

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní obor: Obchodní podnikání

Studijní program: Ekonomika a management

UDRŽITELNÝ CESTOVNÍ RUCH NA
JINDŘICHOHRADECKU

Bakalářská práce

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Vladimír Dvořák

Autor:

Jana Michalová

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jana MICHALOVÁ**
Osobní číslo: **E10317**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Udržitelný cestovní ruch na Jindřichohradecku**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

Cíl práce:

Prostřednictvím analýzy zhodnotit stav cestovního ruchu zvolené destinace. Na základě terénního šetření vypracovat návrh (marketingovou strategii) ve vybrané destinaci. Připravit nový produkt cestovního ruchu.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Situační analýza
3. Příprava a realizace terénního šetření
4. Návrhy a inovace
5. Příprava produktového balíčku

Rámcová osnova:

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

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**

Rozsah pracovní zprávy: **30 - 60 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Foret, M., Foretová V. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. 1. vydání. Praha: Grada Publishing 2001.

Goeldner, Ch. R., Ritchie J. R. B. Tourism: Principales, Practices, Philosophies. Eleven edition, Wiley - John Wiley & Sons, Inc., 2009.

Hesková, M. a kol. Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. upravené vydání. Praha: Fortuna, 2011.

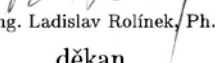
Orieška, J. Animácia v cestovném ruchu. 1. vydání. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, EF v Banskej Bystrici, 2003.

Palatková, M. Marketingová strategie destinace CR. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2006,

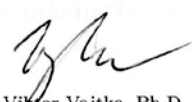
Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Vladimír Dvořák**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2012**

Termín odevzdání bakalářské práce: **16. dubna 2013**


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

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


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2012

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem svoji bakalářskou práci Udržitelný cestovní ruch na Jindřichohradecku vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích dne

.....

Jana Michalová

Poděkování:

Ráda bych poděkovala vedoucímu této bakalářské práce panu magistru Vladimíru Dvořákovi, za odborné vedení a poskytnutí cenných rad a připomínek.

1. ÚVOD	3
2. LITERÁRNÍ REŠERŠE	4
2.1. Cestovní ruch	4
2.1.1. Cestovní ruch jako systém	4
2.1.2. Základní složky cestovního ruchu	5
2.2. Produkt cestovního ruchu	6
2.2.1. Struktura produktu cestovního ruchu	6
2.2.2. Tvorba nového produktu cestovního ruchu	7
2.3. Služby jako součást produktu cestovního ruchu	8
2.3.1. Podstata služeb	9
2.3.2. Animace v cestovním ruchu	9
2.3.3. Dělení a charakteristika služeb v cestovním ruchu	10
2.4. Marketing	10
2.4.1. Marketing cestovního ruchu	11
2.4.2. Marketing služeb	12
2.4.3. Marketingový mix služeb	12
2.4.4. Marketingové řízení v cestovním ruchu	12
2.4.5. Marketingový mix cestovního ruchu	13
2.5. Udržitelný cestovní ruch	15
2.5.1. Přínosy a rizika cestovního ruchu pro trvale udržitelný rozvoj regionu	16
2.5.2. Ohrožení životního prostředí cestovním ruchem	18
2.5.3. Turismus a ekologie, venkovský cestovní ruch	19
2.5.4. Realita udržitelného cestovního ruchu	20
2.6. Ekonomický význam CR	20
2.7. Ekonomicko-peněžní hodnocení vlivu a významu turismu	21
3. CÍLE PRÁCE A METODIKA	22
3.1. Cíle	22
3.2. Metodika práce	22
3.3. Hypotéza	22
4. SITUAČNÍ ANALÝZA	24
4.1. Geografické vymezení Jindřichohradeckého kraje	24
4.2. Jindřichův Hradec	24
4.2.1. Historie Jindřichova Hradce	25
4.2.2. Památky Jindřichova Hradce	25
4.3. Hrady a zámky	32

4.4.	Muzea.....	33
4.5.	Technické památky	34
4.6.	Volnočasové aktivity.....	35
4.7.	Koupání.....	38
4.8.	Pěší stezky.....	39
4.9.	Cyklostezky.....	41
4.10.	Ubytovací služby.....	42
5.	TERÉNNÍ ŠETŘENÍ.....	44
5.1.	Tvorba otazníku	44
5.2.	Průběh dotazníkového šetření	44
5.3.	Vyhodnocení dotazníků	45
5.4.	Respondenti.....	55
5.5.	Vyhodnocení hypotéz.....	55
5.6.	Řízené rozhovory	56
5.7.	Vyhodnocení výsledků rozhovorů	59
6.	NÁVRH NOVÉHO PRODUKTU	62
6.1.	Místo	62
6.2.	Doprava.....	62
6.3.	Popis harmonogramu	63
6.4.	Harmonogram pobytu	64
6.5.	Kalkulace ceny produktu.....	66
6.6.	Cíl projektu	70
6.7.	Rizika projektu.....	71
6.8.	Zprostředkování produktu.....	71
7.	ZÁVĚR.....	73
8.	SUMMARY.....	75
9.	SEZNAMY.....	76
9.1.	Seznam použité literatury.....	76
9.2.	Seznam použitých internetových stránek.....	77
9.2.	Seznam schémat, grafů, obrázků, map a tabulek	79
9.3.	Seznam příloh	81
10.	PŘÍLOHY	

1. ÚVOD

O cestovním ruchu (dále jen CR) hovoříme tehdy, když se cestování stává masovým jevem a je propojeno s poskytováním určitých specifických služeb, jako například ubytovacích, stravovacích a dopravních, které zajišťují specifické organizace. Lidé cestovali různými způsoby už od pradávna, ale CR se začal rozvíjet až od poloviny 19. století. Pokusy o přesné definování tohoto pojmu se datují k začátku 20. století.

V dnešní době patří cestování k neodmyslitelné části našeho života. Lidé chtějí více cestovat, zažít něco jiného než je jejich stereotypní život, poznávat nové kraje a kultury. Z toho vyplývá, že v dnešní době určuje poptávka nabídku, dříve tomu bylo právě naopak.

Mezi nové trendy v CR patří udržitelný rozvoj CR a životní prostředí. Stále více lidí si uvědomuje význam slova ekologie a důsledkem je zvýšená poptávka po destinacích, kde hraje stále větší roli příroda a populace. Tím pádem se stává čím dál tím oblíbenější ekoturistika a ekoagroturistika. Podle odhadů, více než polovina lidí pocítuje určitou vázanost s přírodou a tráví v ní svůj volný čas.

Pod pojmem udržitelný CR si cestovatel představuje nejčastěji zážitek, odpočinek, zdraví, dobré jídlo a pití, krásnou přírodu, zachovalé památky, lidové zvyky a tradice a mnoho dalšího. Ideální je kombinace vše dohromady uvedeného a stále častěji ještě něco navíc, a to, že dovolená a s tím spojený pobyt, nebude znamenat pro cílový region, destinaci a místní obyvatelstvo škodu a nepříjemnosti.

Jindřichohradecký kraj je nesmírně zajímavý, jak ze strany památek tak i členitého reliéfu plného vodních ploch a samozřejmě překrásné přírody plné lesů a luk. Umístění tohoto kraje dle CR je velice příznivé, jelikož sousedí se zajímavými oblastmi. Na západě se znojemskou oblastí, dále s Třeboňskem, ze severu je ohraničen Vysočinou a z jihu Rakouskem.

Kraj je spíše méně lidnatý, a proto je, více zajímavější a lákavější pro milovníky klidu a romanticky zaměřené cestovatele. Velice oblíbená a rozšířená je zde pěší turistika, cykloturistika a jízda na koni. Těmto aktivitám jsou přizpůsobené stezky a tento druh aktivit je zde podporován.

Bakalářská práce má poukázat na přednosti venkovského CR a na to, jak si udržet životní prostředí v o nejlepším stavu, jak pro návštěvníky, tak i pro místní obyvatelstvo.

2. LITERÁRNÍ REŠERŠE

2.1. Cestovní ruch

Francová (2003: 12) uvádí, že původním významem CR, bylo to, že se považoval za jiný výraz pro cestování. CR je spojován s využitím volného času, poznáváním a rekreací. Zahrnuje aktivity osob, které cestují a pobývají v místech mimo jejich obvyklé prostředí (trvalé bydliště) po dobu nepřesahující jeden rok. V převážné většině případů za účelem vyplnění volného času. Všeobecnými rysy CR jsou změna místa, dočasnost pobytu, nevýdělečná činnost v navštívené zemi.

Například Pásková a Zelenka (2002: 45) vnímá cestovní ruch jako komplexní společenský jev, jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit (politika CR, propagace CR, regulace CR, mezinárodní spolupráce apod.) a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.

Dále pak Foret, Foretová (2001: 16) považují za cestovní ruch činnost osoby, cestující na přechodnou dobu (u mezinárodního cestovního ruchu maximálně jeden rok, u domácího šest měsíců) do místa mimo své trvalé bydliště, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávat výdělečnou činnost v navštíveném místě (trvalý či přechodný pracovní poměr). Může se však jednat o služební, obchodní či jinak pracovně motivovanou cestu, jejíž zdroj úhrady vyplývá z pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště nebo v místě sídla firmy. Pro toto pojetí cestovního ruchu je podstatné, že se jedná o změnu místa, dočasnost pobytu i o nevýdělečnost činnosti v navštíveném místě.

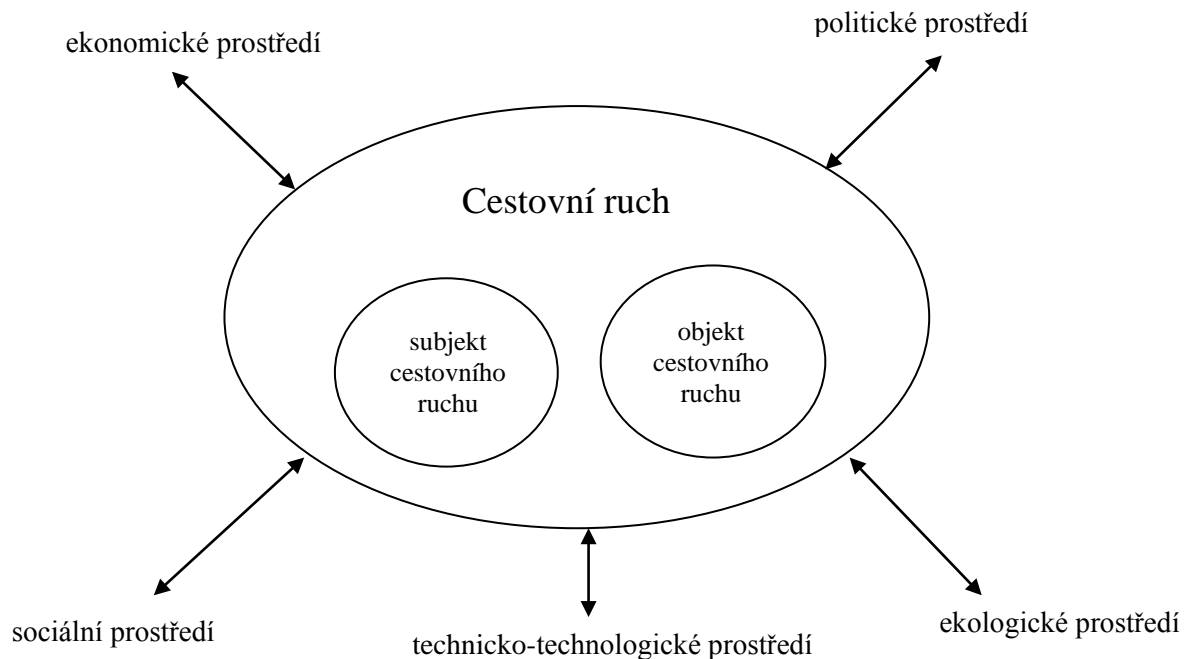
Pro vymezení cestovního ruchu se často používá i jiné pojmy, např. zotavení, rekreace, turistika, případně další, které však nejsou synonymem cestovní ruch ani v případě, že jsou vykonávány ve volném čase a mimo místo trvalého bydliště (Hesková a kol., 2011:10).

2.1.1. Cestovní ruch jako systém

Systémem se rozumí jednota různých prvků, mezi kterými jsou určité vztahy nebo mezi kterými je možné takového vztahu vytvořit. Cestovní ruch je otevřený

a dynamický systém, který tvoří dva podsystémy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu včetně vzájemných vazeb. Vazby často existují i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí – vnější prostředí. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko-technické a ekologické prostředí (Hesková a kol., 2011: 10).

Schéma 1: Cestovní ruch jako systém podle Hesková a kol. (2011: 11)



2.1.2. Základní složky cestovního ruchu

Francová (2003: 15) charakterizuje cestovní ruch jako odvětví skládající se ze dvou základních složek, a to objektu a subjektu. Objekt lze obecně charakterizovat jako neosobní předpoklady realizace CR. Mezi subjekty cestovního ruchu se řadí jednak instituce, ale především pak lidé, kteří prezentují lidskou složku při poskytování služeb v rámci CR.

Stručný popis uvádí Hladká (1997: 11), která rozděluje subjekt cestovního ruchu na:

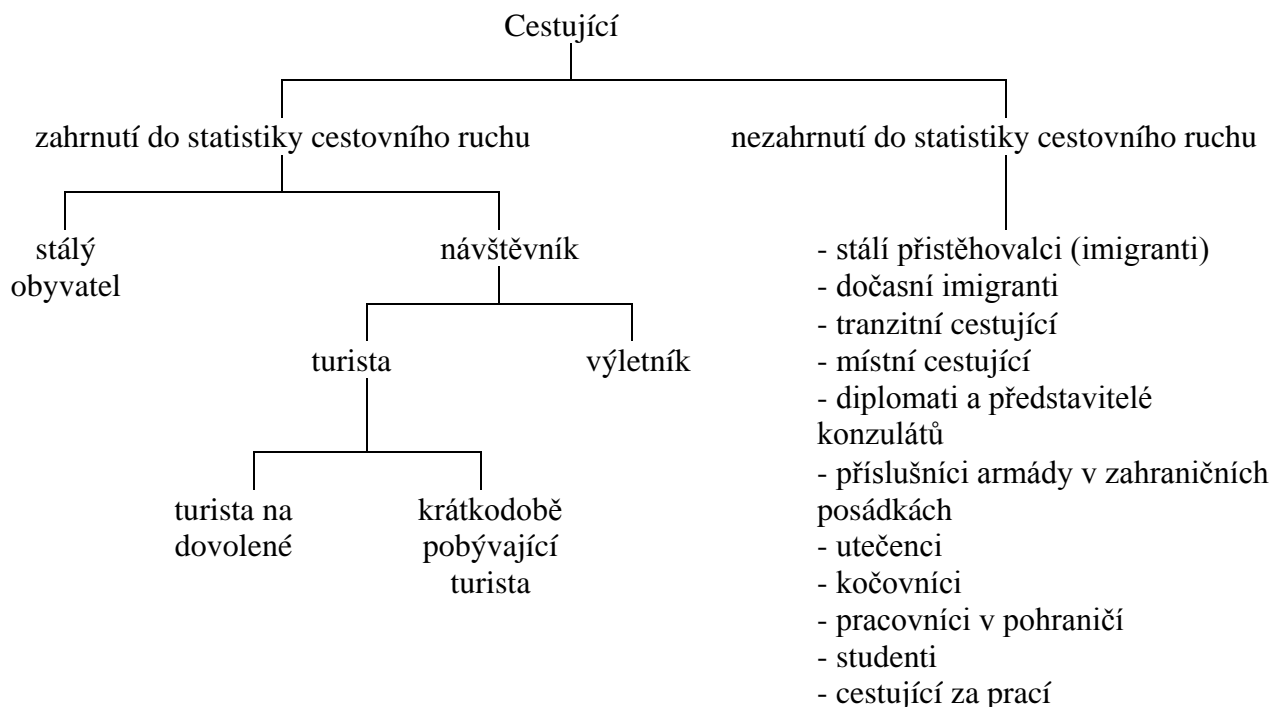
- Orgány a organizace zabývající se CR
- Pracovníky v oblasti CR
- Účastníky CR

a objekt charakterizuje jako:

- Rekreační prostor
- Materiálně-technická základna.

Objekt lze charakterizovat jako nositel nabídky a je tvořen cílovým místem, podniky a institucemi cestovního ruchu. Pokud existuje tento vhodný ekvivalent na uspokojení potřeb, subjekt přicestuje do tohoto cílového místa Hesková a kol., (2011:13).

Schéma 2: Struktura cestujících podle závěrů mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu (Hesková a kol. 2011: 12)



2.2. Produkt cestovního ruchu

2.2.1. Struktura produktu cestovního ruchu

Podle Királové (2003: 86) může být produkt cokoli, co lze nabízet na trhu k pozornosti, na získání, používání nebo také na spotřebu a co může uspokojit potřebu nebo požadavek.

Z hlediska návštěvníka, který destinaci chápe jako komplex vhodný nebo nevhodný na uspokojení svých potřeb a požadavků, produkt popisuje jako to, co si návštěvník destinace může z místa dovolené odnést do svého bydliště, tím je na mysli splnění tužeb, zážitků nebo zkušenosti (Királová, 2003: 86).

Hesková a kol. (2011: 96) popisuje produkt cestovního ruchu jako vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a nám umožňuje uspokojit potřeby návštěvníků a vyrobit tak komplexní soubor zážitků. Jde hlavně o soubor služeb, které vytváří a nabízí cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu.

Podle jiné formulace je produkt to, co lze poskytovat k pozornosti, získání, používání nebo ke spotřebě, co má schopnost vyhovět přání nebo potřebám druhých lidí. Proto sem řadíme jak fyzické předměty a služby, tak také osoby, místa, organizace, myšlenky, kulturní výtvoři apod. (Foret, Foretová, 2001: 66).

Souborný produkt cestovního ruchu sestává z následujících komponentů:

- primární nabídka destinace
- sekundární nabídka destinace
- přístupnost destinace
- image destinace
- přiměřená cena, která je pro návštěvníka sumou nákladů na celou cestu a služeb s tím

Z uvedených definic je možno odvodit základní vlastnosti, kterými musí souborný produkt cestovního ruchu disponovat, a to:

- užitečnost
- dosažitelnost
- použitelnost.

(Királová 2003: 87)

2.2.2. Tvorba nového produktu cestovního ruchu

Z hlediska tvorby produktu se v cestovním ruchu rozlišují tři úrovně – všeobecný produkt, očekávaný produkt a širší produkt.

- Všeobecný produkt tvoří jádro produktu a skládá se z nabídky specializovaných služeb, např. dopravních, ubytovacích, stravovacích, a dalších, které hosté pokládají za běžné.
- Očekávaný produkt je to, s čím se ve skutečnosti setká zákazník a kterým se producent služeb liší od konkurence, může to být prostředí, ochota pracovníků,

atmosféra nebo i kvalita a značka. Jde o reálný produkt, který plyne z očekávání hostů.

- Širší produkt dává dodatečný zážitek. Představuje něco navíc, co zákazník nečeká, např. poskytnutí slevy stálému hostovi v ubytovacím zařízení, blahopřání k osobnímu svátku, k Novému roku.

Produkt cestovního ruchu je možné diferencovat též na podnikový produkt, produkt cílového místa, ale také produkt státu jako cíle cestovního ruchu nebo nadnárodní produkt skupiny států.

(Hesková *akol.*, 2011: 98)

U produktu v analytickém pohledu rozlišujeme tři úrovně. První je jádro, které vyjadřuje očekávání zákazníka a důvod, proč si vlastně produkt kupuje. Dále je vlastní, skutečný nebo také reálný produkt. Rozšíření produktu je třetí úroveň, která je například dodatečnými službami, pojištění a další výhody. Tyto tři složky musíme znát při tvorbě produktu Foret, Foretová (2001: 66).

Királová (2003: 100) uvádí, že tvorba nového produktu/produktové řady vychází z výsledků analýzy možností destinace, potřeb a požadavků segmentů trhu a finanční náročnosti zavedení nového produktu/produktové řady na trh. V této souvislosti sdružení cestovního ruchu posuzuje ekonomickou náročnost, sociální kompatibilitu, fyzickou atraktivnost, komplementaritu a prodejnost nového produktu/produktové řady v rámci produktového mixu.

Királová (2003: 101) odkazuje na G. L. Urbana a J. R. Hausera, podle které lze proces tvorby nového produktu/produktové řady rozdělit na čtyři kroky:

- identifikaci možností na trhu
- tvorbu produktové řady
- testování
- zavedení na trh cestovního ruchu

2.3. Služby jako součást produktu cestovního ruchu

Službu podle Francové (2003: 28) definujeme jako činnost, kterou může jedna strana nabídnout druhé. Představuje jednu z forem produktu, dalšími formami jsou hmotný výrobek, know-how, lokality a skupiny lidí. Je nehmatatelná a nevytváří žádné nabyté

vlastnictví. Její realizace může, ale nemusí být spojená s fyzickým výrobkem. Služby jsou v průměru cestovního ruchu hlavním předmětem obchodu a spotřeby.

Službami lze obecně chápat jako ekonomické statky, které mají z velké části nehmotný charakter. V cestovním ruchu představují různorodý soubor užitečných efektů určených k uspokojování potřeb a přání účastníků cestovního ruchu. Mají průřezový charakter, to lze vysvětlit tak, že je tvoří nejen podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru.

Služby mají určité znaky, a ty můžeme rozdělit na obecné, které se vztahují i na služby v cestovním ruchu, a speciální, které jsou charakteristické jen pro služby v CR (Orieška, 2010: 9).

2.3.1. Podstata služeb

Služby jsou ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter. Mají určité znaky, kterými se liší od výrobků. Při jejich poskytování vznikají užitečné efekty, které uspokojují potřeby. Zkoumání procesu nabídky služeb a jejich zvláštností je důležité pro určení podstaty služeb.

