

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

Předpoklady rozvoje cestovního ruchu na Prachaticku

Vedoucí bakalářské práce

Mgr. Vladimír Dvořák

Autor

Jana Fakenbergová

2013

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jana FAKENBERGOVÁ**
Osobní číslo: **E10273**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Předpoklady rozvoje cestovního ruchu na Prachaticku**
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 cestovní ruch ve vybrané destinaci. Odhalit nevyužitý potenciál cestovního ruchu. Na základě terénního šetření navrhnout produkt cestovního ruchu.

Metodický postup:

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

Rámcová osnova:

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

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**

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

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th edition. Hoboken: John Wiley a Sons, 2009.

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

Horáková, H. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2002.

Kotler, P. *Marketing od A do Z*. Praha: Management Press, 2003.

Orieška, J. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis, 2010.

Palatková, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. 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 bakalářskou práci na téma „Předpoklady rozvoje cestovního ruchu na Prachaticku“ vypracovala samostatně 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 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, duben 2013

.....
Jana Fakenbergová

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucímu bakalářské práce Mgr. Vladimíru Dvořákovi za odbornou pomoc a vedení, které mi poskytoval po celou dobu při vypracování bakalářské práce.

Obsah

1 Úvod.....	4
2 Literární rešerše	5
2.1 Cestovní ruch	5
2.2 Typologie cestovního ruchu	8
2.2.1 Druhy cestovního ruchu	8
2.2.2 Formy cestovního ruchu	10
2.3 Destinace cestovního ruchu.....	11
2.3.1 Marketing destinace.....	13
2.3.2 Management destinace	13
2.4 Služby v cestovním ruchu	14
2.4.1 Ubytovací služby	15
2.4.2 Stravovací služby.....	16
2.5 Marketing	18
2.5.1 Marketingový mix	19
2.6 Produkt	21
2.6.1 Produkt cestovního ruchu	22
2.7 Trh cestovního ruchu.....	23
2.8 Marketingový výzkum	23
2.8.1 Proces marketingového výzkumu.....	25
2.9 Dotazování	25
2.9.1 Osobní dotazování	26
2.9.2 Elektronické dotazování	26
2.9.3 Dotazník	27

2.9.4 Druhy otázek v dotazníku.....	27
3 Cíle a metody.....	29
3.1 Cíl.....	29
3.2 Metodický postup.....	29
3.3 Hypotézy.....	30
4 Situační analýza.....	31
4.1 Prachaticko.....	31
4.2 Horopis.....	31
4.3 Vodopis.....	34
4.4 Města.....	36
4.5 Atraktivita na Prachaticku.....	42
4.5.1 Přírodní atraktivita.....	42
4.5.2 Kulturní atraktivita.....	43
4.5.3 Archeologické atraktivita.....	46
4.5.4 Církevní atraktivita.....	47
4.5.5 Technické atraktivita.....	49
4.5.6 Muzea, galerie, památníky.....	50
4.5.7 Rozhledny.....	52
4.6 Sport.....	55
4.6.1 Sportovní zařízení.....	55
4.6.2 Cyklotrasy a turistické trasy.....	55
4.6.3 Naučné stezky.....	56
4.6.4 Lyžařská střediska.....	57
5 Terénní šetření.....	59
5.1 Dotazníkové šetření.....	59

5.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření	60
5.3 Vyhodnocení hypotéz.....	72
6 Návrhy a opatření.....	74
7 Příprava nového produktu.....	76
7.1 Produkt, místo	76
7.2 Propagace	78
7.3 Cena.....	79
7.4 Ekonomický přínos	81
8 Závěr	82
9 Summary	83
10 Použité zdroje	84
10.1 Použitá literatura	84
10.2 Internetové zdroje.....	86
11 Seznam grafů, tabulek a obrázků	
11.1 Seznam grafů	
11.2 Seznam tabulek	
11.3 Seznam obrázků z příloh	
11.4 Seznam grafů z příloh	
12 Přílohy	

1 Úvod

Cestovní ruch je významný ekonomický fenomén dnešní doby, který má vliv na životní úroveň obyvatelstva, na zaměstnanost a na výši příjmů. Díky svému multidisciplinárnímu charakteru je schopen zasahovat do řady oblastí, a to do ekonomické, geografické, sociologické, historické, psychologické a pedagogické oblasti. Význam cestovního ruchu není však jen v oblasti ekonomické, ale i ve sféře osobní, společensko-politické a mezinárodní; snaží se pomáhat k zlepšení mezinárodních vztahů a poznávání cizích kultur.

Česká republika díky své poloze, přírodním atraktivitám, lázeňským místům, historickým památkám a bohaté minulosti patří mezi turisticky oblíbená místa jak pro zahraniční, tak i pro domácí návštěvníky, kteří se na zajímavá místa rádi vrací. Některé oblasti nejsou však navštěvovány - je to způsobeno tím, že v některých částech republiky nejsou dostatečně atraktivní místa nebo některé regiony sice mají potenciál k tomu, aby se zde cestovní ruch rozvíjel, jen zatím nenašli způsob, jak přilákat návštěvníky do jejich oblasti. Tak tomu je i v jihozápadním okrese Jihočeského kraje. Sám o sobě je Jihočeský kraj pro návštěvníky velice atraktivní. Zařazuje se na třetí místo nejnavštěvovanějších oblastí. Avšak některé regiony jsou pro návštěvníky méně lákavé než ostatní, jako je Strakonicko nebo Prachaticko, které je neprávem opomíjeno.

Oblast Prachaticka se může pyšnit díky své poloze řadou památek a zajímavostí. I proto patří mezi ideální oblast pro poznávání přírody a odpočinek, o čemž vypovídá oblast protkaná cyklostezkami, cyklotrasami, pěšími stezkami a trasami. I města jsou velice zajímavá svou historií, například Prachatice. Důvodem je, že je to okresní a největší město, které se snaží přilákat co nejvíce návštěvníků, tím pádem je i nejznámějším.

Proto bakalářská práce bude zkoumat předpoklady rozvoje cestovního ruchu na Prachaticku, bude poukázáno na skrytý potenciál cestovního ruchu celé oblasti.

2 Literární rešerše

2.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch se stal podle Malé a kol. (2002: 5) podstatnou součástí dnešní společnosti. V rámci cestovního ruchu se každý rok dává po celém světě do pohybu ohromné množství lidí, kteří obvykle opouštějí dočasně, ve svém volném čase, místa svého trvalého bydliště za účelem poznání, rekreace, styku s lidmi a z celé řady dalších důvodů. Cestovní ruch je však nejen stále výraznější složkou spotřeby obyvatelstva, ale stále více se stává i výrazným ekonomickým fenoménem. Aby účast na cestovním ruchu mohla být vůbec realizována, je jí třeba zabezpečit širokou škálou ekonomických činností (služeb a zboží).

Pro pojem cestovní ruch existuje mnoho definic. Některé publikace uvádí, že nejpřesnější definicí cestovního ruchu pochází od UNWTO (Světová organizace cestovního ruchu), která popisuje cestovní ruch jako činnosti lidí, spočívající v cestování a pobytu v místech mimo místa jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho uceleného roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely. (Čertík a kol., 2000: 15)

Horner a Swarbrooke (2003: 53) charakterizují cestovní ruch obecněji, jako krátkodobý přesunutí lidí na jiná místa, než jsou místa jejich trvalého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Tato definice je sice jednoduchá, ale zato zcela výstižná. Formulace nezahrnuje výnosnou oblast služebních cest, kde hlavním smyslem cestování je práce, nikoli zábava. Je obtížné určit, jak daleko musí člověk cestovat, kolik nocí musí trávit mimo svůj domov, abychom ho mohli považovat za turistu. Mnoho lidí považují cestovní ruch za činnost, která je výsledkem služeb z jiných odvětví, jako jsou ubytování, stravování a doprava.

O další definování cestovního ruchu se postarala Hesková a kol. (2011: 9), která říká, že cestovní ruch je významný společensko – ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i z pohledu společnosti. Každý rok představuje největší pohyb lidí za

rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí.

Orieška (2010: 7) tvrdí, že podílením na cestovním ruchu dochází k uspokojování různých potřeb, které souvisí s cestováním a pohybem mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem získání komplexního zážitku, který je podmíněn odpočinkem, poznáváním, společenskými kontakty, zdravím, rozptýlením a zábavou, kulturním nebo sportovním vyžitím. V cestovním ruchu se jedná jednak o primární – cílové služby (potřeba sportovního vyžití, poznávání kulturních a historických památek, odpočinku, společenské komunikace, rozptýlení, zábavy aj.), jednak o potřeby sekundární – zprostředkující, které podmiňují efektivní uspokojování cílových služeb (potřeba přepravit se do rekreačního prostoru, potřeba výživy, přenocování, hygieny, zprostředkování služeb apod.).

Pokud mluvíme o cestovním ruchu, máme hlavně na mysli lidi, kteří navštíví určitá místa s památkami, své přátele a příbuzenstvo, nebo jedou na dovolenou, kde stráví příjemné chvíle. Svůj volný čas mohou vyplnit různými sportovními aktivitami, opalováním, konverzací, zpíváním, ježděním na kole, cestováním, čtením nebo si prostě užívat přírodu. Pokud se na turismus zaměříme trošku hlouběji, můžeme do naší definice turismu zahrnout lidi, kteří se účastní shromáždění (např. kongresy), pracovních konferencí, nebo další pracovní aktivity. Stejně tak ti, kteří podniknou studijní cestu pod dohledem experta nebo ti, kteří provádí různé vědecké výzkumy a studie. Takto uvádí definici cestovního ruchu Golder a Ritchie (2009: 4) ve své publikaci, čímž se liší od všech ostatních charakteristik cestovního ruchu.

Podle Hladké (1997: 11) je cestovní ruch charakterizován těmito pohyby obyvatel: opuštění místa trvalého bydliště, dočasný charakter pobytu mimo místo trvalého bydliště a výkon určitých činností, ale i pasivní odpočinek. Na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu se přímo nebo nepřímo podílejí rozličné ekonomické a mimoekonomické činnosti. Ty jsou navzájem propojeny a tvoří ucelený systém cestovního ruchu, který je významným subsystémem národního hospodářství.

Definice cestovního ruchu je velice široká a zastřešuje širokou škálu různých typů a forem těchto výletů. Jsou zde zahrnuty služební cesty, stejně jako návštěvy přátel a příbuzných, dovolené na opuštěném ostrově, pěší turistika v horách, studijní cesty v Egyptě a návštěvy večerních kulturních akcí daleko od domova ve vzdáleném městě. Tyto cesty jsou samozřejmě spojovány i s noclehem. Cestovní ruch lze tedy vymezit jako obecný pojem, ve kterém jsou obsaženy veškeré cesty bez ohledu na jejich cíle. (Mundt, 2006 :3)

Cestovní ruch tvoří soubor aktivit, které uspokojují potřeby lidí související s cestováním mimo jejich bydliště, bez rozdílu, zda důvodem tohoto cestování je oddech nebo nepravidelná povinnost (služební cesta). Definice zdůrazňuje tyto postuláty: soubor aktivit (služby a zboží poskytované účastníkovi cestovního ruchu), určité prostředí (příroda, město, venkov), uspokojení potřeb (relaxace, sport, kultura, poznatky, zážitky), mimo svého bydliště (cestování, přemístění se) a dovolená, nepravidelná povinnost (v rámci volna i v rámci pracovního času). (Novacká a kol., 2010: 9)

Vystoupil a kol. (2006: 16) definuje cestovní ruch jako souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení a zaměstnání.

Cestovní ruch lze definovat jako dočasnou změnu místa pobytu, tj. cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, a to za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi. Tato definice je zaměřena na poptávku po cestování. Definice orientovaná nabídkově obvykle popisuje nabízené produkty, tj. to, co by měl turista prožít. (Petrů, 1999: 26)

Cestovní ruch můžeme chápat jako myšlenku jednotlivců, podniků, organizací a míst, které nějakým způsobem kombinují zážitky z cestování. Cestovní ruch je multidimenzionální, mnohostranná činnost, která se dotýká mnoho různých hospodářských aktivit. Definici cestovního ruchu můžeme brát ze dvou stran: na první straně jako definici poptávky a na druhé straně jako definici nabídky. Cestovní ruch vyplývá z pohybu lidí do destinace a jejich pobyt v destinaci. Existují dva elementy

oblasti cestovního ruchu: cesta na místo určení a pobyt (včetně aktivit) v místě určení. Cesta a pobyt se uskutečňuje mimo obvyklé prostředí nebo obvyklé místo pobytu a práce. Cestovní ruch vyvolává činnosti, které jsou odlišné od bydliště. Hnutí destinací je dočasného a krátkodobého charakteru – záměrem je vrátit se během několika dnů, týdnů či měsíců. Destinace jsou navštěvovány pro jiné účely, než je trvalé bydliště či nástup do zaměstnání. (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert, Wanhill, 2008: 11)

Wall, Mathieson (2006: 19) uvádí, že cestovní ruch je mnohostranným fenoménem, který zahrnuje pohyb a pobyt v destinacích, mimo obvyklé bydliště. Cestovní ruch se skládá ze tří základních prvků:

1. Dynamický prvek, který zahrnuje rozhodnutí cestovat do vybraných destinací a množství sociálních, ekonomických a institucionálních faktorů ovlivňující tato rozhodnutí.
2. Pobyt v destinaci, včetně interakce s hospodářskými, ekologickými a sociálními systémy.
3. Následující prvek, vyplývající z předchozích dvou dílů, se zabývá účinky na hospodářské, environmentální a sociální subsystémy, se kterými je turista přímo nebo nepřímo v kontaktu.

2.2 Typologie cestovního ruchu

Specifikovat cestovní ruch jen ve všeobecné rovině by bylo nedostačující z důvodu, že v každodenní praxi se projevuje v různých druzích a formách, které se neustále vyvíjejí a obohacují v závislosti na poptávce účastníků cestovního ruchu a technicko – technologických možnostech nabídky. (Hesková a kol., 2011: 21)

2.2.1 Druhy cestovního ruchu

O druzích cestovního ruchu mluvíme tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě. (Hesková a kol., 2011: 21)

Druhy cestovního ruchu rozlišuje Čertík a kol. (2000: 16) podle pěti kritérií:

- Místa realizace cestovního ruchu
- Vztahu k platební bilanci státu
- Délky trvání
- Způsobu zabezpečení jeho průběhu
- Způsobu účasti a formy úhrady nákladů na účasti

Hesková a kol. (2011: 21) rozděluje druhy cestovního ruchu následovně:

- Rekreační cestovní ruch (Jedná se o pasivní, ale i aktivní odpočinek ve vhodném přírodním prostředí s cílem obnovy fyzických a psychických sil.)
- Sportovní cestovní ruch (Jde o aktivní vykonávání různých sportovních činností, které obyčejně předpokládají určitou fyzickou kondici.)
- Dobrodružný cestovní ruch (Touha po neznámém, po objevování, s cílem zažít nějaké dobrodružství s jistou mírou kontrolovaného rizika)
- Myslivecký a rybářský cestovní ruch (Má charakter sportovního, částečně rekreačního cestovního ruchu. Účastníci mysliveckého cestovního ruchu jsou motivováni lovem zvěře a ptáků. Rybářský cestovní ruch je spojený s chytáním ryb.)
- Náboženský (poutní) cestovní ruch (Sjednocuje se s tradicemi světových náboženství. Nejčastějším projevem jsou poutě na poutnická místa.)
- Lázeňský cestovní ruch (Představuje zdravotně – preventivní a léčebné činnosti pod odborným zdravotnickým dohledem ve volném čase.)
- Zdravotní cestovní ruch (Je rekreací na růst zdravotního uvědomění lidí a jejich snahy preventivně ovlivňovat své zdraví před negativními důsledky vysokého životního tempa a současného způsobu života.)
- Obchodní cestovní ruch
- Kongresový cestovní ruch (Nejčastější je organizování kongresů, konferencí, symposií, seminářů, výstav a veletrhů. Tento druh cestovního ruchu je spojen s cestováním a pobytem v kongresovém místě, který je zaměřen na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností.)

- Stimulační cestovní ruch (Označuje cestování s cílem stimulovat zaměstnance k vyšší motivaci pracovního výkonu. Smyslem je podnítit jejich zájem o obchodní úspěch podniku a zvýšení ekonomických výsledků.)

Oproti formám cestovního ruchu druhy cestovního ruchu zohledňují převážně jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách, jakož i jeho účinky. Hovoříme o členění na základě vnějších faktorů. (Vystoupil a kol., 2006: 16)

2.2.2 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu přispívají k bližšímu určení podstaty cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů jeho účastníků. Toto poznání pomáhá lépe připravit produkt a dále ho nabízet na trhu cílové skupině účastníků cestovního ruchu. O formách cestovního ruchu tedy hovoříme, když jako podstatu posuzování cestovního ruchu vezmeme různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší. Formy cestovního ruchu dělí:

- Z geografického hlediska (domácí cestovní ruch, zahraniční cestovní ruch, mezinárodní cestovní ruch, vnitřní cestovní ruch, národní cestovní ruch, regionální cestovní ruch)
- Podle počtu účastníků (individuální cestovní ruch, skupinový cestovní ruch, masový cestovní ruch, ekologický cestovní ruch)
- Podle způsobu organizování (individuální cesty, organizovaný zájezd nebo pobyt, klubový cestovní ruch)
- Podle věku účastníků (cestovní ruch dětí, mládežnický cestovní ruch, rodinný cestovní ruch, seniorský cestovní ruch)
- Podle délky účasti (výletní cestovní ruch, krátkodobý cestovní ruch, víkendový cestovní ruch, dlouhodobý cestovní ruch)
- Podle převažujícího místa pobytu (městský cestovní ruch, příměstský cestovní ruch, venkovský cestovní ruch, agroturistika (ekoagroturistika), horský a vysokohorský cestovní ruch, přímořský cestovní ruch)
- Podle ročního období (sezonní (zimní, letní) cestovní ruch, mimosezonní cestovní ruch, celoroční cestovní ruch)

- Podle použitého dopravního prostředku (motorizovaný cestovní ruch, železniční cestovní ruch, letecký cestovní ruch, lodní cestovní ruch)
- Z hlediska dynamiky (pobytový (statický) cestovní ruch, putovní (dynamický) cestovní ruch)
- Ze sociologického hlediska (návštěvy příbuzných a známých, sociální cestovní ruch, komerční cestovní ruch, etnický cestovní ruch)

Formy cestovního ruchu vycházejí ze zaměření cestovního ruchu na uspokojování určitých konkrétních potřeb účastníka. Potřeby účastníků cestovního ruchu mají specifikovaný charakter a odlišují se od jiných potřeb několika specifickými znaky. Jednotlivé formy cestovního ruchu obyčejně kladou specifické požadavky na zabezpečení služeb (rozsah a kvalitu) a na způsob realizace. (Petrů, 1999: 27)

Vystoupil a kol. (2006: 19) uvádí, že formy cestovního ruchu jsou odvozeny od motivace návštěvníků. Mezi primární motivy realizace cestovního ruchu, od kterých se následně vymezují formy cestovního ruchu, patří motivy rekreační, kulturní, společenské, sportovní, ekonomické a specifické.

2.3 Destinace cestovního ruchu

Z marketingového hlediska je destinace chápána jako produkt cestovního ruchu, tj. soubor nabídek jednotlivých poskytovatelů služeb cestovního ruchu. Z geografického hlediska můžeme velice jednoduše konstatovat, že destinace je území, které má svá specifika. Destinaci lze však také pojmout jako systém složený z jednotlivých poskytovatelů služeb ovlivňovanými okolím, ve kterém působí. Systémové pojetí destinace tak určitým způsobem slučuje jak pojetí marketingové tak geografické. (Vystoupil a kol., 2006: 77) Dále Vystoupil uvádí ve své publikaci definici destinace cestovního ruchu, která pochází z výkladového slovníku cestovního ruchu (Pásková – Zelenka, 2002), kde rozumí pod tímto pojmem cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu. Jde v širším slova smyslu o země, regiony, lidská sídla a další oblasti, typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.

Podle definice UNWTO představuje destinace cestovního ruchu místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si vybírá účastník cestovního ruchu nebo skupina pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh. (Vystoupil a kol., 2006: 78)

Destinace je představována svazkem různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivitu) místa nebo oblasti. Atraktivita destinace tak představují podstatu destinace a hlavní motivační stimul návštěvnosti destinace. Podle Biegera i definice UNWTO je destinace chápána jako geografický prostor (stát, místo, region), který si návštěvník vybírá jako svůj cíl cesty. Destinace nabízí služby jako ubytování, stravování, sportovní aktivity a zábava. Za nejmenší možnou destinační jednotkou je považován rezort. (Palatková, 2006: 16)

Jakubíková (2012: 37) uvádí ve své publikaci, že termín destinace byl používán především v letecké dopravě. Znamená v ní nejbližší místo, kam je možné cestovat leteckou linkou. Dnes se tímto termínem označuje také cílové místo cesty turistů. Destinaci cestovního ruchu lze pokládat za jeden komplexní produkt, který je složen z mnoha produktů, za kolektivního výrobce, za sociálně kulturní jednotku obsahující dvě složky: fyzickou (geografická lokalita, fyzické charakteristiky) a nehmotnou (historie, lidé), za podnik, který musí být řízen.

Királová (2003: 15) představuje ve své publikaci definici, která říká, že destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací. Podle D. Buhalise je pro destinaci cestovního ruchu charakteristických šest komponentů, nazývaných též „šest A“, a to:

- Attractions – primární nabídka cestovního ruchu, která množstvím, kvalitou a atraktivitou vyvolává návštěvnost (přírodní, kulturně-historický potenciál)
- Accessibility a ancillary services – všeobecná infrastruktura, která umožňuje přístup do destinace, pohyb za atraktivitami destinace, patří sem také služby využívané především místními obyvateli (telekomunikační, zdravotnické, bankovní, poštovní apod.)

- Amenities – suprastruktura a infrastruktura cestovního ruchu, které umožňují pobyt v destinaci a využití jejich atraktivit (ubytovací, hostinská, sportovně-rekreační, kulturně-společenská a jiná zařízení)
- Available packages – připravené produktové balíčky
- Activities – rozmanité aktivity.

2.3.1 Marketing destinace

Marketing destinace cestovního ruchu je podle Jakubíkové (2011: 38) proces sladování zdrojů destinace s potřebami trhu. Obsahuje analýzu místa, plánování, organizování, řízení a kontrolu strategií na vymezení lokalit a směřuje hlavně k silným stránkám konkurenční pozice současných míst v mezinárodním souboji o atraktivní cílové skupiny.

Palatková (2006: 23) dodává, že marketing destinace (destinační marketing) vychází z obecně platných definic marketingu. Marketing destinace stojí podle Seatona a Bennetta na pěti stavebních prvcích: za prvé je to filozofie orientace na zákazníka, za druhé analytické postupy a koncepty nutné k rozvíjení filozofie, za třetí techniky sběru dat, za čtvrté plánovací funkce a okruh strategických rozhodnutí, za páté organizační struktura nutná pro uskutečnění plánu. V teorii marketingu destinace vymezuje Colman dvě definice marketingu destinace: za prvé marketing destinace jako filozofie řízení, stanovující umístění produktu na trh na základě spotřebitelské poptávky zjištěné výzkumem a předpověďmi s cílem realizace maximálního zisku, a za druhá marketing jako řízení souhrn cílených aktivit vyvažujících cíle destinace s potřebami klientů.

2.3.2 Management destinace

Királová (2003: 22) uvádí, že managementem destinace rozumíme soubor technik a nástrojů, používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci za účelem dosažení jeho udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu.

Management destinace (destinační management) je podle Bartla a Schmidta strategie a cesta pro silné regiony, které mají odvahu ke koncentraci sil pro společný rozvoj,

organizaci a aktivní prodej svých klíčových konkurenčních výhod. Touto cestou vznikají destinace, nabízející klientovi perfektně zorganizovaný řetězec služeb odpovídající jeho volbě, který zahrnuje celý proces od informace a pohodlnou rezervaci přes bezchybný průběh pobytu až po návrat domů. (Palatková, 2006: 23)

2.4 Služby v cestovním ruchu

Službami se obecně rozumí ekonomické statky, které jsou převážně nehmotného charakteru. V cestovním ruchu představují heterogenní soubor užitečných efektů, které jsou určeny k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Mají průřezový charakter, to znamená, že je produkují nejen podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru. Služby mají na rozdíl od zboží určité znaky. Jsou to jednak obecné znaky služeb, které se vztahují i na služby v cestovním ruchu, a jednak speciální znaky, charakteristické pouze pro služby cestovního ruchu. Mezi obecné znaky služeb Oriška (2010: 9) zařazuje ve své publikaci nemateriální charakter služeb, vysokou spotřebu živé práce při poskytování služeb, začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb, soulad poskytování služeb s jejich spotřebou a pomíjivost služeb. Naproti tomu do speciálních znaků služeb začlenil časovou a místní vázanost služeb na primární nabídku cestovního ruchu, komplexnost a komplementárnost služeb, zastupitelnost služeb, mnohooborový charakter služeb, nezbytnost zprostředkování služeb, dynamiku a sezónnost poptávky po službách, nezbytnost poskytování informací o službách a jejich kvalitě a neanonymitu spotřebitele služby.

Cestovní ruch je neoddělitelně spojen s poskytováním služeb. Služba je činnost, kterou může jedna strana nabídnout straně druhé, je naprosto nehmotatelná a nevytváří žádné nabyté vlastnictví. Služba je velmi snadno napodobitelná, a proto jsou služby oblastí, ve které dochází k neustálým inovacím. (Jakubíková, 2012: 70)

Palatková (2006: 80) dále uvádí, že služby cestovního ruchu se vyznačují nehmotatelností, vysokou mírou heterogenosti a subjektivitou vnímání a poskytování stejné služby, neoddělitelností místa, času čerpání a poskytování služby. Dalším specifickým je dočasné vlastnění (např. časově omezený pronájem hotelového pokoje) a

zánik služby, pokud není poskytnuta v daný moment (např. prázdné místo ve vlaku již nikdo nezaplatí).

