

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra cestovního ruchu a obchodu



Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**Zážitkový marketing a jeho role při formování produktů
cestovního ruchu turistického informačního centra ve Voticích.**

Vedoucí bakalářské práce:

doc. JUDr. Ludmila Nováková, CSc.

Autor:

Jana Vrnáková

Prohlášení

Já níže podepsaná Jana Vrňáková, čestně prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci na téma ***Zážitkový marketing a jeho role při formování produktů cestovního ruchu turistického informačního centra ve Voticích*** vypracovala zcela samostatně, a to na základě studia odborné literatury, vlastních praktických poznatků a za odborných konzultací vedoucí bakalářské práce paní doc. JUDr. Ludmily Novacké, CSc.

Veškerá použitá literatura a další podkladové materiály k sepsání této bakalářské práce jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

V Táboře dne

.....

Jana Vrňáková

Poděkování

Ráda bych poděkovala všem, kteří mi svou ochotou, radou , konzultací i kritikou pomohli sepsat tuto bakalářskou práci. Děkuji touto cestou paní doc. JUDr. Ludmile Novacké, CSc. za odbornou konzultaci.

Obsah

1. Úvod	8
2. Metodika a zpracování.....	9
2.1. Cíl práce.....	9
2.2. Stanovení hypotéz.....	9
2.3. Postup a zpracování práce.....	10
3. Definování základních pojmů.....	12
3.1. Produkt cestovního ruchu.....	12
3.2. Marketing a marketing cestovního ruchu.....	12
3.3. Event marketing.....	14
3.4. Definice turistického informačního centra.....	17
4. Vymezení sledovaného území.....	20
4.1. Posázaví.....	20
4.2. Podblanicko.....	21
4.3. Mikroregion Džbány.....	22
4.3.1. Přírodní park Džbány – Žebrák.....	22
4.3.2. Česká Sibiř.....	23
4.4. Votice.....	24
4.4.1. Turistické informační centrum města Votice a mikroregionu Džbány.....	26
4.4.2. Možnosti ubytování a stravování ve Voticích a okolí.....	28
5. Zhodnocení zážitkových akcí v dané oblasti.....	30
5.1. Turistický pochod „ Po stopách bitvy u Jankova.....	31
5.2. Svatováclavské slavnosti ve Voticích.....	31
5.3. Turistická hra „ Družina knížete Václava“.....	31
5.4. Podblanický hudební podzim.....	32
5.5. Pochod Praha – Prčice.....	32

6. Vlastní dotazníkové šetření.....	35
7. Návrh nového produktu cestovního ruchu ve vybrané oblasti.....	46
7.1. Votice v pověstech	46
7.2. Nastínění dalšího možného produktu	50
8. Závěr.....	52
9. Summary.....	54
10. Seznam obrázků, tabulek a grafů.....	56
11. Seznam použité literatury	57
12. Seznam použitých zkratk	59
13. Seznam příloh	60

1. Úvod

Téma mé bakalářské práce se vztahuje k městu Votice, které je všeobecně spojováno s Mikroregionem Džbány. V této oblasti se nachází dostatek přírodních a architektonických zajímavostí a postupně jsou rozšiřovány možnosti společenských, sportovních a kulturních aktivit. V mikroregionu je vyzdvihována především příroda, nachází se zde tedy možnosti ubytování na venkově především na farmách, kde je ubytování doprovázeno různými aktivitami spojenými s poznáním života na venkově. Tato oblast je velmi dobře dostupná, nachází se cca 50 km od Prahy, tudíž většina návštěvníků plyne odsud. U vesnic se nachází chatové oblasti a chalupy, které o víkendech obývají právě obyvatelé především z Prahy.

Pořádání kulturních, společenských či sportovních akcí tedy akcí zážitkových by mělo region více pozvednout, podpořit příliv turistů, který by pro kraj znamenal působením multiplikačních efektů především zlepšení ekonomické situace mikroregionu. Cestovní ruch přináší nejen příjmy, ale také nová pracovní místa. Zvýšení obecního rozpočtu by pak znamenalo využití těchto finančních prostředků na vylepšení dosavadní technické základny. v Mikroregionu by mohlo být poskytováno více a kvalitnějších služeb.

Protože hlavní doménou této oblasti je příroda, je třeba se na ni zaměřit a správně a šetrně umožňovat návštěvníkům její poznání.

Mým cílem je tedy analyzovat poptávku prostřednictvím dotazníkového šetření, zhodnotit současnou nabídku zážitkových akcí a na základě toho nabídnout vhodný turistický produkt, který by se týkal zážitkové turistiky v přírodním prostředí. Dílčím cílem je mými návrhy také iniciovat pomoc regionu k přilákání a udržení turistů na delší dobu, aby využili v okolí alespoň stravovací služby. Produkt je určen nejen pro turisty, ale i občany z okolí, kteří mají přírodu rádi, chtějí lépe poznat své okolí a odpočinout si od starostí, které současný hektický život přináší.

2. Metodika a zpracování

2.1. Cíl práce

Hlavní cíl práce

Cílem mé práce je zhodnotit současný stav nabídky zážitkových aktivit ve zvolené oblasti a na základě zjištěných skutečností vytvořit návrh konkrétního turistického produktu. Nový produkt by měl přispět k větší návštěvnosti daného regionu a měl by napomoci k širšímu poznání této oblasti. Jednalo by se o spojení zachovalé okolní přírody s bližším poznáním regionu.

Dílčí cíle práce

Dílčí cíle této práce je možno naznačit v následujících tezích:

- Vymezení zkoumaného území
- Zhodnocení současné nabídky zážitkových aktivit
- Důležité výsledky vlastního dotazníkového šetření využít pro potřeby vytvoření návrhu nového produktu a zhodnocení současné situace dané oblasti

2.2. Stanovení hypotéz

Jedním z bodů bakalářské práce je dotazníkové šetření. Nejdříve byly ovšem stanoveny hypotézy, které budou prostřednictvím výsledků z šetření vyvráceny nebo potvrzeny:

1. Votice jsou málo navštěvovány turisty

- Vycházela jsem z faktu, že město je málo propagováno. A nenabízí se zde žádný balíček služeb pro turisty, kteří by přece jenom chtěli město poznat.

2. Cílovým segmentem jsou rodiny s dětmi

- Votice nejsou velkým městem (na správním území města Votice žije 4500 obyvatel) a jsou poměrně blízko hlavního města Prahy, za prací lze tedy dojíždět. Je tu také čistý vzduch a zachovalá příroda, proto zde žije mnoho mladých rodin s malými dětmi.

3. Obyvatelé Votic mají dostatek volného času

- Vycházím z toho, že ve městě není mnoho příležitostí jak vhodně využít volný čas. Předpokládám, že po příchodu ze zaměstnání a ze školy nemají obyvatelé žádné možnosti jak se svým časem naložit.

4. Nejvíce jsou preferovány aktivity z oblasti přírody a sportu

- Příroda je hlavním bohatstvím tohoto kraje, z toho by se tedy mělo vhodně těžit. Ve Voticích působí občanské sdružení Ochrana fauny ČR. Sport je moderní záležitostí a také ve Voticích lze využít několika sportovních možností (fotbalové hřiště, sokolovna, atd.)

2.3. Postup a zpracování práce

První fáze práce byla věnována studiu sekundární literatury, porovnání a utřídění poznatků o dané problematice. Při zpracování vlastní bakalářské práce bylo použito následujících skupin zdrojů dat a sice:

- Odborná literatura z oblasti cestovního ruchu
- Odborná literatura týkající se oblasti marketingu
- Odborná regionální literatura
- Internetové stránky
- Primární data – vlastní šetření
- Poznatky získané osobně na základě rozhovorů s pracovníky turistického informačního centra dané oblasti

Úvodní část zpracování práce byla věnována studiu dostupné literatury, a sice literatury odborné z oblasti cestovního ruchu, marketingu a literatury regionální. V průběhu práce byly jednotlivé poznatky vzájemně analyzovány a rozpracovány do jednotlivých kapitol.

Kapitoly nazvané Vymezení sledovaného území a Zhodnocení zážitkových akcí dané oblasti byly vypracovány na základě studia dobře dostupné regionální literatury, internetových stránek obcí a turistických průvodců dané oblasti. Dalším informačním zdrojem pro zpracování této kapitoly byly také propagační materiály sledovaných obcí

a oblastí. Přínosné byly také rozhovory s pracovníky turistického informačního centra ve Voticích.

V následující kapitole bylo využito především primárních dat, která byla získána prostřednictvím metody vlastního dotazníkového šetření.

V závěrečné kapitole mé bakalářské práce – Návrh nového produktu cestovního ruchu ve vybrané oblasti jsem čerpala především z regionální literatury mapující pověsti Votic a okolí. Jako pomůcka při plánování trasy mi pochopitelně sloužily různé regionální turistické mapy.

3. Definování základních pojmů

3.1. Produkt cestovního ruchu

Produkt cestovního ruchu¹ je chápán jako vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jedná se především o soubor služeb, které produkuje a nabízí cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu.

Podle Výkladového slovníku cestovního ruchu² je produkt cestovního ruchu ze všeobecného pohledu *souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu podnikajícího v cestovním ruchu nebo cestovní ruch koordinujícího. Patří mezi kontrolovatelné faktory – součást marketingového mixu – v případě produktu orientovaného na specifický segment trhu jde o nástroj výklenkového managementu. Jedná se o zboží (suvenýry, průvodce, mapy apod.) či služby (ubytovací, stravovací, doprava, služby průvodců apod.), ale z pohledu návštěvníka výkladový slovník hodnotí produkt cestovního ruchu jako *kompletní zážitek od chvíle, kdy návštěvník opustil domov, do doby návratu.**

3.2. Marketing a marketing cestovního ruchu

Známý marketingový odborník Phillip Kotler³ obecně marketing představuje „jako společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot.“

A. M. Morrison chápe marketing cestovního ruchu⁴ jako „plynulý proces probíhající v dílčích krocích, prostřednictvím něhož management v odvětví pohostinství a cestovního ruchu plánuje, zkoumá, naplňuje, kontroluje a vyhodnocuje činnosti navržené k zajištění jak zákaznických potřeb a skrytých přání, tak i cílů své vlastní organizace.“

J. Krippendorff ovšem definuje marketing cestovního ruchu „jako systematickou a koordinovanou orientaci podnikatelské politiky cestovního ruchu, jakož i soukromé a státní politiky cestovního ruchu na místní, regionální, národní a mezinárodní úrovni

¹ Hesková, M. a kol.: Cestovní ruch pro VOŠ a VŠ. Praha: Fortuna, 2006, str. 134-135

² Pásková, M., Zelenka, J.: Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002

³ Kotler, P., Armstrong, G.: Marketing. Praha: Grada Publishing, 2004, str. 42

⁴ Morrison, A.M.: Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha: Victoria Publishing, 1999, str. 16

na co nejlepší uspokojování potřeb určitých skupin zákazníků při dosažení přiměřeného zisku.“

A. M. Morisson definoval sedm principů marketingu, v počtu těchto principů se autoři liší, např. G.J.Hooley, J.A. Saunders a N.F.Piercy⁵ uvádí ve svém díle Marketing Strategy and Competitive Positioning pouze pět základních principů marketingu.

Sedm stěžejních principů marketingu

1. Marketingový přístup: Hlavní prioritou manažera cestovního ruchu je uspokojení potřeb zákazníka. Manažer se musí umět vcítit do role zákazníka.
2. Marketingová orientace neboli orientace na zákazníka: Organizace přijala marketingový přístup a pracuje podle něj. Je třeba dbát na stížnosti.
3. Uspokojování potřeb a skrytých přání zákazníků : V dnešní době vysoké konkurence musí organizace pochopit, že nejdůležitější podmínkou pro udržení firmy na trhu je uspokojování potřeb a přání zákazníků. Firmy musí být v pohotovosti a využívat nové podnikatelských příležitostí.
4. Segmentace trhu: Všichni zákazníci nejsou stejní, proto je výhodnější, aby se firma zaměřila na specifickou skupinu lidí tedy cílový trh a jen s ním obchodovala.
5. Hodnotový a směnný proces: Hodnota znamená zákazníkovo vnitřní ocenění schopnosti služeb cestovního ruchu uspokojit jeho potřeby a přání. Někteří zákazníci ovšem vztahují hodnotu přímo k ceně služeb. Ale cena není jediným indikátorem hodnoty. Obchodování je procesem směny, dodavatelé a zákazníci obchodují na základě hodnoty. Obor cestovního ruchu poskytuje služby a zážitky, které zákazníci při svých cestách mimo domov shledávají hodnotnými. Zákazníci za služby zaplatí, což uspokojuje finanční cíle toho odvětví.
6. Životní cyklus výrobku: Služby cestovního ruchu procházejí čtyřmi předvídatelnými stadii. 1.) zavedení, 2.) růst, 3.) vyzrání a 4.) pokles. Aby byla vyloučena fáze poklesu, je třeba službu či výrobek inovovat, firma se pak dlouhodobě udrží na trhu.
7. Marketing mix: Každá firma má svůj marketingový mix. Ten zahrnuje čtyři faktory – známé jako 4P: výrobek (**produkt**), místo (**place**), propagace (**promotion**), cena (**price**). V oboru cestovního ruchu jsou známá další 4P lidé (**people**), kompletování služeb cestovního ruchu za výhodnější cenu (tvoření **package**), programová orientace turistických zájezdů (**programování**) a spolupráce (**partnership**).

⁵ Foret, M., Procházka, P., Urbánek, T.: Marketing - základy a principy. Brno: Computer Press, 2003, str. 6

3.3. Event marketing

Pojmy **event** a **event marketing** se začaly vyskytovat teprve nedávno, ale i přesto jejich kořeny sahají hluboko do historie. Nejruznější zážitky prožívali lidé již za dob starého Říma. Od poloviny 90. let panovaly různé názory na pojmy event a event marketing, zda jsou shodné a nebo je třeba od sebe tyto termíny odlišovat. Podstatu tohoto problému objasňuje definice od Sisteniche ⁶ (z roku 1999) „Ne každé představení (událost) lze považovat za event a stejně ne každý, kdo organizuje event, dělá event marketing.“ V různých anglicko-českých slovnících najdeme slovo event přeložené jako událost, zážitek, prožitek, příhoda, případ, představení a v jistém významu rovněž číslo programu nebo pevný program.

Od Svazu německých komunikačních agentur pochází definice⁷ pojmu event marketingu z roku 1985. „Pod pojmem event marketing rozumíme zinscenování zážitků stejně jako jejich plánování a organizaci v rámci firemní komunikace. Tyto zážitky mají za úkol vyvolat psychické a emocionální podněty zprostředkované uspořádáním nejruznějších akcí, které podpoří image firmy a její produkty.“

Další novější vysvětlení dostáváme od ⁸Sisteniche (1999), který pod pojmem event marketing chápe takové představení či akci, které mají adresátům (zákazníkům, obchodním partnerům, názorovým vůdcům a spolupracovníkům) zprostředkovat firemní, případně produktové sdělení prostřednictvím zinscenování zážitku. Jinými slovy vytvořit takové emocionální a psychické momenty, které aktivují proces vedoucí k porozumění.

Podle Nickela (1998) event marketing tvoří zinscenované zážitky, které mají z pohledu firmy, případně značky, zprostředkovat všem zúčastněným zážitky, tedy vyvolat emoce hodící se zároveň k prosazení zvolené marketingové strategie. Jinými slovy přispět pozitivně k vytváření firemních hodnotám, respektive vnímání značky.

Z těchto různých definic můžeme vydělit základní charakteristiky event marketingu, mezi základní patří: výjimečná událost, prožitek vnímaný najednou více smysly a komunikované sdělení.

Protože event marketing řadíme k velmi mladým komunikačním nástrojům, neexistuje zcela jednoznačná typologie jednotlivých event marketingových aktivit. Velký důvod je i ten, že podstatou tohoto komunikačního nástroje je především jedinečnost a neopakovatelnost. Pro minimální systematizaci můžeme však použít dále uvedené dělení:

⁶ Šindler, P.: Event marketing. Praha: Grada Publishing, str. 20

⁷ Hesková, M. a kol.: Cestovní ruch pro VOŠ a VŠ. Praha: Fortuna, 2006

⁸ Šindler, P.: Event marketing. Praha: Grada Publishing

Dělení event marketingu:

Podle obsahu využití event marketingu rozdělujeme na:

- a) Pracovně orientované eventy - tím se rozumí výměna informací a školení na určitý výrobek.
- b) Informativní eventy mají za úkol zprostředkovávat informace, které jsou však „zabaleny“ do zábavného programu, ten má vyvolat emoce a zvýšit jejich pozornost.
- c) Zábavně orientované eventy, kdy do popředí vstupuje zábava, která chce vyvolat maximální emocionální náboj. Tyto akce se využívají k dlouhodobému budování image značky. Jde o koncerty, trendové sporty.

Podle cílových skupin

- a) Veřejné eventy – Zde se jedná se o širokou veřejnost čili o stávající či potencionální zákazníky.
- b) Soukromé eventy zahrnují interní cílové skupiny firmy tzn. zaměstnance, dodavatele. Organizátor akce cílovou skupinu dobře zná, může tedy maximalizovat komunikační efekt.

Podle konceptu

- a) Event marketing využívající příležitosti – Jde o spojení komunikace firmy příležitostně se zavedenými oslavami, výročími či s dosaženými významnými událostmi. Např. Den otevřených dveří firmy u příležitosti firemního jubilea.
- b) Značkový (produktový) event marketing – Tento typ marketingu se zaměřuje na zasazení značky (produktu) do zvolené emocionální roviny.
- c) Imagový event marketing – Tento druh event marketingu charakterizuje image zvoleného místa nebo náplň eventu jasně koresponduje s hodnotami spojovanými se značkou (výrobkem). Zákazníci si spojují místo či prožitek s výrobkem.
- d) Event marketing vztažený k know-how – V tomto případě je objektem místo produktu know-how firmy.
- e) Kombinovaný event marketing – Tato podskupina představuje různé kombinace výše uvedených konceptů. Jedná se o event marketing, který se přizpůsobuje času, místu a příležitosti. Příkladem je využívání vánoc pro komerční účely.

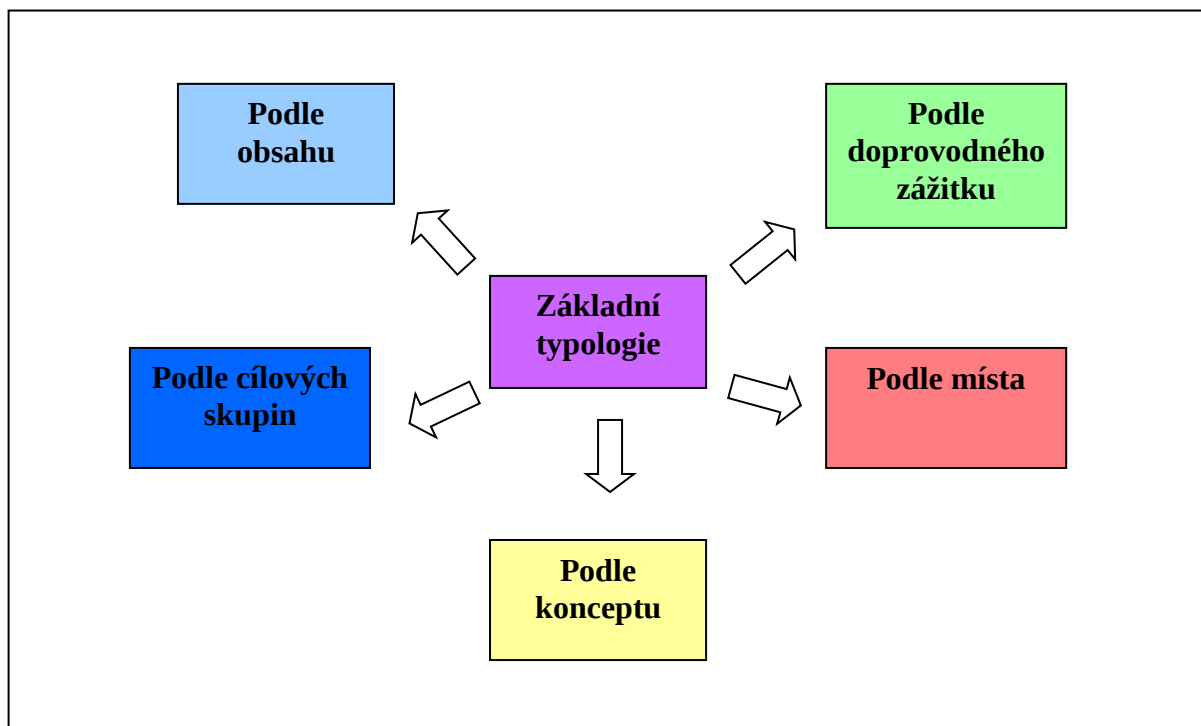
Podle doprovodného zážitku

Tuto typologii nelze dělit, jedná se o zážitky, které doprovázejí klíčová sdělení. Emocionální spojení aktivity a značky. K tomu se využívá sport, kultura, příroda či jiné společenské akce.

