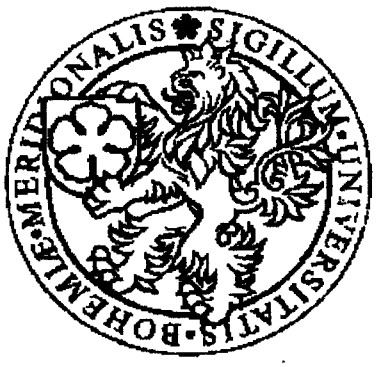
JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA
KATEDRA CESTOVNÍHO RUCHU



Studijní program: M 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodně podnikatelský obor

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Produkty cestovního ruchu na Blatensku – strategie rozvoje mikroregionu

Autor: Martina ŽIŽKOVÁ
Vedoucí práce: Mgr. Vladimír DVOŘÁK

Tábor 2006

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Zemědělská fakulta
Katedra cestovního ruchu
Akademický rok: **2003/2004**

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení:	**Martina ŽIŽKOVÁ**
Studijní program:	**M6208 Ekonomika a management**
Studijní obor:	**Obchodně podnikatelský obor**
Název tématu:	**Produkty cestovního ruchu na Blatensku - strategie rozvoje mikroregionu**

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:
Analýza stávající úrovně rozvoje mikroregionu.
Studie využití potenciálu produktů cestovního ruchu na Blatensku.
Strategie rozvoje mikroregionu v oblasti cestovního ruchu.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury.
2. Situační analýza lokality Blatenska.
3. SWOT analýza.
4. Marketingový výzkum spokojenosti klientů.
5. Možnosti rozvoje cestovního ruchu Blatenska.

Rámcová osova:
1. Úvod, 2.Literární přehled, 3. Studium literatury, 4. Analýza lokalit, 5. SWOT analýza, 6. Marketingový výzkum, 7. Navržení možností rozvoje, 8. Závěr, 9. Použitá literatura, 10. Přílohy.

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že předkládanou diplomovou práci na téma: Produkty cestovního ruchu na Blatensku – strategie rozvoje mikroregionu jsem vypracovala samostatně a za odborného vedení vedoucího diplomové práce Mgr. Vladimíra Dvořáka. Veškerou použitou literaturu a podkladové materiály uvádím v přiloženém seznamu literatury.

V Táboře, dne 24. dubna 2006

.....

Martina Žižková

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych touto cestou poděkovala panu Mgr. Vladimíru Dvořákovi za jeho odbornou spolupráci, cenné připomínky a ochotu při vedení mé diplomové práce. Rovněž děkuji všem zaměstnancům Informačního centra v Blatné, kteří mi ochotně poskytli podklady a cenné rady potřebné pro vypracování této diplomové práce.

OBSAH

1. ÚVOD 1

1.1. CÍL PRÁCE 1

1.2. METODIKA PRÁCE 2

2. LITERÁRNÍ REŠERŽE 5

2.1. ZÁKLADNÍ POJMY 5

2.2. MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU 7

2.2.1. Služby v cestovním ruchu 9

2.2.2. Destinace cestovního ruchu 10

2.2.3. Organizace cestovního ruchu v destinaci 11

2.2.4. Marketing v destinaci cestovního ruchu 11

3. VYMEZENÍ ČESKÉ REPUBLIKY A JIHOČESKÉHO KRAJE 12

3.1. ČESKÁ REPUBLIKA 12

3.1.1. Přírodní a společenské poměry 12

3.1.2. Vymezení pojmu region 13

3.1.3. Česká centrála cestovního ruchu 13

3.1.4. Turistické regiony 14

3.2. JIHOČESKÝ KRAJ 15

3.2.1. Cestovní ruch v Jihočeském kraji v současnosti 16

3.2.2. Statistika cestovního ruchu v Jihočeském kraji 16

3.2.3. Jihočeská centrála cestovního ruchu 17

4. SITUAČNÍ ANALÝZA LOKALITY BLATENSKO 18

4.1. MĚSTO BLATNÁ – CENTRUM MIKROREGIONU 18

4.1.1. Stručná historie Blatné a Blatenska 18

4.1.2. Tradice řemesel na Blatensku 21

4.2. PRIMÁRNÍ POTENCIÁLY 23

4.2.1. Fyzicko – geografické vymezení regionu 23

4.2.2. Socio – ekonomické vymezení regionu 25

4.2.3. Přírodní atraktivity Blatenska 28

Chráněná území 28

Geologické útvary 30

Památné stromy 31

4.2.4. Kulturně historické atraktivity 32

Kulturně historické atraktivity ve městě Blatná ... 32
Technické památky ... 35
Kulturně historické atraktivity v mikroregionu Blatensko ... 36
Kulturně společenské a sportovní akce ... 39
4.3. SEKUNDÁRNÍ POTENCIÁLY ... 41
4.3.1. Ubytovací služby ... 41
4.3.2. Stravovací služby ... 44
4.3.3. Doprava ... 45
4.3.4. Doplňkové služby ... 48
4.4. TERCIÁLNÍ POTENCIÁLY ... 49
4.5. ZHODNOCENÍ SITUAČNÍ ANALÝZY ... 51
5. SWOT ANALÝZA MIKROREGIONU BLATENSKO ... 53
5.1. SW ANALÝZA – ANALÝZA SILNÝCH A SLABÝCH STRÁNEK V MIKROREGIONU ... 54
5.2. OT ANALÝZA – ANALÝZA PŘÍLEŽITOSTÍ A OHROŽENÍ MIKROREGIONU ... 56
5.3. VÝSLEDKY SWOT ANALÝZY ... 58
6. PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU ... 60
6.1. OBECNÉ VYMEZENÍ POJMU ... 60
6.2. STÁVAJÍCÍ PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU V MIKROREGIONU BLATENSKO ... 61
6.3. ZHODNOCENÍ PRODUKTŮ CESTOVNÍHO RUCHU ... 71
7. MARKETINGOVÝ VÝZKUM ... 72
7.1. PROJEKT MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU ... 72
7.1.1. Myšlenka projektu ... 72
7.1.2. Metodika projektu ... 72
7.1.3. Harmonogram projektu a stanovené hypotézy ... 72
7.2. DISKUSE A HODNOCENÍ VÝSLEDKŮ ... 73
7.2.1. Úvod ... 73
7.2.2. Vymezení zkoumaného souboru ... 73
7.3. VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ ... 76
7.4. ZÁVĚR - SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ ... 88
8. VLASTNÍ NÁVRHY ... 90
8.1. VYMEZENÍ REKLAMY ... 90
8.2. VLASTNÍ PROSPEKT ... 91
8.2.1. Konkrétní podoba prospektu ... 93

8.3. INTERNETOVÉ STRÁNKY 95

8.3.1. Konkrétní návrh podoby internetových stránek města Blatná *98*

9. ZÁVĚR **101**

10.SUMMARY **103**

11.SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ A LITERATURY **104**

12.SEZNAM PŘÍLOH **107**

1. ÚVOD

Cestovní ruch je v dnešní době velkým fenoménem. Představuje jedno z nejdynamičtějších odvětví národního hospodářství, zvyšuje zaměstnanost, vytváří nová pracovní místa a podporuje investiční aktivity.

Cestovní ruch je dnes součástí našeho života a také našeho životního stylu. Oblasti zájmů návštěvníků se velmi rychle mění, turisté více upřednostňují individuální dovolenou, stále více se prosazují aktivní formy a především vzrůstají požadavky na úroveň služeb.

V současné době více než polovina občanů České republiky tráví dovolenou mimo místo svého trvalého bydliště. Přestože řada z nich stále vyjíždí za hranice naší země, větší význam získává domácí cestovní ruch. Podle oficiálních statistik uskutečnili Češi v roce 2004 více než 9,5 milionu čtyř a vícedenních domácích a zahraničních cest. Z toho bylo 58 % cest domácích, tzn. po České republice cestovalo asi 5,5 milionu občanů ČR.[1] Podle statistik za první tři čtvrtletí 2005 cestovalo více než 4,9 milionu občanů.[2] Výdaje v roce 2004 však byly nižší než u cest zahraničních, také proto se Ministerstvo pro místní rozvoj ve spolupráci s agenturou CzechTourism snaží podpořit domácí cestovní ruch společným projektem, který byl zahájen v roce 2005.

Diplomová práce se zaměřuje na strategii rozvoje mikroregionu Blatensko v oblasti cestovního ruchu. Výsledkem procesu destinačního managementu by měly být mimo jiné udržitelné a konkurenceschopné produkty cestovního ruchu. Hlavním důvodem pro výběr tématu práce bylo především to, že Blatensko je místem mého trvalého bydliště. Velmi důležité také byly vlastní zkušenosti z Informačního centra Blatná.

Práce analyzuje současnou úroveň rozvoje mikroregionu, představuje stávající produkty cestovního ruchu a především se snaží navrhnout možnosti dalšího rozvoje Blatenska. Vzhledem ke stále stoupajícímu významu domácího cestovního ruchu je pro mikroregion Blatensko velmi důležitá propagace a přilákání většího počtu turistů do malebné krajiny mnoha rybníků a zajímavé přírody.

1.1. Cíl práce

Počátečním cílem při zpracování diplomové práce je shromažďování informací a seznámení se s širokým okruhem odborné literatury týkající se dané problematiky. Všechny zdroje jsou uvedeny v části Metodika práce. Na základě získaných informací bude úkolem

[1] www.mmr.cz (leden 2006)
[2] www.czechtourism.cz (duben 2006)

analyzovat úroveň rozvoje mikroregionu Blatensko, tj. provést situační analýzu mikroregionu, a zhodnotit vhodnost současného využití atraktivit v cestovním ruchu.

Dalším cílem práce pak je vymezení stávajících produktů cestovního ruchu, jejich zhodnocení a studie využití potenciálu produktů cestovního ruchu na Blatensku.

Provedené analýzy pak budou podkladem pro vytvoření SWOT analýzy mikroregionu. Stěžejním a nejdůležitějším úkolem pak bude navrhnout nové možnosti rozvoje mikroregionu, které mohou vést ke zvýšení jeho atraktivity a tím i k přilákání většího počtu turistů. K návrhům bude využito vlastních zkušeností a především výsledků provedeného marketingového výzkumu, které budou poskytnuty organizaci cestovního ruchu v mikroregionu a mohou být jedním z podkladů pro další využití potenciálu Blatenska jako zajímavé destinace cestovního ruchu.

1.2. Metodika práce

Teoretické informace v kapitole Literární rešerže z oblasti základních pojmů a marketingu destinace cestovního ruchu byly shromážděny z dostupných knižních titulů a článků uveřejněných v odborných časopisech a publikacích zabývajících se oblastí cestovního ruchu.

Dalším krokem, především v přípravě diplomové práce, bylo shromažďování dostupných dat týkajících se šetřeného území. Zdrojem informací pro vymezení České Republiky a Jižních Čech se staly internetové stránky agentury CzechTourism, Jihočeského kraje a Jihočeské centrály cestovního ruchu.

Teoretické podklady pro vytvoření situační analýzy týkající se mikroregionu Blatensko byly získány převážně z odborné literatury Městské knihovny Blatná a zároveň byly využity propagační materiály města. K dispozici je několik zdrojů vydaných většinou Městským úřadem Blatná, z nichž některé jsou staršího data, proto bylo třeba nalézt aktuální informace. Důležitým pramenem pro získání údajů o blatenském vodním zámku a zámku Lnáře bylo vydání publikace, která je částí souboru o památkách v České republice. Plzeňské nakladatelství Fraus začalo vydávat Unikátní encyklopedii na pokračování s názvem Památky. V brožurách zaměřených na zámek Blatná a zámek Lnáře je podrobně popsána jejich historie, vývoj vlastnictví zámků i zajímavosti z vystavených předmětů, které jsou ke shlédnutí při prohlídce zámků.

Další cenné informace o Blatensku byly získány v Informačním centu Blatná, ve kterém jsem pracovala jako sezónní pracovník v letních měsících 2004 a 2005, především formou

rozhovorů s pracovníky Infocentra. Důležitý byl i osobní kontakt s návštěvníky. Ke shromáždění informací o přírodních a kulturních atraktivitách na Blatensku a jejich následné analýzy bylo využíváno také internetových stránek jednotlivých obcí, rybářských společností a Svazku obcí Blatenska.

Výsledky provedené situační analýzy se staly podkladem pro vytvoření SWOT analýzy, analýzy silných, slabých stránek, příležitostí a ohrožení, důležitých pro budoucí rozvoj destinace. Zdrojem pro postup při vypracování SWOT analýzy byly odborné publikace zaměřené na strategický marketing a marketing destinace cestovního ruchu. Přestože analýza nebyla vypracována přímo zkušeným manažerem či expertem na vytváření SWOT analýzy, jde zde o snahu objektivně posoudit vnější a vnitřní faktory působící na destinaci. Analýza byla provedena na základě údajů získaných na internetových stránkách, dále pak díky zkušenostem pracovníků Informačního centra Blatná a také na základě vlastních zkušeností. V první části při provedení SW-analýzy, resp. analýzy vnitřního prostředí, byly vytipovány nejdůležitější faktory, které byly následně setříděny do tabulky a ohodnoceny podle jejich výkonnosti a závažnosti. Výsledkem pak byly silné a slabé stránky mikroregionu. V další části byla provedena analýza vnějšího prostředí, tedy OT-analýza. Zde bylo také nutné vytipovat důležité faktory a to jednak k sestavení matice příležitostí a jednak k sestavení matice ohrožení. Závěrečným krokem celé SWOT analýzy pak bylo vytvoření souhrnné tabulky nejdůležitějších faktorů působících na mikroregion Blatensko.

Primární statistické údaje byly získány marketingovým výzkumem, konkrétně dotazníkovým šetřením, provedeným v období od června do září 2005 v Infocentru Blatná a částečně také na zámku Blatná. Při sestavování dotazníku byl kladen důraz na jednoduchost a srozumitelnost otázek. Šetření bylo zaměřeno na návštěvníky blatenského mikroregionu, tedy města Blatná a jeho okolí. Cílem bylo zjistit, jaké mají návštěvníci znalosti o Blatensku, kde získali potřebné turistické informace, jak do regionu přijíždějí, jak dlouho se zde zdrží, případně kde jsou ubytováni, a jak jsou spokojeni s nabízenými službami v Blatné. Dotazník byl zaměřen pouze na turisty s trvalým bydlištěm v České Republice. Doplňujícím šetřením, které bylo provedeno současně s dotazníkovým, bylo totiž zjištěno, že mikroregion Blatensko navštěvují především čeští turisté.

Pro vyplňování byla zvolena metoda ústního dotazování, která je založená na osobním kontaktu s dotazovaným. V případě, že si respondent přál vyplnit dotazník písemnou formou, bylo mu samozřejmě vyhověno. Hlavní předností ústního dotazování je vysoká spolehlivost a návratnost získaných údajů, současně je omezeno riziko nedokonalého vyplnění dotazníku

a podání zkreslujících či nepravdivých informací. Nevýhodou je časová náročnost a možnost ovlivňování respondenta tazatelem.

Před samotnou realizací marketingového výzkumu byly stanoveny dvě hypotézy. První se týkala zdrojových informací pro turisty, resp. turisté nevyužívají internetové stránky města jako zdroj svých informací téměř vůbec. Tato hypotéza se následně po vyhodnocení dotazníkového šetření potvrdila. Druhou hypotézou bylo nevyužívání ubytovacích zařízení v mikroregionu ze strany turistů. Vyhodnocováním se však vyvrátila.

Provedený předvýzkum umožnil odstranění nedostatků ve formulaci otázek tak, aby nedocházelo ke zbytečným nedorozuměním. Celkem bylo osloveno 300 respondentů. Z tohoto počtu bylo získáno 250 zcela vyplněných a použitelných dotazníků, což je dostatečné množství, a proto je možné odpovědi ze statistického hlediska považovat za validní. Při vyhodnocování výsledků výzkumu bylo použito statistických metod a dále byly údaje pro lepší přehlednost a srovnání zpracovány graficky.

Zdroji sekundárních dat, konkrétně socioekonomických a demografických údajů o mikroregionu, se staly především podklady z Českého statistického úřadu a také internetové stránky Městského úřadu Blatná.

Pro analýzu stávajících produktů cestovního ruchu na Blatensku a následnou studii využití potenciálu těchto produktů bylo využito internetových stránek agentury CzechTourism, konkrétně Obchodního domu turistických produktů, dále Jihočeské centrály cestovního ruchu a Svazku obcí Blatenska. Při zhodnocení se vycházelo také z vlastních zkušeností a zkušeností pracovníků Infocentra Blatná.

Analyzování získaných informací umožnilo vymezit základní problémy v mikroregionu Blatensko a díky provedené syntéze pak bylo možné navrhnout dvě řešení a doporučení, která se týkají především propagace mikroregionu, konkrétně vytvoření uceleného prospektu kulturních a přírodních atraktivit a návrh na novou podobu internetových stránek města Blatná, které obsahují kromě zákonem stanovených informací také základní informace pro turisty a návštěvníky Blatenska. Tato doporučení by mohla přispět k rozvoji cestovního ruchu ve vybrané lokalitě.

2. LITERÁRNÍ REŠERŽE

2.1. Základní pojmy[3]

Cestovní ruch (tourism, travel)

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

Cestovní ruch je komplexní, mnoha oblastmi a z mnoha hledisek se prolínající společenský jev bez jakýchkoli pevně stanovitelných hranic, který je synergickým souhrnem všech jevů, vztahů a dopadů v časoprostorovém kontextu, souvisících s narůstající mobilitou lidí, motivovanou uspokojováním jejich potřeb v oblasti využití volného času, rekreace, cestování a poznání, dále v oblasti sociální, kulturní a v dalších oblastech. Jevovou náplní CR jsou především souhrnné aktivity jeho účastníků, procesy související s budováním a provozováním zařízení poskytujícím těmto účastníkům služby, aktivity spojené s rozvojem a ochranou zdrojů pro jeho funkci, souhrn politických a veřejněsprávních aktivit (politika, propagace a regulace CR, mezinárodní spolupráce apod.) a současně i reakce místních komunit a ekosystémů na uvedené aktivity (zpětná vazba).

Destinační management je soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci. Výsledkem takového procesu jsou udržitelné a konkurenceschopné produkty cestovního ruchu, společně sdílené logo, značka kvality, tvorba cenové politiky, provádění výzkumu a sběru statistických dat z oblasti cestovního ruchu.

Domácí cestovní ruch (domestic tourism) je cestování a pobyty občanů mimo místo jejich obvyklého pobytu za účelem využití volného času, rekreace, poznání nebo za jiným

[3] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: Cestovní ruch – Výkladový slovník. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj 2002.

nevýdělečným účelem, trvající ne déle než jeden rok a realizované kompletně ve vlastním státě.

Příjezdový cestovní ruch, aktivní cestovní ruch, incoming je cestovní ruch do dané země realizovaný obyvateli jiných zemí, jednodenními návštěvníky i turisty. Podle WTO jsou to aktivity zahraničních návštěvníků v dané oblasti, pohybujících se mimo jejich obvyklé prostředí a pobývajících zde po dobu ne delší než jeden rok za účelem trávení volného času, podnikatelskými kontakty nebo jiným účelem.

Atraktivita cestovního ruchu (tourist attraction) je zajímavá součást přírody a přírodní podmínky (klima, léčivé prameny, krajinná scenérie, jeskyně, moře, ledovce, propasti, vodopády atd.), sportovní, kulturní nebo společenský objekt, kulturní, sportovní, společenská nebo jiná událost, přitahující účastníky cestovního ruchu. Lze je dělit na přírodní a společenské, na hmotné a nehmotné (např. genius loci), na atraktivity mezinárodního, národního a místního významu, na atraktivity s potenciálem nižších řádů (využitelné bez dalších investic) a na atraktivity a potenciálem vyšších řádů (pro své využití vyžadují další investice).

Destinace cestovního ruchu (tourism destination) je v užším smyslu cílová oblast v daném regionu, typická významnou nabídkou atraktivit CR a infrastruktury CR. V širším pojetí jsou to země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit CR, rozvinutými službami CR a další infrastrukturou CR, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.

Geografie cestovního ruchu (geography of tourism) je obor zabývající se studiem zákonitostí prostorových aspektů interakce mezi cestovním ruchem a rekreací na straně jedné a krajinou na straně druhé, zákonitostí a faktickým rozmístěním cestovního ruchu v oblastech různé hierarchie, studiem činitelů rozvoje cestovního ruchu (životní úroveň, urbanizace, životní prostředí, infrastruktura apod.). Provádí analýzu vlivu cestovního ruchu na změny ve struktuře a rozmístění hospodářství v oblasti jeho realizace, vyhodnocuje oblasti hlediska možných a vhodných forem cestovního ruchu s ohledem na přírodní,kulturní, společenské podmínky, ochranu životního prostředí, hospodářský rozvoj.

Infrastruktura cestovního ruchu (tourist infrastructure) je souhrn organizačně-technických předpokladů pro uspokojování potřeb účastníků CR v dané destinaci (doprava, komunikace, zásobování elektřinou, banky, směnárny, kulturní a zábavní zařízení, sportovní zařízení atd.). Kvalita této infrastruktury má výrazný dopad na prožitek návštěvníků, kteří jsou sice prvotně motivováni atraktivitami CR, ale potřebují též čerpat služby spojené s kultivovaným pobytem v blízkosti těchto atraktivit. Infrastrukturu CR lze rozdělit na základní (doprava, ubytovací a stravovací služby) a doplňkovou. Jádrem infrastruktury CR je suprastruktura CR (ubytovací, stravovací, turistické, dopravní služby a doplňkové služby CR), která je budována zejména pro návštěvníky a do roku 1989 byla v ČR označována jako materiálně-technická základna.

Návštěvník (visitor) je jakákoli osoba, která cestuje do jiného místa než je místo jejího obvyklého pobytu na dobu nepřevyšující 12 po sobě jdoucích měsíců, přičemž účel návštěvy je jiný než výkon činnosti odměňované z navštíveného místa.

Turista (tourist, overnight visitor) je cestující, který ses zdrží v navštíveném místě alespoň 24 hodina z účelem využití volného času a v tomto místě též přespí v hromadném nebo soukromém ubytovacím zařízení.

Účastník cestovního ruchu je každá osoba, která pobývá přechodně mimo místo svého běžného pobytu, přičemž motivací pro cestu není výdělečná činnost v tomto místě, a účastní se tedy některého druhu nebo formy cestovního ruchu.

2.2. Marketing cestovního ruchu[4]

Marketing jako podnikatelská filosofie, která vychází z podmínek na trhu a je na trh orientována, se v cestovním ruchu začal uplatňovat až v 60. letech 20. století.

Podle J. Krippendorfa (1971) je marketing cestovního ruchu definován jako „systematická a koordinovaná orientace podnikatelské politiky cestovního ruchu, jakož i soukromé a státní politiky cestovního ruchu na místní, regionální, národní a mezinárodní úrovni na co nejlepší uspokojování potřeb určitých skupin zákazníků při dosažení přiměřeného zisku".

[4] KIRÁLOVÁ, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress 2003. ISBN 80-86119-56-4.

A. M. Morrison definuje marketing cestovního ruchu jako plynulý proces plánování, zkoumání, naplňování, kontroly a vyhodnocování činností potřebných k zajištění jak zákazníkových potřeb a požadavků, tak i cílů organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnost se dále může zvýšit či snížit činností dalších komplementárních organizací.

Při aplikaci marketingu v cestovním ruchu je nutné vycházet především z následujících specifik cestovního ruchu:

- cestovní ruch je výrazně závislý na geografickém (rekreačním) prostředí
- danosti geografického prostředí jsou předpokladem pro výběr vhodné cílové skupiny, která bude své potřeby v uvedeném prostředí účastí na cestovním ruchu uspokojovat
- v cestovním ruchu vystupují jako subjekty trhu, kromě podniků cestovního ruchu, i destinace cestovního ruchu – světadíl, stát, region, středisko (obec), rozvoj cestovního ruchu je podmíněn vhodným politicko-správním prostředím
- podstatou cestovního ruchu je uspokojování specifických potřeb člověka
- potřeby se v cestovním ruchu uspokojují zbožím a službami různých odvětví činnosti (například ubytovací, stravovací služby, doprava, obchodní služby apod.), které na sebe navazují, často na sobě závisí a jsou tudíž vnímány jako komplex služeb
- poznání uvedených potřeb umožňuje co nejvíc přizpůsobit produkt potřebám a požadavkům vybrané cílové skupiny
- produkt cestovního ruchu nelze vyrábět na sklad
- v cestovním ruchu se projevuje, především v důsledku sezónnosti, ale i v souvislosti s módností, tradicemi a dalšími nepředvídatelnými faktory, zvýšená kolísavost mezi poptávkou a nabídkou
- poptávka je v cestovním ruchu výrazně ovlivňována fondem volného času, disponibilními příjmy potenciálních účastníků cestovního ruchu, cenovou hladinou nabízených služeb, životním stylem, rozvojem techniky apod.
- nabídku v cestovním ruchu silně ovlivňuje rozvoj a využívání techniky a technologií
- těsný vztah mezi nabídkou a poptávkou se projevuje především při změně cen nabídky a při změně objemu disponibilních příjmů potenciálních účastníků cestovního ruchu
- pro cestovní ruch je charakteristický vysoký podíl živé práce.

2.2.1. Služby v cestovním ruchu

Velmi důležitou roli v cestovním ruchu sehrávají služby. Podle A. Payne je služba činnost, která má v sobě určitý prvek nehmatatelnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem. Výsledkem služby není převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem.

