



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Rozšíření nabídky produktů cestovního ruchu v oblasti Mladovožicko

Vypracovala: Jana Fialová

Vedoucí práce: Ing. Roman Švec, Ph.D.

České Budějovice 2015

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2013/2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jana FIALOVÁ**
Osobní číslo: **E12408**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Rozšíření nabídky produktů cestovního ruchu v oblasti Mladovožicko**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

Cíl práce:

Specifikace současné nabídky produktu cestovního ruchu ve zkoumané oblasti. Doporučení pro další rozvoj služeb zkoumaného území na základě průzkumů zákaznických potřeb, vyjádření vedení podniku, místní samosprávy a dalších organizací věnujících se problematice cestovního ruchu.

Metodický postup:

1. Hlubkový literární přehled na základě studia dostupné odborné literatury.
2. Specifikace objektu a subjektu zkoumání, cíle a metod řešení.
3. Analýza infrastruktury cestovního ruchu ve zkoumané oblasti.
4. Návrh možností dalšího rozvoje produktů cestovního ruchu ve zkoumané oblasti.

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární přehled řešené problematiky. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z realizovaných průzkumů. 5. Závěr. 6. Seznam literatury. 7. Přílohy. 8. Resumé.

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: 40 - 50 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná
Seznam odborné literatury:

- Galvasová, I., Binek, J., Holeček, K., Chabičovská, K. & Szczyrba, Z.. (2008). *Průmysl cestovního ruchu*. Praha, Czechia: MMR.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York: Wiley.
- Hesková, M., Beránek, J., Dvořák, V., Novacká, L., & Orieška, J. (2011). *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2nd ed. Praha, Czechia: Fortuna.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada.
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Roman ŠVEC, Ph.D.
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: 10. ledna 2014
Termín odevzdání bakalářské práce: 30. dubna 2015


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

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor VOJTKO, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 28. února 2014

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to - v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne

.....
Jana Fialová

Poděkování

Nejdříve bych ráda poděkovala mému vedoucímu bakalářské práce Ing. Romanu Švecovi, Ph.D. za cenné rady, podporu a trpělivost při vedení mé práce. Dále bych chtěla poděkovat Ing. Monice Hienlové a Mgr. Jaroslavu Větrovskému za poskytnutí řízených rozhovorů. Naposledy bych poděkovala mé rodině a všem ostatním, kteří mi pomáhali v době mého studia a při psaní bakalářské práce.

Jana Fialová

Abstrakt

Fialová, Jana. 2015. Rozšíření nabídky produktů cestovního ruchu v oblasti Mladovožicko. České Budějovice, Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Vedoucí bakalářské práce Ing. Roman Švec, Ph.D.

Cílem této práce je zhodnocení současné nabídky produktů cestovního ruchu v oblasti Mladovožicko a následné navržení dalších možností rozvoje produktu cestovního ruchu ve zkoumané oblasti. Data jsou zpracována na základě studia odborné literatury, dotazníkového šetření, vlastního pozorování a řízených rozhovorů s místní samosprávou a organizací, která se věnuje problematice cestovního ruchu. Dotazníkové šetření je zaměřeno na účastníky cestovního ruchu. Bylo prováděno pomocí internetu a uskutečnilo se od června do září roku 2014. Z dotazníkového šetření vyplývá, že nejvíce turistů navštěvuje přírodní atraktivitu, hrady a zámky. Dále lidé preferují ubytování v penzionu a stravování v klasické restauraci s českou kuchyní. Informace o současné nabídce cestovního ruchu nejčastěji hledají na oficiálních webech cestovního ruchu.

Klíčová slova: produkt, cestovní ruch, podniky cestovního ruchu, atraktivita, aktivita, infrastruktura, oblast Mladovožicko

Abstract

The aim of this bachelor thesis is the evaluation of current offer of tourism products in the Mladovožicko region and subsequent recommendation of further tourism product development in the given area. The data are processed on the basis of specialised literature review, questionnaire survey, observation and guided interview with local administration and an organisation focusing on tourism. The questionnaire was targeted at the tourism participants. It was conducted via internet from June to September 2014. The questionnaire research reveals that most tourists visit natural attractions, castles and palaces. People prefer accommodation in a pension and catering in a classic restaurant with Czech cuisine. Information on the current offer of tourism is most frequently searched on official websites dedicated to tourism.

Keywords: product, tourism, tourism organisations, attractions, activity, infrastructure, Mladovožicko region

Obsah

1 Úvod.....	3
2 Literární přehled řešené problematiky	4
2. 1 Podnik	4
2. 1. 1 Funkce podniku	4
2. 1. 2 Podnik cestovního ruchu	5
2. 1. 3 Lidské zdroje	6
2. 2 Produkt	7
2. 2. 1 Zboží.....	8
2. 2. 2 Služba	8
2. 2. 3 Životní cyklus produktu	9
2. 3 Produkt cestovního ruchu.....	10
2. 3. 1 Služby cestovního ruchu.....	10
2. 3. 2 Atraktivita cestovního ruchu	12
2. 4 Infrastruktura a suprastruktura	13
2. 4. 1 Ubytovací zařízení.....	14
2. 4. 2 Stravovací zařízení	15
2. 4. 3 Dopravní služby.....	16
3 Cíle a metodika práce	19
3. 1 Cíle práce	19
3. 2 Metodický postup řešení práce.....	19
4 Vymezení regionu Mladovožicko.....	21
4. 1 Ubytovací zařízení	21
4. 2 Stravovací zařízení.....	24
4. 3 Atraktivita cestovního ruchu.....	25
4. 4 Dopravní infrastruktura.....	28
5 Vlastní šetření	31
5. 1 Dotazníkové šetření.....	31
5. 2 Řízené rozhovory	38
5. 3 Shrnutí získaných informací	40
6 Návrhy a opatření.....	42
6. 1 Cyklobus	42
6. 2 Parkoviště.....	43

6. 3 Půjčovna kol a sportovního náčiní	43
6. 4 Víkendové setkání turistů spojené s kulturní akcí.....	44
7 Závěr	49
I. Summary.....	51
II. Seznam použitých zdrojů	53
III. Seznam použitých zkratk	59
IV. Seznam tabulek a grafů.....	60
V. Seznam příloh	61
VI. Přílohy	62

1 Úvod

Cestovní ruch je neustále se rozvíjející odvětví, které nejen, že má vliv na tvorbu hrubého domácího produktu a na zaměstnanost, ale také má vliv na myšlení lidí. Největší vliv má na lidi, kteří žijí ve městech a touží po klidu, odpočinku, poznání a objevování. Na lidi, kteří se chtějí alespoň na chvíli vyhnout každodennímu stresu a žít klidným tempem. V České republice splňuje tuto podmínku mnoho míst a jedním z nich je i oblast Mladovožicka.

Cestovní ruch je dále využíván k podpoře slabých oblastí a regionů, nachází se v něm příležitosti pro pracovní místa a rozvoj pro danou oblast. Pro podporu cestovního ruchu je v regionu Mladovožicka organizace MAS¹ Krajina srdce. MAS neboli místní akční skupina má za hlavní poslání sdružovat a rozvíjet spolupráci s dalšími spolky ve prospěch venkova, podílí se na pořádání různých veletrhů, výstav, slavností, kulturních akcí a dalších. V této bakalářské práci uvádím MAS, která má jako hlavní vizi komunikaci se všemi subjekty cestovního ruchu a zapojení se do různých aktivit, které mají potenciál pro rozvoj daného území. Proto je MAS Krajina srdce tak důležitá pro rozvoj cestovního ruchu v oblasti Mladovožicka.

Hlavním cílem bakalářské práce je specifikace současné nabídky produktu ve zkoumaném regionu a další doporučení pro rozvoj služeb v oblasti. V předložené bakalářské práci budou analyzovány požadavky účastníků cestovního ruchu na zkoumané území Mladovožicka. Cílem je tyto požadavky zkonkretizovat a dosadit do regionu Mladovožicka. Dalším záměrem práce je navržení ostatních možností rozvoje regionu pro účastníky cestovního ruchu. Přínosem práce by mohly být návrhy a opatření, které jsou shrnuté z dat a analýz a které navrhuji zlepšení a zkvalitnění poskytovaných služeb cestovního ruchu v oblasti.

K lepšímu pochopení problematiky bude nejprve sepsáno její vymezení založené na základě studia odborné literatury v elektronické i tištěné formě. Dále následuje cíl práce a jeho metodika. Poté bude vymezen region a s ním i jeho důležité části, které slouží cestovnímu ruchu. V práci je dále uvedena analýza primárních dat, která byla získána z dotazníkového šetření, řízených rozhovorů a vlastního pozorování. Z těchto dat bude vytvořena syntéza, která poslouží k sestavení návrhů a opatření. Na konec práce bude sepsán závěr a seznam použité literatury.

¹ Místní akční skupina

2 Literární přehled řešené problematiky

2. 1 Podnik

Marek (2009, s. 24) uvádí podnik jako „*soubor nehmotných, hmotných a osobních složek podnikání, které slouží nebo mají sloužit k jeho provozování*“. Krutina (2003, s. 3) říká, že „*podnik vzniká na základě poznání, že je účelné hospodářskou činnost organizovat na vyšší úrovni než je v možnostech jednotlivce*“. Podnik je tak podle něj „*obecné označení pro ekonomicko – právní subjekt, který tvoří jednu ze základních forem institucionálního uspořádání ekonomiky založené na výrobě zboží a poskytování služeb za úplatu*“. Dále uvádí, že cílem podniku je zisk, tedy rozmnožení majetku a zvětšení bohatství. Synek a Kislingerová (2010, s. 3) souhlasí s Krutinou (2003), že základní cílem podniku je dosažení zisku (přebytek výnosů nad náklady) a dále uvádějí, že „*zisk se docílí uspokojováním potřeb zákazníků*“. Preislerová (1997, s. 19) souhlasí s definicí podniku s Markem (2009), že podnik je „*soubor hmotných, osobních a nehmotných složek podnikání*“, ale dále Preislerová (1997) uvádí, že podnik je také samostatnou právní, finanční a organizační jednotkou. Vlček, Večeř, Smutná, Košteková a Bednaříková (2003, s. 177) říkají, že „*podnik je ekonomicky a právně samostatná jednotka, která existuje za účelem podnikání*“. Dále uvádějí, že podnik je instituce, ve které dochází k vytváření mezilidských vztahů.

2. 1. 1 Funkce podniku

Podle Synka a Kislingerové (2010) výrobní podniky zajišťují tyto podnikové funkce: prodejní, zásobovací, výrobní, personální, investiční, finanční, vědecko-technickou a správu. Prodejní, zásobovací a výrobní funkce jsou funkcemi primárními. Ostatní funkce jsou nazývány podpůrnými. Vlček a kol. (2003, s. 188) uvádějí, že hlavní činností podniku je „*provést transformaci výrobních zdrojů na výstupy, které odpovídají požadavkům spotřebitelů*“. Jako základní fáze tohoto procesu uvádí:

- získání zdrojů od dodavatelů,
- výroba,
- odbyt – prodej výstupů výroby odběratelům a zákazníkům. (Vlček a kol., 2003)

2. 1. 2 Podnik cestovního ruchu

Synek a Kislingerová (2010, s. 5) uvádí, že „*podniky cestovního ruchu v užším slova smyslu poskytují typické služby cestovního ruchu, přičemž jejich výkony jsou výhradně či v převládající míře určeny účastníkům cestovního ruchu*“.

Do těchto podniků řadíme:

- cestovní kanceláře, které mají v cestovním ruchu mimořádné postavení,
- hotely a podniky ostatních ubytovacích služeb,
- podniky stravovací a společensko-zábavní,
- podniky a zařízení sportovně rekreačních služeb,
- podniky a zařízení kulturní,
- lázeňské podniky,
- podniky dopravní – převážně pracující pro cestovní ruch – letecká a námořní doprava, lanovky, vleky, rekreační lodní doprava,
- podniky provozující zvláštní služby (např. horská služba, průvodcovské služby, kongresové služby, informační centra),
- podniky vyrábějící turistické zboží. (Synek a Kislingerová, 2010)

Druhou skupinou podniků cestovního ruchu jsou podniky cestovního ruchu v širším slova smyslu. Tyto podniky zahrnují podniky dopravní, stravovací, bankovní, směnářské, obchodní a další.

Hesková, Beránek, Dvořák, Novacká a Orieška (2011, s. 79) uvádějí, že podniky cestovního ruchu mají stejný hlavní cíl jako podniky jiných odvětví, a to dosažení zisku. Ale dodávají, že „*lze nalézt i určité rysy, typické právě pro oblast služeb poskytovaných v ubytovacích a stravovacích zařízeních*“. Podle těchto autorů musíme brát při podnikání v cestovním ruchu v úvahu následující podmínky:

- nelze podnikat kdekoli – úspěšnost využití ubytovacího zařízení pro podnikání v cestovním ruchu závisí na místě, oblasti, která vyvolává nebo může podnítit poptávku účastníků cestovního ruchu,
- je nutné znát okolní prostředí – cestovní ruchu znamená zhodnocení přírodních, kulturních, společenských a ostatních vlastností rekreačního potenciálu příslušného místa a je konkrétním prostředím ovlivněn,

- působí vnější vlivy – podnikání v cestovním ruchu je silně závislé nejen na přírodních podmínkách, ale i hospodářských, politických a společenských jevech, které ovlivňují především stranu poptávky,
- je důležité respektovat sezonnost a nerovnoměrnost poptávky – v průběhu roku dochází ke značným výkyvům poptávky po službách v cestovním ruchu, to vyžaduje vysokou pohotovost podnikatelů a zároveň i schopnost zvládnout koncentrovanou poptávku ve vrcholných sezonních obdobích, na druhé straně se nesmí zapomínat ani na místní občany, zejména v mimosezonním období,
- poptávka cestovního ruchu je různorodá – účastníci cestovního ruchu vyžadují pro zajištění své cesty nebo pobytu celý komplex služeb zahrnující dopravu, ubytování, stravování, programové služby atd., z tohoto pohledu je konkrétní podnikatel v cestovním ruchu součástí celého řetězce na sebe závislých podnikatelů, kteří služby cestovního ruchu v daném místě poskytují,
- turisté vyhledávají nové dojmy, zážitky a podmínky seberealizace – cestovní ruchu je oblast spotřeby založená na využívání volného času, je proto třeba respektovat, že každý jej chce prožít co možná nejzajímavěji, nejpestřeji a tomu musí odpovídat i nabídka, účastník cestovního ruchu proto nevyhledává pouze služby, ale též zážitky. (Hesková a kol., 2011)

Beránek (2013) uvádí, že funkcí podniku cestovního ruchu je uspokojení poptávky po různých typech rekreace a zábavy. Dále Beránek (2013, s. 35) říká, že se jedná „o soubor podniků a organizací vyrábějících zboží a poskytujících služby související s cestovním ruchem“.

2. 1. 3 Lidské zdroje

Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 136) uvádějí, že „cestovní ruch je bezprostředně závislý na kvalitě lidských zdrojů. Lidé prodávající zase lidem jsou základním faktorem ovlivňujícím kvalitu služeb“. Úspěch závisí na vhodném výběru zaměstnanců, zejména zaměstnanců, kteří jsou v přímém kontaktu se zákazníkem, a na vhodném výběru zákazníků. Ryglová a kol. (2011, s. 136) tvrdí, že nevhodný zákazník „může vyvolat konflikty s jinými skupinami a tím odradit mnoho jiných klientů, protože klienti jsou při spotřebě produktu často spolu, ovlivňují se a musí se vzájemně přizpůsobit“. Lidé jsou podle Drobné a Morávkové (2004, s. 63) „nezastupitelnou složkou marketingového působení v cestovním ruchu“. Podle autorek má lidský faktor

velký vliv na spokojenost zákazníků a úspěšnost prodeje. Uvádějí tyto základní požadavky na zaměstnance v cestovním ruchu:

- potřebná kvalifikace a znalost nabízených služeb, obecná orientace v problematice cestovního ruchu,
- odpovídající jazykové schopnosti,
- zdvořilost, ochota, společenské vystupování při jednání s lidmi,
- osobní vlastnosti (spolehlivost, zodpovědnost, poctivost, nervová stabilita, komunikativnost,...),
- schopnost převzít práci a zastoupit své spolupracovníky,
- ochota dále se vzdělávat,
- příjemný vzhled,
- dobré vztahy s ostatními lidmi (kolegy v zaměstnání) a další. (Drobná a Morávková, 2004)

Királová (2003, s. 141) uvádí, že v cestovním ruchu dochází k „interakci nejen mezi návštěvníky a poskytovateli služeb, ale i mezi návštěvníky a místními obyvateli“. Proto je třeba „klást určité požadavky na chování nejen zaměstnanců zařízení cestovního ruchu, ale i na chování místních obyvatel“. Podle Foreta (2013, s. 55) je „velice důležitý výběr a způsob řízení zaměstnanců“. Foret (2013, s. 55) tvrdí, že „je nutné vést zaměstnance tak, aby pochopili, že úspěch celého podnikání závisí na práci a přístupu každého z nich“. Velká péče by měla být věnována tvoření podnikové komunikace a identity firmy. Každého zaměstnance je potřeba pečlivě vybírat, školit, motivovat, kontrolovat a oceňovat. Autor dále uvádí, že zaměstnanci jsou spjati s nabízeným produktem a do velké míry jsou i jeho součástí.

