

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH  
BUDĚJOVICÍCH**  
Ekonomická fakulta  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management  
Studijní obor: Obchodní podnikání

**Inovace produktového portfolia cestovního ruchu v zázemí  
Voticka**

Vedoucí diplomové práce  
Mgr. Vladimír Dvořák

Autor  
Bc. Andrea Vokrouhlíková

2012

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

Jméno a příjmení: **Bc. Andrea VOKROUHLÍKOVÁ**  
Osobní číslo: **E10703**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**  
Název tématu: **Inovace produktového portfolia cestovního ruchu v zázemí Voticka**  
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

**Cíl práce:**

Prostřednictvím analýzy cestovního ruchu ve sledované oblasti poukázat jeho dopady z hlediska trhu cestovního ruchu v zázemí Voticka. Inovace produktu cestovního ruchu včetně uvedení na trh.

**Metodický postup:**

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Situační analýza zkoumané oblasti
3. Terénní šetření
4. Návrhy inovace nabídky
5. Příprava projektu inovovaného produktu cestovního ruchu

**Rámcová osnova:**

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


Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah pracovní zprávy: **60 - 80 stran**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:


- Foret, M., Foretová, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2001.***  
**Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies. Hoboken: Wiley, 2009.***  
**Horáková, H. *Strategický marketing. Praha: Grada Publishing, 2002.***  
**Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada Publishing, 2003.***  
**Kirářová, A. *Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress, 2003.***  
**Palatková, M. *Marketing služeb. Praha: Grada Publishing, 1996.***

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

Datum zadání diplomové práce: **15. února 2011**  
Termín odevzdání diplomové práce: **16. dubna 2012**

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

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentská 13 (25)  
370 05 České Budějovice

  
Ing. Kamil Pícha, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 3. března 2011

## Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou prací na téma “Inovace produktového portfolia cestovního ruchu v zázemí Voticka“ vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu použité literatury.

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

V Českých Budějovicích dne .....

Andrea Vokrouhlíková



## Poděkování

Děkuji vedoucímu diplomové práce Mgr. Vladimíru Dvořákovi, za odbornou konzultaci a ochotu při vedení této práce.

Současně děkuji členům občanského sdružení „Za záchranu kláštera sv. Františka z Assisi“, za pomoc při distribuci dotazníků.

Dále velké poděkování patří i paní Janě Kocurové, starostce města Votice, panu Václavu Ševčíkovi, majiteli penzionu „Pod sv. Václavem“, panu Jiřímu Maršíčkovi, členu občanského sdružení, paní Janě Pavlukové, ředitelce Informačního a městského kulturního centra ve Voticích, za věnovaný čas a sdělené informace v průběhu řízených rozhovorů.

V neposlední řadě děkuji také panu Ing. Otakaru Hrdličkovi, architektovi, za konzultaci při zpracování projektu.

# OBSAH

<b>1</b>	<b>ÚVOD.....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>LITERÁRNÍ REŠERŠE.....</b>	<b>6</b>
2.1	Cestovní ruch .....	6
2.2	Destinace cestovního ruchu .....	7
2.2.1	Životní cyklus destinace .....	7
2.2.2	Destinační management.....	8
2.2.3	Destinační marketing .....	9
2.2.4	Rozvoj cestovního ruchu v destinaci .....	10
2.2.5	Prezentace území a cestovní ruch .....	10
2.3	Trh cestovního ruchu .....	11
2.3.1	Produkt.....	13
2.3.2	Cena a její tvorba .....	13
2.3.3	Možnosti inovace v cestovním ruchu .....	14
2.3.4	Inovace produktového portfolia.....	15
2.3.5	Kategorizace nových produktů .....	16
2.4	Přínos cestovního ruchu.....	17
2.4.1	Multiplikační efekt cestovního ruchu .....	17
2.5	Evropská unie a rozvoj cestovního ruchu .....	19
2.6	Marketingový výzkum .....	20
2.6.1	Metody sběru dat .....	20
2.6.2	Situační analýza .....	21
2.7	Marketingový mix v cestovním ruchu .....	21
2.7.1	Packaging („balíček“) .....	22
2.7.2	Partnerství .....	23
<b>3</b>	<b>CÍLE, METODIKA, HYPOTÉZY.....</b>	<b>24</b>
3.1	Cíle práce .....	24
3.2	Metodika .....	24
3.3	Hypotézy .....	25
<b>4</b>	<b>SITUAČNÍ ANALÝZA .....</b>	<b>26</b>

4.1	Geografické vymezení Voticka .....	26
4.2	Demografické vymezení .....	27
4.3	Doprava.....	28
4.4	Mikroregion Džbány .....	28
4.5	Přírodní atraktivity .....	29
4.5.1	Přírodní park Džbány – Žebrák .....	29
4.5.2	Česká Sibiř.....	29
4.6	Kulturně – historické atraktivity .....	29
4.6.1	Jankov .....	29
4.6.2	Miličín.....	30
4.6.3	Vrchotovy Janovice .....	31
4.6.4	Votice.....	32
4.7	Ubytování, stravování (u vybraných bližší specifika) .....	33
4.7.1	Jankov .....	33
4.7.2	Miličín.....	33
4.7.3	Vrchotovy Janovice .....	33
4.7.4	Votice.....	34
4.7.5	Olbramovice.....	34
4.8	Městské informační a kulturní centrum .....	35
4.9	Naučné stezky .....	35
4.9.1	Společenské a sportovní aktivity .....	37
4.10	Analýza konkurence .....	39
4.10.1	Sedlčansko .....	39
4.10.2	Mikroregion Blaník.....	39
4.10.3	Společenství obcí Čertovo břemeno .....	40
4.10.4	Mikroregion CHOPOS .....	40
<b>5</b>	<b>TERÉNNÍ ŠETŘENÍ.....</b>	<b>42</b>
5.1	Cíle terénního šetření .....	42
5.2	Použité metody .....	42
5.3	Téma otázek .....	43
5.4	Vyhodnocení dotazníkového .....	43
5.4.1	Dotazníkové šetření online .....	43

5.4.2	Dotazníkové šetření – tištěné dotazníky .....	48
5.5	Řízené rozhovory .....	53
5.5.1	Paní Jana Kocurová .....	53
5.5.2	Pan Václav Ševčík .....	54
5.5.3	Pan Jiří Maršíček .....	54
5.5.4	Paní Jana Pavluková .....	55
<b>7</b>	<b>NÁVRHY NA INOVACE PRODUKTOVÉHO PORTFOLIA.....</b>	<b>57</b>
<b>8</b>	<b>PŘÍRPAVA PROJEKTU CESTOVNÍHO RUCHU.....</b>	<b>59</b>
8.1	„Voticko v kontrastech“ .....	59
8.2	Cílový segment projektu .....	60
8.3	Partneři projektu .....	61
8.4	Umístění projektu - Klášter sv. Františka z Assisi ve Voticích .....	61
8.4.1	Historie kláštera .....	62
8.4.2	Stručný popis kláštera .....	62
8.4.3	Stav kláštera .....	62
8.4.4	Rekonstrukce kláštera .....	63
8.4.5	„Voticko v kontrastech“ - popis 1. a 2. nadzemního podlaží .....	63
8.5	Odhad nákladů na rekonstrukci, provoz a zdroje financování.....	64
8.5.1	Náklady na rekonstrukci a vybavení.....	64
8.5.2	Provozní náklady .....	65
8.5.3	Zdroje Financování .....	66
8.6	Nový projekt a jeho uvedení na trh.....	66
<b>9</b>	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>68</b>
<b>10</b>	<b>SUMMARY.....</b>	<b>70</b>
<b>11</b>	<b>POUŽITÁ LITERATURA .....</b>	<b>71</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK, GRAFŮ.....</b>	<b>76</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>77</b>

# 1 ÚVOD

Cestovní ruch hraje významnou roli v rozvoji území. Stal se jedním z celosvětově nejdůležitějších průmyslových odvětví a z důležitých přínosů cestovního ruchu pro rozvoj území je vytváření nových pracovních příležitostí, kdy příjmy z cestovního ruchu jsou dále významnou součástí příjmů státních i místních rozpočtů. V neposlední řadě cestovní ruch přispívá také k poznávání nových míst, přírodního a kulturního dědictví národů a pomáhá lépe pochopit jejich mentalitu, obyčej a zvyklosti.

Analýza cestovního ruchu v zázemí Voticka byla již hlavním cílem zkoumání bakalářské práce na téma „Analýza druhů a forem cestovního ruchu v zázemí Voticka“. Jednalo se o zmapování přírodních atraktivit, kulturně – historických památek a společenského potenciálu, ze kterého byly definovány jednotlivé druhy a formy cestovního ruchu, které se ve vymezené oblasti nejčastěji vyskytují.

Oblast Voticko lze tedy charakterizovat, jako správní obvod 15 obcí, rozkládající se na jižní části Středočeského kraje na hranicích s krajem Jihočeským. Toto území sousedí s několika správními obvody jako je například Benešov, Vlašim nebo Sedlčany a je součástí svazku obcí Mikroregionu Džbány, které řeší problémy v oblastech obnovy venkova, ochrany životního prostředí, zkvalitňování technické infrastruktury a rozvoje cestovního ruchu.

Z hlediska segmentace trhu cestovního ruchu se jedná o oblast, jejímž účastníkem jsou skupiny mladých lidí nebo mladé rodiny s dětmi, kteří zde převážně v podobě cykloturistiky či pěší turistiky aktivně tráví svůj čas.

Vzhledem k charakteru přírodního a kulturního dědictví patří zde mezi nejdůležitější druhy cestovního ruchu, rekreační, sportovní a náboženský cestovní ruch. Z pohledu forem cestovního ruchu pak převažuje krátkodobý a domácího cestovního ruchu.

I přesto, že na základě bakalářské práce „Analýza druhů a forem cestovního ruchu v zázemí Voticka“ bylo zjištěno, že votický region vlastní potenciál pro rozvoj cestovního ruchu, kdy byl navržen nový produkt „Kříž Voticka, aneb cyklotrasa hrou“, jeví se tato oblast nadále, jako turisticky méně frekventovaná, bez využití všech možností pro rozvoj cestovního ruchu.

Tato diplomové práce je tedy převážně zaměřena na analýzu produktů cestovního ruchu v zázemí Voticka, která by měla odhalit nedostatky v nabídce cestovního ruchu a také poukázat na nutnost neustálé inovace produktového portfolia.

Výsledkem práce by měl být projekt cestovního ruchu, který by využil rezerv potenciálu cestovního ruchu, zatraktivnil vybraný region, přilákal nové turisty a prodloužil dobu již stávajících účastníků cestovního ruchu.

## 2 LITERÁRNÍ REŠERŠE

### 2.1 Cestovní ruch

Obecně je cestovní ruch vymezován jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. (Horner, Swarbrooke 2003: 53)

Dle Petru (1999: 26) lze cestovní ruch definovat jako dočasnou změnu místa pobytu, tj. cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, a to za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi.

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

Dle Foreta a Foretové (2001:9) je pro obec cestovní ruch zdrojem příjmů možností vytváření nových pracovních příležitostí, s možností revitalizace a dalšího zvelebování svých měst a obcí.

Je nepochybné, že cestovní ruch přispívá k rozvoji místa (vytváří pracovní a podnikatelské příležitosti, je zdrojem zisku pro podnikatele, přináší potřebné zejména zahraniční investice, zvyšuje životní úroveň). Na druhé straně však také vyžaduje určitou úroveň služeb, zejména pro volný čas. Neobejde se bez kvalitních ubytovacích a stravovacích zařízení, bez potřebné infrastruktury (komunikace, dopravní dostupnost). Představuje i určité sociální a ekologické hrozby. A právě v koordinaci místních aktivit spatřujeme základní přínos a úlohu místní veřejné správy a samosprávy.

## 2.2 Destinace cestovního ruchu

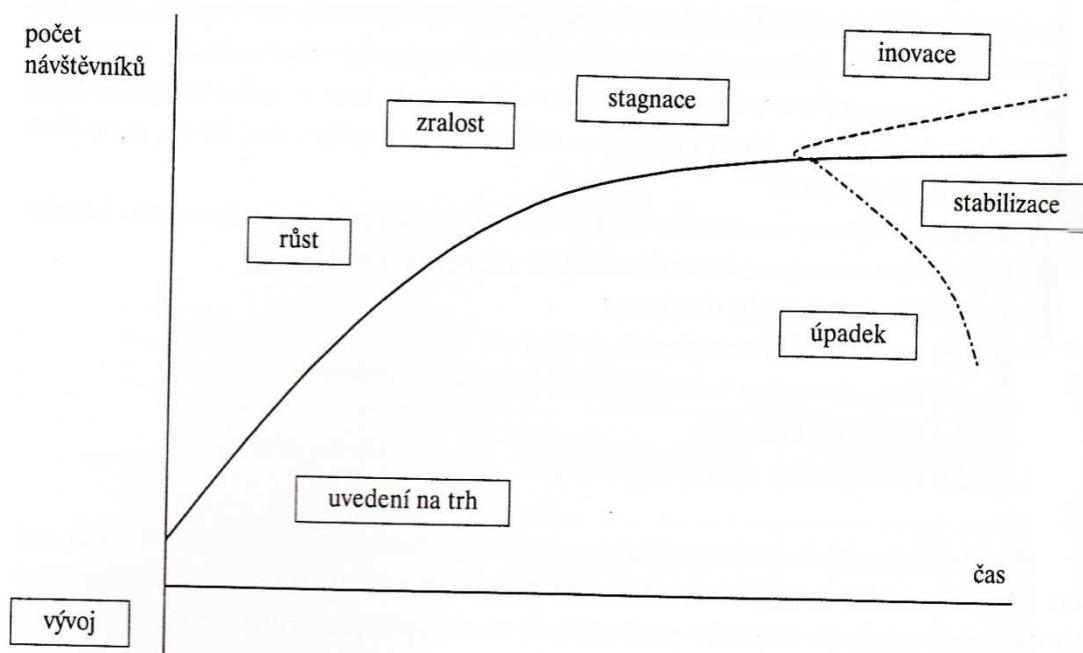
Destinace chápána jako „geografický prostor“ (stát, místo, region), který si návštěvník (segment) vybírá jako svůj cíl cesty. (Bieger 2008: 55)

Kirářová (2003: 15) ve své publikaci uvádí, že destinace představuje místo a atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.

V užším slova smyslu je destinace cílovou oblastí v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu a v širším smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, která jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků. (Palatková 2006: 23)

### 2.2.1 Životní cyklus destinace

Obrázek 1. Životní cyklus destinace





Všeobecně je možno konstatovat, že i destinace cestovního ruchu, její produktové řady/komponenty produktu, procházejí pěti základními fázemi životního cyklu, a to:

- Fází vývoje, kdy sdružení hledá náměty a nápady – poptávka může a nemusí ještě existovat (to záleží na tom, na čí podnět se destinace začíná na trhu nabízet), sdružení však už vynakládá finance.
- Fází uvedení na trh, kdy už vzniká poptávka, realizuje se první prodej, sdružení však vynakládá značné finanční prostředky na reklamu a podporu prodeje.
- Fází růstu, kdy se realizují vysoké tržby a zisk.
- Fází zralosti, kdy na trh už vstupují konkurenti s porovnatelnou nabídkou často za nižší ceny (může nastat cenová válka), sdružení musí snižovat ceny na úroveň konkurenčních, snižuje se zisk, zvyšují se náklady na reklamu a podporu prodeje.
- Fáze stagnace, která může skončit třemi způsoby a to:
  - fáze úpadku (snižování prodeje a zisku může vést až ke ztrátě a odstranění destinace produktové řady/komponentu z nabídky
  - fáze stabilizace (prodej se ustálí na určité výši a dál už neklesá
  - fáze inovace, kdy sdružení vhodně zvolenou strategií původní nabídku inovuje a poptávku oživí (Kirařová 2003: 97)

### **2.2.2 Destinační management**

Dle Fellegiové (2008: 8) je právě destinační management je často definován jako nejvyzrálejší forma řízení cestovního ruchu.

Foret, Foretová (2001: 32) ve své publikaci uvádějí, že management destinací se někdy označuje jako společný přístup a postup podnikatelské sféry a místní správy. Místo individualistického konkurenčního boje podnikatelů v oblasti cestovního ruchu se hledá společná nabídka, která dokáže být pro zákazníka atraktivnější, lépe reaguje na jeho potřeby a přání. Místa, která chtějí obstát na trhu nabídky turistických atraktivit i v konkurenci při získávání nejrůznějších investic či grantů, se spojují.

Společná prezentace pak přináší jednotlivým organizacím především snížení finančních nákladů na akci, v kontextu s regionem se zvyšuje atraktivita jednotlivého města, okresu i podnikatelského subjektu a umožňuje poskytnout potenciálním klientům komplexní nabídku.

Palátková (2006: 22) ve své publikaci uvádí, že managementem destinace rozumíme soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci za účelem dosažení jeho udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu.

Snahou regionu by tedy nemělo být pouze informovat potencionální návštěvníky formou propagačních materiálů o regionu, ale najít odvahu ke koncentraci sil pro společný rozvoj, organizaci a aktivní prodej svých klíčových konkurenčních výhod. (Fellegiová 2008: 8)

### **2.2.3 Destinační marketing**

Podstata marketingu destinace tkví v orientaci všech zainteresovaných subjektů na uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace za účelem dosažení zisku. Úspěch destinace na trhu cestovního ruchu závisí na schopnosti identifikovat vlastní nabídku – produkt, potencionální návštěvníky, cílový trh, ohrožení a příležitosti na trhu a způsob, jak potencionální návštěvníky aktivizovat k návštěvě destinace. (Palátková 2006: 29)

Dle Horner, Swarbrooke (2003: 290) bývají cíle marketingu destinací komplikovanější, než u ostatních typů marketingu, v souvislosti s faktem, že jej provádějí spíše orgány veřejného sektoru než soukromé společnosti. Orgány veřejného sektoru jej provádějí z řady důvodů, převážně nikoli jako vlastní cíl, ale jako prostředek k dosažení cílů, mezi něž patří:

- Zlepšit pověst oblasti, a tak přilákat investory, kteří tam postaví své továrny a zřídí své kanceláře.

- Rozšířit počet a vybavení zařízení, které mohou používat místní občané. Příjmy z cestovního ruchu mohou pomoci udržet při životě místní obchody, divadla a restaurace, který by zbankrotovaly, kdyby se musely spoléhat pouze na místní zákazníky. Cestovní ruch také může být důvodem i zdrojem financí pro rozvoj infrastruktury, kterou využijí i místní občané, například nových silnic nebo letišť. Totéž platí o nových atraktivitách, například o muzeích.
- Vzbudit v občanech hrdost na svou oblast. K tomu přispívají projevy zájmu turistů o danou oblast.
- Získat odůvodnění a financování pro zlepšení místního životního prostředí.

I v případech, kdy cíle marketingu destinace jsou spíše finanční než sociální, jde obvykle o získání finančního přínosu pro všechny oblasti, nikoli pro určité podniky. Samotné orgány veřejné správy však mohou mít také oprávněný zájem o cestovní ruch, protože z něj mohou získat řadu příjmů. (Horner, Swarbrooke 2003: 290)

#### **2.2.4 Rozvoj cestovního ruchu v destinaci**

Pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci je důležitá kvalitní nabídka, která je schopna přilákat návštěvníky a následně uspokojit jejich potřeby a požadavky.

V zájmu dosažení ekonomického efektu je nutné, aby destinace cestovního ruchu vystupovala na trhu jako konkrétní produkt určený pro vybraný segment trhu. resp. segmenty. (Palatková 2006: 16, 17, 18)

#### **2.2.5 Prezentace území a cestovní ruch**

Foret, Foretová (2001: 38,39,40) uvádějí, že území musí dokázat nabídnout co nejvíce informací. Je důležité pamatovat na to, že občan i návštěvník cestovního ruchu se musí v daném místě zorientovat, že musí být jasné, kde získá potřebné informace.

Orientační a informační systém napovídá, nakolik veřejné správě na lidech, kteří se v území pohybují, záleží, jaký má zájem nabídnout jim své služby a zajímavosti.

Interpretace místa je často právě tím, co si návštěvník uchová jako trvalou vzpomínku ve své mysli. Je to i něco, co může být důvodem k tomu, aby rozhodl dané území navštívit nebo je doporučil svým známým.

K oslovení je možné také využít historických zajímavostí místa, významných osobností či dokonce místních pověstí, ale dá se také účelově vytvořit i zcela nová identita. Důležitý je hlavně jednotný styl prezentace.

