

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodně podnikatelský obor



**Využití kulturních atraktivit v cestovním ruchu
na Benešovsku**

Vedoucí bakalářské práce

Mgr. Vladimír Dvořák

Autor

Jana Papežová

2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jana PAPEŽOVÁ**

Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Využití kulturních atraktivit v cestovním ruchu na Benešovsku**

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

Cíl práce:

Provedení analýzy cestovního ruchu na Benešovsku. Návrhy a inovace nabídky. Příprava produktového balíčku.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Provedení situační analýzy zkoumané oblasti
3. Příprava a realizace terénního šetření
4. Návrhy inovace nabídky
5. Příprava produktového balíčku

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metodika. 4. Situační analýza. 5. Terénní šetření. 6. Syntéza poznatků. 7. Návrhy inovace. 8. Závěr. 9. Seznam literatury. 10. Přílohy.

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

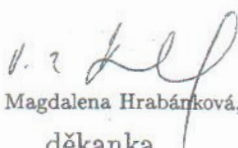
Seznam odborné literatury:

- Doležalová, J. *Tajemné stezky jižních Čech*. Praha: Regia, 2003.
Hesková, M. a kol. *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006.
Horáková, H. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2002.
Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003.
Orieška, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 1999.
Smith, P. *Moderní marketing*. Praha: Computer Press, 2000.
Časopis C.O.T.

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

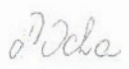
Datum zadání bakalářské práce: 15. února 2009

Termín odevzdání bakalářské práce: 15. dubna 2010


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.

děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (6)
370 05 České Budějovice
IČ 600 76 668, DIČ CZ60076668


Ing. Kamil Pícha, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 16. března 2009

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Využití kulturních atraktivit v cestovním ruchu na Benešovsku“ vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů uvedených v seznamu literatury.

V Českých Budějovicích, dne 9.4. 2010

Jana Papežová

Poděkování:

Ráda bych touto cestou poděkovala panu Mgr. Vladimírovi Dvořákovi za odbornou pomoc a vedení při zpracování mé bakalářské práce. Dále bych také chtěla poděkovat zaměstnancům zámku Konopiště za jejich pomoc.

Abstrakt

Práce se zabývá využitím kulturních atraktivit na okrese Benešov. Součástí práce je situační analýza a terénní dotazníkové šetření, na jehož základě byl vytvořen návrh cyklotrasy a produktový balíček. Destinace nabízí řadu kulturních atraktivit a cílem je přilákat co nejvíce návštěvníků do této oblasti.

Klíčová slova

cestovní ruch, destinace cestovního ruchu, marketing v cestovním ruchu, situační analýza, marketingový mix, návštěvnické atraktivity, kulturní atraktivity.

Obsah

1	ÚVOD.....	1
2	CÍL, HYPOTÉZY A METODIKA PRÁCE.....	3
2.1	Cíl práce	3
2.2	Metodika, hypotézy	3
3	LITERÁRNÍ REŠERŠE.....	5
3.1	Cestovní ruch	5
3.1.1	Vymezení cestovního ruchu.....	5
3.1.2	Základní složky cestovního ruchu	6
3.1.3	Typologie cestovního ruchu.....	7
4	MARKETING V CESTOVNÍM RUCHU.....	9
4.1	Pojetí marketingu	9
4.2	Strategický marketing	10
4.3	Marketing v cestovním ruchu	10
4.4	Trh cestovního ruchu	10
4.4.1	Typologie turistů a její aplikace v marketingu	12
4.5	Marketingový mix.....	12
4.5.1	Produkt.....	13
4.5.2	Cena	15
4.5.3	Místo	15
4.5.4	Propagace.....	16
5	NÁVŠTĚVNICKÉ ATRAKTIVITY.....	18
5.1	Typy atraktivit.....	18
5.2	Trh atraktivit	19
6	DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU	20
6.1	Turistická informační střediska	20
6.2	Tvorba balíčků služeb (packaging) v destinaci.....	21
6.3	Destinační management	21
7	SITUAČNÍ ANALÝZA	22
7.1	Charakteristika oblasti	22

7.2	Geografické vymezení	23
7.3	Primární potenciál	24
7.4	Sekundární potenciál	26
7.5	Terciární potenciál	28
7.6	Kulturně-historické atraktivity	30
7.6.1	Zámek Konopiště	30
7.6.2	Zámek Jemniště	38
7.6.3	Hrad Český Šternberk	41
7.6.4	Velký Blaník	43
7.6.5	Vlašimský zámecký park	44
7.6.6	Zámek Růžkovy Lhotice	45
8	TERÉNNÍ ŠETŘENÍ.....	46
8.1	Cílem dotazníkového šetření	46
8.2	Vyhodnocení pracovních hypotéz	57
9	NÁVRH A INOVACE NABÍDKY	58
9.1	Značená cyklotrasa okolo zámku Jemniště.....	58
9.2	Produktový balíček	60
10	ZÁVĚR	62
11	SUMMARY	63
12	PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY	64
	SEZNAM TABULEK A OBRÁZKŮ.....	66
	SEZNAM PŘÍLOH.....	67

1 ÚVOD

Okres Benešov (Benešovsko) je druhým nejrozsáhlejším okresem ve Středočeském kraji. Benešovsko se rozkládá na jih od Prahy mezi tokem řeky Sázavy a Vltavy a zahrnuje poměrně rozsáhlé území (rozloha okresu 1475 km²). Počet obyvatel celého okresu Benešov v r. 2009 činil 95 011 osob. Počet obcí je 114 (z toho 9 měst a 9 městysů).

Povrch převážné části okresu tvoří Středočeská pahorkatina v povodí střední Vltavy a dolní Sázavy. Terén okresu je členitý, lesnatý, s mnoha rybníky. Nadmořská výška kolísá od 200 do 700 metrů nad mořem. Pro hornatost okresu je typický táhnoucí se hřeben s Českou Sibiří, Sedleckou kotlinou. Nejvyšším bodem okresu je vrch Mezivrata (712 m n.m.).

Oblast Benešovska je atraktivně turistickým cílem ve Středočeském kraji, kam každoročně přijíždí mnoho účastníků cestovního ruchu, aby v tomto regionu využili tamější prostředí a přírodu k provozování různých druhů turistiky a také k návštěvě mnoha pamětihodností. Za příliv turistů Benešovsko vděčí z velké části své blízkosti hlavního města Prahy. Oblast je také vhodná pro aktivní dovolenou díky řece Sázavě, nachází se zde mnoho sportovních zařízení a turisticky značených tras a cyklotras.

Město Benešov nabízí svým návštěvníkům bohaté možnosti využití a to jak kulturního, tak i sportovního. Bohaté kulturní zážitky návštěvníkům Benešova pravidelně nabízí hudební festival Josefa Suka, několik amatérských divadelních souborů a hudebních těles, a za kulturou do Benešova tradičně jezdí návštěvníci i do letního divadla na Konopišti. Milovníci historie si mohou prohlédnout zbytky minoritského kostela na Karlově, piaristickou kolej s kostelem sv. Anny nebo starý a nový židovský hřbitov s památníkem obětí holocaustu. Milovníkům moderního umění nabízí své expozice Muzeum umění a designu Benešov.

Oblast Benešovska jsem si vybrala jako téma své bakalářské práce zejména z důvodu, že z této oblasti pocházím a myslím, že kulturní památky a krajina zde určitě stojí za povšimnutí. Základem práce je vymezení oblasti Benešovska. V práci jsou

uvedeny nejznámější kulturní památky v okrese. Pozornost je věnována zejména státnímu zámku Konopiště, kde také probíhalo dotazníkové terénní šetření. V práci je uveden primární, sekundární a terciální potenciál Benešovska. Pro účastníky cykloturistiky byl připraven návrh nové cyklotrasy okolo zámku Jemniště.

Práce by měla posloužit pracovníkům a také návštěvníkům infocenter na Benešovsku, kteří mají zájem o prohlídku kulturních atraktivit. Dále také pracovníkům zámku Konopiště, kde byla zjišťována spokojenost jejich návštěvníků.

2 CÍL, HYPOTÉZY A METODIKA PRÁCE

2.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce na téma „Využití kulturních atraktivit v cestovním ruchu na Benešovsku“ je provést analýzu cestovního ruchu na Benešovsku. Na základě terénního šetření navrhnout inovaci nabídky a připravit produktový balíček.

2.2 Metodika, hypotézy

Základem bakalářské práce byla úvaha nad její kompozicí. Následoval sběr dat a dále studium odborné literatury vztahující se k tématu a další regionální literatury zkoumané oblasti. Jednalo se zejména o literaturu zaměřenou na oblast cestovního ruchu, marketingu a literaturu z oblasti Benešovska. Dalšími informačními materiály byli propagační materiály, internetové stránky, terénní výzkum. Navštíveno bylo i turistické informační centrum Benešov, Městská knihovna Benešov, Vlašim a České Budějovice.

Pro zjištění současného stavu kulturních atraktivit bude v analytické části provedena situační analýza zkoumané oblasti. Pro získání konkrétních informací byla využita forma terénního dotazníkového šetření. Převážnou část dotazníku tvoří uzavřené otázky, kde je výběr pouze z jedné, respektive více odpovědí. Otevřená otázka se týkala názoru návštěvníků a konkrétně co u zámku Konopiště postrádají a co by zde uvítali.

Při provádění situační analýzy bylo zjištěno, že kolem zámku Jemniště ani v jeho bezprostřední blízkosti nevede značená turistická trasa. Pro zájemce o cykloturistiku byl tedy navržen cyklistický okruh kolem zámku Jemniště a provedena kalkulace na nákup informačních tabulích.

V rámci terénního šetření, které probíhalo v letních měsících v areálu Konopiště byla zjišťována spokojenost návštěvníků s nabídkou služeb zámku. Na základě šetření byl zjištěn zájem o produktový balíček a ten je součástí další navržené inovace.

Po získání potřebných informací o současném stavu kulturních atraktivit na Benešovsku a spokojenosti návštěvníků na zámku Konopiště následuje část aplikační a to návrh inovace nabídky a příprava produktového balíčku.

Hypotézy:

Hypotéza 1: Účastníci cestovního ruchu mají zájem o návštěvu kulturních atraktivit na Benešovsku.

Hypotéza 2: Návštěvníci zámku Konopiště jsou spokojeni s nabídkou služeb v areálu zámku.

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 Cestovní ruch

3.1.1 Vymezení cestovního ruchu

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jedince, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím. (Hesková a kol., 2006: 9)

O cestovním ruchu je známo, že má výrazné ekonomické přínosy, je-li správně rozvíjen. Na druhé straně má zřejmý sezonní charakter, znamená zátěž pro životní prostředí, podílí se na procesu akulturace. (Jakubíková, 2009:11)

Cestovní ruch se stal v posledních desetiletích významným celosvětovým fenoménem, jak uvádí Foret, Foretová (2001:9), zejména jako důležitá součást tzv. průmyslu volného času. Jeho ekonomické, ekologické, sociální, politické, kulturní a mnohé další dopady jsou neoddiskutovatelnou součástí proměn dnešního světa.

Pro vymezení pojmu cestovní ruch, respektive odvětví cestovního ruchu existuje řada definic. Za jednu z nejvýstižnějších definic pojmu cestovní ruch lze považovat definici UNWTO, která charakterizuje cestovní ruch jako činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu v místech mimo místa jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho uceleného roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely. Žádná univerzální, všeobecně přijatá definice odvětví cestovního ruchu neexistuje. (Čertík, 2001: 15)

Cestovní ruch je velmi často používaný termín, přičemž podle Kučerové (1997: 118) existují různá pojetí, která zařazují do jeho sféry velmi odlišné aktivity. Dosud sice neexistuje přesná, zcela vyčerpávající definice cestovního ruchu. Je příznačné, že ani žádná z celosvětových institucí, jako například OSN či UNWTO, nepodává přesné a zavazující vymezení pojmu cestovní ruch.

Cestovní ruch je komplexní, mnoha oblastmi a z mnoha hledisek se prolínající společenský jev bez jakýchkoliv pevně stanovitelných hranic, který je synergickým souhrnem všech jevů, vztahů a dopadů v časoprostorovém kontextu, souvisících s narůstající mobilitou lidí, motivovanou uspokojováním jejich potřeb v oblasti využití volného času, rekreace, cestování a poznání, dále v oblasti sociální, kulturní a v dalších oblastech. (Pásková, Zelenka, 2002: 6)

3.1.2 Základní složky cestovního ruchu

Podle Heskové a kol. (2006:12) je cestovní ruch otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystémy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu včetně vzájemných vazeb. Vazby existují i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí – vnější prostředí. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí.

Subjekt cestovního ruchu

Subjekt cestovního ruchu reprezentuje účastník cestovního ruchu. (Hesková a kol., 2006: 13). Účastník cestovního ruchu má velký význam zejména pro mezinárodní cestovní ruch a jeho kvantifikaci. Za účastníka cestovního ruchu se pokládají osoby, které cestují na dobu delší než 24 hodin do jiné země než je země jejich trvalého pobytu.

Podle poslední úpravy z roku 1995 se podle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) rozlišuje mezi turisty a výletníky. Turisté jsou dočasní návštěvníci, kteří se zdrží v navštěvované zemi alespoň 24 hodiny a motivem jejich cestování je buď využití volného času (zábava, dovolená, odpočinek, sport aj.), nebo vyřizování různých záležitostí. Výletníci jsou dočasní návštěvníci, kteří se zdrží pouze jeden den v navštěvované zemi, aniž by v této zemi přenocovali. (Petrů, 1999: 27)

Jak uvádí Hladká (1997: 11), mezi subjekt cestovního ruchu řadíme také orgány a organizace zabývající se cestovním ruchem a pracovníky v oblasti cestovního ruchu.

Objekt cestovního ruchu

Objektem cestovního ruchu je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je také nositelem nabídky. (Hesková a kol., 2006: 15)

Mezi objekt cestovního ruchu podle Petrů (1999: 27) řadíme rekreační prostor a materiálně-technickou základnu cestovního ruchu. Kategorii rekreační prostor obvykle rozumíme určité geograficky menší území s příznivými a relativně stejnými přírodními podmínkami, které nejsou narušeny (nebo pouze minimálně) negativními vlivy průmyslové a zemědělské činnosti, jež umožňuje realizaci aktivit cestovního ruchu.

Zásadní význam pro rozvoj cestovního ruchu má souhrn věcných prostředků, které určují materiálně-technickou základnu odvětví cestovního ruchu. Její funkcí je poskytování služeb účastníkům cestovního ruchu, využívání potenciálu dané země pro potřeby cestovního ruchu, přispívání k tvorbě celkového produktu daného státu. (Kučerová, 1997: 122)

3.1.3 Typologie cestovního ruchu

1. Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu vyházejí ze zaměření cestovního ruchu na uspokojování určitých konkrétních potřeb účastníka, tj. z poptávkově orientované definice cestovního ruchu. Jednotlivé formy cestovního ruchu obvykle kladou zvláštní požadavky na způsob realizace a zabezpečení služeb (rozsah a kvalitu). (Petrů, 1999: 27)

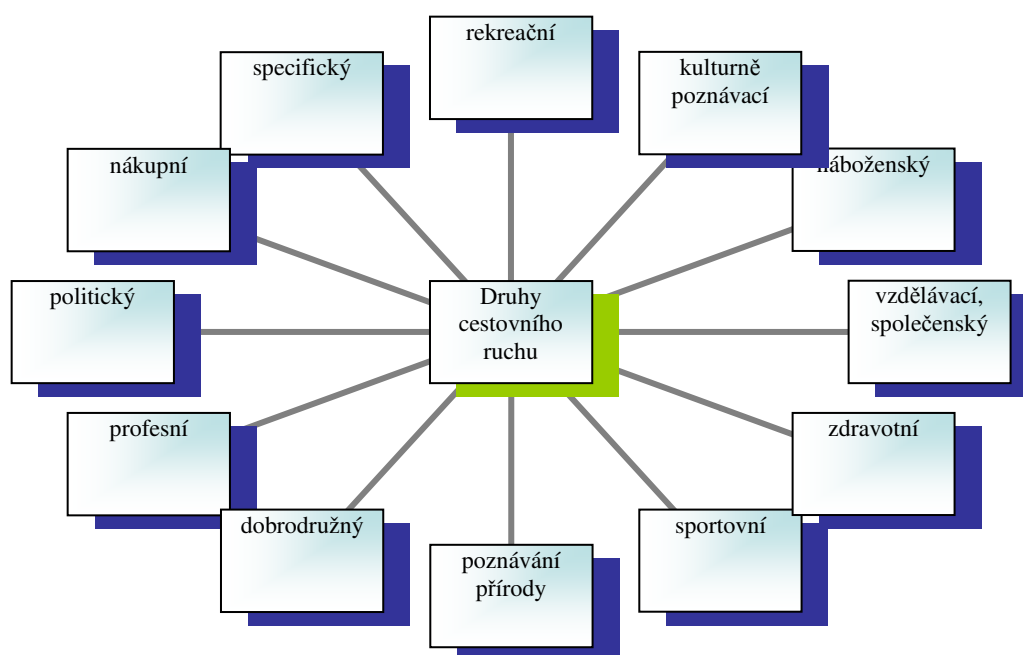
Základními formami cestovního ruchu jsou rekreační cestovní ruch, kulturně-poznávací cestovní ruch, sportovně-turistický cestovní ruch a lázeňsko-léčebný cestovní ruch.