2. 2 Produkt

Hesková (2001, s. 79) označuje produktem „cokoliv, co se může nabízet na trhu a slouží k uspokojení konkrétní potřeby“. Dále uvádí, že „produkt je cokoli (statek hmotný – výrobek, statek nehmotný – myšlenka, nápad, značka, statek volný – služba), co lze nabídnout, co může uspokojit potřebu a je prospěšné pro společnost“. Většina produktů má povahu výrobků nebo služeb. Pokud se produkt stane předmětem směny, stává se zbožím. Kotler a Armstrong (2004) rozumí produktem vše, co představuje nabídku na trhu. Souhlasí s Heskovou (2001) a dělí produkt na hmotné a nehmotné statky, ale dále Kotler a Armstrong (2004, s. 382) uvádí, že se jedná o „statky, které mohou být nakupovány, používány a spotřebovávány a které mohou uspokojovat

potřeby a přání“. Kotler a Armstrong (2004, s. 382) produkty tedy rozumí „fyzické předměty, služby, události, osoby, místa, organizace, myšlenky či různé kombinace těchto prvků“. Jakubíková (2009, s. 188) považuje za produkt „to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřebu druhých lidí“. Produkt dělí do třech kategorií: myšlenka, služby, zboží. Martíšek (1997) chápe produkt jako výrobek, který je výsledkem lidské činnosti, sloužící k nabídce na trhu a uspokojení přání a potřeb zákazníků. Palatková a Zichová (2011, s. 35) říkají, že „produktem je cokoli, co má svého vlastníka a může být realizováno na trhu, tedy směřeno za určitý ekvivalent“. Foret a Foretová (2001, s. 66) považují za produkt „to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřebu druhých lidí“. Čertík, Attl, Sysel a Vitáková (2001, s. 71) souhlasí s Heskovou (2001) a dodávají, že „v případě cestovního ruchu je produktem služba“.

2. 2. 1 Zboží

Jakubíková (2012, s. 188) chápe zboží jako „hmotný produkt, na nějž se můžeme dívat, dotýkat se ho, čichat k němu, slyšet ho, ochutnat ho nebo jej vlastnit“. Hesková a kol. (2011, s. 97) definují zboží odlišně a to takto: „zboží je výrobek, resp. statek, určený k realizaci na trhu, tj. k prodeji konečnému spotřebiteli (obyvatelstvu) nebo jinému výrobcí, který ho ve formě polotovaru použije v dalším výrobním procesu“. Uvádí, že každé zboží je výsledkem výrobního procesu, ale pokud jím neprojde, nemá statut zboží. Orieška (2010, s. 8) popisuje zboží jako „výrobek, resp. statek určený na trh, tj. na prodej“.

2. 2. 2 Služba

Orieška (2010, s. 8) uvádí, že jedním z ekonomických statků je i služba, „jejíž podstatou je činnost a jejíž hodnota je určena mírou užitku, který tato služba přináší“. Služba má podobu nemateriální činnosti. Kotler a Armstrong (2004, s. 382) definují služby jako „nehmotné statky ve formě různých aktivit či poskytování jiného užitku jedním subjektem druhému subjektu, u kterých při koupi či prodeji nedochází k převodu vlastnictví“. Hesková a kol. (2011, s. 82) rozumějí službou „jakoukoliv činnost nebo schopnost, kterou může jedna strana nabídnout straně druhé. Jde vždy o cizí činnost. Služba je svou podstatou nehmotná“. Také říkají, že „poskytování služby může (ale nemusí) být spojeno s hmotným produktem“.

Hesková a kol. (2011, s. 82) a Orieška (2010, s. 9) uvádějí stejné znaky služeb:

- nemateriální charakter služeb,
- vysoká spotřeba živé práce při poskytování služeb,
- začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb,
- soulad poskytování služeb s jejich spotřebou,
- pomíjivost služeb. (Hesková a kol., 2011)

Vašítková (2008) uvádí tyto charakteristiky služeb:

- nehmotnost,
- neoddělitelnost,
- heterogenita,
- zničitelnost,
- vlastnictví. (Vašítková, 2008)

2. 2. 3 Životní cyklus produktu

Základní myšlenkou životního cyklu produktu je postoj odborníků zabývajících se marketingem a to ten, že produkty v průběhu svého životního cyklu procházejí odlišnými fázemi podobně jako lidé. Podle Hornerové a Swarbrooka (2003, s. 166) životní cyklus produktu prochází 4 fázemi a to: zaváděním, růstem, zralostí a poklesem. Jednotlivé fáze popisují takto: *„pro fázi zavádění je charakteristický pomalý růst a nízký zisk. Jestliže nový produkt má úspěch, vstupuje do fáze růstu, kdy se rychle zvyšují tržby a zisk. Produkt se dostává do fáze zralosti, kdy růst tržeb vrcholí a zisk se stabilizuje. V této situaci se organizace obvykle snaží obnovit růst tržeb obnovením uvedení produktu na trh. Nakonec nastává fáze poklesu, kdy klesají tržby, tak zisk“*. Po projití produktu všemi fázemi se organizace rozhoduje, jestli se produktu zbaví, udrží nebo využije jeho pozice na trhu a sklídí ještě nějaký zisk. Goeldner a Ritchie (2009, s. 537) uvádí 5 fází životního cyklu produktu – úvod, růst, zralost, nasycení, pokles. Říkají, že *„vzhledem k rychle se měnícímu spotřebitelskému životnímu stylu a technologickým změnám, životní cyklus produktů a služeb je stále kratší, ale životní cyklus produktu je stále užitečný pojem pro strategické plánování“*. Oproti Hornerové a Swarbrookovi (2003) uvádějí navíc fázi nasycení, kde dochází k tomu, že *„objem prodeje dosahuje svého vrcholu: produkt nebo služba pronikla trhem v co největší možné míře. Hromadná výroba a nové technologie snižují cenu, aby výrobek nebo služba byla k dispozici pro téměř každého“*. S Goeldnerem a Ritchiem (2009) souhlasí Čertík a kol. (2001) v tom, že

cyklus produktu má 5 fází. Čertík a kol. (2001) mají ale fáze pojmenované jinak a to: „*zavádění, růst, dospělost, nasycenost a útlum*“.

2. 3 Produkt cestovního ruchu

Orieška (2010, s. 8) říká, že „*produktem cestovního ruchu je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby účastníků cestovního ruchu, a vytvořit tak komplexní soubor zážitků*“. Produkt cestovního ruchu dělí z ekonomického hlediska na volné statky, veřejné statky, zboží a služby. Dále uvádí, že „*rozhodující součástí produktu jsou služby, které produkuje a nabízí cílové místo (primární nabídka) a podniky cestovního ruchu (sekundární nabídka)*“. S touto definicí a dělením produktu cestovního ruchu souhlasí Hesková a kol. (2011). Galvasová, Binek, Holeček, Chabičovská a Szczyrba (2008, s. 176) rozumějí produktem cestovního ruchu „*komplex vnitřně provázaných, seriózně fungujících základních a doplňkových služeb, které jsou závazné pro jejich provozovatele a jenž je uplatnitelný na domácím i zahraničním trhu cestovního ruchu prostřednictvím cestovních kanceláří*“. Zelenka, Těšitel, Pásková a Kušová (2013, s. 16) chápou produkt cestovního ruchu jako „*souhrn veškeré nabídky (zboží, služby) soukromého nebo veřejného subjektu podnikajícího v cestovním ruchu nebo cestovní ruchu koordinujícího*“. Beránek (2013, s. 49) definuje produkt cestovního ruchu jako „*komplex hmotných a abstraktních hodnot, které účastník cestovního ruchu spotřebovává*“. Stejně jako Orieška (2010) dělí produkt cestovního ruchu na zboží, služby, veřejné statky a volné statky. Ryglová a kol. (2011, s. 111) chápou produkt cestovního ruchu jako „*soubor všeho, co umožňuje zákazníkovi získat příslušné informace k rozhodnutí o cestě a služby s ní spojené získat (objednat a koupit) a využít (pojištění, přeprava, ubytování, stravování, aktivity, asistence apod.)*“.

2. 3. 1 Služby cestovního ruchu

Parmová, Dvořák a Frková (2013, s. 141) rozumějí službami v cestovním ruchu „*ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter, představují různorodý soubor užitných efektů určených k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu*“. Také uvádí, že můžeme dělit služby z několika hledisek, např. časové hledisko, hledisko uspokojování potřeb, ekonomické hledisko a další. Hesková a kol. (2011, s. 99) vysvětlují služby cestovního ruchu jako „*heterogenní soubor užitečných efektů určených na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu*“. S touto definicí souhlasí Orieška (2010).

Hesková a kol. (2011, s. 101) a Oriška (2010, s. 9) uvádějí stejné obecné i speciální znaky služeb, kdy speciálními znaky jsou (tyto znaky platí jen u služeb cestovního ruchu):

- časová a místní vázanost služeb na primární nabídku cestovního ruchu,
- komplexnost a komplementárnost služeb,
- zastupitelnost služeb,
- mnohooborový charakter služeb,
- nezbytnost zprostředkování služeb,
- dynamika a sezónnost poptávky po službách,
- nezbytnost poskytování informací o službách a jejich kvalitě,
- neanonymita spotřebitele služby. (Hesková a kol., 2011)

Ryglová (2005, s. 49) mezi základní specifika služeb cestovního ruchu řadí:

- kratší expozituru služeb,
- výraznější vliv psychiky a emocí při nákupu zboží,
- větší význam „vnější stránky“ poskytovaných služeb,
- větší důraz na úroveň a image,
- větší závislost na komplementárních firmách,
- snazší kopírování služeb,
- větší důraz na propagaci mimo sezóny. (Ryglová, 2005)

Píše, že *„hlavním cílem organizací v cestovním ruchu je uspokojování zákaznických potřeb v době pobytu mimo místo trvalého bydliště“*.

Čertík a kol. (2001) uvádějí o jedno specifikum navíc oproti Ryglové (2005), a to: složitější distribuční cesty.

Oriška (2010) dělí služby v cestovním ruchu na služby cestovního ruchu a ostatní služby. Služby cestovního ruchu dále dělí na dodavatelské (např.: informační, dopravní, ubytovací, stravovací,...) a zprostředkovatelské služby (informační, služby cestovních kanceláří a agentur). Ostatní služby jsou rozdělené na specializované služby pro cestovní ruch (např.: pojistné, informační,...) a služby místní infrastruktury v cílovém místě (např.: obchodní, komunální, zdravotnické,...). Toto dělení služeb je z hlediska druhového členění. Parmová a kol. (2013) dělí služby z hlediska druhového členění na: ubytovací služby, stravovací služby, dopravní služby, informační služby, služby cestovních kanceláří a agentur a průvodcovské služby. Hesková a kol. (2011)

uvádějí stejné rozdělení služeb jako Orieška (2010). Ryglová (2005) rozděluje služby rozdílně, a to do 6 skupin: doprava, stravovací služby, ubytovací služby, služby cestovních kanceláří a agentur, sportovně rekreační zařízení a doplňkové služby (finanční služby, směnárny, prodej suvenýrů, apod.). Palatková a Zichová (2011) rozdělují služby dle druhu (ubytovací, dopravní, stravovací, společensko-kulturní a sportovně-rekreační služby), dle plátce nákladů (placené a neplacené služby), dle charakteru spotřeby (osobní a věcné služby) a dle uspokojovaných potřeb (základní služby – dopravní, ubytovací a stravovací, doplňkové služby – ostatní služby).

2. 3. 2 Atraktivita cestovního ruchu

Hornerová a Swarbrooke (2003, s. 273) dělí atraktivitu do 4 skupin:

- přírodní prvky krajiny,
- člověkem vytvořené artefakty, které původně nesloužily jako návštěvnické atraktivita, ale nyní alespoň zčásti slouží,
- člověkem vytvořené artefakty, které byly vytvořeny speciálně jako návštěvnické atraktivita,
- speciální události a festivaly, které nemají fyzický ani trvalý charakter, ale v konkrétní době přitahují návštěvníky k určitým lokalitám. (Horner a Swarbrooke, 2003)

Atraktivita popisují jako motivaci lidí k cestě za zábavou, s kterou se spojuje i potřeba ubytovacích a stravovacích služeb.

Galvasová a kol. (2008, s. 65) rozdělují atraktivitu také do 4 skupin:

- přírodní atraktivita,
- kulturně-historické atraktivita,
- organizované atraktivita,
- sociální atraktivita. (Galvasová a kol., 2008)

Uvádějí, že tyto atraktivita jsou dominantním prvkem nabídky v cestovním ruchu. Atraktivita „*vytvářejí prostředí pro rozvoj cestovního ruchu, určují jeho vlastnosti a determinují i schopnost toho kterého prostředí realizovat cíle cestovního ruchu a uspokojovat potřeby jeho účastníků, jakož i schopnost určitých míst se v cestovním ruchu uplatnit a prosadit*“.

Mezi přírodní atraktivita řadí flóru a faunu, přírodní léčivé zdroje, přírodní zvláštnosti a další. Kulturně-historické atraktivita dále dělí na kulturně-historické

památky (hrady, zámky, historická jádra měst, sakrální stavby a jiné) a na kulturní zařízení (hvězdárny, knihovny, muzea, galerie,...). Organizované atraktivity jsou založené „na tom co vytvoří a zorganizuje člověk“. Jako příklad uvádějí různé festivaly, sportovní akce, veletrhy, kongresy, školení a další. Sociální atraktivity jsou „spojené se způsobem života lidí v dané lokalitě“.

Drobná a Morávková (2004, s. 20) nazývají atraktivitami předpoklady cestovního ruchu. Tyto předpoklady cestovního ruchu „ovlivňují existenci a rozvoj cestovního ruchu“. Dělí je na lokalizační, selektivní a realizační. Lokalizační předpoklady dále dělí na přírodní atraktivity (povrch, vodstvo, flóra, fauna,...) a kulturní atraktivity (muzea, galerie, technické památky, významné parky,...). Selektivní předpoklady rozdělují na objektivní (politická a bezpečnostní stabilita oblasti, ekonomická a životní úroveň obyvatelstva, životní prostředí,...) a subjektivní předpoklady (reklama a propagace, znalost jazyků,...). Realizační předpoklady dělí na dopravní předpoklady (hustota a kvalita dopravní sítě) a materiálně – technické předpoklady (ubytování, stravování, zábavní a kulturní zařízení,...). Ryglová a kol. (2011) stejně jako Drobná a Morávková (2004) dělí předpoklady na lokalizační, selektivní a realizační. Na rozdíl od Drobné a Morávkové (2004) dělí Ryglová a kol. (2011) lokalizační předpoklady na přírodní podmínky (klíma, charakter a modelace terénu, vodní poměry, přírodní atraktivity, živočichové a rostliny) a společenské atraktivity (památky, zvyky, slavnosti, gastronomie a jiné). Do realizačních předpokladů zahrnují dopravu, ubytování a další služby a do selektivních předpokladů podle nich patří spolupráce, řízení, politická situace a vnímání území hosty.

2. 4 Infrastruktura a suprastruktura

Galvasová a kol. (2008, s. 98) uvádějí, že „turistická infrastruktura představuje soubor organizačně-technických předpokladů pro uspokojování předpokladů účastníků cestovního ruchu. Nezbytnou podmínkou pro rozvoj cestovního ruchu je tzv. základní turistická infrastruktura, tj. ubytovací a stravovací zařízení a dopravní infrastruktura“. Beránek (2013) uvádí, že dříve se termín infrastruktura cestovního ruchu nahrazoval pojmem materiálně-technická základna. Ryglová a kol. (2011, s. 49) nazývají infrastrukturu také materiálně-technickou základnou a uvádí, že infrastruktura „umožňuje účastníkům cestovního ruchu realizovat služby cestovního ruchu“. Infrastruktura podle autorů zahrnuje ubytovací služby, stravovací služby, dopravní služby, služby cestovních kanceláří a agentur, služby sportovně-rekreační, wellness,

lázeňské služby a služby doplňkové jako jsou služby průvodcovské, finanční, směnárenské a další.

2. 4. 1 Ubytovací zařízení

Čertík a kol. (2001. s. 87) říkají, že „*ubytovací služby jsou služby spojené s poskytnutím přechodného ubytování pro osobu mimo místo jejího trvalého bydliště*“ a dodávají, že se do ubytovacích služeb zahrnují i další služby související s přechodným ubytováním. Oriška (2010) i Čertík a kol. (2001) uvádějí, že ubytovací služby jsou významnou součástí cestovního ruchu a jeho dalšího rozvoje. Hornerová a Swarbrooke (2003) jsou toho názoru, že poskytnutím noclehu turistům je jednoduché, ale způsobů je nekonečné množství. Oriška (2010, s. 116) dále uvádí, že „*materiálně – technickými podmínkami poskytování ubytovacích služeb rozumíme zejména existenci veřejně přístupných ubytovacích zařízení, která fungují na principu vytváření zisku nebo na principu neziskovém a poskytují ubytování většímu počtu účastníků cestovního ruchu*“. Staví se obvykle společně se stravovacími úseky nebo jako samostatná ubytovací zařízení. Beránek (2013) chápe ubytovací zařízení jako prostředek pro ubytování turistů, kdy tyto zařízení jsou nabízena turistům jako místo pro přenocování. Ta jsou charakterizována 2 parametry: celkovým počtem míst ubytovacího objektu a řízením a obsluhujícím personálem ubytovacího objektu.

Čertík a kol. (2001) člení ubytovací zařízení na ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních a na ubytování v soukromí. Ryglová (2005) má vymezená kritéria členění ubytovacích zařízení dle: charakteru zařízení (pevná a pohyblivá), časového využití (celoroční, dvousezónní, jednosezónní), provozovatele (zařízení volného cestovního ruchu, vázaného cestovního ruchu), druhu zařízení (hromadná a individuální). Galvasová a kol. (2008) třídí ubytovací zařízení do 5 kategorií: hotel, motel, penzion, ostatní ubytovací zařízení a depandance.

