

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Atraktivnost zámeckého parku Telč pro cestovní ruch

Vedoucí bakalářské práce
RnDr. Josef Navrátil, Ph.D.

Autor
Kristýna Jiráková

2013

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kristýna JIRÁKOVÁ**
Osobní číslo: **E10292**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Atraktivnost zámeckého parku Telč pro cestovní ruch**
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:

Zhodnocení významu parku při vybraném zámku pro návštěvnost areálu. Zhodnocení vztahu návštěvníků k zámeckému parku. Návrhy optimalizace využití parku.

Metodický postup:

1. Studium literatury
2. Sběr a utřídění sekundárních a primárních dat
3. Analýza nabídky a poptávky
4. Návrh témat k optimalizaci

Rámcová osnova:

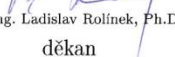
1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Výsledky. 5. Návrhy optimalizace využití parku. 6. Závěr. 7. Seznam pramenů a použité literatury. 8. Přílohy.

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


Goeldner, Ch. R., Ritchie, J. R. B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th Edition. New York: Wiley, 2008.
Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003.
Mariot, P. *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava: Akadémia, 1983.
Ritchie, J. R. B., Crouch, G. I. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon: Cabi Publishing, 2003.

Vedoucí bakalářské práce: **RNDr. Josef Navrátil, Ph.D.**
Katedra obchodu a cestovního ruchu
Konzultant bakalářské práce: **RNDr. Tomáš Kučera, Ph.D.**
Katedra biologie ekosystémů

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

Datum

Podpis studenta

Poděkování

Děkuji vedoucímu bakalářské práce za poradenství a poskytnutí materiálů zveřejněných v kurzu Moodle EF JU v ČB a jejich využití v mé bakalářské práci. Dále mé poděkování patří rodině a blízkým za podporu a pomoc.

Obsah

1	Úvod.....	3
1.1	Cíle a hypotézy.....	3
2	Přehled řešené problematiky.....	5
2.1	Cestovní ruch	5
2.1.1	Typologie cestovního ruchu.....	6
2.2	Systém cestovního ruchu.....	8
2.2.1	Subjekt cestovního ruchu.....	9
2.2.2	Objekt cestovního ruchu	9
2.3	Účastník cestovního ruchu	10
2.4	Destinace cestovního ruchu.....	11
2.5	Kulturní cestovní ruch.....	12
2.5.1	Typy kulturního cestovního ruchu dle motivace účasti	13
2.5.2	Produkt kulturního cestovního ruchu.....	15
2.6	Význam zámků a zámeckých parků v cestovním ruchu	15
3	Metodika	17
3.1	Data a metody	17
3.2	Zámecký park Telč.....	17
3.3	Návštěvníci.....	17
3.4	Dotazovací nástroj.....	18
3.5	Zpracování výsledků	19
3.5.1	Četnostní zpracování.....	19
3.5.2	Charakteristika polohy	20
3.5.3	Analýza rozptylu jednoduchého třídění pro intervalové měřítko	21
3.6	Výsledky výzkumu.....	21
4	Výsledky	24
4.1	Diverzifikace struktury atraktivnosti zámeckého parku	24
4.1.1	Motivace k návštěvě	24
4.1.2	Atraktivní prvky.....	25
4.2	Vliv návštěvnického segmentu na motivaci k návštěvě a význam jeho dílčích aktivit	29
4.2.1	Vliv pohlaví	29
4.2.2	Vliv věku.....	31

4.2.3	Vliv četnosti návštěv.....	35
5	Návrh optimalizace využití zámeckého parku cestovním ruchem	41
5.1	Rozšíření kapacit k odpočinku	41
5.2	Informační tabule	41
5.3	Botanický skleník.....	42
5.4	Čistota	43
5.5	Vycházkový okruh	43
6	Závěr	44
7	Summary.....	46
7.1	Keywords	46
8	Seznam použitých zdrojů.....	47
9	Seznam tabulek.....	50
10	Seznam obrázků.....	51
11	Seznam příloh	52
Přílohy		

1 Úvod

Cestovní ruch je významný společenskoekonomický fenomén, který se postupně stává součástí běžného života. Možnost cestovat je čím dál snazší a lidé tak mohou poznávat přírodní i kulturní zajímavosti z celého světa neustálým rozvojem infrastruktury a technologií. Poznávání historie a současnosti zahraničních států však může vyvolat pocit neznalosti vlastní kultury a lidé tak začnou cestovat i po vlastní zemi. Jiní neradi cestují na dlouhé vzdálenosti nebo preferují rodnou vlast. Proto je důležité pečovat o přírodní i kulturní památky České republiky a dále vyzdvihovat jejich povědomí.

Cílem této práce je zhodnocení významu parku při vybraném zámku pro návštěvnost areálu. Důvod návštěvy zámeckého parku může být u každého návštěvníka i u každého zámku jiný, proto se zaměřím na určení nejvýznamnějších motivačních prvků a atraktivit nacházejících se v parku, které ovlivňují návštěvu. Pro provozovatele turistické destinace je také velmi důležité znát strukturu přijíždějících turistů, proto se další část bude zabývat zhodnocením struktury současných návštěvníků vybrané oblasti. Na základě zpracovaných výsledků pak bude možné identifikovat témata vhodná k optimalizaci využití zámeckého parku cestovním ruchem.

Město Telč spolu se svým četným množstvím památek patří mezi nejnavštěvovanější turistické cíle. Zařazením do Seznamu světového dědictví UNESCO, svým pohádkovým náměstím, renesančním zámkem a zámeckým parkem nacházejícím se přímo ve středu města láká návštěvníky nejen z kraje, ale i z celé republiky.

1.1 Cíle a hypotézy

C1: Posouzení struktury motivací k návštěvě zámeckého parku.

H1.1 Zámecký park vykazuje diversifikovanou strukturu motivů k návštěvě.

C2: Posouzení struktury atraktivnosti zámeckého parku.

H2.1 Zámecký park vykazuje diversifikovanou strukturu atraktivnosti pro cestovní ruch.

C3: Zhodnocení struktury současných návštěvníků zámeckého parku.

H3.1: Existují rozdíly v návštěvnických charakteristikách mezi skupinami návštěvníků.

C4: Identifikace témat vhodných k optimalizaci využití zámeckého parku cestovním ruchem.

H4.1: Využití zámeckého parku lze optimalizovat.

2 Přehled řešené problematiky

2.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch se stále více stává výraznou složkou spotřeby obyvatelstva, a proto se řadí mezi neodmyslitelnou součást dnešní moderní společnosti. Velmi často je považován za prostředek porozumění mezi návštěvníky destinace a místními obyvateli, a proto také slouží jako prostředek k udržení dobrých vztahů mezi jednotlivými národy (Palatková str. 13, 2011). Aby mohla být účast na cestovním ruchu vůbec realizována, je zapotřebí mnoho ekonomických činností (Malá str. 5, 1999). Do jisté míry se tak cestovní ruch překrývá s využitím volného času a dále s ubytovacími a stravovacími službami. S určitostí se dá říci, že tyto tři sektory jsou propojené, ale rozhodně nejsou identické (Horner, Swarbrooke str. 53, 2003).

Za počátky moderního cestovního ruchu lze na základě většiny autorů považovat období 17. století, v masové formě však cestovní ruch vzniká až ve druhé polovině 19. století a největšího rozmachu pak dosahuje vlivem demokratizačních změn ve světě po 2. světové válce (Němčanský str. 11, 1999).

Právě s vývojem společnosti se začaly projevovat potřeby obyvatel potřebné ke vzniku cestovního ruchu. Konkrétně potřeba rekreace a potřeba bezprostředního poznávání. Potřeby však nejsou to jediné, co je zapotřebí ke vzniku cestovního ruchu. Důležitým předpokladem je rozvoj výrobních sil a mírové podmínky. Výrobní síly podmiňují růst, rychlost či stagnaci cestovního ruchu. Naopak v oblastech, kde je válka, je vše podřízeno obraně a zachování života a národního hospodářství. Další předpoklady působící na rozvoj cestovního ruchu lze rozdělit na ekonomické, ekologické, demografické, pracovní, materiálně-technické a administrativní skupiny (Petrů str. 7, 1999). Cestovní ruch je tedy rozsáhlý a složitý socioekonomický jev zasahující do celé řady ekonomických a mimoekonomických oblastí společnosti. S tím se tedy objevuje i složitost jeho definování (Palatková, Zichová str. 11, 2011).

Obecně ho můžeme určit jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Definice ale není dostatečná. Například zde není uvedeno, co je považováno za hlavní cíl cesty. Zda je to cestování, práce nebo zábava. Také není zřejmé, na jak dlouho musíme odcestovat a kam, abychom měli statut turistů. Proto mají cestovní ruch a cestování silné propojení (Horner, Swarbrooke str. 53 – 54, 2003). Významným zlomem pro určení ustálené

definice se stala konference Světové organizace cestovního ruchu. Na základě nově vzniklé definice je cestovní ruch vymezen jako „*činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí a to na dobu kratší než je stanovena (mezinárodní cestovní ruch – 1 rok, domácí cestovní ruch – 6 měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě*“ (Malá str. 11, 1999). Podle Mezinárodního sdružení expertů cestovního ruchu (AIEST) je za cestovní ruch považován „*souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání*“ (Ryglová str. 6, 2005).

S globalizací cestovního ruchu se proto objevuje i mnoho negativních dopadů, které podstatným způsobem ovlivňují životní prostředí.

Neustálé vytváření nové a přístupnější infrastruktury, ale i větší počet osob shlukujících se na jednom místě má vliv na životní prostředí a poškozování kulturních či přírodních památek (Zelenka a kol str. 43, 1995).

2.1.1 Typologie cestovního ruchu

V literatuře je možné setkat se s nejrůznějším rozdělením cestovního ruchu. Záleží na projevu v konkrétní podobě z hlediska poptávky nebo nabídky. Nejběžněji je však cestovní ruch rozdělován na:

- formy, kde převažuje motivace na účasti a
- druhy, u kterých se zohledňuje průběh, způsob realizace a účinky v závislosti na geografických, ekonomických, společenských nebo jiných podmínkách.

V praxi se ale jednotlivé formy a druhy neustále prolínají a to, co někteří autoři považují za formy, jiní považují za druhy. Není tedy žádné ustálené rozdělení a tak dochází ke sporům, co spadá pod formu a co pod druh (Malá str. 15, 1999). Objevuje se tak nové členění, které popisuje pouze typy cestovního ruchu (Palatková, Zichová str. 19 – 26, 2011).

Typy cestovního ruchu dle místa realizace

- domácí turismus
- výjezdový turismus
- příjezdový turismus

Typy cestovního ruchu dle vztahu k platební bilanci státu

- aktivní
- pasivní

Typy cestovního ruchu dle plátce nákladů

- komerční
- sociální

Typy cestovního ruchu dle způsobu zabezpečení cesty a pobytu

- organizovaný
- neorganizovaný

Typy cestovního ruchu dle věku účastníků

- děti
- mládeže
- rodin s dětmi
- osob v produktivním věku bez účasti dětí
- seniorů

Typy cestovního ruchu dle délky pobytu

- jednodenní
- krátkodobý
- dlouhodobý

Typy cestovního ruchu dle převažujícího prostředí

- městský
- venkovský
- ve střediscích cestovního ruchu

Typy cestovního ruchu dle převažujícího motivu (důvod cesty)

- osobní (dovolená a volný čas, návštěva příbuzných, vzdělávání a školení, zdravotní turismus, náboženský a poutní turismus, nákupní turismus a tranzitní turismus)
- obchodní a profesní turismus

2.2 Systém cestovního ruchu

Přístupů ve studii systému cestovního ruchu existuje celá řada. Mezi celosvětově uznávané patří model konkurenceschopnosti destinace, který je založen na destinaci cestovního ruchu (Ritchie, Crouch in Navrátil, Navrátilová str. 10, 2011). Prostředí destinace lze rozdělit na makroprostředí a mikroprostředí. Stav konkurenceschopnosti destinace pak lze posoudit analýzou pěti základních subsystémů, kterými jsou (Navrátil, Navrátilová str. 10-11, 2011):

- podpůrné zdroje a faktory,
- jádrové zdroje a atraktivity,
- destinační management,
- plánování a rozvoj v destinaci a
- podmínky situace.

Systém cestovního ruchu je dále možné chápat jako sdružení různých prvků, kde jsou nebo vznikají určité vztahy nebo vazby. Po formální stránce má cestovní ruch mnoho vztahů ke vnějšímu prostředí a jeho vnitřní vztahy směřují do podsystémů (Němčanský str. 40, 1999), kterými jsou (Jakubíková str. 19, 2012):

- subjekt neboli návštěvník v roli spotřebitele a
- objekt v zastoupení podniků, institucí cestovního ruchu nebo cílových míst, které mají roli poskytovatele.

2.2.1 Subjekt cestovního ruchu

Cestovní ruch je poskytovatel zkušeností (Cooper, str. 450, 2008), ke kterým dochází na základě potřeb a motivů, které subjekt má a požaduje jejich uspokojení. Podle Maslowovy hierarchie potřeb jsou potřeby rozděleny na potřeby fyziologické, potřeba bezpečí a jistoty, společenské potřeby, potřeba společenského uznání a jistoty a potřeba seberealizace. A právě základem seberealizace jsou volný čas, cestovní ruch, kultura, sport apod. Jednotlivé skupiny určující potřeby turistů v cestovním ruchu jsou (Čertík a kol. str. 61, 2001):

- potřeba klidu, relaxace a obnovy psychických a fyzických sil,
- potřeba změny životního stylu a společenských konvencí,
- potřeba změny prostředí,
- potřeba komunikace a společenského kontaktu,
- potřeba poznávání.

Konkrétními subjekty na trhu v cestovním ruchu jsou (Palatková, Zichová str. 31, 2011):

- domácnosti (návštěvníci) – snaží se uspokojit své potřeby a maximalizovat svůj užitek,
- firmy (poskytovatelé služeb, výrobci) – snaží se o maximalizaci zisku v cestovním ruchu,
- stát (veřejná správa) – snaží se ovlivnit cestovní ruch (likvidace negativních dopadů či stimulace pozitiv).