Území, ve kterém se občan či turista pohybuje, musí nabízet dostatek informací dostupných a srozumitelných na první pohled. Jsou to tabule, směrovky, značky, upozorňující na významná místa, budovy či přírodní útvary, informující o nejrůznějších zajímavostech a upozorňující na možnost využití i nejrůznějších dopravních prostředků. Informace mohou být také prezentovány na městském mobiliáři (lavičkách, čekárnách hromadné dopravy, na dopravních prostředcích).

V mnoha městech můžete narazit na to, nejednotné nápisy na místních prostředcích veřejné hromadné dopravy nás upozorňují, že ve městě se nachází významná galerie, zajímavé muzeum. Tyto informace také pomáhají uvádět v život nově vytvořené služby či produkty.

## **2.3 Trh cestovního ruchu**

Jednoduše charakterizovat trh tak rozsáhlého odvětví, jakým je cestovní ruch, je nesmírně obtížné. Pro trh cestovního ruchu je charakteristický obecně výrazný převis nabídky nad poptávkou, kdy je i ovlivňován mnoha faktory např.: sociálními, demografickými, politickými, ekonomickými, geografickými, kulturními atd.

Dle Orišky (1999: 5) trhem cestovního ruchu rozumíme souhrn směnných vztahů mezi subjekty prodávajícími zboží a služby cestovního ruchu (představujícími nabídku) a subjekty kupujícími zboží a služby cestovního ruchu (představující poptávku). Trh cestovního ruchu je specifickou, relativně samostatnou součástí trhu zboží. Jeho zvláštností je, že se na něm prodávají především služby.

Podle Palatkové (2006: 15) je služba činnost, která má v sobě určitý prvek nehmatatelnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem. Výsledkem služby není převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem.

Z charakteru služeb v cestovním ruchu vyplývají požadavky na strukturu, kooperaci a úroveň služeb subjektů cestovního ruchu, na marketing a management cestovního ruchu, kvalitu materiálně-technické základny, na druh, kvalitu a včasnost poskytované informace. (Mlinář a kol. 1996: 13)

Foret, Foretová (2001: 19) za specifika trhu cestovního ruchu považují následující charakteristiky:

- Rozvoj cestovního ruchu je podmíněn politicko-správními podmínkami.
- Produkt cestovního ruchu nelze vyrábět na sklad.
- Místní vázanost, bezprostřední spojitost s územím (místem), ve kterém se realizuje, zejména jeho kvalitou přírodního prostředí.
- Výrazná sezonnost.
- Trh je silně determinován přírodními faktory a dalšími nepředvídatelnými vlivy.
- Vysoký podíl lidské práce.
- Těsný vztah nabídky a poptávky (změny v cenách a příjmech se obvykle bezprostředně projeví na trhu).
- Poptávka je výrazně ovlivňována důchody obyvatelstva, fondem volného času, cenovou hladinou nabízených služeb, spotřebitelskými preferencemi, motivací, módou a prestiží, celkovým způsobem života.
- Nabídku silně ovlivňuje také rozvoj a využívání techniky a technologií (internet, informační a rezervační systémy jako Start-Amadeus, Galileo, Sabre).

Nabídku cestovního ruchu je možné rozdělit na primární a sekundární.

Komponenty primární nabídky cestovního ruchu jsou utvářejícími podmínkami pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace, struktura, rozmístění a úroveň sekundární nabídky cestovního ruchu je určujícím faktorem využitelnosti destinace pro aktivity cestovního ruchu. (Palatková 2006: 16)

### **2.3.1 Produkt**

Produkt v případě tvorby marketingového mixu cestovního ruchu nevyjadřuje zboží – výrobky, ale služby. (Kučerová 1997: 116)

Podle vymezení Americké marketingové asociace se za produkt považuje to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřebu druhých lidí. Proto sem řadíme jak fyzické předměty a služby, tak také osoby, místa, organizace, myšlenky, kulturní výtvoary apod.

Kvalita produktu je jedním z hlavních nástrojů budování pozice na trhu. Jedná se o komplexní kategorii a obecně představuje způsobilost produktu plnit své funkce. V marketingovém pohledu je kvalita produktu taková, jakou ji vnímá a vidí zákazník.

Varianty produktu představují taková jeho provedení, kdy vedle základní (výchozí) nabídky jsou připraveny také vylepšené modifikace vyšší úrovně s dodatečným, s nadstandardním vybavením nebo provedením. Design produktu může zabezpečit vyšší funkčnost produktu, umocňuje jeho užité vlastnosti a hodnotu.

Je to něco, co umožňuje odlišení konkurenčních produktů. Jednotný vizuální styl zase může zlepšit orientaci návštěvníků a jejich informovanosti, může zvýšit atraktivitu města či území a podpořit zájem o ně.

Další důležitou součástí produktu je jeho značka. Znamená jméno, název, znak symbol, design nebo jejich kombinace.

### **2.3.2 Cena a její tvorba**

Cena je nástrojem marketingu, který nejvíce ovlivňují interní i externí faktory. V zájmu úspěchu na trhu je nutné, aby sdružení při tvorbě cen bralo v úvahu pod podmínky trhu a prostřednictvím ceny citlivě reagovalo na jednotlivé změny.

Z hlediska návštěvníka je cena nejvyšší sumou peněz, kterou je ochoten zaplatit za určitý produkt při poznání nabídky konkurence. Pro návštěvníka tak neexistuje vysoká nebo nízká cena, jenom dobrá (kterou je ochoten zaplatit) a špatná cena (kterou není ochoten zaplatit).

Z hlediska destinace můžeme cenou nazvat relativní hodnotu produktu nabízeného vybranému segmentu trhu, která musí být dostatečně vysoká na to, aby pokryla fixní i variabilní náklady a aby umožnila dosáhnout zisk.

Tvorba ceny vždy vychází z cílů, kterých chce sdružení dosáhnout. Může se jednat o:

- Pokrytí nákladů spojených s produktem, a tím o dosažení vyrovnaného hospodářského výsledku, tj. hraniční rentability.
- Dosažení maximálního využití kapacit relativně nízkými cenami.
- Maximalizaci zisku dosažením nejvyšších cen, jaké je cílový segment ochoten zaplatit (především zvyšováním cen v případě organizovaných akcí).
- Zavádění produktu na trh pomocí velmi nízkých cen (především kdy cílový segment není ochoten platit vysoké ceny a nízké ceny umožní zlikvidovat existující, resp. potenciální konkurenci a zvýšit podíl na trhu apod. (Palatková 2006: 106)

Garrod a Fyall (2005: 106) ve své literatuře uvádí, že v rámci cestovního ruchu je produkt chápán jako cíl návštěvy dané destinace, kdy návštěvník neplatí pouze za samotný produkt, ale i za jeho image a za to, jak je vnímán.

### **2.3.3 Možnosti inovace v cestovním ruchu**

Sdružení cestovního ruchu může inovaci uskutečnit prostřednictvím:

- Inovace existující produktové řady/komponentu produktu.
- Orientace na nové tržní segmenty.
- Zlepšení komunikace s návštěvníky.
- Intenzivní propagace uspokojování potřeb a požadavků prostřednictvím návštěvy destinace, čímž dochází k prodloužení průměrné délky pobytu, opakování návštěv v destinaci, případně ke zvýšení pohybu návštěvníků v rámci destinace.
- Pravidelným obeznamováním návštěvníků se všemi variantami využití návštěvy destinace v rámci vytvořeného image a mise destinace.
- Vyvolání nové potřeby (příkladem může být venkovský cestovní ruch, průmyslový cestovní ruch, zelený cestovní ruch, klášterní cestovní ruch apod.).

- Nalezení nového segmentu rozšířením vybraného trhu (vytvoření nového produktového mixu, resp. produktové řady pro ty návštěvníky, kteří by jinak do destinace nepřišli, například vybudování kongresových kapacit, wellness centra apod.).
- Využití existující služby na uspokojení nových či dalších potřeb pod. (Palatková 2006: 98)

### 2.3.4 Inovace produktového portfolia

Dle Jakubíkové (2008: 177) jsou inovace nezbytné pro všechny typy firem a organizací, které mají za cíl růst a zvyšovat své výkonnosti na trhu. Inovace mají různé formy, od nového zboží a služeb přes nové procesy k podnikatelskému designu. Význam produktové inovace stále roste, což je dáno sílícím konkurenčním tlakem, ve kterém inovace představuje jednu z nejdůležitějších zbraní konkurenčního boje.

Inovace produktu tedy přináší zákazníkům nějakou pozitivní změnu oproti dosavadnímu produktu, například vyšší hodnotu danou užitekem (mírou spokojenosti a celkovými náklady vynaloženými zákazníkem.

Podle stupně novosti na trhu a míry hodnoty pro zákazníka se rozlišují tyto typy inovací produktů:

- Produkty zásadně nové – související s převratným technickým vynálezem, představují vysokou hodnotu pro zákazníka.
- Produkty modifikované – přinášejí kvalitativní změnu, představují důležitost hodnot pro zákazníka.
- Produkty analogické – představují dílčí změnu, změny jednotlivých užitných vlastností pro zákazníka mají vyšší hodnotu.

Úspěch inovátorů spočívá zejména:

- Ve vytvoření firemní kultury podporující inovace.
- Ve výběru správné inovační strategie.
- Ve vytvoření a implementaci efektivní produktové inovace.
- V získání podpory všech zainteresovaných subjektů.



### 2.3.5 Kategorizace nových produktů

Z pohledu firmy a trhu mohou být produkty považované za nové, patří-li do některé z následujících kategorií:

- Nové technologie - absolutní inovace: nejvyšší stupeň inovačních změn vzhledem k tomu, že vyžadují největší změnu v chování spotřebitele či uživatele a často ústí v nahrazení stávajících produktů. V některých případech vedou i ke vzniku zcela nového trhu. Vyžadují značné investiční prostředky a perfektní znalost trhu.
- Následné inovace: po uvedení na trh umožňují, aby se produkty lépe přizpůsobily trhu a jeho požadavkům.
- Nové pro trh: z hlediska marketingového produkty nové – pro určitý trh či distribuční cesty. Vyžadují nový marketingový mix, který odpovídá podmínkám na novém trhu.
- Nové pro určitou zemi: vyžadují změnu marketingového mixu.
- Nové kategorie produktů pro firmu: například produkty (výrobky, služby) přidávané k vlastnímu produktu v rámci diverzifikace.
- Nová značka: odlišení se od konkurence.

Nejproduktivnější inovací je odlišný produkt. Vytvářející nový potenciál uspokojení – nikoli pouze zdokonalující něco již existujícího.

Při stimulaci prodeje změnou vlastností produktu je nutno dbát především na zlepšování jeho jakosti, zdokonalování jeho funkcí nebo stylu. (Jakubíková 2008: 181,182)

## 2.4 Přínos cestovního ruchu

Cestovní ruch je jedním z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa. Má vliv na zaměstnanost, na tvorbu hrubého domácího produktu, vytváření devizových rezerv státu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek zvyšuje všeobecnou vzdělanostní úroveň obyvatelstva. I když je ekonomický přínos cestovního ruchu pro stát jednoznačný, je třeba si uvědomit, že je víc než jen ekonomický fenomén. (Palatková 2006: 9)

Dle Petrů (1999: 43) může mít vliv cestovního ruchu na rozvoj oblastní ekonomiky dvě stránky:

- Pozitivní – vyvolává ekonomický růst oblasti tím, že vytváří nové pracovní příležitosti a snižuje nezaměstnanosti, koncentruje další výroby související s cestovním ruchem apod.
- Negativní – nadměrná koncentrace cestovního ruchu může působit negativně na životní prostředí dané oblasti.

V souvislosti s pozitivní a negativními vlivy cestovního ruchu na rozvoj oblastí se hovoří o „udržitelném rozvoji cestovního ruchu“, který má uspokojovat potřeby současně turistů a hostitelských regionů a zároveň chránit a zvyšovat tyto možnosti do budoucna. Má vést k řízení všech zdrojů, a to tak, aby byly uspokojeny ekonomické, sociální a estetické potřeby při zachování kulturní integrity, nejdůležitějších ekologických procesů, biologické různorodosti a procesů, které umožňují život.

### 2.4.1 Multiplikační efekt cestovního ruchu

Hesková (2011: 171) vysvětluje multiplikační efekt jako vzájemný vztah cestovního ruchu a dalších hospodářských odvětví.

Například vznik nových pracovních příležitostí a rozvoj zaměstnanosti vytváří cestovní ruch především v procesu budování technické základny při eventuálním rozvoji dodavatelských odvětví, dále v procesu realizace jednotlivých služeb, které jsou součástí produktu cestovního ruchu.

Pracovní příležitosti vznikají hlavně v následujících zařízeních, která poskytují základní nebo doplňkové služby cestovního ruchu:

- ubytovací a stravovací zařízení
- dopravní služby
- turistické atrakce
- regionální sdružení a turistické agentury
- cestovní kanceláře
- turistické informační kanceláře
- prodej suvenýrů a dalšího doplňkového zboží

Goeldner, Ritchie (2006: 383) uvádějí v souvislosti s multiplikačním efektem cestovního ruchu, také závislost na síle vazeb mezi jednotlivými hospodářskými odvětvími. Na jedné straně existují odvětví, která mají mezi sebou velmi silné vazby, a tím pádem je vysoký i výsledný multiplikační efekt a naopak (např. vysoký multiplikační efekt bude v takovém případě, pokud bude v rámci cestovního ruchu v určité oblasti využita místní pracovní síla). Naopak slabý efekt pro danou zemi přinese situace, kdy bude většina výrobků a služeb dovezena tedy importována ze zahraničí.

Výsledný multiplikační efekt je určen součtem tzv. přímých a nepřímých efektů. Výdaje účastníka cestovního ruchu v dané oblasti se nejprve stává příjmem pro místní podnikatele a později se stává opět výdajem. Tento koloběh se opakuje tak dlouho, dokud multiplikační efekt úplně nevymizí. V každém kole totiž nastává typicky následující situace. Ne všechny příjmy se opět stanou výdaji – část z nich slouží jako úspory. V každém případě bude platit, že čím větší část získaných příjmů bude vynaložena ve formě výdajů opět v daném místě, tím vyšší bude výsledný multiplikační efekt. Dalším faktorem výsledné výše multiplikátoru je také soběstačnost daného území a místních podnikatelů.

Cooper et al. (2008: 140) definuje následující typy multiplikátorů:

- Multiplikátor transakcí (prodejů) – lze změřit množství obchodních příjmů vytvořených v ekonomice v důsledku zvýšení výdajů účastníků cestovního ruchu.
- Multiplikátor výstupu – měří množství dodatečných ekonomických přístupů, které vznikají v důsledku zvýšení výdajů účastníků cestovního ruchu.
- Příjmový multiplikátor – jakým způsobem se změní dodatečné příjmy (mzdy, platy, nájemné, úroky a zisky), pokud se opět zvýší výdaje účastníků cestovního ruchu.

- Multiplikátor zaměstnanosti – zvýšení zaměstnanosti a tvorbu nových pracovních míst v souvislosti s cestovním ruchem v dané oblasti (v tomto případě se může jednat o pracovní místa přímo v oblasti cestovního ruchu nebo přímo v navazujících oblastech, př. stavebnictví).
- Multiplikátor vládních příjmů – dopad cestovního ruchu a výdajů jeho účastníků na vládní příjmy, ten lze vyjádřit buď hrubou částkou (tzn. v absolutním zvýšení vládních příjmů v důsledku zvýšení výdajů účastníků cestovního ruchu) nebo v netto částce (získané po odečtení veřejných výdajů v souvislosti se snahou o zvýšení turistické aktivity).

## 2.5 Evropská unie a rozvoj cestovního ruchu

Interdisciplinární charakter cestovního ruchu umožňuje čerpat finanční prostředky z několika fondů EU. Tuto skutečnost je třeba chápat jako pozitivum. Na druhé straně je však cestovní ruch často vnímán jen jako „dodatek“ k určité aktivitě, a proto není význam cestovního ruchu vždy dostatečně doceněný.

Využití evropských fondů v každé členské zemi je determinováno nejen výškou alokace finančních zdrojů. Záleží na rozhodnutí členské země EU, jaké parametry stanoví v jednotlivých operačních programech a do jaké míry vytvoří možnosti a rozsah financování resp. spolufinancování pro cestovní ruch. Ve smyslu strategických zásad EU nebylo reálné vytvořit samostatný operační program pro cestovní ruch.

Financování z fondů EU směrem k cestovnímu ruchu je možné:

- V rámci operačního programu na základě prioritní osy nebo opatření s konkrétními činnostmi a aktivitami v cestovním ruchu.
- V rámci operačního programu na základě opatření s konkrétními činnostmi a aktivitami v cestovním ruchu (konkrétní adresnost).
- Nepřímo – prostřednictvím operačního programu, osy a priority jako možná vhodná součást jiných finančních podporovaných aktivit. (Novacká 2010: 79)

Operační programy si stanovuje každá republika na základě národního rozvojového plánu, alokovaných prostředků z EU a v konečném znění je zpracuje do Národního strategického rámce.

Výška finanční participace na projektu ze strany žadatele vychází ze stanovených kritérií. Kompetence přerozdělování jednotlivých fondů obvykle vycházejí z organizačního uspořádání jednotlivých ministerstev, které mají širší náplň činnosti a pozice cestovního ruchu závisí na dané zemi. Tyto instituce jsou kompetentní stanovit strategie čerpání z fondů EU přímo pro potřeby rozvoje cestovního ruchu v dané oblasti. (Novacká 2010: 83)

## **2.6 Marketingový výzkum**

Marketingový výzkum je definován jako kontinuální proces specifikace, sběru, analýzy a interpretace dat o prostředí, v němž se daný subjekt nachází, s cílem porozumění prostředí a dalšího rozvoje subjektu. Výzkum je nezbytnou a v určitém ohledu nejvýznamnější součástí marketingu destinace.

K nalezení, rozvoji a využití marketingových příležitostí musí organizace destinačního marketingu provádět neustálou analýzu trhu, jejíž součástí je sběr a vyhodnocování informací z oblasti makroprostředí, úkolového prostředí a prostředí vlastní společnosti destinačního marketingu. Výzkum potřeb, přání, postojů a preferencí klienta je základem marketingového plánování. (Palatková 2006: 84)

### **2.6.1 Metody sběru dat**

Dle Palatkové (2006: 84) lze metody sběru dat rozčlenit na tři oblasti:

- Pozorování - není pro marketing destinace právě typické, nicméně někdy může být jedinou vhodnou metodou, např. k testování návrhů značky destinace.
- Sběr sekundárních dat- od národních statistických úřadů, od specializovaných institucí, ale také i novin, časopisů, internetu, publikací profesních organizací atd.
- Sběr primárních dat – individuální pohovory, studium ohniskových skupin, korespondenční, ústní a telefonické šetření.

## 2.6.2 Situační analýza

Situační analýza je kritické, nestranné, systematické i důkladné zkoumání vnitřní situace podniku a šetření postavení podniku v daném prostředí. (Horáková 2000: 34)

Jakubíková (2008: 79) ve své literatuře uvádí, že situační analýzu zpracovávají marketingový manažeři proto, aby získali informace potřebné pro navržení nových strategií nebo ke změně existující strategie.

Smyslem provádění situační analýzy je nalezení správného poměru mezi příležitostmi, jež přicházejí v úvahu ve vnějším prostředí a jsou výhodné pro firmu, a mezi schopnostmi a zdroji firmy.

Postup realizace situační analýzy obsahuje následující kroky:

1. vypracování projektu situační analýzy
2. sběr informací
3. zpracování a analýza informací
4. interpretace výsledků
5. realizace

## 2.7 Marketingový mix v cestovním ruchu

Kirařová (2003: 85) ve své publikaci uvádí, že základním cílem sdružení cestovního ruchu by mělo být vypracování takové nabídky, která uspokojí potřeby a požadavky vybraných skupin návštěvníků a následně umožní dosažení zisku.

Sdružení v této souvislosti volí odpovídající kombinaci prostředků – marketingový mix za účelem efektivní alokace zdrojů

Dle Petrů (1999: 81) bude v oblasti cestovního ruchu úspěšný pouze ten, kdo bude schopen uspokojovat potřeby zvláštních skupin zákazníků. Marketingový mix představuje jeden ze základních principů. Zahrnuje především kontrolovatelné faktory, které slouží k uspokojování potřeb specifických skupin zákazníků.

Dle Foreta, Foretové (2001: 24) marketingový mix obsahuje tzv. „4P“: produkt, cena (price), místo (place) a propagace (promotion), avšak v cestovním ruchu ho můžeme rozšířit ještě o další „4P“ a to:

- People (lidé), jako vždy ve službách hrají prvořadou roli všichni zaměstnanci firmy, především ti, kteří přicházejí do styku se zákazníky.