Dle doporučení UNWTO² se ubytovací zařízení člení na:

1. hromadná ubytovací zařízení

- a) hotely a obdobná zařízení s možností stravování
 - hotel
 - hotel garni
 - motel

² Světová organizace cestovního ruchu

- penzion
- hotel
- b) jiná hromadná ubytovací zařízení
- kemp
- chatová osada
- turistická ubytovna

2. individuální ubytování (mimo hromadná ubytovací zařízení)

Od roku 2013 je platná také Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky pro období 2013 – 2015, která rozděluje ubytovací zařízení do 4 kategorií:

- hotel, kterým se rozumí ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených,
- motel, kterým se rozumí ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených pro motoristy,
- penzion, kterým se rozumí ubytovací zařízení s nejméně 5 pokoji pro hosty, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb, avšak s ubytovacími službami srovnatelnými s hotelem; pro účely klasifikace je penzion specifikován jako ubytovací zařízení s nejméně 5 a maximálně 20 pokoji pro hosty,
- ostatní ubytovací zařízení, kterými jsou zejména ubytovny, koleje, svobodárny, internáty, kempy a skupiny chat nebo bungalovů, vybavené pro poskytování přechodného ubytování. (Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2013 – 2015)

2. 4. 2 Stravovací zařízení

Podle Oriešky (2010, s. 137) umožňují stravovací služby „*uspokojování základní potřeby výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času využitelného k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu*“. Stejný autor uvádí, že se jedná o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení a společensko – zábavní služby. V cestovním ruchu se mimo jiné setkáváme i s individuálním stravováním, které bývá často spojeno s pobytem ve vlastních ubytovacích zařízeních. Hornerová a Swarbrooke (2003, s. 353)

říkají, že stravovací služby jsou „základním produktem pro většinu jejich provozovatelů, ale jsou také důležitým doplňkovým produktem pro ostatní organizace cestovního ruchu, služeb pro využití volného času a ubytovacích služeb, který může hrát roli při rozhodování zákazníků o koupi hlavního produktu“. Dodávají, že hlavní činností stravovacích služeb je „příprava jídel, která se konzumují buď v zařízeních provozovatele stravovacích služeb, nebo doma u zákazníků“. Galvasová a kol. (2008, s. 98) uvádějí hlavní úkol stravovacích zařízení jako „zajištění možnosti stravování návštěvníkům cestovního ruchu“. Dále uvádí, že stravovací zařízení jsou často spojena s ubytovacími zařízeními cestovního ruchu a jejich vytíženost záleží na obsazenosti ubytovacích zařízení. Čertík a kol. (2001) rozděluje stravovací zařízení na restaurační a barová zařízení. Z roku 1994 existuje Doporučení upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení.

Toto doporučení vymezuje 2 základní kategorie stravovacích zařízení:

- restaurace (restaurace, samoobslužné jídelny, rychlé občerstvení, železniční jídelní vozy a jiná zařízení pro přepravu cestujících),
- bary (bary, noční kluby, pivnice, vinárny, kavárny-espressa). (Čertík a kol., 2001)

S touto kategorizací souhlasí Oriška (2010), Galvasová a kol. (2008) a Beránek (2013). Oriška (2010, s. 140) dále dodává, že pro kategorii restaurací je „dominantní prodej pokrmů s možností zakoupení nápojů a možností různých forem společenské zábavy“ a pro bary je „dominantní prodej nápojů s možností různých forem společenské zábavy; je možno prodávat také výrobky studené kuchyně, cukrářské výrobky, podle místních podmínek teplé pokrmy (zejména minutky)“.

2. 4. 3 Dopravní služby

Ryglová (2005, s. 27) říká, že „dopravními službami v cestovním ruchu rozumíme služby, které jsou spojeny se zajištěním vlastní přepravy účastníků cestovního ruchu a jejich zavazadel včetně informací o dopravním spojení, rezervování míst v dopravních prostředcích, prodejem dopravních cenin, vyřizováním reklamací, apod.“.

Ta samá autorka dělí dopravu:

- dle použitého dopravního prostředku (pozemní – tj. železniční a silniční, letecká a vodní),
- dle oblasti dopravy (vnitrostátní a mezinárodní),

- dle jízdního řádu (služby pravidelné dopravy a služby nepravidelné dopravy). (Ryglová, 2005)

Orieška (2010, s. 37) uvádí, že „*dopravní služby umožňují přepravu účastníka cestovního ruchu z místa trvalého bydliště do cílového místa a zpět a pohyb v cílovém místě*“. Dále uvádí, že vztah mezi dopravou a cestovním ruchem je oboustranným vztahem, protože „*rozvoj jednotlivých forem a druhů cestovního ruchu vyvolává vznik nových forem dopravy, rekonstrukci existující a výstavbu nové dopravní sítě, výrobu dopravních prostředků s přihlédnutím k požadavkům účastníků cestovního ruchu*“.

Čertík a kol. (2001, s. 117) se zabývají stejně jako Orieška (2010) vztahem mezi dopravou a cestovním ruchem. Autoři uvádějí, že „*vztah mezi cestovním ruchem a dopravou je vzájemně podmiňující, což znamená, že rozvoj nových forem a druhů cestovního ruchu vyvolává zároveň i nové požadavky na rozvoj nových forem, kvalitu a přepravní kapacitu a také na rozvoj a rekonstrukci dopravní sítě*“.

Čertík a kol. (2001) člení dopravu:

- podle druhu použitého dopravního prostředku (letecká, železniční, silniční, vodní a ostatní druhy dopravy),
- z teritoriálního hlediska (vnitrostátní a mezinárodní),
- z hlediska periodicity přepravních služeb (pravidelná a nepravidelná),
- dle sezonnosti (celoroční a sezonní). (Čertík a kol., 2001)

Beránek (2013) uvádí Standardní klasifikaci způsobů dopravy podle UNWTO:

1. Letecká doprava

- lety podle letového plánu
- lety bez letového plánu
- soukromé lety
- jiná letecká přeprava

2. Vodní doprava

- osobní linky, trajekty a přivozy
- okružní plavby
- jachty
- ostatní vodní přeprava

3. Pozemní doprava

- železniční doprava

- meziměstské a městské autobusové linky a jiná veřejná silniční doprava
- soukromé dopravní prostředky
- taxi, limuzíny a motorové dopravní prostředky k pronajmutí s řidičem
- pronájem dopravních prostředků tažených lidmi či zvířaty
- vlastní soukromé dopravní prostředky (s kapacitou maximálně 8 osob)
- pronájem dopravních prostředků bez obsluhy (s kapacitou maximálně 8 osob)
- ostatní dopravní prostředky pro pozemní dopravu: koně, kola, motocykly atd.
- chůze

Beránek (2013, s. 144) říká, že „*tato klasifikace je považována za nejobecnější a také nejvýznamnější*“.

3 Cíle a metodika práce

3. 1 Cíle práce

Cílem práce je specifikovat současnou nabídku produktu cestovního ruchu ve zkoumané oblasti a následně doporučit další rozvoj služeb ve zkoumaném území na základě průzkumů zákaznických potřeb, vyjádření vedení podniku, místní samosprávy a dalších organizací věnujících se problematice cestovního ruchu.

3. 2 Metodický postup řešení práce

Metodický postup bakalářské práce je založen na využití široké škály vědeckých poznatků, získaných studiem vědecké a odborné literatury v podobě monografií a dalších publikací, vědeckých a odborných časopisů, studií a materiálů zařízení poskytující služby cestovního ruchu. Toto řešené téma vyžaduje shromáždění velkého množství dat, která poté umožní vlastní výzkum. Základní metodou celé bakalářské práce je analýza. Výzkum byl proveden v několika etapách, které na sebe navazují a vycházejí ze stanoveného cíle.

V práci používané výzkumné techniky:

- studium odborné literatury
- analýza sekundárních dat
- popis zkoumané oblasti
- dotazníkové šetření
- řízené rozhovory
- vlastní pozorování
- komparační analýza
- dedukce

Analýza sekundárních dat přispěla k vymezení zkoumané oblasti. Oblast byla popisována z webových stránek MAS, měst a obcí a z webových stránek, které se věnují cestovnímu ruchu.

Druhým krokem bylo provedeno dotazníkové šetření, které se zaměřovalo na účastníky cestovního ruchu, kteří nejsou obyvateli oblasti. Dotazníkové šetření se uskutečnilo od června do září roku 2014. Dotazník byl vystaven na webových stránkách vyplnto.cz. Kopie dotazníku je vložena jako příloha 2. Dotazník obsahoval celkem 12

otázek, z toho 3 otázky byly polootevřené a 2 otázky identifikační. K vyhodnocení dotazníků byl využit Microsoft Office Excel, ze kterého byly vyhotoveny grafy.

Dále byly provedeny řízené rozhovory. První rozhovor proběhl v sídle MAS Krajina srdce v Mladé Vožici s paní Ing. Monikou Hienlovou a druhý rozhovor byl v kanceláři starosty města Mladá Vožice s panem Mgr. Jaroslavem Větrovským. Oba dotazovaní byli velice vstřícní. Tyto řízené rozhovory měli ověřit data, která byla získána z dotazníkového šetření. Výběr dotazovaných byl sestaven s ohledem na problematiku práce.

Další výzkumnou technikou bylo vlastní pozorování. Vlastní pozorování bylo prováděno po celou dobu psaní práce, protože v oblasti bydlím. Při stanovení počtu ubytovacích zařízení, která jsou stanovena v kapitole 4, jsem využila výzkumné techniky vlastního pozorování, protože údaje získané na webových stránkách czso.cz neodpovídali realitě.

Poslední výzkumnou technikou byla komparační analýza. Nejdříve proběhl sběr dat. Poté následovala analýza současného stavu nabídky cestovního ruchu v oblasti. Z analýzy následovalo vyhodnocení dat a následně byla provedena komparační analýza.

Všechny tyto uvedené techniky byly shrnuty v syntéze, ze které poté plynou návrhy a opatření. Analýza sekundárních dat byla provedena nejdříve, z ní vedl popis zkoumané oblasti. Poté byly vypracovány dotazníky, které respondenti vyplňovali elektronickou formou. K potvrzení dat z dotazníkového šetření byly provedeny dva řízené rozhovory. Na závěr bylo provedeno vlastní pozorování, které ucelilo získané informace. Posledním krokem byla provedena syntéza získaných informací. Pro vypracování návrhů a opatření jsem využila metodu dedukce.

4 Vymezení regionu Mladovožicko

Oblast Mladovožicko patří do 3 vymezených oblastí:

- oblast Toulava
- Občanské sdružení MAS Krajina srdce
- DSO³ Mikroregion Venkov

Pro tuto bakalářskou práci jsem si vybrala území MAS Krajina srdce. Oblast leží v severovýchodní části Jihočeské kraje (okres Tábor) a jihozápadní části Středočeského kraje (okres Příbram). Skládá se ze 46 obcí a měst. Sídlo MAS Krajina srdce je v Mladé Vožici. Mapa regionu, který spadá pod MAS Krajina srdce je v příloze 1 (www.maskrajinasrdce.cz, 2015).

Ve městě Mladá Vožice a ve městě Sedlec – Prčice se nacházejí 2 turistická informační centra. Tyto turistická informační centra jsou jediná na celém území regionu. V Mladé Vožici je TIC⁴ umístěno v budově městského úřadu na Žižkově náměstí. Otevírací hodiny jsou: od úterý do pátku 10:00 – 15:00 s polední přestávkou od 12:00 – 13:00, v sobotu od 9:00 – 11:00 a v neděli a pondělí je zavřeno (www.firmy.cz, 2015).

TIC Sedlec – Prčice se nachází na Vítkově náměstí. Otevírací hodiny pro září až srpen jsou od pondělí do pátku 7:30 – 16:00 a pro červenec a srpen: pondělí – pátek od 7:30 do 16:00, sobota od 10:00 do 15:00 (www.sedlec-prcice.cz, 2015).

4. 1 Ubytovací zařízení

Na území MAS Krajina srdce se nachází 34 hromadných ubytovacích zařízení, která podrobně uvádím v tabulkách číslo 1 – 3 a velké množství chat a chalup, např.: Chalupa Moraveč, Chalupa Dražičky, Chata Sudoměřice, Chalupa u malíře – Opařany, atd.

Tabulka 1: Ubytovací zařízení v oblasti Sedlec - Prčice

Sedlec - Prčice		
Penzion Dalmo	Penzion Hugo	Penzion Mlýn
Penzion Na Tvrzi	TJ Sokol	Hotel Monínec
Zámek Prčice	Apartmány Dvorce	Penzion Pod Moníncem
Bed and Breakfast	Strnadovský Mlýn	Penzion U Bizona

Zdroj: vlastní zpracování

³ Dobrovolný svazek obcí

⁴ Turistické informační centrum

Tabulka 2: Ubytovací zařízení v dalších oblastech MAS Krajina srdce I

Mladá Vožice	Nadějkov	Jistebnice	Opařany	Borotín
Penzion Záložna	Parkhotel Mozolov	Penzion Hůrka	Statek Beranka	Penzion Na Rynku
Apartmány Zelená zahrada	Penzion Kateřina	RS Javorová Skála		Sportovní hala Borotín - ubytovna
Penzion U Jaromíra		Penzion U Rezků		

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 3: Ubytovací zařízení v dalších oblastech MAS Krajina srdce II

Chotoviny	Svrabov	Pojbuky	Smilovy Hory	Dolní Hořice
Hotel Gold	Farma Hejlov	RS Kozák	Chatová osada Radostovice	Penzion Pacovka
Penzion Pod Ořechem		RS Blatnice	Penzion Stará škola	Penzion U Vaňků
Penzion U Farmáře			Turistická ubytovna obce Smilovy Hory	

Zdroj: vlastní zpracování

Hotel Monínec

Hotel Monínec je tříhvězdičkový hotel. Kapacita hotelu je 84 lůžek (22 dvoulůžkových, 6 třílůžkových a 4 čtyřlůžkové pokoje) (www.moninec-hotel.cz, 2013a). Součástí hotelu je wellness, restaurace, konferenční sál a salonek. Hotel také disponuje vlastním parkovištěm, venkovním bazénem, dětským hřištěm a hřištěm na tenis a volejbal. V blízkosti areálu se nachází 2 golfové hřiště. V komplexu se dále nacházejí dva apartmánové domy s kapacitou 70 lůžek a chalupy Javorka a Čertovka s kapacitou 65 lůžek (www.moninec-hotel.cz, 2013b). Nachází se zde lyžařský areál Monínec se třemi sjezdovkami, snowparkem, skiservisem a lyžařskou školou (www.zima.moninec.cz, 2013).

Hotel Gold

Hotel Gold je čtyřhvězdičkový hotel. Hotel disponuje 24 pokoji (jednolůžkovými a dvoulůžkovými, Gold apartmánem a rodinným apartmánem) (www.hotelchotoviny.cz, 2015a). V hotelu nalezneme wellness, restauraci, vinárnu, sál a několik menších salonků. Salonky jsou vybaveny konferenční technikou. Sál má kapacitu až 110 osob (www.hotelchotoviny.cz, 2015b). U hotelu se nachází prostorné

parkoviště. Hotel dále nabízí masérské služby nebo sestavení sportovně – relaxačního programu na míru. V celém objektu je WI-FI připojení zdarma.

Parkhotel Mozolov

Parkhotel Mozolov nabízí ubytování v hotelu, který má kapacitu 39 lůžek (11 třílůžkových pokojů a 1 šestilůžkový pokoj), ubytování v bungalovech s kapacitou 140 lůžek nebo ubytování ve srubech s kapacitou 72 lůžek (www.mozolov.hotel.cz.com, 2015a).

Nachází se zde 10 bungalovů. Každý bungalov má 5 ložnic (2 dvoulůžkové pokoje, 2 třílůžkové pokoje a 1 čtyřlůžkový pokoj) (www.mozolov.hotel.cz.com, 2015b). V bungalovech jsou 2 sociální zařízení a kuchyňka. Sruby jsou čtyřlůžkové. Hotelové pokoje mají vlastní sociální zařízení. WI-FI zdarma v celém areálu. V areálu se nachází hřiště na tenis, fotbal a plážový volejbal, asfaltová hřiště na míčové hry, stoly na stolní tenis, dětská hřiště, dětská herna, wellness, krytý bazén a rybník určený ke koupání a rybaření (www.mozolov.hotel.cz.com, 2015c).

Rekreační středisko Blatnice

Rekreační středisko leží 10 km od Mladé Vožice směrem na Pacov. Najdete tu 12 samostatných třílůžkových chat, v každé z nich je elektrické topení (www.zvas.cz, 2013a). Ke stravování slouží jídelna a kuchyňka ve společenské budově. Ve společenské budově se nachází i společná sociální zařízení a společenská místnost. Je zde možnost využít stolní tenis, kurt s umělým povrchem, venkovní krb, kulečnický nebo elektronický šipky (www.zvas.cz, 2013b).

Penzion Stará škola

Penzion vznikl přestavbou základní školy. Kapacita penzionu je 21 lůžek rozdělených do 5 jednotek: 1 třílůžkový pokoj, 1 dvoulůžkový a 1 čtyřlůžkový pokoj, 1 čtyřlůžkový pokoj, 2 dvoulůžkové pokoje (www.smilovyhory.cz, 2015a). Všechny jednotky mají vlastní sociální zařízení. V přízemí objektu je společenská místnost, krb a samostatná kuchyň (www.smilovyhory.cz, 2015b). Penzion je vybaven saunou, posilovnou a malou tělocvičnou. V Penzionu není WI-FI připojení.

Penzion U Bizona

Penzion nabízí 3 apartmány – 2 pětilůžkové a 1 třílůžkový apartmán (www.opbcunkov.cz, 2015a). Všechny apartmány mají samostatnou kuchyňku a vlastní

sociální zařízení. Součástí objektu je venkovní krytá tribuna a hospoda. V objektu není WI-FI připojení (www.opbcunkov.cz, 2015b).

Penzion Dalmo

Penzion Dalmo má kapacitu 63 lůžek (www.dalmo.cz, 2015a). Součástí penzionu je restaurace a vinárna. Dále je v objektu dostupný ricochet, tělocvična, vířivka, infrasauna a kulečník. Penzion nabízí 2 místnosti (pro 55 a 16 osob) pro různá školení (www.dalmo.cz, 2015b). Ve venkovních prostorech nalezneme gril, víceúčelové hřiště a minigolf. Penzion má WI-FI připojení (www.dalmo.cz, 2015c).

