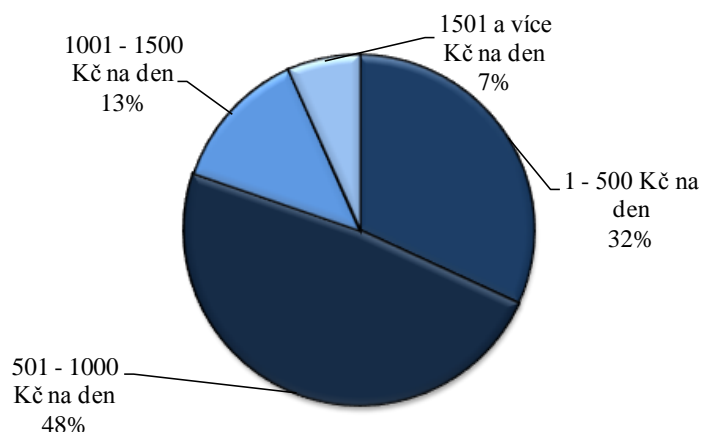


Graf 16: Vyhodnocení otázky č. 9, SŠ

Zdroj: vlastní práce

Otázka č. 10: Kolik jsou Vaši rodiče ochotni do školního výletu investovat?

U této otázky **32%** studentů označilo možnost investice **1 - 500 Kč na den**, **501 - 1000 Kč na den** je ochotno investovat **48%** respondentů, **13%** by bylo ochotno zaplatit částku mezi **1001 a 1500 Kč na den** a **7%** dotazovaných je ochotni zaplatit **na den 1501 Kč a více**.



Graf 17: Vyhodnocení otázky č. 10, SŠ

Zdroj: vlastní práce

Otázku č. 11 a 12 můžeme stejně jako v části týkající se základních škol shrnout tak, že respondenti byli studenti středních škol. Jejich věkové rozmezí bylo od 16 do 20 let. Tři respondenti byli starší.

Otázka č. 13: Pohlaví:

Mezi respondenty bylo 45 dívek a 46 chlapců.

7.1 Shrnutí výsledků

Z výsledků dotazování vyplývá, že na školní výlety jezdí **76%** respondentů, tedy že ne všechny střední školy jsou ochotné zorganizovat pro svoje studenty školní výlet.

Větší část výletů, jichž se dotazovaní v minulosti zúčastnili, směřovala do zahraničí. V České republice pak byly nejhojněji navštěvovány regiony Jižní Čechy a Plzeňsko a Český les. Sami studenti by si za cíl výletu zvolili regiony **Šumava** a **Jižní Čechy**, které získaly téměř stejný počet hlasů. Následovala je pak **Praha** a region **Jižní Morava**.

Co se délky školních výletů týče, pak většina dosavadních výletů byla jednodenních, studenti však ve svých odpovědích jasně preferovali **dvoudenní** výlety.

Hodnocení jednotlivých kritérií bylo poměrně různorodé. Výběr atraktivit hodnotili studenti většinou pouze **průměrně** nebo dobře. Organizace školního výletu dopadla ve výsledku **dobře**, naopak využití volného času bylo ohodnoceno **velmi dobře**.

Z dotazu, jak by si představovali náplň školního výletu, vyplynulo, že studenti středních škol preferují stejně jako žáci škol základních pestrý program zajištěný **kombinací návštěvy různých atraktivit**.

Dopravním prostředkem, který u studentů zvítězil, byl sice **autobus** s největším počtem hlasů, v součtu však autobus předčil **vlak** ať už s kolem nebo bez kola.

Rodiče studentů jsou ochotni do výletu investovat částku v rozmezí **501 až 1000 Kč na den**.

Zde si musíme říci, že **první hypotézu** se nám nepodařilo **ani potvrdit ani vyvrátit**. Studenti sice zvolili největším počtem hlasů turistický region Šumava, ten ale nemusíme považovat za vzdálenější a navíc předčil turistický region Jižní Čechy jen o 2 hlasy.

7.2 Diskuse

Stejně jako u žáků základních škol, ani zde není problém s organizací dvoudenního výletu. Stejně tak střední školy preferují rozličnost jednotlivých atraktivit navštívených v rámci školního výletu. Jako vhodné dopravní prostředky uvedly pak školy autobus nebo vlak, není problém zařadit do programu výlety na kole. Ani střední školy na školní výlety studentům nijak nepřispívají.

8 Návrh produktu pro studenty středních škol

8.1 Postup při vytváření programu školou

Ani zde se střední školy příliš neliší od škol základních, snad možná jen v přiřkládání většího významu na názor žáků, co se týče výběru atraktivit. Rovněž zde se domlouvají sami třídní učitelé se svými žáky na tom, kam pojedou a jakou náplň bude školní výlet mít.

Při volbě místa konání výletu a navštívených atraktivit postupují střední školy rovněž tak, že volí místa již známá a vyzkoušená z předešlých let. V případě žáků středních škol se klade zvýšený důraz na konkrétní přání týkající se atraktivit, které třída zařadí do programu svého školního výletu, samozřejmě pod dohledem a se souhlasem třídního učitele.