Dále existují tzv. specifické formy cestovního ruchu, mezi něž patří cestovní ruch mládeže, cestovní ruch třetí generace (seniorů, důchodců), kongresový cestovní ruch, lovecký cestovní ruch, motoristický cestovní ruch a další (např. cestovní ruch osamělých lidí, agroturistika apod.). (Petrů, 1999: 27)

2. Druhy cestovního ruchu

O druzích cestovního ruchu podle Heskové a kol. (2006: 21) hovoříme tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě.

Obrázek 1: Druhy cestovního ruchu:



Zdroj: Foret, Foretová, 2001

4 MARKETING V CESTOVNÍM RUCHU

4.1 Pojetí marketingu

Různá vymezení marketingu představují odlišné přístupy odborníků k jeho filosofii. Je definován mnoha způsoby, zdůrazňujícími odlišná stanoviska, což může být odrazem dosavadní nezralosti rozvíjejícího se oboru marketingu.

Kotler v roce 1994 definuje marketing jako: Společenský a řídicí proces, jehož pomocí jednotlivci a skupiny získávají to, co chtějí a potřebují, prostřednictvím vytváření a výměny výrobků a hodnot s druhými.

Levitt v roce 1986 vidí roli marketingu takto: Poctivě a solidně pojatý marketing se snaží vytvořit hodnotné, uspokojivé zboží a služby, které zákazníci budou kupovat.

Tato vymezení jsou užitečná zdůrazněním potřeb a přání zákazníků jako ústředního zájmu marketingu. Jakmile jsou identifikovány, musí být splněny zbožím a službami tak, aby byl uspokojen zákazník i dodavatel.

Jiní vědci tvrdí, že marketing může fungovat pouze tehdy, je-li pevně zakotven v celé kultuře organizace. Horner a Swarbrooke (2003: 29-30) například uvádí: Marketing je mnohem širší záležitostí než prodej, ale není vůbec žádnou specializovanou aktivitou. Je přítomen v celém podniku. Je to celý podnik viděný z pohledu konečného výsledku, tedy z pohledu zákazníka. Zájem o marketing a odpovědnost za něj tedy musí postupovat všemi oblastmi podniku.

Podle této definice by každý příslušník organizace, která používá marketing, měl považovat zákazníka za ústřední bod svých pracovních aktivit. Je to princip všudypřítomnosti marketingu, z které často vyplývá nutnost změny vnitřní podnikové kultury, má-li se podnik přizpůsobit tomuto přístupu. (Horner, Swarbrooke, 2003: 29-30)

4.2 Strategický marketing

V obecném slova smyslu strategií podle Horákové (2001: 11) rozumíme určité schéma postupu, které naznačuje, jak za daných podmínek dosáhnout vytyčených cílů (jak se chovat na cestě vedoucí k dosažení cílů). Je to přehled možných kroků a činností, které jsou přijímány „s vědomím“ částečné neznalosti všech budoucích podmínek, okolností a souvislostí, kdy nejsou poznány všechny přípustné alternativy a nelze přesně označit jednotlivé výhody a nevýhody pro potřeby budoucího rozhodování. Konečným účelem strategie je dospět k náležité součinnosti veškerých aktivit všech složek podniku a vytvořit jednotný a nedělitelný celek jeho dalších perspektiv.

4.3 Marketing v cestovním ruchu

Obvykle je marketing charakterizován jako řídicí proces, který organizuje a řídí všechny obchodní (podnikatelské) aktivity zapojené do hodnocení potřeb zákazníků a přeměny kupní síly zákazníků do efektivní poptávky po specifickém výrobku nebo službě a přesunu toho výrobku nebo služby ke konečnému zákazníkovi nebo uživateli za účelem dosažení zisku nebo jiného cíle, který si podnik nebo organizace stanovila.

Mezi základní principy marketingu patří marketingový přístup, marketingovou orientaci nebo orientaci na zákazníka, uspokojování potřeb a skrytých přání zákazníků, segmentaci trhu, hodnotu a směnný proces, životní cyklus výrobku, marketingový mix. (Petrů, 1999: 79)

4.4 Trh cestovního ruchu

Jeho charakteristika a výzkum jsou důležitými zdroji informací pro uplatňování marketingu v podnicích cestovního ruchu. (Petrů, 1999: 83)

Podle Orišky (1995: 5) trhem cestovního ruchu rozumíme souhrn směnných vztahů mezi subjekty prodávajícími zboží a služby cestovního ruchu (představujícími nabídku) a subjekty kupujícími zboží a služby cestovního ruchu (představujícími poptávku).

Trh cestovního ruchu je konkrétně vymezen subjekty, jež vstupují na trh cestovního ruchu jako kupující a prodávající, a objekty, tj. hmotnými a nehmotnými statky, které se stávají předmětem koupě nebo prodeje. (Malá, 1999: 40)

Trh cestovního ruchu se podle Petrů (1999: 83) skládá z:

- turistických atraktivit, tj. prostoru vhodného pro realizaci cestovního ruchu,
- nabídky a poptávky po službách cestovního ruchu,
- věcné struktury nabídky, tj. produktů a služeb cestovního ruchu a jejich kvality,
- reálných příjmů obyvatelstva a cen,
- materiálně-technické základny cestovního ruchu,
- infrastruktury jako doplňku materiálně-technické základny.

Trh cestovního ruchu není jednotný a pro potřeby marketingu, zejména pro stanovení marketingové strategie, se provádí jeho rozdělování do určitých skupin podle společných charakteristik- tj. segmentace trhu. Segmentaci trhu lze provádět z celé řady hledisek, např. z hlediska geografického (oblastí, států apod.), demografického (věku, pohlaví, příjmu, velikosti rodin apod.), psychologického (zájmů, životního stylu), účelu cesty (zábavy, obchodu apod.), chování (např. frekvence využívání, stupeň používání, věrnost značce, výhody), vztahu k produktu (podle typů nabízených služeb, značky), distribuční cesty. (Petrů, 1999: 83)

Vosoba (2003: 58) uvádí, že čím obecněji a nepřesněji segment popíšeme, tím větší je riziko, že se do něj nestrefíme. V každém případě je tedy nutné věnovat segmentaci dostatek času, aby byla oboustranně prospěšná.

Trh cestovního ruchu tvoří podniky cestovního ruchu různých velikostí od globálních společností po malé podnikatelské organizace místního významu. Skládá se z celé řady společně působících organizací a to prodejců zájezdů (cestovní agentury) a cestovních kanceláří (touroperátorů), dopravních společností, komerčních ubytovacích zařízení, stravovacích zařízení, návštěvnických atraktivit a zábavních parků. (Hesková a kol., 2006: 62)

4.4.1 Typologie turistů a její aplikace v marketingu

Typologie mohou podle Hornerové a Swarbooka (2003: 65) posloužit jako základna úvah o zákaznících, zejména v oblasti segmentace trhu. Mohou pomoci navrhnout typy nových produktů, které by oslovily určité skupiny turistů, upozornit na skupiny turistů, které by mohly být ochotné platit vyšší ceny za určité výhody, například za exkluzivitu a služby, ukázat, které distribuční kanály by mohly být pro určitý typ turistů nejefektivnější, rozhodnout, která sdělení zaměřit na určité typy turistů.

Typologie turistů podle sociologa Cohena

- Organizovaný masový turista – kupuje dovolenou jako balíček služeb, volí známé destinace, využívá cestovních kanceláří, jede se skupinou přátel, využívá služeb hotelu.
- Individuální masový turista – využívá pouze některých služeb nebo v kombinaci s dalšími typy služeb. Využívá standardní nabídky destinací cestovní kanceláře.
- Turista – objevitel – plánuje cesty sám, seznamuje se s místními obyvateli, vyžaduje určitou úroveň komfortu a bezpečnosti.
- Turista tulák – cestuje bez předem připraveného itineráře, nevyužívá služeb cestovních kanceláří, chce se stát dočasně součástí místní komunity. (Hesková a kol., 2006: 139)

4.5 Marketingový mix

Marketingový mix je souhrn činitelů, které spolu s výběrem cílových trhů vytvářejí celkovou marketingovou strategii firmy jako „4P“, což odráží původní anglickou terminologii:

- produkt
- cena (price),
- podpora prodeje (promotion),
- umístění na trhu (place).

Ve vztahu k cestovnímu ruchu bývají uváděny ještě další činitele (mluví se pak o „8P“), a to:

- lidé (people),
- kompletování služeb (package),
- programování (programming).
- spolupráce (partnership). (Kučerová, 1997: 106)

4.5.1 Produkt

Produkt je základní stavební jednotkou marketingových aktivit, jak uvádí Jakubíková (2009: 190). Měl by konkretizovat potřeby, přání, požadavky a očekávání zákazníků, odpovídat svými charakteristickými vlastnostmi požadovanému užitku a účelu využití.

Produktem obecně myslíme cokoliv, co může být nabízeno na trhu a může uspokojovat přání a potřeby zákazníků. V případě cestovního ruchu je produktem služba. (Čertík, 2001: 71)

Produkt je cokoli, co lze nabídnout na trhu k prozkoumání, získání nebo ke spotřebě a co může uspokojit nějakou potřebu nebo požadavek. Mohou to být hmotné předměty, služby, osoby, místa, organizace a myšlenky. (Horner, Swarbrooke, 2003:154)

Z ekonomického hlediska je souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou předmětem spotřeby účastníků cestovního ruchu, produkt cestovního ruchu. (Hesková, 2006: 96)

Podle Orišky (1995: 5) každý účastník cestovního ruchu má své potřeby. Tyto potřeby lze uspokojovat jednak volnými statky (sluneční svit, čitý vzduch), jednak hmotnými statky (zboží) a užitnými efekty nehmotného charakteru (službami).

Tři roviny produktu

V analytickém pohledu rozlišuje Jakubíková (2009: 190-191) na produktu následující tři úrovně:

1. *Jádro produktu* je to, co zákazník skutečně kupuje, nebo to, co si zákazník myslí, že kupuje. Vyjadřuje základní užitek, který mu produkt přináší. Pracovníci marketingu musí změnit základní produkt v reálný produkt.
2. *Vlastní produkt* je soubor charakteristických vlastností, které zákazník od produktu vyžaduje. Zahrnuje několik charakteristických znaků: provedení, úroveň kvality, styl a jemu nadřazený design, značku a obal.
3. *Rozšířený produkt* obsahuje další dodatečné služby a užitné hodnoty, které zákazník jeho nákupem získává. Může se jednat o záruční lhůty, garanční i jiné opravy, odbornou instruktáž, poradenství, leasing, platby na splátky aj. (Jakubíková, 2009: 190-191)

Značka a balení (packaging)

Značka a balení patří k hmotným prvkům produktu a pomáhají zákazníkům rozhodnout, který produkt koupit.

Kotler v roce 1994 definuje značku jako: jméno, termín, symbol nebo design nebo jejich kombinaci, které slouží k rozpoznání zboží nebo služeb určitého prodávajícího nebo skupiny prodávajících a k jejich odlišení od zboží nebo služeb „konkurentů“.

Obchodní značky, loga, a ochranné známky povzbuzují zákazníky k nákupu určitých produktů, protože jim poskytují užitné hodnoty, které hledají.

Označování služeb obchodními značkami je významnou pomůckou pro jejich vzájemné rozlišení, které může být ztížené díky jejich nehmotnému charakteru. (Horner, Swarbrooke, 2003: 158-160)

4.5.2 Cena

Cena je jediným prvkem marketingového mixu, který vytváří příjmy. Všechny ostatní složky marketingového mixu naopak znamenají výdaje, náklady. (Foret, Foretová, 2001: 69)

Cena je peněžním ekvivalentem hodnoty služeb, které si zákazník kupuje. Je kritickým bodem marketingové mixu. (Čertík, 2001: 74)

Podle Jakubíkové (2009: 225) k hlavním metodám tvorby cen patří tvorba cen podle nákladů, poptávky a podle konkurence.

4.5.3 Místo

Místo je zcela nepochybně rozhodujícím aspektem marketingu, protože zákazníkům se může líbit nějaký produkt a mohou být ochotní za něj platit, ale aby jej mohli kupovat, musí jim být dostupný. (Horner, Swarbrooke, 2003: 191-192)

Cestovní kancelář je základní provozní jednotka cestovního ruchu, jejímž předmětem činnosti je zprostředkování, organizování a zabezpečování služeb souvisejících s cestovním ruchem. Cestovní kancelář funguje na principu obchodního mezičlánku – prostředníka. Je velkoobchodem, to znamená, že od producenta primárního produktu (dopravce, ubytovacího zařízení, stravovacího zařízení, kulturního, sportovního či zábavního zařízení a dalších poskytovatelů produktů) produkt nakupuje a dále ho v různé formě prodává buď přímo konečným zákazníkům, nebo cestovním agenturám, firmám, apod. Cestovní kancelář nese všechna rizika související s prodejem. (Jakubíková, 2009: 25-26)

Cestovní agentury rovněž fungují na principu obchodního mezičlánku. Cestovní agentury spojují producenta služeb (cestovní kancelář, aerolinie a další dopravce, hotely aj.) se zákazníky. (Jakubíková, 2009: 27)

4.5.4 Propagace

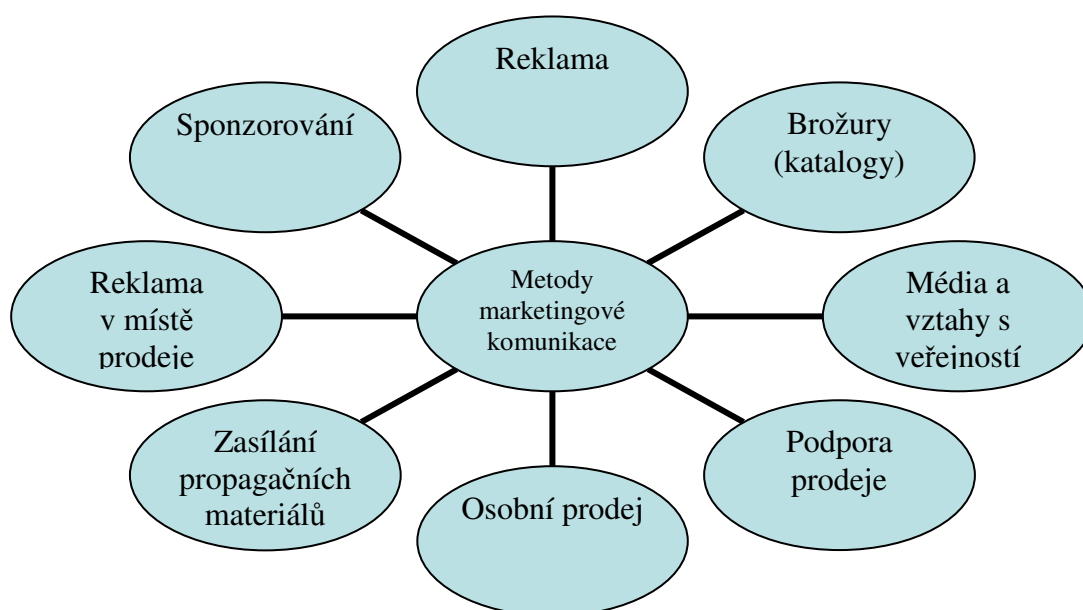
Marketingové pojetí propagace, někdy také označované za komunikační mix, se tradičně opírá o šest hlavních nástrojů:

- reklamu jako placenou formu neosobní prezentace produktu v médiích,
- podporu prodeje představující krátkodobé podněty pro zvýšení nákupu nebo prodeje produktu,
- public relations jako vytváření a rozvíjení dobrých vztahů s veřejností, respektive veřejnostmi. Především jde o publicitu ve sdělovacích prostředcích, ale i o jiné formy,
- osobní prodej reprezentovaný přímou osobní komunikací s jedním nebo i několika potencionálními zákazníky,
- direct marketing,
- internet. (Foret, Foretová, 2001: 71)

Metody marketingové komunikace

Organizace používají podle Hornerové a Swarbooka (2003: 205-206) různých metod marketingové komunikace k dosažení svých cílů. Chtějí-li vytvořit účinnou propagační kampaň, musí zvolit správnou kombinaci těchto metod:

Obrázek 2: Metody marketingové komunikace:



Zdroj: Horner, Swarbrooke, 2003

5 NÁVŠTĚVNICKÉ ATRAKTIVITY

Atraktivita je označována jako zajímavá součást přírody a přírodní podmínky sportovní, kulturní nebo společenský objekt, kulturní, sportovní, společenská nebo jiná událost, které přitahují účastníky cestovního ruchu.