Zámek Prčice

Zámek je od roku 1996 rekonstruován (www.zamekprcice.cz, 2015a). Zámek nabízí pobyt na zámku, pronájem zámeckého parku a pronájem společenských prostor. Je zde 5 dvoulůžkových pokojů a 1 čtyřlůžkový pokoj (www.zamekprcice.cz, 2015b). Součástí zámku je i zámecká kuchyně a bar.

4. 2 Stravovací zařízení

V této kapitole uplatňuji vlastní pozorování, protože jsem nenašla žádný zdroj, který by odpovídal realitě. V regionu nalezneme mnoho stravovacích zařízení, z nichž pro další rozvoj regionu je důležitých těchto 5 stravovacích zařízení.

Restaurace U Zvonice

Restaurace vaří polední menu a minutky, českou kuchyni. Do restaurace není bezbariérový přístup. Možnost venkovního posezení, které také není bezbariérové. Neakceptuje platební karty.

Bistro Drak

Restaurace je bezbariérová, vaří italskou kuchyni. Neakceptuje platební karty. Restaurace nemá venkovní zahrádku (www.bistro-drak.cz, 2015).

Pivovar a hradní restaurace Vítek z Prčice

Restaurace je součástí pivovaru. Vaří zde českou kuchyni, hotová jídla i minutky. Neakceptuje platební karty. Venkovní posezení u restaurace je bezbariérové (www.vitekzprcice.cz, 2015).

Restaurace Monínec

Restaurace vaří českou kuchyní. Najdeme tu venkovní terasu, všechny prostory restaurace jsou bezbariérové. Restaurace akceptuje platební karty (www.zima.moninec.cz, 2015).

Hostinec U Rezků

Hostinec nabízí hotová i minutková jídla. Vaří českou kuchyní. Součástí hostince je i venkovní posezení, celý prostor je bezbariérový (www.urezku.cz, 2015).

4. 3 Atraktivita cestovního ruchu

Oblast má potenciál v poskytování kulturních, historických a přírodních atraktivit. Z kulturně – historických objektů se jedná o tvrze, zámky, hrady, zříceniny hradů, židovské hřbitovy a lidovou architekturu – roubené domy. Z přírodních atraktivit jsou zde zastoupeny přírodní parky a přírodní rezervace. Nalezneme zde i minipivovar a různá muzea, např.: muzeum historických vozidel.

Centrum Šelmberk

Historické řemeslně vzdělávací centrum Šelmberk se nachází asi 3 km od Mladé Vožice směrem na Běleč. Centrum leží na cyklotrase Kolem hradu Šelmberk nebo k centru Šelmberk vede turistická trasa (červená značka). Centrum se skládá ze zříceniny hradu Šelmberk s přístupnou věží, hlavní budovy, šelmerského mlýna, bylinné zahrady, hodovního sálu, různých dílen a střelnice (www.centrumselmberk.cz, 2015a). Kromě věže je tu bezbariérový přístup. Centrum pořádá celoročně vzdělávací pobyty, semináře, festival dobové kuchyně, festival Na hradě a v podhradí, ukázky řemesel a další (www.centrumselmberk.cz, 2015b).

Festival Na hradě a v podhradí – festival je každoročně pořádán na konci června, jedná se o festival historických řemesel, jsou zde pořádány soutěže pro děti a další (www.centrumselmberk.cz, 2015c).

Zámek Mladá Vožice

Vožický zámek byl stavěn v letech 1570 – 1603 v renesanční podobě. Dnes je zámek v barokním stylu a postupně se rekonstruuje (www.hrady.cz, 2015). K zámku patří zámecká zahrada. Každoročně se tu pořádají dny otevřených dveří, zámecké slavnosti, středověké trhy, dny s divadlem a víkend otevřených zahrad.

Ústějovská kaplička

Kaplička leží asi 2 km od města Mladá Vožice. Ústějovská kaplička je známá hlavně díky lípě u kapličky, která získala ocenění v soutěži Strom roku v roce 2005 ([www.maskrajinasrdce](http://www.maskrajinasrdce.cz), 2015). Pro stálé obyvatele je kaplička i lípa důležité místo.

Hrad Borotín a barokní hospodářský dvůr Borotín

Zřícenina hradu Borotín leží východně od obce Borotín. Jednou ze zajímavostí je, že se tu natáčela pohádka Honza málem králem. K hradu se turisté můžou dopravit autobusem nebo k hradu vedou turistické značky (www.borotin.cz, 2015a).

Barokní hospodářský dvůr je kulturní památkou od roku 2003. Dvůr je v současné době v rekonstrukci, která by měla trvat do roku 2020 a je rozdělena do 3. fází. První fáze rekonstrukce již proběhla v letech 2010 – 2014. (www.borotin.cz, 2015b).

Zámek Jistebnice

Zámek Jistebnice byl postaven v letech 1878 – 1882 (www.hrady.cz, 2015a). Zámek obklopuje rozlehlý anglický park. Zámek není přístupný veřejnosti.

Přírodní park Polánka

Přírodní park je ohraničen obcemi Rodná, Bradáčov, Dolní Hořice a Pohnánek. Území parku je součástí Křemešnické vrchoviny (www.ospolanka.cz, 2015a). Nejvyšší bod je vrch Batkovy (724 m. n. m.) kde pramení řeka Blanice (www.ospolanka.cz, 2015b).

V regionu jsou další 4 přírodní parky – přírodní park Jistebnická vrchovina, přírodní park Suchdolský rybník, přírodní park Vlašimská Blanice a přírodní park Jesení (www.mapy.cz, 2015a). Dále tu jsou také 2 přírodní rezervace a to přírodní rezervace Pacova Hora a přírodní rezervace Kladrubska Hora (www.mapy.cz, 2015b).

Chýnovská jeskyně

Chýnovská jeskyně je zařazena do kategorie národní přírodní památka od roku 1992 (www.caves.cz, 2015a). Je to jediná jeskyně v regionu. Objevena byla roku 1863 v jednom z bývalých selských lomů a od roku 1868 je první veřejnosti zpřístupněnou jeskyní na území Čech a Moravy (www.caves.cz, 2015b). Má otevřeno od dubna do října kromě pondělí (www.caves.cz, 2015c).

Muzeum Janecký Chotoviny

V muzeu historických vozidel a motocyklů je umístěno 80 exponátů (www.janecky.cz, 2015a). V muzeu se také nachází historické zemědělské stroje. Muzeum je soukromého vlastníka, ale na požádání je přístupné komukoliv. Každý rok pořádá muzeum vyjížďky po okolí a Rallye Kaprun (cesty do Kaprunu v rakouských Alpách) (www.janecky.cz, 2015b).

Lyžařské areály

Na celém území se nacházejí 4 lyžařské areály – Monínec, Kvasejovice, Hůrka a Kouty. Lyžařský areál Monínec je plně vybavené středisko zatímco lyžařské areály Hůrka a Kouty jsou určeny hlavně pro místní obyvatele.

Lyžařský areál Kouty - Lyžařský areál Kouty nabízí 3 sjezdovky – zelenou, červenou a černou s 2 lyžařskými vleky. Areál je plně odkázán na sníh, protože zde není žádné umělé zasněžování (www.vlekykouty.ic.cz, 2015).

Lyžařský areál Hůrka - V lyžařském areálu Hůrka se nachází pouze jedna sjezdovka, a stejně jako v lyžařském areálu Kouty, ani zde není umělé zasněžování. (www.osada-hurka.estranky.cz, 2015).

Lyžařský areál Kvasejovice - Ski areál Kvasejovice nabízí 3 vleky – A, B a D. Tento areál se rozšiřuje a do budoucna má naplánováno rozšíření sjezdovek, vybudování dětského parku a postavení penzionu Horská chata (www.skikvasejovice.cz, 2015).

Lyžařský areál Monínec - V areálu se nachází zázemí jak pro zimní tak letní vyžití. V zimní období jsou zde k dispozici 3 sjezdovky, snowpark, snowtubing, lyžařská škola a běžkařské trasy (www.zima.moninec.cz, 2013). V letním období tu naleznete bikepark – červená a modrá trasa, venkovní i vnitřní bazén, tenisové a volejbalové hřiště a mnoho cyklotras okolo areálu (www.leto.moninec.cz, 2013)

Další dvě atraktivita nejsou atraktivitami v pravém slova smyslu, ale tyto pojmy jsou na Mladovožicku i v okolí velice známými, proto je v této bakalářské práci uvádím jako atraktivita cestovního ruchu. Myslím, že turisté by mohli za těmito atraktivitami do oblasti přicestovat.

Pochod Praha – Prčice

Pochod nabízí 21 tras, z toho 4 cyklotrasy, 1 trasu pro vozičkáře a 1 dětskou trasu (www.praha-prcice.cz, 2015a). Organizátoři pochodu spolupracují s Českými drahami, které speciálně pro tuto akci posilují současné spoje nebo zavádějí nové spoje. První pochod Praha – Prčice byl v roce 1966 (www.praha-prcice.cz, 2015b). V prvních letech se dostávala za odměnu stužka, poté se zavedla botička, která se jmenuje „Prčický škrpál“. Za posledních 10 let se průměrně účastnilo okolo 18 000 pochodníků (www.praha-prcice.cz, 2015c).

Zlatá šlapka

Zlatá šlapka je cykloturistický závod, kterého se mohou zúčastnit jak amatéři, tak profesionálové. Závod se koná na Mladovožicku. Startuje se ráno a závodníci do odpoledne jezdí po stanovištích rozmístěných po Mladovožicku a sbírají body. Vyhrává tým s nejvíce body. Závod je obvykle zakončen vyhlášením a další zábavou (www.kolem.cz, 2015).

4. 4 Dopravní infrastruktura

Regionem prochází dálnková silnice D3, která se pořád buduje. Silnice D3 prochází regionem od Chotovin do Mezna. Dále regionem neprochází žádná další silnice I. třídy.

Silnice II. třídy:

silnice II/120 - Rudolec – Jesenice - Sedlec – Prčice – Borotín – Nemyšl – Nová Ves u Mladé Vožice – Zhoř u Mladé Vožice – Mladá Vožice (www.mapy.cz, 2015a)

silnice II/121 – Votice – Heřmaničky – Sedlec – Prčice – Sušetice – Chyšky (www.mapy.cz, 2015b)

silnice II/122 – Nové Libenice – Ostrý – Chlum – Jistebnice – Drahnětice – Skrýchov u Opařan – Opařany – dále na Bechyni (www.mapy.cz, 2015c)

silnice II/123 – Všechnov – Vlášnice – Jistebnice – Nadějkov – Nosetín (www.mapy.cz, 2015d)

silnice II/124 - prochází 3 kraji - Středočeským, Jihočeským a Vysočinou
- Neustupov – Mladá Vožice - Těchobuz (www.mapy.cz, 2015e)

silnice II/125 - Mladá Vožice – Šebířov – Kamberk – Louňovice pod Blaníkem – Kondrac – Vlašim – Pavlovice – Uhlířské Janovice – Kolín – napojení na dálnici D11 (www.mapy.cz, 2015f)

silnice II/137 - Hodětín – Sudoměřice u Bechyně – Malšice – Tábor – Ratibořské Hory – Mladá Vožice – Načeradec (www.mapy.cz, 2015g)

silnice II/603 – Sudoměřice u Tábora – Moraveč – Košín – Tábor (www.mapy.cz, 2015h)

Železnice prochází regionem od Chotovin přes Sudoměřice u Tábora, Mezno, Červený Újezd až do Heřmaniček. Trať vede do regionu ze směru České Budějovice – Tábor. Dále železniční trať č. 220 pokračuje směrem Benešov – Praha (www.mapy.cz, 2015ch). Další železniční trať č. 201 prochází regionem v jeho jižní části a to přes Svrabov – Třemešná – Padařov (www.mapy.cz, 2015i).

Do regionu se můžeme dostat z Českých Budějovic s jedním přestupem v Táboře nebo v Olbramovicích. Vlaky jezdí do regionu každou hodinu celý den a cesta trvá zhruba 90 minut. Z hlavního města se dostaneme do regionu také s jedním přestupem, a to buď v Benešově, nebo v Olbramovicích. Tyto vlaky jezdí zhruba každé dvě hodiny. Cesta trvá okolo 90 minut.

Autobusových spojení v regionu je nespočet, ale o víkendu jsou tyto spoje značně omezené. Těmito spojeními se turisté dostanou do hodně turistických míst v regionu. Z Českých Budějovic do regionu jezdí ve všední den každé dvě hodiny autobus s jedním přestupem v Táboře. Cesta trvá okolo 2 hodin. O víkendu z Českých Budějovic do regionu jezdí 3 spojení za den. Z Prahy se ve všední den do oblasti dostaneme s jedním přestupem a to buď v Benešově, Miličíně nebo v Táboře. Autobusy jezdí také zhruba každé 2 hodiny a cesta trvá s ohledem na místo přestupu okolo 150 minut. O víkendu z Prahy autobusy jezdí méně pravidelně a to zhruba 4 spojení za den.

Na území regionu nejsou žádné další druhy dopravy.

Regionem prochází mnoho cyklotras a stezek, např.:

- Blatnické okruhy – skládají se z 6 okruhů a měří celkem 154 km (www.kolem.cz, 2015a)
- Kolem hradu Šelmberk – cyklotrasa je zároveň i naučnou stezkou, cyklotrasa měří 54,2 km a naučná stezka 5 km (www.kolem.cz, 2015b)

- Stříbrná osmička – cyklotrasa je dlouhá 50 km, vede k dochovaným památkám dolování stříbra na Mladovožicku (www.kolem.cz, 2015c)
- Kolem Chýnovské jeskyně – trasa měší 42 km, vede přírodním parkem Polánka (www.kolem.cz, 2015d)
- naučná stezka Nadějkovsko – informace o historii obce Nadějkov a okolí na 15 tabulích na stezce, stezka je dlouhá asi 13, 5 km, lze ji rozdělit do 2 okruhů (www.nadejkov.cz, 2015a)
- Nadějkovská rodinná stezka – stezka je dlouhá asi 1, 5 km a na cestě je 7 zastávek s informačními tabulemi a herními prvky pro děti (www.nadejkov.cz, 2015b)
- cesta Na Homole – je značená žlutou turistickou značnou (www.nadejkov.cz, 2015c)

Dále tu jsou zelené stezky Greenways Čertovo Břemeno – měří okolo 100 km. Tyto stezky jsou složeny z cykloturistických tras, běžkařských tras, turistických tras, naučných stezek, křížové cesty, lesoparku Městské sady Jistebnice, vycházkového okruhu Městskou památkovou zónou Sedlec – Prčice a 7 dalšími výletními trasami (www.certovo-bremeno.cz, 2015).

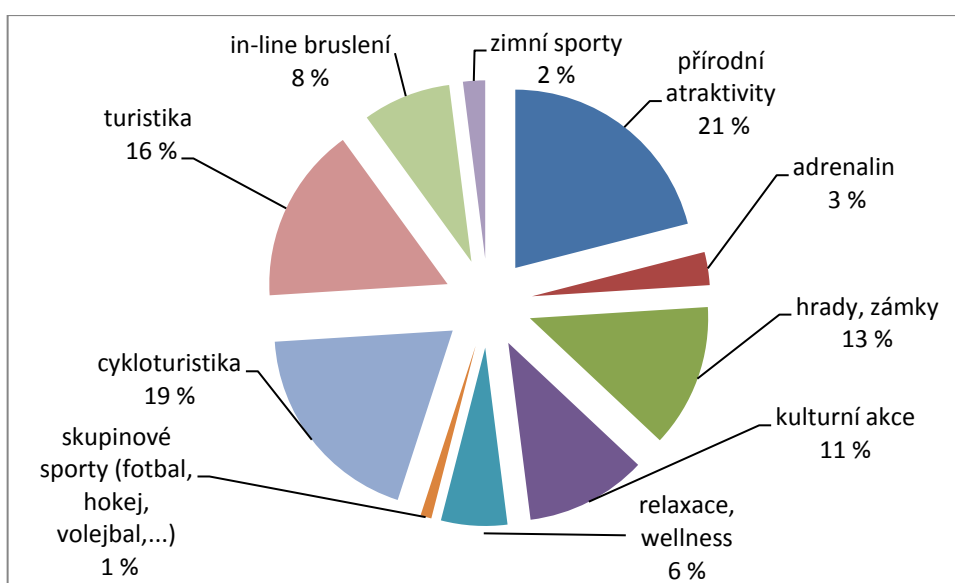
V zimní období jsou zde i lyžařské (běžkařské) trasy, které upravuje Občanské sdružení Polánka.

5 Vlastní šetření

5. 1 Dotazníkové šetření

Graf 1: Motivace k cestě do regionu Mladovožicko

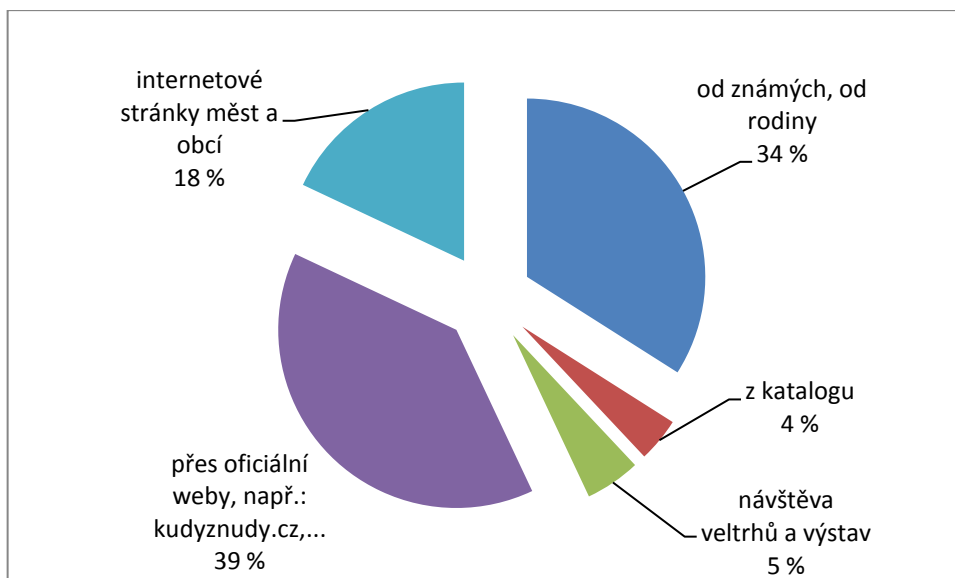
Motivace k cestě do oblasti byla první otevřenou otázkou. Zaznamenáno bylo 196 odpovědí. Nejvíce lidí by přijelo do Mladovožicka za přírodními atraktivitami, turistikou, cykloturistikou a za hrady a zámky. Méně je zajímaví kulturní akce, relaxace a wellness a in-line bruslení. Nejméně respondentů by přijelo za zimními sporty, adrenalinovými zážitky nebo skupinovými sporty jako je např. fotbal, hokej, volejbal a další.