- Packaging (tvoření balíčků), kompletace nabízených služeb a tvorba integrovaných produktů.
- Programming (naprogramování), bychom měli chápat především jako koncepčnost, sdílení vizí prostřednictvím společných projektů.
- Partnership (spolupráce), úspěch záleží na spolupráci dodavatelů (ubytovacích a stravovacích zařízení, hotelů, restaurací, půjčoven automobilů, provozovatelů zábavních středisek atd.) se zprostředkovateli (cestovními kanceláři, touroperátory, organizátory zájezdů za odměnu a kongresů) s přepravci (autobusovými společnostmi, železnicemi atd.) a mnohými dalšími, stejně jako spolupráci mezi různými úrovněmi veřejné správy.

Kučerová (1997: 116) uvádí, že při tvorbě marketingového mixu je třeba vzít ještě v úvahu specifičnost poskytovaného produktu.

Úlohu značky je identifikovat naši firmu, asociovat jednoduchým způsobem výše zmíněné vlastnosti a identifikovat se s nimi. (Foret, Foretová 2001: 67)

### **2.7.1 Packaging („balíček“)**

Pod pojmem „balíček“ v marketingovém mixu cestovního ruchu rozumí něco víc než jen obvyklou kompenzaci předplaceného stravování při odjezdu z rekreace.

Atraktivnost naší nabídky má vícerozměrnou podobu. Málodky je jedno složka (přírodní úkaz, kulturní památka) sama o sobě tak jedinečná, že nám dokáže dlouhodobě přitahovat zájemce a návštěvníky. Obvykle se turistům nabízejí stovky a tisíce či méně podobných možností. Proto, abychom zvýšila zajímavost a případně vytvořili něco jedinečného, musíme svoji nabídku pojmout jako komplex služeb, v němž se vzájemně doplňují, rozšiřují a posilují jednotlivé body.

Jedná se o komplex služeb, který vzniká ze spolupráce a partnerství více organizací, které své dobré služby (například neobvyklý způsob dopravy, nevšední ubytování, nezvyklou stravu a pohoštění, jedinečný kulturní program, nápadité rozloučení atd.) prezentují společně.

Balíček znamená pro klienta možnost výběru. Nesnažíme se mu vnutit právě jen jedno místo, jeden hotel či jedno muzeum. Nabízíme celý komplex možností svobodné volby, komplex, s jehož pomocí si můžeme vytvořit program pro víkendové či týdenní putování a který jej pobízí vrátit se znovu a využít další nabízené možnosti. (Foret, Foretová 2001: 72)

## **2.7.2 Partnerství**

Dle Foreta a Foretové (2001: 24) z hlediska rozvoje cestovního ruchu u nás zasluhuje největší pozornost právě partnerství. Marketing obce či regionu nemůže dělat jen jedna instituce. Naopak velmi důležitá je spolupráce všech zainteresovaných fyzických i právnických osob.

- Veřejná správa v obci či regionu reprezentuje celou komunitu a musí tudíž usilovat o dlouhodobé (trvalé) hledání a řešení společných problémů, dosažení společných cílů. Partnerství sdružuje a znásobuje energii a vkládané prostředky zúčastněných subjektů (místních obyvatel, správy, podnikatelů, neziskových organizací apod.), na něm je závislá kvalita výsledného produktu.

Město, které se pokouší uspět v oblasti cestovního ruchu, musí být nejdříve příjemné a pohodlné pro svoje domácí obyvatele a pro návštěvníky z blízkého okolí. Musí umět posilovat partnerství domácích obyvatel a podnikatelů prostřednictvím společně sdílených vizí.



## 3 CÍLE, METODIKA, HYPOTÉZY

### 3.1 Cíle práce

Hlavním cílem diplomové práce je prostřednictvím analýzy produktů cestovního ruchu poukázat na nutnou inovaci produktového portfolia cestovního ruchu v zázemí Voticka. Dílčím cílem je inovace produktu, příprava projektově jasně jeho uvedení na trh.

#### **Metodický postup:**

- Prostudování dostupných materiálů z oblasti odborné literatury a průběžné monitorování dalších informačních zdrojů.
- Provedení situační analýzy zkoumané oblasti (zhodnocení současného stavu cestovního ruchu v zázemí Voticka a současné situace z pohledu demografie, hospodářské situace a dalších specifik).
- Provedení terénního šetření v podobě řízených rozhovorů se zainteresovanými subjekty, dotazníkového šetření a jeho následné vyhodnocení.

### 3.2 Metodika

Diplomovou práci na téma Inovace produktového portfolia v zázemí Voticka lze rozdělit na několik na sebe navazujících dílčích částí, analytické, syntetické a aplikační.

**Analytická část**, byla věnována studiu odborné literatury, na jehož základě byla provedena literární rešerše. Průběžně byly monitorovány i další dostupné zdroje dat jako jsou např.: tištěné propagační materiály, odborné časopisy, strategické materiály města Votice, regionální periodika, internetové informační zdroje zkoumané oblasti (informační portál města Votice, Mikroregionu Džbány, podnikatelských subjektů apod.) a v neposlední řadě i informace získané terénním šetřením. Odborná a regionální literatura spolu s internetovými zdroji jsou uvedeny na konci této práce v použité literatuře.

Výstupem sběru dat a následné analýzy a syntézy informací z výše uvedených zdrojů byla vytvořena **syntetická část**, která se věnuje situační analýze zkoumané oblasti. Ta charakterizuje geografickou, demografickou, hospodářskou situaci a současný stav cestovního ruchu v zázemí Voticka.

Charakteristiky vztahující se k cestovnímu ruchu zkoumané oblasti byly především kulturně-historické objekty (stav, jejich význam a aktuální využití), významné historické souvislosti a v neposlední řadě i přírodní prostředí (reliéf, hydrologické podmínky).

Na základě zhodnocení všech uvedených informací byla vytvořena **aplikační část** práce, která obsahuje návrh inovace produktového portfolia cestovního ruchu v zázemí Voticka, jehož hlavním cílem je zatraktivnit tuto oblast a maximálně využít jeho kulturně-historický či přírodní potenciál, zvýšit tak počet účastníků cestovního ruchu a motivovat je k opakované návštěvě.

### **3.3 Hypotézy**

Obecně lze hypotézu definovat jako výpověď (tvrzení) o dosud neprokázaném (možném, nepřezkoušeném, předpokládaném, pravděpodobném atd.) stavu dvou nebo více jevů (proměnných) ve zkoumané oblasti, kterou lze testovat. (Foret, Stávková 2003: 21)

#### **Hypotézy:**

- 1) Nabídka produktů cestovního ruchu je pro potencionální návštěvníky města Votice a jeho přilehlého okolí ve stávajícím stavu dostačující.
- 2) Františkánský klášter je významnou kulturně – historickou památkou, která by se měla podílet na rozvoji cestovního ruchu na Voticku.

## 4 SITUAČNÍ ANALÝZA

Dle Janečkové, Vašítkové (1999: 121) se situační analýza podobá analýze trhu a představuje studii silných a slabých stránek a též podnikatelských příležitostí. Je základem pro vypracování strategie i vlastních rozvojových programů regionu a funguje rovněž jako nástroj informování interních a externích partnerů regionu.

### 4.1 Geografické vymezení Voticka

Obrázek 2. Správní obvod Votice



Zdroj: Český statistický úřad

Správní obvod Votice se rozkládá v jižní části Středočeského kraje na hranicích s krajem Jihočeským.

Sousedí se třemi správními obvody – Sedlčany, Benešov a Vlašim. Jedná se o nejvýše položenou část bývalého benešovského okresu náležející ke Středočeské pahorkatině, kde se nejvyšší nadmořské výšky pohybují mezi 600 – 700 m nad mořem. Nejvyšší bod Mezivrata se tyčí do výšky 713 m n. m. a nachází se v oblasti nazývané Česká Sibiř. (Český statistický úřad, 2012)

## 4.2 Demografické vymezení

Votice patří mezi nejmenší obvody ve Středočeském kraji. Žije zde nejnižší počet obyvatel (k 31. 12. 2010 12 212) a rozloha 28 878 ha představuje osmou nejnižší rozlohu mezi obvody. Je tvořen 15 obcemi, přičemž v jediném městě – ve Voticích - žije zhruba třetina obyvatel obvodu (k 31. 12. 2010 4 571) a nachází se zde pověřený úřad.

Statut městyse mají obce Neustupov a Vrchotovy Janovice. Přes 53% obyvatel obvodu žije v malých obcích do 1000 obyvatel, což je nejvíce mezi obvody Středočeského kraje. (Český statistický úřad, 2012)

Tabulka 1 *Katastrální výměry a počty obyvatel v obcích SO ORP Votice*

<b>Katastrální výměra a počet obyvatel podle správních obvodů obcí s rozšířenou působností a podle obcí k 31. 12. 2010</b>			
Správní obvody obcí s rozšířenou působností, obce	Výměra (ha)	Počet obyvatel	z toho ve věku 15-64
<b>Votice (2126)</b>			
<b>Celkem</b>	<b>28 877</b>	<b>12 212</b>	<b>8 347</b>
v tom obce:			
Červený Újezd	1 259	311	220
Heřmaničky	1 740	705	487
Jankov	2 980	894	624
Ješetice	724	131	91
Mezno	1 563	333	229
Miličín	2 572	856	605
Neustupov	2 869	542	363
Olbramovice	2 534	1 201	840
Ratměřice	954	263	187
Smilkov	1 120	249	170
Střezimíř	819	308	218
Vojkov	1 554	529	321
VOTICE	3 641	4 562	3 063
Vrchotovy Janovice	2 307	936	674
Zvěstov	2 240	392	255

Zdroj.: Český statistický úřad

## 4.3 Doprava

Votický regionu se nachází na hlavní silnici E 55, která vytváří spojnici mezi Prahou Českými Budějovicemi dále do Rakouska (Linec) a kterou křižuje silnice I/18 vedená do bývalého příbramského okresu.

Významnými dopravními tahy jsou i silnice II. třídy, silnice II/121, která vede z Votic jihozápadním směrem na Sedlec-Prčice, Milevsko, Blatná a silnice II/150, vedoucí opačným směrem přes Louňovice pod Blaníkem a Ledeč nad Sázavou až do Havlíčkova Brodu.

Votickým regionem prochází i železniční koridor Praha – České Budějovice, kde nyní probíhá výstavba IV. tranzitního železničního koridoru. Cílem této stavby je zkrácení délky trati a celkové zrychlení železniční dopravy.

V budoucnu bude přes toto území také procházet plánovaná dálnice D3 (Praha - Tábor - České Budějovice – Rakousko), která je již ve výstavbě. (Město Votice, 2012a)

## 4.4 Mikroregion Džbány

Správní obvod Votice patří spolu s další oblastí Bystřicka mezi členy Mikroregionu Džbány. Toto sdružení právnických osob se registrací ze dne 21.12. 2001 změnilo na svazek obcí a název mikroregionu se zkrátil na Mikroregion Džbány, svazek obcí.

Mikroregion Džbány je složen z osmi obcí a dvou měst jižní části Středočeského kraje - Bystřice, Jankov, Miličín, Neustupov, Olbramovice, Ratměřice, Vojkov, Votice, Vrchotovy Janovice a Zvěstov.

Stejně jako u obdobných sdružení byla důvodem vzniku snaha maximálně využívat všechny pozitivních faktory mikroregionu k jeho všestrannému rozvoji. Svazek obcí hledá řešení společných problémů přesahujících rámec a možnosti jednotlivých obcí, zejména v oblastech komplexní obnovy venkova, zkvalitňování technické infrastruktury, rozvoje občanské vybavenosti, ochrany životního prostředí a rozvoje přiměřeného cestovního ruchu. (Mikroregion Džbány, 2012a)

## **4.5 Přírodní atraktivity**

### **4.5.1 Přírodní park Džbány – Žebrák**

Přírodní park Džbány-Žebrák se rozkládá v malebné krajině mezi Líšnem a Voticemi, která svou členitostí a rozsáhlými zalesněnými územími připomíná podhorskou oblast. Byl vyhlášen v roce 1996, zaujímá celkovou plochu 53 km<sup>2</sup> a zdejší krajina nebyla dosud zasažena velkými civilizačními vlivy. Na svazích se střídají smíšené lesy s lučními porosty s bohatými prameništi a remízky. Dominantou přírodního parku je vrchol Džbány (688 m n. m.) a hřeben vrcholu Žebrák (585 m).

Tato oblast je útočištěm celé řady ohrožených živočichů a rostou zde vzácné druhy rostlin. Mezi nejceněnější místa patří Kalištské a Budenínské louky, které patří mezi významné botanické lokality. (Město Votice, 2012b)

### **4.5.2 Česká Sibiř**

Česká Sibiř je krajina s drsnějším podnebím v nadmořských výškách nad 600 metrů, která začíná u Votic a sahá až k Táboru. Oblast je charakteristická mozaikou menších luk polí a lesů s velkým množstvím žulových balvanů, tzv. „kamenných stád“, kdy nejvyšším bodem území je Javorová skála (723 m). (Česká Sibiř, 2012a)

## **4.6 Kulturně – historické atraktivity**

### **4.6.1 Jankov**

Rozloha Jankova je kolem 2 980 ha a nachází se zhruba 7.5 km východně od Votic směrem na Louňovice pod Blaníkem a Vlašim v malé dolině na návrší ve výšce 512 m.n.m.

K nejvýznamnějším událostem historie obce Jankov patří v době třicetileté války **Bitva u Jankova**.

Odehrála se mezi vojskem císařským (generál Hatzfeld a Götz) a švédským (generál Torstensson), kdy dne 6. března 1645 vyvrcholila porážkou vojsk císařských. Svým rozsahem šlo o největší a nejkrvavější válečnou událost, která se odehrála v době třicetileté války. Jankov, do té doby sotva známý za hranicemi kraje, se tak začal v minulosti vyslovovat v evropských metropolích, od Vídně a Mnichova, přes Drážďany, po Řím, Brusel a Stockholm. (Brandl, Petrůň 1995: 5)

K této významné historické události byla pro turisty vytvořena naučná stezka „Po stopách bitvy u Jankova“. Další naučná stezka, kterou mohou turisté v Jankově navštívit, přiblíží okraj přírodního parku Džbány-Žebrák, kde se nachází soustava jankovských rybníků s bohatým výskytem chráněné fauny a flóry a přinese seznámení s janovským rodákem, významným rybníkářem Josefem Šustou.

Mezi kulturní památky Jankova patří např.: románský kostel sv. Jana Křtitele, výklenková kaple sv. Jana Nepomuckého a areál mlýna čp. 38.

Pro tuto obec je významné i hasičské muzeum v místní části Jankova pod názvem Odlochovice, které nabízí turistům sbírku požární techniky Sdružení dobrovolných hasičů Odlochovice. (Obec Jankov, 2012)

#### **4.6.2 Miličín**

Miličín se nachází v oblasti, která je pro své drsné klimatické podmínky nazývána Českou Sibií. Jedná se o území Miličínské vrchoviny, jejíž průměrná nadmořská výška se pohybuje mezi 500 – 700 metry. (Čadilová, Vysloužilová 1998: 9).

Dominantou Miličina je kostel, vystavěný v letech 1380 - 1384 Rožmberky v gotickém slohu. Kostel byl několikrát silně poškozen, zvláště požárem r. 1644. V 18. století jej nechal hrabě Khuenburg nákladně opravit ve stylu baroka. Autorem nástěnných fresek, vzniklých v té době, byl známý pražský malíř Jan Spietzer, strop je dílem ještě slavnějšího umělce Františka Müllera.

Pro turisty jsou v této lokalitě vhodné především pěší výlety po naučných stezkách Českou Sibiří. Červená turistická trasa vede směrem od obce Miličín, přes vrch Mezivrata, Mysletice, Větrov až do Votic, zelená trasa pak od Miličina přes obec Smilkov, Kouty, Votice, odkud se pokračuje směrem na chatovou oblast Amerika a Větrov.(Česká Sibiř, 2012b)

### **4.6.3 Vrchotovy Janovice**

Městys Vrchotovy Janovice se nachází v jižní části Středočeského kraje, asi 8 km západně od města Votice na rozloze 2307 ha.

Označení Městys Vrchotovy Janovice užívají od roku 2007. Přes území městyse vedou turistické trasy a cyklostezky. Nejvýznamnější památkou a turistickou zajímavostí městyse je zámek a park, který je ve správě Národního muzea Praha. Původně kamenná gotická tvrz pánů z Janovic, chráněná vodním příkopem, se postupně proměnila v renesanční zámek, který se stal v 17. a 18. století hlavním sídlem votické větve hrabat z Vrby. K poslední velké přestavbě došlo v polovině 19. století, kdy nabyl zámek své současné, novogotické podoby. Turisté si zde mohou prohlédnout následující stálé expozice: „Společnost v Čechách 19. století“, která přiblíží život v Čechách v tomto období, „Rilke, Kraus a Vrchotovy Janovice“, rodina posledních soukromých majitelů a především s osobností Sidonie Nádherné, a také expozici „České zvonařství“, která seznámí s historií zvonařského řemesla v českých zemích. (Národní muzeum, 2012)

V zámecké expozici je od června 2011 možné vidět i historickou loveckou zbraň, která byla nalezena při nedávném čišťení zámeckého rybníka spolu s poznámkami o událostech diáře Sidonie Nádherné z r. 1943, ve kterých hrála důležitou roli. Naučná stezka „Po stopách Sidonie Nádherné“ pak provede i po veřejných cestách, které byly dříve neprůchodné či zrušené. (Městys Vrchotovy Janovice, 2012)



#### 4.6.4 Votice

Votice se rozkládají na 60 km na jih od Prahy a 30 km na sever od Tábora, na jihu bývalého benešovského okresu. Jsou rozděleny do 21 místních částí - Beztahov, Bučovice, Budenín, Hory, Hostišov, Javor, Kaliště, Košovice, Lysá, Martinice, Mladoušov, Mysletice, Nazdice, Nezdice, Otradov, Srbice, Střelítov, Větrov, Votice, Vranov a Zdeboř.

Z historického pohledu přesné založení Votic není dosud známo. Osada vznikla zřejmě někdy ve 2. pol. 12. stol, ale první známý vladyka, Diviš z Otic, je zde připomenut již v roce 1318. Po několika majitelích, získal Votice do svého vlastnictví Sezima z Vrtby (roku 1622), který byl věrným katolíkem a který se zasloužil o výstavbu františkánského kláštera, jedné z velice významných památek Votic, dále budovy pivovaru a zámku, které se nyní nachází v žalostném stavu.

Významnou historickou památkou je i Mariánské sousoší sv. Barbory, Rosalie, Rocha a Sebastiana z první poloviny 18. století na Komenského náměstí, které vzniklo jako díků vzdání za ukončení rozsáhlé morové epidemie z roku 1713 – 1714. Významná je také historická budova radnice, jejíž dominantu tvoří nízká věž s hodinami a vyřezávaným městským znakem z roku 1934, budova Komerční banky (1897) a České spořitelny (1910).

Město Votice má mnoho církevních památek. Je jím kostel sv. Václava, původně gotický kostel, jehož nejstarší zdivo pochází z doby kolem roku 1200 nebo již zmiňovaný františkánský klášter, který je momentálně v chátrajícím stavu. Kopie Jeruzalémského Božího hrobu z roku 1685, která stojí na místě bývalého františkánského hřbitova a v neposlední řadě i zachovalý židovský hřbitov se zrekonstruovanou budovou obřadní síně, kde je umístěna stálá expozice s názvem „Židé a židovské památky na Voticku“. (Město Votice, 2012c)

## 4.7 Ubytování, stravování (u vybraných bližší specifiky)

### 4.7.1 Jankov

- Vinárna Jankov ([vinarna-jankov@seznam.cz](mailto:vinarna-jankov@seznam.cz))

Provozní doba:

pondělí – čtvrtek 18.00 - 24.00

pátek 18.00 - 2.00

sobota 18.00 - 2.00

neděle 18.00 - 24.00

- Jankovská Hospoda

### 4.7.2 Miličín

- Hotel „Česká Sibiř“ ([www.hotelceskasibir.cz](http://www.hotelceskasibir.cz), [info@hotelceskasibir.cz](mailto:info@hotelceskasibir.cz))

Provozní doba:

pondělí - čtvrtek 7:00 - 22:00

pátek 7:00 - 23:00

sobota 8:00 - 22:00

neděle 8:00 - 21:00

- Ubytování privat – Vratislav Říha
- Penzion a bar „Ve mlýně“
- Restaurace „U dvou javorů“

Občerstvení Sitting Bulls Coffe alias „Na stánku“

Občerstvení „Rumbouda“

### 4.7.3 Vrchotovy Janovice

Zámecká restaurace „Na Rychtě“ (<http://www.restauracenarychte.cz/>)

#### 4.7.4 Votice

- Penzion a zahradní restaurace „U Modré kočky“ (<http://votice-ubytovani.cz/>, [modrakocka@atlas.cz](mailto:modrakocka@atlas.cz))

Provozní doba:

pondělí – čtvrtek 10.00 - 22.00

pátek 10.00 - 23.00

sobota 10.30 - 23.00

neděle 10.30 - 22.00

- Penzion „Blesk“
- Penzion „Rufus“
- Penzion „Pod Svatým Václavem“ ([www.sweb.cz/sevcikvaclav](http://www.sweb.cz/sevcikvaclav), [sevcikvaclav@seznam.cz](mailto:sevcikvaclav@seznam.cz))

Provozní doba: dle rezervací na tel. 602 694 927

- Ubytovna „Tělovýchovné jednoty Sokola Votice
- Penzion „Blanka“
- Pizzerie bufet „Na schůdkách“
- Pizzerie „Laguna“
- Hospoda „Na hřišti“
- Restaurace „U Bimba“
- Hostinec „U nás“

#### 4.7.5 Olbramovice

- Restaurace „U Dandyho“
- Restaurace „U Michala“
- Restaurace „U Macháčků“
- Farma „Čapí hnízdo“ (<http://www.capihnizdo.cz/>, [info@capihnizdo.cz](mailto:info@capihnizdo.cz))

Provozní doba:

úterý – sobota 18.00 - 23.00

neděle – pondělí pouze pro hotelové hosty

## 4.8 Městské informační a kulturní centrum

Městské informační a kulturní centrum je příspěvkovou organizací zřízenou městem Votice. Mezi její hlavní činnosti patří bezplatné poskytování informací veřejnosti, shromažďování a vytváření komplexní databanky cestovního ruchu na Voticku.