5.1 Typy atraktivit

Atraktivity se podle Hornové a Swarbrooka (2003: 273) dělí na čtyři hlavní typy:

- přírodní prvky krajiny, například pláže, jeskyně, lesy a řeky;
- člověkem vytvořené artefakty, které původně nesloužily jako návštěvnické atraktivity, ale nyní aspoň zčásti slouží, například katedrály, hrady a zámky;
- člověkem vytvořené artefakty, které byly vytvořeny speciálně jako návštěvnické atraktivity, například zábavní parky;
- speciální události a festivaly, které nemají fyzický ani trvalý charakter, ale v konkrétní době přitahují návštěvníky k určitým lokalitám.

V případě prvních dvou typů atraktivit není obvyklým cílem marketingu přilákat co nejvíce lidí, ale spíše usměrňovat poptávku tak, aby atraktivita nebyla poškozována nadměrnou návštěvností. Naproti tomu u třetí kategorie je hlavním cílem marketingu zvýšit počet návštěvníků a tím i výši tržeb. U poslední kategorie může být cílem jak regulace poptávky, aby nadměrný počet návštěvníků neohrozil událost, tak zvýšení návštěvnosti, které přinese prospěch místní ekonomice. (Horner, Swarbrooke, 2003: 273)

5.2 Trh atraktivit

Trh atraktivit je zajímavý z mnoha hledisek a to vzdálenosti, které jsou lidé ochotní překonat, aby navštívili nějakou atraktivitu, frekvence návštěv atraktivit, motivace pro návštěvy atraktivit, nejvhodnějšího způsobu segmentace trhu atraktivit. K segmentům patří například vzdělávací skupiny, autobusové zájezdy, rodiny nebo podnikové akce. (Horner, Swarbrooke, 2003: 276)

6 DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU

Destinace cestovního ruchu je podle WTO geografický prostor (stát, region, místo), který návštěvník vybírá jako cíl své cesty. (Jakubíková, 2009: 37). Místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu. (Hesková a kol., 2006: 153).

Destinace je představována svazkem různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivitu) místa nebo oblasti. Atraktivita destinace tak představují podstatu destinace a hlavní motivační stimul návštěvnosti destinace. (Palatková, 2006:16). Podle Heskové a kol. (2006: 155) destinace vznikají zpravidla z regionů se silným potenciálem cestovního ruchu, tvořených ubytovacími kapacitami, podniky infrastruktury, cestovními kanceláři, informačními centry a dalšími podnikatelskými i nepodnikatelskými subjekty.

6.1 Turistická informační střediska

Většina marketingových agentur destinací provozuje turistická informační střediska, přes která směřují většinu svých propagačních aktivit. Tato střediska reprezentují agentury jak u turistů, kteří jsou již v destinaci, tak u potenciálních návštěvníků.

Role turistických informačních středisek může být v různých částech Evropy různá, ale většina z nich zajišťuje distribuci brožur a odpovědi na dotazy. Mohou nabízet také řadu dalších služeb, například rezervace hotelových pokojů, směnářské služby, prodej místních výletů, prodej jízdenek a letenek.

Stále ve větším měřítku se projevuje snaha turistických informačních středisek vylepšit své rozpočty obchodními činnostmi. Některá mají členské programy, což znamená, že aktivně propagují soukromé firmy, které si zaplatí členství. (Horner, Swarbrooke, 2003: 293)

6.2 Tvorba balíčků služeb (packaging) v destinaci

Balíky služeb, jak uvádí Hesková a kol. (2006: 147), znamená komplementaci poskytovaných zájezdů a jejich programovou orientaci. Tvorba „balíčků“ zohledňuje individuální přání zákazníka, specifických zákaznických segmentů, pomáhá firmám umožňovat výkyvy v nabídce a poptávce po službách. Příklady balíčků služeb: motivační zájezdy, rodinná dovolená, zájezdy pro seniory, horolezecké túry, okružní jízdy, lodní zájezdy.

Balíček podle Foreta a Foretové (2001: 72) znamená pro klienta možnost výběru. Nabízíme celý komplex možností svobodné volby, komplex, s jehož pomocí si můžeme vytvořit program pro víkendové či týdenní putování a který jej ponouká vrátit se znovu a využít další nabízené možnosti.

6.3 Destinační management

Koncepce managementu destinace je typická pro regionální průnik na trh turismu, protože vychází ze snadnějšího řízení procesů v destinaci v regionálním měřítku (průhlednější vazby, snadnější komunikace, menší vzdálenosti, méně subjektů, snadnější ovlivňování a kontrola), než je tomu na úrovni národní. Management destinace může v určitém výkladu znamenat širší pojem zahrnující kromě marketingových aktivit i veškeré aktivity destinace (blížící se politice turismu v destinaci), avšak i v teorii a praxi se oba pojmy překrývají. (Palatková, 2006:23)

Destinační management je souborem řídicích opatření a nástrojů, které jsou využívány pro oblasti plánování, organizování, promotion a rozhodovací procesy. (Hesková a kol., 2006: 156)

7 SITUAČNÍ ANALÝZA

Situační analýza zkoumá změny prostředí, které vedou k rozpoznání problému nebo příležitosti. Tyto změny představují buďto příležitosti nebo hrozby.

V následující části jsou zanalyzovány charakteristiky zkoumaného okresu. Konkrétně se jedná o charakteristiku Benešovska, geografické vymezení, dále je obsažen primární, sekundární a terciální potenciál. Nechybí ani výběr kulturních atraktivit.

7.1 Charakteristika oblasti

Díky své poloze i přírodním krásám patří Benešovsko mezi nejoblíbenější příměstská rekreační zázemí Pražanů. Město Benešov je kulturním centrem okresu. Mnoho obyvatel hlavního města má na území okresu (zejm. v Posázaví) chaty a chalupy. Díky přívětivé a vyvážené kulturní krajině je okres také velmi vyhledávaným místem pro jednodenní turistiku nebo cykloturistiku.

Turisticky nejatraktivnější je zejména Podblanicko a okolí Neveklova a Votic. Z nejvýznamnějších stavebních památek okresu jmenujme zejména zámek Konopiště s rozsáhlým anglickým parkem, který patří k nejnavštěvovanějším v Čechách. Dále se sem řadí nově opravený barokní zámek Jemniště u Postupic, gotický hrad Český Šternberk na Sázavě, románský hrad v Týnci nad Sázavou a zámky ve Vrchotových Janovicích, v Líšně u Bystřice a v Růžkových Lhoticích u Čechtí (s expozicí Podblanického muzea o životě a díle Bedřicha Smetany). Za zmínku stojí také románské kostely v Poříčí nad Sázavou, Kondraci a Pravoníně a zbytky starého kostela na Karlově v Benešově.

Zdejší krajina a relativní blízkost hlavního města přitáhly na Benešovsko také filmaře - asi nejznámějším filmem zde natočeným je komedie Zdeňka Svěráka Vesničko má středisková z roku 1985, která se natáčela v Křečovicích. V Benešově a okolí se natáčel seriál České televize Šípková růženka (2001), ve Vysokém Újezdě nový seriál Hraběnky.

7.2 Geografické vymezení

Okres Benešov se rozkládá v jižní části Středočeského kraje na předělu mezi střední a jižní částí Čech. Na západě sousedí s okresy Příbram a Praha-západ, na severu s okresy Praha-východ, Kolín a Kutná Hora, na východě s okresem Havlíčkův Brod z kraje Vysočina, na jihu pak s okresy Pelhřimov (kraj Vysočina), Tábor a Písek (kraj Jihočeský). Nejvyšším bodem okresu je vrch Mezivrata (712 m n.m.). Svojí rozlohou 1 475 km² zaujímá 13,4 % z rozlohy Středočeského kraje a je druhým největším okresem v kraji.

Obrázek 3: Grafické vymezení oblasti Benešovska



Zdroj: www.trasovnik.cz

7.3 Primární potenciál

Území Benešovska svými atraktivními cíli navazuje na hlavní turistické centrum České republiky, kterým je Praha a nabízí tak zpestření pobytu domácím i zahraničním turistům. Nachází se zde množství staveb, které byly v minulosti svědky různých historických událostí.

Přírodní atraktivita

Významným prvkem přírodních atraktivit jsou parky. Nejvýznamnější, který je v těsné blízkosti města Benešov, je zámecký park v těsném okolí Konopiště.

Kulturní atraktivita

Kulturní památky podle zákona o památkové péči jsou nemovité a movité věci, popřípadě jejich soubory, které jsou významnými doklady historického vývoje, životního způsobu a prostředí společnosti od nejstarších dob do současnosti, jako projevy tvůrčích schopností a práce člověka z nejrůznějších oborů lidské činnosti pro jejich hodnoty revoluční, historické, umělecké, vědecké a technické a dále ty, které mají přímý vztah k významným osobnostem a historickým událostem. (Čech, 1998:32)

Benešov láká turisty především díky kulturním památkám, kterých je v okolí několik. S Benešovem je spjata také několik významných osobností, např. básník Jan Noha, který je rodákem z Benešova, houslista, klavírista, skladatel a pedagog Josef Suk, který zemřel v Benešově, představitel českého romantismu Karel Hynek Mácha, který pobýval kromě Benešova i na řadě dalších míst Podblanicka, básník a prozaik Karel Nový, který je rodák z Benešova. Ze současných významných osobností můžeme jmenovat např. spisovatele Michala Viewegha, který vystudoval benešovské gymnázium, zpěvačku Moniku Absolónovou, která je rodačka z Benešova nebo např. zpěváka a hudebníka Vlastimila Horvátha, který v Benešově pracoval. V oblasti kulturních akcí můžeme zmínit každoročně pořádané hudební festivaly Podblanický podzim a Jaro Josefa Suka, které jsou zaměřené na vážnou hudbu.

Benešovské architektonické památky

Kostel sv. Anny a piaristická kolej

Barokní areál se sestává z chrámu svaté Anny a jednotlivých křídel koleje uzavírajících rajský dvůr se studnou a slunečními hodinami. Jde o nejvýznamnější památku města nejen svou historií a dochováním původního vzhledu, ale také jménem slavného italského architekta Giovanni Battisty Alliprandiho, autora mnoha paláců a církevních staveb v Praze i celých Čechách. Podrobněji se stavbou i historií působení piaristů seznamuje komorní expozice v ambitu koleje. Kostel je přístupný pouze k nahlédnutí z vestibulu. Rajský dvůr je možné navštívit po dohodě.

Piaristická kolej byla založena r. 1703 Franiškem Karlem Přehořovským z Kvasejovic. Celá stavba byla dokončena teprve r. 1717 za Jana Josefa z Vrtby, nejvyššího purkrabího království českého, který ke klášteru nechal přistavět kostel sv. Anny. Nad hlavním vchodem do kostela je jeho znak s latinským nápisem.

Kostel sv. Mikuláše

Nejstarší dochovanou stavbou v Benešově je kostel sv. Mikuláše na Karlově, stojící na nejvyšším místě výrazného ostrohu nad Benešovským potokem. Byl vybudován ranně goticky ve 2. polovině 13. stol. a ve 14. stol. byl doplněn o nový presbytář. Po velkém požáru v r. 1420 byl tento kostel roku 1583 renesančně přestavěn a další velká přestavba v barokním stylu proběhla na konci 17. století. I přes veškeré přestavby má kostel svatého Mikuláše dochované gotické portály, v presbytáři také lomená okna a křížovou žebrovou klenbu. V bohatě zdobeném interiéru vyniká hlavní oltář a také kazatelna se sochařskou výzdobou z dílny Matyáše Bernarda Brauna a obrazy Ignáce Raaba. U kostela stojí zděná zvonice, původně zapojená do ohradní zdi obklopující svatyni.

Zřícenina minoritského kláštera

Zakladatelem byl Tobiáš z Benešova. Různé prameny uvádí odlišný rok výstavby kláštera, je však zřejmé, že práce započali v letech 1243 - 1247. V roce 1257 byl kostel zasvěcen Panně Marii pražským biskupem Mikulášem z Riesenburka. V roce 1294 podlehl klášter spolu s městem rozsáhlému požáru, ale byl záhy obnoven. V roce 1420 byl vypálen husity a po dalším vypálení Švédy v roce 1648 již nebyl obnoven.

7.4 Sekundární potenciál

Sekundární potenciály vytvářejí infrastrukturu, realizují příjmy v lokalitě, vytvářejí pracovní místa, oživují centra města a venkovskou krajinu a zvyšují přitažlivost místa. Sekundární potenciály jsou závislé na přitažlivosti (bonitě) primárního potenciálu.

MTZ tvoří ubytovací a stravovací služby, dále pak dopravní dostupnost.

Ubytovací služby

Posláním ubytovacích služeb je umožnit přenocování nebo přechodné ubytování účastníků cestovního ruchu mimo místo jejich trvalého bydliště, včetně uspokojení dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným ubytováním souvisejí, tedy především služby stravovací. Jsou významným předpokladem vzniku a rozvoje zejména dlouhodobého cestovního ruchu.

V Benešově se nachází ubytovací zařízení vyšší i nižší kategorie. Jsou zde zastoupeny hotely, penziony a ubytovny. Ubytovaní v soukromí v současné době nikdo nenabízí. Zde uvádím pouze některé ubytovací zařízení:

- **Hotel Atlas** – Benešov, ulice Tyršova 2063, kapacita lůžek: 59, cena za lůžko/noc: od 810 Kč – do 1620 Kč

- **Hotel Benica** - Benešov, ulice Ke Stadionu 2045, kapacita lůžek: 64, cena za lůžko/noc: od 1090 Kč – do 3200 Kč
- **Penzion U Bejkárny** – Benešov, ulice Hodějovského 408, kapacita lůžek: 10, cena za lůžko/noc: jednotná cena pro všechny pokoje 350 Kč
- **Hotel Pecínov** – Benešov, Pecínov 29, kapacita lůžek: 96, cena za lůžko/noc: od 500 Kč – do 5 500 Kč.
- **Hotel Vorlina** – Vlašim, ulice Sukova 343, kapacita lůžek: 42, cena za lůžko/noc: od 450 Kč – do 780 Kč
- **Pension Kladruby V+J** – Vlašim, Kladruby 55, kapacita lůžek: 25, cena za lůžko/noc: od 260 Kč – do 570 Kč

Stravovací služby

Stravovací služby umožňují uspokojování základních potřeb výživy účastníků cestovního ruchu během jejich přepravy i pobytu v cílovém místě. Služby svým rozsahem vyhovují běžnému standardu. Některé restaurace se zároveň specializují na určitá jídla, např. na italskou kuchyni. Zde jsem vybrala pouze některé stravovací zařízení:

- **Švejk Restaurant U Zimů** – Benešov, ulice Masarykovo náměstí 7, cena hlavních jídel se pohybuje od 99 Kč do 250 Kč
- **Restaurace Černý kůň** – Benešov, ulice Dukelská 1734, cena hlavních jídel se pohybuje od 64 Kč do 135 Kč
- **Domašínská Brána** – Vlašim, Domašín 99, cena hlavních jídel se pohybuje od 50 Kč do 110 Kč

Dopravní dostupnost

Dopravní služby umožňují přepravu účastníků cestovního ruchu mezi místem jejich trvalého bydliště a místem (střediskem) cestovního ruchu a v místě (středisku) cestovního ruchu. Jsou podmínkou cestovního ruchu a předpokladem realizace cílů účasti na cestovním ruchu.