8.2 Možnosti vybraného regionu

Vzhledem k tomu, že studenti středních škol volili na prvním místě turistický region **Šumava**, mohli jsme při sestavování produktu rovněž využít Průvodce jako v předchozím případě. Na základě toho můžeme konstatovat, že služby pro studenty v tomto regionu jsou dostačující.

Začněme **centrální Šumavou**, největším souvisle zalesněným územím Evropy. V zimním období láká návštěvníky **Špičák**, proslulý skiareál, společně s nejdelší sítí značených běžeckých stop, z nichž většina vede na území národního parku. Bezpočet cyklotras láká návštěvníky naopak v letních měsících. Součástí oblasti centrální Šumava je národní přírodní rezervace **Černé a Čertovo jezero**, jeden z turisticky nejnavštěvovanějších cílů celého pohoří. Pro návštěvníky je tato oblast výjimečná příležitostí projít se na čerstvém vzduchu a zároveň poznat vzácnou faunu a floru, přičemž některé druhy se vyskytují právě pouze v této oblasti. Z vodních ploch zde jmenujme ještě například **Prášílské jezero**, nedaleko nějž se nachází **Polední hora** s vyhlídkovou věží, nebo **jezero Laka**, které je nejvýše položeným a zároveň rozlohou

nejmenším jezerem Šumavy. Asi nejznámějším místem centrální Šumavy je, alespoň pro nás, Jihočechy, **Povydrří**, oblíbená naučná stezka začínající na Čeňkově pile a končící v Antýglu vzdáleném 7 kilometrů. Návštěvníkům se zde naskytne pohled na překrásné přírodní scenérie tvořené řekou Vydrou a okolní přírodou. Z přírodních krás zmiňme ještě **pramen Vltavy**, nejdelší české řeky, který je možné spatřit právě v oblasti centrální Šumavy. Zřejmě nejvýznamnější stavbou na tomto území je pro turisty **hrad Kašperk**, nejvýše položený královský hrad v Čechách. Vede k němu řada turistických tras a cyklostezek. Hradní věže nabízí pohled na pásmo hraničních vrcholů centrální Šumavy. Pro žáky a studenty jsou zde určeny interaktivní prohlídky.

Posuneme - li se o kousek dál, přivítá nás **Klatovsko**, rozmanitá oblast, kde kromě **Klatov**, města s Černou věží a katakombami nebo raritní barokní lékárnou, nesmíme opomenout ani nádhernou okolní krajinu šumavského podhůří. Z hradů jmenujme například **Klenovou**, s expozicemi věnovanými vrcholnému českému i zahraničnímu umění, a dále **Švihov**, největší a nejzachovalejší vodní hrad v Čechách, který připravuje speciálně pro školní skupiny prohlídky se zajímavou tematikou s naučným prvkem.

Lipensko je další oblastí turistického regionu Šumava, kterou stojí za to navštívit. Kromě četných přírodních atraktivit, zde na návštěvníky čeká i řada historických staveb, kterými jsou například státní **hrad Rožmberk**, na němž se prý čas od času zjevuje proslulá Perchta z Rožmberka - Bílá paní. Další významnou stavbou je **klášter ve Vyšším Brodě**, perla české gotické architektury, pod jejíž podlahou se skrývá hrobka jednoho z nejvýznamnějších českých šlechtických rodů - Rožmberků. Pro zvědavé tady máme informační centrum **elektrárny Lipno**.

Do turistického regionu Šumava lze zařadit i oblast **Prachaticka**. Na atraktivitu opravdu bohatá oblast nese svůj název podle města **Prachatice**, založeného na Zlaté stezce, sloužící k obchodování se solí mezi Čechami a Bavorskem. Kromě nádherného renesančního jádra města, můžeme navštívit také Muzeum české loutky a cirkusu, vhodné nejen pro menší návštěvníky, ale pro všechny obdivovatele tohoto umění, a také Prachatické muzeum, kde mimo se mimo jiné můžeme zapojit do virtuální prohlídky

Zlaté stezky. Ke sportovnímu vyžití je ideálním místem **Lanový park Libín**, nabízející outdoorové aktivity pro všechny věkové skupiny návštěvníků. Další renesanční perlou této oblasti je **zámek Kratochvíle**. Zámek nabízí didaktický program pro žáky základních škol. Nezapomeňme si také připomenout **památník mistra Jana Husa** v Husinci, muzeum, nacházející se pravděpodobně v domě narození této historické osobnosti. Přírodních atraktivit je v této oblasti rovněž početně. Začněme **Plešným jezerem** ledovcového původu, ležícím na úpatí nejvyššího vrcholu české části Šumavy, hory Plechý. Významným cílem turistů je také **Schwarzenberský plavební kanál**, jedinečné vodní dílo, vybudované za účelem dopravy dřeva ze Šumavy až do Vídně. Neměli bychom zapomenout ani na **Boubínský prales**, celosvětově známé místo, národní přírodní rezervaci.

Je na místě **potvrdit** si **druhou hypotézu**, tedy že **nabídka služeb ve zvolené oblasti je dostačující**.