Pro služby jsou charakteristické čtyři vlastnosti, a to:

- nehmatatelnost – služby jsou ve své podstatě nehmatatelné
- proměnlivost – proces poskytování služeb závisí na lidech, což znamená, že jsou subjektivní a nelze je standardizovat
- nedělitelnost – poskytování a spotřeba služeb je spjatá s místem a časem poskytování a je vázána na přítomnost zákazníka
- pomíjivost – služby nelze skladovat

Služby v cestovním ruchu jsou specifické ještě dalšími charakteristikami, které se k jejich poskytování a koupi vážou, a to především:

- zvýšenou mírou emocionálních a iracionálních faktorů při koupi (prestiž, móda, následování idolů, vůdcovské osobnosti apod.)
- důrazem na ústní reklamu (tzv. word-of-mouth advertising)
- rostoucími nároky na jejich jedinečnost (luxus, nutnost překonat určitou bariéru v zájmu koupě a spotřeby služby – například vesmírná turistika apod.)
- důležitostí image při koupi (například při výběru destinace, restaurace, ubytovacího zařízení apod.)
- důležitostí zprostředkovatelů prodeje vyplývající z časového nesouladu mezi koupí a spotřebou služby (pobyty v destinacích si návštěvníci častěji kupují mimo destinace i několik měsíců před cestou apod.)
- zvýšenou potřebou kvalitních podpůrných materiálů (vzhledem k jejich nehmatatelnosti a nemožnosti si je před koupí vyzkoušet)
- prudkým nárůstem využívání informačních technologií při porovnání konkurenčních nabídek a následném rozhodování o koupi, což motivuje poskytovatele k stále novým aktivitám podpory prodeje (například virtuální návštěvy hotelu, audiovizuální programy apod.)
- zvláštním důrazem na komunikační dovednosti poskytovatelů služeb (interpersonální komunikace, argumentace, přesvědčování, ale i jazykové znalosti apod.).

2.2.2. Destinace cestovního ruchu

Rozvoj cestovního ruchu je podmíněn existencí vhodného potenciálu, který má výrazný teritoriální aspekt a je vázán na krajinný systém. Přírodní i antropogenní (vytvořený lidskou činností) potenciál, který vyjadřuje způsobilost územního celku vytvořit podmínky pro rozvoj cestovního ruchu, je rozmístěn nerovnoměrně a kvalitativně různorodě, přičemž se obvykle liší i v rámci velkých územních celků.

Destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací.

Podle WTO představuje destinace místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.

Podle D. Buhalise je pro destinaci cestovního ruchu charakteristických šest komponentů, nazývaných též „šest A", a to:

- attractions – primární nabídka cestovního ruchu, která množstvím, kvalitou a atraktivitou vyvolává návštěvnost (přírodní, kulturně-historický potenciál)
- accessibility a ancillary services – všeobecná infrastruktura, která umožňuje přístup do destinace, pohyb za atraktivitami destinace, patří sem také služby využívané především místními obyvateli (telekomunikační, zdravotnické, bankovní, poštovní apod.)
- amenities – surpastruktura a infrastruktura cestovního ruchu, které umožňují pobyt v destinaci a využívají jejích atraktivit (ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenská a jiná zařízení)
- available packages – připravené produktové balíčky
- activities – rozmanité aktivity.

Pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci je důležitá kvalitní nabídka, která je schopna přilákat návštěvníky a následně uspokojit jejich potřeby a požadavky. Nabídku cestovního ruchu je možné rozdělit na primární a sekundární. Komponenty primární nabídky cestovního ruchu jsou utvářejícími podmínkami pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace. Struktura, rozmístění a úroveň sekundární nabídky cestovního ruchu je určujícím faktorem využitelnosti destinace pro aktivity cestovního ruchu.

2.2.3. Organizace cestovního ruchu v destinaci

V zájmu jednotného postupu při nabízení destinace na trhu cestovního ruchu je nutno vytvořit takovou organizaci cestovního ruchu, která bude efektivně koordinovat činnosti všech zainteresovaných subjektů působících v destinaci, bude schopna přizpůsobit se změnám na trhu a její odpovědnost za dosažené výsledky bude korespondovat s její možností tyto výsledky ovlivnit. V organizaci cestovního ruchu by v této souvislosti měly být zastoupeny podnikatelské subjekty, občanské a kulturní organizace, orgány státní správy, orgány místních samospráv a obyvatelé destinace. Koordinace zájmů všech zainteresovaných stran je jednou z podmínek nekonfliktního rozvoje cestovního ruchu v destinaci.

2.2.4. Marketing v destinaci cestovního ruchu

Podstata marketingu destinace tkví v orientaci všech zainteresovaných subjektů na uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace za účelem dosažení zisku.

Úspěch destinace na trhu cestovního ruchu závisí na schopnosti identifikovat vlastní nabídku – produkt, potenciální návštěvníky (kteří disponují volným časem, penězi a chtějí navštívit destinaci), cílový trh, ohrožení a příležitosti na trhu a způsob, jak potenciální návštěvníky aktivizovat k návštěvě destinace.

Různorodost podnikatelských subjektů působících v destinaci na jedné straně a existence konkurence s komplementární nabídkou na straně druhé vyvolává potřebu koordinovaného postupu na trhu cestovního ruchu. Takovýmto postupem je marketingová koncepce destinace cestovního ruchu.

Zpracování, akceptace a aplikace reálné marketingové koncepce je základním předpokladem úspěšnosti destinace na trhu.

Neoddělitelnou součástí tvorby marketingové koncepce je určení cílů. Vrcholem pyramidy cílů je mise (poslání) destinace – ucelená myšlenka, která zdůvodňuje nabídku destinace na trhu cestovního ruchu z hlediska návštěvníka. Obsahuje zmínku o kvalitativní úrovni nabídky, chování destinace na trhu cestovního ruchu dnes i v budoucnu a o vybraném segmentu.

Základem tvorby marketingové koncepce je určení marketingového cíle, který vychází z mise destinace a je určen „pracovníkům podniku“, tj. všem zainteresovaným na nabídce destinace.

3. VYMEZENÍ ČESKÉ REPUBLIKY A JIHOČESKÉHO KRAJE

3.1. Česká republika

Česká republika tvoří křižovatku evropských kultur. Kulturní charakter českých měst, venkovských sídel a lázeňských míst byl vždy inspirací pro návštěvníky a hosty sjíždějící se do těchto míst ze všech koutů světa.

Česká republika, nejmladší z rodiny států vstupujících v roce 2004 do Evropské unie, vznikla v roce 1993 rozdělením Československé federativní republiky. Je řádným členem Severoatlantické aliance.

Přestože se svou rozlohou 78 864 km^2 řadí mezi malé státy, co do množství přírodních krás a dochovaných kulturních památek patří bez nadsázky mezi světové velmoci. Z hlediska geografického je Česká republika (10 300 000 obyvatel) a její historická území (Čechy, Morava a Slezsko) rozděleno do čtrnácti územněsprávních celků řízených krajskými samosprávami.[5]

3.1.1. Přírodní a společenské poměry[6]

Využití oblastí cestovním ruchem v ČR významně ovlivňují klimatické poměry. Podnebí je určeno polohou v mírném pásmu, jeho rozdělení na čtyři roční období umožňuje využívat minimálně dvě sezóny (letní a zimní) k výrazně odlišným formám cestovního ruchu.

ČR leží na hlavním evropském rozvodí a je typickou pramenitou oblastí. Součástí přírodní krajiny jsou rybníky. Hlavní rybniční oblasti jsou jižní Čechy, kde je přes 5 000 rybníků, a oblast jižní Moravy – lednická rybniční soustava. Pro cestovní ruch jsou důležité rybníky s tzv. rekreačním statutem, např. Máchovo jezero či Bezdrev. Většina vodních nádrží (př. Lipno či Orlík) se využívají k rekreačním účelům.

Jedinečnost přírody ČR vedla k zřízení čtyř národních parků – Krkonošský národní park, Národní park Šumava, Národní park Podyjí a Národní park Českosaské Švýcarsko. Vedle nich existuje řada chráněných krajinných oblastí. Cestovní ruch je zde nutné regulovat, aby nebyla narušena původní přírodní krajina.

---

[5] www.czechtourism.com (leden 2006)

[6] HRALA, V.: Geografie cestovního ruchu. Praha: Idea Servis 2001. ISBN 80-85970-36-8.

ČR je zemí neobyčejně bohatou na kulturní hodnoty a památky. Svědčí o tom i tečnost, že od roku 2003 bylo zařazeno do seznamu světového kulturního dědictví ESCO 12 lokalit v České republice.

Specifickou součástí společenských předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu vytváří ství, ačkoliv se opírá o přírodní skutečnosti. Vedle léčebného poslání soustřeďuje řadu lečenských atraktivit, které mají význam pro širší okruh zájmů cestovního ruchu. Většina

Lázní je lokalizována v prostředí relativně málo zasaženém negativní hospodářskou ností, a proto jsou cílem rekreace a turistiky.

3.1.2. Vymezení pojmu region[7]

Region je územní celek vyznačující se společnou úrovní výskytu určitých znaků (z liska zastoupení, rozmístění a reprezentativních jevů), nebo společným procesem cesy, resp. vazbami). Jedná se o znaky a jevy fyzicko-geografických nebo sociálně-grafických systémů, tedy např. přírodní, kulturně-historické, socio-ekonomické rakteristiky a klíčové regionální procesy a vazby. Podle struktury regionu a výsledku jemné interakce přírodních složek i sociálně-geografických systémů se rozlišuje dvojí ladní pojetí regionů – homogenní a heterogenní regiony. Homogenní regiony – tradiční etí regionu jako vnitřně stejnorodého územního celku, který je vymezen vnitřní kturální podobností a odlišností vůči okolnímu prostředí. Heterogenní regiony – pojetí onu vyplývající ze studia dílčích sociálně-geografických systémů a zdůrazňující zejména kční souvislosti a vazby mezi prvky systému, organické sepětí regionálního celku. Jde tedy nitřně různorodé celky s funkčně specializovanými dílčími částmi.

Region cestovního ruchu (tourist region) je jeden z typů regionu, který může být nezen jako homogenní region CR (území relativně homogenní z hlediska předpokladů pro izaci CR – typů atraktivit, dostupností a úrovní infrastruktury CR) nebo heterogenní ion CR.

3.1.3. Česká centrála cestovního ruchu

Česká centrála cestovního ruchu (Czech Tourist Authority) je organizace odpovědná za pagaci České republiky jako destinace cestovního ruchu. Vznikla v dubnu 1993 při

---

ASKOVÁ, M., ZELENKA, J.: Cestovní ruch – Výkladový slovník. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj 2.

nisterstvu hospodářství ČR. Vytváří image České republiky v zahraničí, sbírá a nodnocuje statistické informace, poskytuje informace subjektům CR u nás i v zahraničí, anizuje pobyty pro novináře v České republice, podílí se na pořádání výstav pro odborníky iky, smluvně zastupuje subjekty cestovního ruchu. Zastoupení v Německu, Francii Itálii, onsku, Rusku, Anglii, Belgii, Holandsku, Rakousku, USA, Kanadě. Podporuje ucelené jekty pobytů v České republice („Cesta po Hradech", „Po stopách Valdštejna", „Green ys"). Vydává řadu propagačních materiálů dobré koncepční a grafické úrovně, rozvíjí todickou činnost (regionální rozvoj CR v ČR, granty, strategie a koncepce regionů CR), je roku 1996 organizací Ministerstva pro místní rozvoj. nepřímo podporuje i české dnikatele v regionech, propaguje rozvoj domácí turistiky zvyšuje zájem o návštěvu regionů, váří i podmínky pro vyšší zaměstnanost.

3.1.4. Turistické regiony[8]

Cestovní ruch patří v posledních letech mezi nejdynamičtěji se rozvíjející průmyslová větví ve vyspělých světových ekonomikách. Avšak je zároveň vystaven i tvrdé mezinárodní regionální konkurenci, která klade vysoké nároky na kvalitní, komplexní a atraktivní bídku země. Splnění tohoto cíle předpokládá vytvoření ucelené a dostatečně atraktivní istické nabídky, jejíž základem jsou turistické regiony. Ty jsou definovány jako území, pro ž je typický určitý druh cestovního ruchu, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje a dnocuje, ale zároveň i odlišuje od ostatních regionů. Základem pro uplatnění turistického gionu na trhu je existence turistických produktů.

Hlavní význam turistických regionů tkví v možnosti ucelené prezentace země, která bízí souhrn turistických produktů reprezentovaných jednotlivými turistickými regiony. Mají dy sloužit především prezentaci Česka v zahraničí, ale i podpoře domácího cestovního chu. Turistické regiony většinou nekorespondují s územněsprávním členěním státu. Turista nezajímá o administrativní hranice, ale o určité kompaktní území poskytující možnosti ovozování specifických aktivit pro daný turistický region.

Turistické regiony byly agenturou CzechTourism vymezeny v letech 1998 - 1999 na kladě jednání v regionech. Výsledkem je členění na 15 turistických regionů za Česko. V aždém turistickém regionu byl ustanoven koordinátor cestovního ruchu, který mimo jiné bezpečuje oboustrannou komunikační vazbu s CzechTourism. Koordinátoři se podílejí na ednocování marketingové činnosti subjektů cestovního ruchu v regionech. Výsledkem

[8] www.czechtourism.cz (leden 2006)

činnosti je tvorba propagačních tiskovin za celý region, vznik společných regionálních expozic na zahraničních i domácích výstavách a veletrzích, vznik regionálních internetových prezentací, vznik nových regionálních turistických produktů. Turistické regiony jsou pevně začleněny v Programech rozvoje cestovního ruchu krajů a regionů. Turistické regiony se mohou dělit na menší území, na turistické oblasti. Tyto oblasti slouží především pro domácí cestovní ruch.

3.2. Jihočeský kraj

Jihočeský kraj má rozlohou 10 056 km^2. Významná část hranic kraje je tvořena státní hranicí s Německem a Rakouskem a dále sousedí s kraji Vysočina, Středočeským a Plzeňským. Správním centrem kraje jsou České Budějovice.

Turistický region Jižní Čechy se téměř celý kryje s územím Jihočeského kraje a tvoří také stejnojmennou turistickou oblast Jižní Čechy.

Jižní Čechy jsou jedním z nejatraktivnějších turistických regionů České republiky. Jsou malebným krajem rybníků, lesů a rašelinišť oživeným siluetami středověkých městeček, venkovských kostelů a bělostných statků.

Krajina není poznamenána velkými průmyslovými podniky, je zde množství chráněných oblastí. Zdejší kraj patří k vyhledávaným turistickým cílům nejen pro svoje přírodní krásy, ale také pro množství historických památek a jsou zde i dobré podmínky pro cyklistiku a vodní sporty. Poloha regionu v tranzitní poloze mezi jižní a severní Evropou spolu s vyvážeností přírodních a společenských atraktivit jsou hlavními komponenty potenciálu cestovního ruchu.

Klima jižních Čech je přechodného středoevropského typu, v němž se střídavě uplatňují vlivy oceánu na západě a vlivy pevniny na východě, takže počasí má proměnlivý průběh. Většina území jižních Čech patří do mírně teplé a mírně vlhké nebo vlhké oblasti, která v nadmořských výškách kolem 750 m n. m. přechází v mírně chladnou oblast.

Nejteplejším měsícem bývá červenec, jehož průměr dosahuje 17 - 18 °C v pánevních oblastech, v nejvyšších polohách nad 900 m n. m. klesá pod 14 °C. Dnů, kdy teplota vystoupí nad 25 °C, mají nejvíce pánevní oblasti a oblast při soutoku Lužnice s Vltavou, v průměru jich bývá 40 až 50 v roce. Maximální teploty téměř každoročně překračují v nižších polohách 30°C, výjimečně i 35 °C.[9]

[9] www.jiznicechy.cz (leden 2006)

3.2.1. Cestovní ruch v Jihočeském kraji v současnosti[10]

Protože Jihočeský kraj disponuje mimořádně velkým množstvím historických i kulturních památek, zajímavých přírodních lokalit a množstvím tradic i zvláštností, stává se cestovní ruch oblastí, která má pozitivní a podstatný vliv na prosperitu kraje.

Výhodná poloha v rámci České republiky, Evropy i Evropské unie je významným předpokladem k rozvoji úspěšné spolupráce doma i na zahraničních trzích. Postupné rozšiřování a prohlubování kooperace s přilehlými regiony – Horním a Dolním Rakouskem a Dolním Bavorskem – však není jediným zahraničním úspěchem. Jihočeský kraj navázal v oblasti cestovního ruchu spolupráci také s Francií, prezentoval se na veletrzích ve Finsku, Holandsku, Itálii, Polsku, Rusku, Španělsku a dalších zemích, v nichž patří cestování a turismus k častým a vyhledávaným aktivitám. Zároveň se zúčastnil světové výstavy EXPO 2005 v japonské prefektuře Aichi.

Sousedství s krajem Vysočina, Jihomoravským, Středočeským a Plzeňským krajem má pozitivní vliv na návštěvnost i všestrannou tuzemskou spolupráci. Společné sdílení přírodní oblasti Šumava spojuje region především s Plzeňským krajem.

Jihočeský kraj patří mezi nejnavštěvovanější kraje České republiky.

3.2.2. Statistika cestovního ruchu v Jihočeském kraji[11]

Podle statistických údajů z roku 2004 se počet turistů navštěvujících Jihočeský kraj zvyšuje. Jak je vidět na následujícím grafu, v roce 2004 se v Jihočeském kraji ubytovalo 750 854 českých turistů v hromadných ubytovacích zařízeních, což je o 8,54 % více než v předcházejícím roce.

V rámci domácího cestovního ruchu se nejnavštěvovanějším regionem České republiky stal Jihočeský kraj (14 % delších cest) a čeští turisté zde strávili v průměru 4,4 dne.

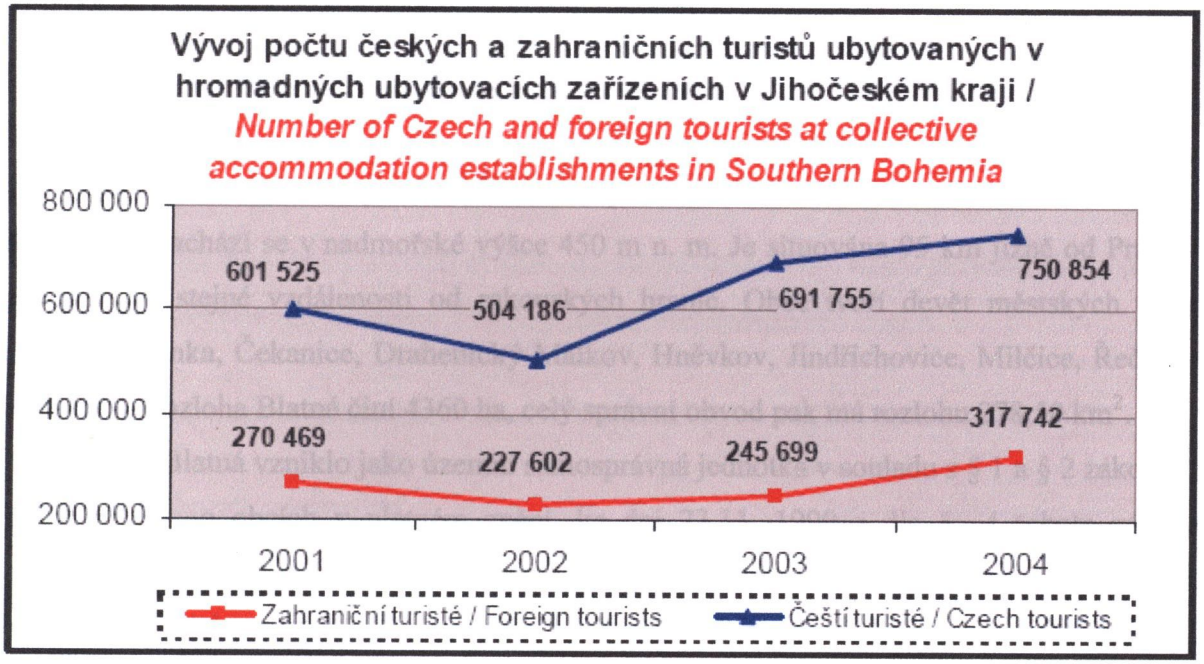
Zahraničních turistů se v hromadných ubytovacích zařízeních ubytovalo 317 742, tj. o 29,32 % více než v roce 2003. Průměrná doba pobytu zahraničních turistů v Jihočeském kraji je 3,7 dne a průměrný počet přenocování je 2,7 noci. Nejvíce navštěvovali Jihočeský kraj turisté z Německa, konkrétně 29,1 %, a dále turisté z Nizozemska, tj. 11,5 %.

---

[10] Jihočeský kraj – cestovní ruch, 2003, Jihočeský kraj – krajský úřad

[11] www.czechtourism.cz Kompendium statistik cestovního ruchu v České republice 2004 - CzechTourism (prosinec 2005)

Graf č. 1



Zdroj: ČSÚ

3.2.3. Jihočeská centrála cestovního ruchu

Jihočeská centrála cestovního ruchu je sdružení zaměřené na podporu regionálního CR, podporu spolupráce subjektů v CR, poskytování turistických informací. Do roku 2003 byla především sdružením měst, která za své individuální členství platila členské příspěvky. Cílem JCCR byla propagace jižních Čech, převážně pak členských měst. V lednu roku 2003 vstoupil do JCCR Jihočeský kraj, Svaz měst a obcí Jihočeského kraje a Jihočeská hospodářská komora.

Činnost Jihočeské centrály cestovního ruchu se řídí základní koncepcí, ze které vychází plán činnosti stanovený vždy na jeden kalendářní rok. Základní vize Strategie rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje: "Jihočeský kraj - prezentující se jako zdravý a pohostinný turistický region - lépe a uvážlivě zhodnotí na poli cestovního ruchu své jedinečné přírodní bohatství a kulturní dědictví, a to ve prospěch svých obyvatel i návštěvníků".[12]

[12] www.jccr.cz (leden 2006)

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
knihovna katedry CR - ZF

4. SITUAČNÍ ANALÝZA LOKALITY BLATENSKO

4.1. Město Blatná – centrum mikroregionu

Město Blatná leží v jižních Čechách, při řece Lomnici. Je centrem mikroregionu Blatensko. Nachází se v nadmořské výšce 450 m n. m. Je situována 95 km jižně od Prahy a přibližně ve stejné vzdálenosti od rakouských hranic. Obec tvoří devět městských částí: Blatná, Blatenka, Čekanice, Drahenický Málkov, Hněvkov, Jindřichovice, Milčice, Řečice a Skaličany. Rozloha Blatné činí 4360 ha, celý správní obvod pak má rozlohu 278,50 km^2.

Město Blatná vzniklo jako územní samosprávná jednotka v souladu s § 1 a § 2 zákona č. 367/1990 Sb., o obcích v platném znění, ke dni 23.11. 1990 a dle § 4 tohoto zákona vystupuje v právních vztazích svým jménem a nese odpovědnost z těchto vztahů vyplývající. Je tedy právnickou osobou ve smyslu § 18 odst. 2 písm. c) zákona č. 40/1964 Sb., občanského zákoníku v platném znění, a to právnickou osobou s plnou právní subjektivitou.

Jeho posláním je zajištění veřejné správy na svém území, případně výkon státní správy v území stanoveném zvláštními předpisy.

4.1.1. Stručná historie Blatné a Blatenska[13]

Pravěk

V době 200 let před n. l. obydleli blatenskou pahorkatinu Keltové. Jsou to první neanonymní, pojmenovaní obyvatelé Čech – keltští Bójové. Vnikají na Blatensko patrně z více směrů, od severu i od jihu, zajímají je koryta zlatonosných potoků. Prohlížejí náplavy a usazeniny, které sem voda přinesla z rudních oblastí, hledají a rýžují tu zlato. Dnes už je těžko rozeznat, které sejpy – kopečky zeminy při potocích na Blatensku – pocházejí z pravěku a které až z dob pozdějších. Jisté ale je, že na vzniku alespoň části sejpů, jimiž je Blatensko široko daleko jemně zvrásněno, se před více než dvěma tisíciletími podíleli už Keltové.

Raný středověk

V této době na Blatensko dorazili Slované a celý region je poměrně hustě osídlen. Velmi důležitým rokem v historii je pak rok 1235, z kterého pocházejí první dochované písemné zprávy o Blatné a jejím nejstarším známém majiteli Vyšemírovi z Blatné. Od 14. století je blatenské panství v držení Bavorů ze Strakonic.

---

[13] Kol. autorů: Průvodce městem Blatná. Praha: Amalthea a. s., Městský úřad Blatná, 1994.

Vrcholný středověk

Ještě před rokem 1400 přešlo panství do rukou pánů z Rožmitálu a nastal důležitý rozvoj regionu. Neznámější z rodu Jaroslav Lev zahájil gotickou přestavbu románského hradu i nedalekého děkanského kostela. Jeho syn pak dále zveleboval sídlo a začal s chovem daňků v zámecké oboře, který pokračuje dodnes a v současnosti se stal velkou přitažlivostí pro turisty. Zároveň také nastává rozkvět blatenského rybníkářství a blatenští měšťané získávají právo vařit pivo, pořádat jarmarky a také právo užívání městského znaku.

Pozn.

Blatenský městský znak je šikmo dělený štít na dvě pole od pravého horního rohu k dolnímu levému rohu. V horním zlatém poli je černá kančí hlava s vyplazeným červeným jazykem, která má připomínat starobylý původ rodu Rožmitálů odvozeného od bájného siláka Bivoje, v dolním červeném poli je doprava hledící kráčející stříbrný lev, ten byl používán Jaroslavem Lvem z Rožmitálu a jeho následníky.

Novověk

V polovině 16. století končí slavná éra pánů z Rožmitálu a následuje rychlý úpadek a finanční bankrot. Od roku 1577 vlastní Blatnou starý polský rod, hrabata z Rozdražova. V roce 1601 císař Rudolf II. povýšil Blatnou na poddanské město. Tímto povýšením bylo oficiálně a císařskou rukou stvrzeno to, co již daleko dříve platilo fakticky, neboť řady městských práv a privilegií blatenští měšťané požívali po věky. Např. právo trhu, právo na pivovar, právo pečeti, právo na vlastní radnici nebo právo na lov ryb.

Od konce 17. století přechází panství do vlastnictví rodu Serenyiů, kteří původem pocházeli z Uher. Jejich majetkem zůstalo Blatensko až do roku 1787, kdy zemřel poslední potomek rodu. V roce 1794 je panství prodáno svobodnému pánu Václavovi z Hildprandtu a na Ottenhausích. Jeho rodina pocházela z Tyrol, ale žili v Čechách již od počátku 17. století.

