



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Udržitelný cestovní ruch ve zvolené oblasti – Posázaví

Vypracovala: Nácovská Aneta

Vedoucí práce: Mgr. Vladimír Dvořák

České Budějovice 2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Aneta NÁCOVSKÁ**
Osobní číslo: **E11318**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Udržitelný cestovní ruch ve zvolené oblasti - Posázaví**
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

Cíl práce:

Zhodnotit současný stav cestovního ruchu v oblasti Posázaví (okolí Zruče nad Sázavou) a mikroregionu Želivka z hlediska udržitelnosti. Navrhnout řešení rozvoje cestovního ruchu ve zkoumané oblasti.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury
2. Analýza trhu cestovního ruchu
3. Příprava a realizace terénního šetření
4. Návrhy a opatření

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: 40 - 50 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná
Seznam odborné literatury:


- GALE, T. a J. HILL. *Ecotourism and environmental sustainability: principles and practise*. Farnham: Ashgate, c2009. ISBN 97 80 75 467 2623.
HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší a odborné školy a vysoké školy. 2. upravené vydání*. Praha: Fortuna Praha, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.
McCOOL, S., F. a N. R. MOISEY. *Tourism, recreation and sustainability: linking culture and the environment*. Wallingfort: Cambridge, MA: CABI, c2008. ISBN 978 1 84 593 470 5.
PALATKOVÁ, M. a J. ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu*. Praha: Grada, 2012. ISBN 24774305.
PÁSKOVÁ, M. *Udržitelnost cestovního ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2008. ISBN 978-80-7041-658-7.
RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha : Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

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

Datum zadání bakalářské práce: **11. ledna 2013**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2014**


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

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDEJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 120
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 4. března 2013

Prohlášení:

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

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to - v nezkrácené podobě v úpravě 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.

V Českých Budějovicích dne

.....
Aneta Nácovská

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat panu Mgr. Vladimíru Dvořákovi za odborné rady a cenné připomínky, které mi poskytl při vypracování této bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat všem ostatním, kteří mi ochotně poskytli důležité informace.

Obsah

1	Úvod	9
2	Literární rešerše	10
2.1	Cestovní ruch	10
2.1.1	Cestovní ruch jako systém	10
2.2	Produkt cestovního ruchu	14
2.2.1	Tvorba produktu cestovního ruchu	15
2.3	Služby cestovního ruchu	16
2.3.1	Podstata služeb	16
2.3.2	Dělení a charakteristika služeb	16
2.4	Předpoklady rozvoje cestovního ruchu	17
2.5	Udržitelný cestovní ruch	19
2.5.1	Ekoturistika	20
2.5.2	Venkovský cestovní ruch	21
2.5.3	Agroturistika	22
2.5.4	Zelený cestovní ruch	23
2.6	Udržitelný rozvoj	23
2.7	Marketing	25
2.7.1	Marketing cestovního ruchu	25
2.7.2	Marketingový mix	25
2.7.3	Marketingový výzkum	26
3	Cíle a metodika práce	28
3.1	Cíle práce	28
3.2	Metodika práce	28
3.3	Hypotézy	28
4	Situační analýza	29
4.1	Geografické vymezení Posázaví	29
4.2	Posázaví	29
4.3	Přírodní a kulturní atraktivity	30
4.4	Vodácký cestovní ruch	34
4.5	Ubytovací služby	35
4.6	Stravovací služby	37
5	Terénní šetření	39
5.1	Tvorba dotazníku	39
5.2	Průběh dotazníkového šetření	39

5.3	Vyhodnocení dotazníkového šetření	39
5.4	Řízené rozhovory.....	46
5.5	Vyhodnocení výsledků rozhovorů.....	49
5.6	Vyhodnocení hypotéz	50
6	Návrhy a opatření.....	51
7	Návrh nového produktu.....	52
7.1	Segmentace trhu	52
7.2	Produkt, místo.....	52
7.3	Cena.....	53
7.4	Marketingová komunikace	55
7.5	Ekonomický přínos.....	55
7.6	Další možnosti rozvoje cestovního ruchu v Posázaví	56
8	Závěr	57
9	Summary	58
10	Seznamy	59
10.1	Seznam použité literatury	59
10.2	Seznam použitých internetových zdrojů.....	59
10.3	Seznam schémat, tabulek a grafů	61
10.4	Seznam příloh.....	61
11	Přílohy.....	62

1 Úvod

Cestovní ruch je součástí jednotlivce, ale i celé společnosti již od putování lidstva za potravou, přes objevování světa až po poznání, odpočinek a určitý životní styl. Cestovní ruch je ve 21. století jednou z nejvíce rozvíjejících se odvětví ekonomik celého světa. Z tohoto hlediska se stává i významným zaměstnavatelem. Představuje velmi důležitý finanční zdroj světových, národních i regionálních ekonomik, podporuje rozvoj atraktivních oblastí a v neposlední řadě vytváří zajímavé podnikatelské příležitosti. S těmito kladnými faktory však také souvisí faktory negativní a to znečišťování životního prostředí, určitá bezohlednost některých turistů ke kulturním i přírodním památkám nebo akulturace. Tomu se snaží zabránit, nebo alespoň výrazně eliminovat udržitelný cestovní ruch.

Práce je zaměřena jak na všeobecný význam cestovního ruchu, tak na udržitelný cestovní ruch obecně. Konkrétně na oblast Posázaví, což je jedna z nejatraktivnějších oblastí České republiky. Posázaví je rozsáhlý region a je těžké jednoznačně vymezit jeho území, jelikož není nijak administrativně ohraničen. Přijdou si zde na své jak milovníci pěší turistiky, cykloturistiky, vodácké turistiky, návštěvníci hradů, zámků a zřícenin, tak i rodiny s dětmi, pro které je například sjíždění řeky Sázavy ideálním počinem jejich budoucích sportovních aktivit. Díky své poloze může přilákat prakticky kohokoliv a ze všech koutů naší republiky.

V bakalářské práci, Udržitelný cestovní ruch v Posázaví, je zachycena pouze část a to mezi Ledčí nad Sázavou a Českým Šternberkem. Tato oblast byla vybrána z důvodu její zvyšující se návštěvnosti, kde velký potenciál tvoří především domácí cestovní ruch.

Bakalářská práce by mohla sloužit jako námět k zamyšlení jak podpořit rozvoj udržitelného cestovního ruchu v Posázaví. Je určena turistickým informačním centřům.

2 Literární rešerše

2.1 Cestovní ruch

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

Čertík (2001, p. 15) považuje za jedno z nejužitečnějších vymezení pojmu „cestovní ruch“ pojetí WTO (dnes UNWTO), která charakterizuje 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“.

Například Oriška (1999, p. 5) cestovním ruchem rozumí „soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest.“

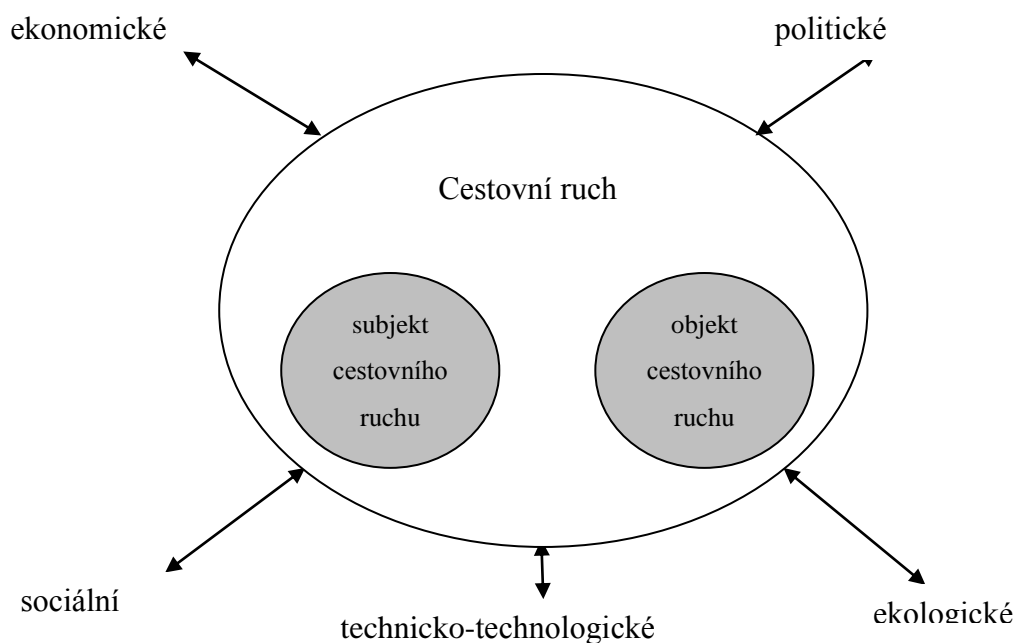
Francová (2003, p. 12) chápe původní význam cestovního ruchu jako jiný výraz pro cestování. „Cestovní ruch je spojován s využitím volného času, poznáváním a rekreací. Zahrnuje aktivity osob, které cestují a pobývají v místech mimo jejich obvyklé prostředí (bydliště) po dobu nepřesahující jeden rok. V převážné většině případů za účelem vyplnění volného času. Všeobecnými rysy cestovního ruchu jsou: změna místa, dočasnost pobytu, nevýdělečná činnost v navštívené zemi.“

2.1.1 Cestovní ruch jako systém

Cestovní ruch je otevřený systém, který je ovlivňován svým okolím. Tím rozumíme vnější prostředí, které zahrnuje ekonomické, sociální, technologické, politické a ekologické prostředí. Systém má i vnitřní dělení, tzv. subsystémy, které

zahrnují objekt a subjekt cestovního ruchu. Jejich vzájemné vazby nám ukazuje následující schéma 1. (Parmová, 2003, p. 7)

Schéma 1: Cestovní ruch jako systém



Zdroj: (Hesková a kol. 2011: 11)

Subjekt cestovního ruchu

Účastník cestovního ruchu představuje subjekt cestovního ruchu. Můžeme ho zkoumat ze dvou hledisek, a to z ekonomického a statistického hlediska. V prvním případě jde o každého, kdo uspokojuje svoje potřeby v rámci cestování. V případě druhém je cestující označován jako návštěvník, turista nebo výletník. Tyto pojmy však nejsou ekvivalentní v souladu se závěry mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu v roce 1991. Proto sem zahrnujeme i stálého obyvatele jako potenciálního účastníka domácího nebo zahraničního cestovního ruchu. (Hesková & kol., 2011, p. 11)

Stálý obyvatel je osoba, která v mezinárodním cestovním ruchu žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší než jeden rok. V domácím cestovním ruchu žije v místě alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší než šest měsíců.

Návštěvník je osoba, která v mezinárodním cestovním ruchu cestuje do země, v níž nemá své trvalé bydliště na dobu nepřesahující jeden rok. V domácím cestovním ruchu se jedná o osobu, která cestuje na místo mimo trvalé bydliště v zemi, ve které má své trvalé bydliště na dobu kratší než šest měsíců. V obou případech hlavní účel cesty nesouvisí s vykonáváním výdělečné činnosti.

Turista je osoba, která v mezinárodním i domácím cestovním ruchu splňuje kritéria návštěvníka. Délka účasti na cestovním ruchu zahrnuje alespoň jedno přenocování, avšak není delší než jeden rok, resp. šest měsíců. V souvislosti s délkou pobytu se rozlišují:

- **turista na dovolené** – turista, který pobývá na daném místě více než určitý počet nocí nebo dnů,
- **krátkodobě pobývající turista** – turista, který cestuje na dobu nepřesahující tento limit, ale trávící déle než 24 hodin s alespoň jedním přenocováním

Výletník je osoba, která v mezinárodním cestovním ruchu cestuje do země mimo své trvalé bydliště na dobu kratší než 24 hodin a v místě nepřenocuje. V domácím cestovním ruchu jde o osobu, která cestuje na místo mimo trvalé bydliště v zemi, ve které má trvalé bydliště na dobu kratší než 24 hodin a v místě nepřenocuje. Účel cesty v obou případech nesouvisí s výdělečnou činností.

(Indrová, Malá, Mlejnková, Netková & Vaško, 2004, p. 10)

Objekt cestovního ruchu

Objektem cestovního ruchu se stává všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Je to např.: příroda, kultura, hospodářství apod. Destinace, podniky a instituce cestovního ruchu vytváří objekt cestovního ruchu.

Primární nabídkou rozumíme cílové místo neboli destinaci cestovního ruchu, které má vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch. Potenciál cestovního ruchu není v prostoru rovnoměrně rozmístěn a s ohledem na svoji výjimečnost může mít až mezinárodní význam. Zároveň naplňuje motivaci účasti na cestovním ruchu. **Sekundární nabídka** představuje prostředek k dosažení cílového místa. V tomto případě jde o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují účastníkům cestovního ruchu v cílovém místě přechodně se ubytovat,

stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a další aktivity spojené s cestovním ruchem.

(Hesková & kol., 2011, p. 13)

Cestovní ruch je komplikovaným, mnohostranným, průřezovým a sociálně-ekonomickým jevem, který zasahuje do základních ekonomických a mimoekonomických procesů společnosti. Cestovní ruch se postupně stává významnou složkou spotřeby obyvatelstva a je stále důležitějším faktorem v souvislosti s rozvojem národních i světových ekonomik.

Existují různé přístupy k pojetí a zkoumání cestovního ruchu. V teorii i praxi jsou nejčastěji zdůrazněna následující hlediska:

- **ekonomické hledisko** – nahlíží na cestovní ruch z pohledu ekonomických procesů, které jsou důležité k zajištění lidí na cestovním ruchu i z hlediska působení cestovního ruchu v regionálních, národních i světových ekonomik.
- **ekologické hledisko** – posuzuje potenciál území pro cestovní ruch a vzájemného vztahu cestovního ruchu a životního prostředí.

(Indrová, Malá, Mlejnková, Netková & Vaško, 2004, p. 8)

Desatero zásad ekologicky šetrného cestovního ruchu

„Účast na cestovním ruchu je přirozeným právem člověka. Jeho naplňování je kromě mnohých pozitiv spojeno i s vážnými důsledky na přírodní prostředí a kulturu. Společnost amerických cestovních kanceláří (ASTA – American Society of Travel Agents) vydala deset zásad ekologicky šetrného cestovního ruchu:

- 1. Zanech po sobě jen otisky nohou, odnes si jen fotografie a vzpomínky*
- 2. Respektuj křehkost prostředí. Uvědom si, že každý z nás musí být ochotný pomoci jeho ochraně.*
- 3. Aby tvoje dovolená měla smysl, najdi si předem čas a pouč se o zvycích, způsobu života a kultuře místa, které navštívíš. V průběhu cesty poznávej místní obyvatele a hovoř s nimi.*
- 4. Respektuj a podporuj místní kulturu (náboženství, tradice, řemesla, služby). Respektuj soukromí a důstojnost místního obyvatelstva, hlavně při fotografování.*

5. *Nikdy neodhazuj odpadky. Místo, které jsi navštívil, zanech čistější než bylo předtím, než jsi tam přišel.*
6. *Nekupuj výrobky z materiálů jako je slonovina, želví krunýř, nebo zvířecí kůže a kožešiny.*
7. *Chod' po vyznačených cestách a pěšinách. Neruš zvěř a neníč rostliny.*
8. *Seznam se s programem ochrany přírody, organizacemi ochrany a podporuj je.*
9. *Kde je možné, používej veřejnou dopravu, necestuj vlastním autem. Upozorňuj ostatní řidiče, aby zbytečně nenechávali v chodu motory svých vozidel.*
10. *Žádej, aby cestovní kanceláře a cestovní agentury, výletní a rekreační zařízení přijaly toto desatero, nebo jiné normy ochrany prostředí a důsledně je uplatňovaly při výchově svých zaměstnanců.*“ (Hesková & kol., 2011, p. 18)

- **geografické hledisko** – základem je vazba cestovního ruchu na geografické prostředí, které má velký význam pro rozvoj cestovního ruchu.
- **sociologické a psychologické hledisko** – zohledňuje cestovní ruch ve vztahu k člověku, jeho potřebám a motivům účasti na cestovním ruchu. Dále si všímá oblastí vzájemných vztahů mezi účastníky cestovního ruchu a místním obyvatelstvem dané destinace.