Díky široké škále atraktivit je možné program školního výletu neustále inovovat i proto, že některá zařízení pořádají speciální akce, určené právě těmto skupinám účastníků.

Zde, opět jako v předchozím případě, byl produkt sestaven na základě prezentace atraktivit v Průvodci a pomocí informací od jednotlivých subjektů v místě cíle školního výletu.

8.3 Návrh produktu

Vybranou lokalitou v rámci turistického regionu Šumava se pro tento školní výlet stalo **Prachaticko**. Název je odvozen od města Prachatice nazývaného „renesanční perlou“ jižních Čech. Tento přívlastek si město zasloužilo díky úpadku, který vystřídal prosperitu typickou pro toto město v době renesance, a díky níž se zachoval renesanční ráz města. Město je rovněž považováno za vstupní bránu Šumavy. Do této oblasti však nespádají jen Prachatice, ale rovněž zámek Kratochvíle, další renesanční skvost, města Volary nebo Vimperk. Pro milovníky přírody je zde k vidění

Plešné jezero, Schwarzenberský plavební kanál, Boubínský prales, pro lyžaře lyžařský areál Zadov a Churáňov a další.

Cílem našeho výletu bude město **Prachatic**, ale ještě před tím navštívíme obec **Nová Pec**, jež je výchozím bodem pro putování po naučné stezce podél **Schwarzenberského plavebního kanálu** a jež se nachází nedaleko proslulého **Lipna**.

8.3.1 Program

1. Den:

- Ráno odjezd vlakem ze Strakonic (cca 7:00 - 10:15)
- Příjezd do Nové Pece, ubytování (cca 10:15 - 11:15)
- Naučná stezka Schwarzenberský plavební kanál
- V odpoledních hodinách individuální volno

2. Den:

- Ráno odjezd do Prachatic (cca 7:30 - 9:30)
- Prohlídka města (cca 9:30 - 10:30)
- Návštěva Prachatického muzea (cca 10:30 - 11:15)
- Individuální volno, možnost oběda (cca 11:15 - 13:00)
- Návrat vlakem do Strakonic (cca 13:36 - 14:51)

8.3.2 Informační minimum o navštívených atraktivitách

Nová Pec byla založena někdy v polovině 17. století. Původně malá víska zaznamenala po první světové válce rozmach, přičítaný její poloze skýtající ideální podmínky pro lyžaře v zimním období a pro klid a možnost relaxace v období letním.

Dnešní Nová Pec je stále dřevařskou osadou, která nabízí řadu pracovních příležitostí nejen v lesnictví, ale rovněž v cestovním ruchu a s ním spjatých službách.

Schwarzenberský plavební kanál je výjimečnou technickou památkou z rukou inženýra Josefa Rosenauera spojující řeky Vltavu a Dunaj. Vybudován byl v 18. století za účelem dopravy dřeva z tehdy nevyužitých lesních ploch Šumavy až do Vídně. Stavba Schwarzenberského plavebního kanálu postupovala velmi rychle, během prvního roku byl postaven úsek o délce 29,3 kilometru z celkové pozdější délky „starého kanálu“ 39,9 kilometru. Dnešní délka tohoto velkolepého díla dosahuje 51,9 kilometru. Cesta kanálu začíná u osady Nové Údolí, pokračuje přes osadu Jelení, kde je vedena podzemním tunelem, české území kanál opouští nedaleko obce Zvonková, kde pokračuje do Rakouska, kde se vlévá do řeky Grosse Mühl a poté do Dunaje. Podél kanálu vede naučná stezka na trase Jelení Vrchy - Nová Pec, je obousměrná a její celková délka je 16 kilometrů.

Město **Prachatice** bylo založeno na přelomu 13. a 14. století. Vzniklo z osad obklopených pěti kopci, z nichž nejvyšší je Libín. Prachatice se staly významnými již ve středověku díky obchodu se solí, k němuž docházelo na stezce zvané Zlatá, procházející právě Prachaticemi, spojující Čechy s Bavorskem. Výstavbu honosných měšťanských obydlí přerušil hluboký úpadek města, díky němuž se však zachoval jeho renesanční ráz až do současnosti.

Prohlídka historického jádra Prachatic neboli prstence obehnaného zachovanými městskými hradbami, které je městskou památkovou rezervací, můžeme začít naučnou stezkou kolem hradeb, začínající na Malém náměstí před Dolní branou, kterou lze posléze vstoupit do renesančního města. První zastávkou pak bude Kostelní náměstí s kostelem sv. Jakuba vystaveného v gotickém slohu, najdeme zde také domy bohaté na sgrafitovou výzdobu, typickou pro sloh renesanční. Dalším z řady náměstí je náměstí Velké, k němuž se dostaneme procházkou kolem Sittrova domu, sídla Prachatického muzea. Uprostřed náměstí se nachází kašna, nejvýznamnější budovou je pak Stará radnice s fasádou z obrazů tvořených technikou chioroscuro. Dalšími stavbami, které bychom neměli opomenout, jsou Nová radnice, Knížecí dům, Rumpálův

dům, dále pak Bozkovského dům s rožmberským jezdcem na fasádě, Muzeum krajky nebo Husův dům.