19. století

V roce 1803 pan Václav Hildprandt zemřel a Blatnou zdědil jeho syn František, ten se významně angažoval v další výstavbě blatenského zámku. Ve městě byla otevřena první lékárna a byl zřízen cukrovar na zpracování cukrové řepy, jeden z prvních cukrovarů v Čechách. Blatná také dostala novou školu.

V r. 1829 velká povodeň protrhla hráz rybníka Hodaně nad Blatnou a voda vtrhla do města a v r. 1834 postihlo Blatnou největší neštěstí v jejích dějinách. Vypukl zde požár a během několika hodin takřka celé město lehlo popelem. V témže roce přes Blatnou začal jezdit první pravidelný dostavník, a to na lince Budějovice – Písek – Blatná – Plzeň.

Revoluční rok 1850 přinesl nejen zrušení nevolnictví a feudálních vztahů vůbec, ale také likvidaci starého vrchnostenského, tzv. patrimoniálního zřízení. Namísto dosavadních

hnostenských panství se základem nového správního členění staly obce sdružené do šího organizačního článku – 207 soudních okresů. 1. února 1850 se okresním městem, a to více než sto let, stala i Blatná.

Roku 1889 založil ve městě baron Hildprandt městský park – Husovy Sady a jeho činěním byla postavena dodnes sloužící moderní a rozlehlá blatenská škola. Především k baron probojoval zřízení místní železnice Strakonice – Blatná – Březnice, která byla vřena v roce 1899 zároveň s odbočkou Blatná – Nepomuk.

století

Před první světovou válkou je v Blatné zaznamenám přírůstek obyvatelstva. Ve městě je) domů, žije zde 3225 obyvatel, fungují 2 pivovary, sladovna, lihovar, tiskárna, 4 stavební ny a také 7 lomů v blízkém okolí. V roce 1914 blatenský zahradník Jan Böhm založil na zemcích u Blatné první školky růží, zárodek později proslulého pěstebního závodu (1919), rý dal vzniknout pojmu „Blatenská růže". Po 1. světové válce vzniklo v Blatné okresní uzeum, z iniciativy Josefa Siblíka, archeologa a ředitele měšťanské školy. V roce 1942 byla Blatné zavedena zajímavá výroba zboží ze slámy, lýka a dřeva. Zpracovávala se také sítina poli palach, sklízená na okolních rybnících. Zhotovovaly se z ní tašky, sandály a jiné robky. V roce 1945 v prvních květnových dnech byla Blatná osvobozena americkou nádou, a to motorizovanými jednotkami ze svazku generála Pattona. Několik kilometrů chodně od Blatné vedla demarkační linie mezi americkými a ruskými jednotkami.

V éře tzv. socialistické industrializace (1948 – 1972) se Blatná hluboce proměnila. Z hého městečka se rychle stala průmyslovým městem, jehož obyvatelstvo se takřka vojnásobilo. Přibylo šest nových závodů (ČZM, Dřevokov, Pekárny, Západočeské menolomy a štěrkopísky, Tesla, Mykoprodukta) a v roce 1970 pracovalo v průmyslových vodech v Blatné již 2400 zaměstnanců. V roce 1978 skončila výroba oblíbeného tenského piva, a to bez ohledu na to, že blatenské pivo, zvláště oblíbený Kohout, bylo važováno za nejkvalitnější hned po plzeňském Prazdroji. Podobný osud potkal již v roce 55 údajně nerentabilní lihovar. V roce 1987 postihla Blatensko velká povodeň. Po datných dešťových srážkách došlo k protržení několika rybníků na Lnářsku. V roce 1992 l zámek Blatná navrácen původním majitelům, rodině Hildprandtů.

Do současné doby přetrvává tradice mikroregionu – chov ryb. Právě rybníky, které jsou dním z významných krajinotvorných prvků Blatenska, byly příčinou jedné z nejhorších hrom města, povodně 13. srpna 2002, kdy voda z protržených rybníků poškodila nebo bořila řadu domů a tři mosty.

4.1.2. Tradice řemesel na Blatensku

Život lidí na Blatensku se odedávna odbýval na půdorysu velmi skromném. Pracovních příležitostí tu nikdy nebyl přebytek. Vystěhovalectví proto náleželo k dosti běžnému řešení tíživých hmotných starostí, zvláště na sklonku 19. a na začátku 20. století. Dodnes jen v Americe žije snad tisícovka původně blatenských rodáků a jejich potomků. Lidé, kteří zůstali, řešili svou situaci nejčastěji dvojím zaměstnáním: zpola se věnovali obdělávání skrojků půdy, především zahradničení, zpola pak řemeslu.

Zahrádka se zeleninou a záhonkem majoránky, která byla pro blatenské pěstitele charakteristickým artiklem, znamenala pro rodinu obživu na poledne, řemeslo pak, nejčastěji ševcovské, kamenické, truhlářské, "čamrdářské" čili knoflíkářské, přinášelo živobytí na večer. Lidé si tu v průběhu věků na vlastní skromnost a nenáročnost zvykli právě tak jako na nutnost hodně a dobře pracovat. V 19. století zde lidem poskytovalo obživu domácké krajkářství a knoflíkářství.

Od tereziánských časů, kdy místní ševci začali pravidelně získávat větší vojenské zakázky, se Blatná proměnila nejprve v jakousi rozptýlenou manufakturu na výrobu obuvi, časem tu vznikla řada menších obuvnických firem. Ševcovský cech se tak stal nejpočetnějším. Řemeslo kvetlo až do počátku třicátých let 20. století, kdy nápor konkurence levných baťovských bot blatenské mistry obuvnické z trhu vytlačil. Nicméně za dob největšího rozkvětu řemeslo živilo až 500 lidí. [14]

Blatensko odedávna charakterizovalo kromě ševců a zahradníků-zelinářů intenzivní rybniční hospodářství. Odtud pak vznikl přídomek "město ryb". Chov ryb na Blatensku má dlouhou tradici. Rybníky zde byly založeny již ve středověku a jsou kromě rybochovného poslání významným krajinným prvkem a dokladem historie kraje. Některé ze současných rybníků vznikly v dříve bažinaté krajině vhodné pro stavbu rybníků velmi brzy. Udává se, že v době Karla IV. bylo nejvíce rybníků v Čechách kromě Poděbradska právě v okolí Blatné. Během doby rybníky na Blatensku stále přibývaly, k jejich rušení došlo až v 19.století. Se změnou chovatelských postupů na přelomu 19. a 20. století se znovu zvýšila rentabilita, některé rybníky byly obnoveny a rybnikářství zůstalo na Blatensku významnou součástí zemědělské výroby. Tento region dnes patří k významným jihočeským rybnikářským oblastem, kde je chov ryb dokonale propracován a tvoří součást ekonomického zázemí. Na Blatensku je v současnosti 260 rybníků. Mezi největší patří Labuť, Metelský rybník, Milavý,

[14] amber.feld.cvut.cz (leden 2006)

Pilský či Rojický. Rybníky jsou zde nejen významným krajinotvorným, ale také biostabilizačním prvkem. V mnoha z nich se hojně vyskytuje rak či mihule a na březích pak některé chráněné rostliny. To svědčí o zdravém životním prostředí Blatenská ryba je v současnosti pověstná svou kvalitou také daleko za hranicemi České republiky. Tato tradice stále žije především díky firmě Blatenská ryba, spol. s r. o., která hospodaří na 1600 ha rybníků, rozkládajících se na Strakonicku, Písecku a Příbramsku, a produkuje kolem 850 t konzumních ryb ročně.

Blatensko, to jsou také zatopené žulové lomy s křišťálově průzračnou vodou. Tradicí je zde tedy také práce kameníků, kteří vyrábějí vše od žulových lomů přes výrobu obrubníků, zábradlí či dlažby až k jemné kamenosochařské práci. Lomová a kamenická žula, velmi kvalitní, je výrazně zrnitá, šedavě namodralá. Prý je z ní vytesán i Šalounův pomník Mistra Jana Husa na Staroměstském náměstí v Praze. Místní žula leží v základech pražského Národního divadla stejně jako blatenských domů, ze žuly je částečně i vodní hrad vypínající se uprostřed někdejší bažiny v Blatné. Kamenickou výrobou se zabýval blatenský provoz Okresního podniku služeb. Kamenictví tedy navázalo na dlouholetou tradici ze 16. století, kdy se blatenská žula využívala při stavbě venkovských kostelů. Od té doby se mnohé změnilo. Ruční zpracování bylo nahrazeno řezáním a broušením kamene na strojích a jeho ruční dobývání nahrazeno moderní mechanizací. Roku 1991 skončila činnost Okresního podniku služeb a tradice blatenského kamenosochařství na čas zmizela. V současné době se kamenické výrobě věnuje několik soukromých firem, které vlastní žulové lomy v okolí Blatné.

Blatensko bylo a je zároveň regionem velmi zručných truhlářů. Tato tradice zde také stále žije. Nové privátní truhlářské podniky se výrazně uplatňují ve výrobně ekonomické transformaci města.

Proslulé bylo donedávna (do 70. let 20. stol.) i blatenské pivo ze dvou pivovarů, panského a měšťanského. Zejména světlé desetistupňové a dvanáctistupňové pivo, tzv. blatenský Kohout (nazvané podle sládka Kohouta), mělo pro své chuťové kvality zvuk daleko přesahující hranice regionu. V Blatné se vařilo pivo již od 15. století v panském pivovaru, založeném Lvy z Rožmitálu. V posledních letech existence pivovaru se zde vařilo 20 000 hl piva ročně. Rokem 1978 končí sláva blatenského piva, které se svou kvalitou řadilo mezi přední česká piva, přestože bylo vyráběno v nejmenším pivovaru v Čechách.

Po první světové válce proslula Blatná ještě jedním originálním artiklem, křehkým, jemným a voňavým. Proměnila se v "město růží". Stalo se tak zásluhou vynikajícího zahradníka Jana Böhma, který ze skromných záhonků planých šípků vykopaných po okolních

stráních dokázal během několika let jejich roubováním a pěstěním vybudovat růžové plantáže o rozloze 15 ha, v třicátých letech dokonce 32 hektarů, největší růžové zahrady v Československu. A růže, jak dodnes připomíná monumentální památník "kamenných květů" na Koubkově třídě, se stala symbolem města. Experimentátor Böhm šlechtil nikdy předtím nevídané druhy, př. růže fialové či modré, více než 50 nových výpěstků. Růže ze sadů byly osázeny do ulic a provoněly město. V třicátých letech se v Blatné opakovaně konaly celostátní výstavy růží, které přilákaly desetitisíce návštěvníků, mezi nimi mnoho opravdu vzácných hostů, např. Edvarda Beneše. Druhá světová válka však přivodila první pohromu. Z nařízení protektorátních úřadů se část růžových sadů proměnila v bramborová pole. Poúnorové znárodnění Böhmova pěstitelského podniku rekonvalescenci růžových zahrad prospět příliš nemohlo, byť pěstitelská tradice i v nové situaci byla dále udržována.. Ačkoli byly pozemky rodiny Böhmů v 90. letech 20. století restituovány, obnovit dlouholetou tradici se jim nepodařilo. V současnosti je vedle zahradníků – drobných pěstitelů růží největším pěstitelem pan Miloslav Šíp ze Skaličan u Blatné. Zabývá se pěstováním již od roku 1993. Ve Skaličanech hospodaří na 9 ha orné půdy, z toho plochu o výměře 1 ha využívá k pěstování růží. Ročně vyšlechtí přes 22 000 růží mnoha odrůd. Přestože se Miloslav Šíp snaží o obnovení dlouholeté tradice, zůstává poje „Blatná – město růží“ spíše jen vzpomínkou na minulost.

4.2. Primární potenciály

Primární potenciály představují přírodní (např. klima, reliéf, vodní plochy a toky) a společenské atraktivity (historické stavby církevní i světské a jejich komplexy, muzea, galerie, mezinárodní sportovní akce, lidové tradice a tradiční kuchyně). Pestrost druhů, stupeň přitažlivosti a kvalita těchto atraktivit profiluje potenciální možností dané lokality, oblasti nebo regionu v cestovním ruchu[15].

4.2.1. Fyzicko – geografické vymezení regionu[16]

Přírodní předpoklady patří mezi hlavní podmínky úspěšného rozvoje cestovního ruchu. Jsou to předpoklady rozvoje CR zahrnující krajinu s jejím reliéfem, přírodními zdroji a přírodními útvary (pohoří, roviny, osamělé skalní útvary, sopky, jeskyně, propasti atd.) a

[15] ŠTĚPÁNEK, V., KOPAČKA, L. a ŠÍP, J.: Geografie cestovního ruchu. Praha: Univerzita Karlova v Praze – Nakladatelství Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0172-9.
[16] Kol. autorů.: Strakonicko, příroda a památky. Praha: Merkur 1985.

vodstvem (vodní plochy a vodní toky – moře, oceány, jezera, vodopády, přehrady atd.), klima, flóru a faunu. [17]

Blatensko se nachází v provincii Středočeské pahorkatiny, která zde má své dvě oblasti – Benešovskou a Blatenskou pahorkatinu.

Jednou svojí částí sem zasahují i Jihočeská pánev a Šumavská hornatina. Krajina Blatenska je velmi rozmanitá a zvlněná nadmořskými výškami 480 – 560 m n. m. Samotné město Blatná se nachází téměř uprostřed regionu a leží v nadmořské výšce 440 m n. m.

Klimaticky náleží Blatensko do oblasti mírně teplé mírně vlhké. Průměrná roční teplota se pohybuje kolem 7 °C, přičemž teplotních maxim od 29 °C do 33 °C se dosahuje v měsících červnu až srpnu. Teplotní minima v prosinci až únoru se pohybují od -15 °C do -25 °C. Průměr letních teplot se pohybuje kolem 15 °C, průměr teplot v zimních měsících se pohybuje od -1 °C do 3 °C

Území Blatenska má nevýraznou vodní síť s řadou bezodtokých rybníků a je odvodňováno řekou Lomnicí, která na území blatenské kotliny teče v mělkém širokém údolí s malým spádem. Lomnice pramení v Brdech pod vrchem Třemšín, protéká Blatnou a vlévá se do Otavy. Na území Blatenska protéká mnoha rybníky a vlévá se do ní řada potoků, např. Závišínský potok.

Blatensko je stejně jako Jihočeské pánve charakterizováno jako krajina rybníků. V současnosti je na Blatensku 260 rybníků. Největšími rybníky jsou Labuť (108,5 ha) a Buzický rybník (96 ha).

Na Blatensku se setkáme se středoevropskou lesní květenou, která je poměrně chudá. Nachází se na chudých substrátech, převážně na žulách. Lesy v této oblasti jsou smíšené, převažují borovice a smrky, na okrajích můžeme nalézt modříny, břízy, duby či buky.

Protože je Blatensko krajinou rybníků, má zde velký význam vodní květena. Z chráněných rostlin se zde vyskytují stulík žlutý, kosatec žlutý, pryskyřník velký a jiné. Neméně důležité jsou rybníky i pro vodní ptactvo, které se zde na podzim slétává a na své cestě ze severu na jih zde odpočívá, příkladem je ledňáček říční či čáp bílý. Některá z těchto území byla vyhlášena přírodními rezervacemi.

V lesích na Blatensku se vždy prohánělo mnoho vysoké zvěře, bažantů i zajíců. Jejich počet však velice rychle klesá.

[17] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: Cestovní ruch – Výkladový slovník. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj 2002.

4.2.2. Socio – ekonomické vymezení regionu

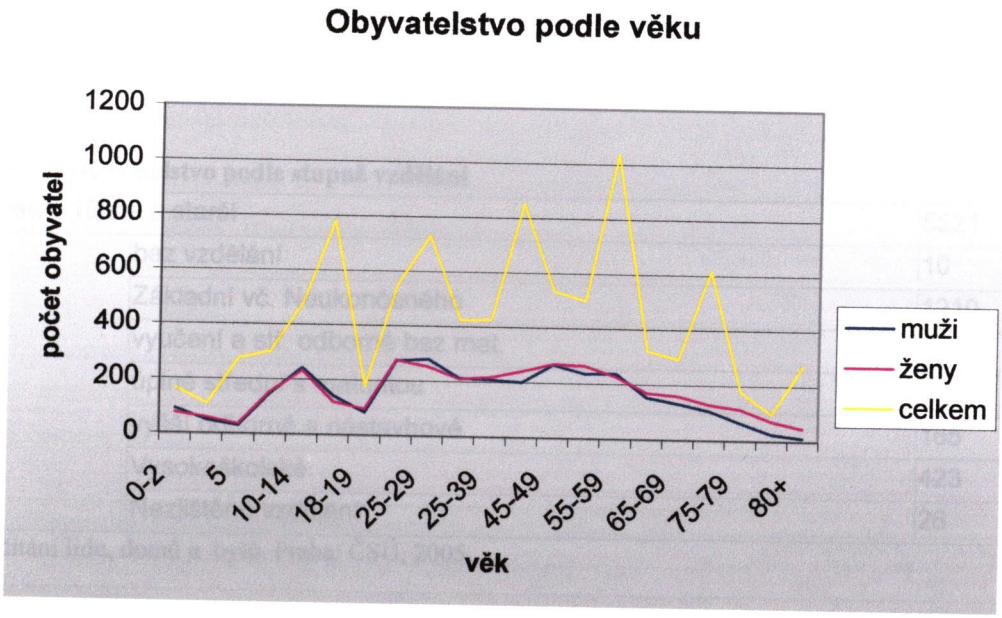
Demografie se zabývá studiem obyvatelstva jako celek, z hlediska počtu, věku, hustoty, vzdělání, zaměstnání a dalších faktorů. Hlavním úkolem organizace je sledovat změny ve struktuře obyvatelstva a přizpůsobit tomu svou nabídku služeb.

Podle údajů Českého statistického úřadu z roku 2004 žije v regionu Blatensko 13 621 obyvatel, z toho 6 666 mužů a 6 955 žen. Nejpočetnější skupinu obyvatel (9 482) tvoří lidé ve věku od 15 do 64 let. Průměrný věk obyvatel v mikroregionu je 40,5 roku.

Blatná je svým historickým vývojem, složením obyvatelstva, kulturní tradicí i vybaveností pro kulturní život jednou z konkrétních podob malého českého města. Z demografického hlediska je charakteristická poměrně velkou mírou sociální stabilizace. Zdejší prostředí se vyznačuje minimální mírou migračních záměrů a značnou sociální soudržností. Ty jsou založeny na silných příbuzenských a mimorodinných přátelských vztazích v okolí bydliště. Zvláště typická je rovnováha mezi oceňováním kvalit přírodního prostředí a historických tradic. Tento tradicionalistický způsob života však zřejmě vede k tomu, že ochotu odstěhovat se projevují lidé, jež jsou nositeli moderního, progresivnějšího životního stylu, který by trochu rozvířil a narušil tradice a starousedlictví[18]. V samotné Blatné pak podle údajů Českého statistického úřadu žije 6 735 obyvatel, z toho 3 258 mužů a 3 477 žen. Na následujících grafech je rozdělení obyvatelstva podle věku a podle rodinného stavu. První graf ukazuje, že nejpočetnější skupinu obyvatel tvoří lidé ve věku 45 – 60 let. Na dalším grafu je pak patrná nejvíce zastoupená skupina ženatí, vdané, kterou tvoří více než 3 000 obyvatel.

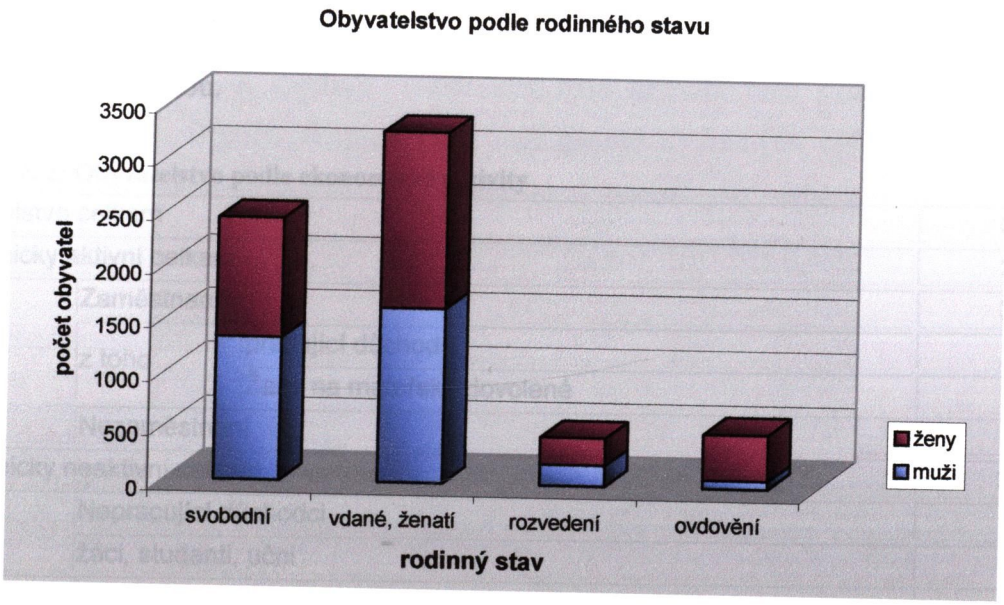
[18] Kol. autorů: Funkce lokální kultury v inovaci životního stylu. Praha: FF UK, 1994.

Graf č. 2



Zdroj: Sčítání lidu, domů a bytů. Praha: ČSÚ, 2001

Graf č. 3



Zdroj: Sčítání lidu, domů a bytů. Praha: ČSÚ, 2001

Tabulka č. 1 uvádí, že v Blatné žije 5521 obyvatel starších patnácti let. Nejpočetnější z nich je skupina obyvatel vyučených či se středním odborným vzděláním bez maturity, která tvoří 37,4 %. Bez vzdělání zde žije 10 obyvatel.

Tabulka č. 1: Obyvatelstvo podle stupně vzdělání

Obyvatelstvo 15leté a starší		5521
v tom podle stupně vzdělání	bez vzdělání	10
	Základní vč. Neukončeného	1210
	vyučení a stř. odborné bez mat.	2065
	úplné střední s maturitou	1602
	vyšší odborné a nástavbové	185
	Vysokoškolské	423
	Nezjištěné vzdělání	26

Zdroj: Sčítání lidu, domů a bytů. Praha: ČSÚ, 2005

Socio-ekonomickou strukturu obyvatel vyjadřují následující tabulky. Z celkového počtu obyvatel Blatné je jich 3497 (52,6 %) ekonomicky aktivních. Tato skupina zahrnuje podskupinu zaměstnaných (49,6 %) a nezaměstnaných obyvatel (3,1 %). Skupina ekonomicky neaktivního obyvatelstva, která činí 3135 obyvatel (47,2 %), zahrnuje nepracující důchodce (20,9 %), lidi s vlastním zdrojem obživy (1,5 %), žáky, studenty a učně (18,4 %), osoby v domácnosti (0,7 %) a ostatní závislé osoby (5,7 %). 0,2 % tvoří lidé s nezjištěnou ekonomickou aktivitou.

Tabulka č. 2: Obyvatelstvo podle ekonomické aktivity

Obyvatelstvo celkem			6644
Ekonomicky aktivní celkem			3497
v tom	Zaměstnaní		3293
	z toho	pracující důchodci	128
		Ženy na mateřské dovolené	45
	Nezaměstnaní		204
Ekonomicky neaktivní celkem			3135
z toho	Nepracující důchodci		1386
	žáci, studenti, učni		1220
Osoby s nezjištěnou ekonomickou aktivitou			12

Zdroj: Sčítání lidu, domů a bytů. Praha: ČSÚ, 2005

Tabulka č. 3 rozděluje ekonomicky aktivní obyvatelstvo podle odvětví. Nejvíce zastoupené je odvětví průmyslu, ve kterém pracuje 42,8 % ekonomicky aktivních obyvatel. Sféra služeb, zastoupená obchodem, dopravou a telekomunikačními službami, tvoří 15 % ekonomicky činného obyvatelstva.

Tabulka č. 3: Ekonomicky aktivní podle odvětví

Obyvatelstvo celkem		6644
Ekonomicky aktivní celkem		3497
z toho podle odvětví	Zemědělství, lesnictví, rybolov	175
	Průmysl	1497
	Stavebnictví	234
	obchod,opravy motor. Vozidel	303
	doprava, pošty a telekomunikace	221
	veřejná správa, obrana, sociální zabezpečení	128
	školství, zdravotnictví, veterinářství a sociální činnost	449

Zdroj: Sčítání lidu, domů a bytů. Praha: ČSÚ, 2005

4.2.3. Přírodní atraktivity Blatenska

V oblasti Blatenska se vyskytují tři skupiny přírodních zajímavostí. Nachází se tu mnoho chráněných nebo vzácných druhů rostlin a ptáků především v oblasti luk a pastvin a v blízkosti a na březích rybníků. Právě zde byla zřízena řada přírodních rezervací a chráněných území. Druhou skupinu tvoří nakupeniny mohutných balvanů, které vznikly erozní činností z rozpukaných skalisek. Poslední skupinou jsou neméně zajímavé a typické součásti krajiny Blatenska mohutné staré památné stromy nebo jejich skupiny.

Chráněná území[19]

Nejdůležitější pro zajištění ochrany rostlin a ptáků je zachování jejich přirozeného prostředí. Účinnou ochranu představují maloplošná chráněná území, z nichž nejvýznamnější jsou přírodní rezervace. Přírodní rezervace by měly být vyhlašovány primárně pro ochranu menších území, v nichž jde o ochranu vzácného a regionálně významného biotopu (např. rašeliniště), případně o ochranu většího počtu vzácných druhů rostlin nebo živočichů.

Přírodní rezervaci vyhlašují vyhláškou krajské úřady, správa chráněné krajinné oblasti, správa národního parku nebo statutární město. Řada přírodních rezervací byla vyhlášena na několika lokalitách na Blatensku, převážně v okolí rybníků. Mají být ukázkou

[19] cs.wikipedia.org (únor 2006)

toho, jak vypadala ještě před několika desetiletími zdejší krajina, než se začala intenzivně zemědělsky, lesnicky a rybářsky obhospodařovat.