Subjekty které mohou vystupovat jak v roli poptávající, tak v roli prodávajících jsou cestovní kanceláře a agentury.

2.2.2 Objekt cestovního ruchu

Aby byl subjekt schopen uspokojit své potřeby, je důležitá tvorba služeb, které jsou využívány k uspokojení. Existence subjektu je tedy založena především na funkci objektu. Jednotlivé členění subjektů se shoduje i s členěním nabídky cestovního ruchu, která se dělí na primární a sekundární (Němčanský str. 92, 1999).

Nabídka všeobecně zahrnuje atraktivitu, suprastrukturu a infrastukturu destinace (Palatková, Zichová str. 30, 2011).

Primární nabídka zajišťuje důvod návštěvy. Dotváří prostředí svou přitažlivostí a zároveň dokáže přilákat návštěvníky i na delší období (Palatková, Zichová str. 58, 2011). Do primární nabídky se řadí (Němčanský str. 92 – 93, 1999):

- přírodní ukazatele (Palatková, Zichová str. 58, 2011), které se dále člení na:
 - klimatické podmínky,
 - morfologické podmínky,
 - hydrologické podmínky,
 - fauna a flóra,
- sociálně-kulturní složka – jazyk, zvyklosti, architektura, kultura, charakter, pohostinnost a
- infrastruktura, která je základem pro rozvoj aktivit.

Sekundární nabídka zahrnuje služby, které jsou již potřebné pro samotný cestovní ruch, kterými jsou (Němčanský str. 93 – 94, 1999):

- zařízení pro změnu míst (dopravní společnosti),
- pobytová zařízení (hoteliéři, restauratéři, živnosti, vlastníci zařízení, správa obce) a
- zprostředkovatelská zařízení (cestovní kanceláře a agentury, sdružení cestovního ruchu).

Na základě primární a sekundární nabídky tak v rámci cestovního ruchu vznikají (Palatková, Zichová str. 31, 2011):

- hmotné statky (zboží) a
- nehmotné statky (služby).

2.3 Účastník cestovního ruchu

Na základě různých potřeb je zřejmé kdo je nebo není účastníkem cestovního ruchu a jak je definován a jelikož účastníci necestují pouze ve své zemi ale i po celém světě, následné rozřídění bude v rámci domácího cestovního ruchu (dále jen DCR) a v rámci mezinárodního cestovního ruchu (dále jen MCR) (Malá str. 12, 1999) a (Petrů str. 31, 1999).

Rozdělení (Malá str. 12 – 14, 1999) a (Petruš str. 31, 1999):

- **Návštěvník** – v DCR je to osoba cestující mimo místo trvalého bydliště po zemi, ve které žije na dobu maximálně 6 měsíců a důvod cesty musí být jiný než vykonávání výdělečné činnosti. V MCR osoba, která cestuje na místo do země mimo své trvalé bydliště na období maximálně 1 roku (minimálně 1 strávená noc) a důvod cesty nesmí být výdělečný.
- **Turista** – v DCR osoba cestující na místa v zemi, ve které žije na maximální období 6 měsíců (minimálně 1 strávená noc) a stěžejní důvod cesty není výdělečný. V MCR osoba cestující do země, ve které nemá trvalé bydliště na maximální období 1 roku (minimálně 1 strávená noc) přičemž stěžejní důvod návštěvy není výdělečný.
 - Turista na dovolené - stráví více dní a nocí v místě, do kterého cestuje.
 - Krátkodobě pobývajícím turistu – cestuje na období trvající více než 24 hodin (včetně minimálně 1 přenocování).
- **Výletník** – osoba cestující pouze na 1 den bez přenocování. V DCR výletník cestuje po zemi, ve které žije a cestuje do míst mimo trvalé bydliště na maximální dobu 24 hodin (v místě nepřenocuje) a stěžejní důvod návštěvy není výdělečný. V MCR cestuje výletník do země, kde nemá trvalé bydliště na maximální dobu 24 hodin (v místě nepřenocuje) a stěžejní důvod návštěvy není výdělečný.

Podstatné je tedy uvědomit si změnu místa, dočasnost a nevýdělečný charakter (Malá str. 14, 1999).

2.4 Destinace cestovního ruchu

Cestovní ruch je závislý na existenci potenciálu určitého místa, který je zároveň cílem cesty účastníka. Destinace je chápána jako soubor různorodých služeb, které jsou poskytovány a zároveň se nachází v oblasti navazující na potenciál cestovního ruchu (Palatková str. 16, 2006). Jedná se tedy o přirozený celek, který musí mít jedinečné vlastnosti na rozdíl od jiných destinací (Királ'ová str. 15, 2003). Zároveň je destinace součástí systému cestovního ruchu, ve kterém má velkou roli, jelikož podněcuje vznik cestovního ruchu a

motivuje návštěvníky (Petruš, 2007). Podle D. Buhalise je destinace tvořena tzv. „šesti A“, kterými jsou (Navrátil str. 43-44, 2012), (Királ'ová str. 16, 2003):

- attractions = atraktivita, dány primární nabídkou podněcující důvod návštěvy (přírodní a umělé atraktivita, dědictví),
- accessibility = dostupnost do destinace, pohyb (infrastruktura),
- ancillary services = doplňkové služby využívány i místním obyvatelstvem (telekomunikační, poštovní, zdravotnické, informační a další služby),
- amenities = vybavenost umožňující pobyt v destinaci (ubytovací a stravovací podniky, sportovně-rekreační nebo kulturně společenská zařízení, maloobchody atd.),
- available packages = nabídka zájezdů připravená zprostředkovateli a
- activities = různorodé aktivity pro návštěvníky v destinaci.

Mezi nejrozšířenější model konkurenceschopnosti destinace patří Ritchie- Croutch model, ve kterém je konkurenceschopnost posuzována v rámci makroprostředí a mikroprostředí. Je tvořen pěti složkami destinace, jimiž jsou podpůrné faktory a zdroje, jádrové zdroje a atraktivita, destinační management, plánování a rozvoj v destinaci a podmínky situace (Navrátil str. 44, 2012).

2.5 Kulturní cestovní ruch

Kulturní cestovní ruch (dále jen KCR) se jako kategorie osamostatnil teprve na konci 70. let (McKercher a du Cros in Kesner a kol str. 10, 2008). Neustále se zvyšuje počet turistů, které přitahuje kultura, umění, památky atd. Velký nárůst zájmu o kulturu ať už současnou nebo minulou vysvětluje vznik mnoha nových turistických destinací (Gehinová str. 19, 2008) a KCR je tak zdroj financí pro rozvoj, rekonstrukci a ochranu kulturního a historického dědictví (Kesner str. 70, 2005).

Definice pro kulturní cestovní ruch, obdobně jako pro samostatný cestovní ruch, vznikla na základě nejednotnosti autorů celá řada. Mnohdy také bývá spojován s městským cestovním ruchem (Hájek, Hrabánková str. 11, 2002). Kulturním cestovním ruchem se rozumí *„pohyb osob ke kulturním atrakcím mimo jejich trvalé místo pobytu, se záměrem získat nové informace a prožitky k uspokojení jejich kulturních potřeb“* (Richards in Kesner str. 60, 2005). Podle ministerstva pro místní rozvoj je kulturně poznávací cestovní ruch *„forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni především možností poznávat kulturní dědictví a kultury dané země a jejich*

rezidentů“ (Hrabánková, Hájek str. 11, 2002). Účastníci jsou seznámeni nejen s historií a kulturou vlastního a ostatních národů, ale i se sociální a ekonomickou situací navštíveného místa. Kulturní a poznávací cestovní ruch dále přispívá k poznávání kultury, historie, vzdělání národů a tradic (Jakubíková a kol. str. 102, 1999).

Definici je mimo jiné možné rozdělit na motivační a prožitkovou. Na základě motivační definice jsou kulturní turisté motivováni jinými důvody než ostatní turisté. Prožitková definice se zabývá zážitkem. Turisté se na základě zážitku baví a zároveň vzdělávají.

Podle definice UNWTO je kulturní cestovní ruch „*pohyb osob především z kulturních důvodů: jako jsou studijní cesta, umělecké představení, kulturní zájezd, cestování na festival a další akce, návštěva památek a sídel, cesta za poznáváním přírody, folklórem, uměním či poutěmi*“. Podle definice je možné určit jednotlivé typy KCR, které jsou založené především na motivaci účastníka (McKercher a du Cros in Kesner a kol. str. 9, 2008).

2.5.1 Typy kulturního cestovního ruchu dle motivace účasti

Rozdělení (Kesner a kol str. 10 -12, 2008):

- Rekreační cestovní ruch je nejrozšířenější typ, týká se regenerace fyzických a duševních sil ve vhodném rekreačním prostředí (Indrová a kol str. 18, 2004), ale nemusí se jednat pouze o pasivní odpočinek.
- Kulturně poznávací cestovní ruch je orientován na historii, kulturu, tradice a zvyky národů. Vzdělává návštěvníky a poskytuje kulturní přehled.
- Cestovní ruch s náboženskou orientací zahrnuje návštěvu poutních a posvátných míst nebo církevních památek. Je zde minimální požadavek na poskytované služby.
- Cestovní ruch se vzdělávacími motivy, kde vzdělání je hlavní priorita a KCR je pouhý doplněk prioritního motivu. Nejčastěji bývá ve formě balíčku služeb např. jazykové programy.
- Cestovní ruch orientovaný na poznání přírodního prostředí, který se zaměřuje na přání poznat přírodní úkazy související například s půdním reliéfem nebo podnebím např. touha spatřit polární zář. KCR je opět doplněk motivu prioritního.

- Cestovní ruch se společenskými motivy je orientován na společenské styky a komunikaci mezi lidmi (Indrová a kol str. 19, 2004). KCR je zde opět doplněk. Příkladem může být filmový festival.
- Cestovní ruch s profesními motivy je často uskutečňován v pracovním čase účastníků a patří sem:
 - obchodní cestovní ruch – týkající se obchodních a služebních cest,
 - kongresový cestovní ruch – zahrnující kongresy, konference a semináře, které slouží k výměně informací (Indrová a kol str. 21, 2004)
 - cestovní ruch veletrhů a výstav – snaha upoutat a informovat návštěvníky a
 - incentivní cestovní ruch – snaha o motivaci a stimulaci zaměstnanců.

Podle kontextového přístupu KCR obsahuje 4 prvky, které posuzují vzájemné vztahy mezi jednotlivými tématy. Jsou jimi (McKercher a du Cros in Kesner a kol str.13, 2008):

- cestovní ruch – důležité je vědomí, že KCR je forma cestovního ruchu a ne úkol managementu památkové péče,
- využití kulturních památek – ochrana sídla či objektu na základě určení jeho vnitřní hodnoty nebo významu pro společnost,
- užívání zážitků a produktů – transformace památky do produktu KCR, na základě přeměny potenciálu památky na vnější hodnotu památky,
- kulturní turista – 5 typů turistů lišících se podle důvodu návštěvy (turista záměrný, prohlídkový, objevitel, příležitostný, nahodilý).

Povinností KCR je dosahovat cílů památkové péče, ale zároveň i cílů cestovního ruchu. To znamená, že musí poučovat o ochraně kulturních památek a zároveň musí zajistit životaschopnost produktu. V praxi však není možné dosáhnout obou cílů zároveň, jelikož jeden cíl je dosažen na úkor druhého. Podstatné je tedy najít rovnováhu mezi zájmy cestovního ruchu a managementem památkové péče. Největší výzvou pro KCR je tedy vytvořit produkt, který bude chránit kulturní a historické hodnoty a zároveň se stane důvodem návštěvy turistů (McKercher a du Cros in Kesner a kol str. 14, 2008).

2.5.2 Produkt kulturního cestovního ruchu

V marketingové strategii je produkt destinace chápán jako soubor hmotných a nehmotných kvalit, který klient vnímá jako komplex a k němuž si vytváří a zaujímá svůj postoj. Produkt tedy musí působit jednotně a poskytující subjekt se musí chovat v mezích jednotné strategie (Palatková str. 35, 2006).

Pod klasickým produktem v KCR je možné si představit prohlídky interiérů, výstavy objektů, hudební nebo divadelní představení, festivaly další. Produkt vzniká transformací potenciálu kulturního zdroje a turista je schopen to využít. (McKercher a du Cros in Kesner a kol. str. 74, 2008). Produktem ale mohou být i hmotné produkty jako jsou suvenýry nebo publikace. Důležité je si uvědomit, že vstupenka, kterou si návštěvník zaplatí, zprostředkovává pouze přístup k exponátům a nikoliv jejich nákup. Proto by prioritním zájmem kulturních destinací měl být celkový prožitek, který návštěvník získá, neboť ten je základem produktu (Kesner a kol.str. 74, 2008).

2.6 Význam zámků a zámeckých parků v cestovním ruchu

Zámky a zámecké parky jsou neodmyslitelnou součástí cestovního ruchu. Podstatná většina zámků zůstala na vzdory svému věku ve velmi dobrém stavu zásluhou svých majitelů a jejich pravidelnou péčí. Architektura zámků či jejich parků se vždy měnila s příchodem nového stylu na naše území, a tak je v dnešní době možné poznat přesný styl způsobu života. Důležitým faktorem rekonstrukce také bývaly například společenské, hospodářské nebo náboženské poměry žijících obyvatel.

Zámek spolu s parkem je řazen mezi renesanční architekturu. Renesance je původem italský životní styl, který vznikl na přelomu 14. a 15. století a v tomto stylu se jedná o tzv. znovuzrození antiky. Jednalo se o období nových zámožských objevů, zesvětštění společnosti, nové názory atd. a veškeré tyto poznatky byly aplikovány do běžného života. Typickými rysy renesance byly antropocentrismus, individualismus, humanismus, vědecký základ umění, realismus, zesvětštění, nacionalizace umění, sběratelství a mecenášství (*Co je renesance.* <http://www.regionrenesance.cz/files/003renesance.htm>).

