Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra řízení
Studentská 13
České Budějovice, 370 05

STUDIJNÍ PROGRAM:EKONOMIKA A MANAGEMENT
STUDIJNÍ OBOR: STRUKTURÁLNÍ POLITIKA EU A ROZVOJ VENKOVA

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Perspektivy cestovního ruchu v Jihočeském kraji

Vedoucí diplomové práce:
Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autor:
Blanka Tomková

2007

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Zemědělská fakulta
Katedra řízení
Akademický rok: **2005/2006**

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Blanka TOMKOVÁ**

Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Strukturální politika EU a rozvoj venkova**

Název tématu: **Perpektivy cestovního ruchu v Jihočeském kraji**

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:
Provedení analýzy cestovního ruchu v Jihočeském kraji.
Na základě SWOT analýzy vypracovat návrh strategie cestovního ruchu kraje a její implementace na zvolený segment turistů.
Metodický postup:
1. Studium odborné literatury.
2. Provedení analýzy cestovního ruchu v Jihočeském kraji.
3. Terénní šetření.
4. Sumarizace zjištěných dat, návrh vylepšení na daný segment turistů-
Rámcová osnova:
1. Úvod. 2. Literární přehled. 3.Použitá metodika. 4. Vlastní práce - analýza, stanovení strategie a navržení optimálního řešení. 5. Závěr. 6. Použitá literatura. 7. Přílohy. 8. Resumé

Rozsah práce:	**50 - 70 stran**
Rozsah příloh:	**dle možností**
Forma zpracování diplomové práce:	**tištěná**

Seznam odborné literatury:

Horner, S., Swarbrooke, j.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času, Aplikovaný marketing služeb. Praha: Grada Publishing, 2003.

- **Orieška, J.: Technika služeb cestovního ruchu. Praha: Idea Servis, 1999.**

Hrabánková, M., Hájek, T.: Management cestovního ruchu. České Budějovice:ZF JU, 2002.

- **Vaško, M.: Cestovní ruch a regionální rozvoj. Praha: VŠE, 2002.**

Cestovní ruch v regionech České republiky. Praha: Czech Tourism. 2003.

Odborné časopisy C.O.T., Všudybyl

Vedoucí diplomové práce:	**Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová** Katedra řízení
Konzultant diplomové práce:	**Mgr. Vladimír Dvořák** Katedra cestovního ruchu
Datum zadání diplomové práce:	**15. března 2006**
Termín odevzdání diplomové práce:	**15. dubna 2007**

prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA
studijní oddělení
Studentská 13
370 05 České Budějovice

doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2006

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Perspektivy cestovního ruchu v Jihočeském kraji“ vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů uvedených v seznamu literatury.

České Budějovice, duben 2007

Blanka Tomková

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych touto cestou vyjádřila své poděkování všem, kteří mi byli nápomocni při zpracování mé diplomové práce. Poděkování patří především vedoucí diplomové práce Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové a konzultantovi Mgr. Vladimíru Dvořákovi.

Autor

Osnova

1 **Úvodní část** 1

1.1 **Úvod** 1

1.2 **Cíl práce** 1

1.3 **Metodika práce** 2

1.3.1 Objekt zkoumání 2

1.3.2 Shromaždování dat 2

1.3.3 Analýza zkoumané oblasti 2

1.3.4 Syntéza 3

2 **Literární přehled** 4

2.1 **Obecná charakteristika cestovního ruchu** 4

2.2 **Vymezení pojmu cestovního ruchu** 5

2.3 **Základní pojmy v cestovním ruchu** 5

2.4 **Typologie cestovního ruchu** 7

2.4.1 Cestovní ruch dle převažující motivace účasti 8

2.4.2 Cestovní ruch dle místa realizace 9

2.4.3 Cestovní ruch dle platební bilance státu 10

2.4.4 Cestovní ruch dle délky pobytu 11

2.4.5 Cestovní ruch dle způsobu zabezpečení cesty a pobytu 11

2.4.6 Cestovní ruch dle počtu účastníků 11

2.4.7 Cestovní ruch dle způsobu financování 11

2.4.8 Cestovní ruch dle věku účastníků 12

2.4.9 Cestovní ruch dle převažujícího prostředí pobytu 12

2.4.10 Další užívaná kritéria v typologii cestovního ruchu 12

2.5 **Podmínky rozvoje cestovního ruchu** 13

2.5.1 Selektivní (stimulační) faktory 13

2.5.1.1 Objektivní faktory 13

2.5.1.2 Subjektivní faktory 14

2.5.2 Lokalizační podmínky 14

2.5.2.1 Přírodní podmínky a atraktivity 15

2.5.2.2 Společenské podmínky a atraktivity 16

2.5.3 Realizační podmínky ... 17
2.5.3.1 Podmínky dopravní ... 17
2.5.3.2 Materiálně-technická základna ... 18
2.6 Marketingová koncepce cestovního ruchu ... 20
2.7 Marketingový mix ... 21

3 Analýza Jihočeského kraje ... 23
3.1 Základní charakteristika území ... 23
3.2 Zajímavosti z historie ... 24
3.3 Selektivní (stimulační) faktory ... 26
3.3.1 Demografie ... 26
3.3.2 Hospodářství ... 27
3.4 Lokalizační podmínky ... 28
3.4.1 Přírodní podmínky a atraktivity ... 29
3.4.1.1 Klimatické poměry ... 29
3.4.1.2 Hydrologické poměry ... 29
3.4.1.3 Reliéf ... 31
3.4.1.4 Flóra a fauna ... 32
3.4.1.5 Životní prostředí ... 33
3.4.2 Společenské podmínky a atraktivity ... 33
3.4.2.1 Kulturněhistorické památky ... 33
3.4.2.2 Kulturní zařízení, kulturní a jiné akce ... 41
3.4.2.3 Sportovní zařízení a akce ... 45
3.5 Realizační podmínky ... 45
3.5.1 Dopravní podmínky ... 45
3.5.1.1 Silniční doprava ... 46
3.5.1.2 Železniční doprava ... 47
3.5.1.3 Letecká doprava ... 48
3.5.1.4 Vodní doprava ... 48
3.5.1.5 Cyklistická doprava ... 49
3.5.1.6 Ostatní druhy dopravy ... 50
3.5.2 Materiálně-technická základna ... 50
3.5.2.1 Ubytovací kapacity ... 51
3.5.2.2 Stravovací kapacity ... 53

4 Terénní šetření 55

4.1 Metodika 55

4.2 Vyhodnocení terénního šetření 56

4.3 Profil návštěvníka Jihočeského kraje 66

5 SWOT analýza 68

5.1 Analýza silných a slabých stránek 68

5.2 Analýza příležitostí a ohrožení 71

5.3 Zhodnocení SWOT analýzy v jednotlivých oblastech 73

6 Návrh strategie cestovního ruchu kraje 77

6.1 Vize 78

6.2 Mise 78

6.3 Marketingové cíle 78

6.4 Marketingová strategie 78

6.5 Aktivace marketingového mixu 79

6.5.1 Produkt 79

6.5.2 Cena 80

6.5.3 Distribuce 80

6.5.4 Promotion 81

6.5.5 Lidé 82

6.5.6 Packaging 82

6.5.7 Naprogramování 84

6.5.8 Spolupráce 84

7 Závěr 85

8 Summary 87

9 Použitá literatura 88

10 Seznam tabulek a grafů 90

11 Seznam příloh 91

1 Úvodní část

1.1 Úvod

Cestovní ruch se v poslední době stává jedním z nejvýznamnějších odvětví světové ekonomiky, a stává se tak globálním fenoménem. Na dynamickém růstu se podle WTO (World Tourism Organization – Světové organizace cestovního ruchu) bude stále velmi výrazně podílet evropský kontinent a v jeho rámci poroste podíl zemí střední a východní Evropy a tedy lze předpokládat, že i České republiky.

Pro snazší propagaci a na základě přirozeného potenciálu pro cestovní ruch bylo na území České republiky vymezeno čtrnáct turistických regionů. Turistické regiony jsou v této souvislosti oblasti, pro něž je typický určitý druh turistiky, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje, ale zároveň i od ostatních regionů odlišuje.

Jedním ze čtrnácti regionů je Jihočeský kraj. O této atraktivní oblasti by bylo možné psát velmi dlouho, zvláště o jeho dochovaném životním prostředí a s ním i značném historickém a kulturním bohatství, které kraj nabízí. Jihočeské hrady a zámky, stejně jako některá historická města, se staly symboly českého památkového fondu; o Hluboké nad Vltavou, Červené Lhotě či Českém Krumlovu snad každý z nás alespoň slyšel. Ale jižní Čechy nabízejí desítky dalších krásných míst, kde ani v sezoně nepotkáte davy turistů – třeba v Novohradských horách nebo v České Kanadě.

Jihočeský kraj, jeho okolí, historie a rozmanitá atmosféra činí z celého regionu ideální místo pro strávení příjemné dovolené, což je základním předpokladem k tomu, aby zde mohl být cestovní ruch rozvíjen a služby v oblasti cestovního ruchu zkvalitňovány a zlepšovány.

1.2 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce na téma „Perspektivy cestovního ruchu v Jihočeském kraji" je provedení analýzy cestovního ruchu v Jihočeském kraji.

Na základě SWOT analýzy bude práce zaměřena na vypracování návrhu strategie cestovního ruchu kraje a její implementace na zvolený segment turistů, v čemž spočívá praktická část diplomové práce.

1.3 Metodika práce

1.3.1 Objekt zkoumání

Diplomová práce je aplikována na Jihočeský kraj, neboť tento kraj je sám o sobě atraktivním místem pro trávení volného času a dovolené a i přesto jsou na trhu cestovního ruchu nedostatky, jejichž eliminace a práce s nevyužitým potencionálem může zájem o destinaci ze strany turistů mnohonásobně zvýšit.

1.3.2 Shromažďování dat

Před vlastním zpracováním diplomové práce bylo nezbytné získat potřebné materiály. Nejprve byla prostudována literatura vztahující se k cestovnímu ruchu. Informace o samotné oblasti byly získány z nejrůznějších odborných publikací, internetových stránek a z údajů Českého statistického úřadu.

Významným zdrojem podkladů pro zpracování práce byly informace získané při osobních rozhovorech s pracovníky cestovního ruchu a neopomenutelné jsou hlavně informace získané dotazníkovým šetřením jehož výsledky tvoří podstatnou část práce.

1.3.3 Analýza zkoumané oblasti

Na základě získaných podkladů byla provedena analýza regionu. Jihočeský kraj byl nejprve vymezen geograficky a historicky. Selektivní (stimulační) faktory určily demografické a hospodářské předpoklady, lokalizační podmínky se zabývali přírodními a společenskými podmínkami a atraktivitami území a realizační podmínky hodnotily poskytovatele služeb cestovního ruchu v oblasti.

Analýze byli podrobeni také návštěvníci regionu, u kterých se zkoumal kraj/stát odkud přicestovali, použitý dopravní prostředek, s kým přicestovali, kolikrát již navštívili region, důvod návštěvy, provozované aktivity, věk a mnohé další charakteristiky.

SWOT analýzou byly zhodnoceny silné a slabé stránky Jihočeského kraje v oblasti cestovního ruchu a byl podán přehled budoucích příležitostí a ohrožení.

1.3.4 Syntéza

Na základě SWOT analýzy byla navržena strategie cestovního ruchu Jihočeského kraje a její implementace na zvolený segment turistů, jež se skládá z definování mise, stanovení marketingového cíle, vybrání marketingové strategie a aktivování marketingového mixu. Východiskem byly určené přednosti (silné stránky a příležitosti) Jihočeského kraje. Navržená strategie byla implementována na zvolený segment turistů.

2 Literární přehled

2.1 Obecná charakteristika cestovního ruchu

Cestování a cestovní ruch má velmi dlouhou historii. Foret, Foretová, (2001); Hladká, (1997); Hesková, Dvořák (2006) se shodují na tom, že za moderní kolébku cestovního ruchu lze považovat Anglii. První hromadný turistický výlet se uskutečnil právě v Anglii roku 1841. Konal se při příležitosti otevření železniční tratě a účastnilo se ho 570 lidí. Akci cestovního ruchu zorganizoval A. T. Cook (1808 - 1892).

Výraznější rozmach cestovního ruchu byl zaznamenán po 2. světové válce. Od roku 1950 do roku 1997 se počet účastníků mezinárodního cestovního ruchu zvýšil z 25 na 612 milionů, tedy dvacetčtyřikrát. Ve stejném období vzrostly příjmy z cestovního ruchu z 2,1 mld. USD na téměř 444 mld. USD, tedy více než dvěstědvacetkrát. (Hrala, 2000)

Za důvody rychlého rozvoje cestovního ruchu můžeme považovat především celkové změny ve společenském vývoji, změny v životní úrovní obyvatel, ve zvýšení volného času lidí. Dále také rozvoj automobilismu, letectví, komunikačních spojení apod.

V České republice se cestovní ruch začal velmi dynamicky rozvíjet po pádu „železné opony". Díky přirozenému turistickému bohatství se naše země stala velmi atraktivní pro zahraniční turisty.

Kulminace rozvoje cestovního ruchu v České republice nastala v roce 1996, od tohoto roku můžeme zaznamenat pokles příjezdů zahraničních turistů. Jeden z důvodů výše uvedeného jevu je, že po roce 1990 jsme byli téměř „neprozkoumaná" země, avšak tuto výhodu jsme již ztratili a stali jsme se jednou z mnoha zemí, která musí o svého návštěvníka bojovat. Dalším důvodem je, že ceny většiny služeb se dostaly na evropskou úroveň, avšak kvalita služeb v mnoha případech není adekvátní.

2.2 Vymezení pojmu cestovní ruch

Cestovní ruch je velmi složitý sociálně ekonomický jev a je ho tedy obtížné vymezit. Jednotliví autoři přistupovali k definování cestovního ruchu různě, definice se také měnily v průběhu jeho vývoje.

Z jednotlivých pojetí však můžeme vysledovat společné atributy: (Hesková 2006, Kopačka 1999, Orieška 1999)

- dočasná změna trvalého bydliště;
- nepravidelnost cestovního ruchu;
- nevýdělečný charakter cesty nebo pobytu;
- vzájemné mezilidské vztahy.

Aby bylo možné statistické srovnání cestovního ruchu, je nezbytné sjednocení pojmů, a to jak na národní, tak i mezinárodní úrovni.

Za mezník v unifikaci pojmů a sjednocení definice cestovního ruchu je považována Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu, která se konala v roce 1991 v kanadském hlavním městě Ottavě. Konferenci pořádala Světová organizace cestovního ruchu (WTO – World tourism organization).

Cestovní ruch zde byl definován jako **činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí a to na dobu kratší než je stanoveno[1], přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě[2].** (Malá, 2002)

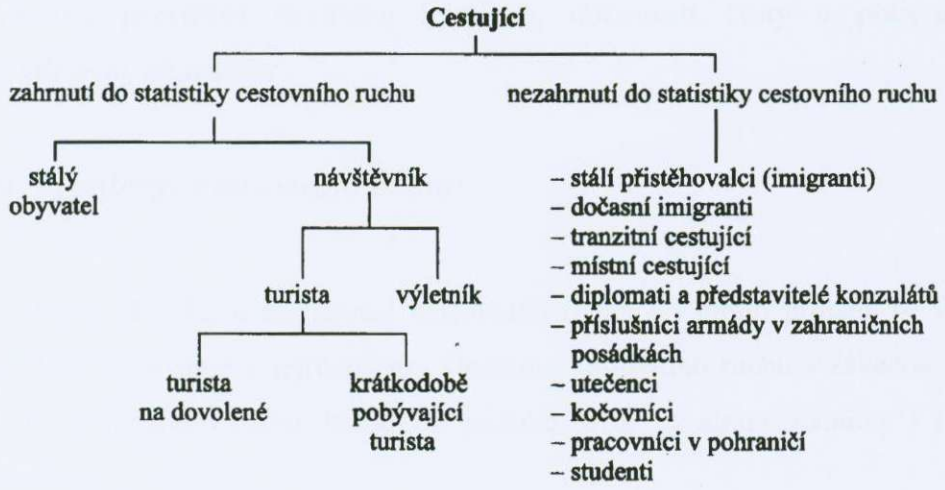
2.3 Základní pojmy v cestovním ruchu

V souvislosti s definováním pojmu cestovní ruch, byly vymezeny i další pojmy, které se vztahují především k podrobnějšímu rozlišení různých typů účastníků cestovního ruchu a to jak v oblasti domácího, tak i mezinárodního cestovního ruchu.

Z hlediska statistiky je účastníkem cestovního ruchu cestující označený jako návštěvník, turista nebo výletník. V souladu se závěry mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu z roku 1991 však tyto pojmy nejsou ekvivalentní. Ve struktuře cestujících má své místo i stálý obyvatel jako potenciální účastník domácího nebo zahraničního cestovního ruchu (viz Schéma 1).

[1] U mezinárodního cestovního ruchu tato doba činí 1 rok, u domácího cestovního ruchu 6 měsíců.
[2] Jiný účel cesty než vykonávání výdělečné činnosti v definici znamená, že výdělečná činnost není v navštíveném místě založena na trvalém či přechodném pracovním poměru.

Schéma 1 **Struktura cestujících podle závěrů mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu** (Ottawa, 1991)



Zdroj: Hesková (2006)

Stálý obyvatel (rezident) v domácím cestovním ruchu je osoba, která žije alespoň šest po sobě následujících měsíců v jiném místě před příchodem do jiného místa na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu je to osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příchodem do jiné země na kratší dobu než jeden rok. Jde tedy o občany státu a cizince splňující tato kritéria.

Návštěvník (visitor) je osoba, která v domácím cestovním ruchu cestuje na jiné místo v zemi svého trvalého bydliště na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu cestuje do jiné země na dobu nepřesahující jeden rok s tím, že hlavní účel cesty v obou případech jiný než výkon výdělečné činnosti.

Turista (tourist) je osoba, která v domácím, resp. v zahraničním cestovním ruchu splňuje kritéria návštěvníka. Účast turisty na cestovním ruchu je spojena minimálně s jedním přenocováním. Z hlediska délky pobytu se přitom rozlišuje:

- **turista na dovolené** (holiday maker), který pobývá na daném místě více než určený počet nocí nebo dní (např. v ČR 2 – 3 noci, ve Francii 7 – 8 nocí),
- **krátkodobě pobývající turista** (short-term tourist), který cestuje na dobu nepřekračující určený počet nocí nebo dní, ale zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním.

Výletník (excursionist, same-day visitor) je návštěvník, který necestuje na kratší dobu než 24 hodin s tím, že přenocuje v navštíveném místě.

Z předcházejícího textu vyplývá, že základními charakteristikami jednotlivých modifikací účastníka cestovního ruchu z hlediska statistiky je **změna místa běžného životního prostředí (trvalého bydliště), dočasnost cesty a pobytu a její nevýdělečný charakter.**

2.4 Typologie cestovního ruchu

Stejně tak jako u definování cestovního ruchu i v tomto případě se v odborné literatuře setkáváme s nejrůznějším členěním cestovního ruchu v závislosti na tom, jak se projevuje v reálné konkrétní podobě, a to na straně nabídky i na straně poptávky.

Nejčastěji je cestovní ruch členěn na formy a druhy. (Holeček & kol., 1999; Hesková, 2006)

- **Formy** vyjadřují motivy, které vedou obyvatele k účasti na cestovním ruchu. K základním druhům patří rekreační, kulturní, společensky zaměřený, sportovní a profesionálně zaměřený cestovní ruch.
- **Druhy** rozlišují různé kvalitativní charakteristiky cestovního ruchu. Toto dělení umožňuje sledovat vývoj, intenzitu a strukturu jednotlivých druhů cestovního ruchu. Podle různých hledisek rozlišujeme cestovní ruch celoroční a sezónní; krátkodobý a dlouhodobý; individuální a skupinový; domácí, zahraniční a tranzitní; vázaný a volný.

V konkrétní praxi však dochází k prolínání obou těchto hledisek. Navíc mezi odborníky neexistuje jednotný názor na to, co je formou a co druhem cestovního ruchu. Ve výše uvedeném členění by tedy jiná skupina autorů označila druhy za formy a formy za druhy. Proto budu nadále hovořit již jen o typu cestovního ruchu, který umožňuje charakterizovat motivaci účasti na cestovním ruchu, způsob realizace cestovního ruchu i účinky, které cestovní ruch pro společnost i jednotlivce přináší.

Typy cestovního ruchu se člení dle následujících kritérií: (Malá, 1999)

- převažující motivace účasti na cestovním ruchu
- místo realizace
- vztah k platební bilanci státu
- délka pobytu
- způsob zabezpečení cesty a pobytu

- počet účastníků
- způsob financování
- věk účastníků
- převažující prostředí pobytu
- ostatní kritéria

2.4.1 Cestovní ruch dle převažující motivace účasti

Dle tohoto kritéria bývá cestovní ruch členěn na:

- **rekreační cestovní ruch** – představuje nejširší účast obyvatelstva na cestovním ruchu. Neznamená jen pasivní odpočinek, ale obvykle je spojen s aktivním pobytem v přírodě a uplatněním celé řady aktivit, zájmů a koníčků. Určitým specifickým typem rekreačního cestovního ruchu je i chataření a chalupaření
- **kulturně poznávací cestovní ruch** – je zaměřen především na poznávání historie, kultury a tradic vlastního i jiných národů. Zahrnuje návštěvu kulturně historických památek (hrady, zámky apod.), kulturních zařízení (muzea, galerie, obrazárny, knihovny), kulturních akcí (divadelní představení, festivaly folklórní a lidové slavnosti) i návštěvu kulturní krajiny (parky, zahrady) a další
- **cestovní ruch s náboženskou orientací** (poutní turistika) – hlavním motivem je návštěva poutních a posvátných míst, církevních památek apod.
- **cestovní ruch se vzdělávacími motivy** – cestování s cílem dalšího vzdělávání. Program cesty a pobytu je tomu přizpůsoben (zájezdy s výukou jazyku, sportovních disciplín atd.)
- **cestovní ruch se společenskými motivy** – orientovaný na společenské styky a komunikaci mezi lidmi. Zahrnuje i návštěvy přátel, příbuzných a známých, návštěvy různých společenských akcí a událostí i klubovou turistiku
- **zdravotně orientovaný cestovní ruch** – zaměřen na zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci i léčení následků nemoci. Převážně se jedná o pobyty v lázních. Tento typ cestovního ruchu sehrává důležitou úlohu ve zdravotním stavu obyvatelstva. Jeho význam stále roste v souvislosti se zvyšujícím se uvědoměním lidí v oblasti péče o vlastní zdraví a zdravý způsob života

- **sportovně orientovaný cestovní ruch** – zahrnuje krátkodobé či dlouhodobější pobyty se sportovní náplní (horská a vysokohorská turistika, cykloturistika, vodní turistika, pěší turistika). Speciální formou jsou lovecká turistika či sportovní diváctví
- **cestovní ruch orientovaný na poznání přírodního prostředí** – zaměřený především na poznání přírody a života v ní. Zahrnuje např. návštěvu přírodních rezervací, národních parků či CHKO. Specifickým typem tohoto cestovního ruchu je ekoturistika, která se vyznačuje vysokou mírou pochopení, odpovědností, ohleduplností a etikou vůči přírodě a její ochraně. Jde tedy o turistiku zachovávající původní hodnoty přírodního prostředí při bezprostředním styku s ní
- **cestovní ruch s profesními motivy** – na rozdíl od předchozích typů není realizován ve volném čase a je spojen s profesní činností a zájmy. Patří sem především:
  - **obchodní cestovní ruch** – zahrnující obchodně i jinak profesně zaměřené služební cesty
  - **kongresový cestovní ruch** – zahrnující účast na různých kongresech, konferencích a seminářích
  - **cestovní ruch veletrhů a výstav** – při kterých jsou vystavovány a nabízeny různé produkty a služby s cílem zaujmout účastníky, informovat je a vytvořit si tak kontakty vedoucí k prodeji
  - **incentivní cestovní ruch** – někdy bývá nazýván také stimulační nebo motivační turistikou a je využíván zaměstnavatelem jako stimul k pracovnímu výkonu, setrvání ve firmě nebo jako odměna za dosažené výkony. Charakteristické je, že náklady spojené s účastí na tomto typu cestovního ruchu zcela nebo v převážné části hradí zaměstnavatel. Může mít různé podoby, jako např. dovolená pro nejlepší pracovníky, pobyty zaměřené částečně pracovně apod.
- **cestovní ruch specificky orientovaný** – má specifické motivy, např. nákupní cestovní ruch (cesty do zahraničí za výhodnými nákupy), politický cestovní ruch (diplomatické cesty), vojenský cestovní ruch (cesty příslušníků armády).