Podle místa

a) Venkovní eventy (open air) – Jde o akce na otevřeném prostranství – koncerty, sportovní události. Určeno pro hromadné akce tedy širokou cílovou skupinu. Nebezpečí nepřízně počasí.

b) Eventy pod střechou – Jedná se o akce v budovách, zastřešených areálech (př. hotelové prostory, divadla, koncertní sály,...).

Obrázek č. 1 – Základní typologie event marketingu

Zdroj: Šindler, P.: Event marketing. Praha: Grada Publishing, str. 36

Zážitkové akce na Voticku, kterým je blíže věnována pozornost v 5. kapitole, jsou převážně:

- zábavně orientované eventy
- pořádány pro veřejnost
- na otevřeném prostranství
- nebo spadají do skupiny eventů pod střechou.

Event marketing = vzdělání + zábava

Zejména z evropské populace je patrné, že se stále více lidí snaží naplňovat svůj volný čas také vzděláním. Ze zábavných center vznikají zařízení nová, ve kterých se můžete nejen bavit ale i vzdělávat. Tyto organizace považujeme za vyšší stupeň eventů.

Podle Výkladového slovníku cestovního ruchu lze event marketing chápat jako marketing událostí⁹, který je definován jako „marketing využívající pro zvýšení návštěvnosti a zlepšení image destinace místní akce (kulturní, sportovní, společenské).

Obecně lze zážitek¹⁰ podle výkladového slovníku definovat jako „filozoficko psychologický pojem pro citové zabarvení různých stavů a jevů, jež vystupují ve vědomí subjektu jako něco bezprostředního a významného v jeho životě, subjektivní stránka snah, přání, volby motivů a cílů činnosti a zároveň výraz vztahu osobnosti k tomu, co se děje v jejím životě a s ní samou, forma aktivity subjektu, vystupující v situacích otřesů, zklamání, změny cílů a hodnot, přestavby vnitřního světa člověka.“

Event marketing je novodobým trendem i pro turistická informační centra.

3.4. Definice turistického informačního centra (TIC)

„Turistické informační centrum či středisko (dále jen TIC) je účelové zařízení poskytující v oblasti svého působení (město, region, turistická oblast) komplexní informace o všech službách souvisejících s cestovním ruchem“¹¹

Funkce turistického informačního centra

⁹ Pásková, M., Zelenka, J.: Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002

¹⁰ www.cojeco.cz

¹¹ ABECEDA turistického informačního centra. Asociace turistických informačních center ČR (A.T.I.C. ČR), 2005.

1. Shromažďování informací a vytváření komplexní databanky CR dané oblasti. Databankou se rozumí turistické, kulturní a všeobecné informace – např. informace o oblasti, atraktivitách, ubytovacích a stravovacích zařízeních, dopravě, obchodech, kulturních a sportovních programech atd. Informace musí být úplné a aktuální. TIC informace shromažďuje, zpracovává a ověřuje.
2. Tyto informace pak TIC poskytuje veřejnosti.
3. TIC může při své činnosti nabízet i jiné služby, které souvisejí s CR (např. působit jako cestovní agentura dle zákona č. 159/99Sb.)

Turistické informační centrum je nejdůležitějším článkem propagace města, okolního regionu i celého státu. Za úkol má zdarma poskytnout informace návštěvníkovi a navázat přívětivý kontakt, aby byl spokojen a do budoucna se vracel, pro region je to ekonomicky přínosné. Současně TIC podává informace o potřebách turistů a návštěvníků regionu.

Právní forma turistického informačního centra

V České republice existují různé právní formy zřizovatelů turistického informačního centra, protože to není nijak právně upraveno. Podle průzkumů Asociace turistických informačních center (A.T.I.C. ČR) je nejčastějším zřizovatelem obec. Ale právní forma turistického informačního centra může být např. příspěvková či rozpočtová organizace státní správy či samosprávy, zájmovým sdružením právnických osob, společnost s ručením omezeným, akciová společnost, veřejně obchodní společnost, družstvo, fyzická osoba atd.

Hlavní činností turistického informačního centra je tedy bezplatné poskytování informací, ale nejprve tyto informace musí TIC shromáždit a vytvořit komplexní databanku cestovního ruchu dané oblasti. Hlavním úkolem pro TIC je také stálá aktualizace těchto údajů, protože se vše velmi rychle mění. Dále zajišťuje udržování a doplňování propagačních materiálů a také se na vydávání těchto materiálů, podporující cestovní ruch v dané oblasti) podílí.

Komplexní databanka cestovního ruchu dané oblasti obsahuje turistické, kulturní a všeobecné informace. TIC musí pochopitelně shromážděné informace také ověřit, aby databanka poskytovala aktuální informace. Cílovou skupinou uživatelů těchto informací jsou turisté, návštěvníci města a místní občané.

Financování provozu TIC

Náklady na hlavní činnost (bezplatné poskytování informací) jsou hrazeny z veřejných zdrojů. K těmto zdrojům patří stát a samospráva (krajská, místní). Část prostředků by dále měla plynout z výtěžku vlastní doplňkové činnosti¹² a příspěvků od subjektů¹³, které z činnosti TIC svým způsobem těží.

Rozpočet TIC

Provozování TIC je ztrátovou činností a ta především vzniká náklady na odměny zaměstnanců. Vzniklou ztrátu snížíme o zisk z doplňkové činnosti. Zbylý rozdíl je potom dotován z veřejných prostředků. Dalšími náklady na provoz TIC jsou např. náklady na elektřinu, vodu, plyn a roční provozní náklady (telefon, internet, poštovné atd.).

¹² doplňková činnost jsou služby poskytované za úplatu např. prodej suvenýrů, vstupenek, map, pohlednic, kopírování, směnárna, tvorba a organizování turistických produktů atd. Náklady na tuto činnost se hradí z tržeb.

¹³ těmito subjekty se myslí fyzické a právnické osoby, které podnikají v cestovním ruchu v místě působnosti TIC

4. Vymezení sledovaného území

Tato kapitola je věnována celkové charakteristice a vymezení sledovaného území na základě sestupné tendence od turistického regionu Posázaví přes region Podblanicko až ke sledovanému mikroregionu Džbány a městu Votice.

4.1. Posázaví

Posázaví se rozkládá v jižní a jihovýchodní části Středočeského kraje. Region Posázaví¹⁴ v současné době zaujímá tyto správní území: Mikroregiony Blaník, Džbány, CHOPOS, Malé Posázaví, Podblanicko a Želivka, města Benešov a Týnec nad Sázavou a obec Čerčany. Není to nijak uzavřený prostor a je otevřený široké spolupráci.

Posázaví o.p.s. - jedná se o obecně prospěšnou společnost, která byla založena v roce 2003 jako organizace zastřešující aktivity v oblasti cestovního ruchu a rozvoje venkova. Důvod založení plynul z potřeb spolupráce mezi svazky obcí a orgánů samosprávných celků, podnikatelských subjektů a nevládních neziskových organizací. Tato obecně prospěšná společnost má na starosti koordinaci, rozvoj a poskytování služeb klientům a partnerům na území tohoto regionu. Pro realizaci těchto záměrů a dosažení cílů stanovuje základní principy politiky jakosti. K těm nejvýznamnějším principům patří především spokojenost klientů, vysoká informovanost a komunikace mezi dodavateli, společností a zákazníky, snaha o dosažení maximální kvality práce zvýšení úrovně jejich výstupů a další.

Již zpracované strategie a ostatní materiály pro region Posázaví lze shrnout do několika oblastí:

- zlepšení kvality života obecně
- ekonomický rozvoj
- rozvoj cestovního ruchu a stabilizace transformovaného zemědělství
- podpora podnikání
- uchování a zlepšení typické harmonické české krajiny
- zlepšení přístupu k informacím
- podpora spolupráce a partnerství

¹⁴ Mapka Posázaví viz příloha č. 1

- vytváření příznivých podmínek pro mladé lidi (tzn. nenechat je odejít do velkých měst)
- podpora spolupráce informačních center

Strategie rozvoje regionu Posázaví na roky 2007 – 2013¹⁵ vznikla z podnětu místní akční skupiny (MAS) Posázaví na základě její strategie pro období 2004 – 2007. V současnosti se jedná pouze o aktualizovanou část strategie. MAS vychází z předpokladu, že strategie získá podporu z Programu rozvoje venkova v Ose Leader. Program Leader nedokáže pokrýt všechny cíle této strategie, proto je počítáno s dalšími možnými zdroji. Strategie také vymezuje roli Posázaví o.p.s. jako servisní organizace MAS, která vykonává, podporuje a koordinuje jednotlivé aktivity. Pro rozhodování ve všech oblastech rozvoje , bude užíváno metody Leader jako nejlepšího prostředku pro komunikaci, plánování a řízení. Tato strategie opomíjí především oblast sociálních služeb, věnují se jí jiné strategické dokumenty.

Vizí této strategie je „*Zlepšení kvality života regionu Posázaví*“. Kvalita života je určena různými kritérii např. zdravé životní prostředí, kvalita sítě technické infrastruktury, občanská vybavenost, podpora spolkového a kulturního života v regionu apod.

4.2. Podblanicko

Podblanicko je součástí regionu Posázaví, jedná se o oblast pojmenované podle legendární hory Blaník. Území Podblanicka ovšem není specificky vymezenou oblastí. Charakteristika území se u různých autorů liší, někteří Podblanicko vymezují poměrně široce a jiní naopak velmi úzce. V různých pramenech je možné se setkat s různými názvy pro tuto oblast např. Benešovsko – Podblanicko, kraj pod Blaníkem či kraj blanický rytířů. Ve všech těchto případech ale platí, že ústředním prvkem je tajemstvím a národním mýtem opředená hora Blaník. Podle spisovatele Karla Nového¹⁶ je Podblanicko „*všude tam, odkud je vidět Blaník*“. Podle Josefa Petráně autora knihy o Benešovsku a Podblanicku je území Podblanicka shodné s bývalým benešovským okresem.

Legendární hora Blaník

¹⁵ Stručné shrnutí strategie 2007 – 2013 viz příloha č. 2

¹⁶ Petrán, J. a kol.: Benešovsko – Podblanicko. Praha: TEPS, 1985.

Velký Blaník (638 m.n.m.) se nachází ve stejnojmenné Chráněné krajinné oblasti. Je nepochybně nepřehlédnutelnou dominantou Podblanicka. K Blaníku se váže velmi známá pověst. Až bude českým zemím nejhůře, hora se otevře a vystoupí z ní kníže Václav se svým vojskem a naše země zachrání. Tato pověst byla připomínána především v těžkých dobách naší historie a pro mnohé znamenala určitou naději. Nedaleko od Velkého Blaníku se nachází Malý Blaník (580 m.n.m.), který ovšem nyní stojí spíše ve stínu svého „velkého bratra“.

Na vrcholu Velkého Blaníku se tyčí dřevěná rozhledna, odkud je za pěkného počasí nádherný výhled. Blaník představuje významný fenomén pro cestovní ruch, tato skutečnost je důležitá pro rozvoj celé oblasti a okolí. Nahoře na Blaníku se konají také svatební obřady, což také přispívá k větší návštěvnosti a propagaci regionu.

4.3. Mikroregion Džbány

Mikroregion Džbány¹⁷ se rozkládá v jižní části bývalého okresu Benešov u Prahy. Jedná se o svazek obcí Voticka a Bystřicka. Oficiálně byl založen dne 18. ledna 2000, tehdy proběhlo ustavující jednání a byly schváleny stanovy a zakladatelská listina sdružení. Přírodním centrem této oblasti je město Votice, které je současně také sídlem mikroregionu a bylo zde vybudováno informační středisko.

Název Mikroregionu je odvozen od názvu přírodního parku Džbány – Žebrák, který byl vyhlášen v roce 1996. Celkově zaujímá území o rozloze 254 km² a o celkovém počtu téměř 13.000 obyvatel.

Hlavním důvodem založení tohoto svazku bylo kvalitnější spolupráce, ekonomický rozvoj oblasti a zlepšení životní úrovně místních obyvatel. Zakládajícími a stávajícími členy mikroregionu jsou města Votice, Bystřice a obce Olbramovice, Vrchotovy Janovice, Vojkov, Neustupov, Jankov, Ratměřice a Zvěstov. Většina obcí leží přímo nebo v blízkosti silničního a železničního tahu z Prahy na Tábor, České Budějovice a dále do Rakouska. Dojezdová vzdálenost do Prahy je od 50 do 65 km, což představuje asi jednu hodinu cesty automobilem. Tuto dostupnost lze považovat za klad, oblast je tedy zajímavá nejen pro trvale žijící obyvatele, turisty a návštěvníky, ale také i pro investory.

4.3.1. Přírodní park Džbány - Žebrák

Jednou z přírodních dominant celého regionu je přírodní park Džbány – Žebrák, který zabírá zhruba trojúhelníkovou kopcovitou oblast Středočeské pahorkatiny.

¹⁷ Mapa mikroregion Džbány viz příloha č. 3

Rozprostírá se mezi Voticemi, Jankovem a Líšnem u Bystřice. Toto území bylo vyhlášeno 10.9.1996 Okresním úřadem v Benešově přírodním parkem, zaujímá plochu o výměře 53 km². Důvodem k vyhlášení tohoto chráněného území byla především skutečnost, že se zde vyskytuje řada chráněných rostlin a živočichů. Nachází se zde také dvě chráněné rezervace, a sice Kališťské louky a Podhrázský rybník, který je svou rozlohou největším rybníkem (59,37 ha) bývalého okresu Benešov. Dominantou přírodního parku Džbány - Žebrák je vyhlídkové místo vrcholu Džbány (688 m.n.m.) nedaleko osady Kaliště¹⁸, odsud je za příznivého počasí možno spatřit např. Benešov, zámek Konopiště, vrchol s televizním vysílačem Cukrák u Dobříše, Brdy a dokonce i Prahu a Říp.

Údržbu centrální části přírodního parku a ochranu nejcennějších biotopů provádí ekologická farma Družstvo Džbány. Mezi hlavní priority ekofarma řadí především spolupráci s institucemi a spolky v oblasti, ale také i s obyvateli území, zachování a stabilizaci druhové pestrosti v oblasti přírodního parku a šetrné hospodaření v krajině jako odkaz pro další generace.

4.3.2. Česká Sibiř

Názvem Česká Sibiř je označováno území, které se rozkládá v jižní části bývalého okresu Benešov. Je to zvláštní kraj s poněkud chladnějším podnebím. Takto výstižně oblast poprvé pojmenoval český historik a spisovatel PhDr. Jan Herben (1857-1936) ve svém obsáhlém eposu Hostišov.

Jan Herben zde pobýval zejména v letních měsících na tzv. letním bytě, které bývaly na počátku minulého století velmi oblíbené stejně jako dnes víkendové chaty a chalupy. Pohlednou venkovskou vilu v Hostišově navrhl jeho přítel architekt Kotěra. Jelikož byl Jan Herben velmi významnou osobou tehdejšího společenského života, proslavil krajinu kolem Votic a Miličina i návštěvami předních osobností. Mezi nejvýznamnější patří první československý prezident T.G.Masaryk s dcerou Olgou a synem Janem v srpnu 1918. Návštěva nebyla náhodná, v letech 1917-1918 se v Herbenově vile totiž scházeli členové Maffie, jednalo se o tajnou organizaci usilující za 1. světové války o spojení domácího a zahraničního odboje.

V současnosti je Herbenova vila v soukromém vlastnictví.

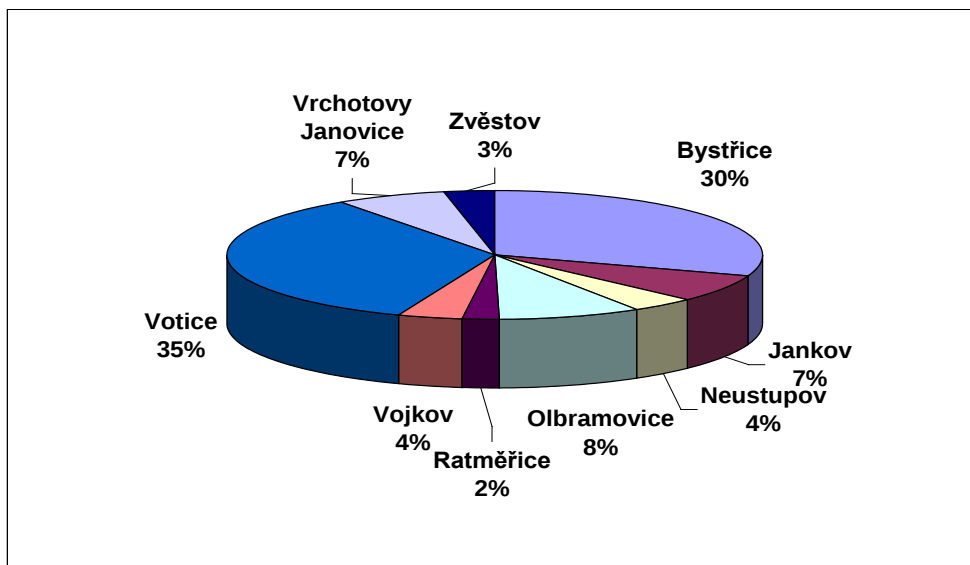
¹⁸ Foto viz příloha č. 4

Tabulka č.1 – Základní údaje o obcích mikroregionu Džbány

Obce mikroregionu	Počet obyvatel	Rozloha (ha)
Bystřice	3887	6337,91
Jankov	900	2980,25
Neustupov	509	2869,08
Olbramovice	1088	2535,37
Ratměřice	298	954,03
Vojkov	478	1554,21
Votice	4458	3640,38
Vrchotovy Janovice	850	2307,44
Zvěstov	384	2239,81
Mikroregion celkem	12 852	25418,48

Zpracováno dle: www.posazavi.com, 7.2.2007

Graf č. 1 – Podíl počtu jednotlivých obcí na počtu obyvatel mikroregionu

Zpracováno dle: www.posazavi.com, 7.2.2007

4.4 Votice

Město Votice se nachází v jižní části Středočeského kraje, zhruba 60 km od Prahy. Na správním území města o rozloze 3640 ha žije cca 4 500 obyvatel. Votice jsou rozděleny do 22 místních částí. Od 1.1.2003 jsou Votice tzv. malým okresem – obcí s rozšířenou působností, do jehož správního obvodu spadá dalších 14 obcí.