(Indrová, Malá, Mlejnková, Netková & Vaško, 2004, p. 8)

2.2 Produkt cestovního ruchu

Produkt cestovního ruchu je vše, co je poskytováno na trhu cestovního ruchu a má schopnost vyhovět potřebám návštěvníků a vytváří tak komplexní soubor zážitků. Jde především hlavně o soubor služeb, které produkuje a nabízí cílové místo (primární nabídka) a podniky a instituce cestovního ruchu (sekundární nabídka). Soubor volných statků, služeb, zboží a veřejných statků tvoří produkt cestovního ruchu z ekonomického hlediska. (Hesková & kol., 2011, p. 96)

Pásková, Zelenka (2002, p. 316) popisují **volný statek** jako „statek, který zpravidla nebyl vytvořen lidskou prací, je zdarma a v relativně dostatečné míře dostupný všem, a proto si při jeho spotřebě jednotlivé subjekty nekonkurují. Jedná se např. o většinu přírodních statků.“

Služba je jakákoliv činnost, kterou jedna strana nabízí druhé. Je nehmotná a nemá za následek žádné vlastnictví. Služba může nebo nemusí být vázána na fyzický produkt. (Fyall & Garrod, 2005, p. 34)

Zboží je statek určený k prodeji. V cestovním ruchu může mít podobu například turistických map, suvenýrů, upomínkových předmětů, knižních průvodců, ale samozřejmě i jídla a nápojů (Orieška, 2010, p. 8)

Pásková, Zelenka (2002, p. 310) říkají, že **veřejným statkem** se rozumí „statek, který je určen pro kolektivní spotřebu, může být tedy „konzumován“ více jedinci zároveň, aniž by se tím snižoval jeho užitek pro tyto jedince. Musí být dostupný všem stejně, nikdo nemůže být ze spotřeby vyloučen. Zpravidla byl vytvořen lidskou prací anebo přetvářen lidskou aktivitou, ale není předmětem směny na trhu a je možné ho bezplatně užívat.“

2.2.1 Tvorba produktu cestovního ruchu

V rámci tvorby produktu se v cestovním ruchu rozeznávají tři úrovně:

- ❖ **Všeobecný produkt** je podstatou produktu a tvoří ho nabídka specializovaných služeb, např. dopravních, ubytovacích, stravovacích a dalších služeb, které zákazníci považují za samozřejmost. Součástí všeobecného produktu je také variabilní primární nabídka cílového místa, která je klíčová pro rozvíjení sekundární nabídky.
- ❖ Produkt, se kterým se ve skutečnosti setkává zákazník, je **očekávaný produkt**. Tímto produktem se výrobce služeb odlišuje od konkurence, např. atmosférou, pohostinností nebo ochotou pracovníků.
- ❖ **Širší produkt** poskytuje dodatečný užitek, resp. zážitek. Představuje něco navíc, co zákazník neočekává.

Při tvorbě tohoto produktu by se nejprve mělo poznat jádro zákaznickových potřeb a až potom navrhnout očekávaný produkt. Dále by se měl najít způsob jeho dalšího rozšíření za cenu, kterou jsou zákazníci ochotni přijmout.

(Hesková & kol., 2011, p. 99)

2.3 Služby cestovního ruchu

2.3.1 Podstata služeb

Orieška (2010, p. 9) mluví o službách v cestovním ruchu jako o „heterogenním souboru užitných efektů určených 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.“

Všeobecné znaky

Všeobecné znaky služeb jsou základem všech služeb bez ohledu na to, v jaké oblasti jsou poskytovány. Řadíme sem nemateriálnost služeb, vysokou spotřebu živé práce při jejich poskytování, začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb, soulad poskytování služeb s jejich spotřebou a pominutelností služeb.

Specifické znaky

Pokud zvažujeme konkrétně služby v cestovním ruchu, stojí za pozornost především následující znaky:

- ❖ časová a místní vázanost služby na primární nabídku cestovního ruchu
- ❖ komplexnost a komplementarita
- ❖ zastupitelnost
- ❖ mnohooborový charakter a nevyhnutelnost jejich zprostředkování
- ❖ dynamika a sezónnost poptávky po službách cestovního ruchu
- ❖ nevyhnutelnost informací o službách cestovního ruchu a jejich kvalitě

(Hesková & kol., 2011, p. 101)

2.3.2 Dělení a charakteristika služeb

Základní klasifikace služeb podle Francové (2003, p. 29):

- a) Základní - ubytovací, stravovací, dopravní
- b) Doplnkové - obchodní, sportovně-rekreační, společensko-kulturní, lázeňsko-léčebné, směnářské, komunální, zprostředkovatelské, horské služby

Služby cestovního ruchu můžeme dále členit podle různých kritérií a účelů. Jedná se o dělení podle druhů, fází realizace cestovního ruchu, z časového hlediska,

z hlediska uspokojovaných potřeb, podle charakteru spotřeby a z ekonomického hlediska.

Členění podle **druhu** služby cestovního ruchu představuje jejich vztah k hlavním nositelům, tj. k podnikům cestovního ruchu, a současně jejich strukturu v závislosti na formách a druzích cestovního ruchu. Řadíme sem informační, dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, průvodcovské, asistenční, animátorské, organizátorské a zprostředkovatelské služby.

Členění podle **fází realizace** cestovního ruchu přináší služby, které účastník cestovního ruchu požaduje, pořizuje a spotřebovává v místě svého trvalého bydliště, během cesty a během pobytu v cílovém místě.

Služby, které jsou poskytovány v sezóně nebo mimo sezónu jsou předmětem dělení z **časového hlediska**.

V případě **uspokojování potřeb** rozlišujeme základní a doplňkové služby cestovního ruchu. Základní služby jsou nezbytné při uspokojování sekundárních potřeb účastníků cestovního ruchu, kdy umožňují přemístění z místa bydliště do cílového místa a zpět, pobyt a stravování v cílovém místě. Oproti tomu doplňkové služby slouží primárním potřebám účastníků cestovního ruchu, např. sportovně-rekreačních a dalších služeb. Toto členění se shoduje s pobytočným cestovním ruchem.

Podle **charakteru spotřeby** se služby cestovního ruchu člení na osobní a věcné. V případě věcných služeb je užitý efekt zprostředkovan hmotným statkem, oproti tomu u osobních služeb se dostaví přímo, bezprostředně.

Ekonomické hledisko, též označováno jako hledisko ekvivalentnosti, rozděluje služby na placené a neplacené.

(Orieška, 2010, p. 13)

2.4 Předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Podle Čertíka (2000, p. 25) můžeme mezi předpoklady rozvoje cestovního ruchu zařadit následující:

Přírodní předpoklady jsou dány zejména charakterem terénu, klimatem, vodními toky a plochami a přírodními zdroji. **Kulturně-historické předpoklady** se

vyznačují architektonickými památkami, lidovými tradicemi a uměním, kulturními akcemi a existencí významných míst. **Sociálně-ekonomické předpoklady** jsou dány celkovou úrovní ekonomiky státu, která se vyjadřuje především výší HDP, složením platební bilance, dosaženým stupněm životní úrovně, výší disponibilního příjmu obyvatelstva apod. Tyto předpoklady velmi úzce souvisí s následujícími předpoklady. Mezi **materiálně-technické předpoklady** řadíme jména úroveň sítě ubytovacích, dopravních, stravovacích, sportovně-rekreačních, kulturních a dalších zařízení sloužících cestovnímu ruchu. Za **politické předpoklady** se považuje politická stabilita země, vnitřní bezpečnostní situace státu, existence předpokladu teroristických útoků apod. **Ekologické předpoklady** obsahují příznivé přírodní prostředí (čistota ovzduší, vody, potravin), existence radioaktivního nebezpečí apod.

„Kvalita **životního prostředí** ovlivňuje přímo rozvoj ČR. Ukazuje se, že masový rozvoj cestovního ruchu může ohrozit kvalitu přírody v oblastech, kde dochází k jeho enormní koncentraci. V současné době je stále častěji cestovní ruch spojován s nutností uplatňování zásad trvale udržitelného rozvoje ekonomiky. Existuje řada iniciativ k prosazování harmonického vztahu vlivu životního prostředí a ČR. Příkladem je program „Zelený management“ usilující o lepší životní prostředí uplatňováním trendů vedoucích ke zlepšení hygieny a čistoty, lepší a uvědomělé zacházení s vynaloženými náklady energií, strojního vybavení, čisticích prostředků v provozovnách poskytujících ubytovací a stravovací služby. Ke kvalitnějšímu prostředí napomáhají i následující opatření: ozelenění ploch v provozovnách a jejich řádná údržba, třídění odpadů, recyklace chemických látek, používání recyklovatelných obalů. K ochraně životního prostředí patří důsledné uplatňování zákonů o ochraně životního prostředí.“ (Hesková, 1997, p. 15)

Dále to jsou **personální předpoklady**, kde je důležitá hlavně úroveň profesionality pracovníků v odvětví cestovního ruchu, se kterou úzce souvisí kvalitní systém vzdělávání v oboru cestovního ruchu. **Administrativní předpoklady** se vztahují především k zahraničnímu cestovnímu ruchu, vízovým, celním, pasovým a směnářským formalitám. Posledním jsou **předpoklady demografické**, které zahrnují vše, co se týká obyvatelstva.

2.5 Udržitelný cestovní ruch

Pásková a Zelenka (2002, p. 302) vidí udržitelný cestovní ruch jako „cestovní ruch, který dlouhodobě nenarušuje přírodní, kulturní a sociální prostředí.“

Definice udržitelného cestovního ruchu podle UNWTO: „Cestovní ruch, který plně zohledňuje současné a budoucí ekonomické, sociální a ekologické dopady, zabývá se potřebami návštěvníků, průmyslu a životního prostředí.“ (Definition, 2005)

Cestovní ruch by měl hledět do budoucnosti a prosperovat v současnosti. Destinace by měly být zachovány pro další generace.

Cestovní ruch podle vlivu na životní prostředí dělíme na 2 druhy:

1. tvrdý cestovní ruch – nebere ohledy na kulturní, sociální a environmentální prostředí, jedná se o masový cestovní ruch.
2. měkký cestovní ruch – snaží se být přívětivý k prostředí; agroturistika, venkovská turistika. Pásková, Zelenka (2002, p. 173) popisují měkký cestovní ruch jako „druh cestovního ruchu, který minimalizuje vliv nežádoucích aktivit spojených s cestovním ruchem na místní komunitu a životní prostředí. Základními principy jsou maximální zapojení místních zdrojů (suroviny, lidé, know-how, tradice, kultura aj.) a malokapacitní cestovní ruch.“

Přínosy cestovního ruchu pro ekologické prostředí:

- optimalizace a usměrňování návštěvnických proudů – podpora rozvoje turistických tras, naučných stezek a přírodních parků, rozvoj národních parků
- finanční zdroj pro ekologické prostředí – prostředky z cestovního ruchu se mají používat do péče o ekologii (ze vstupného, ekologická daň, pobytová a lázeňská taxa)
- cestovní ruch by měl pomáhat a chránit unikátní přírodní celky – zóny v národních parcích
- zaměstnává lidi, kteří pečují o ekologické prostředí
- udržuje přírodní prostředí v lázeňských místech
- lidská činnost by měla být s přirozenou regenerační silou přírody

Principy udržitelného cestovního ruchu:

- princip partnerství místních obyvatel, podnikatelů v cestovním ruchu a ochránců přírody – dodržovat normy, nenásilně řešit ochranu přírody
- ochrana přírody a kulturního dědictví před nadměrným rozvojem – nerozvíjet uměle, šetrné sociální zařízení, nenásilná informovanost návštěvníků o zajímavostech lokality
- nesnižovat kvalitu místních obyvatel vlivem cestovního ruchu – nebudovat velká parkoviště
- zvyšovat přínosy cestovního ruchu pro místní ekonomiku – peníze budeme investovat tam, kde jsme je od turistů vybrali
- monitorovat vlivy návštěvnosti a redukovat negativní dopady – zpětná vazba od účastníků zájezdu, vychovávat návštěvníky
- využívat „zelený management“ – šetrně přistupuje k řízení podniku
 - ekohotely – zelený hotel – vysoká kategorie, šetrný způsob vytápění, čistička odpadních vod, šetří s vodou, úsporné žárovky, využívají se obnovitelné zdroje na výrobu elektřiny, třídí odpad, dodavatelé z ekologických firem, decentní informovanost návštěvníků
 - první ekohotel , r. 2006 - Adalbert***, Praha 6. Mezi další ekohotely řadíme: Hotel Adria****, Praha 1, Hotel AltaPlaza****, Praha 7, Hotel Chateau Mcely*****
 - hotely mají „zelené“ návštěvníky – rozumně se chovat k přírodě, 2 typy:
 1. *Tmavě zelení zákazníci* – každodenně se věnují ekologii, „přehnané“ chování
 2. *Světle zelení zákazníci* – ochrana životního prostředí je pro ně zajímavá

2.5.1 Ekoturistika

Je cestovní ruch, který je zaměřený na poznávání přírody a orientovaný především na poznávání přírodních krás tak, aby nebyly cestovním ruchem narušovány. Tato forma cestovního ruchu se vyznačuje vysokou odpovědností a ohleduplností účastníků cestovního ruchu k přírodě a její ochraně. (Škodová Parmová, 2007, p. 28)

Pásková, Zelenka (2002, p. 75) mluví o ekoturistice jako o „formě CR, jejíž účastníci jsou motivováni využitím chráněných výtvarů přírody, přírodních rezervací,

kulturních památek a akcí, národních parků a dalších přírodních atraktivit tak, aby nebyly cestovním ruchem nadměrně narušovány.“

2.5.2 Venkovský cestovní ruch

Podle Francové (2003, p. 43) „rozvíjející se urbanizace, zrychlování životního tempa a jevy civilizace vedou řadu lidí ke snaze trávit volný čas na venkově, v přírodě. Při této formě turismu se jedná o jakýsi způsob návratu k přírodě, objevování venkova. Venkovská turistika zahrnuje rekreační formu cestování spojenou s pobytem ve venkovském prostředí a pobyt účastníků ve volné přírodě. Venkovská turistika je populární zejména v zemích západní Evropy.“

Pásková, Zelenka (2002, p. 309) poukazují na „souborné označení pro druh cestovního ruchu s vícedenním pobytem a s rekreačními aktivitami na venkově s ubytováním v soukromí nebo v menších hromadných ubytovacích zařízeních. Přitažlivost venkovského cestovního ruchu je založena na některých aspektech skutečného nebo fabulovaného venkovského způsobu života – rozsáhlá tichá klidná krajina, čistý vzduch, pracovní aktivity, zvyky a folklór atd.“

Pozitivem tohoto odvětví je, že cestovní ruch je jedním z nejnáročnějších průmyslů na pracovní sílu. Tento fakt má potenciál přispět k vytváření pracovních míst a hospodářského rozvoje ve venkovských oblastech a často se objevuje jako opěrný bod v mnoha strategiích rozvoje venkova. (Hall, Kickpatrick & Mitchell, 2005, p. 3)

Podoby venkovského cestovního ruchu

Podle Francové (2003, p. 44) rozlišujeme:

- a) *Chataření a chalupaření* – typickým znakem jsou opakované pobyty ve vlastním zařízení, má masový charakter.
- b) *Jednorázové turistické a rekreační krátkodobé pobyty ve venkovském prostoru* – tvoří jen malou část venkovského cestovního ruchu, je zatím málo rozvinuté.
- c) *Agroturistika* – spojení práce agropodnikatelů a zemědělských podniků s rekreačními aktivitami turistů.
- d) *Ekoturistika* – druh cestovního ruchu, při kterém musí turisté přírodu nejen chránit, ale i část zisků do ní investovat, souvisí s ekologií, turisté by měli brát ohled na zachování přírodních zdrojů a kulturních zajímavostí pro příští generace.