2.4.2 Cestovní ruch dle místa realizace

Jde o členění podle území, na kterém cestovní ruch probíhá, jedná se o:

- **domácí cestovní ruch** – při němž účastníci nepřekračují státní hranice své země. Je to cestovní ruch domácího obyvatelstva na území jejich státu
- **zahraniční cestovní ruch** – při kterém vždy dochází k překračování hranic. Z hlediska konkrétního státu může mít zahraniční cestovní ruch dvojí charakter:
  - **výjezdový cestovní ruch** – výjezdy občanů dané země do zahraničí
  - **příjezdový cestovní ruch** – příjezdy zahraničních návštěvníků do země. Specifickou součástí příjezdového cestovního ruchu je tranzitní cestovní ruch, který představují průjezdy zahraničních účastníků cestovního ruchu přes území určitého státu, když cíl účasti na cestovním ruchu je realizován na území dalšího státu Světová organizace cestovního ruchu (WTO – World Tourism Organisation) uvádí ještě dva základní typy cestovního ruchu:
  - **cestovní ruch vnitrostátní** – který zahrnuje veškerý cestovní ruch na území určitého státu
  - **cestovní ruch národní** – který zahrnuje veškerý cestovní ruch obyvatelstva určitého státu.
- **mezinárodní cestovní ruch** – zahrnuje pohyby účastníků cestovního ruchu mezi státy, bez konkrétního teritoriálního určení. K pojmu mezinárodní cestovní ruch se vztahují ještě dva typy cestovního ruchu a to:
  - **cestovní ruch světový** – který zahrnuje veškerý cestovní ruch na světě, při kterém dochází k překračování hranic
  - **cestovní ruch světa** – jež zahrnuje veškerý cestovní ruch, který je na světě realizován.

2.4.3 Cestovní ruch dle platební bilance státu

Služby cestovního ruchu přinášejí určité ekonomické dopady na národní ekonomiku ve vztahu k zahraničí, konkrétně vliv na platební bilanci státu. Vztahuje se pouze k zahraničnímu cestovnímu ruchu, který je z tohoto hlediska členěn na:

- **zahraniční cestovní ruch aktivní (příjezdový)** – zahrnuje příjezdy zahraničních návštěvníků do určité země, které jsou spojeny se spotřebou a v konečném efektu tedy s přílivem deviz do platební bilance státu a tedy kladný vliv na ni

- **zahraniční cestovní ruch pasivní (výjezdový)** – zahrnuje výjezdy obyvatel určitého státu do zahraničí, což v konečném efektu pro stát znamená odčerpávání devizových prostředků a tím pasivní vliv na platební bilanci státu.

2.4.4 Cestovní ruch dle délky pobytu

Dle tohoto kritéria je cestovní ruch členěn na:

- **krátkodobý** – je charakteristický krátkou dobou pobytu (zpravidla do 3 přenocování)
- **dlouhodobý** – pobyt zahrnuje více jak 3 přenocování, ne však více než 6 měsíců v domácím cestovním ruchu a více než 1 rok v mezinárodním cestovním ruchu.

2.4.5 Cestovní ruch dle způsobu zabezpečení cesty a pobytu

Dle tohoto kritéria, které zohledňuje skutečnost, kdo zajišťuje cestu a pobyt účastníků cestovního ruchu je tento členěn na cestovní ruch:

- **organizovaný** – cestu i pobyt zajišťují cestovní kanceláře či jiné podnikatelské subjekty a účastník cestovního ruchu si nakupuje ucelený zájezd
- **neorganizovaný** – veškeré služby si zajišťuje účastník sám.

2.4.6 Cestovní ruch dle počtu účastníků

kde cestovní ruch bývá obvykle členěn na:

- **individuální** – veškeré náklady si účastník plně hradí sám
- **skupinový** – cesta a pobyt je zajišťována hromadně pro zájmově či jinak vytvořené skupiny.

2.4.7 Cestovní ruch dle způsobu financování

čili podle způsobu úhrady nákladů spojených s účastní na cestovním ruchu. Z tohoto hlediska bývá cestovní ruch členěn na:

- **komerční** – veškeré náklady si účastník plně hradí sám,
- **sociální** – část nákladů je uhrazována za přispění nějaké organizace či instituce (odborářská rekreace, dětské tábory, některé lázeňské pobyty atd.).

2.4. 8 Cestovní ruch dle věku účastníků

Toto kritérium se uplatňuje ve vztahu k některým věkovým skupinám, které se svým spotřební chováním a nároky na rozsah a strukturu služeb odlišují od ostatních. Jedná se především o:

- **cestovní ruch dětí** – pobyty či cesty dětí do 15 let (dětské tábory, školní výlety, školy v přírodě)
- **cestovní ruch mládeže** – cestovní ruch mladých lidí ve věku 15 – 24 let, kteří již nejezdí na dovoleno se svými rodiči, ale ještě ne se svými rodinami
- **cestovní ruch seniorů** – důchodci, či obyvatel tzv. třetího věku, je představován cestovním ruchem obyvatelstva postproduktivního věku
- **cestovní ruch rodin s dětmi**
- **cestovní ruch věkové skupiny lidí mezi 40 – 50 lety** – cestovní ruch lidí, kteří již mají odrostlé děti, dostatek volného času, dobré ekonomické postavení a jsou v dobrém fyzickém stavu, což jim umožňuje intenzivní cestování.

2.4.9 Cestovní ruch dle převažujícího prostředí pobytu

S touto kategorií souvisí odlišné nároky na služby. Cestovní ruch je členěn na:

- **městský cestovní ruch** – má spíše krátkodobější charakter a hlavním motivem je návštěva turisticky zajímavých měst, jejich památek a dalších atraktivit
- **venkovský cestovní ruch** – je realizovaný převážně v příznivém životním prostředí venkova. Specifickou formou je agroturistika. Jedná se o pobyt na farmách či statcích spojený s aktivní účastní na životě v nich (práce na poli, pomoc při sklizni apod.)
- **lázeňský cestovní ruch** – zahrnuje převážně dlouhodobé pobyty spojené s léčením ve zdravotně příznivém prostředí lázeňský míst
- **cestovní ruch ve střediscích cestovního ruchu** – má různý charakter např. horská, přímořská střediska apod.

2.4.10 Další užívaná kritéria v typologii cestovního ruchu

V odborné literatuře se pro členění cestovního ruchu používá celá řada dalších kritérií, zejména:

- **dle ročního období** – cestovní ruch letní, zimní, sezónní, mimosezónní

- **dle způsobu ubytování**
- **dle použitého dopravního prostředku.**

2.5 Podmínky rozvoje cestovního ruchu

Pro analýzu možností rozvoje cestovního ruchu je třeba zkoumat činitele rozvoje a rozmístění cestovního ruchu, které se z ekonomického i geografického hlediska dělí na: (Hrala, 2001)

1. činitele, které stimulují vznik cestovního ruchu ve funkci poptávky a klasifikují se jako **selektivní (stimulační) faktory**,
2. činitele, které vytvářejí **možnosti** pro jeho lokalizaci ve vztahu nabídky teritoria a klasifikují se jako **lokalizační podmínky**,
3. činitele, které umožňují jeho faktickou realizaci a klasifikují se jako **realizační podmínky**.

Jejich společným jmenovatelem je to, že se vždy projevují v **prostorovém, územním uspořádání.**

2.5.1 Selektivní (stimulační) faktory

Tyto faktory mají primární postavení především v rozvoji cestovního ruchu. Jedině jejich prostřednictvím se mohou využít podmínky (předpoklady) pro cestovní ruch v konkrétních oblastech (střediscích). Představují vesměs společenské reality a dělí se na **objektivní a subjektivní faktory**.

2.5.1.1 Objektivní faktory

Tato kategorie představuje základní politické, ekonomické, demografické a ekologické předpoklady, mezi něž patří např.:

- **vnitropolitická situace a charakter politického systému** – zejména mírové uspořádání bez válečných konfliktů, které omezují realizaci vnitrostátního cestovního ruchu i zapojení do mezinárodního cestovního ruchu;
- **existence státních hranic,** které omezují volný pohyb obyvatelstva a soustřeďují je do vybraných koridorů jako jsou hraniční přechody, přístavy či letiště;

- **dosažená životní úroveň populace** s níž souvisí i objem volného času, množství obyvatel zapojujících se do cestovního ruchu a vyhledávání nových a vzdálenějších oblastí pro cestovní ruch;
- **proces urbanizace,** s nímž jsou spojeny požadavky na cestovní ruch;
- **kvalita životního prostředí** – znehodnocené životní prostředí v oblastech koncentrace obyvatelstva bývá podnětem k cestovnímu ruchu.

2.5.1.2 Subjektivní faktory

Ovlivňují rozhodování lidí o účasti na cestovním ruchu. Jejich účast závisí na příslušnosti k sociální a profesní skupině, ale také na četných psychologických faktorech. Často v rozhodování hraje významnou roli módnost návštěvy určitého střediska nebo oblasti, vliv reklamy a propagace cestovních kanceláří nebo středisek cestovního ruchu, ale i znalost jazyků. Stejně tak může být důvodem zvýšeného zájmu o konkrétní oblasti např. změna politické situace (otevření hranic do té doby nepřístupné země), dojem exotičnosti nabídek z hlediska přírodních i kulturních atraktivit apod. Tyto skutečnosti mohou i v relativně krátké době zvýšit příliv návštěvníků do dané oblasti a postupně i vyvolat změny v rozmístění mezinárodního cestovního ruchu v širších oblastech.

2.5.2 Lokalizační podmínky

Tyto činitele vytvářejí možnosti pro lokalizaci cestovního ruchu ve vztahu nabídky teritoria. Zaujímají rozhodující postavení při konkrétní lokalizaci (umístění) realizace cestovního ruchu a rozhodují o funkčním využití konkrétní oblasti (střediska) cestovním ruchem z hlediska přírodních možností a charakteru a kvality společenských podmínek či atraktivit. Tvoří základní schéma pro územní uspořádání realizace cestovního ruchu, poskytují však jen určité předpoklady o jejichž využití z hlediska cestovního ruchu rozhodují selektivní faktory a realizační podmínky.

Hlavními kategoriemi lokalizačních podmínek rozvoje cestovního ruchu jsou **přírodní a společenské podmínky a atraktivity.**

2.5.2.1 Přírodní podmínky a atraktivity

Přírodní podmínky a atraktivity cestovního ruchu přímo souvisejí s rozmanitostí přírodního prostředí na Zemi. Jsou výsledkem dlouhodobého vzájemného působení různých přírodních činitelů. Patří k nim zejména **klimatické poměry, hydrologické poměry, reliéf, flóra a fauna**. Nejvýznamnější oblasti cestovního ruchu vznikly v místech, kde se současně vyskytují příznivé hodnoty více než jednoho z přírodních činitelů.

Klimatické poměry

Ovlivňuje celkový charakter denního, sezónního nebo ročního průběhu počasí. Klimatické poměry konkrétní oblasti nebo střediska jsou dány především jeho polohou v některém z podnebných pásů. Na Zemi se vyskytují: pásmo rovníkové, dvě pásma subrovníková, dvě tropická, dvě mírná, subarktické, arktické a antarktické. Pásma jsou seřazena směrem od rovníku k pólům. Podnebná pásma podmiňují vznik základních rozdílů v charakteru klimatických předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu. Pro cestovní ruch je důležitá teplota vzduchu (vody), sluneční svit a výše srážek, zejména sněhových.

Hydrologické poměry

Mezi významné lokalizační předpoklady patří také různé druhy vodních zásob Země. Největší význam mají povrchové a podzemní vody.

Povrchové vody jsou soustředěny v oceánech, mořích, jezerech a řekách. Jsou využívány účastníky cestovního ruchu zejména pro koupání, provozování různých vodních sportů, rybolov a slouží též jako útvary, které zkrášlují obraz krajiny.

Podzemní vody mají významnou úlohu v cestovním ruchu zvláště tam, kde se dostávají na zemský povrch v podobě minerálních nebo teplých (termálních) pramenů a jsou základem pro vznik lázní.

Reliéf

Území výrazně ovlivňuje přitažlivost pro využití v cestovním ruchu. Nejlepší předpoklady mají zpravidla území s větší členitostí – se značnými výškovými rozdíly, s širokými výhledy apod. Zvláštní úlohu v cestovním ruchu mají nejatraktivnější formy reliéfu jako pískovcová nebo slepencová skalní města, sopečné jevy i doznívající sopečná činnost (činné i nečinné sopky, gejzíry, mofety, solfatary atd.) nebo krasové jevy (propasti, jeskyně, krasové prameny aj.) apod.

Flóra

Flóra je tvořena rozmanitým krytem, souvisle rozšířeným v teplejších a vlhčích podnebných pásmech Země. Z velkého počtu druhů rostlin, žijících v různých společenstvích, vytvářejí nejpříznivější předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu lesy. Lesy doplňují krásy krajiny pohoří nebo pobřeží vodních ploch.

Zvláštní postavení mají botanické zahrady, v nichž se v umělých podmínkách pěstují různá rostlinná společenství.

Fauna

Zejména přítomnost velkých savců a ryb, ovlivňuje přitažlivost území pro turisty. Dřívější vybíjení zvířat nahrazuje v současnosti zájem o pozorování a fotografování zvířat. Zvláštní význam mají zoologické zahrady, které jsou častým objektem cestovního ruchu.

2.5.2.2 Společenské podmínky a atraktivity

Uspokojují hlavně poptávku po vzdělání a zábavě. Charakteristickým rysem jejich rozmístění je značná územní koncentrace, převažuje tedy bodové rozmístění. Řada z nich má doplňkový význam pro jiné formy cestovního ruchu, jejich hodnotu však můžeme zvyšovat skutečnost, že se vyskytují v oblastech přitažlivých i z hlediska přírodních podmínek. Z jejich charakteru a funkce plyne, zda poutají zájem návštěvníků jako stále objekty nebo jednorázové akce. Člení se na:

- **kulturněhistorické památky**, jejichž využití cestovním ruchem je dáno zvláštností, uměleckou a historickou hodnotou. Rozhodující význam mají jen ty nejcennější či nejproslulejší, ostatní fungují většinou v postavení doplňujících atraktivit. Mezi nejpřitažlivější patří architektonická díla, ale i různé užitkové stavby a také jejich výzdoba
- **kulturní zařízení, kulturní a jiné akce,** většina z nich vystupuje jako doplněk jiných památek. Pro většinu kulturních zařízení je typický bodový charakter rozmístění. Dělí se na zařízení soustřeďující sbírky různého druhu (muzea, galerie, knihovny, skanzeny, aj.) a zařízení, jejichž prostřednictvím se realizují kulturní a jiné akce (divadelní představení, hudební či jiné festivaly, folklorní a další slavnosti, kongresy a sympozia, náboženské slavnosti a poutě aj.)
- **sportovní a zábavní zařízení a akce**, jejichž význam v oblasti cestovního ruchu roste v souvislosti s masovou účastí obyvatelstva na podnicích tohoto druhu. Velký počet zájemců přitahují do míst konání zejména pravidelné i jednorázové sportovní podniky mezinárodního významu (mistrovství světa, olympijské hry). Nezanedbatelné místo v cestovním ruchu si vybudovali i různé karnevaly či zábavné parky.

2.5.3 Realizační podmínky

Realizační podmínky umožňují uskutečnit (realizovat) nároky účastníků cestovního ruchu v oblastech (střediscích) s příznivými lokalizačními podmínkami. Umožňují dopravit se do těchto míst a využívat je k pobytu, k rekreaci a k dalším aktivitám. Dělí se proto na **podmínky dopravní a na materiálně-technickou základnu**.

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA
KNIHOVNA
Studentská 13
370 05 České Budějovice

2.5.3.1 Podmínky dopravní

Patří mezi základní podmínky realizace cestovního ruchu. Zajišťuje styk mezi výchozím místem účastníka cestovního ruchu a navštěvovanou oblastí. S rozvojem poptávky po cestovním ruchu roste význam dopravy a dochází k zapojení stále rozsáhlejších a i nových oblastí do vnitrostátního i mezinárodního cestovního ruchu zvyšováním jejich dostupnosti. Přestože většina dopravního systému byla budována

pro jiné hospodářské účely, má značný vliv na rozvoj a rozmístění cestovního ruchu a v souvislosti s jeho rozmachem je stále větší část dopravní infrastruktury budována výhradně pro potřeby cestovního ruchu (horské tratě, lanovky, vleky, dálnice, letiště apod.). Některé zařízení se i sama stávají atrakcí cestovního ruchu (viadukty, mosty umělé vodní cesty, atd.).

- **Železniční doprava** – byla prvním odvětvím dopravy, které rozšířilo možnost rozvoje cestovního ruchu a využití atraktivních oblastí v mezinárodním měřítku. Dnes funguje pro potřeby cestovního ruchu především v přepravě na velké vzdálenosti. V některých oblastech slouží výhradně potřebám cestovnímu ruchu (zubačky v horských oblastech, parní lokomotivy, Orientexpres, úzkokolejné tratě).
- **Silniční doprava** – přispěla k masovému rozvoji cestovního ruchu a stala se objemem přepravovaných účastníků vedoucím odvětvím přepravy. Převažující doprava na kratší vzdálenosti (individuální motorismus hlavně v domácím cestovním ruchu a víkendové rekreaci).
- **Letecká doprava** – se prosadila především při přepravě na velké vzdálenosti, hlavně v mezikontinentálním měřítku. Její význam v mezinárodním cestovním ruchu roste v relace se vzdáleností oblastí realizace od poptávkových oblastí; zkracuje jejich dostupnost na minimální časovou dimenzi. Vedle pravidelných linek slouží cestovnímu ruchu i speciální lety, tzv. chartry spojující atraktivní místa a oblasti prakticky na celé zeměkouli.
- **Vodní doprava** – ve své vnitrozemské formě se v cestovním ruchu uplatňuje jen okrajově jako přeprava výletní, rekreační a okružní. Také význam námořní dopravy ve vztahu k cestovnímu ruchu klesá a orientuje se většinou na realizaci okružních tras spojených s poznáváním společenských a přírodních atraktivit na pevnině.
- **Vertikální doprava** (lanovky, vleky) je odvětvím, jehož rozvoj byl vyvolán především potřebami cestovního ruchu. Zpřístupnila horské a vysokohorské oblasti a umožnila masový rozvoj zimních sportu a rekreace.

2.5.3.2 Materiálně-technická základna

Vzhledem k tomu, že účastníci cestovního ruchu přechodně opouštějí místa svého trvalého bydliště, kde uspokojují svoje základní fyziologické potřeby (spánek, strava,

hygiena), je třeba zvláštních zařízení, která tvoří materiálně-technickou základnu cestovního ruchu (MTZ CR). MTZ CR je soubor zařízení, která umožňují využívání území účastníky cestovního ruchu.

MTZ CR lze dělit na čtyři skupiny: ubytovací zařízení, stravovací a zábavná zařízení, dopravní a jiná zařízení MTZ CR.

Ubytovací zařízení

Umožňují účastníkům cestovního ruchu pobyt delší než je jeden den. Místa jejich lokalizace tvoří centra rozvoje cestovního ruchu. Kapacita je vyjadřována počtem lůžek. Lůžková kapacita významně ovlivňuje celkový objem cestovního ruchu jednotlivých středisek. Mají buď stálý (celoroční ubytování) nebo dočasný (sezónní) charakter.

Dle charakteru využívání lze ubytovací zařízení dále rozdělit na:

- Ubytovací zařízení volného cestovního ruchu (hotely, motely, botely, autokempinky atd.).
- Ubytovací zařízení vázaného cestovního ruchu (podniková rekreační zařízení).
- Objekty individuální rekreace (soukromé chaty a chalupy).

Stravovací a zábavní zařízení

Zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času využitelný na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu. Jde o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení, jakož i o společensko-zábavní služby, spojené s hudební produkcí, kulturním programem, případně další služby.

Služby základního stravování obsahují pohostinská zařízení s převážně stravovací funkcí (restaurace, motorest, jídelna se samoobsluhou). **Služby doplňkového stravování a občerstvení** jsou realizovány v provozovnách: denní bar, grilbar, snacbar, pizzeria, bistro apod. Dále to jsou i zařízení tzv. rychlého stravování. Jde např. o restaurace typu fast food nebo minigril. **Společenské**

a zábavní služby poskytují zařízení se společensko-zábavní funkcí, a to kavárna, espresso, vinárna, diskoklub případně další.

Dopravní zařízení

Hlavním úkolem dopravních zařízení, patřící do MTZ CR, je ulehčovat účastníkům jejich rekreační aktivity. Jsou to zejména horská dopravní zařízení (lanovky, vleky), umožňují překonat výškové rozdíly. Místa jejich výskytu se stávají středisky koncentrace účastníků cestovního ruchu.

Kapacita dopravních zařízení je vyjadřována v počtu osob přepravitelných za hodinu.

Jiná zařízení MTZ CR

Do této skupiny řadíme především další zařízení s rekreační funkcí (hřiště, bazény, tělocvičny, lyžařské běžecké tratě aj.) a zařízení, která bezprostředně podporují nebo organizují rozvoj cestovního ruchu (cestovní kanceláře, infocentra). (Holeček & kol., 1999; Hesková, 2006)

2.6 Marketingová koncepce cestovního ruchu

Základním smyslem marketingové koncepce cestovního ruchu je koordinace postupu na trhu cestovního ruchu, což představuje základní předpoklad úspěšnosti na trhu.

Koncepce sestává z mnoha etap, kdy na počátku stojí stanovení základního cíle a definování mise. Výběru správné marketingové strategie předchází řada analýz, určení předností destinace, segmentace trhu atd. Celým procesem až po realizaci prolíná kontrola, která je nezbytnou součástí všech etap a veškerých činností.

Úspěšnost marketingové koncepce cestovního ruchu závisí především na tom, do jaké míry jsme schopni poznat a identifikovat přání a potřeby účastníků destinace a uzpůsobit jim nabídku. (Kiráľová, 2003)

2.7 Marketingový mix

V souvislosti s pojmem marketingový mix se často setkáváme s názvem „4P", což představuje čtyři první písmena z anglických názvů základních komponent marketingového mixu:

- Produkt (výrobek);
- Place (distribuce);
- Promotion (podpora prodeje);
- Price (cena).

V oblasti cestovního ruchu je v souvislosti s marketingovým mixem častěji používaná zkratka „8P", pod níž se kromě čtyř základních komponentů mixu prezentují ještě čtyři další, a sice:

- People (lidé) – zaměstnanci a obyvatelé destinace;
- Packaging (tvoření balíčků);
- Programing (naprogramování) – sdílení vizí prostřednictvím společných projektů;
- Partnership (spolupráce) – dodavatelů, zprostředkovatelů, přepravců, veřejné správy a mnoha dalších. (Morrison, 1995)

Produkt je nepochybně jádrem veškerého marketingu cestovního ruchu. On poskytuje zákazníkům užitek, který hledají, a jeho vytvoření a dodání je hlavní činností organizace cestovního ruchu. (Horner - Swarbrooke, 2003)

Cena je základním prvkem marketingového mixu, její stanovení závisí na mnoha skutečnostech. Takovými skutečnostmi jsou soulad s celkovou marketingovou strategií organizace, uplatnění rozdílných cen na různých trzích, stanovení specifických cen podle typu zákazníka apod. Hodnota služby není determinována cenou, ale užitkem, který zákazníkovi přinese. Zákazník též přihlíží k celkovým nákladům na pořízení služby a srovnává cenu s podmínkami konkurence. (Payne, 1996)

„Producentem" produktu „destinace" by měla být organizace cestovního ruchu – kvazi podnik. V organizaci cestovního ruchu by měly být zastoupeny podnikatelské subjekty, občanské a kulturní organizace, orgány státní správy, orgány místních samospráv a obyvatelé destinace. Jejich hlavními úkoly v destinaci jsou:

- formulace koncepce a strategie rozvoje cestovního ruchu;

- podpora rozvoje nabídky cestovního ruchu v souladu s měnícími se podmínkami na trhu;
- uskutečňování marketingových aktivit. (Kiráľová, 2003)

3 Analýza Jihočeského kraje

3.1 Základní charakteristika území

Jižní Čechy jsou původně zemědělskou oblasti s tradičním rybníkářstvím a lesnictvím. Na počátku 20. století sem vstoupila průmyslová výroba. Atraktivity přírodního i kulturně historického bohatství kraje podmiňují rozvoj cestovního ruchu. Příhraniční charakter regionu přináší možnost spolupráce se sousedícími zeměmi Evropské unie.