Votice jsou významným ekonomickým, průmyslovým, kulturním a správním centrem mikroregionu Džbány.

Osada je prvně zmiňována ve druhé polovině 12. století, jako první je připomínán rod Otických z Otic, podle něhož získalo město název. Na počátku 17. století koupila Votice Eva Kalířová ze Slavkova, manželka Kašpara Kaplíře ze Sulevic, který byl jedním z vůdců stavovského povstání (1618 – 1620). Jeho život skončil popravou (21.6.1621) spolu s 27 českými pány na Staroměstském náměstí v Praze. Majetek Kuplířů byl konfiskován. Pamětní deska tohoto významného panovníka se nachází na zdi bývalého starého zámku ve Voticích.

Město se může pochlubit řadou historických památek¹⁹. Centrem všeho dění ve Voticích je náměstí J. A. Komenského, dominantou je zde **Mariánské sousoší** se sochami sv. Barbory, Rosalie, Rocha a Sebestiana. Sousoší vzniklo v první polovině 18. století, socha Panny Marie tyčící se nad těmito čtyřmi sochami byla přidána v roce 1877. Za zmínku stojí také budova staré radnice (1661) a vedle ní se nachází budova nové v roce 2004 zrekonstruované radnice. Unikátní památkou města je věrná **kopie Jeruzalémského Božího hrobu z roku 1685**, kterou je možno vidět na bývalém františkánském hřbitově. Ovšem tato pamětihodnost je nedostatečně propagována a mnozí návštěvníci o ní vůbec nevědí. Dále se ve městě nachází **farní kostel sv. Václava**, který byl původně gotický a později zbarokizován. Uvnitř je vyzdobený sochami Jana Brokofa. Před kostelem se pak nachází **sousoší sv. Václava** (patrona města) s blanickými rytíři od sochaře Čenka Vodníka. K prohlédnutí je možný také zachovalý **židovský hřbitov** (1538). Dále se blízko centra města rozprostírá **františkánský klášter s kostelem sv. Františka Serafinského** (17.století). Nedaleko se nachází také budova nového zámku (18. století) a zchátralá budova zámku starého, dnes jsou tyto objekty v soukromém vlastnictví.

Votice se mohou pochlubit také řadou významných rodáků – např. historik, etnograf, učitel a spisovatel Čeněk Habart, hudebník Josef Horymír Čapek, novinář a redaktor deníku Tribuna a stanice Svobodná Evropa, politik a diplomat Karel Erban, první vzduchoplavec balónem rakousko-uherské monarchie Alois Hůlka, politik a soudce Oto Kopfstein a další.

Od roku 1998 ve Voticích působí Občanské sdružení Ochrana fauny ČR, jehož činností je praktická terénní ochrana volně žijících živočichů a jejich biotopů a ekologická výchova veřejnosti. Toto sdružení se významně podílí i na celkové propagaci města,

¹⁹ Foto viz příloha č. 5

pořádá různé semináře, programy pro školy a veřejnost, exkurze, výstavy atd., tím se také do města a okolí dostává více návštěvníků. Zajímavé je také Podblanické zemědělské muzeum Votice, kde se současně nachází restaurace, stálá expozice dokumentuje dávný vesnický život, zemědělské stroje a zařízení pochází z Votic a okolí. V březnu tohoto roku byla v historické budově radnice umístěna expozice o historii města a činnosti Vlastivědného klubu²⁰. K prohlédnutí jsou zde věžní hodiny z kostela sv. Václava z roku 1895, staré užitkové nádobí, architektonické nálezy z Votic a okolí, staré knihy a mnoho dalších věcí.

Tabulka č. 2 – Některé další zajímavosti Mikroregionu Džbány a okolí Votic

Č.	Místo	Zajímavost
1.	Hostišov	Vila spisovatele a historika PhDr. Jana Herbena
2.	Jankov	Naučná stezka „Po stopách bitvy u Jankova“, naučná stezka „Okolo rybníků k vyhlídkovému altánu“
3.	Libouň	Kostel sv. Václava – románská rotunda
4..	Nesvačily u Bystřice	Hojně využívané letiště
5.	Neustupov	Zámecký areál s parkem, románská věž kostela Nanebevzetí Panny Marie
6.	Olbramovice	Kostel Všech svatých s vysokou románskou věží, nedaleko přírodní rezervace Podhrázský rybník
7.	Roudný	Přírodní památka – bývalý zlatodůl Roudný, tímto areálem vede naučná stezka
8.	Vrch Větrov	Poutní kaple sv. Vojtěcha
9.	Vrchotovy Janovice	Zámek – poslední soukromá majitelka a Sidonie Nádherná (1885-1950)
10.	Záhoří u Miličína	Přírodní památka V Olších – významné naleziště bledule jarní ve středočeském regionu

Zpracováno dle: Sedláček, Z.: Mikroregion Džbány – malý turistický průvodce. 2006

4.4.1. Turistické informační centrum města Votice a Mikroregionu Džbány

Turistické informační centrum ve Voticích vzniklo v návaznosti na Městské kulturní centrum Votice 1.1. 2005. Městské kulturní centrum zahrnuje následující oblasti: Turistické informační centrum, místní noviny, knihovna, kultura obecně.

²⁰ Propagační leták o Vlastivědném klubu viz příloha č. 6

Turistické informační centrum nabízí následující služby pro občany, turisty, podnikatele a obce.

Služby pro občany

- informace o kulturních, společenských a sportovních akcích v Mikroregionu Džbány a okolí
- tipy na využití volného času (zajímavé výlety po okolí, jízda na koni, atd.)
- informace o dopravním spojení , telefonních číslech
- databáze podnikatelů, firem a služeb mikroregionu
- celkové informace o mikroregionu Džbány (stanovy, zápisy ze schůzí, apod.)
- informace o činnosti jednotlivých úřadů obcí mikroregionu
- informace o zákonech ČR
- prodej vstupenek na kulturní akce
- poradenství při komunikaci občana úřadem

Služby pro turisty

- informace o možnostech stravování a ubytování
- informace o kulturních památkách mikroregionu Džbány i celé České republiky
- zpřístupňování kulturních památek (okruh po Voticích)
- informace o cyklistických a turistických trasách
- tipy na výlet v mikroregionu, okolních regionech i celé České republice
- nabídka propagačních materiálů, prodej turistických známek, regionální literatury

Služby pro podnikatele

- propagace na webu Votic a mikroregionu
- informace o investičních možnostech v regionu (možnost pronájmu, nákupu nemovitosti atd.)

Služby pro obce

- informace o vyhlašovaných dotacích a grantech
- zveřejňování informací týkajících se jednotlivých obcí mikroregionu
- zveřejňování obecních novin jednotlivých obcí na webových stránkách mikroregionu Džbány
- zajišťování propagace mikroregionu na výstavách a veletrzích

Důležitou činností turistického informačního centra je také správa internetových stránek Města Votice, Mikroregionu Džbány a Posázaví o.p.s.. Co se týká technického zázemí infocentra, tak nabízí návštěvníkům veřejný internet (počítač je vybavený tiskárnou a scannerem), veřejné kopírování, tisk různých informací (jízdní řády, kulturní přehledy apod.).

Křivka návštěvnosti informačních center je uvedena na webových stránkách Posázaví. Ve Voticích se jedná v sezóně cca o 45 lidí, ovšem v době mimosezónní je pak návštěvnost velmi nízká a sice 3 – 4 lidé.

Turistické informační centrum nabízí také průvodcovskou činnost. Bez objednávky však není tato služba možná, protože městem provádí pracovnice informačního centra, která je v informační kanceláři většinou sama, nemůže tedy své místo opustit.

Samotné turistické informační centrum neposkytuje žádné vlastní produkty cestovního ruchu. Na některých zážitkových akcích se organizačně podílí Městské kulturní centrum²¹.

4.4.2. Možnosti ubytování a stravování ve Voticích a okolí

Ubytovací kapacity ve Voticích a okolí jsou dostatečné pouze pro potřeby rodinné či individuální rekreace. Individuální můžou také využít malých ubytovacích kapacit, které nabízejí okolní farmy a malé vesnice. Zařízení hotelového typu s větší ubytovací kapacitou se nachází nejbližší ve městě Benešov.

Stravovací možnosti jsou ve Voticích dostatečné, avšak opět s různým rozsahem a kvalitou služeb.

Tabulka č. 3 – Přehled některých ubytovacích zařízení ve Voticích a v Benešově

Název ubytovacího zařízení	Místo	Kapacita
Penzion Pod Svatým Václavem	Votice	18 lůžek
Penzion Blanka	Votice	12 lůžek
U modré kočky	Votice	20 lůžek
Penzion BEAKO	Votice	10 lůžek
Hotel Atlas	Benešov	62 lůžek
Hotel Pošta	Benešov	46 lůžek
Hotel Benica	Benešov	67 lůžek

Zdroj: Vlastní zdroj

²¹ konkrétněji – kapitola č. 5

Tabulka č. 4 – Přehled stravovacích zařízení ve Voticích

Název restaurace	Druhy jídel
Starozámecká restaurace	Tradiční česká kuchyně, rybí speciality
Vinárna U krbu	Česká jídla a speciality
Restaurace Na schůdkách	Česká a mezinárodní kuchyně, pizzerie
Pizzeria Laguna	Italské speciality, pizzy
Hostinec Na kopečku a další klasické pohostinství	Česká kuchyně

Zdroj: Vlastní zdroj

5. Zhodnocení zážitkových akcí v dané oblasti

Mikroregion Džbány má nejen krásné přírodní bohatství a historické památky, ale koná se zde mnoho zajímavých společenských, kulturních a turistických akcí. Téměř každá vesnice mikroregionu organizuje alespoň některé z uvedených tradičních akcí v tabulce č. 5. V centru mikroregionu – ve Voticích jsou mimo tradiční akce pořádány i jiné aktivity (viz tabulka č. 6).

Tabulka č. 5 – Přehled některých tradičních akcí pořádaných v téměř každé obci

Č.	Název akce	Organizátor
1.	Hasičské soutěže	Sbor dobrovolných hasičů
2.	Den dětí	Obec
3.	Masopustní zábavy	Obec
4.	Výlovy rybníků	Rybářské, myslivecké spolky
5.	Plesy místních spolků	Hasičské, myslivecké, sokolské spolky
6.	Tradiční sportovní utkání	TJ Sokol, atd.
7.	Stavění májky	Obec
8.	Pálení čarodějnic	Obec
9.	Poutňové a posvícenské zábavy	Obec, TJ Sokol
10.	Vánoční a velikonoční akce	Obec

Zdroj: Vlastní zdroj

Tabulka č. 6 – Přehled některých aktivit konaných ve Voticích - obecně

Č.	Aktivita	Organizátor
1.	přednášky	Ochrana fauny Votice, městská knihovna
2.	besedy	Ochrana fauny Votice, městská knihovna
3.	koncerty	Městské kulturní a informační centrum Votice
4.	Filmová představení	Městské kulturní a informační centrum Votice

Zdroj: Vlastní zdroj

Tradičně realizované kulturně společenské akce, které se vztahují k mikroregionu Džbány:

5.1. Turistický pochod „Po stopách bitvy u Jankova“

Od roku 2001 je pravidelně organizován vždy v červnu pochod Po stopách bitvy u Jankova. Start je umístěn na náměstí v Jankově, zde si účastník vybere trasu (pěší, cyklo), obdrží mapku a po trase sbírá na stanovištích razítka, kde jsou také připraveni žáci základní školy Jankov, kteří přednáší část historie a dění slavné bitvy. Cílovým místem je vrch Habrovka, kde se střetla 6.března 1645 císařská vojska generála Hatzfelda a Götze a švédská armáda generála Torstenssona, bitva skončila porážkou císařských a je považována za nejkrvavější bitvu třicetileté války na našem území. Nyní se na tomto vrchu nachází památník. Součástí pochodu je i společenské odpoledne, které je naplněno tradičními i novými akcemi např. vystoupení šermířských společností, hudební produkce (vystoupení žáků Základní umělecké školy), mažoretky, tradiční školní jarmark, rekonstrukce celé bitvy²² apod. Tento doprovodný program je jistě přínosný a zajímavý, přijíždí sem i mnoho lidí, kteří se pochodu nezúčastnili a zajímá je pouze tato odpolední akce.

5.2. Svatováclavské slavnosti ve Voticích

Jsou pořádány každoročně 28. září na náměstí J.A.Komenského. Odpoledne je naplněno kulturně zábavným programem – např. koncerty, soutěže, ohnivá show, mažoretky, atd. Pokaždé je zajištěné vystoupení významné osobnosti. Svatováclavské slavnosti jsou zakončeny velkolepým ohňostrojem. Náměstí je plné různých stánků s občerstvením, upomínkovými předměty, stánků s tradičními řemesly, atd. Akci organizuje Městské kulturní centrum Votice.

5.3. Turistická hra „Družina knížete Václava“

²² Foto rekonstrukce bitvy u Jankova viz příloha č. 7

Jedná se o turistickou hru, prostřednictvím které poznáte zajímavá místa Podblanicka a Posázaví²³. Tato hra je určena pro děti i pro dospělé, není časově omezena. Hráči sbírají do svého hravího pole herní kupony ze zajímavých míst regionu a zapisují si odpovědi na otázky. Hrací místa jsou dostupná pěšky, na kolech, autem a některá i po vodě. Hra je rozdělena do čtyř okruhů, za doplnění (dolepení) každého celého okruhu získá hráč v informačních centrech Posázaví keramickou pečeť (páže, stíníš, panoš, rytíř), která ho posunuje výše v hierarchii družiny knížete Václava. Po získání všech čtyř pečeti bude hráč slavnostně pasován na rytíře, obdrží rytířský titul, Pamětní listinu a Velkou pečeť. Pasování probíhá každý rok v květnu na velké slavnosti za přítomnosti knížete Václava a jeho družiny. Tato hra podporuje návštěvnost různých míst (hrady, zámky, města atd.).

5.4. Podblanický hudební podzim

První festival se uskutečnil v roce 1984 k počtě jednoho z nejvýznamnějších tvůrců vrcholného baroka, českého skladatele konce 17. a 1. poloviny 18.století a rodáka z Louňovic pod Blánkem , Jana Dismase Zelenky. Organizátorem festivalu je Sdružení profesionálních a dobrovolných kulturních pracovníků a šestnáct měst a obcí, kde se jednotlivé koncerty konají (Benešov, Praha, Vlašim, Bystřice u Benešova, Votice, Čerčany, Lešany, Týnec nad Sázavou, Poříčí nad Sázavou, Vrchotovy Janovice, Blažejovice, Řevnice, Kladruby, Zdislavice, Neveklov a Louňovice pod Blánkem). 22. ročník festivalu (2006) prezentuje 17 kncertů v průběhu třech měsíců. V roce 2006 patří k nejrozsáhlejším hudebním festivalům vážné hudby v České republice. Festival zpřístupňuje koncerty renomovaných velkých hudebních těles a špičkových komorních souborů obecnstvu, které žije mimo hlavní kulturní centra. Tento festival má za úkol utvrzovat širokou kulturní veřejnost, že Podblanický kraj je krajem životů a děl velkých hudebníků, spisovatelů a básníků jako je např. Jan Dismas Zelenka, Bedřich Smetana, Antonín Dvořák, Josef Suk, Vladislav Vančura, Jaroslav Seifert a mnoho dalších. Organizace této rozsáhlé akce je důkazem dobré spolupráce Sdružení profesionálních a Dobrovolných kulturních pracovníků, starostů a zástupců měst a obcí, kde se festival koná. Festival se koná pod záštitou Ministerstva kultury ČR a za finanční pomoci Středočeského kraje.

²³ Herní plán viz příloha č. 7

Částečně se na organizaci akce podílí Městské kulturní centrum Votice, stará se o činnosti spojené s místem konání jednoho z koncertů ve votickém klášteře.

5.5. Pochod Praha - Prčice

Pořadatelem tohoto pochodu je odbor Klub českých turistů Praha-Prčice, který vznikl roku 1991 z řad dosavadních pořadatelů pochodu. První pochod se uskutečnil roku 1966 (469 účastníků). Z této první akce se po letech vyvinul nejmasovější dálkový pochod s nepřerušenou tradicí.

Účastníci si mohou vybrat z 12 tras – startovních míst, které se pochopitelně liší počtem kilometrů. Na startu obdrží mapku s informací o jednotlivých stanovištích, na kterých sbírají razítka. Během pochodu se můžou pochodníci občerstvit ve stánkách či přilehlých hospůdkách. V cílovém místě – Prčici každý, kdo se prokáže mapkou se všemi razítky, obdrží malou plastovou nebo kovovou botičku a popřípadě nějakou maličkost od sponzorů akce. Upomínkové botičky jsou různě barevné, mnozí účastníci se je tedy rozhodli sbírat. Každoročně pak podnikají tento pochod a chlubí se množstvím různobarevných botek. V Prčici pak čeká pochodníky další možnost občerstvení, pouťové atrakce, mnoho stánků např. s upomínkovými předměty, tradičními řemesly atd.

Organizátoři této akce výrazně spolupracují s dopravci, pro tak velké množství lidí je třeba zesílit vlakové a autobusové spoje. Na nejbližší nádraží v Heřmaničkách jsou zájemci převáženy kyvadlově autobusy z Prčice. Z této železniční stanice se pak mohou dostat účastníci jak na Prahu, tak na jih do Tábora, Českých Budějovic. Pochod je pořádán každoročně vždy třetí sobotu v květnu, loňského i předloňského ročníku se zúčastnilo kolem 19 000 pochodníků. Protože jedním ze startovních míst jsou i Votice, tak se organizačně podílí na této akci místní Městské kulturní centrum ve spolupráci s informačním centrem. Díky tomuto pochodu účastníci lépe poznají krajinu a místa Voticka a dalších regionů. Masová účast je i přínosem pro různé drobné podnikatele, ale jako zápor se jeví skutečnost, že prakticky pochoduje člověk za člověkem, nelze si tedy krásu přírody vychutnat naplno a alespoň trochu v klidu a samostatně. Jasným problémem jsou i nepořádní pochodníci, kteří znečišťují okolí.

Další akce mikroregionu:

- Setkání obřích modelů a letecký den v Nesvačilech
- Dny loutkového divadla v Bystřici

	možnost stravování	možnost dopravy	kulturně záživný program	účast individuální	účast organizovaná	aktivní účast TIC a MKC
turistický pochod "Po stopách bitvy u Jankova"						
Svatováclavské slavnosti						
Turistická hra						
Podblanický hudební podzim						částečně
Pochod Praha - Prčice						

- Turistický pochod kolem Votic - pořádá Sokol Heřmaničky
- Oslava jara a festival Základních uměleckých škol – pořádá Městské kulturní centrum

Tabulka č. 7 – Přehled některých zážitkových akcí na Voticku

Zdroj: Vlastní zdroj

Použité zkratky: TIC – Turistické informační centrum

MKC – Městské kulturní centrum

6. Vlastní dotazníkové šetření

Během letních měsíců bylo provedeno dotazníkové šetření přímo ve městě Votice. Prostřednictvím tištěných dotazníků²⁴ se podařilo oslovit celkem 116 respondentů. Na dotazníky odpovídali jak obyvatelé Votic, okolních vesnic, tak i turisté a návštěvníci. Pro porovnání odpovědí byly vyhotoveny ke každé otázce dva grafy, které znázorňují zvlášť názory a údaje místních obyvatel a zvlášť turistů. Otázky se týkaly především využití volného času a také postojů dotazovaných k historickým památkám, přírodě, kultuře a vůbec celkově k městu Votice a jeho okolí.