Zámecké zahrady byly v minulosti určeny především pro hospodářskou funkci, až s časem se její funkce přenesla na společenskou.

Význam parků a zahrad z pohledu ochrany přírody a krajiny (Reš a kol., 2009):

- Výskyt vzrostlých stromů.
- Výskyt chráněných organismů.
- Migrační prostor pro živočichy = součást systému ekologické stability.
- Návaznost historických krajinných celků na volnou krajinu.
- Chráněná území a území začleněná do soustavy Natura 2000.

Natura 2000 je soustava chráněných území Evropské unie, s cílem ochránit faunu a floru, která je typická právě pro tyto území (*Natura*, http://www.mzp.cz/cz/natura_2000).

Obnova zahrad a parků je však dlouhodobý a stále se vyvíjející proces, který často bývá finančně náročný. Největší možnou ochranou, kterou je možné získat je zapsání památky na seznam UNESCO jehož členem je právě i zámek Telč (*UNESCO*, <http://www.npu.cz/pro-odborniky/pamatky-a-pamatkova-pece/zakony-mezinarodni-dokumenty/mezinarodni-dokumenty/unesco/>).

UNESCO, s českým ekvivalentem Organizace spojených národů je mezinárodní vládní organizace založena roku 1945 s cílem přispívat k bližší komunikaci mezi národy na základě mezinárodního rozvíjení. Především v oblasti výchovné, vzdělávací, vědecké a kulturní. Na základě Úmluvy o ochraně světového kulturního a přírodního dědictví s ochranou přírody se vytváří Seznam světového dědictví, do kterého se zapisují památky, které mají mimořádnou hodnotu, které posuzuje Výbor světového dědictví. Tehdejší ČSFR přistoupila k úmluvě v listopadu roku 1990 a závaznou se Úmluva stala v únoru roku 1991. Prioritní snahou je ochrana, zachování a předávání kulturního a přírodního dědictví budoucím generacím.

Historické jádro Telče bylo zapsáno na Seznam roku 1992 a to na základě jedinečně dochovaného středověkého města s vodním opevněním, dominantním zámek dochovaným v podobě pozdně gotických a renesančních přestaveb a s mimořádně působivými frontami městských domů renesančního a barokního tvarosloví kolem náměstí (*UNESCO*, <http://www.npu.cz/pro-odborniky/pamatky-a-pamatkova-pece/zakony-mezinarodni-dokumenty/mezinarodni-dokumenty/unesco/>).

3 Metodika

3.1 Data a metody

Na základě konzultací s vedoucím práce byl pro bakalářský seminář vyhotoven projekt bakalářské práce na dané téma, kde byli mimo jiné formulovány jednotlivé dílčí cíle a hypotézy. Tyto cíle a hypotézy byly sledovány na příkladu zámeckého parku Telč. K naplnění cílů bylo nutné použít studijní literatury a sekundárních dat. Sekundární data by však nebyla dostačující, a proto bylo nutné provést i terénní sběr dat primárních. Po sběru dat následovalo jejich zpracování. Zde jsem využila především dva programy a to základní program Microsoft Office Excel pro základní ukazatele a program Statistica.

3.2 Zámecký park Telč

Renesanční zámek se spolu s přilehlým parkem nachází na jihu České republiky, necelých 100 km od Českých Budějovic. Jedná se o státní zámek, o který pečuje Národní památkový ústav, územní odborné pracoviště v Telči a řadíme ho nejen mezi národní kulturní památky, ale i do světového kulturního dědictví. Důležité je také podotknout, že NPÚ řadí zámek Telč mezi tzv. klenoty moravské renesanční architektury a to především díky starostlivé péči o zámek (*Telč - zámek*. <http://www.npu.cz/sights/zamek-telc/>).

Historické počátky parku sahají až do 16. století. Neodmyslitelnou součástí parku jsou staleté stromy, vzácné dřeviny a klasicistní skleník (Příloha).

3.3 Návštěvníci

Primární data byla sbírána pomocí řízených rozhovorů a odpovědi respondentů byly zaznamenávány do standardizovaného dotazovacího nástroje.

Dotazníkové šetření proběhlo v hlavní turistické sezóně, tedy v měsících červenec a srpen, roku 2012. Respondenti byly oslovováni přímo v zámeckém parku Telč. Výběr potenciálních respondentů byl nahodilý a omezen věkem respondenta nad 18 let. Celková délka řízeného rozhovoru byla cca 10 minut.

3.4 Dotazovací nástroj

Vlastní dotazovací nástroj byl sestaven na základě cílů této bakalářské práce vedoucím práce ve spolupráci s konzultantem práce.

Dílčí cíl 1 je věnován problematice motivů k návštěvě. Respondentům byl předložen seznam potenciálních častých motivů k návštěvě zámeckého parku a respondenti byli požádáni o uvedení míry významu každého tohoto motivu pro jejich aktuální návštěvu. K dispozici byly následující motivy. Park je při zámku, který jsme navštívili. Abych si odpočinul/a. Podívat se na zajímavé dřeviny. Potěšit se pobytem v příjemném prostředí. Pobýt s rodinou a/nebo přáteli. Poznat reprezentační prostor okolí zámku. Navštívit místo se zajímavou historií. Vstup do zahrady je volný. Posvačit/poobědvat. Venčím zde psa. Jen procházím. Míra významu motivu byla identifikována na pětistupňové škále: 1 = zcela nevýznamný, 2 = spíše nevýznamný, 3 = nedokážu se rozhodnout, 4 = spíše důležitý, 5 = velmi důležitý důvod k návštěvě.

Dílčí cíl 2 je věnován problematice atraktivních prvků v parku. Respondentům byl předložen seznam potenciálních atraktivních prvků v parku a respondenti byli požádáni o uvedení míry významu každé této atraktivity. K dispozici byly následující atraktivity. Památky historického umění (sochy, drobné stavby apod.). Okrasné stromy. Pestře kvetoucí keře. Věkovité stromy, sahající svým životem do historie zámku. Historická krajinná kompozice. Myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku. Kašny a fontány. Upravenost cest. Existence míst k posezení. Minizoo. Hrající živá hudba. Dětské hřiště. Poučení o kulturní historii. Poučení o krajinné historii. Míra významu motivu byla identifikována na pětistupňové škále: 1 = zcela nevýznamný, 2 = spíše nevýznamný, 3 = nedokážu se rozhodnout, 4 = spíše důležitý, 5 = velmi důležitý důvod k návštěvě.

Tyto otázky byly doplněny otázkami určenými pro statistické zpracování dat. Založeny byly na segmentačních kritériích z nichž byly vybrány.

Dílčí cíl 3 se týká struktury současných návštěvníků zámeckého parku a byl testován na základě čtyř otázek. První otázka rozdělovala pohlaví (muž/žena), dále následoval věk, kde bylo sedm věkových skupin (18 – 25, 26 – 35, 36 – 45, 46- 55, 56 – 65, 66 – 75, nad 75 let). Třetí otázka znějící: „Počet navštívených zámeckých parků v loňském roce?“, nabízela pět možností odpovědi (0, 1, 2 – 5, 6 – 15, nad 15 zámeckých parků). Poslední otázka se zaměřovala, jak návštěvníci zámeckého parku vnímají historii. Na

otázku: „Historie je pro Vás?“, měli respondenti možnost odpovědět pěti způsoby. Určitě nudná, spíše nudná, nevím, spíše zajímavá, určitě zajímavá.

Dílčí cíl 4 se zaměřuje na témata vhodné k optimalizaci využití zámeckého parku cestovním ruchem. Pro jeho následné vyhodnocení bylo využito čtyř otázek z dotazovaného vzorku. Dvě otázky byly otevřeného typu a zněly: „Uveďte, prosím, jednu věc, která Vás zde mile překvapila?, Uveďte, prosím, naopak jednu věc, se kterou jste v parku nejméně spokojen/-a?“. Třetí otázka: „Navštívil/-a jste nebo hodláte navštívit placený prohlídkový okruh po zámku?“, (možnost odpovědi ano, ne). Poslední otázka znějící: „V případě, že by byl park veřejnosti uzavřen a vstup zpoplatněn, navštívil/-a byste zámek?“ Kde možnosti odpovědi byly ano či ne a poslední část otázky zněla: „Jaké vstupné byste byl/-a ochotna zaplatit za vstup do parku na osobu?“ S možnostmi částek 20 Kč, 50 Kč a 100 Kč.

3.5 Zpracování výsledků

Ke zpracování dotazníků bylo zapotřebí nástrojů deskriptivní statistiky, které jsou rozděleny do tří základních skupin, jimiž jsou: četnostní zpracování, charakteristika polohy a analýzy rozptylu jednoduchého třídění pro intervalové měřítko.

3.5.1 Četnostní zpracování

Výsečový graf

Slouží k zachycení struktury souboru. Plocha kruhu představuje celý soubor a jednotlivé části jsou znázorněny kruhovými výsečemi, které jsou získány rozdělením středového úhlu úměrně k podílu jednotlivých částí zobrazovaného jevu vyjádřených v procentech (Hindls, Hronová, Seger str. 25, 2004). Výseč o středovém úhlu $3,6^\circ$ představuje jedno procento (Zvárová 2002, str. 35).

Absolutní četnost

Absolutní četnost člení statistické jednotky zkoumaného souboru na identické skupiny z hlediska pozorovaného znaku. Údaje jsou uspořádány v tabulce, kde první sloupec uvádí všechny varianty zkoumaného numerického statistického znaku seřazené podle velikosti obměn znaku a v dalším sloupci jim odpovídají absolutní četnosti. Takovéto uspořádání statistických údajů se nazývá jednorozměrné rozdělení absolutních četností (Cyhelský, Kaňoková, Novák 1986, str. 22).

Relativní četnost

Jedná se o poměrná čísla, která určují strukturu daného souboru z hlediska zkoumaného znaku. Součet relativních četností celého souboru je vždy roven 1. Relativní četnosti jsou přehlednější než absolutní četnosti. Umožňují jednodušší a lepší srovnání struktury za dva nebo více souborů (Cyhelský, Kaňoková, Novák str. 24, 1986).

3.5.2 Charakteristika polohy

Rozptyl

Rozptyl je definován jako aritmetický průměr čtverců odchylek jednotlivých hodnot znaku od jejich aritmetického průměru. V případě výpočtu rozptylu z údajů o jednotlivých hodnotách znaku je to prostý aritmetický průměr čtverců těchto odchylek (Cyhelský, Kaňoková, Novák 1986, str. 75).

Směrodatná odchylka

Při měření absolutní variability se používá druhá odmocnina rozptylu neboli směrodatná odchylka. Směrodatná odchylka měří variabilitu ve smyslu odlišnosti jednotlivých hodnot znaku od aritmetického průměru (Cyhelský, Kaňoková, Novák 1986, str. 75).

Medián

Medián je ta hodnota, která rozdělí pozorování na dvě stejně velké skupiny. Pokud máme lichý počet uspořádaných pozorování, medián je pak prostřední z nich. U sudého počtu je medián obvykle průměr ze dvou prostředních pozorování. Medián využívá pouze informaci o pořadí hodnot, a proto ho má smysl používat pouze pro kvantitativní a ordinální veličiny (Zvárová 2002, str. 82).

3.5.3 Analýza rozptylu jednoduchého třídění pro intervalové měřítko

Analýza rozptylu (ANOVA)

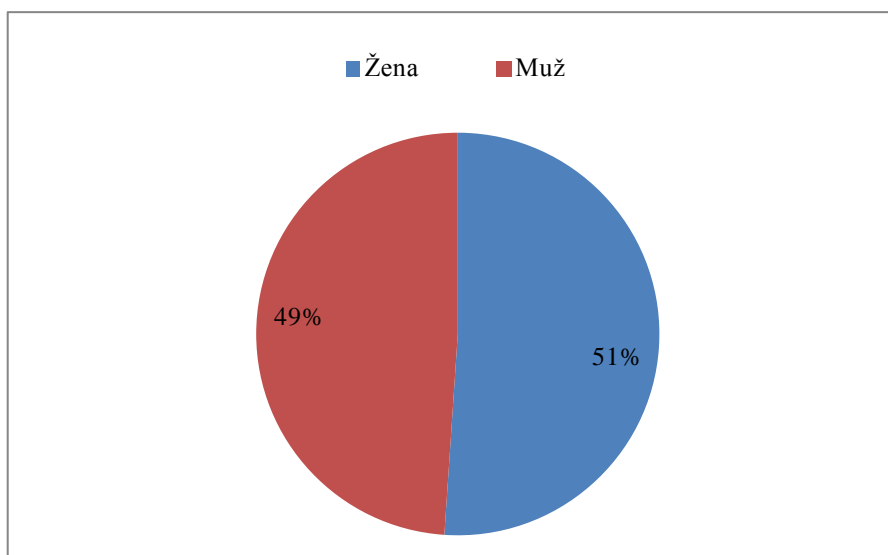
Zkoumáme-li, zda číselná proměnná závisí na slovní či číselné proměnné x , může k tomu být za jistých podmínek využito tzv. jednofaktorové analýzy rozptylu (Hindls, Kaňoková, Novák 1997, str. 39). Podle Zvárové (Zvárová 2002, str. 190) je analýza rozptylu založena na předpokladu, že každý z výběru pochází z populace s normálním rozdělením se stejnou směrodatnou odchylkou. Podstatné tedy je, zda střední hodnoty (průměry) skupin jsou všechny shodné, nebo se navzájem liší.

Podle Hnedla (Hendl 2004, str. 338) analýza rozptylu analyzuje difference průměru sledované závislé proměnné mezi skupinami, které jsou určeny jednou kategoriální nezávisle proměnnou (faktorem). Zkoumá se, zda skupiny vytvořené tímto klasifikačním faktorem jsou podobné nebo zda jednotlivé průměry tvoří nějaké identifikovatelné shluky.

3.6 Výsledky výzkumu

V mém dotazovaném vzorku, kde počet respondentů byl roven 188, bylo vyrovnané zastoupení pohlaví (Obrázek 1). Pouhá dvě procenta čínicí rozdíl tak nezpůsobí významný vliv na hodnocení.