Průmyslová výroba je koncentrována především v českobudějovické aglomeraci a okresech Tábor a Strakonice. Převažuje zpracovatelský průmysl, tj. výroba potravin a nápojů, dopravních prostředků, strojů a zařízení, textilní a oděvní.

Zemědělství se orientuje na rostlinnou výrobu, převažuje pěstování obilovin, olejnin a brambor. V živočišné výrobě chov skotu a vepřů. Tradiční chov ryb, který ve 25 000 ha vodních ploch představuje polovinu produkce v rámci celé ČR.

Z hlediska mezinárodní dopravy zaujímá Jihočeský kraj strategickou polohu na ose sever – jih. Krajem prochází důležité mezinárodní silnice a severojižní železniční koridor. Problémem je napojení kraje na evropskou síť.

Kulturní zařízení se soustřeďují především v okresních městech. Mezi nejznámější patří Jihočeské divadlo, Alšova jihočeská galerie, přírodní divadlo s otáčivým hledištěm v Českém Krumlově a mnohé další. Tělovýchovní a sportovní vyžití je možné na řadě míst v celém kraji.

Území Jihočeského kraje mělo vždy spíše rekreační charakter. Snaha o zachování přírodního prostředí vedla ke zřízení Národního parku Šumava (rozloha 685 km^2), chráněných krajinných oblastí Šumava (999 km^2), Třeboňsko (703 km^2), Blanský les (217 km^2), 272 maloplošných chráněných přírodních útvarů a celé řady chráněných přírodních výtvorů.

Chráněna jsou rovněž díla lidských rukou. Městskými památkovými rezervacemi se stala historická centra měst České Budějovice, Český Krumlov (památkou UNESCO), Jindřichův Hradec, Třeboň, Slavonie, Prachatice a Tábor.

V průběhu celého roku se konají na Výstavišti v Českých Budějovicích různé veletrhy a výstavy. Nejvýznamnějšími z nich jsou mezinárodní zemědělská výstava Země živitelka a Hobby.

3.2 Zajímavosti z historie

V kapitole bude nastíněna „historie krajského zřízení" na území jižních Čech:

I. léta 1654 - 1751

V období let 1654 až 1751 byly dnešní jižní Čechy rozděleny na dva kraje, Bechyňský (se sídlem v Bechyni) a Prácheňský (se sídlem v Písku). Rozdělení na tyto dva kraje bylo na základě tzv. berní ruly a vycházelo ze středověkého rozdělení území Čech. Budějovice a Tábor patřily do kraje Bechyňského, ale například Hluboká a Prachatice již do Prácheňského.

II. léta 1751 – 1849

V této době se poprvé objevuje Budějovický kraj se sídlem v Budějovicích Českých. Jižní Čechy byly rozčleněny na tři kraje: Prácheňský (Písek), Budějovický, Táborský (Tábor). Mezi vzniklé tři nové kraje bylo rozděleno území tzv. velkého předešlého kraje Prácheňského a Bechyňského.

Hranice mezi novým Prácheňským (změna oproti původní rozloze před r. 1751) a Budějovickým, resp. Táborským krajem tvořila cca hranice dnešních okresů České Budějovice / Prachatice, České Budějovice / Písek, Písek / Tábor. Hranice mezi Táborským a Budějovickým nekorespondují s dnešními hranicemi okresu. Lze říci, že území jižní a jihovýchodní části okresu Tábor a západní a jihozápadní části (zejména Třeboňsko) okresu Jindřichův Hradec patřilo do Budějovického kraje.

III. léta 1849 – 1851

V tomto období kraje neexistovaly.

IV. léta 1851 – 1855

Vznikají krajské vlády, nově jsou rozděleny bývalé tři kraje z let 1751 – 1849. Sídlem jedné ze 7. krajských vlád na území Čech se stávají České Budějovice. Území kraje pod správou této vlády poprvé ignoruje historické vymezení jižních Čech (naposledy třemi kraji). Budějovický kraj zahrnuje území předešlého Budějovického a Táborského kraje a nově i celé dnešní Benešovsko. Navíc je ke kraji připojen i severovýchodní cíp Prácheňského kraje. Téměř celý Prácheňský kraj ovšem spadá nově pod Plzeňský kraj se sídlem vlády v Plzni. Zachováno zůstává

rozdělení Čech a Morava – východní okraj kraje respektoval historickou zemskou hranici.

V. léta 1855 – 1868

Dochází k jedné změně. Zanikají krajské vlády a vznikají krajské úřady. Jinak žádná změna.

VI. léta 1868 – 1949

Kraje jako správní jednotky neexistovaly. Země byla rozdělena na malé „soudní" okresy, jejichž hranice se postupně měnily, okresy se slučovaly apod.. Bývalá krajská města se stávala kulturními, průmyslovými a dopravními centry pro oblast bývalých krajů. V těchto městech mnohdy sídlily některé pobočky státních institucí, bank apod..

VII. léta 1949 – 1960

Vzniká nové krajské rozdělení. Nikoliv však již rozdělení Čech a Moravy, ale rozdělení Československa. Nové kraje nerespektují hranice zemí – Čech a Moravy, ale pouze České a Slovenské republiky.

Zákonem z 21. 12. 1948 s účinností od 1. 1. 1949 vzniká mj. Českobudějovický kraj se sídlem v Český Budějovicích.

VIII. léta 1960 – 1990

Od 1. 7. 1960 vzniká Jihočeský kraj. Zahrnuje celý Českobudějovický kraj existující od roku 1949. Ale mění se jeho východní hranice, zpět jsou pod správou krajského úřadu v Českých Budějovicích připojena území Pacovska, Pelhřimovska, okolí Kamenice nad Lipou, Slavonicko; nově připojeno Humpolecko.

IX. léta 1990 – 2000

Kraje sice existují, ale zanikají krajské správní úřady. V bývalých krajských městech existují regionální pobočky státních institucí s působností většinou na území kraje.

X. od roku 2000

Od 1. 1. 2000 je zákonem vyhlášeno nové krajské zřízení. Vzniká 13 krajů a od prosince 2000 vznikají opět Krajské úřady v čele s hejtmanem, krajskou radou a zastupitelstvem. (17)

3.3 Selektivní (stimulační) faktory

Z hlediska selektivních (stimulačních) faktorů byla provedena analýza v následujících oblastech:

- demografie,
- hospodářství.

3.3.1 Demografie

Stejně jako v celé republice byl po dlouhé době i v Jihočeském kraji za 1. pololetí roku 2006 docílen **přirozený přírůstek počtu obyvatel**. K 30. 6. 2006 zde žilo podle předběžných výsledků 629 241 obyvatel, z toho 50,7 % představovaly ženy. Proti stavu na konci roku 2005 se počet obyvatel zvýšil o 1 475 osob. Toto zvýšení bylo přes příznivý vývoj v porodnosti a úmrtnosti zajištěno z více než 91 % stěhováním.

V kraji se narodilo 3 206 dětí, což je o 145 více než v 1. pololetí minulého roku. Zemřelo naproti tomu 3 077 osob, takže byl za sledované období dosažen přirozený přírůstek počtu obyvatel kraje o 129 osob. K přírůstku počtu obyvatel přirozenou měnou došlo ve všech okresech kraje s výjimkou okresů Písek a Tábor (v obou představoval úbytek 30 osob). Nejvyšší byl přirozený přírůstek v okrese Český Krumlov, kde počet narozených převýšil o 100 osob počet zemřelých.

Růst počtu obyvatel kraje byl však zajištěn především **příznivě se vyvíjejícím saldem migrace**. V uplynulém pololetí byl počet osob, které se do kraje přistěhovaly, o 1 346 vyšší než vystěhovalých. Pouze v okresech Jindřichův Hradec a Prachatice bylo saldo migrace záporné, což se projevilo v celkovém úbytku počtu obyvatel těchto okresů. Na dosažení kladného salda migrace se podílelo pouze zahraniční stěhovaní, do ostatních krajů republiky se vystěhovalo o 92 osob více než se z nich do Jihočeského kraje přistěhovalo. Přistěhovalí z ciziny pak o 1438 převýšili počet osob do ciziny vystěhovalých. Do kraje se stěhovali především

občané Ukrajiny, Slovenska a Německa, vystěhovalé do ciziny tvořili především vracející se občané Ukrajiny.

V 1.pololetí bylo **uzavřeno 1 207 sňatků**, což je 14 méně než před rokem. Sňatečnost byla nejnižší mezi kraji ČR. To se odrazilo při vyšší porodnosti ve zvýšení počtu dětí narozených mimo manželství (+ 143), a tím i růstu jejich podílu na celkovém počtu živě narozených dětí na 32,3 % (ve stejném období minulého roku to bylo 29,3 %). Meziročně se **o 117 snížil počet rozvodů**. Bylo jich tak o 313 méně než sňatků (ve stejném období minulého roku to bylo pouze o 210). Dvoutřetinový podíl stále představují rozvody manželství s nezletilými dětmi.

Přes meziroční zvýšení počtu potratů patří potratovost k nejnižším v rámci republiky a zůstala na přibližně stejné úrovni jako ve stejném období minulého roku. Kojenecká a novorozenecká úmrtnost zůstává přes své zvýšení na republikové úrovní.

Meziroční **pokles počtu zemřelých** o 160 osob ovlivnil především vývoj počtu úmrtí na druhou nejčastější příčinu, kterou jsou zhoubné nádory (26,8 %zemřelých). Těm podlehlo o 84 osob méně. Na nejčastější příčinu úmrtí, a sice nemoci oběhové soustavy (49,5 % zemřelých), zemřelo v letošním 1. pololetí o 25 osob více. Nepříznivý byl vývoj počtu zemřelých na infarkt myokardu i ostatní formy ischemické choroby srdeční, mírné zlepšení bylo naproti tomu zaznamenáno u cévních nemocí mozku. Na nemoci dýchací soustavy zemřelo o 71 osob méně než před rokem. Sebevraždou ukončilo život 39 osob, což je o 18 osob méně než ve stejném období minulého roku. (15)

3.3.2 Hospodářství

Jihočeský kraj není příliš bohatý na nerostné suroviny. Převažuje těžba štěrkopísku, stavebního kamene, cihlářských hlín a v omezené míře keramických jílů, vápence a grafitu. Významným přírodním bohatstvím jsou lesy, které zaujímají více než třetinu plochy kraje. Proto mělo v minulosti pro Jihočeských kraj velký význam lesnictví a dřevařský průmysl. Vzhledem k nalezištím křemene a křemenného písku zde vznikl také průmysl sklářský. Dalším důležitým odvětvím bylo rybářství a zemědělství. Přírodní podmínky a odlehlost však neumožnily vytvoření dostatečné dopravní infrastruktury a bránily tak dalšímu růstu již existujících výrobních odvětví a ztížily rozvoj nově vzniklých odvětví (papírenský

průmysl). Nedostatečné podmínky pro rozvoj průmyslu s sebou dále nesly zaostávání v dalších oblastech – například ve vzdělání. Tato situace se změnila s příchodem elektřiny a možností jejího masového využití. Průmysl se začal více rozvíjet. Nejvíce průmyslové výroby bylo soustředěno v okolí Českých Budějovic. Zbývající část Jihočeského kraje zůstala i nadále zemědělsky zaměřená.

Po roce 1948 se v Jihočeském kraji začalo s budováním podniků, zaměřených především na strojírenský průmysl (Motor, ZVVZ, ČZ,...). Budování průmyslu navazovalo i na místní tradice, a to především v rozvoji dřevozpracujícího (Jitona, Jihočeské dřevařské závody), textilního (Jitex, Otavan, Šumavan, Fezko, Jitka) a potravinářského průmyslu (Jihočeské mlékárny).

Rozložení průmyslových a obchodních ploch v Jihočeském kraji je v současnosti ovlivněno tradicí průmyslové výroby v městských centrech. V posledním období hraje roli i geografické umístění v blízkosti ekonomicky rozvinutých států – Rakouska a Německa. Průmyslová výroba je koncentrována především v českobudějovické aglomeraci a v okresech Tábor a Strakonice. Převažuje zpracovatelský průmysl (výroba dopravních prostředků, strojů, zařízení a elektrotechniky, výroba potravin a nápojů, textilní a oděvní).

Přes velmi silní industriální vlivy stále hraje důležitou roli (vzhledem k udržování rázu krajiny) na většině území primární sektor (zemědělství, lesnictví a rybářství). Do vývoje zemědělství v minulosti zasáhlo výrazně družstevnictví, které deformovalo základní vlastnické vztahy a často mělo negativní dopad na celou krajinu. Zemědělství se orientuje na rostlinnou výrobu, převažuje pěstování obilovin, olejnin a brambor. V živočišné výrobě chov skotu a prasat. Dlouholetou tradici má v Jihočeském kraji rybníkářství. Chov ryb v 25 000 ha vodních ploch představuje polovinu produkce v rámci celého Česka.

Jihočeský kraj se stává významnou turistickou a rekreační oblastí. Cestovní ruch zaznamenal v posledních letech největší nárůst podílu na podnikatelských aktivitách v kraji.

3.4 Lokalizační podmínky

Z hlediska lokalizačních podmínek byla provedena analýza v následujících oblastech:

- přírodní podmínky a atraktivity,
- společenské podmínky a atraktivity.

3.4.1 Přírodní podmínky a atraktivity

Z pohledu přírodních podmínek a atraktivit se zaměřím na následující přírodní činitele:

- klimatické poměry,
- hydrologické poměry,
- reliéf,
- faunu a flóru,
- životní prostředí.

3.4.1.1 Klimatické poměry

Jihočeský kraj leží v klimaticky mírném pásu, počasí však mívá proměnlivý charakter, v němž se střídají vlivy oceánu a pevniny. Většina území patří do mírně vlhké či vlhké oblasti, která ve výšce nad 700 až 800 m přechází v mírně chladnou oblast. Nejteplejší období přichází obvykle v červenci, kdy se průměrné teploty v nižších oblastech pohybují kolem 18 °C a v nejvyšších polohách klesají pod 14 °C. Maximální teploty dosahují v nižších polohách až 35 °C.

Nejteplejšími místy jsou Českobudějovická a Třeboňská pánev, nejchladnějšími oblast Novohradských hor a Šumavy, která však bývá oteplována suchými větry, tzv. fény. Nejmenší oblačnost a tedy i nejvíce hodin slunečního svitu náleží závětrným svahům šumavského podhůří, zatímco největší oblačnost a nejvyšší množství srážek zasahuje oblast Novohradských hor, Táborska a Jindřichohradecka.

3.4.1.2 Hydrologické poměry

Jihočeský kraj je zdrojnicí vod a pramení v něm některé významné české toky, především řeka **VLTAVA**. Vltava tvoří přirozenou osu jižních Čech a naprostá většina kraje také patří k jejímu povodí. Všechny ostatní významné jihočeské řeky jsou přítoky Vltavy nebo přítoky vltavských přítoků. Patří k nim **OTAVA,** která odvodňuje západ kraje, s přítoky Volyňkou a Blanicí. Zprava ústí do Vltavy Malše

a zejména **LUŽNICE**. Pouze nejvýchodnější část Jihočeského kraje náleží prostřednictvím Moravské Dyje k povodí Dunaje. Do Dunaje přivádí vody i řada menších potoků stékajících z Šumavy k jihu.

Výstavba velkých vodních nádrží výrazně změnila původní charakter vltavského údolí. Na horním toku Vltavy nalezneme nevětší vodní plochu v Česku – vodní nádrž **LIPNO** (4 870 ha). Větší částí své hladiny se v jižních Čechách nachází i vodní nádrž Orlík. Obě nádrže jsou intenzivně rekreačně využívány. Jednou z mladších vodních nádrží je vltavské vodní dílo Hněvkovice, sloužící především jako zásobárna vody pro jadernou elektrárnu Temelín.Na Malši vznikla vodárensky významná přehradní nádrž Římov (zásobuje pitnou vodou značnou část kraje).

O staletí dříve než moderní přehrady v jižních Čechách se začaly budovat jiné nádrže – rybníky, které dodávají jihočeské krajině typický kolorit. Největší rybníky obsahují více než 6,5 milionů m^3 vody a jejich rozloha se počítá na stovky hektarů. Celkem bylo na území jižních Čech vybudováno více než 7 000 rybníků: jejich současná celková výměra přesahuje 30 000 hektarů. Rybníky **ROŽMBERK** (489 ha: největší v Česku), Bezdrev, Horusický či Svět patří mezi nejznámější. Jedinečná je i soustava umělých vodních toků – kanálů, které rybníky spojují nebo regulují jejich přítoky. Patří mezi ně zejména **NOVÁ ŘEKA** a **ZLATÁ STOKA**.

Významnou úlohu mají i podzemní vody, které se vyskytují v jihočeských lázeňských městech Bechyni, Třeboni a Vráži u Písku.

Bechyně

K prosperitě města přispěl rozkvět lázeňství od 18. stol. Ve zdejších rašelinných lázních se již více než 200 let léčí především nemoci pohybového ústrojí. Lázeňské budovy se nacházejí na okraji města nedaleko Lužnice a jsou obklopeny rozlehlým parkem.

Třeboň

Více než stoletou tradici má v Třeboni lázeňství. V blízkosti Zlaté stoky se nachází komplex Bertiných lázní, které byly prvním lázeňskými budovami ve městě. Roku 1975 bylo do provozu uvedeno nové lázeňské sanatorium Aurora rozkládající se na severním břehu rybníka Svět. V Bertiných lázních a v lázních Aurora se léčí choroby pohybového ústrojí a provádí se zde slatinné koupele, zábaly a vodoléčebné procedury.

Vráž u Písku

Necelých 10 km severozápadně od Písku se nachází obec Vráž známá svými lázněmi orientovanými na léčbu nervových onemocnění. Lázně se nacházejí v pseudogotickém zámku.

Tab. 1 **Přehled lázeňských zařízení v Jihočeském kraji**

Lázeňské místo	Lázeňské zařízení	Kapacita lůžek (pokojů)
Bechyně	Lázně Bechyně s. r. o.	340 (167)
	Hotel Jupiter s. r. o.	48 (25)
Třeboň	Lázně Aurora s. r. o.	451 (287)
	Bertiny lázně s. r. o.	180 (90)
Vráž u Písku	Sanatorium	150
Celkem		1 169[3]

Zdroj: Oficiální databanka lázeňských a wellness zařízení [citováno 2006-11-23]

3.4.1.3 Reliéf

Ze zeměpisného hlediska jsou jižní Čechy zřetelně uzavřeným celkem. Jádrovou oblast kraje tvoří kotlina Jihočeských pánví, které se dělí na **ČESKOBUDĚJOVICKOU PÁNEV A TŘEBOŇSKOU PÁNEV**. Toto centrum jižních Čech je po obvodu lemováno převážně zalesněnými pohořími a vrchovinami, jež jižní Čechy jasně vymezují vůči svému okolí.

Pro obě pánve je charakteristický povrch s minimálním převýšením a velkým množstvím umělých vodních ploch – rybníků. Úroveň dna pánve Třeboňské (kolem 450 m n. m.) se nachází asi o 50 m výše než u pánve Českobudějovické.

Z okrajových vyvýšenin je nejvýraznější i nejvyšší na jihozápadě **ŠUMAVA**. Nejvyšší hora Šumavy **Plechý**, je i nejvýše položeným bodem jižních Čech. Na Šumavu navazují nižší a také menší **NOVOHRADSKÉ HORY** (Kamenec, 1 072 m n.m). Severozápadní lem jižních Čech tvoří výběžky zřetelně nižších Brd. Na severu odděluje jižní Čechy od Čech středních Středočeská pahorkatina (nejvyšší je Javorová skála, 723 m n. m) a na východě vymezuje jižní Čechy rozsáhlá Českomoravská vrchovina s nadmořskými výškami do 800 m. V místech, kde

Středočeskou pahorkatinu k severu proráží Vltava, se nachází v současnosti nejníže položený prostor jižních Čech – hladina vodní nádrže **ORLÍK** (330 m n. m.).

Pouze jediné pohoří lze považovat za „jihočesky vnitrozemské" – plošně malý **BLANSKÝ LES** (Kleť, 1 083 m n. m.), přímo navazuje na Šumavu."

Vzhledem ke značnému geologickému stáří hornin jsou pro zdejší krajinu typické oblé tvary a pozvolné obzory. I nejvyšší jihočeské pohoří, Šumava, se směrem od jádra kraje mírně zvedá širokým Šumavským podhůřím. Dramatičtější scenérie tak nabízejí zejména některá zakleslá říční údolí, například **VLATAVA** pod vodní nádrží Lipno, horní tok Blanice či dolní Lužnice.

3.4.1.4 Flóra a fauna

Vzhledem k velké rozloze, rozmanitosti a nestejně hustému osídlení kraje je i jeho flóra a fauna poměrně rozmanitá, a celé území je možné podle jeho charakteru rozdělit na tři oblasti.

První je Českobudějovická a Třeboňská pánev, kde převažují borové a místy smrkové lesy s druhově chudší květenou. Z botanického hlediska zde patří mezi nejzajímavější místa pánevní rašeliniště a rybničnaté oblasti s bohatou vodní květenou. Nejnápadnějšími zástupci fauny této části kraje je ptactvo, v němž převažují vodní druhy, z větších savců se v rozsáhlejších lesích vyskytuje jelen a srnec.

Druhou typickou oblastí je severní a východní část kraje, která se rozkládá na území Středočeské pahorkatiny a Českomoravské vrchoviny. Zemědělské plochy se zde střídají s jehličnatými monokulturami, které téměř vytlačily původní lesní a luční společenstva. Ptactvo zastupují jen běžné druhy, v lesnatějších místech se vyskytuje jelen, srnec a prase divoké.

Třetí a druhově nejzajímavější oblastí jsou hornaté plochy rozkládající se na jihu kraje při státní hranici s Německem a Rakouskem a přilehlé podhůří. Velkou část území pokrývají jedlobučiny, borové a smrkové lesy, cennými lokalitami jsou slatinné a rašelinné louky s výskytem vzácné vlhkomilné květeny a v horských oblastech se v jedlobučinách dochovaly původní porosty pralesního charakteru. Z fauny se zde kromě běžných druhů vyskytuje kuna lesní i skalní a vzácněji jezevec či vydra říční., v Novohradských horách a v Blanském lese žije početná jelení

populace. Ze vzácnějších ptačích druhů zde hnízdí káně lesní, jestřáb lesní a výr velký. Značně jsou rozšířeni plazi a obojživelníci, zejména zmije obecná.

3.4.1.5 Životní prostředí

Kvalita životního prostředí, která je v porovnání s jinými oblastmi Čech vysoká, se řadí k nejvýznamnějším devizám jižních Čech. V Jihočeském kraji nenajdeme větší devastovaná území a mnohé oblasti – i díky poměrně řídkému osídlení – si do značné míry uchovaly přirozený ráz. Nejcennější přírodní území jsou zákonem chráněna v síti velkoplošných i maloplošných chráněných území.