- e) *Ekoagroturistika* – je kombinací agroturistiky a ekoturistiky, jedná se o pobyt na zemědělských farmách, které se zabývají ekologicky vedeným zemědělstvím. (Francová, 2003, p. 43) Ekologické produkty se přísně kontrolují, a pokud splňují mezinárodní standardy, mohou používat ochrannou známku bio. (Hesková a kol., 2011, p. 31)

2.5.3 Agroturistika

Pásková, Zelenka (2002, p. 14) říkají, že agroturistika je „druh CR – turistické nebo rekreační pobyty na venkově na rodinných farmách, jejichž hlavní náplní je poznávání alternativního způsobu života v blízkém kontaktu s přírodou, přímá spoluúčasť na zemědělských činnostech a aktivní odpočinek, pěší turistika a cykloturistika, poznávání původních technik výroby potravin, jízda na koni, chov hospodářských zvířat, krocení zvířat apod.“

Turista se volně pohybuje v provozním prostředí podnikatele, kde má možnost seznámit se s prací, která je pro zemědělskou usedlost typická. Jde zejména o každodenní péči o hospodářská zvířata, ale samozřejmě i o hospodářské nemovitosti a movité věci. (Parmová, Dvořák & Frková 2013, p. 107)

Negativní dopady agroturistiky

Škodová Parmová (2007, p. 41) říká, že „mezi negativní dopady agroturistiky může patřit např.:

- přetěžování žen – farmářek, na kterých vedle práce v zemědělství a v domácnosti spočívá těžiště práce v oblasti agroturistiky (praní, úklid, podávání snídaně apod.)
- možný je i negativní dopad na životní prostředí (např. poškozené polní cesty, vyrušování stád zvířete, odpadky apod.)
- příliš velká návštěvnost a nepřizpůsobení se původní vesnické a sociální struktuře může znamenat zátěž a stres pro místní obyvatelstvo
- může dojít k úbytku půdy v důsledku výstavby ubytovacích zařízení či dalších součástí infrastruktury cestovního ruchu.“

2.5.4 Zelený cestovní ruch

Zelený cestovní se vyznačuje touhou účastníků cestovního ruchu splynout s přírodou i lidským prostředím. Dále je charakteristický svou aktivní náplní s respektem pro ochranu přírody. (Parmová, Dvořák & Frková 2013, p. 106)

Podle Škodové Parmové (2007, p. 27) „zelený cestovní ruch zdůrazňuje především místní hledisko uskutečňování cestovního ruchu, tj. nejen ve volné krajině, ale také i v mírně osídlených oblastech, na rozdíl od cestovního ruchu ve městech či v koncentrovaných přímořských střediscích. V konkrétní podobě vystupuje především jako ekoturistika a venkovský cestovní ruch.“

2.6 Udržitelný rozvoj

Od 1. 2. 1993 se EU zavázla prosazovat trvale udržitelný rozvoj CR.

Pásková a Zelenka (2002, p. 302) ho považují za „takový rozvoj, který současným i budoucím generacím zachovává možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby a současně nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů.“

Koncepce udržitelného rozvoje dosáhla důležitosti a uznání v uplynulých letech. Odborníci doufají, že v budoucnosti bude pronikat všemi úrovněmi hospodářského rozvoje a rozvoje cestovního ruchu, od místních až po globální. Stal se populární, protože trvá na zachování životní úrovně, která se poněkud podobá tomu, jakou máme dnes. Uznává, že nemůžeme nadále využívat globální životní prostředí jako v minulosti. Zatímco ostatní ekonomické sektory mají bez pochyby největší pozornost zájmu, cestovní ruch je stále více detailně zkoumán z hlediska jeho role v přispívání k dlouhodobému blahu naší planety. Dosud turistika nepřitahovala obavy, jako velké ropné skvrny, vyčerpávání neobnovitelných zdrojů nebo zničení ozónové vrstvy. K dnešnímu dni mají kritici, specializovaní na cestovní ruch z hlediska vlivu vývoje, sklon zaměřit se na zhoršení přírodního a kulturního prostředí způsobené cestovním ruchem. Je zřejmé, že výše zmíněnými problémy je příliš jednoduše hodnocen cestovní ruch a jeho dopady (pozitivní i negativní) na naše celkové životní prostředí. Jeho všudypřítomná a rozmanitá příroda cestovní ruch ovlivňuje a je i ovlivňována mnoha faktory týkajícími se našeho společenského a hospodářského blahobytu. Použití neobnovitelné ropy je možná nejlepší příklad; cestovní ruch do značné míry závisí na palivu, které je spotřebováváno v rámci přepravy cestujících ve městech, ale i kolem

světa a produkuje skleníkové plyny. Tudiž všechny politiky, závislé na používání ropných paliv, budou ovlivňovat cestovní ruch.

Tento fakt, nezávislosti cestovního ruchu na ostatních odvětvích, je vyzdvihován, protože jakákoli snaha vypořádat se s tématem samostatně bude naivní a zbytečná. Nicméně cestovní ruch má hlavně přispět k projednání a následnému působení týkající se udržitelného rozvoje.

(Goeldner & Ritchie, 2009, p. 474)

Udržitelný rozvoj cestovního ruchu vyžaduje vědomou účast všech příslušných zainteresovaných stran, stejně jako silné politické vedení, aby zajistily široké účasti při dosahování shody. Dosažení udržitelného cestovního ruchu je trvalý proces, který vyžaduje neustálé sledování dopadů a v případě potřeby zavedení nezbytných preventivních a nápravných opatření. (Definition, 2005)

Některé předpoklady udržitelného rozvoje v oblasti cestovního ruchu

Koncepce udržitelného rozvoje není nic nového. Ačkoliv jsou tato slova moderním a velmi obecným pojmem, vždy zde budou individuální záležitosti. Pojmy ochrana a zachování životního prostředí vždy měli jako svůj cíl touhu zabránit ničení potřebných přírodních podmínek a druhů. Co je možná nové? Lidé usilují o hospodářský, sociální a kulturní rozvoj a jakýkoli pokus zabránit takovému rozvoji na výhradně ideologickém základě, je nepravděpodobný. Současně je také zjištěno, že demografický, ekonomický, sociální a kulturní růst, který je ničivý, nemůže pokračovat ve stále stejné míře bez závažných dopadů na životní prostředí, na kterém je závislý i náš život.

Existuje několik základních předpokladů, které jsou založeny na uplatnění udržitelného rozvoje v cestovním ruchu. Tyto předpoklady jsou jen pokusy cestovního ruchu potýkat se s konceptem udržitelného rozvoje a jeho uplatnění v cestovním ruchu. (Goeldner & Ritchie, 2009, p. 475)

2.7 Marketing

Podle Kotlera, Armstronga (2004, p. 30) definujeme marketing jako „společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot.“

2.7.1 Marketing cestovního ruchu

V současné době existuje mnoho definic marketingu cestovního ruchu. V roce 1971, J. Kripendorf v publikaci Marketing cestovního ruchu uvádí, že marketing cestovního ruchu je představován jako systematická a koordinovaná orientace podnikatelské politiky cestovního ruchu, zároveň i soukromé a státní politiky cestovního ruchu na místní, regionální, národní a mezinárodní úrovni na co nejlepší uspokojování potřeb určitých skupin zákazníků při dosažení náležitého zisku. I přes velké množství definic marketingu cestovního ruchu většinou všechny vychází z určení specifik, které vykazuje produkt cestovního ruchu. (Hesková & kol., 2011, p. 135)

Například Parmová, Dvořák & Frková (2013, p. 15) říkají, že „marketing cestovního ruchu patří do oblasti marketingu služeb, které lze charakterizovat určitými specifickými rysy.“

Tyto specifika jsou:

- ❖ nehmotný charakter většiny produktů nabízených v cestovním ruchu
- ❖ charakter výroby – služba je vázána na místo spotřeby
- ❖ pomíjivost služeb – služby jsou neskladovatelné
- ❖ specifčnost distribučních cest – služby nemají fyzický distribuční systém
- ❖ podmíněnost nákladů – u služeb nelze provádět kalkulaci nákladů na fixní a variabilní část, jako je tomu u zboží, ale kalkulujeme zde tzv. balík služeb
- ❖ vázanost služeb na jejich poskytovatele
- ❖ kvalita služby je z pohledu zákazníka obtížně definovatelná
- ❖ v marketingu cestovního ruchu se občas používá rozšířený marketingový mix 8P (Hesková & kol., 2011, p. 135)

2.7.2 Marketingový mix

Marketingový mix je jeden ze základních prvků moderního marketingu. Kotler, Armstrong (2004, p. 105) vnímají marketingový mix jako „soubor taktických marketingových nástrojů – výrobové, cenové, distribuční a komunikační politiky, které

firmě umožňují upravit nabídku podle přání zákazníků na cílovém trhu. Lze je utřídít do čtyř skupin proměnných, které jsou známy jako „4P“: výrobek (product), cena (price), distribuce (place) a komunikační politika (promotion).“

2.7.3 Marketingový výzkum

Cílem marketingového výzkumu je systematické plánování, shromažďování, analýza a vyhodnocování informací, které jsou nezbytné pro efektivní řešení konkrétních marketingových problémů. (Kotler & Armstrong, 2004, p. 227).

Pásková a Zelenka (2002, p. 170) říkají, že marketingový výzkum je „systematické zkoumání a analýza různých aspektů trhu, marketingových aktivit vlastních i aktivit konkurence, chování spotřebitelů, distribučních kanálů apod. Podle způsobu provedení se rozděluje na primární výzkum, který vychází z přímo zjištěných dat – např. z dotazníkových šetření a řízených pohovorů, a na sekundární výzkum, který vychází z dat již publikovaných, agregovaných, zpracovaných, a podle zaměření a výstupů na kvantitativní výzkum, kvalitativní výzkum a teoretický výzkum. Často jsou kombinovány různé způsoby a metody marketingového výzkumu.“

Marketingový výzkum tvoří čtyři základní části: definování problému a cílů výzkumu, příprava plánu výzkumu a návrh metodiky, realizace výzkumu – shromažďování a analýza dat, vypracování zprávy a prezentace výsledků.

První část, tedy **definování problému a cílů výzkumu** je zásadní pro celý výzkumný proces. Prohlášení by mělo být v písemné formě, které vytvoří manažer a analytik, aby si byli jisti, že se shodují v otázce záměrů a očekávaných cílů daného výzkumu.

Plán výzkumu poskytuje přehled existujících zdrojů dat a podrobně vysvětluje specifické postupy, metody kontaktu, sestavení výběrových souborů a instrumenty, které analytici využijí k dosažení stanovených cílů. Plán výzkumu by měl být prezentován jako písemný návrh, který aby měl zahrnovat náklady na realizaci výzkumu.

Realizace výzkumu – shromažďování a analýza dat znamená faktické provedení výzkumného plánu. Výzkumný plán může požadovat shromáždění sekundárních (existující informace, které byly shromážděny za jiným účelem) nebo

primárních (informace shromážděné účelově, pro řešení daného výzkumu) dat, které pomohou dosáhnout informačních požadavků managementu.

Pozorování, samotný výzkum a experiment jsou tři *výzkumné postupy* k získání primárních dat. **Pozorování** zahrnuje sledování určité skupiny lidí, akcí či situací. Nejrozšířenější metodou je **dotazování**, tato metoda je vhodná k získávání popisných informací, kam patří např.: vědomosti člověka o nějaké skutečnosti, jeho preferenční postoje či nákupní chování. Pro získávání informací pro kauzální výzkum je nejvhodnější **experiment**. Cílem experimentu je shromáždění primárních dat u vybraných skupin respondentů. Skupiny jsou studovány v různých podmínkách a vliv jednotlivých faktorů je odvozován z odlišností v odpovědích jednotlivých skupin.

Kontaktní metody jsou shromažďovány pomocí pošty, telefonu, osobních rozhovorů či přímo. Dotazníky, které se zasílají **poštou**, jsou používány k získávání informací s nízkými náklady na jednoho respondenta. Tímto způsobem mohou respondenti podávat pravdivější odpovědi. Jednou z nejlepších metod rychlého získávání informací je **telefonické dotazování**, to je zároveň flexibilnější než dotazníky zasílané poštou. Nese však vyšší náklady na jednoho respondenta v porovnání s dotazníky, zasílané poštou. **Osobní dotazování** se dělí na dvě formy. První z nich je individuální dotazování, které zahrnuje rozhovory s lidmi. Jedná se o poměrně flexibilní metodu, je ovšem až čtyřikrát dražší než telefonické dotazování. Skupinové dotazování se zakládá na pozvání šesti až deseti lidí k rozhovoru se zaškoleným moderátorem. Ten zahájí volnou a jednoduchou diskuzi, kterou zároveň sleduje. Poslední kontaktní metodou je **on-line marketingový výzkum**. Jde o shromažďování primárních dat pomocí internetu a on-line skupinových diskuzí.

Při vypracování zprávy a prezentaci výsledků by měli manažeři a marketingoví pracovníci spolupracovat a podílet se stejnou zodpovědností za zpracování a výsledek výzkumu

(Kotler & Armstrong, 2004, pp. 227-247)

3 Cíle a metodika práce

3.1 Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce je prostřednictvím analýzy zhodnotit současný stav cestovního ruchu v oblasti Posázaví z hlediska udržitelnosti.

Vedlejším cílem je pak na základě terénního šetření navrhnout řešení rozvoje cestovního ruchu ve zkoumané oblasti.

3.2 Metodika práce

Práce se skládá ze tří částí:

- 1) Analytická část - jedná se o sběr dat prostřednictvím odborné literatury a vytvoření literární rešerše. Na základě těchto informací je provedena tvorba dotazníku a sestavení otázek pro řízené rozhovory v rámci terénního šetření.
- 2) Syntetická část - v této části se realizuje terénní šetření, formou dotazníků, které proběhne v kempu v Horce II, v informačním centru ve Zručí nad Sázavou a prostřednictvím půjčovny lodí Samba. Řízené rozhovory proběhnou s vedoucí odboru kultury, školství a sportu města Zruč nad Sázavou Mgr. Martinou Fialovou. Dále s PhDr. Jaroslavou Tůmovou, PR manažerkou a šéfredaktorkou společnosti Posázaví o. p. s. a Ing. Martinou Kubínovou, manažerkou pro cestovní ruch ze společnosti Posázaví o. p. s. A nakonec s Mgr. Radkem Tvrdíkem, manažerem sdružení MAS Lípa pro venkov o. s. Na závěr je provedeno vyhodnocení terénního šetření.
- 3) Aplikační část - Na základě výsledků terénního šetření bude navrženo řešení rozvoje cestovního ruchu v Posázaví a ověření hypotéz.

3.3 Hypotézy

V práci jsou stanoveny tyto hypotézy, které budou v závěru potvrzeny nebo vyvráceny.

- 1) 70 % respondentů si myslí, že cestovní ruch přispívá ke znečištění životního prostředí.
- 2) 80 % návštěvníků se do Posázaví vrací.
- 3) Všichni podnikatelé ve zkoumané oblasti jsou v oblasti udržitelného cestovního ruchu vždy plně podporováni.

4 Situační analýza

4.1 Geografické vymezení Posázaví

Posázaví nelze přesně vymezit, jelikož se nejedná o administrativně vyčleněné území. Obecně se jedná o oblast v okolí řeky Sázavy. V této práci se zaměřím na část od Ledče nad Sázavou po Český Šternberk. Jedná se především o větší část zasahující do Středočeského kraje a malá část, prakticky pouze okolí Ledče nad Sázavou, se nachází v kraji Vysočina.

4.2 Posázaví

Ledeč nad Sázavou

Počet obyvatel: 5486

Katastrální výměra: 2224 ha

Počet částí obce: 7 (Habrek, Horní Leděč, Leděč nad Sázavou, Obrvaň, Souboř, Sychrov, Vrbka)

(Malý lexikon obcí ČR 2012, 2013)

Zruč nad Sázavou

Počet obyvatel: 4906

Katastrální výměra: 1641 ha

Počet částí obce: 5 (Domahoř, Dubina, Nesměřice, Zruč nad Sázavou, Želivec)

(Malý lexikon obcí 2012, 2013)

Kácov

Počet obyvatel: 790

Katastrální výměra: 1110 ha

Počet částí obce: 5 (Zderadinky, Kácov, Račíněves, Zderadiny, Zliv)

(Malý lexikon obcí 2012, 2013)

Český Šternberk

Počet obyvatel: 145

Katastrální výměra: 547 ha

Počet částí obce: 1

(Malý lexikon obcí 2012, 2013)

4.3 Přírodní a kulturní atraktivity

Přírodní rezervace Stvořidla

Stvořidla na řece Sázavě se nachází na okraji Českomoravské vrchoviny asi 6,5 km od Ledče nad Sázavou proti proudu řeky Sázavy. Řeka zde vytváří hluboké údolí mezi přírodním parkem Melechov a kopcem Žebrák. Tento úsek řeky je jeden z nejkrásnějších a nejvyhledávanějších na českých řekách vůbec. Tvoří ho totiž množství vodních prahů s četnými peřejemi. Peřeje mají také nezanedbatelný ekologický význam. Voda, která se v nich čeří a za nižšího stavu vody ji okysličuje, přispívá k samočištění vody. Využíván je tady především vodácký cestovní ruch a dále pěší nebo cykloturistika. (Červený, 2005)

Hrad Leděč nad Sázavou

Tento raně gotický hrad je z poloviny 13. století. Původní hrad s věží, východním palácem a parkány, byl v průběhu staletí postupně přistavován, a to pozdně goticky, renesančně, barokně – až do dnešní podoby. Řadí se mezi nejstarší šlechtické hrady v Čechách a je jediným dochovaným hradem středního Posázaví. Leděčský hrad je také oblíbeným místem filmařům. V prostorách hradu byly natáčeny především exteriéry. (Leděčský hrad, 2011)

Z pohledu cestovního ruchu je zde možná prohlídka muzea, jejíž součástí je vyhlídka z hradní věže, prohlídka půdních lávek a v sezóně i návštěvu malé galerie kde vystavují převážně regionální umělci.