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 2: Možnosti získání informací

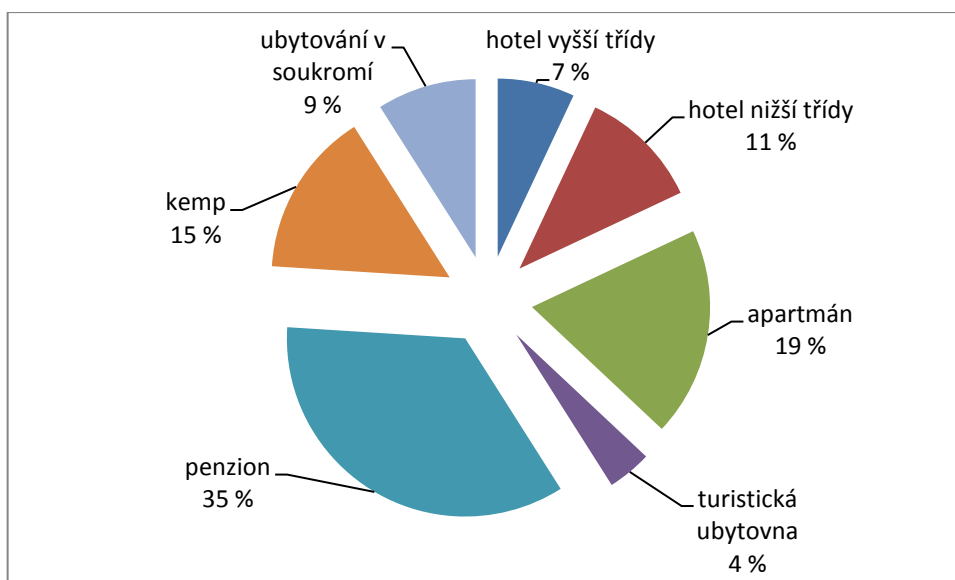
Informace o oblasti 39 % respondentů nejčastěji získává přes oficiální weby, např.: kudyznudy.cz. Dalších 34 % dotazovaných se informují u známých nebo u rodiny. Z internetových stránek měst a obcí získává informace 18 % respondentů a nejméně se informují z katalogu nebo z návštěv veletrhů a výstav.



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 3: Preferované ubytovací zařízení

Nejvíce respondentů, a to 35% preferuje penzion. Z dotazovaných by se dalších 19 % ubytovalo v apartmánu, 15 % v kempu. Hotel nižší třídy preferuje pouze 11% respondentů. Nejméně dotazovaní preferují ubytování v soukromí (9 %), hotel vyšší třídy (7 %) a turistickou ubytovnu (4 %).

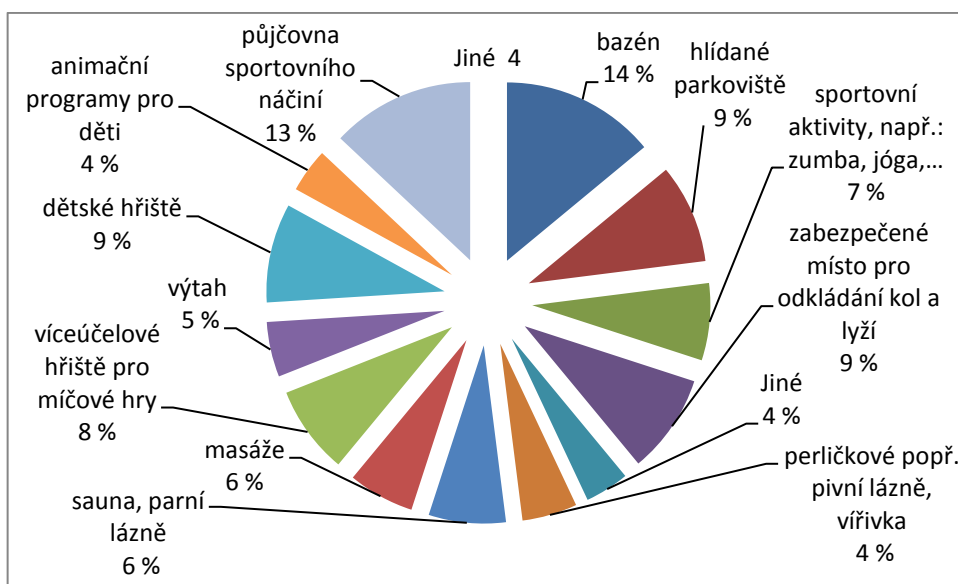


Zdroj: vlastní zpracování

Graf 4: Součást ubytovacího zařízení

Co by mělo být součástí ubytovacího zařízení je druhá otevřená otázka. Celkem bylo 303 odpovědí. Nejvíce by dotazovaní ocenili jako součást ubytovacího zařízení

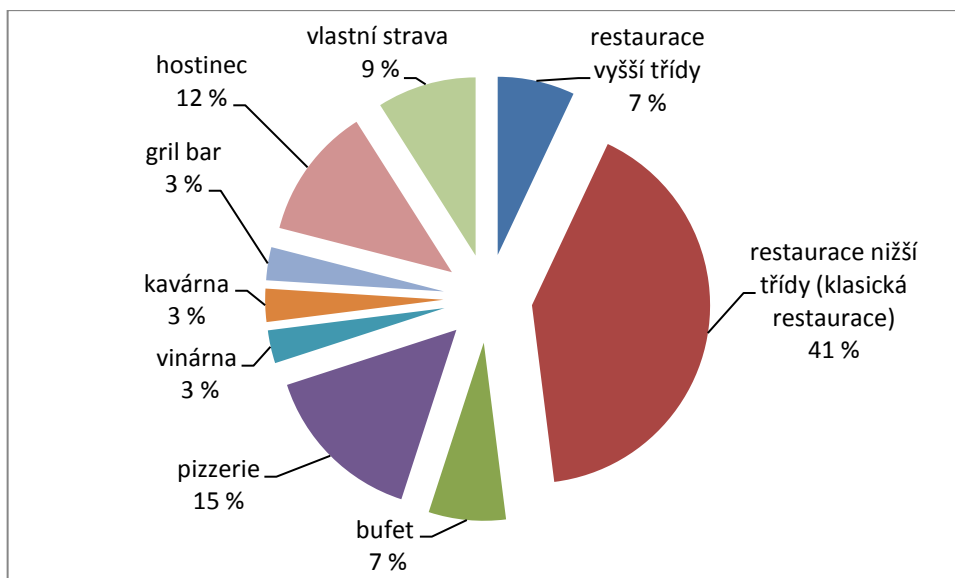
půjčovnu sportovního náčiní, bazén, hlídané parkoviště, zabezpečené místo pro odkládání kol a lyží a dětské hřiště. Méně preferovanými součástmi ubytovacího zařízení jsou víceúčelové hřiště, zajištění sportovních aktivit jako je např. zumba dále to jsou masáže, sauna, parní lázně, vířivka, animační programy pro děti a výtah. Jinou odpověď zaškrtnulo 4 % respondentů. Dva dotazovaní se shodli na restauraci a společenské místnosti. Další dva dotazovaní by chtěli mít povoleno ubytování se svým domácím mazlíčkem. Ostatní odpovědi: kosmetické služby, WIFI, hodiny jízdy na koni a garáže. Čtyři respondenti neodpověděli.



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 5: Možnosti stravování ve stravovacích zařízeních

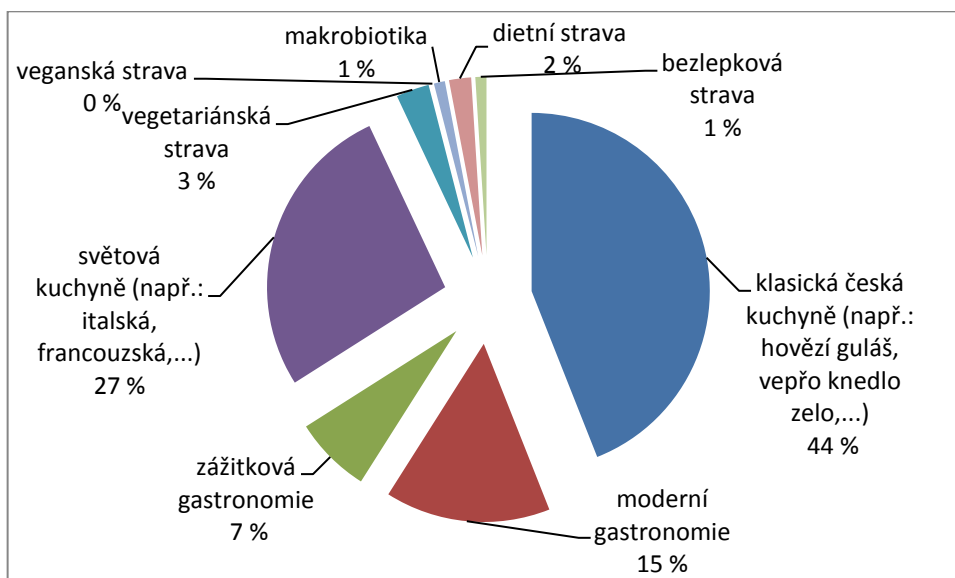
Z dotazovaných, 41 % by se nejraději stravovalo v restauraci nižší třídy, v klasické restauraci. Patnáct procent respondentů by se stravovalo v pizzerii, 12 % v hostinci. Z dotazovaných by se 9 % stravovalo vlastní stravou. Jen 7 % si vybralo restauraci vyšší třídy nebo bufet. Nejméně dotazovaných by preferovalo gril bar, kavárnu nebo vinárnu.



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 6: Preferovaná strava

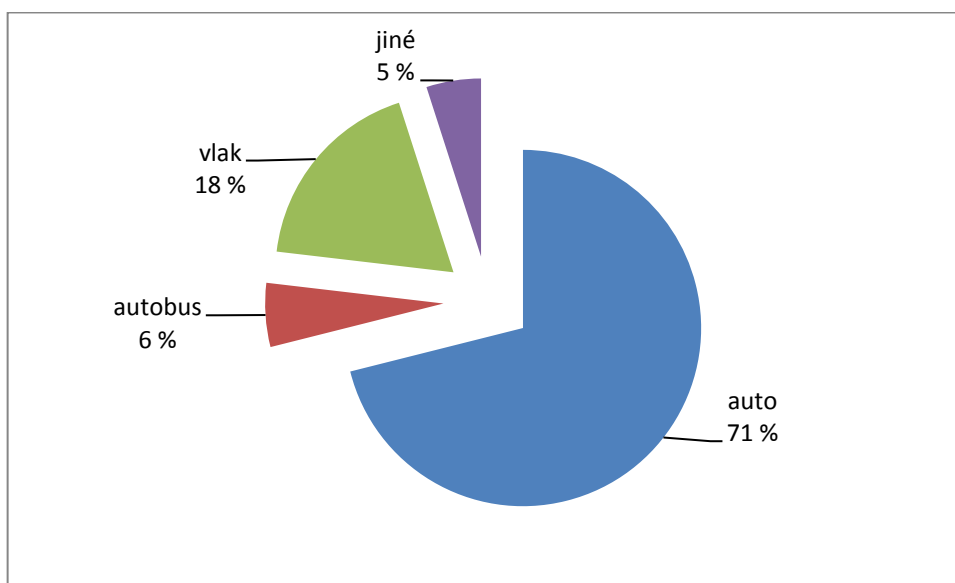
Nejvíce, a to 44 % respondentů preferuje klasickou českou kuchyni. Dále lidé preferují světovou kuchyni (27 %) nebo moderní gastronomii (15 %). Sedm procent dotazovaných preferuje zážitkovou gastronomii. Nejméně preferovaná je vegetariánská strava, dietní strava, makrobiotika nebo bezlepková strava. Nikdo z dotazovaných nezaškrtl veganskou stravu.



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 7: Možnosti dopravy při cestování

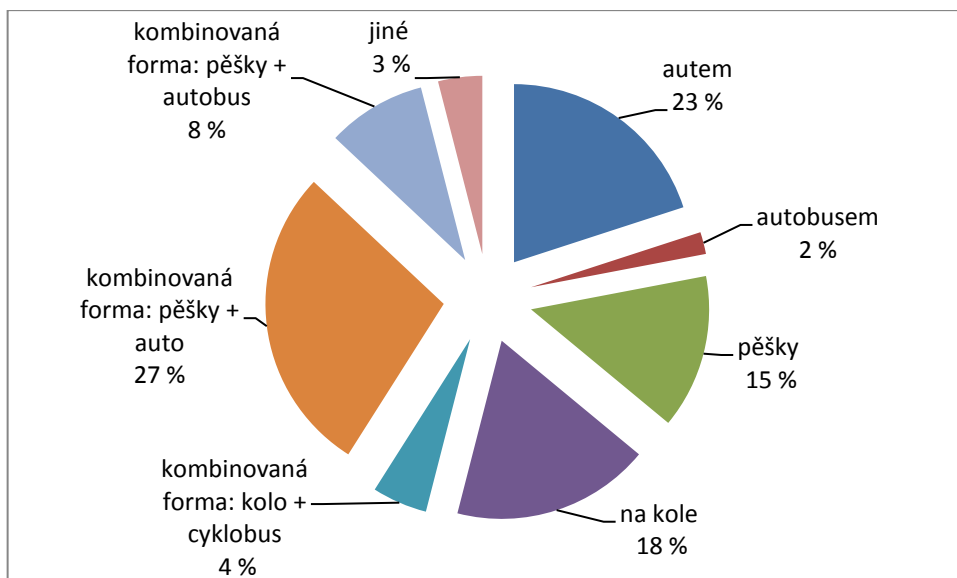
Při cestování do oblasti by nejvíce respondentů jelo autem (71 %). Dále by se dotazovaní do oblasti dopravili vlakem (18 %). Autobusem by jelo 6 % respondentů. 5 % respondentů zvolilo jinou volbu. Jednomu by záleželo na vzdálenosti a až pak by se rozhodl, čím se do oblasti dopraví. Další tři respondenti by se dopravili do regionu letadlem, motocyklem nebo na kole. Dva dotazovaní neodpověděli.



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 8: Možnosti pohybu v oblasti

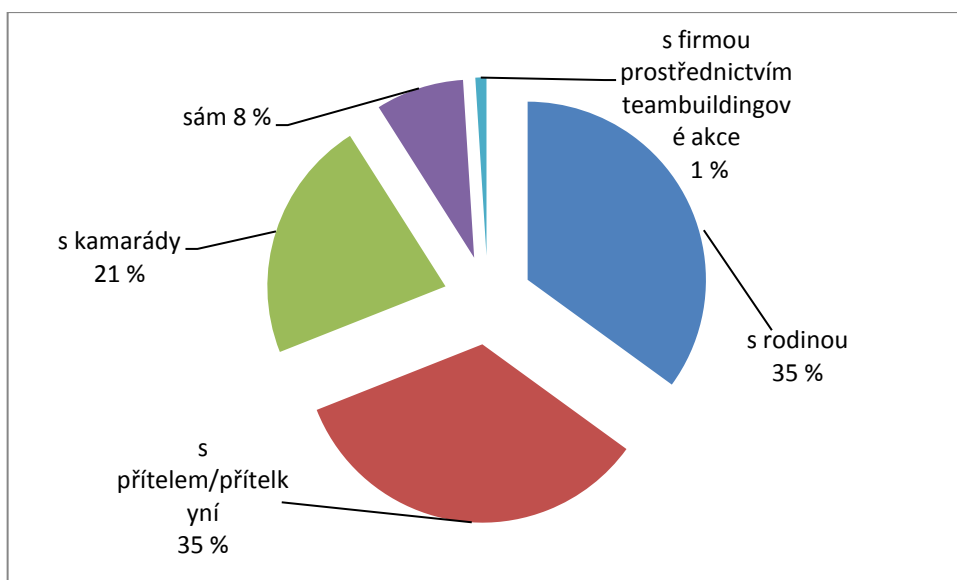
Nejvíce respondentů, a to 27 % by se pohybovalo v oblasti kombinovanou formou (pěšky a v autě). Dále by dotazovaní nejvíce cestovali v regionu autem, na kole nebo pěšky. Osm procent by zvolilo cestování autobusem a pěšky. Čtyři procenta dotazovaných by cestovalo po oblasti cyklobusem a na kole. Nejméně respondentů a to 2 % by cestovali autobusem. Čtyři respondenti zvolili jinou formu a to: pěšky + kolo + vlak + autobus, kolo + pěšky, motocykl nebo koloběžky.