Poskytování služeb má tři fáze:

- Přípravenost na poskytování služby se týká producenta služby a zahrnuje jeho vůli, schopnost a ochotu poskytovat službu. Jde o tzv. potenciál služby, který znamená, že producent služby musí mít k dispozici vnitřní výrobní faktory, a to práci (lidí, zvířata), zboží (pozemky, budovy, stroje, materiál) a informace (příslib služby, nabídku a připravenost na poskytování služby).
- Proces poskytování služby předpokládá začlenění vnějšího faktoru do tohoto procesu.
- Výsledek poskytnutí služby vzniká jako součinnost producenta služby a zákazníka jako jeho spotřebitele (Hesková a kol., 2011: 100).

2.3.2. Animace v cestovním ruchu

Animace představuje tu část produktu cestovního ruchu, která má zabezpečit dovolenou bohatou na dojmy a zážitky prostřednictvím znásobením interakcí s okolím, vzájemnou komunikací a dalších. Východiskem plánování animačních aktivit je proto poznání motivů a potřeb účastníků CR (Orieška 2003: 5)

2.3.3. Dělení a charakteristika služeb v cestovním ruchu

Mnohooborový charakter služeb v cestovním ruchu naznačuje, že je kromě účastníků cestovního ruchu využívají i další spotřebitelé. Cestovní ruch však klade na služby určité požadavky, které je nutno respektovat. Atributy respektu:

- Přizpůsobení struktury služeb primární nabídce střediska CR tak, aby byl optimálně využit jeho potenciál.
- Přizpůsobení kapacity, struktury a kvality služeb požadavkům jednotlivých druhů cestovního ruchu a cílových skupin účastníků CR.
- Zabezpečení vzájemné kapacitní návaznosti služeb v cílovém místě.
- Zabezpečení pohotovosti a pružnosti nabídky služeb CR v závislosti na dynamice a časovém rozložení poptávky.
- Zabezpečení cenové dostupnosti služeb v závislosti na jednotlivých formách a druzích cestovního ruchu a cílových skupin, zejména věku a sociálního postavení (Orieška, 2010: 12).

Heterogenost služeb v cestovním ruchu umožňuje jejich základní rozdělení na **služby cestovního ruchu**, tj. takové, které výlučně nebo převážně uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu a produkují je podniky cestovního ruchu. A **ostatní služby**, které produkují podniky s polyfunkčním charakterem, tj. část jejich produkce spotřebovávají účastníci cestovního ruchu, v rozhodující míře však uspokojují potřeby místního obyvatelstva (Hesková a kol., 2011: 104).

2.4. Marketing

Pásková a Zelenka (2002: 169) popisují marketing jako sociální a manažerský proces, v němž jednotlivci a skupiny získají, co potřebují (chtějí) prostřednictvím vytváření a výměny produktů a peněz s ostatními, resp. Proces dosažení cílů organizace spočívající ve zjištění potřeb cílového trhu a uspokojení těchto potřeb lépe než konkurence.

Nejznámější a zároveň nejpoužívanější definicí marketingu je definice schválená Americkou marketingovou asociací: marketing je procesem plánování a provádění koncepce, tvorby cen, propagace a distribuce myšlenek, zboží a služeb s cílem vytvářet směny, které uspokojují cíle jednotlivce (Čertík, 2000: 55).

Podle Horner a Swarbrooke (2003: 28) marketing znamená, že pro organizaci je hlavní prioritou snaha sloužit potřebám a přání zákazníka. Organizace se neustále snaží zjišťovat, současné zákazníkovi potřeby dnes a co bude chtít v budoucnu, a neustále pracuje na výrobcích a službách, které jsou od ní požadovány. Může to pro ni přinášet nutnost významných změn sortimentu výrobků a služeb, případně přesuny na nové trhy nebo změny základních prostředků.

Dalším vyjádření definice marketingu je formulace, že marketing je činnost, která má dopomoci tomu, aby bylo správně zboží (služby) nabídnuto správným zákazníkům, a to ve správný čas a na správném místě a za správné ceny s přispěním správné podpory prodeje a při respektování správných (přiměřených) nákladů (Čertík, 2000: 55).

2.4.1. Marketing cestovního ruchu

K dispozici je více definic marketingu cestovního ruchu. Například je uvedena definice J. Krippendorfa ze 70. let 20. století, který ve své práci Marketing cestovního ruchu definuje marketing cestovního ruchu jako systematickou a koordinovanou orientaci podnikatelské politiky cestovního ruchu, jako i soukromé a státní politiky CR na místní, regionální, národní a mezinárodní úrovni na co nejlepší vyhovování potřeb specifických skupin zákazníků při dosažení patřičného zisku. Většina definic marketingu cestovního ruchu vychází z určení charakteristických znaků neboli specifíků, které vykazuje produkt cestovního ruchu.

Specifika produktu cestovního ruchu jsou v zásadě shodná s charakteristikami uvedenými u produktu – služeb:

- Většina produktů nabízených v cestovním ruchu má nehmotný charakter.
- Charakter výroby (místní a časová vázanost).
- Pomíjivost služeb – výrobek lze vyrábět na sklad, službu nelze skladovat.
- Specifičnost distribučních cest.
- Podmíněnost nákladů.
- Vázanost služeb na jejich poskytovatele.
- Z pohledu zákazníka je kvalita služby těžce definovatelná.
- V CR se obvykle využívá rozšířený marketingový mix 8P.

(Hesková a kol., 2011: 135)

2.4.2. Marketing služeb

Jedním z problémů, souvisejících s marketingem služeb, je skutečnost (Horner, Swarbrooke, 2003: 39), že mnohé organizace neprodávají produkty, které by se dali přesně označit pouze jako výrobky nebo jako služby. Shostack uvádí, že existuje kontinuum zboží – služby, kde převaha jednoho nebo druhého závisí na míře materiálně nabízeného produktu.

Teoretici marketingu se také pokoušeli vytvořit nové teorie o marketingu služeb. Booms a Bitner (1981) například navrhli a rozšířili marketingový mix pro služby a zjistili, že lidé, kteří provozují nebo poskytují služby, jsou rozhodujícím faktorem a že prostředí a atmosféra mohou mít významný vliv. Prvky marketingového mixu, které by měly být součástí marketingových programů služeb.

2.4.3. Marketingový mix služeb

Pásková a Zelenka (2002: 170) popisují marketingový mix jako všechny kontrolovatelné faktory, které byly vybrány, aby uspokojily potřeby zákazníka, resp, vhodná kombinace součástí marketingového mixu sestavená pro prosazení marketingového cíle a využívaná jako součást marketingové strategie.

Marketingový mix lze chápat jako soubor taktických nástrojů (Foret, Foretová, 2001:66), které můžeme poskytovatel určitých služeb využívat pro získání konkurenceschopnosti svého produktu a pro jeho prosazení se na trhu. Jedná se především o čtyři skupiny charakteristik, označovaných v marketingové literatuře jako „čtyři“ P: produkt, cena (price), místo (place), a propagace (promotion).

2.4.4. Marketingové řízení v cestovním ruchu

Na fázi marketingového výzkumu navazuje etapa tvorby marketingového plánu. Ten je na jedné straně součástí celopodnikových plánů a na straně druhé je základem systému marketingového řízení firmy.

Jestliže připravujeme marketingový plán, vycházíme z následující posloupnosti marketingového řízení (Čertík 2000: 68):

- formulace poslání společnosti
- stanovení globálních podnikových cílů
- stanovení strategií, jak dosáhnout cílů
- příprava prováděcího programu a zajištění kontroly

Marketingové řízení je chápáno jako komplexní činnost, která zahrnuje etapu analýzy, plánování, realizace (organizování, implementace) a kontroly programů. Základním nástrojem realizace marketingové strategie je marketingový plán. Při tvorbě marketingových plánů zpravidla metodicky postupujeme v následujících krocích (Hesková a kol., 2011: 136):

- 1) analýza vnějšího okolí (metody SWOT analýzy, PEST, STEP analýzy)
- 2) výběr cílového trhu
- 3) vymezení marketingových cílů pro konečný trh
- 4) definování strategie umístění produktu na trhu
- 5) výroba taktických programů a nástrojů marketingového mixu
- 6) rozpočet marketingové strategie
- 7) kontrola a následná zpětná vazba

2.4.5. Marketingový mix cestovního ruchu

Jedním ze základních principů marketingu je marketingový mix, který představuje soubor činitelů, jejichž použití společně s výběrem tržních segmentů a cílových trhů vytvářejí marketingovou strategii společnosti. Základní nástroje marketingového mixu jsou čtyři, a protože byly definovány v angličtině, tvoří tzv. „4P“.

Jedná se o tyto základní marketingové nástroje:

- výrobek nebo služba (Product)
- cena (Price)
- marketingová komunikace neboli propagace (Promotion)
- způsob umístění na trhu (Place)

I když čtyři P pravděpodobně výstižněji odrážejí zamýšlenou spotřebitelskou orientaci marketingu, ve slovníku marketingu čtyři P zůstaly nadstandardním stupínkem pro marketingové teorie a praxe v průběhu několika desítek let (Fyall, Garrod, 2005: 106).

Vzhledem k tomu, že cestovní ruch má celou řadu specifických rysů, je pro něj charakteristické používání specifických marketingových nástrojů, k nimž patří (Čertík, 2000: 70):

- lidé (People)

- spolupráce (Partnership)
- vytváření balíčků služeb (Package)
- programování (Programme)

Prostřednictvím marketingových nástrojů firma usiluje o dosažení marketingových cílů na cílovém trhu a uspokojení potřeb svých zákazníků.

Produkt (Product)

Produkt je (Kučerová, 1997: 106) marketingovou praxí chápán jako celková nabídka klientovi, což znamená nejen podstatu produktu, která je příčinnou nákupu, ale také další náležitosti související s nákupem. Jedná se o abstraktní a symbolické okolnosti, jako je například značka výrobce, design výrobku a obalu, servisní služby, podmínky záruky, kompatibilita s jinými produkty, speciální doprovodné služby, image výrobce.

Podle Fyall, Garrod (2005: 105) se cenou rozumí náklady: cena ze strany nabídky je rozhodující, cena orientovaná na spotřebitele je také hodnocena oproti konkurenci.

Cena (price)

Cena obecně (Foret, Foretová, 2001: 69) představuje množství peněžních jednotek požadovaných za produkt. Cena je jediným prvkem marketingového mixu, který vytváří příjmy. Všechny ostatní složky marketingového mixu naopak znamenají výdaje, náklady.

Místo, distribuce a dostupnost (Place)

Prostřednictvím tohoto nástroje marketingu (Hesková a kol., 2011: 142) chceme zjistit odpověď na otázku: Jaký způsob dodání služeb CR a pohostinství bude nejefektivnější? Klasický distribuční systém prakticky existuje pouze v případě dodávky jídel do domácností.

Místo (Fyall, Garrod, 2005: 105) znamená komfort pokud jde o přístupy spotřebitelů k produktům, které kupují.

Propagace (Promotion)

Propagace je souhrn marketingových opatření na podporu prodeje a posílení komunikace se zákazníky. Smyslem propagace je informovat potenciální zákazníky

a přesvědčit je k nákupu určitého zboží nebo služby. Základním požadavkem na propagaci je, aby byla účinná a efektivní (Drobná, Morávková, 2004: 59).

Lidé (People)

Hesková a kol., (2011:145) popisuje dvě podoby vystupování člověka, a to podobu zaměstnance, tak zákazníka. Při výběru pracovníků je nutné si uvědomit, že z důvodu nehmotnosti služby se stává zaměstnanec součástí nabízené služby.

Programování, společné projekty (Programme)

Vznik partnerství a následně i vznik společných integrovaných produktů bývá nastartován vyhlášením zajímavých projektů, jejichž cílem je propojit společné úsilí více organizací a dát šanci všem, kdo mohou a mají zájem se do těchto společných programů zapojit. Projekty mohou seznámit širokou veřejnost s tím, co se chystá, a posílit účinnost společného úsilí. (Foret, Foretová, 2001: 72)

Balíčky (Package)

Nabídka balíčku služeb prezentuje kompletní poskytování zájezdů a jejich programovou orientaci. Tvorba „balíčku“ zohledňuje individuální přání zákazníka, pomáhá firmám zmírňovat výkyvy v nabídce a poptávce po službách.

Příklady balíčků služeb: zájezdy na odměnu (incentivní turistika), rodinná dovolená, zájezdy pro důchodce, horolezecké túry, okružní jízdy, lodní zájezdy (Hesková, 1997: 44).

Partnerství (Partnership)

Právě proto, že spokojenost zákazníků je v cestovním ruchu závislá na partnerech (dodavatelích), kteří se často ani neznají a nepůsobí ve stejném místě, je nutné, aby o sobě alespoň věděli, aby spolu komunikovali a hlavně spolupracovali (Foret, Foretová, 2001: 73).

2.5. Udržitelný cestovní ruch

Udržitelný cestovní ruch je v publikaci Pásková, Zelenka (2002: 302) definován, jako cestovní ruch, který dlouhodobě nenarušuje přírodní, kulturní a sociální prostředí.

1. Environmentální vymezení, návrh normy EU: koncepce rozvoje a plánování cestovního ruchu, jehož cílem je ochrana a zachování životního prostředí ve všech jeho aspektech a respektování životního stylu místních obyvatel.
2. Holistická definice: cestovní ruch, kdy aktivity a služby poskytované návštěvníkům a vlastní aktivity návštěvníků ovlivňují přírodní a antropogenní životní prostředí, místní komunitu a biosféru jako celek pouze v takové míře a kvalitě, která neobnovitelně negativně nemění globální ani lokální životní prostředí, místní komunitu a biosféru jako celek a neomezuje tak možnost využití cestovním ruchem a další antropogenní využití destinace v budoucnosti, stejně jako funkce biosféry.
3. Ekonomicko-environmentální vymezení, UNWTO: Schopnost destinace udržet si potenciál konkurence v soutěži s novými, historicky méně využívanými destinacemi, přitáhnout první i opakované návštěvy, podržet si kulturní jedinečnost, být v rovnováze s životním prostředím.

Mohutný rozvoj cestovního ruchu přináší v posledních letech vedle pozitivních vlivů na ekonomiku a rozvoj regionů i hrozbu devastace životního prostředí a postupné ničení vlastních předpokladů rozvoje cestovního ruchu, tj. vhodné a nenarušené krajiny, vod a ovzduší. Aktuálnost tohoto problému je potvrzena nejenom v materiálech UNWTO a WTTC (Světová rada cestování a cestovního ruchu), ale je prioritou i v rámci EU. Udržitelný rozvoj cestovního ruchu je chápán jako zajišťování potřeb účastníků cestovního ruchu takovým způsobem, který pomáhá rozvoji území s přihlédnutím k šetrnému využívání přírodních a kulturních hodnot a vede k dlouhodobé prosperitě dané oblasti, aniž by ohrozil uspokojení potřeb budoucích generací. Z uvedené charakteristiky vyplývá, že udržitelný rozvoj cestovního ruchu má ekonomické, ekologické a sociální aspekty a při jeho uplatňování je nutné přihlížet ke kulturním, právním a etickým zásadám té které země.

Zdroj: www.casopis.ochranaprirody.cz

2.5.1. Přínosy a rizika cestovního ruchu pro trvale udržitelný rozvoj regionu

Udržitelný rozvoj představuje pro cestovní ruch velmi složitou otázku. Týká se daleko širšího okruhu aspektů, než jen dopadů na ekosystémy a vytváření skládek odpadu, což už samo o sobě představuje obrovský problém. Patří sem i morální a společenský kontext, jako je ekonomická a sociální spravedlnost, přístup

k informacím, demokracie v rozhodovacích procesech atd. Z hlediska aspektů udržitelného rozvoje tak cestovní ruch znamená pro každou lokalitu příležitost, ale zároveň i ohrožení. Příležitosti a ohrožení se projevují ve sféře ekonomické, sociální i environmentální. Příležitost znamenají pro lokalitu určité šance, kterých lze využít, ohrožení naopak představují problémy, jichž je třeba se vyvarovat. Na druhé straně může být pro danou lokalitu výzvou či podnětem k řešení, právě pomocí provozování udržitelných forem turismu.

Ekonomické dopady:

➤ Příležitosti (šance)

- Vytváření pracovních příležitostí
- Příliv zahraničního kapitálu
- Rozvoj mezinárodních vztahů
- Vytváření místního bohatství
- Daňové výnosy
- Diverzifikace místní ekonomiky
- Přispění k rozvoji místní infrastruktury
- Přispění k produkci místních výrobků a služeb

➤ Ohrožení (výzvy a podněty)

- Nestabilní poptávka
- Sezónnost produktů cestovního ruchu
- Obtížnost získání finančních zdrojů na rozvoj cestovního ruchu, zejména v okrajových oblastech regionů
- Problémy ve vztazích mezi cestovním ruchem a jinými místními odvětvími
- Existence „šedé“ a „černé“ ekonomiky
- Postoj veřejnosti k cestovnímu ruchu, který chápe jako neúčinné ekonomické odvětví

Sociální dopady:

➤ Příležitosti (šance)

- Odpočinek a regenerace rekreatantů
- Získání nových zkušeností

- Zlepšení kvality života v místě rozšíření výběru a dodávek místních služeb
 - Rozšíření sociálních a kulturních kontaktů
- Ohrožení (výzvy a podněty)
- Škody na podpůrné infrastrukturu
 - Zvýšení kriminality
 - Zvýšení nákladů na služby
 - Sociokulturní změny

Zdroj: www.mmr.cz

2.5.2. Ohrožení životního prostředí cestovním ruchem

Jak cestovní ruch může nejlépe reagovat na negativní dopady na životní prostředí, je vhodné nejprve prozkoumat, do jaké míry jsou tyto dopady významné. WTTC (The World Travel and Tourism Council) vydala postoj k prohlášení, ve kterém se zkoumají tyto otázky a předkládají svoje argumenty na podporu cestovního ruchu. Zcela jasně vyhotovení dokumentu naznačuje závažnost, že WTTC přiznává problém životního prostředí.

Ve své zprávě, WTTC argumentuje:

příčiny problémů životního prostředí jsou hodně debatovatelné, jejich vliv zatím není možné odhadnout s jistotou. Existují zde ti, kteří pochybují o existenci některých problémů. Nicméně je jasné, že světové životní prostředí je pozmeněno lidskou činností, a to bez nápravných opatření, výsledky mohou být katastrofální.

WTTC následně pokračuje se zkoumáním klíčové otázky životního prostředí podle pěti okruhů:

- Globální oteplování
- Ztenčování ozonové vrstvy
- Kyselý déšť
- Vyčerpání a znečištění vodních zdrojů
- Vyčerpání a znečištění půdního fondu

Při zkoumání možných důsledků pro cestovní ruch, WTTC vyjadřuje zvláštní znepokojení, pokud jde o vyčerpání a znečištění půdního fondu:

dlouhodobé důsledky vyčerpání zdrojů jsou samozřejmě velmi vážná. Dokonce i v příštích několika desetiletích cestování a cestovní ruch by mohli zjistit, že (Goeldner, Ritchie, 2009: 470):

- Politická nestabilita nebo zvýšený konkurenční boj o půdu by mohlo vést ke ztrátě potenciálních nových turistických destinací a degradaci stávajících destinací.
- Ztráta krajiny a volně žijících zvířat může způsobit pokles spokojenosti zákazníků s produkty cestovního ruchu, a tudíž nižší tláhnutí k cestě do některých destinací.
- Vyšší ceny pohonných hmot by mohlo vést k provozním zvýšení cen a odpovídající pokles počtu cestujících v rámci tohoto cenově citlivého trhu.

2.5.3. Turismus a ekologie, venkovský cestovní ruch

Rozvíjející se urbanizace, zrychlování životního tempa, stres a další jevy soudobé civilizace vedou řadu lidí ke snaze trávit svůj volný čas ve venkovském prostoru. V českém prostředí je tento zájem již několik desetiletí naplňován zcela specifickou formou cestovního ruchu, jako je chataření a chalupaření.

Obecně pod pojmem venkovský cestovní ruch zahrnujeme rekreační formu cestovního ruchu spojenou s pobytem ve venkovském prostředí a se snahou účastníků maximálně pobývat ve volné přírodě. Jedná se o nový způsob návratu k přírodnímu prostředí a objevování venkova, při kterém se účastníci snaží skloubit aktivity volného času s poznáváním a uvědomováním si přírodního a kulturního bohatství země. Někdy pro tento druh cestovního ruchu používáme také výraz zelená turistika.

K venkovské turistice řadíme také **ekoturistiku** (ekoturism), která souvisí s programem ekologie cestovního ruchu. Tento program předpokládá rozumné hospodaření s životním prostředím, které slouží všem zúčastněným, tj. jak rezidentům, tak i návštěvníkům. Ekoturismus je blízký přírodě, zahrnuje v sobě výchovu a informace o přírodě a představuje přínos pro společnost zasaženou cestovním ruchem.

Kombinací ekoturistiky a agroturistiky (Čertík, 2000: 260) je **ekoagroturistika** (ecoagroturism). Jedná se o pobyty na zemědělských usedlostech a farmách, které se zabývají ekologicky vedeným zemědělstvím, poskytují pro účastníky takto vypěstované

potravin. Jedná se o turistiku, která nemá masový charakter, nezatěžuje nadměrně životní prostředí a neohrožuje tradiční venkovský život.

Agroturistika je forma venkovské turistiky. Je provozován podnikateli v zemědělské výrobě a slouží jim jako dodatečný nebo další finanční zdroj k udržení nebo rozšíření hlavního podnikatelského programu, to je výroby zemědělských produktů rostlinných nebo živočišných (Němčanský, 1996: 27).