Nejvýznamnější oblasti chráněné přírody je Národní park ŠUMAVA, vyhlášený v roce 1991 na ploše 685 km^2 (největší v Česku). Směrem do vnitrozemí je lemován Chráněnou krajinnou oblastí Šumava (obě území přesahují do Plzeňského kraje). Dalšími chráněnými krajinnými oblastmi jsou Třeboňsko a Blatenský les. Počet maloplošných chráněných území, kterými jsou přírodní rezervace a přírodní památky, dosahuje mnoha desítek. Mezi nejznámější patří např. Stará řeka na Lužnici, Borkovická blata u Veselí nad Lužnicí, Chalupská či Jezerní slať na Šumavě.

V Jihočeském kraji najdeme i nejstarší chráněná území v Česku vůbec – zbytky přirozených lesních porostů. ŽOFÍNSKÝ PRALES v Novohradských horách je chráněn již od roku 1838, BOUBÍNSKÝ PRALES na Šumavě od roku 1858.

3.4.2 Společenské podmínky a atraktivity

Z pohledu společenských podmínek a atraktivit se zaměřím na následující oblasti:

- kulturněhistorické památky,
- kulturní zařízení, kulturní a jiné akce.

3.4.2.1 Kulturněhistorické památky

Historické památky a kulturní atraktivity jsou významnou složkou jihočeského potenciálu cestovního ruchu a vytvářejí tak výborné předpoklady pro rozvoj různých forem městské, kulturní a církevní turistiky. Zároveň jsou základnou pro tvorbu pestrých produktů využívajících historické a kulturní dědictví regionu.

Fenoménem Jihočeského kraje je nepřeberné množství památek – historických měst, městeček, hradů, zámků, tvrzí, kostelů i klášterů. Vznikaly a vyvíjely se téměř po tisíc let a na jejich vzhledu se podílely beze zbytku všechny umělecké slohy. Další zvláštností kraje je lidová architektura, mimořádně půvabné a hodnotné soubory převážně zděných statků s branami a malebně tvarovanými štíty, s výzdobou, pro níž se vžil poněkud nepřesný, ale výstižný název selské baroko.

Řada těchto kulturních památek je však ve špatném technickém stavu a využití pro cestovní ruch je mnohdy komplikováno vlastnickými vztahy i přesto, že zájem návštěvníků kraje o shlédnutí zrekonstruovaných památek v posledních letech stoupá. Málo účinná ochrana kulturního dědictví, respektive podřizování ochrany tohoto dědictví možnostem využití v cestovním ruchu, však může vést k tomu, že území přestane být turisticky atraktivní. Je tedy nezbytné věnovat ochraně kulturního dědictví mimořádnou pozornost a v rozvoji cestovního ruchu postupovat vyváženě a obezřetně tak, aby vynaložená snaha nevedla k poškození využívaných památek.

Historická centra měst

Několik desítek větších a menších jihočeských měst je pokladnicí jedinečných historických památek, které připomínají bohaté dějiny kraje. Nejzachovalejší městská centra vyhlášená za městské památkové rezervace najdeme v Českých Budějovicích, Českém Krumlově, Jindřichově Hradci, Prachaticích, Táboře, Třeboni a Slavonicích, za návštěvu však jistě stojí i města Písek, Bechyně, Vimperk, Nové Hrady, Vyšší Brod a další.

<u>České Budějovice</u>

Stotisícová metropole jižních Čech, ležící na soutoku řek Malše a Vltavy, je dnes centrem vzdělanosti, kultury a obchodu jednoho z turisticky nejatraktivnějších regionů České republiky.

Obrazem dávné a slavné historie města, od 13. století královského, je množství zachovalých skvostu architektury nejvýznamnějších slohů (radnice, Černá vět, dominikánský klášter s kostelem Obětování P. Marie, Samsonova kašna, chrám sv. Mikuláše i světoznámé historické jádro jako celek).

České Budějovice, známé také jako město výborné gastronomie a piva, zaujmou své návštěvníky bohatstvím kulturních, společenských i sportovních akcí místního, republikového i mezinárodního významu.

Český Krumlov

Jedna z nejvýznamnějších městských památkových rezervací v ČR. Okresní město v jižních Čechách na řece Vltavě zůstalo spolu s komplexem hradu a zámku jedinečným příkladem středověkého města střední Evropy s nedotčeným architektonickým bohatstvím více než pěti století. Od roku 1992 součást světového kulturního dědictví UNESCO.

Český Krumlov vyrostl jako středisko mocného feudálního rodu Vítkovců; hrad z 1. pol. 13. stol. (po pražském nejrozsáhlejší v Čechách) přestavěn ve 2. pol. 17. stol. na zámek s bohatými sbírkami, podhradí Latrán a město na pravém břehu Vltavy s gotickým půdorysem a renesančními budovami, renesanční purkrabství, zámecké divadlo s povodním vybavením. V zámeckém parku se nachází letohrádek a jízdárna, letní divadlo s otáčecím hledištěm (1958); gotický kostel sv. Víta (1402) se síťovou klenbou, kláštery minoritů a klarisek se společným gotickým, později zbarokizovaným kostelem, renesanční pivovar a zbrojnice, Budějovická brána (1598), renesanční radnice (1580).

Hrady a zámky

V minulosti bylo postaveno na území jižních Čech přibližně 100 hradů, hrádků a 400 tvrzí vybudovaných v rozmanitých stylech, v různém období a na zajímavých místech. Některé hrady zmizely beze stopy, jiné byly zničeny válkami a požáry nebo byly přestavěny na honosné zámky. Mezi nejznámější objekty patří hrady – Rožmberk, Zvíkov, Strakonice, Kámen; zámky – Hluboká nad Vltavou, Český Krumlov, Červená Lhota, Kratochvíle; zříceniny – Dívčí Kámen u Zlaté Koruny, Vítkův kámen u Lipna, Kozí Hrádek, Choustník; tvrze – Cunkštejn, Žumberk. Vývoj návštěvnosti hradů a zámků je uveden v následující tabulce:

Tab. 2 **Návštěvnost hradů a zámků 2003 – 2004**

Objekt	Návštěvnost 2003	Návštěvnost 2004
Český Krumlov	292 666	329 552
Červená Lhota	92 806	94 474
Dačice	12 057	14 302
Hluboká	184 877	214 870
Jindřichův Hradec	74 232	76 589
Kratochvíle	34 773	34 553
Landštejn	47 287	45 278
Nové hrady	17 389	20 340
Rožmberk	60 912	52 866
Třeboň	43 250	43 857
Domanín	40 445	34 097
Zlatá Koruna	18 983	19 069
Zvíkov	41 220	38 454
Celkem	960 897	1 018 301

Zdroj: www.npu.cz [citováno 2006-11-27]

Zvíkov

Hrad Zvíkov stojí nedaleko soutoku Otavy a Vltavy, je to jeden z nejvýznamnějších českých gotických hradů, který byl založen v 1. polovině 13. století jako opěrný bod královské moci v kraji.

Díky průběžným opravám se hradní areál zachoval v dobrém stavu a téměř v původní podobě. Dominantou hradu je okrouhlá obranná věž s břitem nazývaná Hláska, která se nachází v blízkosti nového vchodu. Nejstarší částí hradu je Černá neboli Hlízová věž, o něco mladší je královský palác s arkádovým nádvořím a kaplí, kterou zdobí pozdně gotické reliéfy ze začátku 16. století.

Červená Lhota

Červená Lhota je jedním z nejznámějších renesančních zámků u nás. Stojí na skalnatém ostrůvku v rybníku asi 8 km severně od Kardašovy Řečice.

Jeho současná podoba je výsledkem novogotických a novorenesančních úprav provedených v 2. polovině 19. a na počátku 20. století, kdy zámek získal charakteristické obloučkové štíty.

Do zámků se vchází po kamenném mostě, který roku 1622 nahradil původní dřevěný padací most. V patnácti rokokových a renesančních interiérech jsou umístěny sbírky obrazů a další hodnotné zařízení. Kolem zámeckého rybníka se rozkládá anglický park s běžnými druhy dřevin. Na severním břehu rybníka stojí

rodinná hrobka bývalých majitelů, původně zámecká kaple Nejsvětější trojice postavená v 16. století.

Vítkův kámen u Lipna

Zřícenina gotického hradu se tyčí vysoko nad okolní krajinou na stejnojmenném kopci (1053 m) na pravém břehu Lipenské přehrady. Je nejvýše položeným hradem v Čechách.

Vítkův kámen založil v polovině 13. století rod Vítkovů jako pohraniční pevnost. Bylo zde také správní středisko nových vesnic zakládaných z obou stran hranice. Hrad byl udržován až do začátku 18. století, poslední úpravy na něm byly provedeny v roce 1725, ale v polovině 18. století byl již opuštěn.

Žumberk

Západně od Nových Hradů se nachází obec Žumberk, jedna ze tří dochovaných opevněných vesnic v Evropě. První písemné zprávy o místní tvrzi pocházejí ze 13. století, v 17. století byla renesančně přestavěna a do jejího opevnění se šesti válcovými baštami byly zahrnuta celá ves a poplužní dvůr.

V současné době je v nově opravené tvrzi umístěno muzeum s expozicí jihočeského malovaného nábytku.

Církevní stavby

Velice početné zastoupení mají v jižních Čechách i církevní stavby – kostely, kaple, křížové cesty se zastaveními (Římov) a známá poutní místa. Nejznámější je však klášter ve Vyšším Brodě, klášter Zlatá Koruna nedaleko Českého Krumlova či klášter v obci Klášter ležící blízko Nové Bystřice.

Vyšší Brod

Klášter stojí na západním okraji městečka nad řekou Vltavou. Je jednou z nejcennějších památek gotické církevní architektury na našem území. Klášter založil před rokem 1259 Vok z Rožmberka jako rodové pohřebiště. Stavba kláštera trvala téměř do konce 14. století. Začátkem století 15. byl klášter opevněn hradbami s baštami, v průběhu 17. a 18. století byl barokně rozšířen o další budovy.

Klášter tvoří uzavřený opevněný areál skládající se z hospodářské části, vlastního kláštera, opatství a kostela Nanebevzetí Panny Marie. Areál je vyhlášen národní kulturní památkou.

Zlatá Koruna

Klášter patřící k nejlépe zachovaným gotickým klášterům v Čechách založil Přemysl Otakar II. V roce 1263 a nazval jej Svatá trnová koruna. Klášter, patřící cisterciáckému řádu, rychle zbohatl a stal se důležitou oporou královské moci v oblasti. Záhy získal své nové jméno – Zlatá Koruna. Roku 1785 byl zrušen a přeměněn na továrnu. Nejstarší částí kláštera je malý konvent s kaplí Andělů Strážných, vystavěný v raně gotickém slohu v osmdesátých letech 13. století.

Lidová architektura

Nesmírné je bohatství jihočeské lidové architektury, s níž se setkáváme téměř v každé obci. Její výčet by byl obsáhlý, proto připomenu jen ty nejvýznamnější vsi. V oblasti mezi Českými Budějovicemi a Českým Krumlovem se místy dochovaly usedlosti pozdně gotického či raně renesančního stáří, patřící vůbec k nejstarším v naší republice. Mohou se jimi pochlubit např. vsi a osady Krnín, Radostice, Opalice či Mirkovice a také dnešní českobudějovické předměstí Rožnov. Nejcharakterističtější pro jižní Čechy jsou však zděné statky se špýchary, zdobenými štíty a branami ve stylu tzv. selského baroka, pocházející většinou z konce 18. a z 19. stol. Nejkrásnější soubory těchto staveb najdeme např. v Holešovicích (památka UNESCO), Mazelově, Opatovicích, Municích, Malých Chrášťanech, Habří, Záhoří, České Lhotě.

Holešovice

Obec leží v jižních Čechách, západně od Českých Budějovic. Historický sídelní celek s plně dochovanou půdorysnou osnovou tvoří v dnešní podobě 22 zděných usedlostí, dosud minimálně narušených nevhodnými stavebními úpravami a modernizačním vývojem posledních 50 let. Je zde téměř stoprocentně dochovaný středověký systém řazení jednotlivých usedlostí štítovými průčelími obytných domů a sýpek do návesního prostoru, což spolu s dochovaným štukovým dekorem na

většině průčelí dává celému sídlu neopakovatelnou atmosféru a výraz a zavádí tak návštěvníka do prostředí vesnického sídla, jak bylo doformováno složitým stavebním a výtvarným vývojem ve druhé polovině 19. století.

Na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO byly Holešovice zapsány dne 5. 12. 1998 v japonském Kjótu. Každým rokem se v Holešovicích konají Selské slavnosti, kde mohou návštěvníci shlédnout ukázky lidových řemesel z jihočeského prostředí doplněné o řemesla z celé republiky. V průběhu slavností je zajištěn kulturní program folklórními soubory s lidovými písněmi.

Habří

Ves se nachází na severních svazích předhůří Blanského lesa poblíž Kluku 11 km jihozápadně od Českých Budějovic, poprvé zmiňovaná v r. 1264. Ve dvoře čp. 3 je bývalá patrová obdélná tvrz z 15. stol. (při ní býval pivovar). Na návsi novorománská kaple sv. Jana Nepomuského z r. 1867 a hezké statky s branami. Nad vsí v Černém lese nedostavěný kostel sv. Víta, založený r. 1644.

Záhoří

Jedna z nejkrásnějších jihočeských vsí 8 km jihovýchodně od Netolic při Kamenitém rybníku, vesnická památková zóna. Poměrně prostorná obdélná náves je ze tří stran obklopena zděnými statky převážně z 19. stol. s krásně zdobenými štíty obytných objektů i špýcharů a vjezdovými branami, typickými pro blatskou oblast. Nejstarší pocházejí ze 30. let. 19. stol. a jsou pro ně typické zdobné prvky odvozené z městské barokní architektury, např. velmi hustě zavíjené voluty. U mladších štítů plastická dekorace postupně mizí a více se zdůrazňuje linie obrysu štítů. Statky tvoří většinou souvislé řady. Uprostřed návsi je rybníček a lidová kaple z r. 1841.

Technické památky

Přestože jižní Čechy patřily v minulosti k hospodářsky nepříliš vyspělým oblastem, zachovala se zde řada památek z průkopnických dob průmyslového podnikání a dopravy. Mezi nejznámější technické památky patří:

Buškův hamr

Nedaleko Trhových Svinů postavil Josef Foissner v roce 1835 hamr na vodní pohon, nazývaný dnes podle posledního majitele Buškův. Zrekonstruované funkční zařízení vypovídá o těžké práci hamerníků.

Elektrická trať

Nejstarší elektrická železnice ve střední Evropě v úseku Bechyně – Tábor je dlouhá 24 km a vybudovala ji v letech 1902–1903 firma českého vynálezce Františka Křižíka. Současně vznikl železniční most přes Lužnici v Táboře a vedle něho parní elektrárna, určená k pohonu elektrických souprav. Železobetonový most v Bechyni, postavený v letech 1926-1929 je také pozoruhodnou technickou památkou.

Koněspřežní železnice

Nejstarší železniční trať v Evropě vyprojektoval František Gerstner a stavba byly ukončena roku 1832. Konězpřežka spojila České Budějovice s rakouským Lincem a Gmundenem. Významně zlepšila dopravní podmínky a urychlila hospodářský rozvoj přilehlých oblastí. Později byla trať převedena na parní provoz. Dnešní železniční trať České Budějovice – Dolní Dvořiště je částečně identická původní trase, ze které se zachovaly na některých místech původní náspy, kamenné mosty a strážní domky.

Schwarzenberský kanál

Nepřístupné pohraniční lesy Šumavy, patřící rodu Schwarzenberků, skrývaly na konci 18. století obrovské zásoby dřeva, a proto byl na přelomu 18. a 19. století vybudován plavební kanál, kterým bylo možno dopravit palivové a stavební dřevo do Vídně. Důmyslný systém stavidel a propustí dosahuje délky 51 km. V plavební sezóně, která trvá od počátku května do konce září, se v kanále každoročně ukázkově plaví klády a polena na Jeleních Vrších u Nové Pece, na Ježové a v dalších místech.

Stádlecký most

Řetězový most s kamennými pilíři, postavený v letech 1847-1848 stál původně u Podolska, ale před napuštěním Orlické přehrady byl přemístěn na své současné místo u Stálce na Táborsku. Tento most je ojedinělou ukázkou mostního stavitelství poloviny 19. století.

Úzkorozchodné železnice

Úzkorozchodné železnice v jižních Čechách jsou unikátní technickou památkou dokumentující vývoj železniční dopravy v České republice. Zásluhy na jejich výstavbu měla města (Nová Bystřice, Jindřichův Hradec apod.) a dále místní podnikatelé a i statkáři. Dnes jsou tyto tratě využívány jak k osobní, tak i k nákladní dopravě a jsou velmi důležitým spojením v úsecích Jindřichův Hradec – Nová Bystřice a Jindřichův Hradec – Obrataň.

Mezi turisticky atraktivní lokality patří též místa, kde byly vybudovány rozhledny, nejznámější z nich je Kleť, Hýlačka u Tábora atd.

Kleť

Na nejvyšším vrcholku Blanského lesa (1084 m) byla v roce 1825 postavena kamenná rozhledna, která je nejstarší v Čechách. Umožňuje výhledy jak do vnitrozemí na Českobudějovickou a Třeboňskou pánev, tak i na pohraniční hory, zejména Novohradské hory a značnou část Šumavy mezi Českým Krumlovem a Prachaticemi. V jejím těsném sousedství stojí turistická chata, která nabízí návštěvníkům občerstvení a místo k odpočinku. V blízkosti chaty jsou umístěny sluneční hodiny, nejvýše položené v Čechách. Pod vrcholkem byla postavena hvězdárna s planetáriem.

3.4.2.2 Kulturní zařízení, kulturní a jiné akce

Z pohledu kulturních zařízení, kulturních a jiných akcí se zaměřím na následující oblasti:

- kulturní zařízení,
- kulturní a jiné akce.

Kulturní zařízení

K významným kulturním zařízením patří i řada muzeí a galerií. K nejvýznamnějším patří např. Alšova jihočeská galerie v Hluboké nad Vltavou, Mezinárodní centrum Egona Schieleho v Českém Krumlově, muzea v Bechyni

(Mezinárodní muzeum keramiky a Hasičské muzeum) a v Jindřichově Hradci (Krýzovy jesličky).

Alšova jihočeská galerie

Alšova jihočeská galerie je umístěna v bývalé zámecké jízdárně. Nachází se zde expozice vlámského a holandského malířství 17. století a sbírka gotického deskového malířství a plastik pocházejících z jižních Čech.

Mezinárodní centrum Egona Schieleho

Umělecké středisko Mezinárodní centrum Egona Schieleho, které sídlí v bývalém městském pivovaře, vystavuje originální práce malíře a dokumenty o jeho životě a díle, dále je zde expozice děl světově proslulých umělců, např. P. Piccasa, O. Kokoschky a O. Zoubka.

Kulturní a jiné akce

Specifickým kulturním bohatstvím jižních Čech jsou lidové zvyky, slavnosti, tradice, řemesla a architektura. Velmi oblíbené je tradiční selská architektura, tzv. „selské baroko", která je spojena i s tradicí krojů, písní, zvyků a řemesel. Typické selské baroko, jak už bylo řečeno můžeme nalézt poblíž Českých Budějovic v Holešovicích, na Blatech u Soběslavi a Veselí nad Lužnicí. K jihočeské tradici patří i rybníkářství s výlovy rybníků spojených s pořádáním slavností např. v Třeboni či Vodňanech. Historická minulost a lidové tradice vyústily v posledních letech v celou řadu společensko kulturních akcí, o nichž něco málo informací přináší následující přehled.

Přehled nejvýznamnějších každoročních kulturních akcí:

Šrámkův Písek – květen

Písek

Přehlídka mladého divadla – přehlídka souborů z celé ČR.

Husitské dny – červen

Tábor

Husův mlýn. Setkání s Janem Žižkou, divadelní představení ze života Mistra Jana Husa, středověké soutěže a hry (střelba z praků a kuší), středověká řemesla, pochoutky středověké kuchyně, velká bitva mezi husity a křižáky.

Slavnosti pětileté růže – červen

Český Krumlov

Městské renesanční slavnosti – po celý víkend lze v historickém centru města shlédnout představení pouličních divadel, koncerty, jarmark, šermířské, hudební a taneční programy a rytířský turnaj, večer ohňostroj. Historický kostýmový průvod městem.

Folkový festival Okolo Třeboně – červen

Třeboň

Oblíbené setkání s folkovou, jazzovou a bluesovou hudbou na třeboňském zámku a s tradičním hostem Divadla Járy Cimrmana.

Třeboňské kulturní léto – červen – září

Třeboň

Koncerty komorních souborů v třeboňském zámku v Kostele Panny Marie a sv. Jiljí a v Schwarzenberské hrobce.

Divadelní léto – červen – září

Český Krumlov

Přírodní scéna otáčivého hlediště v zámecké zahradě ožije divadelními představeními.

Folková růže – červenec

Jindřichův Hradec

Folkový festival na nádvoří jindřichohradeckého zámku.

Táborská kulturní léto – červenec – srpen

Tábor

Během prázdnin se můžete zaposlouchat do tónů hudby při pravidelných promenádních koncertech, koncertech vážné hudby a varhanních koncertech. Hudba je doplněna zábavou a programy pro nejmenší.

Název Hudební festival na zámcích Hluboká nad Vltavou – červenec – září
Hudební festival – klasika, jazz, lidová tvorba.
Klasika: hudba komorní, operní, duchovní, symfonická,
jazz: 20. – 30. léta,
lidová tvorba: cimbálová muzika, country hudba.

Rýžování na řece Otavě – srpen
Písek
Staré Kestřany u Písku. Tradiční soutěž v rýžování zlata (skutečný zlatinek, dětská soutěž) a bohatý kulturní program.

Mezinárodní folklórní festival – srpen
Písek
Mezinárodní folklórní festival folklórních souborů.

Mezinárodní hudební festival – srpen
Český Krumlov
Největší českokrumlovský festival patří k vrcholům českokrumlovského kulturního léta. Vystoupení řady špičkových českých i zahraničních sólistů, souborů a orchestrů.

Svatováclavské slavnosti – září
Český Krumlov
Podzimní oslava dobrého jídla a pití, spousta zábavy a her – Svatováclavský trh, pokus o překonání rekordu v počtu Václavu na jednom místě v jeden den, Svatováclavské menu ve vybraných krumlovských krčmách.

Dále se několikrát ročně konají nostalgické jízdy parním vláčkem a jízdy historickou elektricko mašinkou na trasách Bechyně - Tábor a Jindřichův Hradec – Nová Bystřice, což je také velice lákavé pro turisty a hlavně děti. Kromě výše

jmenovaných akcí můžeme navštívit celou řadu dalších kulturních akcí lokálního významu, které nám přiblíží kulturu, zvyklosti či zajímavosti daného regionu

3.4.2.3 Sportovní zařízení a akce

Tělovýchovné a sportovní vyžití v Jihočeském kraji je možné na 65 krytých a otevřených stadiónech, v 363 tělocvičnách, na téměř 900 hřištích. K dispozici je zde rovněž 13 krytých plaveckých bazénů, 137 otevřených bazénů a koupališť, 17 zimních stadiónů (krytých i otevřených) a více než 380 ostatních sportovních zařízení.

Příklady sportovních akcí:

Krajem rybníků Jihočeských – Třeboň – duben (pěší a cyklo okruh)

Betonový muž a žena Jihočeský – Veselí nad Lužnicí – srpen (rekreační triatlon)

Mezinárodní závod v cyklokrosu – Tábor – říjen

XIII. šumavský maratón v běžeckém lyžování – Zadov – zima

3.5 Realizační podmínky

Z hlediska realizačních podmínek byla provedena analýza v následujících oblastech:

- dopravní podmínky,
- materiálně-technická základna.

3.5.1 Dopravní podmínky

Limitujícím faktorem rozvoje cestovního ruchu je stav dopravní infrastruktury, zejména hustota a kvalita silniční a železniční sítě, možnosti rozvoje lodní a letecké dopravy, hustota, kvalita a vybavenost cyklotras a cyklostezek, tras pro pěší a jízdu na koních.