Město Benešov leží necelých čtyřicet kilometrů jihovýchodně od Prahy v kraji mezi řekou Sázavou a bájnou horou Blaník. Jeho výhodná poloha na dopravních tepnách a atraktivní přírodní i kulturní prostředí jej předurčuje stát se zajímavým střediskem cestovního ruchu.

7.5 Terciární potenciál

Terciární potenciál je reprezentován např. státní a veřejnou správou, rozvojovými agenturami, občanskými sdruženími apod. Jejich role spočívá v organizaci, řízení, podpoře rozvoje podnikatelské sféry, legislativní činnosti, marketingu, regionálního a územního plánování.

Tyto instituce vnímají cestovní ruch jako možný nástroj regionálního rozvoje a snaží se vytvářet a rozvíjet efektivní vazby mezi sekundárním a terciárním potenciálem. Vhodně zvolená strategie podpory rozvoje těchto vazeb přináší nejen nové pracovní příležitosti, ale také finanční příjmy.

Úroveň kraje

Z hlediska organizace existuje ve Středočeském kraji odbor regionálního rozvoje, pod které organizačně spadají oddělení regionálního rozvoje a oddělení cestovního ruchu, která tedy řeší otázku dalšího rozvoje celého středočeského kraje, včetně Benešova.

Úroveň obce

Obce patří mezi nejdůležitější subjekty rozvoje cestovního ruchu. V současné době v mnoha případech přebírají některé jejich úkoly dobrovolné svazky obcí, jejichž hlavní výhodou je podíl na financování společných projektů. Obce mohou rozhodovat o podpoře cestovního ruchu samy a investice do této oblasti plynou z rozpočtu obce. Obec má také svoji úlohu při propagaci a rozvoji oblasti. Proto je nutné, aby každá oblast měla vlastní koncepci rozvoje cestovního ruchu. Benešov doposud žádný takový dokument neměl.

Mikroregiony

Svojí roli při rozvoji oblasti cestovního ruchu mají také mikroregiony. Jde o spojení několika malých obcí, které navenek vystupují jako jedna oblast – region. Regiony mají určité přirozené, historické a administrativní hranice. Vznikají za účelem vytvoření logické jednotky pro správní potřeby státu. Kromě prezentace mají jednotné také řízení, hospodaření apod.

Pro oblast Benešovska je typické vytváření regionů, které pak pracují na rozvoji cestovního ruchu dané oblastí. Mezi takové spolky patří například zájmové sdružení obcí CHOPOS, dále Mikroregion Džbány, sdružení obcí Voticka a Bystřicka, sdružení obcí Neveklovsko, svazek obcí Týnecko. V oblasti Vlašimi a jejího blízkého okolí vznikl spolek Podblanicko, dále pak Blaník, Mikroregion Želivka.

Turistická informační střediska

Informační středisko je subjekt, který podporuje cestovní ruch na regionální úrovni, v místech soustředěného cestovního ruchu, ale také v zahraničí. Zaměřují se na poskytování přesných a aktuálních informací, které se nějakým způsobem dotýkají cestovního ruchu dané oblasti. Přirozenou součástí služeb je také prodej informačních materiálů, průvodů, map, upomínkových předmětů, směnárenské služby, prodej jízdenek a letenek atd.

V Benešově funguje jedno informační centrum, které je součástí Městské knihovny Benešov. Informace jsou poskytovány dostupnými způsoby (verbálně, telefonicky, prostřednictvím tiskovin a technických prostředků) a to v českém, anglickém a německém jazyce.

Organizace působící v oblasti cestovního ruchu

Největší organizací, která se zabývá rozvojem cestovního ruchu v této lokalitě je Posázaví, o.p.s. Obecně prospěšná společnost Posázaví, o.p.s. byla založena zakladatelskou smlouvou v roce 2003. Jejím účelem je poskytování obecně prospěšných služeb, jejichž cílem je rozvoj regionu Posázaví. V současné době má sídlo v Benešově. Organizace má zpracovanou svoji strategii rozvoje pro období 2007 – 2013.

7.6 Kulturně-historické atraktivity

Kulturně-historické předpoklady jsou dány především architektonickými památkami, lidovými tradicemi a uměním, kulturními akcemi, koncerty a existencí významných míst. (Čertík, 2001: 25)

7.6.1 Zámek Konopiště

Zámek Konopiště byl vybudován na konci 13. století původně jak gotický hrad typu francouzských kastelů biskupem Tobiašem z Benešova. Postupně přecházel do majetku různých šlechtických rodů – mimo jiné Šternberků, Hodějovských z Hodějova, Vrtbů z Vrtby, Lobkovitzů, až nakonec koupil celé panství arcivévoda František Ferdinand d'Este. Ten zde vybudoval svoje reprezentační sídlo. Park přešel po první světové válce do vlastnictví Českého státu, veřejnosti byl zpřístupněn v roce 1922. Dnes je celý komplex národní kulturní památkou.

Základní nabídku konopištského zámku tvoří tři prohlídkové okruhy:

1. okruh

Trvá padesát minut a sestává z celkem deseti pokojů, můžete se seznámit s reprezentačními salóny jižního zámeckého křídla. Mezi nimi je skutečným šperkem velká slavnostní jídelna. Jde o největší reprezentační sál na zámku a někdy se jí také přezdívá Lobkovický sál. Na velkoleposti jí přidává obrovská nástropní freska a obdivovat můžete i rokokové mramorové krby. V rámci této prohlídky navštívíte mimo jiné i soukromé pokoje hraběnky Chotkové s poetickými názvy jako Růžový salón či Malá pracovna.

2. okruh

Severní křídlo zámku a jeho salony jsou součástí druhého okruhu, jehož prohlídka zabere asi o pět minut déle než procházka okruhem prvním. Součástí druhé trasy jsou především pokoje, které byly v minulosti používány jako hostinské. V rámci této prohlídky můžete obdivovat společenský salón, ložnici, zámeckou kapli či velkou zbrojnici.

Chloubou zámku je osobní výtah, který zde byl instalován v roce 1900. Jde o hydraulický výtah na tlakovou vodu, který zajišťoval dopravu mezi přízemím a třemi nadzemními podlažími zámecké budovy.

Orientální nádech dodává druhému okruhu místnost zvaná Harém, která je bohatě zdobena nástěnnými koberci z Persie, Turecka a Indie, jež arcivévoda získal na svých cestách do exotických zemí.

Za zmínku stojí také velká zbrojnice (někdy přezdívaná za „Estovskou“). Jde o jednu z nejcennějších a nejzajímavějších kolekcí zbraní na světě. Arcivévoda většinu této sbírky zdědil a jsou v ní zastoupeny ukázky všech hlavních dílenských produkcí Evropy ze 16. a 17. století. Severní část, v níž druhý prohlídkový okruh probíhá, je nejstarší částí zámku Konopiště.

3. okruh

Trojlístek prohlídek uzavírají soukromé apartmány Františka Ferdinanda a jeho rodiny. V nich si můžete dopřát exkurzi do života šlechty na počátku 20. století. Podíváte se do lovecké i portrétové chodby a zjistíte, jak na počátku století vypadaly šlechtické ložnice, koupelny, převlékárny i nejrůznější tématické salóanky. Jedna z nejzajímavějších komnat, takzvaný **Parůžkový pokoj**, výmluvně dokládá šlechticovu posedlost lovem. Místnost je vyzdobena více než tisíci páry srnčích parůžků, které František Ferdinand nejen osobně vystřílel, ale údajně i vlastnoručně instaloval.

Konopišťským bonusem je jedinečná **střelnice**, která je unikátem v celé republice. Tu také nechal zřídit František Ferdinand na počátku 20. století. Arcivévoda svou vášeň pro střelné zbraně vepsal do prakticky všech prostor Konopiště. Shlédnete tady mimořádné množství loveckých trofejí i naprosto ojedinělou a velmi vzácnou zbrojnici.

Zámeckou prohlídku uzavírá **galerie svatého Jiří**.

Muzeum sv. Jiří

František Ferdinand d'Este proslul svou jedinečnou monotematickou sbírkou svatého Jiří. Za svůj život nashromáždil neuvěřitelných 3 500 obrazů, plastik a různých jiných předmětů, zachycujících toho světce bojujícího s drakem. Současná sbírka je výběrem těch nejlepších exponátů a čítá téměř 900 ks.

Zámecký park a růžová zahrada se skleníky

Anglický krajinářský park zřídil František Ferdinand d'Este a se rozléhá na ploše cca 225 ha. V parku se nachází vzácné květiny a dřeviny, které sem byly přivezeny z celého světa. Park je dále vyzdoben italskými sochařskými pracemi.

Růžová zahrada byla založena v roce 1898 na místě bývalé barokní zahrady. Konečnou podobu dostala v letech 1906-1913, kdy k ní bylo připojeno alpinum s okrasným rybníčkem.

Konopišťský zámecký park

Vrtbové založili kolem zámku první zahrady. Arcivévoda František Ferdinand d'Este si zde nechal vytvořit na ploše 340 ha zámecký park. V parku se nachází vzácné květiny a dřeviny, které sem byly přivezeny z celého světa. Park je dále vyzdoben italskými sochařskými pracemi. (z brožury Zámek Konopiště). Kromě domácích dřevin byly vysazeny i různé exotické druhy (mnoho z nich je označeno jmenovkami). Stovky dělníků pracovaly na parku od roku 1888 celých 15 let. Na přípravě se podíleli i vídeňský zahradní architekt Mössmer a vrchní zahradník z pražské Stromovky Karel Rozínek. Výhledu ze zámeckých oken do parku překážela ves Konopiště, byla tedy vykoupena a zlikvidována.

Centrální částí parku jsou terasy na východní a jižní straně zámku a Růžová zahrada, ve které uvidíme více než 5200 keřů růží. (www.pruvodce.com/konopiste/). Růžová zahrada byla založena v roce 1898 na místě bývalé barokní zahrady. Konečnou podobu dostala v letech 1906-1913, kdy k ní bylo připojeno alpinum s okrasným rybníčkem. (z brožury Zámek Konopiště). Arcivévoda František Ferdinand d'Este miloval růže, a proto byly plané růže vysazovány podél cest v celém panství. Nad Růžovou zahradou jsou skleníky se zajímavou sbírkou rostlin.

Lesní závod Konopiště pořádá v lovecké sezóně (od konce října do konce ledna) až 65 honů.

Hradní příkop je upraven jako medvědárium. Nyní zde žije pouze jeden medvěd ušatý a ten se jmenuje Kazimír. Jeho partnerkou byla medvědice Máša, která už uhynula. Můžeme ji ovšem vidět jako exponát v druhém prohlídkovém okruhu zámku. Kazimír se narodil v roce 1985 a pochází ze zoo z Wroclavi. Medvědi se zde chovají od roku 1993, první byl pár mláďat z Podkarpatské Rusi.

Rybník pod zámkem je poslední z řady rybníků na Konopišťském potoce. Bývala na něm i vodní elektrárna, ze které se zachovala budova pod hrází. Čerpadla odtud hnala vodu do nádrží ve velké věži. Voda pak poháněla luxusní výtah na zámku.

Tabulka 1: Otevírací doba zámku

	1., 2., 3. okruh	střelnice, muzeum, výstava	skleníky
leden, únor, březen, prosinec	zavřeno	zavřeno	zavřeno
duben	9-12, 13-15 (so, ne - 16)	10-13, 13:30-15 (so,ne - 16)	10-13, 13:30-16 pouze so, ne
květen - srpen	9-12, 13-17	10-13, 13:30-17	10-13, 13:30-18
září	9-12, 13-16 (so,ne - 17)	10-13, 13:30-16 (so, ne - 17)	10-13, 13:30-16 (so,ne - 17)
říjen	9-12, 13-15 (so,ne - 16)	10-13, 13:30-15 (so,ne - 16) výstava - pouze so,ne,sv	10-13, 13:30-16 pouze so,ne,sv.
listopad	9-12, 13-15 3.okr. - zavřeno	zavřeno	zavřeno

Zdroj: www.zamek-konopiste.cz

Tabulka 2: Ceny vstupného pro rok 2010

Návštěvnícký okruh s průvodcem	vstupné		vstupné s příplatkem za cizojazyčný výklad	
	základní	snížené	základní	snížené
	Kč/os.	Kč/os.	Kč/os.	Kč/os.
1. salony jižního křídla	130,-	90,-	200,-	130,-
2. salony severního křídla	130,-	90,-	200,-	130,-
3. soukromé pokoje FF	200,-	130,-	300,-	200,-

Zdroj: www.zamek-konopiste.cz

Tabulka 3: Návštěvnícký okruh bez průvodce

návštěvnícký okruh bez průvodce	základní Kč/os.	snížené Kč/os.
4. střelnice	30,-	15,-
5. muzeum sv. Jiří	30,-	15,-
6. skleníky	35,-	20,-
7. výstava – Ve službách arcivévodské rodiny	30,-	15,-

Zdroj: www.zamek-konopiste.cz

- sobotách, nedělích a svátcích od června do září vstupné o 5,- Kč vyšší

- Po zakoupení vstupenky na 1. nebo 2. prohlídkový okruh lze využít slevy na vstupném v jedné z doplňkových expozic : Střelnici nebo Muzeu sv.Jiří - vstupné pouze 10,- Kč/os.
- Po zakoupení vstupenky na 3. návštěvnický okruh lze využít slevy na vstupném na výstavu „Od Sarajeva k Velké válce“ – vstupné pouze 10,- Kč/os

Tabulka 4: Příplatky k základnímu vstupnému

rezervační poplatek	20,-Kč /os/okruh, při koupi vstupenky 10,- Kč /os/okruh sleva
použití magnetofonu	+ 20,-/10,- Kč / 1 osobu /1 okruh
prohlídka po otevírací době	+ 200% k základnímu vstupnému
prohlídka po sezóně	+ 400% k základnímu vstupnému
tlumočení průvodcem CK, skupiny	+ 40,-/20,- /osoba/okruh
zapůjčení cizojazyčného textu	nutno zakoupit
fotografování, filmování	zakázáno

Zdroj: www.zamek-konopiste.cz

Tabulka 5: Poskytované slevy

děti do 6 let	3. okruh
dětem od 6ti do 15ti let	všechny okruhy
studentům od 15ti let	po předložení studentského průkazu ISIC nebo po předložení soupisu studentů potvrzeném školou
seniorům po dovršení 65ti let věku	po předložení dokladu (občanský průkaz, pas apod.) nebo po předložení soupisu potvrzeného CK
ZTP/P dospělí	po předložení průkazu
rodinné vstupné (rodiče + max. 3 děti do 15ti let) 1., 2. okruh:	335,- Kč český výklad, 520,- Kč vstupné s příplatkem za cizojazyčný výklad
okruhy bez průvodce:	75,- Kč (střelnice, muzeum, výstava), 90,- Kč (skleníky)

Zdroj: www.zamek-konopiste.cz

Tabulka 6: Vstupné zdarma

děti do 6ti let	1. a 2. okruh
TP, ZTP, ZTP/P - děti	po předložení průkazu
ZTP/P - průvodci	po předložení průkazu
pracovníci NPÚ	po předložení průkazu
průvodce skupiny větší než 20 osob	1 vstupenka pro celou skupinu
novináři	pouze po předchozí dohodě s kastelánem, pokud se jedná o služební cestu

Zdroj: www.zamek-konopiste.cz

Služby zámku

V prodejně publikací vedle pokladny zámku si můžete zakoupit brožury, pohlednice, turistické známky, DVD a videa.