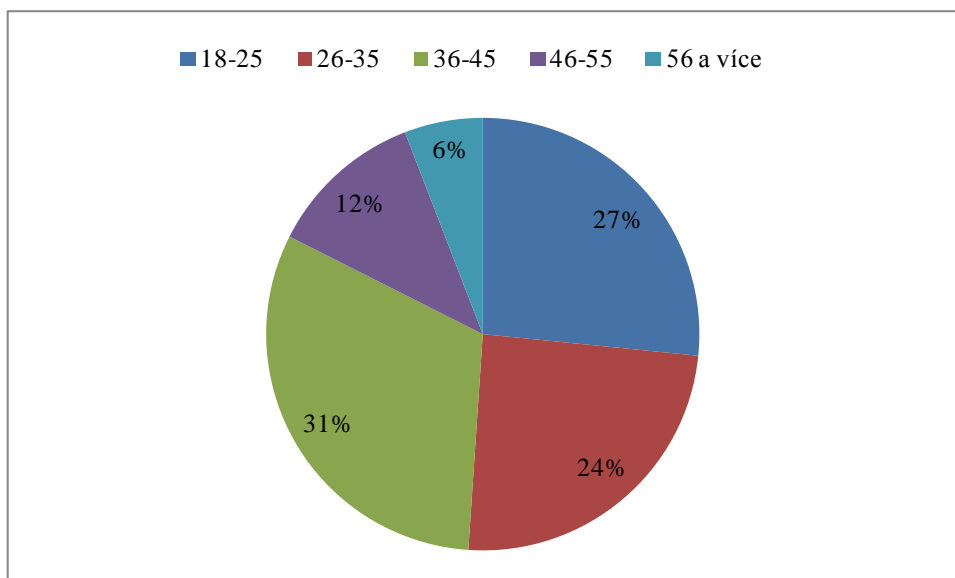
Obrázek 1: Pohlaví respondentů, $n = 188$



Zdroj: Vlastní terénní šetření

Ve věkovém zastoupení se objevují značné rozdíly ve velikosti jednotlivých věkových skupin (Obrázek 2). Je to dáno především neochotou respondentů ztratit čas při vyplnění dotazovacího nástroje.

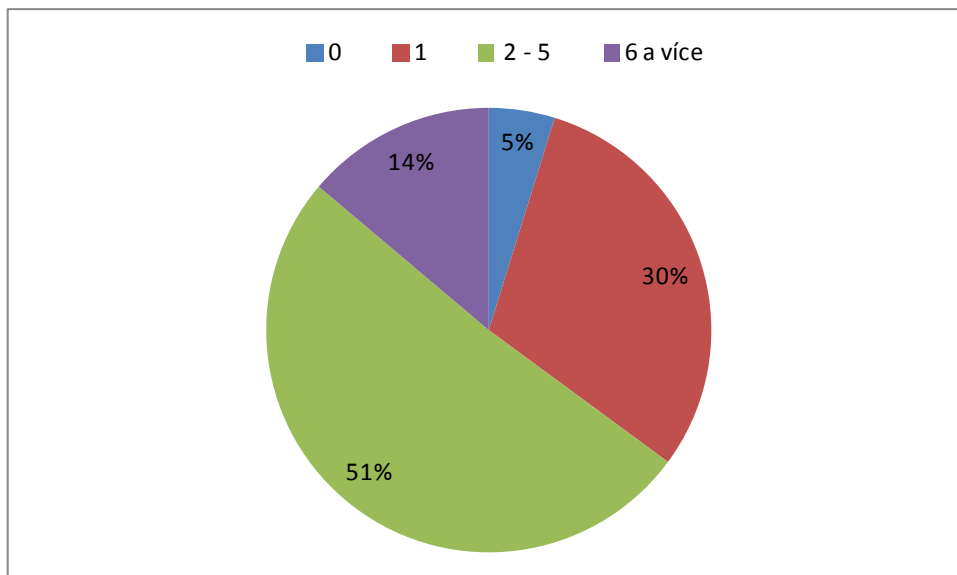
Obrázek 2: Věk respondentů, n = 188



Zdroj: Vlastní terénní šetření

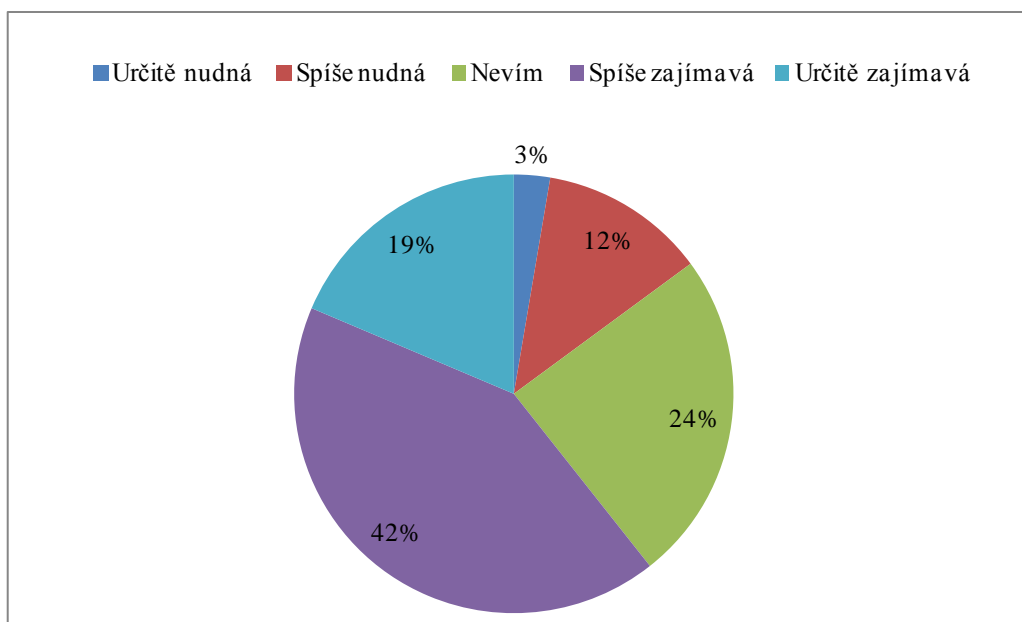
Mezi nejčastější návštěvníky parku se řadí skupiny respondentů, které v loňském roce navštívili 1 nebo 2 – 5 parků (Obrázek 3). Do zámeckého parku tak zavítají nejen pravidelní návštěvníci parků, ale přijíždí sem i tací, pro které je stěžejní právě park Telč.

Obrázek 3: Počet navštívených parků v loňském roce jednotlivými respondenty, n = 188



Zdroj: Vlastní terénní šetření

Obrázek 4: Vnímání historie jednotlivými respondenty, n = 188



Zdroj: Vlastní terénní šetření

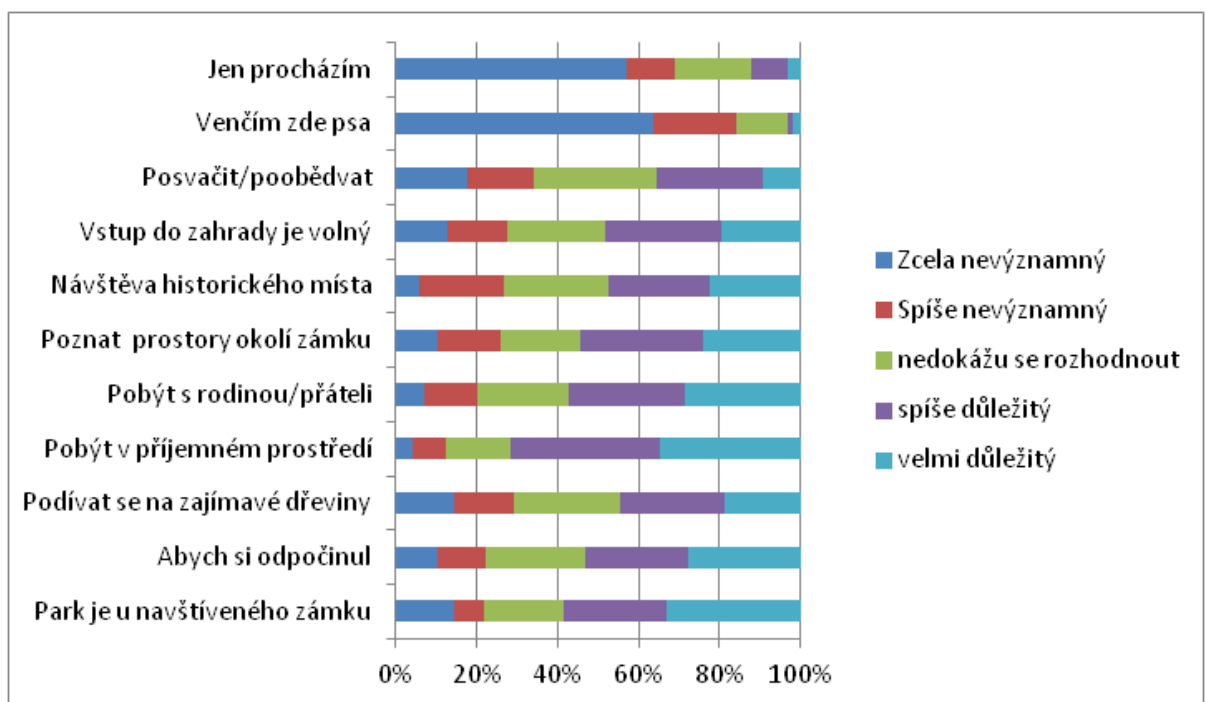
4 Výsledky

4.1 Diverzifikace struktury atraktivnosti zámeckého parku

4.1.1 Motivace k návštěvě

Jelikož se motivace řadí mezi faktory ovlivňující poptávku (Jahodová str. 92, 2008), stanovení motivačních prvků v parku zhodnotí, zda park vykazuje diverzifikovanou strukturu a dále zda je pro návštěvníky dostatečně atraktivní.

Obrázek 5: Motivace k návštěvě, n = 188



Zdroj: Vlastní terénní šetření

Ačkoli mnoho zámeckých parků nabízí přehlídku okrasných rostlin nebo vzácných stromů, v mnoha případech je návštěva parku zaručena na základě jeho příležitosti k zámku. Turisté přijíždí především za poznáním historie zámku a návštěva parku je pouze doplňkovou aktivitou. Tento předpoklad je pro zámecký park Telč významný, ale není rozhodující, a to především svým umístěním v centru města. Zámecký park Telč je významný především svou specifickou polohou. Lidé do parku chodí z důvodu příležitosti, ale také proto, že zde chtějí trávit svůj volný čas, ať už pozorováním okolí

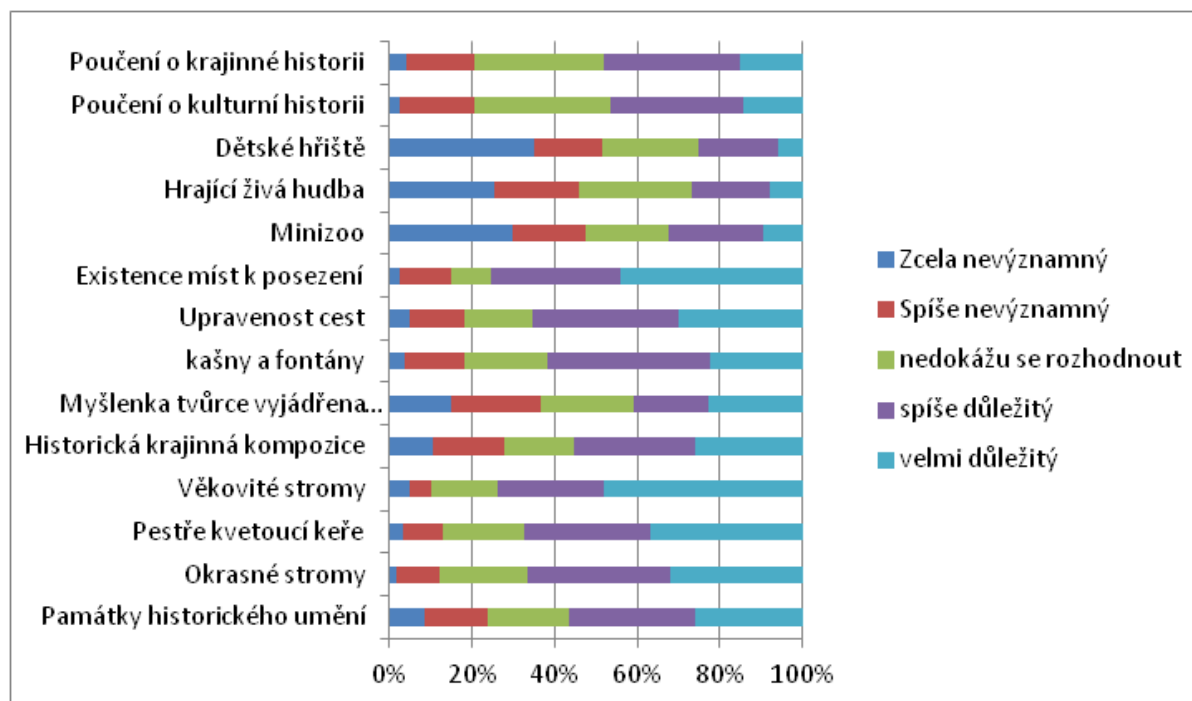
nebo jen odpočívat (Obrázek 5). Zámecký park tedy není závislý pouze na lidech, kteří navštíví zámek, a vykazuje diverzifikovanou strukturu motivů k návštěvě.