Jihočeský kraj z hlediska dopravy zaujímá strategickou polohu na ose S-J. Krajem prochází důležité mezinárodní silnice, severojižní železniční koridor, evropská cyklistická i pěší stezka. Kraj leží v blízkosti dunajského koridoru. Nachází se zde

veřejné letiště s mezinárodním provozem, potenciál nabízejí i vojenská letiště. Problémem je vlastní napojení na evropskou komunikační a dálniční síť.

Polohu kraje na dopravní ose S-J mezinárodního významu ukazuje následující mapa.

Obrázek 1 **Poloha Jihočeského kraje na dopravní ose S-J**



Zdroj: RERA a.s. [citováno 2006-11-27]

3.5.1.1 Silniční doprava

Silniční síť Jihočeského kraje tvoří 6131 km dálnic, silnic I., II. a III. třídy, což představuje 11 % z celkové délky silnic na území ČR. Hustota silniční sítě vzhledem k rozloze území je 13,3 % pod celorepublikovým průměrem (ČR – 70,4 km/100 km^2, JčK – 61 km/100 km^2), pokud vztáhneme celkovou délku silnic k počtu obyvatel, potom hustota silniční sítě kraje převyšuje celostátní průměr o 80 % (ČR – 5,43 km/1000 obyvatel, JčK – 9,80 km/1000 obyvatel). Tato poměrně vysoká hustota silniční sítě v území v relativně nízkou hustotou obyvatel znamená znatelně vyšší náklady na údržbu.

Tab. 3 **Silniční síť Jihočeského kraje v roce 2004**

Druh silnice	délka (km)		hustota (km/100 km^2)	
	Jihočeský kraj	ČR	Jihočeský kraj	ČR
Dálnice	9	542	0,09	0,69
Silnice pro motorová vozidla	0	336	0,00	0,43
Silnice I. třídy	664	5 820	6,60	7,38
Silnice II. třídy	1 639	14 669	16,30	18,60
Silnice III. třídy	3 819	34 128	37,97	43,26
Celkem	6 131	55 495	60,96	70,35

Zdroj: Ředitelství silnic a dálnic ČR [citováno 2006-11-27]

Silniční síť na území Jihočeského kraje zajišťuje dobrou dopravní dostupnost všech obydlených sídel a výrobních podniků. Její kvalita však neodpovídá zvyšujícím se nárokům na kapacitu osobní a nákladní přepravy.

3.5.1.2 Železniční doprava

Železniční doprava je významnou součástí dopravního systému kraje a její celková úroveň se základními ukazateli jako dostupnost, rychlost a bezpečnost ovlivňuje rozvoj území. Železniční tratě na území Jihočeského kraje jsou dlouhodobě stabilizované. Rozhodujícím provozovatelem železniční dopravy jsou České dráhy a. s.

Na území kraje se nachází celkem 21 tratí o celkové délce 912 km, z nichž 9 je celostátních a 12 regionálních.

Tab. 4 **Železniční síť Jihočeského kraje**

Železniční síť Jihočeského kraje		
Železniční síť celkem	912 km	100 %
z toho státní	862 km	94,5 %
privátní (JHMD a.s.)	50 km	5,5 %
z toho dvoukolejné úseky	29 km	3,1 %
jednokolejné tratě	883 km	96,9 %
z toho celostátní dráhy	492 km	53,9 %
regionální dráhy	420 km	46,1 %
z toho elektrizované	319 km	35,0 %
neelektrizované	593 km	65,0 %

Zdroj: České dráhy a.s. [citováno 2006-11-27]

Hustota železniční sítě na území kraje je 9,1 km/100 km^2, což je výrazně pod celostátním průměrem (12,0 km/100 km^2). V Jihočeském kraje je celkem 247 železničních stanic a zastávek (z toho 144 neobsazených dopraven).

3.5.1.3 Letecká doprava

V kraji je jedno veřejné letiště s mezinárodním provozem (Hosín u Českých Budějovic), 5 veřejných letišť pro vnitrostátní provoz (J. Hradec, Soběslav, Strakonice, Strunkovice nad Blanití, Tábor) a 3 heliporty Letecké záchranné služby (Č. Budějovice, Tábor, J. Hradec). Bývalá vojenská letiště v Plané u Č. Budějovic (dnes letiště České Budějovice) a v Bechyni nabízejí možnost kvalitního mezinárodního a vnitrostátního civilního provozu, o což usiluje zejména samospráva kraje a města České Budějovice.

Letecká doprava na území Jihočeského kraje uplatňuje v rámci osobní přepravy pouze okrajově. Nejzávažnějším problémem je jednoznačně absence veřejného dopravního letiště s mezinárodním provozem.

Letiště České Budějovice jako největší a také s největším potenciálem v kraji bylo v poslední době využíváno ke speciálním vojenským letům včetně letů osobní letecké dopravy. Veřejná letiště včetně mezinárodního letiště Hosín jsou využívána k letům sportovním, ke smluvní nepravidelné dopravě osob, k letům cvičným, letům v rámci Integrovaného záchranného systému (IZS) a ostatním leteckým činnostem (vyhlídkové a propagační lety, letecké snímkování, výsadkové lety).

Síť veřejných letišť v Jihočeském kraji je poměrně hustá (vyjma okresů Písek a Český Krumlov). Síť heliportů pro Leteckou záchrannou službu je rovněž dostačující, rovnoměrně pokrývá celé území kraje. Výrazným nedostatkem je ale jejich neuzpůsobenost pro noční provoz.

3.5.1.4 Vodní doprava

Problematiku vodní dopravy je z pohledu Jihočeského kraje nutné rozdělit na vodní dopravu a osobní dopravu (rekreační plavbu).

Vodní doprava

Na území Jihočeského kraje se nachází zákonem uznaná vodní cesta Vltava (E20-06 mezinárodní klasifikace). Jejímu využití brání nedokončené technické úpravy na vodních dílech v úseku Třebenice – Č. Budějovice, které neumožňují splavnost.

Splavnění Vltavy v úseku Slapy – České Budějovice pro plavbu v kategorii 300 tun řeší Generel vodních cest ČR. Tento úsek je využitelný pro rekreační plavbu a případně lokální nákladní přepravy.

Osobní lodní doprava

Na území Jihočeského kraje je provozována pravidelná osobní lodní doprava na přehradní nádrží Lipno, na toku Vltavy mezi Týnem nad Vltavou a Orlíkem a na rybníku Svět u Třeboně.

Na vodní nádrži Lipno je v provozu 5 přístavišť a 3 přívozy, které napojují příhraniční oblasti za přehradou s vnitrozemím. Funguje zde rovněž charterová doprava, vybudován je kompletní jachetní přístav MARINA a k dispozici je mnoho půjčoven lodí.

Na vodní nádrži Orlík se nachází 8 přístavišť osobní lodní dopravy. V úseku Hluboká nad Vltavou – hráz nádrže Hněvkovice je provozována charterová doprava. Na rybníku Svět u Třeboně je provozována pravidelná okružní plavba mezi přístavišti Lázně Aurora a Ostende.

Řeky Vltava, Lužnice a Otava společně s rybníkem Svět jsou účelovými vodními cestami pro rekreační plavbu a vodní dopravu místního významu.

3.5.1.5 Cyklistická doprava

Cyklistická doprava obecně plní dvě základní funkce: podporuje dopravní obslužnost obyvatel (doprava v obcích, městech a příměstských oblastech) a také podporuje návštěvnost regionu a jeho turistických cílů (jako součást cestovního ruchu – cykloturistika).

Od roku 1998 byla na území Jihočeského kraje vyznačena poměrně hustá síť turistických cyklotras. Trasy jsou jednotně značeny žlutými cyklistickými značkami

podle dopravních norem a předpisu Policie ČR, čísla jim přiděluje Klub českých turistů.

Cyklistické stezky jsou v Jihočeském kraji mnohem méně zastoupeny. Požadované parametry splňuje pouze cyklostezka České Budějovice – Hluboká nad Vltavou o délce 10 km a několik celkem 20 km dlouhých úseků Lipenské cyklostezky mezi Vyšším Brodem a Novou Pecí (celková délka 65 km).

Tab. 5 **Síť cyklotras v Jihočeském kraji**

Cyklotrasy	Počet	Délka (km)
II. třídy – dálkové	9	526
III. třídy – regionální	7	197
IV. třídy – místní	210	3200
celkem	226	3923
z toho cyklostezky	2	30

Zdroj: expertní odhad RERA a.s. [citováno 2006-11-27]

Cyklistická doprava v Jihočeském kraji podporována jako jeden z alternativních způsobu dopravy zajišťující zdravé životní prostředí, zdravý životní styl a fyzickou zdatnost obyvatel omezující negativní vliv nárůstu silniční dopravy.

3.5.1.6 Ostatní druhy dopravy

Ostatní druhy dopravy jsou na území kraje zastoupeny především lanovými drahami (vesměs sedačkovými) a lyžařskými vleky. Sedačkové lanové dráhy jsou v kraji tři, Churáňov – Zadov, Krasetín – Kleť a Lipno – Kramolín. Lyžařské vleky jsou zejména na Šumavě v lokalitách Zadov, Nové Hutě, Kramolí, Kvilda, České Žleby, Strážný, Kubova Huť, Javorník, částečně i jinde.

V kraji je také vyznačeno několik desítek km lyžařských tras, zejména na Šumavě, v Novohradských horách a České Kanadě.

3.5.2 Materiálně-technická základna

Statistiky v oblasti cestovního ruchu většinou zachycují stav na úrovni celé ČR, proto nastává problém, pokud chceme získat určité ukazatele za kraj. Jde například o počty návštěvníků v Jihočeském kraji. V tomto případě existují přehledy o návštěvnících v celé ČR, evidence probíhá zjišťováním ubytovaných hostů v hromadných ubytovacích zařízeních, což není ale přesný údaj. ČSÚ získává tyto

přehledy pomocí dotazníků vyplněných jednotlivými ubytovacími zařízeními, ale některá zařízení dotazníky neodevzdávají. ČSÚ tedy některé údaje dopočítává různými metodami.

Další problém se týká vymezení sledovaného regionu. V roce 2001 vzniklo 14 nových krajů, do tohoto roku vzniklé statistické ukazatele byly brány za staré kraje, kterých bylo 8. V novém vymezení Jihočeského kraje chybí okres Pelhřimov, který je nyní součástí kraje Vysočina. Následující údaje v tabulkách jsou tedy přibližné a nelze se na ně plně spoléhat. V případě srovnávání regionů v ČR do roku 2001 se tedy jedná o staré kraje a nelze tyto údaje srovnávat s novými, některé jsou již přepočteny.

3.5.2.1 Ubytovací kapacity

Vzhledem k přírodnímu bohatství s vysokou lesnatostí,vodními plochami a velkým počtem kulturních památek je území kraje hojně využíváno českými i zahraničními turisty k návštěvám a rekreaci. V letním období míří největší počet návštěvníků do oblasti Lipna, Orlíku, jihočeských rybníků a Šumavy, v zimě pak na Šumavská lyžařská střediska Churáňov a Zadov, a proto je tedy nutná dostatečná nabídka ubytovacích kapacit.

Z následujících dat je patrný vývoj ubytovacích kapacit Jihočeského kraje za léta 2000 - 2004. Jako základní ukazatel stavu vybavenosti je brán počet zařízení a druh zařízení. Některá data jsou uvedena i v podrobnějším územním členění, které však často naráží na individuální neveřejná data.

Tab. 6 **Vývoj struktury a počtu ubytovacích zařízení Jihočeského kraje**

Typ ubytovacího zařízení	2000	2001	2002	2003	2004	Index růstu (04/00)
Hotel*****	0	0	1	1	1	-
Hotel****	10	9	18	18	19	1,90
Hotel***	67	66	73	77	82	1,22
Hotel**	42	44	37	33	31	0,74
Hotel*	32	31	30	24	17	0,53
Hotel garni	7	7	7	6	6	0,86
Penzion	273	293	320	345	365	1,34
Kemp	115	114	113	110	113	0,98
Chatová osada	74	79	72	70	64	0,86
Turistická ubytovna	65	65	65	66	62	0,95
Ostatní	244	253	247	259	247	1,01
Celkem	929	961	983	1009	1007	1,08

Zdroj: ČSÚ, Krajská reprezentace České Budějovice [citováno 2006-11-28]

Z výše uvedené tabulky je patrné, že počet ubytovacích zařízení v minulých letech spíše stagnoval. Podstatný je výrazný nárůst počtu nadstandardních ubytovacích kapacit, jejichž počet výrazně narostl zejména mezi léty 2001 a 2002. Toto zkvalitnění poskytovaných služeb se na druhou stranu odrazilo v poklesu počtu hotelů nižších kategorií. V minulých letech došlo rovněž k výraznějšímu nárůstu počtu penzionů. Celkově lze definovat vývoj ubytovacích zařízení jako kvalitativní změnu struktury ubytovacích zařízení směrem k vyššímu standardu ubytování. Je třeba zmínit, že počet hvězdiček ubytovacích zařízení je na uvážení provozovatele, což do určité míry snižuje vypovídací schopnost stávající klasifikace ubytovacích zařízení.

Následující tabulka uvádí strukturu lůžkových kapacit ubytovacích zařízení dle druhu zařízení k 31. 12. 2004.

Tab. 7 **Struktura ubytovacích zařízení JčK dle lůžkových kapacit k 31. 12. 2004**

Kapacita hromadných ubytovacích zařízení						
Hotel, motel, botel (celkem)	Hotel (****/*****)	Penzion	Kemp - lůžka	Kemp-místa pro stany a karavany	Ostatní-lůžka	Ostatní – místa pro stany a karavany
10 928	1 927	9 496	4 509	13 079	33 485	388

Zdroj: ČSÚ, Krajská reprezentace České Budějovice [2006-11-28]

Počet lůžek v zařízeních vyšší kategorie (hotel ****/*****) s necelými dvěma tisíci lůžky, což představuje cca 700 tisíc lůžkodnů, se s ohledem na počty zahraničních návštěvníků, kteří jsou nejčastějšími uživateli ubytovacích kapacit tohoto druhu jeví jako nedostatečný.

Tab. 8 **Přehled udělených certifikátů HOREKA – Jihočeský kraj**

Okres	Ubytování - hotel	Ubytování - pension	Celkem
České Budějovice	7	0	7
Český Krumlov	1	2	3
Jindřichův Hradec	8	3	11
Písek	3	0	3
Prachatice	2	1	3
Strakonice	1	0	1
Tábor	1	5	6

Zdroj: Internetová prezentace HO.RE.KA ČR – Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu [citováno 2006-11-28]

Pomocným podkladem pro analýzu stavu ubytovacích zařízení na území Jihočeského kraje může být jednotná klasifikace Sdružení v pohostinství a v cestovním ruchu HOREKA.

Údaje v tabulce do značné míry potvrzují celkový trend ve vývoji kvality ubytovacích kapacit na území kraje. Velmi překvapivý až zarážející je ovšem nízký podíl certifikovaných zařízení v okrese Český Krumlov.

Shrneme-li tyto poznatky, je možné konstatovat, že kvalita poskytovaných služeb v ubytovacích zařízeních se sice neustále zlepšuje, ale celkově zatím mnoho zařízení nedosahuje příslušného mezinárodního standardu ve své kategorii. Nedostatky jsou, jak ve vybavení ubytovacích zařízení patřičnou infrastrukturou, tak v kvalitě lidských zdrojů.

3.5.2.2 Stravovací kapacity

V případě vývoje stravovacích kapacit neexistují oficiální statistická šetření, která by umožnila podrobnější analýzu. Z následující statistiky kontrol provozoven veřejného stravování České obchodní inspekce (dále ČOI) lze ovšem usuzovat, že kvalita poskytovaných služeb v intencích zákonných norem České republiky není uspokojivá. Tento přehled nevypovídá o komplexním standardu služeb, ale pouze o dodržování základních zákonných a podzákonných norem na ochranu spotřebitele.

Lepšímu přehledu o úrovni poskytovaných služeb ve stravování nepomáhá ani absence standardizace a certifikace těchto služeb a důsledné kontroly dodržování standardů. Empirickým pravidlem v podmínkách České republiky je, že v souvislosti s růstem intenzity cestovního ruchu dochází často spíše ke zhoršování služeb v pohostinství, což se týká řady center cestovního ruchu na území kraje. U následující statistiky je třeba upozornit na skutečnost, že v rámci přehledu je zahrnut i kraj Vysočina, který nemá samostatný inspektorát ČOI.

Tab. 9 **Kontroly provozoven veřejného stravování za 1. pololetí 2005**

Pracoviště	Počet kontrolovaných jednotek (dále Kj)	Zjištěno porušení		Kontrolní nákupy (KN), předražené kontrolní nákupy (PKN)		
		Počet Kj	v %	Počet kontrolních nákupů	Počet předražených KN	% PKN
Praha	411	243	59,1	390	60	15,4
Tábor	468	204	43,6	406	26	6,4
Č. Budějovice	235	131	55,7	187	65	34,8
Plzeň	226	69	30,5	213	18	8,5
Karlovy Vary	448	113	25,2	444	51	11,5
Ústní n. Labem	248	126	44,4	255	14	5,5
Liberec	496	244	49,2	480	56	11,7
Hradec Králové	203	41	20,2	184	4	2,2
Pardubice	76	20	26,3	69	5	7,2
Brno	205	77	37,6	188	21	11,2
Zlín	112	57	50,9	91	6	6,6
Ostrava	203	103	50,7	202	50	24,8
Olomouc	194	88	45,4	188	7	3,7
Celkem	3 561	1515	42,6	3 297	383	11,6

Zdroj: ČOI 2005 [citováno 2006-11-30]

Z uvedené tabulky vyplývá, že pracoviště v Českých Budějovicích při svých kontrolách vykazuje hned po Praze vůbec nejvyšší relativní četnost porušení zákonných předpisů. Tento fakt sám o sobě není důkazem, že pohostinství v Jihočeském kraji je obecně na špatné úrovni, nicméně lze to považovat za varovný signál, který poukazuje na zásadní nedostatky v oblasti hromadného stravování v regionu. Nicméně situace je špatná v celé České republice.

4 Terénní šetření

4.1 Metodika

Během zimní sezóny 2006-2007 proběhlo na území Jihočeského kraje (okresy České Budějovice, Jindřichův Hradec, Písek, Strakonice a Tábor) terénní šetření, jehož cílem bylo zjistit od maximálního počtu respondentů jejich názory, poznatky a připomínky týkající se regionu. Šetření probíhalo od druhé poloviny prosince roku (2006) do první poloviny února roku (2007) a bylo založeno na přímé komunikaci s respondentem na základě dotazníku. (viz. příloha 5)

Informace o důvodu návštěvy a prováděných aktivitách v Jihočeském kraji napověděly jakými návštěvníky je region vyhledáván, pro jaký cestovní ruch je v současné době využíván.

Jednou ze sledovaných charakteristik byla délka pobytu respondenta v regionu, která spolu s využitím ubytovacích a stravovacích zařízeních má souvislost s čerpáním dalších služeb cestovního ruch a s výší úhrady během návštěvy.

Údaje o zdroji informací o regionu jsou důležité při formulování distribučních cest, které budou využity pro navržený produkt cestovního ruchu.

Byla také zjišťována spokojenost návštěvníka s poskytovanými službami a s celkovým dojmem z oblasti. Získané informace budou využity při analýze silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení.

Informace získané z terénního šetření budou významným zdrojem pro zjištění aktuálního stavu z oblasti cestovního ruchu a následně přispějí k vypracování návrhu strategie cestovního ruchu kraje a její implementace na zvolený segment turistů.

Většina informací byla získána dotazováním na nejvíce turisticky vyhledávaných místech.

Anonymní dotazník obsahoval patnáct otázek ve třech jazykových mutacích (česká, anglická a německá verze). Většina otázek byla uzavřeného typu a převážně byla povolena pouze jedna odpověď.

Výsledky byly zpracovány průběžně, vyhotoveny pak v druhé polovině měsíce února 2007.

Informace byly získány náhodným výběrem od domácích i zahraničních návštěvníků.

Veškeré výsledky níže uvedené jsou získané z dotazníků, které byly převedeny do elektronické podoby a následně vyhodnoceny.

Získané informace jsou uváděny v grafické podobě.

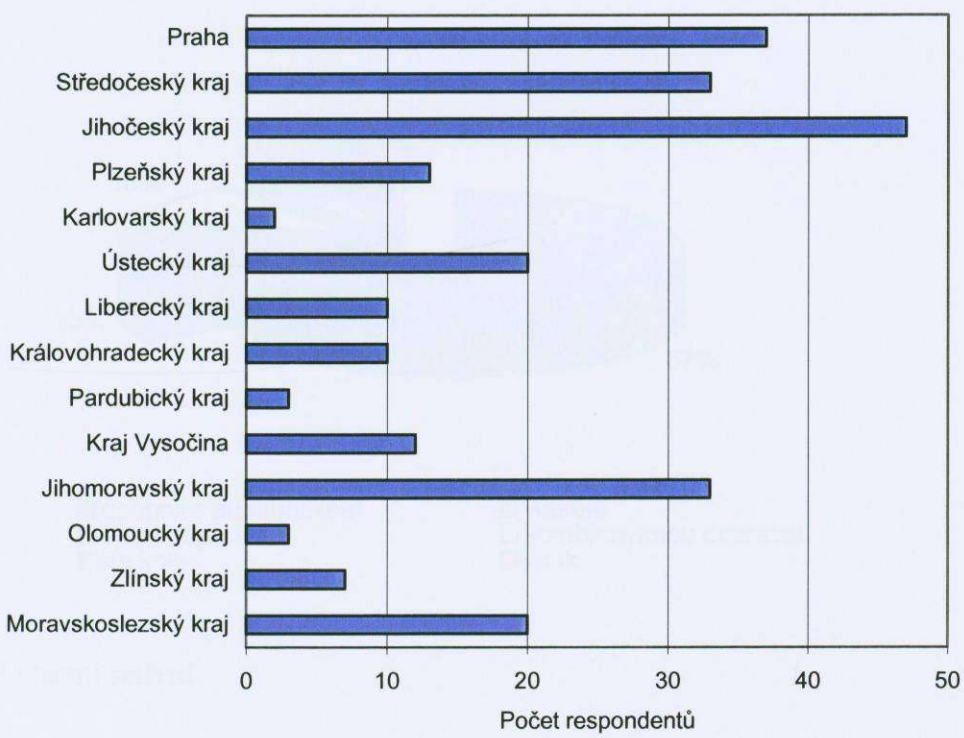
4.2 Vyhodnocení terénního šetření

Zpracováno bylo celkem 250 dotazníků, pro naše potřeby 1 dotazník = respondent. Respondenti jsou segmentováni dle místa trvalého bydliště (u tuzemských návštěvníků je to kraj, u zahraničních stát), dále pak podle pohlaví a věku.

Otázka č. 1: Odkud přijíždíte?

Terénního šetření se zúčastnili návštěvníci ze všech čtrnácti krajů České republiky. Nejvíce Čechů přijelo z Jihočeského kraje a z hlavního města Prahy. Ze Středočeského a Jihomoravského kraje bylo 13 % respondentů, z Ústeckého a Moravskoslezského kraje 8 %, z Plzeňského kraje a Kraje Vysočina 5 % atd. Nejméně osob přicestovalo z Karlovarského, Pardubického a Olomouckého kraje.

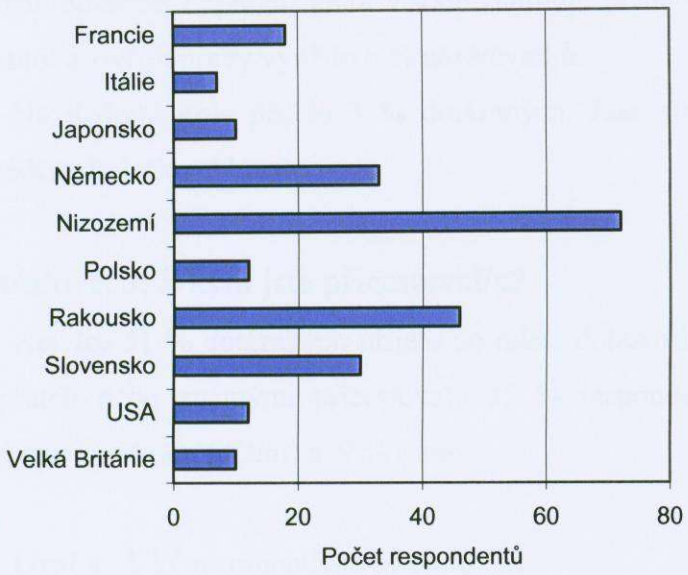
Graf 1 Domácí návštěvníci dle krajů České republiky



Zdroj: vlastní šetření

Mezi dotázanými cizinci převažovali obyvatelé Nizozemska, následováni obyvateli Rakouska a Německa.