Vpravo od vstupní brány jsou prodejny upomínkových předmětů a směnárna.

Občerstvení nabízí kavárna d'Este a bistro na nádvoří zámku a Růžová kavárna v Růžové zahradě.

Služby v okolí zámku: cestu z parkoviště k tzv. kapličkám před zámkem si můžeme zpříjemnit projíždkou vláčkem nebo kabrioletem – veteránem.

Svatební obřady

Pokud chcete prožít pohádkovou svatbu na zámku, potom zámek Konopiště vám tuto možnost svatebních obřadů nabízí. Svatební obřady se konají v salonku jižního křídla zámku. Poplatky za pronájem prostor stojí 5950 Kč/ 45 min vč. DPH.

Ubytování

- Amber hotel Konopiště nabízí ubytování, stravování i relaxaci.
- Hotel Benica*** poskytuje ubytování cca 1 km od zámku.

Exklusivitou Pensionu Hotelu Konopiště je nejen jeho poloha na Konopišti, ale také jeho umístění v budově Muzea historických motocyklů. Přes velkou prosklenou výlohu snídaňové místnosti můžeme obdivovat krásu části největší české expozice motocyklových veteránů – prohlídka muzea s odborným průvodcem je pro hosty pensionu zdarma.

Informace pro handicapované návštěvníky

Zámek Konopiště se snaží myslet i na návštěvníky s menší pohyblivostí. Při návštěvě 1. a 3. okruhu lze pro výstup po schodišti využít schodolez Liftkar PT Universal 160.

Z technických důvodů lze na 1 prohlídku vyvézt max. 3 vozíčky (baterie se musejí dobíjet).

Bohužel 2. prohlídkový okruh není vhodný pro vozíčkáře z důvodu, že trasa vede mezi 1. – 3. podlažím, po úzkých schodištích.

WC má bezbariérový přístup před halou prodejny vstupenek.

Muzeum motocyklů Konopiště

Muzeum motocyklů Konopiště má dvě části: Jawa muzeum Konopiště - Motocyklové a technické muzeum Netvořice. V obou muzeích je vystaveno v současné době celkem okolo 200 motocyklů +další exponáty. Muzeum na Konopišti je zároveň oficiálním továrním muzeem značky JAWA. Část exponátů v obou muzeích je zcela unikátních a lze je vidět pouze v těchto expozicích. Návštěvník jednoho muzea má automaticky nárok na 50% slevu na vstupné v druhém muzeu.

Otvírací doba muzea motocyklů Konopiště

Otevřeno celoročně denně:

- hlavní sezóna červen - září: 9.00 až 18.00 s průvodcem, otevřen hlavní vstup
- zbytek roku: 10.00 až 18.00 vstup přes recepci pensionu Konopiště

V obou muzeích je přísně zakázáno fotografování z bezpečnostních a dalších důvodů .
Ve výjimečných případech fotografování a filmování mohou povolit pouze ředitelé společností Eltsen s.r.o. nebo JAWA Moto spol. s r.o.

7.6.2 Zámek Jemniště

Historie zámku

Zpráva o Jemništi pochází z roku 1381. V té době bylo panství v majetku Beneše z Cimburka, který se podle zdejší vsi začal psát z Jemniště. Panským sídlem tehdy nebyl tento zámek, ale tvrz obklopená vodním příkopem. Roku 1717 koupil jemnišťské panství hrabě František Adam z Trauttmansdorffu, který na nedalekém pahorku nechal v r. 1724 vybudovat nový zámek. Autorem projektu byl F.M. Kaňka. V r. 1754 zámek vyhořel a hrabě nechal zámek přestavět a nově vybavit. Je sídlem vrcholného baroka a patrová budova sloužila zejména k letnímu pobytu.

Majitelé

V roce 1868 zakoupil jemnišťské panství Zdeněk ze Sternberga. Sternbergové obývali zámek až do roku 1943, kdy jim byl násilně zkonfiskován. Až do roku 1995 bylo Jemniště státním majetkem a v témže roce bylo navraceno zpět do vlastnictví rodu Sternbergů. Nynějším majitelem je jeho syn Jiří Sternberg, který společně se svojí rodinou trvale žije na zámku a za pomoci své manželky Petry Sternbergové usiluje o jeho zvelebení. Rodina obývá levé křídlo zámku.

Zámecký park

Zámecký park byl na Jemništi založen kolem roku 1725 Františkem Adamem Trauttmansdorffem. Velké změny v organizaci parku i ve výsadbách provedl koncem 18. století Jindřich Rottenhan. Původní pravidelná francouzská zahrada byla částečně přetvořena a rozšířena o přírodně krajinářský park. Celková rozloha parku již tehdy dosahovala nyníšších 13 ha a obsahovala soustavu tří rybníků.

Tabulka 7: Otevírací doba v roce 2010

Leden– Březen :	jen na objednání
Duben a květen :	soboty, neděle a svátky 9–16.30 hod.
Červen :	denně 9–17.30 hod.
Červenec, Srpen	denně 9–18.30 hod
Září :	denně 9-17.30 hod.
Říjen:	soboty, neděle a svátky 9–17.30 hod.
Listopad, Prosinec	jen na objednání, vyjma adventních nedělí (28.11., 5.12., 12.12. a 19.12.) 10-17 hod.

Zdroj: www.jemniste.cz

Prohlídka zámku je možná pouze s průvodcem a trvá cca 45 minut. Poslední skupina odchází vždy 30 min. před uzavřením zámku. Prohlídky zámku je možné rezervovat.

Tabulka 8: Ceny vstupného v roce 2010

Dospělí:	140 Kč
Děti 6-14 let:	60 Kč
Studenti a důchodci :	80 Kč
Rodinné vstupné (platí pro 1 dítě a 2 dospělé)	250 Kč
Rodinné vstupné (platí pro 2 děti a 2 dospělé)	270 Kč
Samostatné vstupné do zámeckého parku (bez prohlídky expozic)	dospělí 70 Kč děti do 14 let 40 Kč

Zdroj: www.jemniste.cz

Služby zámku

Nabízí možnost zakoupení Dárkových certifikátů na exkluzivní prohlídku zámku Jemniště pro dvě osoby. V ceně 420,- Kč je samostatná prohlídka se sklenkou sektu. Této možnosti je možno využít pouze během otevírací doby zámku.

Zámek nabízí možnost romantických zásnub, svatebních obřadů, ale i uspořádání celé svatební slavnosti, rodinné oslavy, podnikové akce, i možnost pikniku v zámeckém parku. V kavárně si zpříjemníte čekání na prohlídku.

Ubytování

Apartmán Terezie je velmi roztomilý domeček, který je umístěn napravo od vstupní brány do čestného nádvoří.

Apartmán František je druhý krásný domeček umístěný nalevo od vstupní brány do čestného nádvoří.

Apartmán Rainer je situován v levém postranním křídle zámku.

Kapacita

- Apartmán František a Terezie - jen 2 osoby
- Apartmán Rainer - možná 1 přistýlka
- Vybavení odpovídá standardu 3 až 4 *

Tabulka 9: Ceník ubytování pro rok 2010

2. ledna - 31. března	Neděle až pátek	4.000 Kč
	Víkendy	4.500 Kč
31. března - 31. října	Neděle až pátek	4.500 Kč
	Víkendy	5.500 Kč
1. listopadu - 22. prosince	Neděle až pátek	4.000 Kč
	Víkendy	4.500 Kč

Zdroj: www.jemniste.cz

Uvedené ceny jsou za apartmán a noc.

Možnost pro handicapované návštěvníky

Zámecká kavárna, bezbariérová toaleta – překonání přístupových schodů s pomocí obsluhy. Prohlídka zámeckého parku se zvěřincem.

7.6.3 Hrad Český Šternberk

Zakladatelem raně gotického hradu byl kolem r. 1240 Zdeslav z Divišova. Strmé svahy poskytovaly hradu dobrou možnost obrany. Opevnění hradu posílilo na severu předhradí za masivní zdí a hranolové věže.

Pozdější barokizace, kromě toho, že na severu vznikla barokní budova dolního zámku, se promítla i do vnitřního zařízení. Válcová věž byla později proměněna na altán, její okolí upraveno na vyhlídku, jižní příkop r. 1829 překlenul kamenný most. Také vnitřní prostory ztratily přestavbami nepravidelnost. Velký sál, žlutý salon i další komnaty a kaple sv. Šebestiána byly vyzdobeny bohatým štukovým reliéfem italského štukatéra Carla Brentana. V místnostech a na schodišti je umístěna rozsáhlá sbírka rytin a letáků z období třicetileté války. Interiéry mají dobové zařízení velké umělecko-historické hodnoty.

Hladomorna

Jižní předsunutá bašta hradu Český Šternberk, tzv. "hladomorna", je součástí důmyslného opevňovacího systému, který byl vybudován na přelomu 15. a 16. století nejvyšším zemským sudím Petrem Holickým ze Sternberga a dokončen jeho synem Janem.

Mohutná centrální věž, která je tvarována k jihu směřujícím ostrým břitem, uzpůsobeným k srážení nepřátelských střel do stran. Prostor v patře věže, přístupný po točitém schodišti, vykazuje důmyslnou dispozici střelen, určených k palbě z lehkých děl. Dnešní přízemní vchod byl prolomen až v 19. století.

Možnost pro handicapované návštěvníky

Návštěvníkům na vozíčku je bez potíží přístupné nádvoří a exteriéry zámku, po včasné ohlášení návštěvy je jim s pomocí umožněna i prohlídka zámecké expozice, kde žádné větší překážky nejsou. Parkoviště je vzdáleno cca 250m od objektu, bezbariérová toaleta bohužel k dispozici není

Návštěvní doba

Prohlídky hradu lze objednat po celý rok.

- doba trvání cca 50 minut,
- možno s průvodcem v Čj,Aj,Nj,Fj,Rj
- maximálně 50 osob.

Poslední prohlídka začíná 45 min. před koncem zavírací doby.

V letní sezóně ukázky sokolnických dravců s výkladem sokolníka.

Tabulka 10: Ceny vstupného pro rok 2010

<i>Český výklad</i>	
Dospělý	100,-
Studenti, důchodci	65,-
Děti od 4 do 15-ti let	50,-
<i>Cizojazyčný výklad</i>	
Dospělý	170,-
Děti od 4 do 15-ti let a studenti	110,-
<i>Výklad s překladatelem</i>	
Dospělý	120,-
Děti od 4 do 15-ti let a studenti	90,-
<i>Noční prohlídka</i> Prohlídka začínající v době po termínu vyhrazeném pro poslední prohlídku. Minimálně 10 osob.	
Osoba	250,-

www.hradceskysternberk.cz

Služby hradu

Ubytování

Parkhotel Český Šternberk s.r.o. - hotel se nachází v údolí řeky Sázavy, přímo naproti hradu Český Šternberk. Kapacita hotelu je 9 dvoulůžkových a 9 trojlůžkových pokojů, s WC a sprchou na každém pokoji, z toho je 8 pokojů s výhledem na hrad. Přímo v hotelu je restaurace s barem, tanečním parketem a kulečníkem.

Svatba

V parku před hotelem je možné pořádat svatební obřady nebo zahradní party.

7.6.4 Velký Blaník

Kolem hory Blaník se rozkládá naše nejmenší chráněná krajinná oblast. Velký Blaník je nejvyšší ze čtyř vrchů vyčnívajících nad okolní mírně zvlněnou krajinu, dosahuje výšky 638m. V roce 1940 byla na jeho vrcholu postavena Klubem Českých Turistů dřevěná rozhledna o výšce 32m z níž je možné přehlédnout široké okolí Podblanicka. Má něco kolem 94 schodů. Rozhled na všechny strany je za jasného počasí opravdu nádherný.

Sám Blaník je hora, ke které se vztahuje řada pověstí. Nejznámější je pověst o vojsku sv. Václava, které zde čeká, aby pomohlo v dobách nejhorších.

Na rozhlednu vede červená turistická značka z Louňovic pod Blaníkem nebo z Kondrace. Zelené značení zase k rozhledně dovede z Načeradce.

Ceny vstupného

- Dospělí 20 Kč
- Děti 10 Kč

Tabulka 11: Otevírací doba

říjen - březen	so-ne, státní svátky	10:00 - 16:00
duben - září	denně, kromě pondělí	10:00 - 17:00

(je-li v pondělí státní svátek, je také otevřeno)

Zdroj: www.lounovicepodblanikem.cz

Malý Blaník

Na Malý Blaník vede cesta značená červenou turistickou značkou. Na ní jsou informační tabule, které zde umístila správa CHKO Blaník. Pod vrchem je zřícenina kaple sv. Máří Magdalény. V 18. století to bylo poutní místo. Dnes uprostřed rozvalin roste mohutný smrk, který byl vyhlášen jako památný strom.

7.6.5 Vlašimský zámecký park

Romantický areál parku byl prvním přírodně krajinářským parkem v Čechách. Jeho původní podoba se zachovala na pohlednicích vydaných v roce 1805. Výsadba různorodých rostlin (jen dřevin je zde přes 100 druhů) byla doplněna romantickými stavbami. Ze zachovaných původních staveb jsou to především tři mohutné pseudogotické brány u vstupů do parku, čínský pavilon a Starý hrad.

Čínský pavilon, původně „čínský hrad“ měl vedle sebe ještě dřevěnou věž se schodištěm. Do patra pavilonu, kde byla čínsky zařízená místnost, se vstupovalo po visutém můstku. Ze střechy visely skleněné zvonky, které rozezníval vítr. Věž však časem zchátrala, byla odstraněna, z místnosti v patře se stal ochoz přístupný po točitém schodišti v centrálním zděném sloupu. Místo skleněných zvonků tu jsou jen plechové nezvonící atrapy. Dekorativním prvkem jsou nápisy napodobující čínské písmo.

Starý hrad je romantická stavba nad skalnatým břehem Blanice. Původně to byl „kouzelný hrad“, s jedinou místností se třemi okny. Kouzlo spočívalo v mechanickém zařízení, které po stisknutí zasunulo nábytek do podlahy. Po přestavbě bylo ponecháno jen jedno okno a zrušeno „kouzelné“ zařízení. Později sloužil jako soukromé zařízení,

dnes se v něm po rekonstrukci připravuje expozice věnovaná vlašimskému zámeckému parku.

Protože celá trasa vede po asfaltové cestě, je tato stezka bezbariérová – a takových je u nás opravdu jen poskrovnu.

7.6.6 Zámek Růžkovy Lhotice

Barokní zámek patřil v letech 1835-44 rodině hudebního skladatele Bedřicha Smetany, který zde prožil šťastná léta svého mládí. Zámek byl v roce 1984 opraven a návštěvníci v něm mohou zhlédnout expozici věnovanou hudebním tradicím Podblanicka. Expozice připomíná skladatele, kteří v průběhu staletí v regionu působili. Můžeme jmenovat Jana Dismase Zelenku, Zdeňka Fibicha, Josefa Suka, Gustava Mahlera a další.

Ceny vstupného

- dospělý/á - 15 Kč/vstup
- důchodce/důchodkyně - 15 Kč/vstup
- dítě - 10 Kč/vstup

Otevírací doba

- celoročně celý den (na objednávku)

8 TERÉNNÍ ŠETŘENÍ

V rámci zpracování bakalářské práce bylo provedeno terénní šetření se 150 vzorky formou dotazníků. Nejdříve bylo provedeno šetření s několika vzorky pro odhalení nedostatků. Zjištěné nedostatky byly opraveny a dotazování pokračovalo dále. O pomoc byla požádána pokladní na zámku Konopiště o rozdávání dotazníků návštěvníkům při koupi vstupenky. Návratnost, ale byla malá, proto jsem dále pokračovala s dotazováním pouze osobně. Tímto bych chtěla poděkovat zaměstnancům zámku Konopiště za jejich pomoc. Celkem tedy bylo rozdáno 150 dotazníků a po opravě jsem se dotazovala se 130 dotazníky, se kterými dále pracuji.