4.1.2 Atraktivní prvky

Za nejatraktivnější prvky zámeckého parku Telč jsou jeho návštěvníky považovány věkovité stromy a spolu s nimi kvetoucí keře a výsadby okrasných stromů (Obrázek 6). Nelze zapomenout ani na prvek pomoci kterého jsou návštěvníci schopni předešlé prvky pozorovat značnou dobu a to místa k sezení. Tyto prvky tedy nejsou pouhým doplňkem parku, ale tvoří tzv. profilující atraktivitu (Hamarněh str. 16, 2012). Naopak jako nejméně atraktivní prvek je zde považována minizoo, hrající živá hudba a dětské hřiště. Vyznačují se především svou hlučností, a tak brání pozorování atraktivních prvků.

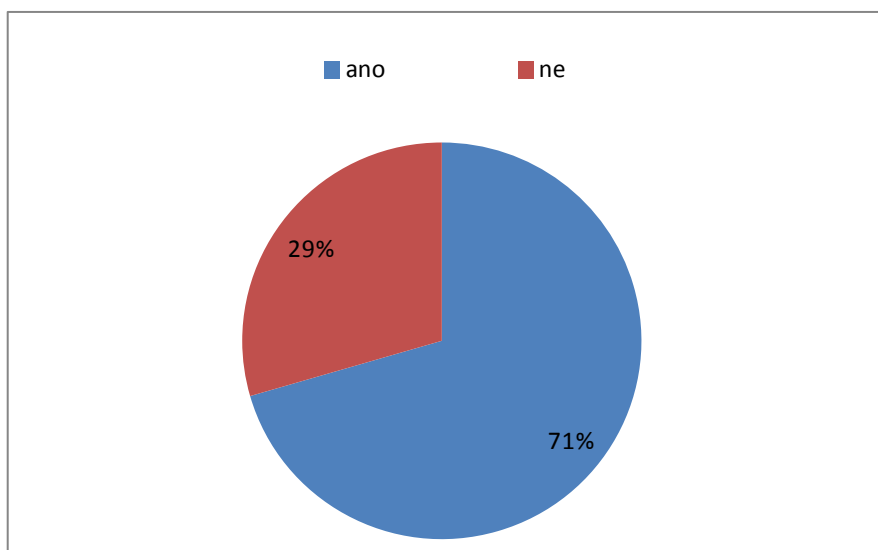
Zámecký park opravdu vykazuje diverzifikovanou strukturu atraktivnosti pro cestovní ruch.

Obrázek 6. Atraktivní prvky v parku, n = 188



Zdroj: Vlastní terénní šetření

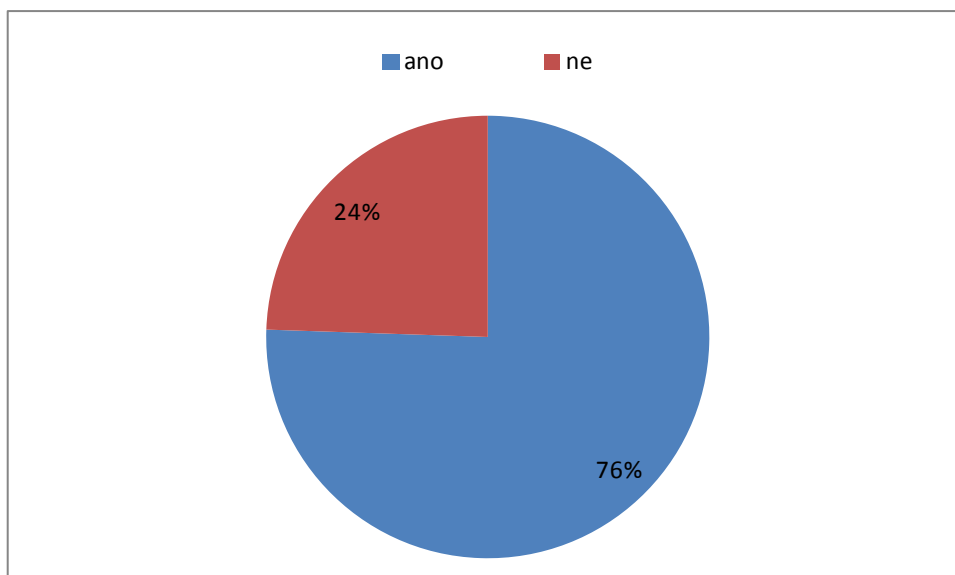
Obrázek 7: Návštěva placeného zámeckého okruhu, n = 188



Zdroj: Vlastní terénní šetření

V rámci památky UNESCO je zámek Telč velice oblíbenou a často navštěvovanou destinací. Návštěvníci tak počítají s vynaložením určitých finančních prostředků při návštěvě zámeckého parku, aby mohli shlédnout i interiér významné památky.

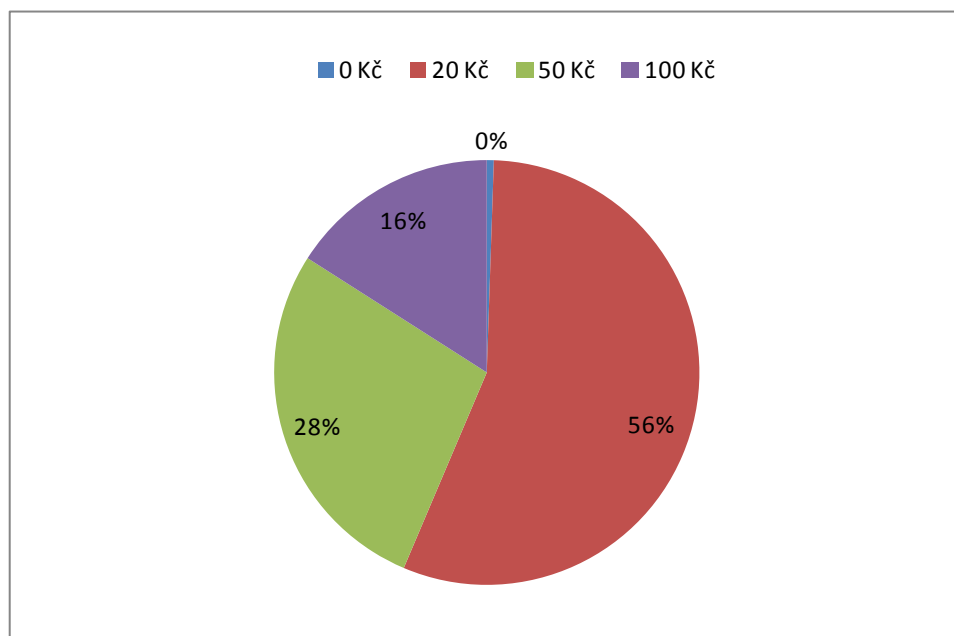
Obrázek 8: Návštěva zámku při zpoplatnění parku, n = 188



Zdroj: Vlastní terénní šetření

Přes tři čtvrtiny dotazovaných navštíví zámecký placený okruh i při zpoplatnění parku (Obrázek 8). Finanční prostředky vynaložené na vstupy v tomto případě nejsou prioritní a zámecký park je možné považovat za relativně nezávislý prvek.

Obrázek 9: Vstupné do parku při jeho zpoplatnění, n = 188



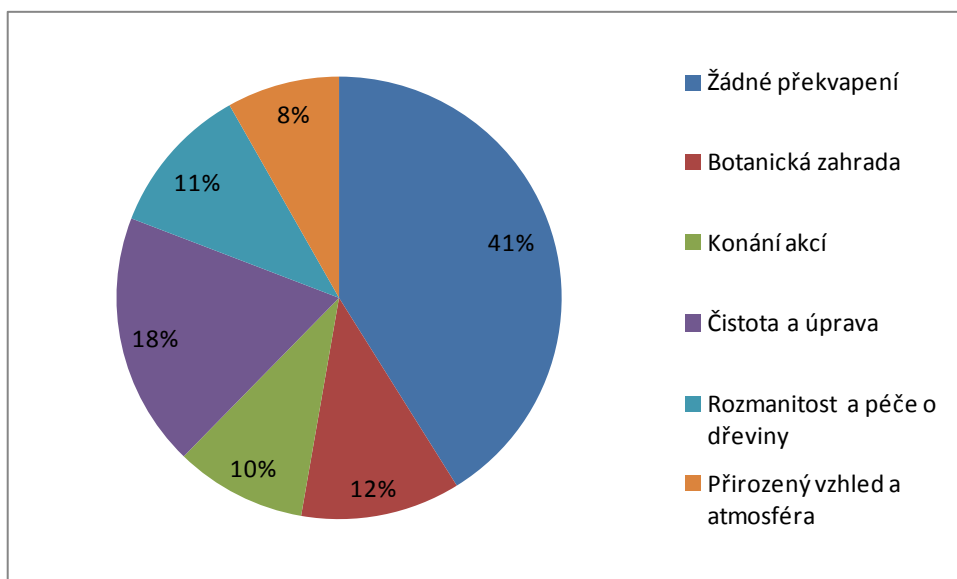
Zdroj: Vlastní terénní šetření

S výjimkou jediné osoby byly všichni respondenti ochotni zaplatit i minimální vstup do zámeckého parku (Obrázek 9).

Dále měli dotazovaní na základě dvou otevřených otázek možnost vyjádřit své pozitivní a negativní připomínky k zámeckému parku. Vybrány jsou pouze nejčastěji opakované připomínky respondentů.

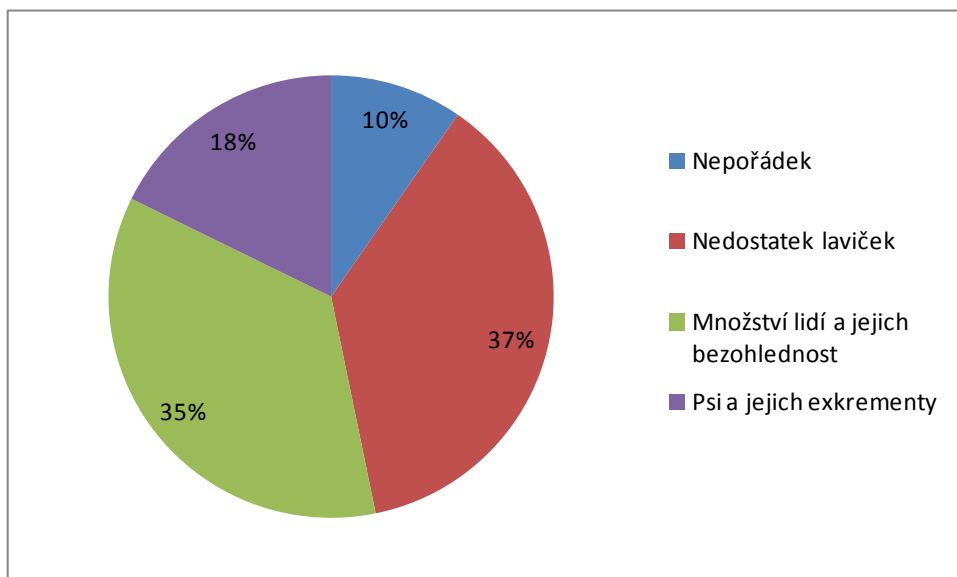
I když zde návštěvníci nebyli vyloženě překvapení, nebyli ani nespokojení (Obrázek 10, 11). Dokázali je uspokojit běžné skutečnosti jako je čistota parku, okrasné či věkovité dřeviny nebo vyzařující atmosféra. V otázce týkající se nespokojenosti už tak početné skupiny nevznikaly. Odpovědi byly především individuální nebo se jednalo o shody pouze několika respondentů. Návštěvníci byli především nespokojeni s nedostatečným množstvím laviček. Zde se může jednat o sporný fakt. Na jedné straně přinese odpočinek více turistům nebo místním, na druhé straně však může do parku přinést všednost a vytrátit atmosféru, kterou dané místo má. A možná by bylo vhodné zmínit, že lavička s jednou osobou není plně obsazena.

Obrázek 10: Příklady, které respondenty mile překvapily, n = 146



Zdroj: Vlastní terénní šetření

Obrázek 11: Příklady nespokojenosti respondentů, n = 62



Zdroj: Vlastní terénní šetření

4.2 Vliv návštěvnického segmentu na motivaci k návštěvě a význam jeho dílčích aktivit

Na základě vytvoření jednotlivých segmentů je možné vytvořit produkty, které jsou přizpůsobeny zákazníkům (Jakubíková str. 132, 2008), tzn. určit prvky, které budou nejvíce motivovat k návštěvě parku.

4.2.1 Vliv pohlaví

V dotazovaném vzorku, kde byly zkoumány rozdíly v motivaci a atraktivit při rozdělení pohlaví, nebyl prokázán žádný významný vliv v hodnocení (Tabulka 1).

Tabulka 1: Participace pohlaví respondentů v motivaci k návštěvě

	Muž		Žena		F
	Průměr	S.E.	Průměr	S.E.	
Park je při zámku, který jsme navštívili	3,49 a	1,34	3,61 a	1,44	0,3823 n.s.
Abych si odpočimul/a	3,39 a	1,25	3,57 a	1,33	0,9315 n.s.
Podívat se na zajímavé dřeviny	3,27 a	1,29	3,13 a	1,32	0,5941 n.s.
Potěšit se pobytem v příjemném prostředí	3,75 a	1,08	4,04 a	1,10	3,3623 n.s.
Pobýt s rodinou a nebo s přáteli	3,57 a	1,15	3,61 a	1,30	0,0757 n.s.
Poznat reprezentační prostor okolí zámku	3,50 a	1,20	3,34 a	1,37	0,6912 n.s.
Navštívit místo se zajímavou historií	3,49 a	1,20	3,26 a	1,21	1,6962 n.s.
Vstup do zahrady je volný	3,27 a	1,27	3,28 a	1,32	0,0025 n.s.
Posvačit/ poobědvat	3,01 a	1,17	2,85 a	1,27	0,7692 n.s.
Venčím zde psa	1,77 a	1,08	1,83 a	1,14	0,1444 n.s.
Jen procházím	1,98 a	1,19	1,81 a	1,18	0,9214 n.s.

Poznámka: průměrné hodnoty (\pm střední chyba, S.E.). Průměry označené stejným písmenem se neliší signifikantně (Tukeyho HSD post-hoc test pro nestejný počet n, $p < 0,05$). Poznámka: použitá škála měření, kde 1 = zcela nevýznamný, 5 = velmi důležitý důvod.