Přírodní rezervace Velká Kuš leží na jihozápadním břehu rybníku Velká Kuš. Jedná se o bývalou pastvinu na drobném balvanitém pahorku, na kterou navazuje plošně malý zbytek mokřadních luk na okraji rybníka. Přírodní rezervace zde byla vyhlášena v roce 1985 na rozloze 7,5 ha. Předmětem ochrany jsou suché balvanité pastviny s komplexem vegetace. Významný je i výskyt některých živočišných druhů.

Přírodní rezervace Kocelovické pastviny byla vyhlášena v roce 1985 na rozloze 2,3 ha. Chráněné území se nachází asi 300 m severně od obce Kocelovice. Předmětem ochrany jsou mokřadní společenstva se vzácnými druhy rostlin.

Přírodní rezervace Kovašínské louky byla vyhlášena v roce 1985 na rozloze 27,1 ha. Lokalita se nachází mezi obcemi Bratronice a Doubravice asi 8 km jihozápadně od města Blatná. Předmětem ochrany je poměrně rozsáhlý komplex lučních, mokřadních a rašelinných společenstev s výskytem řady vzácných a zvláště chráněných druhů rostlin a živočichů, například prstnatec májový.

Přírodní rezervace Hořejší rybník byla vyhlášena v roce 1996 na rozloze 56,9 ha. Nachází se uprostřed zemědělsky intenzivně obhospodařované krajiny při západním okraji obce Tchořovice. Území přírodní rezervace je tvořeno dvěma zcela odlišnými částmi, rybníkem a lesem. Předmětem ochrany je rybniční ekosystém s velmi dobře zachovalými litorálními vysokostébelnatými porosty a s navazujícími loukami, podmáčenými olšinami a smíšeným lesem.

Přírodní rezervace Dolejší rybník byla vyhlášena v roce 1985 na rozloze 6,2 ha. Leží cca 0,5 km jihovýchodně od obce Tchořovice. Chráněné území je rašeliniště se zachovanou velmi cennou rašelinoslatinnou vegetací. Předmětem ochrany jsou velmi silně ohrožená a ustupující mokřadní společenstva.

Přírodní rezervace Sedlická obora se nachází 3,5 km jihovýchodně od obce Sedlice a byla vyhlášena v roce 1985 na rozloze 20,4 ha. Lokalitu tvoří severní část poměrně rozsáhlého souvislého lesního komplexu Starobor. Jádro přírodní rezervace je tvořeno souvislou lesní plochou s velice cennými porosty s převahou lípy. Území dnes představuje jeden z posledních zbytků dubových bučin, který lze považovat za podobný lesům původním.

Přírodní památka[20] je obdobou národní přírodní památky, avšak pouze s regionálním významem. Původně byla tato kategorie zamýšlena pro ochranu menších území, v nichž je

[20] cs.wikipedia.org (únor 2006)

účelem ochrany významný přírodní fenomén neživé přírody (např. geologický či hydrologický), nebo významná lokalita ohroženého druhu. V současné době jsou do této kategorie obecně řazena i malá území jiných účelů ochrany (např. taková, která by z hlediska ochranných podmínek spadala spíše pod kategorii přírodní rezervace, neboť v nich jde primárně o ochranu určitého biotopu). Přírodní památku vyhlašuje vyhláškou krajské úřady, správa chráněné krajinné oblasti, správa národního parku nebo statutární město. Status přírodní památky má v ČR 1180 území a objektů. Na Blatensku se nacházejí dvě.

Přírodní památka Smyslovské louky o ploše 7,9 ha leží v nadmořské výšce 460-464 m. Byla vyhlášena v roce 1985. Nachází se 5 km jižně od Lnář na západním břehu rybníku Smyslov. Plochu chráněného území tvoří nevelký pás mokřadních luk. Předmětem ochrany je zbytek původních přirozených společenstev mokřadních luk a balvanitých pastvin.

Přírodní památka Pastvina u Zahorčic byla vyhlášena v roce 1985 na rozloze 1,6 ha. Leží cca 1 km severně od obce Zahorčice u Lnář. Jsou to zamokřené louky s bohatou luční květenou. Předmětem ochrany je zde soubor lučních společenstev sítin a bezkolence modrého.

Geologické útvary[21]

Blatenská kotlina je z geologického hlediska tvořena převážně ze šedé, středně zrnité horniny, běžně nazývaného žula[22]. Tato vyvřelina má mnoho puklin, podél nichž proniká do horniny voda. Přeměnou vody v led dochází k jejich rozšiřování a k oddělování jednotlivých částí horniny od pevné skály. V důsledku petrografické odlišnosti a nestejnorodosti některých partií vznikla v průběhu věku „jádra", která vyčnívají z povrchu zemského[23]. Na povrchu se bloky působením mechanických a přírodních chemických pochodů zaoblují a posléze zůstávají ležet malou plochou na skalnatém podkladu. Pozornost lidí upoutávají svým neobvyklým tvarem.

Čertův kámen

Nachází se na blatenském sídlišti mezi jednotlivými bloky domů. Tento balvan je 7,5 m dlouhý a 3,5 m vysoký, a stojí na své kolmé straně.

Čertovo kopyto

Severně od obce Pole byl vymodelován z podlouhlých kamenů plastický reliéf, který svým tvarem připomíná otisk čertova kopyta. Po délce měří 25 m.

---

[21] www.municipal.cz/kadov
[22] Dudek, A.: Granodioritové lomy v okolí Blatné. Praha: ČSAV, 1960.
[23] Sekera, J.: Čertovy kameny. Vimperk: Jiří Sekera, 1996.

Viklan

Viklan se nachází v obci Kadov. Byl prohlášen za chráněný přírodní výtvor. Je to velký žulový kámen, který svým těžištěm spočívá na vyčnívající skále. Vznik kamene se vysvětluje postupným zvětráváním horniny. Výška kamene je 1,5 m, jeho váha se pohybuje okolo 30 tun a obvod měří 11m.

Čertovy náramky (Malý čertův náramek, Velký čertův náramek)

Je to skupina obrovitých balvanů, jakoby ledabyle naskládaných do třímetrové výšky. Leží v lesním ostrůvku poblíž obce Slatina.

Obětní kámen

Mezi oběma náramky v lese na západ od cesty se nachází veliký žulový kámen, který má na svém povrchu miskovité otvory. Kámen je vysoký zhruba 2 m.

Lidský obličej

Na cestě ze Sedlice do Bratronic se nachází skupina nevelikých kamenů, z nichž horní o výšce 1,5 m a obvodu 8 m má podobu lidského obličeje z profilu.

Obří hrnce v žulových kamenech

Jedním z nich je obrovský žulový kámen s několika miskovitými prohlubněmi, který se nachází ve vršku Vysokém, který leží mezi Kadovem a Lnářským Málkovem. Další kameny, které jsou rovněž známé miskovitými prohlubněmi, se nachází ve vršku Hora, který se nalézá za Kadovem směrem na Vrbno na jih od silnice.

Památné stromy

Památné stromy jsou mimořádně významné stromy, jejich skupiny a stromořadí označené tabulí s malým státním znakem ČR.

Památné stromy vyhlašuje podle zákona ČNR č. 114/1992 Sb. místně příslušný orgán ochrany přírody, což je většinou odbor životního prostředí pověřeného úřadu – nejčastěji pověřeného obecního úřadu nebo městského úřadu statutárních měst. Tento orgán zajišťuje vyhlášení ochranného pásma okolo památných stromů, dohlíží na jejich ošetřování a rozhoduje také o případném zrušení ochrany.[24]

Ženatý dub

Nejvýznamnějším památným stromem na Blatensku je rozsochatý dub, který se nachází na rozcestí silnic do Újezdu a Chobotu 5 km severovýchodně od Blatné.

[24] cs.wikipedia.org (únor 2006)

Pravděpodobné stáří dubu je asi 400 let. Název "ženatý" se vysvětluje tím, že v jeho blízkosti stálo několik statných, 30 m vysokých smrků, s nimiž byl dub "ženatý".

4.2.4. Kulturně historické atraktivity

Kulturně historické atraktivity ve městě Blatná

V samotném městě Blatná se nachází několik kulturně historických atraktivit. Kromě vodního zámku a kostela je zde i budova děkanství, řada soch ve městě a dvě na sebe vzájemně kolmé hlavní třídy, náměstí Míru a Koubkova třída s typickou zástavbou nízkých, vesměs empírových maloměstských domů. Tento region, který lze vycházkovou rychlostí projít asi za jednu hodinu, tvoří společně se zámkem městskou památkovou zónu.

Vodní zámek Blatná[25]

Blatná patří svou dlouhou historií, architekturou i současným stavem ke klenotům mezi českými hradními komplexy. Je jedním z nejzachovalejších vodních hradů na našem území. Nacházející se převážně v držení významných šlechtických rodů byla Blatná místem, kde se rodily a přetvářely dějiny naší země.

Blatenská tvrz je poprvé písemně zmíněna v roce 1235 jako sídlo vladyky Vyšemíra, chudšího příbuzného Bavorů ze Strakonic. V druhé půli století třináctého, se Blatná stává součástí majetku Bavorů ze Strakonic. Tento mocný jihočeský rod přebudoval Blatnou ve výstavnější centrum državy. Přirozená obrana hradu, okolní bažiny, začala být proměňována v souvislé vodní opevnění, které ovšem do dnešní podoby dovedli až pozdější majitelé.

S rokem 1391 zavlál nad Blatenskými hradbami nový praporec, tentokrát s kančí hlavou pánů z Rožmitálu. Jejich dlouhé panování se pro Blatnou stalo obdobím největšího lesku a slávy. Za prvního držitele Jana z Rožmitálu bylo původní románské sídlo takřka srovnáno se zemí a Blatná se stává gotickou pevností se svou hlavní dnešní dominantou hranolovou vstupní věží.

Jaroslav Lev z Rožmitálu vedl české poselstvo, jež putovalo v letech 1465 – 1467 po evropských dvorech. Vzdělaný a duchaplný diplomat se nechal inspirovat vyspělou kulturou západoevropské šlechty a vyzdobil palác a svoji pracovnu v patře věže nádhernými freskami. Jaroslavův syn, Zdeněk Lev rozšířil Blatnou o skvostný goticko-renesanční tzv. Rejtův palác. K jeho vybudování pozval na Blatnou nejproslulejšího soudobého stavitele, Benedikta Rejta z Pístova, jenž působil i v královských službách. Zároveň tím však zatížil rodovou pokladnu

[25] Kol. autorů: Památky, Blatná.. Plzeň: Nakladatelství Fraus, 2004.

břemenem převysokých dluhů, pro které bylo Blatenské panství prodáno věřitelům z rodu Šternberků. Ti panství během několika let opět prodávají, tentokráte polskému rodu hrabat Rozdražovských z Rozdražova.

Po třicetileté válce však byli i Rozdražovští nuceni panství prodat, tentokráte maďarskému rodu Serényiů, s nimi přichází barokní epocha, jak o tom svědčí četné barokní sochy v městečku a okolí a skvostně přestavěný paštický kostel.

Roku 1798 zakupuje Blatnou Václav Karel Hildprandt z Ottenhausen, šlechtic tyrolského původu. V držení Václava Karla a jeho potomků setrvala Blatná s vynuceným přerušením v době komunistické diktatury, až do současnosti. Za Roberta Hildprandta prošel zámek v letech 1850 – 1856 novogotickou přestavbou, která stavbě víceméně vtiskla její současný charakter.

Po komunistickém puči roku 1948 byl rodině Hildprandtů zámek zkonfiskován. Bedřichu Hildprandtovi s manželkou Kornelií a dcerami bylo po roce 1959 umožněno legálně emigrovat do Etiopie. Památky na etiopský pobyt tvoří dnes součást zámecké expozice. Po roce 1989 se panství vrátilo do rukou potomků svých bývalých majitelů, kteří se intenzivně zabývají jeho obnovou a zpřístupněním pro návštěvníky.

V současné době mohou turisté navštívit zámek a zúčastnit se prohlídky v období před a po hlavní sezóně o víkendech a v době hlavní letní sezóny, která začíná od poloviny května a končí v polovině září, pak každý den kromě pondělí. Nedílnou součástí zámeckého areálu je zámecký park, který je proslulý svými stády daňků. Ten je možné navštívit celoročně. Z vlastní zkušenosti je zřejmé, že turisté tuto možnost velmi hojně využívají a v parku tráví velkou část své návštěvy.

Kostel Nanebevzetí Panny Marie[26]

Již se založením městečka ve 13. století byl některým členem rodu Bavorů postaven kolem r. 1290 malý kostel ještě v románském slohu. Brzy při něm byla zřízena fara. Z tohoto původního kostela se zachovala pouze jeho horní část – dnešní sakristie. Když koncem 14. století přešla Blatná do držení Lvů z Rožmitálu, nechali starý, požárem poškozený kostelík zbořit a vedle něj začali se stavbou nového gotického chrámu. Dokončená stavba byla 8. září 1515 posvěcena a dodnes působí svým velkolepým provedením – délkou 37 m a výškou 16 m. Kostel není příliš vhodně využit v cestovním ruchu. Turisté si mohou prohlédnout exteriér kostela, interiér však obvykle bývá mimo konání bohoslužeb uzavřený, jak pro turisty tak pro místní obyvatele.

[26] KOUBÍK, V., JÍROVEC, J.: Jedenáct blatenských zastavení. Blatná: Městské muzeum Blatná, 2001.

Zvonice

Současná zvonice pochází až z 18. století. Nechal ji vystavět hrabě Serenyi. Požárem byla poškozena a zvony spadly. V roce 1837 byla zvonice obnovena do nynější podoby. Byla zvýšena a její celková výše činí nyní 52 metrů. Na věž byly postupně zavěšovány obnovené zvony, o dvacet let později byla věž osazena hodinami. Po jejich několikeré obnově dostaly opět původní podobu – černý číselník se zlatými číslicemi. V posledních letech je věž osvětlována a stále září do tmy nad městem jako jeho symbol. Přestože je zvonice dominantou města, není turistům přístupná a nelze tedy obdivovat ani starobylé zvony v interiéru.

Sochy

Začátkem 18. století v Blatné i okolí začaly vyrůstat různé náboženské plastiky a Boží muka, zejména v místech dřívějších dřevěných křížků. Je to především velké sousoší na náměstí Míru, vystavěné v r. 1726. Na vysokém sloupu stojí socha Panny Marie Růžencové a pod ní sochy sv. Josefa, sv. Jana Nepomuckého, sv. Václava a sv. Dominika. U vrat děkanství stojí socha sv. Floriána, patrona proti ohni. Největší blatenskou sochou je socha Svobody v malém parku při zdejším chrámu. Je dílem sochaře Josefa Bílka a byla postavena v r. 1923 na paměť padlých občanů v první světové válce. Tři metry vysoká socha má symbolizovat svobodu vyrostlou z hrobů padlých.

Všechny sochy mohou turisté obdivovat celoročně a podrobnější informace o nich mohou naleznout v propagačním materiálu „Jedenáct blatenských zastavení". Zároveň je většina těchto plastik zahrnuta v pěším okruhu městem.

Významné domy[27]

Přestože původní dispozice domů na dnešním náměstí Míru a v přilehlé třídě J. P. Koubka pochází již z 15. a 16. století, byla jejich tvář častými požáry i přestavbami měněna. Začátkem 19. století začaly být měšťanské domy budovány do dnešní podoby. V této době byly stavěny i domy s tzv. krajkou, plastickým ornamentem. Příkladem jsou domy na náměstí a při věži. Začátkem 20. století vstoupil do výstavby města výrazným způsobem zdejší rodák Karel Fiala, architekt pražského hradu. Na dnešním Komenského náměstí byla podle jeho návrhů postavena mohutná školní budova (1902 – 1904), ve své době největší školní stavba na jihu Čech. Po první světové válce se město dále rozrůstá, projevuje se zejména místní stavitel František Vydra, který staví především rodinné domky poznamenané secesí. Třicátá léta 20. století pak přinášejí další výstavbu levných rodinných družstevních domků, ale i domy, stavěné zdejšími architekty. Jde hlavně o dům pěstitele růží Jana Böhma na Kalinově

[27] KOUBÍK, V., JÍROVEC, J.: Jedenáct blatenských zastavení. Blatná: Městské muzeum Blatná, 2001.

náměstí. Výstavba pokračovala i po roce 1960, vyznačovala se však spíše vznikem nových sídlišť a stavbou panelových a výškových domů. V současné době se město stále rozrůstá, stavějí se především moderní rodinné domy. Turisté mohou bližší informace o městské architektuře najít opět v propagačních materiálech města.

Technické památky

V současnosti význam technických památek na Blatensku značně klesá. Důvodem je velmi špatný stav většiny z nich. Jsou již spíše vzpomínkou na minulost, kdy byly plně využívány. Některé jsou přestavěny k nepoznání a slouží k obytným či komerčním účelům, např. mlýny. V cestovním ruchu je využíván pouze rekonstruovaný lihovar, který se stává častým a oblíbeným cílem turistů. Jedná se především o organizované zájezdy, které jsou pořádané několika pražskými cestovními kancelářemi. Hlavním programem těchto zájezdů je návštěva vodního zámku a dále jako doprovodný program je organizována prohlídka lihovaru a možnost nákupu jeho produktů.

Zámecký ovocný lihovar[28]

V samé blízkosti blatenského zámku postavil baron František Hildprandt roku 1812 cukrovar, přestavěný v roce 1885 na lihovar. Od té doby se traduje výroba jak lihu, tak konečných výrobků, především ovocných destilátů v městě Blatná. Po druhé světové válce byl lihovar začleněn do Západočeských lihovarů. V rámci restituce přešel zpět do vlastnictví rodiny Hildprandtů. V současné době patří Zámecký ovocný lihovar k největším výrobcům a vývozcům ovocných destilátů v ČR. V roce 2002 byl postižen povodněmi, avšak brzy byl opraven a zmodernizován.

Hlavní formou propagace lihovaru jsou vlastní internetové stránky a zároveň je lihovar propagován provozovateli blatenského vodního zámku.

Mlýny[29]

Říčka Lomnice vždy vybízela svými četnými přítoky ke stavbě mlýnů. První písemné právy o blatenských mlýnech jsou z konce 16. století, lze však předpokládat, že mlýny zde stávaly již dříve. Začátkem 17. století je v samotné Blatné připomínáno 8 mlýnů. Mnohé z nich však časem zanikly, ale některé byly obnovovány. Ještě začátkem 20. století bylo na Blatensku v provozu 58 mlýnů. Druhá polovina 20. století však znamenala definitivní zánik mlýnů v Blatné i okolí, a vymizelo i mlynářské řemeslo a mlynářský cech.

---

[28] www.liqib.cz (leden 2006)
[29] KOUBÍK, V., JÍROVEC, J.: Jedenáct blatenských zastavení. Blatná: Městské muzeum Blatná, 2001.

Některé budovy bývalých mlýnů přesto stále stojí. Nejstarším připomínaným mlýnem byl Jeklík, nejprve obecní mlýn, později prodaný staré mlynářské rodině Jeklíků. Budova stojí na mlýnském náhonu při dnešních jatkách.

Pivovary[30]

Měšťanský pivovar pochází ze 16. století, kdy se výroba piva rozšířila natolik, že nepostačil pivovar panský. Do vaření piva však zasáhla první světová válka a značně ho omezila. V důsledku této krize i konkurence zámeckého pivovaru bylo rozhodnuto v roce 1922 právovárečné měšťanstvo rozpustit a vařit pivo jen v panském pivovaru. Měšťanský pivovar se od té doby nevyužíval, jeho budova se dnes nachází v samém centru, je však ve velmi špatném stavu a není nijak využívána.

Panský pivovar byl založen již v 15. století Lvy z Rožmitálu. Nacházel se v místech dnešního zámeckého lihovaru až do svého zrušení v roce 1978. Od roku 1922, po zrušení měšťanského pivovaru, byl pivovar postupně rozšířen a modernizován. Druhá světová válka však přinesla útlum ve vaření piva. Po ní byl pivovar znárodněn a začleněn do Západočeských pivovarů, později do Jihočeských pivovarů, závod Strakonice, kam patřil až do svého zrušení. V posledních letech své existence se zde vařilo 20 000 hl ročně. V roce 1978 však sláva blatenského pivovaru končí.

Koželužna

Tato stará budova se nachází v centru města. Dodnes nese stopy po zpracování kůží. Kvůli jejímu špatnému stavu však není nijak využívána.

Sádky

Sádky se nachází v bezprostřední blízkosti blatenského zámku. Majitelkou je baronka Kornelie Hildprandtová, správcem je Blatenská ryba, spol. s r. o., která si tyto prostory pronajímá. Společnost se zabývá zemědělskou prvovýrobou, tj. chovem ryb a drůbeže, které prodává v prostorách sádek nebo dodává do velkoobchodů.

Kulturně historické atraktivity v mikroregionu Blatensko

V mikroregionu Blatensko se nachází nespočet kulturně historických památek. Jen několik však je významných na národní úrovni. Většina z nich má svoji starobylou historii, ale také jen lokální význam. Téměř v každé obci mikroregionu se nachází kaplička či malý kostelík.

[30] KOUBÍK, V., JÍROVEC, J.: Jedenáct blatenských zastavení. Blatná: Městské muzeum Blatná, 2001.

Zámek Lnáře[31]

První písemná zpráva o lnářské tvrzi pochází z roku 1465, kdy byla v držení zbohatlého rytířského rodu Zmrzlíků ze Svojšína. Zmrzlíkové, kteří vlastnili Lnáře až do roku 1564, v 16. století upadli do dluhů a museli své majetky rozprodat.

První období výraznější prosperity panství přišlo až po roce 1577 za Volfa Novohradského z Kolovrat. Lnáře se staly hojně navštěvovaným aristokratickým sídlem. Proběhla přestavba v půvabný renesanční zámeček, která byla dokončena roku 1597. Volf se také postaral o rozšíření lnářské rybniční soustavy.

Roku 1660 zakoupil Lnáře Aleš Ferdinand, svobodný pán Vratislav z Mitrovic. Ten začal v sousedství staré tvrze v roce 1666 stavět moderní sídlo. Po jeho smrti potomci panství prodaly Humprechtu Janovi, hraběti Černínovi z Chudenic. Ten pokračoval ve výstavbě zámku, dokončil ji však až jeho syn.

Posledním urozeným majitelem byl v letech 1880 – 1924 Karel Klement Václav, svobodný pán z Lilgenau, který svou pozornost obrátil na upadající rybniční hospodářství. Zadlužení panství se však zastavit nepodařilo a zámek i s pozemky byl roku 1927 dán do dražby. Zakoupil jej pražský podnikatel židovského původu Karel Bondy. Ten zámek zmodernizoval, nechal zavést elektřinu a vodovod, v parku vybudoval bazén, tenisový kurt a kuželník. Zadlužení velkostatku však nadále rostlo, a to vedlo v roce 1936 k druhé dražbě. Tentokrát velkostatek koupil pražský advokát JUDr. Jindřich Anastáz Vaníček. Po třech letech ho však nového sídla zbavili němečtí okupanti a po celou válku bylo využíváno jako výcvikové středisko Hitlerjugend. Roku 1948 byl Vaníčkovi zámek opět zkonfiskován a do roku 1952 jej nikdo nevyužíval. Pak zde až do poloviny 60. let hospodařil státní statek. Objekt postupně chátral a částečná záchrana přišla počátkem 70. let, kdy začala zámek opravovat generální prokuratura. Hlavní rekonstrukce proběhla v letech 1979 – 1985, tentokrát však pro potřeby české vlády. V užívání vlády zámek zůstal až do roku 1993, kdy byl v restituci vrácen potomkům JUDr. Jindřicha A. Vaníčka.

V současné době objekt slouží k prohlídkám, jsou zde obytné prostory majitelů, zámecká restaurace a jedno poschodí je využíváno jako penzion. Též se zde konají koncerty, výstavy a svatby. V tvrzi bude od letní sezóny zahájen projekt „Lnáře – vstupní brána regionu Blatensko".

Kromě zámku se ve Lnářích nacházejí ještě dvě významné církevní stavby. Je to někdejší klášter bosých augustiniánů, postavený v letech 1688-1693 podle plánů černínského

[31] Kol. autorů: Památky, Lnáře.. Plzeň: Nakladatelství Fraus, 2002.

stavitele Maderny. Nyní slouží jako psychiatrická léčebna. Druhou stavbou je klášterní kostel Nejsvětější Trojice (1666-1723) s oltářním obrazem Petra Brandla.

Barokní kostel v Paštikách[32]

Asi 2 km od Blatné byl již ve 14. století postaven kostel sv. Jana Křtitele. Již od roku 1370 se připomíná jako farní kostel pro okolní obce blatenského panství. Každou třetí neděli, o svátcích a pohřbech se zde konaly bohoslužby. Kostelík časem chátral, a tak se v 18. století rozhodla hraběnka Serenyiová obnovit jej. Stavbou nového kostela byl pověřen blatenský umělec a stavitel Jan Hoffmann. Ten vypracoval plány, ale záhy zemřel. K provedení stavby byl pozván významný barokní architekt Kilián Ignác Dientzenhofer. Ten původní plány přepracoval, sám byl během provádění stavby čtyřikrát v Blatné a dohlížel na její provedení. Dokončení stavby se však nedočkal, umírá v roce 1751. Stavbu pak dokončuje podle plánů jeho polír Rosbach, i stavbu umělcem navržené umrlčí kaple. V současnosti je kostel nepřístupný a probíhá jeho rekonstrukce.

Zřícenina hradu Křikava[33]

Pozůstatky hradu Křikava leží asi 8 km severovýchodně od Blatné u vsi Černivsko na ostrohu nad Velkým Černivským rybníkem ve výšce asi 510 m nad mořem. Hrad je připomínán již v roce 1357. Tehdy patřil rytíři Hugovi z Dornštejna. Koncem 14. století přešel do majetku Přibka a Jindřicha z Křikavy. V roce 1402 hrad přepadli a poničili zbojníci. Krátce nato jej Jindřich z Křikavy opustil. Neobývaná stavba začala chátrat a pustnout.