Informuje turisty především o možnostech ubytování, stravování, kulturních památkách mikroregionu Džbány i ČR a turistických trasách i cyklotrasách.

Dále zajišťuje udržování a doplňování propagačních materiálů určených k volné distribuci v prostorách informační kanceláře a podílí se na vydávání propagačních materiálů zaměřených na podporu cestovního ruchu na Voticku.

Městské informační a kulturní centrum poskytuje řadu dalších důležitých služeb nejen pro turisty, ale i pro místní občany, podnikatele a členským obcím z Mikroregionu Džbány.

### **Informační centrum města Votice a Mikroregionu Džbány**

Komenského náměstí 177

259 01 Votice

**tel.:** +420 317 812 505

**e-mail:** [infocentrum@votice.cz](mailto:infocentrum@votice.cz)

Úřední hodiny:

Po - Pa: 8:00 - 12:00, 12:30 - 16:00

Sobota: 8:00 - 14:00 ((červenec - září))

## 4.9 Naučné stezky

- „Kolem Votic za poznáním“

Naučná stezka vznikla na trase v okolí Votic. Trasa stezky začíná a končí na náměstí ve Voticích a během procházky se turisté podívají do osad Lysá, ke kapli sv. Vojtěcha, dále přes Mysletice, Hory, Hostišov a Polský vrch zpět do Votic. Návštěvníci doví něco o fauně a flóře České Sibiře, historii, pověstech apod. Nejsou opomenuty ani zábavné a poučné úkoly pro děti. Hlavním záměrem realizace stezky je příjemně a užitečně vyplnit volný čas rodin s dětmi, ale i ostatních návštěvníků a informovat je o zajímavostech zmíněné oblasti.

- **„Cestou kříže Votickem“**

Stezka díky informačním panelům nabízí návštěvníkům základní i méně známé informace o významných církevních památkách na Voticku, jako jsou např. Boží hrob a Židovský hřbitov ve Voticích nebo kostel Nanebevzetí Panny Marie v Martinicích.

- **„Po stopách bitvy u Jankova“**

Tato naučná stezka návštěvníky seznámí s velkou bitvou evropské historie, v níž se 6. března 1645 utkala císařská vojska generálů Hatzfelda a Götze a švédská armáda generála Torstenssona. Bitva skončila porážkou císařských vojsk a je dnes považována za nejkrvavější bitvu třicetileté války na našem území.

Naučná stezka začíná na náměstí v Jankově a končí v místech pravděpodobné kapitulace generála Hatzfelda na návrší zvaném Habrovka. Celková délka stezky je 1 675m, odpočinout a načerpat informace mohou turisté na 3 zastaveních. (Město Votice, 2012d)

- **„Pokračování naučné stezky k tématu bitvy u Jankova“**

Naučná stezka vznikla prodloužením stezky „Po stopách bitvy u Jankova“. Již existující trasa byla prodloužena až do obce Ratměřice – vznikl tak ucelený okruh a návštěvníci si mohou lépe vybrat trasu dle svých možností. V Ratměřicích a okolí má stezka 3 zastavení - u studánky sv. Anny, poblíž kříže pod kaštany u samoty "Habrovka" a na návsi v Ratměřicích. V obci jsou nainstalovány i dodatkové tabulky, které upozorní návštěvníky na další zajímavá místa. Stezka také seznámí originální formou s příběhem místního sedláka Oneše a jeho nelehkým životem v době bitvy.

- **„Po stopách Sidonie Nádherné“**

Díky dotaci vznikla naučná stezka s názvem „Po stopách Sidonie Nádherné“ v délce cca 8.050 m se 7 zastaveními. Stezka propojuje dvě obce Vrchotovy Janovice a Olbramovice po starých tradičních cestách, posiluje odkaz Sidonie Nádherné a jejích přátel, kteří zde tvořili a zatraktivňují území pro návštěvníky i pro místní obyvatele.

Výsledkem projektu je plně prostupná stezka osazená drobným turistickým mobiliářem (lavičky, odpadkové koše, informační panely). Trasa vede rozmanitou zvlněnou krajinou, kde se střídají lesíky, louky a pole, kotliny s rybníky, a návrší s výhledy do kraje. Trasa je vedena po veřejných cestách.

Některé z cest byly dlouhodobě nepoužívané a mnohdy již neprůchodné nebo zrušené. Tyto cesty byly upravené tak, aby umožnily průchod, jízdu na koni i průjezd zemědělské a lesní techniky.

- **Naučná stezka Farmy Čapí hnízdo**

Naučná stezka je součástí Ekocentra Čapí hnízdo, které provozuje občanské sdružení Ochrana fauny ČR a nabízí příjemnou procházku areálem Farmy Čapí hnízdo. Na trase 1,8 km dlouhé si mohou návštěvníci prohlédnout hospodářská zvířata ve venkovních výbězích, o kterých podrobněji informují jednotlivá zastavení. Další tabule jsou věnovány historii zemědělského dvora Semtín, místním čápům, ale pojednávají i o obecných souvislostech vztahů mezi člověkem, přírodou a krajinou. V údolí potoka se naučné panely zaměřují především na volně žijící živočichy.

Naučnou stezkou provedou pracovníci Ochrany fauny ČR.

Otevírací doba:

červenec – srpen: (Út – Ne) 10 – 17 hod.

duben – červen, září – říjen: (Út – Ne) 9 – 16 hod.

listopad – březen: (So – Ne) 10 – 14 hod

- **Vrtbovský okruh**

Vrtbovský okruh propojuje nejvýznamnější církevní památky města Votice spojené s rodem Vrtbů – majitelů votického panství, a to s římskokatolickou farou, farním kostelem sv. Václava, kostelem sv. Františka z Assisi a s přílehlým areálem kláštera a Božího hrobu na místním hřbitově. (Mikroregion Džbány, 2012b)

#### **4.9.1 Společenské a sportovní aktivity**

- **Cyklotoulka „Votická kopretina“**

Cyklotoulka po stopách "Votické kopretiny" je cykloturistická akce určena široké veřejnosti a vhodná i pro rodiče s dětmi. Každý z účastníků "Cyklotoulky" obdrží na startu mapu s trasami a cestou sbírá do mapy razítka na punktech k tomu určených. V cíli dostane každý medaili, diplom s titulem "Cyklotulák" a sladkou odměnu. První ročník se konal 18.6. 2011. Pořadatelé: pan Luboš Mudra, penzion U Modré kočky“ a Mikroregion Džbány. (Penzion „U Modré kočky“, 2012a)

- **Pohádkové léto**

Pohádkové léto pořádá Městské kulturní centrum Votice ve spolupráci panem Lubošem Mudrou v prostorách divadélka "ve Dvoře" v zahradní restauraci u Modré kočky. V programu divadélka turisté naleznou soubory z celé republiky. Dětem je zde dále k dispozici velké pískoviště a prolézačky, rodičům pak klidné posezení v zahradě. (Penzion „U Modré kočky“, 2012b)

- **Pochod Praha – Prčice**

Pochod Praha-Prčice se stal nedílnou součástí turistického dění na Voticku. První „pochodníci“ se do malebné středočeské krajiny vydali 17. dubna roku 1966. Bylo jich, podle dnes již historických údajů, 469. Původním záměrem, z něhož se po letech stal nejmasovější dálkový pochod s nejdelší nepřerušenuou tradicí, bylo pěšky překonat vzdálenost 100 tisíc loktů českých.

Pochod se koná vždy v polovině května každého roku a v současnosti jsou na startu z Votic na výběr 2 trasy - 23 a 28 km dlouhé. (Pochod Praha-Prčice, 2012)

- **Pochod "Okolo Votic"**

Turisté se mohou zúčastnit pěšky i na kole 10, 25 km nebo po cyklotrase - 40 km. Pochod se koná pravidelně na začátku května a start je ve městě Votice u autobusového nádraží. (Město Votice, 2012e)

- **Oslava jara a festival základních uměleckých škol ve Voticích**

Tradiční akce pořádaná ve Voticích v měsíci dubnu.

- **Svatováclavské slavnosti ve Voticích**

Konají se každoročně v září na počest sv. Václava, patrona města, v podobě jarmarků a doprovodných akcí.

- **Letní kino Vrchotovy Janovice**

- **Lukostřelba (Lukostřelecký klub Votice)**

- **Rybolov**

Mikroregion Džbány oplývá řadou větších či menších rybníků, které lákají k sportovnímu rybaření. Možnost rybolovu nabízí společnost Líšno a.s., která spravuje několik rybníků určených ke sportovnímu rybaření.

## **4.10 Analýza konkurence**

Správní obvod Votice, jako nejmenší ve Středočeském kraji, sousedí s dalšími turisticky zajímavými regiony např.: Sedlčansko, Mikroregion Blaník, Společenství obcí Čertovo břemeno, Mikroregion CHOPOS.

### **4.10.1 Sedlčansko**

Členské obce: Dublovice, Kamýk nad Vltavou, Jesenice, Klučenice, Kňovice, Kosova Hora, Krásná Hora, Křepenice, Milešov, Nalžovice, Nedrahovice, Nechvalice, Osečany, Petrovice, Počepice, Prosenická Lhota, Přícovy, Radíč, Sedlčany, Solenice, Svatý Jan, Štětkovice, Vysoký Chlumeč.

Ve srovnání s poptávkou a nabídkou cestovního ruchu na Voticku je sousední Sedlčansko podobně orientované, především na letní pobytovou turistiku a kulturně poznávací turistiku.

Nabídka cestovního ruchu v této oblasti je velice bohatá. Návštěvníkům cestovního ruchu nabízí mnoho muzeí (Městské muzeum Sedlčany, Muzeum vesnických staveb pod hradem Vysoký Chlumeč), skanzenů, rozhleden (Kuníček, Drahoušek, Onen Svět, Veselý Vrch) naučných stezek (Drbákov – Albertovy skály, Petrovicko, Zvěřinec, Jesenice) přírodních zajímavostí (Viklan Husova kazatelna, rybník Musík), hrady, zámky (zámek Radíč, hrad Vysoký Chlumeč, Červený Hrádek). (Sedlčansko, 2012)

### **4.10.2 Mikroregion Blaník**

Sdružení obcí Načeradec, Louňovice pod Blaníkem, Pravonín, Kondrac, Vracovice, Veliš, Kamberk, Miřetice, Ostrov a Hradiště.

Všechny uvedené obce jsou obcemi vesnického charakteru, jen Louňovice pod Blaníkem jsou městysem. Část mikroregionu se nachází v nejmenší CHKO České republiky, v CHKO Blaník. Právě proto mezi jeho největší klady patří mimořádně zachovalá příroda a původní krajina.



Vzhledem ke svému umístění nabízí mikroregion dosti slušný potenciál pro různé formy cestovního ruchu – územím prochází četné cyklotrasy a cyklostezky nebo pěší a poznávací turistika spojená s návštěvou historických a turisticky atraktivních míst (sakraální památky a objekty v celém mikroregionu, bájná hora Blaník, rozhledna na Velkém Blaníku, zřícenina na Malém Blaníku, Naučná stezka „S rytířem na Blaník“ vedoucí z Louňovic pod Blaníkem přes rozhlednu na Velkém Blaníku až do obce Kondrac, kde je zakončena geologickou expozicí, zámek v Louňovicích pod Blaníkem, Informační centrum v Louňovicích pod Blaníkem, ojedinělé Muzeum venkova v Kamberku, Městská památková zóna v Načeradci apod.). (Obec Kondrac, 2012)

#### **4.10.3 Společenství obcí Čertovo břemeno**

Členy Společenství obcí Čertovo břemeno je 7 obcí jižní části Středočeského kraje (Červený Újezd, Heřmaničky, Ješetice, Mezno, Sedlec-Prčice, Smilkov a Střezimíř) a 5 obcí severní části Jihočeského kraje (Balkova Lhota, Borotín, Jistebnice, Nadějkov a Radkov).

Územím mikroregionu prochází mezinárodní zelená stezka Greenways Praha - Vídeň. V její návaznosti a ve snaze zpřístupnit návštěvníkům turisticky atraktivní místa mikroregionu vzniklo několik velmi dobře značených místních cykloturistických tras s názvem Greenways Čertovo břemeno.

Zelené stezky Greenways Čertovo břemeno jsou složeny z cykloturistických tras, zimních běžkařských stop, pěších turistických tras, naučných stezek, křížové cesty z Jistebnice ke kapli sv. Máří Magdalény, lesoparku Městské sady Jistebnice, procházky Městskou památkovou zónou Sedlec-Prčice a systému výletů za kapličkami Českého Meránu.

Významný je zejména i sportovní areál s celoročním sportovním vyžitím Ski Relax Monínec nebo ski areál Kvasejovice. (Čertovo Břemeno, 2010)

#### **4.10.4 Mikroregion CHOPOS**

Svazek obcí CHOPOS je dobrovolné sdružení dnes již 20 obcí např.: Postupice, Chotýšany, Bílkovice, Všechlapy, Psáře atd.

Svazek obcí CHOPOS je tradičním turistickým regionem. Jeho typicky venkovský charakter spolu s přírodními a kulturními zajímavostmi ho předurčuje k využití v oblasti cestovního ruchu. Lze jej charakterizovat jako zemědělský a zároveň i turistický region. Toto tvrzení potvrzuje jednak absence těžkého průmyslu s převažující zemědělskou činností a řada památek v území mikroregionu, z nichž asi nejvýznamnější jsou hrad Český Šternberk a zámek Jemniště.

Svazek obcí CHOPOS je také jedním ze zakladatelů obecně prospěšné společnosti Posázaví, jejímž úkolem je koordinace kroků vedoucích k rozvoji cestovního ruchu v oblasti kolem řeky Sázavy. (Mikroregion CHOPOS, 2012)

## 5 TERÉNNÍ ŠETŘENÍ

### 5.1 Cíle terénního šetření

Cílem terénního šetření bylo získat informace o produktovém portfoliu cestovního ruchu v zázemí Voticka a jeho výsledky jsou následně použity jako podklad pro zpracování diplomové práce na téma „Inovace produktového portfolia cestovního ruchu v zázemí Voticka“. Hodnocení návštěvníků a místních obyvatel současné situace nabídky cestovního ruchu ve zvolené oblasti pomůže potvrdit či vyvrátit zvolené hypotézy a dále poskytne podklady, nezbytné pro návržení projektu, který by měl být pro Voticko přínosem.

### 5.2 Použité metody

Terénní šetření bylo prováděno formou dotazníkového šetření a řízených rozhovorů s významnými osobami regionu. Byli jimi paní Jana Kocurová, starostka města Votice, pan Václav Ševčík, majitel penzionu „Pod sv. Václavem“, pan Jiří Maršíček, zakládající člen občanského sdružení „Za záchranu kláštera sv. Františka z Assisi“ a paní Jana Pavluková, ředitelka Informačního a městského kulturního centra ve Voticích.

Dotazníkové šetření proběhlo od 14.11. – 11.12. 2011 ve městě Votice a jeho blízkém okolí při spolupráci s občanským sdružením „Za záchranu kláštera sv. Františka z Assisi“ a „Votickými novinami“, které se významně podíleli na distribuci formulářů. Respondenti pak mohli dotazník vyplňovat jak v tištěné (rozeslané do schránek) tak i v elektronické podobě. Online na: <https://docs.google.com/spreadsheets/viewform?hl=cs&formkey=dG9zWEVYTnNRYXozc05ZUUIQbEZfa0E6MQ#gid=0>.

Dotazník obsahoval 13 otázek s možností uzavřených, polootevřených odpovědí a škálování.

## 5.3 Téma otázek

Otázky se týkaly nabídky cestovního ruchu a stavu historických památek ve Voticích. Zejména byla řešena i otázka využití jedné z nejvýznamnějších staveb tohoto města, františkánského kláštera, která nyní v chátrajícím stavu.

## 5.4 Vyhodnocení dotazníkového

Dotazníkové šetření bylo rozděleno na 2 části: elektronické dotazování a tištěné formuláře. Důvodem byl rozdíl věkových skupin respondentů u online dotazování (nejčastěji od 19 – 39 let) a tištěných formulářů (nejčastěji od 59 – a více let), díky kterým lze pozorovat i mezigenerační vztah k dané problematice.

### 5.4.1 Dotazníkové šetření online

Online dotazníkové šetření probíhalo od 14. 11. 2011 do 11. 12. 2011 a respondenti mohli vyplnit formulář online na:

<https://docs.google.com/spreadsheets/viewform?hl=cs&formkey=dG9zWEVYTnNRYXozc05ZUUIQbEZfa0E6MQ#gid=0>

Touto cestou bylo vyplněno 84 dotazníků. Online dotazníkového šetření se zúčastnilo 50 žen a 34 mužů, nejčastěji ve věku 30 – 39 let (34 %), dále 19 – 29 let (30 %), 40 – 49 (19 %), 50 – 59 (17 %), kdy 63 % pocházelo z blízkého okolí (místní občan) a 29 % ze vzdálenějšího okolí (do 50 km), zbylých 8 % nad 50 km.

Úvodní otázkou bylo, zdaje *město Votice a jeho přilehlé okolí v současné době vyhledávaným turistickým cílem*. Nejvíce dotazovaných 46 % se domnívá, že Votice a jeho přilehlé okolí není turisticky vyhledávanou oblastí, 25 % volilo odpověď „ano, je vyhledávaným turistickým cílem“ a 29 % nedokáže tuto skutečnost posoudit. Důvodem tohoto hodnocení je zřejmě nízké využívání potenciálu cestovního ruchu na Voticku, jen ve městě Votice vidíme chátrající kulturně – historické památky (františkánský klášter, historické budovy na Komenského náměstí atd.), dále samotnému městu a okolí chybí jednotná koncepce v řízení cestovního ruchu, jednotná prezentace destinace.

U otázky „*Jakým směrem by se mělo město Votice v oblasti rozvoje cestovního ruchu ubírat (podpora CR či nikoliv)?*“ zvolila většina osob (85 %) odpověď: „město by mělo podporovat rozvoj cestovního ruchu“, pro zbylých 5 % není ve městě cestovní ruch důležitý a 10 % nedokáže zodpovědět.

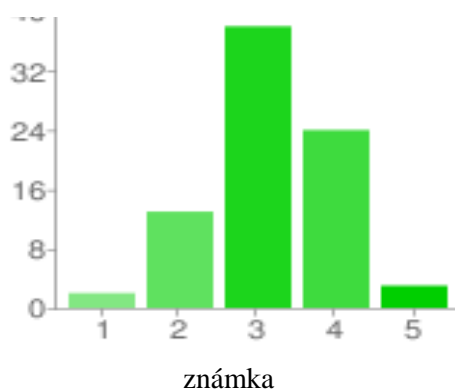
Dále „*Myslíte si, že nabídka cestovního ruchu je pro potencionální návštěvníky ve městě Votice dostačující? Pokud ne, uveďte v položce "jiné" chybějící nabídku?*“ S aktuální nabídkou cestovního ruchu bylo spokojeno 34 % dotazovaných, zbylých 66 % by inovovalo nabídku nejčastěji o:

- cyklostezky
- veřejně přístupné opravené památky se smysluplnou náplní (chybí zde tzv. zážitková turistika, která je nyní velice oblíbená)
- možnost ubytování, stravování,
- větší provázanost s turistickými atraktivitami v regionu
- chybí zde větší využití památek pro CR např. otevření kláštera, bývalého pivovaru, malého zámečku atd.