2.4.1 Ubytovací služby

Ubytovací služby souvisí s pobytovou stránkou cestovního ruchu, jejich poskytování je předpokladem rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu. Umožňují přenocování nebo přechodné ubytování v cílovém místě. Jejich součástí jsou i služby, které se vážou na pobyt hostů v ubytovacím zařízení, jako je podávání informací, úschova zavazadel a jejich přeprava v ubytovacím zařízení, buzení hostů, půjčování společenských her, úschova cenností v hotelovém trezoru, rezervování míst v odbytových střediscích, prodej vybraných druhů zboží a mnohé další. Ubytovací služby poskytují ubytovací zařízení různých kategorií a tříd, využívají se i možnosti ubytování v soukromí. (Orieška, 2010: 16)

Minář a kol. (1996: 68) charakterizuje ubytovací služby jako možnost přechodného ubytování, které je jednou ze základních podmínek vzniku a existence cestovního ruchu. Tyto služby jsou poskytovány ve spojení s doplňkovými službami, které souvisejí s pobytem hosta v ubytovacím zařízení. Jedná se například o podávání základních informací, buzení, úschovu zavazadel nebo jejich přepravu, úschovu depozit v hotelovém trezoru, půjčování sportovního vybavení apod. Tyto služby se poskytují buď bezplatně, nebo za úplaty, často v závislosti na třídě ubytovacího zařízení. Charakter služby, která je hostovi nabízena nad rámec kategorie a třídy daného ubytovacího zařízení, má např. nabídka satelitních televizních programů či minibar na pokoji.

Na ubytovací služby pamatuje i Čertík a kol. (2000: 87). Tvrdí, že ubytovací služby jsou významnou součástí služeb cestovního ruchu. Jsou nezbytným předpokladem jeho rozvoje. Ubytovací služby jsou služby spojené s poskytnutím přechodného ubytování pro osobu mimo místo jejího trvalého bydliště. Do pojmu ubytovacích služeb se zahrnují i některé další služby, které s poskytnutím přechodného ubytování souvisejí (tyto služby se často shrnují pod název hotelové služby). Ubytovací a další služby s ubytováním spojené jsou zajišťovány v ubytovacích zařízeních různého druhu a kategorie. Všechna ubytovací zařízení by měla zabezpečovat jednak aktivity spojené

s vlastním ubytováním, jednak aktivity, které host v ubytovacím zařízení požaduje a jsou obvykle i v místě jeho trvalého bydliště (např. čištění oděvů, žehlení, kosmetické služby apod.). Ubytovací zařízení by mělo zabezpečit i aktivity spojené s využitím volného času (sportovní, společenské, kulturní a další činnosti) a aktivity spojené s jeho profesí (možnost faxování, připojení na internet, poskytnutí PC, sekretářský servis, jednací salonky apod.).

Ubytovací služby spočívají v poskytování přechodného ubytování, a to zejména ve spojení s účastí na cestovním ruchu, ale i při výkonu povolání (služební cesty). Ubytovací služby jsou poskytovány různými typy ubytovacích zařízení, které můžeme členit z různých hledisek. Členění podle doporučené metodiky Světové organizace cestovního ruchu je následující: ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních a ubytování v soukromí. (Petru, 1999: 64)

Jakubíková (2012: 27) podotýká, že funkcí ubytovacích služeb je umožnit ubytování mimo místo obvyklého pobytu účastníka cestovního ruchu včetně uspokojení jeho dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným pobytem souvisejí. Jejich charakteristickým znakem je dočasný a přechodný charakter. Původně sloužilo ubytování pouze k přenocování a čerpání služeb s ubytováním spojených. Tak jak stoupají nároky hostů a roste konkurence, ubytovací zařízení hledají nové příležitosti rozšíření své nabídky. Dnes nabízejí wellness programy, pořádání událostí (event.), konferencí a kongresů.

2.4.2 Stravovací služby

Stravovací služby zajišťují základní stravování účastníků cestovního ruchu. Kromě toho poskytují i doplňkové stravování a občerstvení, jakož i služby společensko – zábavní, spojené s hudební produkcí, s kulturním programem, případně dalšími službami. Na rozdíl od ubytovacích zařízení jsou stravovací využívána i místní klientelou. Subjekty, které zajišťují stravování v cestovním ruchu, jsou jednak subjekty obchodní, pro které je společné stravování jejich hlavním předmětem podnikání, ale také organizace, které tuto funkci plní jako vedlejší činnost k funkci hlavní. (Minář a kol., 1996: 72)

Další, kdo definuje stravovací služby, je Čertík a kol. (2000: 114). Říká, že jsou to služby poskytované ve stravovacích zařízeních (hostinských zařízeních). Hostinská zařízení (provozovny v pohostinství) rozdělujeme na restaurační a barová zařízení. V kategorii restaurace je rozhodující prodej pokrmů a nápojů. Do této kategorie patří například restaurace, samoobslužné restaurace, motoresty, bufety, bistra, železniční jídelní vozy, hostince. V kategorii bary je dominantní prodej nápojů, často v těchto provozovnách jsou provozovány některé společenské aktivity (hudba, tanec, různá představení apod.), do této kategorie patří např. denní bar, noční bar, klub, varieté, vinárna, kavárna, espresso, pizzerie, gril bar, snack bar, lobby bar, pivnice, výčep.

Stravovací služby jsou nedílnou součástí produktu cestovního ruchu. Jsou poskytovány v zařízeních, která jsou pro tyto účely cíleně budována (restaurace, rychlá občerstvení aj.), v ubytovacích zařízeních, v nemocnicích, školách, firmách, jakož i na mnoha jiných místech. Nejsou určena pouze turistům, ale i široké veřejnosti. V mnoha případech jsou stravovací zařízení budována primárně pro uspokojení potřeb místního obyvatelstva. (Jakubíková, 2012: 28)

O stravovacích službách se zmiňuje i ve své publikaci Oriška (2010: 137), který uvádí, že stravovací služby umožňují uspokojování základní potřeby výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času využitelného k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu. Jedná se o služby základního stravování (nabídka a prodej kompletního menu, případně i nápojů, označené jako oběd nebo večeře). Doplňkového stravování a občerstvení a společensko – zábavní služby, spojené např. s hudební produkcí, kulturním programem, případně dalšími aktivitami. Stravovací služby poskytuje více kategorií hostinských zařízení.

Petrů (1999: 71) zmiňuje, že stravovací služby v cestovním ruchu jsou zajišťovány subjekty provozujícími společné stravování a chápeme jimi poskytování pokrmů a nápojů bezprostředně připravených ke spotřebě, tj. hostinskou činnost. Služby společného stravování v cestovním ruchu zajišťují jednak obchodní subjekty, pro které je společné stravování jejich hlavní náplní činnosti, ale také stravovací zařízení různých společenských organizací, které tuto funkci plní jako doprovodnou ke své funkci hlavní. Dále stravovací služby zabezpečují v rámci komplexu služeb i dopravní společnosti.

Collin definuje původní podstatné jméno „hospitality“ jako „dobrou péči o hosty“. Výraz je charakteristický pro americkou angličtinu, ale začíná se stále více používat i v Evropě, kde nahrazuje tradiční frázi „ubytování a stravování“. Snad proto, že má i kvalitativní dimenzi díky slovu „dobrou“, což mu v nynější éře obliby pojmu řízení jakosti dodává na atraktivitě. Tentýž autor popisuje ubytovací a stravovací průmysl jako všechny společnosti zúčastněné v poskytování služeb hostům (hotely, hospody, restaurace další rekreační nebo zábavné aktivity). Jde tedy hlavně o poskytování noclehu, jídla a nápojů a ne všichni zákazníci jsou turisté, ale jejich určitou část tvoří místní lidé, navštěvující například své oblíbené bary nebo restaurace. (Horner a Swarbrooke, 2003: 353)

2.5 Marketing

Marketing definuje Kotler a Armstrong (2004: 30) jako společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot.

Oficiální definice marketingu přijatá Americkou marketingovou asociací na konci roku 2004 zní: Marketing je jednou z činností vykonávaných organizacemi a sadou procesů pro vytváření, sdělení a poskytnutí hodnoty zákazníkům a pro řízení vztahů se zákazníky takovým způsobem, z něhož má prospěch organizace a zájmové skupiny s ní spojené. (Jakubíková, 2012: 44)

Marketing cestovního ruchu se od klasického marketingu liší povahou objektu, který je jeho předmětem. Je uplatňován v rozmanitých sektorech turistického průmyslu. Předmětem marketingu mohou být cestovní kanceláře, ubytovací a stravovací zařízení, dopravní společnosti, návštěvnické atraktivity, ale také celé destinace. (Vystoupil a kol., 2006: 87)

Petrů (1999: 79) charakterizuje marketing jako řídicí proces, který organizuje a řídí všechny obchodní (podnikatelské) aktivity zapojené do hodnocení potřeb zákazníků a přeměny kupní síly zákazníků do efektivní poptávky po specifickém výrobku nebo službě a přesunu tohoto výrobku nebo služby ke konečnému zákazníkovi nebo uživateli

za účelem dosažení zisku nebo jiného cíle, který si podnik nebo organizace stanovila (např. zvýšení postavení na trhu apod.).

Királová (2003: 13) vychází z pojetí marketingu od Kotlera, kterou lze považovat za nejkompexnější existující definici. Uvádí, že marketing je analýza, plánování, implementace a kontrola pozorně formulovaných programů vytvořených za účelem dobrovolné výměny hodnot s vybraným segmentem trhu v zájmu dosažení cílů organizace.

Marketing jako soubor metod, přístupů a činností umožňujících efektivně řešit problémy spojené s podnikatelskými aktivitami na trhu, je vystaven vlivu změn souvisejících s vývojem lidské společnosti a jejího myšlení. O marketingu se neuvažuje v čisté obecné poloze, ale spojuje ho s různými subjekty a objekty, s určitými funkcemi i s určitými časovými horizonty, ve kterých má nestejně postavení a význam. (Horáková, 2003: 15)

Marketing je plynulý proces, který probíhá v dílčích krocích, prostřednictvím něhož management v odvětví pohostinství a cestovního ruchu (skupina vzájemně propojených organizací poskytujících osobní služby zákazníkům mimo jejich domov) plánuje, zkoumá, naplňuje, kontroluje a vyhodnocuje činnosti navržené k zajištění jak zákaznických potřeb a skrytých přání, tak i cílů své vlastní organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnost se dále může zvýšit či snížit činností dalších komplementárních organizací. (Morrison, 1989: 16)

Marketing lze tedy definovat jako proces, v němž jednotlivci a skupiny získávají prostřednictvím tvorby a směny produktů a hodnot to, co požadují. Obsahem tohoto procesu je poznání, předvídání, stimulování a v konečné fázi uspokojení potřeb zákazníka tak, aby byly současně dosaženy i cíle organizace. (Boučková, 2003: 3)

2.5.1 Marketingový mix

Marketingový mix představuje jeden ze základních principů. Zahrnuje především kontrolovatelné faktory, které slouží k uspokojování potřeb specifických skupin zákazníků. Marketingový mix je tvořen souhrnem činitelů, které spolu s určením

cílových trhů vytvářejí marketingovou strategii firmy. Základní faktory marketingového mixu jsou čtyři a obvykle jsou označovány jako „4P“, což odráží původní anglickou terminologii: výrobek, služba (product), cena (price), podpora prodeje (promotion), umístění na trhu (place). V oblasti cestovního ruchu k těmto faktorům přistupují ještě další čtyři, a to: lidé (people), kompletace služeb (package), vytváření programů (programming), spolupráce (partnership). (Petrů, 1999: 81)

Vystoupil a kol. (2006: 91) definuje marketingový mix jako soubor kontrolovaných proměnných, které aktivizujeme v zájmu uspokojení potřeb a požadavků vybraného segmentu.

Marketingový mix je souborem taktických marketingových nástrojů – výrobné, cenové, distribuční a komunikační politiky, které firmě umožňují upravit nabídku podle přání zákazníků na cílovém trhu. Marketingový mix se skládá ze všech aktivit, které firma vyvíjí, aby vzbudila po výrobku poptávku. Lze je utřídit do čtyř skupin proměnných, které jsou známy jako „čtyři P“ (4P): výrobek (product), cena (price), distribuce (place) a komunikační politika (promotion). (Kotler, Armstrong, 2004: 106)

Morrison (1989: 190) uvádí ve své publikaci, že marketingový mix představuje všechny kontrolovatelné faktory, které byly vybrány, aby uspokojily zákazníkovi potřeby. V této knize je uvedeno osm kontrolovatelných faktorů: výrobek/služba (product), cena (price), místo (place), propagace (promotion), příprava balení (packaging), zpracování programů (stvoření balení) programování, lidé (people) a kooperace (partnership). Organizace, které naplňují segmentační marketingovou strategii, vybírají unikátní marketingový mix pro každý z vybraných cílových trhů.

Marketingový mix označuje Cooper (1998: 391) jako soubor kontrolovatelných nástrojů, které mohou být používány pro splnění konkrétních cílů a mohou přilákat cílové trhy. Názor se liší podle prvků tvořící plně marketingový mix, který je aplikovaný na cestovní ruch. Dohoda je univerzální, pokud jde o čtyři hlavní prvky: produkt, cena, místo a propagace. Tyto prvky se obvykle nazývají jako 4P a představují prvky marketingového mixu, které musí být průběžně aktualizované a spravované, aby splňovaly podmínky na trhu a kroky konkurentů. Termín „produkt“ se vztahuje na prostředky, kterými je produkt cestovního ruchu přizpůsobený na měnící se

potřeby trhu, zatímco „cena“ tvoří částku, která se změnila na používání produktu nebo spotřeby. Mezitím „místo“ představuje odbytiště distribuce, kde mají být stanoveny přístupy na trh pro cestovní produkt a „podpora“ představuje prostředky, které jsou na trhu a napomáhají výrobku k příznivé koupi. (Fyall, Garrod, 2005: 105)

Marketingový mix je součástí marketingové strategie. Představuje soubor kontrolovatelných proměnných, které sdružení cestovního ruchu aktivizuje v zájmu uspokojení potřeb a požadavků vybraného segmentu trhu. Marketingový mix tvoří produkt, cena, distribuční cesty a způsob komunikace s návštěvníky. (Királ'ová, 2003: 32)

Kozel a kol. (2006: 36) uvádí, že marketingový mix je souhrnem nástrojů marketingu působících na trhu. S rozdílnou intenzitou je využívá každá firma a snaží se tak dosahovat svých vytyčených cílů. V odborné literatuře jsou zpravidla uváděny čtyři hlavní nástroje marketingového mixu tzv. 4P – výrobek (Product), cena (Price), distribuce (Place), marketingová komunikace (Promotion). Důležité je, aby jednotlivé nástroje byly účinně sladěny. Pouze tak se může projevit jejich synergetický efekt.

2.6 Produkt

Pod pojmem „produkt“ Kotler a Armstrong (2004: 106) rozumí výrobky i návazné služby, které firma nabízí zákazníkům na cílovém trhu.

Podle Kozla a kol. (2006: 37) nepředstavuje produkt pouze hmotný výrobek, ale může znamenat také službu, osoby, místa nebo dokonce myšlenky a ideje. Je to tedy veškerá nabídka, která se snaží uspokojovat určité potřeby. Produkt nelze ztotožňovat jen s jeho základní funkcí a základním užitkem. Proto byl zaveden pojem komplexní výrobek, který kromě své funkce zahrnuje také hmotné atributy (kvalita, design, styl, značka, obal) a další charakteristiky (servis, poradenské služby), které mnohdy hrají u zákazníka významnější roli než základní funkce.

Za produkt se považuje to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání či potřebu druhých lidí. Produkt je všechno, jak výhodné, tak nevýhodné, co získáváme nějakou výměnou. Je to složitá kombinace hmotných a nehmotných prvků, včetně funkčních, sociálních a

psychologických užitných hodnot. Produktem může být myšlenka, služba, zboží nebo jakákoli kombinace těchto tří kategorií. (Jakubíková, 2012: 192)

2.6.1 Produkt cestovního ruchu

Produkt je nepochybně jádrem veškerého marketingu cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích služeb. On poskytuje zákazníkům užitek, který hledají, a jeho vytvoření a dodání je hlavní činností všech organizací našich tří sektorů. (Horner, Swarbrooke, 2003: 153)

Jefferson a Lickorish definovali produkt cestovního ruchu jako soubor vlastností fyzického produktu a charakteristických vlastností poskytovaných služeb společně se symbolickými asociacemi, které jsou očekávány k uspokojení přání a potřeb zákazníka. (Seaton, Bennett, 1996: 113)

Palatková (2006: 136) charakterizuje produkt cestovního ruchu, který se vyznačuje svou průřezovostí (spojuje stravovací, ubytovací a dopravní služby, služby turistických atrakcí, agentů a touroperátorů, organizací destinačního marketingu a další). Produkt destinace se odvíjí od přirozených kulturně – historických a přírodních předpokladů. Může být i výsledkem dodatečných, „umělých“ aktivit, které vytvářejí materiálně – technickou základnu, resp. nabídku. Produkt cestovního ruchu je vždy chápán jako kombinace dvou rovin: rovina fyzická (souhrn původních nebo odvozených předpokladů) a rovina symbolická (souhrn iluzí, fantazie, představ a snů). Každý produkt cestovního ruchu je nutně unikátní ve vztahu ke každému klientovi.

Produkt cestovního ruchu je souhrnem veškeré nabídky soukromého a veřejného subjektu podnikajícího v cestovním ruchu nebo cestovní ruch korigujícího. (Jakubíková, 2012: 192)

Produktem cestovního ruchu je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby účastníků cestovního ruchu, a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Z ekonomického hlediska tvoří produkt cestovního ruchu souhrn volných statků (přírodní statky, které účastníci cestovního ruchu využívají v rekreačním prostoru), služeb (jde o nemateriální činnost, služba je časově ohraničená, nelze ji vytvářet do zásoby; služba je součástí ekonomického statku), zboží (výrobek, resp.

statek určený na trh, tj. na prodej) a veřejných statků (určený pro kolektivní spotřebu, z něhož mají prospěch všichni; to znamená, že užitek je nedělitelný). Rozhodující součástí produktu jsou služby, které produkuje a nabízí cílové místo (primární nabídka) a podniky cestovního ruchu (sekundární nabídka). (Orieška, 2010: 8)

2.7 Trh cestovního ruchu

Trh cestovního ruchu, jeho charakteristika a výzkum jsou důležitými zdroji informací pro uplatňování marketingu v podnicích cestovního ruchu. Trh cestovního ruchu se skládá z turistických atraktivit, tj. prostoru vhodného pro realizaci cestovního ruchu, nabídky a poptávky po službách cestovního ruchu, věcné struktury nabídky, tj. produktů a služeb cestovního ruchu a jejich kvality, reálných příjmů obyvatelstva a cen, materiálně – technické základny cestovního ruchu a infrastruktury jako doplňku materiálně – technické základny. (Petrů, 1999: 83)

Hesková a kol. (2011: 62) uvádí, že trh cestovního ruchu tvoří podniky cestovního ruchu, které jsou různých velikostí od globálních společností po malé podnikatelské organizace místního významu. Národní trhy obsahují tři typy cestovního ruchu: trh směřující dovnitř, trh směřující ven a domácí trh. Trh cestovního ruchu se skládá z celé řady organizací, které působí společně:

1. prodejci zájezdů (cestovní agentury) a cestovní kanceláře (touroperátoři),
2. dopravní společnosti,
3. komerční ubytovací zařízení,
4. stravovací zařízení,
5. návštěvnické atraktivity,
6. zábavní parky.

2.8 Marketingový výzkum

Pod pojmem marketingový výzkum rozumíme systematickou identifikaci, sběr, analýzu, vyhodnocování a interpretaci informací vztažených k určité marketingové situaci, se kterou se podnik nebo organizace střetává. Kromě informací z marketingového vnitřního a marketingového zpravodajského systému potřebují

manažeři často vypracovat výzkumné studie zaměřené na specifické problémy a příležitosti firmy. Zde je potřeba uskutečnit formální marketingový výzkum. Jednotlivé fáze marketingového výzkumu jsou: příprava výzkumu (definování problému, specifikace potřebných informací, identifikace zdrojů informací, stanovení metod informací, vypracování projektu výzkumu) a realizace výzkumu (sběr informací, zpracování a analýza informací, interpretace a prezentace výsledků výzkumu). (Boučková, 2003: 46)

Kozel a kol. (2006: 58) definuje marketingový výzkum jako systematický a cílevědomý proces směřující k opatření (shromáždění nebo nákupu) určitých konkrétních informací, které nelze získat z obou předchozích částí informačního systému pro marketing. Získáváme tzv. informace primární.

Cílem marketingového výzkumu je systematické plánování, shromažďování, analýza a vyhodnocování informací potřebných pro účinné řešení konkrétních marketingových problémů. Proces marketingového výzkumu má čtyři základní kroky: definování problému a cílů výzkumu, příprava plánu výzkumu a návrh metodiky, realizace výzkumu – shromažďování a analýza dat, vypracování zprávy a prezentace výsledků. (Kotler, Armstrong, 2004: 227)

Palatková (2006: 83) ve své publikaci uvádí definici marketingového výzkumu od Aakera a Daye. Ti charakterizují marketingový výzkum jako kontinuální proces specifikace, sběru, analýzy a interpretace dat o prostředí, v němž se daný subjekt nachází, s cílem lepšího porozumění prostředí a dalšího rozvoje subjektu. Základními fázemi výzkumu vždy zůstávají identifikace a definice problému, průzkum informačních zdrojů, které jsou v dané chvíli k dispozici, stanovení výzkumného plánu, sběr dat, analýza dat a prezentace výsledků výzkumu.

Podle Americké marketingové asociace (American Marketing Association) je marketingový výzkum systematickým sběrem, zaznamenáváním a vyhodnocováním údajů o problémech spojených s marketingem zboží a služeb. Marketingový výzkum pomáhá realizovat mnohem efektivnější marketingová rozhodnutí. Napomáhá také získat podrobné znalosti o našich zákaznících. Podává nám informace o tom, jak se nám

daří uspokojovat potřeby zákazníků a jakou máme pozici na trhu. Prostřednictvím výzkumu jsou také zkoumány nové cílové trhy a posuzovány a testovány nové služby a vybavení. Hlavní konkurenti jsou identifikováni a jsou odhaleny i jejich slabé i silné stránky. (Morrison, 1989: 133)

2.8.1 Proces marketingového výzkumu

Marketingový výzkumný program je plán organizace vyvinutý za účelem zkoumání několika příležitostí nebo problémů. Efektivnost marketingových výzkumných projektů se zvyšuje, pokud jsou uskutečňovány v sekvenci pěti kroků:

1. Formulace problémů představuje v procesu marketingového výzkumu definování problému nebo příležitosti, která se stává předmětem zkoumání. Program marketingového výzkumu stanoví, co má být zkoumáno.
2. Uspořádání výzkumu a metoda sběru dat. Po vymezení cílů a otázek výzkumu představuje pro organizaci další krok uspořádání výzkumu a metoda sběru informací. První otázka, kterou si klademe, je, zda bychom měli využít primární nebo sekundární výzkum, nebo oba.
3. Výběr vzorku a sběr dat. Třetím krokem se stává výběr reprezentativního vzorku a sběr informací. Výběr vzorku se skládá ze tří částí: rámec vzorku (panel), proces výběru vzorku a velikost vzorku.
4. Analýza a interpretace údajů. „Surové“ údaje mají omezenou hodnotu. Musí být podrobeny analýze a pečlivě interpretovány, aby je bylo možno dále použít. Tento proces představuje čtyři další úkoly: editace výsledků, kódování, tabelování a použití statistických testů a postupů.
5. Příprava výzkumné zprávy. Co přinesl výzkum? Závěrečný krok výzkumu zahrnuje formulaci závěrů a doporučení pro řízení a jejich formalizaci do podoby zprávy. (Morrison, 1989: 138)

2.9 Dotazování

Metoda dotazování je nejrozšířenější metodou shromažďování primárních dat: je vhodná zejména k získávání popisných informací, např. vědomostí lidí o nějaké

skutečnosti, jejich postojů, preferencí či nákupního chování. (Kotler, Armstrong, 2004: 238)

Kozel a kol. (2006: 141) uvádí, že smyslem dotazování je zadávání otázek respondentům. Jejich odpovědi jsou podkladem pro získání požadovaných primárních údajů. Vybraní respondenti, kteří budou dotazováni, musí odpovídat cíli a záměrům výzkumu. Výběr vhodného typu dotazování závisí na různých faktorech, především na charakteru a rozsahu zjišťovaných informací, skupině respondentů, časových a finančních limitech, kvalifikaci tazatele atd. V praxi se většinou jednotlivé typy navzájem kombinují.

Anketa neboli dotazování je nejpobulárnější výzkumnou metodou, protože je flexibilní a snadno použitelná. Bez ohledu na její velkou popularitu však bývá každý den realizována celá řada neefektivních anket. Máme tři základní způsoby realizace ankety: osobní dotazování, zaslání dotazníku poštou a dotazování telefonem. Pro všechny tři uvedené techniky normálně potřebujeme tištěný formulář, který se skládá z otázek a místa pro odpovědi. Tyto formuláře nejrůznějších tvarů a velikosti nazýváme dotazníky. (Morrison, 1989: 144)

Boučková (2003: 63) říká, že dotazování se provádí různými technikami, dotazovány jsou různé segmenty. Jejich odpovědi se také různými způsoby zaznamenávají a následně analyzují. Mezi základní techniky dotazování patří: ústní, písemné, telefonické, on-line, kombinované.

2.9.1 Osobní dotazování

Je nejtradičtější typem dotazování. Osobní styk je založen na přímé komunikaci s respondentem. Dotazování se stává osobním vždy při osobním kontaktu a je jedno, zda dotazník vyplňuje tazatel nebo respondent. (Kozel a kol., 2006: 142)

2.9.2 Elektronické dotazování

Při elektronickém dotazování zjišťujeme informace od respondentů prostřednictvím dotazníků v e-mailech nebo na webových stránkách. Jedná se o dosud nejmladší způsob dotazování založený na využití internetu. Výhodou je minimální finanční a časová

náročnost. Rozesílání e-mailů je mnohonásobně rychlejší než rozesílání klasických dopisů. (Kozel a kol., 2006: 144)

2.9.3 Dotazník

Dotazníky jsou nejpoužívanějším nástrojem při sběru primárních údajů. Představují formuláře s otázkami, na něž respondenti odpovídají, případně obsahují také varianty jejich odpovědí. Dotazník je potřeba důkladně sestavit, vyzkoušet a zbavit chyb před vlastním použitím, tzv. pilotáží. Význam dotazníku spočívá ve čtyřech oblastech. Získává informace od respondentů, poskytuje strukturu rozhovoru, tj. usměrňuje proces rozhovoru, zajišťuje standardní jednotnou matici pro zapisování údajů a za čtvrté ulehčuje zpracování údajů. (Kozel a kol., 2006: 161)

2.9.4 Druhy otázek v dotazníku

Otázky v dotazníku mají různou funkci i podobu:

- Otevřené otázky – nenabízejí žádnou variantu odpovědi, dotazovaný volně odpovídá; někdy kladou značné nároky na paměť dotazovaného, na jeho verbální schopnosti, obtížněji se zpracovávají, zejména při velkých souborech.
- Uzavřené otázky – nabízejí varianty odpovědí, dotazovaný určitou z nich vybere; náročná je příprava odpovědí, měly by pokrýt celou škálu možností; vždy by měla být nabídnuta alternativa „nevím“, „něco jiného“ apod.
- Přímý dotaz – otázka se týká podstaty věci, nemá skrytý význam; je typický pro kvantitativní výzkum.
- Nepřímý dotaz – ptá se jakoby na něco jiného, svou formulací zastírá vlastní smysl dotazu; patří spíše do kvalitativního výzkumu. (Boučková, 2003: 65)

Kozel a kol. (2006: 166) rozděluje typy otázek na otázky podle účelu, podle variant odpovědí, dle vztahu k obsahu a podle škály.