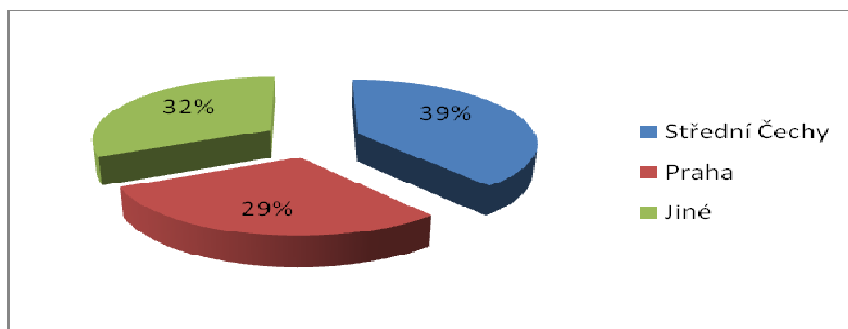
8.1 Cílem dotazníkového šetření

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit převážně spokojenost návštěvníků s nabídkou služeb na zámku Konopiště a zda mají další zájem o návštěvu kulturních atraktivit na Benešovsku. Následným vyhodnocením dotazníků byly získány údaje pro vypracování produktového balíčku a návrh inovace.

Vyhodnocení dotazníkového šetření

Graf 1:

1. Odkud pocházíte?

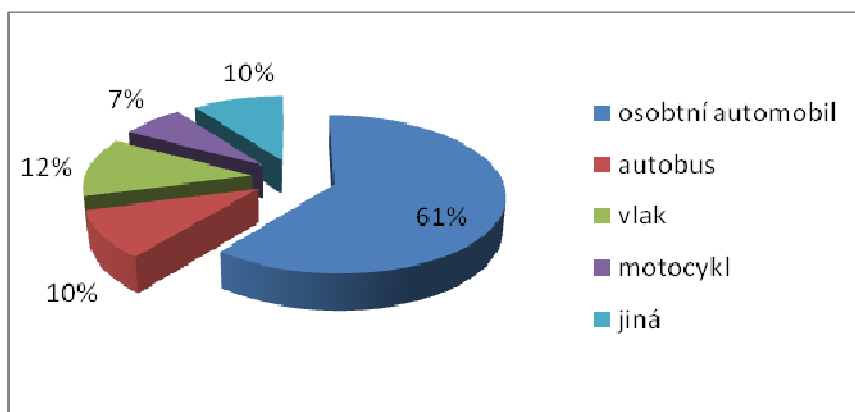


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Respondenti pocházeli nejčastěji ze Středních Čech a to 39%. Z Prahy přijelo 29%. V políčku „jiné“ se nejčastěji objevovala odpověď Jižní a Severní Čechy.

Graf 2:

2. Jakou dopravu jste zvolili do tohoto místa?

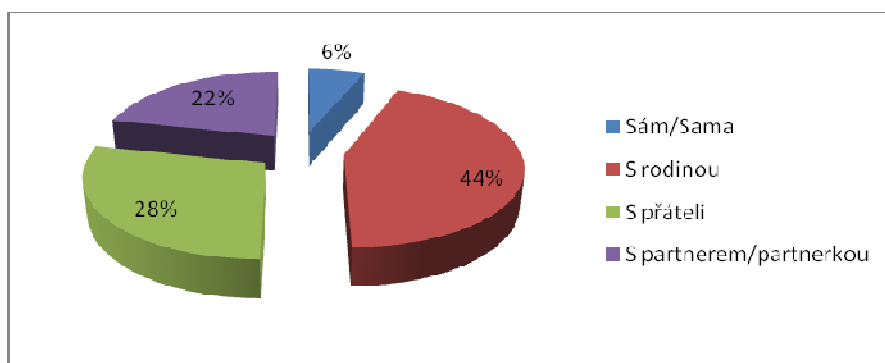


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Nejčastější dopravou byla jednoznačně osobní automobil s 61%. Vlak, autobus, jiná doprava a motocykl jako další odpovědi jsou velice vyrovnané. Mezi jinou dopravu se nejčastěji objevovala chůze a jízdní kolo.

Graf 3:

3. S kým nejčastěji organizujete takovéto výlety?

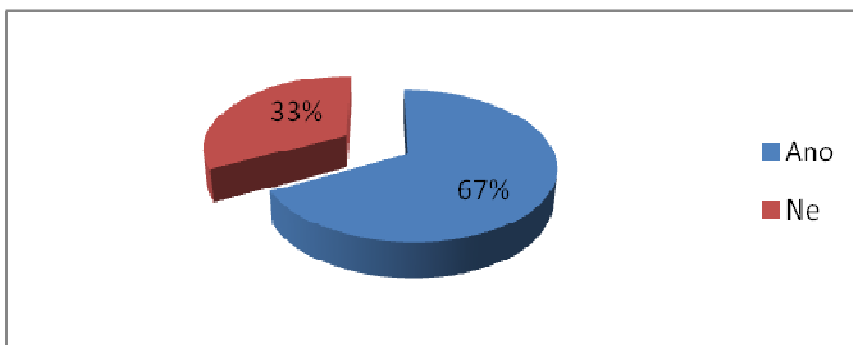


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Z grafu vyplývá, že nejčastěji lidé cestují za poznáním památek s rodinou, až 44% respondentů. Benešovsko je vhodná destinace pro rodinné výlety a je to viditelné i z toho grafu. Nepatrná část návštěvníků cestuje sama, pouhých 6%. 28% organizuje výlety s přáteli a 22% dotazovaných návštěvníků s partnerem, respektive s partnerkou.

Graf 4:

4. Jste spokojeni s otevírací dobou zámku?

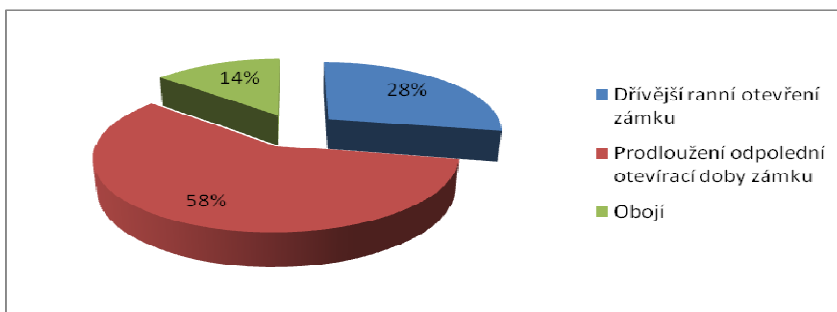


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Byla položena uzavřená otázka, kde respondenti měli na výběr pouze ze dvou odpovědí. Jak je zřejmé jsou převážně spokojeni a to až 67% dotazovaných s otevírací dobou zámku. Pouze 33% vyjádřilo nespokojenost s otevírací dobou a uvítali by prodloužení odpolední otevírací doby nebo dřívější ranní otevírací dobu.

Graf 5:

5. Co byste změnili?

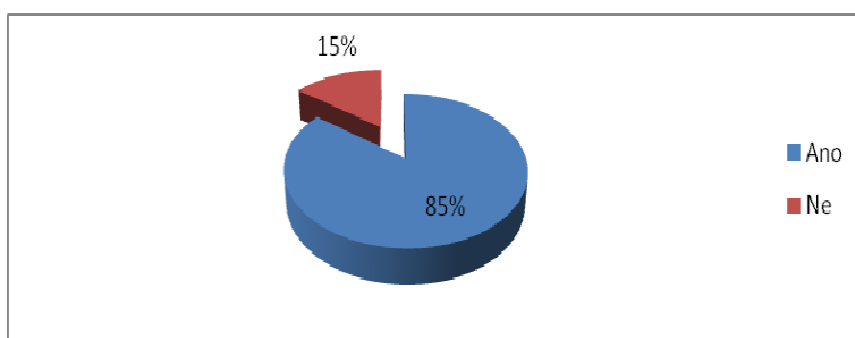


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Pokud respondenti nebyli spokojeni z otevírací dobou měli možnost vyjádřit svůj názor. Byla položena otázka, jaká jiná doba by jim vyhovovala. Ze získaných odpovědí bylo zjištěno, že by respondenti z 58% prodloužili odpolední otevírací dobou zámku. 28% respondentů bylo pro dřívější ranní otevření a pouze 1% by změnili obojí.

Graf 6:

6. Vyhovuje Vám současná nabídka služeb zámku a úprava prostorů v areálu zámku

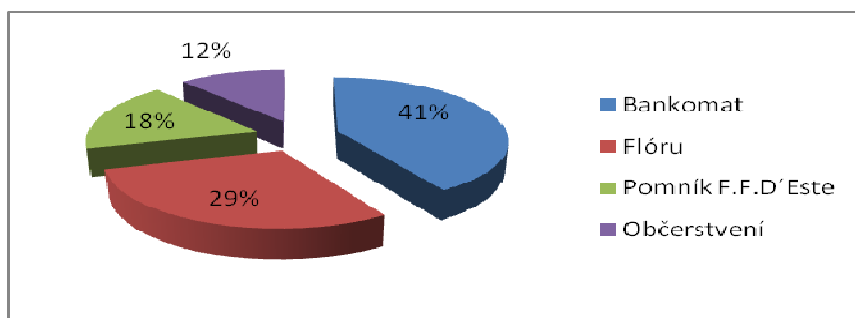


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Až 85% dotazovaných je spokojeno s nabídkou služeb. Pouze 15% respondentů by uvítalo v prostoru zámku změny. V následující otázce byla pro nespokojené návštěvníky uvedena možnost k vyjádření se na zlepšení stávající nabídky.

Graf 7:

7. Co u zámku postrádáte?

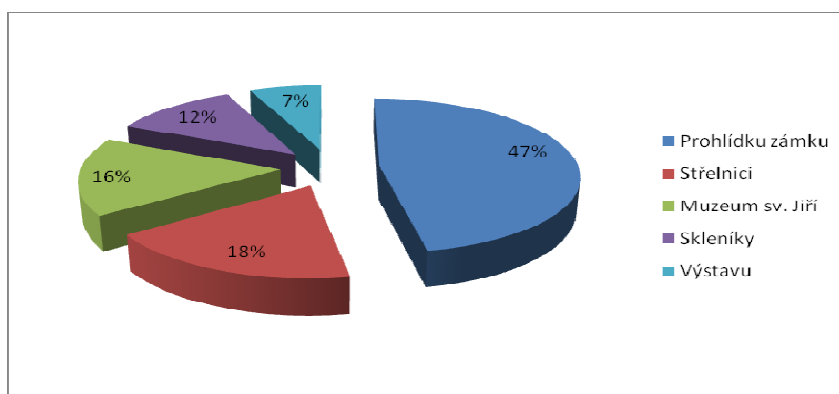


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Návštěvníci, kteří viděli v prostorách zámku nedostatky, odpovědělo, že si myslí, že v blízkosti zámku chybí bankomat na výběr hotovosti a to 41% dotazovaných. Ale to je asi problém, který musí být řešen s příslušnou bankou. 29% respondentů by uvítalo větší rozmanitost flóry. 18 % by umístilo v parku nebo v jeho blízkosti pomník F.F.D'Este. I já se si myslím, že takovýto pomník by zde měl být, protože F.F.D'Este se zasloužil o dnešní podobu zámku Konopiště a nesmazatelně se zapsal do dějin tohoto regionu. Otázkou umístění sochy F.F. D'Este se zabýval i Benešovský deník – část citace z deníku je uvedena v příloze č. 3. Více možností občerstvení a občerstvení za nižší ceny by uvítalo 12% respondentů.

Graf 8:

8. Co z následující nabídky máte v plánu navštívit (popř. jste již navštívili)?

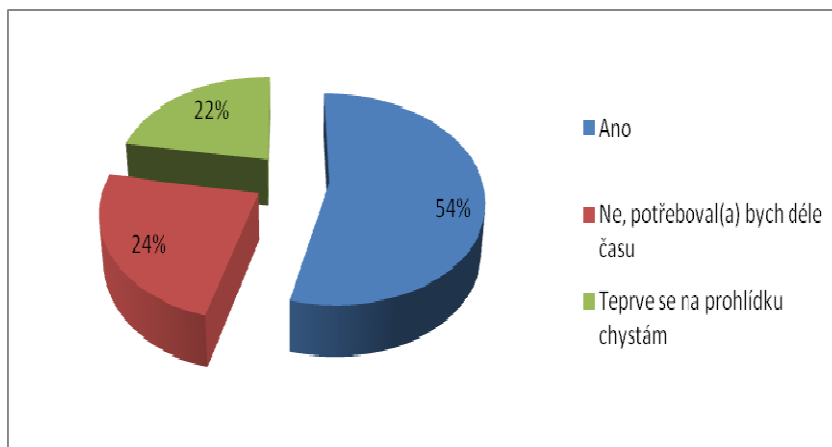


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

47% oslovených respondentů zámku Konopiště se chystalo, popřípadě již mělo ukončenou prohlídku zámku jednoho se tří nabízených prohlídkových okruhů. Druhou nejnavštěvovanější prohlídkou byla s 18% střelnice a podobně na třetím místě se 16% se umístilo Muzeum sv. Jiří. Nejmenší návštěvnost v době provádění terénního šetření měly skleníky s 12% a 7% výstava ve službách arcivévodské skupiny.

Graf 9:

9. Byla pro Vás délka prohlídky zámku dostačující?

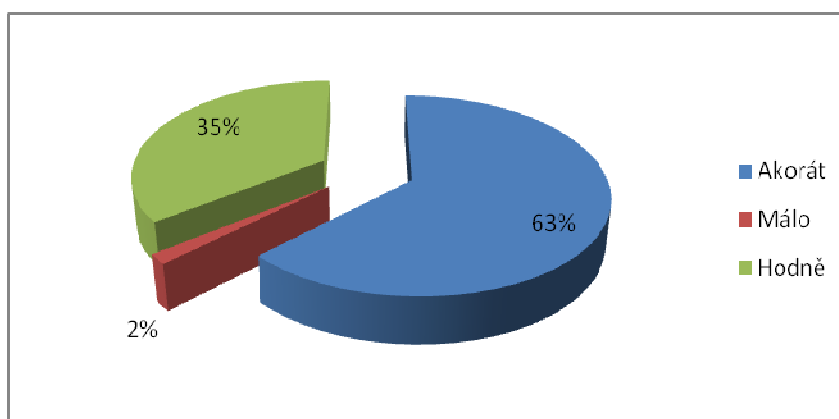


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Z této otázky byla zjištěna spokojenost s délkou prohlídky zámku a to 54% dotazovaných návštěvníků. Pouze 24% by potřebovalo na prohlídku déle času a 22% respondentů nebylo schopno reagovat, jelikož se teprve na prohlídku chystalo.

Graf 10:

10. Zdá se Vám počet 25 lidí ve skupině na prohlídku zámku...

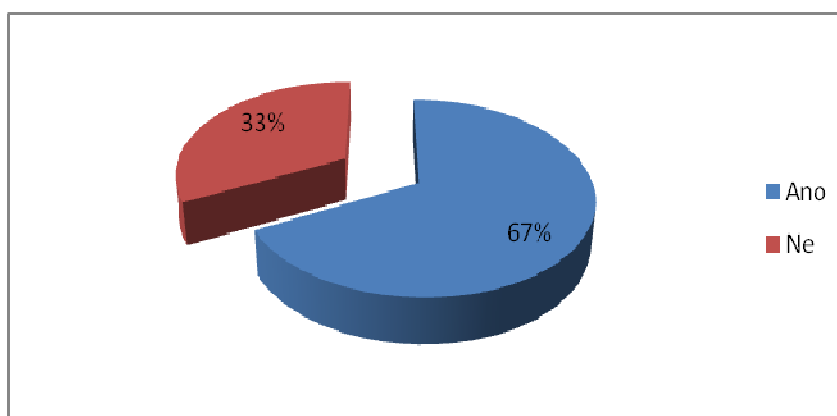


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Návštěvníci, kteří již absolvovali prohlídku zámku odpovídali na otázku spokojenosti s počtem návštěvníků ve skupině. Respondenti měli možnost výběru ze tří odpovědí. 63% vyhovoval tento počet. Menší počet by uvítalo 35% dotazovaných a 2% by nevadilo, kdyby tam bylo lidí více.