2.5.4. Realita udržitelného cestovního ruchu

Koncepce udržitelného cestovního ruchu (Hall, Kirkpatrick, Mitchell, 2005: 228) má své počátky v roce 1970, kde vznikla jako reakce na akademické kritiky zdánlivě nekontrolovaného šíření masového evropského cestovního ruchu. Nicméně, i přes obavy z růstu bezcharakterního rozvoje cestovního ruchu, otázky zaměřené na udržitelnost byly pomalu na pořadí jednání odvětví cestovního ruchu obecně. To je možná způsobeno částečně tím, že neexistuje žádná obecně přijímaná definice udržitelného cestovního ruchu, na kterém praktici mohou založit své rozvojové kritéria nebo hodnotit jejich výkon. Přidání do paradoxů kolem skutečné definice "udržitelného rozvoje", je skutečnost, že subjektivita z těchto činitelů, zapojit se do rozvoje cestovního ruchu bude z nezbytnosti ovlivňovat různé důrazy kladené na aspekty udržitelnosti v daném okamžiku.

2.6. Ekonomický význam CR

Cestovní ruch je významným činitelem v oblastní ekonomice. Jde zejména o podhorské a horské oblasti s vhodnými přírodními podmínkami, jakož i některé výlučně zemědělské oblasti, které se ekonomicky zhodnotí zapojením do CR. Vliv cestovního ruchu na rozvoj oblastí však může mít dvě stránky (Petrů, 1999: 43):

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

2.7. Ekonomicko-peněžní hodnocení vlivu a významu turismu

Ekonomicko-peněžní hodnocení vlivu turismu bývá základem pro hodnocení efektů turismu vůbec. Podstatou ekonomicko-peněžního hodnocení turismu je stanovení jeho efektů, resp. vzájemná interakce, v rámci tzv. magického čtyřúhelníku:

- Hrubý domácí produkt
- Nezaměstnanost
- Cenová stabilita
- Vnější ekonomická rovnováha

Hodnocení vlivu turismu by mělo být prováděno s ohledem na jeho pozitivní a negativní efekty v rámci uvedených čtyř bodů. Hodnocení uvedených čtyř parametrů vypovídá o postavení turismu v ekonomice (Palatková, Zichová, 2011: 87) a jeho vlivu na současný a případně budoucí stav dané ekonomiky.

3. CÍLE PRÁCE A METODIKA

3.1. Cíle

Hlavním cílem bakalářské práce je zjistit udržitelnost cestovního ruchu v Jindřichohradeckém regionu.

Vedlejší cíle jsou vytipovat nevyužitý potenciál dané oblasti, prozkoumat nové kooperace mezi subjekty a vytvořit návrh produktového balíčku.

3.2. Metodika práce

Metody bakalářské práce jsou rozděleny do tří skupin – analytická část, syntetická a aplikační.

1.) Analytická část

Jde o sběr sekundárních informací prostřednictvím studie odborné literatury, jak v tištěné tak elektronické podobě. Na základě těchto informací byla sepsána literární rešerše a bude připraven dotazník pro terénní šetření.

2.) Syntetická část

V této části bude hlavní sběr informací prostřednictvím terénního šetření, při kterém budou využity dotazníky. Vyplnění dotazníků proběhne bez větší přímé komunikace s respondenty. Dotazníkové šetření se uskuteční v Jindřichově Hradci v Panské ulici a na vlakovém nádraží.

Přímé rozhovory proběhnou s Mgr. Szutovou Vilmou - odbor rozvoje, Šelepovou Petrou, Dis. – odbor životního prostředí a Kozlovou Marcelou – vedoucí oblasti cestovního ruchu na infocentra v Jindřichově Hradci.

3.) Aplikační část

V této části budou, po vyplnění, dotazníky vyhodnoceny a zpracovány. Tyto výsledky napomůžou k určení málo využitých nebo zcela nevyužitých zdrojů. Proběhne vyhodnocení hypotéz a bude navržen nový produkt cestovního ruchu.

3.3. Hypotéza

Hypotéza je tvrzení o podstatě určité situace ve světě. Návrh vztahu mezi výzkumnými proměnnými jako předmět výzkumu, tento návrh se výzkumem zamítá nebo potvrzuje na základě empirické evidence.

Zdroj: www.ftvs.cuni.cz

V bakalářské práci byly stanoveny tři hypotézy:

- 1) Návštěvníci (Jindřichohradecka) jsou v souladu s udržitelným cestovním ruchem.
- 2) Tuto destinaci má v úmyslu znovu navštívit alespoň 15 % tázaných respondentů.
- 3) Účastníci cestovního ruchu chtějí mít informace o destinaci, kterou navštíví, ještě před plánovanou cestou

4. SITUAČNÍ ANALÝZA

4.1. Geografické vymezení Jindřichohradeckého kraje

Tato oblast leží na jihovýchodní hranici Čech u nejsevernější části Rakouska. Členitý reliéf je plný vodních ploch, rovinatých oblastí, ale i kopcovitých celků v jižní části Českomoravské vrchoviny. Na západě sousedí s jižními Čechami, Třeboňskem, na východě se znojenskou oblastí, ze severu je ohraničeno masivem Vysočiny a z jihu Rakouskem. Významnou součástí je přírodní park Česká Kanada, který se nalézá mezi Jindřichovým Hradcem a Dačicemi.

Mapa 1: Správní obvod obce s rozšířenou působností



Zdroj: www.czso.cz

Pro bakalářskou práci jsem si vybrala správní obvod Jindřichův Hradec.

4.2. Jindřichův Hradec

Základní informace o tomto městě:

Počet obyvatel: k 1. lednu 2013 – 21 750 obyvatel

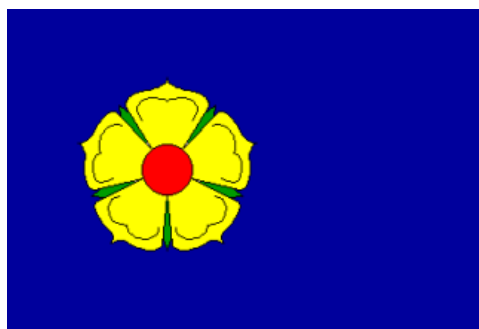
Rozloha: Poloha: rozkládá se na 15° východní délka a zhruba 49° severní šířky

Nadmořská výška: leží ve výšce 478 m nad mořem

Sídelní místo stejnojmenného okresu – největšího v ČR: 1944 km²

Místní části města: Buk, Děbolín, Dolní Radouň, Dolní Skrýchov, Horní Žďár, Matná, Otín, Políkno, Radouňka

Obrázek 1: Znak a vlajka Jindřichova Hradce



Zdroj: <http://cs.wikipedia.org>

4.2.1. Historie Jindřichova Hradce

Nejstarší dochovaná písemná zpráva o Hradci pochází z roku 1220, kdy jindřichohradecké panství vlastnil zakladatel rodu pánů z Hradce, Jindřich I., nejstarší syn Vítka z Prčice. Ten na místě dřívějšího hradiska vystavěl gotický hrad, v jehož předhradí z původní řemeslnicko-obchodní osady vzniklo v polovině 13. století město, které nese jméno právě po Jindřichovi (v latinských listinách bylo nazýváno Nova domus, odtud německé Neuhaus, současný název města je poprvé doložen až roku 1410). Erb pánů z Hradce, zlatá růže v modrém poli, doplněný privilegiem krále Vladislava II. z roku 1483 o dva zlaté královské lvy a iniciálu W s korunkou, je dodnes ve znaku města.

Zdroj: <http://infocentrum.jh.cz>

4.2.2. Památky Jindřichova Hradce

1) Státní hrad a zámek

Jeden z nejznámějších a nejrozsáhlejších architektonických souborů byl v roce 1996 prohlášen Národní kulturní památkou. Se svou rozlohou zaujímá třetí místo v České republice. V letech 1976-1993 prodělal hrad a zámek hlavní opravu a postupně byl zcela zpřístupněn pro veřejnost. Pro návštěvníky jsou připraveny tři prohlídkové trasy.

Trasa A – Adamovo stavení – přístupná duben – říjen

Na této trase je k vidění například reprezentační prostory renesančního křídla, renesanční zelené pokoje s nástěnnou malbou, malované kazetové stropy, portréty bývalých majitelů, fiktivní portrét Bílé paní a konec trasy je v hudebním pavilonu Rondelu.

Trasa B – Středověký hrad – přístupná květen – září

Zde lze vidět například interiéry gotického paláce, gotickou kapli sv. Ducha, Královský sál, obraz Jindřichohradecké madony a závěr prohlídky je v Černé kuchyni.

Trasa C – Apartmány 18. a 19. století – přístupná červen – srpen

Prohlídka vede přes třetí nádvoří, přízemí Adamova stavení, soukromé pokoje Černínů a vrcholí v zahradním hudebním pavilonu Rondelu.

Černá věž (hladomorna)

Pochází z doby po r. 1220, je vysoká 32 m, zdi jsou silné 3,5 m a vede v ní 149 schodů. Je zpřístupněná samostatně bez průvodce. Otevřená je v květnu a září o sobotách a nedělích, červenec - srpen denně. Při špatném počasí (vítr, déšť) je věž uzavřena.

Nárok na vstup do památkového objektu se slevou či zdarma mají držitelé těchto osvědčení a průkazů:

Sleva – průkaz ZTP a ZTP/P; studentská karta ISIC; karta mládeže EURO, fond

Ohrožených dětí, děti od 6 do 15 let, studenti do 26 let a senioři nad 65 let

Zdarma – průvodce k průkazu ZTP/P, karta ICOMOS – osobní průkazy, karta NPÚ +3 rodinní příslušníci, karta ICOM, Asociace muzeí a galerií ČR, novináři nahlášení správě objektu za účelem pracovní návštěvy, děti do 6 let mimo hromadných návštěv

Tabulka 1: Vstupné v provozní době, český výklad

	Děti (od 6 let), studenti, ZTP	Dospělý	Senioři	Rodinné vstupné
Trasa A	50 Kč	100 Kč	60 Kč	240 Kč
Trasa B	40 Kč	90 Kč	60 Kč	210 Kč
Trasa C	40 Kč	90 Kč	60 Kč	210 Kč
Trasa A, B, C	100 Kč	220 Kč	150 Kč	500 Kč
Černá věž	20 Kč	25 Kč	25 Kč	60 Kč

Zdroj: www.zamek-jindrichuvhradec.eu

Tabulka 2: Vstupné v provozní době, s příplatkem za cizojazyčný výklad

	Děti (od 6 let), studenti, ZTP	Dospělý	Senioři	Rodinné vstupné
Trasa A	100 Kč	180 Kč	140 Kč	410 Kč
Trasa B	90 Kč	160 Kč	130 Kč	360 Kč
Trasa C	90 Kč	160 Kč	130 Kč	360 Kč
Trasa A, B, C	200 Kč	390 Kč	300 Kč	880 Kč

Zdroj: www.zamek-jindrichuvhradec.eu

Pověst o Bílé paní

Tato pověst neodmyslitelně patří ke zdejšímu zámku. Existují dvě verze toho, kdo vlastně Bílá paní byla. První, známější variantou, je Perchta z Rožumberka, kterou manžel vyslovením kletby odsoudil ke zjevování se v podobě přízraku na panství jejich předků. Druhá varianta je veřejnosti skoro neznámá. Vypráví o Bílé paní jako Markétě z Hardeka, krumlovské jeptišce, která přijížděla do Hradce v řasnatém rouše bílých mnišek a podle pověsti to byla ona, kdo poručil rozdávat sladkou kaši chudým lidem. Stále však zůstává tajemstvím, jaký z přízraků se zjevuje na nočních prohlídkách jindřichohradeckého zámku.

2. Muzeum Jindřichohradecka

Muzeum, založené v roce 1882, sídlilo nejdříve v prostorách zámeckého archivu, poté se ještě třikrát přestěhovalo a nakonec v roce 1928 se přemístilo do renesanční budovy bývalého jezuitského semináře na Balbínově náměstí. Nejatraktivnější exponát muzeum získalo v roce 1935 a to Krýzovy jesličky, což je největší lidový mechanický betlém na světě. Mezi další exponáty lze spatřit například gotické plastiky, unikátní soubor malovaných ostrostřeleckých terčů, terčové zbraně, Síň Emy Destinové, církevní památky, výtvarné umění, nábytek a přes 50 tisíc dalších položek.

OTEVÍRACÍ DOBA

- 1. duben – 6. leden denně mimo pondělí
- 1. červen – 31. srpen a 15. prosinec – 6. leden denně
8:30 – 12:00 a 13:00 – 17:00
- 24. prosince a 31. prosince otevřeno pouze dopoledne

Tabulka 3: Vstupné do expozice muzea

	Základní vstupné	Děti do 4 let	Děti, studenti	Důchodci, invalidé	Rodinné vstupné
Expozice	60 Kč	0 Kč	40 Kč	40 Kč	120 Kč
Výstavy	20 Kč	0 Kč	20 Kč	20 Kč	20 Kč

Zdroj: www.mjh.cz

Expozice: výprava mateřské školy 10 Kč/osoba + dozor zdarma; vánoční sleva – děti do 6 let zdarma; výklad v AJ, NJ – příplatek 30 Kč/osoba.

Výstavy: školní výprava (včetně mateřských školek) 10 Kč/osoba + dozor zdarma.

Prohlídka mimo návštěvní dobu za 100 % příplatek ze základního vstupného.

3. Krýzovy jesličky

Tvůrcem tohoto betlému je jindřichohradecký měšťan a punčochářský mistr Tomáš Krýza, který vyráběl tento unikát přes 60 let. Jesličky obsahují 1398 figurek lidí a zvířat, z toho jich je 133 pohybujiících. Materiály, z kterých jsou figurky vyrobeny, jsou kašírovací hmota a dřevo. Původně byl mechanismus poháněn ručně, dnes tento pohyb rozvádí jediný elektromotor.

4. Národní muzeum fotografie

Muzeum bylo založeno koncem června 2002 v objektu bývalé jezuitské koleje z konce 16. století. Zde se odehrávají fotografické a prestižní výstavy, ale i semináře, tematické večery apod. Nyní návštěvníkům nabízí kvalitní výstavní program, kde nalezneme díla českých i zahraničních autorů, práce uznávaných klasiků, nastupující generace i fotografů, jejichž díla byla neprávem zapomenuta.

Vstupné:

- Cena: 120 Kč
- Snížená cena: 70 Kč
- Rodinné vstupné: 250 Kč

Vstup zdarma pro děti do 6 let, novináře, invalidy, po předložení příslušného průkazu.

5. Kostel Nanebevzetí Panny Marie s vyhlídkovou věží

Tento gotický kostel pochází z doby kolem roku 1370. Později v letech 1489 – 1506 byla přistavěna Špulířská kaple. V roce 1801 zde vypukl požár a chrám byl přestavěn v letech 1808 – 1828. Tehdy byla přistavěna věž, která dnes slouží jako vyhlídka pro návštěvníky. Mauzoleum Jáchyma z Hradce se nalézá v presbyteriu a ostatky pánů z Hradce jsou umístěny v kryptě. Toto místo je otevřené jen v době mší a církevních slavností.

6. Kaple sv. Máří Magdaleny

Dříve zde stál kostel, který založil Jindřich I., ten ale roku 1615 shořel. Vilém Slavata nechal vystavět v letech 1628 – 1632 nový kostel, který vyniká štukovanou výzdobou a řadí se k nejstarším barokním svatostánkům v Čechách. Po rekonstrukci slouží kaple jako koncertní sál i jako obřadní síň.

Pronájem kaple:

- Letní období (červen – září): 800 Kč/hod
- Zimní období (říjen – květen): 2000 Kč/hod + 800 Kč za další započatou hodinu

7. Františkánský klášter s kostelem sv. Kateřiny

Gotická a barokní architektura tvoří společně s přilehlým kostelem a domem č. p. 123/11, který se nazývá Klášteříček, urbanisticky zajímavý a v historii města podstatný celek. Kostel sv. Kateřiny byl založen v roce 1479, Františkánský klášter byl stavěn v letech 1644 – 1657 a Klášteříček, který původně sloužil jako špitál, pochází z roku 1534.

8. Areál minoritského kláštera a kostel sv. Jana Křtitele

Tato expozice patří k nejdůležitějším památkám gotické architektury jižních Čech. Datum, kdy byl kostel postaven, je neznámý. Výstavba kláštera však souvisí s příchodem minoritů do Jindřichova Hradce v roce 1320. Unikátní gotickou architekturu a nástěnné malby, Křížovou chodbu, Soukenickou kapli a kapli sv. Mikuláše, obdivuje každý návštěvník. V barokní kapli se nalézá expozice církevního umění.

9. Nežárecká brána

Brána, zvaná též Linecká, je prvkem městského opevnění a jako jediná se dochovala z původních tří městských bran ze 14. století. Původní nižší brána byla v roce 1685 zvýšena. V roce 1879 zde byly nainstalovány věžní hodiny od místního hodináře Martina Rezka. Roku 1910 byla výška věže zvýšena na tu současnou.

10. Ateliéry tapisérií

Dlouholetou tradici v Jindřichově Hradci má tkaní gobelínů. Dílny pro restaurování a tkaní tapisérií byly založeny Marií Teinitzerovou v roce 1910. Tyto světově proslulé ateliéry jsou významným restaurátorským pracovištěm a nalézají se pod hradem. Po telefonické domluvě jsou přístupné i pro veřejnost.

11. 15. poledník

Jindřichovým Hradcem prochází 15. polední východní délky a nalezneme ho na západní straně kostela Nanebevzetí Panny Marie. Nelze ho minout či snad přehlédnout a to z toho důvodu, že je vyznačen v dlažbě a je zde i umístěn popis v několika jazycích. Legenda praví, že ten, kdo ho překročí a něco si přeje, tak se toto přání splní. Ovšem při označování poledníku se vloudila malá chybička a poledník prochází zhruba o 100 m jiným místem. Ale kdo by tento zanedbatelný detail řešil. V případě zájmu se může nechat za poplatek vyhotovit Certifikát o překročení 15. poledníku a to v recepci v penzionu “Na 15. poledníku“.

12. Jindřichohradecká úzkokolejka

Další zajímavostí, která se vybaví, když se řekne Jindřichův Hradec, jsou úzkokolejky. Dvě lokálky s rozchodem kolejí pouze 760 mm a délkou 79 km vedou z JH do Nové Bystřice a druhá trať je JH do Obrataně. Dodnes slouží k původnímu účelu, a to jak k osobní tak nákladní dopravě. Úzkokolejky jsou významnou technickou památkou a také jednou z nejnavštěvovanějších turistických zajímavostí regionu. Jízda stoletým historickým parním vlakem do prvotních koutů České Kanady, je unikátním výletem jak do minulosti, tak ale i zážitkem, který si nelze nechat ujít. Jindřichohradecké místní dráhy a. s. zajišťují například – výletní vlaky na objednávku, vlaky svatební, pro uzavřenou společnost, pro foto a film, ubytování na venkovských stanicích a další služby.

Jízdné a dovozné v parních vlacích JHMD, platné od 1. 1. 2013

(ceny uvedeny včetně DPH)

Tabulka 4: Trať Jindřichův Hradec – Nová Bystřice

Stanice	Obyčejné jízdné										
	JH	Ji	BI	MR	St	Ku	Ka	Se	Hů	AI	NB
Jindřichův Hradec		30	50	70	90	120	140	140	160	160	180
Jindřiš	50		30	50	70	90	100	110	110	140	160
Blažejov	70	50		30	50	70	90	100	110	110	140
Malý Ratmírov	100	70	50		30	50	70	90	100	110	140
Střížovice	140	100	70	50		30	50	70	90	100	120
Kunžak	200	140	100	70	50		30	50	70	90	120
Kaproun	200	160	140	100	70	50		30	50	70	90
Senotín	200	180	160	140	100	70	50		30	50	70
Hůrky	220	180	180	160	140	100	70	50		30	50
Albeř	220	200	180	180	160	140	100	70	50		30
Nová Bystřice	250	220	220	220	200	200	140	100	70	50	
Zpáteční jízdné											

Zdroj: www.jhmd.cz

Tabulka 5: Trať Jindřichův Hradec – Obrataň

Stanice	Obyčejné jízdné							Vč	Ch	Če	Kř	Ob
	JH	HS	Lo	Lo o.	NV	Ka						
Jindřichův Hradec		30	50	70	110	140	120	140	180	200	220	
Horní Skrýchov	50		30	50	70	90	90	110	160	160	200	
Lovětín	70	50		30	50	70	90	110	140	140	160	
Lovětín obec	100	70	50		30	70	90	110	140	140	160	
Nová Včelnice	180	100	70	50		70	70	90	110	110	140	
Kamenice n./Lip.	220	140	100	100	100		30	70	110	110	110	
Zpátečné jízdné												
Včelnička	200	140	140	140	100	50		30	70	90	110	
Chválkou	220	180	180	180	140	100	50		30	70	90	
Černovice u Táb.	250	220	200	200	180	140	100	50		30	50	
Křeč	320	220	200	200	180	180	140	100	50		30	
Obrataň	350	320	220	220	200	180	180	140	100	50		
Zpáteční jízdné												

Zdroj: www.jhmd.cz

Děti do 3 let se přepravují zdarma, pro děti od 3 do 15 let platí 50 % sleva jízdného.

Celodenní rodinná jízdenka (2 dospělí, 1-3 děti) 650 Kč; Celodenní jízdenka – plné

jízdné 300 Kč; Celodenní jízdenka (děti 3-15 let) 150 Kč.

Celodenní přepravné za psa 50 Kč.

13. Rybník Vajgar

Tam, kde zhruba před tisíci lety byly bažiny, při soutoku Hamerského potoka a Nežárky, je podle prvních dochovaných písemných zpráv z roku 1399 rybník Vajgar. Ze stejné doby pochází i most, který rozděluje Vajgar na Malý a Velký. Tato vodní plocha tvořila součást tehdejšího městského opevnění. Hrabě Jaromír Černín, nechal jako dárek pro svou choť Karolínu vybudovat v roce 1860 ostrůvek uprostřed Vajgaru, který je zde dodnes. Rybník je 49 ha veliký a tvoří neodmyslitelnou součást panoramatu Jindřichova Hradce.