Otázky dle účelu

Účel otázek výrazně souvisí s umístěním otázek v dotazníku. Otázky nástrojové slouží k určení podmínek, za kterých budou pokládány otázky, jenž se týkají zkoumaného tématu. Těmi jsou otázky výsledkové, z nichž odvozujeme konkrétní

výsledky. Jako třetí skupina v této kategorizaci bývají uváděny pomůcky, které zpravidla využíváme samostatně. Otázky nástrojové dělíme na otázky kontaktní (jsou umístěny na začátku a na konci, pomáhají respondentovi proniknout do tématu), otázky filtrační (uváděny na začátku nebo před důležitými výsledkovými dotazy, zajišťují, aby určité otázky byly kladeny pouze vybraným respondentům), otázky analytické (slouží k dalším analýzám, využívají se při třídění), otázky kontrolní (ověřují pravdivost některých odpovědí) a výsledkové otázky (týkají se konkrétní zkoumané tematiky, pomocí nich zjišťujeme od respondentů jejich zkušenosti, znalosti, názory, postoje a motivy; rozdělujeme na nominální, měřítkové a dokreslující).

Otázky dle variant odpovědí

Forma otázky může výrazně ovlivnit očekávanou odpověď. Otázky s otevřeným koncem dávají respondentovi prostor k vyjádření svého vlastního názoru. Odpovídá vlastními slovy. Otázky s uzavřeným koncem předkládají dopředu možné odpovědi a respondent si z nabídky variant pouze vybírá. Otázky polouzavřené jsou kompromisem mezi oběma výše uvedenými skupinami a spojují jejich výhody. Respondentovi jsou předloženy varianty odpovědí a úniková varianta, u které bývá volné místo pro doplnění konkrétní odpovědi vlastními slovy.

Otázky dle vztahu k obsahu

Tento přístup členění ukazuje směr taktiky, která je zvolena pro zjištění podstaty zkoumaného problému. U otázek přímých respondent ví, na co se ho ptáme a vědomě odpovídá na prezentovaný smysl dotazu. Pokud zjišťujeme odpovědi respondentů nepřímou, využíváme k tomu zpravidla tzv. projekci. Využívá nestrukturovaných otázek k aktivizaci fantazie a vyžaduje spolupráci psychologů.

Škály

Škály jsou v marketingových výzkumech velmi rozšířené. Jejich hlavní význam spočívá v převádění neměřitelných znaků na znaky měřitelné. Škály slouží k vyjádření a především měření názorů a postojů respondentů.

3 Cíle a metody

3.1 Cíl

Cílem bakalářské práce bylo zhodnotit cestovní ruch v oblasti Prachaticka, následně odhalit nevyužitý potenciál cestovního ruchu v této oblasti a pomocí terénního šetření navrhnout produkt cestovního ruchu.

3.2 Metodický postup

Metodický postup bakalářské práce můžeme rozčlenit na tři části: analytickou, syntetickou a aplikační část.

1. Analytická část

1.1 Studium odborné literatury a pramenů

Studiem odborné literatury byly získány sekundární informace o dané problematice. Díky těmto všeobecným poznatkům byla zpracována literární rešerše.

1.2 Situační analýza destinace

Pomocí situační analýzy byla vymezena oblast Prachaticka a podána její charakteristika, co je typické pro tuto zkoumanou oblast, například horopis, vodopis, města regionu, jejich památky, které mohou účastníci cestovního ruchu navštívit, ale i sportovní vyžití, kterého se mohou zúčastnit.

2. Syntetická část

2.1 Příprava a realizace terénního šetření

Pro získání primárních informací bylo použito terénní šetření. Konkrétněji byly aplikovány dotazníky, aby byl umožněn přímý kontakt s účastníkem cestovního ruchu v daném regionu. Dotazování se konalo převážně ve městě Prachatice. Některé dotazníky byly rozeslány pomocí e-mailu. Dotazník byl předem připraven a obsahuje sedmnáct otázek o oblasti Prachaticka. Respondenti odpovídali na dotazy v srpnu a září roku 2012. Následně byly dotazníky zpracovány a vyjádřeny pomocí grafů.

3. Aplikační část

3.1 Návrhy a inovace

Výsledky z dotazníkového šetření zajistí nové návrhy a inovační opatření pro tuto oblast. Díky zjištěným informacím můžeme navrhnout změny, které povedou k zvýšení atraktivnosti oblasti Prachaticka a dále k navýšení návštěvnosti.

3.2 Příprava produktu

Informace z dotazníků napomůžou i k přípravě a tvorbě nového produktu cestovního ruchu pro tento region.

3.3 Hypotézy

Hypotéza (hypóthesis – v řečtině předpoklad, domněnka) je výraz, který se poprvé objevil v logice před více než dvěma tisíciletími. Hlavní funkcí hypotézy je vysvětlit určitý jev „jakoby na zkoušku“, a pokud se vysvětlení potvrdí, bude hypotéza nadále přijímána jako platný poznatek – do té doby, než se ukáže, že jde o omyl nebo se objeví lepší poznatek či se změní vědecké paradigma. Dalším posláním hypotézy může být interpretace určitého jevu, rovněž „jakoby na zkoušku“, s obdobnými limity. (Hubík, 2006: 5)

Pro bakalářskou práci byly stanoveny tři pracovní hypotézy.

1. 50% návštěvníků Prachaticka preferuje železniční dopravu.
2. Více než 30% návštěvníků Prachaticka motivovala jejich návštěvu příroda.
3. 70% návštěvníků Prachaticka využívá k přenocování kempy.

Tyto hypotézy budou následně v bakalářské práci potvrzeny, nebo vyvráceny.

4 Situační analýza

4.1 Prachaticko

Oblast Prachaticka se rozkládá v jihozápadní části Jihočeského kraje. Se svou rozlohou, která činí 1 375 km², zaujímá postavení čtvrtého největšího okresu v Jihočeském kraji. Okres Prachatice se nachází u jihozápadních hranic s Německem, kde tvoří přirozenou hranici hřebeny Šumavy. U jižních hranic sousedí z menší části i s Rakouskem. Mezi sousedy okresu Prachatice patří i čtyři okresy. Na západě sousedí s okresem Klatovy, který již spadá do Plzeňského kraje. Na severu sdílí společnou hranici s okresem Strakonice. Sousedem na východě je s okresem České Budějovice a na jihovýchodě pak s okresem Český Krumlov.

Oblast se skládá z 65 obcí. Nalezneme zde 6 měst a 4 městyse. K městům řadíme Husinec, Netolice, Prachatice, Vimperk, Vlachovo Březí a Volary. Okresním městem se stalo město Prachatice, kde žije nejvíce obyvatel, více než 11 300. Největšími městy okresu jsou Prachatice a Vimperk. Jsou to obce s rozšířenou působností. Mezi nejmenší obec se zařazují Olšovice, kde najdeme jen 41 obyvatel. Statut městyse v okrese Prachatice získaly obce Dub, Lhenice, Strážný a Strunkovice nad Blanicí. Celkově patří okres Prachatice mezi nejméně zalidněné okresy v celé České republice. Žije zde 51 081 obyvatel, což znamená, že na jeden km² zde žije pouhých 37 obyvatel. (www.czso.cz, 2013-02-22; www.trasovnik.cz, 2013-02-22)

Mapa okresu Prachatice je vyobrazena na obrázku 1, který je součástí příloh bakalářské práce.

4.2 Horopis

Oblast Prachaticko spadá do subprovincie Šumava, dělí se na Šumavu a Šumavské podhůří. Šumava je dále rozdělována na 5 geomorfologických celků: Šumavské pláně, Trojmezenská hornatina, Boubínská hornatina, Želnavská hornatina a Vltavická brázda. Šumavské podhůří je tvořeno z Vimperské vrchoviny, Prachatické hornatiny a Bavorovské vrchoviny. Celková plocha podhůří činí 2 407 km².

Šumavské pláně představují jen nepatrně zvlněný povrch, nad kterými vystupují vrcholy s výškami nad 1 200 m, kde nejvyšším bodem je tzv. Velká Mokrůvka (1 370m), naopak nejnižším je 565 m. Údolí je vyplněno rašeliništi, jako je Jezerní slat' či Chalupská slat'. Celkově Šumavské pláně zaujímají plochu o velikosti 670 km², která se dále člení na Kvildské pláně a Knížecí pláně. Kvildské pláně se rozprostírají v pramenné oblasti Vltavy, s nejvyšším bodem Blatný vrch (1 367 m), spadající do Roklanských plání. Knížecí pláně nacházejí na jihovýchodě Šumavských plání, částečně přesahující německé hranice.

Trojmezenská vrchovina, s celkovým rozsahem 360 km², je složena ze tří podcelků: Stožecká hornatina, Plešská hornatina a Novopecká kotlina. Nejvyšším vrcholem vrchoviny, ale i celé české části Šumavy je Plechý (1 378 m). Centrální částí Trojmezenské vrchoviny je Plešská hornatina, ve které se nachází několik vrcholů, patřící k nejvyšším na Šumavě, např. Trojmezná (1 361 m) nebo Třístoličník (1 312 m). Šumavské vrcholy přecházejí ve snížené hřbety, kde byl postaven Schwarzenberský plavební kanál.

Boubínská hornatina je na západě oddělena od Šumavských plání údolím Arnoštského a Kubohuťského potoka. Tato hornatina, patřící mezi nejmenší, měří pouze 126 km². Ve srovnání s ostatními celky je však nejzalesněnější, ale i nejméně obydlená. Nejvyšším vrcholem, řadící se mezi čtyři nejvyšší body Šumavy, je Boubín (1 362 m). Nejnižší výškou vrchoviny je 635 m.

Podle obce Želnavy byla pojmenovaná Želnavská hornatina, která se rozprostírá na ploše o velikosti 179 km². Do prachatického okresu však spadá jen malou částí. Nejvyšší výšku dosahuje horou Lysou (1 228m), nejnižší ležící bod je v nadmořské výšce 693 m. Na jihu sousedí s Vltavickou brázdou, na západě s Boubínskou hornatinou a na severu s Prachatickou hornatinou.

Vltavická brázda, s celkovou plochou 136 km², se člení na tři části, přičemž do oblasti Prachaticka zasahuje pouze jedna, a to severozápadní. Rozkládá se mezi Horní Vltavíci a Mrtvým luhem. Touto částí protéká Teplá Vltava.

Vimperská vrchovina, jejíž celková plocha je 307 km², byla dříve nazývána Prácheňské podhůří. Do oblasti Prachaticka však spadá jen svou jižní částí, kterou rozděluje údolí Volyňky na Vacovskou vrchovinu a Bělečskou vrchovinu, která vytváří podhůří Boubínské hornatiny. Nejvyšším bodem Vimperské vrchoviny je Běleč (922 m).

Nejsložitější Prachatická hornatina, která zaujímá území od západního okolí Prachatic až na východě k Vltavě, měří 489 km². Nejvyšším vrcholem je Libín s výškou 1 096 m. V Prachatické hornatině se vyskytují hornatiny, vrchoviny, brázdy i kotliny. Člení se na Libínskou hornatinu, ležící na západě, na východní Žernovickou vrchovinu, na Lhenickou brázdou v severojižním směru, oddělující Žernovickou vrchovinu od Blanského lesa.

Bavorovská vrchovina zasahuje do oblasti Prachaticka jen nepatrnou částí. Nachází se zde Husinecká vrchovina, která leží mezi Vimperskou vrchovinou a Prachatickou hornatinou a na severu se rozprostírá Netolická vrchovina s výraznými hřbety. (Chábera a kol., 1985: 9-16; Soukup, David, 1999: 8)

NP Šumava

Národní park Šumava je největším na území České republiky, který byl vyhlášen 20.3.1991. Zaujímá plochu 68 064 ha. Cílem národního parku je uchování a zlepšení přírodního prostředí, ochrana volně žijících živočichů a volně rostoucích rostlin, zachování vzhledu krajiny, využití NP pro cykloturistiku a pěší turistiku tak, aby neničila a nezhoršovala prostředí. Hlavně chrání horskou krajinu, především rašeliniště, ledovcová jezera, lesy a louky, pro udržení přírodně-kulturního dědictví. Národní park je rozdělen do tří zón. I. zóna zahrnuje nejcennější území s nejvýznamnějšími přírodními úkazy, lidem je vstup povolen jen po vyznačených trasách a člověku je zakázáno zasahovat do krajiny. Toto území je tvořeno 13% z celkového národního parku. II. zóna je území s významnými přírodními hodnotami, které vytvořil člověk. Vstup do této zóny není nijak omezován. Je značně využívána k turistice a rekreaci. Plocha zóny je 82% z národního parku. III. zóna je hodně zasažená činností člověka a je určena pro bydlení, pro služby, zemědělství, turistiku a rekreaci. V parku existují i

klidová území, zahrnující nejcennější území, která chrání živočichy a rostliny před poškozením. Proto je vstup omezen. (www.npsumava.cz, 2013-03-20; www.cittadella.cz, 2013-03-20; www.retour.cz, 2013-03-20)

CHKO Šumava

Chráněná krajinná oblast Šumava vznikla 27.12.1963 s rozlohou 168 654 ha. Oblast byla zřízena kvůli tomu, že tvoří největší středoevropskou lesní plochu, kterou chtěli zachovat pro budoucí generace. Často je označována jako „plíce Evropy“. Tím, že byl zřízen národní park se jeho plocha od roku 1991 zmenšila na 99 624 ha. Tato oblast plní funkci ochranného pásma národního parku. Dalším posláním oblasti je ochrana zachování vzhledu krajiny. (www.npsumava.cz, 2013-03-20)

CHKO Blanský les

Chráněná krajinná oblast Blanský les byla vyhlášena roku 1989. Rozloha lesa je 212,35 km². Do Prachaticka však zasahuje jen nepatrně na severozápadě svými lesními porosty, které jsou převážně smíšeného charakteru s převládajícím bukem. I přesto, že se jedná o malou plochu chráněného území, jedná se o velmi navštěvované turistické místo, jelikož se zde vyskytují, kromě přírodních krás, i historické památky a lidová architektura. Vyhlášení chráněného území zabezpečuje Blanskému lesu využívání a obnovu přírodního bohatství a zachování vzhledu krajiny s typickými prvky. (www.blanskyles.natura.cz, 2013-03-20)

4.3 Vodopis

Oblast Prachaticka spadá do povodí Vltavy, vznikající ze dvou toků: z Teplé a Studené Vltavy, které se slévají u Mrtvého luhu, ležící u obce Volary. Teplá Vltava pramení na svahu Černé hory. Až k soutoku se Studenou Vltavou se nazývá Černý potok, do něhož se zprava vlévá Bučina, Vltavský potok, Polecký potok, Řasnice a zleva Zelenohorský potok, Račí potok, Kubohuťský potok, Volarský potok a Kaplický potok. Do již vytvořené Vltavy ústí zprava u Kvildy Jezerní potok, též nazývaný Kvildský, pramenící v Jezerní slati. Dalším důležitým tokem na Prachaticku je Volyňka, která pramení na svahu Světlé hory u Lipky. Jedním z levostranných přítoků je Sputka, neboli Spůlka, která vzniká soutokem potoka Mladíkovského a Zdíkovského. Dalším je

menší Peklovský potok, který pramení u obce Přečín. Nejvýznamnějším tokem Prachaticka je řeka Blanice, jejíž pramen se nachází na svahu Knížecího stolce u obce Křišťanov. Z pravé strany přitéká do Blanice Zlatý potok, pramenící u obce Zbytiny. Levostranným přítokem jsou Dubský potok s pramenem u Stříteže, Cikánský potok a Libotyňský potok. (Chábera a kol., 1985: 167-178; Soukup, David, 1999: 8-9)

V oblasti Prachaticka se vyskytují dvě přehradní nádrže, a to Lipenská přehrada a Husinecká přehrada. Údolní nádrž Lipno byla postavena na řece Vltavě v letech 1952-1960. Jedná se o největší uměle vytvořenou vodní plochu v České republice, proto je nazýváno Jihočeské moře. Lipno bylo budováno z vodohospodářských a energetických důvodů. Je však vyhledáváno i kvůli rybaření, relaxaci a sportovním aktivitám, které oblast Lipna nabízí. Údolní nádrž Lipno však do oblasti Prachaticka spadá jen malou částí v okolí Nové Pece. Naproti tomu se Husinecká přehrada nachází na Prachaticku celá. Leží mezi městy Prachatice a Husinec na řece Blanici. Její výstavba byla zahájena roku 1934, protože řeka Blanice zaplavovala velice často město Husinec a stavbou přehrady tomu chtěli zabránit. V 50. letech byla pod nádrží postavena hydroelektrárna. (www.lipensko.org, 2013-03-20; www.husinec.cz, 2013-03-20)

Prachaticko není rybníkářská oblast, jen pár rybníků se nachází v okolí Netolic. Mezi největší rybník patří Podroužek s rozlohou 20 ha. Dalšími rybníky jsou Velký Hrbovský, Myslivna, Mnich, ležící přímo v Netolicích a Kratochvílský. Jen tři rybníky neleží v oblasti Netolic, jsou to: Křišťanovický u obce Záblatí, Dubský v obci Dub a Budkovský rybník. (David, Soukup, 1999: 9)

Jediným jezerem je Plešné jezero, dříve, ledovcového původu, dříve bylo nazýváno Plekenštejnské. Vzniklo asi před 10 000 lety po roztání ledovců, které následně zaplnily vyhloubenou jámku. Leží v nadmořské výšce 1 090 m na svahu hory Plechý. Svou rozlohou zaujímá 7,5 ha plochy. Patří mezi jezera, která nejsou příliš ovlivněná činností lidí, i porosty mají svou přirozenou druhovou skladbu. Byla provedena jediná úprava, která zvýšila původní morénu o umělou hráz. Bylo tak učiněno, jelikož vody z Plešného jezera sloužily v 18. století k plavení dřeva po Schwarzenberském kanálu. Jezero, ale i jeho okolí tvoří přírodní rezervaci díky vzácným rostlinám, které zde rostou. Nad

jezerem na skalní stěně, ve výšce 220 m, byl vybudován žulový památník šumavského básníka Adalberta Stiftera. (www.npsumava.cz, 2013-03-20; www.ceskehory.cz, 2013-03-20)

4.4 Města

Husinec

Husinec leží na strmých březích řeky Blanice, v jihozápadní části jižních Čech uprostřed zvlněné krajiny šumavského podhůří, a to přibližně ve výšce 530 m n. m. Asi 7 kilometrů jižním směrem leží město Prachatice, 15 kilometrů západně Vimperk, jen o necelé 4 kilometry severním směrem potom Vlachovo Březí. Ve městě žije celkem 1413 obyvatel.

První písemná zmínka o Husinci pochází z roku 1359, známky o jeho osídlení ale sahají již k počátku století třináctého. Vývoj města souvisel s rozvojem solné Zlaté stezky, leželo na jedné z jeho větví a její přítomnost byla spojena s rozvojem kultury, obchodu a řemesel v osadě. I proto byl Husinec již v počátku 16. stol. povýšen na městys. V 19. stol. patřil vedle Vimperku a Lenory ke třem nejprůmyslovějším městům Prachaticka. V roce 1905 došlo k jeho povýšení na město.

Hlavními pamětihodnostmi Husince jsou farní kostel Povýšení sv. Kříže, hřbitovní kaple sv. Cyrila a Metoděje, socha sv. Jana Nepomuckého a především rodný domek a socha mistra Jana Husa. Významnými osobnostmi města jsou malíř Josef Krejsa a malíř Cyril Chramosta.

Husinec je zajímavým centrem české historie. Jedná se o atraktivní turistický cíl, především díky osobě mistra Jana Husa. Jeho rodný dům, ležící na hlavní ulici města, navštíví každoročně zástupy turistů z celé České republiky i okolních zemí. Zajímavou technickou památkou oblasti je také nedaleká přehrada na řece Blanici. Město slouží jako dobrý výchozí bod pro cesty po nejbližším okolí nebo vzdálenějších místech regionu. (www.husinec.cz, 2013-03-24; www.mapy.cz; 2013-03-24; www.czso.cz, 2013-03-24; Augustin, 2001: 195)

Netolice

Netolice leží v šumavském podhůří, v nadmořské výšce 427 metrů, asi na polovině cesty mezi Českými Budějovicemi a Prachaticemi. V současné době zde žije celkem 2 604 trvale bydlících obyvatel.

První zmínka o Netolicích spadá již k roku 981, v Kosmově kronice je zmiňován pomezí hrad slavníkovského panství, jenž se nacházel na území města, a jehož vznik byl spojován s kmenem Netoliců. Po vyvraždění Slavníkovců v roce 995 se vlády nad ním chopili Přemyslovci. Netolice byly od svého založení důležitým obchodním a správním centrem v rámci jižních Čech, ležely na křižovatce důležitých obchodních stezek a cest. V jejich čele stál správce, jako první je v roce 1167 zmiňován Nemoj. Netolice byly založeny v podhradí kostela sv. Václava, ve 13. stol. přešly pod nově založený Zlatokorunský klášter. Jižním směrem od původní trhové osady došlo také k výstavbě nového města s kostelem Nanebevzetí Panny Marie. Po smrti Přemysla Otakara II. v bitvě na Moravském poli došlo k vyplenění Netolic i okolní krajiny Vítkovci. Podobný osud potkal město i během husitských válek. V době vlády Jiřího z Poděbrad došlo mj. k udělení práva na výroční trh (v den sv. Václava). V 16. stol. připadly Netolice rodu Rožmberků, v jeho druhé polovině došlo k výstavbě známého zámku Kratochvíle pod vedením věhlasného Viléma Rožmberského. Rozkvět zámku i města ovšem přerušil nástup třicetileté války (107 vypálených domů, rozsáhlé vyvraždění obyvatelstva). V roce 1622 převzali správu nad Netolicemi Eggenberkové, od roku 1799 potom rod Schwarzenberků. K novodobému rozkvětu města došlo v průběhu 18. a 19. stol. (stavba nové školy, radnice či železniční trati). Černé období obou světových válek v průběhu první poloviny 20. stol. bylo ukončeno osvobozením americkou armádou. Zajímavostí Netolic je podepsání dohody o demarkační linii mezi spojeneckými a sovětskými vojsky. V poválečném období docházelo především k rozvoji zemědělství, průmyslu či tradičního rybníkářství, pekařství nebo chovu koní.

Hlavními památkami Netolic jsou kostel sv. Václava se zachovalou románskou lodí, raně gotický kostel Nanebevzetí Panny Marie, klasicistní děkanství, goticko-renesanční rožmberský palác, sousoší kalvárie z 2. pol. 19. stol., žulová kašna z 2. pol. 17. stol. či nová radnice z 2. pol. stol. devatenáctého. Zajímavým turistickým cílem je také

historický archeopark zaměřený na rekonstrukci původního přemyslovského hradiště z pol. 10 – 13. stol. a především perla jihočeského renesančního stavitelství – zámek Kratochvíle. (www.netolice.cz, 2013-03-15; www.cszo.cz, 2013-03-15; www.mapy.cz, 2013-03-24)

Prachatice

Brána Šumavy – nejčastější a nepochybně příznačné označení jihočeských Prachatic. Prachatice leží v jihozápadní části Čech, v kotlině mezi lesy, v nadmořské výšce 565 m n. m. a těsné blízkosti 1096 metrů vysoké hory Libín. Okolí města je tvořeno podhorskou vrchovinou, která plynule přechází v šumavské horské pásmo. Městem protéká tzv. Živný potok, na západě potom větší řeka Blanice. V městě žije celkem 11 722 trvale bydlících obyvatel.

Historie Prachatic je neodmyslitelně spjata s proslulou solnou Zlatou stezkou, která protínala šumavský prales a spojovala české země se sousedním Bavorskem. V souvislosti s touto obchodní tepnou byly pravděpodobně založeny také Staré Prachatice, původní osada nedaleko současného města. To bylo založeno až v polovině 13. stol. v sousední, západnější a také níže položené lokalitě. Další rozkvět Prachatic zajistil vyšebrodský probošt Jan, který městu udělil roku 1323 právo na výběr mýta a také právo týdenního trhu. Pravděpodobně již v počátcích 14. stol. došlo k založení kostela sv. Jakuba. Obchod se solí stále pokračoval, v roce 1382 došlo k potvrzení práva na její skladování králem Václavem IV. Podobný krok přišel o pár let později i na německé straně a Prachatice i Pasov tak byly propojeny ještě silnějším obchodním svazkem. Ten se netýkal jenom soli, postupem času přibyla i další odvětví – sladovnictví či obchod s obilím. K dosavadním trhům týdenním přibyl od roku 1394 také trh výroční, a to o svatojakubském týdnu. Důležitým privilegiem Prachatic byla skutečnost, že všechno zboží putující z Čech do Bavorska a opačným směrem muselo projít právě městem pod Libínem. S úspěšným obchodem a rozvojem regionu docházelo také k rozvoji vzdělanosti. První významnou ránu zasadily Prachaticím husitské války. Město bylo dvakrát dobýváno tábořskými vojsky. Především druhý útok znamenal pro většinu obyvatelstva tragédii – většina z nich byla pobita, někteří byli upáleni v sakristii kostela. 16. stol. znamenalo pro Prachatice období rozkvětu, v jeho

polovině dosáhl obchod na Zlaté stezce vrcholu. Došlo k velkému rozvoji stavitelství, město vlastnilo nemalý majetek. Osudný úpadek Prachatic nastal ve století sedmnáctém. Příchod třicetileté války znamenal další ničení města, jeho připojení pod panství Českého Krumlova a ztrátu dříve nabytých práv (mj. práva královského města). Obchod na stezce začal upadat, přišel dovoz soli z rakouských zemí po „budějovické trase“. 18. a 19. stol. znamenalo pokračující stagnaci, rok 1832 přinesl další zkázu v podobě rozsáhlého požáru. Do vývoje v průběhu 20. stol. zasáhly výrazným způsobem obě světové války, po odsunu Němců v roce 1945 došlo k výrazným změnám ve složení obyvatelstva. Příhodná doba k opětovnému rozvoji Prachatic přišla až s rokem 1989.