Na začátku byly položeny následující hypotézy, které budou prostřednictvím mého dotazníkového šetření vyvráceny nebo potvrzeny:

1. Votice jsou málo navštěvovány turisty
2. Cílovým segmentem jsou rodiny s dětmi
3. Obyvatelé Votic mají dostatek volného času
4. Nejvíce jsou preferovány aktivity z oblasti přírody a sportu

V závěru kapitoly se nachází vyhodnocení těchto položených hypotéz.

Demografické údaje:

Na dotazník odpovědělo 86 obyvatel Votic a okolních vesnic a 30 turistů a návštěvníků. Jednalo se především o turisty z Prahy a okolí (20), České Budějovice (4), Příbram (4) a Kolín (2). Potvrdila se mi tedy má hypotéza, že do Votic jezdí málo turistů a ti kteří sem zavítali nejsou z příliš vzdálených míst.

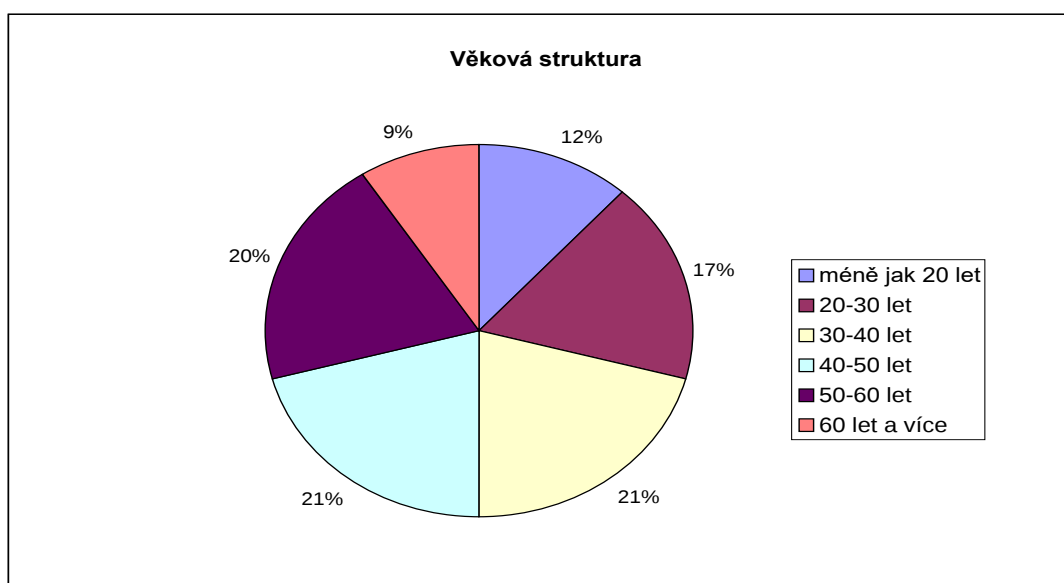
Co se týče místních respondentů byli složeni z 60,5 % žen a 39,5 % mužů. Za turisty odpovídalo 80 % žen a pouze 20 % mužů.

Na následujících grafech je znázorněna věková struktura všech respondentů. Při oslovování bylo dbáno na to, aby byla zastoupena přiměřeně každá věková kategorie.

²⁴ Vzorový dotazník viz příloha č. 8

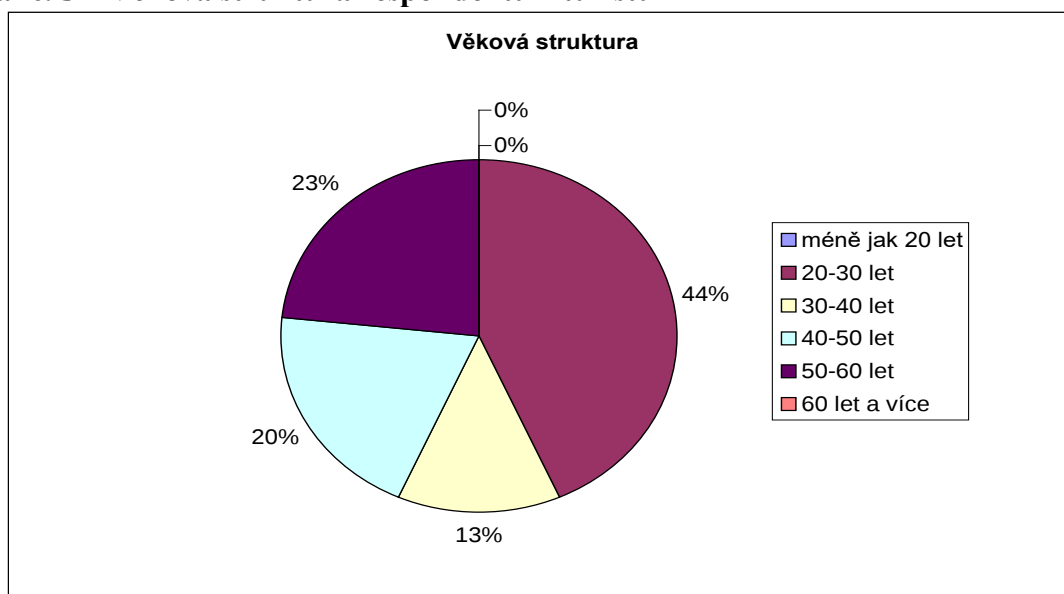
Při dotazování místních obyvatel se tento záměr podařilo uskutečnit, ovšem u turistů, první a poslední věkové kategorie, se to nezdařilo.

Graf č. 2 – Věková struktura respondentů – místních obyvatel



Zdroj: Vlastní šetření

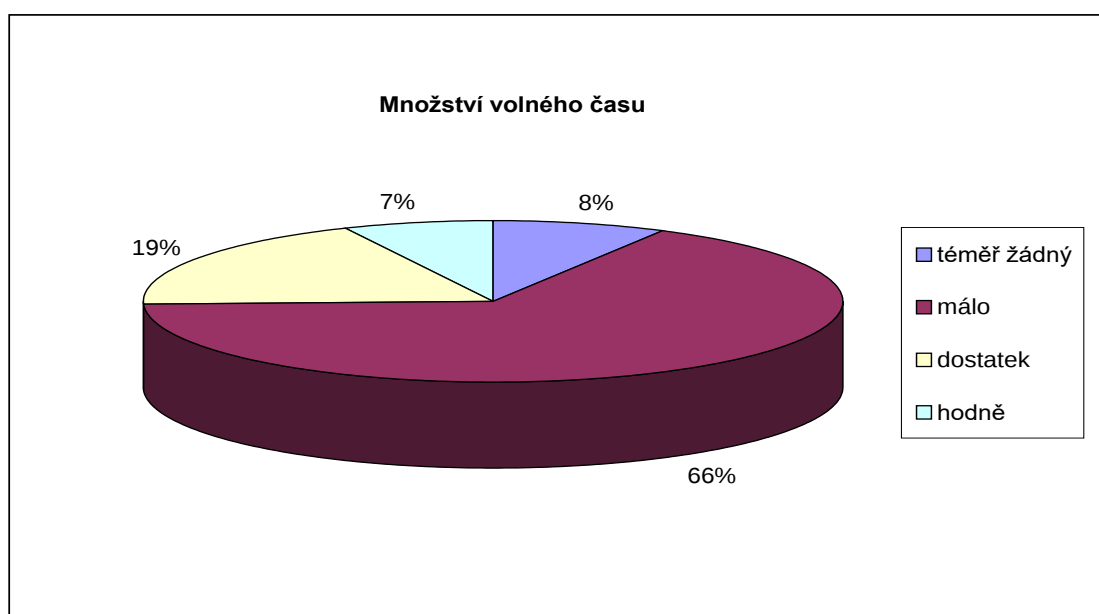
Graf č. 3 – Věková struktura respondentů – turistů



Zdroj: Vlastní šetření

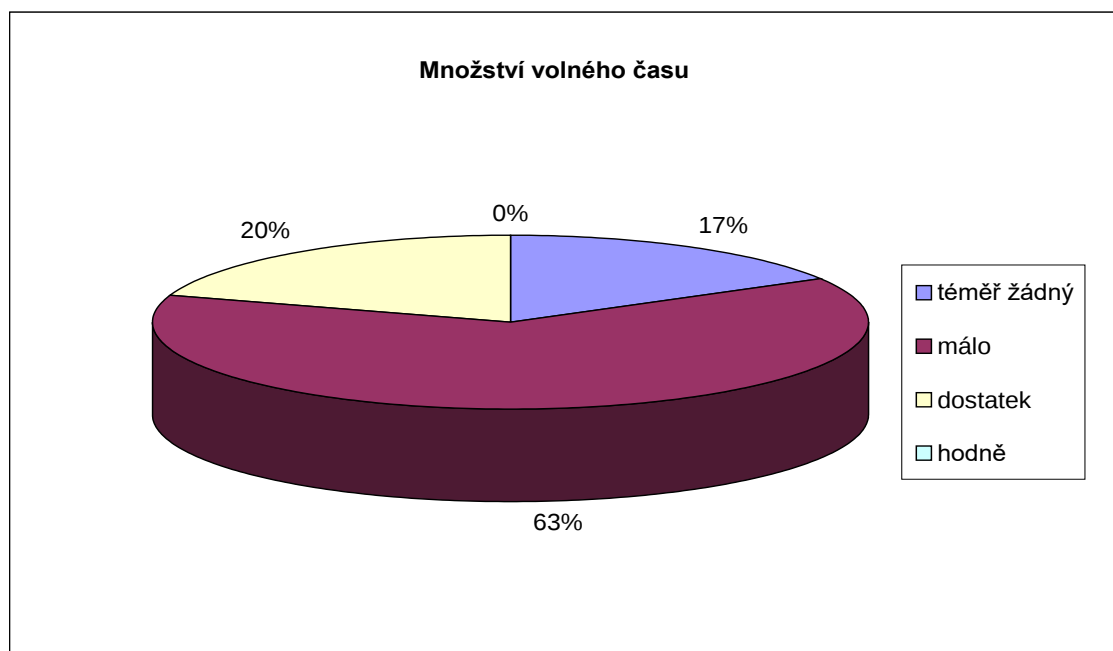
První otázka dotazníku vypovídá, jak podle sebe respondenti hodnotí množství svého volného času. Strukturu odpovědí znázorňují dále uvedené grafy.

Graf č. 4 – Množství volného času respondentů – místních obyvatel



Zdroj: Vlastní šetření

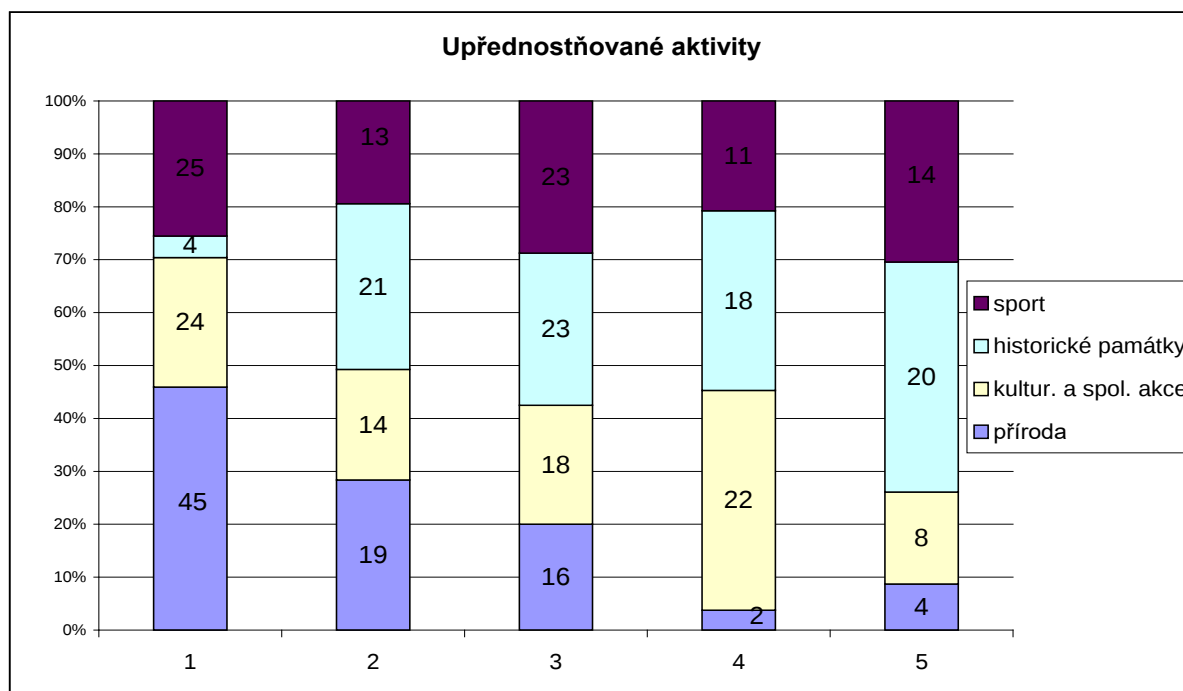
Graf č. 5 - Množství volného času respondentů - turistů



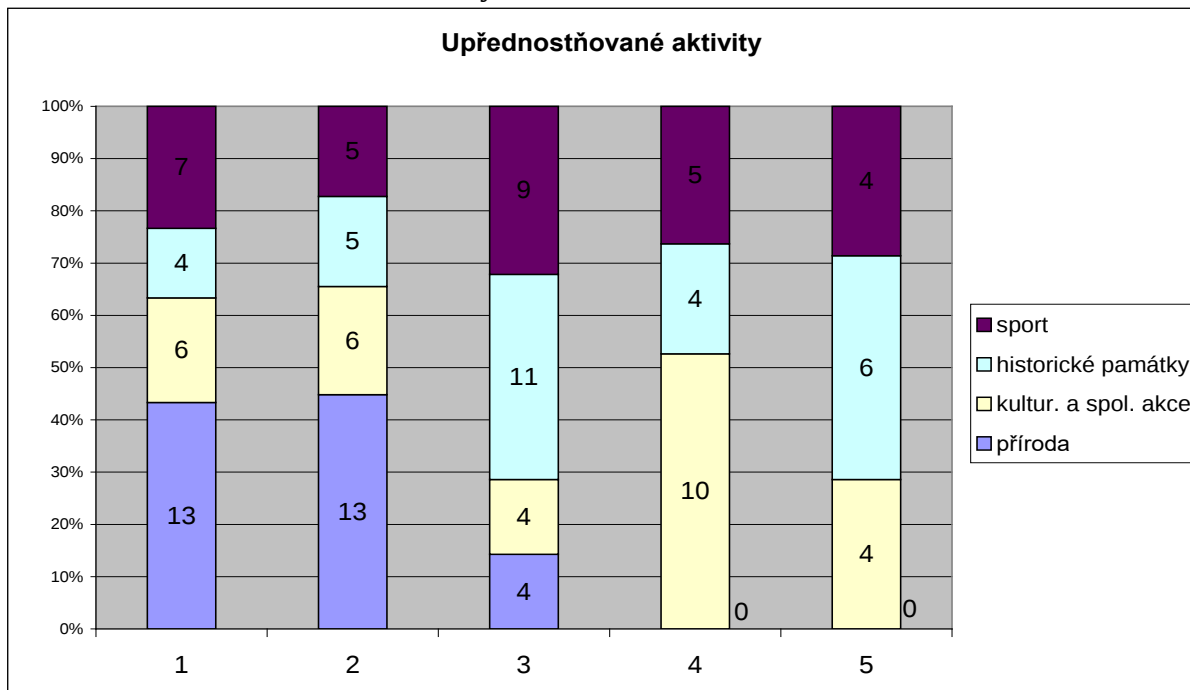
Zdroj: Vlastní šetření

V otázce „Když máte volný čas, jakým aktivitám dáváte přednost“ bylo použito školní stupnice v rozmezí známek 1 až 5. Známkou 1 hodnotily obě skupiny respondentů přírodu a sport. Naopak nejhorší známkou 5 byly nejčastěji označeny historické památky. V možnosti „jiné“ bylo nejčastěji uváděno: rodina, děti, četba, ruční práce.

Graf č. 6 – Hodnocení aktivit místními obyvateli



Zdroj: Vlastní šetření

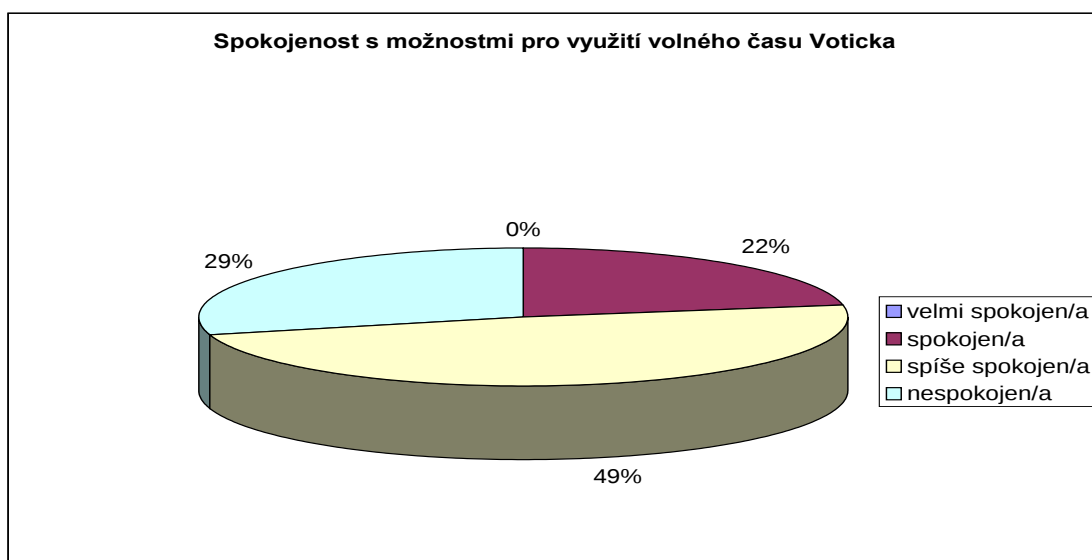
Graf č. 7 – Hodnocení aktivit turisty

Zdroj: Vlastní šetření

Dále bylo zjištěno, že více jak 50 % všech oslovených tráví nejčastěji svůj volný čas s rodinou. Bylo by tedy vhodné se zaměřovat na tento segment a sice, aby nový produkt byl zajímavý jak pro dospělé, tak pro děti.