Graf 11:

11. Myslíte si, že jsou ceny vstupného vyhovující?

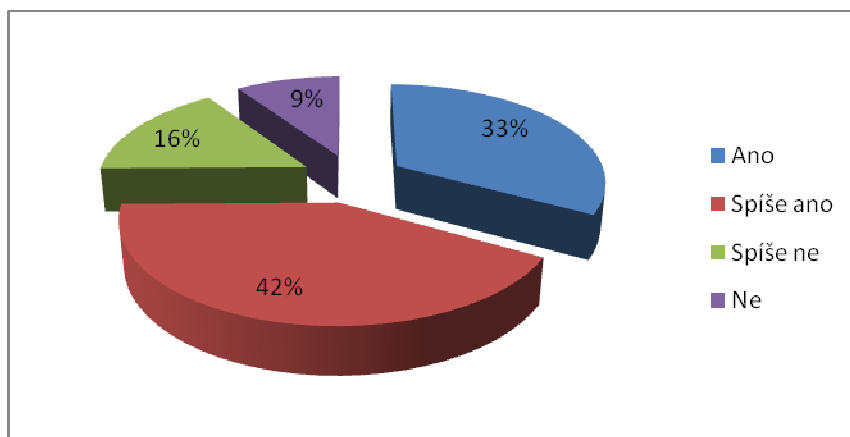


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

67% oslovených návštěvníků vyjádřilo souhlas s cenami vstupného a zdá se jim odpovídající dnešní době. 33% se zdají se poměrně vysoké a nelíbí se jim ještě poměrně vysoké placení parkoviště pod zámkem.

Graf 12:

12. Uvítali byste možnost zakoupení produktového balíčku?

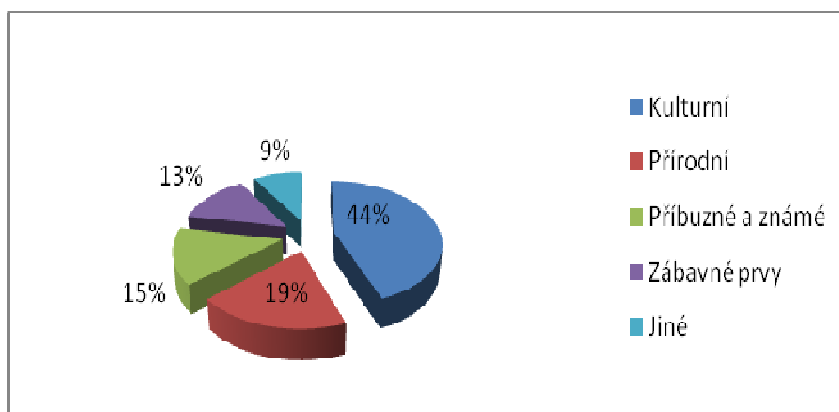


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Byla položena škálová otázka, kde bylo na výběr ze čtyř odpovědí. Ze získaných údajů, bylo zjištěno, že 42% respondentů by spíše uvítalo nabídku produktového balíčku, 33% by ji uvítalo se zřetelnější odpovědí. 16% by produktového balíčku spíše nevyužilo a 9% by určitě neuvítalo takovouto nabídku. Jelikož byla značná část respondentů pro zakoupení balíčku, bude vytvořen návrh produktového balíčku.

Graf 13:

13. Který z následujících prvků jste na Benešovsku již navštívili?

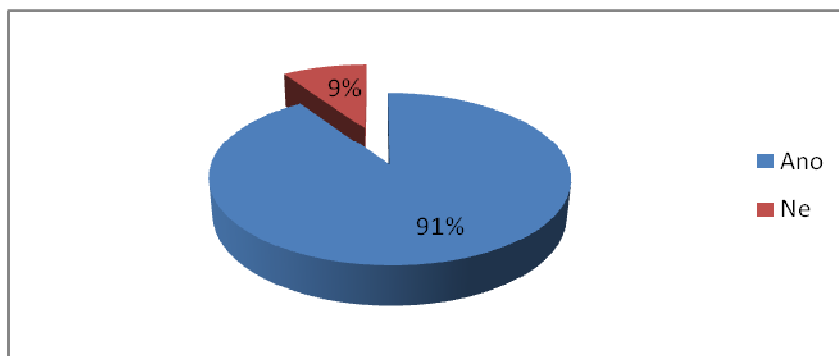


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

V této otázce byla možnost i více odpovědí. Nejčastěji respondenti na Benešovsku navštívili kulturní prvky a to až 44% dotazovaných, 19% prvky přírodní. 15% se chystalo na návštěvu za svými příbuznými a známými. 13% vyzkoušelo i nabídku zábavy a mezi 9% odpovědí v políčku „jiné“ se nejčastěji objevovaly odpovědi, že pouze okolo projíždějí a zastavili se podívat a nebo byli na Benešovsku poprvé a tudíž žádný z prvků zatím nenavštívil

Graf 14:

14. Máte zájem navštívit na Benešovsku další kulturní atraktivity?

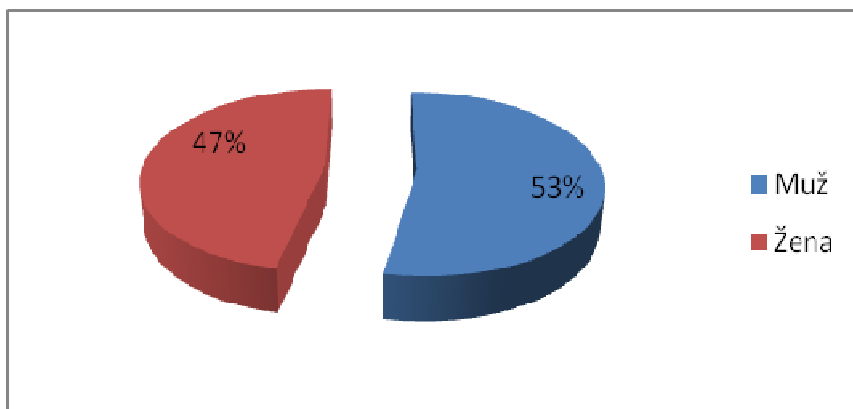


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Značná část respondentů a to až 91 % má zájem na Benešovsku navštívit kulturní atraktivity. Z toho vyplývá, že se lidem na Benešovsku líbí a jsou ochotni i z delší vzdálenosti opět přijet. To je pro Benešovsko velmi dobrá vize. Nepatrná část odpovědí s 9% vykazovala zápornou odpověď z hlediska opětovného navštívení regionu.

Graf 15:

15. Pohlaví

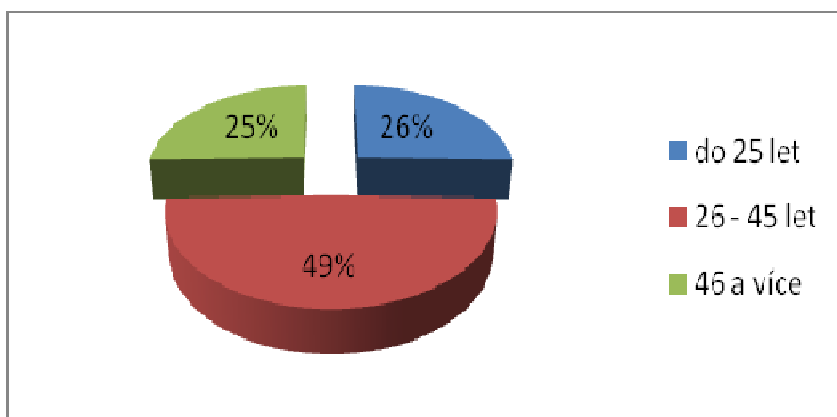


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Mezi dotazovanými návštěvníky bylo 53% mužů a 47% žen.

Graf 16:

16. Věk

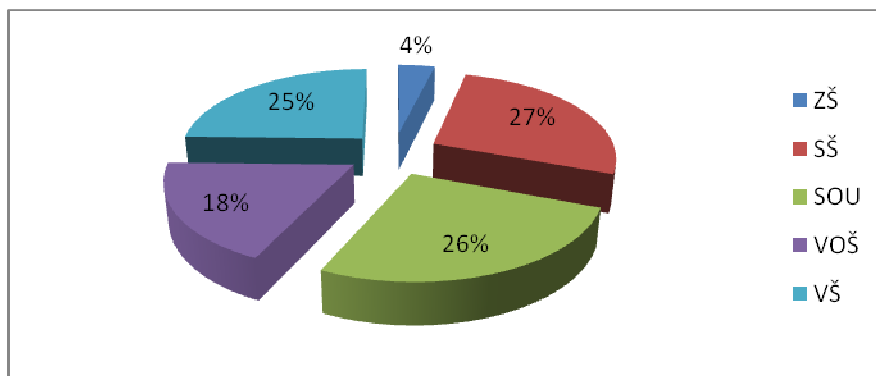


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Věková struktura respondentů se nejčastěji pohybovala mezi 26 – 45 roky a to 49%. Vyrovnaný podíl tvoří věk do 25 let a to 26% a od 46 let bylo oslovených návštěvníků 25%.

Graf 17:

17. Dosažené vzdělání



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Poslední položenou otázkou bylo dosažené vzdělání. Bylo zjištěno, že 27% respondentů mělo středoškolské vzdělání, velice podobně a to 26% bylo také vzdělání středního odborného učiliště a 25% vzdělání základní školy. 18% respondentů mělo vystudovanou vyšší odbornou školu a pouze 4% školu vysokou.

8.2 Vyhodnocení pracovních hypotéz

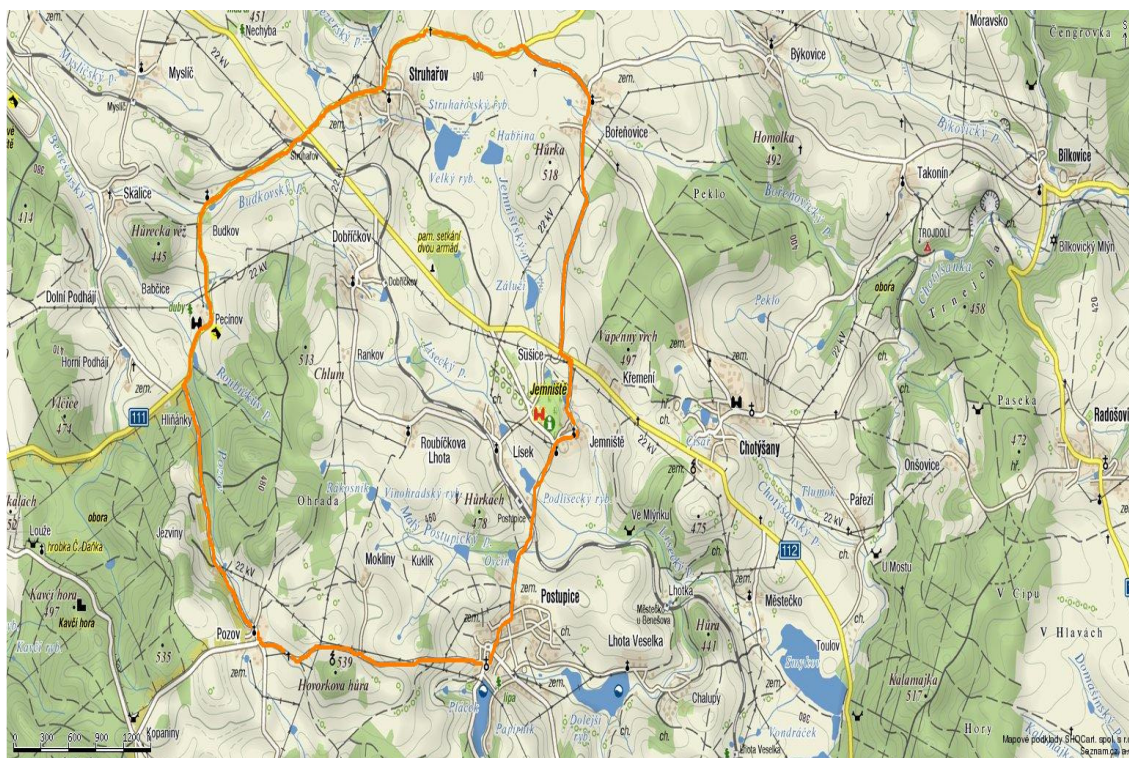
Při zpracování bakalářské práce byly formulovány pracovní hypotézy. Jejich cílem bylo potvrdit, respektive vyvrátit tvrzení. První hypotéza měla zjistit, zda **účastníci cestovního ruchu mají zájem navštívit další kulturní atraktivity na Benešovsku**. Cílem druhé hypotézy bylo zjistit, zda **návštěvníci na zámku Konopiště jsou spokojeni s nabídkou služeb v areálu zámku**. Obě hypotézy v rámci dotazníkového šetření byly potvrzeny.

Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že 91% respondentů má zájem o další návštěvu okresu Benešov. Kulturní atraktivity na Benešovsku jsou pro turisty lákavé a to je pro okres dobrá vize. Velký vliv na návštěvu okresu má bezpochyby státní zámek Konopiště.

Cílem druhé hypotézy bylo zjistit spokojenost návštěvníků se službami v areálu zámku Konopiště. Bylo položeno několik otázek týkajících se zámku. Respondenti byli převážně spokojeni a pouze část viděla v prostorách zámku nedostatky. Z toho vyplývá, že zámek se svou nabídkou služeb odpovídá požadavkům návštěvníků.

9 NÁVRH A INOVACE NABÍDKY

9.1 Značená cyklotrasa okolo zámku Jemniště



Zdroj: www.mapy.cz

Délka trasy: 15,2 km

Kolo: trekové, horské

Obtížnost: středně náročná

Občerstvení a zajímavá místa:

Začátkem výletu je zámek Jemniště, odtud dále pokračujete po silnici směrem na Boreňovice. Dále pojedete do Struhařova, kde se nachází kaple Panny Marie ze 17. století (restaurace). Dominantou obce je Hořejší rybník. Je to významné rekreační středisko, okolní lesy jsou ideální pro procházky a vyjížďky na kole i na koni, v létě a na podzim jsou pak rájem houbařů. V obci se nachází několik restauračních zařízení. Restaurace U lesa (Penzion), U černého telete, vinárna a hospůdka Na návsi. Poblíž rybníka se nachází kemp s chatkami. Ze Struhařova se vydáte po silnici přes Budkov do

Pecínova. Hřebčín Pecínov nabízí řadu služeb, které mohou využívat všichni návštěvníci areálu i majitelé vlastních koní, sportovní a rekreační jezdci. Pecínov nabízí řadu sportovních a relaxačních aktivit, např.: agroturistika - možnost vyjížděk na fríských koních v malebném okolí hotelu. Na vyjížďku Vás doprovodí personál Jezdeckého klubu Pecínov, tenis, cykloturistika a mnoho dalších. Dále jedete přes Hlíňáky a Pozov po cykloturistické trase do Postupic, kde uvidíte barokně upravený kostel sv. Martina (restaurace). Odtud pokračujete po cyklotrase č. 0072 zpět na výchozí místo naše výletu a to zámek Jemniště.

	Jemniště	0 km
Jemniště	Bořeňovice	2,9 km
Bořeňovice	Struhařov	2,6 km
Struhařov	Budkov	2,2 km
Budkov	Pecínov	1 km
Pecínov	Pozov	2,3 km
Pozov	Postupice	3,2 km
Postupice	Jemniště	1 km

Informační tabule

Na trase budou rozmístěny 4 informační tabule. Cena jedné vitríny je 6 049 Kč vč. 20% DPH (bez daně 5 041 Kč). Celkem bude potřeba 24 196 Kč. Peníze získáme ze strukturálních fondů. Tabule budou umístěny u zámku Jemniště, ve Struhařově, v Pecínově a v Postupicích. Výška tabule je 926 mm, šířka 664 mm.

Vitrína je v přední části uzamykatelná klíčem. Lakovaná kovová zadní stěna umožňuje použití popisovačů a magnetů. Může být použita jak na výšku tak na šířku. Čelní dveře jsou osazeny gumovým těsněním, což zajišťuje vodotěsnost. Rám je designován s oblými rohy s ohledem na bezpečnost.