4.3. Hrady a zámky

Červená Lhota

Tento vodní zámek patří k nejkrásnějším „pohádkovým“ zámkům v České republice. Natočilo se zde mnoho pohádek, ale i filmů, jako například Zlatovláska, O zatoulané princezně, Princezna na hrášku či O kráse a štěstí. Dříve zde stála tvrz, kterou v roce 1530 dostala do majetku rodina Kábů z Rybňan. Ta tvrz nechala přestavět na renesanční zámek. Roku 1641 koupil panství Vilém Slavata a nechal nahradit starou krytinu červenou pálenou a od té vznikl pro objekt nový přívlástek Červená. Podoba, kterou známe dodnes, se datuje od roku 1903. Kolem zámku a rybníka vede 1 km dlouhý vycházkový okruh značen žlutou značkou.

Tabulka 6: Vstupné na zámku Červená Lhota

	Výklad v ČJ			Výklad v AJ, NJ
	1. patro	podkroví	sklepení	1. patro
dospělý	100 Kč	80 Kč	30 Kč	180 Kč
děti, studenti, ZTP	60 Kč	40 Kč	20 Kč	100 Kč
senioři	70 Kč	60 Kč	25 Kč	140 Kč
rodina	220 Kč	180 Kč	70 Kč	450 Kč

Zdroj: www.zamek-cervenalhota.eu

Landštejn

Výstavba se datuje kolem roku 1220, kdy ji jako pevnost, nechal vybudovat císař Fridrich I. Barbaroský a sloužila k vytýčení hranice mezi Čechami, Moravou

a Rakouskem. Landštejn prošel rukama mnoha majitelů. Roku 1771 po zasažení bleskem zcela vyhořel a od té doby nebyl opravován a stal se zříceninou. Místo je volně zpřístupněno až od roku 1972, kdy zde začaly záchranné práce. Dnes je otevřen pro veřejnost v letní sezóně a pořádají se tu kulturně-historické akce.

Vstupné pro děti (od 6 let), studenty a ZPT je 40 Kč, pro dospělé 70 Kč, seniory 50 Kč a rodinné vstupné činí 180 Kč.

Stráž nad Nežárkou

Hrad přestavěný na zámek se nalézá ve stejnojmenném městečku. Gotická věž, která zaujme návštěvníka na první pohled, má kapkovitý průřez. Hrad byl postaven ve 2. polovině 13. století Vítkovci a roku 1570 po zásahu blesku vyhořel. V 17. století byl přestavěn na renesanční zámek. V roce 1735 byl barokně upraven. Nejvýznamnějším vlastníkem zámku byla od 8. 3. 1920 až do své smrti v roce 1930 pěvkyně Ema Destinová, která na něm provedla drobné úpravy. Od roku 2002 je v soukromém vlastnictví, ale i nadále jsou zde prohlídky pro veřejnost.

Jemčina

Tento barokní lovecký zámek byl vystavěn ve 2. polovině 18. století a poslední úpravy jsou datovány z roku 1875. Zámek s rozsáhlou oborou byl majetkem Černíků, ale při pozemkové reformě roku 1923 byl i s polesím vyvlastněn státem. V letech 1950 – 1991 se z tohoto místa staly kasárny raketového vojska. Pan Pavel Václav tuto usedlost v roce 2002 koupil a zahájil rozsáhlou rekonstrukci a zámek zpřístupnil návštěvníkům.

4.4. Muzea

Letecké muzeum v Deštné

Slavnostní otevření tohoto muzea se konalo 30. srpna 2008. Expozice reprezentuje československé letce, kteří bojovali za druhé světové války, i rozvoj civilní a vojenské aviatiky, především na jihu Čech. K vidění je zde mnoho zajímavostí, například dobové fotografie, vyznamenání a označení uniforem, část letounu Messerschmitt Me 10, který havaroval na jihu Čech v roce 1945. Bývalý kinosál je z části věnován nedávno zaniklému 153. Záchrannému praporu v Jindřichově Hradci.

Provaznické muzeum v Deštné

V 70. letech 18. století se do Deštné přistěhoval provazník Jiří Klik, který se svou rodinou po sedm generací dědil toto řemeslo. Provaznická výroba se přesunula z domácího prostředí do dílny a obchodu v domě na náměstí č. p. 95 (dnešní muzeum), který koupil v roce 1921 Antonín Klik. Karel Klik, syn Antonína Kliky, je v současnosti posledním držitelem rodové provaznické tradice, která končí po 220 letech. 17. 4. 1998 bylo slavnostně otevřeno toto Provaznické muzeum, kde je ke shlédnutí 260 exponátů. Karel Klik zde působil jako průvodce 10 let.

Muzeum fosilií v Roseči

Milióny let staré kosti prehistorických zvířat, zkameněliny trilobitů, ryb, rostlin a další podobné skvosty lze vidět v největším soukromém paleontologickém muzeu v malé vesničce Roseči. Jedná se o celoživotní sbírku Henky a Nolly Blaaseových z Holandska, které ji zapůjčili jako stálou výstavu právě do Roseče.

Muzeum československého opevnění Klášter II

Vzniklo v roce 1992 a je nejstarším muzeem tohoto typu v jižních Čechách. Tvoří ho celkem devět železobetonových objektů, z nichž jsou 2 zpřístupněny. Jeden z nich je vybaven kulomety a puškami, výstrojí vojáků a dobovým zařízením. Muzeum je zároveň památkem pěšího pluku 29, jehož jednotky byly v září 1939 rozmístěny v jindřichohradeckém pohraničí a očekávaly útok německé armády. Prohlídka objektu je možná s odborným průvodcem.

4.5. Technické památky

Vodní zámecká elektrárna v Jindřichově Hradci

Původně od roku 1551 zde byl zámecký mlýn a svému účelu sloužil až do roku 1880. Po osmi letech ho František Křižík přestavěl na vodní elektrárnu, která ve své době byla první v Čechách. Nejprve se elektřina používala k osvětlení zámku, až později i k osvětlení části města. V roce 2002 proběhla rekonstrukce a elektrárna. Takzvaná Šindelná je opět v provozu a podle stavu vody vyrábí až 50 kWh. Z budovy je dnes muzeum a jsou zde vystaveny tkané tapisérie, ukázky řemeslné výroby nebo krátkodobé výstavy.

Strojárna Riese-stallburských železáren v Terezíně u Albeře

Tato mechanická dílna byla druhým malým strojírenským podnikem, který stál u počátků české obráběcí techniky. Byla založena v roce 1854 a vyrobila 12 soustruhů,

3 hoblovky, 1 vrtačku a několik menších strojů. Roku 1862 se výroba přesunula do Ústí nad Labem a zachovány jsou původní obvodové zdi objektu.

Umělecká tkalcovna a muzeum ve Strmilově

Strmilov je s tkalcovským řemeslem spojen již od 16. století. Umělecká tkalcovna stále pracuje a Ferdinand Kubák při ní v polovině 19. let 20. století vybudoval tkalcovské muzeum. To dokládá předávání tkalcovského řemesla již po pět generací. Je zde mnoho dochovaných historických plně funkčních textilních strojů, dříve vyráběných látek a vzorů. Tyto exponáty si zapůjčují filmaři při natáčení pohádek.

Kamenný obelisk u Albeře

Technická památka, která připomíná založení nejstarší měřické sítě v českých zemích. Obelisk z počátku 19. století se nalézá u silnice Albeř – Blato, má tvar jehlanu s nápisem „Meridian von Theresienthal“ a prochází zde 15. poledník.

Katastrální zeměměřičský sloup u České Olešné

Sloup je umístěný na okraji vsi u silnice směrem na Bednářeček. Má také tvar kamenného jehlanu a stojí v místě jednoho z bodů katastrálního vyměřování, buď z doby tereziánského, nebo josefovského mapování.

4.6. Volnočasové aktivity

Golfový klub Nová Bystřice

Klub vznikl iniciativou zakládajících členů, pány Khaurem, Mátlem a Cajthamlem, v roce 1996, kdy v českém prostředí bylo třináct golfových hřišť. Hřiště vzniklo po několikaletém mapování Novobystřicka a hledáním nejvhodnější lokality. Osmnáctijamkové hřiště je otevřeno pro každého, kdo má o tento druh sportu zájem.

Krytý plavecký bazén a venkovní aqvapark v Jindřichově Hradci

Plavecký bazén byl postaven v letech 1988 – 1991, v letech 2003 – 2004 k němu byl přistavěn venkovní aqvapark. V letech 2008 – 2009 následovala rekonstrukce a byla přistavěna relaxační část se slanou vodou. Budova plaveckého bazénu obsahuje plavecký bazén dlouhý 25 m se šesti plaveckými drahami, relaxační bazén 28 m² s masážními prvky, protiproudou řekou a tobogánem, dvě větší vířivky, parní kabinu, relaxační terasu a dětský bazén 9 x 6 m s hloubkou 20 – 80 cm. Dohromady s venkovním letním aqvaparkem se stejnými atrakcemi jako uvnitř tvoří vodní plocha 1423 m², z čehož je 202 m² určeno pro děti. V areálu jsou k dispozici sauny a solárium.

Tabulka 7: Ceník plaveckého bazénu

Základní vstupné	DOSPĚLÍ	JUNIOŘI	DĚTI	RODINNÉ VSTUPNÉ
1. hodina	90 Kč	45 Kč	Zdarma	200 Kč
2. hodina	110 Kč	55 Kč		250 Kč
3. hodina	130 Kč	65 Kč		300 Kč
Celodenní	210 Kč	105 Kč		450 Kč

Zdroj: <http://bazen.jh.cz>

Tabulka 8: Ceník aqvaparku

	DOSPĚLÝ	JUNIOŘI	DĚTI	RODINNÉ
min. 2 hodiny	60 Kč	30 Kč	Zdarma	130 Kč
polodenní	70 Kč	40 Kč		160 Kč
celodenní	90 Kč	50 Kč		200 Kč

Zdroj: <http://bazen.jh.cz>

Tabulka 9: Ceník sauny

	DOSPĚLÍ	JUNIOŘI + DĚTI	RODINNÉ
120 minut	160 Kč	70 Kč	350 Kč

Zdroj: <http://bazen.jh.cz>

Za překročení zaplacené doby, jsou určeny sazby za další započatou hodinu.

Dospělý – osoba starší 18 let nebo vyšší než 150 cm

Junioři – osoba mladší 18 let a výšky od 110 do 150 cm

Děti – od 1 roku a do výšky 110 cm

Rodinné vstupné – 2 osoby starší 18 let + 2 – 4 junioři mladší 18 let.

Plavecký bazén + aqvapark je v červenci a srpnu otevřen o 10:00 – 20:00 hodin.

Ostatní aktivity

Pokud by si chtěl někdo prohlédnout Jindřichohradecko z ptačí perspektivy, má možnost využít vyhlídkových letů na letišti za Jindřichovým Hradcem.

Milovníci koní si také přijdou na své. Projet se malebnou krajinou na koňském hřbetě lze rovnou na několika místech. Tuto službu nabízí Penzion Najdek, Jezdecký klub Dvoreček, Statek Horní Dvorce, Statek pod Javořicí, Rodvínov, lesní hotel Peršlák a Malý Ratmírov.

Při zimní návštěvě si i sportovci přijdou na své. Je zde v okolí totiž hned několik sjezdovek s vlekem. První je na Hradišti u Nové Bystřice, kde je vlek dlouhý 300 m a horní část sjezdovky je v 600 m nadmořské výšky. Další se nalézá v Radíkově u Českého Rudolce (délka přes 220 m, start v 600 m n. m.). Sjezdovku najdeme i v Horní Radouni (délka 300 m, start v 630 m. n. m.). Dva kilometry od Kamenice nad Lipou se nalézá Antonka (délka 350 m, start v 660 m. n. m.). Na hranici Jindřichohradecka a Telčska se nachází Mrákotín, kde jsou hned dva vleky vedle sebe dlouhé 350 m a start je v 580 m. n. m.

Zájemci si mohou vyzkoušet i trochu něco netradičního, například střelbu. Střelnice jsou tu hned dvě: u Dolního Skrýchova a u Nové Bystřice ve Vojířově. Zastřílet si tu můžete z krátkých, dlouhých kulových i brokových zbraní.

Sportovní vyžití nabízí Ricochet centrum na sídlišti Vajgar a bowling v Komenského ulici, oboje v Jindřichově Hradci; sportoviště u rybníku Vajgar a tenisové kurty na Tyršově stadionu, v Otíně, v Číměři a v Deštné.

Pro zájemce o vesmír, pozorování oblohy a Slunce je v Jindřichově Hradci hvězdárna F. Nušla. Odborné programy jsou zaměřeny na pozorování sluneční fotosféry a proměnných hvězd. Hvězdárna je otevřena jak pro školní mládež, tak i pro veřejnost.

Česká Kanada

Oblast se rozkládá mezi městy Kunžak, Dačicemi, Slavonicemi, Novou Bystřicí a Jindřichovým Hradcem a její rozloha je přibližně 18 700 ha. Krajina je charakteristická vodními plochami, rozsáhlými lesy s rozsetými balvany a sychravějším podnebným rázem. Vzhledem k poměrně vysoké nadmořské výšce, která je 600 – 700 m, jsou zde velice příznivé sněhové podmínky. Nenalezneme tu však typické sjezdovky, ale spíše běžecké trasy.

Unikátní aqua show ve sv. Floriánu

Show se skládá ze světelných efektů, videoprojekce a obrazů za pomoci padající vody a tím vytváří nezapomenutelný zážitek. Vodí atrakce, která je druhá svého druhu v Evropě, je každý den od 8:00 spuštěna v každou celou hodinu v novém centru sv. Floriána v Růžové ulici v Jindřichově Hradci. Tento objekt sloužil dříve jako hasičská zbrojnice. Budova má 3 podlaží a celkem 2 400 m². Je plná obchodních ploch,

ordinací a kanceláří. Pro návštěvníky jsou k dispozici jak obchody a služby, tak i restaurace a kavárna.

4.7. Koupání

Městská plovárna v Jindřichově Hradci

Historie plovárny u rybníka Vajgar v Denisově ulici sahá až do roku 1843. Dnes jsou zde k dispozici sprchy s upravenou vodou, volejbalové hřiště, tobogán, pískoviště, kiosek s občerstvením a oplocené brouzdaliště pro ty nejmenší. Koupat se zde dá podle kvality vody. Pokud jsou tyto podmínky nepříznivé, je zde možnost zapůjčení lodičky a projížďky po Vajgaru.

Velká Holná

Známa též jako Holná, je největší rybník na Jindřichohradecku. Tato vodní nádrž na Holenském potoce se nalézá 3 km jihovýchodně od Kardašovi Řečice v Jemčinské oboře. Rybník ze 14. století, který zadržuje 5,5 milionu m³ vody, má uprostřed ostrov Naxos s přírodní biosférickou rezervací. Na břehu nalezneme kiosek s občerstvením a je zde i možnost ubytování a to buď v chatkách, nebo ve vlastním stanu.

Albeř, rybník Osika

Rybník má rozlohu 68 ha a maximální hloubka je 5 m. Je ideální pro děti vzhledem k pozvolnému svažování dna. Byl založen mnichy z kláštera Nejsvětější Trojice v 16. století. Nalézá se 15 km od Jindřichova Hradce, směr na Novou Bystřici.

Ratmírovský rybník, Malý Ratmírov

Patří k nejstarším umělým vodním nádržím na Jindřichohradecku. Vznikl přehrazením Hamerského potoka ve 13. století a jeho výměra činí 80 ha. Naleznout ho můžeme 8 km od J. Hradce směrem na Dačice.

Jindřišská pískovna

Pískovna nedaleko Jindřiše je oblíbeným místem ke koupání a to zejména pro místní občany, kteří to sem mají necelé 4 km. Dostat se sem dá jak na kole, autem tak i úzkokolejkou. Vlak má zastávku přímo u pískovny. Vstup do vody je písčinný a jak pískovna pomalu zarůstá, vytváří se zde desítky plážíček. Své oblíbené místo si tu už před několika lety našli nudisté a zůstalo jim dodnes.

Další místa ke koupání

Jindřichohradecko má snad na každém kroku, alespoň malý rybníček nebo pískárnu kde se dá koupat. Zde jsou některé z nich: Mosty – rybník Zvůle (18 km od JH směr Dačice); Dolní Skrýchov – Březský rybník (2 km od JH směr Pelhřimov); Horní Pěna – Pěněnský rybník Dřevo (4 km od JH směr Nová Bystřice); Jarošovská pískárna (7 km od JH směr Pelhřimov) nebo Strážská pískárna (14 km od JH směr Třeboň).

4.8. Pěší stezky

Trasa 1 Vycházkový okruh Jindřichovým Hradcem

Časově i méně fyzicky náročný okruh zabere zhruba tři hodiny. Počáteční i konečný bod je Masarykovo náměstí. Trasa nás provádí zejména historickým centrem města a částečně kopíruje žlutou turistickou značku.

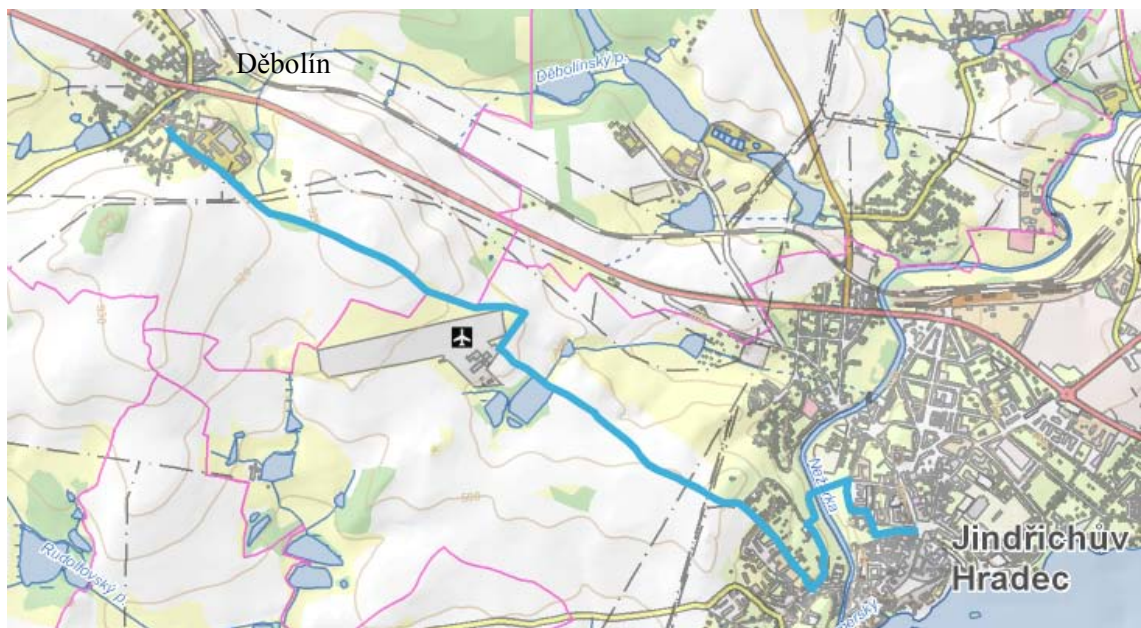
Trasa vede přes již zmíněné Masarykovo nám., Klášterská ul., Husova ul., Gymnázium Vítězslava Nováka, kolej a menza VŠE, Husovy sady, podél Nežárky, Zákostelecké nám., kostel Nanebevzetí Panny Marie, Jezuitská kolej, Nežárecká brána, Dům u Bradáče, ul. Nové stavení, Landfrasova zahrada, Mlýnská ul., Státní hrad a zámek, Dobrovského nám. a nám. Míru.

Trasa 2 Z Jindřichova Hradce do Děbolína a zpět

Na druhou trasu si musíme vymezit minimálně půl dne. Výchozí bod je v Jindřichově Hradci na Masarykově náměstí a délka cesty je 9 km.

Po cestě se můžeme zastavit u několika zajímavostí, například Naxerova lávka, Kostel sv. Jakuba, rybník Polívka, vyhlídka Karla Zvěřiny a v Děbolíně můžeme navštívit keramickou dílnu.

Mapa 2: Trasa Jindřichův Hradec - Děbolín



Zdroj: <http://infocentrum.jh.cz>

Trasa 3 Jindrova naučná stezka

Naučná stezka, dlouhá 11 km, je určena jako celodenní výlet ať už pěšky nebo částečně úzkokolejkou.

Začátek je na břehu rybníka Vajgar u Slavíkova lesa, dále pokračuje údolím Hamerského potoka, kde nalezneme vzácné druhy rostlin i živočichů. Dále pokračujeme přes Jindřiš a Blažejov. Vycházku si můžeme zpestřit Vítkovo hrádkem, tedy spíše zbytky jeho základů, který se nalézá u Blažejova.

Mapa 3: Trasa Jindrovo naučné stezky



Zdroj: <http://infocentrum.jh.cz>

4.9. Cyklostezky

Pro vyznavače jízdy na kole jsou zajímavé cyklostezky. Sice zdejší terén není příliš kopcovitý, ale některá místa překračují 600 m nadmořské výšky

Trasa 1 Krajem jemčinských lesů

Trasa vede přes – Jindřichův Hradec, Děbolín, Velký Ratmírov, Studnici, Pluhův Žďár, Kardašovo Řečici, Cikar, Jemčinu, Hatín a končí opět v J. Hraci.

Délka stezky je 46 km a lze ji ujet za dvě hodiny.

Trasa 2 Za červeným pokladem nad hladinou

Tato trasa nás vede přes – Jindřichův Hradec, Dolní Skrýchov, Kostelní Radouň, Okrouhlou Radouň, Horní Radouň, Deštnou, Červenou Lhotu, Pluhův Žďár, Studnici a konec opět v J. Hradci.

Trasa 2 je dlouhá 45 km a zabere nám zhruba 1,5 hodiny.