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 9: Společnost při cestování

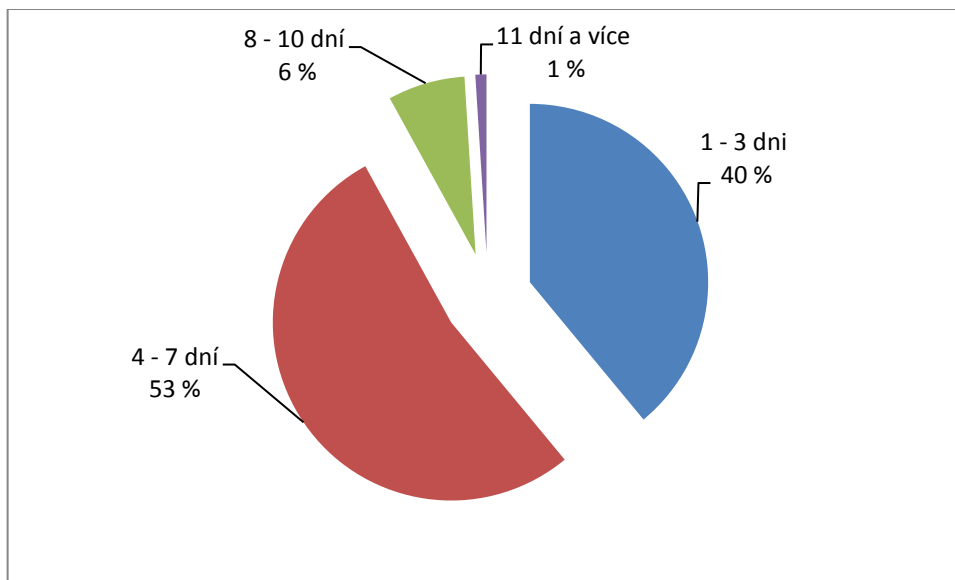
Pětatřicet procent dotazovaných by společně cestovalo s rodinou a dětmi. Stejné procento respondentů (35 %) by zvolilo cestování s přítelkyní či s přítelem. Dále lidé rádi cestují s kamarády, 21 % respondentů. Osm procent respondentů cestuje samo a jen 1 % cestuje s firmou prostřednictvím teambuildingové akce.



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 10: Délka cestování

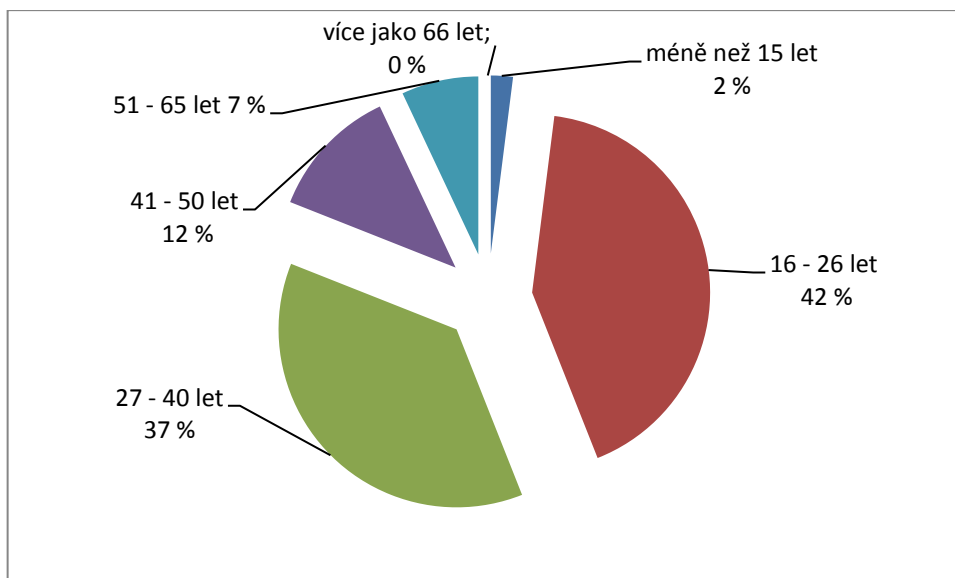
Nejvíce z dotazovaných respondentů a to 53 % uvedlo, že nejčastěji cestují na 4 – 7 dní. Dále 40 % respondentů uvedlo 1 – 3 dny. Na třetím místě je 8 – 10 dní s 6 % respondentů a poslední místo zaujímá 11 dní a více s 1 % dotazovaných.



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 11: Věková struktura

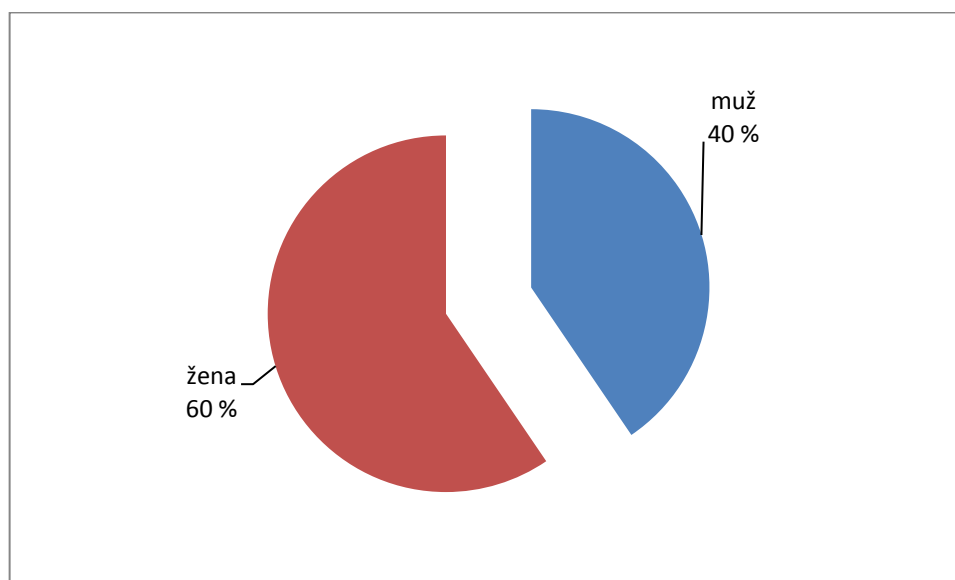
Věkové kategorie byly rozděleny do 5 skupin: méně než 15 let, 16 – 26 let, 27 – 40 let, 41 – 50 let, 51 – 65 let a více jako 66 let. Nejvíce respondentů bylo mezi 16 – 26 let a to 42 %, dále 37 % respondentům bylo mezi 27 – 40 lety. Mezi 41 – 50 lety bylo 12 % respondentů. 7 % respondentů bylo mezi 51 – 65 rokem. Respondenti, kterým je méně než 15 let byly 2 % a nad 66 let neodpověděl nikdo.



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 12: Pohlaví respondentů

Dotazník ze 121 respondentů vyplnilo 60 % žen a 40 % mužů.



Zdroj: vlastní zpracování

5. 2 Řízené rozhovory

První řízený rozhovor poskytla Ing. Monika Hienlová, předsedkyně sdružení MAS Krajina srdce.

Otázka: Jaké zázemí nabízí pro turisty region?

Důležitým úvodem k Vaší otázce je informace, že MAS Krajina srdce je součástí turistické oblasti Toulava. Od počátku stála u jejího zrodu (je jedním ze zakladatelů) a

za účelem jejího vybudování též zrealizovala s dalšími třemi místními akčními skupinami projekt spolupráce zaměřený na založení turistické oblasti Toulava. Důvodem toho bylo, že nejen území MAS Krajina srdce, ale celé území Toulavy, které je pro turistu plošně uchopitelnějším prostorem, nabízí pestrou nabídku turistických cílů od kulturních a přírodních památek včetně chráněných území, turistických tras a stezek a kulturních akcí přes vhodné podmínky pro trávení letní, ale i zimní dovolené po dobré možnosti vodní turistiky, cykloturistiky, hipoturistiky či agroturistiky.

Otázka: Co podle Vás nabízí region?

V oblasti cestovního ruchu je aktuálním projektem, který je opět realizován na celém území Toulavy, zážitková karta „Toulavka“. Ta vhodně propojuje nabídku turistických atraktivit i zázemí pro turisty a provází je díky různým bonusům a výhodám, ale i doplňkové motivační soutěži „Cesta za pokladem“ po celém regionu.

Otázka: Má MAS Krajina srdce nějakou koncepci na rozvoj cestovního ruchu?

MAS Krajina srdce má integrovanou strategii rozvoje území, která se cestovním ruchem samostatně zabývá, a to právě z toho důvodu, že její území je součástí turistické oblasti Toulava, jež má zpracovaný strategický plán rozvoje cestovního ruchu pro celé své území, tedy včetně území MAS Krajina srdce. Tento strategický plán je právě jedním z aktivit, které byly realizovány v rámci zmíněného projektu spolupráce.

Otázka: Kam by se měla MAS Krajina srdce ubírat, co se týká cestovního ruchu?

MAS Krajina srdce má v oblasti cestovního ruchu v úmyslu pokračovat v dosavadních aktivitách a realizovat nové projekty pro jeho rozvoj, a to nejen v rámci svého území, ale ve vztahu k celému území Toulavy.

Druhý řízený rozhovor proběhl se starostou města Mladá Vožice, Mgr. Jaroslavem Větrovským.

Otázka: Má cestovní ruch na Mladovožicku nějaký smysl?

Cestovní ruch na Mladovožicku nepochybně má velký význam, jednak pro rozšíření nabídky pracovních příležitostí a jednak jistě pro rozvoj přírodního a lidského potenciálu, který zde dlouhodobě je.

Otázka: Jak by se měl cestovní ruch na Mladovožicku rozvíjet?

Rozvoj cestovního ruchu by měl směřovat k udržení stávající neporušené přírody a využít přírodního a sociálního potenciálu. Nabízí se především aktivity okolo cykloturistiky, pěší turistiky. Rozhodně by cestovní ruch na Mladovožicku neměl být masivní záležitostí.

Otázka: Má Mladovožicko nějakou koncepci v oblasti cestovního ruchu?

Město Mladá Vožice zvláštní koncepci pro rozvoj cestovního ruchu nemá, ta je obsažena ve strategickém plánu rozvoje města.

Otázka: Jak může Mladá Vožice přispět k rozvoji cestovního ruchu?

Mladá Vožice k rozvoji cestovního ruchu přispívá průběžně investicemi do sportovní infrastruktury – sportovní hala, nový areál s koupalištěm. Dále podporou podnikatelských subjektů v cestovním ruchu pracujících – ubytovací kapacity, dopravní služby.

5. 3 Shrnutí získaných informací

Z dotazníkového šetření vyplývá, že lidé získávají informace o oblasti z rad a zkušeností známých nebo rodiny. Do oblasti by přicestovali za přírodními atraktivitami, cykloturistikou, turistikou nebo za hrady a zámky. Lidé by cestovali s rodinou s dětmi nebo přítelem či přítelkyní. V regionu by zůstali nejčastěji 4 – 7 dní. Turisté by se do regionu dopravovali autem a v regionu by cestovaly za přírodními atraktivitami a památkami autem a pěšky nebo na kole. V regionu by většina lidí ocenila klasické restaurace s klasickou českou kuchyní nebo světovou kuchyní. Méně, ale pořád nezanedbatelná část turistů by požadovala zážitkovou nebo moderní gastronomii. Lidé by se ubytovali v oblasti nejraději v penzionu nebo apartmánu, který by měl bazén a půjčovnu kol a sportovního náčiní.

Řízené rozhovory potvrdily, že účastníci cestovního ruchu nejraději do regionu cestují za cykloturistikou a turistikou. Řízené rozhovory také dále potvrdily tvrzení Galvasové, Binka, Holečka, Chabičovské a Szczyrby (2008), že atraktivita vytvářejí vhodné prostředí pro rozvoj cestovního ruchu v oblasti. Pomáhají regionu se prosadit a dále se rozvíjet. Rozhovor s paní Ing. Monikou Hienlovou ukázal, že oblast je potřeba neustále rozvíjet a inovovat, realizovat nové projekty pro podporu cestovního ruchu a spolupracovat s dalšími místními akčními skupinami a subjekty cestovního ruchu.

Řízený rozhovor s panem Mgr. Jaroslavem Větrovským potvrdil slova Drobné a Morávkové (2004), že lidské zdroje jsou v cestovním ruchu velice důležité a jsou nezbytnou složkou cestovního ruchu.

6 Návrhy a opatření

Jak plyne z dotazníkového šetření, účastníci cestovního ruchu chtějí své dovolené trávit aktivně poznáváním přírodních atraktivit a historických objektů. Region je protkán nejrůznějšími cyklotrasami a turistickými stezkami. V oblasti je i mnoho kulturních památek a atraktivit.

6. 1 Cyklobus

V regionu Mladovožicko neexistuje cyklobus, který by byl vyhrazen pro návštěvníky oblasti – cykloturisty. Je zde mnoho cyklotras a cyklostezek, které uvádím v kapitole 4. Proto bych navrhovala zřídit 1 – 2 autobusové linky, které by fungovaly o víkendech v sezoně a rozvážely by cykloturisty a turisty na kulturní a památková místa a k cyklotrasám a turistickým stezkám. Současná situace v regionu je taková, že autobusové linky o víkendu skoro nefungují, proto není možné dostat se z jednoho místa na druhé pomocí autobusu. Pokud už nějaká autobusová linka jede do daného místa, zpátky se vrací třeba až za celý den nebo vůbec. Pomocí cyklobusů by si návštěvníci mohli projet celou oblast a zároveň se vracet do stejného ubytovacího zařízení. Jak jsem zjistila, pronájem autobusu se platí podle najetých kilometrů. Za 1 km 26 Kč. Cyklobus by mohl jezdit například k Nadějkovským cyklotrasám a stezkám nebo k zeleným stezkám Green ways Čertovo Břemeno.

Tabulka 4: Kalkulace ceny cyklobusu

cesta	cena za km	km celkem	cena celkem
Mladá Vožice – Nadějkov a zpět	26 Kč	64 km	1 664 Kč
Mladá Vožice – Sedlec – Prčice a zpět	26 Kč	54 km	1 404 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Do celkové ceny nezahrnuji dobu čekání cyklobusu, která se pohybuje okolo 120 Kč – 250 Kč za hodinu.

Marketingovou komunikaci pro cyklobusy bych zvolila formou informačních materiálů, které by byly umístěny do ubytovacích a stravovacích zařízení v regionu. Dále bych informační materiály umístila k tabulím, které lemují některé cyklotrasy a cyklostezky.

6. 2 Parkoviště

Jak vyplývá z grafu 8, turisté se chtějí po regionu pohybovat v autě a pěšky. Z toho důvodu bych pro ně navrhovala výlety formou kombinované cesty. K přírodní atraktivitě nebo kulturní památce by si dojeli autem, auto by nechali na vymezeném parkovišti a přímo k místu by pokračovali pěšky, po vyznačených turistických trasách a cyklostezkách. Takto připravené parkoviště pro účastníky cestovního ruchu má centrum Šelmberk, které uvádím v kapitole 4. Zde také uvádím, že k centru vede naučná stezka Kolem hradu Šelmberk. Ne všechny památky ale mají svá parkoviště, proto bych navrhla zřídit alespoň 2 – 3 místa vyznačená k parkování u místa, které chtějí turisté navštěvovat. Bohužel z mnoha důvodů tento návrh není možný.

Pro zkoumanou oblast by zřízení parkovacích míst přineslo pozitiva, ale parkoviště by musela být zřízena na prostorech soukromých majitelů. Zřízení parkovacích míst by stálo majitele pozemků peníze, a proto by tito majitelé pozemků mohli vybírat za parkoviště parkovné. V tom případě by museli vymezit někoho, kdo by se o parkoviště staral a vybíral by parkovné. Tohoto zaměstnance by museli platit. Myslím, že v takovém případě, by o žádná parkovací místa majitelé pozemků nestáli, protože sice by jim parkovné přineslo finanční prostředky, ale těmito penězi by velmi těžko zaplatili zaměstnance, který jim parkovné vybírá, natož aby z parkovacích míst měli nějaký zisk.

6. 3 Půjčovna kol a sportovního náčiní

Na grafu 4 je vidět, že lidé preferují jako součást ubytovacího zařízení půjčovnu kol a sportovního náčiní. V oblasti je půjčovna koloběžek, která nabízí 6 koloběžek a je součástí ubytovacího zařízení Apartmány Zelená zahrada v Mladé Vožici. Půjčovnu kol nabízí Pension Dalmo ve městě Sedlec – Prčice a Sportcentrum Monínec. Dále se půjčovna kol nachází ještě v Jistebnici a není součástí žádného ubytovacího zařízení. Žádné další půjčovny kol se v oblasti nenacházejí. Tyto půjčovny jsou na severozápadě oblasti. Na východní straně regionu žádné půjčovny kol neexistují, je zde akorát k dispozici již zmíněná půjčovna koloběžek. Proto bych navrhovala, aby v Mladé Vožici, která je centrem veškerého dění na východě regionu, nabízelo jedno ubytovací zařízení půjčovnu kol a sportovních pomůcek. Půjčovna by měla být vybavena i pro větší počty turistů, kteří do regionu zamíří a nechtějí sebou vozit své sportovní vybavení. Půjčovna by mohla nabízet kromě kol i pomůcky pro cyklisty, jako je např. cyklistická helma a zámek na kolo. Pro pěší turistiku by zde mohli být k půjčení

trekkingové hole. Průměrné ceny, které jsou uvedeny v tabulce 4, jsem vyhledala na internetu.

Tabulka 5: Kalkulace vybavení půjčovny

	množství	průměrná cena	celková cena
horská kola	10	3 000 Kč – 6 000 Kč	30 000 Kč – 60 000 Kč
helmy na kola	10	300 Kč – 500 Kč	3 000 Kč – 5 000 Kč
zámek na kolo	10	120 Kč – 200 Kč	1 200 Kč – 2 000 Kč
trekkingové hole	5	400 Kč – 600 Kč	2 000 Kč – 3 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Zakoupení vybavení bude stát 36 200 Kč – 70 000 Kč.