Kostel sv. Petra a Pavla v Bělčicích[34]

Do daleka viditelnou dominantu Bělčic tvoří štíhlá 39 m vysoká věž, která stojí samostatně u kostela svatého Petra a Pavla a sloužila jako zvonice. Románský kostel je patrně ze 13. století. Zvláštností kostela je obdivuhodně klenutý strop, vytvořený z drobných cihel. Jde o tzv. sklípkovou diamantovou klenbu, která spočívá na jediném šestibokém kamenném sloupu, postaveném uprostřed lodi.

Tvrz v Buzicích[35]

Tvrz v Buzicích byla založena v letech 1384 - 1412. Čtyřpatrová věž je z konce 14. století, obytná křídla na východě a jihu byla přestavěna v 16. století. Příkopy a valy se zbytky nárožní bašty jsou zachovány v jihovýchodní části. V 17. století přeměněna na sýpku. V Buzicích lze nalézt také zachované historické statky.

---

[32] KOUBÍK, V., JÍROVEC, J.: Jedenáct blatenských zastavení. Blatná: Městské muzeum Blatná, 2001.
[33] www.jiznicechy.cz (leden 2006)
[34] www.municipal.cz/belcice (březen 2006)
[35] www.municipal.cz/buzice (březen 2006)

Kostel sv. Bartoloměje v Kocelovicích[36]

Kostel sv. Bartoloměje je gotická stavba z první poloviny 14. století a přestavuje typ opevněného kostela se zachovalými zbytky opevnění ve hřbitovní zdi. K jižní části stavby přiléhá zvonice čtvercového půdorysu. Zvonice má zděný sokl, horní část je dřevěná. V roce 1989 byla provedena celková rekonstrukce kostela a v roce 2001 se podařilo obnovit pravidelné konání bohoslužeb.

Kostel sv. Jakuba v Sedlici[37]

Stavba farního kostela sv. Jakuba Většího na místě staršího gotického kostela ze 14. století, byla zahájena v roce 1744. Stavitelem byl Antonín Jermář. Stavba byla dokončena v roce 1752.

Kostel sv. Martina v Radomyšli[38]

V Radomyšli se nachází původně románský kostel sv. Martina. Stavba kostela je tradičně spojována s okruhem stavební činnosti stavitelské hutě Bavorů ze Strakonic. Kostelík se starým patrociniem patří mezi prvních deset chrámů v Čechách zasvěcených tomuto světci. Později byl přebudován na gotickou stavbu a ve 14. století ještě rozšířen. V 18. století s barokní přestavbou kostela vznikla také zdejší kostnice.

Kulturně společenské a sportovní akce[39]

Společenské, sportovní a kulturní akce uspokojují poptávku po poučení, vzdělání a zábavě. Řada z nich má jen doplňkový význam, ale jejich přítomnost v dané oblasti značně přispívá k vytvoření jejího typického prostředí[40].

Na Blatensku se pravidelně každoročně koná řada společenských i sportovních událostí. Společenské akce mají podobu divadelních i hudebních představení, výstav nebo soutěží. Sportovní akce jsou v současné době také velmi populární. Jsou organizované cyklistickým spolkem a určené pro všechny věkové skupiny.

Jarní blatenské hudební slavnosti

Slavnosti se konají každoročně v měsíci květnu. Je to přehlídka místní základní umělecké školy, různých uměleckých spolků, dechových kapel a mažoretek. Úvodní částí je průvod všech účastníků městem, slavnosti pak pokračují na zimním stadionu v Blatné.

---

[36] www.municipal.cz/kocelovice (březen 2006)
[37] www.municipal.cz/sedlice (březen 2006)
[38] www.municipal.cz/radomysl (březen 2006)
[39] Kol. autorů: Tip na léto 2005 – Jižní Čechy, Horní Rakousko, Dolní Rakousko. České Budějovice: Jihočeská centrála cestovního ruchu 2005.
[40] HRALA, V.: Geografie cestovního ruchu. Praha: Idea Servis 2001. ISBN 80-85970-36-8.

Blatenský fest

Jedná se o dvoudenní festival koncertů místních i celorepublikově známých rockových skupin. Koná se každoročně v červnu na zimním stadionu a pokračuje v Datel Aréně, koncertním místě vedle Hospody U Datla. V roce 2005 proběhl již dvanáctý ročník festivalu.

Countryfest

Je to přehlídka country kapel, která se koná začátkem srpna. Tato akce ještě nemá dlouhou tradici, v roce 2005 proběhl její druhý ročník. Součástí je doprovodný program formou různých soutěží. Countryfest se koná na zimním stadionu města.

Tradiční pouť, Pivní slavnosti

Konají se každý rok první neděli po 15. srpnu a jsou pořádány Městským úřadem Blatná. Výjimkou byl pouze rok 2002, kdy město 13. srpna zasáhly povodně a tradice byla tento rok zrušena. Tradiční pouťové stánky jsou vždy rozmístěny po třídě T. G. Masaryka a pouťové atrakce jsou umístěny na hřišti vedle letního stadionu. Současně s poutí se na zimním stadionu konají víkendové Pivní slavnosti. Jde o představení některých pivovarů především z Jihočeského kraje. Součástí je doprovodný hudební program. Zároveň s poutí se koná Výstava drobného domácího zvířectva, Výstava historických kol a staré cyklistické výstroje a Výstava historických motocyklů.

Blatenská růže

Je to celostátní fotografická soutěž fotoklubů České republiky. V červnu 2005 proběhl již její 23. ročník. Pořadatelem soutěže je fotoklub KAMFO Blatná. Výstava fotografií je umístěna v prostorech blatenského zámku.

Česká Panenka

V říjnu roku 2005 proběhl již 8. ročník soutěže panenkářů a loutkářů z celé České republiky. Tato akce se opět koná v prostorech blatenského zámku a pořádá ji Městský úřad Blatná.

Výstavy

V blatenském muzeu, které se nachází na Náměstí Míru, se celoročně konají různé tématické či umělecké výstavy, mimo jiné i rodáků mikroregionu Blatensko. V letní sezóně 2005 byla uspořádána výstava s názvem Pohádková země, která trvala po celou letní sezónu. Jednalo se o výstavu vodníků, víl a dalších pohádkových bytostí známé „strašidloložky" V. Klimkové. Muzeum se tak svým programem zaměřilo především na turisty. Konkrétním cílovým segmentem byly rodiny s dětmi a také dětské tábory, které se v okolí Blatné každoročně konají.

Memoriál Jana Janovského je tradiční běh zámeckým parkem, který se koná každoročně v měsíci květnu.

Memoriál Christiana Battaglii o pohár starosty města Blatné je zářijová soutěž pro cyklisty všech věkových kategorií pořádaná Sdružením cyklistické všestrannosti Blatná. Sourozenecká dvojice baronů Battagliových, známých cyklistů, neodmyslitelně patří k obci blatenského mikroregionu Bratronice.

Cyklistický Disneyland Blatná, akce pro děti a mládež, se koná v měsíci květnu a pořádá ji cyklistický klub.

Mistrovství republiky v lobu ryb na nádech je soutěž, kterou každoročně organizuje Klub potápěčů Blatná, koná se v květnu v lomu Řečice.

Velká cena Bělčic je závod horských kol, který se koná v červenci na bělčické Višňovce. Je určen všem věkovým kategoriím. Pořádá jej Sdružení cyklistické všestrannosti.

Výstava historických jízdních kol a staré cyklistické výstroje,

Výstava historických motocyklů se pořádají každý rok v srpnu v rámci tradiční blatenské pouti.

4.3. Sekundární potenciály

Sekundární potenciály vytvářejí infrastrukturu cestovního ruchu, realizují příjmy v lokalitě, vytvářejí pracovní místa, oživují centra měst a venkovskou krajinu a zvyšují přitažlivost místa. Sekundární potenciály jsou závislé na přitažlivosti primárního potenciálu. O míře využívání primárního i sekundárního potenciálu rozhodují marketingové schopnosti zainteresovaného managementu.

Infrastruktura cestovního ruchu vytváří v destinacích předpoklady realizace. Ubytovací a stravovací kapacity s širokou škálou doplňkových služeb určují míru čerpání primárních potenciálů[41].

4.3.1. Ubytovací služby

Poskytování ubytovacích služeb je významným předpokladem rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu. Jejich posláním je umožnit přenocování nebo přechodné ubytování účastníkům cestovního ruchu mimo místo jejich trvalého bydliště, včetně

[41] ŠTĚPÁNEK, V., KOPAČKA, L. a ŠÍP, J.: Geografie cestovního ruchu. Praha: Univerzita Karlova v Praze – Nakladatelství Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0172-9.

uspokojením dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným ubytováním souvisejí, tedy především služby stravovací[42].

Mikroregion Blatensko v současnosti nepatří mezi nejnavštěvovanější místa Jihočeského kraje. Tomu odpovídá i počet a stav ubytovacích zařízení, nacházejících se v regionu. Jsou zde tři hromadná ubytovací zařízení kategorie hotel. Nejpočetnější skupinu ubytovacích zařízení v lokalitě Blatensko jsou pak penziony. Ty tvoří většinu ubytovací kapacity v mikroregionu. Absentují především ostatní ubytovací zařízení, kterými jsou například turistické ubytovny či kempy. Existuje zde také ubytování v soukromí, přesný počet není však v současné době známý. V letní sezóně jsou jako ubytovací zařízení využívány i domovy mládeže při Střední odborné škole Blatná a Středním odborném učilišti Blatná. Seznam ubytovacích zařízení je uveden v příloze diplomové práce.

Pozn.[43]

Hotel je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených (zejména stravovací), člení se do pěti tříd.

Pension je ubytovací zařízení s nejméně 5 pokoji pro hosty, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb a člení se do čtyři tříd.

V samotném městě Blatná se nacházejí následující hromadná ubytovací zařízení.

Hotel Beránek se nachází v centru města, na rohu křižovatky Náměstí Míru a hlavní třídy J. P. Koubka, v roce 1844 byl z hostince přestavěn na hotel. V současné době má kapacitu 32 lůžek, ve dvoulůžkových, třílůžkových i čtyřlůžkových pokojích. Kvalita služeb však neodpovídá současné potřebě návštěvníků, a proto turisté tento hotel téměř nevyužívají. Slouží především k ubytování různých pracovníků a dělníků dočasně zaměstnaných v Blatné. Cena ubytování je 150 Kč za osobu a noc. Součástí je hotelu je i pohostinství, tj. modifikovaný typ restaurace zabezpečující základní i doplňkové stravování.

Penzion Foto Art Pavel Hanzlík je provozován od roku 2001. Nachází se nedaleko Městského úřadu v ulici T. G. Masaryka. Je zde 8 pokojů a celkem 15 pevných lůžek. Penzion je využívaný především v letní sezóně zahraničními turisty. Cena za dvoulůžkový pokoj se pohybuje kolem 1000 Kč.

[42] ORIEŠKA, J.: Technika služeb cestovního ruchu. Praha: Idea servis, 1999. ISBN 80-85970-27-9.
[43] Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky. Kategorie hotel, hotel garni, pension a motel 2006-2009. Příloha časopisu COT business 12/2005.

Penzion Kuřáková se nachází na okraji města. Jde o rodinný domek, jehož přízemí je celoročně pronajímáno. Má kapacitu 10 lůžek ve dvou pokojích a cena ubytování je 250 Kč za lůžko a noc.

Penzion Tesla se nachází vedle autobusových zastávek téměř v centru města. V šestipatrové budově se nachází 104 pokojů. Slouží především k celoročnímu ubytování pracovníků blatenských firem. Pro turisty je v letní sezóně vyhrazeno pouze 5 – 6 pokojů. Cena za dvoulůžkový pokoj je 400 Kč.

Formou propagace všech ubytovacích zařízení jsou především propagační materiály města či denní tisk. Kromě Střední odborné školy nemá žádné ubytovací zařízení své vlastní internetové stránky. Na internetových stránkách Svazku obcí Blatenska však existuje seznam většiny ubytovacích a stravovacích zařízení včetně telefonních kontaktů.

V okolí Blatné se nachází další ubytovací zařízení, především penziony, s kvalitní úrovní služeb. Z vlastního šetření vyplynulo, že turisté využívají nejčastěji následující penziony na Blatensku a se všemi poskytovanými službami jsou velmi spokojeni a rádi se sem vracejí.

Hospoda „na statku" se nachází v obci Pole, asi 8 km od Blatné. Zde je nabízeno ubytování ve stylových dvou, tří a čtyřlůžkových pokojích. Současně je nabízeno i celodenní stravování. Hospoda nabízí i řadu doplňkových služeb, například sauna s vířivkou. Cena za ubytování se pohybuje od 250 do 700 Kč.

Penzion Mlýn Kostřata se nachází v obci Myštice, asi 10 km severně od Blatné. K dispozici zde jsou dvoulůžkové, třílůžkové a čtyřlůžkové pokoje. Zároveň je nabízena plná penze či polopenze. V penzionu se také nachází bazén a turisté mají i další možnosti pro trávení volného času.

Guesthouse Kožlí je penzion nacházející se v obci Kožlí, severně od Blatné. Je to rekonstruovaný starý statek, postavený roku 1830. Areál penzionu nabízí místo pro kempink, komfortní ubytovací prostory, prázdninový domek, malou restauraci, dále koupaliště, ohniště, vybavení pro různé hry a také turistické informace. Cena prázdninového domku za týden pobytu se pohybuje kolem 6000 Kč. Zákazníky penzionu jsou především holandští turisté.

Forma propagace ubytovacích zařízení v okolí Blatné jsou internetové stránky, v některých případech i vícejazyčné. Většina zařízení také ke své propagaci využívá blatenské Infocentrum a internetové stránky Svazku obcí Blatenska.

4.3.2. Stravovací služby

Podmínkou rozvoje cestovního ruchu je také poskytování stravovacích služeb, neboť umožňují uspokojování základních potřeb výživy účastníků cestovního ruchu během jejich přepravy i pobytu v cílovém místě[44].

Od počátku 90. let 20. století v Blatné a okolí vznikala stále nová stravovací zařízení. Mnoho z nich již v současnosti neexistuje. Seznam stravovacích zařízení je turistům k dispozici na internetových stránkách SOB. V mikroregionu Blatensko v současné době existují následující stravovací zařízení. Návštěvník si tak může vybrat z pestrého množství těchto zařízení, která uspokojují široké požadavky zákazníků. Nejvyhledávanější se v současnosti stává Cukrárna Alfredo, která je velmi vyhlášená a je tedy zastávkou mnoha turistů.

Restaurace je hostinské zařízení zajišťující obslužným způsobem stravovací služby se širokým sortimentem pokrmů základního stavování.

Restaurace Na Rychtě, náměstí Míru

Restaurace U Bílého lva, náměstí Míru

Restaurace V Sokolovně, Kalinovo náměstí

Blatenská restaurace, T. G. Masaryka

Bowling, U Čertova Kamene

Restaurace Jezárka, Plzeňská

Restaurace Labuť, Myštice

Restaurace Na Velké Hospodě, Sedlice

Restaurace Pod klášterem, Lnáře

Pohostinství je modifikovaný typ restaurace zabezpečující základní i doplňkové stravování.

Hotel Beránek, J. P. Koubka

U Bryndů, Na příkopech

Hostinec je hostinské zařízení zaměřené zejména na prodej piva.

Protivínská hospoda, Spálená ul.

Na Vinici, Nad Vdovečkem

Hospoda U Datla, Nádražní ul.

Hostinec Jubileum, Nádražní ul.

Hostinec Na Obůrce, J. P. Koubka

Hospoda „na statku", Pole

[44] ORIEŠKA, J.: Technika služeb cestovního ruchu. Praha: Idea servis, 1999. ISBN 80-85970-27-9.

Hostinec Krejčová Hana, Uzenice

Hostinec Přístav, Lnáře

Bistro je forma bufetu, tedy hostinského zařízení zabezpečujícího občerstvení, případně i stravovací služby samoobslužným způsobem.

Bistro Miška, J. P. Koubka

Zámecké bistro, Na příkopech

Noční bary jsou noční zábavní hostinská zařízení poskytující obslužným způsobem pokrmy a nápoje. Dominantu vybavení tvoří barový pult a taneční parket.

Skorzeny, nonstop bar, Písecká ul.

Magic club, náměstí Míru

Kavárna-cukrárna je obslužné hostinské zařízení se zaměřením hlavně na prodej teplých nápojů a cukrářských výrobků. Svou funkcí a charakterem slouží k delšímu pobytu hosta.

Cukrárna Alfredo, J. P. Koubka, T. G. Masaryka

Kavárna-cukrárna Havlenová, J. P. Koubka

4.3.3. Doprava[45]

Doprava je jedním ze základních předpokladů rozvoje cestovního ruchu. Překlenuje prostorové rozdíly mezi místem bydliště občana a místem cestovního ruchu, přivádí účastníka k objektům a zařízením cestovního ruchu a vytváří tak možnosti spotřeby v cestovním ruchu. Vztah dopravy a cestovního ruchu je však vztahem oboustranným, protože rozvoj jednotlivých forem a druhů cestovního ruchu vyvolává vznik nových forem dopravy, rekonstrukci existující a výstavbu nové dopravní sítě, výrobu dopravních prostředků respektujících požadavky cestujících a tedy i účastníků cestovního ruchu.

Železniční doprava

Železniční doprava v cestovním ruchu zabezpečuje přepravu účastníků železničními osobními vozy. K jejím přednostem patří hromadný charakter, plynulost a bezpečnost. Železniční síť činí tuto přepravu málo závislou na přírodních vlivech, nemá na ni vliv denní či noční doba a je provozována ve všech ročních obdobích.

Město Blatná leží na železničních tratích č. 191 a 203. V regionu jsou nejpoužívanější tratě Blatná – Nepomuk, vedoucí přes obce Lnáře, a Strakonice – Březnice, která vede severním směrem přes téměř celý mikroregion. Železnice má však na vymezeném území poměrně řídkou a nestabilní železniční síť. K největším problémům železničních tratí se řadí

[45] ORIEŠKA, J.: Technika služeb cestovního ruchu. Praha: Idea servis, 1999. ISBN 80-85970-27-9.

vysoké stáří a neodpovídající stav pozemních staveb, zastaralé sdělovací a zabezpečovací zařízení. Důsledkem toho je nízká přepravní rychlost, snížená propustnost některých úseků a dlouhé jízdní doby.

Silniční doprava

Silniční dopravu v cestovním ruchu tvoří přeprava jeho účastníků silničními dopravní prostředky po pozemních komunikacích. Tyto dopravní prostředky se ve srovnání s ostatními druhy dopravních prostředků vyznačují poměrně malou kapacitou (autobus cca 40 – 45, případně více míst k sezení, osobní automobil 4 – 5 míst). Předností silniční dopravy jsou výhodná přepravní rychlost, vysoká pohotovost k přepravě a dostupnost míst a středisek cestovního ruchu.

Mikroregion Blatensko leží na křižovatce hlavních obchodních cest Písek – Plzeň a Strakonice – Praha. Příjezdovou silnicí do města Blatná je silnice č. 20 Plzeň – Nepomuk – Blatná – Písek. Kvůli zhoršenému stavu silnic v této oblasti je však doprava obtížná a pomalá.

Ve městě Blatná jsou problémem také parkovací místa. V letní sezóně 2005 proběhla rekonstrukce hlavní třídy J. P. Koubka a tím ubylo množství parkovacích míst ve městě. Tento problém se projevuje především v letním období při příjezdu turistů do města a také v období konání každoročních kulturně společenských akcí.

Autobusové spojení v mikroregionu není příliš kvalitní. Síť autobusových spojení je řídká především v rámci mikroregionu, tedy spojení obcí s centrem, městem Blatná. Řídká jsou však také spojení města Blatná s většími městy, například s Plzní. Nejdůležitější jsou následující autobusové spoje, které procházejí městem Blatná.

- 370002 6 Praha – Dobříš – Blatná – Strakonice – Vimperk
- 380780 36 České Budějovice – Strakonice – Blatná
- 360004 9 Písek – Blatná.

Krajina v mikroregionu láká nejen návštěvníky k cyklistickým i pěším toulkám.

Pěší turistika je forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivovány aktivním pohybem v přírodě a bezprostředním kontaktem s přírodou. Realizací je nejčastěji chůze v přírodě jako hlavní náplň turistické aktivity, která může být doplněna dopravou mezi jednotlivými výchozími místy nebo mezi atraktivitami cestovního ruchu.

Cykloturistika je v současné době velmi vyhledávaným způsobem trávení volného času. Jízdní kolo je dostupný ekologický dopravní prostředek, kterým lze výhodně překonat větší vzdálenosti s vynaložením úměrné vlastní energie. Přispívá tak k aktivnímu pohybu. Tento dopravní prostředek může do určité míry konkurovat i automobilové dopravě zejména v prostorech s jejím postupným omezováním (části chráněných oblastí). Se vzrůstajícím

zájmem o cykloturistiku je věnována stále větší pozornost budování nových cyklotras nebo obnově a údržbě již existujících.

Pozn.[46]

Turistická stezka je stezka určená pro pěší turisty, případně i cykloturisty. Jsou zakresleny různými barvami v turistických mapách.

Cyklotrasa je komunikace pro cykloturistiku využívající stávajících místních a účelových komunikací včetně polních a lesních cest, silnic III. třídy a silnic II. třídy s malou frekvencí provozu.

Klub českých turistů je organizace sdružující zájemce o aktivní turistiku, vlastní turistické chaty a ubytovny pro levné ubytování na přitažlivých místech ČR. Vydává zpravodaj Turista, kalendář akcí, mapy, poskytuje slevovou kartu EUROBEDS. Zajišťuje značení turistických cest – od roku 1889 pěších tras, od roku 1997 značení pro lyžaře a cyklisty. Síť pěších tras je svojí hustou, kvalitou a celoplošností pokrytí hodnocena jako nejlepší v Evropě.

Na Blatensku existuje poměrně hustá síť turistických stezek i cyklotras, které využívají nejen místní obyvatelé, ale v letní sezóně především turisté. V turistických i cykloturistických mapách, vydávaných např. Klubem českých turistů, jsou vyznačeny různými barvami, které značí stupeň obtížnosti.

V brožuře Průvodce Blatenskem nejen pro cyklisty je popsáno 9 nejdůležitějších tras o celkové délce 263 km, vedoucích téměř celým mikroregionem. Východiskem všech okruhů je centrum města Blatná. Trasy jsou vedeny převážně po místních, ne příliš udržovaných komunikacích, či zpevněných lesních a polních cestách.

Nejdůležitější trasy:

- 1. okruh: Kocelovice – Paračov – Dobšice – Skaličany (délka 23,6 km)
- 2. okruh: Závišín – Hvožďany – Starý Smolivec – Metly (délka 41,6 km)
- 3. okruh: Tchořovice – Kasejovice – Lnáře (délka 32,2 km)
- 4. okruh: Řečice – Vrbno – Kadov – Bezděkov – Pole (délka 32,3 km)
- 5. okruh: Černívsko – Labuť – Buzice – Paštiky (délka 31,4 km)
- 6. okruh: Tchořovice – Hadí rybník – Jindřichovice – Mačkov (délka 22,9 km)
- 7. okruh: Buzice – Škvořetice – Sedlice – Čekanice (délka 30 km)
- 8. okruh: Čekanice – Bratronice – Záboří – Lnářský Málkov (délka 31,1 km)
- 9. okruh: Záhrobí – Třemšín – Hvožďany – Kocelovice (délka 49,9 km)

[46] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: Cestovní ruch – Výkladový slovník. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj 2002.

4.3.4. Doplňkové služby

Účastníkům cestovního ruchu se kromě základních služeb poskytují i doplňkové služby cestovního ruchu. Jsou to služby, které

- ulehčují a zpříjemňují účast na cestovním ruchu (propagační, informační, obchodní, řemeslnické, opravárenské, zdravotnické, placené komunální, případně další). Poskytují se nejenom účastníkům cestovního ruchu, ale i místnímu obyvatelstvu;
- umožňují naplnit očekávání a cíle účasti na cestovním ruchu. Jde o služby volného času – sportovní, společenské, zábavní, rekreační a jiné[47].

V mikroregionu Blatensko se zařízení poskytujících služby volného času nachází zejména v samotném městě Blatná. Není jich však mnoho. Společensko kulturní potřeby místních obyvatel i návštěvníků uspokojuje Kino Blatná, které je v provozu třikrát týdně a slouží také pro divadelní účely. Městské muzeum nabízí svým návštěvníkům především shlédnutí různých uměleckých i tématických výstav. V městské lidové knihovně pak lze kromě rozličné literatury využít i služby internetu, avšak pouze dvakrát týdně. V některých obcích v mikroregionu lze nalézt místní knihovnu a společenský sál, využívaný především pro konání plesů a různých jiných kulturních akcí.

Sportovní zařízení umožňují uspokojit poptávku aktivních účastníků a zajistit tak využití přírodních i uměle vytvořených předpokladů pro rozvoj sportu a turistiky. Budování těchto zařízení ovlivňuje samotný charakter přírody a jejich kvalita. Všechna sportovní zařízení se opět nacházejí v Blatné. Jde o letní stadion a tenisové dvorce, zimní stadion a TJ Sokol Blatná. Nabídka sportovních zařízení však není dostačující. Existuje poptávka především po zařízeních, které je možné využívat v letních dnech. Tím je zejména koupaliště. Z marketingového výzkumu vyplynulo, že možnost trávení letní rekreace u vody návštěvníkům mikroregionu chybí. Přestože je Blatensko oblastí mnoha rybníků, většina z nich je chovných nebo jsou v takovém stavu, že je není možné využívat k rekreačním účelům.

Turisté zařízení volného času v Blatné celkově využívají zřídka, protože většinou nevědí o jejich existenci. Důvodem je nepřítomnost orientačních tabulí ve městě. To je další velký problém města v souvislosti se infrastrukturou cestovního ruchu, na který již několik let upozorňuje také Informační centrum. Bohužel zatím není vyřešen.

[47] ORIEŠKA, J.: Technika služeb cestovního ruchu. Praha: Idea servis, 1999. ISBN 80-85970-27-9.

4.4. Terciální potenciály

Role terciálních potenciálů (reprezentovaných například státní a veřejnou správou, rozvojovými agenturami, občanskými sdruženími apod.) spočívá v organizaci, řízení, podpoře rozvoje podnikatelské sféry, vzdělávací, osvětové a legislativní činnosti, kompletního marketingového monitoringu, regionálního a územního plánování.