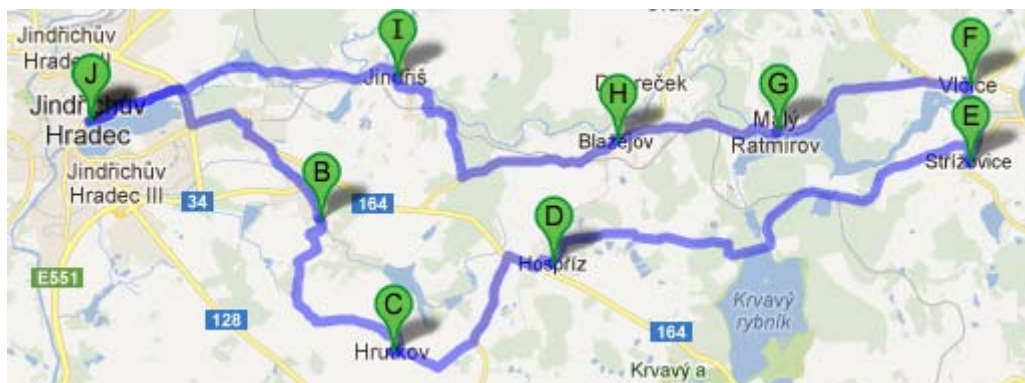
Trasa 3 S dětmi na kole

Třetí trasa je určena pro děti a tím pádem není tak dlouhá a náročná. Po cestě se lze i vykoupat v Ratmírovském rybníku.

Stezka nás vede přes – J. Hradec, Otín, Hrutkov rozcestí, Hospřiz, Střížovice, Vlčice, Malý Ratmírov, Blažejov, Jindřiš a zpět do J. Hradce.

Cesta zabere přibližně 1 hodinu a půl a projedeme se krásných 24,7 km.

Mapa 4: Trasa S dětmi na kole



Zdroj: google.maps.cz

Trasa 4 Do srdce České Kanady

Oproti výše uvedeným cyklotrasám, je tato náročnější a určena spíše pro pokročilejší cyklisty. Délka trasy je 80,6 km a ujede se za necelé 4 hodiny.

Start je opět z J. Hradci a dále se pokračuje – Horní Žďár, Dolní Žďár, Malíkov nad Nežárkou, Nová Ves, Vojířov, Peršlák, Nová Bystřice, Albeř, Klášter, Landštejn, Staré město pod Landštejnem, Stálkov, Matějovec, Kaproun, Kunějov, Kačlehy, Hrutkov, Otín a zpět do J. Hradce.

4.10. Ubytovací služby

Ubytování na Jindřichohradecku je rozmanité a můžeme si vybrat, jestli dovolenou chceme strávit luxusněji v hotelu nebo raději v nějakém útulném penzionu. Zvolit si také můžeme z řady privátů, autokempů, chat, chatových osad, chalup nebo ubytoven.

U každého typu ubytování je na výběr z velkého množství, ale pro ukázkou jsou uvedeny u každého pouze tři náhodně vybraní zástupci.

Chaty a chatové osady

Rekreační zařízení AGMAR (4 lůžková chata 7 900 Kč na týden) ve Velkém Ratmírově; Chaty na Komorníku (4 lůžková chata 5 200 Kč na týden) v Kunžaku a Rekreační chatka Strmilov.

Chalupy

Česká Kanada v Hůrkách u Nové Bystřice; Fraňkův mlýn (2100 Kč/pokoj/noc) v Nové Včelnici a rekreační chalupa “U Viklanu“ v Suchdole.

Ubytovny

Ubytovna Lásenice (228 Kč/noc); turistická ubytovna Zahrádky (170 Kč/noc) a ubytovna TJ Slovan Jindřichův Hradec (230 Kč/ noc).

Autokempy

ATC Jindřiš; ATC Komorník a ATC U Skalníků ve Stráži nad Nežárkou.

Priváty

Tenis club Děbolín; Privát Soukup v Jindřichově Hradci (300 Kč/noc) a Marie Pražáková Strmilov.

Penziony

Penzion Pecák u Hatína; penzion Pod zámekem v Jindřichově Hradci (900 Kč nebo 1200 Kč za osobu na noc) a penzion Samorost v Jarošově nad Nežárkou (190 Kč nebo 300 Kč za osobu na noc).

Hotely

Hotel Bílá paní (jednolůžkový pokoj 770 Kč, dvoulůžkový 1240 Kč, apartmá 1440 Kč; cena zahrnuje snídani) a relax hotel Grant oba v Jindřichově Hradci a lesní hotel Peršlák (dvoulůžkový pokoj 1880 Kč, třílůžkový 2180 Kč a apartmány od 2680 Kč včetně snídaně) v Novém Vojířově.

5. TERÉNNÍ ŠETŘENÍ

Během terénního šetření byla uplatněna metoda přímého dotazování formou dotazníků a řízených rozhovorů. Dotazníky byly vyplněny účastníky cestovního ruchu, kteří navštívili Jindřichův Hradec a okolí.

Řízené rozhovory se uskutečnily s:

- Mgr. Szutovou Vilmou – vedoucí oddělení regionálního rozvoje - rozvojové programy a dotace; ředitelka sdružení MAS
- Šelepovou Petrou, Dis. – vedoucí oddělení ochrany prostředí, ochrana ovzduší a vod
- Kozlovou Marcelou – vedoucí oddělení cestovního ruchu a marketingu -marketink, příspěvky, akce; vedoucí oddělení cestovního ruchu v infocentru Jindřichova Hradce

5.1. Tvorba otazníku

Dotazníky se skládaly z 24 otázek. Pouze šest odpovědí bylo otevřených a respondenti zde mohli napsat svůj názor na danou věc. Ostatní otázky byly uzavřené a na výběr bylo z několika variant odpovědí. Cíle dotazníkového šetření byly – vytipování nejoblíbenějších míst pro turisty na Jindřichohradecku, získání názorů respondentů k problematice cestovního ruchu sběr dalších dat od respondentů v oblasti venkovské turistiky, ekoturistiky, ekoagroturistiky včetně postoje k ekologickému chování. Poslední čtyři otázky byly určeny k identifikaci respondentů.

Cílem kvantitativního průzkumu je testování hypotéz a jejich potvrzení či vyvrácení. Může mít podobu dotazníku, využívá zprostředkovaného kontaktu s respondenty a zaměřuje se na velký výzkumný vzorek. Naopak cílem kvalitativního výzkumu je hlubší porozumění zkoumané skutečnosti, vytváření nových hypotéz, porozumění nebo teorie. Tento výzkum probíhá formou rozhovoru nebo pozorováním, prostřednictvím těsného a dlouhodobého kontaktu a je zaměřený na menší výzkumný vzorek. Na základě těchto charakteristik byl zvolen pro dotazníkové šetření této bakalářské práce kvantitativní výzkum.

5.2. Průběh dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření se uskutečnilo v říjnu 2012. Dotazníky byly vyplňovány přímým kontaktem s respondenty. Snahou bylo oslovit přibližně stejný počet žen a mužů

různých věkových skupin. Dotazování proběhlo v sobotu 12. 10. 2012 od 10:00 do 13:00 současně na dvou místech v Jindřichově Hradci. Prvním byla Panská ulice, která byla vybrána záměrně, protože se zde nachází infocentrum. Druhým bylo vlakové nádraží, kde s respondenty vyplňoval dotazníky přítel. Tato dvě místa jsou hojně navštěvovaná turisty.

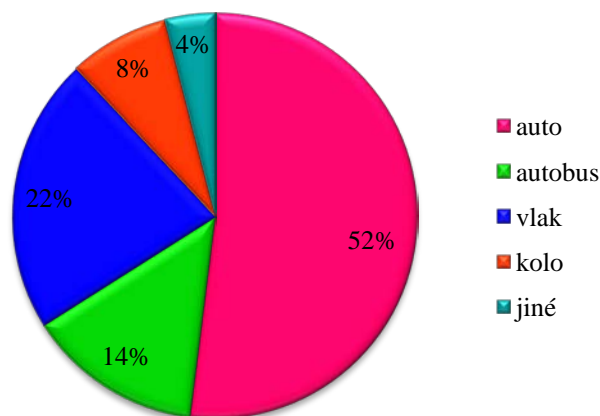
Dotazník byl sestaven srozumitelně a jasně. Při vyplňování se neobjevily nevyplněné nebo nezodpovězené odpovědi. Respondenti neměli s otázkami problémy a dotazník vyplnili podle svého uvážení. Mohli také vyjádřit svůj vlastní názor.

5.3. Vyhodnocení dotazníků

Z důvodu, že dotazníky byly určeny jako podpůrný prostředek k řízeným rozhovorům, stačil bleskový průzkum založený na 50 vyplněných dotaznících. Vyhodnocování proběhlo poměrně rychle, žádné větší komplikace se při zpracování odpovědí nevyskytly, snad jen pouze u vypisovacích odpovědí byl občas problém s čitelností písma. Výsledky byly zpracovány v programu Microsoft Office Excel 2007.

1. Otázka: Jakým dopravním prostředkem jste přicestovali?

Graf 1:

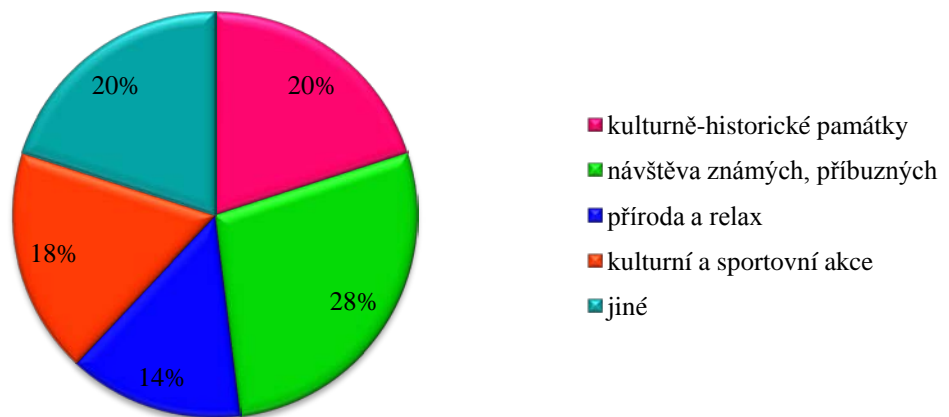


Zdroj: Vlastní šetření

Z grafu je zřejmé, že více než polovina respondentů přicestovala automobilem. Jeden z hlavních důvodů, proč respondenti preferují právě tento dopravní prostředek, je jeho větší pohodlí. Dalším důvodem je svoboda plánování trasy, kdykoli ji mohou změnit či udělat si libovolný počet přestávek. 4 % přicestovala jiným prostředkem, např. motocyklem.

2. Otázka: Jaký byl/je důvod Vaší návštěvy?

Graf 2:



Zdroj: Vlastní šetření

Důvod návštěv není jednoznačný, ale naopak velice rozmanitý. Návštěvníci přijíždějí do této oblasti často za památkami, kterých je tu mnoho a některé z nich jsou známé po celé republice, ale i v zahraničí. Například Krýzovy jesličky, které jsou světovým unikátem.

Kulturní a sportovní akce přitahují 18 % respondentů. Mezi oblíbené každoroční akce patří Folková růže, Pivní slavnosti, Přes kopec na Hradec aneb Jindřichohradecký pedál, Městské hry, opera na zámku, adventní trhy, ale i sportovní utkání ve zdejší sportovní hale.

K dalším důvodům příjezdu je návštěva známých a příbuzných nebo relaxace ve zdejší klidné přírodě.

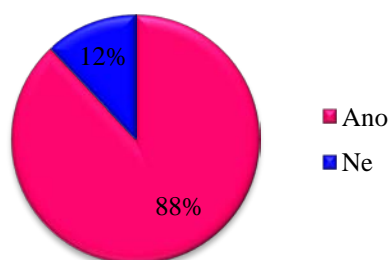
3. Otázka: Co se Vám zde nejvíce líbilo?

Nejoblíbenějším místem Jindřichohradecka se stal jednoznačně Státní hrad a zámek Jindřichův Hradec. Dále zámek Červená Lhota, který je známý i tím, že se zde natáčely pohádky a zřícenina hradu Landštejn. Dalším hojně navštěvovaným místem turistů jsou Krýzovy jesličky, které jsou umístěny v Okresním muzeu. Mezi oblíbená místa zařadili respondenti dále: Muzeum fotografie, kostel sv. Máří Magdaleny, centrum města,

náměstí Míru s morovým sloupem, hladomornu, zámeckou věž, keramika Děbolín. Populární jsou i moderní stavby: fontána ve sv. Floriánu, sportovní hala, aqvapark, jeden respondent dokonce velice kladně ohodnotil veřejné WC a pochvalu sklídily i restaurace. Odpovědi byly velice rozmanité, například se mezi odpověďmi objevila i vánoční atmosféra nebo prodejna místní likérky Fruko-Schulz.

4. Otázka: Máte v úmyslu opakovat návštěvu Jindřichohradecka?

Graf 3:

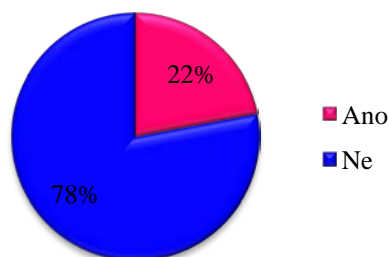


Zdroj: Vlastní šetření

Z odpovědí je patrné, že Jindřichohradecko je oblíbenou oblastí a lidé se sem rádi vrací. Láká je čistá příroda a klidné prostředí. Nejčastějším důvodem k návratu je také vytvoření pouta k určitému místu a lidem s tím spojených.

5. Otázka: Navštívili jste infocentrum v Jindřichově Hradci?

Graf 4:



Zdroj: Vlastní šetření

Infocentra jsou k tomu, aby podávaly informace jak o místních zajímavostech, akcích, ale i například i o dopravě a ubytování. Šetřením bylo prokázáno, že lidé se většinou ostýchají vyhledat radu jinde a spoléhají raději na sebe. Mnoho respondentů většinou ani neví, co za služby infocentrum poskytuje.

6. Otázka: Pokud ANO, jak jste byli spokojeni s poskytnutými informacemi a přístupem zaměstnanců?

Ze všech respondentů, odpovědělo 22 % (11 osob), že navštívilo infocentrum. Všichni byli spokojeni jak s poskytnutými informacemi, tak s přístupem zaměstnanců. Odpovědi zněly například takto: velmi příjemné vystupování, milé slečny, úplné a přehledné informace.

7. Otázka: Jaké místní památky jste navštívili?

Zde se odpovědi velice podobaly odpovědím z otázky č. 3. Dále byly uvedeny tyto místa nebo památky: divadlo/kino Střelnice, Minoritský klášter, kostel Nanebevzetí Panny Marie. Někteří si udělali jen procházku po městě a žádnou památku přímo nenavštívili.

8. Otázka: Co si myslíte o zdejším životním prostředí?

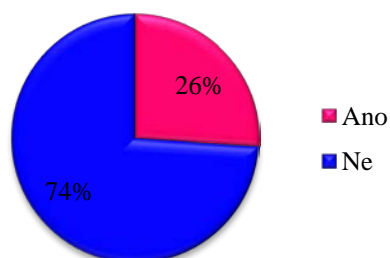
Zdejší životní prostředí bylo návštěvníky velice kladně hodnoceno. Pouze v jedné odpovědi zaznělo, že příroda je spíše znečištěná. Jinak v ostatních odpovědích byla příroda popisována jako čistá, pěkná, udržovaná a příjemná. V odpovědích byly vyzdviženy i zdejší krásné lesy, přes které vedou pěší stezky a cyklostezky.

9. Otázka: Všimli jste si při své návštěvě nějakých zákazů, značek či omezení vůči pořádku a životnímu prostředí? Pokud ANO, jaké?

Tuto otázku příliš mnoho respondentů nevyplnilo nebo uvedli, že si žádného zákazu nevšimli. Ale i přesto se pár odpovědí v dotaznících objevilo. Jde spíše o běžné zákazy, jako např.: klasické zákazy silničního provozu, zákaz volně pobíhajících psů, zákaz parkování na Masarykově náměstí, zákaz odhazování odpadků, zákaz ježdění na kole po pěších stezkách, ale objevila se i odpověď – zákaz heren v centru města nebo zákaz podávání alkoholu do 18 let. Jelikož se část Jindřichohradecka nalézá v CHKO Třeboňsko, jsou zde omezení týkající se tohoto území. Někteřím lidem se nelíbily velmi omezené přístupy pro cyklisty nebo zde bylo zmíněno, že chybí úschovna zavazadel. Značka byla uvedena pouze jedna a jednalo se o označení, že na silnicích se nepoužívá chemický posyp.

10. Otázka: Setkali jste se s pojmem udržitelný cestovní ruch?

Graf 5:

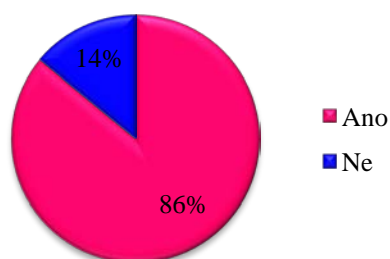


Zdroj: Vlastní šetření

Z tohoto grafu lze poznat, že pojem udržitelný cestovní ruch není příliš známý. Hlavní důvodem může být to, že o tomto tématu se v médiích příliš nemluví, a proto se o něm dozví jen ti, kteří se pohybují v profesionálním prostředí cestovního ruchu.

11. Otázka: Jste zastánce ekologického chování k přírodě?

Graf 6:



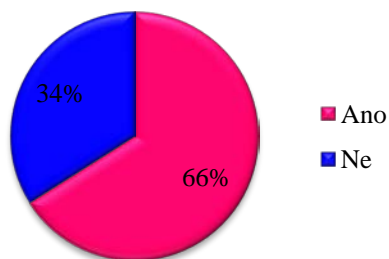
Zdroj: Vlastní šetření

Ekologie a s tím související ekologické chování je v dnešní době velice důležité. Pokud se návštěvníci nebudou na své dovolené chovat šetrně k životnímu prostředí, příroda a vše okolo bude zničeno, lidé už tyto místa nebudou chtít navštěvovat.

Naštěstí šetření ukázalo, že 86 % respondentů si toto uvědomuje a chová se tak, aby přírodu za sebou zanechali ve stavu, jaká byla předtím než přišli nebo ještě lepší.

12. Otázka: Účastníci se venkovského cestovního ruchu?

Graf 7:

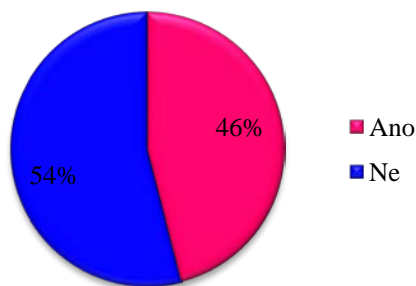


Zdroj: Vlastní šetření

Venkovský cestovní ruch se stává čím dál tím oblíbenější, jak je patrné na grafu. Změna stereotypního uspěchaného života, klid vesnického prostředí či vyzkoušet si každodenní povinnosti na vesnici, to vše láká respondenty k účasti na venkovském cestovním ruchu.

13. Otázka: Pokud jedete do cizího kraje (města), zjišťujete si dopředu nějaké informace o tomto místě – lidové tradice, zvyky, charakteristika obyvatel...

Graf 8:

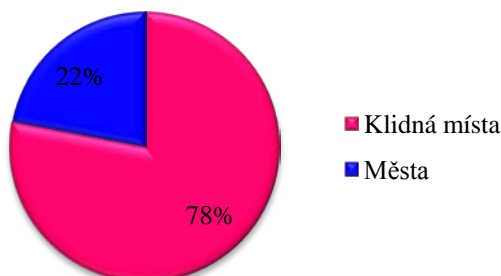


Zdroj: Vlastní šetření

54 % respondentů si nezjišťuje žádné informace o oblasti, do které cestují. Spíše to ponechávají náhodě a to z toho důvodu, že nemá zájem o informace z této oblasti, a nebo je to ani nenapadne. Zbývající si však před cestou informace vyhledávají, přijíždějí s jasným cílem, plány a harmonogramem.

14. Otázka: Vyhledáváte pro svou dovolenou spíše tichá a klidná místa (např. vesnice) nebo jedete raději do větších měst?

Graf 9:

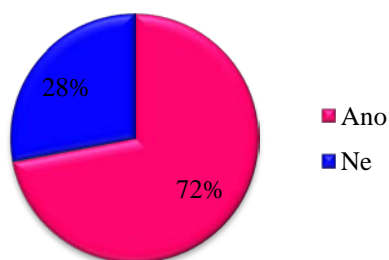


Zdroj: Vlastní šetření

Lidé si většinou jedou na dovolenou odpočinout od rušných měst a uspěchaného způsobu života, a proto vyhledávají spíše klidná a tichá místa, jako jsou například vesnice.

15. Otázka: Nakupujete v místě dovolené místní produkty (např. domácí potraviny, výrobky)?

Graf 10:

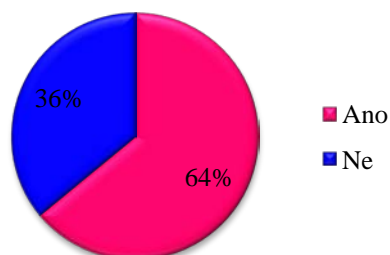


Zdroj: Vlastní šetření

Turisté v navštívené oblasti většinou (72 %) nakupují místní potraviny. Ubývá zvyk vozit si jídlo s sebou na dovolenou a naopak se spoléhat na místní zdroje. Výrobky povětšinou slouží jako suvenýr z výletu.