V následující otázce měli možnost respondenti zhodnotit péči o kulturně - historické památky v městě Votice. Jak vidíme na grafu, 46 % respondentů hodnotí stav kulturně-historických památek známkou 3 (dobrý) a 29 % známkou 4 (dostačující).

*Graf č. 1: „Jak hodnotíte současnou péči a stav kulturně-historických památek ve městě? Označujte jako ve škole (1 – nejlepší)“*

respondenti



Známka 1	3	(4 %)
Známka 2	14	(17 %)
Známka 3	38	(46 %)
Známka 4	24	(29 %)
Známka 5	5	(4 %)

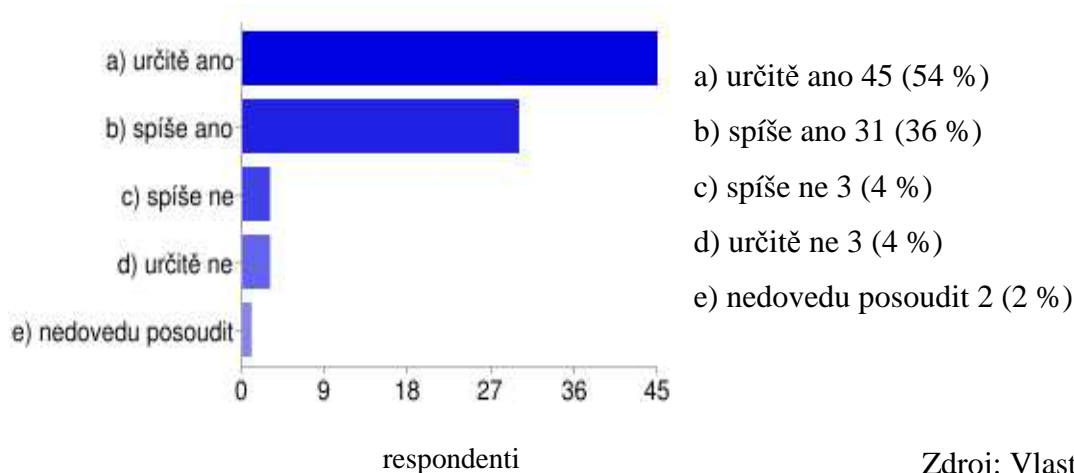
Zdroj: Vlastní šetření

Následující otázky byly již směřovány na významnou, kulturně historickou budovu františkánského kláštera ve Voticích.

*„Považujete františkánský klášter za významnou památku, jejíž prostory by měly být zpřístupněny široké veřejnosti?“* Ano, zodpovědělo 95 % dotazovaných a pouhých 5 % považuje františkánský klášter za nevýznamný.

Dále *„Domníváte se, že rekonstrukce a využívání kulturní památky kláštera by mělo být jednou z priorit města Votice?“* Můžeme tedy říci, že františkánský klášter je opravdu významná památka, jejíž rekonstrukce a využití by mělo být jednou z priorit města Votice.

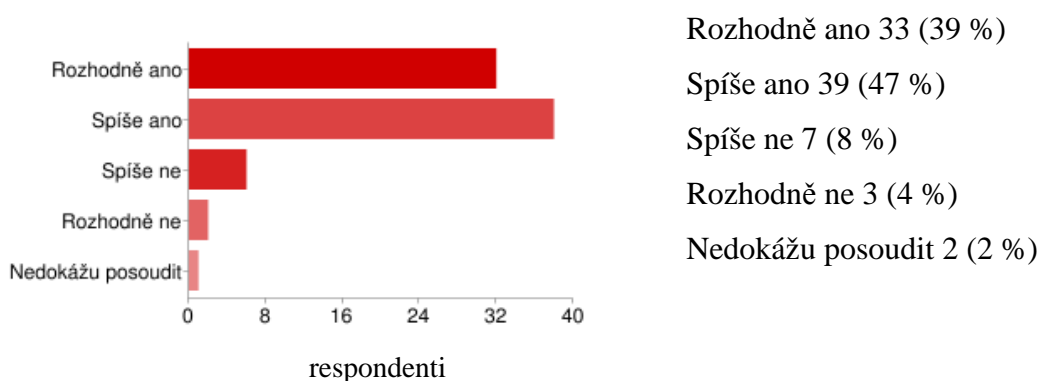
Graf 2: *„Domníváte se, že rekonstrukce a využívání kulturní památky kláštera by mělo být jednou z priorit města Votice?“*



*„Areál františkánského kláštera není v současné době nijak využíván a veřejnosti je běžně nepřístupný. Označte křížkem možnosti jeho dalšího optimálního využití.“*

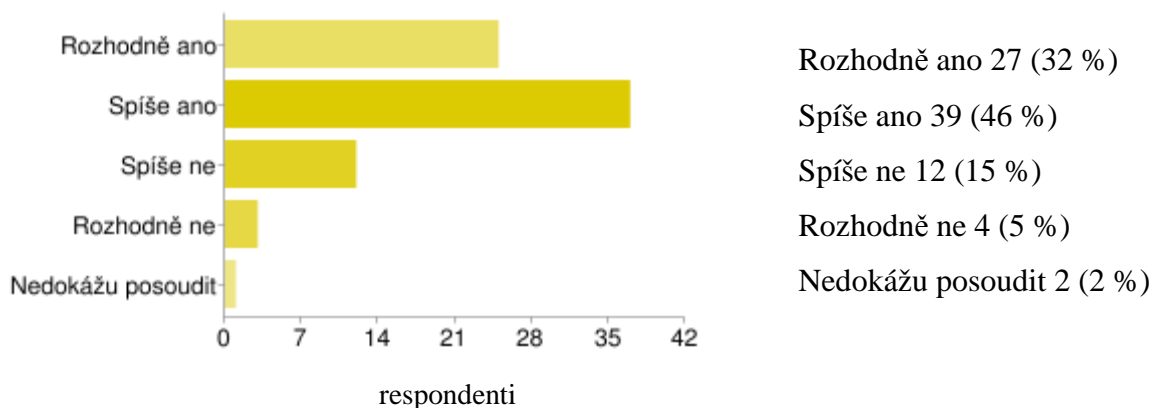
Jak můžeme vidět na grafech (uvedených níže), dotazované osoby nejčastěji volili optimální využití františkánského kláštera jako muzea s výstavními prostory 86 %, dále prostory pro pořádání kulturních akcí 85% a spolkovou činnost 78 %. Nejméně si respondenti však přejí využití budovy františkánského kláštera dle zájmů soukromého vlastníka (11 %).

Graf 3: „Muzeum, výstavní prostory (region, balónové létání, vlastivědný klub atd.)“



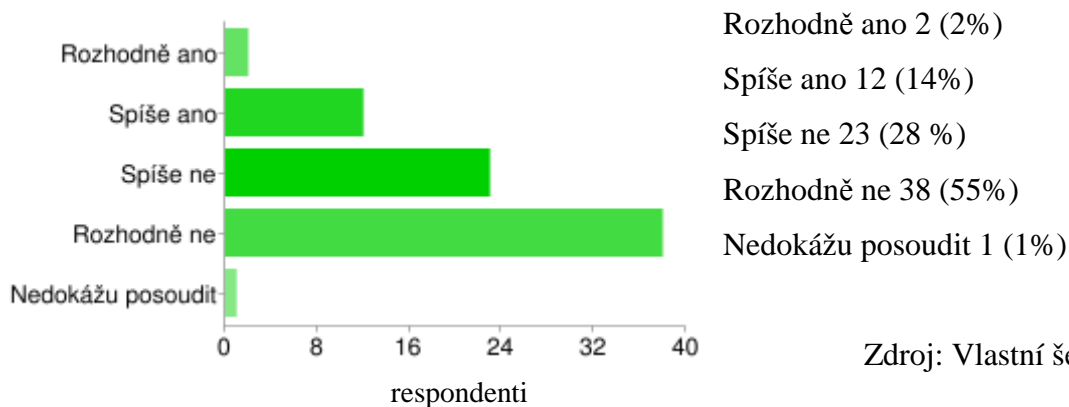
Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 4: „Spolková činnost – klubovny (např. děti, senioři, zájmové skupiny apod.)“



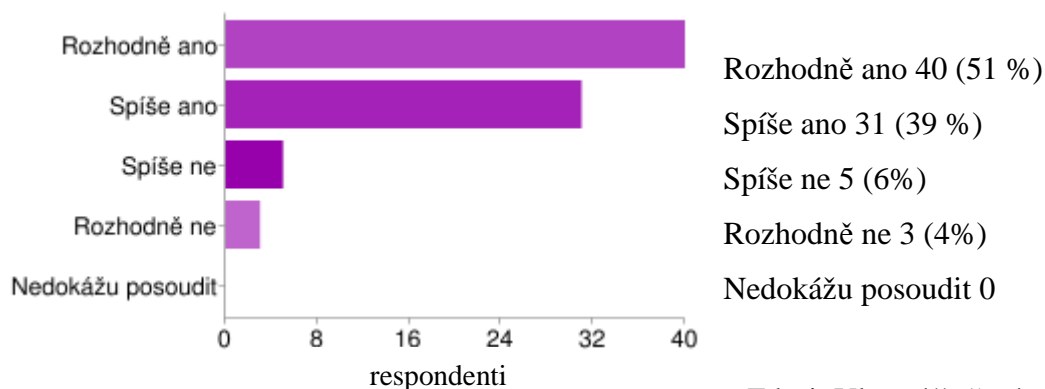
Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 5: „Komerční využití (hotel, pension, restaurace, kanceláře)“



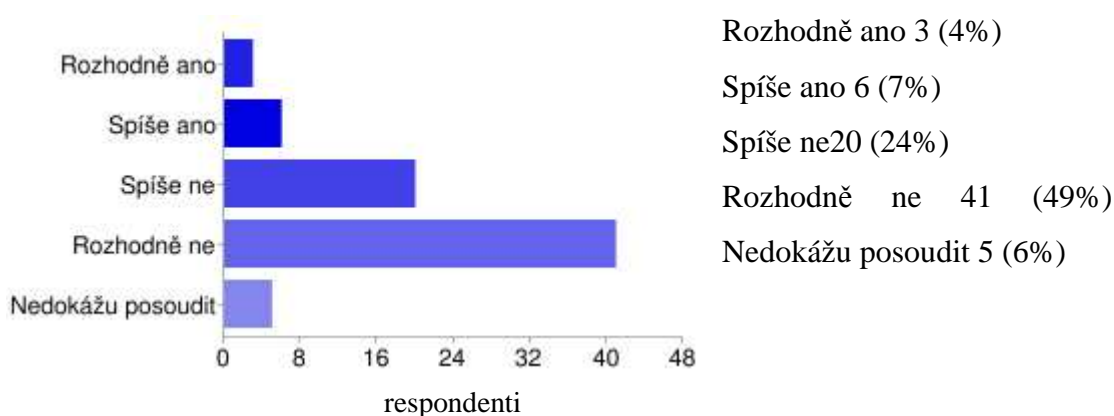
Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 6: „Pořádání kulturních akcí (letní kino, koncerty, výstavy apod.)“



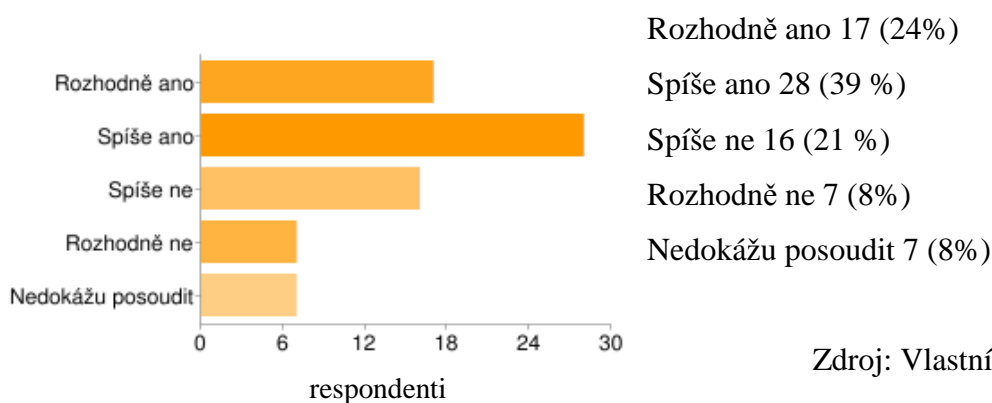
Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 7: „Využití zcela dle zájmu případného soukromého vlastníka“



Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 8: „Částečné obnovení původního účelu (návrat církevního řádu s charitativní činností)“



Zdroj: Vlastní šetření



## 5.4.2 Dotazníkové šetření – tištěné dotazníky

Dotazníkové šetření (formou tištěných formulářů) probíhalo od 14. 11. 2011 do 9. 12. 2011.

Touto cestou bylo vyplněno 133 dotazníků z 1500 rozdaných. Dotazníkového šetření se zúčastnilo 79 žen a 54 mužů, nejčastěji ve věku 60 – a více (50 %), 50 – 59 (19 %), 40 – 49 (15 %). Z blízkého okolí (místní občan) pocházelo 81 % respondentů a 17 % osob pak ze vzdálenějšího okolí (do 50 km) zbylé 2 % dotazovaných bylo z jiného místa (nad 50 km)

Opět byla první otázka směřována na to, zda *je město Votice a jeho přilehlé okolí, podle Vašeho názoru, v současné době vyhledávaným turistickým cílem*. U této odpovědi je zřejmý rozdíl věkové hranice respondentů (tištěné dotazníky a elektronické dotazování), kdy v tomto případě 63 % dotazovaných nedokáže posoudit, zda je město Votice a jeho přilehlé okolí vyhledávaným turistickým cílem.

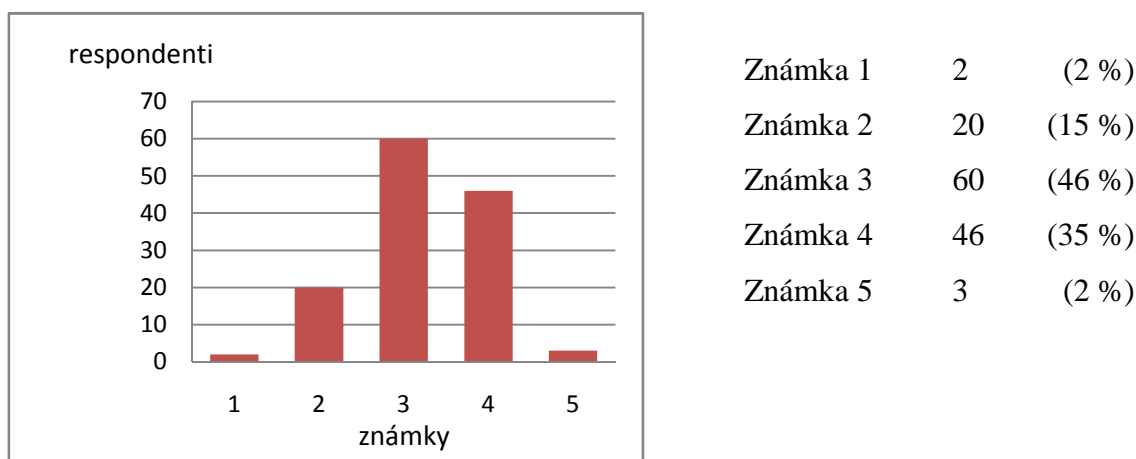
Na otázku, *„Jakým směrem by se mělo město Votice v oblasti rozvoje cestovního ruchu ubírat, (podpora CR či nikoliv)?“* odpovědělo 84 % dotazovaných „ano, město by mělo podporovat rozvoj cestovního ruchu. Pro zbylých 16 % není cestovní ruch důležitý či je nedokáže zodpovědět.

Dále *„Myslíte si, že nabídka cestovního ruchu je pro potenciální návštěvníky ve městě Votice dostačující? Pokud ne, uveďte v položce "jiné" chybějící nabídku.“* I respondenti z tištěných dotazníků považují nabídku cestovního ruchu za nedostačující (82 %). Nejvíce jim v nabídce cestovního ruchu chybí:

- kulturní akce – výstavy, koncerty
- historické památky v odpovídajícím stavu, péče o památky – přístupnost
- relaxační centrum
- agroturistika, rybaření
- rekreační zóny, odpočinkové zahrady a parky
- muzeum, výstavní plochy

Hodnocení péče a stavu kulturně-historických památek dopadlo velice podobně, jako u elektronického dotazování, respondenti nejčastěji volili známku 3 (46 %) a známku 4 (35 %). Můžeme ale říci, že v tomto výzkumu jsou respondenti kritičtější, kdy větší počet osob hodnotí stav památek jako dostačující.

*Graf č. 9: „Jak hodnotíte současnou péči a stav kulturně-historických památek ve městě? Označujte jako ve škole (1 – nejlepší).“*

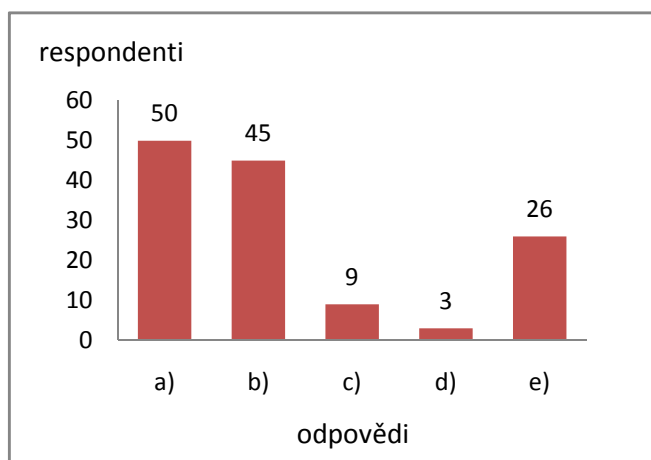


Zdroj: Vlastní šetření

U dalších otázek, týkající se františkánského kláštera ve Voticích, byly odpovědi podobné jako u online dotazování.