Muzeum má pět výstavních místností. Nachází se zde převážně exponáty připomínající práci zdejších řemeslníků.

Otevírací doba:

duben – září úterý – neděle 9 – 12, 13 – 16 hod.

Prohlídka:

Jednotlivé prohlídky jsou po hodinových intervalech. Maximální počet návštěvníků na jednotlivou prohlídku je 25 osob. Prohlídka s průvodcem minimálně 10 osob. Mimo sezonu je nutno prohlídku objednat telefonicky.

Vstupné:

Tabulka 1: Ceník vstupného

Muzeum	
Dospělí	25 Kč
Děti od 6 do 15 let	15 Kč
Důchodci, invalidní důchodci	15 Kč
Školné výpravy (nad 15 žáků)	10 Kč
Děti do 6 let	Zdarma
Věž	
Vstupné- jednotné	15 Kč

Zdroj: www.ledecns.cz

(Muzeum, 2011)

Zřícenina hradu Chřenovice

Původně strážní hrad Chřenovice byl pravděpodobně vystavěn před r. 1289. Od r. 1545 postupně chátrá. Nachází se poblíž Ledče nad Sázavou v těsné blízkosti řeky Sázavy. Z hradu, jehož půdorys představoval nepravidelný trojúhelník, se kromě zbytků zdiva několika budov dochovala takřka 20 m vysoká válcová věž. Areál hradu je nyní zalesněn, ale kolem hradiště se táhne dodnes zřetelný hradní příkop. Zřícenina je volně přístupná.

(Chřenovice, 2009)

Zámek a park Zruč nad Sázavou

Zámek, stejně jako park a historie celého města, je velice nejasná. V roce 1833 koupili zručné panství Löwenthalové a kromě opravy zámku se pustili do úpravy jeho okolí. Spojili okrasnou část zahrady s užitkovou, která zásobovala panskou kuchyni, a tak vlastně vznikl první park. Dnešní zámecká vizáž je zásluhou posledního šlechtického rodu – Schebků. Plány na přestavbu si nechali vytvořit od tehdejšího předního českého architekta Jana Vejrycha. Původně měl být zámek neorenesanční, ovšem na zásah hraběnky Emmy byly plány nakonec přepracovány do pseudogotiky (1891), což mělo sídlu dodat větší starobylosti.

Na půdě zručného zámku je stálá expozice „Království panenek“, kde jsou panenky z Česka, Ameriky nebo z Japonska. Dále zde bylo při projektu „Zručský

zámek ožívá“ zřízeno i muzeum „ Od verpánku k Baťovi“, protože zdejší region asi nejvíce proslavil obuvnický průmysl.

Otevírací doba:

20. 4. 2013 – 30. 9. 2013 denně mimo pondělí 10 – 11.30, 12.30 – 17 hod.

Od 1. 10. 2013 do 26. 4. 2014 je uzavřena turistická sezona 2013, objednávky prohlídek zámku (min. počet lidí ve skupině je 10 osob) a rezervace na tel.: 327 531 329, 327 531 194.

Prohlídka:

Poslední vstup do expozic je v 16.30. Otevírací doba může být odlišně upravena, zejména v době konání svateb a jiných akcí. Maximální počet návštěvníků ve skupině je 25 osob. K dispozici jsou návštěvníků cizojazyčné texty v němčině, angličtině a ruštině. Lze uskutečnit i noční prohlídku, za minimálního počtu 10 osob.

*Vstupné:*viz. Příloha 1

(Zámek a park, 2013)

Pivovar Kácov

Pivovar byl založen roku 1457 a jeho novodobá historie se začala psát v roce 2001. V průběhu poslední dekády byl pivovar kompletně i technologicky zrekonstruován. V současnosti patří mezi malé pivovary a dnes vyrábí 8 druhů piva včetně piv kvasnicových. Kromě pravidelného sortimentu se výjimečně vaří pšeničné, polotmavé pivo a další speciály.

Prohlídka:

Návštěvníci se zde seznámí s tradiční výrobou piva českého typu v malém pivovaru. Prohlídky se objednávají na tel. čísle: 327 324 693.

Vstupné:

návštěvníci do 18 let (bez ochutnávky) 50 Kč

návštěvníci nad 18 let 80 Kč

Prohlídka nejméně pro 10 osob. Studentské ani jiné slevy se neposkytují.

(Pivovar, 2001)

Tichonický vodopád

Vodopád překonává ve 4 stupních výškový rozdíl asi 15 metrů. Nachází se na malém potoce těsně před jeho ústím do řeky Sázavy. Přes potok k nim vede červená turistická značka nebo se lze pod vodopády dostat okolo skalního masivu zprava či k nim slézt přímo po skalní stěně.

(Vodopády Posázaví a povodí Vltavy, 2012)

Hrad Český Šternberk

Hrad založil kolem r. 1241 Zdeslav z Divišova, pojmenoval jej podle rodového erbu, zlaté osmihroté hvězdy, a podle dobového zvyku poněmčovat názvy, tedy Sternberg (Stern = hvězda, Berg = hora), a přijal nový přídomek ze Sternberga. Je pozoruhodné a výjimečné, že dodnes je hrad v držení tohoto rodu. Nyní je vlastněn už 20. generací potomků zakladatele. Středověká podoba raně gotického hradu je skryta v jádru dnešní stavby, která byla vytvářena několika úpravami.

Je zde přístupná i tzv. „hladomorna“, jižní předsunutá bašta hradu. Je součástí důmyslného opevňovacího systému, který byl vybudován na přelomu 15. a 16. století nejvyšším zemským sudím Petrem Holickým ze Sternberga a dokončen jeho synem Janem.

Otevírací doba:

duben, říjen:	sobota, neděle, svátky	9 – 17 hod.
květen, září:	denně mimo pondělí	9 – 17 hod.
červen, červenec, srpen:	denně mimo pondělí	9 – 18 hod.

Po dobu vánočních svátků (23. 12. – 27. 12.) je hrad uzavřen.

Prohlídka:

Doba trvání je přibližně 50 minut, je zde možnost průvodce v českém jazyce, angličtině, němčině, francouzštině, ruštině a provádí se maximálně 50 osob. Poslední prohlídka začíná 45 min. před koncem zavírací doby. V letní sezóně ukázky dravců s výkladem sokolníka.

Vstupné: viz. Příloha 2

(Vítejte na stránkách hradu Český Šternberk, 2005)

Posázavský Pacifik

Název Posázavský Pacifik pochází již z 20. let 20. století, kdy se roznesl mezi trempy, kteří navštěvovali tyto lokality, a zůstal populární dodnes. Toto jméno nosí tratě číslo 210: Praha – Vrané – Čerčany (s odbočkou na Dobříš) a trať číslo 212: Čerčany – Kácov – Světlá nad Sázavou. Tato trať je řazena mezi nejhezčí v České republice, vede krásnou přírodou podél řeky Sázavy a umožňuje návštěvníkům navštěvovat historické památky v tomto regionu.

Dnes slouží trať mnoha cestujícím jako praktický hromadný prostředek pro přepravu do zaměstnání, školy a za nespočtem atraktivit cestovního ruchu. Kromě pravidelného provozu se zde uskutečňuje i řada historických a svátečních jízd (např. Posázavské linky), které se konají ve spojení s kulturními akcemi (např. Sázavská pouť) nebo při příležitosti svátků a významných dnů (např. Velikonoční jízdy).

(Hlavní strana, 2014)

4.4 Vodácký cestovní ruch

Agentura CzechTourism v srpnu 2010 uvedla anketu na portálu www.kudyznudy.cz, ve které čtenáři sestavili žebříček vodácky nejoblíbenějších českých řek. První místo a titul nejromantičtější česká řeka získala Sázava (30 % z 1370 hlasů). Tato řeka svou náročností uspokojí všechny kategorie vodáků. Na horním toku se vodáci setkají s obtížnými peřejemi Stvořidla, které vystřídá klidná voda s romantickými zátokami s množstvím jezů. Za nejkrásnější úsek řeky zvolili čtenáři nejoblíbenější úsek Týnec nad Sázavou – Pikovice, kde se opět vyskytují dlouhé peřeje.

(Nejromantičtější řekou Česka je Sázava, 2010)

Půjčovna lodí Samba

Půjčovna pronajímá kanoe, rafty a kajaky. V ceně jsou pádla i vesty pro dospělé, včetně dětských velikostí a 50-ti litrové plastové barely. Na řece Sázavě půjčovna disponuje 9 loděnicemi s dopravou lodí na místo dle přání zákazníků zdarma (Ledeč nad Sázavou, Horka II, Kácov, Český Šternberk, Ledečko, Sázava, Chocerady, Týnec nad Sázavou a Pikovice). Nabízí také převoz bagáže mezi loděnicemi, pojištění vodáckého vybavení proti krádeži, vodáckou mapu ke každé výpůjčce nebo slevy pro větší skupiny.

(Půjčovna lodí Sázava, 2009)

4.5 Ubytovací služby

Jelikož je Posázaví regionem trempů a vodáků, nachází se zde velké množství kempů. Namátkou můžeme jmenovat kempy: Stvořidla, rekreační středisko a kemp Radost u Vlastějovic, penzion – kemp Mlýn Buda, kemp Horka, U kouzelníka – Kácov, Pod mostem Kácov nebo vodácké tábořiště „U Karla“.

Pro náročnější návštěvníky je tu např.:

Vinárna a penzion Pod Hradem ***

Heroldovo nábřeží 135, 584 01 Ledeč nad Sázavou

Ceník	400 Kč/noc
Počet lůžek	8 + přistýlka

Po rekonstrukci nabízí ubytování ve čtyřech dvoulůžkových pokojích s lednicí a možností přistýlky. Možnost snídaně a večeře, která není zahrnutá v ceně.

(O nás, 2012)

Kaskáda Ledeč v. o. s.

Husovo nám. 17, 584 01 Ledeč nad Sázavou

*Hotel ****

Ceník

dvoulůžkový pokoj	1380 Kč vč. snídaně
třílůžkový apartmán	1470 Kč vč. snídaně

čtyřlůžkový pokoj/apartmán 1960 Kč vč. snídaně
přistýlka 300 Kč vč. snídaně

Počet lůžek: 37

Komfortní ubytování v nových, moderně zařízených pokojích, některé jsou s možností přistýlky. Bezbariérový přístup do pokojů je zajištěn výtahem. Pokoje jsou vybaveny vlastním sociálním zařízením, LCD televizorem, lokálním telefonem a připojením na internet. Návštěvníkům je k dispozici nejen hotel, ale i restaurace, konferenční sál, bowling, squash a fitness centrum.

(Hotel, 2010)

Penzion Pod Zámkem

Ul. 1. máje 97, 285 22 Zruč nad Sázavou

Ceník

1 noc 600 Kč/lůžko
2 a více nocí 500 Kč/lůžko
apartmán 2000 Kč (celý, 3 osoby)

Počet lůžek: 10

Pro dlouhodobý pobyt cena dle dohody. Na internetových stránkách penzionu je k dispozici i ceník na vedlejší sezónu.

Nabízejí ubytování v 5 samostatných ubytovacích jednotkách, všechny mají možnost 1 přistýlky. Pokoje jsou vybaveny vlastním sociálním zařízením. Ubytovaným je k dispozici TV a internetové připojení.

(Ubytování, 2012)

Hotel Pivovar Kácov

V podskalí 6, 285 09 Kácov

Ceník:

390 Kč/lůžko bez snídaně
450 Kč/lůžko se snídaní

Počet lůžek: 14

Hotel, který byl otevřený v roce 2013, nabízí pokoje přímo uvnitř historické budovy pivovaru. V současné době hotel nabízí 6 pokojů. Objednávky ubytování na tel. čísle: 327 324 693 nebo 731 503 191 – Ing. Alena Lejnarová

(Hotel, 2001)

Parkhotel Český Šternberk

Parkhotel 46, 257 27 Český Šternberk

Ceník:

jednolůžkový pokoj	900 Kč
dvoulůžkový pokoj	1000 Kč
třílůžkový pokoj	1500 Kč
přistýlka	150 Kč
snídaně	50 Kč (kontinentální)/100 Kč (švédský stůl)

Kapacita: 18 standardně vybavených pokojů s vlastním sociálním zařízením

Hotel se nachází pod hradem Český Šternberk, v těsné blízkosti řeky Sázavy. U hotelu je ping-pongový stůl a dva kurty (volejbal, nohejbal). Parkhotel nabízí klientům cateringové služby a víceúčelové sály s technickým vybavením pro školení a semináře.

(Ubytování, 2007)

4.6 Stravovací služby

Podobně jako s ubytovacími službami je to na řece Sázavě i se stravovacími službami. V každém z výše uvedených kempů se nachází určitý typ stravovacích zařízení, většinou v podobě kiosků. Níže jsou uvedeny další restaurace.

Restaurace Centrál

Husovo náměstí 140, 584 01 Ledec nad Sázavou

Otevírací doba:

Po – Pá 10 – 22 hod.

So – Ne 10.30 – 24 hod.

(Kontakt, 2012)

Restaurace Ve Staré škole

Vlastějovice 46, 285 23 Vlastějovice

Otevírací doba:

Mimo sezónu (září – červen) Pá – So 17 – 24 hod.

V sezóně (červenec, srpen) Po – Čt 12 – 22 hod.

Pá – So 12 – 24 hod.

Ne 12 – 21 hod.

Nekuřácká restaurace s venkovním posezením, která se nachází v blízkosti Sázavy. Prostory jsou vhodné i pro různé oslavy, firemní akce apod.

(Restaurace Ve Staré škole Vlastějovice, 2013)

Pivovarská restaurace Šalanda

V Podskalí 6, 285 09 Kácov

Otevírací doba:

Po – Čt, Ne 11 – 22 hod.

Pá – So 11 – 24 hod.

Restaurace nabízí široké spektrum hotových i minutkových jídel. Při speciálních příležitostech kuchyně nabízí zvěřinové nebo vepřové hody.

(Pivovarská restaurace Šalanda, 2001)

Café Český Šternberk

Parkhotel 46, 257 27 Český Šternberk

Otevírací doba:

Po – Ne 9 – 18 hod.

Café Český Šternberk se nachází na nádvoří hradu. Denně nabízí speciality domácí kuchyně, výběr desertů, ovocných i zmrzlinových pohárů a zapečených baget. Jídla jsou připravována z čerstvých surovin.

(Café, 2013)

5 Terénní šetření

V rámci terénního šetření byla použita metoda přímého dotazování formou dotazníků. Vedle této metody bylo přistoupeno i k řízeným rozhovorům. Dotazníky byly vyplněny návštěvníky Posázaví, v úseku od Stvořidel do Českého Šternberka. Řízené rozhovory doplnily otázky z pohledu podpory udržitelného cestovního ruchu městy a místními akčními skupinami. Došlo i k přiblížení projektů z tohoto oboru.

5.1 Tvorba dotazníku

Dotazník byl sestaven z 16 otázek, z nichž 4 slouží k identifikaci respondenta. Ze zbylých otázek bylo 8 uzavřených, kde byla možnost jedné nebo více variant odpovědí a další 4 byly otevřené, kde mohli respondenti vyjádřit svůj názor na danou problematiku. Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit konkrétní cíle jejich návštěvy Posázaví, cestovní návyky respondentů, podvědomí návštěvníků o cestovním ruchu a postoj k životnímu prostředí.

5.2 Průběh dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření proběhlo během července až září 2013. Dotazníky byly umístěny v recepci v kempu Horka II a v loděnicích půjčovny lodí Samba. Dále, po domluvě s pracovníci Městského úřadu ve Zruči nad Sázavou také v místním informačním centru.

Před samotným šetřením byl zahájen pilotní výzkum, podle kterého došlo k úpravám otázek z důvodu srozumitelnosti. Rozdalo se přibližně 25 dotazníků, všem věkovým kategoriím. Osloven byl zejména segment mladých lidí a rodiny s dětmi, které hojně navštěvují oblast Posázaví. Současně byl zastoupen také segment seniorů a starších párů, kteří preferují návštěvu kulturních památek.