16. Otázka: Snažíte se v místě dovolené navazovat kontakty s místními obyvateli?

Graf 11:



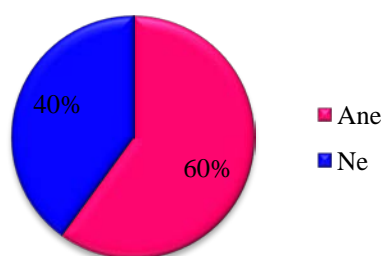
Zdroj: Vlastní šetření

V místě dovolené se 64 % respondentů snaží komunikovat s místními lidmi. Naopak 36 % respondentů tyto kontakty nevyhledává.

Člověk je od přírody zvědavý, společenský tvor a chce poznávat nové lidi a komunikovat s nimi. Většinu času člověk tráví v okruhu stejných lidí, a proto má potřebu komunikovat i s jinými lidmi.

17. Otázka: Pokud trávíte dovolenou na vesnici, láká Vás zkusit zde nějakou činnost typickou pro tuto oblast?

Graf 12:



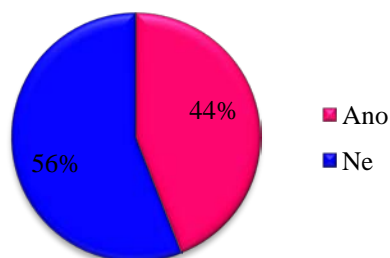
Zdroj: Vlastní šetření

Přesně 60 % respondentů láká vyzkoušet si nějakou činnost charakteristickou pro navštívenou oblast. Oproti tomu 40 % tyto činnosti nevyhledává.

Převážně každý den děláme ty samé činnosti, ať už v práci, ve škole nebo doma. Proto alespoň jednou za čas chceme vyzkoušet něco jiného a zároveň se u toho odreagovat a pobavit.

18. Otázka: Jste zastánce masových akcí, jako jsou festivaly, koncerty na veřejném prostranství...?

Graf 13:

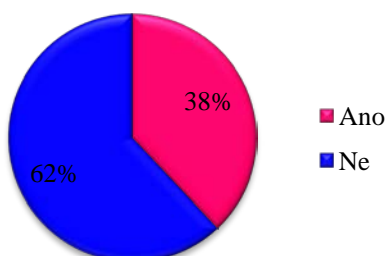


Zdroj: Vlastní šetření

Z grafu lze vyčíst, že přes polovinu (56 %) respondentů tyto masové akce na veřejném prostranství nepreferuje. Důvody mohou být různé, od hluku a nepořádku až po bezpečnost.

19. Otázka: Setkali jste se s pojmy agroturistika nebo ekoagroturistika?

Graf 14:



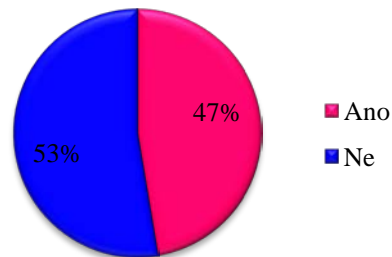
Zdroj: Vlastní šetření

Pojmy agroturistika a ekoagroturistika byly pro velký počet lidí zcela neznámé. Pouze 38 % dotazovaných tyto pojmy znali nebo se s nimi alespoň někdy setkali.

Ti, kteří odpověděli na tuto otázku kladně (38%, což bylo 19 respondentů), dále odpovídali na otázku číslo 20. Ti, kteří odpověděli ne, na tuto otázku vůbec neodpovídali.

20. Otázka: Pokud ANO, uvažujete o tom, že byste se tohoto druhu cestovního ruchu někdy zúčastnili?

Graf 15:



Zdroj: Vlastní šetření

Z 19 respondentů odpovědělo 9 (47 %), že by uvažovali o tom, se tohoto druhu cestovního ruchu zúčastnili.

Z toho vyplývá, že zde zájem o tento cestovní ruch určitě je. Bylo by dobré veřejnost více informovat o tom, co vlastně všechno zahrnuje a čeho přesně se týká.

Závěrečné čtyři otázky posloužily k identifikaci respondentů. Výsledky těchto otázek jsou znázorněny graficky znázorněny v příloze této práce.

21. Otázka: Určení pohlaví.

- Žena – 64 %
- Muž – 36 %

22. Otázka: Věk

- Do 15 – 8 %
- 16-25 – 28 %
- 26-40 – 36 %
- 41-60 – 20 %
- 60 a více – 8 %

23. Otázka: Jste

- Student – 30%
- Zaměstnaný – 42 %
- Nezaměstnaný – 16 %
- Důchodce – 8 %
- Mateřská dovolená – 4 %

24. Otázka: Vaše bydliště (kraj):

- Jihočeský – 28 %
- Praha – 16 %
- Středočeský – 12 %
- Jihomoravský – 12 %
- Vysočina – 10 %
- Moravskoslezský – 6 %
- Ostatní – 16 %

5.4. Respondenti

Na bleskový výzkum bylo použito 50 dotazníků. Z toho bylo 32 žen a 18 mužů. Nejvíce byla zastoupena věková skupina 26 – 40 let (36 %), méně věk 16 – 25 let (28 %) a nejmenší hodnoty mělo rozmezí 41 – 60 let (20 %) a úplně nejméně do 15 let (8 %). Kraje odkud turisté přijeli, byly velice rozmanité. Nejvíce přijížděli přímo z Jihočeského kraje a to například z Tábora nebo Českých Budějovic, dále pak z Prahy (8), Středočeského kraje (6) a Jihomoravského kraje (6). Ostatní kraje se podíleli pouze nepatrně, například Vysočina (5), Plzeňský (2) a dokonce i Slovensko (1). Nejčastěji návštěvníci k dopravě využívali osobní automobil nebo vlak. Motivací k příjezdu byla především návštěva známých a příbuzných, dále pak kulturně-historické památky, kulturní a sportovní akce.

Respondentům se zde nejvíce líbila příroda, kterou velice kladně hodnotili a zdejší památky. Většina z nich má v úmyslu Jindřichohradecko znovu navštívit.

5.5. Vyhodnocení hypotéz

První hypotéze „Návštěvníci (Jindřichohradecka) jsou v souladu s udržitelným cestovním ruchem“ nebyla potvrzena. Dotazníkové šetření ukázalo, že 26 % respondentů neví, co si pod pojmem udržitelný CR představí nebo se s tímto slovem ani

nesetkali. V další otázce bylo dotazováno, jestli se dotýčný účastní venkovského CR. Odpovědi na tyto otázky byly příznivější i 66 % oslovených odpovědělo kladně. Méně příznivé bylo zjištění, že jen 19 % dotazovaných zná agroturistiku nebo ekoagroturistiku. 86 % dotazovaných potvrdilo, že jsou zastánci ekologického chování.

Druhá hypotéza „Tuto destinaci má v úmyslu znovu navštívit alespoň 15 % tázaných respondentů“ byla potvrzena. Destinace dokáže natolik zaujmout návštěvníky, že 88 % z nich chce tuto oblast znovu navštívit. Podle šetření je důvodů k návštěvě mnoho, nejčastěji pro rozmanité památky a přírodu nebo je také motivací návštěva známých a příbuzných v této oblasti. Lidé si sem jezdí zejména odpočinout a to nejen pasivně, ale i aktivně (například při jízdě na kole).

Poslední hypotéza „Účastníci cestovního ruchu chtějí mít informace o destinaci, kterou navštíví před plánovanou cestou“ nebyla potvrzena ani vyvrácena. Výsledky dotazníkového šetření ukázaly, že téměř polovina lidí se snaží dopředu zjišťovat nějaké zajímavosti o místě, kam jedou, ať už jde o lidové tradice, zvyky, místní obyvatelstvo nebo památky, které se v dané lokalitě nacházejí. Návštěvníci také v těchto oblastech nakupují místní potraviny nebo výrobky, snaží se komunikovat s místními lidmi.

Šetření také ukázalo, že přes ¾ respondentů volí pro svou dovolenou spíše klidná a tišší místa než rušná města. Jednou z otázek také bylo „Jste zastánci masových akcí, jako jsou festivaly, koncerty na veřejném prostranství,...?“. Ačkoli si lidé jezdí rádi odpočinout na klidná místa, občas někteří rádi vyrazí na masivnější akci jako je například letní hudební festival (graf číslo 13).

5.6. Řízené rozhovory

Rozhovory proběhly na infocentru a na městském úřadě v Jindřichově Hradci. Schůzky byly velice příjemné, profesionální a umožnily tak rozšíření spektra odpovědí na připravované otázky v oblasti CR. Rozhovory došlo ke komplementování podpůrných dat k této práci. Práce zaznamenává odpovědi pracovníků:

Mgr. Szutovou Vilmou – vedoucí oddělení regionálního rozvoje - rozvojové programy a dotace; ředitelka sdružení MAS dále s Šelepovou Petrou, Dis. – vedoucí oddělení ochrany prostředí, ochrana ovzduší a vod a s Kozlovou Marcelou – vedoucí oddělení cestovního ruchu a marketingu -marketink, příspěvky, akce; vedoucí cestovního ruchu v infocentrum Jindřichova Hradce.

Otázky pro vedoucí cestovního ruchu v infocentru a vedoucí oddělení cestovního ruchu a marketingu - marketink, příspěvky, akce na městském úřadě v Jindřichově Hradci zodpověděla Kozlová Marcela.

- 1) *Podporuje město Jindřichův Hradec udržitelný cestovní ruch? Pokud ano, jakými prostředky se tato pomoc realizuje?*
- 2) *Jsou nějaké hmatatelné výsledky této podpory?*
- 3) *Jsou v současné době nějaké nové produkty v této oblasti?*
- 4) *Jsou zde nějaké projekty v rámci životního prostředí spojené s cestovním ruchem.*
- 5) *Jak často využívají turisté Vašich služeb?*
- 6) *Jaké informace nejčastěji potřebují?*
- 7) *Poptávají návštěvníci Vašeho infocentra možnosti strávit dovolenou na nějaké farmě (ekofarmě)?*

Shrnutí odpovědí

Město Jindřichův Hradec podporuje cestovní ruch a to především těmito prostředky - vydávání vlastních propagačních materiálů, účast na tuzemských i zahraničních veletrzích cestovního ruchu (Regiontour Brno, Holiday World Praha, Jihočeský kompas v Českých Budějovicích...), na vlastních webových stránkách zaměřené na cestovní ruch www.infocentrum.jh.cz, a dále například mediálními prezentacemi nebo tiskovými zprávami. Výsledky této podpory jsou znatelné, a to statistikou návštěvnosti objektů (viz. tabulka 10).

Novými produkty pro turistickou sezónu 2013 jsou novinka v rámci produktové nabídky a to propagační materiály HRAVý HRAdec a HRAvé HRAdecko. První z nich je zaměřen na turistické atraktivitu přímo ve městě nad Vajgarem, druhý pak zve návštěvníky za zajímavostmi celého regionu. Oba materiály budou v dohledné době k dispozici i v jazykových mutacích (AJ, NJ).

Projekt v rámci životního prostředí spojený s CR je Jindrova naučná stezka mezi Jindřichovým Hradcem a Malým Ratmírovem. 12 km dlouhá stezka nabízí procházku podél zajímavého kamenitého koryta Hamerského potoka, přes úchvatnou scenérii Jindřišského údolí se skalnatými svahy a suťovými lesy, až po pohledy na přirozené meandry Hamerského potoka. Celkem se na stezce nachází 21 informačních panelů, ze

kterých se návštěvníci mimo jiné dozvědí o vzácných druzích z rostlinné i živočišné říše.

Turisté využívají služeb infocentra prakticky nepřetržitě. V nejvíce exponovaných měsících (červen, červenec, srpen) je Informační středisko města Jindřichův Hradec otevřeno nepřetržitě každý den, včetně sobot a nedělí. Počet návštěvníků je uveden ve statistice návštěvnosti v tabulce 10. Návštěvníci vyhledávají informace nejčastěji zaměřené na nabídku trávení volného času ve městě a nejbližším okolí a dále o klasické služby (ubytování, stravování, parkování...). Dotazy zaměřené na farmy či ekofarmy jsou výjimečné (cca 3 do roka).

Tabulka 10: Statistika návštěvnosti objektů v Jindřichově Hradci

Statistika návštěvnosti				
	2009	2010	2011	2012
Informační středisko	55 000	70 000	73 250	73 574
Zámek	62 000	58 000	56 843	59 379
Muzeum JH	69 000	61 000	58 679	64 628
Muzeum fotografie a MOM	2 246	2 794	2 860	6 454
Dům gobelínů	otevřeno od dubna 2012			9 325
Jindřichohradecké místní dráhy			390 539	388 539

Zdroj: Vlastní šetření

Otázky pro vedoucí oddělení regionálního rozvoje - rozvojové programy a dotace;
ředitelka sdružení MAS (Místní akční skupina Česká Kanada, o. p. s.) zodpověděla
Mgr. Szutová Vilma a doplnila je vedoucí oddělení ochrany prostředí, ochrana
ovzduší a vod Šelepová Petra, Dis.

- 8) *Existuje zde nějaká možnost o přidělení dotace při přechodu na ekologicky šetrné zemědělství spojené s ubytováním a dalšími službami v rámci cestovního ruchu?*
- 9) *Pokud je možnost požádat o dotaci, pomáháte žadatelům při sestavování žádosti, popřípadě kde mohu o pomoc požádat?*
- 10) *Jsou zde nějaké projekty v rámci životního prostředí spojené s cestovním ruchem?*

Shrnutí odpovědí

Dotace existují a je jich celá řada, záleží na tom, jaké jsou aktuální výzvy na přidělení grantů a příspěvků. Tyto výzvy lze najít například na internetových stránkách Jihočeského kraje. S dotacemi spojenými s cestovním ruchem, ale i dalšími odvětvími, se zabývá převážně MAS. Jelikož je toto sdružení založené jen krátce, tak zatím pouze pomáhá s vyřizováním dotací. MAS pořádá školení jak sestavovat dotace. Zde se účastníci dozvědí vše o tom, kde a jakým způsobem o dotaci požádat. Je zde i možnost po domluvě sjednat individuální pomoc.

Je zde zatím pouze jeden projekt přímo spojený s životním prostředím, a to již zmíněný Jakubova naučná stezka. Další projekt, který nyní probíhá je Města v rozletu. Princip je takový, že tři rakouská města - Horn, Zwettl, Schrems a tři česká města – Jindřichův Hradec, Telč a Třeboň společně spolupracují a navzájem si pravidelně vyměňují své zkušenosti, ze všech oblastí, a učí se z nich. Aktivity a strategie si nekonkurují, ba naopak se vzájemně doplňují. Pomoc také spočívá v tom, že když chce podnikatel z těchto zahraničních měst v České republice začít podnikat, tak mu s tím u nás pomůžeme a samozřejmě to funguje i naopak.

Jako připravovaný projekt MASky je vydání publikace, která bude obsahovat všechny potřebné informace pro turisty, bude vlastně fungovat jako „přenosné informační centrum“. Přípravy už probíhají a to tím způsobem, že zaměstnanci sdružení objíždějí všechny obce a v nich zjišťují možnosti ubytování, stravování, ale i místní produkty a zajímavosti. Poté se všechny tyto informace zveřejní v této publikaci. Pro správnou představu, je zde příklad: Návštěvník přijede do Jarošova nad Nežárkou a chce se zde ubytovat a najíst, nemá k dispozici internet a nechce hledat na vlastní pěst. Proto bude mít u sebe tuto publikaci, v které všechny tyto důležité informace najde.

5.7. Vyhodnocení výsledků rozhovorů

Z řízených rozhovorů vyplynuly následující informace. Cestovní ruch je v Jindřichově Hradci podporován různými prostředky. Ze strany infocentra se jedná především o vydávání propagačních materiálů nebo zviditelnění na veletrzích jak v tuzemsku, tak v zahraničí. Místní akční skupina naopak spíše podporuje podnikatele a pomáhá jim ve shánění finanční podpory. Výsledky této pomoci se promítají ve zvyšování návštěvnosti objektů.

Jindřichův Hradec se snaží stále vymýšlet nové produkty, kterými chce přilákat návštěvníky. K novinkám na rok 2013 patří propagační materiály HRAVý HRAdec a HRAVé HRAdocko. I ze strany podpory podnikatelských subjektů vznikl nový projekt s názvem Města v rozletu. Město se snaží i o projekty v rámci životního prostředí, konkrétně se jedná o pěší Jindrovu naučnou stezku mezi Jindřichovým Hradcem a Malým Ratmírovem.

Návštěvníci využívají prakticky neustále služby infocentra, a proto je v nejvíce vytižených měsících (červen – srpen) otevřeno nepřetržitě každý den, včetně sobot a nedělí. Nejčastější vyhledávané informace se týkají nabídky volnočasových aktivit, ubytování, stravování a parkování. O možnosti trávit dovolenou nebo navštívit zemědělskou farmu je zájem jen zřídka.

Další okruh otázek se týkal dotací a jiné finanční podpory projektů spojených s cestovním ruchem. Informace k těmto otázkám byly získány v Místní akční skupině Česká Kanada (MAS), která se těmito záležitostmi zabývá. Její hlavní činností je školení pro podnikatelské subjekty, kde se dozvědí všechny důležité kroky při získávání dotací a grantů. Samozřejmě poskytují i individuální pomoc. Pro větší seznámení se sdružením MAS, jsou zde podrobnější informace:

MAS

Tato skupina vznikla v srpnu 2012 a zajišťuje partnerství mezi veřejnou správou, podnikateli a neziskovými organizacemi za účelem rozvoje venkovských oblastí pomocí iniciativy LEADER. Zabývá se územím Jindřichohradecka a Dačicka. Cílem této skupiny je získávat finanční prostředky ze Státního zemědělského intervenčního fondu (SZIF). Po získání těchto prostředků budou vyhlašovány výzvy, do kterých budou podnikatelé přihlašovat své projekty. Poté proběhne výběrové řízení, v kterém budou vybrány nejlepší projekty a těm budou přerozděleny tyto finance. S přidělením peněz se počítá nejdéle do roku 2014.

Dokud skupina nedostane finanční prostředky, její práce je pouze pomáhat prostřednictvím konzultací a radit při sestavování žádostí o dotace vypsané přímo ministerstvem.

Dalším cílem je snaha o navázání spolupráce mezi podnikatelskými subjekty, například na cyklotrasách. Častý problém totiž nastává při navázání ubytovacích

a stravovacích služeb. Návštěvník se sice ubytuje, ale už se nemá možnost nabídky stravování. Je to způsobeno například tím, že ubytovací objekt nemá vlastní kuchyni, v obci se nenalézá žádná restaurace nebo zde restaurace je, ale má nevhodnou otevírací dobu. Tyto nedostatky chce sdružení odstranit a přimět podnikatele ke spolupráci.

Sdružení podporuje rozvoj regionálních produktů, jako je například sýrárna bratří Brunnerů v Jarošově nad Nežárkou. Tyto produkty chce také uvádět ve své publikaci. Cílem je větší informovanost a reklama na tyto výrobky pro turisty. Největším problémem u těchto regionálních produktů je málo vyučených pracovníků v oblastech, jako je právě například výroba sýrů a jiných méně obvyklých řemesel. Z toho důvodu si podnikatelé na tyto místa zaměstnávají pracovníky, kteří toto povolání nikdy nedělali, se snahou, že je to naučí. Bohužel se velice často setkávají s tím, že lidé se nic nového naučit nechtějí, a proto raději odcházejí.

Rozhovory byly vedeny s lidmi, kteří se každý den zabývají touto problematikou. Lze je hodnotit jako přínosné, jelikož obsahy sdělení vycházely ze zažité praxe, praktických a letitých zkušeností. Výsledky lze vnímat jako uspokojující. Je důležité vědět, že existuje podpora a ještě důležitější je, že je zde organizace, která podnikatele nejen se vším seznámí a vysvětlí, ale poskytne pomoc i v oblasti administrativy a to navíc vše bezplatně.

6. NÁVRH NOVÉHO PRODUKTU

Nový produkt cestovního ruchu má podobu prodlouženého víkendu a je zacílený na segment rodiny s dětmi. Pobyt je zaměřený na udržitelný cestovní ruch, orientovaný do venkovského prostředí. Aktivity jsou sestaveny tak, aby nebyly příliš fyzicky namáhavé a mohly je bez problémů vykonávat i děti.

Harmonogram pobytu je volitelný. To znamená, že není jen jedna varianta, které se musí všichni hosté striktně držet. Program je uzpůsobený tak, aby si návštěvník v cestovní kanceláři nebo na internetových stránkách CK, mohl vybrat, jaký program mu vyhovuje a ten si závazně objednat. Opodstatněným důvodem je, že se musí předem rezervovat místa jak na divadelní představení, tak na projížďky na koních. Tímto se vyhneme nepříjemnostem spojeným s nedostatkem kapacit.

6.1. Místo

Hosté budou ubytováni v penzionu Apartmány VALA u Fährnichova mlýna, který se nachází 1,5 km od Stráže nad Nežárkou. Toto místo je vybráno proto, že se rozprostírá v malebné krajině u řeky Nežárky a je téměř na samotě. K dispozici je zde beachvolejbalový kurt, dětské hřiště, úschovna jízdních kol, internet, TV místnost, zahrada a zdarma parkoviště vzdálené 20 m. Koupat se lze přímo v řece, která není příliš hluboká, a je proto tedy vhodná pro děti, nebo ve strážské pískárně vzdálené přibližně 1,5 km.

Nejbližší obchod se nachází ve Stráži nad Nežárkou (1,5 km) nebo v Plavsku (1,8 km). Ve Stráži nad Nežárkou je k dispozici také pošta, restaurace, benzinová pumpa nebo zámek, který je přístupný pro veřejnost.

6.2. Doprava

Turisté pojednou z Prahy do Jindřichova Hradce vlakem, kde budou mít zarezervovaná místa i prosto pro kola. Po příjezdu na vlakové nádraží v Jindřichově Hradci jim budou zavazadla naložena do automobilu, který je zajištěn ubytovacím zařízením. Z vlakového nádraží pojedou hosté na kolech přímo do apartmánů. Takto bude fungovat doprava i při zpáteční cestě. Vlaková doprava je zvolena proto, že je ekologičtější než autobusová nebo individuální automobilová doprava.