Hlavními památkami Prachatic jsou původně románský kostel sv. Petra a Pavla ve Starých Prachaticích, gotický kostel sv. Jakuba Většího, renesanční Dolní brána, Husův dům nebo zbytky původního opevnění města. V průběhu kalendářního roku nabízí Prachatice celou řadu kulturních akcí – divadelní představení, pravidelné výstavy, městské trhy či slavnosti a koncerty (Letní škola staré hudby, adventní koncerty, slavnosti solné Zlaté stezky apod.). (www.prachatice.cz, 2013-03-15)

Vimperk

Město leží v západní části prachatického okresu, v údolí řeky Volyňky v nadmořské výšce 720 m. V současné době zde žije celkem 7 696 obyvatel.

Vimperk byl založen v polovině 13. stol. jako královský hrad na odbočce Zlaté stezky, obchodní cesty, která sloužila jako hlavní dopravní tepna mezi jižní či jihozápadní částí českých zemí se sousedním Bavorskem. Za zakladatele města je považován Purkart z Janovic. Po něm připadl Vimperk do vlastnictví řady dalších šlechtických rodů – Kaplířů ze Sulevic, Malovců z Chýnova, Rožmberků nebo Eggenberků. Ještě v roce 1947 patřilo město k majetku bohatého rodu Schwarzenberků. Na město byl Vimperk povýšen již roku 1479, a to českým králem Vladislavem II. Jagellonským. S touto poctou bylo spojeno také získání práva na trh a opevnění. Až do roku 1620 byl Vimperk převážně českým městem, po bitvě na Bílé hoře spojené s bojem katolíků a protestantů se ale výrazným způsobem prosadilo obyvatelstvo německé. K poslednímu výraznému posunu v demografickém složení města došlo během poválečného odsunu Němců v roce 1946.

Hlavními památkami Vimperku jsou zámek s původním hradním jádrem z poloviny 13. stol., hřbitovní kostel sv. Bartoloměje (založen rovněž ve 13. stol.), děkanský kostel Navštívení Panny Marie, pocházející ze 14. století, nebo srubové domy v Inocencově ulici, dokládající vývoj lidové architektury 18. stol. na území jižních Čech. Vimperk nabízí velké množství turistických cílů a tras, ale i tematicky zaměřených kulturních akcí v průběhu celého kalendářního roku (vodní, pěší, zimní i cykloturistika, Rožmberské městské slavnosti, koncertní a divadelní představení apod.). (www.vimperk.cz, 2013-03-15; www.czso.cz, 2013-03-24; Augustin, 2001: 665-666)

Vlachovo Březí

Vlachovo Březí leží na území mezi řekami Volyňkou a Blanicí, na spojovací cestě mezi městy Prachatice a Strakonice, v průměrné výšce 525 m n. m. V současné době s celkem 1 699 trvale žijícími obyvateli.

První písemná zmínka o městě pochází z roku 1274 a hovoří o jeho prvních držitelích – bratrech Michalovi, Vernerovi a Vchynovi z Březí. Na počátku 15. stol. spadalo panství do vlastnictví rytířů z Malovic, v době vlády posledního potomka tohoto rodu došlo k povýšení Březí na městečko. Mezi další majitele jsou počítáni Karel Leopold z Millesima nebo rodina Dietrichštejnů. V roce 1858 přešlo městečko pod správu Herbersteinů. Rozkvět Vlachova Březí vyvrcholil udělením městských práv v roce 1868 císařem Františkem Josefem I. Černé období obou světových válek a čtyřiceti let komunismu skončilo rokem 1989, následovaným dalším rozvojem města i celého regionu.

Hlavními památkami Vlachova Březí jsou kostel Zvěstování Panny Marie, křížová cesta s kaplí sv. Ducha, zámek a židovský hřbitov, který je ukázkovým dokladem pozůstatků židovské kultury na území jižních Čech. Je volně přístupný a leží v těsné blízkosti křesťanské křížové cesty. V roce 1999 byl zpřístupněn po rozsáhlé obnově. Na místě současného vlachovobřezského zámku stávala v dřívějších dobách tvrz, v letech 1468 a 1620 je zmiňováno její vypálení, v průběhu 17. stol. potom její přestavba. Tvrz není po řadě historických úprav slohově jednotná, v důsledku postupných přestaveb byla zbavena vlastní architektonické rozmanitosti. Vlachovo Březí je menším městem

prachatického okresu. Nabízí několik zajímavých turistických cílů. (www.czso.cz, 2013-03-24; www.mapy.cz, 2013-03-24; Starý, 1969: 26-27)

Volary

Volary leží zhruba 15 kilometrů jihozápadním směrem od Prachatic, v nadmořské výšce 760 metrů. V městě je v současné době hlášeno celkem 3 880 trvale žijících obyvatel. Historie Volar sahá až do 14. stol. První zmínka o městu pochází z roku 1354 a vykresluje je jako místo pro odpočinek a přenocování soumarů putujících po Zlaté stezce, významné středověké obchodní cestě vedoucí z Pasova do Prachatic. Po celá staletí sloužila volarskému lidu jako hlavní obživa odvětví zemědělské, lesnické, tkalcovské či dřevozpracující. Do husitských válek spadaly Volary pod správu Vyšehradské kapituly. Od roku 1503 převzali město Rožmberkové, na počátku 17. stol. císař Rudolf II., v roce 1719 rod Schwarzenberků. Teprve roku 1871 došlo k povýšení Volar na město. Rozvoj oblasti byl během řady let spojen s obchodem na Zlaté stezce. Po jejím odříznutí „rakouskou cestou“ začal upadat také význam Volar. Významnými demografickými změnami prošel celý region po konci druhé světové války a nuceném odsunu sudetských Němců. Obnovený rozvoj města přišel až s nástupem roku 1989.

Mezi hlavní památky Volar patří kostel sv. Kateřiny z roku 1496 (během let v důsledku řady požárů několikrát obnovován), hřbitov obětí Pochodu smrti, původní dřevěné seníky stojící na lukách v okolí města a především původní dřevěné domy alpského stylu v roubeném či poloroubeném provedení.

V bezprostřední blízkosti Volar leží bezpočet turistických tras či cílů (Boubín, hrad Hus či Soumarský most), město nabízí také řadu kulturních příležitostí (každoroční Slavnosti dřeva, muzeum ad.). (Augustin, 2001: 674; www.czso.cz, 2013-03-24, www.mestovolary.cz, 2013-03-24)

4.5 Atraktivity na Prachaticku

4.5.1 Přírodní atraktivity

Pramen Vltavy

Nedaleko horské obce Kvildy, v blízkosti německých hranic, vyvěrá pramen Vltavy na jihovýchodním úpatí Černé hory v nadmořské výšce 1172 m. V této oblasti Vltava pramení jako Černý potok, následně teče jako Teplá Vltava, která se spojuje se Studenou Vltavou v Mrtvém luhu, čímž vzniká řeka Vltava.

Původní pramen Vltavy, který návštěvníci na Šumavě obdivovali, představoval pouhou náhražku. Sice prameniště obsahovalo vodu z Vltavy, ta ale byla přivedena několik set dlouhým potrubím ze skutečného pramene. Na svahu Černé hory se nachází mnoho pramenišť, byl vybrán však jen jeden, který bude nejlépe přístupný. Pro návštěvníky byla zvolena 800 let stará odvodňovací štola středověkého dolu v Černé hoře. Ve vodě z tohoto pramene je obsaženo velké množství stříbra a podle průzkumů má mít voda léčivé účinky.

Přírodní památka skutečného pramene Vltavy byla otevřena až v roce 2010. K prameni se návštěvníci dostanou po dřevěných schodech a lávce, kterou lemuje naučná stezka Fenomény horské přírody, informující o vývoji Šumavy. K prameništi se lze dostat z Kvildy po 6,5 km dlouhé turistické stezce. Pramen Vltavy patří k nejnavštěvovanějším místům na Šumavě, kam se vydá každoročně přes půl milionu turistů. (www.ceskatelevize.cz, 2013-03-15; www.turistika.cz, 2013-03-15; www.itras.cz, 2013-03-15; <http://pramen-vltavy.ceskehory.cz>, 2013-03-15)

Třístoličník

Třístoličník vystupuje ve výšce 1 311 m n. m. ze šumavského pohraničního pohoří. Nachází se téměř 10 km od Nové Pece. Vrch dostal svůj název podle seskupení kamenů do trojice u samotného vrcholu. Zvětrávání je vytvarovalo do podoby tří věžiček s prohlubněmi, připomínajícími trůny. Podle legendy, která se traduje, na nich v dávných dobách seděli králové z Čech, Bavor a Rakouska a radili se o průběhu hranic. Na vrcholku je vybudované vyhlídkové místo, ze kterého lze pozorovat nedaleké

Bavorsko, ale také vzdálené Alpy. Za příznivého počasí s výbornou viditelností je pomocí dalekohledu výhled na mnichovský kostel. Vrchol nabízí i krásná panoramata do Čech. Na Třístoličnicku byl postaven památník Josefu Rosenauerovi, který se zasloužil o výstavbu Schwarzenberského kanálu, který vede také okolo tohoto vrchu. Vystoupat na horu je možné pouze pěšky po lesní cestě, vedoucí z Nového Údolí. Kvůli své náročnosti není přístupná pro cyklisty, ti mohou však navštívit Třístoličnick po snadnější trase z německé strany. (www.mestovolary.cz, 2013-03-15; www.jiznicechy.org, 2013-03-15; www.kudyznudy.cz, 2013-03-15)

Chalupská slat'

Chalupská slat' je rašeliniště, ležící asi 1 km u Borové Lady na Šumavě. Toto rašeliniště je odlišné od ostatních šumavských slatí, jelikož se vyvíjelo v nižší nadmořské výšce, s vyšší teplotou a nižšími srážkami. Kvůli těmto podmínkám představuje přechod mezi údolními vrchovišti, která byla vytvořena podél Vltavy a Křemelné, a horskými vrchovišti z náhorní plošiny Šumavských plání. Svou rozlohou zaujímá plochu o velikosti 137 ha, ve které se vyskytuje 2 340 000 m³ rašeliny. V Chalupské slati se dochovalo rašelinné jezírko, které je považováno, velikostí 1,3 ha, za největší v České republice. Na ostrůvcích, které se objevují v rašeliništi, se nachází řada vzácných druhů rostlin. Chalupská slat' je přístupná celoročně. Návštěvníci se k ní dostanou po naučné stezce, vedoucí z Borových Lad nebo z blízkého parkoviště po povalovém chodníku. (www.npsumava.cz, 2013-03-17; www.chalupska-slat.ceskehory.cz, 2013-03-17; www.itras.cz, 2013-03-17)

4.5.2 Kulturní atraktivity

Zřícenina hradu Hus

Hus leží zhruba 8 kilometrů jihozápadním směrem od Prachatic, nedaleko menších obcí Křišťanov a Blažejovice. Ze zhruba kilometr vzdáleného parkoviště u hlavní cesty je přístupný po dobře schůdné lesní stezce. Hrad byl vystavěn na úzkém, strmém ostrohu obtékaném ze tří stran řekou Blanicí. V současné době se dochoval pouze v podobě příčného příkopu, zbytků hradeb, vysoké zdi hradního paláce a úzké trhliny ústící do původních sklepů. Hus byl založen roku 1341 bratry z Janovic jako ochranný

bod na Zlaté stezce. Roku 1405 připadl do královského majetku pod vedením purkrabího Mikuláše z Husi. Po jeho smrti potom do vlastnictví Jana Smilka z Křemže, nepřítele věhlasného Oldřicha z Rožmberka. Po jeho uvěznění, mučení a následné smrti začal na Husu i v jeho okolí vládnout a přepadat loupeživý rytíř Habart. Roku 1441 byl proto hrad dobyt krajskou pohotovostí a zásadním způsobem pobořen. Od té doby začal chátrat až do dnešní podoby.

Hrad Hus je zajímavou architektonickou památkou uprostřed hlubokých lesů Prachaticka. Výhledy z jeho strmých srázů působí velice zajímavým dojmem a celý komplex zříceniny má tajemný a romantický charakter. (www.mapy.cz, 2013-03-18; www.turistika.cz, 2013-03-18)

Zřícenina hradu Osule

Zřícenina hradu Osule leží v těsné blízkosti obce Vitějovice, 7 kilometrů severozápadně od Prachatic. Hrad byl vystavěn na malém návrší (646 m n. m.) nad vesnicí. Jeho vznik lze datovat k době vlády Přemysla Otakara II., sloužil především jako protiváha rozpínavé vlády rodu Vítkovců. Nejstarší zpráva o Osuli pochází z roku 1283. Tehdy náležela k majetku Jana z Michalovic, od roku 1298 potom do vlastnictví Bruna z Vitějovic (dříve z Újezda). Na počátku 14. stol. spadl hrad do správy bratrů Verněře, Racka a Přibíka z Vitějovic, kteří ve službách Vyšehradské kapituly zakládali v povodí blízkého Zlatého potoka nové osady pro těžbu zlata a stříbra. Osule zároveň sloužila jako ochranný bod na obchodní stezce mezi Prachaticemi a Pískem. Zakládání nových osad vedlo k územním sporům mezi vitějovickými bratry a zlatokorunským klášteřem. Vzniklou situaci vyřešil Bavor II. ze Strakonice, který za majetek Vitějovických nabídl v roce 1317 svůj hrad Pořešín. Od té doby ztratil rozestavěný hrad na Osuli svůj význam. Zvláště ve chvíli, kdy připadl jako dědictví po Bavoru III. Rožmberkům, kteří budovali nedaleko Vitějovic hrad Helfenburk. Již roku 1379 byla Osule označena jako opuštěná. Zřícenina hradu je díky své rozloze a původní dvouvěžové dispozici považována za jednu z nejpozoruhodnějších stavebních památek středověké produkce v rámci českého území. Je poměrně dobře přístupná, na vrchol kopce vede krátká turistická stezka. Samotný areál hradu je díky svému stavu obtížněji prostupný, především v době letních měsíců.

Zřícenina hradu Osule je zajímavým turistickým cílem dokládajícím stavební vývoj na území prachatického okresu. Pozbývá sice atraktivnosti ostatních architektonických památek v oblasti, může ale sloužit jako krátká historická exkurze nebo doplnění většího výletu, např. po nedalekých Prachaticích a jejich okolí. (www.mapy.cz, 2013-03-23, Informační tabule – zřícenina hradu Osule)

Zámek Kratochvíle

Rozsáhlý lovecký letohrádek leží 2 kilometry severozápadním směrem od Netolic. Byl vystavěn vedle původní tvrze s hospodářským dvorem Leptáč, která patřila až do roku 1579 k majetku Jakuba Krčína z Jelčan, rožmberského regenta a budovatele jihočeských rybníků. Stavbou zámku byl v roce 1583 pověřen vlašský stavitel Baltazar Maggi z Arogna. Zadavatelem byl proslulý Vilém z Rožmberka. Kratochvíle má pravidelný obdélníkový půdorys s ohradní zdí, prostoupený na třech stranách domy. Hlavní objekt – patrová vila – stojí v přední části rozlehlé zahrady, kolmo k ose vstupní věže. Vila je obklopena samostatně ohrazeným vodním příkopem. Součástí komplexu je kostelík Panny Marie na východním rohu ohradní zdi.

Zajímavostí hlavní budovy je její původní umístění na olšových a dubových pilotech, které v bažinatém terénu postupem času zkameněly. Rozsáhlá obora zámku, ležící v jeho bezprostřední blízkosti, patřila ve své době k největším v českých zemích, v době vlády Viléma z Rožmberka, který se na Kratochvíli často zdržoval, zde byli chováni hřebci, a dokonce i velbloudi. V roce 1601 přešla Kratochvíle do majetku Rudolfa II., po bitvě na Bílé hoře potom pod správu Oldřicha z Eggenberku. Teprve v roce 1719 připadl zámek definitivně k panství Schwarzenberků. Kratochvíle byla v průběhu let několikrát přestavována, postupným změnám podlehla původně manýristická vodní vila, část štukové a malířské výzdoby interiérů a také plastiky na zahradě. Od počátku 80. let až do nedávné doby byla součástí zámku expozice Krátkého filmu Praha, představující sbírku českého kresleného, ploškového a loutkového filmu. Pro koncerty či svatební obřady slouží výbornou akustikou vybavený Zlatý sál, v letních měsících je v areálu zámku pořádána řada divadelních představení. V nedávné době prošel zámek rozsáhlou restaurací v čistě renesančním duchu. Zámek je přístupný od dubna do září, čítá celkem 4 prohlídkové trasy – hlavní (prohlídka vily spojená se vstupem do

zahrady), GRAND (vila, kostel, vstup do zahrady), prohlídku zahrady a samostatnou prohlídku kostela se zahradou. Kratochvíle je architektonickým klenotem prachatického okresu, jeho ojedinělou památkou a ideálním turistickým cílem pro návštěvníky z Čech i okolních zemí. (www.netolice.cz, 2013-03-16; www.zamek-kratochvile.eu, 2013-03-18)

4.5.3 Archeologické atraktivity

Archeopark Netolice

Vznik netolického archeoparku, jehož součástí je také originální „vyhlídková“ věž, sahá do roku 2004. Celý komplex je první jihočeskou památkou, která byla vystavěna formou přímé rekonstrukce. Je umístěn na jižním okraji Netolic vedle staré cesty směrem na České Budějovice. Hradiště je vystavěno na skalním ostrohu nad nevelkým potokem Rapačov. Lokalita sloužila od pol. 10. stol. do století třináctého jako jedno z hlavních center knížecí přemyslovské správy jižních Čech.

Hlavní trasa, která vede přes akropoli hradiště, je volně přístupná veřejnosti. Místo je dobře dostupné po několika cestách. Současný areál nabízí pohled na těleso hlavního sypaného valu z 10. století, rekonstruovanou opěrnou zeď s palisádou a strážní věží a terénní zbytky menší klešťovité brány. Dřevěná věž má jednoduchý obdélníkový tvar, jehlancovou střechu a úzká okna ve své horní části. V současné době je pro veřejnost uzavřená, pro výhled do okolní krajiny ale slouží téměř stejně vysoká, po schodech dobře přístupná prostorná hradba. Prostor netolického archeoparku je zajímavý a ojedinělý, jeho vyhlídková věž nabízí pohled na velkou část města, výhledy do okolní krajiny i na vzdálenější vrcholy šumavského podhůří.

Archeopark v Netolicích je originálním turistickým cílem v rámci prachatického okresu i celých jižních Čech, který nabízí jedinečné výhledy na překrásnou krajinu i zajímavou exkurzi do daleké historie českého státu. (www.archeopark-netolice.cz, 2013-03-04)

4.5.4 Církevní atraktivita

Kostel sv. Štěpána

Roku 1765 byl v obci Kvilda postaven, se svolením pražské arcibiskupské konzistoře, dřevěný jednolodní kostel s barokní bání, který byl zasvěcen památce Nalezení těla sv. Štěpána. V roce 1889 tento kostel shořel. Proto byl o tři roky později vybudován, na místě původního kostela, nový kamenný kostel, novogotického stylu, který byl pokryt šindelem, který je pro šumavskou architekturu typický. Celkovou rekonstrukcí prošel v letech 1994 – 1999, kdy byl nahrazen i původní zvon zvonem Panny Marie Pomocné. Kolem původního kostela se rozkládal hřbitov, který byl nešetrně zničen v roce 1978. Náhrobky se však v roce 2004 navrátily zpět a bude z nich vytvořeno pietní místo. Tento kostel jako jeden z mála přežil válku, ale i totalitní režim, který církevním památkám příliš nepřál. Dnes je kostel samozřejmě přístupný, konají se zde mše i koncerty duchovní hudby. (www.sumava.net, 2013-03-14; www.hrady.cz, 2013-03-14)

Kostel sv. Jakuba v Prachaticích

Prachatický kostel se nachází na Kostelním náměstí, ležící mezi Velkým náměstím a Dolní bránou, též nazývanou Píseckou. Kostel sv. Jakuba Většího patří mezi nejstarší a nejvýznamnější památky Prachatic. Jeho stavba se datuje do první poloviny 14. století. Tento pozdně gotický kostel je spjat se založením města Prachatic, které bylo vybudováno kvůli obchodní Zlaté stezce, která spojovala Čechy s Podunajím, po které se převážela hlavně sůl z alpských ložisek. Vzhledem k poloze a funkci města, byl kostel zasvěcen svatému Jakubovi Většímu. Sv. Jakub byl považován za patrona kupců, poutníků, obchodníků, nosičů nákladů a sirotků. Stal se tak patronem kupců, kteří přicházeli po obchodní stezce z Pasova. Kostel byl několikrát od svého založení přestavován. Předpokládaná dostavba byla v roce 1500, bohužel o sedm let později zasáhl kostel ničivý požár, který ho částečně poškodil. Proto pokračovaly další přestavby. Až v letech 1505-1513 získal svou výslednou podobu. Kostel je trojlodní s pětiboce uzavřeným presbytářem se sakristiemi po obou stranách. Na jižní straně je připojena kaple sv. Jana N. Neumanna. Na západní straně jsou vztyčeny dvě hranolovité věže, přičemž vyšší jižní dosahuje 53 m. Tato věž je zakončena krytým ochozem

předstupujícíím na krakorcích. Svou podobu minaretu získala až roku 1832. Tímto datem dostal kostel svou nynější podobu. Památka je veřejnosti přístupná. Je možné i vystoupat po 157 schodech do jižní vyhlídkové věže, ze které je možné shlédnout celé město Prachatice. (www.prachatice.cz, 2013-03-14; Ourodová, 2005: 1-47)

Volarský kromlech

Kromlech neboli rondel, se rozprostírá na pahorku U dvou líp nad volarským Starým městem. Menhiry byly ručně vztyčené na jaře roku 2007, v den keltského svátku. Jedenáct kamenů z okaté ruly je vystavěno do kruhu o průměru 6 m. Nejnižší menhir ční nad zemí pouhých 60 cm. Naopak nejvyšší stéla, která měří 130 cm, je usazena uprostřed, ostatní kameny jsou situovány dle postavení slunce o letním a zimním slunovratu. Objekt slouží z části jako svatyně a z části jako observatoř. Samotné menhiry však nepocházejí z této oblasti, nýbrž byly převezeny z náhorní plošiny v Krušných horách. O sběr kamenů pocházejících z předkřesťanské doby se postaral Ing. Pavel Polák, který též vybral vhodnou lokalitu a zasloužil se i o stavbu tohoto kromlechu. Menhiry, které byly zapojeny do šumavské krajiny, dodávají obyvatelům, ale i návštěvníkům svou tisíciletou sílu. I přesto, že se rondel nachází na soukromém pozemku, není přístup nijak omezen. Proto se síla menhirů může kdykoli vyzkoušet. (www.turistik.cz, 2013-03-15; <http://volary.vesele.info>, 2013-03-15; <http://m.rozhlas.cz>, 2013-03-15)

Stožecká kaple

Poutní kaple se ukrývá v lesích pod Stožeckou skálou, necelé 2 km od obce Stožec, v nadmořské výšce 973 m. Kapli Panny Marie nechal v roce 1791 postavit volarský kovář Jakub Klauser jako vděk za zázračné uzdravení jeho zraku ze zdejšího pramene léčivé vody. Původní dřevěná kaplička byla v roce 1804 přestavěna na kamennou stavbu, která byla v 60. letech 19. století doplněna o dřevěnou přístavbu s dřevořezbami ve švýcarském stylu. Ke kapli vedly tři křížové cesty, po kterých chodilo procesí poutníků z Čech, ale i z nedalekých Bavor. Sakrální stavba byla hojně navštěvována, ale bohužel po 2. světové válce začala upadat v zapomnění, kaplička začala chátrat a zbyly z ní pouhé trosky. V roce 1988 byla zdevastovaná kaple opět zrekonstruována zásluhou Jana Kocourka, inspektora památkové péče z Prachatic, a znovu vysvěcena roku 1990

kardinálem Miloslavem Vlkem. Díky tomu byla obnovena tradice poutního místa a uskutečňují se zde pravidelné poutě, přičemž hlavní pout' se koná vždy první neděli po 14. srpnu. Kaple je však volně přístupná celoročně. Návštěvníci se k této ukázce lidové řezbářské práce mohou dostat jak po turistické stezce, tak i po naučné stezce s názvem Na Stožeckou skálu. (www.sumavaregion.cz, 2013-03-14; www.hrady.cz, 2013-03-14; www.sumavaregion.cz, 2013-03-14; <http://itras.cz>, 2013-03-14)

4.5.5 Technické atraktivity

Vodní nádrž Strážný

Přehrada, která se nalézá nedaleko obce Strážný, je považována za nejstarší postavenou nádrž v Čechách. Její vznik sahá až do 14. století, kdy vládl Karel IV. Nechal jí zbudovat na říčce Řasnici. Na tu dobu dosahovala výjimečných rozměrů: byla dlouhá přes 500 m a vysoká 15 m. Tato stavba bohužel dlouho nevydržela, její hráz byla protržena v roce 1587. Proto se tu dnes nachází pouze zbytky po přehradě, které však byly vyhlášeny technickou památkou, aby zůstal doklad o tom, že vodní nádrže byly budovány již ve středověku. I přes svoji výjimečnost bývá tato památka neprávem opomíjená. (www.jiznicechy.org, 2013-03-14; www.turistik.cz, 2013-03-14)

Lenorská rechle

U obce Lenora byla v roce 1870 zbudována trémová lávka přes řeku Vltavu. Rechle sloužila k zadržování a usměrňování splavovaného dřeva, které putovalo až do papíren ve Větřní. Lávka byla postavena ze dřeva. Jen základy se tyčí na třech mohutných pilířích z kamenů obdélníkového tvaru. Je pokryta valbovou střechou. Délka stavby je 25 m, šířka 1,8 m a výška 6 m. Provoz rechle v Lenoře byl ukončen v roce 1959, po vystavění přehrady na Lipně. Most v dnešní době slouží jako vyhledávané turistické místo Lenory. Objekt se stal vzhledem ke své původní funkci cennou technickou památkou, který je spjat s historií plavení dřeva na Vltavě. (www.turistik.cz, 2013-03-14)

Schwarzenberský kanál

Schwarzenberský kanál se nachází na Šumavě a vybudoval ho lesní inženýr schwarzenberského panství Josef Rosenauer v roce 1789 na příkaz Jana ze