Františkánský klášter považuje 97 % respondentů za významnou památku, jejíž rekonstrukce a využití by mělo být jednou z hlavních priorit města Votice (89 % dotazovaných). Zrekonstruované prostory by pak byly vhodné zejména pro pořádání kulturních akcí (79 %), muzeum a výstavní prostory (72 %) a spolkovou činnost (70 %) viz. následující grafy:

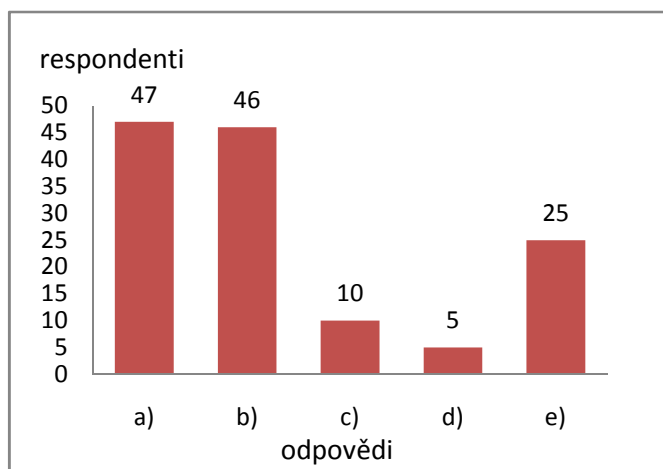
Graf č. 10: „Muzeum, výstavní prostory (region, balónové létání, vlastivědný klub atd.)“



- a) rozhodně ano 50 (38 %)
- b) spíše ano 45 (34 %)
- c) spíše ne 9 (7 %)
- d) rozhodně ne 3 (2%)
- e) nedokážu posoudit 26 (19 %)

Zdroj: Vlastní šetření

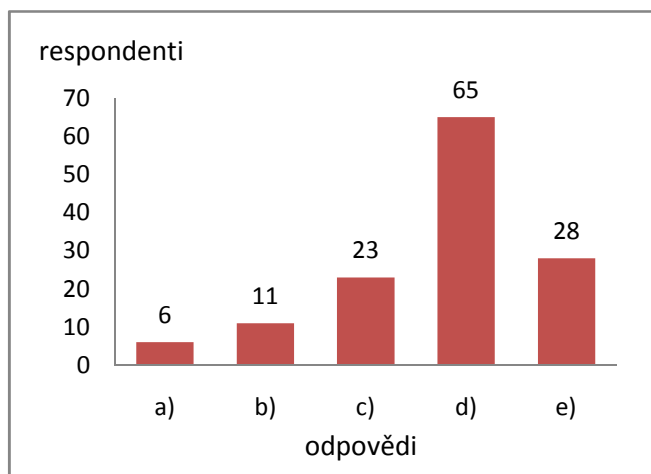
Graf č. 11: „Spolková činnost – klubovny (např. děti, senioři, zájmové skupiny apod.)“



- a) rozhodně ano 47 (35 %)
- b) spíše ano 46 (35 %)
- c) spíše ne 10 (8 %)
- d) rozhodně ne 5 (4%)
- e) nedokážu posoudit 25 (18 %)

Zdroj: Vlastní šetření

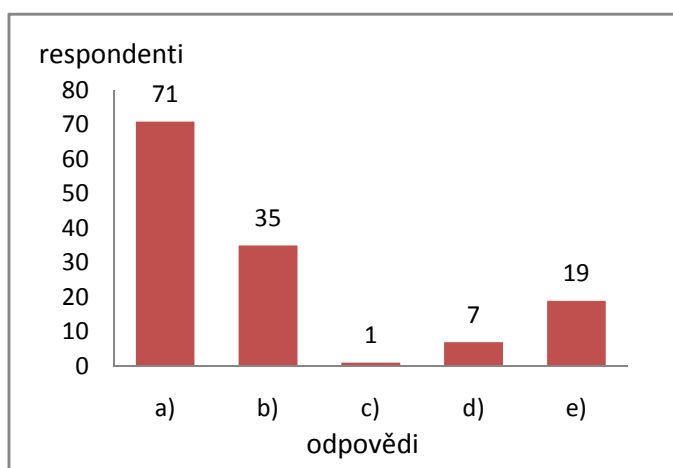
Graf č. 12: „Komerční využití (hotel, pension, restaurace, kanceláře)“



- a) rozhodně ano 6 (5 %)
- b) spíše ano 11 (8 %)
- c) spíše ne 23 (17 %)
- d) rozhodně ne 65 (49 %)
- e) nedokážu posoudit 28 (21 %)

Zdroj: Vlastní šetření

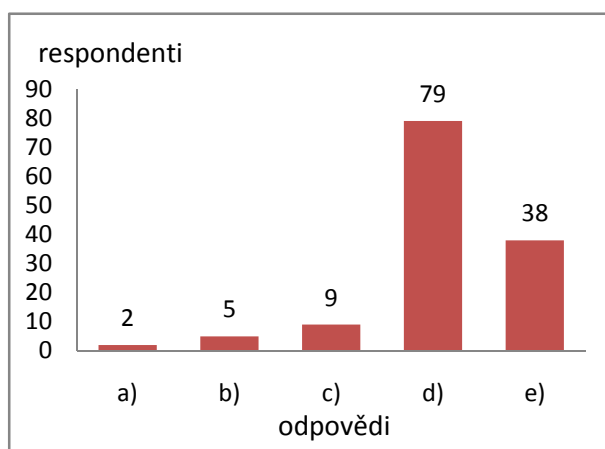
Graf č. 13: „Pořádání kulturních akcí (letní kino, koncerty, výstavy apod.)“



- a) rozhodně ano 71 (53 %)
- b) spíše ano 35 (26 %)
- c) spíše ne 1 (1 %)
- d) rozhodně ne 7 (5 %)
- e) nedokážu posoudit 19 (15 %)

Zdroj: Vlastní šetření

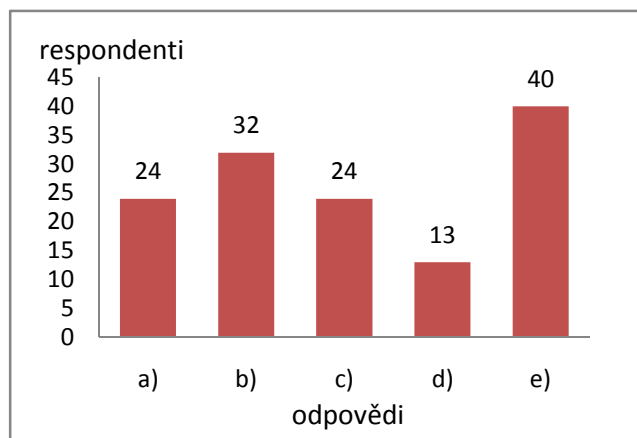
Graf č. 14: „Využití zcela dle zájmu případného soukromého vlastníka“



- a) rozhodně ano 2 (2 %)
- b) spíše ano 5 (4 %)
- c) spíše ne 9 (7 %)
- d) rozhodně ne 79 (58 %)
- e) nedokážu posoudit 38 (29 %)

Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 15: „Částečné obnovení původního účelu (návrat církevního řádu s charitativní činností)“



- a) rozhodně ano 24 (18 %)
- b) spíše ano 32 (24 %)
- c) spíše ne 24 (18 %)
- d) rozhodně ne 13 (10 %)
- e) nedokážu posoudit 40 (30 %)

Zdroj: Vlastní šetření

## 5.5 Řízené rozhovory

Terénní šetření bylo provedeno i v podobě řízených rozhovorů, jejichž cílem bylo zjistit osobní názory významných osob zasahující do problematiky cestovního ruchu na Voticku. Byli jimi **paní Jana Kocurová**, starostka města Votice, **pan Václav Ševčík**, majitel penzionu „Pod sv. Václavem“, **pan Jiří Maršíček**, člen občanského sdružení „Za záchranu kláštera sv. Františka z Assisi“ a **paní Jana Pavluková**, ředitelka Informačního a městského kulturního centra ve Voticích.

### 5.5.1 Paní Jana Kocurová

- **Jak hodnotíte nabídku cestovního ruchu na Voticku? (zda je dostačující, nedostačující, co byste změnila, kde a jaké problémy se vyskytují)**

„Město Votice se nachází na jižním kraji Středočeského kraje, správní obvod zahrnuje cca 13 000 obyvatel. Město je členem Mikroregionu Džbány a z hlediska tohoto širšího pohledu si případný návštěvník může dle svého uvážení vybrat. Jde ale o památky a turistické cíle menšího rozsahu, významná dominanta v této oblasti chybí.“

- **Čím by podle Vašeho názoru bylo vhodné inovovat tuto nabídku, aby do města Votice a jeho okolí přijelo více návštěvníků?**

„Investovat finanční prostředky ve spolupráci s vlastníky do stávajících památek, protože opravené cíle – ať se jedná o kostely, kaple, židovské hřbitovy apod., nabídka expozice Vlastivědného klubu atd. by měly být samozřejmostí. Mít dostatek kvalitních ubytovacích kapacit, nabídku k občerstvení. Zlepšit propagaci naší oblasti, zapojit se aktivně do vznikajících turistických oblastí dle zákona O cestovním ruchu.“

- **Myslíte si, že je františkánský klášter vhodným místem využívané právě pro projekty z oblasti cestovního ruchu a proč?**

„Myslím, že areál bude vhodným místem k rozšíření nabídky cestovního ruchu, bude ale třeba získat finanční prostředky na rekonstrukci.“

Ale i v současnosti v tomto stavu areálu probíhají akce v rámci „Dnů evropského dědictví“ a letos zde proběhne „Noc kostelů“.

### 5.5.2 Pan Václav Ševčík

- *Jak hodnotíte nabídku cestovního ruchu na Voticku? (zda je dostačující, nedostačující, co byste změnili, kde a jaké problémy se vyskytují)*

„Nabídku cestovního ruchu zde hodnotím jako nedostačující, chybí mi zde větší iniciativa města a spoluobčanů, mladší myšlení a nadšení lidí zde cokoliv pro turisty vybudovat. Votice mají potenciál pro rozvoj cestovního ruchu, bohužel bez nápadu.“

- *Čím by bylo podle Vašeho názoru vhodné inovovat tuto nabídku, aby do města Votice a jeho okolí přijelo více návštěvníků?*

„Zejména mi zde chybí nějaké muzeum, jsem dlouholetým sběratelem a vlastním poměrně rozsáhlou sbírku předmětů týkající se balónového létání a zemědělství, na kterou jsem město již dříve upozorňoval. Bohužel marně a přitom zřízením muzea a vystavení těchto předmětů by mohlo prodloužit návštěvu turistů. Nyní však už opadl i můj zájem a svou expozici jsem přislíbil jiné obci.“

- *Jak jste spokojeni s propagací tohoto regionu?*

„Propagační materiály hodnotím kladně, ale je třeba využívat i toho, že naším regionem projíždí mnoho lidí. Chybí mi zde větší úsilí, uvítal bych, kdybych propagační materiály Voticka našel i při jiných příležitostech, než strohé návštěvy infocentra.“

### 5.5.3 Pan Jiří Maršíček

- *Jak hodnotíte nabídku cestovního ruchu na Voticku? (zda je dostačující, nedostačující, co byste změnili, kde a jaké problémy se vyskytují)*

„Myslím si, že je nedostatečná. Velkým problémem je přístupnost kulturních památek, které jsou většinou zavřené, např. např. Židovský hřbitov, klíč si musí turista vyzvednout v městském infocentru a v podstatě při návštěvě této památky nemá ani možnost získat nějaký odborný výklad.“

- ***Čím by podle Vašeho názoru bylo vhodné inovovat tuto nabídku, aby do města Votice a jeho okolí přijelo více návštěvníků?***

„Více bych se zaměřil na zážitkový cestovní ruch. Vhodné shledávám i využití sakrálních památek, jako například zpřístupnění věže kostela sv. Václava ve Voticích, které připravuje pan Luboš Mudra, majitel penzionu „U Modré kočky“ ve spolupráci s farností města Votice.“

- ***Jak jste spokojeni s propagací tohoto regionu?***

„Chybí mi zde intenzivnější práce Informačního a městského kulturního centra ve Voticích, více se snažit produkty propagovat. Dále mi i velice chybí propojenost historických událostí u jednotlivých kulturních památek města, jednotnost propagačních materiálů a hlavně co si myslím, že je velice důležité, pracovat s mladými lidmi, kteří obohatí „svěžími“ nápady.“

#### **5.5.4 Paní Jana Pavluková**

- ***Jak hodnotíte nabídku cestovního ruchu na Voticku? (zda je dostačující, nedostačující, co byste změnili, kde a jaké problémy se vyskytují?)***

„V prvé řadě bych zmínila jaká je nabídka cestovního ruchu na Voticku. Historické památky – Boží hrob z roku 1685 (věrná kopie Jeruzalémského Božího hrobu), Komenského náměstí s Mariánským sousoším – sochy sv. Barbory, Rosalie, Rocha a Sebastiana, Kostel sv. Václava, Židovský hřbitov se stálou expozicí Židé a židovské památky na Voticku, františkánský klášter a Kostel sv. Františka z Assisi. V okolí Votic pak stojí za zmínku zámek ve Vrchotových Janovicích, tvrz na Beztahově, Herbenova vila na Hostišově, památník 30tileté války v Jankově a též vesnice roku Ratměřice.

Nyní si myslím, že je nabídka produktů cestovního ruchu na dobré úrovni, ale neustále se jí snažíme inovovat, od loňského roku máme pro turisty „Votickou kopretinu“ – jedná se o cykloturistickou mapu, která se skládá z několika tras v rozmezí 15 – 50 km. Mohou se propojovat, jsou zacílené na zajímavý bod – např.: zámek Vrchotovy Janovice, Jemniště, Přírodní park Džbány – Žebrák, dále, již čtvrtým rokem připravujeme nejen pro turisty „Kulturní léto U Modré kočky“.



Také zde máme mnoho naučných stezek – „Kolem Votic za poznáním“, „Po stopách Sidonie Nádherné“, „Po stopách bitvy u Jankova“, „Naučná stezka v Ratměřicích“, „Naučná stezka Čapí hnízdo“.

- ***Čím by bylo podle vašeho názoru vhodné inovovat tuto nabídku, aby do města Votice a jeho okolí přijelo více návštěvníků?***

„Nabídku cestovního ruchu aktualizujeme, ale určitě by pomohlo začlenit do turistického ruchu i další, nyní nevyužívané, historické památky města.“

- ***Myslíte si, že je františkánský klášter vhodným místem využívané právě pro projekty z oblasti cestovního ruchu a proč?***

„Myslím, že františkánský klášter by mohl být využívaný pro projekty cestovního ruchu, jelikož má prostory, které ve Voticích chybí. Umím si v prostorách kláštera představit např. vlastivědné muzeum, galerii, výstavní prostory, aj.“

- ***Jak hodnotíte dosavadní propagaci produktů CR na Voticku, co byste změnili či vylepšili?***

„Myslím, že propagaci ve Voticích máme velice dobře zvládnutou. Především díky spolupráci s Posázaví o. p. s. (dodává nám nové materiály, seznamuje nás s novinkami apod.) a Rádiem BLANÍK.“

- ***Jak uvádíte nové produkty na trh? Kde se prezentují, jaké jsou problémy při uvádění na trh apod.***

„Produkty prezentujeme ve Votických novinách, na webových stránkách [www.votice.cz](http://www.votice.cz), v Benešovském deníku, přes Posázaví o. p. s., na webových stránkách [www.posazavi.com](http://www.posazavi.com), v katalogu Relax (distribuovaný po celé ČR a Slovensku), též na [www.info-cechy.cz](http://www.info-cechy.cz), na Rádiu BLANÍK aj. Samozřejmě jsou veškeré materiály k dispozici v IC Votice.“

## 7 NÁVRHY NA INOVACE PRODUKTOVÉHO PORTFOLIA

Na úvod této kapitoly, která má přinést návrhy na inovace produktového portfolia cestovního ruchu v zázemí Voticka, lze díky situační analýze, dotazníkovému šetření a řízeným rozhovorům, definovat odpovědi na předem stanovené hypotézy.

První stanovená hypotéza: **Nabídka produktu cestovního ruchu je pro potencionální návštěvníky města Votice a jeho přilehlé okolí ve stávajícím stavu dostačující.** To se v průběhu šetření nepotvrdilo. Jak bylo na základě terénního šetření zjištěno, nejvíce v nabídce cestovního ruchu chybí interaktivní muzea, muzea s regionální tematikou, výstavní plochy, ubytovací zařízení, zázemí pro kulturní akce, místa pro relaxaci, dále zpřístupněné či opravené historické památky a větší provázanost s dalšími významnými turistickými atraktivitami v regionu.

Jak z průzkumu vyplívá, chybí zde větší iniciativa města Votice a spoluobčanů, kteří by v tomto regionu budovali vhodné prostředí pro rozvoj cestovního ruchu. Pracovníci Informačního a městského kulturního centra ve Voticích dokážou zmapovat památky regionu, vytvořit propagační materiály, ale bohužel zde chybí konečná fáze, propojenost produktů, která by byla pro návštěvníka cestovního ruchu více „uchopitelná“.

Přitom zvýšená iniciativa města a přilehlých obcí by ve spolupráci se soukromými subjekty mohla najít společná řešení problémů cestovního ruchu v zázemí Voticka, přinést vyšší informovanost a objektivnější podklady pro přípravu grantových projektů, strategii i inovací produktového portfolia.

V bakalářské práci na téma „Analýza druhů a forem cestovního ruchu v zázemí Voticka“, na kterou tato diplomová práce navazuje, bylo zjištěno, že nejčastějšími návštěvníky na Voticku jsou skupiny mladých lidí nebo mladé rodiny s dětmi, kteří zde aktivně tráví svůj volný čas v podobě cykloturistiky či pěší turistiky, a to zhruba 1- 3 přenocování. Ti zde obdivují příjemné a klidné prostředí zachovalé a svým způsobem jedinečné přírody, kulturně- historické památky, ale bohužel bez prvků zážitkové turistiky, která by se stala díky nezapomenutelným prožitkům a různorodým aktivitám zajímavější.

Absence tohoto typu, spolu s výše uvedenými nedostatky, činí nabídku cestovního ruchu v této oblasti nedostačující. Tyto problémy zpomalují příliv nových turistů a nevyvolávají ani potřebu prodloužit pobyt již stávajícím návštěvníkům.

Další stanovenou hypotézou bylo: **Františkánský klášter ve Voticích je významnou kulturně – historickou památkou, která by se měla podílet na rozvoji cestovního ruchu na Voticku.** Město Votice má poměrně velký potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Je zde několik historicky významných památek (např. prostory starého pivovaru a zámku, historické budovy na Komenského náměstí atd.), které nejsou doposud využívány a postupně chátrají. Jednou z nich je i Františkánský klášter ve Voticích, který tvoří dominantu tohoto města. To potvrdilo i terénní šetření, kdy většina respondentů shledává tento komplex jako významnou kulturně – historickou památku, jejíž rekonstrukce a využití by měla být jednou z priorit města Votice a jejíž prostory jsou vhodné právě pro projekty z oblasti cestovního ruchu.

I přes neustálou snahu Informačního a městského kulturního centra ve Voticích inovovat produktové portfolio cestovního ruchu, chybí této oblasti významná dominantní atraktivita, která by upoutala pozornost návštěvníků.

Řešením již zmiňovaných problémů by tedy mohl být projekt cestovního ruchu, vycházející z těchto nedostatků, který by využil prostory právě Františkánského kláštera ve Voticích a který by přinesl pestrou nabídku aktivit. Hlavním přínosem by mělo být zatraktivnění oblasti (zážitkovou turistikou, muzei apod.) a zároveň ukázat návštěvníkům další možnosti, jak příjemně využívat volného času v tomto kraji.

## 8 PŘÍPRAVA PROJEKTU CESTOVNÍHO RUCHU

### 8.1 „Voticko v kontrastech“

Destinaci cestovního ruchu navštěvují turisté za účelem dosažení nějakého zážitku, kterého dosáhnou spotřebou služeb cestovního ruchu v destinaci, návštěvou turistických atraktivit ovlivněné charakterem celkové atmosféry místa návštěvy a vzájemnou interakcí návštěvníků a místních obyvatel. To vše je základem pro inovaci produktového portfolia cestovního ruchu.

Návštěvník při koupi posuzuje obvykle jako první destinaci, její aktivity, atraktivitu, ubytovací a stravovací zařízení a další aspekty v různém pořadí dle hierarchie potřeb.

Jak bylo v kapitole „Návrhy na inovace produktového portfolia“ řečeno, hlavními nedostatky produktového portfolia na Voticku je především absence interaktivních muzeí, výstavních ploch, kulturních akcí, místa pro relaxaci, které by byly spojeny s významnými historickými památkami.

Projekt „Voticko v kontrastech“ je navržen tak, aby inovoval produktové portfolio a zároveň odstranil zjištěné nedostatky v nabídce cestovního ruchu na Voticku. Jedná se o komplexní nabídku složenou ze služeb a atraktivit cestovního ruchu v historicky významném a doposud nevyužívaném komplexu kláštera sv. Františka ve Voticích, které město na konci roku 2011 odkoupilo od původního vlastníka, řádu františkánů.

Projekt zahrnuje vytvoření několika muzeí. Prvním z nich by bylo **muzeum řádu bratří františkánů**, kteří zde v minulosti pobývali. Sběrka by byla věnována historii tohoto řádu na Voticku, historickým knihám, které zde zanechali a současné situaci, ve spolupráci s řády františkánů sídlících v zahraničí. Expozice by se tak stala unikátní ve svém kraji a vzhledem k početnosti ostatních sakrálních památek na Voticku by mohla turisty navést na další zajímavá poutní místa v okolí.

Druhé **muzeum věnované historii a významným událostem města Votice a jeho okolí**. Sbírka by připomenula například známého spisovatele a novináře Jana Herbena, který na Voticku trávil letní měsíce a na Hostišově ho navštěvovala celá řada slavných osobností jako například první československý prezident T. G. Masaryk nebo malíř Antonín Slavíček, dále pak připomenutí světoznámé bitvy u Jankova.

Další **muzeum** by zahrnovalo expozice **interaktivními prvky o fauně a flóře**, kde by si návštěvníci mohli sami ověřit své znalosti. I tato expozice by byla upoutávkou na jedinečnost přírody České Sibiře s nabídkou několika naučných stezek či cyklostezek.

„Voticko v kontrastech“ zahrnuje i možnost ubytování. Vzhledem k tomu, že v nabídce cestovního ruchu na Voticku chybí místa pro relaxaci, rozjímání, nabízel by tento projekt možnost specifického ubytování ve františkánském klášteře. Zde by byly vybudovány atypické pokoje (cely), jednoduchého klášterního stylu, ve kterých si návštěvník bude moci odpočinout od běžného shonu, například bez internetu, a tím i prožít noc v poklidné klášterní atmosféře. Samozřejmě bude v této části kláštera vybudováno sociální zařízení s malou kuchyňkou a nebude chybět ani knihovna s regionální literaturou.

Projekt bude nabízet i možnosti konání kulturních akcí, jako například koncerty, divadla, promítání, které by byly situovány do místností s dostatečnou vzdáleností od ubytovací zóny spolu s možností posezení v příjemné kavárně.