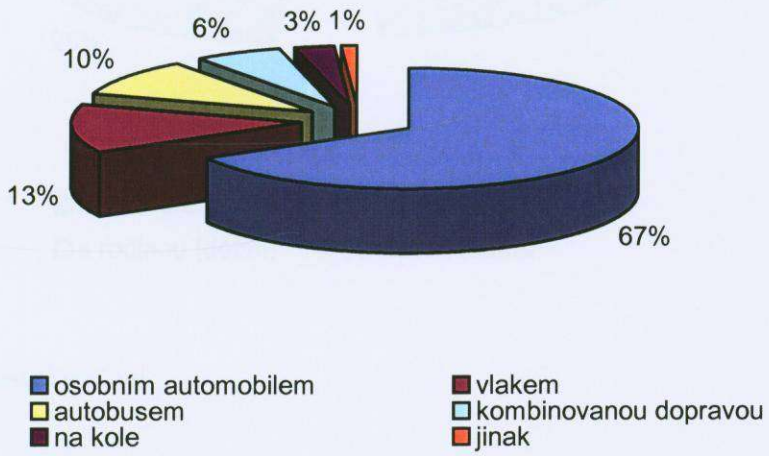
Graf 2 Země původu zahraničních návštěvníků



Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 2: Jakým způsobem jste se dopravil/a do Jihočeského kraje?

Graf 3 Použitý dopravní prostředek



Zdroj: vlastní šetření

Prostřednictvím druhé otázky bylo zjištěno, že nejčastějším dopravním prostředkem návštěvníků Jihočeského kraje byl osobní automobil, který využilo 67 % respondentů. Vlakem přicestovalo 13 % dotázaných.

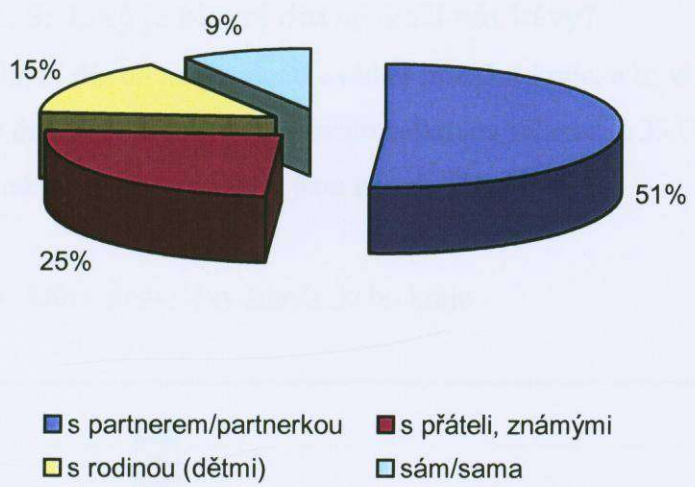
10 % respondentů přijelo autobusem, jak individuálně, tak organizovaně. Kombinovanou dopravu, která v sobě zahrnuje především využití letecké, vlakové a autobusové dopravy využilo 6 % návštěvníků.

Na jízdním kole přijelo 3 % dotázaných. Jako jiný dopravní prostředek byly uváděny kolečkové brusle.

Otázka č. 3: S kým jste přicestoval/a?

Nejvíce 51 % dotázaných přijelo do místa dotazování s partnerem či partnerkou. S přáteli nebo známými přicestovalo 25 % respondentů. 15 % osob přijelo do regionu s rodinou (dětmi) a 9 % samo.

Graf 4 S kým respondenti přicestovali



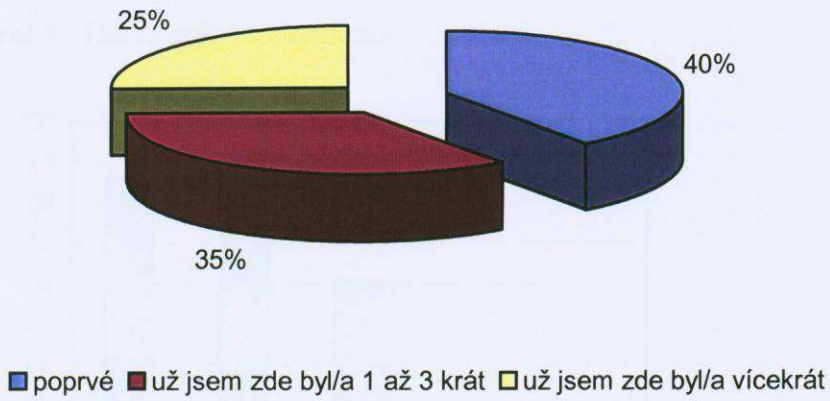
Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 4: Po kolikáté zde již jste?

Čtvrtá otázka zjišťovala, zda dotázaní již někdy v minulosti region navštívili či nikoliv. Celkem 40 % jich odpovědělo záporně, 35 % dotázaných hostů navštívilo

region již vícekrát než třikrát, 25 % dotázaných odpovědělo, že jde o první až třetí návštěvu v regionu.

Graf 5 Kolikrát respondent navštívil region



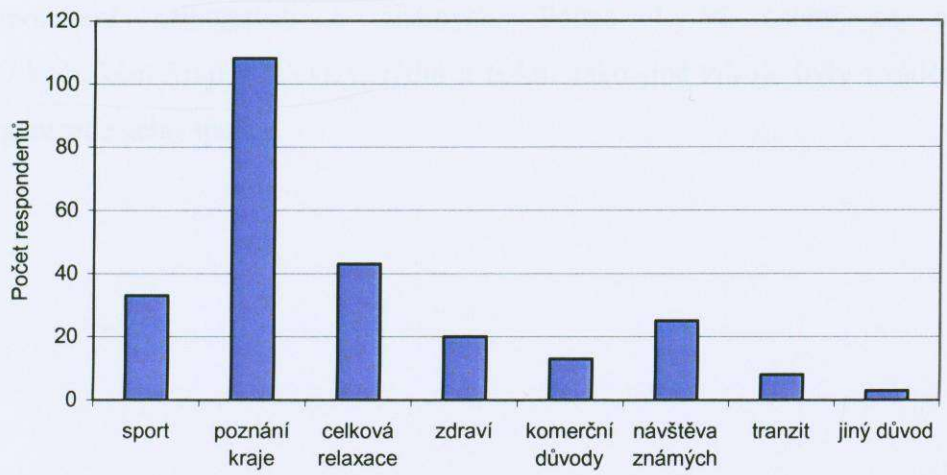
Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 5: Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy?

Jako hlavní důvod respondenti uváděli poznání kraje, a to ve 107 (43 %) případů. 42 (17 %) dotázaných upřednostňovalo celkovou relaxaci a 33 (13 %) sport.

Nejméně uváděnými důvody jsou tranzit a jiný důvod.

Graf 6 Důvod návštěvy Jihočeského kraje

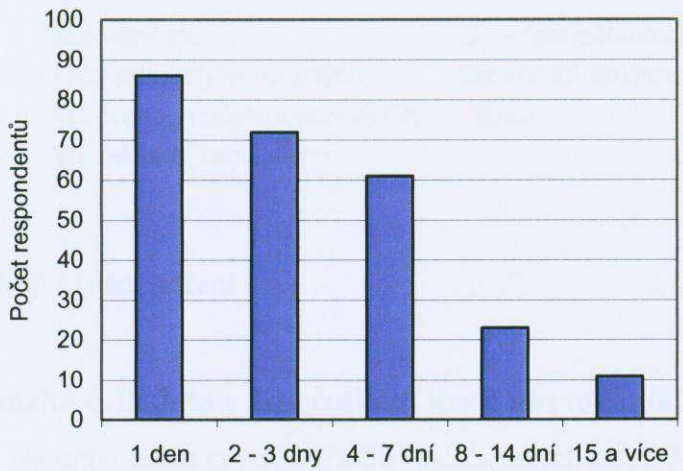


Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 6: Kolik dnů zde strávíte?

Celých 85 (34 %) respondentů strávilo v Jihočeském kraji maximálně jeden den (bez noclehu). Pro dvou až tří denní pobyt si zvolilo tuto oblast 73 (29 %), z nichž na vícedenní pobyt zůstalo 60 (24 %) dotázaných. Důvodem pro delší pobyt v regionu, bylo strávení dovolené, trvající osm až čtrnáct dní u 22 (9 %) a více jak patnáct dní u 10 (4 %) respondentů.

Graf 7 Délka pobytu v regionu

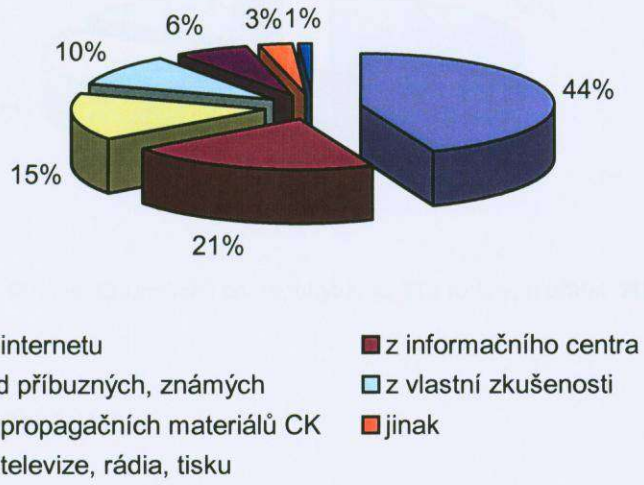


Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 7: Jak jste se o Jihočeském kraji dozvěděl/a?

44 % respondentů se dozvědělo o regionu prostřednictvím internetu, což dokazuje, jak je tento zdroj informací důležitý oproti jiným médiím, 21 % využilo služeb informačního centra a 15 % dotázaných se rozhodlo přijít do této oblasti na doporučení příbuzných a známých. Pouze 1 % osoby se dozvěděly o Jihočeském kraji z televize, rádia a tisku. Jako jiné zdroje byly uváděny mapy, organizace nebo spolky.

Graf 8 Zdroj informací o regionu

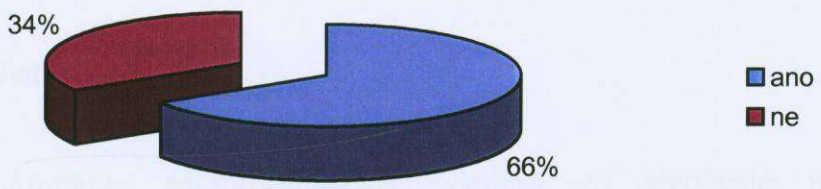


Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 8: Jste v Jihočeském kraji ubytován/a?

Na tuto otázku odpovědělo 66 % dotázaných ano a 34 % ne.

Graf 9 Využití ubytovacích zařízení

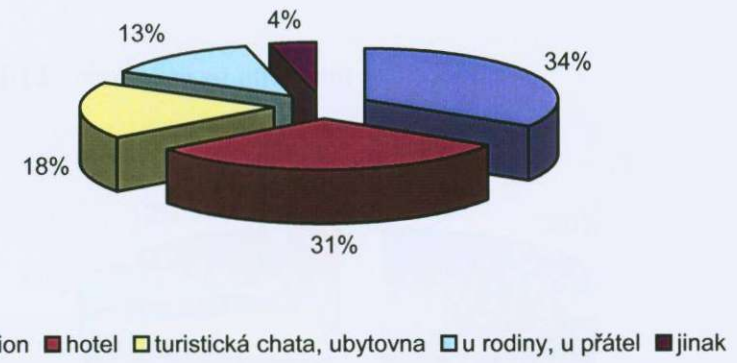


Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 9: Pokud ano, v jakém ubytovacím zařízení?

Ze 66 % ubytovaných uvedlo 83 % respondentů hromadné ubytovací zařízení (penzion, hotel, turistická chata a ubytovna) a 17 % ubytovaných individuálně (ubytování u rodiny nebo přátel a vlastní objekt). Nejčastěji zmiňovanými ubytovacími zařízeními byli penzion, hotel a turistická ubytovna.

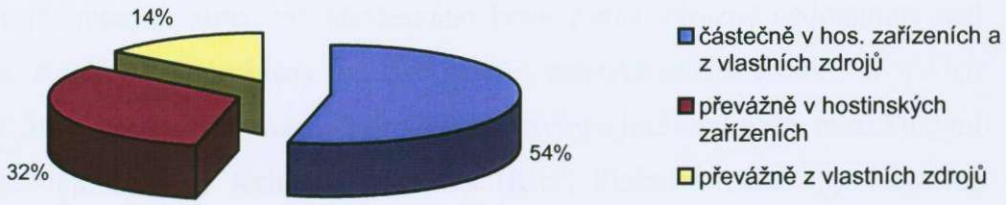
Graf 10 Druh ubytovacího zařízení



Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 10: Jak se zde stravujete?

Graf 11 Způsob stravování v Jihočeském kraji

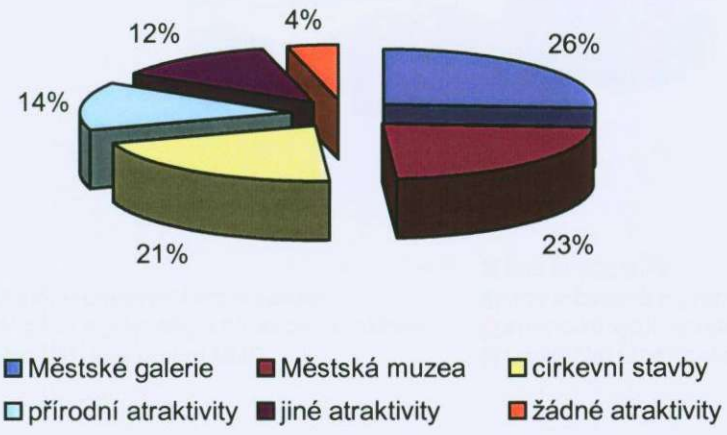


Zdroj: vlastní šetření

Z grafu znázorňující způsob stravování vyplývá, že návštěvníci regionu kombinovali využívání hostinských zařízení s vlastním vařením 53 %. 32 % dotázaných se stravovalo převážně v hostinských zařízení a 14 % osob dávalo přednost vlastním zdrojům.

Otázka č. 11: Co jste v Jihočeském kraji již navštívil/a nebo se chystáte navštívit.

Graf 12 Návštěvnost atraktivit



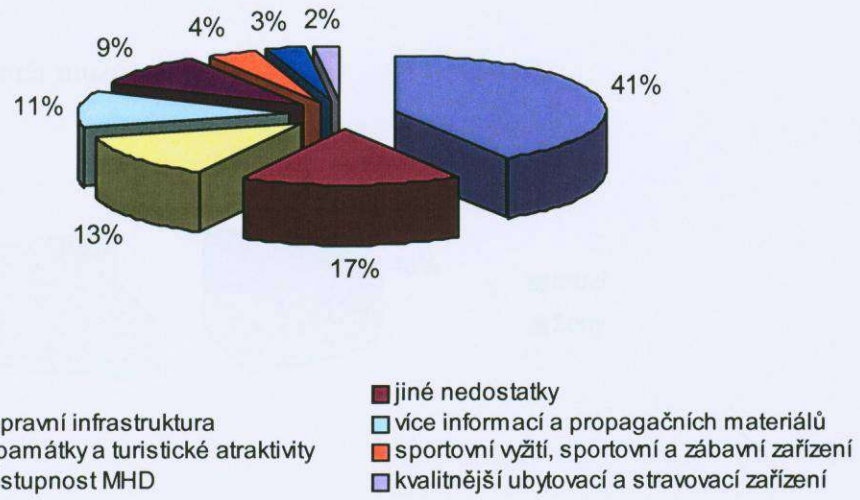
Zdroj: vlastní šetření

Z navštěvovaných atraktivit Jihočeského kraje žádná výrazně nedominuje nad ostatními. Nejvíce byly uváděny městské galerie, městská muzea a církevní stavby. Méně jak 30 % dotázaných uvedlo přírodní atraktivity a jiné atraktivity mezi kterými byly nejčastěji uváděny technické památky (Kleť, Elektrická trať aj.). Nejméně 4 % dotázaných nenavštívilo žádnou atraktivitu v regionu.

Otázka č. 12: Co v Jihočeském kraji podle Vašeho názoru nejvíce chybí?

Na dvanáctou otázku v daném okamžiku nevědělo konkrétní odpověď celých 41 % respondentů. 17 % dotázaných bylo spokojeno a neshledalo žádný závažný nedostatek. Ostatním scházela ponejvíce kvalitnější dopravní infrastruktura (silnice, parkoviště, servis), více míst poskytující informace a propagační materiály a rovněž větší péče o památky. Zbylých 9 % odpovědí zahrnovalo následující nedostatky: chybějící sportovní vyžití, sportovní a zábavní zařízení, nevyhovující dostupnost hromadnými dopravními prostředky a rozsáhlejší a kvalitnější stravovací a ubytovací zařízení.

Graf 13 Pociťované nedostatky

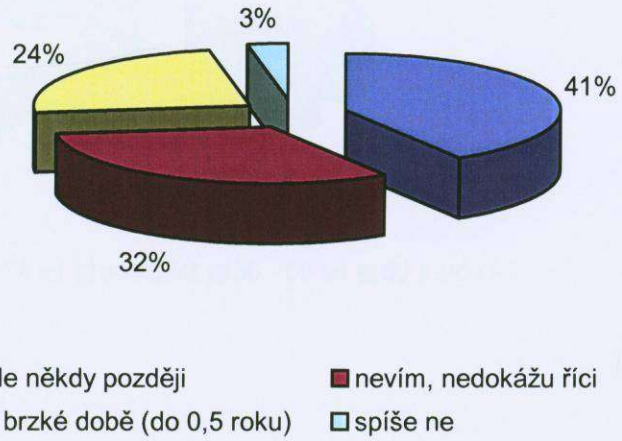


Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 13: Uvažujete o opakované návštěvě Jihočeského kraje?

41 % dotázaných někdy v budoucnu zopakuje návštěvu regionu, 32 % zatím nedokáže říci, zda se do regionu vrátí, 24 % přijede znovu do půl roku, 3 % dotázaných odpovědělo, že do Jihočeského kraje se v budoucnu pravděpodobně nevrátí.

Graf 14 Zájem o opakované návštěvy regionu

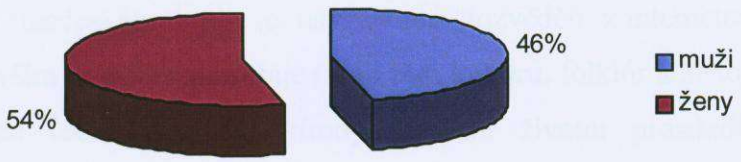


Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 14: Respondent je...?

Další otázka zjišťovala pohlaví respondentů. V rámci dotazníkového šetření bylo dotázáno 54 % žen a 46 % mužů.

Graf 15 Poměr mužů a žen

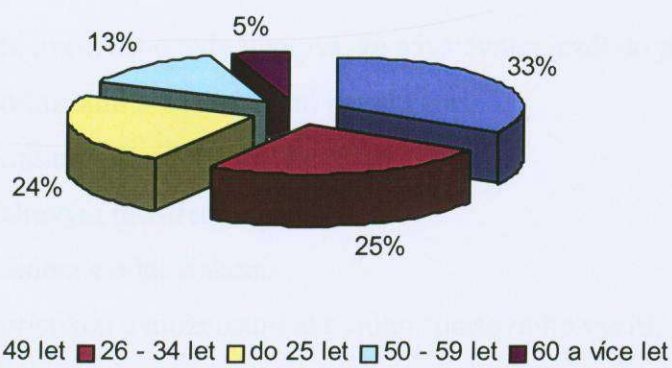


Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 15: Věková kategorie?

Poslední otázka zjišťovala věkovou kategorii respondentů. Nejvíce dotázaných bylo ve věku 35 až 49 let 34 %, 26 až 34 let bylo 26 % dotázaným, 22 % dotázaných patřilo do věkové kategorie do 25 let, 13 % do kategorie 50 až 59 a nejméně dotázaných bylo seniorů 5 %.

Graf 16 Respondenti dle věkových kategorií



Zdroj: vlastní šetření

4.3 Profil návštěvníka Jihočeského kraje

Z uvedeného terénního šetření si lze sestavit profil návštěvníka Jihočeského kraje. Jsou to lidé, s trvalým bydlištěm v Jihočeském kraji, Praze a Středočeském kraji. Zahraniční návštěvníci nejčastěji přijížděli z Nizozemí, Rakouska a Německa.

Do regionu tito návštěvníci přijeli převážně s vlastním automobilem, buďto s partnerem/partnerkou, s přáteli, známými nebo s rodinou (dětmi).

O Jihočeském kraji se návštěvníci dozvěděli z internetových stránek. Přijeli především za poznáním kraje (mají rádi kulturu, folklór a historii), dále za celkovou relaxací (oceňují krásy přírody, kvalitní životní prostředí a klid) a rovněž i za sportovním vyžitím (turistikou, cyklistikou, lyžováním apod.).

Více než polovina hostů (66 %), kteří v regionu strávili více dní, využili služeb ubytovacích zařízeních. Velmi oblíbené je ubytování v penzionech, hotelích v turistických chatách a ubytovnách. Ke stravování částečně využívali pohostinská zařízení a částečně i vlastní zdroje.

Z navštívených atraktivit Jihočeského kraje byly navštěvovány především Městské galerie, církevní stavby, Městská muzea a přírodní atraktivity. Dotázaným nejvíce chyběla kvalitnější dopravní infrastruktura (silnice, parkoviště, služby), více míst poskytující informace a propagační materiály. 65 % návštěvníků plánuje, že uskuteční další návštěvu jižních Čech (41 % někdy později a 24 % v brzké době do 0,5 roku).

Terénního šetření se zúčastnilo více žen (54 %) a převládala věková kategorie 35 – 49 let (34 %).

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že návštěvníci jezdí do jižních Čech hlavně za:

- kulturními a historickými památkami,
- krásami přírody,
- zdravým prostředím,
- klidem a odpočinkem,
- turistikou a možnostmi aktivního sportovního vyžití.

Na tomto základě lze stanovit tyto hlavní cílové skupiny:

- kulturně orientovaní návštěvníci („kulturní turisté"),
- milovníci přírody (turisté zajímající se o poznání přírodních pozoruhodností),

- návštěvníci vyhledávající odpočinek (rekreanti, rodiny s dětmi),
- sportovně, aktivně orientovaní turisté (pěší turisté, cyklisté, lyžaři apod.).

5 SWOT analýza

SWOT analýza (Strong points, Weak points, Opportunities, Threats neboli silné stránky, slabé stránky, příležitosti, hrozby) je standardní metoda používaná k prezentaci analytických poznatků o nejrůznějších objektech zkoumání. Jejím principem je jednoduchá, avšak výstižná, pokud možno vyčerpávající a objektivní charakteristika současných vnitřních silných a slabých stránek zkoumaného objektu (zde Jihočeského kraje) a možných vnějších budoucích příležitostí a ohrožení jeho rozvoje. Zvýrazňováním a připomínáním silných stránek a naopak kladením důrazu na odstraňování stránek slabých roste pravděpodobnost využití příležitostí, které region má a klesá možnost dopadu nepříznivých ohrožení.

Podklady pro tvorbu SWOT analýzy byly získány z analýzy potenciálů rozvoje cestovního ruchu na straně nabídky, tedy regionu, dále z výsledků terénního šetření (viz. kapitola 4), vlastního pozorování a ze Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji. (14)

Analýza je aktuální pro omezenou dobu, protože podléhá vývoji v návaznosti na ekonomický a společenský rozvoj Jihočeského kraje i celé České republiky.

5.1 Analýza silných a slabých stránek

Prvním krokem analýzy bylo hodnocení silných a slabých stránek Jihočeského kraje.