Schwarzenberga. Jeho stavba trvala 33 let, tedy do roku 1822. Po dokončení sloužil kanál k zásobování Vídně dřevem, jak palivovým, tak i stavebním. Kanálem se plavily klády dlouhé až 24 m, proto musely být oblouky vybudovány tak, aby se dřevo nevzpříčilo. Do plavební stoky je svedena voda z 27 potoků, 3 umělých nádrží a z Plešného jezera. Tyto vody napájely koryto vodou, a tím se dřevo mohlo plavit. Trasa kanálu, na kterém je 87 mostů, 80 vodních propustí a 22 stavidel, vede podél státních hranic s Německem i Rakouskem. Začátek kanálu se nachází u hranic s Německem u Nového Údolí, pokračuje přes Jelení, kde je kanál zabudovaný v tunelu v podzemí. Trasa pokračuje po svahu Plechého. Kanál vede až za hranice našeho státu a jeho celková délka činí téměř 52 km. Svou funkci vykonával do roku 1962. Brzy na to se zařadil mezi významné technické památky v jižních Čechách. Na území Národního parku Šumava byl v letech 1999 - 2001 opraven 11 kilometrový úsek mezi Jeleními Vrchy a Želnavským smykem, na kterém v létě probíhá tzv. ukázkové plavení dřeva. Podél kanálu vede cyklotrasa, ale i naučná stezka s panely, podávající informace o historii kraje a o přírodě Šumavy, která je zakončena malým muzeem v Jeleních Vrších. Kanál je možné navštívit celoročně. (www.jiznicechy.org, 2013-03-14; www.npsumava.cz, 2013-03-14; Drábek, 2007: 212-213)

4.5.6 Muzea, galerie, památníky

Prachatické muzeum

Muzeum v Prachaticích bylo založeno již roku 1904. Muzejní prostory se nachází v jednom z nejkrásnějších renesančních měšťanských domů v Prachaticích na Velkém náměstí. Muzeum tvoří stálé expozice doplněné o doprovodné expozice, které jsou neustále měněny. Mezi stálé expozice patří Pohled do historie města, Životní pouť Jana Nepomuka Neumanna, Zlatá stezka – cesta bílého zlata, Renesance – zlatý věk města a Muzeum za císaře pána. Prachatické muzeum například umožnilo navštívit v roce 2008 výstavu Karla Klostermanna, která souvisela s výročí tohoto spisovatele. V roce 2013 bude zpřístupněna expozice Putování za předky. Výstavy je možné navštívit od dubna do prosince. V dubnu, květnu, říjnu a listopadu je otevřeno pouze o víkendu. Od června do září je návštěvní doba každý den a v prosinci kromě pondělí. Vstupné do muzea je 30 Kč, zlevněné 15 Kč. (www.prachatickemuzeum.cz, 2013-02-28)

Minimuzeum Zlaté stezky

Jelikož byla Zlatá stezka jedna z nejvýznamnějších středověkých obchodních cest ve střední Evropě, otevřeli ve Vimperku stálou expozici, která návštěvníky seznamuje s vimperskou větví Zlaté stezky. Z výstavy se dále dozvědí co to vlastně Zlatá stezka je, jak a kde se dolovala sůl, co to byli soumaři, soumarské vozy a soumarští koně. Návštěvníky provedou i událostmi, které jsou se stezkou spjaté, a dokonce je nechají nahlédnout do historických dokumentů a map. Zájemci o historii Zlaté stezky mohou muzeum navštívit kdykoli po domluvě s turistickým informačním centrem ve Vimperku. Vstupné pro dospělé je za 20 Kč, pro děti 10 Kč a pro větší skupiny 5 Kč za osobu. (www.vimperk.cz, 2013-02-28)

Vimperské muzeum

Expozice muzea je uložena v části vimperského zámku. Nabízí stálou výstavu Příroda v Národním parku Šumava, kde informuje o národním parku a fauně a flóře, kterou v národním parku najdeme. Další expozicí je Knihtisk zaměřený na historii knihtisku ve Vimperku. Poslední stálou expozicí je Sklářství a jeho historie na Vimperku. Muzeum je možné si prohlédnout od května do října každý den, kromě pondělí. (www.vimperk.cz, 2013-02-28)

Muzeum JUDr. Otakara Kudrny

Městské muzeum v Netolicích bylo zřízeno v roce 1909. Zakladatelem byl JUDr. Otakar Kudrna, po kterém je muzeum pojmenované. Expozice je věnována historii města a regionu. Nalezneme zde i ukázky archeologických a geologických nálezů. Unikátem muzea jsou dochované dobové pohlednice. Další expozice představuje sbírku lidového nábytku, krojů, výšivek, skla, porcelánu a cínového nádobí. Muzeum vystavuje i v jednom ze sálů zbraně. V budově muzea jsou občas pořádány výstavy uměleckých děl. Netolické muzeum je možné navštívit od května do září každý den kromě pondělí a v říjnu je otevírací doba od pondělí do pátku. Vstupné do muzejní expozice pro dospělé je 40 Kč, pro děti 10 Kč a pro důchodce 20 Kč. (<http://info.netolice.cz>, 2013-02-28)

Volarské muzeum

V historickém roubeném domě, ve městě Volary, se ukrývá městské muzeum. Muzeum vystavuje stálé expozice, mezi které patří Pochod smrti, Zlatá stezka a Staré Volary ve fotografii, ale i doplňující expozice, které obměňují každý rok. V letošním roce budou například vystavovat Dětský ráj, který poukáže na dětský pokoj ze 40. let minulého století. Volarské muzeum je otevřeno od května do konce září, od úterý do neděle. V pondělí je vždy zavřeno. (www.mestovolary.cz, 2013-02-28)

Sklářské muzeum Lenora

V roce 1994 bylo poprvé otevřeno muzeum, které je tematicky zaměřeno na historické i současné sklo z lenorské sklárny. Vystavují se zde expozice, které jsou spjaty se sklárnou, s osobnostmi sklárny, a popisují, jak se vyrábí sklo. Otevřeno je sezoně od května do října, každý den kromě pondělí. Základní vstupné do muzea je 20 Kč a snížené vstupné je 10 Kč. (www.cz-museums.cz, 2013-02-28)

Památník mistra Jana Husa

Památník mistra Jana Husa nalezneme v jeho rodném městě Husinci. Expozice týkající se života, díla a odkazu mistra Jana Husa, se nachází v Husově rodném domě. Domek je přístupný již od roku 1873 a stal se národní kulturní památkou. Z výstavy se dozvíme nejen o mistru Janu Husovi, ale i něco o husitství, o dějinách církve a o regionální historii. Husův gotický rodný domek je možné navštívit v sezonních měsících, od května až do října, a to každý den, kromě pondělí, kdy je zavřeno, stejně jako ve všech památkách. (www.cz-museums.cz, 2013-02-28)

4.5.7 Rozhledny

Boubín

Jedna z nejvýraznějších dominant Šumavy. Hora s typickou siluetou, dobře viditelnou a rozpoznatelnou z řady míst jižních Čech. Vrchol s originální dřevěnou rozhlednou, lákající zástupy návštěvníků v průběhu celé turistické sezony – prachatický Boubín, vysoký 1362 metrů, leží mezi severně vzdáleným Vimperkem a na svém jižním úpatí ležící Lenorou. Vyniká svými rozsáhlými lesy a především celorepublikově známou rezervací, která byla vyhlášena již v roce 1858. Do roku 1974 stál na vrcholu

Boubína dřevěný triangulační bod s vyhlídkou. Až v roce 2004 došlo k výstavbě současné rozhledny, otevřena byla v červnu následujícího roku. Rozhledna dosahuje výšky 21 metrů, je vyrobena ze smrkového dřeva. Rozhlednu je možné zdolat po celkem 109 schodech. Boubínská rozhledna poskytuje výhled na většinu šumavských vrcholů – vedlejší Bobík, Libín, Klet', Smrčinu, Plechý nebo Černou horu, při dobré viditelnosti lze spatřit i siluetu Alp. Vidět lze samozřejmě i české vnitrozemí – budějovickou pánev, Vltavotýnsko, Písecko, Strakonicko nebo vzdálenější Brdy. Cesta na Boubín končí dřevěným chodníkem chránícím okolní půdu před erozí, který byl zbudován kvůli zvýšené návštěvnosti turistů od samotné výstavby rozhledny. Vrchol Boubína je přístupný z několika míst – z Kubovy Hutě ze vzdálenosti 4,5 kilometru, z parkoviště pod Boubínem ze vzdálenosti 6,5 kilometru, z osady Včelná ve stejné vzdálenosti, příp. ze vzdálenějšího Vimperku nebo Volar. Boubín i se svou rozhlednou představuje jedinečný a ideální turistický cíl. I přes obtížnější cestu je dobře dostupný a poskytuje řadu přírodních krás a zajímavostí z bezprostřední blízkosti. Boubínská rozhledna je volně přístupná. (www.turistika.cz, 2013-03-14; <http://turistickyatlas.cz>, 2013-03-14; www.sumavaregion.cz, 2013-03-14)

Libín

Rozhledna Libín, ležící asi 4 kilometry jižním směrem od šumavské brány – Prachatic na stejnojmenné hoře, 1096 m n. m. vysoké. Jedná se o kamennou, 27 metrů vysokou oválnou stavbu s kruhovým ochozem ve své nejvyšší části (přístupnou po celkem 138 schodech). Rozhledna byla postavena již v roce 1883, rozhodnutí o její stavbě padlo ještě o dva roky dříve. Probíhaly také úvahy o zastřešení vrcholového ochozu rozhledny. Všechny plány byly ale přerušeny nástupem druhé světové války. V jejím průběhu sloužila rozhledna jako vojenská pozorovatelná. Po skončení bojů byla postupně opuštěna a začala chátrat. K celkové opravě věže došlo až v roce 1964, novodobá rekonstrukce proběhla na počátku devadesátých let minulého století. V roce 2007 byly na vyhlídkový ochoz instalovány panoramatické tabule s informacemi o výhledu.

Na východní straně je dobře viditelná rozlehlá budějovická pánev, charakteristická množstvím ploch rybníků. Největším urbanistickým celkem jsou logicky České

Budějovice. I na značnou dálku je dobře rozeznatelný zámek Hluboká. Na jihovýchodě vyčnívá silueta Novohradských hor, v „těsné blízkosti“ rozhledny stojí vrchol Kleti s televizním vysílačem. Na jižní straně je patrný Chlum s Knížecím stolcem, jihozápadnímu směru dominují Plechý a Třístoličník. Na západní straně, v mnohem menší vzdálenosti, je velice dobře rozpoznatelný Boubín a Bobík. Severozápadnímu směru vévodí rozhledna na Javorníku nebo šumavský Churáňov. V severním směru, těsně pod rozhlednou, leží Prachatice, v dále jsou vidět písecká a strakonická rovina a ve velké dálce dokonce i hřebeny Brd. Za velice dobré viditelnosti je možné spatřit také vrcholky Alp.

Rozhledna je dobře přístupná z několika výchozích bodů – z nedaleké osady Libínské sedlo, přibližně ve vzdálenosti dvou kilometrů, delším okruhem přímo z Prachatic přes Lázně sv. Markéty o celkové délce 4,8 kilometrů a především z parkoviště pod vrcholem, buď po lehké asfaltové cestě (1,3 km) nebo náročnější stezce lesem (1,8 km). Rozhledna je otevřena v průběhu celého kalendářního roku, kromě pondělí. (Pohorecký, 2001: 68-69; www.rozhlednyunas.cz, 2013-03-22; www.rozhledny.webzdarma.cz, 2013-03-22)

Javorník

Přibližně 6 km od šumavských Stach leží obec Javorník. Asi ve vzdálenosti 1,5 km nad ní stojí stejnojmenný vrch s rozhlednou. Javorník i s okolními lesy je „od nepaměti“ úzce spojen s osobou spisovatele Karla Klostermanna. Právě jeho velká láska a vztah ke zdejšímu kraji stály u zrodu myšlenky vystavět na vrcholu Javorníku vyhlídkovou věž. V červenci 1914 došlo k projednání podrobností k započetí stavby. Veškeré plány byly ovšem přerušeny příchodem první světové války. Myšlenka stavby byla obnovena až v meziválečném období. Stavba rozhledny byla započata v červnu 1938. Veškerý chod stavby byl ovšem přerušen osudným zářím 1938. Většina českých vrcholů „zmizela“ ve fašistickém Německu a šumavský Javorník získal smutný primát – stal se nejvyšší horou Protektorátu Čechy a Morava. Během druhé světové války sloužila rozhledna jako protiletadlová pozorovatelná. Po skončení bojů v roce 1945 se stala opět oblíbeným turistickým cílem. Až do 70. let, kdy dříve nízká smrčina postupně přerostla výhled do okolní krajiny, a Javorník se stal nefunkčním na několik dalších desítek let.

K rozsáhlým úpravám rozhledny a jejímu opětovnému zprovoznění došlo v červenci 2003. K původní stavbě byl přidán průchozí blok s ochozem umožňujícím opětovný výhled do blízkých i vzdálených krajů Čech. Rozhledna na Javorníku poskytuje nádherný kruhový výhled do řady míst jižních Čech. Díky ideální poloze i relativně nedávnému nastavení výšky je vidět v podstatě na všechny světové strany. Na jihozápadní se tyčí vrcholy Pancíře, Ostrého, Velkého Javoru a Roklanu. Jižní směr nabízí pohled na Stašsko a Churáňov. Severozápadnímu směru dominuje Sušicko i s výraznou siluetou Svatoboru. Na severovýchodě vyniká prachatický Libín, vidět je i velká část českobudějovické pánve nebo Vltavotýnska. Rozhledna je přístupná v době od dubna do října. (www.turistika.cz, 2013-03-12; www.javornik.cz, 2013-03-12)

4.6 Sport

4.6.1 Sportovní zařízení

Lanový park Libín

Nedaleko města Prachatice, ve velmi atraktivní scenérii, byl postaven lanový park Libín. Tento lanový park je jedním z největších v Čechách, ale i ve střední Evropě. Šest tras, které tvoří více než osmdesát překážek, je rozmístěno na rozloze jednoho hektaru. Všechny trasy jsou zavěšeny ve výšce 4-20 m nad zemí. Lanový park je určen jak pro děti, tak i dospělé. Dokonce první trasa, zvaná „dětská“, je vhodná i pro seniory a handicapované děti. Překážky zvládnou jak zkušení sportovci, tak i úplní začátečníci. Zajímavostí parku je návštěva v nočních hodinách, kde návštěvníci absolvují panoramatickou trasu. Lanový park je otevřen od dubna do října každou sobotu a neděli, vyjma července a srpna, kdy je otevřeno každý den. (www.adrenalin-libin.cz, 2013-02-28; www.kudyznudy.cz, 2013-02-28)

4.6.2 Cyklotrasy a turistické trasy

Okres Prachatice je protkán trasami, ať už pro cyklisty nebo pro pěší turisty. Jsou i různé obtížnosti, takže si každý najde své. Svou polohou v podhůří Šumavy přímo vybízí k turistickým aktivitám. Svůj potenciál si uvědomuje i tato oblast, a proto se o trasy a stezky starají, neustále je rozvíjí a budují nové. V letošním roce bude rozšířena

sít' cyklostezek a cyklotras díky fondům z Evropské unie. Například bude vybudována nová trasa podél řeky Volyňky nebo prodloužena trasa z Netolic na zámek Kratochvíle.

K Schwarzenberskému kanálu

Trasa k Schwarzenberskému kanálu není příliš náročná. Je vedena hlavně po rovinách, jen občas se na trase 46 km vyskytne menší kopec. Začíná v Nové Peci, vede přes Černý Kříž a Stožec a dále pokračuje lesem podél Schwarzenberského plavebního kanálu. Poté vede přes Jelení Vrchy a opět do Nové Pece. (www.vyletnik.cz, 2013-03-21)

Kolem Boubína

„Kolem Boubína“ patří mezi trasy, které jsou pro náročnější cyklisty. Terén je velice kopcovitý a celková délka trasy je téměř 45 km. Začátek i konec cyklotrasy je ve Vimperku, pokračuje skrz obec Pravětín, přes Kubohuťské rozcestí, kolem Boubínského potoka. Celá trasa objíždí celý kopec Boubín. (www.vyletnik.cz, 2013-03-21)

Na Libínskou rozhlednu

Na Libín vede cyklotrasa, vedoucí z Prachatic na Libínské sedlo, kde se odbočí směrem doleva na Libínskou rozhlednu. Zpět se jede po trase na Sedélko, pokračuje se do Chrobol a cesta končí opět v Prachaticích. Trasa je vzdálená 30 km. (www.prachatice.cz, 2013-03-21)

4.6.3 Naučné stezky

Díky tomu, že oblast Prachaticka se vyskytuje zčásti na Šumavě, může se chlubit přírodními úkazy, které nabízí. Proto se zde nachází mnoho naučných stezek, aby návštěvníky seznámily s přírodními, historickými památkami a se vznikem, vývojem či významem daného území pomocí informačních tabulí, které jsou podél každé naučné stezky. Tyto okruhy však nejsou dostatečně propagovány, jsou většinou známé jen v nejbližším okolí, a proto je velice těžké určit skutečný počet naučných stezek. Odhaduje se, že v této oblasti se vyskytuje kolem 30 naučných stezek a neustále se budují nové, jelikož jsou u návštěvníků oblíbené.

Prachatické hradby

Tato stezka patří mezi historicko-naučné, která seznamuje s obranným systémem města. Její délka je 1,5 km. Tento okruh začíná i končí u Dolní brány a vede podél městských hradeb s baštami. Na trase je rozmístěno pět informačních tabulí: u Dolní brány, bašty Helvít, Horní brány, opevnění Prachatic a u dělostřelectva městských opevnění. (Fencel, 2006: 18; Naučné stezky, 2005: 4)

Medvědí stezka

Medvědí stezka patří mezi nejstarší přírodní naučné stezky v České republice. Byla vybudována již v roce 1967. Svůj název získala podle místa, kde byl zastřelen poslední šumavský medvěd. Tato trasa je dlouhá 14 km a vede z Ovesné, což je obec poblíž Nové Pece a končí u Černého kříže. Obsahuje 7 zastavení, přičemž nejzajímavější jsou Jelení vrchy, kde protéká plavební kanál, Medvědí kámen či balvany, která vytvářejí romantické skalní město na vrchu Perník. Stezka patří mezi náročnější. (Fencel, 2006: 37; Drábek, 2007: 123-125)

Národní park Šumava

Trasa dlouhá 6,5 km, vedoucí i končící z osady Bučina, je přírodně zaměřená. Informuje o přírodě Šumavy, o jejím zachování, ochraně a i jejím utváření krajiny člověkem. Stezka prochází i bývalou osadou Knížecí Pláně, která byla po 2. světové válce srovnána se zemí. Na jejím místě bylo vybudováno pietní místo. Stezka patří mezi středně náročné a je určena jak pro cyklisty, tak i pro pěší turisty. (Fencel, 2006: 42; Kolektiv autorů, 2005: 24)

4.6.4 Lyžařská střediska

Zadov

Zadov se nachází na Šumavských pláních v blízkosti obce Zdíkov, v průměrné výšce 980 m n. m. Areál je tvořen 7 sjezdovkami, které se rozprostírají na Zadově a Churáňově. Většinou jsou sjezdovky lehké až střední obtížnosti, jsou tedy určeny pro začátečníky a mírně pokročilé. Celková délka všech tratí činí 4,5 kilometrů. Součástí areálu je i lyžařská a snowboardová škola a půjčovna lyžařského vybavení. Na Zadově

je možné i večerní lyžování. (www.lazadov.cz, 2013-02-22; www.zadov.cz, 2013-02-27)

Nové Hutě

Nové Hutě najdeme nedaleko lyžařského areálu Zadov, který je známější. Ve ski areálu se nachází jeden vlek, nazývaný Tatrapoma. Tento vlek je dlouhý přes jeden kilometr. Sjezdovka, která provází celou délku vleku, je určena spíše pro začátečníky. Lyžařské středisko je vhodné i pro rodiny s dětmi, protože je zde umístěn i malý dětský vlek. Na své si přijdou i běžkaři. Novými Hutěmi prochází běžkařská trasa Zlatá Studna – Přílba – Rozcestí nad Starými Hutěmi – Pláně. (www.novehute.cz, 2013-02-22)

Kubova Huť

U města Vimperk, v podboubínské krajině, se rozléhá v nadmořské výšce kolem 1000 m n. m. obec Kubova Huť, kde se nachází lyžařský areál se stejným názvem. Středisko Kubova Huť je propletena čtyřmi sjezdovkami, z nichž jedna je určena pro mírně pokročilé a ostatní pro začátečníky. Červená sjezdovka disponuje délkou 600 metrů. Středisko nabízí i možnost večerního lyžování. V areálu nechybí lyžařská škola, půjčovna sportovního vybavení, ski servis a park pro snowboardisty. (www.ski-kubovka.com, 2013-02-22)

5 Terénní šetření

5.1 Dotazníkové šetření

Pro účely bakalářské práce bylo realizováno terénní šetření. Jako nejvhodnější metoda byla zvolena metoda dotazníková, při které lze dosáhnout nejefektivnějšího účinku. Dotazník se skládá ze sedmnácti otázek. První část otázek, která je tvořena třinácti dotazy, byla zaměřena na oblast Prachaticka a na samotného návštěvníka, zda respondenti navštívili tuto oblast a z jakého důvodu, jak dlouho zde pobývali, jakým způsobem se dopravili, jaké využili ubytovací zařízení, odkud se o regionu dozvěděli, co v oblasti postrádají a co by změnili. Druhá část dotazníku se týká identifikace respondentů a je složena ze čtyř otázek. Dotazníkové šetření probíhalo v měsících srpen a září roku 2012, převážně ve městě Prachatice. Na dotazy zodpovědělo 159 respondentů. Již v první otázce bylo zjištěno, že jedenáct lidí Prachaticko vůbec nenavštívilo. Proto nebyli dále dotazováni. Následně jsem pracovala s ostatními 148 respondenty.

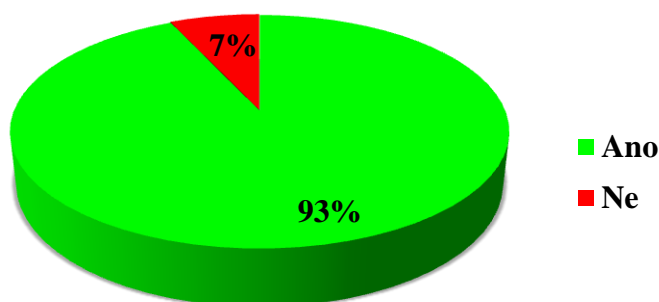
Pro dotazník bylo použito několik typů otázek. Hned v první otázce se vyskytuje filtrační otázka, kde byli respondenti dotazováni, zda navštívili oblast Prachaticka opakovaně. Pokud byla jejich odpověď záporná, již dále na dotazník neodpovídali. Tím se vytřídili respondenti, kteří nemají k dané problematice vztah. Další tři otázky jsou charakterizovány jako měřítkové, umožňující daný jev měřit, ať už počtem dnů, počtem osob či vyjádřením peněžní hodnotou. Většina otázek byla formulována nominálním typem otázek, které jsou používány při zjišťování faktů. Poslední sada čtyř otázek slouží k dalším analýzám a převážně se používají ke třídění. Tyto typy otázek se nazývají otázky analytické; ty mají zpravidla podobu demografických otázek. (Viz přílohy)

Podle variant odpovědí byly aplikovány uzavřené a polouzavřené otázky. U uzavřených otázek mají respondenti předem dané odpovědi, ze kterých si vybírají. Polouzavřené otázky nabízejí předložené varianty odpovědí s únikovou variantou, kde existuje možnost odpovědi vlastními slovy. V dotazníku převažují otázky uzavřeného typu.

Dotazník byl dále zpracován v programu Microsoft Excel 2010. Výsledky z dotazníků byly zachyceny pomocí grafů, typu výsečového a pruhového. Výsečové grafy byly použity pro uzavřené otázky, zatímco pruhové grafy pro polouzavřené.

5.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Graf 1: Jedná se o opakující se návštěvu Prachaticka?

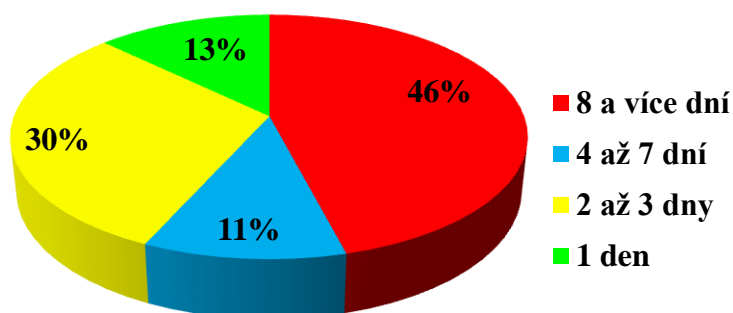


Zdroj: Vlastní šetření

Z prvního grafu je patrné, že většina dotazovaných lidí, což činí 93% (148 lidí), navštívila oblast Prachaticka opakovaně. Pouze 11 respondentů (7%) do regionu Prachaticka vůbec nezavítala.

To, že převládá skupina respondentů, kteří navštívili tuto oblast, může být dáno tím, že naše republika není příliš rozsáhlá a obyvatelé se ji snaží procestovat aspoň po místech, která jsou pro ně atraktivní. I v této oblasti se najdou místa, která pobízejí k navštívení. Těch respondentů, kteří odpověděli záporně, je malý počet. To, že do dané oblasti nezavítali, může být způsobeno tím, že nemají možnost cestovat nebo je Prachaticko nepřiměřlo k tomu, aby se sem podívali. Oblast nemusí produkovat takovou nabídku, kterou účastníci cestovního ruchu vyhledávají.

Graf 2: Jednalo se o četnější návštěvu Prachaticka? Kolik dní jste zde strávili?

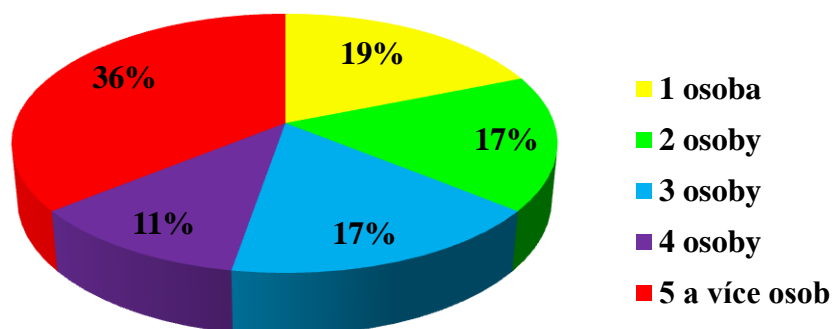


Zdroj: Vlastní šetření

V grafu č. 2 vidíme, že lidé pobývali v oblasti Prachaticka nejčastěji osm a více dní. Více než týden bylo v této oblasti celých 46% respondentů. Druhá nejčastější odpověď byla, že zde strávili dva až tři dny. Takto odpovědělo 30% dotazovaných. 13% lidí, kteří byli dotázáni, pobývali v regionu Prachaticka pouze jeden den. Nejméně častá odpověď, jen 11%, byla, že se zde vyskytovali čtyři až sedm dní.