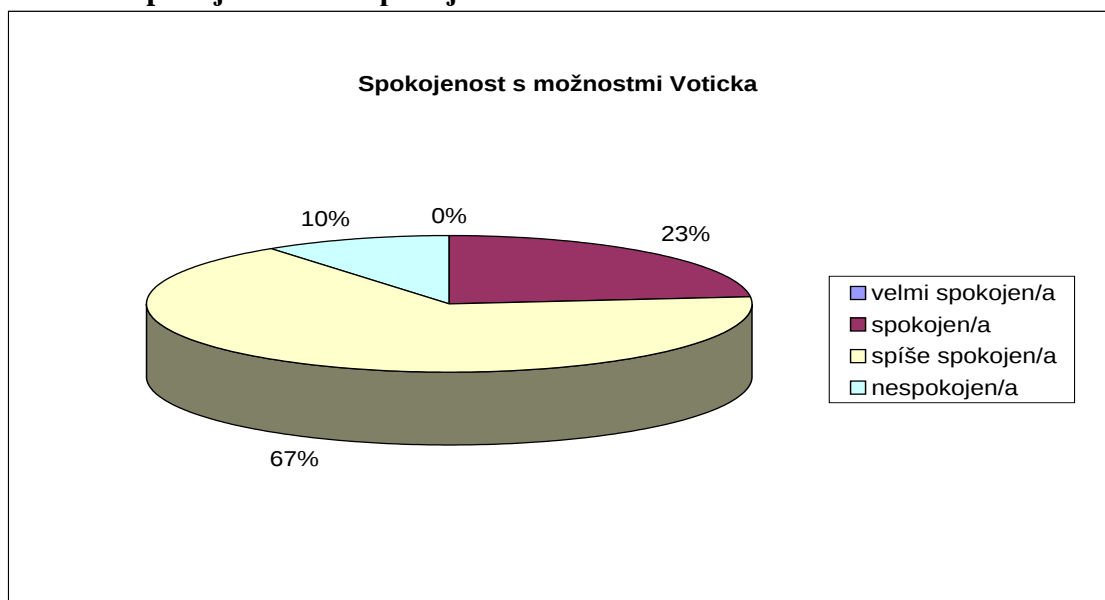
Další otázka vypovídá, jaká je spokojenost či nespokojenost s možnostmi pro využití volného času Voticka. Více jak 50 % turistů je spíše spokojených, velmi spokojen není ovšem nikdo. 29 % oslovených místních obyvatel a 10 % turistů je nespokojeno a jako důvod téměř všichni uváděli malé kulturní a sportovní využití. Více lze vyčíst z následujících grafů.

Graf č. 8 – Spokojenost či nespokojenost místních obyvatel s možnostmi Votic



Zdroj: Vlastní šetření

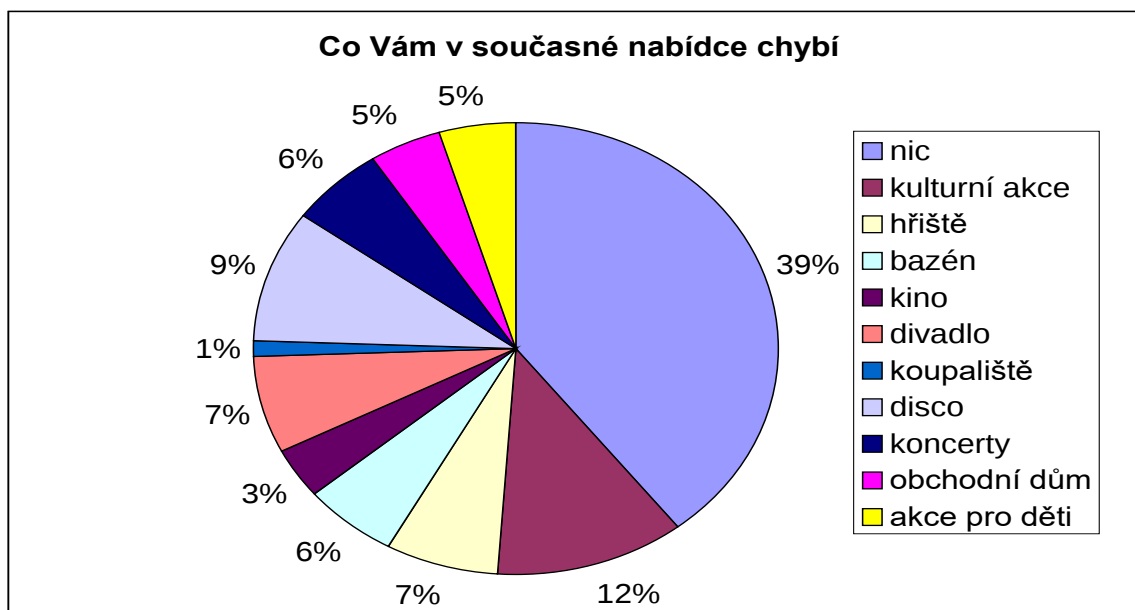
Graf č. 9 – Spokojenost či nespokojenost turistů s možnostmi Votic



Zdroj: Vlastní šetření

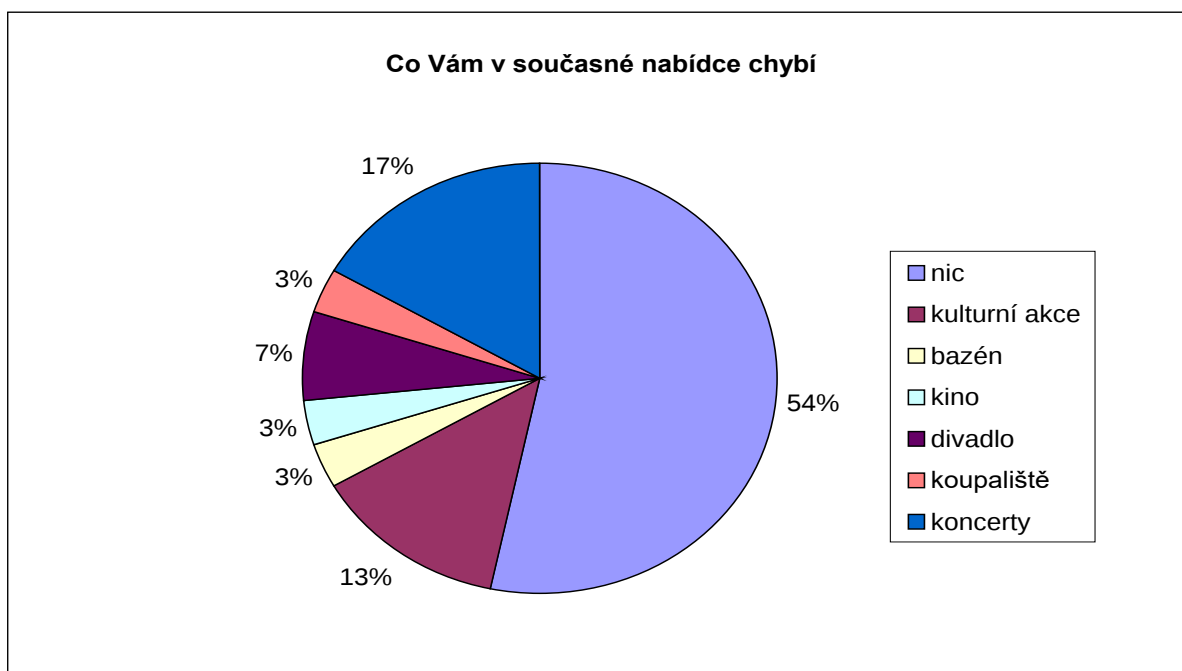
Pátá otázka odkrývá, co je v současné nabídce volnočasových aktivit postrádáno. Z grafu č. 9 je patrné více oblastí, které jsou pro místní obyvatele nedostatečné nebo úplně chybějící, než u grafu č. 10 – turistů. Protože místní tráví ve svém městě pochopitelně více volného času. Lze ovšem jednoduše z grafů vyčíst, že pokud všem respondentům něco ve městě a okolí chybí jsou to kulturní akce.

Graf č. 10 – Co místní obyvatele v současné nabídce Votic postrádají



Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 11 – Co turisté v současné nabídce Votic postrádají



Zdroj: Vlastní šetření

Následující dvě otázky byly určeny pouze pro místní obyvatele. Zhruba 36% místních využívá stávající nabídku (sokolovna, hřiště, kino..) méně než jednou za 14 dní a 39 % pak nevyužívá těchto možností vůbec.

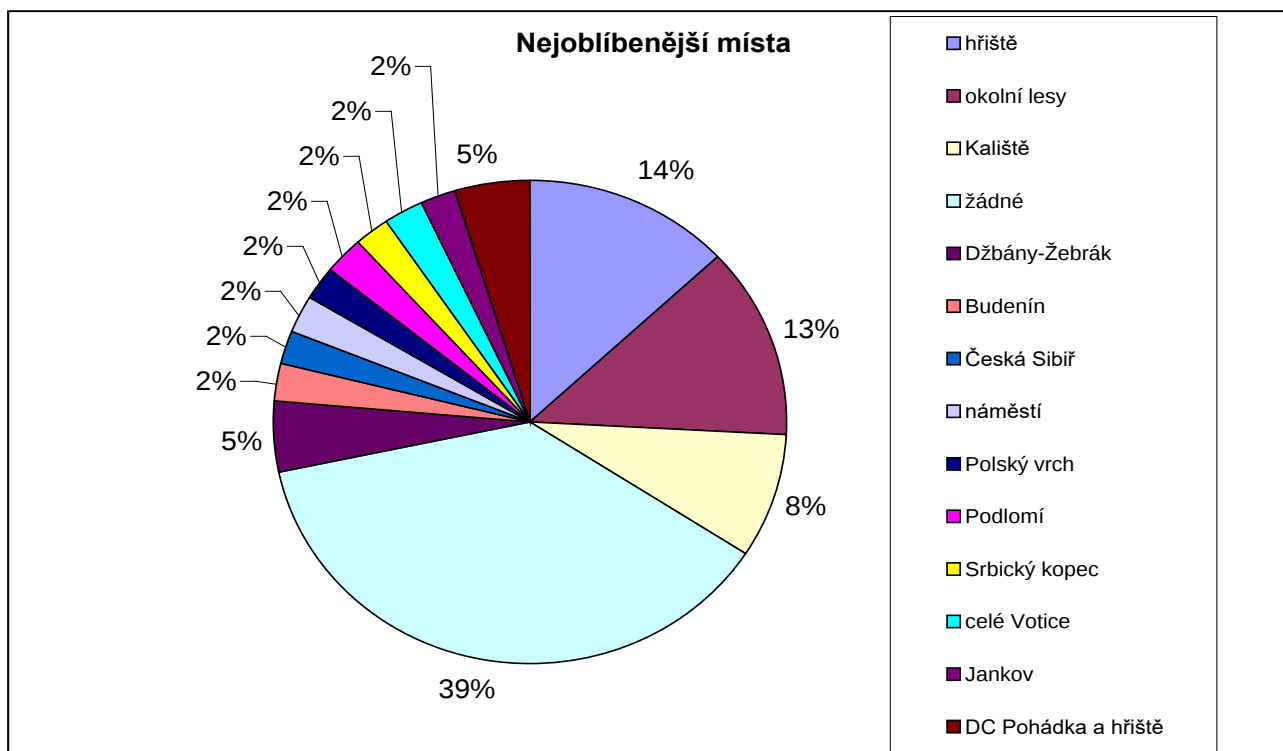
Co se týká různých výletů a procházek po okolí, tak až 31 % místních obyvatel podniká tyto aktivity jednou týdně, 29 % jednou měsíčně.

Více než polovina všech respondentů, turistů i místních, odpověděla, že okolí Votic (památky, pověsti, přírodu) spíše nezná. 36 % oslovených místních obyvatel pak udává, že Voticko znají dobře, u skupiny turistů je tomu procentuálně podobně asi 33 %.

Další taková víceméně kvízová otázka měla ověřit, zda skutečně respondenti Votice znají. Zeptala jsem se tedy, kde se nachází pamětní deska Kašpara Kaplíře ze Sulevic²⁵. Správnou odpověď znalo pouze 20 % dotazovaných místních a turistů 10 %.

Desátou otázkou bylo zjišťováno, které místo na Voticku nejraději respondenti navštěvují a proč. Dostalo se mi výčtu mnoha míst, důvodem, proč navštěvují např. okolní lesy nebo různé části města či CHKO, byl především klid, relaxace a odpočinek. Přesnou strukturu odpovědění lze vyčíst z následujících grafů.

Graf č. 12 - Nejoblíbenější místa okolí Votic místních obyvatel

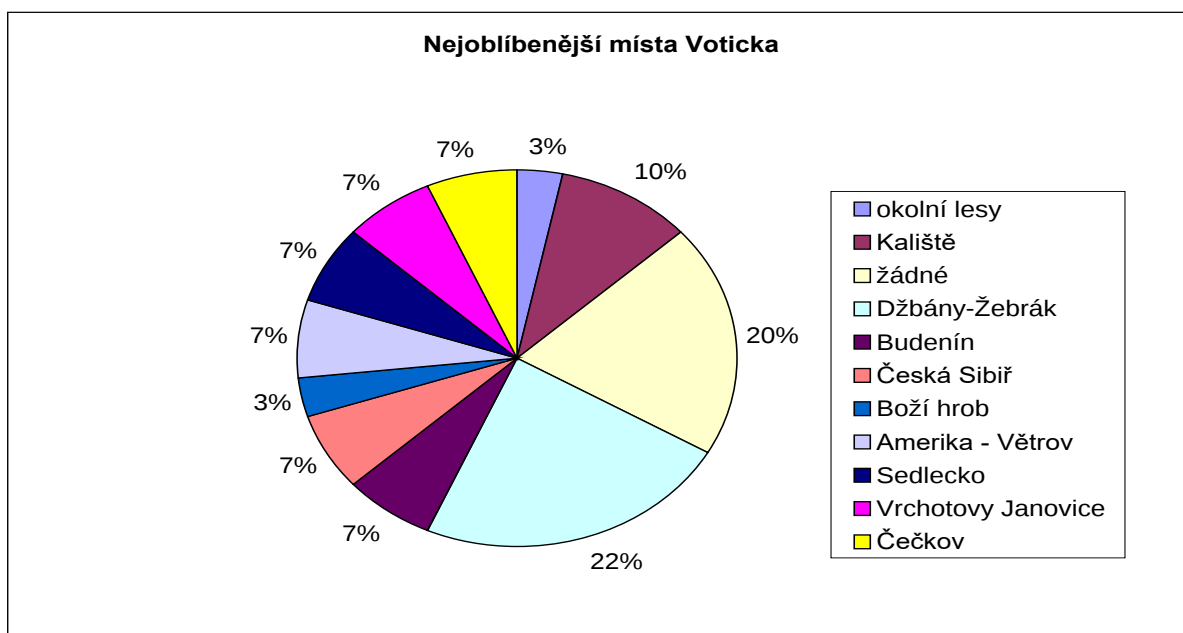


Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 13 - Nejoblíbenější místa okolí Votic turistů

²⁵ Kašpar Kaplíř ze Sulevic (* 1535, † 21.6.1621) Pocházel ze starobylého vladyckého rodu. Stal se jedním ze třiceti direktorů a v době vlády Fridricha Falckého nejvyšším zemským písařem. Byl nejstarším účastníkem stavovského povstání, odsouzeným k trestu smrti, který byl vykonán na Staroměstském náměstí v Praze.

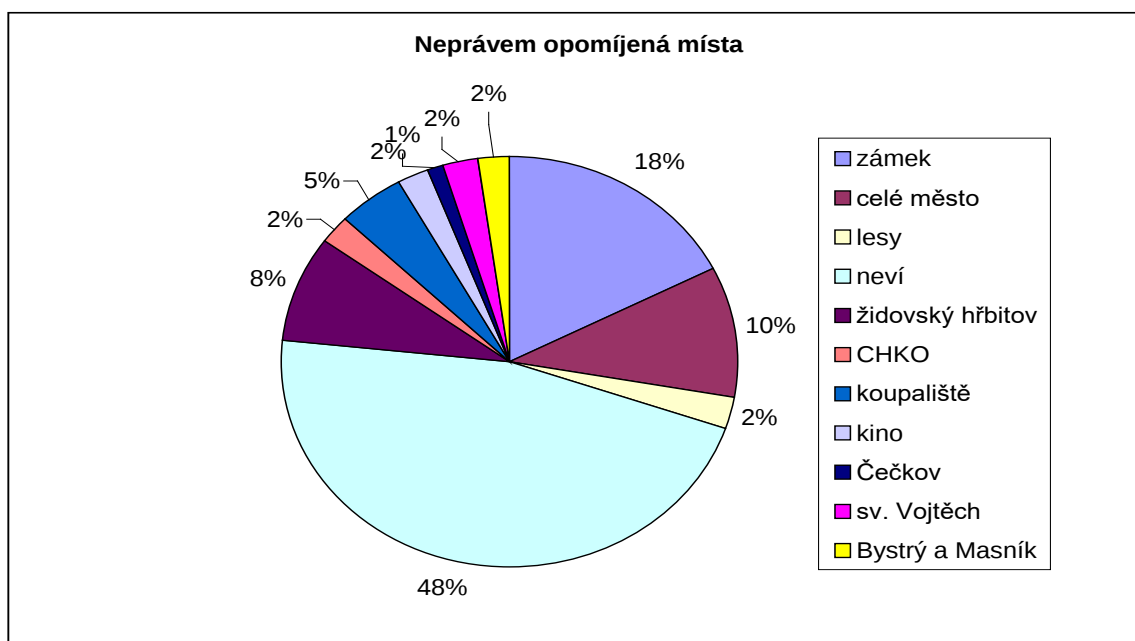
Vlastnil město Votice. Jeho pamětní deska se nachází ve štítu Starozámeckého pivovaru ve Voticích.



Zdroj: Vlastní šetření

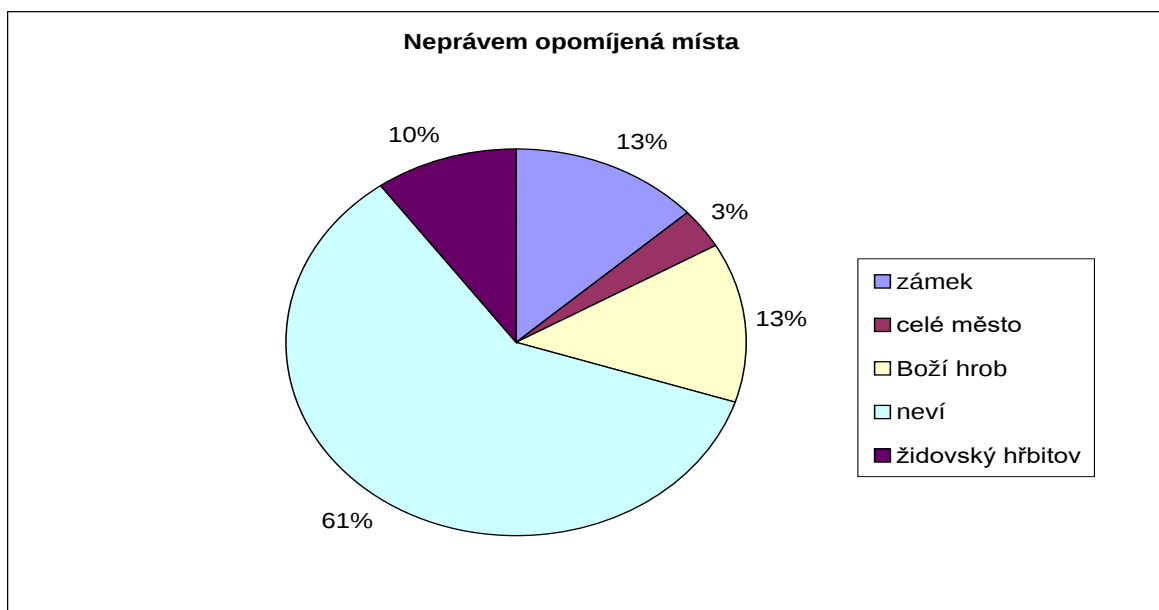
Následující otázka vypovídá, které místo je podle respondentů neprávem opomíjené a proč. Téměř polovina místních obyvatel, turistů více jak polovina, ovšem na tuto otázku bohužel nedokázala odpovědět. Opomíjený je podle ostatních respondentů především zámek ve Voticích, židovský hřbitov a také město Votice a to celkově. Turisté považují za velmi opomíjený také Boží hrob. Důvodem byla většinou špatná údržba a také málo informací. Část lidí se právě domnívá, že ve Voticích není téměř vůbec nic zajímavého.