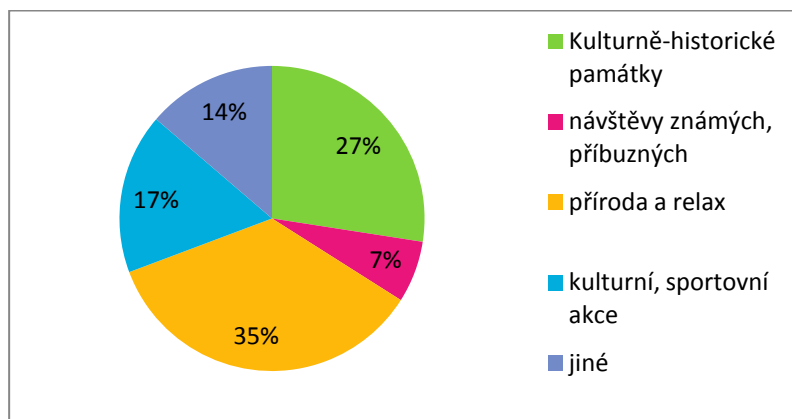
Během dotazníkového šetření se nevyskytly žádné nejasnosti a na všechny povinné otázky bylo respondenty odpovězeno.

5.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Při zpracování dotazníků nenastaly žádné okolnosti, které by bránily jejich řádnému objektivnímu vyhodnocení. Výsledky byly zpracovány v programu Microsoft Office Excel 2007.

1. otázka: Jaký byl/je důvod Vaší návštěvy?

Graf 1



Zdroj: Vlastní šetření

Jiný důvod návštěvy byl zaznamenán ve 14 % případů, kde se jednalo např. o rybaření, sjíždění řeky Sázavy, chalupaření nebo dovolenou. Za přírodou a odpočinkem přicestovalo 35 % dotazovaných, což je v souladu s charakterem této oblasti.

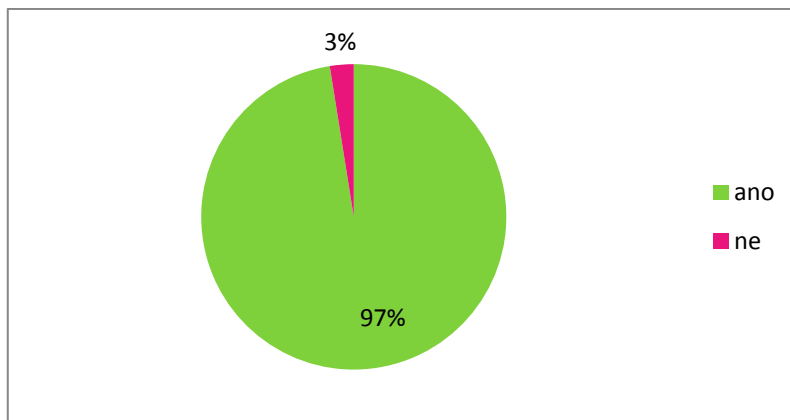
2. otázka: Co jste zde navštívili?

Respondenti navštívili nejvíce Zruč nad Sázavou – zejména zámek, park a muzeum panenek, dále kemp v Horce II, hrad Český Šternberk, řeku Sázavu jako takovou, Kácov – pivovar, Ledec nad Sázavou nebo Stvořidla.

Vyskytly se i odpovědi jako Sázava a Sázavský klášter, Kutná Hora, zámek Jemniště, Konopiště, rozhledna Bohdanka v Bohdanči, Vlašim, Blaník, Lipnice nad Sázavou, Posázavská stezka apod. Tyto atraktivity se však nevyskytují ve zkoumané oblasti. Z toho je zřejmé, že oblast Posázaví není nikde přesně vymezená a každý si její vymezení vykládá po svém.

3. otázka: Máte v úmyslu opakovat návštěvu Posázaví?

Graf 2



Zdroj: vlastní šetření

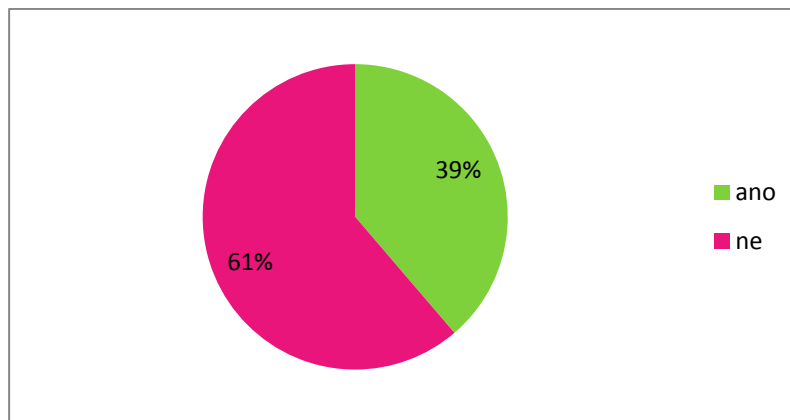
Posázaví je v posledních letech turisticky velmi oblíbené, pokud se jedná o vodácký cestovní ruch, ale také v případě pěší a cykloturistiky a jiných kulturních aktivit. Je to zřejmé i z grafu 2.

4. otázka: Jak byste zhodnotili životní prostředí v této oblasti?

Lze říci, že většina dotazovaných hodnotila životní prostředí kladně. V odpovědích se objevovala především hezká příroda a velké množství lesů. Jediné co by se dalo této oblasti vyčistit, je nečistá řeka Sázava. Okolí řeky se však v posledních letech zlepšilo. Pořádají se zde akce za účelem vyčistění břehů, které jsou hlavně po téměř každoročních povodních, znečištěné.

5. otázka: Setkali jste se někdy s pojmem udržitelný cestovní ruch?

Graf 3



Zdroj: Vlastní šetření

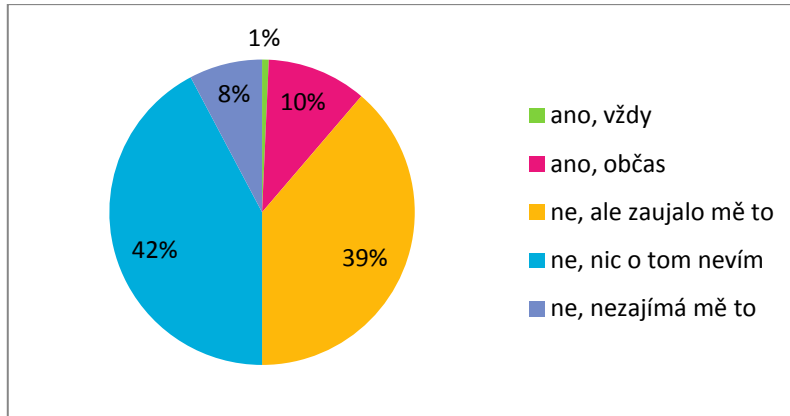
Pojem udržitelný cestovní ruch zatím není v dostatečné míře v podvědomí turistů. Důvodem může být velké množství informací o těchto tématech, zejména v médiích, které může vést k přehlížení některých důležitých sdělení účastníky cestovního ruchu.

6. otázka: Pokud jste v předchozí otázce odpověděli ano, co si pod tímto pojmem představujete?

32 % ze všech dotázaných odpovědělo na tuto otázku. Většina z dotázaných zahrnovala do odpovědi jen otázky týkající se životního prostředí. Z toho je zřejmé, že respondenti sice vědí, co zahrnuje udržitelný cestovní ruch, ale vnímají pouze jeho část. Proto je určitě vhodné nenásilně propagovat udržitelný cestovní ruch formou aktivního zapojení účastníků cestovního ruchu.

7. otázka: Využili jste někdy alternativní možnost cestování jako je agroturistika nebo ekoagroturistika?

Graf 4

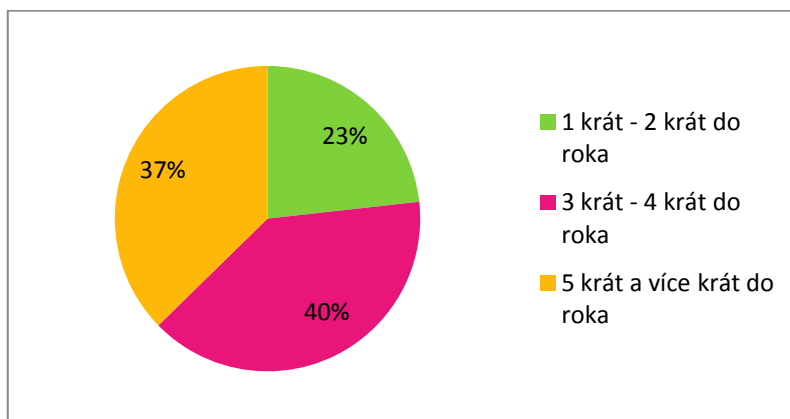


Zdroj: Vlastní šetření

Většina z dotazovaných alternativní možnosti cestování nevyužila, z čehož vyplývá, že návštěvníci o této možnosti mnoho neví (42 %). Tato zařízení by se měla snažit, dostat se do podvědomí potenciálních návštěvníků. Oproti tomu je zřejmé, že by tuto možnost cestování uvítalo necelých 40 % respondentů. Potenciál je především v nabízení této formy cestovního ruchu informačními centry.

8. otázka: Jak často do roka cestujete?

Graf 5

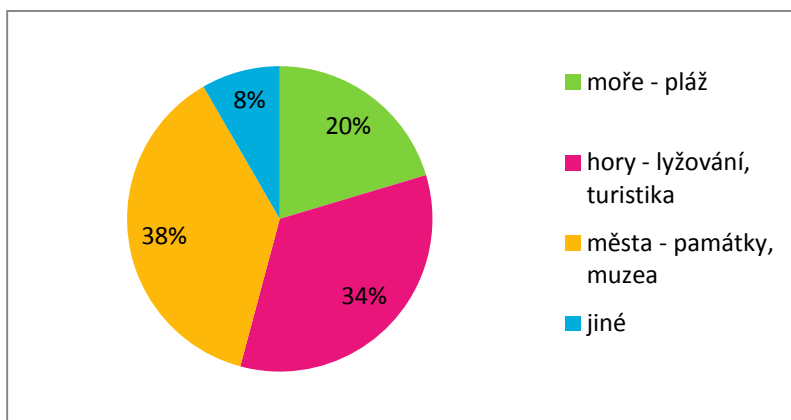


Zdroj: Vlastní šetření

Přibližně tři čtvrtiny respondentů cestují tři a více krát do roka. Tato skutečnost dokazuje stále zvyšující se trend cestování.

9. otázka: Jaké typy destinací nejčastěji navštěvujete?

Graf 6

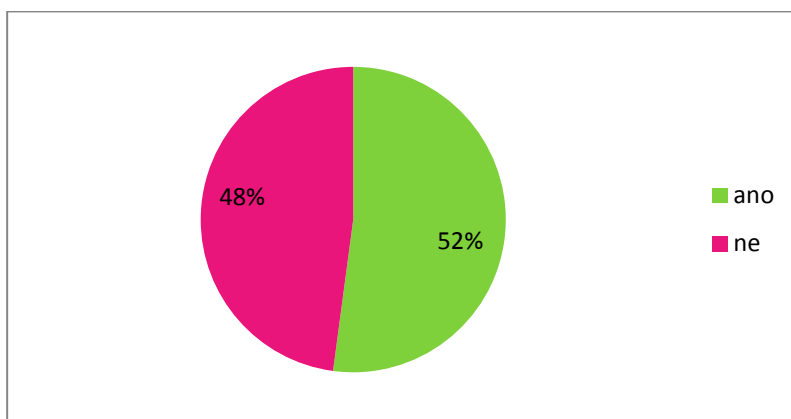


Zdroj: Vlastní šetření

Účastníci cestovního ruchu nejvíce navštěvují hory a města, celkem 72% respondentů. Moře, jako cílovou destinaci, volí 20% dotazovaných. Dále pak nejvíce navštěvují přírodu v České republice, cykloturistika, lázně, lesy, sportovní události nebo se věnují vodácké turistice.

10. otázka: Myslíte si, že cestovní ruch přispívá ke znečišťování životního prostředí?

Graf 7



Zdroj: Vlastní šetření

Z grafu je zřejmé, že necelá polovina respondentů si nemyslí, že cestovní ruch přispívá ke znečišťování životního prostředí. Je to však chybná úvaha, neboť

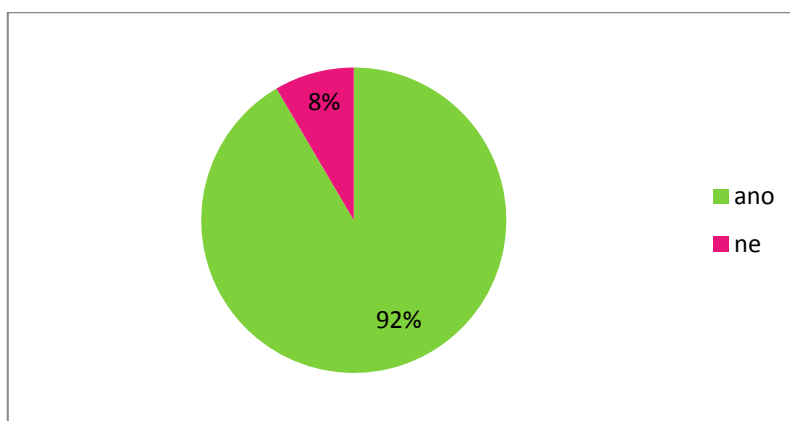
cestovní ruch je jedním z největších producentů odpadu. Důležitá je nenásilná forma výchovy účastníků cestovního ruchu.

11. otázka: Pokud ano, jak?

Ti co si myslí, že cestovní ruch znečišťuje životní prostředí, vnímají toto znečištění především odpadky a dopravou. Ale i masový cestovní ruch a nezodpovědní turisté se významně podílí na znečišťování.

12. otázka: Uvítali byste možnost třídít odpad v ubytovacím zařízení?

Graf 8



Zdroj: Vlastní šetření

Třídění odpadu je v dnešní době už samozřejmostí v každé domácnosti. To je zřejmé i z grafu výše, kde 92 % ze všech respondentů uvítalo možnost třídít odpad i v ubytovacím zařízení.

Z celkového počtu 142 oslovených respondentů bylo 56 % žen a 44 % mužů. 32 % respondentů bylo ve věkové kategorii 36 – 55 let. Další nejvíce zastoupenou věkovou kategorií byla 16 – 25 let (32 %), 26 – 35 let (23 %) a nejméně zastoupenou byla věková kategorie 56 – 75 let (11 %). Necelá polovina respondentů (49 %) ukončila studium maturitou, 28 % respondentů buď vyšší odbornou nebo vysokou školou a 23 % respondentů má základní vzdělání nebo je vyučen/a. Přibližně 15 % dotazovaných bylo ze severních, jižních a západních Čech (Liberecký, Ústecký, Karlovarský, Plzeňský a Jihočeský kraj). Ze Středočeského kraje a Prahy bylo 49 % respondentů. Z Královéhradeckého, Pardubického kraje a z Vysočiny přicestovalo do

Posázaví 13 % návštěvníků. Zbýlých 23 % pocházelo z Moravy a Slezska (Jihomoravský, Olomoucký, Zlínský a Moravskoslezský kraj).

Graf 10, 11, 12 a 13 viz přílohy.