Instituce vnímají cestovní ruch jako alternativní nástroj lokálního, regionálního a národního rozvoje ekonomiky a snaží se vytvářet a rozvíjet efektivní vazby mezi sekundárním a terciálním potenciálem. *Dobře zvolená strategie podpory rozvoje těchto vazeb přináší nové pracovní příležitosti a finanční příjmy*[48].

V mikroregionu Blatensko existuje problém v komunikaci mezi jednotlivými institucemi a organizacemi, které se zabývají cestovním ruchem nebo provozují různé služby v cestovním ruchu. Město Blatná nemá ve své organizační struktuře odbor, který by cestovní ruch zaštiťoval. Existuje zde pouze oddělení kultury, které má za úkol zabezpečovat ve městě některé kulturní akce. Cestovním ruchem v mikroregionu se však přímo zabývá především sdružení Svazek obcí Blatenska.

Svazek obcí Blatenska vznikl v srpnu 1998. Cílem byla ochrana společných zájmů a získání prostředků při prosazování záměrů, přesahujících svým rozsahem a významem každou účastnickou obec.

Prvním společným krokem bylo vypracování Programu sociálního a ekonomického rozvoje Blatenska s hlavním cílem:

- organizace všeobecného rozvoje obcí na bázi slaďování různých zájmů obyvatel i podnikatelů
- odstraňování konkurenčních vztahů tam, kde v rozvoji regionu není konkurence produktivní ani z hlediska regionu jako celku, ani z hlediska jeho jednotlivých struktur (obce, obyvatelstvo)
- vytváření podmínek a perspektiv rozvoje z hlediska dlouhodobých zájmů samotných nositelů konkurenčních vztahů.

Po shrnutí analýzy vnějších a vnitřních podmínek území a stanovení cílů rozvoje území, vznikl katalog projektů a opatření, nutných pro naplnění strategie a odpovídajících

[48] ŠTĚPÁNEK, V., KOPAČKA, L. a ŠÍP, J.: Geografie cestovního ruchu. Praha: Univerzita Karlova v Praze – Nakladatelství Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0172-9.

definovaným cílům rozvoje. K zajištění naplnění těchto cílů je zapotřebí spolupráce a je nutno je chápat jako celek, neboť jsou vzájemně propojeny.[49]

SOB v současnosti sdružuje 32 obcí - Blatná, Bělčice, Bezdědovice, Bratronice, Březí, Buzice, Čečelovice, Doubravice, Hajany, Hlupín, Hornosín, Chlum, Chobot, Kadov, Kocelovice, Lažánky, Lažany, Lnáře, Lom, Mačkov, Mečíchov, Myštice, Předmíř, Radomyšl, Sedlice, Škvořetice, Tchořovice, Třebohostice, Uzenice, Uzeničky, Velká Turná, Záboří.

Svazek obcí Blatenska se zabývá propagací regionu a zajišťuje provoz Informačního centra v Blatné. Existuje zde snaha neprezentovat Infocentrum tradičním způsobem jako v jiných městech. SOB chce návštěvníkům představit region i z hlediska jeho tradice a zvyků. Přímo v Informačním centru se tak turisté mohou formou prodejní výstavy a prezentace seznámit s tradičními řemesly, prostřednictvím produktů a výrobků řemeslníků žijících v mikroregionu. Podle marketingového výzkumu je tato propagace lidových řemesel velmi zajímavá, netradiční, a většina návštěvníků je často mile překvapena neobvyklostí interiéru Informačního centra.

Informační centrum poskytuje turistům i místním obyvatelům informace a případně i služby ze všech oblastí souvisejících s cestovním ruchem. Součástí služeb je veřejný internet, prodej informačních a propagačních materiálů (mikroregionu Blatensko i dalších regionů), publikací, map, průvodců, či upomínkových předmětů.

Nejen pro turisty jsou k dispozici internetové stránky, které jsou pravidelně aktualizovány a na kterých si mohou zájemci přečíst stručnou historii všech obcí – členů SOB, seznam kulturních akcí a také je zde připraven přehled některých ubytovacích a stravovacích zařízení na Blatensku. Podle mého názoru však informace na těchto internetových stránkách nejsou dostačující. SOB také není pro návštěvníky Blatenska příliš známým pojmem. Turisté by měli důležité informace najít nejsnazším možným způsobem, zdrojem jejich informací by se tedy měly stát hlavně internetové stránky města Blatná.

SOB se prostřednictvím Infocentra snaží propagovat region účastí na různých veletrzích cestovního ruchu, např. Region Tour v Brně, a také na dalších akcích zaměřených na prezentaci tradičních řemesel.

Chybou v destinačním managementu SOB však je nespolupráce s dalšími místními institucemi zabývajícími se cestovním ruchem a především s regionálními či národními organizacemi cestovního ruchu, jako jsou Jihočeská centrála cestovního ruchu nebo agentura CzechTourism.

---

[49] www.municipal.cz/blatensko (leden 2006)

4.5. Zhodnocení situační analýzy

Mikroregion Blatensko má z hlediska primárních předpokladů významný potenciál v cestovním ruchu. Celý region má výhodnou polohu, vyznačuje se mírným terénem, vhodným pro turistiku i cykloturistiku a leží v krajině s dlouholetou rybníkářskou tradicí, existuje zde tedy mnoho rybníků, které jsou často využívány pro letní rekreaci.

V cestovním ruchu je nejvíce využíván potenciál města Blatná, které je přirozeným centrem mikroregionu. I přesto zde existují velké rezervy. Nejznámější kulturní památkou je vodní zámek. Jeho propagace však podle mého názoru není dostatečná. Hlavní formou je totiž tištěný materiál, především pohlednice, případně pak některé letáky. Vzhled a úpravu těchto materiálů si provozovatelé zámku zajišťují sami a zároveň jsou tyto propagační materiály turistům nabízeny pouze v areálu zámku. Jako velký problém shledávám nedostatečnou komunikaci s městem Blatná. S tím pak souvisí i nedostatečná propagace zámku v Informačním centru. Zámek sice má své vlastní internetové stránky, ty však nejsou včas aktualizovány. Ani město Blatná díky špatné komunikaci na svých internetových stránkách vodní zámek nepropaguje.

Kulturně historické památky mikroregionu jsou využity v cestovním ruchu pouze částečně, přírodní atraktivity Blatenska pak téměř vůbec. Podle mého názoru je velkým problémem nedostatečná propagace atraktivit mikroregionu, a proto také nejsou z hlediska cestovního ruchu atraktivity využívány. Z vlastního šetření vyplývá, že nejznámější a téměř jedinou známou atraktivitou mikroregionu je zámek Lnáře. Je to především díky tištěným propagačním materiálům zámku a také vlastním internetových stránkám, které jsou pravidelně aktualizovány. Velmi důležitá je také poloha zámku, který leží u hlavní silnice č. 20 Písek – Plzeň. Provozovatelé se zároveň snaží zařazovat zámek do informačních brožur a knih, které turistům přibližují jihočeské či celorepublikové kulturně historické památky.

Město Strakonice vydalo v roce 2004 propagační leták nazvaný Strakonicko – barokní kostely okresu Strakonice, ve kterém lze nalézt i nejzajímavější kostely mikroregionu Blatensko s krátkým popisem jejich historie a informacemi o přístupnosti.

O dalších kulturně historických atraktivitách mikroregionu se turisté dovídají především z podrobných map, nebo získají informace ústní formou v Informačním centru Blatná. Chybí propagační brožura představující nejdůležitější atraktivity v mikroregionu alespoň se základními informacemi o nich.

Protože tedy neexistuje ucelený zdroj informací o atraktivitách cestovního ruchu v celém mikroregionu Blatensko, v další části diplomové práce se snažím sestavit brožuru

nejdůležitějších a nejzajímavějších atraktivit, ve které budou zahrnuty památky přírodní i kulturní.

Podle mého názoru zároveň jako zdroj informací chybí internetové stránky pro turisty, kteří by získali veškeré základní i aktualizované údaje o atraktivitách ve městě i okolí již v pohodlí svého domova a mohli tak zařadit město Blatná i mikroregion Blatensko do svého plánu prožití dovolené a poznávání Jižních Čech. Tento problém se také pokusím vyřešit v následující části diplomové práce návrhem internetových stránek pro město Blatná.

Sekundární potenciál je v mikroregionu zabezpečen dostatečně. Nachází se zde řada hromadných ubytovacích zařízení typu pension. Zastoupena je vyšší úroveň ubytování několika hotely. Z vlastních zkušeností je známo, že poptávka je však také po zařízeních jednoduchého typu, tedy po kempu nebo turistické ubytovně. Stravovacích zařízení různých úrovní se v mikroregionu nachází dostatek a také doprava je zde zabezpečena dobře. Problém nastává pouze v letní sezóně s parkovacími místy v centru města.

V terciálním potenciálu mikroregionu je největším a základním problémem, jak již bylo uvedeno, špatná komunikace. Na místní úrovni se týká především města Blatná, SOB a managementu vodního zámku. To pak narušuje kvalitu propagace města a mikroregionu a také kvalitu poskytovaných služeb. Na regionální úrovni pak téměř neexistuje spolupráce s regionální organizací Jihočeskou centrálou cestovního ruchu.

5. SWOT ANALÝZA MIKROREGIONU BLATENSKO

SWOT analýza je užitečnou součástí situační analýzy. Sumarizuje klíčové silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení destinace.

Úkolem SWOT analýzy je výrazné označení zásadních faktorů

- které budou mít pro organizaci klíčový význam, tedy životně důležitých předností, křiklavě slabých stránek, výrazných příležitostí a katastrofických hrozeb,
- které pomohou destinaci do jisté míry předvídat přitažlivost její marketingové politiky nebo naopak obtížnost jejího provádění anebo nemožnost jejího uskutečnění v průběhu plánovacího období,
- které významným způsobem ovlivní budoucí marketingové aktivity,
- a které závažně usměrní formulování marketingových strategických záměrů v jednotlivých tržních segmentech v určitém časovém období.

Jasné vytipování silných a slabých stránek a jejich rozbor ve vzájemné spojitosti s přednostmi a ohroženími dovolí organizaci uvažovat o stanovení marketingových cílů a volbě strategií pro jejich dosažení. Je třeba zvážit jedinečné schopnosti ve formě silných stránek a umět je ve vztahu k příležitostem využít. Průběžně je třeba rozvíjet silné stránky a snažit se eliminovat slabiny, což je předpokladem minimalizace hrozeb a maximalizace využití potenciálních příležitostí.

Organizaci však nestačí pouze konstatovat, že existují silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení při uskutečňování marketingových aktivit. Je nezbytné do určité míry silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení systematicky zkoumat a provádět jejich hodnocení se zřejmým záměrem použít zjištěné výsledky pro docílení vyšší prosperity[50].

[50] HORÁKOVÁ, H.: Strategický marketing. Praha : Grada Publishing, 2001. ISBN 80-7169-996-9.

5.1. SW analýza – analýza silných a slabých stránek v mikroregionu

Pro praktické posuzování silných a slabých stránek je nutné vytipovat a vymezit faktory, o kterých se organizace domnívá, že naplňují podstatu silných a slabých stránek. Každý vybraný faktor je považován za sledovaný faktor a je ohodnocen z hlediska vlivu na destinaci[51].

Sledované faktory jsou seřazeny podle kritérií a je stanovena pětistupňová stupnice hodnocení. Každý faktor je klasifikován jako velmi dobrý, dobrý, průměrný, špatný nebo velmi špatný. Faktory byly vytipovány na základě údajů získaných z internetových stránek, zkušeností pracovníků Informačního centra a vlastních poznatků. Zjištěné skutečnosti jsou přeneseny do následující tabulky.

Tabulka č. 4: Hodnocení faktorů SW analýzy

Hodnocené faktory	Posouzení stavu				
	1 velmi dobrý	2 dobrý	3 průměrný	4 špatný	5 velmi špatný
1. Primární potenciály					
a) přírodní	X				
b) geomorfologický		x			
c) klimatický		x			
d) hydrologický		x			
e) biologický		x			
f) kulturně-historický			X		
g) kulturně-společenský				x	
h) sportovní				x	
2. Sekundární potenciály					
a) ubytovací zařízení		x			
b) stravovací zařízení	x				
c) cestovní kanceláře			X		
d) informační centra			X		
e) sportovně-rekreační zařízení				x	
f) kulturně-společenská zařízení			X		
g) doprava a dopravní dostupnost			X		
h) obchodní a obslužní vybavenost			X		

Zdroj: vlastní zpracování

Důležitost faktorů však není stejná, a proto je nutné jejich posouzení z hlediska závažnosti, což ukazuje následující tabulka.

[51] HORÁKOVÁ, H.: Strategický marketing. Praha : Grada Publishing, 2001. ISBN 80-7169-996-9.

Tabulka č. 5: Hodnocení faktorů z hlediska závažnosti

Hodnocené faktory	Posouzení stavu					Závažnost		
	1	2	3	4	5	vysoká	průměrná	nízká
1. Primární potenciály								
a) přírodní	x					x		
b) geomorfologický		x				x		
c) klimatický		x					X	
d) hydrologický		x					X	
e) biologický		x					X	
f) kulturně-historický			x			x		
g) kulturně-společenský				x		x		
h) sportovní				x		x		
2. Sekundární potenciály								
a) ubytovací zařízení		x				x		
b) stravovací zařízení	x					x		
c) cestovní kanceláře			x				X	
d) informační centra			x			x		
e) sportovně-rekreační zařízení				x		x		
f) kulturně-společenská zařízení			x			x		
g) doprava a dopravní dostupnost			x			x		
h) obchodní a obslužní vybavenost			x			x		

Zdroj: vlastní zpracování

Pro hodnocení výkonnosti a závažnosti ve vzájemných souvislostech je nutné vytvořit souhrnnou tabulku.

Tabulka č. 6: Hodnocení výkonnosti a závažnosti ve vzájemných souvislostech

		Výkonnost				
		1	2	3	4	5
Závažnost	Vysoká	1a), 2b),	1b), 2a),	1f), 2d), 2f), 2g), 2h)	1g), 1h), 2e),	
	průměrná		1c), 1d), 1e),	2c),		
	Nízká					

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 6 ukazuje, u kterých faktorů je nezbytné soustředit se na udržení jejich pozice a u kterých faktorů je nutné pozici posílit.

V první části tabulky zleva se nachází faktory přírodní potenciály mikroregionu Blatensko a stravovací zařízení v mikroregionu. Závažnost těchto faktorů je vysoká a je tedy nezbytné soustředit se na udržení jejich pozice.

Mezi další významné faktory z hlediska závažnosti patří geomorfologický potenciál, který je předpokladem pro využití destinace pro rekreaci, turistiku a cykloturistiku. V mikroregionu Blatensko je tedy nutné tento faktor vzhledem k vysoké důležitosti výkonnostně posilovat. Stejné je to u faktoru ubytovací zařízení mikroregionu. Posilovat jeho výkonnost je nutné např. rozšířením nabídky ubytování jednoduššího typu, tj. kempy a turistické ubytovny.

Pro další faktory s vysokou závažností, které však výkonnostně odpovídají stupni průměrný a špatný, je stálé posilování jejich pozice nejdůležitější. Patří mezi ně především potenciál kulturně-historický, kulturně-rekreační a sportovní, který v mikroregionu Blatensko není dostatečně využit. Zároveň je nutné zlepšit nabídku zařízení, která návštěvníkům nabízejí kulturní, společenské a sportovní vyžití. Faktor dopravy a dopravní dostupnosti je výkonnostně zařazen mezi dobré, jeho závažnost je vysoká. Nutné je jej posílit především v oblasti místní dopravy a také vyřešit dopravní problémy v centru mikroregionu, tedy v městě Blatná.

Faktory nacházející se uprostřed tabulky, resp. faktory s průměrnou závažností a dobrou či průměrnou výkonností, jsou v destinaci důležité pro její kvalitní fungování, a proto je nezbytné jejich pozici stále udržovat.

5.2. OT analýza – analýza příležitostí a ohrožení mikroregionu

Pro praktické posouzení příležitostí a hrozeb lze rovněž využít matici, a to matici příležitostí a ohrožení[52].

Příležitosti

Pro matici příležitostí byly vytipovány tyto faktory:

1. geografická poloha České republiky
2. propagace Jihočeského kraje jako významné destinace CR
3. příliv zahraničních turistů
4. podpora rozvoje domácího cestovního ruchu
5. podpora rozvoje malého a středního podnikání
6. kvalita životního prostředí
7. poptávka po individuální dovolené
8. masový rozvoj internetu
9. spolupráce s regionálními a národními agenturami cestovního ruchu

[52] HORÁKOVÁ, H.: Strategický marketing. Praha : Grada Publishing, 2001. ISBN 80-7169-996-9.

10. měnící se požadavky turistů

Tabulka č. 7: Matice příležitostí

Přitažlivost	Pravděpodobnost úspěchu: vysoká	Pravděpodobnost úspěchu: nízká
vysoká	2, 4, 8, 9	1, 3, 5, 6, 7, 10
nízká		

Zdroj: vlastní zpracování

V matici příležitostí levý horní kvadrant označuje nejlépe využitelné příležitosti. Faktory propagace Jihočeského kraje jako destinace CR, podpora rozvoje domácího cestovního ruchu a spolupráce s regionálními a národními agenturami cestovního ruchu spolu úzce souvisejí. Pokud mikroregion využije příležitosti spolupracovat s agenturami CR minimálně na regionální úrovni, bude Blatensko propagováno jako součást Jihočeského kraje Jihočeskou centrálou cestovního ruchu a lépe tak využije rozvoje domácího cestovního ruchu. Masový rozvoj internetu a informačních technologií je také velmi důležitou možností k propagaci regionu.

Příležitosti je nutné vidět také v měnících se požadavcích turistů a návštěvníků v oblasti cestovního ruchu. Kromě vyšší úrovně služeb turisté upřednostňují individuální dovolenou. Roste počet lidí, kteří vyhledávají méně známé destinace, které jsou však rychle přístupné. Zároveň lidé hledají klidné a kvalitní životní prostředí, které jim celý mikroregion může nabídnout.

Příliv zahraničních turistů souvisí především s prezentací České republiky v zahraničí, pro samotný region by byla tato příležitost příliš vyčerpávající.

Lze tedy říci, že je důležité zaměřit se také na příležitosti, které v současnosti nemají vysokou pravděpodobnost úspěchu a vytvořit takové podmínky, aby tato pravděpodobnost vzrostla.

Ohrožení

Pro matici ohrožení byly vytipovány následující faktory:

1. politické změny či politická nestabilita
2. kriminalita
3. terorismus

4. snížení kupní síly návštěvníků
5. nadměrná koncentrace návštěvníků v regionu
6. zvýšení cen
7. znečištění životní prostředí
8. nespolupráce s regionálními a národními agenturami cestovního ruchu
9. konkurenční destinace
10. měnící se požadavky turistů

Tabulka č. 8: Matice ohrožení

Závažnost	Pravděpodobnost výskytu: vysoká	Pravděpodobnost výskytu: nízká
vysoká	4, 6, 8, 9, 10	1, 2, 3, 5, 7
Nízká		

Zdroj: vlastní zpracování

Levý horní kvadrant v matici ohrožení označuje nevýraznější hrozby. Ekonomické změny, jako je snížení kupní síly návštěvníků nebo zvýšení cen, je obecnou hrozbou pro všechny destinace. Nespolupráce s agenturami cestovního ruchu zobrazuje současný stav v mikroregionu a nelze ji podceňovat. Vzhledem k rozvoji cestovního ruchu je důležité tuto hrozbu eliminovat. Konkurenční destinace jsou ohrožením pro mikroregion především po stránce lepšího využití primárního, sekundárního i terciálního potenciálu. Uspět na trhu destinací znamená být konkurenceschopný a lépe využít potenciál mikroregionu Blatensko. Měnící se požadavky turistů mohou být nejen příležitostí pro destinaci, ale zároveň výraznou hrozbou. Je nutné požadavky analyzovat a přizpůsobovat jim svoji nabídku.

Ohrožení uvedená v pravém horním rohu matice destinaci sice bezprostředně neparalyzují, ale nelze je podcenit vzhledem k budoucímu vývoji.

5.3. Výsledky SWOT analýzy

SWOT analýza byla provedena na základě údajů získaných z internetových stránek, a především zkušeností pracovníků Informačního centra a také vlastních poznatků.

Výsledky provedených analýz – SW analýzy a OT analýzy jsou uvedeny v následující tabulce. Zařazeny jsou zde nejvýznamnější faktory, které jsou pro destinaci velmi důležité z hlediska rozvoje cestovního ruchu a také zajištění trvale udržitelného rozvoje.

Tabulka č. 9: Výsledek SWOT analýzy

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	Příznivé	Nepříznivé
vnitřní	silné stránky	slabé stránky
	- přírodní potenciál - geomorfologie - ubytovací zařízení - stravovací zařízení	- kulturní potenciál destinace - zařízení doplňkových služeb
vnější	příležitosti	Ohrožení
	- propagace Jihočeského kraje Jako významné destinace CR - rozvoj domácího CR - rozvoj informačních technologií - spolupráce s organizacemi CR	- ekonomické změny - nespolupráce s organizacemi CR - konkurence - měnící se požadavky turistů

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledky SWOT analýzy ukazují nejvýznamnější silné a slabé stránky vnitřního prostředí destinace cestovního ruchu. Jednou ze silných stránek je přírodní potenciál. Blatensko se nachází na severozápadě Jihočeského kraje. Má výhodnou polohu, vyznačuje se mírným terénem, vhodným pro turistiku i cykloturistiku a leží v krajině s dlouholetou rybníkářskou tradicí. Řada rybníků je využívána k letní rekreaci. Silnou stránkou jsou i ubytovací a stravovací zařízení, které dobře uspokojují poptávku turistů a návštěvníků. Nedostatečně využití kulturně-historický a sportovně-rekreační potenciál je slabou stránkou destinace. S tím souvisí také nedostatek zařízení doplňkových služeb pro možnosti trávení volného času.

Příležitostí pro destinaci pak je spolupráce s agenturou cestovního ruchu na regionální úrovni, resp. Jihočeskou centrálou cestovního ruchu, která podporuje propagaci Jihočeského kraje. Zároveň s tím by pak bylo možné využít rozvoj domácího cestovního ruchu. Formou propagace pro destinaci se v současnosti také stává internet. Obecným ohrožením pro každou destinaci cestovního ruchu pak jsou ekonomické změny ve státě. Hrozbou se také stávají konkurenční destinace, které dokáží lépe využít svůj potenciál cestovního ruchu. Měnící se požadavky turistů mohou být nejen příležitostí pro destinaci, ale také ohrožením, vzhledem k nevhodné nabídce destinace.

Tyto výsledky je však nezbytné systematicky zkoumat a hodnotit a dále je pak použít pro k dosažení cílů destinace.

6. PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU

6.1. Obecné vymezení pojmu

Produktem města nebo obce[53] rozumíme vše, co město nabízí svým obyvatelům, návštěvníkům, podnikům a potenciálním investorům a co slouží k uspokojování jejich individuálních i kolektivních potřeb. V širším pojetí je tak možno považovat za produkt obce samotnou obec, tvořenou materiálním prostředím a všemi subjekty na území obce působícími. Některé subjekty jsou tak zároveň součástí produktu i jeho spotřebitelem. V užším smyslu sem patří ta část potřeb, kterou soukromý sektor není schopen uspokojit sám a kterou mu dodává obecní úřad na základě svých statutárních funkcí.

Produkt obce se liší od ostatních produktů (zboží a služeb) následujícími vlastnostmi:

- Současné uspokojování kolektivní i individuální potřeby.
- V nabídce se objevují služby čistě pozitivní, např. kultura, vzdělávání, místní doprava, bydlení. Obec poskytuje i služby nápravné, viz městská policie, úklid města, údržby komunikací. Pozitivní služby jejich uživatelé vyhledávají, nápravné patří ke kategorii nevyhledávaných, o které se lidé zajímají až v případě, kdy z nějakých důvodů selžou.
- Některé z nabízených služeb lidé musí přijmout. Jedná se např. o základní vzdělávání. U některých mají možnost volby (kultura, kabelové vysílání televize zabezpečované obcí, plynofikace, bydlení). Ze spotřeby některých služeb nelze jejich uživatele vyloučit, a to ani v případě, kdy se nepodílí na jejich úhradě formou placení daní (městské osvětlení, údržba komunikací).

Produkt obce můžeme členit na následující části:

- veřejné služby nabízené obcí nebo jí poskytované v rámci statutárních povinností daných § 14 zákona č. 367/1990 o obcích,
- nabídka prostor ve vlastnictví obce k užití soukromými vlastníky (pronájem) nebo k investování (zřizování průmyslových zón nebo obchodních středisek),
- akce organizované obcí, jejichž cílem je nabídnout občanům a návštěvníkům města zábavu a poučení a podnikatelům možnost realizace a propagace jejich produktů; jsou zároveň součástí propagace města,
- obec jako taková, tvořená přírodním, historickým, ekonomickým i sociálním prostředím, a její vztahy jak k minulosti, tak budoucnosti. V tomto smyslu se součástí

[53] JANEČKOVÁ, L. A VAŠTÍKOVÁ, M.: Marketing měst a obcí. Praha: Grada Publishing 1999. ISBN 80-7169-750-8.

produktu obce stávají všichni činitelé v obci působící. Úřad obce v partnerství s ostatními činiteli dbá na řádné využití tohoto produktu, jeho image, propagaci a na jeho trvale udržitelný rozvoj.

Produkt cestovního ruchu[54] je souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu podnikajícího v CR nebo CR koordinujícího. Patří mezi kontrolovatelné faktory – součást marketingového mixu. Jedná se o zboží (suvenýry, knižní průvodce, mapy apod.) či služby (ubytování, stravování, doprava, služby průvodců apod.).

Specifikem služby je osobní poskytování, nemožnost skladovat služby, omezená životnost, častá je platba předem za produkt, který není možné předem vyzkoušet, ovlivnění faktory, které jednotlivě nebo v jejich kombinaci nelze nebo pouze omezeně lze ovlivnit (počasí, další účastníci zájezdu, sezónnost, komplexnost).