Graf č. 14 – Neprávem opomíjená místa podle místních obyvatel



Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 15 – Neprávem opomíjená místa podle turistů

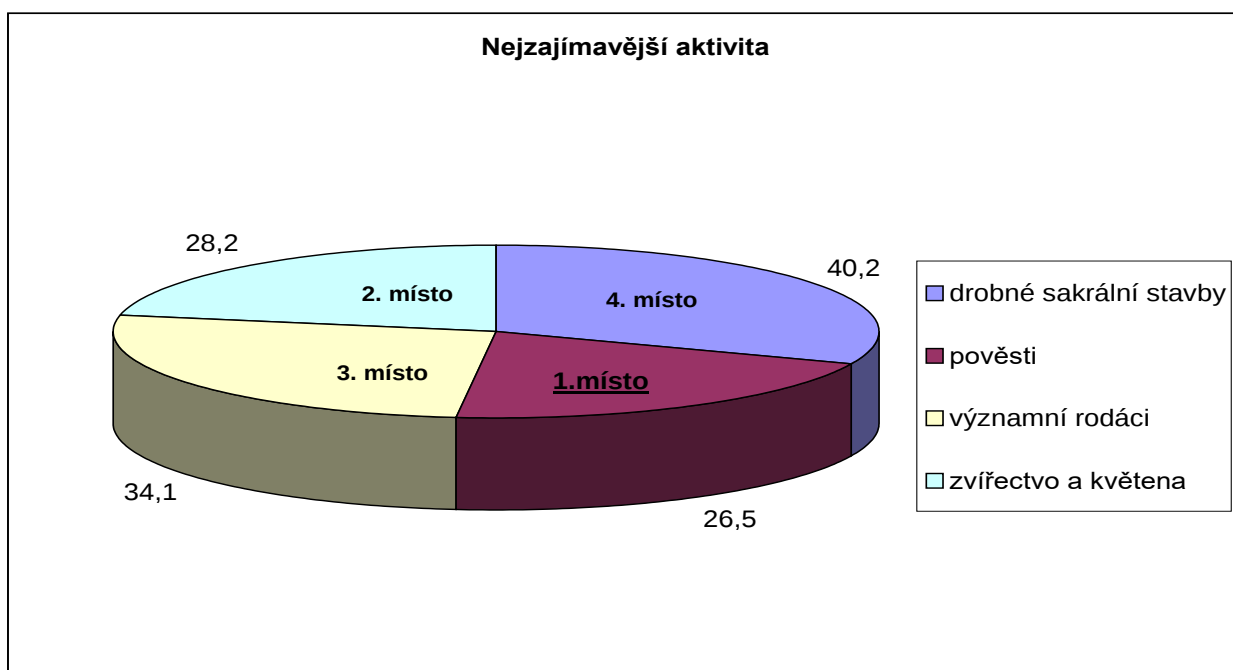


Zdroj: Vlastní šetření

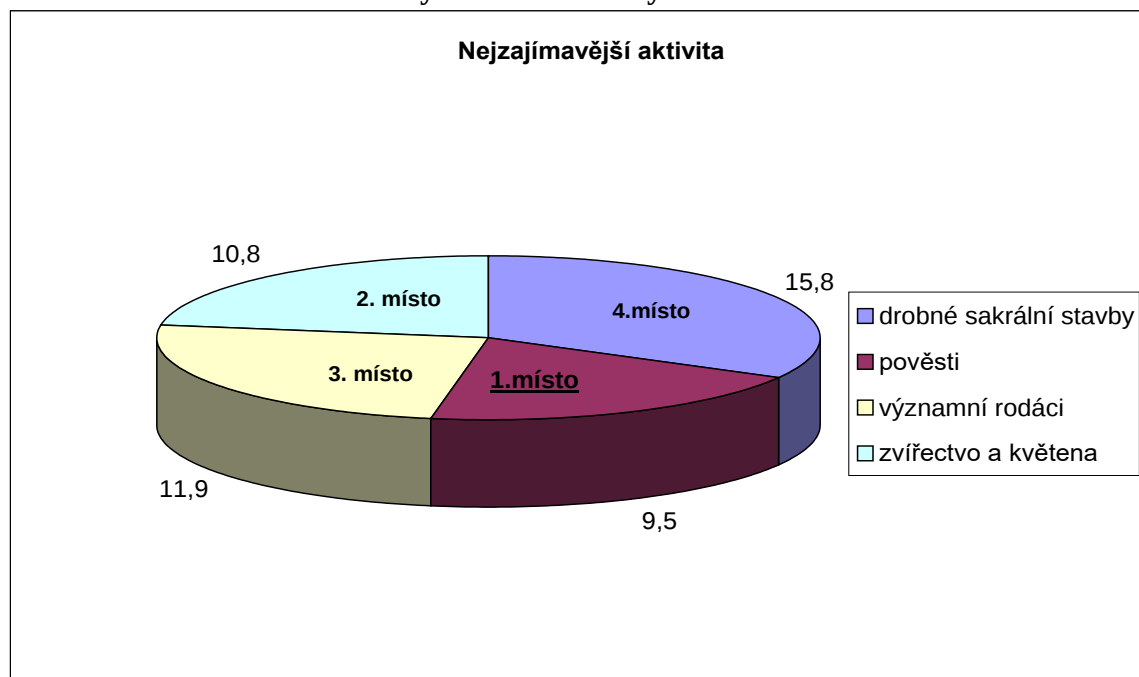
Poslední otázka udává, jak by na respondenty působila nová aktivita podle toho, čeho by se týkala. V dotazníku bylo použito sémantického diferenciálu²⁶. Byly zakresleny osy s čísly 1 až 10, s tím že číslo 1 znamenalo nejzajímavější až 10 nejnudnější. Svůj názor měli na číselné ose graficky vyjádřit k jednotlivým tématům. Po vyhodnocení²⁷ jsem získala výsledné koeficienty. Za nejzajímavější byla považována aktivita, která by se týkala pověstí Votic a okolí. Naopak za nudné byly považovány drobné sakrální stavby. Stejný názor tedy mají jak místní obyvatelé tak i turisté.

²⁶ sémantický diferenciál – tato škálovací technika umožňuje hodnotit zkoumanou skutečnost podle stupnice, která se skládá ze dvou protikladných slov. Rozlišuje různé postoje jednotlivců.

²⁷ otázku jsem vyhodnotila tak, že jsem odpovědím udělila koeficienty, koeficient 1 pro číslo 1 = nejzajímavější až koeficient 10 pro číslo 10 – nejnudnější. Výsledné hodnoty jsem zprůměrovala. Nejvyšší koeficient znamená celkově nejlépe ohodnocenou aktivitu.

Graf č. 16 - Hodnocení nabízených aktivit místními obyvateli

Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 17 - Hodnocení nabízených aktivit turisty

Zdroj: Vlastní šetření

Prostřednictvím tohoto dotazníku jsem získala důležité informace potřebné k další tvorbě mé práce. Zároveň mi toto šetření potvrdilo či vyvrátilo moje následující hypotézy.

Jednou z mých hypotéz bylo, že do Votic a okolí jezdí málo turistů, jelikož bylo osloveno ze 116 respondentů pouhých 30 turistů a návštěvníků, tak se tato hypotéza potvrdila.

Dále jsem položila hypotézu, že cílovým segmentem by mohly být mladé rodiny s dětmi. Z dotazníku je patrné, že volný čas tráví respondenti nejvíce se svými dětmi, svou rodinou a nebo také starší občané s vnoučaty.

Domnívala jsem se, že obyvatelé Voticka mají dostatek volného času a že postrádají ve Voticích možnosti, kde by mohli podle svých představ svůj čas efektivně trávit. Z odpovědí respondentů byla má hypotéza vyvrácena, více jak polovina tázaných se domnívá, že mají málo volného času. A téměř 40 % místních obyvatel nic v současné nabídce města nechybí.

Předpokládala jsem, že respondenti budou především preferovat aktivity z oblasti přírody a sportu. Z mého šetření byla tato hypotéza potvrzena. Mezi velmi oblíbené se také řadily kulturní a společenské akce.

Významným cílem mého šetření bylo zjistit o jakou aktivitu, jakou oblast, by měli respondenti zájem. A bylo zjištěno, že za nejzajímavější by byl považován produkt, který by se týkal pověstí Votic a blízkého okolí.

Předpokládala jsem, že zjistím více názorů od respondentů, co se týče otázek „která místa nejraději navštěvují a která jsou podle nich neprávem opomíjená“, poměrně velká část na tyto otázky nedokázala odpovědět.

Prekvapivým výsledkem bylo, že místní obyvatelé velmi často podnikají výlety a procházky po okolí. Tato informace je velmi významná pro následnou tvorbu nového produktu.

Tabulka č. 8 – Hodnocení vlastních hypotéz

Číslo hypotézy	Obsah hypotézy	Potvrzena	Vyvrácena
Hypotéza 1	Málo turistů na Voticku	➤	
Hypotéza 2	Cílový segment – rodiny s dětmi	➤	
Hypotéza 3	Dostatek volného času obyvatel Voticka		➤
Hypotéza 4	Preference aktivit z oblasti přírody a sportu	➤	

Zdroj: Vlastní šetření

7. Návrh nového produktu cestovního ruchu ve vybrané oblasti

V rámci analýzy bylo zjištěno, že i když turistické informační centrum ve Voticích spolupracuje s Městským kulturním centrem při organizování různých výstav, koncertů, besed apod., tak nenabízí žádný vlastní produkt. Na základě šetření byl navržen produkt, který by informační centrum mohlo poskytovat.

Protože Votice nemají příliš velký potenciál pro cestovní ruch, bude produkt zaměřen spíše na domácí rodiny. Důležité údaje, potřebné k následnému nastínění vhodných produktů, byly získány z vlastního dotazníkového šetření. Bylo tedy zjištěno, že hlavním cílovým segmentem budou právě mladé rodiny a nebo potom senioři s vnoučaty. Šetřením se také zjistilo, že většina respondentů často podniká různé procházky a krátké výlety po okolí. Tedy na základě šetření a získaných poznatků byly navrženy následující nové produkty cestovního ruchu.

7.1. Votice v pověstech

Jedna z otázek dotazníku vypověděla, že zájem je především o aktivitu, která by se zaobírala pověstmi Votic, z tohoto a dalších poznatků byl tedy navržen produkt „Votice v pověstech“. Bylo by tedy možno vydat leták, který by obsahoval mimo jiné také mapku²⁸, která by vyznačovala jednotlivá místa k nimž se vážou zajímavé pověsti a příběhy z dávných dob. Nejednalo by se o okružovou stezku, ale byly by vyznačeny pouze konkrétní body, které by si rodiny s dětmi mohly projít podle svých možností. Jedná se především o místa v centru Votic (kostel, pivovar, klášter, Kaplířova ulice) a také blízkého okolí (Polský vrch, Čerenská hora). V letáku by byly vylíčeny následující jednotlivé pověsti.

1.Zázračný klášterní obraz

V postranní kapli klášterního kostela je na oltáři obraz Panny Marie, o kterém následující pověsti vypráví, že je zázračný. Votický soused Pasovský měl malého syna, kterého postihla těžká oční choroba. Chlapec skoro neviděl, nikdo ho neuměl vyléčit. Nemoc trvala už dva roky, rodiče si nevěděli rady. Vzali tedy jednoho dne roku 1682 chlapce do klášterního kostela před obraz Panny Marie a vroucně se modlili. Chlapec se náhle uzdravil. Od té doby se obraz nazývá „Pasovský“

²⁸ Mapa jednotlivých míst viz . příloha č. 9

Kláštevní obraz později ještě uzdravil chromého a zachránil tonoucího chlapce. Obraz je také spojován s pověstí, že pokud k němu přistoupí hříšník, tak se pohne nebo se říká, že změní barvu.

2. Zámecké sklepy

V místech, kde původně stála votická tvrz, později zámek, stál a dnes ještě stojí votický pivovar. V době kdy tu stával ještě zámek se ve sklepech nacházelo vězení. Odtud také vede tajná chodba na Polský vrch. Na začátku chodby je zakopán Kaplířův poklad, který pozorně hlídají zlí duchové. Jednou za rok, vždy ve výroční den popravy Kašpara Kaplíře - 21. června – začnou o půlnoci řinčet okna a třást se zámecké zdi. Na nádvoří přijede černý kočár tažený třemi páry černých koní. Z kočáru vystoupí bezhlavý, černě oděný pán a sestoupí do zámeckého sklepení. Dojde až na místo, kde je uložen poklad a tam si zkontroluje, zda je všechno v pořádku. Potom tajemný pán projde celý zámek a nahlédne do všech místností. Nasedne zpět do kočáru a odjede. Takto si kontroluje svůj majetek Kašpar Kaplíř ze Sulevic.

3. O Řezníčkově studni

V Kaplířově ulici dodnes stojí Řezníčkova usedlost čp.85. Před dávnými lety tu kdysi žil hospodář, který toužil mít více peněz. Jednou k němu přišel neznámý muž a chtěl mu prodat jakousi černou otrhanou knihu. A tvrdil, že jakmile z knihy něco přečte, objeví se čert a splní mu každé přání. Hospodář tedy knihu koupil, ale bylo mu jasné, jak by mu žen vynadala. Večer šel potají s knihou na půdu a tam z ní četl. Najednou se zjevil rohatý, chlupatý, umouněný čert a ptal se, co si hospodář přeje. Ale hospodář byl strachy bez sebe. Třásl se a nebyl schopen jediného slova. Strachy na zlatáky úplně zapomněl a vyhrkl ze sebe, že chce studnu. A ráno byla skutečně studna na zahradě a stojí tam doposud.

4. Lakomý zvoník

Tento příběh se stal v dobách, kdy býval votický hřbitov rozložen kolem farního kostela. Vdově Šádové zemřelo jediné děťátko. Kolem ní však žili dobří lidé. Truhlář nechtěl nic za rakvičku, hrobař za vykopání hrobečku taky ne, ani farář nechtěl zaplatit. Ale kostelník Jarolímek si za zvonění vyžádal poslední groš, který vdova měla.

Čas plynul a kostelník Jarolímek z Karlova jednoho dne zemřel, byl pochován na hřbitově u farního kostela. Každou noc o půlnoci pak vstával kostelník z hrobu, vylezl

na kostelní věž a zvonil umíráčkem. Celých 99 dní po své smrti neměl pokoje, protože vzal poslední groš od chudé vdovy, které zemřelo jediné dítě.

Lakota někdy zastře lidem vědomí tak, že člověk přestane být člověkem. Nevypálí se chtít získat peníze za každou cenu či dokonce z lidského neštěstí.

5. Polský vrch

Na nejvyšším místě Polského vrchu, v místech kde dnes roste osamělý strom, stávala šibenice. Mnoho vinných i nevinných lidí zde skončilo svůj život.

Jednou zde byla k trestu smrti odsouzena děvečka z jednoho votického hospodářství. když ji dovedli pod šibenici prosila, aby směla zasadit stromek. Protože to bylo její poslední přání, bylo jí vyhověno. Děvečka strom zasadila ale obráceně, větvemi do země a kořeny vzhůru. Když na jaře na kořenech vypučí pupeny a později se změní v listy, bude to důkaz její nevinny. A opravdu se tak stalo, vyrašily pupeny a pak se proměnily v listy. Děvčeti to ovšem už nebylo nic platné, protože sice jí povolili zasadit strom, ale popravu neodložili.

Dále se říká, že na místě šibenice stával suchý stromek, který se zazelenal vždy, když měla vypuknout válka.

Kdysi do Votic přišly také dvě cikánky, které prý mnohým lidem uškodily svým čarováním. Jedna z nich měla být popravena a druhá byla potrestána jinak, ale musela být přítomna popravě své kolegyně. Než cikánku popravili, byla ještě vyslýchána, nic neprozradila. Visící cikánka potom proklela celé Votice.

Polský vrch dostal prý své jméno podle polských vojáků, kteří tu kdysi v nějaké válce tábořili.

Dokonce i v posledních letech se na Polském vrchu dějí podivné věci. Ve večerních hodinách tu zhasínají motory automobilů i motocyklů a nedají se znovu natočit. Všichni, kteří zažili tyto příhody, tvrdí, že se v blízkosti pohybovala tmavá stínová ženská postava bez rozeznatelného obličeje, s širokým kloboukem. Jiný svědek vyprávěl, že mu stín nečekaně vešel před auto. Svědek myslel, že někoho přejel, ale když vystoupil, tak nikde nenašel žádnou stopu po nehodě.

6. Čerenská hora

Z Čerenské hory je nádherný výhled, proto jistě stojí za to až sem vystoupat. Objevoval se tu kdysi v noci ohnivý muž, který prý nosil na zádech kameny a vzdychal, že to bylo slyšet široko daleko.

Jindy také v hoře běhal lesní ducha a hlasitě houkal. Jednou šel tudy nějaký člověk a posmíval se mu. Lesní duch mu prý skočil na záda, ten člověk ho musel potom nést až ke svému domovu, kde teprve lesní duch seskočil a běžel zpátky do lesa.

Jednou tudy zase večer šel sekáč s kosou a s mísou vdolků. V lese u hájovny na něj vyběhlo strašidlo a zaskuhralo na něj: „To všechno sníš?“ Sekáč se lekl, až upustil mísu s vdolky a utíkal rychle k Voticům. Jen z dálky zaslechl, jak se mísa rozbila o kámen. Ráno se šel do těch míst podívat. Mísa s vdolky ovšem ležela na zemi nerozbitá!

Charakteristika produktu

Důležité je, aby celý leták a jednotlivá místa byly přitažlivé pro děti. Tento produkt tedy ponese název „Putování se skřítkem Votískem – Votice v pověstech“²⁹. Dále by bylo možné například oslovit děti ze Základní školy Votice, aby nakreslily takového skřítku. Byl by pak jeden zajímavý vybrán a použit jako logo této trasy. Pochopitelně nemůže být v letáku jen text, důležité jsou také fotografie nebo obrázky. Opět by bylo zajímavé využít schopností dětí, aby nakreslily ke každé pověsti související obrázek. Jistě by bylo zajímavé vidět, jak si děti představují například lesního ducha, strašlivého čerta nebo čarounou cikánku. Opět by byly vybrány nejzajímavější a umístěny do textu v letáku. Jistě by byly všem dětem kresby ostatních dětí bližší, než fotografie určitých míst. Celý tento výběr obrázků by se mohl pojímat i šířeji jako soutěž, do které by se mohla zapojit jak škola, tak skauti nebo ostatní děti, které by se o této soutěži dozvěděli prostřednictvím místního tisku - Votických novin.

Poslední část letáku by byla potom věnována křížovce³⁰, která by ověřila, zda byli všichni pozorní. Otázky vychází z textu, takže křížovku vyluští za pomoci dospělých všechny děti. Aby byli potenciální účastníci trochu nalákáni k tomu, aby tento příjemný výlet do tajemna podnikli, tak po předložení vyplněné křížovky získají v informačním centru ve Voticích malý dáreček (např. pohled, tužku, atd.).

O celém produktu „Votice v pověstech“ by si místní obyvatelé a obyvatelé blízkých obcí mohli také přečíst v místním tisku – Votických novinách, kde by byla tato aktivita propagována.

Tento produkt by jistě nebyl pro turistické informační centrum časově ani finančně náročný. Vhodně by zpestřil současnou nabídku služeb turistického informačního centra. Produkt by také zabezpečil, aby se cílový segment, rodiny s malými dětmi, zdržel ve městě

²⁹ Návrh letáku zpracován v příloze č. 9

³⁰ Návrh křížovky do letáku v příloze č. 9

déle a podíval se i do okolí města Votic než pouze na náměstí. Zároveň by také rodiny navštívily místní restaurace, pohostinství či jiné služby.