Z grafu tedy vyplývá, že je pro respondenty nejtypičtější dlouhodobější pobyt v oblasti Prachaticka. Lidé se snaží vycestovat jen jednou, ale zato na delší dobu. Pokud navštívili tuto oblast, je pravděpodobné, že se zde chtěli zdržet delší dobu kvůli dostatečnému poznání krajiny, měst a zajímavých míst. Je pro ně důležité, aby si dovolenou užili, aby nemuseli nikam spěchat. Chtějí si odpočinout a zároveň poznávat. Jednodenní návštěvu mohli respondenti volit kvůli návštěvě koncertu či jiných kulturních akcí, které nevyžadují dlouhodobější pobyt v oblasti.

Graf 3: Prachaticko nenavštívujete sami, bude Vás doprovázet:

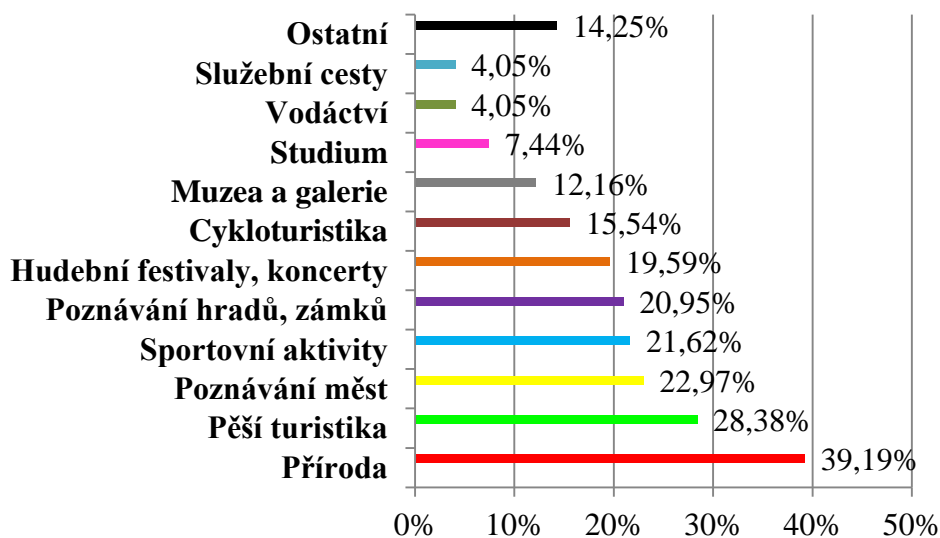


Zdroj: Vlastní šetření

Nejvíce respondentů (36%) zvolilo odpověď, že v regionu cestovali s pěti i více osobami. Dále bylo velice časté, že procestovali oblast jen s jednou osobou. Pro odpověď, že tuto oblast navštívili se dvěma osobami, se rozhodlo 17% dotazovaných lidí, stejně jako pro cestu se třemi osobami. Se čtyřmi osobami vyrazilo 11% lidí, kteří navštívili oblast Prachaticka.

Z dotazování je jasné, že nejraději lidé cestují ve větším počtu, od pěti lidí a více. Například mladí lidé neradi cestují sami. Ve větším počtu si užijí více zábavy. Lidí, kteří cestují s více osobami, je ale více. Mohou to být i rodiny s dětmi, kde je samozřejmé, že své děti vezmou na dovolenou s sebou. Ti, kteří navštívili oblast s jednou osobou, si chtějí užít více klidu. Nechtějí pobývat se skupinou lidí. Mohou to být mladé rodiny bez dětí či lidé v partnerském vztahu. I tato skupina účastníků, která takto vycestovala do oblasti Prachaticka, je poměrně početná.

Graf 4: Cesta do regionu měla nějaký motiv, uveďte jaký:

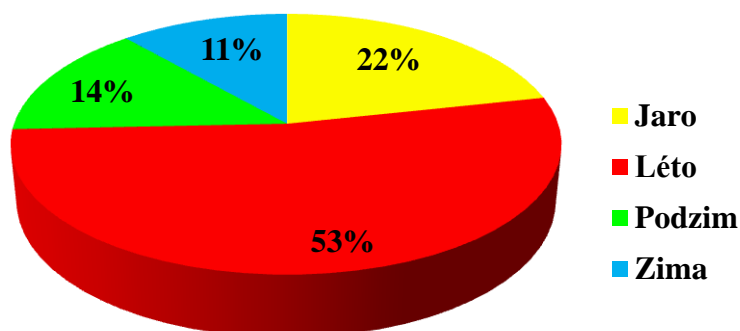


Zdroj: Vlastní šetření

Nejčastějším důvodem návštěvy oblasti Prachaticka byla příroda, následně pěší turistika, poznávání měst, sportovní aktivity, poznávání hradů a zámků, hudební festivaly a koncerty, cykloturistika, muzea a galerie. Méně častými důvody byly studium, vodáctví a služební cesty. Přes 14% respondentů si vybralo jinou odpověď, kde mohli napsat, co byl důvod jejich návštěvy. Jejich záměry byly nakupování, návštěva příbuzných a rodiny, závody aut nebo jen, že touto oblastí projížděli.

Z grafu je patrné, že pro respondenty je důležité poznání přírody oblasti, kterou navštívili. V přírodě mají dostatečný klid při své dovolené. Do přírody lidé utíkají z každodenního shonu, který prožívají v práci, ale i doma. Je to způsob relaxace, kterou v dnešním zrychleném světě lidé vyhledávají. V přírodě mohou vykonávat i aktivní formu odpočinku, pomocí pěší turistiky, cykloturistiky nebo jiných sportovních aktivit. Pro některé účastníky cestovního ruchu je ale zajímavější poznávání měst nebo hradů a zámků. Chtějí se dozvědět i něco o kultuře a historii navštívené oblasti Prachaticka.

Graf 5: Hraje roční období nějakou roli ve Vaší volbě návštěvy? Jaké roční období preferujete?

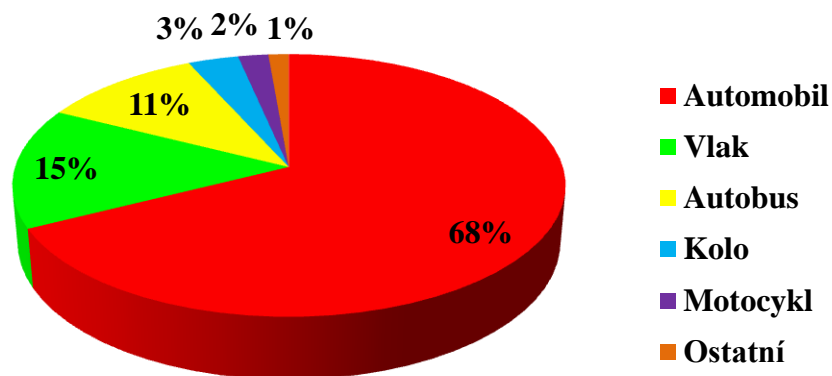


Zdroj: Vlastní šetření

V otázce č. 5 byli respondenti dotazováni, v jakém ročním období Prachaticko navštívili. Více jak polovina (53%) dotazovaných odpověděli, že v této oblasti byli v létě. 22% respondentů zde bylo na jaře, 14% lidí navštívilo Prachaticko na podzim a pouhých 11% v zimě.

Z toho vyplývá, že respondenti nejraději cestují v létě a nejméně oblíbené je pro ně cestování v zimě. To, že lidé preferují letní období pro svou dovolenou, je ovlivněno hlavně tím, že děti mají v letních měsících prázdniny, rodiče si kvůli nim berou dovolené, aby mohli cestovat. Další příčinou je i počasí, kdy v červenci a srpnu se očekává, že bude slunečno, což je pro výběr dovolené velice podstatné. Na jaře vyjíždějí opět kvůli tomu, že mají děti jarní prázdniny. Na jaře už začíná být poměrně hezké počasí a například na procházky v přírodě je to ideální.

Graf 6: Z důvodu větší mobility a i kvůli možnosti více poznat Prachaticko: Jaký dopravní prostředek preferujete?

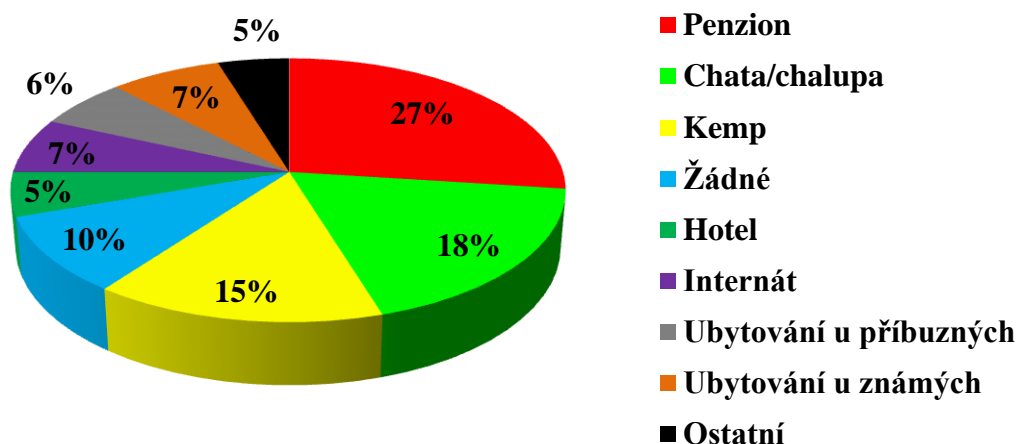


Zdroj: Vlastní šetření

Pro cestu do regionu Prachaticka zvolilo 68% dotazovaných lidí automobil. Jen 15% se dopravilo vlakem a pouhých 11% autobusem. Nejméně použitý dopravní prostředek bylo kolo a motocykl. Někteří respondenti odpověděli, že využili více dopravních prostředků pro svou cestu. Jsou zahrnuti v ostatních odpovědích (1%).

Z tohoto grafu vyplývá, že lidé nejčastěji využívají pro cestování automobil. Je to pro ně pohodlnější varianta. Nejsou vázáni na žádné jízdní řády, mohou se kdykoli rozhodnout o změně místa, kam pojedou. I časově jsou nezávislí. A pokud jede větší počet lidí, tak pro ně není ani příliš finančně náročné nakupování pohonných hmot. Vlak také účastníci cestovního ruchu využívají. Sice jsou vázáni časově, musí se přizpůsobit, ale vlaky jezdí poměrně často a jsou i prostorné a pohodlné. Nejméně využívají kolo a motocykl, jelikož je to nepraktické, když se veze více zavazadel. Cestování kolem či motocyklem je i velice zdlouhavé a náročné. I přesto, že jízda kolem je nejlevnější alternativou, lidé ji příliš nevyžívají. Spíše si vezmou kolo s sebou na dovolenou a použijí ho k cykloturistice.

Graf 7: Pro ubytování na Prachaticku preferujete?

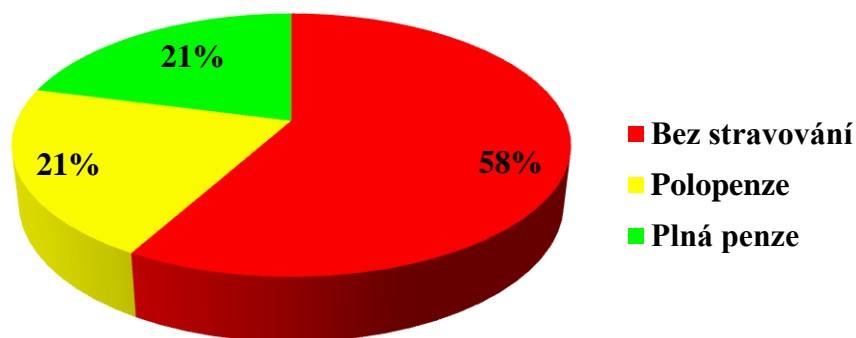


Zdroj: Vlastní šetření

Pro ubytování volili nejčastěji penzion, chatu nebo chalupu a kemp. Méně častá forma ubytování byla hotel, internát, ubytování u příbuzných a u známých. Celých 10% se vůbec neubytovalo, z důvodu, že jeli pouze na jeden den. Dalších 5% respondentů využilo ostatní ubytovací zařízení, která jim oblast nabízela, například domov mládeže.

Z tohoto dotazování vyplývá, že respondenti se snaží vyhledávat levnější alternativy ubytování, jako je penzion, chaty či kemp. Nechtějí příliš utrácet za ubytování. Pro svou dovolenou jim postačí levný způsob ubytování. To, že se ubytují někteří návštěvníci v kempech, může být způsobeno tím, že se chtějí více přiblížit přírodě. Většinou je to priorita mladých lidí, kteří kempují a jezdí z místa na místo.

Graf 8: Součástí pobytu jsou i stravovací služby, v čem spočívá Vaše preference?

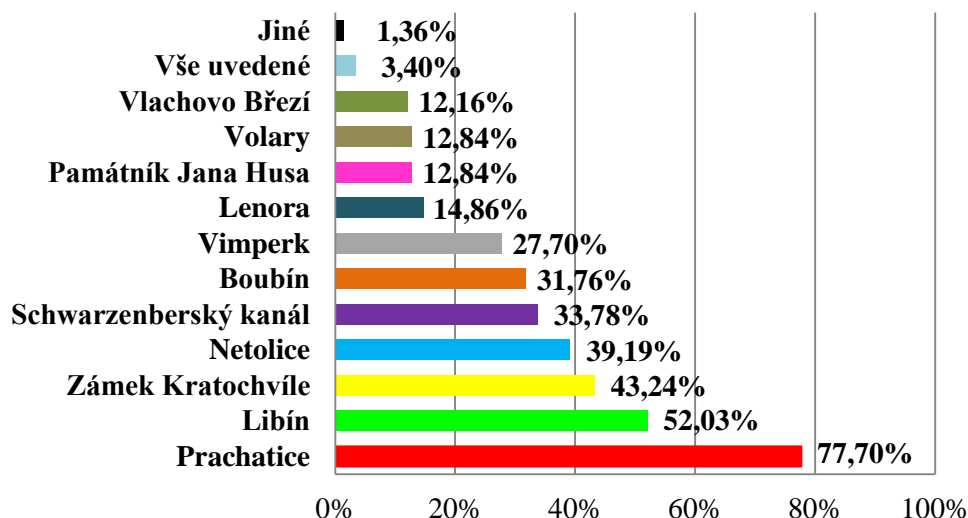


Zdroj: Vlastní šetření

Více než polovina dotazovaných (58%) nevyužila v ubytovacích zařízeních žádné stravování. Polopenzi zvolilo 21% respondentů a dalších 21% si vybralo plnou penzi.

Proto je jasné, že respondenti zvolili levnější variantu, kdy se stravují sami tak, že si jídlo vozí s sebou nebo nakupují potraviny v obchodech a sami si uvaří. Stravování, které je součástí ubytování, jim přijde příliš finančně náročné. A i přesto, že by návštěvníkům stravování formou polopenze či plné penze ulehčilo průběh dovolené a poskytlo více odpočinku, tak i nadále návštěvníci preferují dovolenou bez stravování. Při svém pobytu či dovolené jsou účastníci cestovního ruchu ochotni obětovat pohodlí než větší finanční obnos. Ti, kteří si zaplatí stravování, dávají přednost pohodlí a klidné dovolené. Nechtějí si pobyt kazit vařením. Proto si raději připlatí.

Graf 9: Z výčtu míst uveďte, která jste navštívili?

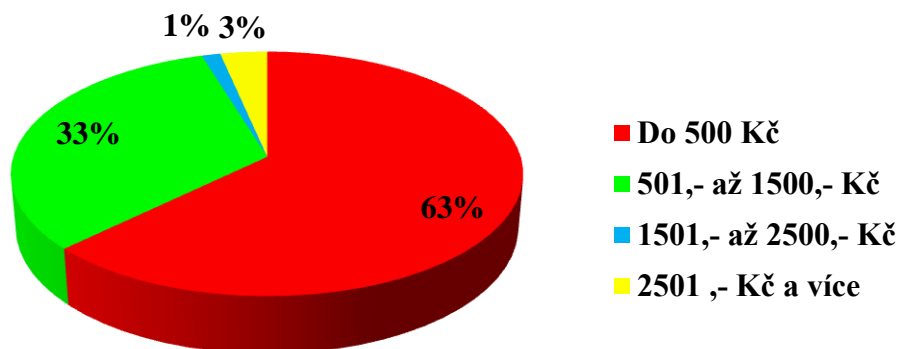


Zdroj: Vlastní šetření

Nejnavštěvovanější místo regionu Prachaticka bylo samotné město Prachatice. Druhé místo, které bylo často důvodem návštěvy, byl Libín, který je poblíž města Prachatice. Oblíbeným místem je i zámek Kratochvíle a město Netolice. Dále byla navštěvována místa, která jsou spojena s přírodou, jako je Schwarzenberský kanál a Boubín. Lidé zavítali i do Vimperka, Lenory, do Husince na prohlídku Památníku Jana Husa, do Volar a Vlachova Březí. Někteří respondenti navštívili všechna zmíněná místa a někteří zavítali i na jiná místa jako například do Jámy nebo na Lipno.

Z toho vyplývá, že nejčastěji lidé zamíří do Prachatic, kde najdou nejvíce památek, kulturního vyžití, nejvíce možností ubytování a stravování. Prachatice jsou okresní město, a proto i nejznámější. Proto zrovna do tohoto města zavítá nejvíce návštěvníků. V blízkosti Prachatic leží rozhledna Libín, která je též pro návštěvníky velice atraktivní, protože na rozhlednu se jde po lesní cestě, je z ní při příznivém počasí krásný výhled do okolí. Dalším turistickým cílem návštěvníků prachatického okresu je zámek Kratochvíle, ležící u města Netolic. Toto místo je hojně navštěvováno i z důvodu, že je to jediný významný zámek v této oblasti.

Graf 10: Kolik peněz jste ochotni utratit na osobu a den při návštěvě Prachaticka?

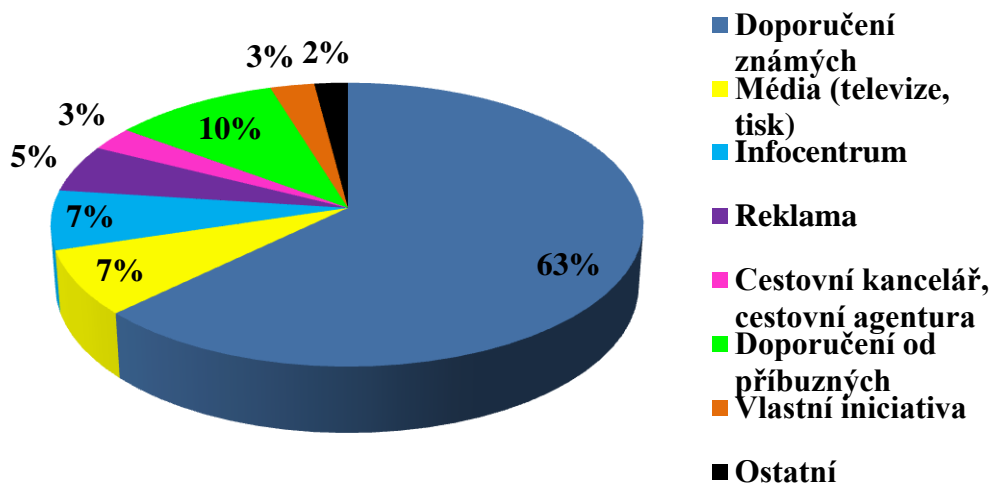


Zdroj: Vlastní šetření

Více než polovina respondentů (63%) utratila na svých cestách jen do 500 Kč za jeden den. 33% osob svou útratu navýšili od 501 Kč do 1500 Kč. Jen 1% dotazovaných vydalo 1501 Kč až 2500 Kč. A 3% odpovídajících lidí utratilo více než 2500 Kč.

Je patrné, že lidé se snaží na svých cestách co nevíce ušetřit, což je vidět v tomto grafu. V dnešní době je vše poměrně drahé a účastníci cestovního ruchu nechtějí příliš utrácet. Proto se hlavně pohybují po místech, která nejsou placená. Může to být návštěva města, procházka v přírodě po naučných stezkách, po turistických trasách nebo jízda na kole. Lidé hodně ušetří na dovolené i tím, že si s sebou vozí jídlo z domova a nenavštěvují stravovací zařízení. Těch návštěvníků, kteří jsou ochotni vydat větší finanční částku, je opravdu malé množství. Mohou to být lidé, kteří jsou na služební cestě. Jelikož mají vyšší nároky, musí vynaložit i větší finanční obnos. Jsou ubytováni v hotelu, mají zaplacenou plnou penzi a ve svém volném čase chtějí relaxovat jakýmkoli způsobem, třeba navštíví kulturní nebo sportovní zařízení. Při jejich cestách jim příliš nevadí, kolik utratí, jelikož jim je částka z větší části proplacena.

Graf 11: Z jakých zdrojů jste získali informace o Prachaticku?

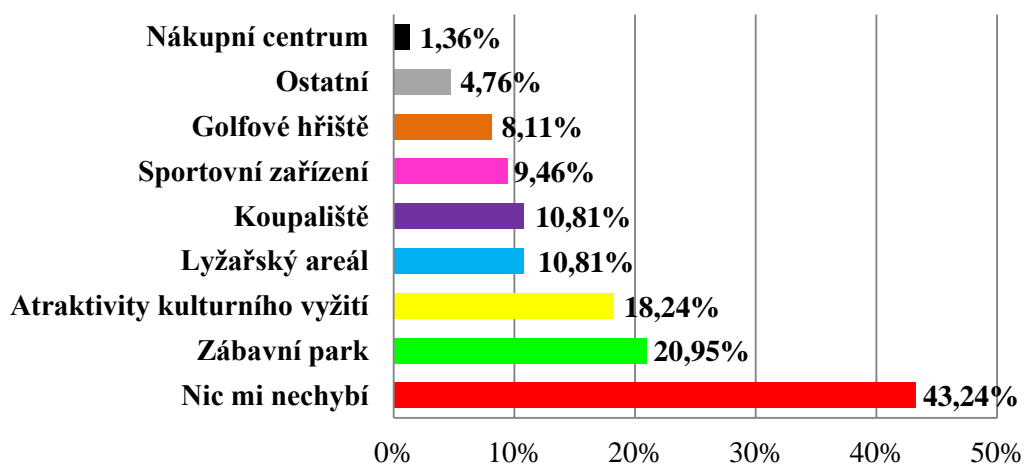


Zdroj: Vlastní šetření

Největší informovanost o oblasti Prachaticka pochází od doporučení známých, což tvoří 63%. Následně se dozvěděli o této oblasti od známých, z médií, z infocenter, z reklamy, od cestovních kanceláří nebo cestovních agentur. Tyto zdroje tvoří ale jen nepatrné množství. Někteří respondenti se vydali do regionu Prachaticka z vlastní iniciativy. A jen 2% dotazovaných se dozvědělo o oblasti jiným způsobem; třeba i argumentovali tím, že znají svou zemi.

Z grafu jasně vyplývá, že nejčastějším zdrojem je doporučení známých. Tyto získané informace jsou nejúčinnější. Známi, ale i příbuzní totiž poskytnou takové informace o oblasti, které mají sami z vlastních zkušeností. Nejlépe poradí, co navštívit, kde se ubytovat, kde se stravovat, kam raději nejezdit a kam určitě zavítat. Infocentra nabídnou také nepřehledné množství informací, jen je lidé tolik nevyužívají. Média, jako je televize či noviny, informují o oblasti, spíše ji propagují a upozorňují na atraktivitu, které mají účastníci cestovního ruchu k dispozici.

Graf 12: Vaše dovolená byla určitě zajímavá. Vyskytlo se něco, co její průběh narušilo? Co Vám chybělo k dokonalosti?

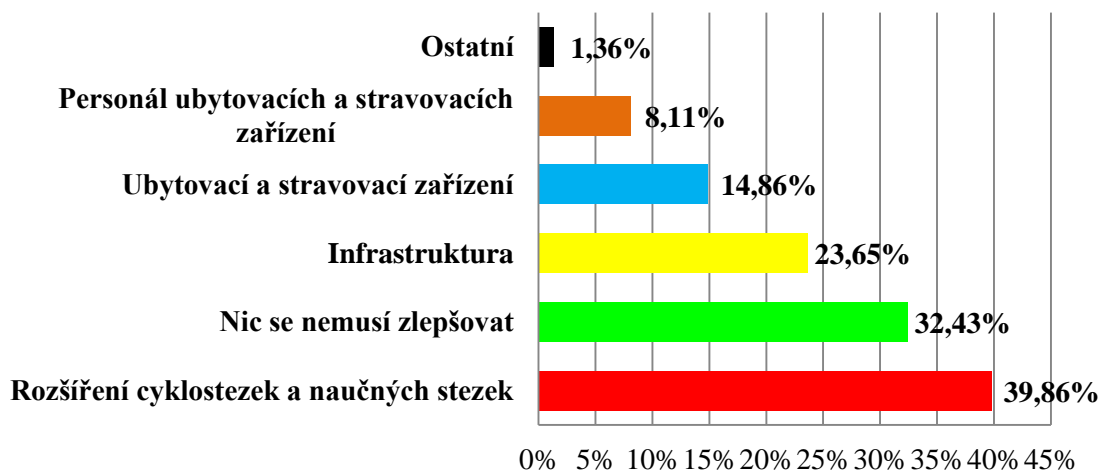


Zdroj: Vlastní šetření

Méně než polovina dotazovaných lidí v oblasti Prachaticka nic nepostrádá. Některým respondentům zde ale něco chybí, například zábavní park, atraktivita kulturního vyžití, lyžařský areál, koupaliště, sportovní zařízení, golfové hřiště a nákupní centra. V menším množství postrádají městskou hromadnou dopravu, bowling, posilovnu nebo in-line dráhu.

Můžeme tedy usoudit, že většina lidí je spokojena s tím, co jim tato oblast nabízí. Průběh jejich dovolené nic nenarušilo. Jejich zážitek byl komplexní. Pro naplnění své dovolené nemají žádné přehnané nároky. Ti náročnější postrádají hlavně místa, kde by mohli aktivně odpočívat. To znamená různé lyžařské areály, koupaliště, sportovní zařízení a golfové hřiště. Někteří návštěvníci více vyhledávají zábavní parky, chtějí se na dovolené uvolnit a užít si zábavu.

Graf 13: Z důvodu větší atraktivity Prachaticka naznačte, co by se mělo zlepšit?



Zdroj: Vlastní šetření

Nejčastější návrh na zlepšení v oblasti Prachaticka bylo rozšíření cyklostezek a naučných stezek. Další početná skupina respondentů byla spokojena a navrhovala, že se nemusí nic zlepšovat. Dále by chtěli vylepšit infrastrukturu, ubytovací a stravovací služby a personál ubytovacích a stravovacích zařízení. Nepatrné množství dotazovaných by chtělo zlepšení kulturního vyžití.