6.3. Popis harmonogramu

Pátek

Hosté do místa pobytu přicestují na kolech. Poté proběhne ubytování, seznámení s ubytovacím řádem a s prostředím. Stravování je zaměřené pouze na českou kuchyni, s čímž je návštěvník vždy dopředu seznámen. Po obědě budou všichni obeznámeni s podrobným programem pobytu a zajímavostmi, které se v okolí nacházejí.

Odpoledne, proběhne beseda s odborníkem z praxe, který bude hovořit o udržitelném cestovním ruchu a šetrném vztahu k životnímu prostředí. Mělo by se jednat o neformální besedu.

Na večerní program je připraveno divadelní představení ochotnického sboru J. K. Tyla ve Stráži nad Nežárkou. Představení je vybráno tak, aby bylo vhodné jak pro děti, tak i dospělé. Aby nedošlo ke komplikacím s volnými místy, jsou místa předem zarezervovaná, způsobem, který již zde byl zmíněn. Do Stráže nad Nežárkou budou hosté přepraveni automobilem zajištěným apartmány.

Sobota

V sobotu si klient vybírá ze dvou aktivit. Na své si přijdou jak milovníci koní, tak i cykloturistiky. Opět tyto aktivity si zájemci vybírá při rezervaci zájezdu. Předem zarezervovat se musí především přesný počet koní, ale také obědů.

Při výběru cyklistického výletu, je předem určená trasa, kterou každý dostane zakreslenou v mapě. Na této trase je určená zastávka v penzionu Pecák, kde je připravený oběd v určitém časovém intervalu. Tato jediná zastávka je časově určena, jinak si každý jede svým vlastním tempem. Dále je v apartmánech k dispozici půjčovna kol.

Výlet na koních se koná v Novosedlech nad Nežárkou na ekofarmě Nalezený. Na toto místo se hosté musí dopravit na kolech (délka cesty je 8,6 km a zabere přibližně čtyřicet minut). Zde proběhne instruktáž jezdců a seznámení s trasou. Na trase je zarezervovaný oběd v restauraci u Kačerů v obci Klec. Po projížďce je možnost si na farmě prohlédnout plemena ovcí, které majitel chová.

Večerní program je už pro všechny stejný. Okolo půl osmé bude táborový oheň, s možností opékání buřtů a k doladění atmosféry zahraje dvojice místních hudebníků na kytaru a banjo, zazpívají známé táborové písně.

Při nepříznivém počasí je jako náhradní program připravena návštěva Třeboně nebo Jindřichova Hradce.

Neděle

Nedělní dopoledne už nebude fyzicky náročné. Na programu je návštěva Houbového parku v Roseči. Na toto místo hosté pojedou na kolech (délka cesty je 7,8 km a zabere přibližně půl hodiny). Připraveny jsou dvě interaktivní stezky pro rodiče s dětmi a dílny, kde si děti mohou vyzkoušet a vyrobit mnoho věcí, například batikové prostírání, drátkování ozdob, létající draky, taštičky, peněženky, drátové stromečky a zkusit si mohou malování na hedvábí, na kameny, pískovou techniku nebo vypalovací techniku na dlaždice. Vstupné činí 80 Kč na osobu a děti do 3 let mají vstup zdarma.

Po prohlídce Houbového parku je zde k vidění unikátní sbírka fosilií, která je chronologicky a časově zpracována. Vstup je 50 Kč na dospělé osobu.

Odjezd je chystaný tak, aby se hosté mohli v klidu naobědvat a sbalit, proto je plánovaný na čtrnáctou hodinu.

6.4. Harmonogram pobytu

Pátek:

- Příjezd do 12:00
- 12:05 – 12:45 ubytování a seznámení s prostředím
- 13:00 oběd – výběr ze 3 jídel
- 15:00 bližší seznámení s okolím a poukázání na zajímavosti + obeznámení s programem pobytu
- 14:30 beseda s odborníkem z praxe o udržitelném cestovním ruchu a životním prostředí
- Volný program
- 19:00 divadelní představení Strážského ochotnického souboru J. K. Tyla

Sobota:

- Snídaně 7:30 – 9:30 (formou švédských stolů)

1) Program pro cyklisty – Okruh po jemčinských lesích

- 10:30 – odjezd směr Šimanov
- 12:00 – 13:00 oběd v penzionu Pecák
- Po obědě se dále pokračuje v naplánované trase

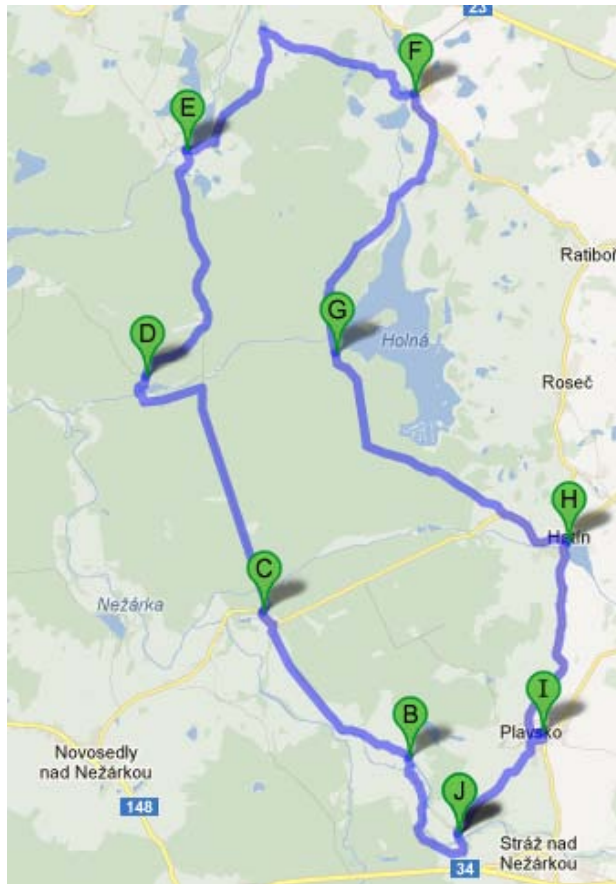
2) Program pro milovníky koní – Poznej kraji z koňského hřbetu

- 10:30 být na farmě (doprava na kole)
– vzdálenost 7,5 km a doba cesty cca 30 minut
 - 10:40 instruktáž dle zdatnosti jezdců
 - 11:30 odjezd na projížďku
 - 13:00 – 14:30 oběd U Kačerů v obci Klec
(trať vyjížděky: Novosedly nad Nežárkou – Klec – zpět přes louky do Novosedel)
- Večeře 18:00 – 18:45
 - 19:30 táborák, možnost opékání buřtů a živá hudba (kytara a banjo)

Neděle:

- Snídaně 7:30 – 9:30
- Návštěva Houbového parku a muzea fosílií v Roseči
- Oběd 12:30 – 13:30
- 14:00 odjezd

Mapa 5: Trasa cyklistického výletu



Zdroj: www.maps.google.cz

6.5. Kalkulace ceny produktu

Doprava:

- Vlaková trasa Praha – JH.....112 Kč/osobu (skupinová sleva)
(cena jízdného trasy Praha – JH bez slevy je 212 Kč/osoba)
 - Poplatek za přepravu kola jako spoluzavazadla.....50 Kč/osoba
- Doprava zavazadel JH – Apartmány VALA:
Automobil VW Transporter 2,5 TDi – kombinovaná spotřeba
 - spotřeba 9 l/100 km
 - cena paliva (k 23. 4. 2013) 33,90 Kč

Amortizace vozidla (podle právních předpisů ministerstva práce a soc. věcí)
= 3,60 Kč/km

Výpočet:

Cena 1 km: $9/100 * 33,90 = 3,051$ Kč/km

JH – Apartmány VALA (15 km) = $15 * 3,051 = 47,765$

Amortizace = $15 * 3,60 = 54$ Kč

Apartmány VALA – Stráž nad Nežárkou (1 km) = $1 * 3,051 = 3,051$

Amortizace = $1 * 3,60 = 3,60$

Celková cena dopravy:

= $(112 * 2) + (50 * 2) + (47,756 * 2)/25 + (54 * 2)/25 = 330,20$ Kč

+ doprava na divadelní představení (cena jedné cesty – pouze tam je 6,651 Kč)

Informační tabule:

- 1) Aktuální tabule, která se nachází na rozcestí u zámku Jemčina, potřebuje pouze nový nátěr.

Cena:

LAXUROL GOLD, odstín teak, objem plechovky 2,5 l.....716 Kč

(www.ibarvy.cz)

- 2) Nová informační tabule „PETROV“

Rozměr: 1200 x 900 mm

Výška: 2100 mm

Dřevěný masiv, materiál broušený smrk

Výrobce: SPA

Cena: 4 828 Kč (včetně DPH) + odprava 699 Kč

(www.zahradaspecial.cz)

Na trasu dlouhou 30 km by se využilo 5 nových informačních tabulí.

Celková cena

= $716 + (4 828 * 5) + 699 = 25 555$ Kč

Odpočívací místa:

Odpočívací místo by obsahovalo dvě lavičky a stůl, stojan na kolo a odpadkový koš.

Spojené lavičky se stolem: 5 950 Kč (včetně DPH) (firma VLADEKO)

Stojan na kolo ze dřeva: 2 900 Kč (včetně DPH) (firma KELIWOOD)

Odpadkový koš: 999 Kč (včetně DPH) (www.parkove-lavicky.cz)

Tato místa by byla udělána po 10 km, tím pádem by stačila tři místa.

Celková cena:

= (5 950 + 2 900 + 999) * 3 = 29 547 Kč

Peněžní prostředky

O peněžní prostředky na informační tabule a odpočívací místa by se zažádalo na Jihočeském kraji. Jednalo by se o granty a příspěvky v rámci cestovního ruchu (Produkty a služby v cestovním ruchu) nebo venkovského prostoru (Program obnovy venkova Jihočeského kraje).

Ubytování - cena od pátku do neděle (včetně DPH):

- Třílůžkový pokoj..... 1 920 Kč
- Čtyřlůžkový pokoj..... 2 680 Kč
- Pětilůžkový pokoj..... 3 350 Kč

Stravování (včetně DPH):

- Snídaně..... 50 Kč/osoba
- Oběd 100 Kč/osoba
- Večeře 100 Kč/ osoba

Vstupné na divadelní představení (včetně DPH):

- Dospělý: 120 Kč
- Dítě:..... 70 Kč

Cyklistický výlet: mapa (včetně DPH) 50 Kč/ks
 Vypůjčení koně na celý den (včetně DPH)..... 1 200 Kč/za koně
 Hudebníci (včetně DPH).....30 Kč/osoba

Celková cena produktu (se sobotním programem na koních)

– včetně povinného smluvního pojištění (50 Kč)

Doprava:	330,20 Kč
Stravování:	600 Kč (50 * 2 + 5 * 100)
Kůň:	1 200 Kč
Hudebníci:	30 Kč
Houbový park:	80 Kč (děti do 3 let zdarma)
Muzeum fosílií:	50 Kč
<u>Pojištění</u>	<u>50 Kč</u>

= 2 340,20 Kč

Konečná celková cena včetně ubytování a marže 25 %

1 os./třílůžkový pokoj: $2\,340,20 + 640 = 2\,980,20 + (2\,980,20 * 0,25) = \underline{3\,725,25 \text{ Kč}}$

1 os./čtyřlůžkový pokoj: $2\,340,20 + 670 = 3\,010,20 + (3\,010,20 * 0,25) = \underline{3\,762,75 \text{ Kč}}$

1 os./pětilůžkový pokoj: $2\,340,20 + 670 = 3\,010,20 + (3\,010,20 * 0,25) = \underline{3\,762,75 \text{ Kč}}$

+ divadelní představení (rezervace)

Konečné celkové ceny jsou uvedeny včetně DPH.

Celková cena produktu (se sobotním programem na kole)

– včetně povinného smluvního pojištění (50 Kč)

Doprava:	330,20 Kč
Stravování:	600 Kč (50 * 2 + 5 * 100)
Mapa:	50 Kč
Hudebníci:	30 Kč
Houbový park:	80 Kč (děti do 3 let zdarma)
Muzeum fosílií:	50 Kč
Pojištění:	50 Kč

= 1 190,20

Konečná celková cena včetně ubytování a marže (25 %)

1 os./třílůžkový pokoj: $1\ 190,20 + 640 = 1\ 830,20 + (1\ 830,20 * 0,25) = \underline{2\ 287,75\ Kč}$

1 os./čtyřlůžkový pokoj: $1\ 190,20 + 670 = 1\ 860,20 + (1\ 860,20 * 0,25) = \underline{2\ 325,25\ Kč}$

1 os./pětilůžkový pokoj: $1\ 190,20 + 670 = 1\ 860,20 + (1\ 860,20 * 0,25) = \underline{2\ 325,25\ Kč}$

+ divadelní představení (rezervace)

Konečné celkové ceny jsou uvedeny včetně DPH.

6.6. Cíl projektu

Cílem produktu je, aby účastníci cestovního ruchu strávili aktivně dovolenou v přírodě a chovali se k ní šetrně. Projekt je zaměřený převážně na rodinu s dětmi, ale zúčastnit se mohou i jednotlivci.

Když se hovoří o udržitelném cestovním ruchu, nehovoří se o nové formě turistiky, ale o přístupu, který by měl být používán ve všech jejích typech.

V rámci nekoordinovaného rozvoje cestovního ruchu se musí dávat pozor na špatné vlivy, ke kterým dochází při nadměrném převyšování kapacity určité destinace. Jedná se

především o ohrožování přírodního prostředí a krajiny, nadměrné využívání přírodních zdrojů, konflikty mezi domácím obyvatelstvem a návštěvníky nebo k nadměrnému produkovaní odpadů a s tím související nelegální skládky.

Aby se vyvarovalo těchto dopadů, má produkt omezenou kapacitu účastníků (25) a je umístěn v oblasti, kde jsou pouze rekreační chaty. Tím pádem nedochází ke konfliktním situacím s místním obyvatelstvem a ani k přetěžování životního prostředí a jeho znečištění.

Aktivity jsou zvoleny tak, aby se děti pobavily a rodiče odpočinuli. Kapacita zájezdu není příliš vysoká a to z toho důvodu, aby panovala mezi účastníky přátelská atmosféra.

Pestrý program nabízí jak divadelní představení, sportovní vyžití, tak návštěvníka seznámí s místní ekofarmou, provede ho zdejšími lesy, prozkoumá Houbový park a muzeum fosílií a také si vychutná nostalgický večer při zvuku kytary a banja u táborového ohně.

6.7. Rizika projektu

Projekt může být narušen přírodními živly. Vydatné deště mohou způsobit rozvodnění řeky, která protéká vedle apartmánů, a tím ohrožit bezpečnost návštěvníků. Špatné počasí trávající po celou dobu pobytu znemožní vykonávání činností, na které je celý produkt zaměřen.

Mezi další ohrožení produktu lze zařadit nenaplnění kapacity zájezdu, zrušení divadelního představení (například z důvodu nemoci herců) nebo onemocnění koní.

6.8. Zprostředkování produktu

Produkt ve formě balíčku služeb budou nabízet cestovní kanceláře nebo cestovní agentury a to přímo na pobočce nebo přes internetové stránky. Dalšími možnostmi propagace jsou veletrhy. Tam si lze pobyt okamžitě zakoupit nebo prostřednictvím infocentra, které zájemce informuje o tomto pobytu a poskytne kontakt, kde si lze produkt zarezervovat.

Tento produkt je zacílen na segment rodiny s dětmi z větších měst, jako například Praha. Smyslem je, aby se děti už od mala učily trávit dovolenou a volný čas v přírodě tak, aby je aktivity bavily, zároveň si odpočinuly a přitom se chovaly šetrně k životnímu prostředí a dalším atraktivitám cestovního ruchu. Pozornost je tomu věnována proto, že

tyto děti také jednou budou mít vlastní rodiny a své potomky budou učit to, co se samy zde naučily. Snahou je do budoucna minimalizovat dopady cestovního ruchu na životní prostředí a kulturní dědictví a maximalizace přínosů pro obyvatele destinací.

Nejdůležitější forma propagace bude v rámci škol. Po oslovení školy a domluvě se uskuteční přednáška, ve které bude odborník z praxe hovořit o cestovním ruchu, životním prostředí a jak trávit dovolenou tak, aby účastníky bavila a při tom neškodila přírodě. Přednáška bude vedena zábavnou formou, aby děti upoutala, a zároveň bude propagovat prodloužený víkend na kolech. Cílem bude zaujmout děti natolik, aby se s rodiči zúčastnily tohoto pobytu. Další mediální podpora bude prostřednictvím rádia.

7. ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo zhodnotit Jindřichohradecko z hlediska stavu udržitelného cestovního ruchu a postoj turistů vůči tomuto cestovnímu ruchu. Dále vypracovat návrh a připravit nový produkt cestovního ruchu.

Prvním krokem bylo prostudování odborné literatury a pramenů. Na základě této studie vypracování literární rešerše, která slouží k vysvětlení základních termínů užívaných v cestovním ruchu.

Dále následovala situační analýza destinace, která se zaměřila nejdříve přímo na Jindřichův Hradec na jeho základní informace, historii, nejvýznamnější památky a muzea. Poté se zmapovalo okolí, zaměřilo se na hrady a zámky, muzea, technické památky, volnočasové aktivity, na možnosti koupání, pěší a cyklostezky a nakonec na ubytovací služby.

Následující krok byla příprava a realizace terénního šetření. Realizace proběhla pomocí dotazníků a řízených rozhovorů. V dotaznících se zjišťovalo, jaký postoj zaujímají turisté vůči tomuto cestovnímu ruchu, jestli mají zájem se ho zúčastnit, nebo jestli jsou alespoň v povědomí návštěvníků pojmy spojené s tímto cestovním ruchem. Po vyplnění všech dotazníků, proběhlo vyhodnocení a interpretace výsledků. Dotazníky sloužily jako podpůrný prostředek řízených rozhovorů. Rozhovory proběhly se zaměstnanci infocentra a s pracovníky na městském úřadě v Jindřichově Hradci. Na městském úřadě byly zodpovězeny otázky týkající se podpory a financování projektů spojených s udržitelným cestovním ruchem. V infocentru byly kladeny otázky zaměřené spíše na návštěvnost a služby, které jsou nejčastěji využívány turisty.

Na základě územní analýzy a výsledků terénního šetření byl vypracován návrh nového produktu cestovního ruchu. Tento produkt má podobu prodlouženého víkendu. Je situován do venkovského prostředí a všechny aktivity jsou naplánovány v přírodě. Vhodný je jak pro celou rodinu, tak i pro jednotlivce. Program je sestavený tak, aby nebyl příliš fyzicky náročný a tudíž ho mohly vykonávat i děti. Zároveň je rozmanitý, aby si v něm každý mohl najít něco, co ho zaujme a bude bavit. Cyklistický výlet a projížďka na koních jsou zvoleny proto, že výlet na kole je aktivní záliba a výlet koních spíše pasivní. Dále jsou naplánovány aktivity, které jsou odpočinkové, sice jde jen o táborový oheň a zazpívání si pár písniček u něj nebo o divadelní hru ochotnického

divadelního sboru malé městečka, ale právě tyto drobnosti dodávají tu správnou atmosféru tomuto projektu.

Jindřichohradecký kraj je přímo stvořený pro takovéto dovolené. Je zde mnoho zajímavých míst, památek, překrásná krajina, ke které neodmyslitelně patří Česká Kanada nebo například velké množství vodních ploch, ve kterých se lze převážně koupat. Chaty, chalupy, kempy i penziony jsou zde již několik desítek let, lidé si toto ubytování oblíbili a vrací se. Z toho lze vyčíst, že návštěvníci mají přírodu rádi a ani jim nevádí, že během své dovolené nebydlí v luxusním hotelu. Jižní Čechy obecně jsou vyhlášeny svou líbeznou krajinou a z toho důvodu sem i lidé přijíždějí. Proto si myslím, že udržitelný cestovní ruch je pro toto území ten správný směr. Z toho vyplývá, že tato turistika se dá více rozvíjet a když se turistům nabídnou nějaké inovaci či nové produkty, zvedne se zájem o tento typ dovolené.

Pozitivní přínos pro tento cestovní ruch by určitě přinesla větší medializace těchto projektů. Čím více lidé budou seznamováni s udržitelným cestovním ruchem jako je agroturistika, ekoagroturistika či venkovský cestovní ruch, tím budou mít větší zájem o pobyty spojené s tímto cestovním ruchem.

Dobrý příklad z praxe lze nalézt například na hradě Karlštejně. Pokud návštěvníci chtějí vidět druhý prohlídkový okruh, který vede přes Kapli svatého Kříže, je zde potřeba si tuto trasu zarezervovat dopředu. Trasa je určena maximálně pro 16 osob.

Pokud se podíváme dále za hranice České republiky, objevíme zde další projekty. Jedním z nich je Sportovní rybářství (*zdroj: ekologie.upol.cz*) ve Walesu, který se zde snaží o maximalizaci ekonomického přínosu přírodních hodnot. Cílem toho projektu je zlepšit kvalitu životního prostředí a zpřístupnit síť lokalit pro rybaření v tekoucích a stojatých vodách. „Projekt podporuje organizace ze sektoru služeb a motivuje je k zapojení do programu revitalizací biotopů. Účelem programu je podporovat přirozené funkce ekosystému, udržovat dostatek ryb a zvýšit biodiverzitu.“

Klíčová slova:

Cestovní ruch, návštěvník, Jindřichohradecko, udržitelný cestovní ruch, životní prostředí, marketing, produkt cestovního ruchu

8. SUMMARY

The aim of this study was to evaluate Jindřichohradecko terms of the state of sustainable tourism and attitude towards the tourists tourism. In addition to design and develop a new tourism product. The first step was to study literature and sources. Based on this study, the development of literary research, which is used to explain the basic terms used in tourism.