Prachatické muzeum se nachází v renesančním Sittrově domě v historickém jádru města Prachatic. Návštěvníky zde čeká momentálně nejnovější výstava věnovaná Zlaté stezce, která přitáhne návštěvníka díky jejímu multimediálnímu zpracování. Mimo to si návštěvníci mohou projít tradiční expozice věnované městu Prachatic, Karlu Klostermannovi nebo Janu Nepomuku Neumannovi.

8.3.3 Doprava

Tabulka 3: Doprava SŠ

Zdroj: www.idos.cz, vlastní práce

Trasa	Čas jízdy	Dopravní prostředek
Strakonice - Nová Pec (přes Číčenice)	7:07 - 10:12	Vlak R 669 Junák Vlak Os 8109
Nová Pec - Prachatic (přes Volary)	7:30 - 9:31	Vlak Os 8101 Vlak Os 18005
Prachatic - Strakonice (přes Číčenice)	13:36 - 14:51	Vlak Os 18009 Vlak R 662 Vajgar

Pozn.: tyto časy odjezdů jednotlivých vlaků jsou platné pouze do 10. 6. 2012, od tohoto data se mění jízdní řády Českých drah

8.3.4 Ubytování

Studenti budou ubytováni v hotelu U Šumavského lišáka. Jedná se o zrekonstruovaný dům bývalé lesní správy. Hotel je vybaven pokoji s různým počtem lůžek, některé mají vlastní sociální zařízení, ostatní mají společné. Je zde možnost

zapůjčení horských a cestovních kol, lodiček, kulečnicku a jiného, vedle objektu se nachází trasa pro in - line bruslaře. Hotel se nachází nedaleko Lipna a řeky Vltavy.

V hotelu je možné zakoupit stravování dle vlastní volby, jen snídani, polopenzi nebo jen večeři, je možnost zajistit grilování a podobně.

8.3.5 Cena

Tabulka 4: Cena SŠ

Zdroj: www.primula-lisak.cz, www.prachatickemuzeum.cz, osobní rozhovory se subjekty, vlastní práce

Služba	Cena
Ubytování	281 Kč
Stravování	130 Kč (večeře s nápojem)
Vstupy	5 Kč (Prachatické muzeum)
Doprava	166 Kč
Celkem	582 Kč

Ceny dopravy byly vypočteny na základě průměrného počtu žáků ve třídě, který činí **25 osob** s předpokladem pedagogického doprovodu čítajícího **2 osoby**. Stejně jako v předchozím případě, i zde byly do ceny, kterou zaplatí žák, započteny výdaje pedagogického dozoru.

Celková cena školního výletu na jednoho studenta se tak vyšplhala na pouhých **582 Kč**. Rozpočet na tento výlet byl dokonce vyšší než v předchozím případě, a to **2000 Kč** (501 - 1000 Kč na den), podařilo se nám tedy docílit obrovské rezervy.

Díky **sezónnosti**, která má vliv především na **cenu ubytování**, jsme docílili slevy, která je v tomto případě **více než 100 Kč** na osobu a noc. Sleva z **dopravy** je zde počítána už nikoli na základě věkové hranice, ale pouze jako **sleva skupinová**. Slevu lze získat i v muzeu, kde existuje speciální **vstupné pro školy**.

9 Závěr

Cílem práce bylo navrhnout produkt ve formě školního výletu pro žáky škol na Strakonicku s ohledem na jejich představu o trávení volného času a zároveň s ohledem na vzdělanostní stránku programu školního výletu. Bylo třeba udělat si ucelenou představu o tom, jak probíhaly školní výlety, kterých se žáci druhého stupně základních a studenti středních škol v poslední době zúčastnili. Na základě toho se pak dala jednoznačně vyčíst změna mezi tím, co bylo, a mezi tím, jak si žáci a studenti náplň školního výletu představují.

Poté co se nám podařilo získat tyto informace z dotazníkového šetření, jsme mohli jednoznačně říci, že žáci a studenti byli se školními výlety prakticky spokojeni, i když některé skutečnosti, které uváděli ve svých odpovědích, se zcela lišily od dosavadního programu. Zejména u studentů středních škol bylo jasně dáno najevo, že preferují dvoudenní trvání školního výletu vůči jednodennímu, které doposud převažovalo. Rovněž co se týká navštívených regionů, v odpovědích, kde byli studenti naposledy, převládalo v případě středních škol překvapivě zahraničí, naopak minimum studentů označilo Šumavu, která nakonec získala nejvíce preferencí v otázce, který region by studenti ve skutečnosti chtěli navštívit. Na tomto místě podotkneme, že s výběru sedmnácti turistických regionů, převládal jak u žáků základních, tak u studentů středních škol, výběr zejména tří turistických regionů, a to regionu Jižní Čechy, regionu Šumava a regionu Praha.