Zdroj: Vlastní terénní šetření

Při porovnání průměrů byl u obou pohlaví prokázán za hlavní motiv návštěvy možnost pobýt v příjemném prostředí a odpočinek.

Tabulka 2: Participace pohlaví respondentů u atraktivních prvků v zámeckém parku

	Muž		Žena		F	
	Průměr	S.E.	Průměr	S.E.		
Památky historického umění	3,61 a	1,27	3,40 a	1,25	1,3337	n.s.
Okrasné stromy	3,77 a	0,97	3,92 a	1,10	0,9107	n.s.
Pestře kvetoucí keře	3,74 a	1,18	4,02 a	1,03	3,0723	n.s.
Věkovité stromy	4,02 a	1,17	4,11 a	1,10	0,3142	n.s.
Historická krajinná kompozice	3,53 a	1,36	3,33 a	1,29	1,0636	n.s.
Myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku	3,05 a	1,43	3,19 a	1,33	0,4360	n.s.
Kašny a fontány	3,61 a	1,13	3,64 a	1,07	0,0278	n.s.
Upravenost cest	3,78 a	1,10	3,67 a	1,23	0,4643	n.s.
Existence míst k posezení	3,92 a	1,16	4,11 a	1,09	1,3449	n.s.
Minizoo	2,65 a	1,39	2,65 a	1,35	0,0010	n.s.
Hrající živá hudba	2,64 a	1,33	2,63 a	1,21	0,0078	n.s.
Dětské hřiště	2,30 a	1,25	2,57 a	1,34	2,0138	n.s.
Poučení o kulturní historii	3,42 a	1,00	3,32 a	1,05	0,4560	n.s.
Poučení o krajinné historii	3,39 a	1,01	3,36 a	1,12	0,0297	n.s.

Poznámka: průměrné hodnoty (\pm střední chyba, S.E.). Průměry označené stejným písmenem se neliší signifikantně (Tukeyho HSD post-hoc test pro nestejný počet n, $p < 0,05$). Poznámka: Použitá škála měření, kde 1 = zcela nevýznamný, 5 = velmi důležitý důvod.

Zdroj: Vlastní terénní šetření

Ženy a muži tak mají stejný pohled na jednotlivé motivy a atraktivity nacházející se v zámku.

4.2.2 Vliv věku

Kromě pohlaví bylo dále testováno další segmentační kritérium a to věk, který již vykazuje významné rozdíly a zároveň dokazuje že přání a potřeby spotřebitelů se mění věkem (Kotler, Keller str. 289, 2007).

Tabulka 3: Participace věku respondentů v motivaci k návštěvě.

	18 - 25		26 - 35		36 - 45	
	Průměr	S.E.	Průměr	S.E.	Průměr	S.E.
Park je při zámku, který jsme navštívili	3,86 a	1,41	3,54 a	1,15	3,20 a	1,57
Abych si odpočinul/a	3,88 b	1,21	3,48 ab	1,09	2,98 a	1,36
Podívat se na zajímavé dřeviny	2,66 a	1,35	3,22 ab	1,13	3,47 b	1,36
Potěšit se pobytem v příjemném prostředí	4,02 a	1,19	3,74 a	1,02	3,80 a	1,17
Pobýt s rodinou a nebo s přáteli	3,84 a	1,25	3,52 a	1,09	3,64 a	1,26
Poznat reprezentační prostor okolí zámku	2,98 a	1,38	3,61 a	1,13	3,61 a	1,26
Navštívit místo se zajímavou historií	2,84 a	1,22	3,63 b	1,04	3,41 ab	1,26
Vstup do zahrady je volný	3,48 a	1,28	3,26 a	1,20	3,15 a	1,30
Posvačit/ poobědvat	2,90 a	1,37	2,98 a	1,00	2,88 a	1,20
Venčím zde psa	1,62 a	1,01	1,91 a	1,19	1,83 a	1,09
Jen procházím	1,78 a	1,00	2,13 a	1,33	1,95 a	1,28

Poznámka: průměrné hodnoty (\pm střední chyba, S.E.). Průměry označené stejným písmenem se neliší signifikantně (Tukeyho HSD post-hoc test pro nesterýjný počet n, $p < 0,05$). Použitá škála měření, kde 1 = zcela nevýznamný, 5 = velmi důležitý důvod.

Zdroj: Vlastní terénní šetření

Tabulka 3: - pokračování

	46 - 55		56 let a více		F	
	Průměr	S.E.	Průměr	S.E.		
Park je při zámku, který jsme navštívili	3,82 a	1,10	3,55 a	1,44	1,7767	n.s.
Abych si odpočinul/a	3,73 ab	1,20	3,91 ab	1,51	4,1635	**
Podívat se na zajímavé dřeviny	3,27 ab	0,98	3,91 ab	1,38	3,8544	**
Potěšit se pobytem v příjemném prostředí	3,86 a	0,94	4,64 a	0,50	1,8031	n.s.
Pobýt s rodinou a nebo s přáteli	3,32 a	1,32	3,00 a	1,18	1,5054	n.s.
Poznat reprezentační prostor okolí zámku	3,50 a	1,26	3,45 a	1,44	2,1015	n.s.
Navštívit místo se zajímavou historií	3,59 ab	1,10	4,09 ab	0,94	4,4355	**
Vstup do zahrady je volný	3,27 a	1,28	3,09 a	1,76	0,4998	n.s.
Posvačit/ poobědvat	3,00 a	1,38	3,00 a	1,34	0,0742	n.s.
Venčím zde psa	2,09 a	1,27	1,45 a	0,93	1,1087	n.s.
Jen procházím	1,73 a	1,16	1,45 a	0,69	1,0978	n.s.

Poznámka: použitá škála měření, kde 1 = zcela nevýznamný, 5 = velmi důležitý důvod.

Zdroj: Vlastní terénní šetření

Pro nejstarší věkovou kategorii je nejvýznamnější motiv návštěvy parku především odpočinek (Tabulka 3). Naopak věková kategorie od 36 do 45 využívá park k odpočinku minimálně. Všeobecně lze také říci, že návštěva parku z důvodu shlédnout zajímavé dřeviny stoupá s rostoucím věkem. Obdobně je možné charakterizovat motiv návštěvy místa se zajímavou historií, kde zájem opět stoupá s dosaženým věkem.

Tabulka 4: Participace věku respondentů u atraktivnosti prvků v zámeckém parku.

	18 - 25		26 - 35		36 - 45	
	Průměr	S.E.	Průměr	S.E.	Průměr	S.E.
Památky historického umění	3,60 a	1,07	3,39 a	1,26	3,51 a	1,43
Okrasné stromy	3,98 a	1,02	3,87 a	0,91	3,80 a	1,16
Pestře kvetoucí keře	3,92 a	1,08	3,74 a	1,10	4,08 a	1,07
Věkovité stromy	4,10 a	1,02	3,96 a	1,15	4,19 a	1,15
Historická krajinná kompozice	3,30 a	1,27	3,48 a	1,33	3,46 a	1,39
Myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku	2,80 a	1,32	3,37 a	1,20	3,34 a	1,45
Kašny a fontány	3,70 a	1,18	3,70 a	0,99	3,59 a	1,13
Upravenost cest	3,66 a	1,30	3,76 a	1,16	3,68 a	1,06
Existence míst k posezení	3,90 a	1,25	3,98 a	1,11	4,17 a	1,02
Minizoo	2,46 a	1,36	3,07 a	1,29	2,76 a	1,44
Hrající živá hudba	2,38 a	1,14	2,85 a	1,17	2,58 a	1,30
Dětské hřiště	2,08 a	1,18	2,98 b	1,16	2,71 ab	1,39
Poučení o kulturní historii	2,82 b	0,92	3,50 a	1,03	3,54 a	0,97
Poučení o krajinné historii	2,90 a	1,07	3,50 a	1,07	3,47 a	1,04

Poznámka: průměrné hodnoty (\pm střední chyba, S.E.). Průměry označené stejným písmenem se neliší signifikantně (Tukeyho HSD post-hoc test pro nestejný počet n, $p < 0,05$) Použitá škála měření, kde 1 = zcela nevýznamný, 5 = velmi důležitý důvod.

Zdroj: Vlastní terénní šetření

Při rozdělení věkových kategorií z hlediska atraktivit jsou také zaznamenány významné rozdíly (Tabulka 4).

Tabulka 4: - pokračování

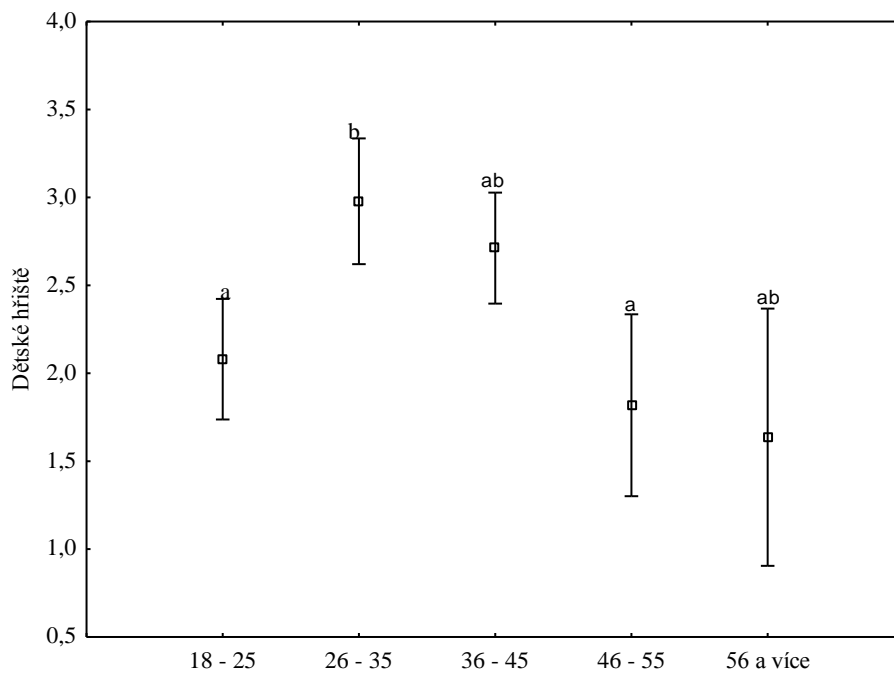
	46 - 55		56 let a více		F	
	Průměr	S.E.	Průměr	S.E.		
Památky historického umění	3,55 a	1,34	3,36 a	1,21	0,1994	n.s.
Okrasné stromy	3,36 a	1,00	4,36 a	0,81	2,1607	n.s.
Pestře kvetoucí keře	3,32 a	1,21	4,36 a	0,81	2,7439	*
Věkovité stromy	3,73 a	1,39	4,45 a	0,82	1,1021	n.s.
Historická krajinná kompozice	3,36 a	1,33	3,82 a	1,33	0,3869	n.s.
Myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku	2,59 a	1,44	3,45 a	1,51	2,4640	*
Kašny a fontány	3,18 a	1,05	4,00 a	0,89	1,3524	n.s.
Upravenost cest	3,82 a	1,22	3,91 a	1,14	0,1746	n.s.
Existence míst k posezení	3,73 a	1,28	4,55 a	0,69	1,3952	n.s.
Minizoo	2,23 a	1,23	2,00 a	1,10	2,6448	*
Hrající živá hudba	2,55 a	1,53	3,36 a	1,21	1,8346	n.s.
Dětské hřiště	1,82 a	1,10	1,64 ab	1,03	6,5799	***
Poučení o kulturní historii	3,73 ab	1,03	3,73 ab	0,90	5,7471	***
Poučení o krajinné historii	3,64 ab	0,73	4,00 ab	1,00	4,3849	**

Poznámka: použitá škála měření, kde 1 = zcela nevýznamný, 5 = velmi důležitý důvod.

Zdroj: Vlastní terénní šetření

Pestře kvetoucí keře a myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku se jeví jako významné atraktivity pro všechny věkové kategorie s výjimkou od 46 do 55 let, kde je zaznamenán významný pokles. U dětského hřiště je klesavá tendence (Obrázek 12). Tuto atraktivitu by nejvíce uvítala především mladší kategorie a s narůstajícím věkem je zájem o hřiště minimální. Poučení o kulturní a krajinné historii má klasickou vzestupnou tendenci, kdy s přibývajícím věkem zájem o poučení roste.

Obrázek 12: Vliv věku na atraktivní prvky



Poznámka: Zobrazeny jsou průměry a 95% intervaly spolehlivosti, výsledek jednofaktorové analýzy rozptylu, průměry označené stejným písmenem se neliší signifikantně (Tukeyho HSD post-hoc test pro nestejný počet n, $p < 0,05$, $n = 188$. Současný efekt: $F(56, 663,44)=1,8920$, $p=,00016$.

Zdroj: Vlastní terénní šetření

4.2.3 Vliv četnosti návštěv

Poslední testovací kritérium je určen vliv četnosti návštěv, kde je zkoumáno, zda mají návštěvníci s vyšší četností návštěv vliv na percepci jednotlivých prvků.

Tabulka 5: Participace četnosti návštěv respondentů v motivaci k návštěvě.

	0		1		2 - 5	
	Průměr	S.E.	Průměr	S.E.	Průměr	S.E.
Park je při zámku, který jsme navštívili	2,78 a	1,79	3,53 a	1,50	3,69 a	1,28
Abych si odpočinul/a	3,33 a	1,58	3,53 a	1,15	3,51 a	1,31
Podívat se na zajímavé dřeviny	3,33 a	1,41	2,91 a	1,39	3,26 a	1,26
Potěšit se pobytem v příjemném prostředí	3,67 a	1,41	3,61 a	1,29	4,06 a	0,93
Pobýt s rodinou a nebo s přáteli	3,78 a	1,30	3,37 a	1,16	3,81 a	1,18
Poznat reprezentační prostor okolí zámku	2,11 a	1,69	3,02 a	1,27	3,59 ab	1,14
Navštívit místo se zajímavou historií	3,44 a	1,13	2,98 a	1,16	3,49 a	1,18
Vstup do zahrady je volný	2,89 a	1,36	3,61 a	1,19	3,21 a	1,27
Posvačit/ poobědvat	4,11 a	0,93	3,07 a	1,18	2,79 a	1,20
Venčím zde psa	1,56 a	1,13	2,12 a	1,34	1,66 a	0,94
Jen procházím	1,89 a	1,45	1,84 a	1,07	1,93 a	1,25

Poznámka: průměrné hodnoty (\pm střední chyba, S.E.). Průměry označené stejným písmenem se neliší signifikantně (Tukeyho HSD post-hoc test pro nesterýjný počet n, $p < 0,05$). Použitá škála měření, kde 1 = zcela nevýznamný, 5 = velmi důležitý důvod.