5.4 Řízené rozhovory

Otázky pro rozhovor s vedoucí odboru kultury, školství a sportu města Zruč nad Sázavou Mgr. Martinou Fialovou:

- 1) *Podílí se město nějakým způsobem na cestovním ruchu?*
- 2) *Pokud ano, jak? Pokud ne, má to v budoucnu v plánu?*
- 3) *Existují v rámci nebo ve spolupráci města nějaké projekty podporující udržitelný cestovní ruch?*
- 4) *Jsou nějakým způsobem podporováni podnikatelé, kteří chtějí začít podnikat v oblasti udržitelného cestovního ruchu?*
- 5) *Kolik návštěvníků průměrně navštíví Vaše informační centrum?*
- 6) *Mají návštěvníci informačního centra ve Vašem městě zájem o produkty udržitelného cestovního ruchu (např. agroturistiku nebo ekoagroturistiku)?*

Shrnutí odpovědí

Město Zruč nad Sázavou se podílí na udržitelném cestovním ruchu především následujícími prostředky. Inovace a zkvalitňování nabízených služeb v oblasti cestovního ruchu, především prostřednictvím informačního centra. Současně se podílí na celostátních akcích souvisejících s cestovním ruchem, např. se v loňském roce podílelo na „Měsíc věží a rozhleden“ nebo „Noc kostelů.“ Neomezuje se však na cestovní ruch jako na jedinou hospodářskou složku, ale soustředí se i na sociální sféru nebo na ochranu životního prostředí. Zachování otevřených prostor jako je park a úprava sadů. Využívání existujících zařízení a budov před výstavbou nových objektů (např. Spolkový dům, kde jsou zájmové spolky, knihovna, výstavy nebo přednášky, z budovy bývalé školy). Využití potenciálu místních pracovních sil. Podpora místních podnikatelů v oblasti turistiky a cykloturistiky (při využití existujícího zařízení, akce s využitím potenciálu místních obyvatel) - vybudování místní cyklostezky jako alternativní trasu doplňující stávající síť dálkových cyklostezek. Snaha nesoustředit

akce cestovního ruchu jen na sezónu, ale rozvrhnout je v průběhu celého roku. V roce 2014 by se město rádo zapojilo do projektu „Cyklisté vítáni.“

Podnikatelé, kteří chtějí začít podnikat v oblasti udržitelného cestovního ruchu, mohou žádat o příspěvek/grant na akci v cestovním ruchu. V době rozhovoru bylo podaných 45 žádostí, kterým jsou přidělovány body podle předem stanovených kritérií. Podle těchto bodů se pak podnikatelům přidělují finanční prostředky z rozpočtu města. Na rok 2014 byl odboru školství, kultury a sportu, který se zabývá i činností cestovního ruchu, vymezen rozpočet přibližně 450 000 Kč. Město se snaží vyjít vstříc při vyřizování potřebné administrativy, např. při využití nevyužitých objektů na zařízení cestovního ruchu.

Informační centrum neviduje počty návštěvníků, ale hrubým odhadem informační centrum navštívilo 15 000 – 20 000 účastníků cestovního ruchu. Vychází z návštěvnosti zámku, který v loňském roce navštívilo přibližně 10 000 účastníků cestovního ruchu. Návštěvníci se z oblasti udržitelného cestovního ruchu většinou zajímají o cyklistiku, vodácký cestovní ruch a geocaching.

Otázky pro řízený rozhovor s PhDr. Jaroslavou Tůmovou, PR manažerkou a šéfredaktorkou společnosti Posázaví o. p. s. a Ing. Martinou Kubínovou, manažerkou pro cestovní ruch ze společnosti Posázaví o. p. s.:

- 1) *Jsou k dispozici nějaké dotace související s udržitelným cestovním ruchem?*
- 2) *Jsou nějakým způsobem podporováni podnikatelé, kteří chtějí začít podnikat v oblasti udržitelného cestovního ruchu?*
- 3) *Jaké projekty se uskutečnily v rámci udržitelného cestovního ruchu v nejbližší době?*

Shrnutí odpovědí

Dotace jsou k dispozici především v souvislosti s programovacími obdobími z fondů EU, které však v roce 2013 skončilo. Další programovací období je stanoveno na rok 2014 – 2020, ale v této chvíli ještě není definitivně stanovena podoba finanční alokace pro Českou republiku. Z předešlého programovacího období zbylo přibližně 1,3 mil. Kč, což společnost vedlo k vypsání 11. výzvy k podání žádostí o dotace, k datu 13. ledna 2014.

Mezi projekty MAS Posázaví patří např. projekt „Aby se Vám tu líbilo“. Jehož cílem je zvýšit počet lůžek v ubytovacích zařízeních. Jedná se o budování nových nebo modernizaci stávajících malokapacitních ubytovacích jednotek a podporu jejich certifikace v rámci standardů. Dalším cílem je prodloužit dobu pobytu v regionu, nabídnout návštěvníkům odpočinek i aktivní pobyt, vytvoření infrastruktury a služeb pro cestovní ruch. Dále se podporuje výstavba nebo rekonstrukce areálů pro agroturistiku, propagace regionálních produktů a výstavba nebo rekonstrukce budovy pro využití v cestovním ruchu včetně jejího vybavení.

(Fiche 1 - Aby se Vám to líbilo, 2014)

Mezi konkrétní projekty můžeme zařadit farmu Heroutice u Benešova – rozšíření ubytovacího zařízení, Bisport – rekonstrukce loděnice a vybudování ubytování, Penzion Čtyřlístek v Českém Šternberku – ucelený balíček služeb (ubytování a vlastní pekařství s obchodem), Sporthotel Kácov – rekonstrukce chat a minigolfu.

Další partnerské projekty:

Po cestách a hradech doby Karla IV. – cílem tohoto projektu je přiblížit středověký způsob života a cestování v době Karla IV. dnešní generaci. Dále zvýšit zájem o regionální památky, zlepšit jejich vybavenost a dostupnost a nakonec zkvalitnit péči o místní dědictví. Na tomto projektu se vedle MAS Posázaví podílí také MAS Pomalší a MAS Rakovnicko. V rámci něhož byl také připraven vzdělávací projekt, který mimo jiné zahrnuje výzkumné, vědecké, umělecké, řemeslné a jiné tvůrčí aktivity, do kterých jsou zapojeny děti.

Řeky se mění – hlavním cílem tohoto projektu bylo zvýšit bezpečnost vodácké turistiky na řece a zpřístupnit ji široké veřejnosti. Výsledkem tohoto projektu bylo umístění desatera slušného chování na vodě a informačních panelů podél řeky Sázavy od Havlíčkova Brodu po Pikovice. Dále nové lavičky, zabezpečení jezů, kniha nebo vzpomínková akce na sázavské plavce. Projekt vznikl ve spolupráci se společnostmi Lípa pro venkov o. s., Královská stezka o.p.s. a Rakovnicko o.p.s.

Podnikatelé jsou podporováni ve všech směrech. Pomoc přichází od podání žádosti o dotace, až ke konečnému rozhodnutí o poskytnutí dotace. Jde o pomoc hlavně administrativní, o kterou může požádat kdokoliv (nemusí být ve spolupráci s MAS Posázaví).

**Otázky pro řízený rozhovor s manažerem sdružení MAS Lípa pro venkov o.s.,
Mgr. Radkem Tvrdíkem:**

- 1) *Jsou k dispozici nějaké dotace související s udržitelným cestovním ruchem?*
- 2) *Jsou nějakým způsobem podporováni podnikatelé, kteří chtějí začít podnikat v oblasti udržitelného cestovního ruchu?*
- 3) *Jaké projekty se uskutečnily v rámci udržitelného cestovního ruchu v nejbližší době?*

Shrnutí odpovědí

Dotace samozřejmě jsou k dispozici a jejich realizace se provádí podobně jako v Posázaví o.p.s.

Při podávání dotací jsou podnikatelům poskytnuty pouze základní informace. Je to hlavně z důvodu nízkého počtu zaměstnanců a tím pádem jejich větší pracovní vytíženosti v jiných záležitostech.

V rámci projektu „Řeky se mění“ se zrekonstruoval samoobslužný přívoz ve Vlastějovicích, zabezpečily se jezy v Budčicích, Březině a Horce II. Dále se opravila loděnice a přístup k řece v areálu TJ Jiskra Zruč. A samozřejmě se do vybraných míst umísťovali informační tabule, rozcestníky a přístavní kolíky.

Momentálně se začíná realizovat projekt „Naučná stezka parkem“ ve Zručí nad Sázavou. Na stezce bude umístěno 13 informačních tabulí a 2 zastavení určená dětem.

5.5 Vyhodnocení výsledků rozhovorů

Z rozhovorů plyne, že všechny tři subjekty, které byly osloveny, podporují cestovní ruch jako takový, ale snaží se i o udržitelnou formu podpory cestovního ruchu. Je zřejmé, že jak město Zruč nad Sázavou, tak i větší organizace podporují začínající podnikatele v oblasti (udržitelného) cestovního ruchu ve všech směrech. Oproti tomu menší organizační celky nemají dostatečnou pracovní sílu ani kompetence takové podpoře plně vyhovět. Dále je zřejmé, že organizace tohoto typu spolu ve velmi případech spolupracují. Do této spolupráce se však může zapojit i město.

5.6 Vyhodnocení hypotéz

Hypotéza: 70 % respondentů si myslí, že cestovní ruch přispívá ke znečištění životního prostředí.

Hypotéza je vyvrácena. Z terénního šetření vyplývá, že pouze 52 % návštěvníků má tento názor. Je to nepříznivé zjištění, neboť cestovní ruch je jedním z největších znečišťovatelů životní prostředí.

Hypotéza: 80 % návštěvníků se do Posázaví vrací.

Tato hypotéza byla potvrzena. Dotazníkové šetření dokazuje, že 97% dotazovaných návštěvníků má v úmyslu Posázaví znovu navštívit.

Hypotéza: Všichni podnikatelé ve zkoumané oblasti jsou v oblasti udržitelného cestovního ruchu vždy plně podporováni.

Poslední hypotéza nemůže být ani vyvrácena ani potvrzena. Z řízených rozhovorů plyne, že větší společnosti, jako je např. Posázaví o. p. s. podnikatelům v této oblasti všestranně pomáhá, stejně tomu tak se snaží i dané město. Menší společnosti však takový rozsah podpory nemohou nabídnout.

6 Návrhy a opatření

Z terénního šetření byly navrženy následující opatření.

Návštěvníci Posázaví by uvítali čistější řeku Sázavu, resp. její břehy. Akce na toto téma samozřejmě probíhají, ale nikoli celoplošně. Samozřejmě je to organizačně velmi náročné, ale se zapojením většiny MAS v této oblasti, je to celkem dobře zvládnutelné. Z neřízených rozhovorů s návštěvníky bylo zřejmé, že by dále uvítali kvalitnější ubytovací a stravovací služby. Jednalo by se o modernizaci nebo rekonstrukci sociálních budov a jejich zařízení, hlavně v kempech a tábořištích. Dále by zde uvítali možnost čerstvější stravy namísto obvyklých mražených polotovarů. To je však téměř nesplnitelné, jelikož pro podnikatele to znamená velmi vysoké investice do zařízení se značně dlouhou dobou návratnosti.

Otázkou také zůstává řešení šetrného cestování a s tím související nenásilná forma výchovy návštěvníků. Posázaví je pro to ideálním příkladem. Jak již bylo zmíněno výše, celá oblast Posázaví je protkána železnicí, která ve většině míst kopíruje tok řeky. I proto by bylo vhodné v cestování po Posázaví více propagovat železniční dopravu. S rozvíjející se vodáckou turistikou by tak rostla i poptávka po železniční dopravě. Na tom by se samozřejmě měl podílet i dopravce, který by měl vyhovět přáním a požadavkům zákazníků.

Problémem souvisejícím se šetrným cestováním je malá informovanost návštěvníků o různých možnostech cestování. Jen velmi malé množství návštěvníků v minulosti využilo či využívá možnost agroturistiky, popř. ekoagroturistiky. Za vinu to můžeme klást i nedostatečné propagaci těchto zařízení samotnými podnikateli. Ti by se měli zaměřit na důslednější a cílenější formu propagace, mohou spolupracovat i s informačními centry. Právě oblast Posázaví je přímo ideální pro tuto formu cestovního ruchu. Agrofarmy, resp. ekoagrofarmy se mohou budovat nebo rekonstruovat z již stávajících farem. Takto vzniklé farmy, mohou sloužit jak pro potřeby majitele, tak i jako cílová destinace pro potenciální návštěvníky.

Po zvážení návrhů na rozvoj udržitelného cestovního ruchu v Posázaví byla zvolena poslední možnost. Konkrétně se jedná o vybudování agrofarmy.

7 Návrh nového produktu

7.1 Segmentace trhu

Pro potřeby bakalářské práce byla zhotovena následující segmentace trhu, kde byly určeny následující segmenty:

- Mládež – jedná se o většinou studujícího návštěvníka, ve věku 16 – 26 let, důvodem návštěvy je sport, příroda a zábava
- Rodiny s dětmi – jde o mladé rodiny s dětmi, rodiče ve věku 26 – 40 let, děti do 10 let, důvodem návštěvy je odpočinek, příroda, sport a zábava
- Starší rodiny – jedná se o starší osoby s dospívajícími nebo dospělými dětmi, rodiče ve věku 40 – 55 let, děti vyššího školního věku (např. SŠ, VOŠ), důvodem je návštěva kulturně-historických památek, odpočinek, příroda a sport
- Senioři – jde o stále pracující starší osoby nebo osoby v důchodu, ve věku 60 let a více, důvodem je návštěva kulturně-historických památek, odpočinek a příroda

7.2 Produkt, místo

K vyřešení otázky rozvoje cestovního ruchu v Posázaví bylo zvoleno rozšíření podnikání soukromého podnikatele o agroturistiku. Podnikatel nyní podniká v oblasti pohostinství a sportovního rybolovu. Vlastní rybník o rozloze 9 ha a k tomu přilehlé pozemky a budovu bývalého mlýna, který obývá se svojí rodinou.

Nedaleko rybníka má k dispozici sedm 4 – 6 místných chat. Ty jsou vybaveny kuchyňkou, jídelním koutem a ložnicí. V kuchyňce je lednice, veškeré nádobí, vařič a rychlovarná konvice.

Cena za ubytování:

Chata pro 4 osoby 1 den	600 Kč
Chata pro 4 osoby 1 týden (mimo sezónu)	3700 Kč
Chata pro 4 osoby 1 týden (sezóna)	3900 Kč
Další lůžko	100 Kč/den
Pes	30 Kč/den
Vratná kauce za pobyt	500 Kč
Sezóna: červenec, srpen	

Cena za ubytování je vždy za celou chatu pro 4 osoby včetně povlečení, energií a parkování u chaty, 5 a 6 lůžko se doplácí. V sezóně majitel upřednostňuje týdenní pobyty, ale při volné kapacitě je možnost se dohodnout i na kratší pobyt. Nástupy na týdenní pobyty v sezóně jsou v neděli po 14 hodině. Ukončení pobytu je v neděli v 10 hodin.

Jednalo by se o začínající agrofarmu, podnikatel by měl zvolit taková hospodářská zvířata, která nebudou pro začínajícího zemědělce náročná na chov. Po konzultaci s odborníkem v zootechnice by bylo nejideálnější zvolit chov králíků, slepic, kachen, prasat, ovcí a krávy. Kráva byla zvolena z důvodu ochrany ovcí před divokou zvěří apod. Podnikatel již nyní vlastní slepice a králíky, avšak pouze pro vlastní potřebu. V budově je možný prostor pro chov kachen a prasat. Pro ovce a krávu postačí přístřešek na pastvině, který pro ně bude sloužit současně jako zimoviště.

Dále se počítá s výsadbou sadu, složeného z ovocných stromů: jabloní, třešní, meruněk, hrušek a švestek. K pěstování zeleniny pro začátek poslouží stávající skleník a záhon, který by bylo v budoucnu možno rozšířit.

Majitel s pomocí rodinných příslušníků, popř. příležitostných brigádníků, bude samozřejmě produkovat svoje výrobky. Jehněčí, vepřové a telecí maso bude zpracovávat v restauraci a zbytek prodávat.

Ovoce vypěstované v sadu bude postupně zpracováno a prodáváno přímo na farmě. Jejich použití je všestranné: čerstvé, ovocné kompoty nebo marmelády a mošty. Samozřejmě poslouží i jako sezónní suroviny v kuchyni v restauraci stejně tak i zelenina.

7.3 Cena

Předběžná kalkulace

Hospodářská zvířata

➤ 15 ovcí á 1500 Kč	22 500 Kč
➤ prasnička	6 500 Kč
➤ kráva	30 000 Kč
➤ 10 kachen á 100 Kč	1 000 Kč

Ovocné stromy

➤ třešeň á 200Kč	2 000 Kč
➤ jabloň á 150 Kč	1 500 Kč
➤ hrušeň á 150 Kč	1 500 Kč
➤ švestka á 170 Kč	1 700 Kč
➤ meruňka á 180 Kč	1 800 Kč

Zelenina

➤ různé druhy zeleniny (cca 15 Kč/1 balení osevu)	500 Kč
---	--------

Oplocení a přístřešek

➤ oplocení pozemku s elektrickým ohradníkem (3ha)	20 000 Kč
➤ přístřešek pro ovce a krávu	20 000 Kč
➤ oplocení ovocných stromů (50 ks)	5 000 Kč

Propagace

brožury A5 (200 ks, křídový matný papír, 150g, plnobarevný tisk)	1 000 Kč
- poloviční sklad (velikost A4)	
letáky A5 (500 ks, křídový matný papír, 150g, plnobarevný tisk)	1 260 Kč

Dotace

Rozvoj zemědělství a s tím související agroturistiky je podporován z Programu rozvoje venkova. Pro programové období 2014 - 2020 jsou vymezeny nové programy. Je připravován i nový Program rozvoje venkova. Konkrétní podoba nových dotací ještě není známa. Východiskem pro dokončení celkové kalkulace proto bude Program rozvoje venkova ČR na období 2007-2013. Předpokládá se, že výše dotace pokryje 40% předběžných celkových nákladů investice.