9.2 Produktový balíček

K dalšímu rozvoji cestovního ruchu bude sestaven produktový balíček, který bude obsahovat ubytování, stravování, dopravu a možnost využití volnočasových aktivit za jednotnou cenu, jejichž zakoupením bude možno realizovat třídní dovolenou na Benešovsku. Balíček je určen pro všechny věkové kategorie.

První den – příjezd v dopoledních hodinách do Benešova. Ubytování v *** hotelu Atlas. Návštěvníkům budou v hotelu poskytnuty informační materiály k oblasti a orientační mapka města. Po obědě prohlídka města s následnými trasami: prohlídka Malého Náměstí, Židovského hřbitova, zvonice a kostela sv. Mikuláše, zříceniny presbytáře minoritského konventního chrámu. Dalším cílem bude Masarykovo náměstí, jehož dominantou je stylově opravený kostel sv. Anny. Ve večerních hodinách je pro zájemce k dispozici cca 150 vzdálená bowlingová dráha, kulečník a stolní fotbal.

Druhý den – snídaně v hotelu Atlas formou bufetu. Následuje pěší výlet na zámek Konopiště. Od centrálního parkoviště pod zámkem je zajištěna doprava turistů po areálu zámku turistickým vláčkem. Trase je dlouhá 2 km a trvá cca 15 minut. Dále pokračuje zámecký parkem, po hrázi konopišťského rybníka a okolo půvabné Růžové zahrady k zámku Konopiště. Následuje prohlídka zámku. Pro zájemce je zajištěn oběd v restauraci Stará Myslivna v areálu zámku Konopiště. Po obědě přejezd autokarem do Vlašimi. Návštěva zámeckého parku s Čínským pavilon, Starým hradem a nově zrekonstruovaným zámkem, ve kterém proběhne prohlídka stálé expozice muzea Podblanicka. V podvečerních hodinách ubytování ve Vlašimi v hotelu Vorlina. Večeře pro zájemce zajištěna. Večer volný program.

Třetí den – snídaně v hotelu Vorlina formou bufetu. Odjezd z hotelu do Louňovic pod Bláníkem. Výstup na Velký Bláník. Stezka vede lesem, zpočátku stoupá na vrchol Velkého Bláníku, kde je rozhledna. Poté začne klesat, ale ke konci stezky překonává ještě několik dílčích stoupání. Na trase se nachází 14 klasických zastávek + 17 dětských zastavení, součástí naučné stezky je rovněž Geologická expozice

Podblanicka. Délka trasy činí 3,5 km. Oběd pro zájemce zajištěn v Kondraci v restauraci u Matoušků. Po obědě odjezd autokarem do Českého Šternberka, kde proběhne prohlídka hradu. Po prohlídce volný program v Českém Šternberku. V podvečerních hodinách návrat do místa bydliště.

10 ZÁVĚR

Hlavním cílem bakalářské práce bylo provést analýzu cestovního ruchu na Benešovsku. Práce měla zhodnotit současný stav kulturních atraktivit v okrese. Můžeme konstatovat, že Benešovsko nabízí návštěvníkům řadu kulturně-historických objektů a přírodní potencionál, což patří mezi její silné stránky. Díky svému čistému životnímu prostředí a blízkostí hlavního města Prahy se řadí mezi atraktivní turistické cíle domácích i zahraničních návštěvníků. Nedaleká vzdálenost od Prahy láká zejména k pořádání jednodenních poznávacích výletů. Pokud návštěvníci nevyužijí služeb cestovních kanceláří, mohou se do destinace dopravit nejen osobními automobily, ale také bez větších problémů hromadnými dopravními prostředky.

K nejvýznamnějším kulturním památkám patří bezesporu romanticky přestavěný zámek Konopiště s anglickým parkem, který patří k nejnavštěvovanějším v Čechách. Dále je v okrese gotický hrad Český Šternberk, barokní zámek Jemniště s anglickým parkem, renesanční zámek Komorní Hrádek, zámek Líšno a románský hrad v Týnci nad Sázavou. Kulturní památky tohoto druhu se nacházejí i v řadě dalších obcí, ale kromě toho je zde i řada kostelů a kaplí s významné historické hodnoty.

Analýza ukázala, že v okolí zámku Jemniště nevede žádná značená turistická trasa. Proto bylo cílem navrhnout značenou cyklotrasou. Začátek trasy je u zámku Jemniště a pokračuje směrem Bořeňovice, Struhařov, Pecínov a Postupice. Trasa končí opět u výchozího bodu a to zámku Jemniště. Na trase byly navrženy 4 informační tabule a požádáno o peněžní prostředky ze strukturálních fondů.

Dalším cílem byl návrh produktového balíčku, který by měl pomoci k rozvoji cestovního ruchu. Je tvořen v rámci tří denního pobytu s ubytováním, stravováním, dopravou a využitím volnočasových aktivit. Balíček je určen pro všechny věkové skupiny. Nabídka produktového balíčku je od dubna do září, kdy je většina kulturních zařízení otevřena.

Závěrem je třeba dodat, že dotazování probíhalo pouze na zámku Konopiště. Zejména z důvodu, že Konopiště patří k nejnavštěvovanějším zámkům v České republice, proto mu bylo třeba věnovat zvláštní pozornost.

11 SUMMARY

The goal of my work in the subject: „Usage of cultural attractions of tourism in Benešovsko“ is to analyse tourism in Benešovsko. The ground project is finding innovative ways of offering and preparing product packet.

The area of Benešovsko is an attractive tourist destination. It is located in the Central-Bohemian region, where every year a lot of tourists visit. In this region the local natural environment is popular for tourism and sight-seeing. This destination is convenient for tourists as it is near the capital city, Prague.

The basis of my work is delimitation the area of Benešovsko. It is stated primary, secondary and tertiary potential of the region. In my work I introduce the most famous tourist attractions in the region. Most famous is certainly the romantic castle Konopiště with a beautiful garden, which is the most visited castle in the Czech Republic. Next are the castles Český Šternberk, Jemniště, castellan park in Vlašim, castle Růžkovy Lhotice, and mountain Velký Blaník and other memories.

In this region is the next cultural attraction, which is an example of renaissance architecture. Other examples are the castle Líšno and the romantic castle in Týnec nad Sázavou. Cultural attractions of this kind are found in the next villages. There are also many churches and chapels. Special attention should be paid to the national castle of Konopiště. I created a private bicycle tour around the castle Jemniště. The next innovation was a project for free days in Benešovsko.

I chose the area Benešovsko, because I am from this area. Also I think the culture is rich and the nature is remarkable.

12 PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY

- [1] ČECH, J.: *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1998. 130 s. ISBN 80-85970-19-8
- [2] ČERTÍK, M.: *Cestovní ruch - Vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF, 2001. 352 s. ISBN 80-238-6275-8
- [3] FORET, M., FORETOVÁ, V.: *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X
- [4] HESKOVÁ, M. A KOL.: *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3
- [5] HLADKÁ, J.: *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 1997. 168 s. ISBN 80-7169-476-2
- [6] HORÁKOVÁ, H.: *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2001. 152 s. ISBN 80-7169-996-9
- [7] HORNER, S., SWARBOOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9
- [8] JAKUBÍKOVÁ, D.: *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3
- [9] KUČEROVÁ, I.: *Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch*. Praha: Idea Servis, 1997. 153 s. ISBN 80-85970-14-7
- [10] MALÁ, V.: *Cestovní ruch (vybrané kapitoly)*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1999.
- [11] ORIEŠKA, J.: *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1999. 244 s. ISBN 80-85970-27-9
- [12] PALATKOVÁ, M.: *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5
- [13] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: *Cestovní ruch (výkladový slovník)*. MMR, 2002. 448 s.
- [14] PETRŮ, Z.: *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1999. 107 s. ISBN 80-85970-29-5

- [15] VOŠOBA, P.: *Dokonalé služby*. Praha: Grada Publishing, 2004. 164 s.
ISBN 80-247-0847-7

Internetové zdroje:

www.aktivnizivot.cz
www.benesov-city.cz
www.blanicti-rytiri.cz
www.czecot.com/cz
www.czso.cz
www.hotel-atlas.cz
www.hotel-benica-benesov.eu
www.hotelpecinov.cz
www.hradceskysternberk.cz
www.hrady.cz
www.jemniste.cz
www.lounovicepodblanikem.cz
www.markcr.uhk.cz
www.nipos-mk.cz
www.podblanicke.info
www.praha-stredocesky-kraj.cz
www.pruvodce.com
www.struharov.sweb.cz
www.trasovnik.cz
www.turistik.cz
www.zamek-konopiste.cz

Ostatní zdroje:

Informační materiály Benešovska

SEZNAM TABULEK A OBRÁZKŮ

Seznam tabulek

Tabulka 1	Otevírací doba zámku Konopiště	str. 34
Tabulka 2	Ceny vstupného na zámku Konopiště	str. 34
Tabulka 3	Návštěvnický okruh bez průvodce na Konopišti	str. 34
Tabulka 4	Přípatky k základnímu vstupnému na Konopišti	str. 35
Tabulka 5	Poskytování slev na Konopišti	str. 35
Tabulka 6	Vstupné zdarma na Konopišti	str. 36
Tabulka 7	Otevírací doba zámku Jemniště	str. 39
Tabulka 8	Ceny vstupného na zámku Jemniště	str. 39
Tabulka 9	Ceník ubytování na Jemništi	str. 40
Tabulka 10	Ceny vstupného hradu Český Šternberk	str. 42
Tabulka 11	Otevírací doba na Velký Blaník	str. 44

Seznam obrázků

Obrázek 1	Druhy cestovního ruchu	str. 8
Obrázek 2	Metody marketingové komunikace	str. 17
Obrázek 3	Grafické vymezení oblasti Benešovska	str. 23

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1	Vzor dotazníku
Příloha 2	Návštěvnost památek
Příloha 3	Umístění sochy F. F. D'Este
Příloha 4	Turistické cíle Benešovska

Příloha 1/1: Vzor dotazníku

Dobrý den, jmenuji se Jana Papežová a jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské Univerzity v Českých Budějovicích. Provádím výzkum, který se týká využití kulturních atraktivit v cestovním ruchu na Benešovsku do své bakalářské práce. Cílem dotazníkového šetření je zjistit spokojenost návštěvníků na zámku Konopiště. Informace získané z dotazníkového šetření budou použity výhradně pro vypracování bakalářské práce. Vaše odpovědi jsou anonymní. Vyznačte pouze jednu odpověď, pokud není uvedeno jinak.

1. Odkud pocházíte?

- ☐ Střední Čechy
- ☐ Praha
- ☐ Jiné.....

2. Jakou dopravu jste zvolili do tohoto místa?

- ☐ Osobní automobil
- ☐ Autobus
- ☐ Vlak
- ☐ Motocykl
- ☐ Jiná.....

3. S kým nejčastěji organizujete takovéto výlety?

- ☐ Sám/Sama
- ☐ S rodinou
- ☐ S přáteli
- ☐ S partnerem/s partnerkou

4. Jste spokojeni s otevírací dobou zámku?

- ☐ Ano (pokračujte otázkou č. 6)
- ☐ Ne

5. Co byste změnili?

- ☐ Dřívější ranní otevření zámku
- ☐ Prodloužení odpolední otevírací doby zámku
- ☐ Obojí

6. Vyhovuje Vám současná nabídka služeb zámku a úprava prostorů v areálu zámku?

- ☐ Ano (pokračujte otázkou č. 8)
- ☐ Ne

7. Co u zámku postrádáte?

.....
.....

8. Co z následující nabídky máte v plánu navštívit (popř. jste již navštívili)?

(možno vyznačit více odpovědí)

- ☐ Prohlídku zámku
- ☐ Střelnici
- ☐ Muzeum sv. Jiří
- ☐ Skleníky
- ☐ Výstavu

Příloha 1/1: Vzor dotazníku

9. Byla pro Vás délka prohlídky zámku dostačující?

- ☐ Ano
- ☐ Ne, potřeboval(a) bych déle času
- ☐ Teprve se na prohlídku chystám

10. Zdá se Vám počet 25 lidí ve skupině na prohlídku zámku....

- ☐ akorát
- ☐ málo
- ☐ hodně

11. Myslíte si, že jsou ceny vstupného vyhovující?

- ☐ Ano
- ☐ Ne

12. Uvítali byste možnost zakoupení produktového balíčku?

(= kombinace dvou a více služeb, které jsou vnitřně provázané, rezervované nebo zakoupené podle přání zákazníka za jednu cenu (součástí produktového balíčku musí být základní a doplňkové služby cest.ruchu (ubytování, stravování, volnočasové aktivity, doprava apod.)), aby mohli tvořit samostatnou jednotku jejímž zakoupením je možno realizovat jednodenní výlet či vícedenní dovolenou).

- ☐ Ano
- ☐ Spíše ano
- ☐ Spíše ne
- ☐ Ne

13. Který z následujících prvků jste na Benešovsku již navštívili?

(možno vyznačit více odpovědí)

- ☐ Kulturní prvky
- ☐ Přírodní prvky
- ☐ Příbuzné a známé
- ☐ Zábavné prvky
- ☐ Jiné

14. Máte zájem navštívit na Benešovsku další kulturní atraktivitu?

- ☐ Ano
- ☐ Ne

15. Pohlaví:

- ☐ Muž
- ☐ Žena

16. Věk:

- ☐ Do 25 let
- ☐ 26 – 45 let
- ☐ 46 a více

17. Dosažené vzdělání:

- ☐ ZŠ
- ☐ SŠ
- ☐ SOU
- ☐ VOŠ
- ☐ VŠ

Děkuji za Vaši spolupráci

Příloha 2: Návštěvnost památek

Středočeský kraj – okres Benešov

Památka	Místo	Návštěvnost		
		2006	2007	2008
Zámek Konopiště - národní kulturní památka	Benešov	163 334	162 329	150 141
Hrad Český Šternberk	Český Šternberk	138 337	151 420	128 870
Zámek Louňovice pod Blaníkem	Louňovice pod Blaníkem	*	*	*
Zámek Jemniště	Postupice	17 338	24 202	27 552
Zámek Vrchotovy Janovice	Vrchotovy Janovice	*	*	*

Zdroj: www.nipos-mk.cz

* V některých památkových objektech, kde sídlí pobočky krajských nebo městských muzeí, není uveden údaj o návštěvnosti.

Příloha 3: Umístění sochy F.F. D'Este

Otázkou umístění sochy F.F. D'Este se zabýval i Benešovský deník. Cituje část toho článku: „*Proč není nikde v okolí zámku Konopiště umístěna upomínka na následníka rakousko–uherského trůnu Františka Ferdinanda, který se zcela zásadně podílel na jeho dnešní podobě a byl i jednou z klíčových postav evropské politiky počátku 20. století*“? Takovou otázku si položil triadvacetiletý Lukáš Pavlík z Benešova. Je členem klubu vojenské historie a má zálibu právě v osobě Františka Ferdinanda.

Z článku jsem vybrala pouze některé názory osob:

„*Myslím, že dehonestace rodiny po první světové válce byla možná trochu přehnaná,*“ naráží benešovská zastupitelka Vlasta Chromá na události po roce 1918“.

„*Socha Ferdinanda by se mi v parku líbila. Dokonce by to mohlo být i sousoší celé rodiny, třeba jako Babička v Ratibořicích,*“ soudí Chromá s tím, že by to bylo hezké připomenutí Františkova sňatku z lásky, a ne kvůli politickým cílům“.

Jiný názor má ale na možnou instalaci památníku Československá obec legionářská.

„*Jsme organizace, která je nositelkou demokratických tradic, svobody a národního sebeurčení samostatného Československa, které vzniklo díky rozpadu Rakouska-Uherska v roce 1918. Proto bychom takovou instalaci nepovažovali za příliš vhodnou,*“ vyjádřil názor legionářů jejich tiskový tajemník Milan Řepka. (www.benesovsky.denik.cz) 2010-03-12

Příloha 4: Turistické cíle Benešovska

Zámek Konopiště



Rozhledna na Velkém Blaníku



Zámek Jemniště



Hrad Český Šternberk



Vlašim – Čínský pavilon



Zámek Vlašim