Následující tabulka pro představu uvádí finanční rozpočet na vydání těchto letáků. Ceny jsou ovšem pouze orientační a vyplývají ze zjištěné konkrétní nabídky. Ceny zahrnují potřebné grafické úpravy, barevný oboustranný tisk na křídový papír (135 g) a dva lomy tzn. přeložení ne třetiny.

Tabulka č. 9 – Předpokládaný rozpočet na realizaci letáků

Počet kusů	<i>Cena bez DPH</i>	<i>Cena včetně DPH</i>
1000	12,20 Kč	14,50 Kč
2000	7,60 Kč	9 Kč

Vlastní zdroj

7.2. Nastínění dalšího možného produktu

V současné době není ve Voticích žádná stezka, která by mapovala historii, pozoruhodnosti a slavné osobnosti. Vytvoření takové zábavně naučné stezky by bylo jistě prospěšné. Stezka by vedla Voticemi a okolím³¹. Trasu by bylo možno vést po existujících polních a lesních cestách. U jednotlivých záchytných bodů by byla informační tabule. Stezka by mohla vést následujícími místy:

Votice

Zde by byly poskytnuty obecné informace o stezce. Na této informační tabuli tedy najdeme základní informace o Voticích, mapu stezky, čím se stezka zabývá, jak se na této trase chovat, kdo podpořil vznik tohoto produktu atd.

Lysá

Zdejší informační tabule by poskytovala zajímavosti o fauně a flóře České Sibiře.

sv. Vojtěch

Zde by účastníci získali informace o osobnosti sv. Vojtěcha, o pověsti vázající se k založení kaple, o konání poutí.

Mysletice

K tomuto místu se váže osobnost malíře Antonína Slavíčka. Zde bude tedy možno se dovědět něco o životě tohoto slavného malíře, jaký měl vztah k regionu a budou se zde nacházet také reprodukce jeho obrázků.

³¹ Předběžné vyznačení zábavně naučné stezky kolem Votic viz příloha č. 10

Hory

Zde by bylo možno poskytnout obecné informace o České Sibiři a zmínit některé pověsti.

Buchov

U tohoto místa by byla jistě zajímavá osobnost Ruchovce z Buchova - jeho vztah k regionu.

Hostišov

Pozoruhodná je zde vila spisovatele a historika Jana Herbena od architekta Kotěry, zajímavé by bylo povídání o návštěvách Tomáše Garigue Masaryka.

Polský vrch

Zde by neměly chybět pověsti k tomuto místu, kde kdysi stávala šibenice. Upozornění na Votický javor, který získal 2. místo v soutěži Strom roku 2005.

Votice

Závěrečná část stezky by byla věnována městu Votice, kde by bylo upozorněno především na Boží hrob (věrnou kopii Jeruzalémského Božího hrobu z roku 1685).

Tudíž by stezka obsahovala zhruba 9 zastavení. Informační tabule by měly poskytovat zajímavé informace a celé provedení by mělo být uděláno v zábavné formě. Jistě by neměly chybět různé kvízové otázky, hádanky, doplňovačky. Celá stezka by měla být pro účastníky atraktivní a především originální, neměla by poskytovat jen „suché“ informace.

Vhodné by bylo využít nějakého doprovodného letáku, který by obsahoval informace o stezce. Realizace tohoto produktu by byla finančně náročnější, nutno je totiž počítat i se zařízením odpočívadel u informačních tabulí – tzn. lavičky, odpadkové koše.

Jistě by taková stezka zvýšila návštěvnost Votic a také by se dověděli více o svém okolí i místní obyvatelé. Poněvadž Votice nemají žádnou naučnou stezku, tak by její vytvoření bylo jistě přínosné.

8. Závěr

Hlavním cílem práce bylo analyzovat současnou poptávku, prostřednictvím dotazníkového šetření, a nabídku dané oblasti. Na základě analýzy potom vytvořit konkrétní produkt cestovního ruchu. Hlavního cíle společně s dílčími, které byly vytyčeny na začátku práce, se podařilo dosáhnout, a to prostřednictvím zpracování konkrétního produktu nazvaného „*Votice v pověstech*“ a nastínění dalšího možného produktu.

Teoretické kapitoly mé práce jsou věnovány odbornému definování cestovního ruchu a marketingu, dále vymezení sledovaného území a analýze zážitkových událostí v dané oblasti. V praktické části bylo vytvořeno již zmíněné dotazníkové šetření, díky kterému jsem získala mnoho informací o klientele. Cílovým segmentem jsou tedy mladé rodiny s dětmi, zaměřeno je především na rodiny české, protože Voticko nemá tak velký potenciál cestovního ruchu. Byl zjištěn zájem respondentů celkově o přírodu a jedna z otázek také odhalila, že dotazovaní rádi podnikají krátké výlety a vycházky. Z těchto a dalších údajů byl navržen produkt, prostřednictvím kterého by se zároveň změnila stávající nabídka služeb informačního centra ve Voticích. Protože TIC ve Voticích nenabízí žádné produkty cestovního ruchu a celkově ve Voticích neexistuje žádná naučná stezka, lze předpokládat, že navrhovaný produkt by mohl být do budoucna realizován. „*Votice v pověstech*“ mají za hlavní cíl mapovat místa v centru Votic a blízkém okolí, ke kterým se vážou zajímavé pověsti a příběhy z dávných dob. Tento produkt je určen především pro rodiny s dětmi, délku a náročnost trasy si může každý naplánovat dle svých možností. V této práci je zachycena reálná podoba toho, jak by měla tato aktivita vypadat. Dalším možným vhodným produktem se jeví zábavně naučná stezka, která vymezuje okruh okolím Votic a zachycuje informace o přírodě, historii a slavných osobnostech regionu.

Tyto produkty by se měly podílet na zatraktivnění Voticka, nejen pro domácí turistku. Měly by také pomoci regionu tzn. turisté by se v regionu pozdrželi a využili některých dalších služeb. Hlavní doménou této oblasti je krásná příroda, proto byla v mých návrzích využita. Protože se lidé dnes stále více vracejí k přírodě, Votice leží při hlavním tahu Praha – České Budějovice, tak by mohly být tyto produkty, jako tip na malý výlet či příjemnou procházku za poznáním, často využívány.

Jelikož produkt „Votice v pověstech“ není tak časově a finančně náročný, bylo by možné jej skutečně realizovat. Do budoucna se tedy předpokládá konzultace návrhu produktu se zainteresovanými osobnostmi, městským úřadem a také by byla žádoucí spolupráce s místní základní školou. Děti by pomohly s doplněním obrázků do letáku a zároveň by se takto dostal rychleji tento produkt do povědomí potenciálních účastníků.

9. Summary

The main aim of my essay was to propose in terms of a particular area analysis the tourism product. The main aim together with partial aims (which were set out at the beginning of this essay) were successfully obtained by creating a proposal for product „Votice in legends (in Czech Votice v pověstech)“ and outlining of another possible product. Required data leading to the making a proposal of attractiveness were provided my means of question form research. I was able to get especially opinions and wishes of locals and tourists.

Theoretical chapters of my essay are devoted to the expert definition of tourism and marketing as well as the qualification of selected area and experience event analysis in a particular area. In a practical section it was created the question form research mentioned above. Facts which has arisen out of that outlined how the new product should look like. A target group are young families with children (especially focused on Czech families) because the area Votice doesn't have a tourism potential great enough. It was discovered the informants are interested in all nature and one question has revealed that informants like taking short trips and walking tours also. Out of these and other datas it was designed the product which could help to change current offer of services provided by the Tourist information centre in Votice (TIC Votice). Seeing that TIC Votice doesn't offer any similar tourism products neither it exists any educational trail in this area, it can be assumed that the suggested product could be realized in a future. The main goal of the “Votice in legends” is to chart places in the centre of Votice and near surroundings to which interesting myth and stories from old ages are related. That is why this product is mainly designed for families with children. Everybody can plan out a lenght and difficultness of the trail by his own possibilities. The next possible and suitable product could be enjoyably educational trail which creates a circle leading through the neighbourhood of Votice and offer information about the nature, history and notable personalities of this region.

These products should help to make the area Votice more attractive and they should also help the region - it means that the tourists would stay for a longer time in this area and try some additional services. A main domain of this region is the nice nature, that is why I used it in my projects very often. By reason that Votice is situated close to a head route Praha - České Budějovice and people are nowadays returning more and more to nature,

these products could be often used as a tip for a short field day or pleasant walking for getting a knowledge.

Since the product “Votice in legends” isn’t so much time and financially demanding it could be really possible to carry out. It is assumed to consult this product suggestion with interested persons and municipal office and it would be also advisable to cooperate with a local primary school in the future. Children would assist in completion with pictures into handouts and together with that this product would be faster brought to potencial attendants’s attention thereby.

10. Seznam obrázků, tabulek a grafů

Seznam obrázků

Obrázek č. 1 - Základní typologie event marketingu.....	16
---	----

Seznam tabulek

Tabulka č. 1 – Základní údaje o obcích mikroregionu Džbány.....	24
Tabulka č. 2 – Některé další zajímavosti mikroregionu Džbány a okolí Votic.....	26
Tabulka č. 3 – Přehled některých ubytovacích zařízení ve Voticích a Benešově.....	28
Tabulka č. 4 – Přehled stravovacích zařízení ve Voticích.....	29
Tabulka č. 5 – Přehled některých tradičních akcí pořádaných v téměř každé obci	30
Tabulka č. 6 – Přehled některých aktivit konaných ve Voticích – obecně	30
Tabulka č. 7 – Přehled některých zážitkových akcí na Voticku	34
Tabulka č. 8 – Hodnocení vlastních hypotéz.....	45
Tabulka č. 9 – Předpokládaný rozpočet na realizaci letáků	50

Seznam grafů

Graf č. 1 – Podíl počtu jednotlivých obcí na počtu obyvatel mikroregionu	24
Graf č. 2 - Věková struktura respondentů – místních obyvatel.....	36
Graf č. 3 - Věková struktura respondentů – turistů.....	36
Graf č. 4 - Množství volného času respondentů – místních obyvatel.....	37
Graf č. 5 - Množství volného času respondentů – turistů.....	37
Graf č. 6 - Hodnocení aktivit místními obyvateli.....	38
Graf č. 7 - Hodnocení aktivit místními turisty.....	38
Graf č. 8 - Spokojenost či nespokojenost místních obyvatel s možnostmi Votic.....	39
Graf č. 9 - Spokojenost či nespokojenost turistů s možnostmi Votic.....	39
Graf č. 10 - Co místní obyvatelé v současné nabídce Votic postrádají.....	40
Graf č. 11 - Co turisté v současné nabídce Votic postrádají.....	40
Graf č. 12 - Nejoblíbenější místa okolí Votic místních obyvatel.....	41
Graf č. 13 - Nejoblíbenější místa okolí Votic turistů.....	42
Graf č. 14 - Neprávem opomíjená místa podle místních obyvatel.....	42
Graf č. 15 - Neprávem opomíjená místa podle turistů.....	43
Graf č. 16 - Hodnocení nabízených aktivit místními obyvateli.....	44
Graf č. 17 - Hodnocení nabízených aktivit turisty.....	44

11. Seznam použité literatury

Odborná literatura

1. ABECEDA turistického informačního centra.
Asociace turistických informačních center ČR, 2005
2. BOUČKOVÁ, J. a kol.: Marketing.
Praha: Vysoká škola ekonomická, Beck, 2003.
ISBN 80-7179-0577-1
3. FORET, M., PROCHÁZKA, P., URBÁNEK, T.: Marketing – základy a principy.
Brno: Computer Press, 2003.
ISBN 80-722-6888-0
4. HESKOVÁ, M. a kol.: Cestovní ruch pro VOŠ a VŠ.
Praha: Fortuna, 2006.
ISBN 80-7168 948-3
5. KOTLER, P., ARMSTRONG, G.: Marketing.
Praha: Grada Publishing, 2004
ISBN 80-247-0513-3
6. MORISSON, A.M.: Marketing pohostinství a cestovního ruchu.
Praha: Victoria Publishing, 1999.
ISBN 80-85605-90-2
7. PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: Výkladový slovník cestovního ruchu.
Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002.
8. SVOBODOVÁ, H., MYNÁŘOVÁ, L., KAČER, R.: Marketingový výzkum.
Ostrava: Vysoká škola Báňská, 1997.
ISBN 80-7078-226-9
9. ŠINDLER, P.: Event marketing.
Praha: Grada Publishing, 2003.
ISBN 80-247-0646-6
10. VYSEKALOVÁ, J. a kol.: Slovník základních pojmů z marketingu a managementu.
Praha: Fortuna, 1997.
ISBN 80-7168-504-6

Odborná regionální literatura

11. HABART, Č.: Sedlčansko, Sedlecko a Voticko II.
Praha: Pražská edice, 1998.
ISBN 80-901509-6-9
12. PAVLOVSKÝ, P.: Vyprávění o Voticích
Praha: Maroli, 2000.
13. PETRÁŇ, J. a kol.: Benešovsko – Podblanicko.
Praha: TEPS, 1985.
14. SEDLÁČEK, Z.: Mikroregion Džbány – malý turistický průvodce.
Olbramovice: TRIA v.o.s., 2006
15. TOUFAR, P.: Česká Sibiř – Tajemnou českou krajinou.
Benešov: Start, 2002
ISBN 80-86231-21-6
16. Kolektiv autorů: Strategie rozvoje regionu Posázaví na roky 2007-2013.
17. Propagační materiály mikroregionu Džbány a Posázaví

Internetové stránky

- | | |
|--|---|
| 18. www.votice.cz | Oficiální stránky města Votice |
| 19. www.cot.cz | Oficiální stránky měsíčníku C.O.T. |
| 20. www.mikroregiondzbany.cz | Oficiální stránky mikroregionu Džbány |
| 21. www.posazavi.com | Oficiální stránky turistického regionu Posázaví |
| 22. www.cojeco.cz | Český výkladový slovník |
| 23. www.vlasim-info.cz | Oficiální stránky města Vlašim |
| 24. www.podblianickypodzim | Stránky festivalu Podblanický hudební podzim |
| 25. http://ppp.nipax.cz/ | Oficiální stránky Pochodu Praha - Prčice |
| 26. www.benesov-city.cz | Oficiální stránky města Benešov |

12. Seznam použitých zkratek

DPH	Daň z přidané hodnoty
CHKO	Chráněná krajinná oblast
MAS	Místní akční skupina
MKC	Městské kulturní centrum
o.p.s.	Obecně prospěšná společnost
TIC	Turistické informační centrum
TJ	Tělovýchovná jednota
VOŠ	Vyšší odborná škola
VŠ	Vysoká škola

13. Seznam příloh

1. Posázaví – tradiční turistický region
2. Stručné shrnutí Strategie rozvoje regionu Posázaví na roky 2007 – 2013
3. Mikroregion Džbány
4. Výhled do kraje od osady Kaliště
5. Město Votice
6. Vlastivědný klub Votice
7. Zážitkové akce Voticka
8. Dotazník
9. Návrh produktu „Votice v pověstech“
10. Zábavně naučná stezka kolem Votic

Přílohy

1. Posázaví – tradiční turistický region



Zdroj: www.posazavi.com, 7.2.2007

2. Stručné shrnutí Strategie rozvoje regionu Posázaví na roky 2007 – 2013

vize: Zlepšení kvality života v regionu Posázaví

Prioritní oblast 1	Zachování a zhodnocení přírodního i architektonického dědictví regionu
Opatření 1.1.	Ochrana biodiverzity a přírodně cenných území
Opatření 1.2.	Zachování a obnova krajiny
Opatření 1.3.	Obnova venkovského vzhledu obcí
Opatření 1.4.	Hospodaření s vodou v krajině
Opatření 1.5.	Vzdělání, informovanost a výchova v oblasti životního prostředí
Opatření 1.6.	Podpora turisticky a historicky významných objektů
Opatření 1.7.	Hospodaření s odpady a energií
Opatření 1.8.	Udržitelný rozvoj obcí
Prioritní oblast 2	Celkové zvýšení přitažlivosti regionu jako místa pro život a rekreaci
Opatření 2.1.	Podpora sportu, kultury a spolkové činnosti
Opatření 2.2.	Budování a podpora informačních center a jejich provázání
Opatření 2.3.	Rozvoj cestovního ruchu
Opatření 2.4.	Rozvoj služeb obyvatelstvu i návštěvníkům
Opatření 2.5.	Podpora drobného zemědělství
Opatření 2.6.	Podpora živnostníků a „menších“ podniků
Opatření 2.7.	Podpora místních výrobků a služeb
Prioritní oblast 3	Zapojení veřejnosti do veřejného života, rozhodování v regionu a spolkové činnosti
Opatření 3.1.	Posilování a obnova kulturního dědictví a vytváření tradic
Opatření 3.2.	Informační a mediální podpora v regionu
Opatření 3.3.	Podpora zapojování a komunikace s veřejností
Opatření 3.4.	Podpora informovanosti a zapojení specifických skupin
Prioritní oblast 4	Podpora rozvoje infrastruktury
Opatření 4.1.	Rozvoj dopravní infrastruktury
Opatření 4.2.	Rozvoj technické infrastruktury
Prioritní oblast 5	Podpora aktivit dětí a mládeže

Opatření 5.1.	Podpora zachování škol s malým počtem žáků
Opatření 5.2.	Podpora mimoškolních aktivit dětí a mládeže
Opatření 5.3.	Informovanost v oblasti aktivit dětí a mládeže
Opatření 5.4.	Podpora projektů realizovaných dětmi a mládeží
Prioritní oblast servisní	Posázaví o.p.s. – servisní organizace Místní akční skupiny
Opatření S.1.	Spolupráce – most mezi sektory
Opatření S.2.	Posázaví o.p.s. jako rádce
Opatření S.3.	Posázaví o.p.s. jako servisní organizace
Opatření S.4.	Aktivní sběrač informací
Opatření S.5.	Aktivní lobbyista

Zpracováno dle: Strategie rozvoje regionu Posázaví na roky 2007-2013

www.posazavi.com

3. Mikroregion Džbány



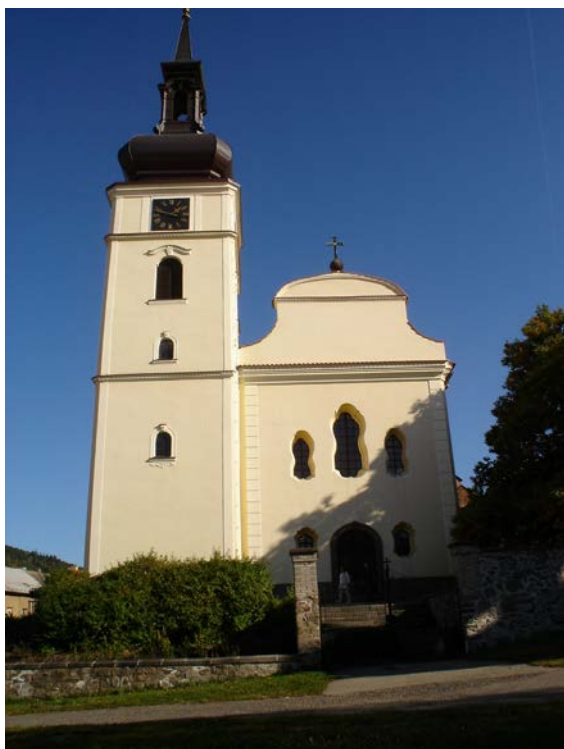
Zdroj: www.posazavi.com, 26.2.2007

4. Výhled do kraje od osady Kaliště



Foto: autorka

5. Město Votice



Farní kostel sv. Václava



Mariánské sousoší



Sousoší sv. Václava před farním kostelem



Boží hrob



Františkánský klášter s kostelem sv. Františka Serafínského



Osamělý javor na Polském vrchu – 2. místo v soutěži Strom roku 2005



Chátrající budova nového zámku

Zdroj použitých fotografií v příloze č. 5: archiv autorky

6. Vlastivědný klub Votice

- leták vydán u příležitosti 25 let činnosti Vlastivědného klubu Votice

Vlastivědný klub Votice, původně Vlastivědný kroužek, vznikl dne 26. března 1982. V tento den se skupinka milovníků historie, která se scházela při besedách nad kronikou města, odmítla smířit s tím, jak se zachází s památkami v regionu Voticka. Členové klubu přijali po zvážení tento základní program:

- provádět ochranu a evidenci památek ve Voticích a okolí
- sbírat historické předměty a písemnosti
- pořádat přednášky a zájezdy s vlastivědnou tematikou
- podílet se na záchraně památek a usilovat o znovuzřízení muzea



Antonín Holubovský
předseda Vlastivědného
klubu Votice

Klub se svým programem přihlásil k tradici muzejnictví ve Voticích. V roce 1925 vzniklo zásluhou učitele Čeňka Habarta a stavitele Vojtěcha Vrzala muzeum. Toto muzeum však bylo v roce 1948 z rozhodnutí členů městské rady zrušeno a všechny cenné exponáty zmizely neznámo kam. Ztratil se i velmi vzácný orloj zhotovený votickými občany, bratry Švimberskými. Mezi další ztracené věci patřila i sbírka mincí, krojů, chladné a palné zbraně a mnoho dalších zajímavých exponátů. Stejný osud měla v roce 1949

při zrušení kláštera i bohatá klášterní knihovna, a to včetně klášterní kroniky psané od roku 1627. Knihy byly zčásti rozkradeny a nebo spáleny. Ve stejný rok došlo také ke zbourání významné židovské synagogy. Z mnoha památek se staly postupně sklady převážně pro zemědělské podniky.