Jednou z hypotéz bylo, že zatímco žáci základních škol budou chtít navštívit region Jižní Čechy, což se ve finále potvrdilo, tak studenti středních škol budou chtít navštěvovat vzdálenější regiony. Toto tvrzení se nám ovšem nepodařilo přímo potvrdit, ale ani zcela vyvrátit, s ohledem na to, že dvěma regiony s největším počtem hlasů byla Šumava, která se nemusí počítat za zrovna vzdálený region, a Jižní Čechy.

Nutno podotknout, že při následném sestavování samotných produktů, bylo potřeba zjistit co nejvíce informací, týkajících se možností vybraného regionu. Možnostmi zde rozumíme zejména služby spojené s cestovním ruchem, atraktivitu,

kteřé je možné v rámci dané oblasti navštívit, a které jsou vhodné právě pro školní výlety daných věkových kategorií. Na tomto místě musíme vzpomenout Průvodce, kterého vydala Jihočeská centrála cestovního ruchu ve spolupráci s Regionálním sdružením Šumava v roce 2011, který se zabývá právě možnostmi náplně školních výletů ve vybraných regionech, mezi nimiž jsou i Jižní Čechy a Šumava. Tato publikace byla velkým pomocníkem při sestavování produktů v této práci, protože představila ucelenou nabídku atraktivit, vhodných k návštěvě v rámci školního výletu různých stupňů škol.

Důležitou součástí práce byla také komunikace s vybranými podnikatelskými subjekty, jejichž služby dotváří celistvost školního výletu. Díky kontaktům uvedeným ve výše zmíněném Průvodci, se podařilo zjistit, že některá vybraná zařízení nabízí speciální programy určené právě pro skupiny návštěvníků z řad žáků a studentů, v rámci školních výletů, což dokonale doplňuje program akce z hlediska vzdělanostní stránky.

Hypotézu stanovenou na začátku práce, říkající, že nabídka služeb ve vybrané oblasti bude dostačující, se nám tak podařilo potvrdit, právě i díky zmíněné publikaci i díky komunikaci s vybranými subjekty.

Dále se kladl důraz zejména na ekonomickou stránku věci, z hlediska finanční dostupnosti výletu pro rodiče žáků a studentů. Na konec se podařilo dodržet finanční limit stanovený výsledkem terénního šetření v obou případech, jak u žáků základních, tak u studentů středních škol, a to zejména díky hromadnosti, kterou se školní výlet vyznačuje. Právě díky vysokému počtu návštěvníků, nebo chceme-li, spotřebitelů, byla řada zařízení ochotna poskytnout skupinové slevy, čímž se podařilo značně snížit celkové náklady. Vzhledem k období pořádání školních výletů, které bylo stanoveno na rozmezí měsíců květen a červen, lze také v řadě zařízení, zejména v horských oblastech pozorovat vliv sezónnosti, díky níž právě v těchto měsících klesají ceny služeb, čímž se nám opět podaří něco ušetřit. Zároveň z toho vyplývá, že vybraná oblast bude mít příjem i mimo hlavní turistickou sezónu.

Shrneme-li si výsledky práce, můžeme říci, že možnosti inovace programu školního výletu jsou díky nabídce služeb, alespoň co se vybraných regionů týče,

nepřeberné. Právě díky různorodosti atraktivit, je možné školní výlet zaměřit všeobecně nebo ho specializovat na určitý předmět. Jako výhodu rozhodně můžeme brát i fakt, že některá zařízení si uvědomují svoji přitažlivost právě pro takový segment, jakým jsou školy, a snaží se nabídku svých služeb rozšířit právě o programy vytvořené speciálně pro tuto skupinu návštěvníků. Díky tomu a díky možnosti uspořít náklady vzhledem k většímu počtu účastníků, lze vytvořit pěkný školní výlet za příznivou cenu.

10 Summary

If you are interested in the problematic of school trips, especially in the programme of them, which is not just about free time but also about learning of something new, so you can possibly find some information about it here, in this work. This work is focused on the school trips for the pupils of elementary schools and students of high schools in Strakonicko region, especially on the previous form of them and the possibilities of inovations of these school trips to the future.

The target of this work was to create a new product, which would be acceptable for both sides, the pupils and students and for the schools, represented by the directors and teachers. The main conditions were the programme, which had to be adapted to the requirement of educational activities, and the financial side of the school trip, which means, that there was some budget we could not exceed.

On base of the results of the research we found all the information we needed to complete the main points, we used to the next work. Thanks to the publication of Jihočeská centrála cestovního ruchu and Regionální sdružení Šumava, we found out that the supply of services for this segment of tourists in the chosen regions is large, so we could propose the programme of the school trips. Thanks to communication with concrete subjects in the chosen regions, we could complete the final order of the products.

The result of this work is that the possibility of innovation of school trips is large, thanks to supply in the chosen regions. Thanks to the school trips the tourism of those regions is also supported off the main tourist season. Thanks to the mass of people we also saved some money as the result of sales for the groups of people.

11 Seznamy

Seznam použité literatury

COLLIN, P. *Dictionary of Hotels, Tourism and Catering Management*. Teddington : Peter Collin Publishing, 1994. 276 s. ISBN 0-948549-40-8.