Produkt cestovního ruchu může dosahovat různé úrovně komplexnosti (obecně však výrazně vyšší než je tomu u většiny ostatních ekonomických odvětví, od poskytnutí či zprostředkování jednotlivé služby (např. dopravy) přes komplex služeb (např. balík služeb CR) až po destinaci jako ucelenou nabídku atraktivit, služeb a potenciálních zážitků. Z pohledu návštěvníka je produktem CR kompletní zážitek od chvíle, kdy opustil domov, do doby návratu.

Spotřebovaný produkt je (přímo úměrně své komplexnosti a vzhledem ke spotřebě volných statků) obsáhlejší než produkt kalkulovaný a nabízený jeho prodejcem návštěvníkům. Z toho by měla vycházet cenová kalkulace produktu CR, v níž by měla být zohledněna i postupná konzumace atraktivit CR a životního prostředí obecně. Při tvorbě produktu CR je nutné vycházet z hodnoty únosné kapacity objektu či území, na kterém má být tento produkt realizován.

6.2. Stávající produkty cestovního ruchu v mikroregionu Blatensko

I. VÝLOVY JIHOČESKÝCH RYBNÍKŮ[55]

Produkt vytvořila Jihočeská centrála cestovního ruchu spolu s partnerskými rybářskými společnostmi v roce 2004. Chce tímto produktem popularizovat slavnostní výlovy jihočeských rybníků, které propagují tradice rybníkářství v jižních Čechách. Produkt podporuje návštěvnost a konkurenceschopnost kraje v nabídce turistických příležitostí a

[54] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: Cestovní ruch – Výkladový slovník. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj 2002.
[55] www.jccr.cz (únor 2006)

zároveň přispívá k prodloužení turistické sezóny. Dalším významným cílem produktu je zlepšení ekonomických výsledků rybářských společností a v neposlední řadě pak zvýšení spotřeby rybího masa. Produkt výlovů rybníků lze v Jihočeském kraji realizovat v několika lokalitách. Podle těchto lokalit se liší možnosti doprovodného programu, stravování a ubytování účastníků. Základní scénář výlovu je však ve všech lokalitách stejný a program se skládá z kombinace následujících aktivit:

1) návštěva a sledování výlovu vybraného rybníka
2) naučný výklad průvodce (zaměstnance rybářské společnosti) o provádění výlovů, hospodaření na rybnících, historii a tradicích rybářství a rybníkářství, účelu a způsobech sádkování ryb
3) prohlídka blízkého okolí rybníka, významného nebo památného místa nebo kulturní vystoupení přímo na hrázi – dechovka, folklór
4) návštěva sádek rybářské společnosti
5) ochutnávka ryby připravené přímo na místě výlovu
6) nákup ryby v místě výlovu či na sádkách
7) odborný výklad zaměstnance rybářské společnosti
8) rybářský obřad „Pasování na rybáře"

Jednou z lokalit, ve kterých lze realizovat produkt „Výlovy", je i mikroregion Blatensko. Zde výlovy zajišťují společnosti Blatenská ryba a Rybářství Lnáře.

K produktu je vždy zajištěn i doprovodný program. Nabídku doprovodného programu lze libovolně kombinovat do jednotlivých variant produktu, vždy je třeba pouze brát ohled na možnosti konkrétní lokality. V mikroregionu Blatensko se jedná především o tyto možnosti:

- vystoupení dudáckého souboru Strakonice
- rybářský obřad „Pasování na rybáře"
- návštěva rybích sádek Blatná
- exkurze do zpracovny ryb Blatná
- prohlídka vodního zámku Blatná, zámku Lnáře, příp. Prácheňského muzea Strakonice
- exkurze do lihovaru Blatná
- beseda s odborníkem Ing. Štěpničkou na téma problematiky rybářství

V rámci tohoto produktu s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu spolupracují i místní informační centra, která zabezpečují ubytovací i stravovací služby a zároveň také možnosti doprovodného programu. V mikroregionu Blatensko však tyto služby nezajišťuje Informační centrum Blatná, ale Městské informační centrum Strakonice, případně přímo Jihočeská

centrála cestovního ruchu. Důvodem je nejspíše problém komunikace Infocentra a JCCR či jiných organizací zabývajících se cestovním ruchem.

II. RYBOLOV V JIŽNÍCH ČECHÁCH[56]

Tento produkt opět vytvořila Jihočeská centrála cestovního ruchu spolu s partnerskými rybářskými společnostmi v roce 2005. Chce tímto produktem navázat na dříve vytvořený produkt „Výlovy jihočeských rybníku" a dále tak propagovat tradice rybníkářství a rybolovu v jižních Čechách.

Cílem produktu je obohatit nabídku destinace jižní Čechy o produkt zážitkové turistiky, který přispěje ke zviditelnění a posílení konkurenceschopnosti regionu na trhu cestovního ruchu. Dalším významným cílem produktu je zlepšení ekonomických výsledku rybářských společností a v neposlední řade pak také zvýšení spotřeby rybího masa. Produkt bude využívat především tradice rybolovu a rybníkářství v jižních Čechách, regionální a místní gastronomii, ale i kulturně historický, technický a společenský potenciál regionu v podobě doprovodného programu.

Mezi významné lokality, které disponují vhodnými podmínkami pro lov ryb, patří právě i Blatensko. S Jihočeskou centrálou cestovního ruchu spolupracují z mikroregionu dvě firmy, a to Blatenská ryba a Rybářství Lnáře.

Opět je u tohoto produktu možnost doprovodného programu, který je obdobný jako v předchozích „Výlovech jihočeských rybníků".

Společnost Blatenská ryba, spol. s r. o.[57]

Společnost Blatenská ryba hospodaří na téměř 1 600 hektarech rybníků, rozkládajících se na Strakonicku, Písecku a Příbramsku. Zdravá a nezatížená krajina Prácheňska, voda přitékající z lesů a písčité břehy rybníků jsou základem pro chov blatenských ryb, pověstných svou kvalitou daleko za hranicemi.

Chov ryb na Blatensku má dlouhou tradici. Rybníky společnosti byly založeny již ve středověku a jsou kromě rybochovného poslání významným krajinným prvkem a dokladem historie kraje. Některé ze současných rybníků vznikly v dříve bažinaté krajině vhodné pro stavbu rybníků velmi brzy. Udává se, že v době Karla IV. bylo nejvíce rybníků v Čechách právě v okolí Blatné a na Poděbradsku. Většina známých velkých rybníků na Třeboňsku a Hlubocku je totiž o 100 až 200 let mladší. Během doby rybníky na Blatensku stále přibývaly,

[56] www.jccr.cz (únor 2006)
[57] www.blatenskaryba.cz (březen 2006)

k jejich rušení došlo až v 19.století. Se změnou chovatelských postupů na přelomu 19. a 20. století se znovu zvýšila rentabilita, některé rybníky byly obnoveny a rybnikářství zůstalo na Blatensku významnou součástí zemědělské výroby. Tento region dnes patří k významným jihočeským rybnikářským oblastem, kde je chov ryb dokonale propracován a tvoří součást ekonomického zázemí.

Blatenská ryba spol. s r.o. produkuje kolem 850 t konzumních ryb ročně. Dominuje kapr, trhem jsou však ceněny i další hospodářsky významné ryby - lín, štika, maréna, amur, tolstolobik, candát, sumec, úhoř, okoun a další druhy. Zhruba polovina produkce živých ryb je exportována.

K významným aktivitám společnosti patří vedle vlastního chovu ryb jejich další zhodnocení. V moderní zpracovně, která splňuje přísné veterinární a hygienické normy Evropské unie, se vyrábí široký sortiment produktů ze sladkovodních a mořských ryb.

Firma zajišťuje velkoobchod s chlazeným, mraženým a uzeným zbožím. Péče je věnována též distribuci zboží i k malým odběratelům v rozsáhlé oblasti jihozápadních a středních Čech včetně Prahy.

Dalším důležitým předmětem činnosti společnosti je chov vodní drůbeže a kuřat. Ročně odchází na trh kolem 400 tun kachen a 1 100 tun kuřat. V líhni se pro vlastní potřebu i pro další odběratele líhnou kvalitní kachňata.

Středisko služeb vyrábí pro podnikovou potřebu i na prodej osvědčené přepravní bedny na ryby, vyplavovací lodě, pramice a nakladače ryb.

"Zdravá strava z čistých vod" je firemní motto, které se společnost Blatenská ryba spol. s r.o. snaží důsledně naplňovat. Čisté a zdravé prostředí jihozápadních Čech s ideálním geologickým podložím je základním předpokladem pro výrobu velmi chutných ryb. Klasický způsob chovu s využitím přirozené rybniční potravy a obilovin zaručuje ryby s charakterem přírodního produktu, blížící se požadavkům na bioprodukty. Kvalitní český kapr splňuje moderní lékařské představy o zdravé výživě i požadavky rybích labužníků doma i v zahraničí. Tento způsob produkce je současně zárukou zachování tak důležitého trvale udržitelného rozvoje. Také dodržování přísných hygienických podmínek při zpracování ryb i při skladování a distribuci výrobků je dnes již samozřejmostí.

Blatenská ryba nabízí rekreantům, letním hostům, podnikovým návštěvám, dětem a ostatním zájemcům o sportovní rybolov několik možností vyžití.

Sportovní rybolov klasik je klasický sportovní rybolov s povolenkou společnosti Blatenská ryba v období od května do září na rybnících Zástava dolní u Sedlice a Roudenský u Blatné.

Sportovní rybolov speciál je speciální sportovní rybolov bez rybářského lístku a povolenky každou sobotu v období od května do září. Místo lovu určuje lovci dozor a lze lovit pouze určené druhy ryb (kapr, štika, sumec, candát, tolstolobik, amur, okoun, cejn). Loví se na chovných rybnících Vilímec, Milava, Mladuchy a Šarlák.

Pro skupiny je nabízena speciální nabídka pro 5 a více zájemců na místech a v čase dle dohody.

Společnost Rybářství Lnáře, s. r. o.[58]

Společnost navazuje na zdejší bohatou rybářskou tradici, která se datuje od dob Karla IV. Část potomků původního majitele bývalého velkostatku Lnáře (JUDr. Jindřicha A.Vaníčka) se rozhodla začít hospodařit na 420 ha restituovaných rybníků nacházejících se severně od Lnář. Spolumajitelé ještě přidali 54 ha rybníků a sádky v Rožmitále pod Třemšínem od pozemkového fondu, a ke dni 1.1.1993 založili sdružení fyzických osob s názvem: "Rybářství Lnáře". V průběhu roku 1998 byla založena stejnojmenná společnost: "Rybářství Lnáře, společnost s ručením omezeným", která převzala hospodaření po sdružení.

Společnost je zaměřena na chov hladkého a šupinatého kapra, kterého ročně vyprodukuje okolo 200 tun, a kterého nabízí v podobě tržních ryb i násad. Proto je členem Rybářského sdružení České Budějovice, které hájí zájmy chovatelů kaprů v ČR a umožňuje svým členům používat ochrannou známku "Český kapr". Z vedlejších ryb převládá: lín, štika, sumec a tolstolobik. Doplňkově se chová amur, síhovité ryby (peleď a maréna), candát, úhoř a okoun. Ryby jsou přikrmovány obilím z vlastní zemědělské produkce, kterou firma provozuje na 100 ha pronajatých polí.

Nezapomíná se ani na sportovní rybaření. Sportovním rybářům je v letním období vyčleněn 1,33 ha velký Staňkovský rybník 3 km od Blatné a 45,5 hektarový rybník Velký Bělčický, zvaný též Huťák.

Společnost zároveň vybudovala v přízemních prostorech zámku Lnáře Rybářské muzeum. Jeho expozice obsahuje pracovní nástroje používané rybáři na Lnářsku. Nejstarším exponátem jsou dva díly spodní části výpustního potrubí, které bylo získáno při rekonstrukci hráze rybníka Dražský Březí v roce 1996. Odhadované stáří tohoto potrubí je cca 500 let. Nejnovějším exponátem jsou obě části (spodní a horní) desetimetrového potrubí o průměru cca 75 cm vyplaveného při povodni v roce 2002 z Velkého Bělčického rybníku.

[58] www.lnare.cz/rybarstvi (březen 2006)

Kolektivům, zejména školám, je nabízena exkurze na podzimní výlovy lnářských rybníků. Oblíbeny jsou kombinované exkurze spojené s prohlídkou rybářského muzea a Zámku Lnáře dle tohoto scénáře:

8:30 Prohlídka rybářského muzea s přednáškou o rybářství a výlovech, shlédnutí videozáznamu z povodní, možnost koupě pohlednic atd.

9:30 Prohlídka interiérů zámku (velký, nebo malý okruh) a části zámecké zahrady.

10:30 - 11:00 odjezd na rybník a praktické shlédnutí druhého zátahu s možností výhodné koupě ryb. Předpokládané ukončení exkurse ve 13:00 hodin. Možná je i návštěva muzea koček na Zámku Lnáře a oběd z rybích specialit v zámecké restauraci. Výlovy probíhají od konce září do poloviny listopadu.

III. JIHOČESKÉ POHÁDKOVÉ KRÁLOVSTVÍ[59]

Tento produkt je vytvořen pro celou turistickou oblast Jižní Čechy. Jeho cílem je dosáhnout vyšší návštěvnosti v regionu a vzájemnou propojeností jednotlivých měst a turistických destinací docílit toho, že se turisté v regionu zdrží delší dobu a svoji dovolenou v destinaci Jižní Čechy tak prodlouží. Partneři projektu jsou Čedok, České dráhy, Česká pošta, Deníky Bohemia, TV GIMI, Český rozhlas, Eldorádio, Jihočeská centrála cestovního ruchu, KOH-I-NOOR, Výstaviště a.s., 67 pohádkových kanceláří a 20 pohádkových ubytovatelů. Hlavní myšlenka produktu tví v tom, že Jihočeský kraj je znám také díky pohádkám, které se v krásné krajině regionu natáčeli a stále natáčejí, a zároveň díky pohádkovým bytostem, které proslavily mnoho hradů, zámků a dalších atraktivit jižních Čech. Produkt je zaměřen především na mladší část populace, zúčastňují se ho nejčastěji rodiny s dětmi. Z vlastní zkušenosti je však známo, že není výjimkou účast dospělých turistů, či návštěvníků v seniorském věku. Průvodcem pro ně je veselá postavička kapra Jakuba, která nebyla vybrána náhodou, symbolizuje tradici rybníkářství v Jihočeském kraji. Produktu se účastní většina měst Jihočeského kraje a každé z nich má svůj vlastní znak kapra Jakuba, který vyjadřuje nejtypičtější tradici daného města. Představuje tedy to, čím je město proslavené a známé široké veřejnosti. Příkladem může být město Dačice, které je proslulé výrobou kostkového cukru a kapr Jakub tak drží jednu kostku cukru v ruce. Dalším příkladem může být město Tábor, které je proslulé svojí husitskou tradicí, a i kapr Jakub je oblečen do husitského brnění. Jako každé království má svého krále i Jihočeské pohádkové království,

[59] www.jccr.cz (únor 2006)

kterým se stal známý režisér slavných současných českých pohádek a jihočeský rodák Zdeněk Troška.

Turisté tak navštěvují jednotlivá města a na určených místech, v tzv. pohádkových kancelářích, získávají razítka postavičky kapra Jakuba do svých Vandrovních knížek či Cestovních pasů pohádkového království, které vydává Turistické a mapové centrum v Českých Budějovicích, resp. Hlavní pohádková kancelář. Tyto knížky a pasy slouží dětem také jako omalovánky a jsou plné básniček. Po vyplnění celé knížky či pasu mohou soutěžit o atraktivní ceny a získat slevy na vstupné na mnoha místech Království. Součástí produktu je také vydávání a prodej dalších suvenýrů, jako jsou pohledy města či kulturně-historické atraktivity s postavičkou Kapra Jakuba, pexesa, či pohádkové knihy, nazvané Putování Kapra Jakuba, ve kterých kapr vypráví o životě lidí v jižních Čechách. Novinkou se stalo i vydávání různých map Jihočeského kraje. Příkladem může být mapa Hrady a zámky Jihočeského pohádkového království, Výletní mapa či Kempy Jihočeského pohádkového království apod.

Mikroregion Blatensko, konkrétně město Blatná, je do produktu zapojeno již téměř tři roky. Blatenský Kapr Jakub vyjadřuje nejznámější tradici města - pěstování růží, Jakub tedy vypadá jako růže. V Informačním centru Blatná, resp. v pohádkové kanceláři města, mohou návštěvníci získat razítko kapra a také další suvenýry Jihočeského pohádkového království. Ze zkušeností je patrné, že tento produkt vyvolává velký zájem. Především u dětí, které velmi rády soutěží a s radostí sobě vlastní sbírají razítka. Celé rodiny tak cestují po jižních Čechách a prostřednictvím pohádek poznávají krásy řady kulturních památek.

IV. CESTA STARÝM ŘEMESLEM NA BLATENSKU[60]

Produkt byl vypracován v Informačním centru venkovských regionů pod patronací Regionální a rozvojové agentury Střední Čechy jako ukázkový produkt pro ostatní partnery projektu. Byl konzultován se Svazkem obcí a vytvořen se znalostí místních poměrů a ve spolupráci s místními poskytovateli služeb. Od roku 2006 je zařazen v Obchodním domě turistických produktů agentury CzechTourism. Přestože nebyl proveden žádný marketingový průzkum zaměřený na zjištění zájmu turistů, Regionální a rozvojová agentura předpokládá zájem velký. Ze zkušeností této agentury je známo, že takovýto typ produktů cestovního ruchu je pro turisty zajímavý. Produkt „Cesta starým řemeslem na Blatensku" je určen individuálním turistům, rodinám s dětmi a je vhodný i pro malé skupiny. Zároveň je nabízen cestovním kancelářím zaměřeným na domácí cestovní ruch a incomingovým cestovním

[60] www.czechtourism.cz (březen 2006)

kancelářím. Má poznávací i pobytový charakter a je zaměřen také na městskou turistiku a seznámení se s historií i architekturou.

Cílem produktu je rozšířit nabídku cestovního ruchu v mikroregionu Blatensko a přispět tak ke zviditelnění regionu na trhu cestovního ruchu. Významným cílem je i zvýšení konkurenceschopnosti a posílení ekonomické stability mikroregionu.

Produkt je zaměřen na seznámení se s typickými řemesly, tradicemi a zvyky Blatenska. Délka pobytu je 4 dny (3 noclehy), jedná se tedy o prodloužený víkend. Maximální cena produktu je stanovena na 3000 Kč a zahrnuje ubytování, stravování, vstupy, průvodce a služby dle itineráře. Program produktu se týká především poznání tradic a řemesel na Blatensku, proto je do programu zařazena návštěva kozí farmy v obci Březí, která vyrábí ekologické výrobky z kozího mléka jako jsou sýry, pomazánky, ale i kosmetika. Dále lze navštívit sklářskou huť Vlasák v obci Bělčice, kde je možné seznámit se s postupem ruční sklářské výroby. Nejzajímavějším bodem programu pak je návštěva obce Sedlice, která je proslulá tradicí paličkované krajky. Sedlická krajka je považovaná za světovou raritu a je zde také jediná krajkářská škola v České republice.

V. LNÁŘE - VSTUPNÍ BRÁNA REGIONU BLATENSKO[61]

Od letní sezóny 2006 bude zahájen projekt „Lnáře - vstupní brána regionu Blatensko". Tento projekt řeší využití stávajících a po povodních v roce 2002 zničených především sklepních prostor ve tvrzi ve Lnářích, která stojí v sousedství místního zámku. Projekt je financován celkovou částkou 2 049 000,-- Kč ze Společného rozvojového operačního programu v rámci realizace grantového schématu „Podpora regionálních a místních služeb cestovního ruchu v Jihočeském kraji pro veřejné subjekty". Podíl obce na celkových nákladech činí 25 %. Výstupem projektu bude nainstalování výstavy lidového řemesla Blatenska, spojené s internetovým obchodem, výstava celoživotního díla českého skláře, akademického malíře Bohumila Eliáše, orientační mluvící panel, který v 5 jazykových mutacích pozve návštěvníky na atraktivní místa v regionu, spojená mimo jiné i s tvorbou lidového řemesla a nabídne i ubytovací možnosti v regionu, a dále pak propagační materiály různých institucí v regionu. Součástí výstavní expozice bude i audiovizuální doprovod nejen výstavním prostorem, ale především tvorbou řemeslných výrobků. Usnadnění přístupu veřejnosti do nově vzniklých výstavních prostor ve tvrzi spočívá v možnosti prodeje

[61] www.municipal.cz/blatensko (březen 20006)

vstupenek na zámek v prostorách tvrze. Předpokládané zahájení provozu ve tvrzi Lnáře je od přelomu měsíců května a června 2006.

VI. TVRZ KADOV

V obci Kadov, ležící nedaleko Blatné, se nachází starobylá tvrz, která se od letní sezóny 2005 využívá jako muzeum. Prvními majiteli tvrze byli pravděpodobně od poloviny 14. století do husitské revoluce Řesanští z Kadova. Renesanční rozšíření tvrze je nepochybně dílem Zábořských z Brloha, kteří Kadov drželi až do roku 1650. V roce 1677 byl Kadov připojen k Bezděkovu a s ním pak ke lnářskému panství. Posledními uživateli bylo Zemědělské družstvo Kadov, od něhož bývalou tvrz koupili vlastníci občanského sdružení ZOFI Kadov. Ujali se nesmírně náročného úkolu, tj. záchrany této stavby. Přestože tvrz není příliš rozsáhlá stavba, v současnosti slouží veřejnosti a turistům.

Celoročně je v prostoru tvrze umístěna výstava s názvem „Jak se žilo na vesnici". Předměty, které jsou zde prezentovány, jsou malou ukázkou umu a šikovnosti předků, kteří si dokázali velkou část, zejména dřevěných nástrojů a pomůcek, vyrábět sami. Do konce 17. století byl na vesnici převážně jen kovář, někde i cihlář a hrnčíř. Od 18. století začínají na venkově pracovat specializování řemeslníci - truhláři, koláři, bednáři, doškáři, košíkáři, sedláři, čalouníci, krejčí, pekaři, aj. Většinu svých potřeb, zejména pro domácnost, hospodář kupoval na "jarmarcích" či trzích, kam také jezdil své produkty a výrobky prodávat.

Všechny vystavené předměty a pomůcky, včetně textilií, jsou místního původu a pocházejí z vesnic mezi Horažďovicemi a Blatnou. Výstava dává nahlédnout do hospodářovy "sednice", na nářadí, kterým zpracovával len a vlnu, tkal plátno, vyráběl máslo a tvaroh, pral prádlo a mandloval, žil a žehlil, čím sklízel a mlátil obilí, a poskytuje pohled na některé pomůcky řemeslníků - kováře, koláře, truhláře, studnaře, bednáře apod.

Občanské sdružení se snaží turistickou sezónu prodloužit pořádáním různých akcí. Příkladem je Rytířské řádění, které se konalo v měsíci říjnu. Hlavním programem bylo vystoupení šermířské skupiny Gladius a gotické skupiny Dubia Fortuna. Celodenním doprovodným programem pak byla kromě jiného střelba z luku či kuše, hod oštěpem či ukázka pletení košíků a dalších lidových řemesel. Také v zimní sezóně se zde konalo několik výstav, např. výstava adventních věnců dětí ze základní školy v Blatné.

VII. NAUČNÁ STEZKA OKOLÍM VIKLANU

První nápad vybudovat naučnou stezku v okolí obcí Kadova a Vrbna vzešel od Jaroslava Chlady - učitele Základní školy v Kadově. S pomocí pracovníků tehdejšího JZD a

za podpory odboru kultury tehdejšího ONV Strakonice byla zbudována v roce 1986. Odbornou stránku stezky tehdy zajišťoval RNDr. Václav Skuhravý z Entomologického ústavu ČSAV v Českých Budějovicích ve spolupráci s RNDr. Marcelou Skuhravou z Encyklopedického institutu ČSAV v Praze. Část naučných textů však během let postupně ztrácela na aktuálnosti a technický stav tabulí se vlivem povětrnostních podmínek zhoršoval.

V roce 2004 obdržela obec Kadov po úspěšné žádosti finanční dotaci 126 000,-- Kč na obnovu a doplňkovou infrastrukturu naučné stezky. Finanční prostředky byly uvolněny z prostředků Grantového programu na podporu cestovního ruchu 2004, opatření č. 1. Obec Kadov se na aktualizaci naučné stezky podílela částkou 31 500,-- Kč.

Naučná stezka byla rozšířena z 10 zastavení na 13, což představuje celkem 15 informačních tabulí (u viklanu jsou instalovány 3 tabule). U všech textů byl upraven obsah, témata několika zastavení panelů byla zcela přepracována. Základem naučné stezky zůstala přírodní památka Kadovský viklan. Tento kámen se pro svou zajímavost a význam dostal i do názvu a znaku stezky. Také bylo pořízeno nové doplňkové vybavení – lavičky a odpadkové koše[62].

Trasa naučné stezky vede krajinou v sousedství Lnář a Blatné v prostoru mezi obcemi Vrbno, Kadov a Slatina. Zaměření stezky je přírodovědně historické. Návštěvníci se na její trase seznámí s historií Kadova a sousedních obcí, s živočišstvem této krajiny, s historií rybníkářství v blatenské rybničné pánvi a s geologickými zajímavostmi oblasti.

Asi 6 km dlouhá stezka má výchozí místo v sousedství Vrbna (necelé 3 km východně od Kadova) u rybníka Velký Pálenec. Odtud vede její trasa přes Vrbno do Kadova a dál ke vsi Slatina (asi 3 km jihozápadně od Kadova). Stezka je pojata jako jednosměrná. Je určena hlavně pěším návštěvníkům, využívat ji mohou i cyklisté. V terénu je vytyčena místním značením (zelenobílá ochranářská "psaníčka"). Zajímavostmi na trase jsou nejen hydrobiologická stanice (s vodní faunou i flórou) a obce s významnou historií (Vrbno, Kadov), ale také skalní mísy a další skalní útvary vzniklé erozní činností, které však podle pověsti vytvořil čert.