Silné stránky

1. Významná geografická poloha Jižních Čech

- ve středu Evropy;
- na hranici s dvěma státy EU;
- blízkost silné německé a rakouské ekonomiky;
- silné vazby na sousední regiony.

2. Přírodní bohatství

- zachovalá, ekologicky hodnotná a turisticky atraktivní příroda a kulturní krajina;
- velký podíl chráněných území (NP Šumava, různé CHKO…);

- vodní plochy a toky (přehradní nádrže, rybníky, jezera, řeky…);
- přírodní léčivé zdroje pro rozvoj lázeňství (rašelina).

3. Kulturní dědictví

- kulturní a historické památky (městské a venkovské památkové rezervace, památky UNESCO, architektonické památky, selské baroko…);
- technické památky (koněspřežka, plavební kanály, mlýny a hamry, rozhledny, úzkokolejné železnice, mosty…);
- tradice lidových řemesel, zvyků a tradic;
- tradiční místní produkty (ryby – výlovy rybníků, pivo, gastronomie, sklo…);
- tradiční a společenské akce (městské slavnosti, umělecké přehlídky, festivaly, poutě…).

4. Tradice lázeňství v Jižních Čechách

- především pro léčbu pohybového ústrojí.

5. Infrastruktura pro rozvoj CR

- hustá silniční a železniční síť tvořící základní předpoklad pro dobrou dopravní obslužnost regionu;
- dostatek ubytovacích zařízení;
- dobrý potenciál školství jako základ pro zvyšování celkové kvalifikace v sektoru CR.

6. Komparativní výhody ve srovnání se zahraničím

- nižší ceny služeb a produktů.

7. Existující spolupráce

- spolupráce některých měst a obcí v Jihočeském kraji;
- spolupráce měst a obcí v příhraničních regionech.

Slabé stránky

1. Dopravní infrastruktura

- nedostačující dopravní napojení kraje na okolní regiony;
- nedostačující technická kvalita komunikací;
- nedostačující systém dopravního značení;
- nevyvážená síť a špatná kvalita cyklotras;
- nedostatečná vybavenost parkovišť.

2. Turistická infrastruktura

- nedostatek ubytovacích kapacit pro náročnější hosty;
- chybí informační systém o ubytovacích kapacitách v celém regionu.

3. Krajina a vzhled obcí

- neudržované plochy v okolí komunikací;
- chátrající objekty v krajině;
- místy neudržovaná krajina;
- vliv existence Temelína na rozvoj CR;
- sezónní přetíženost turisty v některých částech kraje.

4. Služby a produkty CR

- nedostatečná motivace podnikatelů v oblasti CR ke zlepšení kvality služeb;
- nedostatečná nabídka doplňkových služeb a produktů v CR;
- nedostatečná ochota a motivace pro tvorbu nových produktů v CR;
- nevyhovující úroveň služeb ve stravování;
- legislativní požadavky omezující rozvoj služeb v CR (kvůli hygieně zaniká tradiční kuchyně, agroturistika...);
- neexistence systému kontroly dodržování standardů služeb.

5. Organizace a řízení

- nedostatek regionálního partnerství;
- neexistence systému regionálního řízení;
- nedostatečná ochota podnikatelů ke spolupráci v CR;
- nedostatek investic do CR.

6. Informační systémy a marketing v CR

- neexistence jednotné propagace;
- nefungující informační systém pro návštěvníky;
- nedostatečné využívání a přístup k moderním technologiím (sezónní informační centra);
- nevyhovující navigační systém k přírodním i kulturním atraktivitám;
- chybí cílený regionální marketing.

7. Lidské zdroje

- nedostatek kvalifikovaných odborníků v oblasti cestovního ruchu;
- nedostatečná motivace obyvatelstva k celoživotnímu vzdělání;
- stárnutí venkovské populace, což omezuje venkovský CR.

5.2 Analýza příležitostí a ohrožení

V případě analýzy příležitostí a ohrožení byl uplatněn stejný metodický postup, jako u analýzy silných a slabých stránek.

Příležitosti

1. Právní a politické podmínky

- zpracování příslušných zákonů pro cestovní ruch, zpracování státních a regionálních koncepcí;
- přístup nově vzniklé krajské samosprávy k otázce rozvoje cestovního ruchu v regionu;
- koordinace činností v cestovním ruchu s okolními regiony;
- zachování charakteru osídlení a tradičního rázu.

2. Sociálně-ekonomické podmínky

- podpora rozvoje malého a středního podnikání nepoškozující životní prostředí a krajinu;
- příznivý demografický vývoj vyvolaný atraktivitou regionu pro bydlení;
- využití národních a evropských dotačních programů pro rozvoj CR.

3. Přeshraniční spolupráce

- využití a rozvoj přeshraniční spolupráce s partnerskými regiony v oblasti cestovního ruchu;
- koordinované využití zdrojů na podporu CR v rámci spolupráce se sousedícími regiony;
- nové možnosti vzniklé vstupem ČR do EU.

4. Lidské zdroje

- cestovní ruch jako motivace pro zvyšování vzdělanosti a jazykové vybavenosti obyvatel;
- podpora středoškolských a vysokoškolských oborů zaměřených na cestovní ruch;
- rozvoj malého podnikání – rodinné podniky.

5. Marketing a informace v cestovním ruchu

- vytvoření systému jednotného marketingu CR Jihočeského kraje;

- vytvoření společného přeshraničního marketingu se sousedními zahraničními regiony;
- vytvoření jednotného regionálního informačního systému;
- využití jednotného systému značení památek.

6. Podmiňující infrastruktura

- efektivnější využívání stávajících železničních tratí pro dopravu návštěvníků v regionu (včetně jízdních kol, lodí...);
- účelná podpora lodní dopravy na vodních plochách v regionu – rozvoj rekreační plavby;
- koordinace a provázanost integrovaného dopravního systému v regionu.

Ohrožení

1. Právní a politické podmínky

- nezájem politiků na prosazování dokumentů na podporu a rozvoj CR;
- oblast veřejných rozpočtů;
- zákony v oblasti životního prostředí omezující CR.

2. Sociálně–ekonomické podmínky

- nedůvěra návštěvníků v bezpečnost a kvalitu nabízených služeb v regionu;
- neřešení růstu kriminality a dalších negativních sociálně – ekonomických dopadů v souvislosti s otevřením České republiky světu;
- neexistence investičních nabídek pro investory.

3. Přeshraniční spolupráce

- zhoršování partnerských vztahů v důsledku problematiky Temelína.

4. Lidské zdroje

- odliv kvalifikovaných pracovních sil ze sféry CR v důsledku nízkého mzdového ohodnocení;
- odliv pracovníků do zahraničí.

5. Marketing a informace v cestovním ruchu

- nedostatečná spolupráce veřejného a soukromého sektoru;
- nekoordinovanost činností v oblasti informací a marketingu CR.

6. Podmiňující infrastruktura

- nedostatek finančních zdrojů na údržbu komunikací v regionu;
- zhoršující se kvalita silničních komunikací v regionu;

- zhoršování obslužnosti venkovských oblastí.

5.3 Zhodnocení SWOT analýzy v jednotlivých oblastech

Vypracovaná SWOT analýza tvoří základ pro formulování strategie kraje a ve svém obsahu podává přehled o silných a slabých stránkách prioritních oblastí kraje a o příležitostech a vnějších ohroženích.

Na základě zpracované SWOT analýzy byly v další části práce stanoveny jednotlivé návrhy a doporučení, které byly rozděleny do deseti oblastí.

Přírodní a kulturní bohatství

Jižní Čechy mají nabídku přírodního i kulturního bohatství velmi širokou a rozmanitou. Většina návštěvníků láká především tato nabídka, která skýtá četné možnosti pro aktivní, poznávací či odpočinkové formy cestovního ruchu.

Potenciálu přírodního a kulturního bohatství je třeba beze zbytku využít pro potřeby cestovního ruchu a dbát na jeho zachování. Zejména některé památky se potýkají s nevyhovujícím technickým stavem, který jejich atraktivnost v očích návštěvníků snižuje, jejich potenciál je nevyužitý a jsou pro veřejnost nepřístupné. Obnova, zpřístupnění a označení památek by pomohly k větší přitažlivosti pro účastníky cestovního ruchu.

Lázeňství

Lázeňství je specifická forma cestovního ruchu, která si i zde v jižních Čechách (v Třeboni, Bechyni a ve Vráži u Písku) našla své místo a úspěšně se rozvíjí. O obnovu lázeňské tradice proto usilují i některá další města (Prachatice, Nové Hrady), která tak chtějí zvýšit zájem návštěvníků.

Dopravní infrastruktura a obslužnost

Za slabou stránku je považováno nevyhovující napojení regionu na okolí, špatný stav některých komunikací II. a III. třídy, nedostatečné dopravní značení některých lokalit a nedostatečná kapacita a vybavenost parkovišť. Některé oblasti mají problém

s nevyhovující dopravní obslužností prostředky hromadné dopravy. Síť cyklotras a cyklostezek je celkem vyhovující, ale značně nerovnoměrně rozmístěna po regionu. Někde je velmi nevyhovující stav těchto komunikací, pokud jde o bezpečnost, poněvadž mnohdy vedou trasy po hlavních komunikacích.

Příležitostí pro rozvoj cestovního ruchu v regionu by mělo být zlepšení celkového stavu dopravní infrastruktury a odstranění nerovnoměrného rozmístění sítě cyklotras a cyklostezek. Protože cykloturistika se stává hlavní náplní aktivního volného času v Jihočeském kraji.

Nabídka pro volný čas

Tato oblast je jedna ze slabých stránek regionu. V turistických centrech a místech s vyšší návštěvností chybí dostatečná nabídka kulturního a sportovního vyžití, zejména při špatném počasí a mimo hlavní sezónu. Odstranění tohoto závažného nedostatku by se mělo stát jednou z hlavních priorit dalšího rozvoje cestovního ruchu v regionu.

Nabídka ubytování

Současná kapacita ubytovacích zařízení je plně vyhovující, občas se vyskytnou problémy v letní sezóně. Z hlediska druhového zastoupení však chybí dostatečná nabídka ubytování ve středním standardu a v některých lokalitách i nabídka pro náročnější klientelu. Všeobecně se kvalita ubytovacích zařízení na území kraje zlepšuje, ačkoliv stále nedosahuje standardů EU, a je proto nutné věnovat ji dostatečnou pozornost.

Nabídka stravování

Celkově se dá říci, že druhová i kapacitní nabídka možností stravování je uspokojivá. Horší je situace v oblasti servisu a služeb, kvalita obsluhy a péče o hosty.

V nabídce jídel jsou málo zastoupeny místní a regionální speciality, tradiční jižních Čech. Stejně tak jazyková vybavenost pracovníků v gastronomii je stále na nedostatečné úrovni. Opatření ke zlepšení tohoto stavu by bylo pořádání nebo větší nabídka jazykových kurzů (hlavně anglického a německého jazyka).

Krajina

Situace je v celém regionu velmi rozdílná a ne ve všech oblastech je situace uspokojivá. Problémem některých lokalit Jihočeského kraje je neudržovaná krajina se zanedbanými chátrajícími objekty, které nebudí dobrý dojem o daném regionu.

Neřešení neuspokojivého vzhledu obcí lze přisuzovat i ekonomické nesoběstačnosti menších obcí. Tato skutečnost by měla být řešena podporou vytváření a existence mikroregionů a účelových sdružení obcí s cílem podpory vzniku subjektů, které budou prostřednictvím finančních prostředků řešit společné problémy nacházejících se na jejich území.

Služby a produkt CR

Nabídka produktů a služeb je spíše nedostatečná. Převládá zde neochota a nemotivovanost ke spolupráce a vytváření nových regionálních produktů. I zde existuje velká regionální diferencovanost.

Hlavním cílem pro rozvoj cestovního ruchu by měl být společný zájem všech aktéru. Veřejná správa by měla, co nejvíce spolupracovat na všech úrovních. Samozřejmým partnerem by přitom měly být soukromé podnikatelské subjekty.

Důležitým faktorem by měla být intenzivní spolupráce se sousedními kraji a také se sousedícími turistickými regiony Rakousko a Německo, kde kvalita služeb a programová nabídka je na vysoké úrovni.

Marketing, informační servis

Situace v oblasti marketingu se v poslední době zlepšila a to především díky vytvoření jednotného informačního systému, který existuje pod JCCR.Využití internetu a rozvoj turistických informačních center také přispělo nemalou částí ke zlepšení informačních služeb. Přesto je zde vidět nezájem o celoregionální koordinaci aktivit.

Lidské zdroje

Cestovní ruch je odvětvím v němž má úroveň zaměstnanců, jejich vystupování a chování k zákazníkům radikální dopad na výslednou kvalitu poskytovaných služeb. Výchově kvalitních pracovníků je proto třeba věnovat maximální pozornost. U stávajících zaměstnanců v cestovním ruchu je třeba dbát na rozvoj jejich dovednosti.

Velkým problémem je malá vzdělanost obyvatel v regionu a to především, jak už bylo zmíněno v oblasti cizích jazyků. Řešení tohoto problému bude náročné a bude vyžadovat delší dobu. Je však jedinou cestou, jak tyto oblasti pozvednout pomocí cestovního ruchu.

6 Návrh strategie cestovního ruchu kraje

Na základě SWOT analýzy oblasti, jejích silných stránek a příležitostí byla navržena strategie cestovního ruchu Jihočeského kraje, která je zaměřena na produkt agroturistika. Pro tento produkt byly zvoleny cílové segmenty české rodiny s dětmi a zahraniční turisté ze západních zemí, u kterých je tato forma turistiky velice oblíbená.

Strategická část se skládá z definování vize a mise, stanovení cílů, výběru marketingové strategie a aktivace marketingového mixu. Vize Jihočeského kraje je představa budoucího stavu cestovního ruchu, která se vztahuje k oblasti jako celku. Další prvky jsou přímo směřovány na cílový segment.

6.1 Vize

Jihočeský kraj disponuje dostatečným množstvím atraktivit a má dobré předpoklady pro rozvoj šetrných forem cestovního ruchu, jako je agroturistika, ekoagroturistika, hippoturistika apod., proto aby se stal vyhledávanou oblastí venkovského cestovního ruchu. Při spolupráci subjektů působících v cestovním ruchu by se jižní Čechy mohly stát jednou z nejnavštěvovanějších oblastí v porovnání s jinými regiony.

V Jihočeském kraji vznikl projekt Hippostezky-rozvoj koňské turistiky. Lze říci, že tento projekt je jednou z pilotních akcí, kladoucí si za cíl hlavně kromě jiného využít zájem lokálních a regionálních institucí o doposud zanedbávanou oblast agroturistiky a vyprovokovat tvůrce nových produktů a projektů, aby kraj mohl nabídnou svým návštěvníkům, ale i svým obyvatelům plnohodnotné vyžití se současným zachováním typického rázu jihočeské krajiny a jejich přírodních hodnot.

Důležitým předpokladem zvýšení počtu návštěvníků v Jihočeském kraji je zainteresovanost podnikatelů a dalších subjektů na rozvoji cestovního ruchu a vstřícnost obyvatel k návštěvníkům oblasti. I sebe lépe navržená strategie rozvoje cestovního ruchu může na těchto dvou podmínkách ztroskotat.

6.2 Mise

Jihočeský kraj je území, které nabídkou přírodního a kulturního bohatství a nabídkou služeb cestovního ruchu chce uspokojit potřeby a požadavky návštěvníků oblasti. Převažující venkovský ráz, romantická a rozmanitá krajina kolem řek a rybníků, je ideálním místem pro trávení volného času rodin s dětmi a zahraničních turistů. Nekonečné množství cest a cestiček zve k toulkám a k získávání nových zážitků.

6.3 Marketingové cíle

Strategické cíle:

- uspokojování potřeb a přání cílových segmentů;
- vytvoření u návštěvníků asociace Jihočeského kraje jako pohostinné oblasti, kde se dá získat spousta zážitků z agroturistiky.

Operační cíle:

- zvýšení poměru cílového segmentu rodiny s dětmi z 15 % (rok 2007) na 25 % do konce roku 2012 ve vztahu k ostatním návštěvníkům (viz. kapitola 4);
- zvýšit povědomí a propagaci tzv. měkkých forem turistiky – agroturistiky a ekoagroturistiky.

6.4 Marketingová strategie

Cílovým segmentem Jihočeského kraje jsou české rodiny s dětmi a zahraniční turisté, kteří aktivně využívají čas strávený v oblasti. Marketingová strategie se zaměřuje na zvýšení počtu těchto skupin a lepší uspokojení jejich požadavků a služeb, a tak vytvoření kladného image regionu.

Převažující venkovský ráz, zdravé přírodní prostředí a rozmanitý terén předurčuje Jihočeský kraj pro agroturistiku orientovanou na aktivní prožitky a poznání přírodních a kulturních atraktivit oblasti.

Důležitým předpokladem opětovného návratu turistů je zdokonalení a vytvoření nových služeb jako například vybudování zázemí pro ubytování a stravování v duchu tradiční kuchyně a ekologické pěstování plodin.

Vítanou součástí by byla také venkovní hospůdka nebo restaurace, kde by mohli posedět převážně pěší turisté a cykloturisté, kteří by zároveň u jídla mohli dohlédnou na své kolo.

Další možnosti lze vidět v již zmiňované hippoturistice. Zájemcům o jezdectví by byly nabízené výukové jízdy na koních nebo i celodenní výlety na koňském hřbetě. Při tvorbě celodenních výletů by přednostně měl být brán ohled na cílové segmenty turistů. Pro rodiny s dětmi by se větší počet tras zabýval pověstmi Jihočeského kraje a tajemnými místy. Zahraničním turistům by trasy vedly například po technických památkách, lidové architektuře, sakrálních památkách apod.

Předpokladem naplnění marketingové strategie je spolupráce podnikových subjektů působících v cestovním ruchu, místních obyvatel a dobrovolných spolků.

6.5 Aktivace marketingového mixu

6.5.1 Produkt

Produktem cestovního ruchu je vše, co Jihočeský kraj nabízí současným i potenciálním návštěvníkům.(8) Pro tuto konkrétní strategii je produktem agroturistika, z pohledu návštěvníka se jedná o zážitky z dovolené.

Pro návštěvníka je produktem komplex zkušeností, které nabyl od chvíle, kdy opustil své bydliště, po moment, kdy se do něj zpět vrátil. Všechny poskytnuté služby a statky jsou součástí tzv. souborného produktu cestovního ruchu (8), který se skládá z:

- primární nabídky regionu – agroturistika ve venkovské oblasti, seznámení s přírodou a společenskými atraktivitami;
- sekundární nabídky – ubytování na venkově;
- přístupnost destinace – nejvhodnější způsob pro rodiny s dětmi i pro zahraniční turisty je vlastní automobil, ale dá se využít i vlak a autobus;
- image oblasti – romantická a rozmanitá krajina;

- přiměřené ceny – cena je závislá na použitém dopravním prostředku, vzdálenosti bydliště od regionu, výběru ubytovacího zařízení, využití doplňkových služeb a na dalších komponentech.

Při bližším pohledu na primární nabídku Jihočeského kraje jsou jádrem produktu farmy. Další vrstvou produktu jsou poskytované služby turistům (možnost zakoupení domácích výrobků, jízda na koni, přeprava hostů po dohodě, možnost práce na farmě), které by měly být vždy kvalitní. Dále se jedná o něco navíc, něco, co odliší nabídku Jihočeského kraje od jiných destinací. Tím jsou například tématické a naučné celodenní výlety na koňském hřbetě zaměřené pro rodiny s dětmi a pro zahraniční turisty.

6.5.2 Cena

Návštěvníka zajímá při výběru destinace výše finančních prostředků, které vynaloží na cestu, ubytování, stravování a ostatní doplňkové služby v oblasti. V současnosti není možné stanovit jednotnou cenu za produkt agroturistika v Jihočeském kraji, protože poskytovatelé služeb jsou jednotlivé podnikatelské subjekty, které si cenu za své služby stanovují samostatně. Region může zjistit pouze rozpětí cen.

Cena za ubytování pro čtyřčlennou rodinu (dvě děti do 15 let), při sedmidenním pobytu (šest nocí) se snídaní, neboť u všech farem a venkovských penzionů je snídaně standardně zahrnuta v ceně, se pohybuje v rozmezí od 6.000 Kč do 10.800 Kč. Cena za ubytování pro dvě osoby u zahraničních turistů je od 3.600 Kč do 6.000 Kč. Výše ceny záleží rovněž na zvoleném ubytovacím zařízením a na jeho umístění. Při využití dalších služeb se cena zvyšuje, dále je cena ovlivněna sezónou, vzdáleností od regionu a způsobem dopravy.

6.5.3 Distribuce

Význam při distribuci produktu cestovního ruchu bude přikládán internetu, konkrétně vytvořeným speciálním webovým stránkám. Na počátku by byly věnovány pouze agroturistice, postupem času a s rozšířením nabídky produktů by se zabývaly dalšími oblastmi cestovního ruchu. Webové stránky by měly formu

katalogu Jihočeského kraje, kde by se nacházely informace o oblasti (všeobecné informace, informace o atraktivitách), fotografie, kontakty na poskytovatele služeb. Distribuce produktu je výhodná jak pro potenciální návštěvníky, tak i pro samotný region.

Navázáním spolupráce s informačními centry by byla vytvořena další možnost distribuce produktu. Informačními centry jsou míněná jak infocentra v klasickém slova smyslu, tak jakékoliv organizace či instituce, které mohou informovat potenciální zájemce o agroturistiku. Lze sem tedy zařadit například některé cestovní kanceláře, Svaz měst a obcí Jihočeského kraje, Jihočeskou centrálu cestovního ruchu, Regionální agrární komoru a další.

Jednotlivé komponenty souborného produktu by byly samozřejmě prodávány přímo jejich poskytovateli.

6.5.4 Promotion

S určením cílových skupin souvisí i styl komunikace a propagace, neboť každá z těchto skupin má jiný způsob vyhledávání destinací pro dovolenou i jiný přístup k informačním zdrojům.

Pro rodiny s dětmi je nejefektivnějším způsobem propagace internet (využilo 44 % respondentů), kde by byla prezentace oblasti na vlastních stránkách a na stránkách specializovaných na cestovní ruch a agroturistiku. Pro propagaci produktu je rovněž účinným způsobem zviditelnění umístění propagačních materiálů v cestovních kancelářích a informačních centrech v turistických destinacích.

U zahraničních klientely je nutné vynaložit větší úsilí na zviditelnění produktu a to především na zahraničních výstavách cestovního ruchu a u cestovních kanceláří, nabízejících produkty v zahraničí. Pro tento účel by měly být vytvořeny propagační materiály, které budou po dohodě s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu součástí nabídky jihočeského regionu na zahraničních výstavách. Primárně by materiály měly být tištěny v německém a anglickém jazyce, do budoucna také ve francouzštině a italštině, aby byl pokryt co největší potenciál možných zájemců z evropských zemí.

6.5.5 Lidé

Vztahy návštěvníků s místními obyvateli a zaměstnanci v cestovním ruchu velmi ovlivňují jejich konečný dojem z pobytu v oblasti. Zaměstnanci by měli odvádět svoji práci kvalitně a profesionálně, neboť to závisí na dalším možném prodeji produktu.

Dále by měl být na místě pracovník, disponující alespoň konverzační znalostí anglického a německého jazyka, aby mohl poskytnout dostatečně kvalifikované informace možným zájemcům. Tyto předpoklady jsou nutné k zajištění těchto informací:

- první kontakt s návštěvníkem;
- upřesnění požadavků klienta (čas příjezdu a odjezdu, náročnost výletu apod.);
- zjištění co nejpodrobnějších informacích o klientovi (především kontaktní údaje, počet osob, zkušenosti s venkovskou turistikou, požadavky na služby);
- zajištění možných dalších služeb pro návštěvníka.

6.5.6 Packaging

Zpočátku by se balíčky služeb nepřipravovaly, region by se zaměřil na zdokonalování produktu. Pokud by se ukázalo, že o agroturistiku v Jihočeském kraji je dostatečný zájem, mohla by být vytvořena speciální nabídka, která by se zaměřila na zvolené segmenty turistů a na sportovní aktivity.