Zdroj: Vlastní terénní šetření

Všechny četnostní skupiny navštěvují zámecký park Telč na základě motivu pobýt v příjemném prostředí, bez ohledu na množství navštívených parků. Přesto se zde vyskytují významné rozdíly.

Tabulka 5: - pokračování

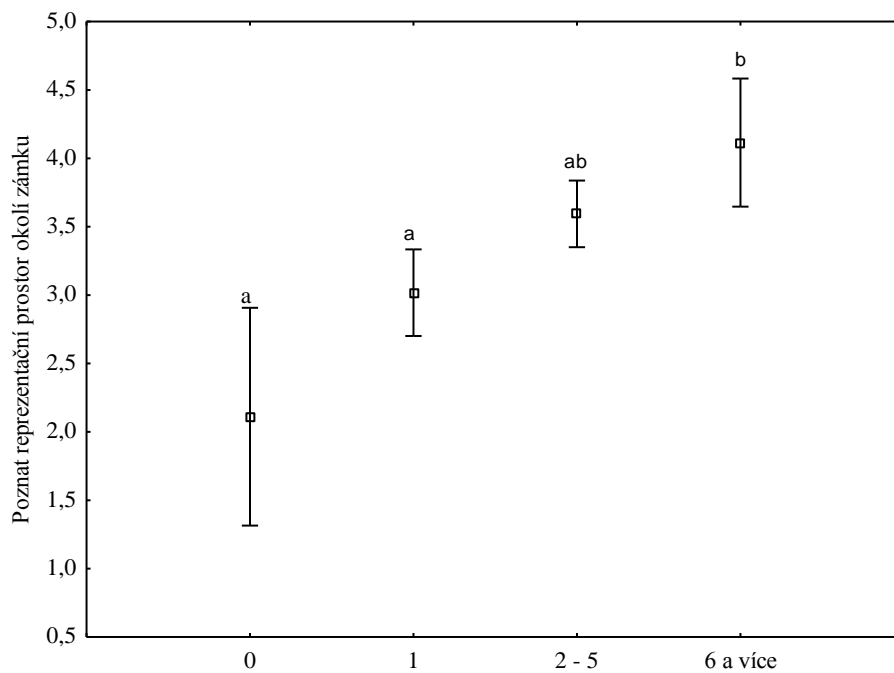
	6 a více		F	
	Průměr	S.E.		
Park je při zámku, který jsme navštívili	3,38 a	1,36	1,3784	n.s.
Abych si odpočinul/a	3,35 a	1,47	0,1716	n.s.
Podívat se na zajímavé dřeviny	3,54 a	1,17	1,6260	n.s.
Potěšit se pobytem v příjemném prostředí	4,00 a	1,02	2,2445	n.s.
Pobýt s rodinou a nebo s přáteli	3,19 a	1,39	2,7267	*
Poznat reprezentační prostor okolí zámku	4,12 b	1,14	9,1248	***
Navštívit místo se zajímavou historií	3,77 a	1,27	3,3607	*
Vstup do zahrady je volný	2,92 a	1,44	2,3587	n.s.
Posvačit/ poobědvat	2,73 a	1,28	3,8501	*
Venčím zde psa	1,73 a	1,04	2,3808	n.s.
Jen procházím	1,88 a	1,14	0,0612	n.s.

Poznámka: použitá škála měření, kde 1 = zcela nevýznamný, 5 = velmi důležitý důvod.

Zdroj: Vlastní terénní šetření

Návštěvníci s vyšší četností návštěv nepreferují jako hlavní motiv možnost pobýt v parku s rodinou či přáteli nebo posvačit na rozdíl od ostatních skupin (Tabulka 5). Navštívit místo se zajímavou historií je pro tuto skupinu naopak nejvýznamnější (Obrázek 13). Svou stupňující tendencí jen dokazuje, že pravidelní návštěvníci jsou náročnější. Hledají v parku mnohem více než jen odpočinek a pro takovéto návštěvníky je vhodné vytvářet nové možnosti k motivaci návštěv (Johnová str. 58, 2008), které je uspokojí a zároveň mohou přilákat nové potenciální návštěvníky.

Obrázek 13: Vliv četnosti návštěv na motivaci k návštěvě



Poznámka: Zobrazeny jsou průměry a 95% intervaly spolehlivosti, výsledek jednofaktorové analýzy rozptylu, průměry označené stejným písmenem se neliší signifikantně (Tukeyho HSD post-hoc test pro nestejný počet n, $p < 0,05$, $n = 188$. Současný efekt: $F(33, 513,34)=2,0125$, $p=,00089$

Zdroj. Vlastní terénní šetření

Tabulka 6: Participace četnosti návštěv respondentů při atraktivnosti prvků v parku

	0		1		2 - 5	
	Průměr	S.E.	Průměr	S.E.	Průměr	S.E.
Památky historického umění	3,44 a	0,88	3,51 a	1,32	3,48 a	1,26
Okrasné stromy	4,22 a	0,83	3,60 a	1,12	3,95 a	1,00
Pestře kvetoucí keře	4,56 a	0,73	3,91 a	1,11	3,85 a	1,08
Věkovité stromy	4,67 a	0,50	4,11 a	1,10	4,04 a	1,19
Historická krajinná kompozice	3,56 a	1,42	3,32 a	1,35	3,38 a	1,37
Myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku	3,00 a	1,58	3,00 a	1,40	3,15 a	1,36
Kašny a fontány	4,00 a	0,87	3,74 a	1,01	3,51 a	1,16
Upravenost cest	4,00 a	1,00	3,58 a	1,22	3,68 a	1,17
Existence míst k posezení	4,56 a	0,73	4,07 a	1,18	4,00 a	1,09
Minizoo	2,22 a	1,30	2,82 a	1,39	2,64 a	1,38
Hrající živá hudba	2,22 a	0,97	2,75 a	1,17	2,56 a	1,32
Dětské hřiště	2,67 a	1,73	2,65 a	1,34	2,39 a	1,28
Poučení o kulturní historii	3,44 a	0,73	3,23 a	1,05	3,33 a	0,99
Poučení o krajinné historii	3,11 a	1,05	3,25 a	1,11	3,35 a	1,06

Poznámka: Průměrné hodnoty (\pm střední chyba, S.E.). Průměry označené stejným písmenem se neliší signifikantně (Tukeyho HSD post-hoc test pro nestejný počet n , $p < 0,05$) použitá škála měření, kde 1 = zcela nevýznamný, 5 = velmi důležitý důvod.

Zdroj: Vlastní terénní šetření

Z hlediska atraktivit nebyl prokázán žádný významný rozdíl (Tabulka 6). Pro všechny skupiny jsou podle průměrů nejpodstatnější rostlinná výsadba a upravenost cest. Skupina s nejvyšší četností ale mnohem více upřednostňuje poučení o kulturní a krajinné historii a naopak skupina s nulovou četností preferuje možnost odpočinku na lavičkách.

Tabulka 6: - pokračování

	6 a více		F	
	Průměr	S.E.		
Památky historického umění	3,58 a	1,33	0,0467	n.s.
Okrasné stromy	3,88 a	1,03	1,8270	n.s.
Pestře kvetoucí keře	3,69 a	1,29	1,4070	n.s.
Věkovité stromy	3,88 a	1,14	1,1040	n.s.
Historická krajinná kompozice	3,85 a	1,01	1,0802	n.s.
Myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku	3,35 a	1,38	0,4062	n.s.
Kašny a fontány	3,65 a	1,09	0,9049	n.s.
Upravenost cest	4,12 a	1,03	1,5062	n.s.
Existence míst k posezení	3,81 a	1,27	1,0315	n.s.
Minizoo	2,46 a	1,30	0,7704	n.s.
Hrající živá hudba	2,77 a	1,37	0,6867	n.s.
Dětské hřiště	2,12 a	1,07	1,1818	n.s.
Poučení o kulturní historii	3,81 a	1,10	2,0399	n.s.
Poučení o krajinné historii	3,85 a	0,88	2,2359	n.s.

Poznámka: Použitá škála měření, kde 1 = zcela nevýznamný, 5 = velmi důležitý důvod.

Zdroj: Vlastní terénní šetření

5 Návrh optimalizace využití zámeckého parku cestovním ruchem

Na základě provedeného výzkumu, v rámci kterého byly určeny nejatraktivnější prvky zámeckého parku pro návštěvníky a zároveň jejich největší motivace lze určit návrhy, jak optimalizovat využití zámeckého parku.

5.1 Rozšíření kapacit k odpočinku

Hlavním důvodem návštěvy zámeckého parku je především relaxace a odpočinek. Jelikož je Telč významnou památkou a nachází se přímo v centru města, park by měl logicky plnit odpočinkovou funkci, aby tak vyvažoval zástavbu města. K takovýmto aktivitám je zapotřebí velká kapacita míst k posezení. V zámeckém parku se, vzhledem k jeho rozlehlosti a oblíbenosti, nachází pouze pár laviček, které umožňují odpočinek. Z nich se převážná většina nachází ve volném prostranství, což znamená přímý kontakt se slunečním zářením. Pro některé návštěvníky to může vyvolat narušení odpočinku a následně odchod z parku. Proto by bylo vhodné umístit více laviček nejen na slunci, ale i v místech, kde se nachází více stromů. Vysoký vzrůst stromů by tak zaručoval stín a snížení venkovní teploty působící na návštěvníky.

Vhodným řešením, které by zvýšilo kapacitu míst k sezení a zároveň by zaručovalo návštěvnost parku např. i v deštivém období je výstavba altánu. Možných prostor k jeho výstavbě je velké množství, jelikož prostor parku vzdalující se od zámku obsahuje pouze travnatý porost s cestami. Altán by tak přinesl pohodlný odpočinek a zároveň by se stal novou atraktivitou. Na návrh je však pohlíženo návštěvníkovým okem. Zámecký park je památkou a vzhledem k výsadbě věkových stromů, by altán mohl být postaven pouze na základě architektonické studie.

5.2 Informační tabule

O umístění informačních tabulí projevila zájem pouze starší generace, přesto si myslím, že by jejich význam nebyl zanedbatelný. Ačkoli je park navštěvován v první řadě pro odpočinek, především je publikován jako park nabízející sbírku vzácných dřevin a rostlin, ale jejich podrobný seznam eventuelně informace o nich už není nikde zveřejněn. Pokud samostatné informační tabule plně nevyhovují, daleko vhodnější by

bylo vytvořit jednotný informační systém tvořící informační tabule a popisné štítky. Informační tabule by se nacházely u vchodů, popř. cest, aby byly na očích návštěvníkům. Znázorňovaly by mapu parku s očíslováním jednotlivých vzácných prvků a jejich základním názvem. Na základě mapy je pak návštěvník schopen najít očíslovaný prvek, na kterém nebo u kterého by se nacházel popisný štítek s názvem věkového stromu či okrasné rostliny spolu se základní charakteristikou, jako je stáří stromu, původ rostliny, popřípadě zajímavosti, které se k nim vztahují. Velikost parku je pochopitelně rozlehlá a velké množství informačních tabulí by rozhodně nezvyšovala estetičnost parku. Vhodnou alternativou namísto tabulí jsou malé brožurky, obsahující zmenšeninu mapy parku s očíslenými atraktivními prvky, které by návštěvník obdržel na pokladně nebo u hlavního vstupu do parku. S informační tabulí se jen více zorientuje a již na ní není více odkázán.

5.3 Botanický skleník

Prvek a zároveň atraktivita, řadící se k milému překvapení zámeckého parku je právě botanický skleník. Jedná se však pouze o architektonickou památku a ne botanickou, tudíž je veřejnosti nepřístupná. Po tomto zjištění jsou návštěvníci částečně zklamáni. Jakmile zjistí, že se zde nachází neočekávaná atraktivita, v zápětí jsou informováni o její nepřístupnosti. Proto je zde podle mého názoru a názoru návštěvníků nevyužitý potenciál. Interiér by mohl být v budoucnu využíván jako prostory k realizování společenských akcí. Například večerní koncerty, které by v zámeckém parku vynikaly svou atmosférou. Realizovatelné jsou i výstavy obrazů, historických, popř. dalších zajímavých sbírek, které navýší kulturní zážitek. Formou propagované události by veškeré akce zvýšily povědomí parku a nové návštěvníky. Navíc příjmy z možného zpoplatnění by mohly být použity na údržbu skleníku, popřípadě parku.

Další možnost využití prostoru skleníků je zřízení potenciální sbírky rostlin. Vhodné mohou být rostliny, které nevyžadují odbornou péči, například sukulenty. Celodenní přímý sluneční svit do skleníku zabezpečuje základní potřebu sukulentů. Snadné přesazování a možnost koupě hotového substrátu, která není pro růst a život sukulentů zásadní, zajišťuje snadnější péči než o jiné rostliny.

5.4 Čistota

Zámecký park je každoročně čištěn a to před zahájením sezóny. V létě, kdy se tvoří nápor turistů, je značně problematické udržet park každodenně čistý. Mezi největší znečišťovatele patří psi, kteří do parku nemají zákaz vstupu a park je pro ně i pro jejich majitele vhodným místem k procházce. Pokud zákaz vstupu psů do parku není pro provozovatele vhodným řešením, jako případná alternativa se jeví zvýšená kontrola parku nebo odpadkové koše se sáčky na psí exkrementy.