ČERTÍK, M. a kol.: *Cestovní ruch - Vývoj, organizace a řízení*. 1. vyd. Praha: OFF, 2001. 352 s. ISBN 80-238-6275-8.

FORET, M.; STÁVKOVÁ, J. *Marketingový výzkum: Jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 160 s. ISBN 80-247-0385-8.

GOELDNER, C., RITCHIE, J. *Tourism: principles, practices, philosophies*. Hoboken: Wiley, 2009.

HÁJEK, B. a kol.: *Pedagogické ovlivňování volného času*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. 240 s. ISBN 978-80-7367-473-1.

HESKOVÁ, M. a kol.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3.

HOFBAUER, B.: *Děti, mládež a volný čas*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 172 s. ISBN 80-7178-927-5.

HORNER, S. a kol.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.

JIHOČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU A REGIONÁLNÍ SDRUŽENÍ ŠUMAVA. *PRŮVODCE: Školní výlety do jižních Čech, na Šumavu, do Dolního Bavorska a příhraničních regionů Dolního a Horního Rakouska*. 2011.

KOTLER, P. *Marketing Management: Analýza, Plánování, využití, kontrola*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1998. 712 s. ISBN 80-7169-600-5.

KOTLER, P., et al. *Marketing for Hospitality and Tourism*. 5. vyd. Boston: Pearson, 2010. 683 s. ISBN 978-0-13-245313-4.

MĚSTO STRAKONICE. *Strakonice vlastivědný sborník díl 1: kapitoly z historie*. 1. vyd. Strakonice: Město Strakonice, 2002. 326 s. ISBN 80-238-7889-1.

MĚSTO STRAKONICE. *Strakonice*. Strakonice: Město Strakonice, 2007. 255 s. ISBN 978-80-239-9816-0.

MIDDLETON, V. T. C., et al. *Marketing in Travel and Tourism*. 4. vyd. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2009. 502 s. ISBN 978-0-7506-8693-8.

MIKULÁŠTÍK, M. *Manažerská psychologie*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 380 s. ISBN 978-80-247-1349-6.

ORIEŠKA, J. *Animácia v cestovnom ruchu*. 1. vyd. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2003. 114 s. ISBN 80-8055-858-2.

ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.

PÁVKOVÁ, J., a kol. *Pedagogika volného času*. 1. vyd. Praha: Portál, 1999. 232 s. ISBN 80-7178-295-5.

PEARCE, P. L.; STRINGER, P. F. Psychology and Tourism. *Annals of Tourism Research*. 1991, 18, s. 136-154.

Seznam použitých internetových zdrojů

CzechTourism [online]. 2011 [cit. 2012-02-13]. Dostupné z: www.czechtourism.cz/2-turisticky-potencial-regionu

Český Krumlov - světové dědictví UNESCO: Schwarzenberský plavební kanál [online]. 2012 [cit. 2012-02-09].

Dostupné z: http://www.ckrumlov.info/docs/cz/region_histor_schkan.xml

Hluboká nad Vltavou: Informace pro občana [online]. 2010 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <http://www.hluboka.cz/index.php/informace-o-meste>

Hluboká nad Vltavou: Informace pro turisty [online]. 2012 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <http://infocentrum.hluboka.cz/cs/i-5-zamek-hluboka-nad-vltavou.html>

Hotely v Národním parku Šumava [online]. 2012 [cit. 2012-02-09]. Dostupné z: <http://www.primula-lisak.cz>

Hvězdárna a planetárium České Budějovice s pobočkou na Kleti [online]. 2012 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <http://www.hvezdarnacb.cz/index.php>

Hvězdárna a planetárium České Budějovice s pobočkou na Kleti [online]. 2012 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: http://www.hvezdarnacb.cz/index.php?stranka=porady_skoly&menu_id=31&uroven=2

IDOS: Vyhledávání spojení [online]. 2012 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <http://jizdnirady.idnes.cz/vlaky/spojeni/>

Jihočeské muzeum v Českých Budějovicích: Ceník vstupného [online]. 2006 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <http://www.muzeumcb.cz/cz/?clanek=314>

Jihočeské muzeum v Českých Budějovicích: Program Jihočeského muzea [online]. 2006 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: [http://www.muzeumcb.cz/program/?ukaz=program&typ\[\]=1&program=kompletni&detail=9](http://www.muzeumcb.cz/program/?ukaz=program&typ[]=1&program=kompletni&detail=9)

Jihočeské muzeum v Českých Budějovicích: Provozní doba v objektech Jihočeského muzea v Českých Budějovicích [online]. 2006 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <http://www.muzeumcb.cz/cz/?clanek=293>

KOŽELUH, J. *Nová Pec: Historie Nové Pece* [online]. 2012 [cit. 2012-02-09]. Dostupné z: <http://www.novapec.info/historie-nove-pece.htm>

KOŽELUH, J. *Nová Pec: Současnost v Nové Peci* [online]. 2012 [cit. 2012-02-09]. Dostupné z: <http://www.novapec.info/soucasnost-v-nove-peci.htm>