Celková kalkulace

předběžná kalkulace	116 260 Kč
- dotace (40%)	- 46 500 Kč

Celkem	69 760 Kč
---------------	------------------

7.4 Marketingová komunikace

Komunikace mezi zákazníky a majitelem farmy bude probíhat prostřednictvím webových stránek. Jelikož majitel má zařízené webové stránky, postačí jejich rozšíření o informace týkající se farmy.

Majitel bude spolupracovat s informačním centrem ve Zruči nad Sázavou a ve Zbraslavicích, které je od Hodkova vzdálené asi 10 km. Dále také s informačním centrem v Ledči nad Sázavou, Vlašimi, Benešově, popř. v Kutné Hoře a Čáslavi. Majitel představí novou agrofarmu zaměstnancům informačních center a dále jim poskytne propagační materiály (letáky a brožury).

7.5 Ekonomický přínos

Nový produkt by měl přilákat do oblasti více návštěvníků. Ty zde zaplatí nejen za poskytované služby na farmě, ale koupí i nabízené produkty. Vzhledem k tomu, že v okolí není obdobné zařízení tohoto typu, lze předpokládat, že v případě účinné propagace, přiláká dané území daleko více návštěvníků. Je zřejmé, že se turisté nebudou v rámci pobytu soustředit pouze na aktivity nabízené farmou, ale navštíví řadu kulturně-historických památek v okolí nebo využijí množství cyklostezek i stezek pro pěší turistiku. Z uvedeného poté vyplyne i vyšší příliv finančních prostředků pro tuto oblast.

V případě spokojenosti klientů je předpoklad jejich opětovné návštěvy farmy. Účinné bude i šíření kladné odezvy mezi účastníky cestovního ruchu a jejich případná doporučení dalším osobám. V takovém případě se bude očekávat nárůst návštěvníků v další sezóně, s čímž bude souviset zvýšení obrátu a tím i zisku.

Zvýšený zisk poté bude investován do rozšíření služeb v následující sezóně a návštěvníci, kteří vyhledávají sportovní rybolov, tak budou moci oživit svou dovolenou o nový zážitek.

Využití farmy v začátku podnikání je také v poskytnutí zázemí farmy pro exkurze ze ZŠ a SŠ spojené s pobytem na farmě a názornou ukázkou agroturistiky v praxi a pro incentívni cestovní ruch.

V budoucnu je potenciál v rozšíření ubytovacích kapacit o další chatky nebo vybudování srubu se samostatnými obytnými jednotkami.

7.6 Další možnosti rozvoje cestovního ruchu v Posázaví

- dále rozvíjet agroturistiku, popř. ekoagroturistiku
- větší propagace regionu jak domácím tak i zahraničním účastníkům cestovního ruchu
- zvýšení úrovně ubytovacích zařízení (sociální budovy k kempech/tábořištích, turistické ubytovny apod.)
- zmenšení rozdílu sezónnosti (rozvoj incentivní turistiky)
- podpořit cestování vlakem (Posázavský pacifik)
- spolupráce mezi podnikateli (vytvoření produktových/programových balíčků)
- propagace kulturně-společenských akcí v regionu (masopustní průvod, májové slavnosti, apod.)

8 Závěr

Cílem této práce bylo prostřednictvím analýzy zhodnotit současný stav cestovního ruchu v oblasti Posázaví z hlediska udržitelnosti a na základě terénního šetření navrhnout řešení rozvoje cestovního ruchu ve zkoumané oblasti. Před začátkem práce byla nastudována odborná literatura a poté sepsána literární rešerše, kde je uveden obecný význam udržitelného cestovního ruchu.

Následně byla vytvořena situační analýza, kde bylo geograficky vymezeno Posázaví a představeny největší města tohoto regionu. Dále byly představeny nejvýznamnější přírodní i kulturní zajímavosti ve zkoumané oblasti. V závěru této části byly uvedeny možnosti ubytování a stravování pro potenciální návštěvníky.

Další částí práce bylo terénní šetření a to formou konkrétních otázek, které probíhaly dotazníkovým šetřením na různých místech ve zkoumaném území. Současně proběhly řízené rozhovory s pracovníky pohybujícími se v cestovním ruchu. Po získání dostatečného počtu vyplněných dotazníků a potřebného množství informací z řízených rozhovorů, proběhlo jejich vyhodnocení. Tímto byly potvrzeny nebo vyvráceny hypotézy určené na začátku práce.

Na základě terénního šetření byly navrženy možnosti rozvoje udržitelného cestovního ruchu v Posázaví, ze kterých byla vybrána nejideálnější varianta, jak z pohledu finančního, tak z pohledu reálnosti uskutečnění.

Poslední část práce je zaměřena na vybudování agrofarmy. Tento nový produkt je pro analyzovanou oblast zcela jedinečný a tudíž se očekává široký okruh zájmu návštěvníků a zvýšení návštěvnosti oblasti spojené s využíváním i dalších zařízení cestovního ruchu. S ohledem na uvedené je očekáván i zvýšený ekonomický přínos pro danou oblast.

9 Summary

The aim of the study it was to analyse assess the current state of sustainability tourism in the area of Posazavi and suggest solution of tourism development in the studied area. At the beginning it was studying of literature and writing literary research, which describes the general meaning of sustainable tourism.

The next step was the situational analyses, which was geographic definition of the Posazavi area and introduction of the biggest cities in this area. Then were suggested the most important natural and cultural attractiveness of the study area. In the end of this part it was introduction of accommodations and meals possibility for potential visitors.

Then followed field research at different places in the study area in the form of questionnaire. Then was controlled interview with tourism specialists. Afterwards evaluation of field research. At the end of this work was proved or disproved hypothesis, which were determined at the beginning of this study.

There were suggested some possibilities of sustainable tourism development in Posazavi based on field research. Most optimal option was selected from those suggestions from financial and realization points of view.

The last part of this study was focused on building of agrofarm. This new product is completely unique for the area and so it expects huge interest of visitors, which will increase visit rate of area, related with using other tourism facilities and bringing extra financial means.

Keywords: tourism, Posázaví, tourism product, tourism services, sustainable tourism, sustainable development, marketing

10 Seznamy

10.1 Seznam použité literatury

- Čertík, M. (2000). *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF.
- Francová, E. (2003). *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Fyall, A. & Garrod, B. (2005). *Tourism Marketing: A Collaborative Approach*. Buffalo: Channel View Publications.
- Goeldner, C., R. & Ritchie, J. (2009). *Tourism: principles, practices, philosophies*. Eleventh ed. Hoboken, N.J.: John Wiley.
- Hall, D., Kickpatrick, I. & Mitchell, M. (2005). *Rural tourism and sustainable business*. Buffalo: Channel View Publication.
- Hesková, M. (1997). *Cestovní ruch*. Jindřichův Hradec: Jihočeská univerzita, Fakulta managementu.
- Hesková, M. & kol. (2011). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna.
- Indrová, J., Malá, V., Mlejnková, L., Netková, J., & Vaško, M. (2004). *Cestovní ruch I*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů.
- Orieška, J. (1999). *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis.
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea Servis.
- Parmová, D. (2003). *Provoz služeb v cestovním ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta
- Parmová, D., Dvořák, V. & Frková, I. (2013). *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta.
- Pásková, M. & Zelenka, J. (2002). *Cestovní ruch: Výkladový slovník*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.
- Škodová Parmová, D. (2007). *Agroturistika*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Ekonomická fakulta.

10.2 Seznam použitých internetových zdrojů

- Café*. (2013). Parkhotel Český Šternberk. [online]. Přístup 27. 03. 2014, z <http://www.parkhotelceskystemberk.cz/cafe>
- Červený, M. *Přírodní rezervace Stvořidla a přírodní park Melechov*. (2005). Příroda. [online]. Přístup 14. 11. 2013, z <http://www.priroda.cz/clanky.php?detail=347>

- Chřenovice.* (2009). Hrad. [online]. Přístup 19. 11. 2013, z <http://www.hrady.cz/index.php?OID=162>
- Definition.* (2005). Sustainable Development of Tourism. [online]. Přístup 10. 04. 2014, z <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>
- Fiche 1 - Aby se Vám to líbilo.* (2014). Místní akční skupina Posázaví. [online]. Přístup 20. 02. 2014), z http://leader.posazavi.com/cz/area.asp?place_id=1&area_id=78
- Hlavní strana.* (2014). Posázavský pacifik. [online]. Přístup 19. 11. 2013, z <http://www.pacifikem.cz/>
- Hotel.* (2010). Kaskáda. [online]. Přístup 20. 11. 2013, z <http://www.kaskadaledec.cz/hotel>
- Hotel.* (2001). Pivovar Kácov. [online]. Přístup 21. 11. 2013, z <http://www.pivovarkacov.cz/?id=hotel>
- Kontakt.* (2012). Restaurace Centrál. [online]. Přístup 21. 11. 2013, z <http://www.central-ledec.cz/>
- Ledečský hrad.* (2011). Hrad Leděč nad Sázavou. [online]. Přístup 14. 11. 2013, z <http://hrad.ledecns.cz>
- Malý lexikon obcí 2013.* (2013). Český statistický úřad. [online]. Přístup 19. 11. 2013, z <http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/p/1302-13>
- Muzeum.* (2011). Leděč nad Sázavou. [online]. Přístup 09. 11. 2013, z <http://www.ledecns.cz/cs/informacni-centrum/muzeum.html>
- Nejromantičtější řekou Česka je Sázava.* (2010). Czechtourism. [online]. Přístup 22. 11. 2013), z <http://www.czechtourism.cz/media/tiskove-zpravy/nejromantictejsi-rekou-ceska-je-sazava.html>
- O nás.* (2012). Vinárna pod hradem. [online]. Přístup 20. 11. 2013, z http://www.vinarnapodhradem.cz/o_nas.html
- Pivovar.* (2001). Pivovar Kácov. [online]. Přístup 13. 12. 2013, z <http://www.pivovarkacov.cz/?id=pivovar>
- Pivovarská restaurace Šalanda.* (2001). Pivovar Kácov. [online]. Přístup 21. 11. 2013, z <http://www.pivovarkacov.cz/?id=restaurace>
- Půjčovna lodí Sázava.* (2009). Půjčovna lodí Samba. [online]. Přístup 22. 11. 2013, z <http://www.pujcovna-lodi.cz/pujcovna-lodi-sazava>
- Restaurace Ve Staré škole Vlastějovice.* (2013). Restaurace Ve Staré škole [online]. Přístup 21. 11. 2013, z <http://www.restauracevestareskole.cz/>
- Ubytování.* (2012). Penzion pod Zámkem. [online]. Přístup 20. 11. 2013, z <http://www.penzion-podzamkem.cz/>
- Ubytování.* (2007). Parkhotel Český Šternberk. [online]. Přístup 20. 11. 2013, z <http://www.parkhoteldt.cz/>

Vítejte na stránkách hradu Český Šternberk. (2005). Hrad Český Šternberk. [online].
Přístup 13. 11. 2013, z <http://www.hradceskysternberk.cz>

Vodopády Posázaví a povodí Vltavy. (2012). Vodopády. [online]. Přístup 13. 12. 2013,
z <http://www.vodopady.info/cz/sazava/Sazava.php?page=tichonice>

Zámek a park. (2013). Zruč nad Sázavou. [online]. Přístup 13. 12. 2013, z
<http://www.mesto-zruc.cz/pro-turisty/zamek-a-park/>

10.3 Seznam schémat, tabulek a grafů

Schéma 1: Cestovní ruch jako systém 11

Tabulka 1: Ceník vstupného 31

Graf 1 40

Graf 2 41

Graf 3 42

Graf 4 43

Graf 5 43

Graf 6 44

Graf 7 44

Graf 8 45

Graf 9 65

Graf 10 65

Graf 11 66

Graf 12 66

10.4 Seznam příloh

Příloha 1: Zámek a park Zruč nad Sázavou, vstupné 62

Příloha 2: Hrad Český Šternberk, vstupné 62

Příloha 3: Dotazník 63

Příloha 4: Grafické znázornění výsledků dotazníkového šetření – otázky 13 - 16 65

Příloha 5: Fotografická dokumentace Posázaví 67

11 Přílohy

Příloha 1: Zámek a park Zruč nad Sázavou, vstupné

Okruh	Dospělí	Děti, student, důchodci, ZTP, TP (dospělí)
I. Okruh krátký – interiéry	50Kč	30 Kč
II. Okruh dlouhý – interiéry, kaple, věž, galerie	100 Kč	50 Kč
III. Okruh expozice panenek	50 Kč	30 Kč
IV. Věž, výstava v galerii	30 Kč	20 Kč
V. Muzeum „Od verpánku k Baťovi“	30 Kč	20 Kč
VI. Zábavně naučná stezka Miloty Kolowrata		Vstupné se vybírá pouze za děti 30 Kč (dospělí vstupné zdarma – dozor)
VII. Rodinné vstupné 2 + 2		
I. okruh krátký	130 Kč	
II. okruh dlouhý	250 Kč	

Příloha 2: Hrad Český Šternberk, vstupné

Vstupné hrad			
	Český výklad	Cizojazyčný výklad	Výklad s překladem
Dospělí	125,-	195,-	145,-
Studenti, důchodci	85,-	135,- (pouze studenti)	115,- (pouze studenti)
Děti od 4 do 15-ti let	65,-	135,-	115,-
Rodinné vstupné (2 dospělí + max. 3 děti od 4 do 15-ti let)	350,-	—	—
Vstupné hladomorna			
Dospělí	10,- Kč		
Děti	5,- Kč		

Všechny ceny jsou uvedeny včetně 15% DPH.

Fotografování v expozici je zpoplatněno na 40,-Kč za foto licenci a 50,-Kč za video licenci.

Příloha 3: Dotazník

DOTAZNÍK

Dobrý den,

jmenuji se Aneta Nácovská a jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Tímto bych Vás chtěla poprosit o vyplnění dotazníku, který bude sloužit jako podklad ke zpracování mé bakalářské práce na téma Udržitelný cestovní ruch v Posázaví.

Děkuji za Váš čas.

**povinná otázka*

1. Jaký byl/je důvod Vaší návštěvy?*
- a. kulturně-historické památky
- b. návštěvy známých, příbuzných
- c. příroda a relax
- d. kulturní, sportovní akce
- e. jiné (doplňte jaké).....
2. Co jste zde navštívili?

3. Máte v úmyslu opakovat návštěvu Posázaví?*
- a. ano
- b. ne
4. Jak byste zhodnotili životní prostředí v této oblasti?*

5. Setkali jste se někdy s pojmem udržitelný cestovní ruch?*
- a. ano
- b. ne
6. Pokud jste v předchozí otázce odpověděli ano, co si pod tímto pojmem představujete?