Návrhy na možné zaměření balíčků služeb v agroturistice

1. *Program zaměřený pro segment rodiny s dětmi*
2. *Týdenní balíček pro segment manželské či partnerské páry všech věkových kategorií*
3. *Balíček zaměřený na sportovní aktivity*

1. Program zaměřený pro segment rodiny s dětmi

Týdenní až desetidenní pobyty pro rodiny s dětmi by byly uskutečňovány na agrofarmě, kde by se poskytovalo ubytování a stravování formou polopenze. Obědy by byly zajištěny v souladu s každodenním připraveným programem. Program by byl přizpůsoben dětské klientele, ať už v nižší náročnosti pěších a jiných výletů, tak i v samotné skladbě programu. Z doplňkových služeb pro ty nejmenší klienty by neměly chybět soutěže v poznání domácích zvířat a rostlin, v malování příběhů, které děti na farmě prožijí a toho, co se jim nejvíce na dovolené líbí. Provozovatel agrofarmy by měl klientům nabídnout k zapůjčení společenské hry a sportovní nářadí.

2. Týdenní balíček pro segment manželské či partnerské páry všech věkových kategorií

Produkt by byl reprezentovaný týdenním pobytem na jihočeském venkově. Ubytování by bylo zajištěno na dvou agrofarmách. Samozřejmě by existovalo několik možných kombinací produktů s nabídkou různých ubytování na různých agrofarmách. Na každé z nich by došlo k zajištění ubytovacích služeb v délce tří – čtyř nocí, včetně poskytnutí stravování formou polopenze s důrazem na místní speciality a českou kuchyni. Obědy by byly rovněž zajištěny v souladu s každodenním připraveným programem v jednotlivých restauracích. Program by byl sestaven z následujících doplňkových služeb:

- sportovní aktivity: pěší nebo cyklistické výlety do přírody;
- exkurze statku s chovem koní s možností projížďky kočárem či jízdy na koni;
- návštěva technických památek, hradů a jiných památkových objektů;
- na farmě zajištěn minikurz batikování a dalších aktivit.

3. Balíček zaměřený na sportovní aktivity

Bylo by vhodné připravit sportovně zaměřený produkt ve spojení s pobytem na agrofarmě. V rámci týdenního až desetidenního pobytu by ubytování a stravování formou polopenze zajistily dvě až tři agrofarmy. Turisté by z farmy na farmu cestovali po vyznačených cyklostezkách na jízdních kolech. Samozřejmostí by bylo zajistit převoz zavazadel klientů mezi jednotlivými farmami. Nechyběla by ani nabídka jiných sportů, jako pěší turistika v přírodě, návštěva koupališť, jízda na koni, turnaj v míčových hrách apod.

6.5.7 Naprogramování

Nejvhodnějším obdobím pro agroturistiku ve středoevropských klimatických podmínkách je bezesporu jaro až podzim. Stanovení tohoto období přináší i výhody pro rozšíření turistické sezóny, což je snahou snad všech turistických regionů a podnikatelů v cestovním ruchu.

6.5.8 Spolupráce

Velice pozitivní vliv na úspěšnost jakéhokoliv produktu cestovního ruchu má spolupráce ze strany institucí, zde především ze strany jednotlivých měst, Jihočeského kraje, Regionální agrární komory, Jihočeské centrály cestovního ruchu a rovněž je důležitá zainteresovanost cestovních kanceláří jako tvůrců a provozovatelů balíčků. Spolupráce by mohla být nasměrována na celou oblast regionu a na produkt agroturistika.

7 Závěr

Cílem diplomové práce na téma „Perspektivy cestovního ruchu v Jihočeském kraji" bylo analyzovat oblast z pohledu cestovního ruchu. To bylo následně základním východiskem pro celkové hodnocení úrovně cestovního ruchu v regionu a vytvoření návrhu strategie cestovního ruchu kraje s cílem zvýšit atraktivitu regionu a přilákat tak zvolené segmenty turistů.

Potenciály rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji byly zhodnoceny pomocí SWOT analýzy. Mezi silné stránky oblasti patří významná geografická poloha, přírodní bohatství, kulturní dědictví, tradice lázeňství, infrastruktura pro rozvoj cestovního ruchu, nižší ceny služeb a produktů ve srovnání se zahraničím a existující spolupráce. Naopak slabými stránkami jsou nedostačující dopravní a turistická infrastruktura, nevyhovující značení památek, malá znalost cizích jazyků apod. Jako příležitosti byly stanoveny podpora malého a středního podnikání, využití a rozvoj přeshraniční spolupráce, vytvoření systému jednotného marketingu cestovního ruchu, koordinace a provázanost integrovaného dopravního systému v regionu a další. Jako nejvážnější ohrožení se jeví nezájem politiků na prosazování dokumentů na podporu a rozvoj cestovního ruchu, neexistence investičních nabídek pro investory, odliv kvalifikovaných pracovních sil ze sféry cestovního ruchu a jiné.

Návštěvníci oblasti byli analyzováni terénním šetřením, z jehož výsledků byla provedena segmentace trhu cestovního ruchu. Po vyhodnocení byly zvoleny cílové segmenty rodina s dětmi a zahraniční turisté ze západních zemích.

Na základě výše zmíněných analýz byla navržena strategická část, která je zaměřena na cílové segmenty. Pro tyto segmenty se jeví jako nejvhodnější produkt agroturistika v Jihočeském kraji. Za hlavní distribuční, komunikační a propagační kanál byl zvolen internet a u zahraniční klientely je důležité vynaložit úsilí na zviditelnění produktu na výstavách cestovního ruchu a u cestovních kancelářích v zahraničí. Strategickým cílem je uspokojování potřeb a přání cílových segmentů a vytvoření u návštěvníka asociace Jihočeského kraje jako romantické a rozmanité krajiny kolem řek a rybníků, která je ideálním místem, pro agroturistiku orientovanou na aktivní prožitky a poznání.

Uvedená strategická část by se dala použít i pro zvýšení počtu jiných segmentů turistů, kteří upřednostňují šetrné formy turistiky.

Celkově lze říci, že Jihočeský kraj je velmi atraktivní lokalitou pro rozvoj cestovního ruchu, o čemž vypovídá jak analýza cestovního ruchu, tak i závěry terénního šetření.

Analýza cestovního ruchu ukázala, že je zde vysoký potenciál, který pokud bude využíván, může podstatně ovlivnit úroveň cestovního ruchu v regionu. Z terénního šetření a rovněž z pohledu návštěvníků regionu, je oblast hodnocena též velice kladně, což je významným impulsem pro to, aby byla nabídka služeb a úroveň cestovního ruchu dále rozvíjena a zlepšována.

8 Summary

The target of this diploma thesis with the topic „The prospects of tourism in the region of South Bohemia" is to analyze the region with regard on tourism and its both sides - supply and demand. The basis of this analysis suggests products of tourism that would increase the attraction of the region and draw attention of more tourists to this place.

First, the region of South Bohemia and its potential for tourism development were analysed. In the SWOT analysis, I have analysed and identified the strengths of this region (e.g. the location, nature's treasures, cultural heritage, traditional spa, suitable infrastructure for tourism development, low prices of service and products, existing cooperation with foreign countries), its weaknesses (deficient marking of the sights and cultural relicts, little knowledge of foreign languages), opportunities (support for small and middle-sized enterprises, development of cross-border cooperation, creating a single marketing system for tourism development etc.) and threats (absence of investment encouragements for investors, brain-drain etc).

The visitors of the region were described with means of local inquiry; its results were used for tourism market segmentation. As result, I have recognised the target market group – families with children and tourists from the West. Based on the analysis mentioned above, a strategy has been designed that is focused on the target market groups. As the most suitable product of the region of South Bohemia for these market groups seems agro- tourism. As the main distribution, communication a promotion channel I have chosen Internet, to attract the foreign customers, it is important to try to draw their attention to our product in various tourism expositions and exhibitions and by the travel agencies abroad. The strategic aim is satisfaction of requirements and wishes of the target market group, creating visitor's association of the region of South Bohemia as a romantic and divers land with many ponds, rivers and forests, which is ideal for agro-tourism, active enjoyment and sightseeing.

9 Použitá literatura

Knižní publikace

1. FORET, M., FORETOVÁ, V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha. Grada Publishing. 2001. ISBN 80-247-0207-X.
2. HESKOVÁ, M. a kol.: Cestovní ruch. Praha. Fortuna. 2006. ISBN 80-7168-948-3.
3. HLADKÁ, J.: Technika cestovního ruchu. Praha. Grada. 1997. ISBN 80-7169-476-2.
4. HOLEČEK, M., MARIOT, P., STŘÍDA, M.: Zeměpis cestovního ruchu. Praha. Česká geografická společnost, s. r. o. 2001. ISBN 80-86034-39-9.
5. HORNER, S. – SWARBROOKE, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb. Praha. Grada. 2003. ISBN 80-24702-02-9.
6. HRALA, V.: Geografie cestovního ruchu. Praha. Idea servis, konsorcium. 2001. ISBN 80-85970-36-8.
7. Jihočeský kraj – průvodce po České republice. Praha. Kartografie Praha, a. s. 2003. ISBN 80-7011-734-6.
8. KIRÁĽOVÁ, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha. EkoPress. 2003. ISBN 80-86119-56-4.
9. MALÁ, V.: Cestovní ruch (Vybrané kapitoly). Praha. VŠE. 1999. ISBN 80-7079-443-7.
10. MALÁ, V.: Základy cestovního ruchu. Praha. VŠE. 2002. ISBN 80-245-0439-1.
11. MORRISON, M.: Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha. Victoria Publishing. 1995. ISBN 80-85605-90-2.
12. PAYNE, A.: Marketing služeb. Praha. Grada. 1996. ISBN 80-716-9276-X.
13. PODHORSKÝ, M.: Jihočeský kraj – průvodce na cesty. Praha. Freytag & berndt. 2003. ISBN 80-7316-031-5.

Strategický materiál

14. Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji. České Budějovice: Jihočeský kraj. 2002.

Internetové zdroje

15. Český statistický úřad. Dostupné z: www.czso.cz
16. Jihočeská centrála cestovního ruchu. Dostupné z: www.jccr.cz
17. Krajský úřad Jihočeského kraje. Dostupné z: www.kraj-jihocesky.cz
18. Národní památkový ústav. Dostupné z: www.npu.cz

10 Seznam tabulek a grafů

Seznam tabulek:

Tab. 1 Přehled lázeňských zařízení v Jihočeském kraji

Tab. 2 Návštěvnost hradů a zámků 2003-2004

Tab. 3 Silniční síť Jihočeského kraje v roce 2004

Tab. 4 Železniční síť Jihočeského kraje

Tab. 5 Síť cyklotras v Jihočeském kraji

Tab. 6 Vývoj struktury a počtu ubytovacích zařízení Jihočeského kraje

Tab. 7 Struktura ubytovacích zařízení JčK dle lůžkových kapacit k 31. 12. 2004

Tab. 8 Přehled udělených certifikátů HOREKA – Jihočeský kraj

Tab. 9 Kontroly provozoven veřejného stravování za 1. pololetí 2005

Seznam grafů:

Graf 1 Domácí návštěvníci dle krajů České republiky

Graf 2 Země původu zahraničních návštěvníků

Graf 3 Použitý dopravní prostředek

Graf 4 S kým respondenti přicestovali

Graf 5 Kolikrát respondent navštívil region

Graf 6 Důvod návštěvy Jihočeského kraje

Graf 7 Délka pobytu v regionu

Graf 8 Zdroj informací o regionu

Graf 9 Využití ubytovacích zařízení

Graf 10 Druh ubytovacího zařízení

Graf 11 Způsob stravování v Jihočeském kraji

Graf 12 Návštěvnost atraktivit

Graf 13 Pociťované nedostatky

Graf 14 Zájem o opakované návštěvy regionu

Graf 15 Poměr mužů a žen

Graf 16 Respondenti dle věkových kategorií

11 Seznam příloh

Příloha č. 1: **Regionální členění mapového informačního systému jižní Čechy**

Příloha č. 2: **Fotodokumentace**

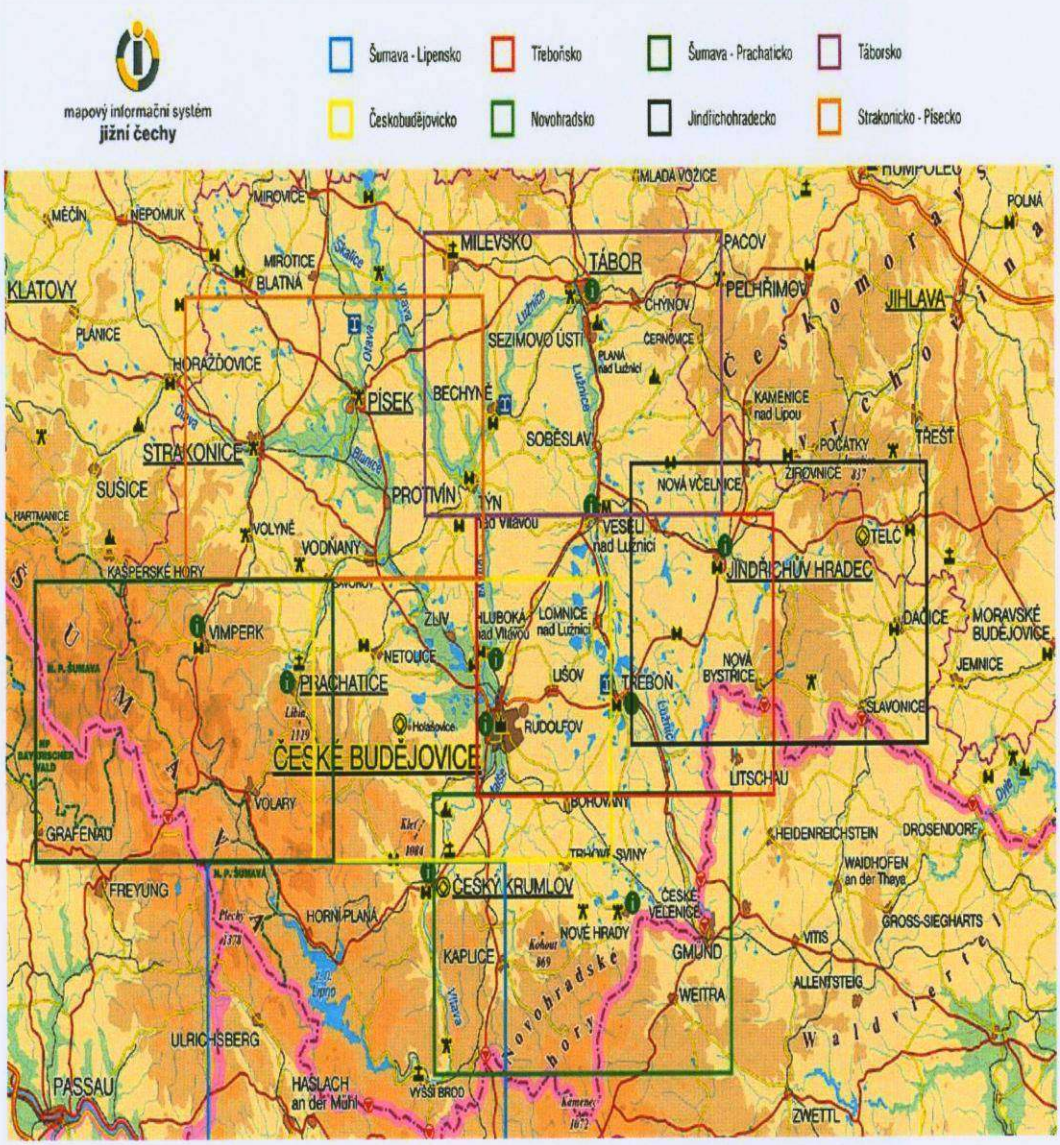
Příloha č. 3: **Seznam veřejně přístupných hradů, zámků a klášterů v Jihočeském kraji**

Příloha č. 4: **Seznam informačních středisek v Jihočeském kraji spolupracujících s Krajským úřadem Jihočeského kraje**

Příloha č. 5: **Dotazník**

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA
KNIHOVNA
Studentská 13
370 05 České Budějovice

Příloha č. 1: **Regionální členění mapového informačního systému jižní Čechy**



Příloha č. 2: **Fotodokumentace**



Vimperk – věž s kaštanem



Český Krumlov



Blatná



Hluboká nad Vltavou

Příloha č. 3: **Seznam veřejně přístupných hradů, zámků a klášterů v Jihočeském kraji**

Abecední seznam objektů:	**Zřizovatel, případně adresa vlastníka**
Bechyně	Panství Bechyně, a. s.
Blatná	Kornelie, Josefina a Jana Hildprantovy, bytem v zámku Blatná
Borotín	Anna Poštýnská, Mánesova 83, Praha 2
Červená Lhota	Památkový ústav v Českých Budějovicích
Český Krumlov	Památkový ústav v Českých Budějovicích
Dačice	Památkový ústav v Českých Budějovicích
Dívčí Kámen	Lesy ČR, s.p., Hradec Králové
Helfenburk	obec Dobronice u Bechyně
Hluboká nad Vltavou	MěÚ Strakonice
Choustník	MěÚ Choustník
Jindřichův Hradec	Památkový ústav v Českých Budějovicích
Kozí Hrádek	Obec Sezimovo ústí
Kratochvíle	Památkový ústav v Českých Budějovicích
Landštejn	Památkový ústav v Českých Budějovicích
Nové Hrady	Památkový ústav v Českých Budějovicích
Orlík	Karel Schwarzenberg, Dřevíč, obec Sýkořice, okres Rakovník
Ohrada	Národní zemědělské muzeum v Praze
Písek	Prácheňské muzeum v Písku
Rožmberk	Památkový ústav v Českých Budějovicích
Strakonice	Muzeum středního Pootaví, MěÚ Strakonice
Šelmberk	MěÚ Mladá Vožice
Třeboň	Památkový ústav v Českých Budějovicích
Schwarzenberská hrobka Domanín	*Památkový ústav v Českých Budějovicích*
Vítkův Kámen	MěÚ Přední Výtoň
Vyšší Brod	Řád cisterciáků, Vyšší Brod
Zlatá Koruna	Památkový ústav v Českých Budějovicích
Zvíkov	Památkový ústav v Českých Budějovicích
Žumberk	Jihočeské muzeum České Budějovice

Příloha č. 4: **Seznam informačních středisek v Jihočeském kraji spolupracujících s Krajským úřadem Jihočeského kraje**

Jihočeská centrála cestovního ruchu

Jírovcova 1, P.O.Box 80, 370 21 České Budějovice

Tel.: +420 386 358 728, fax: +420 386 358 728

e-mail: info@jccr.cz, www.jccr.cz

Městské informační centrum České Budějovice

Nám. Přemysla Otakara II. č. 1, 2, 370 92 České Budějovice

Tel.: +420 386 801 413, fax: +420 386 801 414

e-mail: inforcb@c-budejovice.cz, www.c-budejovice.cz, /www.c-budejovice.cz/wap/

Infocentrum Český Krumlov

Nám. Svornosti 2, 381 01 Český Krumlov

Tel.: +420 380 704 622, fax: +420 380 704 619

e-mail: info@ckrumlov.cz, www.ckrumlov.cz/info

Informační středisko Město Jindřichův Hradec

Panská 136/I, 377 01 Jindřichův Hradec

Tel.: +420 384 363 546, fax: +420 384 361 503

e-mail: info@jh.cz, www.jh.cz

Infocentrum Písek

Heydukova 97, 397 01 Písek

Tel./fax: +420 382 213 592

e-mail: icpisek@mupisek.cz, www.icpisek.cz

KIS-infocentrum Prachatice

Velké náměstí 1, 383 01 Prachatice

Tel./fax: +420 388 312 563

e-mail: infocentrum@prachatice-info.cz, www.prachatice.cz

Infocentrum Strakonice

Velké náměstí 2, 386 21 Strakonice

Tel.: +420 383 700 700, fax: +420 383 700 702

e-mail: infocentrum@strakonice.cz, www.mu-st.cz

Infocentrum Město Tábor

Žižkovo nám. 2, 390 01 Tábor

Tel.: +420 381 486 230, fax: +420 381 486 239

e-mail: infocentrum@mu.tabor.cz, www.tabor.cz

Příloha č. 5: **Dotazník**

DOTAZNÍK

Dobrý den,

jsem tazatel/ka provádějící pro diplomovou práci výzkum návštěvnosti v Jihočeském kraji. Můžete mi prosím věnovat několik minut času? Rád/a bych Vám položil/a několik otázek týkajících se Vás a Vašich postřehů z pobytu v této oblasti.Vaše odpovědi budou anonymní a nebudou použity pro jiné účely.

1. Odkud přijíždíte?

(kraj/stát).....

2. Jakým způsobem jste se dopravil/a do Jihočeského kraje?

a) osobním automobilem

b) autobusem

c) vlakem

d) na kole

e) kombinovanou dopravou (letadlo, vlak, bus)

f) jinak.....

3. S kým jste přicestoval/a?

a) sám/sama

b) s partnerem/partnerkou

c) s rodinou (s dětmi)

d) s přáteli, známými

4. Po kolikáté zde již jste?

a) poprvé

b) už jsem zde byl/a 1 až 3 krát

c) už jsem zde byl/a vícekrát

5. Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy? (vyberte pouze 1 možnost)

a) sport (turistika, cyklistika, lyžování apod.)

b) poznání kraje (kultura, folklór, historie)

c) celková relaxace (odpočinek, procházky, koupání, zábava)

d) zdraví (léčení, lázně, rehabilitace)

e) komerční důvody (obchod, pracovní jednání, konference)

f) návštěva příbuzných nebo známých

g) pouze tudy projíždím

h) jiný důvod.....

6. Kolik dnů zde strávíte?

a) 1 den (bez noclehu)

b) 2 – 3 dny

c) 4 – 7 dny

d) 8 – 14 dní

e) 15 a více dní

7. Jak jste se o Jihočeském kraji dozvěděl/a? (vyberte max. 2 odpovědi)

a) z informačního centra (prospekty, letáky apod.)

b) z propagačních materiálů cestovních kanceláří

c) od příbuzných, známých

d) z televize, rádia, tisku

e) z internetových stránek

f) z vlastní zkušenosti

g) jinak.....

8. Jste v Jihočeském kraji ubytován/a?

a) ano

b) ne

9. Pokud ano, v jakém ubytovacím zařízení?

a) v hotelu

b) v penzionu

c) v turistické chatě, ubytovně

d) u rodiny, u přátel

jinak.....

10. Jak se zde stravujete?

a) převážně s využitím pohostinských služeb

b) částečně v pohostinských zařízeních a částečně z vlastních zdrojů

c) převážně z vlastních zdrojů

11. Co jste v Jihočeském kraji již navštívil/a nebo se chystáte navštívit?

a) církevní stavby

b) Městská muzea

c) Městské galerie

d) přírodní atraktivity

e) jiné.....

f) žádné

12. Co v Jihočeském kraji podle Vašeho názoru nejvíce chybí? (vyberte max. 3 odpovědi)

a) kvalitnější dopravní infrastruktura (silnice, parkoviště, služby)

b) lepší dostupnost hromadnými dopravními prostředky

c) rozsáhlejší a kvalitnější síť stravovacích a ubytovacích zařízení

d) větší péče o památky a turistické atraktivity

e) více míst poskytujících informace a propagační materiály

f) sportovní vyžití, sportovní a zábavní zařízení

g) jiné.....

h) nevím

13. Uvažujete o opakované návštěvě Jihočeského kraje?

a) ano – v brzké době (do 0,5 roku)

b) ano – ale někdy později

c) spíše ne

d) nevím, nedokáži říci

14. Respondent je:

a) muž

b) žena

15. Věková kategorie:

a) do 25 let

b) 26 – 34 let

c) 35 – 49 let

d) 50 – 59 let

e) 60 a více let

Děkuji za spolupráci a přeji Vám příjemné zážitky v Jihočeském kraji.

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA
KNIHOVNA
Studentská 13
370 05 České Budějovice