Z grafu vyplývá, že lidem zde schází kontakt s přírodou, mají zde málo cyklostezek a naučných stezek, které chtějí rozšířit. Chybí jim cesty, po kterých by se mohli pohybovat ať už pěšky, nebo na kole. Nechtějí sportovat na silnicích, kde jezdí automobily, kde musí dávat neustále pozor a kde musí dýchat výfukové plyny. Při své dovolené potřebují čistý vzduch, chtějí uniknout z nečistého prostředí, ve kterém se nachází každý den ve městech. Další početná skupina respondentů je s návštěvou oblasti Prachaticka spokojena a podle jejich mínění není potřeba nic vylepšovat.

5.3 Vyhodnocení hypotéz

První hypotéza „50% návštěvníků Prachaticka preferuje železniční dopravu“ byla vyvrácena. Lidí, kteří navštívili tuto oblast a využili přitom železniční dopravu, bylo pouhých 15%. Dominantní dopravou byla přeprava automobilem. Tudíž vyhrává

komfort při cestování, který u vlaků trochu zaostává. Toto zjištění vyplývá z dotazníkového šetření.

U druhé hypotézy „Více než 30% návštěvníků Prachaticka motivovala jejich návštěvu příroda“ došlo k potvrzení. Příroda je pro návštěvníky Prachaticka nejatraktivnější. Toto tvrzení je výsledkem z dotazníkového šetření. Potvrzuje to ale i situační analýza, kde zjišťujeme, že v této oblasti najdeme mnoho přírodních památek. Nejzajímavější pro návštěvníky je pravděpodobně Šumava, která nabízí k mnoha aktivitám v přírodě, ať už jde o relaxaci, či aktivní odpočinek.

Poslední hypotéza „70% návštěvníků Prachaticka využívá k přenocování kempy“ nebyla opět potvrzena. V kempech přenocovalo pouze 15% návštěvníků. Lidé pro přenocování preferovali penziony. Výsledek hypotézy byl potvrzen pomocí dotazníkového šetření.

6 Návrhy a opatření

Z realizovaného terénního šetření je patrné, že většině návštěvníků nic nechybělo při trávení dovolené v oblasti Prachaticka. Mnohým však průběh dovolené narušila absence určitých zařízení, a to zábavních center, koupališť, sportovních zařízení a lyžařských areálů. Po zpracování situační analýzy bylo potvrzeno, že oblast Prachaticka nenabízí tak širokou škálu zařízení, která by uspokojila potřeby návštěvníků, co se týče sportovního vyžití. V oblasti se nachází tři větší lyžařské areály, dále jen malé, nacházející se na menších kopcích, které vytvořili a využívají spíše místní obyvatelé pro svou potřebu. Koupališť i krytých bazénů je zde sice řada, ty však slouží jen k plavání, nenabízí žádné atrakce pro děti. Jediné, které obsahuje skluzavky a jiné sportovní vyžití, se nachází v Prachaticích. V okresním městě se vyskytuje sportovní zařízení, které nabízí hřiště pro fotbal, volejbal a tenis, prostory pro stolní tenis a judo, halu s horolezeckou stěnou, krytý bazén, plochu pro skaty s U-rampami a stadion pro běh i in-line bruslení. Dalším centrem spíše adrenalinovým je Lanový park na Libíně. Problém je patrný a určitě má velký vliv na cestovní ruch v oblasti Prachaticka, ale pro vybudování nových center, ať už zábavních, či sportovních, však nemá okres dostatek financí.

Další problém pocítovali návštěvníci v tom, že postrádali kulturní vyžití. Při zmapování oblasti byla tato nespokojenost vyvrácena. V oblasti je totiž velký počet muzeí a galerií, které nabízejí informace o oblasti, historii měst, slavných rodácích nebo o činnostech, které proslavily danou oblast či město. Pro ty, kteří nenacházejí oblibu po toulkách v muzeích, jsou zde i jiné možnosti kulturního vyžití, a to kina, divadla, koncerty, festivaly nebo slavnosti. Problém je zřejmý, v oblasti se však snaží o nápravu a pořádají co nejčastěji divadelní představení, koncerty významných osobností a slavnosti s přitažlivým programem pro děti i dospělé. Konáním slavností, které jsou zaměřené na historii, tradici nebo různá výročí měst a obcí, se snaží návštěvníky nalákat jak velká města, tak i menší obce. Díky tomu, že města a obce se snaží být aktivní a chtějí samy sebe propagovat a uskutečňovat akce s kulturním vyžitím, neshledávají

zaměstnanci infocenter problém, že by v oblasti nebyl dostatek atraktivit kulturního vyžití.

Podle terénního šetření by návštěvníci uvítali zlepšení infrastruktury v oblasti Prachaticka. V kritickém stavu jsou hlavně silnice II. a III. třídy. Města se však snaží zlepšit dopravní infrastrukturu. Zaměřují se na hlavní tahy, které je spojují s jinými oblastmi, což je předpokladem pro rozvoj v podnikání a ve vztahu s kvalitou života obyvatel. Další důvod, proč dochází ke zkvalitnění dopravní infrastruktury, je spojen s turistickým ruchem, přičemž stav vozovek ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti. I ve městech se snaží o úpravy silnic tak, aby došlo ke zklidnění provozu. Úpravy jsou však celkově menšího charakteru kvůli nedostatku finančních prostředků.

Nejčastějším návrhem na zvýšení atraktivnosti Prachaticka bylo rozšiřování naučných stezek a cyklostezek. Po uskutečnění situační analýzy bylo však vyhodnoceno, že oblast Prachaticka je protkána cyklostezkami. Je to způsobeno tím, že se nachází v místě, kde se rozprostírá Šumava. Zde pravděpodobně oblast našla svůj potenciál, a proto se snaží co nejvíce zvýšit atraktivitu pomocí budování nových cyklostezek a cyklotras a jejich rozšiřováním. Problém však patrně plyne z toho, že mnoho tras, které nejsou na Šumavě, není odděleno od hlavních komunikací. Návštěvník proto musí dbát zvýšené opatrnosti a nemůže se plně soustředit na přírodní krásy a nemůže si užívat klidnou jízdu na kole. Naučných stezek v oblasti Prachaticka se nachází kolem 30. Téměř všechny stezky jsou však zaměřené na přírodní památky a zajímavosti. Ostatní památky jsou opomíjeny a nevedou k nim naučné stezky. Sice se tímto využívá potenciálu, který je v přírodních atraktivitách, ale i ostatní památky jsou také zajímavé a neměly být opomíjeny.

Na základě tohoto problému byla navržena tři řešení:

1. Inovovat již vytvořenou naučnou stezku, která je zaměřena na přírodní památku a prodloužit ji až na místo, kde se nachází jiná památka, například technická.
2. Vybudovat novou cyklostezku.
3. Vytvořit novou naučnou stezku, která vyzdvihne i jiné památky než ty přírodní.

7 Příprava nového produktu

Na základě výsledků z terénního šetření, kde návštěvníci nejvíce vyžadovali rozšíření naučných stezek a cyklostezek, bude nový produkt zaměřen především na pěší turisty bez ohledu na věk. Produkt bude možné navštěvovat nejen v letních měsících. Tím pádem by měl podporovat cestovní ruch na Prachaticku celoročně. A díky tomu, že návštěvníci oblasti Prachaticka preferují hlavně přírodu, pěší turistiku a poznávání měst, bude vytvoření naučné stezky ideální pro zvýšení atraktivnosti oblasti a následné navýšení návštěvnosti. Pro maximální splnění účelu nového produktu bude vytvořen marketingový mix.

7.1 Produkt, místo

Novým produktem bude naučná stezka. Vzhledem k tomu, že většina naučných stezek na Prachaticku je zaměřena na přírodní atraktivitu, bude se nová stezka zabývat historií města a jeho památkami. Pro vybudování byla vybrána menší obec. Důvodem je, že města Prachatic, Vimperk, Volary, Vlachovo Březí, Netolice a Husinec jsou dostatečně propagována, a je důležité, aby se do povědomí návštěvníků oblasti Prachatic dostala i další místa, která jsou zajímavá. Například městyš Lhenice, kde bude stezka realizována. Lhenice jsou městečko, ležící v šumavském podhůří pod vrchem Stráž, 7 kilometrů jihozápadně od Netolic a 18 kilometrů západně od Prachatic. Již odedávna se zde pěstuje ovoce, a tak Lhenicím a okolí patří označení Zahrada jižních Čech. Tradice ovocnářství již byla zaznamenána v 16. století, kdy vesnici Lhenice povýšil Ferdinand I. na městyš a udělil městečku znak, ke kterému se pojí několik pověstí a legend. Jedna z pověstí vypráví, že v Českých Budějovicích vypukla morová epidemie a do města se nikdo neodvážil vstoupit. Jen Lheničtí vytrvale zásobovali město ovocem. Proto je ve znaku lhenická jablko se žlutočervenými jablky na modrém štítě a budějovická stříbrná hradební zeď.

Trasa naučné stezky, o délce necelých 4 km, bude vedena městysem Lhenice po nejzajímavějších atraktivitách obce. Stezka bude řádně značena bílými čtverečky o rozměrech 10x10 cm se zeleným pruhem. Okruh bude mít pět zastavení:

1. Historie Lhenic a legenda městyse
2. Kostel sv. Jakuba, Panský dům, Kašna Karla IV. a socha sv. Vojtěcha
3. Hřbitov u sv. Jana Křtitele a křížová cesta
4. Kaple zvěstování Panny Marie
5. Lhenická lípa

Začátek stezky bude situován ve Školní ulici, naproti radnici. První informační tabule ponese název Historie Lhenic a legenda městyse. Zastavení se bude zabývat nejdůležitějšími historickými postřehy o obci. Trasa dále bude pokračovat na náměstí, kde bude umístěno druhé zastavení s kostelem sv. Jakuba, Panským domem, kašnou Karla IV. a sochou sv. Vojtěcha, což jsou nejzajímavější památky nacházející se na náměstí nebo v jeho těsné blízkosti. Po tomto zastavení stezka povede po vyznačené trase až k lesu, kde se nachází hřbitov u sv. Jana Křtitele s kaplí, začátek křížové cesty a také třetí zastavení naučné stezky s textem a fotografiemi o těchto duchovních památkách. Další část trasy splývá se zmiňovanou křížovou cestou, která je ukončena kaplí zvěstování Panny Marie, kde bude stát čtvrtá informační tabule o této kapli v místě zvaném „V Brabcích“. Na tomto místě, kde je umístěn malý přístřešek s posezením pro odpočinek, je krásný výhled do širokého okolí Lhenic. Je vidět na vesničky patřící ke Lhenicím, na pohoří Buglatu a Vysokou Bětu, které náleží Blanskému lesu. Následně bude krátká část stezky vedena po stejné trase, která vedla ke kapli, ale poté bude svedena jiným směrem k poslednímu zastavení lhenické lípy, která je již v blízkosti náměstí.

Trasa lhenické naučné stezky je vyobrazena na obrázku 2, který je vložen v příloze.

Navštívit městyse Lhenice bude lákavé v kterémkoli ročním období nejen kvůli lhenické naučné stezce. Na jaře je totiž krásná procházka do rozkvetlých třešňových alejí a jabloňových sadů, na který je nádherný pohled jak zblízka, tak i ze vzdálenějších míst. V létě stojí za to zavítat do Lhenic kvůli zralým třešním, které ovocnáři dovolí si za poplatek natrhat. Stejně tak je to v podzimním období, kdy zrají jablka a návštěvníci si mohou část úrody také otrhat pro svoji potřebu. I zasněžené stromy v alejích v zimních měsících mají své neobyčejné kouzlo.

7.2 Propagace

Propagace nově vznikající stezky je důležitou součástí informačního systému, protože je potřeba, aby lidé o nové naučné stezce věděli a hlavně aby ji navštívili. Proto bylo zvoleno hned několik možností propagace.

1. Webové stránky městyse Lhenice. Na internetových stránkách Lhenic, které má obec ve své režii, bude nově vytvořena sekce pro turisty, která bude nabízet také prezentaci nové naučné stezky.
2. Inzerce v podobě sloupku v místním tisku s názvem Moje Lhenicko. Tento pravidelný měsíčník, který vydává obec Lhenice, je sice určen pro občany Lhenic a přilehlých obcí, ale i přesto se zaslouží o částečnou propagaci alespoň v mikroregionu Lhenice.
3. Pomocí skládaného letáku, který by měl formát A5 a obsahoval by celkem 4 stránky s informacemi a fotografiemi vztahujícími se k nově vytvořené stezce. Obec by si letáky sama vytvořila a následně vytiskla s pomocí tiskařské firmy. Tento propagační materiál by byl pro začátek vytištěn v množství 2 500 kusů a následně rozeslán do informačních center hlavně na Prachaticku. Dále by bylo zjišťováno, jestli je leták účinným propagačním materiálem, a pokud ano, jednalo by se o vytištění dalších letáků.
4. Pomocí roll-up. Je to atraktivnější způsob prezentačního systému, který je snadno použitelný jak v exteriéru, tak i v interiéru. Proto to bude vhodná propagace na akcích, které pořádá obec, např. Slavnosti plodů, Slavnosti sv. Jiljí, ale i na různých veletrzích cestovního ruchu, a to na Jihočeském kompasu, kterého se Lhenice zúčastňují přes organizaci MAS Rozkvět zahrady jižních Čech, či jiných kulturních akcí. Roll-up by se dal využít pro propagaci naučné stezky i ve veřejných institucích.
5. Pomocí MAS Rozkvět zahrady jižních Čech, což je místní akční skupina složená z 25 obcí, která se stará o propagaci místních podnikatelů, ale i o rozvoj cestovního ruchu přidružených obcí. Jejich náplní práce je i mezinárodní spolupráce s Bavorskem a Rakouskem, kde chtějí docílit toho, aby tamné turisté

poznali přírodu, kulturu a tradice regionu. Proto by se MAS postarala o propagaci stezky za hranicemi našeho státu.

7.3 Cena

Do ceny produktu se zahrne samotná výstavba naučné stezky i její následná propagace. Při realizaci naučné stezky se samozřejmě počítá i se značením stezky pomocí bílých čtvercových značek o velikosti 10x10 cm se zeleným pruhem zleva doprava, které bude vyznačeno zdarma díky lhenickým členům z Klubu českých turistů.

Kalkulace tvorby naučné stezky

- Informační tabule – 5 dřevěných tabulí o rozměrech 80x100 cm, cena za 1 ks 4 990 Kč bez DPH, 6 038 Kč s DPH
- Ukazatel – 2 ukazatele pro lepší orientaci návštěvníků obce Lhenice
- Lavičky – 4 dřevěné lavičky kombinované se železobetonem, rozměry 150x80x80 cm, cena za 1 ks 2 650 Kč bez DPH, 3 207 Kč s DPH
- Odpadkové koše – 4 dřevěné koše s kombinací betonu, rozměry 80x40 cm, cena za 1 ks 1 027 Kč bez DPH, 1 243 Kč s DPH

Tabulka 1: Kalkulace tvorby naučné stezky

Materiál	Výpočet	celkem
Informační tabule	5 ks*6 038 Kč	30 190 Kč
Ukazatel	2 ks*8 000 Kč	16 000 Kč
Lavičky	4 ks*3 207 Kč	12 828 Kč
Odpadkové koše	4 ks*1 243 Kč	4 972 Kč
Materiál celkem		63 990 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Kalkulace propagace

- Letáky – formát A5 (148x210 mm), gramáž papíru 135 g/m², matná povrchová úprava tiskoviny, cena za 1 ks 0,748 Kč bez DPH (0,9052 Kč s DPH), celkem 2 500 ks
- Roll-up – velikost 1 000x2 000 mm, grafický banner (490 g/m²) z neprůsvitného PVC, matný vzhled, cena za 1 ks 5 240 Kč bez DPH (s DPH 6 340 Kč)
- Inzerce v místním tisku – sloupek na ¼ stránky, měsíčně 350 ks, cena za jeden výtisk 9 Kč, inzerce po dobu 6 měsíců

Tabulka 2: Kalkulace propagace

Propagační prostředek	Výpočet	Celkem
Letáky	2 500 ks*0,9052 Kč	2 263 Kč
Roll-up	4 ks*6 340 Kč	25 360 Kč
Inzerce	6 měsíců*350 ks*9 Kč	18 900 Kč
Propagační prostředky		46 523 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Celková kalkulace

Tabulka 3: Celková kalkulace

Tvorba naučné stezky	63 990 Kč
Propagace	46 523 Kč
Celkem	110 513 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Veškeré finance na naučnou stezku by obec čerpala z operačních programů pro rok 2014 – 2020, pokud by se s touto žádostí tvorby produktu do některého z operačních programů mohly zařadit. Další možností financování je podání žádosti na dotace, pokud

by ani toto východisko nevyšlo, obec by realizaci stezky zafinancovala z vlastních zdrojů.

Vzhledem k tomu, že městys Lhenice počítá od roku 2014 s revitalizací náměstí, bylo by možné část stezky, která se bude vyskytovat v blízkosti náměstí, zafinancovat z těchto finančních zdrojů. Zbytek naučné stezky by byl právě financován postupně z vlastních zdrojů, které má obec k dispozici.

7.4 Ekonomický přínos

Ekonomický přínos z vybudování lhenické naučné stezky spočívá ve vyšší návštěvnosti městyse Lhenice. Vzhledem k tomu, že se Lhenice netěší příliš velké vlně turistů, nová stezka by mohla napomoci ke zvýšení atraktivnosti. Samotná obec se snaží o to, aby do oblasti zavítalo co nejvíce pěších turistů a cykloturistů. Proto tvoří nové cyklotrasy a pěší trasy a do budoucna má v plánu realizovat mnoho tras a stezek.

Zaměření na pěší turisty má svůj záměr. Jelikož se pohybují pomaleji, je pravděpodobné, že se na daném místě zdrží o něco déle. Z toho by mohli těžit místní podnikatelé, zejména restaurace a obchody s potravinami. Pokud by se zde návštěvníkům líbilo, zůstali by déle a profitovali by z toho i majitelé ubytování. V případě, že by se turisté v oblasti cítili dobře, je zřejmé, že by se do obce návštěvníci vraceli. Díky spokojenosti, která by plynula z kvalitních poskytnutých služeb a z dobrého dojmu z celé oblasti, by došlo k doporučení a ústnímu šíření reklamy mezi ostatní účastníky cestovního ruchu. To by mohlo vést k růstu návštěvnosti a tím pádem i k růstu příjmů obce Lhenice.

Navrhovaný produkt byl po celou dobu zpracování intenzivně konzultován se starostkou městyse Lhenice. Nápad s naučnou stezkou ji zaujal a uvažuje se o její realizaci. Nejprve je však pro městys důležitá revitalizace náměstí, u které se předpokládá dokončení v roce 2018. Následně se budou projednávat další návrhy na zatraktivnění městyse.

8 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo zhodnotit cestovní ruch v oblasti Prachaticka, následně odhalit nevyužitý potenciál cestovního ruchu v této oblasti a pomocí terénního šetření navrhnout nový produkt cestovního ruchu. Na začátku práce bylo důležité nastudovat a zpracovat odbornou literaturu, která je využívána v oboru cestovního ruchu.

Následně byla provedena situační analýza oblasti Prachaticka, kde byla zmapována samotná oblast, její horopis, vodopis a atraktivity, které se zde nachází. Zmíněna byla města, jejich historie a současnost, přírodní, kulturní, archeologické, církevní a technické atraktivity. Poukázáno bylo i na muzea, galerie a památníky, na zajímavé rozhledny v oblasti a na sportovní vyžití, kterého se mohou návštěvníci zúčastnit.

Poté se uskutečnilo terénní šetření, které probíhalo formou dotazníků s účastníky cestovního ruchu, kteří navštívili Prachaticko. Dotazníkové šetření bylo provedeno převážně v městě Prachatice, ale i na dalších místech Prachaticka. Další dotazníky byly rozeslány pomocí e-mailů. Po získání dostatečného počtu dotazníků byly výsledky vyhodnoceny. Bylo zjištěno, že většina návštěvníků přijela do oblasti automobilem s více osobami a strávili zde 8 a více dní v penzionu a bez stravování, z důvodu úspor. Byli ochotni utratit maximálně 500 Kč za den na osobu. Do oblasti jezdili nejčastěji v létě a motivující pro ně byla příroda, pěší turistika a poznávání měst. A o oblasti se dozvěděli od známých. Nejnavštěvovanějším místem byly Prachatice. Při strávení dovolené jim nic nechybělo, jen by uvítali rozšíření naučných stezek a cyklostezek.

Na základě výsledků z terénního šetření byly zpracovány návrhy a opatření. Následně byl jeden vybrán a byl připraven nový produkt, který má zatraktivnit oblast Prachaticka nejen díky přírodním atraktivitám. Proto byla navržena nová naučná stezka, určena pro všechny segmenty cestovního ruchu, jež se zabývá historií městyse Lhenice a jeho památek. Lhenice byly vybrány z jednoho prostého důvodu: Je důležité upozornit i na jiná místa oblasti, než na ta, která jsou již v povědomí návštěvníků.

Klíčová slova: cestovní ruch, rozvoj, oblast Prachatice, potenciál, produkt

9 Summary

The target of this bachelor thesis is to evaluate the tourism in the region of Prachatice by means, to reveal the idle potential of the tourism in this region and to arrange by means of a field research a product of tourism. At the very beginning of the thesis it was necessary to study and elaborate the specialized literature, which is widely used in the field of tourism.

Afterwards, the situational analysis of the region of Prachatice was made. There was charted and mapped the region itself, its.

Then was made the field research. This part of the thesis was made by the means of the questionnaires for the participants on the tourism in the region of Prachatice. The research was made mostly in the city of Prachatice or in the near surroundings. Another questionnaires were sent via e-mails. After gaining of the sufficient amount of the questionnaires, the evaluation was made. It was discovered that the majority of the tourists came to the region by car with more co-travellers and they spent here more than 8 days. They lived mostly in a pensions without catering. The reason for that is an effort to save up the money. They were ready to spend maximal 500 Kč a day for one person. They came to the region mostly in summer. A very motivating factor was the nature, hiking and the city tourism. They got the information about the region from their acquaintances. The mostly visited place was Prachatice. And they would appreciate more educative and cycle tracks. On the basis of the research the designs, plans and arrangements were elaborated. Afterwards, one plan was chosen. On the basis of it there was arranged a product of the tourism, which will make the region of Prachatice more attractive. The attractiveness should be seen as the whole, not only the nature. For this reason, there was arranged an educative track, which is intended in the township Lhenice. The town Lhenice was chosen for one simple reason: it is crucial to point the attention to different places of the area, as well.

Key words: tourism, development, region of Prachatice, potential, product

10 Použité zdroje

10.1 Použitá literatura

Augustin, J. a kol.: *Velká encyklopedie měst a obcí ČR*. Sokolov: Arbor, 2001. 992 s.
ISBN 80-24205-65-3

Boučková, J.: *Marketing*. Praha: C.H.Beck, 2003. 432 s. ISBN 80-717-9577-1

Cooper, Ch., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S.: *Tourism: principles and practices*.
Harlow: Pearson Education Limited, 2008. 707 s. ISBN 978-0-273-71126-1

Čertík, M. a kol.: *Cestovní ruch - Vývoj, organizace a řízení*. Praha: Off, 2001. 352 s.
ISBN 80-238-6275-8

David, P., Soukup, V.: *Šumava – Prachaticko a Vimpersko*. Praha: S & D. 1999. 152 s.
ISBN 80-86050-39-4

Drábek, K.: *Naučné stezky a trasy II*. Praha: Dokořán, 2007. 297 s. ISBN 978-80-7363-
076-8

Fencl, P.: *Naučné stezky a vycházkové okruhy Šumava, Český les*. České Budějovice:
Karmášek, 2006. 72 s. (brožura)

Fyall, A., Garrod, B.: *Tourism marketing*. Great Britain: Cromwell Press, 2005. 383 s.
ISBN 1-873150-90-3

Golder, Ch., R., Ritchie, J., R., B.: *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New
Jersey: John Wiley & Sons, 2009. 624 s. ISBN 978-0-470-08459-5

Hesková, M. a kol.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha:
Fortuna, 2011. 224 s. ISBN 978-80-7373-107-6

Hladká, J.: *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 1997. 168 s. ISBN 80-
7169-476-2

- Horáková, H.: *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2003. 204 s. ISBN 80-247-0447-1
- Horner, S., Swarbrooke, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9
- Hubík, S.: *Hypotéza – Metodologický nástroj výzkumu ve společenských vědách*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2006. 80 s. ISBN 80-7040-842-1
- Chábera, S. a kol.: *Neživá příroda*. České Budějovice: Jihočeské nakladatelství, 1985. 270 s. ISBN (Váz.)
- Jakubíková, D.: *Marketing v cestovním ruchu – Jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha: Grada Publishing, 2012. 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0
- Királová, A.: *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4
- Kotler, P., Armstrong, G.: *Marketing*. Praha: Grada Publishing, 2004. 856 s. ISBN 80-247-0513-3
- Kozel, R. a kolektiv: *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X
- Malá, V. a kol.: *Základy cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 2002. 100 s. ISBN 80-245-0439-1
- Minář, P. a kol.: *Technika, management a marketing v cestovním ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 1996. 206 s. ISBN 80-7041-577-0
- Město Prachatice: *Naučné stezky okresů Prachatice – Freyung/Grafenau*. Prachatice: Město Prachatice, 2005. 60 s. ISBN 80-7316-229-6
- Morrison, A. M.: *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1989. 523 s. ISBN 80-85605-90-2

Mundt, J., W.: *Tourismus*. München: Oldenbourg, 2006. 619 s. ISBN 978-3-486-58123-2

Novacká, L., a kol.: *Cestovní ruch, technika služieb, delegát a sprievodca*. Bratislava: Ekonóm, 2010. 472 s. ISBN 978-80-225-2982-2

Orieška, J.: *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5

Ourodová, L.: *Průvodce kostelem sv. Jakuba. Prachatice*: Město Prachatice, 2005. 47 s. (brožura)

Palatková, M.: *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu – Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5

Petrů, Z.: *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 1999. 107 s. ISBN 80-85970-29-5

Pohorecký, V.: *Tipy na výlet. Po rozhlednách a starých hradech*. Praha: Radioservis, 2001. 157 s. ISBN 80-86212-10-6

Seaton, A., V., Bennet, M., M.: *The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues and Cases*. London: Thomson Learning, 1996. 541 s. ISBN 1-86152-5

Starý, V. a kol.: *Památky Prachaticka a Vimperska*. Prachatice: odbor školství ONV, 1969, 51 s.