5.5 Vycházkový okruh

Za zámeckým parkem po překročení hlavní silnice se nachází nejen konec naučné stezky Lipky, ale protéká zde i Telčský potok, kde bylo revitalizací v roce 2007 vytvořeno devět tůní, které mají funkci především protipovodňovou a ochranou. Zároveň ale vytváří možnost vzniku vycházkového okruhu v příjemném přírodním prostředí. Telč patří k městům s vysokou návštěvností, a i když se v něm nachází mnoho významných památek, někteří návštěvníci rádi uvítají klid a přírodu. Proto by zde mohl být vytvořen širší vycházkový okruh, který by zahrnoval nejen městský ruch, ale i odpočinek v klidném prostředí s vodním tokem jako doprovod. Svou délkou 700 m je realizovatelný a zároveň vyhovující pro návštěvníky.

6 Závěr

Hlavním cílem předkládané bakalářské práce bylo zjistit atraktivnost zámeckého parku Telč s ohledem na požadovanou návštěvnost, kde byla zjišťována percepce významných prvků.

Zámecký park Telč se nachází v centru historického jádra a svou specifickou polohou, kdy vyvažuje zástavbu města, navíc přímo dosažitelný, je tak předurčen k odpočinkové funkci. Nejvýznamnější motiv návštěvy parku je bezesporu tedy možnost odpočinku a relaxace v příjemném prostředí. Další prvky řadící se k významným činitelům motivace jsou především pravděpodobnost poznat reprezentační prostory a také místo se zajímavou historií. Podstatné je zmínit, že zájem o tyto prvky roste především s vyšším věkem a vyšší četností návštěv jednotlivých návštěvníků. Mladších věkových skupiny nebo skupiny s minimální četností návštěv pohlíží na park pouze jako na místo s možností odpočinku, kde mohou nejen strávit příjemný čas s přáteli ale i posvačit.

U atraktivit se opět většina návštěvníků shodla na běžných prvcích, kterými jsou okrasné či věkovité stromy, keře nebo místa k sezení. Je zde ale možné vidět značnou vzestupnou tendenci zájmu o takové atraktivity jako poučení o kulturní a krajinné historii nebo myšlenky tvůrce vyjádřené skladbou parku. Čím je návštěvník starší, tím více se zajímá o celkový pohled na park, ať už estetický nebo historický. Naopak prvky jako dětské hřiště nebo minizoo návštěvníci s narůstajícím věkem odmítají. I když páv v zahradě vypadá esteticky, jedná se o rušivý element, který spolu s dalšími znemožňuje odpočinek a pozorování přírody.

Z dotazníkového šetření, na základě kterého návštěvníci projevili své klady a zápory k parku tak vplynuly návrhy na rozvoj parku. Největší problém pro návštěvníky je nedostatek laviček v parku. Rozšířené kapacity v zadní části parku, kde se žádné lavičky nenachází, by návštěvníkům umožnily větší prostor pro odpočinek a relaxaci.

Milým překvapením pro mnoho návštěvníků byl také botanický skleník, který bohužel není veřejnosti zpřístupněn a je využíván pouze jako architektonická památka. Využití skleníku by mohlo být ku prospěchu města. Velké prostory skleníku umožňují konání společenských akcí, které by více zviditelnily zámecký park. Popřípadě realizace opravdové sbírky rostlin ve skleníku.

Zámecký park se na webových stránkách pyšní svou sbírkou vzácných dřevin a věkových stromů, ale jejich seznam není nikde dostupný. Ani informace o nich. Vhodné

by zde bylo vytvořit ucelený informační systém podávající alespoň základní informace a zajímavosti o floře.

Čistota v parku, se kterou někteří návštěvníci nebyli spokojeni, je spojena především s psy a jejich přístupem do parku. Pokud zákaz psů do parku není vhodné řešení, daleko realizovatelnější by mohly být koše s pytlíky pro psy.

Zámecký park se nachází v centru města, ale svou rozlohou dosahuje až na samotný okraj, kde se nachází nejen konec naučné stezky, ale i krásná příroda spolu s chráněným územím jako důkaz. Městským hlukem a ruchem unavení návštěvníci by tak uvítali širší vycházkový okruh přírodou.

Výsledkem této práce vzniklo několik potenciálních návrhů, jak zvýšit atraktivitu zámeckého parku, které mohou být dále užitečné například pro další práce nebo sloužit jako inovující vodítko pro samotný park.

7 Summary

Location of the park Telc is very specific. It is situated in the heart of the historical center, it balances buildings of the town and it is also directly accessible. Its location is thus destined to breakout function. On the basis of the interviewed visitors the major theme of the park visits is a rest and relaxation in a pleasant environment. Other important themes are primarily chance to explore representational space and a place with an interesting history. The interest grows mainly with older age and higher frequency of visits of guests. Among the most important attractions in the park include ornamental and age-old trees, bushes or seating. Interest in cultural or scenic attractiveness lesson is, again, the importance which increases with age. In the survey the visitors had the opportunity to express their pros and cons to the park, and then there were created suggestions for optimizing the park. The biggest problem is the lack of benches for visitors. Capacity expansion at the back part of the park, where are no benches, would give the visitors more space for rest and relaxation. A pleasant surprise for many visitors was also a botanical greenhouse, which unfortunately is not open to the public and is used only as an architectural monument. Use of the greenhouse could be of the benefit to the city. The large spaces of the greenhouse allows holding social events that give visibility of the park. Castle Park can also boasts by its collection of rare trees, but information about them is never accessible. It would be appropriate here to create a comprehensive information system serving at least basic information and interesting facts about the flora. Although the Castle Park is located in the city center, its size reaches the edge, where there is not only the end of the trail, but the beautiful nature along with a protected area for evidence. Urban bustle tired visitors would surely appreciate a wider range of walking nature.

7.1 Keywords

Tourism, castle park, visitor, importace, geografy, Telč.

8 Seznam použitých zdrojů

- COOPER Chris, John FLETCHER, Allan FYALL a kol. *Tourism: Principles and practice*. 4. vydání. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited, 2008. ISBN 978-0-273-71126-1.
- CYHELSKÝ Lubomír, Jara KAŇOKOVÁ a Ilja NOVÁK. *Teorie statistiky*. 2. uprav. vydání. SNTL, Alfa: Praha, 1986. 04-331-86.
- ČERTÍK Miroslav, Pavel ATTL, Jiří SYSEL a kol. *Cestovní ruch: Vývoj, organizace a řízení*. Praha: Off, s.r.o., 2001. ISBN 80-238-6275-8.
- GOELDNER Charles a Brent RITCHIE. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11. vydání. New Jersey: John Wiley & Sons, 2009. ISBN 978-0-0470-08459-5.
- HAMARNEH Iveta. *Geografie turismu*. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4430-8.
- HENDL Jan a Pavel ŠTĚRBA. *Přehled statistických metod zpracování dat, analýza a metaanalýza dat*. Praha: Portál, s.r.o., 2004. ISBN 80-7178-820-1.
- HINDLS Richard, Stanislava HRONOVÁ a Jan SEGER. *Statistika pro ekonomii*. 5. vydání. Praha: Professional Publishing, 2004. ISBN 80-86419-59-2.
- HRABÁNKOVÁ Magdalena a Tomáš HÁJEK. *Management cestovního ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2002. ISBN 80-7040-580-5.
- INDROVÁ Jarmila, Vlasta MALÁ, Lena MLEJNKOVÁ a kol. *Cestovní ruch I*. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0799-4.
- JOHNOVÁ Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2724-0.
- JAKUBÍKOVÁ Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 2. akt. a rozší. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.
- JAKUBÍKOVÁ Dagmar. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2690-8.
- JAKUBÍKOVÁ Dagmar, Jiří JEŽEK a Miroslav PAVLÁK. *Cestovní ruch*. Plzeň: Západočeská univerzita, 1999. ISBN 80-7082-185-X.
- KESNER Ladislav, Ivo MORAVEC, Radek NOVOTNÝ a kol. *Management kulturního cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2008.

[cit. 28.12.2012]. Dostupné na: http://www.mmr.cz/getmedia/efcd9671-4737-427b-bab5-1b6be507e800/GetFile10_1.pdf.

- KESNER Ladislav. *Marketing a management muzeí a památek*. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-1104-4.
- KIRÁL'OVÁ Alžběta. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Nakladatelství EKOPRESS, s.r.o, 2003. ISBN 80-86119-56-4.
- KOTLER Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. 12. vydání. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.
- MALÁ, Vlasta. *Cestovní ruch (Vybrané kapitoly)*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1999. ISBN 80-7079-443-7.
- NAVRÁTIL Josef. *Návštěvník jako rozvojový faktor navštíveného místa. Aplikovaná geografie cestovního ruchu na příkladu vody v turistických regionech jižní Čechy a Šumava*. Praha: Alfa Nakladatelství, 2012. ISBN 978-80-87197-50-9.
- NAVRÁTIL Josef a Jana Navrátilová. *Geografie pro cestovní ruch*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2011. ISBN 978-80-7394-312-7.
- NĚMČANSKÝ Milan. *Odvětví cestovního ruchu, vybrané kapitoly 1. díl*. Opava: Slezská univerzita, 1999. ISBN 80-7248-034-0.
- PALATKOVÁ Monika, Lena MLEJNKOVÁ a Martin VAŠKO. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-1014-5.
- PALATKOVÁ Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: Turismus České republiky*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2011. ISBN 978-80-247-3748-5.
- PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2. uprav. vydání. Praha: IDEA SERVIS, 2007. ISBN 978-80-85970-55-5.
- PETRŮ Zdena a Jaromíra HOLUBOVÁ. *Ekonomika cestovního ruchu*. 3. vydání. Praha: IDEA SERVIS, 1994. ISBN 80-901462-5-2
- RYGLOVÁ Kateřina. *Cestovní ruch*. Brno: Nakladatelství B.I.B.S., a.s., 2005. ISBN 80-86575-92-6.
- SWARBROOKE John a Susan HORNER. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9. (Přeložil Jiří Rezek, Copyright 1996)

- REŠ Bohumil, Tomáš VENCÁLEK, Pavel ŠTĚRBA a kol. *Obnova historických zahrad a parků*. Praha: Agentura ochrany přírody a krajiny České republiky, 2009. ISBN 978-80-87051-66-5. Dostupné z: <http://www.dotace.nature.cz/res/data/003/000573.pdf>.
- ZVÁROVÁ Jana. *Základy statistiky pro biomedicínské obory*. Praha: Karolinum, 2002. 218 s. ISBN 80-7184-786-0.
- ZELENKA Josef, Jiří ŠTÝRSKÝ, Petr MINÁŘ a kol. *Metodický a faktografický průvodce cestovním ruchem*. Hradec Králové: Gaudeamus, 1995. ISBN 80-7041-256-8.
- *Co je renesance*. [online]. [cit. 29.12.2012]. Dostupné na: <http://www.regionrenesance.cz/files/003renesance.htm>.
- *Krajina, historické zahrady a parky*. [online]. [cit. 29.12.2012]. Dostupné na: <http://www.npu.cz/pro-odborniky/pamatky-a-pamatkova-pece/zakladni-odborne-specializace/krajina-historicke-zahrady-a-parky/>.
- *Natura 2000*. [online]. [cit. 29.12.2012.] Dostupné na: http://www.mzp.cz/cz/natura_2000.
- *Revitalizace v povodí Telčského potoka*. [online]. [cit. 24.2.2013.] Dostupné na: http://arnika.org/soubory/dokumenty/voda/Infolist_TeleckyPotok.pdf
- *UNESCO*. [online]. [cit. 29.12.2012.] Dostupné na: <http://www.npu.cz/pro-odborniky/pamatky-a-pamatkova-pece/zakony-mezinarodni-dokumenty/mezinarodni-dokumenty/unesco/>.
- *Zámek – Telč*. [online]. [cit. 24.2.2013]. Dostupné na: <http://www.npu.cz/sights/zamek-telc/>.

9 Seznam tabulek

Tabulka 1:	Participace pohlaví respondentů v motivaci k návštěvě	29
Tabulka 2:	Participace pohlaví respondentů u atraktivních prvků v zámeckém parku...	30
Tabulka 3:	Participace věku respondentů v motivaci k návštěvě.	31
Tabulka 4:	Participace věku respondentů u atraktivnosti prvků v zámeckém parku..	33
Tabulka 5:	Participace četnosti návštěv respondentů v motivaci k návštěvě.	36
Tabulka 6:	Participace četnosti návštěv respondentů při atraktivnosti prvků v parku	39

10 Seznam obrázků

Obrázek 1:	Pohlaví respondentů, n = 188	21
Obrázek 2:	Věk respondentů, n = 188	22
Obrázek 3:	Počet navštívených parků v loňském roce jednotlivými respondenty, n = 188.....	23
Obrázek 4:	Vnímání historie jednotlivými respondenty, n = 188	23
Obrázek 5:	Motivace k návštěvě, n = 188	24
Obrázek 6:	Atraktivní prvky v parku, n = 188	25
Obrázek 7:	Návštěva placeného zámeckého okruhu, n = 188.....	26
Obrázek 8:	Návštěva zámku při zpoplatnění parku, n = 188	26
Obrázek 9:	Vstupné do parku při jeho zpoplatnění, n = 188.....	27
Obrázek 10:	Příklady, které respondenty mile překvapily, n = 146	28
Obrázek 11:	Příklady nespokojenosti respondentů, n = 62	28
Obrázek 12:	Vliv věku na atraktivní prvky	35
Obrázek 13:	Vliv četnosti návštěv na motivaci k návštěvě	38

11 Seznam příloh

- Zámecký park Telč 1
- Zámecký park Telč 2
- Botanický skleník v zámeckém parku
- Chráněný strom v zámeckém parku

Přílohy

Zámecký park Telč 1



Zdroj: Vlastní zdroj

Zámecký park Telč 2



Zdroj: Vlastní zdroj

Botanický skleník v zámeckém parku



Zdroj: Vlastní zdroj

Chráněný strom v zámeckém parku



Zdroj: Vlastní zdroj