Za dobu existence klubu se podařilo jeho členům provést soupis a fotodokumentaci památek, včetně drobných sakrálních

objektů v regionu. Byly zhotoveny a umístěny informační tabule u vodní tvrze na Buchovech, v Koutech a také v obci Neustupov. Klub pořádá zájezdy s vlastivědnou tematikou a přednášky. Podílí se na údržbě židovského hřbitova,



Informační tabule v Neustupově

doplňuje sbírkový fond historických předmětů a písemností pro budoucí expozici muzea.

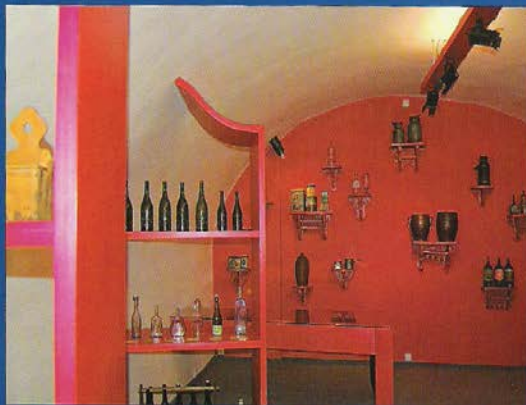
Vlastivědný klub je členem Nezávislé památkové unie, Neziskových organizací Podblanicka a spolupracuje s Muzeem Podblanicka ve Vlašimi. Členové klubu jsou zpravodaji Státní památkové péče. MUDr. Jiří Čermák a Antonín Holubovský obdrželi ocenění „Blanický rytíř“ za svůj osobní přínos v ochraně a rozvoji přírodního a kulturního dědictví regionu.

Současnost

Na sklonku roku 2006 bylo rozhodnuto městskou radou ve Voticích umístit v historické budově radnice expozici o historii města a činnosti Vlastivědného klubu. Město tímto deklaruje své uznání přínosu Vlastivědného klubu pro město za 25 let jeho bohaté spolkové činnosti. Na pojetí expozice se kromě Vlastivědného klubu podílelo Internacionál art studio Český Krumlov sochaře Miroslava Párala a votičtí řemeslníci. Čtvrtstoletí od založení Vlastivědného klubu a bezmála 60 let od zrušení Městského muzea nastává doba, kdy je nutno místním občanům a návštěvníkům města Votice po odhalit historii našeho krásného města a jeho okolí.



Ukázka sbírek z depozitáře Vlastivědného klubu



Pohled do nové expozice Vlastivědného klubu Votice na Staré radnici

Zdroj: Turistické informační centrum Votice

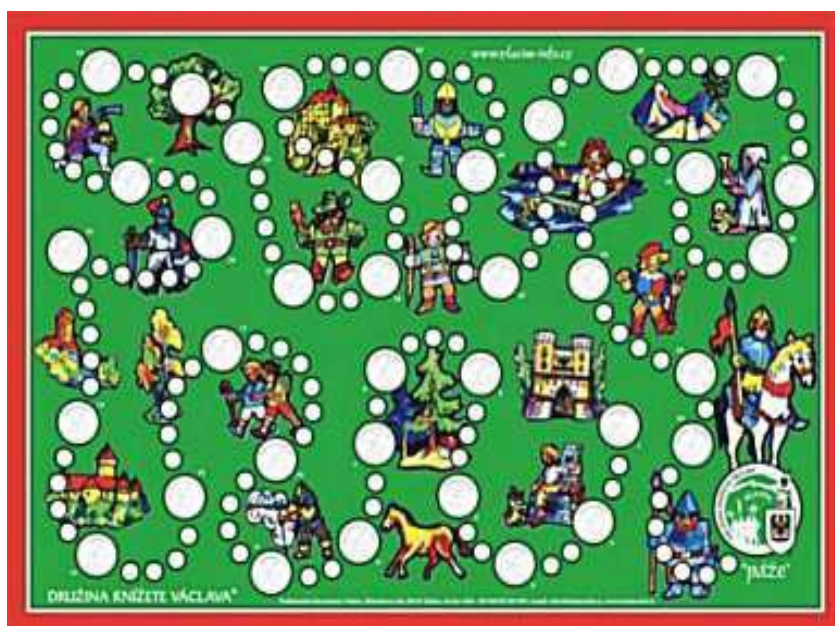
7. Zážitkové akce Voticka



**Rekonstrukce bitvy u Jankova
při příležitosti pochodu „Po stopách bitvy u Jankova“**

Zdroj použitých fotografií: archiv autorky

Turistická hra Družina knížete Václava



Herní plán dětské verze hry družiny knížete Václava



Zdroj: www.posazavi.com

8. Dotazník

Dobrý den, jsem studentka Katedry cestovního ruchu Jihočeské univerzity a prostřednictvím tohoto dotazníku bych ráda získala podklady pro svou bakalářskou práci, která se týká možností rozvoje cestovního ruchu a volnočasových aktivit oblasti Voticka. Moc Vás prosím o malou chvilku z Vašeho volného času, kterou věnujete odpovědím na následující otázky. Právě Váš názor může ovlivnit vzhled a využití okolí Votic.

Dotazník je anonymní a veškerá data budou použita pro zpracování bakalářské práce „Zážitkový marketing a jeho role při formování produktů cestovního ruchu turistického informačního centra ve Voticích“.

Předem děkuji za spolupráci.

Jana Vrnáková

1) Volného času máte

- a) téměř žádný
- b) málo
- c) dostatek
- d) hodně

2.) Když máte volný čas, jakým aktivitám dáváte přednost

(označujete jako ve škole podle oblíbenosti 1-5)

- ___ příroda
- ___ kulturní a společenské akce (kino, divadlo, atd.)
- ___ historické památky
- ___ sport
- ___ jiné (doplňte) _____

3.) S kým nejčastěji svůj volný čas trávíte

- | | | |
|--------------------|--------------------------|-------------------|
| a) se svou rodinou | d) s přítelem/přítelkyní | g) se svými dětmi |
| b) s přáteli | e) s manželem | |
| c) sám | f) s vnoučaty | |

4.) S možnostmi, které Voticko nabízí, pro využití volného času jste

- a) velmi spokojen/a
 - b) spokojen/a
 - c) spíše spokojen/a
 - d) nespokojen/a - proč?
-

5.) Co Vám v současné nabídce volnočasových aktivit na Voticku chybí ?

Otázku 6.) a 7.) vyplňujte pouze v případě, že jste z Votic či okolí

6.) Využíváte stávající nabídku (sokolovna, tenis, hřiště, kino...)

- | | |
|-------------------------|--------------------|
| a) více než 2krát týdně | d) 1krát za 14 dní |
| b) 2krát týdně | e) méně často |
| c) 1krát týdně | f) vůbec ne |

7.) Výlety (pěší, cyklo) a procházky podnikáte po okolí

- | | |
|--------------------|---------------|
| a) 1krát týdně | d) méně často |
| b) 1krát za 14 dní | e) vůbec ne |
| c) 1krát za měsíc | |

8.) Okolí Votic (přírodu, pověsti k různým místům, historické památky atd.) znáte

- a) velmi dobře
- b) dobře
- c) spíše ne
- d) vůbec ne

9.) Máme pro Vás malý kvíz, víte, kde se nachází pamětní deska Kašpara Kaplíře ze Sulevic?

10.) Které místo v okolí Votic (ve Voticích) nejraději navštěvujete a proč?

11.) Které místo na Voticku považujete za turisty neprávem opomíjené a proč?

12.) Jak by na Vás působila nová aktivita, která by Vám umožňovala lépe poznat v okolí Votic

(svou odpověď vyjádřete zakroužkováním čísla na následujících stupnicích – 1 zajímavé, 10 nudné)

a) drobné sakrální stavby (kapličky, boží muka,..)

zajímavé |___|___|___|___|___|___|___|___|___| nudné
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

b) pověsti vázané k různým místům

zajímavé |___|___|___|___|___|___|___|___|___| nudné
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

c) významné rodáky

zajímavé |___|___|___|___|___|___|___|___|___| nudné
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

d) zvířectvo a květena

zajímavé |___|___|___|___|___|___|___|___|___| nudné
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Statistické (demografické) údaje

13.) Kde bydlíte?

14.) Jste:

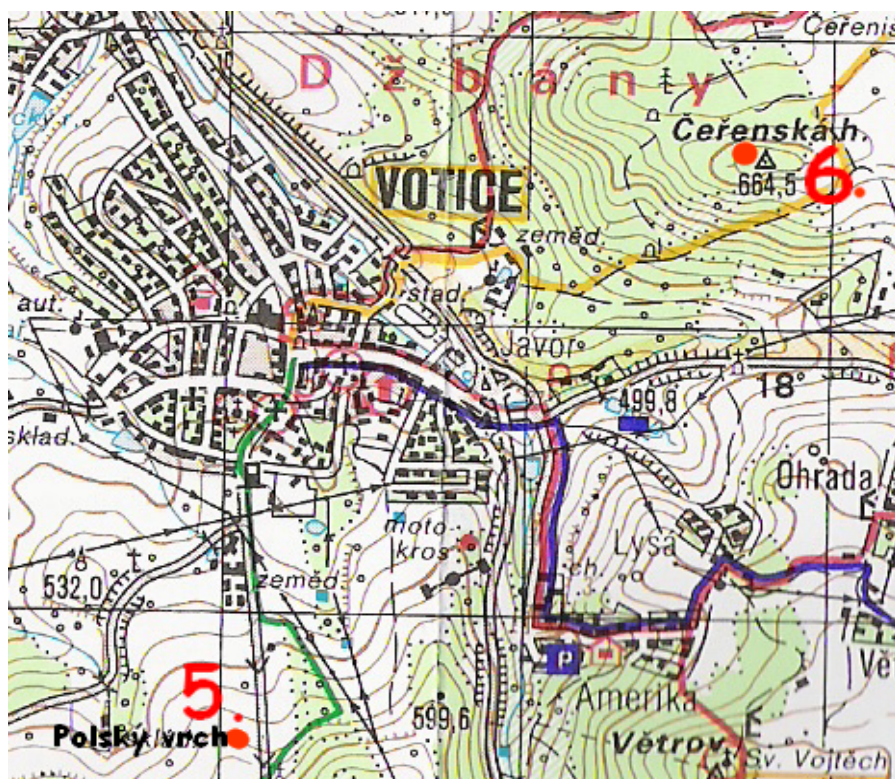
- a) žena
- b) muž

15.) Jaký je přibližně Váš věk

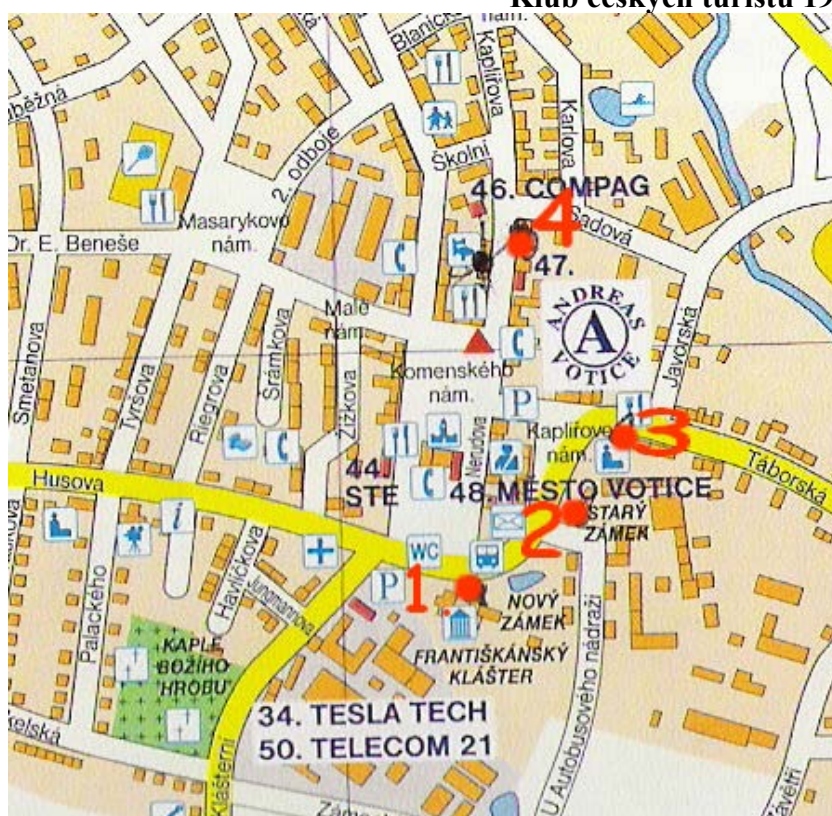
- a) méně jak 20 let
- b) 20-30 let
- c) 30-40
- d) 40-50
- e) 50-60
- f) více jak 60

9. Návrh produktu – Votice v pověstech

Mapky na leták navrhovaného produktu „ Votice v pověstech“



Zdroj: Česká Sibiř a Tábořsko sever – soubor turistických map.
Klub českých turistů 1999



Zdroj: Turistické informační centrum Votice

Vlastní zdroj

Putování se skřítkem Votískem

-Votice v pověstech -



1. Zázračný klášterní obraz

Text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text

text text text
text text text
text text text
text text text



text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text

2. Zámecké sklepy

Text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
Text text text text text text
text text text text text text

text text text
text text text
text text text
text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text



3. O Řezničkově studni

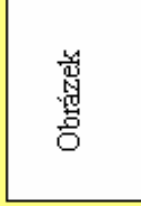
Text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text



text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text

4. Lakomý zvoník

Text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text
text text text
text text text



5. Polský vrch

Text text text text text text
text text text
text text text
text text text
text text text
text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text



6. Čerňenská hora

Text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text
text text text
text text text
text text text



Křížovka

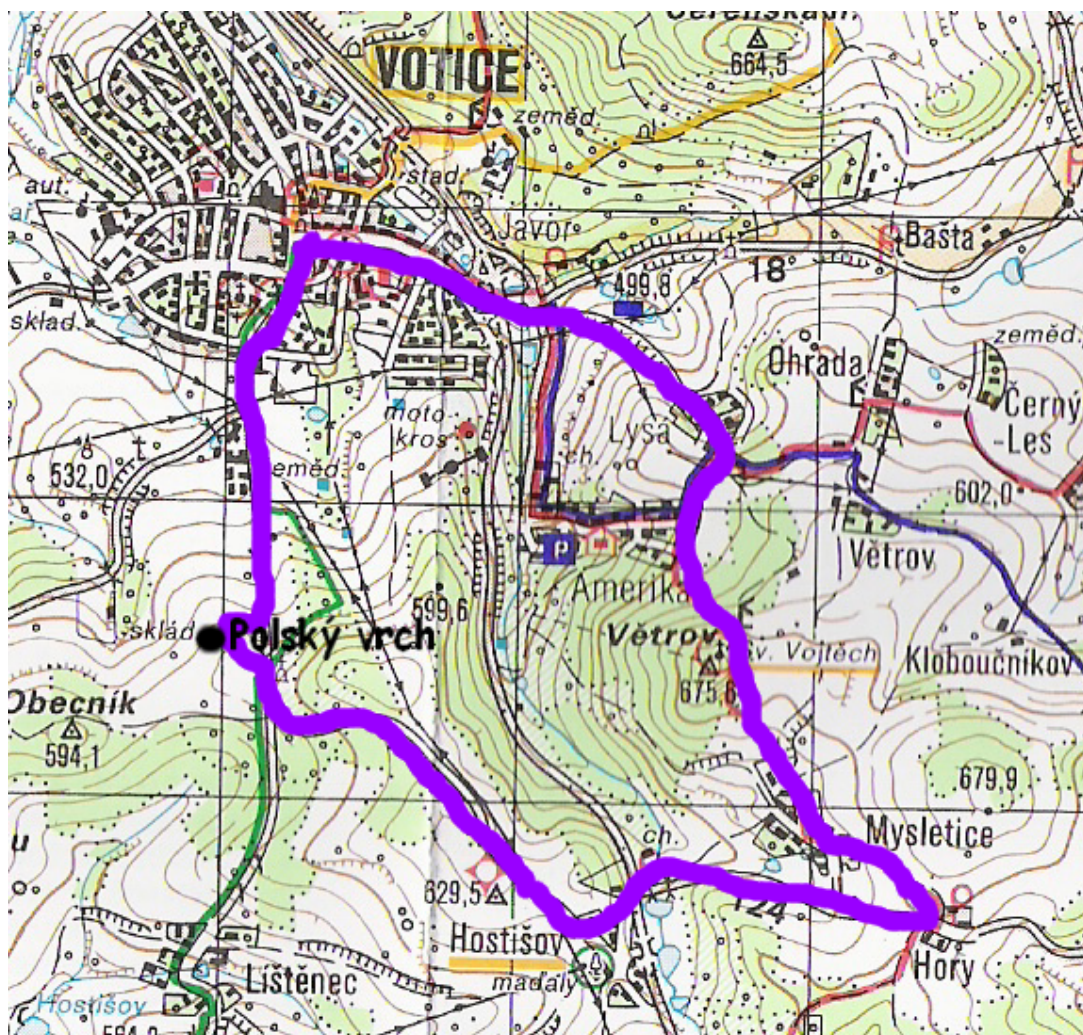
- 1.) otázka ?
- 2.) otázka ?
- 3.) otázka ?
- 4.) otázka ?
- 5.) otázka ?
- 6.) otázka ?
- 7.) otázka ?
- 8.) otázka ?
- 9.) otázka ?



Text text text text text text
text text text text text text
text text text text text text

10. Zábavně naučná stezka kolem Votic

- předběžné vyznačení zábavně naučné stezky kolem Votic



Zdroj: Česká Sibiř a Tábořsko sever – soubor turistických map.
Klub českých turistů 1999