Lipno.cz: Schwarzenberský plavební kanál. [online]. 2011 [cit. 2012-03-28]. Dostupné z: <http://www.lipno.cz/prirodni-a-technicke-pamatky/schwarzenbersky-plavebni-kanal/>

Národní informační centrum pro mládež. [online]. 2012 [cit. 2012-03-28]. Dostupné z: <http://www.nicm.cz/zpravy-z-icm-prachatice>

Oficiální stránky Statutárního města České Budějovice: Historie [online]. 2012 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <http://www.c-budejovice.cz/cz/mesto/o-meste/stranky/historie.aspx>

Oficiální stránky Statutárního města České Budějovice: O městě [online]. 2012 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <http://www.c-budejovice.cz/cz/mesto/o-meste/stranky/o-meste.aspx>

Oficiální stránky Statutárního města České Budějovice: Památky [online]. 2012 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <http://www.c-budejovice.cz/cz/turistika-a-volny-cas/stranky/pamatky.aspx>

Oficiální stránky statutárního města české Budějovice: Pamětihodnosti. [online]. 2012 [cit. 2012-03-28]. Dostupné z: <http://www.cb-info.cz/cz/chut-stalete-tradice/pametihodnosti/stranky/pametihodnosti.aspx>

Oficiální stránky zámku Hluboká: Cenový výměr vstupného platný pro rok 2012 [online]. 2012 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <http://www.zamek-hluboka.eu/vstupne-1/>

Oficiální stránky zámku Hluboká: Provozní doba pokladny v roce 2012 [online]. 2012 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <http://www.zamek-hluboka.eu/navstevni-doba-1/>

Prachatice brána Šumavy: Historie města [online]. 2012 [cit. 2012-02-09]. Dostupné z: http://www.prachatice.cz/n_historie_zalozeni.html

Prachatice brána Šumavy: Památky a pamětihodnosti [online]. 2012 [cit. 2012-02-09]. Dostupné z: http://www.prachatice.cz/n_pamatky.html

Prachatické muzeum: Vstupné, otevírací doba [online]. 2009 [cit. 2012-02-09]. Dostupné z: <http://www.prachatickemuzeum.cz/vstupne>

Setkání s tradicí na Schwarzenberském plavebním kanálu. [online]. 2008 [cit. 2012-03-28]. Dostupné z: <http://www.schw-kan.com/>

Strakonice: Oficiální portál města [online]. 2011 [cit. 2012-02-13]. Dostupné z: <http://www.strakonice.eu/content/historie-mesta>

Strakonice: Oficiální portál města [online]. 2011 [cit. 2012-02-13]. Dostupné z: <http://www.strakonice.eu/content/znak-prapor-mesta>

Strakonice: Oficiální portál města [online]. 2011 [cit. 2012-02-13]. Dostupné z: <http://www.strakonice.eu/content/poloha>

Trasovník: Strakonicko [online]. 2011 [cit. 2012-02-13]. Dostupné z: www.trasovnik.cz/k_jihoc/strakon/strakon.asp

TŮMA, M.: *Hvězdárna a planetárium České Budějovice s pobočkou na Kletí.* [online]. 2009 [cit. 2012-03-28]. Dostupné z: http://www.hvezdarnacb.cz/?stranka=uvod&menu_id=1&uroven=2

Turistický atlas: Zámek Hluboká nad Vltavou. [online]. 2010 [cit. 2012-03-28]. Dostupné z: http://turistickyatlas.cz/vse/misto/6364_zamek-hluboka-nad-vltavou.html

Ubytovna U Nádraží [online]. 2012 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <http://ubytovna.vors.cz/>

ZOO Ohrada: 2. stupeň ZŠ/Střední školy [online]. 2012 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: http://www.zoo-ohrada.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=76&Itemid=441

ZOO Ohrada: Informace o zoo... [online]. 2012 [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: http://www.zoo-ohrada.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=56&Itemid=484

Seznam tabulek a grafů

Tabulka 1: Doprava ZŠ.....	43
Tabulka 2: Cena výletu ZŠ	44
Tabulka 3: Doprava SŠ.....	61
Tabulka 4: Cena SŠ.....	62
Graf 1: Vyhodnocení otázky č. 5 - kritérium 1, ZŠ	26
Graf 2: Vyhodnocení otázky č. 5 - kritérium 2, ZŠ	27
Graf 3: Vyhodnocení otázky č. 5 - kritérium 3, ZŠ	28
Graf 4: Vyhodnocení otázky č. 6, ZŠ	29
Graf 5: Vyhodnocení otázky č. 7, ZŠ	30
Graf 6: Vyhodnocení otázky č. 8, ZŠ	31
Graf 7: Vyhodnocení otázky č. 9, ZŠ	31
Graf 8: Vyhodnocení otázky č. 10, ZŠ	32
Graf 9: Vyhodnocení otázky č. 2, SŠ.....	46