Vystoupil, J. a kol.: *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. 119 s. ISBN 80-210-4167-6

Wall, G., Mathieson, A.: *Tourism: Change, impacts and opportunities*. Harlow: Pearson Education Limited, 2006. 419 s. ISBN 978-0-130-99400-4

10.2 Internetové zdroje

Charakteristika okresu Prachatice. *Český statistický úřad* [online]. ©2013 [cit. 2013-02-22]. Dostupné na: http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_pt

Časová řada – vybrané ukazatele za okres Prachatice. *Český statistický úřad* [online].

©2013 [cit. 2013-02-22]. Dostupné na:

http://www2.czso.cz/x/redakce.nsf/i/casova_rada_vybrane_ukazatele_za_okres_prachatice

Prachaticko. *Trasovník* [online]. ©2008 [cit. 2013-02-22]. Dostupné na:

http://www.trasovnik.cz/k_jihoc/prachat/prachat.asp

Nové Hutě. *Lyžařský areál Nové Hutě* [online]. [cit. 2013-02-22]. Dostupné na:

<http://www.novehute.cz/novehute/onas.asp>

Kubova Huť. *Lyžařský areál Kubova Huť* [online]. ©2012 [cit. 2013-02-22]. Dostupné

na: <http://www.ski-kubovka.com/ski-areal>

Zadov. *Lyžařský areál Zadov - Churáňov* [online]. [cit. 2013-02-22]. Dostupné na:

<http://www.lazadov.cz/la/stredisko.asp>

Zadov. *Ski Zadov* [online]. ©2010 [cit. 2013-02-27]. Dostupné na:

<http://www.zadov.cz/region/index.php?p=1&s=4>

Lanový park Libín. *Lanový park Libín* [online]. ©2009 [cit. 2013-02-28]. Dostupné na:

<http://www.adrenalin-libin.cz/lanovy-park.html>

Lanový park Libín. *Kudy z nudy* [online]. ©2013 [cit. 2013-02-28]. Dostupné na:

<http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Lanovy-park-Libin.aspx>

Prachatické muzeum. *Prachatické muzeum* [online]. ©2009 [cit. 2013-02-28]. Dostupné

na: <http://www.prachatickemuzeum.cz/onas>

Vstupné. *Prachatické muzeum* [online]. ©2009 [cit. 2013-02-28]. Dostupné na:

<http://www.prachatickemuzeum.cz/vstupne>

Minimuzeum Zlaté stezky. *Vimperk* [online]. ©2005 – 2013 [cit. 2013-02-28].

Dostupné na: <http://www.vimperk.cz/27/cz/normal/turistika-ve-meste-vimperk-a-okoli/?artid=29&lang=cz&mode=normal#.UTB6aFfeBf9>

Vimperké muzeum. *Vimperk* [online]. ©2005 – 2013 [cit. 2013-02-28]. Dostupné na: <http://www.vimperk.cz/173/cz/normal/vimperske-muzeum/#.UTCERlfeBf9>

Expozice muzea. *Muzeum JUDr. Otakara Kudrny a informační centrum Netolice* [online]. ©2008 [cit. 2013-02-28]. Dostupné na: http://info.netolice.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=200072&id=1002&p1=1006

Sklářské muzeum. *Adresář muzeí a galerií České republiky* [online]. ©2011 [cit. 2013-02-28]. Dostupné na: <http://www.cz-museums.cz/adresar/jihocesky-kraj/prachatice/lenora/sklarske-muzeum/>

Památník Mistra Jana Husa. *Adresář muzeí a galerií České republiky* [online]. ©2011 [cit. 2013-02-28]. Dostupné na: <http://www.cz-museums.cz/adresar/jihocesky-kraj/prachatice/husinec/pamatnik-mistra-jana-husa/>

Archeopark Netolice. *Archeopark Netolice* [online]. ©2006 [cit. 2013-03-04]. Dostupné na: <http://www.archeopark-netolice.cz/>

Boubín – rozhledna. *Šumava region* [online]. ©2007 – 2013 [cit. 2013-03-11]. Dostupné na: <http://www.sumavaregion.cz/index.php?s=124>

Javorník. *Turistika* [online]. ©2007 – 2013 [cit. 2013-03-12]. Dostupné na: <http://www.turistika.cz/mista/javornik>

Rozhledna. *Javorník* [online]. ©2013 [cit. 2013-03-12]. Dostupné na: <http://www.javornik.cz/rozhledna.html>

Javorník. *Javorník* [online]. ©2013 [cit. 2013-03-12]. Dostupné na: <http://www.javornik.cz/>

Doba. *Javorník* [online]. ©2013 [cit. 2013-03-12]. Dostupné na: <http://www.javornik.cz/doba.html>

Přehrada Strážný. *Jižní Čechy a Šumava* [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné na: <http://www.jiznicechy.org/cz/index.php?path=ost/strazny.htm>

Vodní nádrž Strážný. *Turistik* [online]. ©2000 – 2013 [cit. 2013-03-14]. Dostupné na: <http://www.turistik.cz/cz/kraje/jihocesky-kraj/okres-prachatice/strazny/prehrada-strazny/>

Lenorská rechle. *Turistik* [online]. ©2000 – 2013 [cit. 2013-03-14]. Dostupné na: <http://www.turistik.cz/cz/kraje/jihocesky-kraj/okres-prachatice/lenora/rechle-kryty-dreveny-most-pres-vltavu-v-lenore/>

Schwarzenberský kanál. *Jižní Čechy a Šumava* [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné na: <http://www.jiznicechy.org/cz/index.php?path=ost/schwarz.htm>

Naučné stezky NP – Schwarzenberský plavební kanál. *Národní park Šumava* [online]. ©2008 – 2013 [cit. 2013-03-14]. Dostupné na: <http://www.npsumava.cz/cz/1129/998/clanek/schwarzenbersky-plavebni-kanal/>

Kostel sv. Štěpána. *Šumava* [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné na: <http://www.sumava.net/kvilda/fr.asp?tab=snet&id=3505&burl=>

Kostel sv. Štěpána. *Hrady.cz* [online]. ©1995 – 2013 [cit. 2013-03-14]. Dostupné na: <http://www.hrady.cz/index.php?OID=5914>

Památky a pamětihodnosti: Kostel sv. Jakuba Většího. *Prachatice* [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné na: http://www.prachatice.cz/n_pamatky_detail_2.html?PID=5

Stožecká kaple. *ŠumavaRegion* [online]. ©2007 – 2013 [cit. 2013-03-14]. Dostupné na: <http://www.sumavaregion.cz/index.php?s=97>

Stožecká kaple. *Hrady.cz* [online]. ©1995 – 2013 [cit. 2013-03-14]. Dostupné na: <http://www.hrady.cz/index.php?OID=7245>

Stožecká kaple. *Šumava* [online]. [cit. 2013-03-14]. Dostupné na: http://www.sumavanet.cz/ki/sz/fr.asp?tab=ki_sz&id=1023&burl=&pt=TUMZ

Stožecká kaple. *iTras* [online]. ©2009 – 2013 [cit. 2013-03-14]. Dostupné na: <http://itras.cz/stozecka-kaple/>

Rozhledna Boubín. *Turistický atlas* [online]. ©2010 [cit. 2013-03-14]. Dostupné na:

http://turistickyatlas.cz/vse/misto/6474_rozhledna-boubin.html

Boubín. *Turistika* [online]. ©2007 – 2013 [cit. 2013-03-14]. Dostupné na:

<http://www.turistika.cz/mista/boubin>

Volary: Azyl pro menhiry. *Český rozhlas* [online]. ©1997 – 2013 [cit. 2013-03-15].

Dostupné na: <http://m.rozhlas.cz/planetarium/tajemnamista/zprava/550883>

Volarský kromlech. *Volary – Občanské sdružení U Nás* [online]. ©2007 – 2013 [cit.

2013-03-15]. Dostupné na: <http://volary.vesele.info/rubriky/volarske-menhiry/volarsky-kromlech-rondel>

Volarský kromlech. *Turistik* [online]. ©2000 – 2013 [cit. 2013-03-15]. Dostupné na:

<http://www.turistik.cz/cz/kraje/jihocesky-kraj/okres-prachatice/volary/volarsky-kromlech/>

Pramen Vltavy. *České hory* [online]. ©1999 – 2013 [cit. 2013-03-15]. Dostupné na:

<http://pramen-vltavy.ceskehory.cz/>

Nový pramen Vltavy už je přístupný i turistům. *Česká televize* [online]. ©1996 – 2013

[cit. 2013-03-15]. Dostupné na: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/94848-novy-pramen-vltavy-uz-je-pristupny-i-turistum/>

Pramen Vltavy. *iTras* [online]. ©2009 – 2013 [cit. 2013-03-15]. Dostupné na:

<http://itras.cz/pramen-vltavy/>

Pramen Vltavy. *Turistika* [online]. ©2007 – 2013 [cit. 2013-03-15]. Dostupné na:

<http://www.turistika.cz/mista/pramen-vltavy>

Třístoličník. *Město Volary* [online]. [cit. 2013-03-15]. Dostupné na:

<http://www.mestovolary.cz/108>

Třístoličník. *Jižní Čechy a Šumava* [online]. [cit. 2013-03-15]. Dostupné na:

<http://www.jiznicehy.org/cz/index.php?path=prir/tristol.htm>

Hraniční hora Třístoličnick – bájně trůny tři králů. *Kudy z nudy* [online]. ©2013 [cit. 2013-03-15]. Dostupné na: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Hranicni-hora-Tristolnicnik---bajne-truny-tri-kralu.aspx>

Historie města Netolice. *Netolice* [online]. ©2005 [cit. 2013-03-15]. Dostupné na: <http://www.netolice.cz/historie-mesta-pamatky/d-3526/p1=3405>

Základní informace o městě a regionu. *Prachatice* [online]. [cit. 2013-03-15]. Dostupné na: http://www.prachatice.cz/n_hospinfo.html

Základní informace o obyvatelstvu. *Prachatice* [online]. [cit. 2013-03-15]. Dostupné na: http://www.prachatice.cz/n_hospinfo_obyvatel.html

O městě Vimperk. *Vimperk* [online]. ©2005 – 2013 [cit. 2013-03-15]. Dostupné na: <http://www.vimperk.cz/1531/cz/normal/o-meste-vimperk/>

Zámek Kratochvíle. *Netolice* [online]. ©2005 [cit. 2013-03-16]. Dostupné na: <http://www.netolice.cz/zamek-kratochvile/d-3510/p1=3362>

Vstupné zámku Kratochvíle. *Zámek Kratochvíle* [online]. ©2013 [cit. 2013-03-16]. Dostupné na: <http://www.zamek-kratochvile.eu/vstupne/>

Chalupská slat'. *Národní park Šumava* [online]. © 2008 – 2013 [cit. 2013-03-17]. Dostupné na: <http://www.npsumava.cz/cz/1129/1002/clanek/chalupska-slat/>

Chalupská slat'. *České hory* [online]. ©1999 – 2013 [cit. 2013-03-17]. Dostupné na: <http://chalupska-slat.ceskehory.cz/>

Chalupská slat'. *iTras* [online]. ©2009 – 2013 [cit. 2013-03-17]. Dostupné na: <http://itras.cz/chalupska-slat/>

Mapa Hus. *Mapy* [online]. ©2001 – 2013 [cit. 2013-03-18]. Dostupné na: http://www.mapy.cz/#t=s&x=13.930129&y=48.956242&z=15&d=base_1701645_1&l=16

Hus. *Turistika* [online]. ©2007 – 2013 [cit. 2013-03-18]. Dostupné na: <http://www.turistika.cz/mista/hus>

Lipno – jihočeské moře. *Lipensko* [online]. ©2013 [cit. 2013-03-20]. Dostupné na:
<http://www.lipensko.org/lipno.php>

Husinecká přehrada. *Husinec* [online]. ©2005 – 2013 [cit. 2013-03-20]. Dostupné na:
<http://www.husinec.cz/pametihodnosti/husinecka-prehrada/>

Plešné jezero. *České hory* [online]. ©1999 – 2013 [cit. 2013-03-20]. Dostupné na:
<http://plesne-jezero.ceskehory.cz/>

Ledovcová jezera. *Národní park Šumava* [online]. ©2008 – 2013 [cit. 2013-03-20].
Dostupné na: <http://www.npsumava.cz/cz/1507/sekce/ledovcova-jezera/>

Základní údaje. *Národní park Šumava* [online]. ©2008 – 2013 [cit. 2013-03-20].
Dostupné na: <http://www.npsumava.cz/cz/1261/sekce/zakladni-udaje/>

Národní park Šumava. *Ochrana přírody a krajiny v České republice* [online]. [cit. 2013-03-20]. Dostupné na:
http://www.cittadella.cz/europarc/index.php?p=index&site=NP_sumava_cz

Národní park Šumava. *Národní park a CHKO Šumava* [online]. ©1996 – 2010 [cit. 2013-03-20]. Dostupné na: <http://www.retour.cz/mesta/zelezna-ruda/np.htm>

CHKO Šumava. *Národní park Šumava* [online]. ©2008 – 2013 [cit. 2013-03-20].
Dostupné na: <http://www.npsumava.cz/cz/1014/sekce/chko-sumava/>

Charakteristika CHKO. *Agentura ochrany přírody a krajiny České republiky* [online]. [cit. 2013-03-20]. Dostupné na: http://www.blanskyles.nature.cz/wps/portal/cs/blanskyles/o-sprave-chko/!ut/p/c5/DcpLcoIwAADOs_QEgY58sgxDQKpCDX82TAwYiRkJAw3g6eu87QMN-HhRPXC6DOOLSIcBxm6T8xVagXUwQpgjIzpBbJPUN93IAD-g4XK8fWZZsNnx5wvHuCLLbajN595JRpQReUT88guX4arvI1depoRy-qLR1FfHHaFs1rTtVVzsSGzZG32vRXzwwu2UTu8H2k3JA13SBodwyPUVPmyr7A3SR-dp8Slh_K8SkwOhrKd7LtrKlikOOog3GLnuEBbHVe8bS7o4wEA9669_eLIAuA!!/?sentByLeftNavigation=true

K Schwarzenberskému kanálu. *Výletník* [online]. ©2013 [cit. 2013-03-21]. Dostupné na: <http://www.vyletnik.cz/cyklotrasy/jizni-cechy/prachaticko/318-sh03-k-schwarzenberskemu-kanalu/>

Kolem Boubína. *Výletník* [online]. ©2013 [cit. 2013-03-21]. Dostupné na: <http://www.vyletnik.cz/cyklotrasy/jizni-cechy/prachaticko/1421-kolem-boubina/>

Prachaticko a výlety na kole. *Prachatice* [online]. [cit. 2013-03-21]. Dostupné na: http://www.prachatice.cz/n_turistika_kolo.html

Rozhledna Libín. *Turistik* [online]. ©2000 – 2013 [cit. 2013-03-21]. Dostupné na: <http://www.turistik.cz/cz/kraje/jihocesky-kraj/okres-prachatice/prachatice/rozhledna-libin/>

Libín u Prachatic. *Rozhledny u nás* [online]. ©2005 [cit. 2013-03-22]. Dostupné na: <http://www.rozhlednyunas.cz/rozhledny/libin-u-prachatic/>

Libín. *Rozhledny* [online]. [cit. 2013-03-22]. Dostupné na: <http://rozhledny.webzdarma.cz/libin.htm>

Libín – rozhledna. *ŠumavaRegion* [online]. ©2007 – 2013 [cit. 2013-03-22]. Dostupné na: <http://www.sumavaregion.cz/index.php?s=57>

Mapa Osule. *Mapy* [online]. ©2001 – 2013 [cit. 2013-03-23]. Dostupné na: http://www.mapy.cz/#q=hrad%2520osule&t=s&x=14.068534&y=49.047914&z=13&d=base_1702333_1&l=16

Husinec. *Husinec* [online]. ©2005 – 2013 [cit. 2013-03-24]. Dostupné na: <http://www.husinec.cz/>

Obecné informace. *Husinec* [online]. ©2005 – 2013 [cit. 2013-03-24]. Dostupné na: <http://www.husinec.cz/obecne-informace/geografie-geologie/>

Mapa Vlachovo Březí. *Mapy* [online]. ©2001 – 2013 [cit. 2013-03-24]. Dostupné na: http://www.mapy.cz/#q=vlachovo%2520b%25C5%2599ez%25C3%25AD&t=s&x=13.983209&y=49.081953&z=12&d=muni_959_1

Počet obyvatel v obcích jihočeského kraje. *Český statistický úřad* [online]. ©2013 [cit. 2013-03-24]. Dostupné na:

http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/pocet_obyvatel_v_obcich_jihoceskeho_kraje

Pamětihodnosti. *Český statistický úřad* [online]. ©2005 – 2013 [cit. 2013-03-24].

Dostupné na: <http://www.husinec.cz/pametihodnosti/rodny-domek-mistra-jana-husa>

Mapa Netolic. *Mapy* [online]. ©2001 – 2013 [cit. 2013-03-24]. Dostupné na:

http://www.mapy.cz/#q=netolice&t=s&x=14.221779&y=49.049840&z=12&d=muni_945_0_1

Historie města Prachatic. *Prachatic* [online]. [cit. 2013-03-24]. Dostupné na:

http://www.prachatice.cz/n_historie_zalozeni.html

Vimperk. *Vimperk* [online]. ©2005 – 2013 [cit. 2013-03-24]. Dostupné na:

<http://www.vimperk.cz/>

Mapa Vimperka. *Mapy* [online]. ©2001 – 2013 [cit. 2013-03-24]. Dostupné na:

http://www.mapy.cz/#x=13.983209&y=49.081953&z=12&d=muni_959_1&t=s&q=vlachovo%2520b%25C5%2599ez%25C3%25AD&qp=10.573905_48.452213_20.302712_50.977361_6

Historie města Volary. *Město Volary* [online]. [cit. 2013-03-24]. Dostupné na:

<http://www.mestovolary.cz/7-Mesto-Volary/4-Historie-mesta>

11 Seznam grafů, tabulek a obrázků

11.1 Seznam grafů

Graf 1: Jedná se o opakující se návštěvu Prachaticka?.....	60
Graf 2: Jednalo se o četnější návštěvu Prachaticka? Kolik dní jste zde strávili?	61
Graf 3: Prachaticko nenavštěvujete sami, bude Vás doprovázet:	62
Graf 4: Cesta do regionu měla nějaký motiv, uveďte jaký:	63
Graf 5: Hraje roční období nějakou roli ve Vaší volbě návštěvy? Jaké roční období preferujete?	64
Graf 6: Z důvodu větší mobility a i možnost více poznat Prachaticko: Jaký dopravní prostředek preferujete?	65
Graf 7: Pro ubytování na Prachaticku preferujete?.....	66
Graf 8: Součástí pobytu jsou i stravovací služby, v čem spočívá Vaše preference?	67
Graf 9: Z výčtu míst uveďte, které jste navštívili?	68
Graf 10: Kolik peněz jste ochotni utratit na osobu a den při návštěvě Prachaticka?.....	69
Graf 11: Z jakých zdrojů jste získali informace o Prachaticku?	70
Graf 12: Vaše dovolená byla určitě zajímavá. Vyskytlo se něco, co její průběh narušilo? Co Vám chybělo k dokonalosti?	71
Graf 13: Z důvodu větší atraktivity Prachaticka naznačte, co by se mělo zlepšit?.....	72

11.2 Seznam tabulek

Tabulka 1: Kalkulace tvorby naučné stezky	79
Tabulka 2: Kalkulace propagace.....	80
Tabulka 3: Celková kalkulace.....	80

11.3 Seznam obrázků z příloh

Obrázek 1. Oblast Prachaticka

Obrázek 2: Trasa lhenické naučné stezky

11.4 Seznam grafů z příloh

Graf 14: Pohlaví:

Graf 15: Věková hranice:

Graf 16: Z jakého kraje pocházíte?

Graf 17: Jaké je Vaše dosažené vzdělání?

12 Přílohy

Příloha 1: Dotazník

- Jedná se o opakující návštěvu Prachaticka?**

Ano	Pokud Ne – ukončete vyplňování
Ne	
- Jednalo se o četnější návštěvu Prachaticka? Kolik dní jste zde strávili?**

1 den	4 až 7 dní
2 až 3 dny	8 a více dní
- Prachaticko nenavštěvujete sami, bude Vás doprovázet:**

1 osoba	4 osoby
2 osoby	5 a více osob
3 osoby	
- Cesta do regionu měla nějaký motiv, uveďte jaký: (zakroužkujte max. 5 odpovědí)?**

Příroda	Hudební festivaly, koncerty
Muzea a galerie	Vodáctví
Pěší turistika	Poznávání hradů, zámků
Sportovní aktivity	Cykloturistika
Poznávání měst	Jiné (vypište):
Služební cesty	
- Hraje roční období nějakou roli ve Vaší volbě návštěvy? Jaké roční období preferujete?**

Jaro	Podzim
Léto	Zima
- Z důvodu větší mobility a i možnost více poznat Prachaticko: Jaký dopravní prostředek preferujete? (zakroužkujte max. 3 odpovědi)**

Automobil	Vlak
Motocykl	Kolo
Autobus	Jiné (vypište):
- Pro ubytování na Prachaticku preferujete? (zakroužkujte max. 3 odpovědi)**

Hotel	Kemp
Penzion	Jiné (vypište):
Chata/chalupa	
- Součástí pobytu jsou i stravovací služby, v čem spočívá Vaše preference?**

Bez stravování	Plná penze
Polopenze	

9. Z výčtu míst uveďte, které jste navštívili? (zakroužkujte max. 5 odpovědi)

Prachatice	Schwarzenberský kanál
Libín	Petrův dvůr
Netolice	Boubín
Zámek Kratochvíle	Vimperk
Volary	Vlachovo Březí
Památník Jana Husa	Jiné (vypište):
Lenora	

10. Kolik peněz jste ochotni utratit na osobu a den při návštěvě Prachaticka?

Do 500,- Kč	2001,- až 4500,- Kč
501,- až 1000,- Kč	4501,- a více
1001,- až 2000,- Kč	

11. Z jakých zdrojů jste získali informace o Prachaticka?

Reklama	Cestovní kancelář, CA
Doporučení známých	Infocentrum
Média (televize, tisk)	Jiné (vypište):

12. Vaše dovolená byla určitě zajímavá. Vyskytlo se něco, co její průběh narušilo? Co Vám chybělo k dokonalosti? (zakroužkujte max. 3 odpovědi)

Koupaliště	Atraktivita kulturního vyžití
Golfové hřiště	Dopravní dostupnost
Lyžařský areál	Nic mi nechybí
Sportovní zařízení	Jiné (vypište):
Zábavní park	

13. Z důvodu větší atraktivity Prachaticka naznačte, co by se mělo zlepšit? (zakroužkujte max. 3 odpovědi)

Ubytovací a stravovací služby
Personál ubytovacích a stravovacích služeb
Infrastruktura
Rozšíření cyklostezek a naučných stezek
Nic se nemusí zlepšovat
Jiné (vypište):

14. Pohlaví

Muž	Žena
-----	------

15. Jaká je Vaše věková hranice?

15 až 20	41 až 50
21 až 30	51 až 55
31 až 40	nad 55

16. Z jakého kraje pocházíte?

Praha	Středočeský
-------	-------------

Pardubický
Královehradecký
Liberecký
Ústecký
Karlovarský
Plzeňský

Jihočeský
Vysočina
Jihomoravský
Olomoucký
Moravskoslezský
Zlínský

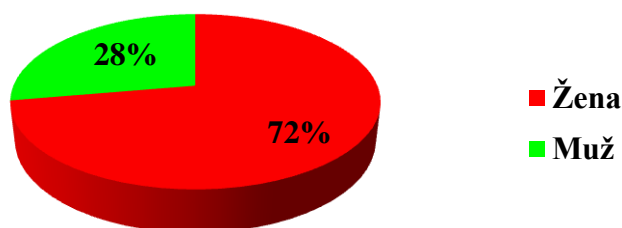
17. Jaké je Vaše dosažené vzdělání?

základní
vyučen
vyučen s maturitou

střední s maturitou
vysokoškolské

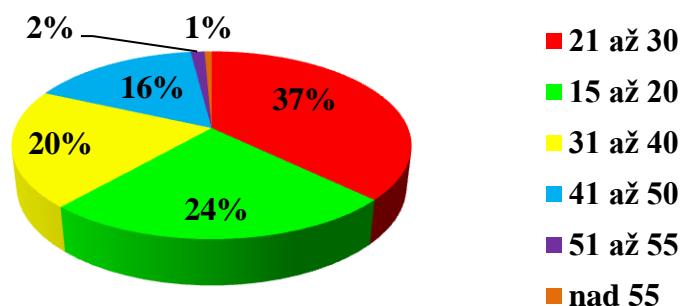
Příloha 2: Grafické vyobrazení výsledků otázek 14-17 z terénního šetření

Graf 14: Pohlaví:



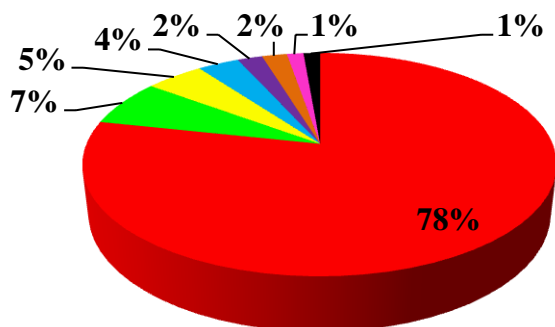
Zdroj: Vlastní šetření

Graf 15: Věková hranice:



Zdroj: Vlastní šetření

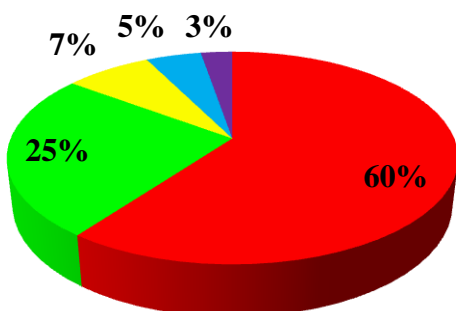
Graf 16: Z jakého kraje pocházíte?



- Jihocheský kraj
- Vysočina
- Plzeňský
- Středočeský
- Praha
- Karlovarský
- Moravskoslezský

Zdroj: Vlastní šetření

Graf 17: Jaké je Vaše dosažené vzdělání?



- Střední s maturitou
- Vysokoškolské
- Vyučen
- Základní
- Vyučen s maturitou

Zdroj: Vlastní šetření

Příloha 3: Obrázky

Obrázek 1. Oblast Prachaticka



Zdroj: www.trasovnik.cz, 2013-02-22

Obrázek 2: Trasa lhenické naučné stezky



Zdroj: www.mapy.cz, 2013-04-04