Celý projekt by tedy návštěvníkovi nabídl jedinečnou atmosféru kontrastů zábavy, osvěty a relaxace.

## **8.2 Cílový segment projektu**

Cílovou skupinou tohoto projektu jsou domácí návštěvníci ve věkové hranici 35 - 59 let, mladí cestovatelé (15 – 34 let) a rodiny s dětmi, přijíždějící za relaxací, zábavou a poznáním.

Jak již bylo zjištěno v bakalářské práci, „Analýza druhů a forem cestovního ruchu v zázemí Voticka“ je tento region navštěvován převážně rodinami s dětmi či mladými cestovateli, kteří zde, nejčastěji v letních měsících, provozují pěší turistiku či cykloturistiku.

Většinou však tito turisté přijíždějí jen na 1 – 3 dny, proto se snaží projekt zaměřit na prodloužení pobytu cílového segmentu.

### **8.3 Partneri projektu**

Investorem a vlastníkem projektu bude město Votice, starostka (hlavní manažer projektu), místostarosta (manažer projektu), osoba zastupující odbor výstavby a územního plánování (stavební a výkonný manažer), odbor finanční (ekonomický manažer a manažer správy majetku), zastupitelstvo (organizační manažer), odbor správy majetku a investic (žádost o dotaci). Bude provedeno i výběrové řízení, které určí zodpovědnou osobu za kontrolu stavební části projektu, stavební dozor.

Partnery projektu, kteří jsou ochotni zdarma vynaložit své pracovní úsilí na provoz muzeí, ubytování či kulturních akcí jsou členové občanského sdružení „Za záchranu kláštera sv. Františka z Assisi“ a „Vlastivědného klubu“.

### **8.4 Umístění projektu – františkánský klášter ve Voticích**

Vhodným prostorem pro realizaci projektu „Voticko v kontrastech“ je františkánský klášter, který se nachází v centru města Votice v Klášterní ulici. Je to jedna z nejvýznamnějších památek, pro kterou město zatím nenašlo využití a která díky své bohaté historii, atmosféře a vhodné poloze může umocnit návštěvníkův prožitek.

### **8.4.1 Historie kláštera**

Klášter by postaven 1627 až 1629 v ranně barokní podobě spolu s přílehlým kostelem sv. Františka. Klášterní budova byla pak postupně v letech 1766 až 71 radikálně přestavěna zhruba do dnešní podoby, pouze s pozdějšími úpravami zejména po roce 1950, kdy byli odtud vyhnáni řeholní bratři a klášter byl po té využíván podnikem Tesla Votice. V roce 1990 byl celý areál navrácen františkánskému řádu, ale podnik sídlil až do roku 1997. (Město Votice, 2012f)

Nyní je vlastníkem město Votice, ale bohužel budova od roku 1997 bez stálého využití.

### **8.4.2 Stručný popis kláštera**

Františkánský klášter je patrovou budovou, částečně podsklepenou, která svým severním křídlem přiléhá ke kostelu sv. Františka z Assisi. Jedná se o čtyřkřídlý, do čtverce uspořádaný klášter, jehož tři zbylá křídla jsou dvoutraktová s chodbami umístěnými podél rajskeho dvora a místnostmi u vnějších průčelí.

### **8.4.3 Stav kláštera**

Z důvodu dlouholetého nevyužití bude nutná rekonstrukce budovy, jejíž současný stav projektu nevyhovuje. Konkrétně ve velmi špatném až havarijním stavu je střešní krytina a barokní hambalkový krov, napadený dřevokaznou houbou a hmyzem. Zbylé kamenné zdivo a cihelné klenby jsou v uspokojivém stavu, pouze místy jsou narušeny menšími trhlinami.

Sítě technického vybavení jsou nyní delší dobu mimo provoz, jsou technicky i morálně nevyhovující a budou vyžadovat celkovou obnovu.

Budova je odpojena od elektrické energie a vody, ale ústřední topení je sestaveno z litinových radiátorů, které nejsou poškozeny a mohly by být využity.

Sociální a hygienické zařízení neodpovídá současným hygienickým předpisům a bude muset být zcela rekonstruováno, avšak okna jsou nyní v uspokojivém stavu a budou vyžadovat jen menší opravy.

#### **8.4.4 Rekonstrukce kláštera**

První kroky rekonstrukce by měly směřovat k opravě střechy a krovů. V části jižního a západního křídla, bylo již započato s opravami a v roce 2011 dokončena celková oprava severního křídla s využitím přístupu veřejnosti do nově otevřené galerie sv. Františka.

Dále by měly být odstraněny nevhodně zřízené přístavby v rajské zahradě, novodobé příčky místností, které tu vystavěla firma Tesla Votice v době využívání této budovy jako kancelářských prostor.

Rajský dvůr by měl být upraven (snížen) na původní stav s cílem odstranit zvýšenou vlhkost zdiva, kdy toto místo bude následně využíváno jako oddychový či společenský prostor se zahradními úpravami, vodní kašnou a lavičkami.

#### **8.4.5 „Voticko v kontrastech“ - popis 1. a 2. nadzemního podlaží**

##### **Přízemí:**

Přízemí by obsahovalo vstupní místnost s hlavním vchodem a recepcí (2 místnosti), kavárnou s technickým zázemím pro 20 až 25 hostů (4 místnosti).

V jižním křídle se nachází vhodné prostory pro menší společenský sál, který by se případně dal propojit s velkým sálem pro koncertní činnosti. (2 místnosti)

Zbylé menší místnosti mohou být využity pro sociální zařízení, úklid, odpad, výtah pro bezbariérový přístup do druhého patra.

Východní křídlo by mohlo obsahovat kuchyň, přípravu pro společenské sály (1 místnost), kancelář (1 místnost) a interaktivní muzeum fauny a flóry (2 místnosti).

Ve všech křídlech je dominantou objektu zaklenutá chodba obíhající okolo rajského dvora, která bude využita jako komunikační a výstavní prostor.



### **První patro:**

V západním křídle bude vystavěno oblastní muzeum Voticka, františkánské muzeum (8 místností)

Stavebně oddělené jižní křídlo, kde začíná již relaxační zóna, bude obsahovat klášterní knihovnu, domácí kapli s freskami a možností badatelských činností historických knih a knih regionálních autorů (2 místnosti). Dále cely (2 místnosti), apartmán (1 místnost), sociální zařízení (2 místnosti), výtah, úklid a schodiště.

Východní křídlo budou opět zážitkové pokoje (cely – 5 místností) a společná kuchyňka (1 místnost). Zbývá část v tomto křídle je část galerie sv. Františka.

I v prvním patře je dominantou zaklenutá chodba obíhající okolo rajského dvora, která bude využita pro komunikační a výstavní prostor s možností vstupu do galerie sv. Františka a do prostoru chóru s varhany – nejstarší ukázky františkánské architektury 17. století. Samozřejmě bude u této chodby kladen velký důraz na oddělení „komunikačního prostoru“ a relaxační zóny (ubytovací zóny).

Dále v klášterní zahradě bude opraven domek zahradníka, který s přílehlým okolím poskytne zázemí prodětský koutek s přímým vstupem do kláštera.

## **8.5 Odhad nákladů na rekonstrukci, provoz a zdroje financování**

Františkánský klášter byl po mnoho let nevyužíván, je tedy nutné před realizací projektu „Voticko v kontrastech“ tuto budovu rekonstruovat. Po konzultaci s panem Ing. Otakarem Hrdličkou, architektem, byly stanoveny tyto náklady.

### **8.5.1 Náklady na rekonstrukci a vybavení**

Obestavěný prostor se blíží k 8 000 m<sup>3</sup>. Cena 1 m<sup>3</sup> při střední náročnosti opravy se pohybuje 5 000 Kč, tj. 40 000 000 Kč bez DPH (20 % DPH = 8 000 000 Kč).

Dále musíme uvažovat, že po rekonstrukci je třeba objekt vybavit. Pro předpokládanou realizaci muzeí bude nutno nakoupit cca 60 výstavních vitrín (20 000 Kč /1 kus), nábytek (ubytování) a ložní prádlo (200 000 Kč).

Vybavení informační kanceláře: pc, nábytek(50 000 Kč). U plánované kavárny se předpokládá, že vybavení si zařídí nájemce provozovny sám.

Tabulka 2

*Náklady na rekonstrukci a vybavení*

Ukazatel	Náklady (Kč)
Stavební úpravy	48 000 000
Vitríny	1 200 000
Nábytek (ubytování)	200 000
Kancelář	50 000
<b>Celkem</b>	<b>49 450 000</b>

Zdroj: Vlastní šetření

### 8.5.2 Provozní náklady

Do provozních nákladů byla zahrnuta spotřeba elektřiny, vody, topení (ústřední vytápění) dále provoz kanceláře (měsíční superhrubá mzda stálého zaměstnance 10 000 Kč), osoby najaté na úklid, údržbu (odměna celkem 13 000 Kč/měsíc) a odměna pro správce objektu (5 000 Kč/měsíc).

Tabulka 3

*Provozní náklady*

Ukazatel	Náklady (Kč)	
	měsíc	rok
Elektřina	4 000	48 000
Voda	4 000	48 000
Topení	4 000	48 000
Kancelář	10 000	120 000
Úklid	8 000	96 000
Údržba	5 000	60 000
Správce	5 000	60 000
<b>Celkem</b>	<b>40 000</b>	<b>480 000</b>

Zdroj: Vlastní šetření

### **8.5.3 Zdroje financování**

Jedním zdrojem financování bude město Votice, bohužel vynaložené prostředky z městské pokladny na samotnou rekonstrukci a realizaci projektu nestačí. Další možností, jak získat potřebné finance, je čerpání prostřednictvím Finančních mechanismů Evropského hospodářského prostoru (EHP) a Norska (tzv. norských fondů)..

Norsko spolu s Islandem a Lichtenštejnskem přispívá ke snižování ekonomických a sociálních rozdílů v EHP a k posilování spolupráce a kontaktů s patnácti státy ve střední a jižní Evropě.

V letech 2004 – 2009 bylo z norských fondů v České republice podpořeno celkem 133 projektů a několik stovek sub-projektů v rámci 4 programů a 5 blokových grantů celkem za 104,6 mil. Eur. Nejčastěji je s Finančními mechanismy spojována obnova kulturních památek a významná část prostředků přispěla také k podpoře neziskového sektoru, vědy a výzkumu, zkvalitnění zdravotní péče atd.

V období 2009-2014 obdrží Česká republika od dárcovských států kolem 131,8 mil. Eur. Navržený projekt „Voticko v kontrastech“ by tak mohl čerpat finance z programu Kulturní dědictví a současné umění, pro který bylo vyhrazeno 21,5 mil. Eur.

Financování by bylo možné i v rámci Regionálního operačního programu Střední Čechy, ale v současné době jsou alokované prostředky na programovací období 2007 – 2013 téměř vyčerpány a výzva zaměřená na cestovní ruch pro města a obce se již nepředpokládá.

### **8.6 Nový projekt a jeho uvedení na trh**

Při uvádění na trh, bude hlavní výhodou projektu „Voticko v kontrastech“ jeho originalita. V okruhu 30 km neexistuje podobně zařízené „multikulturní“ centrum.

Distribuci projektu „Voticko v kontrastech“ můžeme rozdělit do dvou částí, na přímý a nepřímý prodej. Přímý prodej bude realizován především pomocí internetu, formou regionálních informačních a rezervačních systémů či direkt mailů.

Prezentaci projektu budou zajišťovat pracovníci Informačního a městského kulturního centra Votice na veletrzích cestovního ruchu, např. Region Tour, Holiday World, Madi Travel Market.

Z pohledu nepřímého prodeje bude snaha o vytvoření spolupráce s cestovními kancelářemi či agenturami, které nabízejí regionální produkty cestovního ruchu nebo recepce penzionů.

Propagace bude zajištěna formou informačních letáků, plakátů, které by měli obsahovat jednotnou vizualizaci, zejména logo, kterou se město Votice obvykle prezentuje. Tyto propagační materiály budou k dostání ve veřejných provozovnách: stravovacích a ubytovacích, v informačním centru, ale také i na poštách (města Votice a přilehlých obcí).

Město Votice dále využije k propagaci projektu své regionální noviny, regionální média (radio Blaník), internet (webové stránky Czech tourism fun tips, Mikroregion Džbány, město Votice a různé jiné portály typu výletník atd.)

Při zavádění projektu na trh je důležitá i podpora prodeje. Projekt může upoutat potenciální zákazníky cenově zvýhodněnými dárkovými certifikáty, které budou zahrnovat 1 denní pobyt v klášteře či přilákat na akci „1. neděle v měsíci zdarma“.

## 9 ZÁVĚR

Hlavním cílem diplomové práce bylo prostřednictvím analýzy produktů cestovního ruchu v zázemí Voticka poukázat na nedostatky v nabídce a následně navrhnout projekt, který by inovoval produktového portfolio cestovního ruchu ve zvoleném regionu.

Jak již bylo zmíněno v úvodu, zázemí Voticka bylo charakterizováno, jako správní obvod 15 obcí, rozkládající se na jižní části Středočeského kraje na hranicích s krajem Jihočeským a je součástí svazku obcí Mikroregionu Džbány, které řeší problémy v oblastech obnovy venkova, ochrany životního prostředí, zkvalitňování technické infrastruktury a rozvoje cestovního ruchu.

Na základě provedené situační analýzy, lze říci, že Votický region má velký potenciál pro rozvoj produktového portfolio cestovního ruchu. Oblast se nachází ve velice výhodné geografické poloze, nalezneme zde řadu významných kulturně – historických památek a turisté zde mohou obdivovat i zachovalou krajinu České Sibiře nebo přírodního parku Džbány-Žebrák. Bohužel na základě informací, získaných terénním výzkumem, které probíhalo formou dotazníkového šetření a řízených rozhovorů, musím konstatovat, že ve skutečnosti nabídka produktů cestovního ruchu je v tomto regionu nedostačující.

I přesto, že se Informační a městské kulturní centrum ve Voticích snaží inovovat nabídku cestovního ruchu na Voticku, připravuje neustále nové naučné stezky, nové cyklotrasy ve spolupráci s panem Lubošem Mudrou, (majitelem penzionu "U Modré kočky"), chybí zde například interaktivní muzea, muzea s regionální tematikou, nabídka kulturních akcí a míst pro relaxaci. Velkým nedostatkem je i špatná dostupnost významných kulturně – historických památek a provázanost jednotlivých produktů cestovního ruchu dalšími turistickými atraktivitami regionu.

Jak bylo dále v terénním výzkumu zjištěno, jsou v této oblasti i velkým problémem chátrající významné kulturně – historické památky, jako je například budova pivovaru, zámku a františkánského kláštera ve Voticích.

Tyto budovy mají svou zajímavou historii a patří k dominantám města. I přesto, že od období komunistického režimu, kdy docházelo k jejich devastaci, uběhlo už několik let, nenašlo se pro tyto objekty vhodné využití a pomalu chátrají. Z tohoto důvodu byla v průběhu zpracování diplomové práce i navázána spolupráce s občanským sdružením „Za záchranu kláštera sv. Františka z Assisi“, jehož členové se snaží vyvíjet aktivity vedoucí k záchraně této jedinečné památky v centru města, nalezení jejího smysluplného využití a její postupné zpřístupnění veřejnosti.

Jak se během výzkumu potvrdilo, františkánský klášter, lze považovat za jednu z nejvýznamnějších památek města Votice, jehož prostory jsou vhodné pro realizaci rozvojových projektů v oblasti cestovního ruchu. Bohužel iniciativa města, jako vlastníka objektu, spolupracovat s členy občanského sdružení je zatím na velice nízké úrovni a i přesto, že je oblast Voticka součástí svazku obcí Mikroregionu Džbány, který řeší problémy v oblasti rozvoje cestovního ruchu, je zde malá snaha zainteresovaných subjektů pracovat na společných projektech, které by mohly turistům tuto destinaci zatraktivnit.

Vzhledem k těmto zjištěným skutečnostem byl navržen projekt „Voticko v kontrastech“, jehož hlavním cílem je inovovat produktového portfolio v zázemí Voticka, např. o prvky zážitkového cestovního ruchu a zároveň odstranit zjištěné nedostatky v nabídce cestovního ruchu na Voticku.

„Voticko v kontrastech“ představuje komplexní nabídku složené ze služeb a atraktivit cestovního ruchu v historicky významném, nevyužívaném komplexu již zmiňovaného františkánského kláštera. Zahrnuje v sobě několik muzeí věnované např. historii kláštera, města Votice a jeho okolí, významným událostem tohoto kraje či fauně a flóře, kdy si návštěvníci mohou sami ověřit své znalosti. Dále originální možnost ubytování v klášterních „celách“, které poskytnou zázemí pro relaxaci a odpočinku nebo možnost navštívit některou z kulturních akcí. Myšlenkou „Voticka v kontrastech“ je stát se první zastávkou příjíždějících turistů, který by zábavnou formou představil region a poskytl mnoho nápadů, jak v tomto kraji strávit příjemnou dovolenou.

Na závěr však musím konstatovat, že tento projekt bude realizovatelný a úspěšný jen v případě, pokud se budou zainteresované subjekty snažit vytvářet pravidelné aktivity k tomu, aby v tomto kraji docházelo k dlouhodobému rozvoji cestovního ruchu.

## 10 SUMMARY

The main objective of this thesis was through the analysis of tourism products in the hinterland Voticko point out deficiencies in the offer and subsequently propose a project that would innovate product portfolio of tourism in the selected region.

Based on the situational analysis, we can say that Voticko region has great potential for tourism development of product portfolio. The area is located in a very favorable geographical position, we find a number of significant cultural - historical monuments, and tourists can admire preserved landscape. Unfortunately, based on information obtained in field research, the offer of tourism products in this region is insufficient. What is missing is an interactive museum, the museum with regional themes, cultural events offer and places for relaxation. A major drawback is the poor accessibility of cultural - historical monuments and interaction of individual tourism products other tourist attractions of the region.

Given these facts, was found the project "Voticko in contrasts" whose main goal is to innovate product portfolio in the background Voticko, for example, the elements of adventure tourism.

" Voticko in contrasts " is composed of a comprehensive range of services and tourist attractions in the historic, unused complex - the Franciscan monastery. It comprises several museums dedicated to history as the monastery Votice city and its surroundings, significant events in this region or fauna and flora, where visitors can test their own knowledge. Furthermore, there is the offer of original monastery accommodation in "cells" that provide facilities for relaxation and rest or to visit one of the cultural events.

The idea of "Voticko in contrast" is to become the first stop for tourists coming to the region presented in an entertaining way and provided many ideas in this region as a pleasant holiday.

In conclusion, I must say that this project will be viable and successful only if the stakeholders will seek to develop regular activities to occur in this region for long-term tourism development.

## POUŽITÁ LITERATURA

1. BIEGER, T.: Management von Destinationen. 7 Auflage, München : Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2008. 357 s. ISBN: 978-3-486-58628-2.
2. COOPER, CH. et al.: Tourism, Principles and Practice. 4<sup>th</sup> Edition, Harlow : Pearson Education, 2008. 689 s. ISBN: 978-0-273-71126-1.
3. FELLEGIOVÁ, E. a kol.: Destinační management. 1. vydání. České Budějovice : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2008. 20 s. ISBN 978-80-7394-102-4.
4. FORET, M., FORETOVÁ, V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. 1. vydání. Praha : Grada Publishing, a.s., 2001. 178 s. ISBN 80-247-0207-X.
5. FYALL, A., GARROD, B.: Tourism marketing a collaborative approach. 1<sup>th</sup> Edition. Great Britain : Cromwell Press, 2005. 376 s. ISBN 1-873150-90-3
6. GOELDNER, R., RITCHIE, J. R.: Tourism, Principles, Practices, Philosophies. 10<sup>th</sup> Edition. New Jersey : John Wiley and Sons, 2009. 619 s. ISBN 978-0-470-08459-5.
7. HESKOVÁ, M. a kol.: Cestovní ruch. 1. vydání. Praha: Nakladatelství Fortuna, 2011. 224 s. ISBN 80-7373-107-6
8. HORÁKOVÁ, H.: Strategický marketing. Praha : Grada Publishing, spol. s.r.o., 2000. 150 s. ISBN 80-7169-996-9.
9. HORNER, S., SWARBROOKE, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. 1. vydání. Praha : Grada Publishing, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
10. JAKUBÍKOVÁ, D.: Strategický marketing, strategie a trendy. 1. vydání. Praha : Grada Publishing, a.s., 2008. 269 s. ISBN 978-80-247-2690-8
11. KIRALOVÁ, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. 1. vyd. Praha : Ekopress, s.r.o., 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
12. KUČEROVÁ, I.: Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch, 1. vydání. Praha : Idea Servis, konsorcium, 1997. 153 s. ISBN 80-85970-14-7



13. MINÁŘ, P. a kol.: Technika, management a marketing v cestovním ruchu. 1. vydání. Hradec Králové : Gaudeamus, 1996. 189 s. ISBN 80-7041-577-0
14. NOVACKÁ, L.: Cestovní ruch a Európska únia. 1. Vydání. Bratislava : Sprint dva, 2010. 121 s. ISBN 978-80-89393-26-8.
15. ORIEŠKA, J.:Technika služeb cestovního ruchu. 1. vydání. Praha : Idea servis, 1999. 246 s. ISBN 80-85970-27-9.
16. PALATKOVÁ, M.: Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. 1. vydání.Praha: Grada Publishing, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.
17. PETRŮ, Z.: Základy ekonomiky cestovního ruchu. 1. vydání. Praha : Idea Servis, konsorcium, 1999. 107 s. ISBN 80-85970-29-5
18. JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M.: Marketing měst a obcí. Praha : Grada Publishing, 1999. 184 s. ISBN 80-7169-750-8
19. PETRÁŇ, J., BRANDL Z.: Slovník vlastivědných prací z Podblanicka 35 – 1995 : K 350. výročí bitvy u Jankova 1645 – 1995. Vlašim : Karel Pazdera, 1995. 182 s. ISBN 80-902115-0.
20. ČADILOVÁ, O., VYSLOUŽILOVÁ, M.: Miličín. Praha : Maroli, 1998. 90 s. ISBN 80-902513-0-7.