Then followed a situational analysis of the destination, which focused first on Jindřichův Hradec his basic information, history, the most important monuments and museums. Then the mapped area, focused on castles, museums, industrial heritage, leisure activities, for swimming, walking and cycling, and finally to accommodation services. The next step was the preparation and implementation of the field survey. It was implemented by using questionnaires and structured interviews. After completing all the questionnaires was evaluation and interpretation of results. Questionnaires were used as a means of structured interviews. Interviews were conducted with staff and personnel information center at the town hall in Jindrichuv Hradec.

Based on the spatial analysis and results of the field survey was proposed a new tourism product. This product takes the form of an extended weekend. It is situated in a rural environment and all activities are planned in nature. It is suitable both for the whole family, as well as for individuals.

Jindřichův Hradec region is ideal for such a holiday. Cottages, campsites and guesthouses have been here for decades, people have loved this property and returns. South Bohemia are generally announced its lovely landscape and therefore the people come here. So I think that sustainable tourism for the area in the right direction. This implies that the tourism can be developed further, and when tourists offer some innovation or new products rises interested in this type of holiday.

Positive benefits for the tourism would certainly have brought greater media coverage of these projects. The more people are familiar with sustainable tourism as tourism, ekoagroturistika or rural tourism, this will be more interested in activities associated with the tourism. A practical example can be found in the Czech Republic at the castle Karlstejn or abroad in Wales.

Key words: tourism, visitor, Jindřichohradecko, sustainable tourism, environment, marketing, tourism product.

9. SEZNAMY

9.1. Seznam použité literatury

- 1) ČERTÍK, Miroslav. *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. Vyd. 1. Praha: OFF, 2001. ISBN 80-238-6275-8.
- 2) DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-901-7.
- 3) FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada Pub., 2001. ISBN 80-247-0207-x.
- 4) FRANCOVÁ, Eva. *Cestovní ruch: [aplikovaný marketing služeb]*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003. Skripta (Univerzita Palackého). ISBN 8024407191.
- 5) FYALL, Alan a Brian GARROD. *Tourism marketing: a collaborative approach*. Buffalo: Channel View Publications, c2005. ISBN 1873150903.
- 6) HALL, Derek R, Irene KIRKPATRICK a Morag MITCHELL. *Rural tourism and sustainable business: a collaborative approach*. Buffalo: Channel View Publications, c2005. ISBN 1845410122.
- 7) HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 9788073731076.
- 8) HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: [aplikovaný marketing služeb]*. Vyd. 1. Jindřichův Hradec: Jihočeská univerzita, Fakulta managementu, 1997. ISBN 80-7040-233-4.
- 9) HESKOVÁ, Marie. *Unikátní technické atraktivity jižních Čech*. 1. české vyd. Praha: Profess Consulting, 2006. ISBN 9788072590537. HLADKÁ, Jitka. *Technika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1997. ISBN 80-7169-476-2.
- 10) HORNER, Susan. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: [aplikovaný marketing služeb]*. Vyd. 1. Praha: Grada, c2003. ISBN 80-247-0202-9.
- 11) GOELDNER, Charles a Brent RITCHIE. *Tourism: principles, practices, philosophies*. Eleventh ed. Hoboken, N.J.: John Wiley, c2009. ISBN 978-0-470-08459-5.
- 12) KIRÁLOVÁ, Alžbeta. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003. ISBN 8086119564.
- 13) KUČEROVÁ, Irah. *Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch: [aplikovaný marketing služeb]*. 1. vyd. Praha: Idea Servis, 1997. ISBN 80-85970-14-7.

- 14) NĚMČANSKÝ, Milan. *Agroturistika: [aplikovaný marketing služeb]*. Vyd. 1. Karviná: Slezská univerzita, Obchodně podnikatelská fakulta, 1996. Skripta (Univerzita Palackého). ISBN 8085879360.
- 15) ORIEŠKA, Ján. *Animácia v cestovnom ruchu: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Vyd. 1. V Banskej Bystrici: Univerzita Mateja Bela, 2003. ISBN 8080558582.
- 16) ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu: [aplikovaný marketing služeb]*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.
- 17) PALATKOVÁ, M., ZICHOVÁ, J. *Ekonomika turismu – Turismus České republiky*. Praha: GRADA PUB., 2011, ISBN: 978-80-247-3748-5.
- 18) PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006. ISBN 8024710145.
- 19) PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 2007, ISBN: 978-0-470-08459-5.
- 20) PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. ISBN 80-239-0152-4.

9.2. Seznam použitých internetových stránek

DESTINAČNÍ MANAGEMENT A VYTVÁŘENÍ PRODUKTŮ V CESTOVNÍM RUCHU. [online]. [cit. 2012-11-26]. Dostupné z:

http://www.mmr.cz/getmedia/cc80193b-e4e8-4694-8a65-728df70a5fd8/GetFile14_2

INDROVÁ, Jarmila. Cestovní ruch: důležitá součást ekonomiky a významný faktor rozvoje destinací. [online]. [cit. 2012-11-26]. Dostupné z:

<http://www.casopis.ochranaprirody.cz/zvlastni-cislo/cestovni-ruch.html>

Definice pojmů a příklady. [online]. [cit. 2013-03-03]. Dostupné z:

http://www.ftvs.cuni.cz/hendl/metodologie/definice_hypotezy.htm

Jindřichův Hradec. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2013-03-14]. Dostupné z:

http://cs.wikipedia.org/wiki/Jind%C5%99ich%C5%AFv_Hradec

Městské informační centrum Jindřichův Hradec: Historie Jindřichova Hradce. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://infocentrum.jh.cz/cs/historie-a-pamatky/historie-jindrichova-hradce.html>

Statní hrad a zámek Jindřichův Hradec. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://www.zamek-jindrichuvhradec.eu>

Muzeum Jindřichohradecka. [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné z: <http://www.mjh.cz>

JÍŽNÍ ČECHY A ŠUMAVA: Jindřichův Hradec - kostel Nanebevzetí Panny Marie. [online]. [cit. 2013-03-15]. Dostupné z: <http://www.jiznicehy.org/cz/index.php?path=mest/jhradec3.htm>

Jindřichův Hradec - 15.poledník. [online]. [cit. 2013-03-15]. Dostupné z: <http://www.turistika.cz/mista/jindrichuv-hradec-15-polednik>

Jízdné a dovozní v parních vlacích JHMD. [online]. [cit. 2013-03-15]. Dostupné z: <http://www.jhmd.cz/docs/para2013cenik.pdf>

Landštejn. [online]. [cit. 2013-03-16]. Dostupné z: <http://www.jhmd.cz/docs/para2013cenik.pdf>

Letecké muzeum Deštná. [online]. [cit. 2013-03-16]. Dostupné z: <http://www.leteckemuzeum.destna.cz>

Provoznické muzeum Deštná. [online]. [cit. 2013-34-16]. Dostupné z: <http://www.provaznickemuzeum.destna.cz>

Staré Město pod Landštejnem. [online]. [cit. 2013-03-16]. Dostupné z: http://www.staremestopl.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=15459&id=1509&p1=1012

Golfový klub Nová Bystřice. [online]. [cit. 2013-03-16]. Dostupné z: <http://www.golfnovabystrice.cz>

Plavecký bazén a venkovní aquapark. [online]. [cit. 2013-03-16]. Dostupné z: <http://bazen.jh.cz>

Česká Kanada. [online]. [cit. 2013-03-17]. Dostupné z: <http://www.ceska-kanada.cz/ceska-kanada-1.html>

Jižní Čechy a Šumava: Velká Holná. [online]. [cit. 2013-03-17]. Dostupné z:

<http://www.jiznicechy.org/cz/index.php?path=ost/holna.htm>

Ratmírovský rybník. [online]. [cit. 2013-03-17]. Dostupné z:

<http://stezka.hamerskypotok.cz/pages/pruvodce-stezkou/blazejov--m.-ratmirov/21.-zastaveni.php>

Administrativní rozdělení okresu Jindřichův Hradec. [online]. [cit. 2013-04-02].

Dostupné z:

[http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/administrativni_rozdeleni_okresu_jh_k_1_1_2008/\\$File/Jind%C5%99ich%C5%AFv%20Hradec.gif](http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/administrativni_rozdeleni_okresu_jh_k_1_1_2008/$File/Jind%C5%99ich%C5%AFv%20Hradec.gif)

BRANDL, Klara. Udržitelný cestovní ruch a ochrana přírody: Investice do naší budoucnosti. [online]. [cit. 2013-04-08]. Dostupné z:

http://ekologie.upol.cz/ku/fobop/podklady/Udrzitelny_turismus.pdf

9.2. Seznam schémat, grafů, obrázků, map a tabulek

Schéma 1: Cestovní ruch jako systém podle Hesková a kol. (2011: 11).....	5
Schéma 2: Struktura cestujících podle závěrů mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu (Hesková a kol. 2011: 12).....	6
<i>Mapa 1: Správní obvod obce s rozšířenou působností.....</i>	24
<i>Mapa 2: Trasa Jindřichův Hradec - Děbolín.....</i>	40
<i>Mapa 3: Trasa Jindřovo naučné stezky.....</i>	40
<i>Mapa 4: Trasa S dětmi na kole.....</i>	41
<i>Mapa 5: Trasa cyklistického výletu.....</i>	66
Obrázek 1: Znak a vlajka Jindřichova Hradce.....	25
Tabulka 1: Vstupné v provozní době, český výklad.....	26
Tabulka 2: Vstupné v provozní době, s příplatkem za cizojazyčný výklad.....	27
Tabulka 3: Vstupné do expozice muzea.....	28

Tabulka 4: Trať Jindřichův Hradec – Nová Bystřice	31
Tabulka 5: Trať Jindřichův Hradec – Obrataň	31
Tabulka 6: Vstupné na zámku Červená Lhota.....	32
Tabulka 7: Ceník plaveckého bazénu	36
Tabulka 8: Ceník aqvaparku	36
Tabulka 10: Statistika návštěvnosti objektů v Jindřichově Hradci.....	58
1. Otázka: Graf 1: Jakým dopravním prostředkem jste přicestovali?	45
2. Otázka: Graf 2: Jaký byl/je důvod Vaší návštěvy?	46
4. Otázka: Graf 3: Máte v úmyslu opakovat návštěvu Jindřichohradecka?	47
5. Otázka: Graf 4: Navštívili jste Infocentrum v Jindřichově Hradci?	47
10. Otázka: Graf 5: Setkali jste se s pojmem udržitelný cestovní ruch?.....	49
11. Otázka: Graf 6: Jste zastánce ekologického chování k přírodě?	49
12. Otázka: Graf 7: Účastníce se venkovského cestovního ruchu?	50
13. Otázka: Graf 8: Pokud jedete do cizího kraje (města), zjišťujete si dopředu nějaké informace o tomto místě – lidové tradice, zvyky, charakteristika obyvatel... ..	50
14. Otázka: Graf 9: Vyhledáváte pro svou dovolenou spíše tichá a klidná místa (např. vesnice) nebo jedete raději do větších měst?	51
15. Otázka: Graf 10: Nakupujete v místě dovolené místní produkty (např. domácí potraviny, výrobky)?	51
16. Otázka: Graf 11: Snažíte se v místě dovolené navazovat kontakty s místními obyvateli?.....	52
17. Otázka: Graf 12:cPokud trávíte dovolenou na vesnici, láká Vás zkusit zde nějakou činnost typickou pro tuto oblast?	52
18. Otázka: Graf 13: Jste zastánce masových akcí, jako jsou festivaly, koncerty na veřejném prostranství...?	53
19. Otázka: Graf 14: Setkali jste se s pojmy agroturistika nebo ekoagroturistika?.....	53
20. Otázka: Graf 15: Pokud ANO, uvažujete o tom, že byste se tohoto druhu cestovního ruchu někdy zúčastnili?.....	54

9.3. Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník

Příloha 2: Grafické znázornění výsledků otázek 21 – 24 dotazníkového šetření

Příloha 3: Administrativní rozdělení okresu Jindřichův Hradec

Příloha 4: Vycházkový okruh městem Jindřichův Hradec

Příloha 5: Mapa Cyklostezky – Krajem jemčinských lesů

Příloha 6: Fotografie Apartmánů VALA

Příloha 7: Fotografie zahrady patřící Apartmánům VALA

Příloha 8: Fotografie jezu na Fährichově mlýně

Příloha 9: Fotografie pískárny u Stráže nad Nežárkou

Příloha 10: Fotografie penzionu Pecák

10. PŘÍLOHY

Příloha 1: Dotazník

1) Jakým dopravním prostředkem jste přicestovali?

- Auto
- Autobus
- Vlák
- Kolo
- Jiné

2) Jaký byl/je důvod Vaší návštěvy?

- Kulturně-historické památky
- Návštěva známých, příbuzných
- Příroda a relax
- Kulturní a sportovní akce
- Jiné

3) Co se Vám zde nejvíce líbilo?

4) Máte v úmyslu opakovat návštěvu Jindřichohradecka?

- ANO
- NE

5) Navštívili jste infocentrum v Jindřichově Hradci?

- ANO
- NE

6) Pokud ANO, jak jste byli spokojeni s poskytnutými informacemi a přístupem zaměstnanců?

7) Jaké místní památky jste navštívili?

8) Co si myslíte o zdejším životním prostředí?

9) Všimli jste si při své návštěvě nějakých zákazů, značek či omezení vůči pořádku a životnímu prostředí? Pokud ano, jaké?

10) Setkali jste s pojmem udržitelný cestovní ruch?

- ANO
- NE

11) Jste zastánce ekologického chování k přírodě?

- ANO
- NE

12) Účastníte se venkovského cestovního ruchu?

- ANO
- NE

13) Pokud jedete do cizího kraje (města), zjišťujete si dopředu nějaké informace o tomto místě – lidové tradice, zvyky, charakteristika obyvatel...

- ANO
- NE

14) Vyhledáváte pro svou dovolenou spíše tichá a klidná místa (např. vesnice) nebo jedete raději do větších měst?

- Klidná místa
- Města

15) Nakupujete v místě dovolené místní produkty (např. domácí potraviny, výrobky)?

- ANO
- NE

16) Snažíte se v místě dovolené navazovat kontakty s místními obyvateli?

- ANO
- NE

17) Pokud trávíte dovolenou na vesnici, láká Vás zkusit si zde nějakou činnost typickou pro tuto oblast?

- ANO
- NE

18) Jste zastánce masových akcí, jako jsou festivaly, koncerty na veřejném prostranství...?

- ANO
- NE

19) Setkali jste se s pojmy agroturistika nebo ekoagroturistika?

- ANO
- NE

20) Pokud ano, uvažujete o tom, že byste se tohoto druhu cestovního ruchu někdy zúčastnili?

- ANO
- NE

21) Jste: žena muž

22) Věk: do 15 16 – 25 26 – 40 41 – 60 60 a více

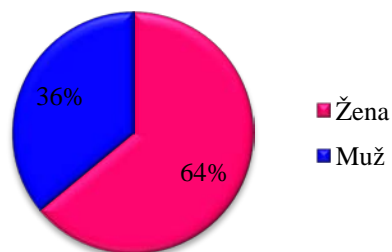
23) Jste: student zaměstnaný/á nezaměstnaný/á důchodce

24) Vaše bydliště (kraj):

Příloha 2: Grafické znázornění výsledků otázek 21 – 24 dotazníkového šetření

21. Otázka: Určení pohlaví.

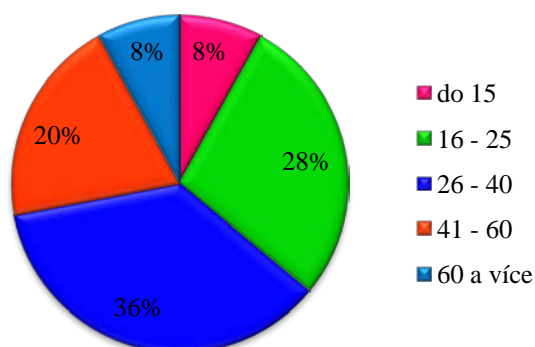
Graf 16:



Zdroj: Vlastní šetření

22. Otázka: Věk

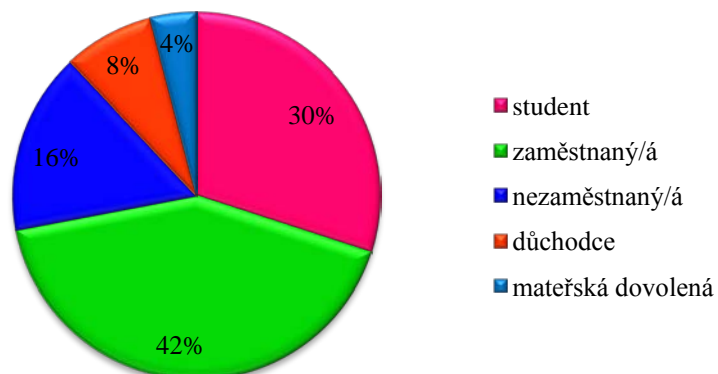
Graf 17:



Zdroj: Vlastní šetření

23. Otázka: Jste

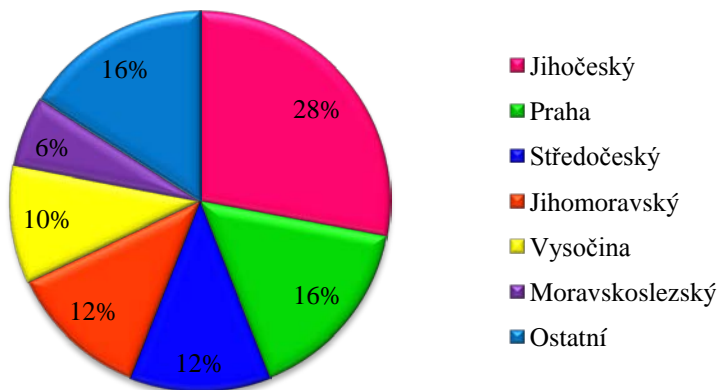
Graf 18:



Zdroj: Vlastní šetření

23. Otázka: Vaše bydliště (kraj):

Graf 19:



Zdroj: Vlastní šetření

Příloha 3: Administrativní rozdělení okresu Jindřichův Hradec



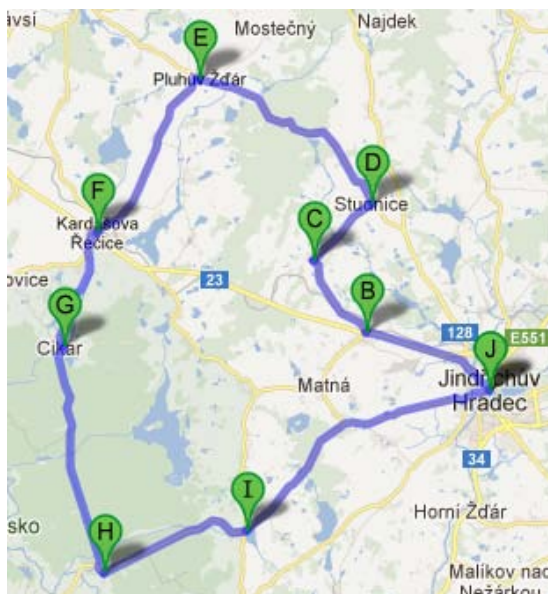
Zdroj:
[http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/administrativni_rozdeleni_okresu_jh_k_1_1_2008/\\$File/Jind%C5%99ich%C5%AFv%20Hradec.gif](http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/administrativni_rozdeleni_okresu_jh_k_1_1_2008/$File/Jind%C5%99ich%C5%AFv%20Hradec.gif) (2. 4. 2012)

Příloha 4: Vycházkový okruh městem Jindřichův Hradec



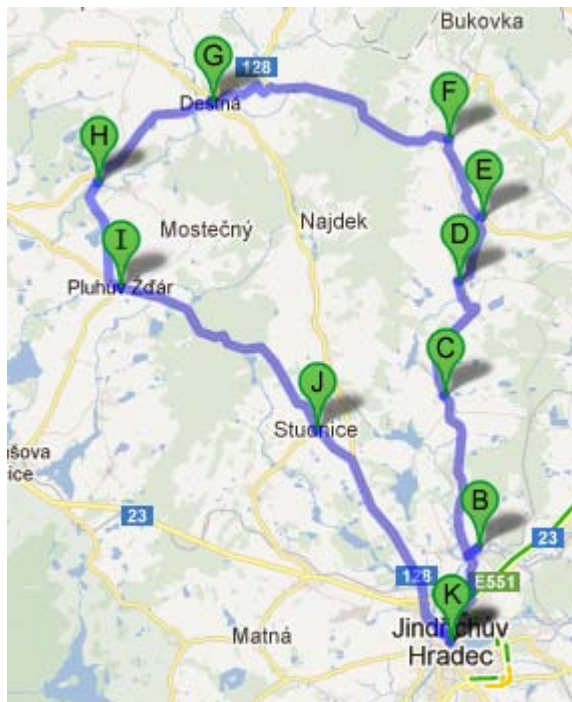
Zdroj: <https://twist.jh.cz/kmp/index.html?t=REN&tp=2167067303>

Příloha 5: Mapa Cyklostezky – Krajem jemčinských lesů



Zdroj: maps.google.cz

Příloha 5: Mapa 4. cyklotrasy – Za červeným pokladem nad hladinou



Zdroj: maps.google.cz

Příloha 6: Fotografie Apartmánů VALA



Zdroj: Vlastní fotografie

Příloha 7: Fotografie zahrady patřící Apartmánům VALA



Zdroj: Vlastní fotografie

Příloha 8: Fotografie jezu na Fähnrichově mlýně



Zdroj: Vlastní fotografie

Příloha 9: Fotografie pískárny u Stráže nad Nežárkou



Zdroj: Vlastní fotografie

Příloha 10: Fotografie penzionu Pecák



Zdroj: Vlastní fotografie