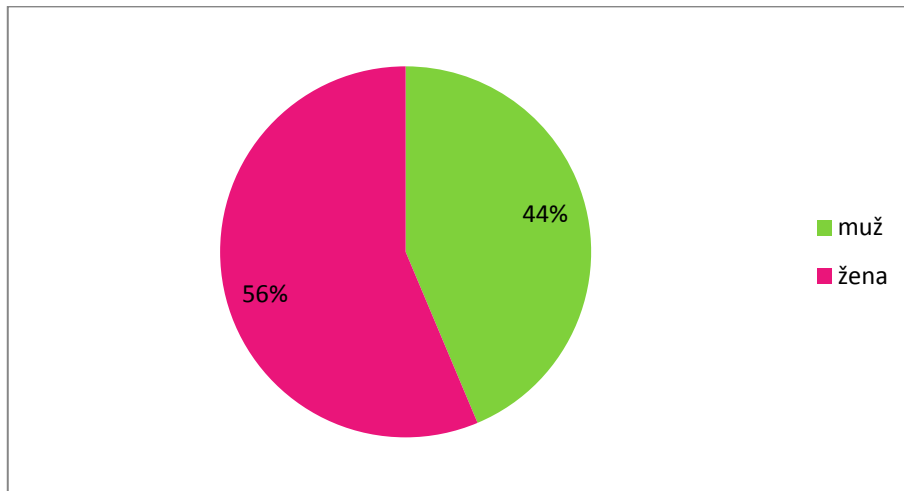
7. Využili jste někdy alternativní možnost cestování jako je agroturistika nebo ekoagroturistika?*
- a. ano, vždy
- b. ano, občas
- c. ne, ale zaujalo mě to
- d. ne, nic o tom nevím

- e. ne, nezajímá mě to
8. Jak často do roka cestujete?*
- 1 krát – 2 krát do roka
 - 3 krát – 4 krát do roka
 - 5 krát a více krát do roka
9. Jaké typy destinací nejčastěji navštěvujete?*
- moře – pláž
 - hory – lyžování, turistika
 - města – památky, muzea
 - jiné (doplňte jaké)
10. Myslíte si, že cestovní ruch přispívá ke znečišťování životního prostředí?*
- ano
 - ne
11. Pokud ano, jak?
12. Uvítali byste možnost třídit odpad v ubytovacím zařízení?*
- ano
 - ne
13. Jste muž nebo žena?*
14. V jaké věkové kategorii se nacházíte?*
- 16 – 25 let
 - 26 – 35 let
 - 36 – 55 let
 - 56 – 75 let
 - 76 let a více
15. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?*
- základní škola
 - vyučen/a
 - maturita
 - vyšší odborná škola
 - vyšší odborná škola
16. Jaké je místo Vašeho trvalého bydliště?*
- | | |
|------------------------|------------------------|
| a.Praha | h.Pardubický kraj |
| b.Středočeský kraj | i.Jihočeský kraj |
| c.Karlovarský kraj | j.Vysočina |
| d.Plzeňský kraj | k.Jihomoravský kraj |
| e.Ústecký kraj | l.Moravskoslezský kraj |
| f.Liberecký kraj | m.Zlínský kraj |
| g.Královéhradecký kraj | n.Olomoucký kraj |

Příloha 4: Grafické znázornění výsledků dotazníkového šetření – otázky 13 - 16

13. otázka: Jste muž nebo žena?

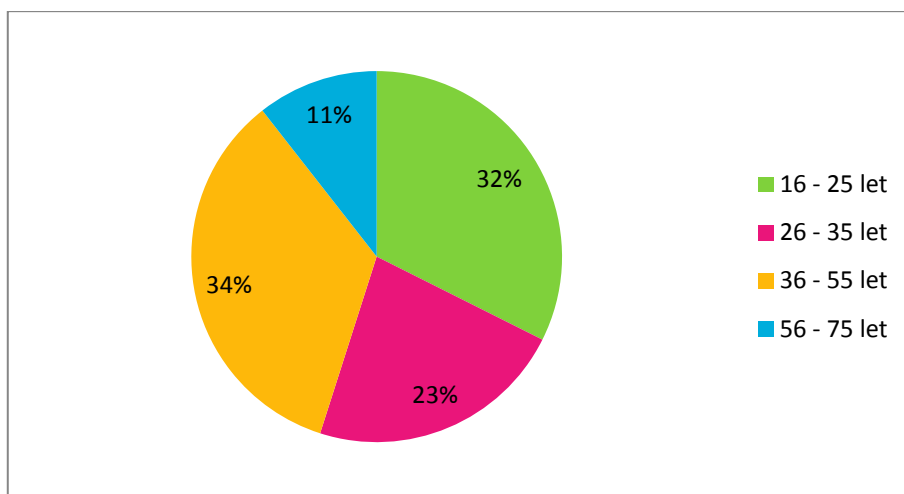
Graf 9



Zdroj: Vlastní šetření

14. otázka: V jaké věkové kategorii se nacházíte?

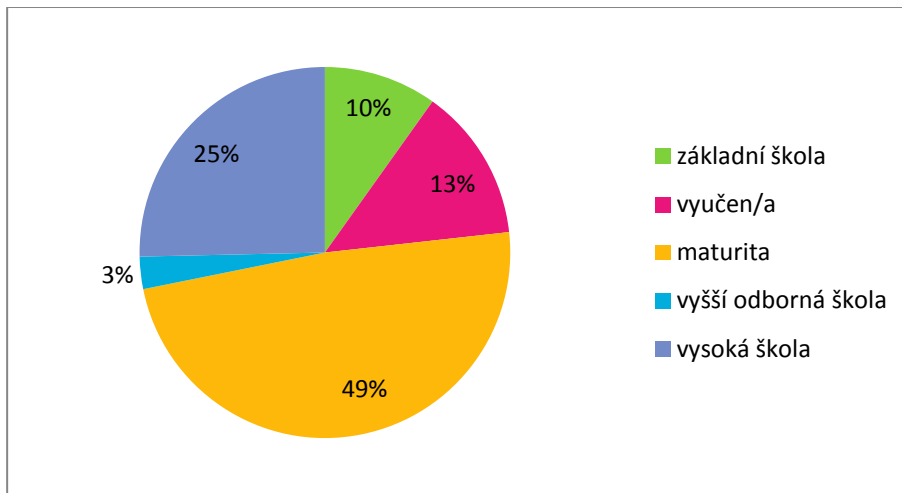
Graf 10



Zdroj: Vlastní šetření

15. otázka: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

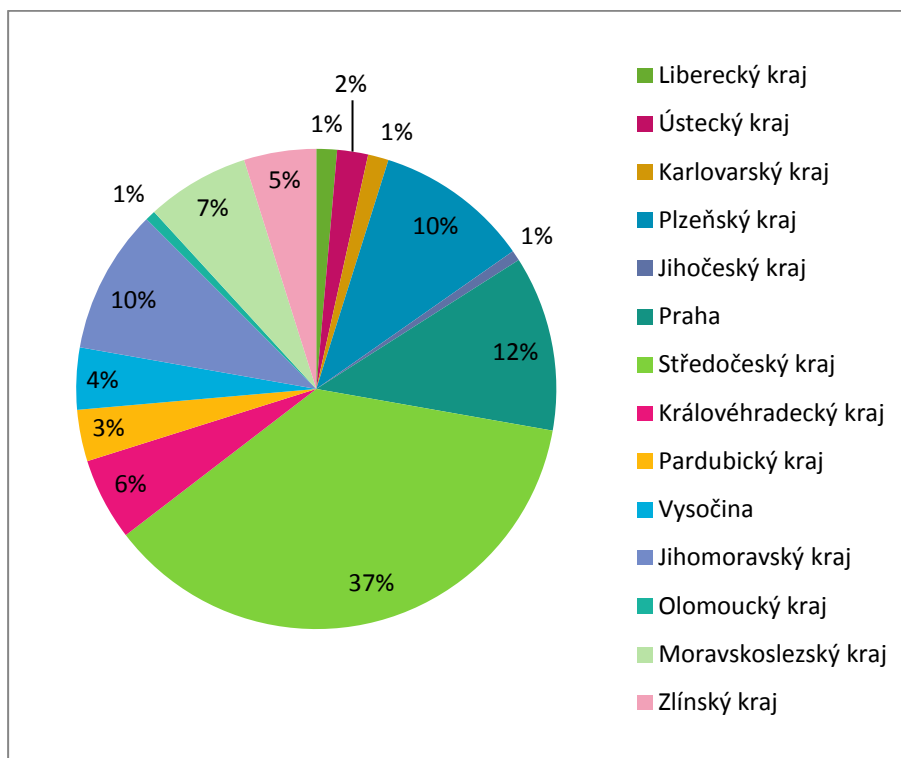
Graf 11



Zdroj: Vlastní šetření

16. otázka: Jaké je místo Vašeho trvalého bydliště?

Graf 12



Zdroj: Vlastní šetření

Příloha 5: Fotografická dokumentace Posázaví

Obrázek 1



Přírodní rezervace Stvořidla

Zdroj: Vlastní fotografie

Obrázek 2



Přírodní rezervace Stvořidla

Zdroj: Vlastní fotografie

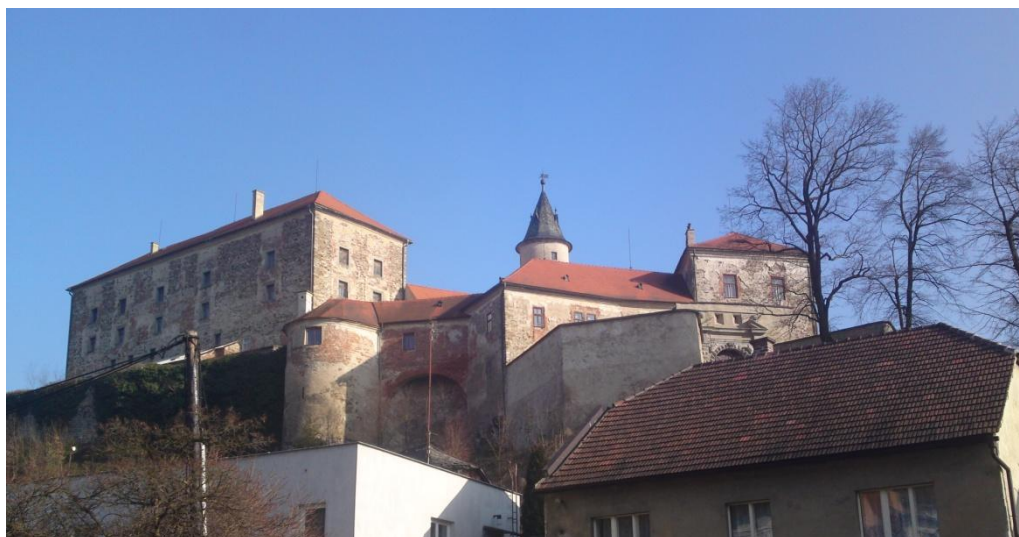
Obrázek 3



Hrad Leděč nad Sázavou

Zdroj: Vlastní fotografie

Obrázek 4



Hrad Leděč nad Sázavou

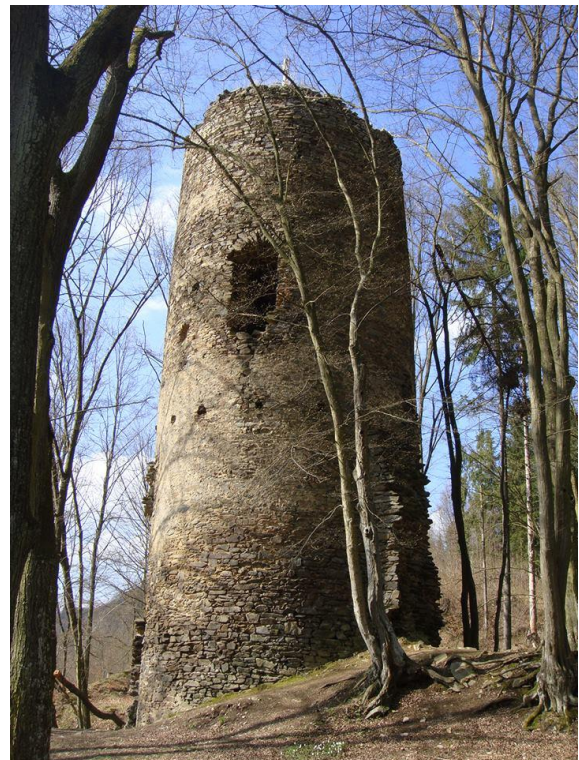
Zdroj: Vlastní fotografie

Obrázek 6



Zřícenina hradu Chřenovice

Obrázek 5



Zdroj: Vlastní fotografie

Obrázek 7



Zámek Zruč nad Sázavou

Zdroj: Vlastní fotografie

Obrázek 8



Zámek Zruč nad Sázavou

Zdroj: Vlastní fotografie

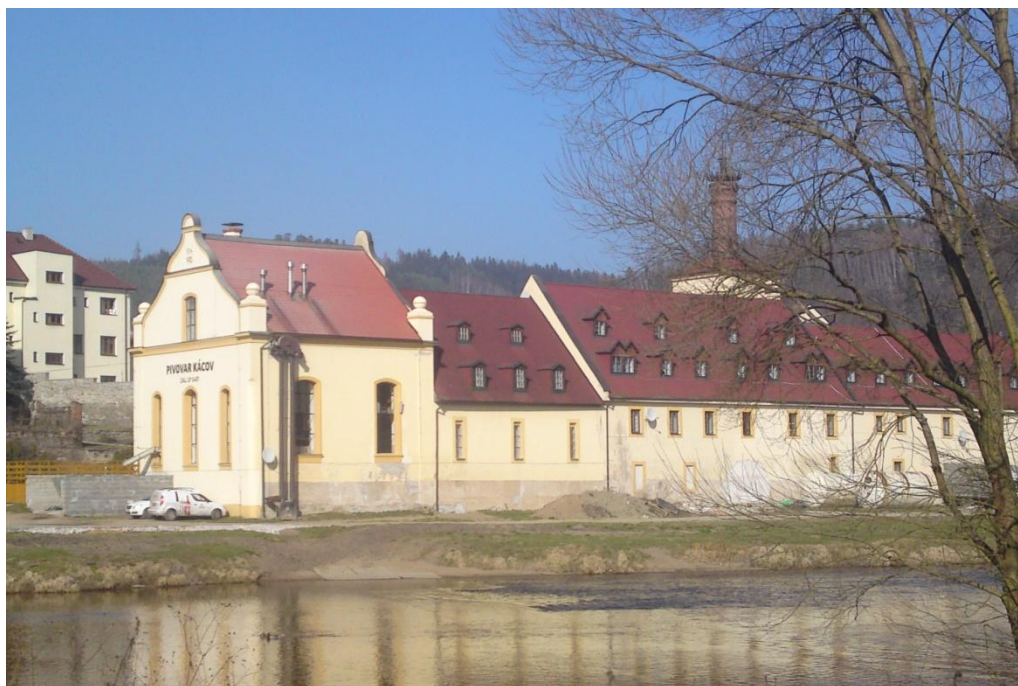
Obrázek 9



Zámecký park Zruč nad Sázavou

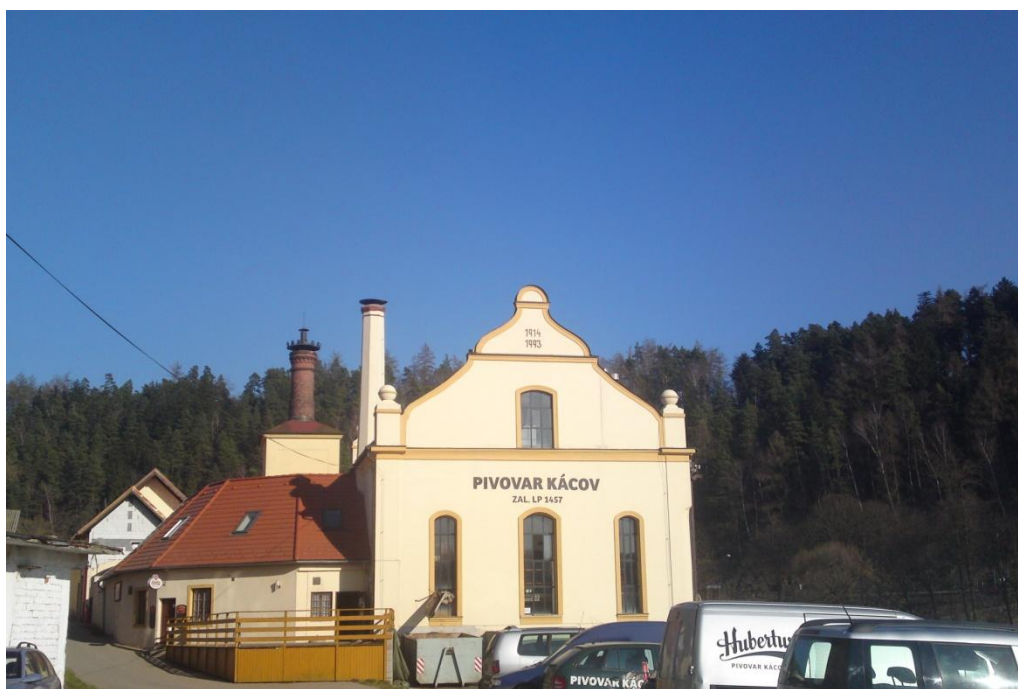
Zdroj: Vlastní fotografie

Obrázek 10



Pivovar Kácov

Zdroj: Vlastní fotografie



Pivovar Kácov

Zdroj: Vlastní zdroj



Hrad Český Šternberk

Zdroj: Vlastní fotografie