Dále ubytovací zařízení musí vymezit prostory, kde bude půjčovna kol a sportovního náčiní. S tímto vymezením jsou spojené náklady na provoz půjčovny, jako je spotřeba elektřiny. Ubytovací zařízení může vymezit prostor půjčovny kol na místě, kde dříve ubytovalo své hosty, v tom případě musíme počítat i s náklady obětované příležitosti. Následně ubytovací zařízení musí vyčlenit personál, který se bude o půjčovnu starat. Buď najme novou pracovní sílu, nebo vymezí zaměstnance z řad svých existujících zaměstnanců.

Půjčovna by měla mít vymyšlenou také marketingovou komunikaci. Pro tyto účely by měl být vytvořen informační materiál formou letáků, který by se umístil do ostatních ubytovacích a stravovacích zařízení a do informačních center. Také by mohla mít půjčovna své informační desky, které by daly vědět o přítomnosti půjčovny i jednodenním návštěvníkům nebo návštěvníkům, kteří jsou ubytováni mimo region.

Jak už jsem zmínila na začátku, lidé by chtěli v ubytovacím zařízení půjčovnu sportovního náčiní. Většina lidí by do regionu přicestovala za cykloturistikou a turistikou, proto jim oblast nabídne půjčovnu sportovního náčiní. Návštěvníci nemusejí sebou do regionu vézt svá kola nebo sportovní vybavení, ale prostě si je v regionu půjčí. Podle mého názoru by zřízení půjčovny mohlo zvýšit zájem účastníků cestovního ruchu o zkoumaný region.

6. 4 Víkendové setkání turistů spojené s kulturní akcí

Jak vyplývá z dotazníkového šetření, návštěvníci by nejraději přijeli za cykloturistikou, turistikou, za přírodními atrakcemi, za poznáním regionu Mladovožicka. Proto bych navrhovala každoroční víkendové setkání turistů, rozdělené

podle cykloturistů a turistů. Víkendové setkání by bylo zakončeno kulturní akcí pro všechny zúčastněné, která by byla pořádána za pomoci místního hasičského sboru. Z vlastního pozorování vím, že většina kulturních akcí, které se odehrávají v oblasti, jsou organizovány místním hasičským sborem.

Víkendové setkání by mohlo být na začátku léta, v měsíci červenec. Pro návštěvníky, kteří by stáli o zajištění ubytovacích a stravovacích služeb by tu byla možnost zajištění těchto služeb. Jinak si turisté ubytovací a stravovací služby zabezpečí sami. Dopravu do oblasti si turisté také zabezpečí sami.

Cyklistická varianta

Cyklisté se ráno v 9:30 hodin sejdou na Žižkově náměstí v Mladé Vožici. Ze Žižkova náměstí pojedou cyklisté k lípě u Ústějovské kapličky. Zde bude 10 minutový rozchod. Odtud cyklisté pojedou do Rodné přes Radvanov (v Radvanově si mohou prohlédnout zámek, který je ale nepřístupný veřejnosti). V Rodné se napojí na cyklotrasu Kolem Chýnovské jeskyně, kterou jsem popisovala v kapitole 4. K Chýnovské jeskyni pojedou přes obce Blanička, Pohnání, Pohnánek a Mašovice. U Chýnovské jeskyně bude rozchod 60 minut. Okolo 40 minut trvá samotná prohlídka jeskyně, prohlídka bude zajištěna. Vstupné pro dospělé činí 90 Kč a zlevněné vstupné 50 Kč. Po prohlédnutí Chýnovské jeskyně budou cyklisté přejíždět do Dolních Hořic, kde bude zajištěn oběd. Po obědě následuje přejezd k zřícenině hradu Šelmberk přes obce Oblajovice, Hartvíkov, Domamyšl, Bradáčov, Radostovice, Staniměřice a Běleč. V centru Šelmberk bude rozchod 60 minut. Prohlídka zříceniny stojí 20 Kč. Po prohlídce centra Šelmberk příjezd do Mladé Vožice. Tato cyklistická trasa měří okolo 48 km. Mapa trasy je příloze 3.

Pro tuto variantu výletu je třeba zarezervovat prohlídku Chýnovské jeskyně pro hromadné skupiny. Popřípadě zamluvit restauraci v Dolních Hořicích. Pokud budou mít turisté zájem, tak je potřeba zajistit služeb průvodce.

Tabulka 6: Kalkulace cyklistické varianty

Náklady na osobu	
Služby průvodce	300 Kč
Vstup Chýnovská jeskyně	90 Kč
Vstup zřícenina Šelmberk	20 Kč
Náklady celkem	410 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Turistická varianta

Turistická varianta by měla stejný začátek jako předchozí, cyklistická varianta. Turisté by se sešli na Žižkově náměstí v Mladé Vožici. Odtud by pokračovali pěšky po „modré“ na vožický Hrad. Poté by se přesunuli k Ústějovské kapličky, opět po „modré“. Z Mladé Vožice k Ústějovské kapličky by šli přes Janov. Z Mladé Vožice tato trasa měří přibližně 3 km a trvá okolo 1 hodiny. Po prohlédnutí místa u Ústějovské kapličky by turisté pokračovali dále k centru Šelmberk přes Janov a Běleč částečně po „modré“ a „zelené“. Trasa měří necelých 7 km a trvá přibližně 2 hodiny. Zpět do Mladé Vožice po „červené“. Trasa měří 3 km a trvá cca 30 minut. Celková vzdálenost pochodu je okolo 13 km. Mapa turistické trasy je v příloze 4.

U této varianty se platí pouze vstup na zříceninu hradu Šelmberk a to 20 Kč na osobu. Pokud by turistická skupina vyžadovala služby průvodce, tak by se do nákladů započítali i tyto služby.

Kulturní akce

Kulturní akce by zakončila víkendové setkání. Naplánovala bych ji na sobotu večer. S ohledem na počasí by akce byla v Mladé Vožici v zámecké zahradě nebo v sále v Mladé Vožici. Zámecká zahrada v Mladé Vožici je ve vlastnictví města Mladá Vožice, ale v dlouhodobém pronájmu má zahradu soukromá osoba. Pronájem zámecké zahrady by vyšel na 8 000 Kč – 10 000 Kč. Pronájem sálu stojí více, a to 10 000 Kč – 15 000 Kč. Dále je třeba zajištění obsluhy. Jak už jsem zmiňovala, kulturní akce by byla pod vedením místního hasičského sboru, proto by nebylo potřeba zajišťovat personál. Ostatní finanční položky, které by byly potřeba k uskutečnění kulturní akce v zámecké zahradě nebo na sále, naleznete v tabulce 6 a 7.

Tabulka 7: Kalkulace kulturní akce – zámecká zahrada

Pronájem zámecká zahrada:	
prostory	8 000 Kč – 10 000 Kč
inventář (lavice, stoly + stany)	5 000 Kč + 4 500 Kč
mobilní WC – 6x	750 Kč – 1 700 Kč
kapela	8 000 Kč – 15 000 Kč
elektrika	součástí nájmu prostor
celkem	21 750 Kč – 26 700 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 8: Kalkulace kulturní akce – sál

Pronájem sál:	
prostory	10 000 Kč – 15 000 Kč
inventář (lavice, stoly + stany)	součástí nájmu prostor
WC	součástí nájmu prostor
kapela	8 000 Kč – 15 000 Kč
elektrika	součástí nájmu prostor
celkem	18 000 Kč – 30 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Celé víkendové setkání by mělo regionu přinést více návštěvníků, větší povědomí o Mladovožicku. Pokud se návštěvníkům víkend zalíbil, tak se budou každoročně vracet do regionu. Budou o oblasti šířit pozitivní reklamu formou doporučení známým a podobně. Tím pádem do regionu přinesou finance a region se bude moci dále rozvíjet.

Marketingová komunikace u těchto dvou variant bude stejná. Navrhovala bych připravit informační materiál v tištěné a v elektronické formě. Jak je patrné z grafu 2 návštěvníci získávají informace na webových stránkách měst a obcí nebo na oficiálních portálech cestovního ruchu. Proto bych umístila informační materiál v elektronické formě na webové stránky MAS Krajina srdce a na webové stránky města Mladá Vožice. Informační materiál v tištěné podobě bych rozmístila po ubytovacích a stravovacích

zařízení v oblasti a do informačních center. Dále bych informační materiál vyvěsila po regionu na místa určená k reklamním účelům.

7 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo specifikovat současnou nabídku produktu cestovního ruchu ve zkoumané oblasti a na základě dotazníkového šetření, řízených rozhovorů a dalších analýz doporučit produkt pro další rozvoj služeb cestovního ruchu ve zkoumaném území. Před sepsáním bakalářské práce byla prostudována odborná literatura. Na základě studia literatury byl napsán přehled řešené problematiky. Následně bylo provedeno dotazníkové šetření, řízené rozhovory a vlastní pozorování. Tyto techniky pomohly k lepšímu určení současné nabídky služeb cestovního ruchu v oblasti Mladovožicka a přispěly také k naplnění cíle práce.

Výsledky dotazníkového šetření byly potvrzeny řízenými rozhovory. Informace, které byly získány z dotazníkového šetření a z řízených rozhovorů, byly ověřeny vlastním pozorováním. Vlastní pozorování vedlo ke ověření současných služeb cestovního ruchu v oblasti, jestli tyto služby vyhovují potřebám účastníků cestovního ruchu. Bylo zjištěno, že některé služby cestovního ruchu v oblasti návštěvníkům nevyhovují, proto byly sepsány návrhy a opatření, které by mohly vést ke zlepšení těchto služeb.

V bakalářské práci došlo k vypracování čtyř návrhů, které by mohly vést k dalšímu rozvoji služeb cestovního ruchu a k většímu povědomí účastníků cestovního ruchu o zkoumané oblasti. Na základě výsledků z dotazníkového šetření a řízených rozhovorů, které uvedly, že návštěvníci cestovního ruchu nejraději jezdí za cykloturistikou a turistikou, bylo navrženo zavedení víkendového cyklobusu, který by turisty zavezl i s koly k cyklotrasám a turistickým stezkám a na konci dne je opět přivezl k danému ubytovacímu zařízení, kde turisté jsou ubytováni. Dále bylo navrženo vymezení parkovacích míst u kulturních památek a přírodních atraktivit. Parkovací místa u památek byla navržena z toho důvodu, že účastníci cestovního ruchu by poblíž kulturní památce nebo přírodní atraktivity nejraději dojeli autem a přímo na dané místo by se pak dostali pěšky. Tento návrh je bohužel neuskutečnitelný, protože pozemky, na kterých by měla parkoviště stát, jsou v soukromém vlastnictví a pro majitele těchto pozemků by parkoviště nebyla zisková. Dalším návrhem bylo zřízení půjčovny kol a sportovního náčiní. Tento návrh byl navržen, protože lidé jezdí do regionu za cykloturistikou a rádi by jakou součást ubytovacího zařízení měli půjčovnu sportovního

náčiní. Ve zkoumané oblasti jsou navíc pouze tři půjčovny kol, které všechny leží na západní straně regionu. V poslední řadě bylo navrženo víkendové setkání turistů zakončené kulturní akcí. Toto setkání je rozděleno na cyklistickou a turistickou variantu. Zakončeno je kulturní akcí v zámecké zahradě v Mladé Vožici.

Výsledky této práce a zpracované návrhy mohou napomoci ke zlepšení služeb cestovního ruchu v regionu. Toto zlepšení by mohlo vést k větší návštěvnosti zkoumané oblasti a k celkovému rozvoji cestovního ruchu na Mladovožicku.

I. Summary

The aims of this bachelor thesis were to specify the current offer of tourism products in the given area and, based on the survey, structured interviews and other analyses, to recommend new products for the further development of tourism in the Mladovožicko region. The writing of the bachelor thesis was preceded by a research of the technical literature, which has given a foundation to the overview of examined topic. The next part was performed via a survey, structured interviews and personal observation. These techniques have helped to better identify the current supply of tourism products in the area and have contributed to fulfilling the aims of the thesis.

The results of the survey were confirmed by controlled interviews. The information obtained from the questionnaires and structured interviews were confirmed by personal observation. This led to verification of the offer of current tourism services in the area and an analysis whether these services meet the needs of incoming tourists. It was revealed that some services do not suit the needs and expectations of visitors of the area. Therefore a number of proposals and measures, which could lead to the improvement of these services, were suggested.

The survey and structured interviews indicated that the tourists prefer to come for biking and hiking. Based on this finding it was proposed to introduce a cycling bus, which could take the tourists with their bicycles to the biking and hiking trails and bring them back to their accommodation facility at the end of the day. Second proposal regarded creation of parking spaces near cultural and natural attractions. The reason for this suggestion is the fact that tourists prefer to come to these attractions by car and would like to walk just a short distance. This proposal is however unfeasible as the land under the proposed parking spaces is privately owned and the parking space would not bring much profit. The third proposal involves the establishment of bicycle and sports equipment rental facilities. People tend to come to the region for cycling and would welcome to have the opportunity to rent this equipment near their temporary accommodation. There are only three bicycle rentals in the researched area, all of these are located in the western part of the region. Last proposal involved the organisation of a weekend tourist meeting with a cultural event. This meeting consists of a selection of cycling and hiking trips and is concluded with a cultural event in the castle garden in Mladá Vožice.

The results of this thesis and prepared proposals may help to the improvement of tourism services in the region. This could lead to increased visitor traffic in the area and to the development of tourism in the Mladovožicko region. The bachelor thesis also brings four proposals, which could lead to further development of tourism services in the given area and to raising further awareness of the area amongst tourists.

Keywords: product, tourism, tourism organisations, attractions, activity, infrastructure, Mladovožicko region

II. Seznam použitých zdrojů

- Beránek, J. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha, Česká republika: Mag Consulting.
- Bistro Drak. (2015). *O nás*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://bistro-drak.cz/index.htm>.
- Blatnice. (2013). *Blatnice*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.zvas.cz/index.php/skolici-a-rekr-strediska/127-blatnice>.
- Čertík, M., Attl, P., Sysel, J., & Vitáková, M. (2001). *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. Praha, Česká republika: OFF.
- Český statistický úřad. (2015). *Hromadná ubytovací zařízení České republiky*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://apl.czso.cz/huz/obhuz.jsp?k=552101>.
- Český statistický úřad. (2015). *Hromadná ubytovací zařízení České republiky*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://apl.czso.cz/huz/obhuz.jsp?k=552461>.
- Český statistický úřad. (2015). *Hromadná ubytovací zařízení České republiky*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://apl.czso.cz/huz/obhuz.jsp?k=552534>.
- Český statistický úřad. (2015). *Hromadná ubytovací zařízení České republiky*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://apl.czso.cz/huz/obhuz.jsp?k=549631>.
- Český statistický úřad. (2015). *Hromadná ubytovací zařízení České republiky*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://apl.czso.cz/huz/obhuz.jsp?k=552801>.
- Český statistický úřad. (2015). *Hromadná ubytovací zařízení České republiky*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://apl.czso.cz/huz/obhuz.jsp?k=552861>.
- Český statistický úřad. (2015). *Hromadná ubytovací zařízení České republiky*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://apl.czso.cz/huz/obhuz.jsp?k=563170>.
- Drobná, D. & Morávková, E. (2004). *Cestovní ruchu: pro střední školy a pro veřejnost*. Praha, Česká republika: Fortuna.
- Foret, M., (2013). *Cestovní ruch v regionálním rozvoji*. Brno: Mendelova univerzita v Brně, Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií.
- Foret, M., & Foretová, V. (2001). *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha, Česká republika: Grada Publishing, a. s.

- Galvasová, I., Binek, J., Holeček, K., Chabičovská, K. & Szczyrba, Z.. (2008). *Průmysl cestovního ruchu*. Praha, Česká republika: MMR.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th ed. New Jersey, New Jersey: John Wiley and sons.
- Hesková, M., Beránek, J., Dvořák, V., Novacká, L., & Orieška, J. (2011). *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2nd ed. Praha, Česká republika: Fortuna.
- Hesková, M. (2001). *Marketingová komunikace součást marketingového mixu*. Praha: VŠE.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing a. s.
- Hostinec a penzion U Rezků, Jistebnice. (2015). *Home*, ke dni 26. 3. 2015. <http://www.urezku.cz/jistebnice.html>.
- Hotel Gold. (2015). *Pokoje*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.hotelchotoviny.cz/ubytovani/>.
- Hrady. (2015). *Jistebnice*, ke dni 26. 3. 2015. <http://www.hrady.cz/index.php?OID=8116>.
- Hrady. (2015). *Mladá Vožice*, ke dni 26. 3. 2015. <http://www.hrady.cz/?OID=4183>.
- Hůrka. (2015). *Lyžařský vlek Hůrka*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.osada-hurka.estranky.cz/clanky/lyzarsky-vlek.html>.
- Jakubíková, D. (2012). *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha, Česká republika: Grada Publishing, a. s.
- Jakubíková, D. (2009). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha, Česká republika: Grada Publishing, a. s.
- Királová, A. (2003). *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Praha, Česká republika: Ekopress, s. r. o.
- Kolem. (2015). *Blatnické okruhy*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z www.kolem.cz/blatnickeokruhy/.
- Kolem. (2015). *Hrad Šelmberk*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z www.kolem.cz/hradselmberk/.