Graf 10: Vyhodnocení otázky č. 5 - kritérium 1, SŠ	48
Graf 11: Vyhodnocení otázky č. 5 - kritérium 2, SŠ	48
Graf 12: Vyhodnocení otázky č. 5 - kritérium 3, SŠ	49
Graf 13: Vyhodnocení otázky č. 6, SŠ.....	50
Graf 14: Vyhodnocení otázky č. 7, SŠ.....	51
Graf 15: Vyhodnocení otázky č. 8, SŠ.....	52
Graf 16: Vyhodnocení otázky č. 9, SŠ.....	53
Graf 17: Vyhodnocení otázky č. 10, SŠ.....	53

Seznam příloh

Dotazník

České Budějovice

Obrázek 1: Náměstí Přemysla Otakara II

Obrázek 2: Hvězdárna a planetárium

Hluboká nad Vltavou

Obrázek 3: zámek Hluboká nad Vltavou

Prachatice

Obrázek 4: náměstí Prachatice

Schwarzenberský plavební kanál

Obrázek 5: Schwarzenberský plavební kanál 1

Obrázek 6: Schwarzenberský plavební kanál 2

Mapy

Obrázek 7: turistické regiony ČR s vyznačenými místy

Obrázek 8: Průvodce - regiony

12 Přílohy

Dotazník

1) Jezdíte na školní výlety? (Pokud ne, přeskočte na otázku č. 6)

- *Ano*
- *Ne*

2) Jaké bylo místo, které jste v rámci školního výletu navštívili naposledy?

3) Kdy proběhl Váš poslední školní výlet?

- *září – listopad*
- *prosinec – únor*
- *březen – duben*
- *květen - červen*

4) Kolik dní trval Váš poslední školní výlet?

- *1 den*
- *2 dny*
- *3 dny*

5) Jak hodnotíte následující kritéria?

- *Výběr atraktivit navštívených v rámci školního výletu*
 - *Špatně*
 - *Spíše špatně*
 - *Průměrně*
 - *Dobře*
 - *Velmi dobře*

- **Organizace výletu**
 - Špatně
 - Spíše špatně
 - Průměrně
 - Dobře
 - Velmi dobře
- **Využití času v rámci výletu**
 - Špatně
 - Spíše špatně
 - Průměrně
 - Dobře
 - Velmi dobře

6) Jaký region byste chtěli v rámci školního výletu navštívit? (Zaškrtněte libovolný počet regionů)

- | | |
|-------------------------------|-----------------------------|
| • Jižní Čechy | • Krkonoše a Podkrkonoší |
| • Šumava | • Královéhradecko |
| • Plzeňsko a Český les | • Východní Čechy |
| • Západočeské lázně | • Vysočina |
| • Severozápadní Čechy | • Severní Morava a Slezsko |
| • Českolipsko a Jizerské hory | • Střední Morava a Jeseníky |
| • Střední Čechy | • Východní Morava |
| • Praha | • Jižní Morava |
| • Český ráj | |

Turistické regiony České republiky



(Zdroj: www.czechtourism.cz, 2011)

7) Prostřednictvím jakých atraktivit byste se chtěli v rámci zvoleného regionu vzdělávat?

- *Kulturní atraktivity*
- *Přírodní atraktivity*
- *Kombinace kulturních a přírodních atraktivit*

8) Jaký dopravní prostředek byste preferovali?

- *Vlak (na místě se pohybovat pěšky)*
- *Vlak (kolo s sebou)*
- *Autobus (na místě se pohybovat pěšky)*
- *Autobus (kolo s sebou)*
- *Kolo (cyklistický výlet)*

9) Jakou délku školního výletu preferujete?

- *1 den*
- *2 dny*
- *3 dny*

10) Kolik jsou Vaši rodiče ochotni do školního výletu investovat?

- *1 – 500 Kč na den*
- *501 – 1000 Kč na den*
- *1001 – 1500 Kč na den*
- *1501 a více Kč na den*

11) Jakou školu navštěvujete?

- *druhý stupeň základní školy*
- *střední škola*

12) Kolik je Vám let?

- *11 – 15 let*
- *16 – 20 let*
- *Jiné.....*

13) Pohlaví

- *chlapec*
- *dívka*

České Budějovice

Obrázek 1: Náměstí Přemysla Otakara II.

Zdroj: www.cb-info.cz, 2012



Obrázek 2: Hvězdárna a planetárium

Zdroj: Tůma, M.: www.hvezdarnacb.cz, 2009



Hluboká nad Vltavou

Obrázek 3: zámek Hluboká nad Vltavou

Zdroj: <http://turistickyatlas.cz>, 2010



Prachatice

Obrázek 4: náměstí Prachatice

Zdroj: www.nicm.cz, 2012



Schwarzenberský plavební kanál

Obrázek 5: Schwarzenberský plavební kanál 1

Zdroj: www.schw-kan.com, 2008



Obrázek 6: Schwarzenberský plavební kanál 2

Zdroj: www.lipno.cz, 2011



Mapy

Obrázek 7: turistické regiony ČR s vyznačenými místy

Zdroj: www.czechtourism.cz, 2011, vlastní práce

Turistické regiony České republiky



Obrázek 8: Průvodce - regiony

Zdroj: Jihočeská centrála cestovního ruchu a Regionální sdružení Šumava, 2011, vlastní práce