### **Internetové zdroje**

21. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD:Mapy a charakteristiky správní obvodů. [online]. 2011 [cit. 2012-01-10]. Dostupné na World Wide Web: [http://www.czso.cz/xs/redakce.nsf/i/2126\\_so\\_orp\\_votice](http://www.czso.cz/xs/redakce.nsf/i/2126_so_orp_votice)
22. MĚSTO VOTICE [a]: Město Votice. [online]. 2006 [cit. 2012-01-10]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.mesto-votice.cz/kde-votice-najdete/d-2463/p1=15348>
23. MIKROREGION DŽBÁNY [a]: O mikroregionu. [online]. 2009 [cit. 2012-01-10]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.mikroregiondzbany.cz/section.php?id=24>
24. MĚSTO VOTICE [b]: Přírodní park Džbány – Žebrák. [online]. 2006 [cit. 2012-01-10]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.mesto-votice.cz/prirodni-park-dzbany-zebrak/d-9729/p1=15400>

25. ČESKÁ SIBIŘ [a]: Příroda České Sibiře – Voticko. [online]. 2007 [cit. 2012-01-10]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.ceskasibir.cz/priroda.php>
26. OBEC JANKOV: Kultura a turistika. [online]. 2011 [cit. 2012-01-10]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.obecjankov.cz/kultura-a-turistika/turistika>
27. ČESKÁ SIBIŘ [b]: Miličín. [online]. 2006 [cit. 2012-01-10]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.ceskasibir.cz/dok/d49.php>
28. NÁRODNÍ MUZUEM: Zámek Vrchotovy Janovice.[online]. 2011 [cit. 2012-01-10]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.nm.cz/Hlavni-strana/Navstivte-nas/Zamek-Vrchotovy-Janovice.html>
29. MĚSTYS VRCHOTOVY JANOVICE: Aktuality. [online]. 2011 [cit. 2012-01-10]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.mestysvrchotovyjanovice.cz/cz/aktuality.html>
30. MĚSTO VOTICE [c]: Památky. [online]. 2007 [cit. 2012-01-10]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.mesto-votice.cz/pamatky/d-36829/p1=15351>
31. MĚSTO VOTICE [d]: Naučné stezky. [online]. 2010 [cit. 2012-01-10]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.mesto-votice.cz/naucne-stezky/d-38119/p1=16246>
32. MIKROREGION DŽBÁNY [b]: Naučné stezky. [online]. 2010 [cit. 2012-01-10]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.mikroregiondzbany.cz/section.php?id=84>
33. PENZION U MODRÉ KOČKY [a]: Cyklotoulka 2011. [online]. 2012 [cit. 2012-02-18]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.votice-ubytovani.cz/cyklotoulka-2011/>
34. PENZION U MODRÉ KOČKY [b]: Pohádkové léto. [online]. 2012 [cit. 2012-02-18]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.votice-ubytovani.cz/pohadkove-leto/>
35. POCHOD PRAHA-PRČICE: Historie.[online]. 2012 [cit. 2012-02-18]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.praha-prcice.cz/historie>
36. MĚSTO VOTICE [e]: Pochod okolo Votic. [online]. 2011 [cit. 2012-02-18]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.mesto-votice.cz/pochod-okolo-votic/d-39054>

37. SEDLČANSKO: Tipy na výlet.[online]. 2011 [cit. 2012-02-18]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.sedlcansko.cz/tipy-na-vylety/>
38. OBEC KONDRAC: Mikroregion Blaník.[online]. 2010 [cit. 2012-02-18]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.kondrac.cz/obec/mikroregion-blanik.php>
39. ČERTOVO BŘEMENO: Volnočasové aktivity. [online]. 2011 [cit. 2012-02-18]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.certovo-bremeno.cz/section.php?id=41>
40. MIKROREGION CHOPOS: Základní data. [online]. 2011 [cit. 2012-02-18]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.chopos.cz/>
41. MĚSTO VOTICE [f]: Historie města. [online]. 2011 [cit. 2012-02-18]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.votice.cz/w1250/hm0609.html>

## 11 SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK, GRAFŮ

### Seznam obrázků

Obrázek 1.	Životní cyklus destinace .....	7
Obrázek 2.	Správní obvod Votice .....	26

### Seznam tabulek

Tabulka 1	Katastrální výměry a počty obyvatel orp Votice.....	27
Tabulka 2	Náklady na rekonstrukci vybavení.....	65
Tabulka 3	Provozní náklady.....	65

### Seznam grafů

Graf 1	„Jak hodnotíte současnou péči a stav kulturně-historických...“ .....	44
Graf 2	„Domníváte se, že rekonstrukce a využívání kulturní...?“ .....	45
Graf 3	„Muzeum, výstavní prostory...“ .....	46
Graf 4	„Spolková činnost – klubovny...“ .....	46
Graf 5	„Komerční využití...“ .....	46
Graf 6	„Pořádání kulturních akcí...“ .....	47
Graf 7	„Využití zcela dle zájmu případného soukromého vlastníka“ .....	47
Graf 8	„Částečné obnovení původního účelu“ .....	47
Graf 9	„Jak hodnotíte současnou péči a stav kulturně-historických...“ .....	49
Graf 10	„Muzeum, výstavní prostory...“ .....	50
Graf 11	„Spolková činnost – klubovny...“ .....	50
Graf 12	„Komerční využití...“ .....	51
Graf 13	„Pořádání kulturních akcí...“ .....	51
Graf 14	„Využití zcela dle zájmu případného soukromého vlastníka“ .....	52
Graf 15	„Částečné obnovení původního účelu...“ .....	52

## 12 SEZNAM PŘÍLOH

*Příloha č. 1: Dotazník*

*Příloha č. 2: Kostel sv. Františka a františkánský klášter*

*Příloha č. 3: Opravené křídlo františkánského kláštera – Galerie sv. Františka*

*Příloha č. 4: Křídla františkánského kláštera*

*Příloha č. 5: Galerie sv. Františka*

*Příloha č. 6: Půdorys přízemí kostela sv. Františka a františkánského kláštera*

*Příloha č. 7: Půdorys patra kostela sv. Františka a františkánského kláštera*

*Příloha č. 9: Schodiště a sociální zařízení františkánského kláštera*

*Příloha č. 8: Vnitřní prostory františkánského kláštera*

# **PŘÍLOHY**

## Příloha č. 1: Dotazník

Dobrý den,

Jsem studentkou Ekonomické fakulty na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích. Tento dotazník je součástí výzkumu, jehož cílem je získat informace o produktovém portfoliu cestovního ruchu v zázemí Voticka. Výsledky dotazníkového šetření budou použity jako podklad pro zpracování diplomové práce na téma: Inovace produktového portfolia cestovního ruchu v zázemí Voticka a jako podklad pro další činnost občanského sdružení „Za záchranu kláštera sv. Františka z Assisi ve Voticích“.. Zodpovězení otázek Vám zabere pouze několik minut. Dotazník je zcela anonymní. Předem děkuji za ochotu a za Váš čas.

Andrea Vokrouhlíková

### 1. Odkud pocházíte?

- a) z blízkého okolí (místní občan)
- b) ze vzdálenějšího okolí (do 50 km)
- c) z jiného místa v ČR (nad 50 km)
- d) z jiné země – název státu:

2. Je město Votice a jeho přilehlé okolí, podle Vašeho názoru, v současné době vyhledávaným turistickým cílem?

- a) ano
- b) ne
- c) nedokážu posoudit

3. Jakým směrem by se mělo město Votice v oblasti rozvoje cestovního ruchu ubírat (podpora CR či nikoliv)

- a) město by mělo podporovat rozvoj cestovního ruchu
- b) pro město není důležitý rozvoj cestovního ruchu
- c) nedokážu zodpovědět

4. Myslíte si, že nabídka cestovního ruchu je pro potenciální návštěvníky ve městě Votice dostačující? Pokud ne, uveďte v položce "jiné" chybějící nabídku.

- a) Ano
- Jiné:

5. Jak hodnotíte současnou péči a stav kulturně-historických památek ve městě? Označujte jako ve škole (1 – nejlepší)

| | | | |

6. Považujete františkánský klášter za významnou památku, jejíž prostory by měly být zpřístupněny široké veřejnosti?

- a) Ano
- b) Ne

7. Domníváte se, že rekonstrukce a využívání kulturní památky kláštera by mělo být jednou z priorit města Votice?

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) určitě ne
- e) nedovedu posoudit

8. Navštívili jste již zrekonstruovanou chodbu františkánského kláštera? (spojovací chodba mezi kostelem a klášterem – Galerie sv. Františka)

- a) Ano
- b) Ne



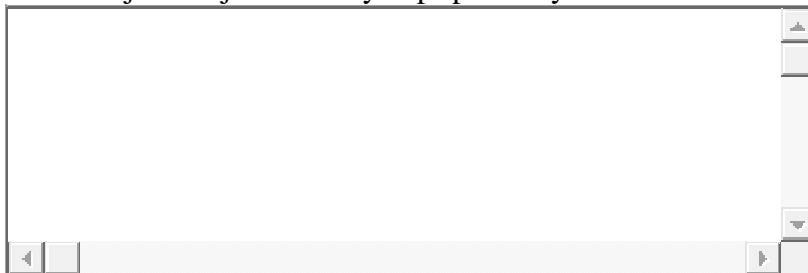
9. Areál františkánského kláštera není v současné době nijak využíván a veřejnosti je běžně nepřístupný. Označte křížkem možnosti jeho dalšího optimálního využití.

	Rozhodně ano	Spíše ano	Spíše ne	Rozhodně ne	Nedokážu posoudit
Muzeum, výstavní prostory (region, balónové létání, vlastivědný klub, ..)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spolková činnost – klubovny (např. děti, senioři, zájmové skupiny apod.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Komerční využití (hotel, pension, restaurace, kanceláře)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pořádání kulturních akcí (letní kino, koncerty, výstavy apod.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využití zcela dle zájmu případného soukromého vlastníka	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Částečné obnovení původního účelu (návrat církevního řádu s charitativní činností)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Domov pro seniory	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Jakou formu vlastnictví objektu z hlediska využití františkánského kláštera a jeho přínosu pro město Votice preferujete:

- a) Stávající stav (areál kláštera v majetku františkánského řádu)
- b) Vlastnictví města (převod formou daru příp. prodej za odhadní cenu)
- c) Soukromý vlastník (prodej)
- Jiné:

11. Máte ještě nějaké náměty či připomínky k areálu františkánského kláštera?

A large, empty rectangular text area with a thin black border. It includes standard scrollbars on the right and bottom edges, indicating it is a scrollable input field for text.

12. Jste

- a) muž
- b) žena

13. Věková kategorie

- a) do 18 let
- b) 19 – 29 let
- c) 30 – 39 let
- d) 40 – 49 let
- e) 50 – 59 let
- f) 60 – a více let

**Příloha č. 2: Kostel sv. Františka a františkánský klášter**



Vlastní zdroj

**Příloha č. 3: Opravené křídlo františkánského kláštera – Galerie sv. Františka**



Vlastní zdroj



**Příloha č. 4: Křídla františkánského kláštera**



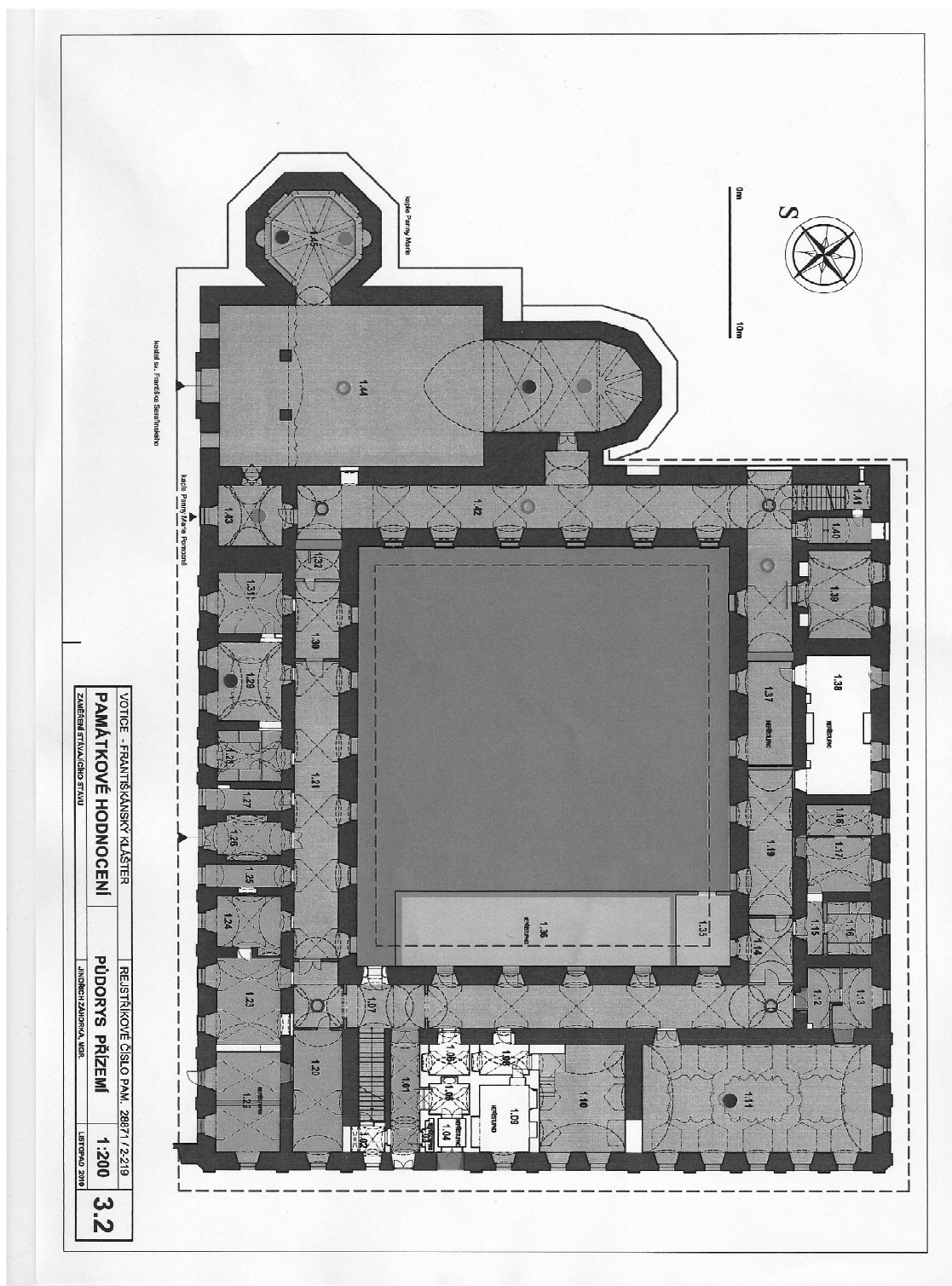
Vlastní zdroj

**Příloha č. 5: Galerie sv. Františka**



Vlastní zdroj

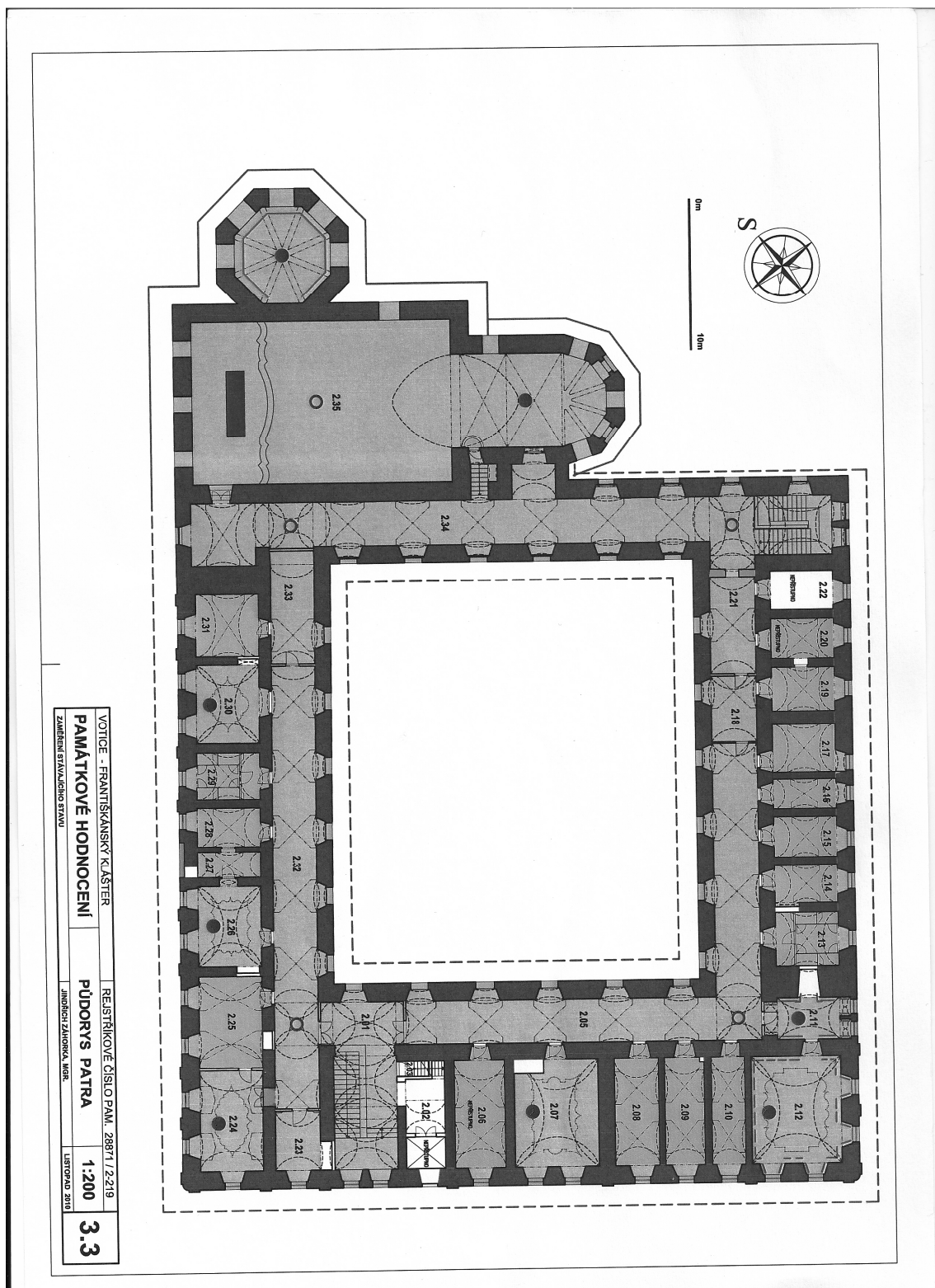
Příloha č. 6: Půdorys přízemí kostela sv. Františka a františkánského kláštera



Zdroj: Mgr. Jindřich Záhorka, město Vočice



Příloha č. 7: Půdorys patra kostela sv. Františka a františkánského kláštera



Zdroj: Mgr. Jindřich Záhorka, město Votice

**Příloha č. 8: Vnitřní prostory františkánského kláštera**



Vlastní zdroj



**Příloha č. 9: Schodiště a sociální zařízení františkánského kláštera**



Vlastní zdroj