- Kolem. (2015). *Kolem chýnovské jeskyně*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.kolem.cz/kolemchynovskejeskyne/>.
- Kolem. (2015). *Stříbrná osmička*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z www.kolem.cz/stribrnaosmicka/.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Marketing*. Praha, Česká republika: Grada Publishing, a. s.
- Království Danar. (2015). *O nás*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.kralovstvidanar.com/cs/about/>.
- Krutina, V. (2003). *Ekonomika podniku: studijní text: studijní pomůcka pro kombinované studium*. České Budějovice: ZF JU.
- Mapy. (2015). *Mapa*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://mapy.cz/zakladni?x=14.8593767&y=49.5298418&z=8>.
- Marek, P. (2009). *Studijní průvodce financemi podniku*. 2. rd. ed. Praha: Ekopress.
- Martíšek, F. (1997). *Základy marketingu*. České Budějovice: ZF JU.
- MAS Krajina srdce. (2015). *Ústějovská kaplička*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.maskrajinasrdce.cz/cs/turisticke-zajimavosti/ustejovska-kaplicka>.
- MAS Krajina srdce. (2015). *Území MAS*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.maskrajinasrdce.cz/cs/mas-krajina-srdce/uzemi-mas>.
- Město Sedlec – Prčice. (2015). *Informační centrum*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.sedlec-prcice.cz/text/cz/informacni-centrum/>.
- Město Sedlec – Prčice. (2015). *Možnosti ubytování*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.sedlec-prcice.cz/text/cz/moznosti-ubytovani/>.
- Městys Borotín. (2015). *Hrad Borotín a barokní hospodářský dvůr*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.borotin.cz/hrad-borotin-a-barokni-hospodarsky-dvur/>.
- Monínec. (2013). *100 způsobů jak zabít nudu*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://leto.moninec.cz/>.
- Monínec. (2015). *Apartmány*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://zima.moninec.cz/cs/ubytovani/skiapartmany>.

Monínec. (2015). *Hotel Monínec*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://moninec-hotel.cz/>.

Monínec. (2013). *Nejblíže na lyže*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://zima.moninec.cz/>.

Monínec. (2015). *Penzion*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://zima.moninec.cz/cs/ubytovani/penzion>.

Monínec. (2013). *Restaurace Monínec*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://zima.moninec.cz/cs/gastro/hotel>.

Muzeum Janecký Chotoviny. (2015). *O nás*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z http://janecky.cz/veterani/veter_foto_6.htm.

Nadějkov. (2015). *Naučná stezka*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.nadejkov.cz/naucna-stezka>.

Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2013 – 2015, dokument PDF.

Obec Dolní Hořice. (2008). *Služby pro veřejnost*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.dolnihorice.cz/sluzby/sluzby-pro-verejnost/>.

Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha, Česká republika: Idea servis.

Palatková, M. & Zichová, J. (2011). *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha, Česká republika: Grada Publishing, a. s.

Parkhotel Mozolov. (2015). *Ubytování v parkhotelu Mozolov – Jižní Čechy*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://mozolov.hotel-cz.com/15106/ubytovani/>.

Parmová, D., Dvořák, V., & Frková, I. (2013). *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice, Česká republika: Občanské sdružení Chance in nature - local action group a Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta.

Pension Dalmo. (2015). *Ubytování*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.dalmo.cz/ubytovani.php>.

Penzion. (2015). *Penzion U Bizona*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.opbcunkov.cz/penzion.html>.

- Pivovar a hradní restaurace Vítek z Prčice. (2015). *Pivovar a restaurace na památku všech větví Vítkovců*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z http://www.vitezprcice.cz/pivovar_restaurace/.
- Pochod Praha – Prčice. (2015). *Kapitolky z historie pochodu aneb střípky a perličky na pokračování*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.praha-prcice.cz/historie>.
- Polánka, občanské sdružení. (2015). *O nás*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.ospolanka.cz/o-nas/>.
- Preislerová, D. (1997). *Ekonomika*. Brno, Česká republika: MC nakladatelství.
- Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha, Česká republika: Grada Publishing, a. s.
- Ryglová, K. (2005). *Cestovní ruch*. Brno, Česká republika: Brno International Business School.
- Ski areál Kvasejovice. (2015). *O lyžařském areálu Kvasejovice*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.skikvasejovice.cz/lyzarsky-areal/>.
- Smilovy Hory. (2015). *Penzion a turistická ubytovna*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.smilovyhory.cz/ubytovani/os-1001/p1=1061>.
- Společenství obcí Čertovo břemeno. (2015). *Turistické informace*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.certovo-bremeno.cz/turisticke-informace>.
- Správa jeskyní České republiky. (2015). *Chýnovská jeskyně*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.caves.cz/cz/jeskyne/chynovska-jeskyne/o-jeskynich/charakteristika/>.
- Synek, M. & Kislingerová, E. (2010). *Podniková ekonomika*. Praha, Česká republika: C. H. Beck.
- Turistické infocentrum Mladá Vožice. (2015). *Turistické infocentrum*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.firmy.cz/detail/12734259-turisticke-infocentrum-mlada-vozice-mlada-vozice.html>.
- Tábor. (2015). *Přírodní park Polánka*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.taborcz.eu/prirodni-park-polanka/d-3330>.
- Vašítková, M. (2008). *Marketing služeb: efektivně a moderně*. Praha, Česká republika: Grada Publishing, a. s.

Vlček, J., Večeř, J., Smutná, A., Košteková, V. & Bednaříková, M. (2003). *Ekonomie a ekonomika*. 2nd ed. Praha, Česká republika: ASPI Publishing, s. r. o.

Vleky Kouty. (2007). *Vleky*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z http://www.vlekykouty.cz/index_soubory/Page391.htm.

Zámek Mladá Vožice. (2015). *Zámek*, ke dni 26. 3. 2015. Dostupné z <http://www.zamekmladavozice.cz/index.php?r=6&s=0>.

Zelenka, J., Těšitel, J., Pásková, M. & Kušová, D. (2013). *Udržitelný cestovní ruchu: management cestovního ruchu v chráněných územích*. Hradec Králové: Gaudeamus.

III. Seznam použitých zkratk

MAS	Místní akční skupina
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
DSO	Dobrovolný svazek obcí
TIC	Turistické informační centrum

IV. Seznam tabulek a grafů

a. Seznam tabulek

Tabulka 1: Ubytovací zařízení v oblasti Sedlec-Prčice

Tabulka 2: Ubytovací zařízení v dalších oblastech MAS Krajina srdce I

Tabulka 3: Ubytovací zařízení v dalších oblastech MAS Krajina srdce II

Tabulka 4: Kalkulace ceny cyklobusu

Tabulka 5: Kalkulace vybavení půjčovny

Tabulka 6: Kalkulace cyklistické varianty

Tabulka 7: Kalkulace kulturní akce – zámecká zahrada

Tabulka 8: Kalkulace kulturní akce – sál

b. Seznam grafů

Graf 1: Motivace k cestě do regionu Mladovožicko

Graf 2: Možnosti získání informací

Graf 3: Preferované ubytovací zařízení

Graf 4: Součást ubytovacího zařízení

Graf 5: Možnosti stravování ve stravovacích zařízeních

Graf 6: Preferovaná strava

Graf 7: Možnosti dopravy při cestování

Graf 8: Možnosti pohybu v oblasti

Graf 9: Společnost při cestování

Graf 10: Délka cestování

Graf 11: Věková struktura

Graf 12: Pohlaví respondentů

V. Seznam příloh

Příloha 1: Mapa regionu dle vymezení MAS Krajina srdce

Příloha 2: Dotazník

Příloha 3: Mapa cyklistické varianty

Příloha 4: Mapa turistické varianty

VI. Přílohy

Příloha 1: Mapa regionu dle vymezení MAS Krajina srdce



Zdroj: MAS Krajina srdce (2015)

Příloha 2: Dotazník

Dobrý den, jsem studentka ekonomické fakulty Jihočeské univerzity, obor Cestovní ruch. V rámci mé bakalářské práce se zajímám o rozšíření nabídky produktů cestovního ruchu v oblasti Mladovožicko. Tento dotazník je anonymní.

Předem děkuji za vyplnění dotazníku. Krásný den.

Jana Fialová

1. Co by Vás motivovalo k cestě do regionu Mladovožicko?
(můžete zvolit i více odpovědí)

- přírodní atraktivity
- hrady, zámky
- kulturní akce
- relaxace, wellness
- skupinové sporty (fotbal, hokej, volejbal,...)
- cykloturistika
- turistika
- in-line bruslení
- zimní sporty
- adrenalin

2. Kde získáváte informace?

- od známých, od rodiny
- v katalogu
- návštěva veletrhů a výstav
- přes oficiální weby, např.: kudyznudy.cz,...
- internetové stránky měst a obcí

3. Jaké ubytovací zařízení preferujete?

- hotel vyšší třídy
- hotel nižší třídy
- apartmán
- turistická ubytovna
- penzion
- kemp
- ubytování v soukromí

4. Co by mělo být součástí ubytovacího zařízení?
(můžete zvolit i více odpovědí)

- bazén
- perličkové popř. pívni lázně, vířivka
- sauna, parní lázně

- masáže
- víceúčelové hřiště pro míčové hry
- výtah
- dětské hřiště
- animační programy pro děti
- sportovní aktivity, např.: zumba, jóga,...
- půjčovna sportovního náčiní
- hlídané parkoviště
- zabezpečené místo pro odkládání kol a lyží
- jiné (vypište)

5. Jaké stravovací zařízení preferujete?

- restaurace vyšší třídy
- restaurace nižší třídy (klasická restaurace)
- bufet
- pizzerie
- vinárna
- kavárna
- gril bar
- hostinec
- vlastní strava

6. Jakou stravu preferujete?

- klasická česká kuchyně (např.: hovězí guláš, vepřo knedlo zelo,...)
- moderní gastronomie
- zážitková gastronomie
- světová kuchyně (např.: italská, francouzská,...)
- vegetariánská strava
- veganská strava
- makrobiotika
- dietní strava
- bezlepková dieta

7. Jaké typy dopravy při cestování preferujete?

- auto
- autobus
- vlak
- jiné (vypište).....

8. Jak byste se pohyboval/a v oblasti?

- autem
- autobusem

- pěšky
- na kole
- kombinovaná forma: kolo + cyklobus
- kombinovaná forma: pěšky + auto
- kombinovaná forma: pěšky + autobus
- jiné (vypište)

9. S kým cestujete?

- s rodinou
- s přítelem/přítečkyní
- s kamarády
- sám
- s firmou prostřednictvím teambuildingové akce

10. Na jak dlouho nejčastěji cestujete po tuzemsku?

- 1 – 3 dny
- 4 – 7 dní
- 8 – 10 dní
- 11 dní a více

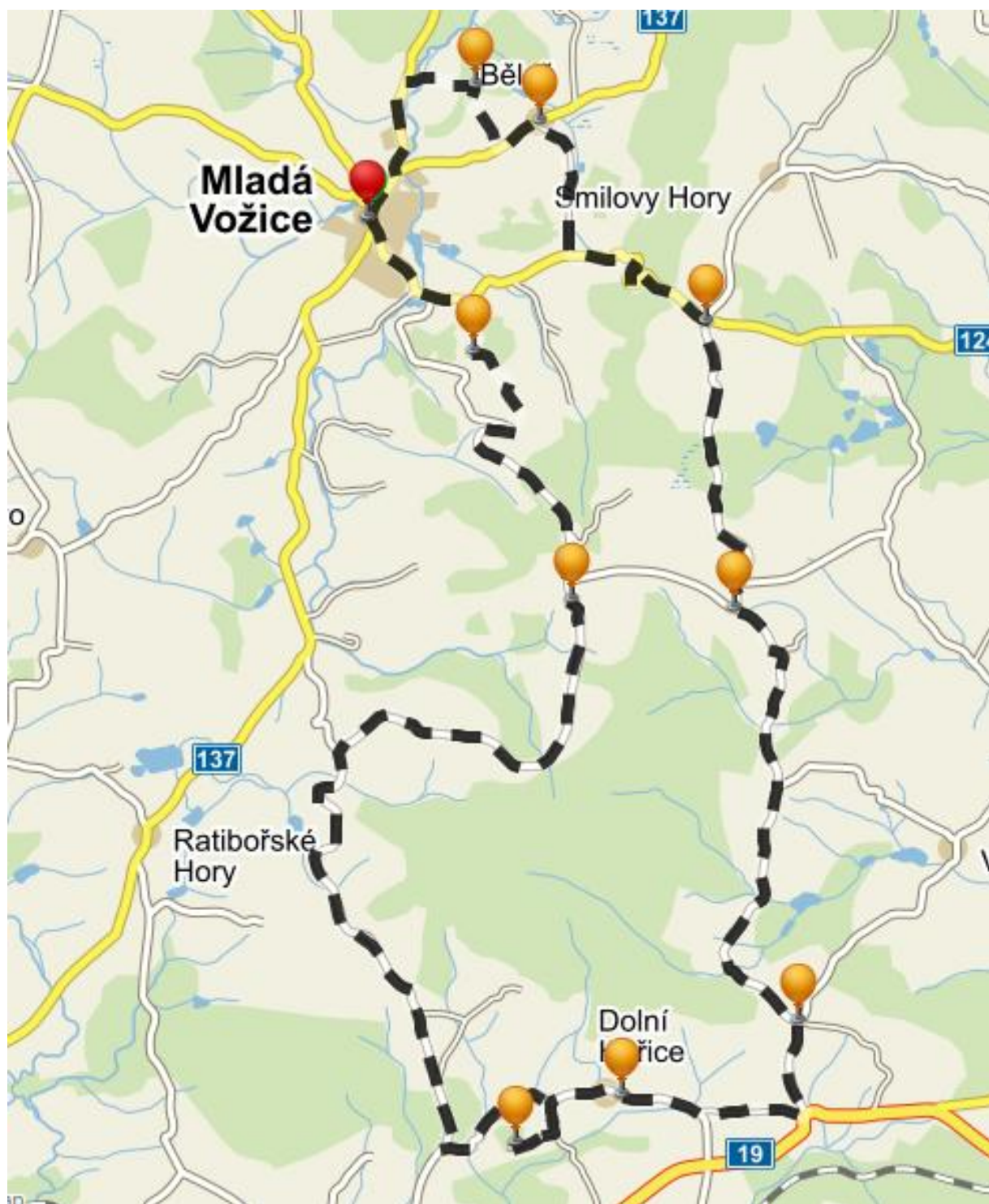
11. Jste muž nebo žena?

- muž
- žena

12. Kolik je Vám let?

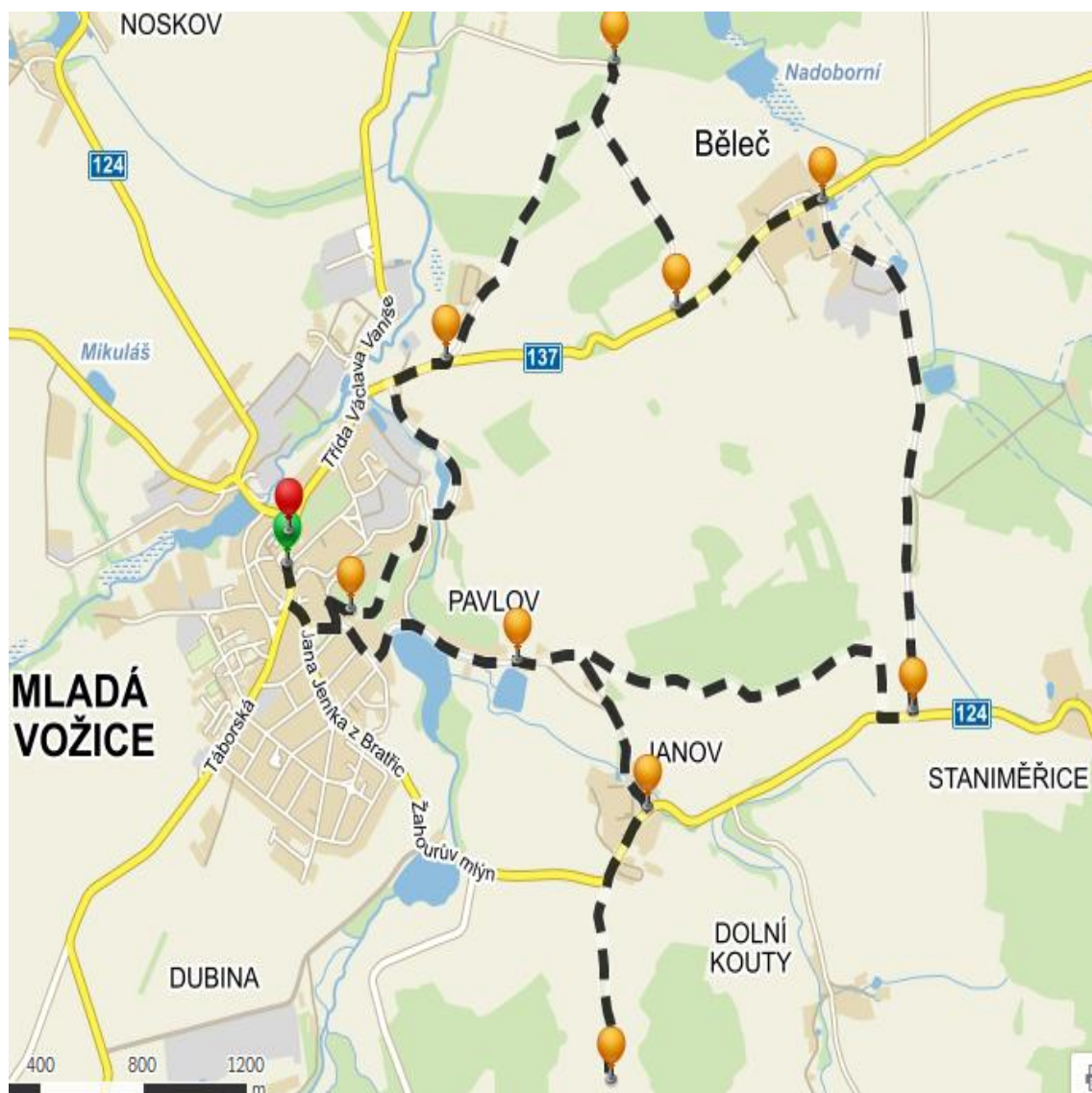
- méně než 15 let
- 16 – 26 let
- 27 – 40 let
- 41 – 50 let
- 51 – 65 let
- více jak 66 let

Příloha 3: Mapa cyklistické varianty



Zdroj: Mapy (2015)

Příloha 4: Mapa turistické varianty



Zdroj: Mapy (2015)