VIII. NAUČNÁ STEZKA OKOLÍM LNÁŘ

Trasa naučné stezky Okolím Lnář vede krajinou mezi obcemi Lnáře Tchořovice. Je zaměřena zejména na historii této oblasti i obou obcí, poukazuje na historické památky a přibližuje dějiny rybnikářství na Blatensku a Lnářsku. Zároveň představuje rostlinstvo

[62] www.municipal.cz/kadov (leden 2006)

zdejší krajiny, z fauny také ptactvo, obojživelníky a plazy, seznamuje s geologií či lesnictvím zdejší oblasti. Stezka je určena pěším návštěvníkům a je možné ji navštěvovat celoročně. Její jednosměrná trasa je 5,5 km dlouhá a je na ní umístěno 15 zastavení. Výchozím místem je křižovatka silnic ve středu obce Lnáře, cílové místo je u železniční zastávky v obci Tchořovice. V terénu je trasa stezky opět vyznačena zelenobílými ochranářskými "psaníčky". V srpnu roku 2002 postihly Blatensko velké povodně a tato naučná stezka byla téměř zničena. V současnosti se však Svazek obcí Blatenska snaží získat finanční prostředky na obnovu a rekonstrukci této naučné stezky. V první fázi půjde o nutné opravy částí stezky, jako jsou schodiště ke klášteru, kaple sv. Anny apod.

6.3. Zhodnocení produktů cestovního ruchu

Blatensko patří svou rozlohou k menším regionům. Svazek obcí Blatenska, který se zabývá destinačním managementem se stále snaží vytvářet nové produkty cestovního ruchu. V současné době jde především o vytvoření nových naučných stezek a obnovu stávajících a také o využití a prezentaci řemesel na Blatensku turistům.

Do cestovního ruchu se zapojují také soukromé organizace, konkrétně rybářské společnosti. Ve spolupráci s Jihočeskou centrálou se v rámci produktů Výlovy jihočeských rybníků a Rybolov v jižních Čechách se snaží představit jihočeský region jako krajinu rybníků s dlouhou tradicí rybníkářství. Výsledkem má být zisk, který přináší cestovní ruch nejen soukromým podnikatelům, ale také celému regionu.

Podle mého názoru je však velkou chybou, že každá z organizací vytváří zmíněné produkty samostatně, nezávazně na ostatních. Vzájemná spolupráce by vedla ke zvýšení kvality a úrovně nabízených služeb a společná propagace pak k přilákání většího počtu turistů do mikroregionu. Velkým nedostatkem pak je, že město Blatná se na vytváření produktů cestovního ruchu nepodílí. Právě pro město by měl cestovní ruch být prioritou především proto, že zvyšuje zaměstnanost, vytváří nová pracovní místa a podporuje investiční aktivity. V Blatné tomu tak bohužel, podle mého názoru, není.

7. MARKETINGOVÝ VÝZKUM

7.1. Projekt marketingového výzkumu

7.1.1. Myšlenka projektu

V rámci diplomové práce jsem v Blatné provedla průzkum, který se týkal návštěvnosti města a jeho okolí. Průzkum jsem realizovala ve spolupráci s Infocentrem Blatná a ve výsledcích vycházím z odpovědí, které mi poskytli turisté, kteří navštívili blatenské Infocentrum a zámek Blatná.

7.1.2. Metodika projektu

- Zjistit, jak turisté znají Blatnou a její okolí
- Zhodnotit úroveň informovanosti návštěvníků
- Zmapovat, jak turisté do Blatné přijíždějí, kolik dní na Blatensku tráví a kde se ubytovávají
- Zjistit spokojenost turistů s nabízenými službami v Blatné a okolí
- Nastínit profil návštěvníka

7.1.3. Harmonogram projektu a stanovené hypotézy

Harmonogram:

- Zpracování projektu a dotazníku do 31. května 2005.
- Odsouhlasení dotazníku 10. června 2005.
- Provedení průzkumu do 15. září 2005.
- Zpracování dotazníku a analýza dat do 15. října 2005.
- Vypracování zprávy do 31. listopadu 2005.
- Zpráva bude nabídnuta Informačnímu středisku Blatná.

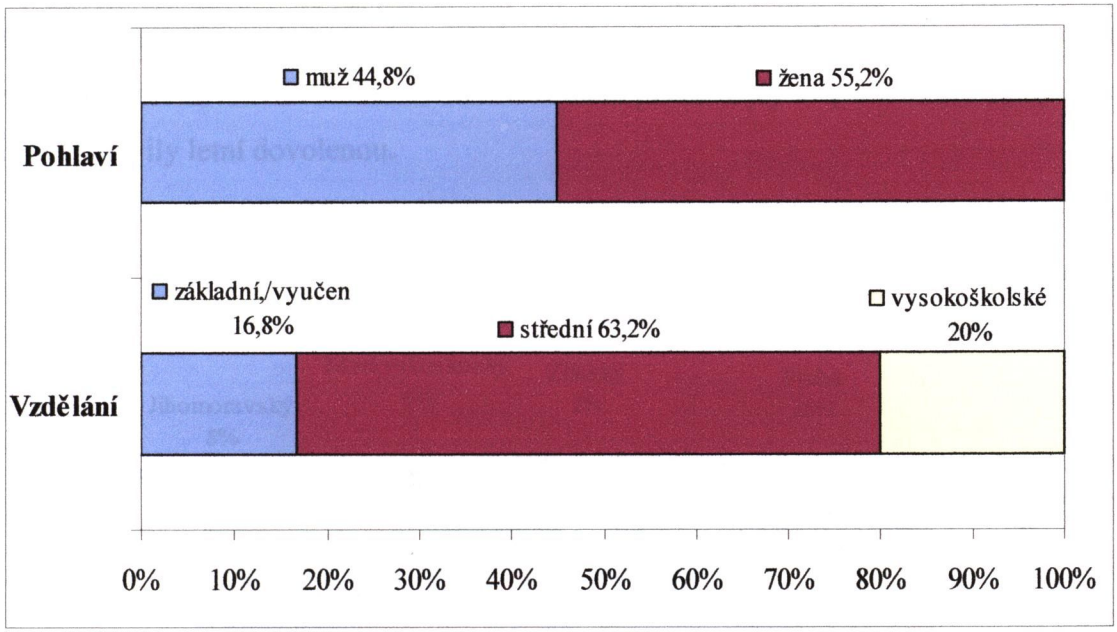
Hypotézy

Před realizací marketingového výzkumu byly stanoveny dvě hypotézy:

- Turisté nevyužívají internetové stránky města jako zdroj svých informací téměř vůbec.
- Turisté nevyužívají ubytovacích zařízení v mikroregionu.

Socio-demografické údaje o respondentech

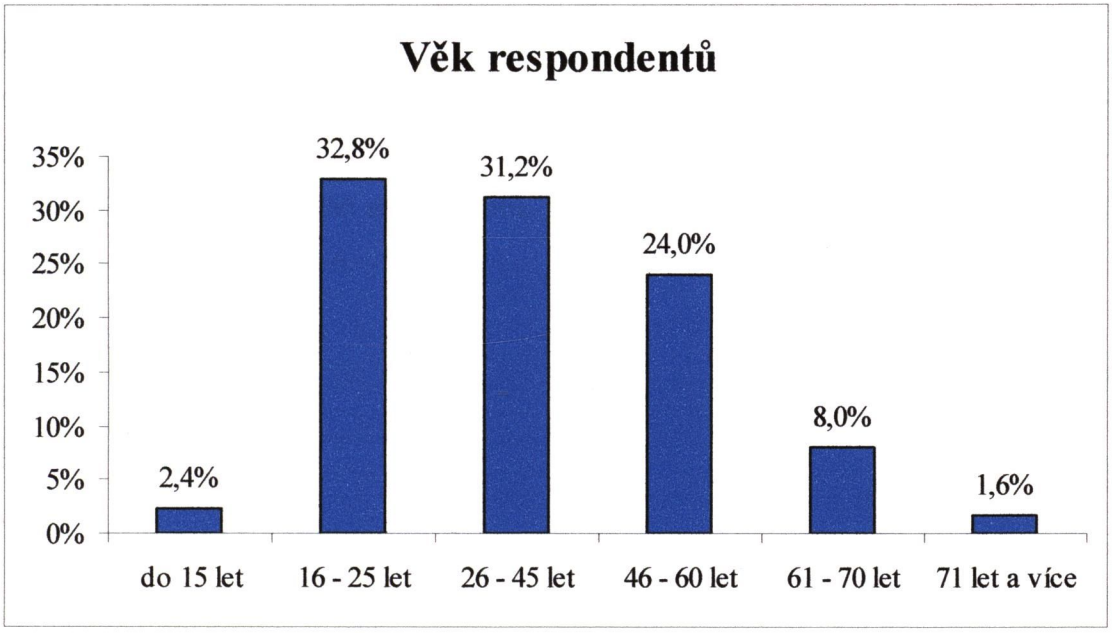
Graf č. 4



Zdroj: vlastní šetření

Z grafu č. 4 je patrné, že jsem se snažila oslovovat ve stejné míře jak muže tak ženy. Ženy byly ve vyplňování dotazníku ochotnější a dotazník raději vyplnily samostatně, naopak mužům více vyhovovala konverzace a dotazník byl tedy vyplněn formou osobního pohovoru. V průběhu celého dotazníkového šetření nikdo z oslovených neodmítl vyplnit dotazník.

Graf č. 5

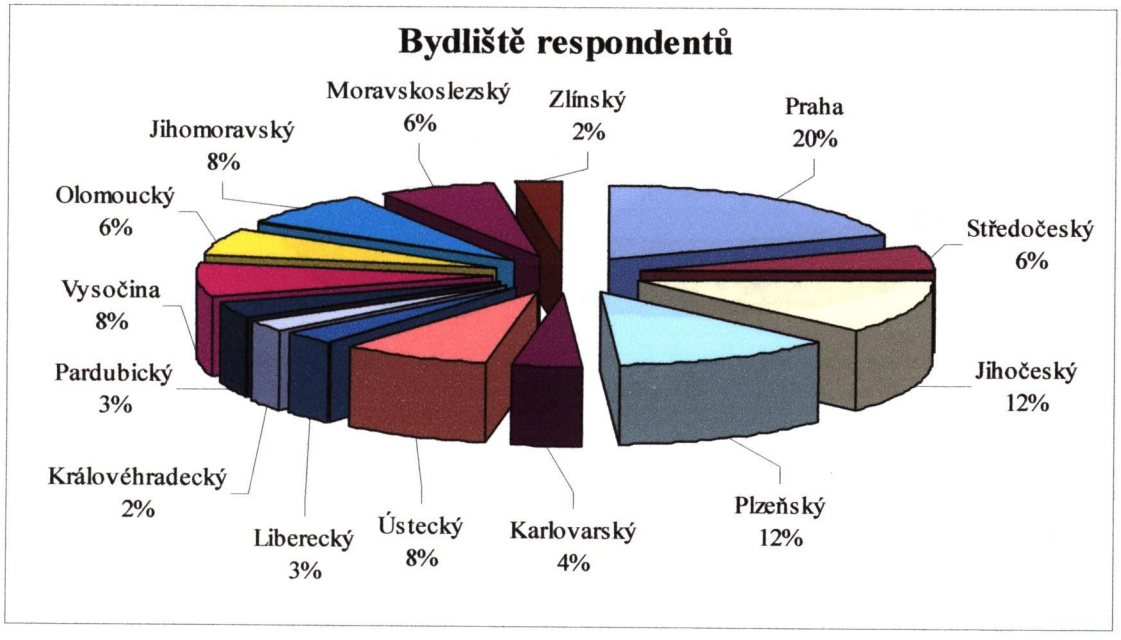


Zdroj: vlastní šetření

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
knihovna katedry CR - ZF

Tento graf ukazuje, že do Blatné v letní sezóně přijeli v největší míře turisté ve věku do 60 let. Město navštívili především mladí lidé (16 – 25 let) cestující s partnerem či s přáteli, kteří se zajímají o poznávání kulturních i přírodních atraktivit tohoto regionu. Také lidé ve věku 26 – 45 let navštívili Blatnou v téměř stejném počtu. Byly to především rodiny s dětmi, které zde strávily letní dovolenou.

Graf č. 6



Zdroj: vlastní šetření

Není překvapující, že nejvíce turistů přijelo do Blatné z hlavního města, konkrétně to bylo 20 % z oslovených návštěvníků.

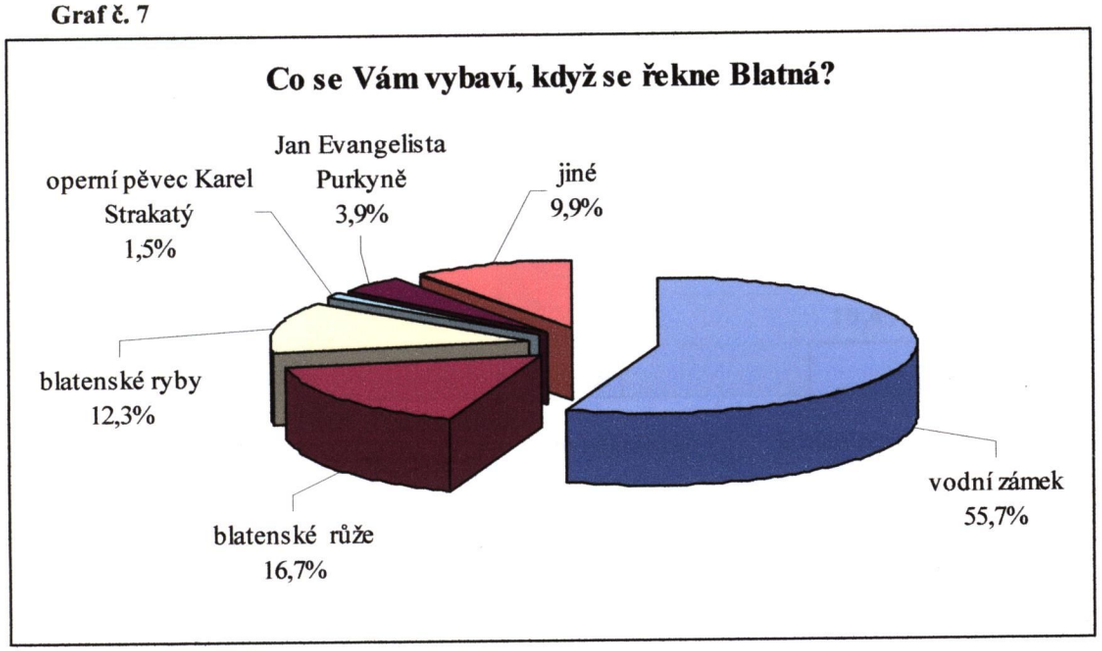
Město Blatná leží na severozápadě Jihočeského kraje a sousedí tedy s krajem Plzeňským. Turistů pocházejících z obou těchto krajů přijelo do města celkem 24 %.

Co se dále týče bydliště respondentů, je překvapivé, že jsou zde zastoupeny všechny kraje, jak je patrné z grafu č. 6.

7.3. Vyhodnocení dotazníků

Otázka č. 1

Graf č. 7



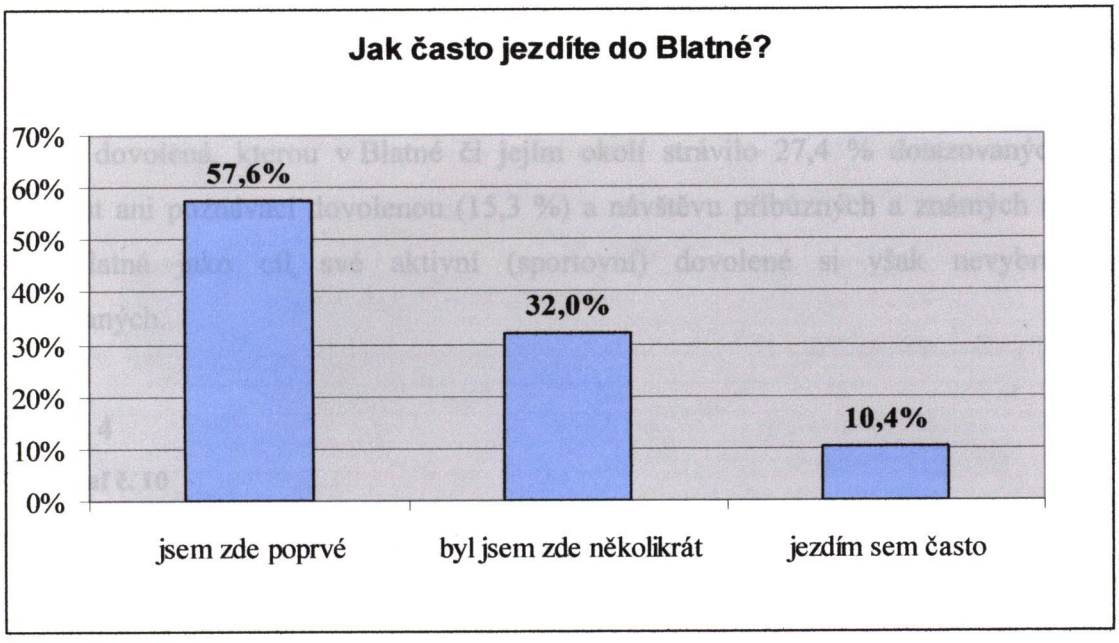
Zdroj: vlastní šetření

První otázka se týkala znalosti města Blatná. Respondenti měli výběr z několika možností, které jsou pro město Blatná velmi typické, a mohli označit několik odpovědí najednou.

Více než polovině respondentů (55,7 %) se v prvé řadě vybaví vodní zámek v Blatné. Známé jsou i blatenské tradice. Pěstování růží označilo 16,7 % dotázaných, chov ryb 12,3 %. Jan Evangelista Purkyně je návštěvníkům znám v 3,9 %, a to především v souvislosti s blatenským zámkem, na kterém několik let působil jako vychovatel. Operního pěvce Karla Strakatého v souvislosti s městem Blatná zná však pouze 1,5 % respondentů. Jinou možnost označilo 9,9 % dotazovaných. V této možnosti hrají hlavní roli z 80 % vzpomínky, ať už na strávený čas v Blatné v minulosti nebo vzpomínky na své známé a přátele, které z Blatné pocházejí či pocházeli. Pro zbylých 20 % jsou synonymem Blatné daňci, kteří se v blatenském zámeckém parku chovají již od roku 1535.

Otázka č. 2

Graf č. 8

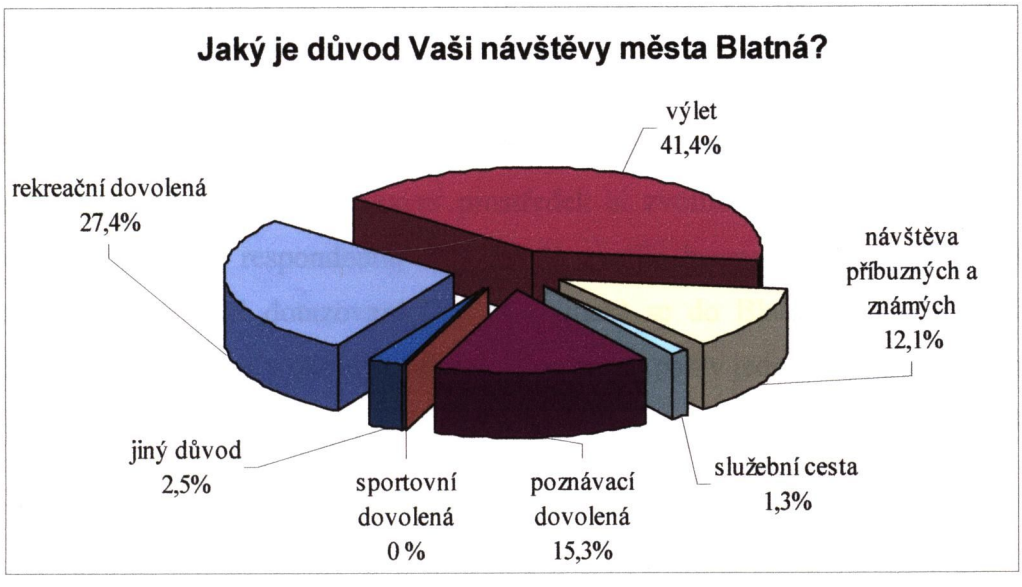


Zdroj: vlastní šetření

Z grafu č. 8 je patrná návštěvnost města Blatná. Více než polovina respondentů (57,6 %) navštívilo Blatnou poprvé. Ostatní se pak do Blatné již několikrát vrátili či pravidelně vracejí. 10,4 % respondentů se do Blatné vrací především díky kladným zkušenostem, které zde získali, ať už jako turisté nebo ze svých pracovních cest.

Otázka č. 3

Graf č. 9



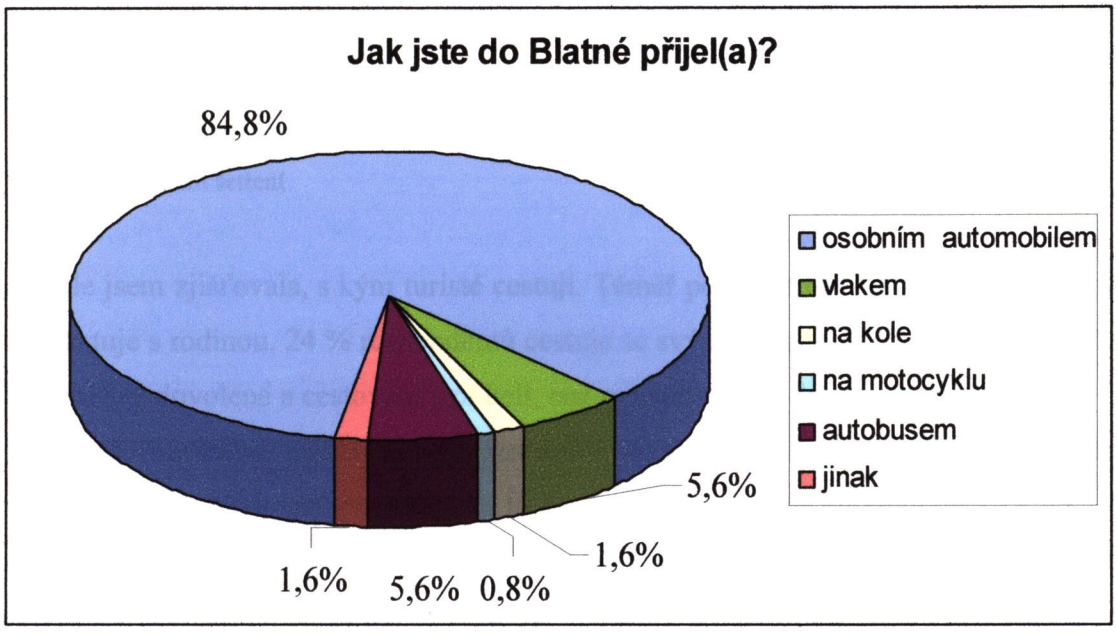
Zdroj: vlastní šetření

Cílem třetí otázky bylo zjistit, jaké důvody přivedly návštěvníky do Blatné. Respondenti měli možnost označit maximálně 2 odpovědi.

Nejčastěji (41,4 %) respondenti uváděli jako hlavní důvod své návštěvy výlet. Výletem se zde rozumí jednodenní pobyt ve městě bez přenocování. Důležitým důvodem je také rekreační dovolená, kterou v Blatné či jejím okolí strávilo 27,4 % dotazovaných. Nelze opomenout ani poznávací dovolenou (15,3 %) a návštěvu příbuzných a známých (12,1 %). Město Blatná jako cíl své aktivní (sportovní) dovolené si však nevybral nikdo z dotazovaných.

Otázka č. 4

Graf č. 10

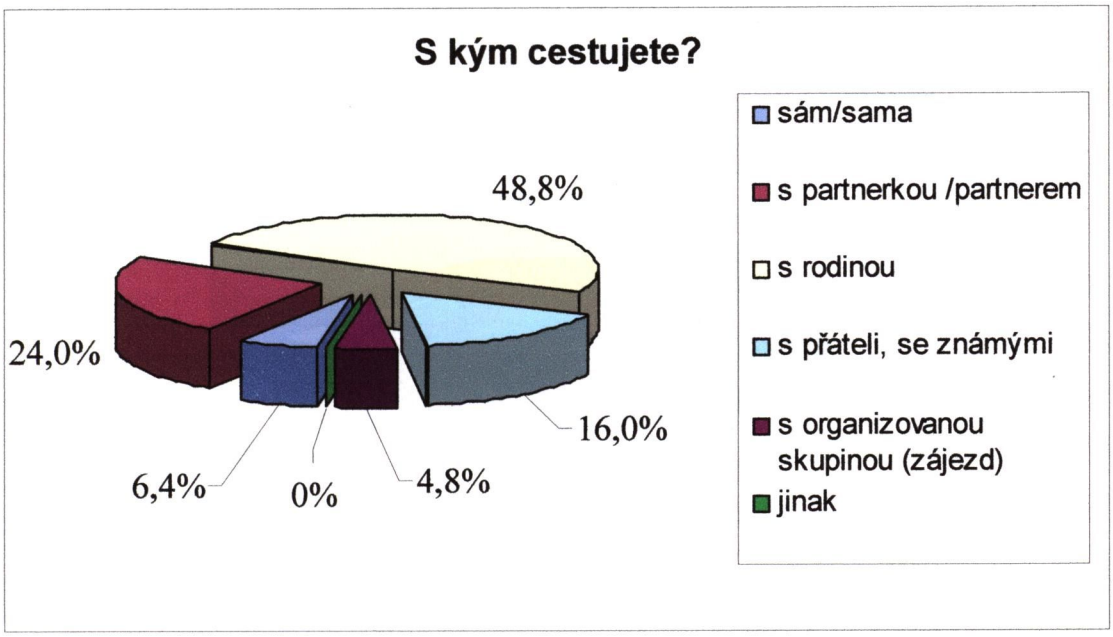


Zdroj: vlastní šetření

Ve čtvrté otázce jsem se snažila zjistit, jak návštěvníci do Blatné přijeli. Výsledek ukazuje graf č. 10. Jako svůj dopravní prostředek si zvolilo 84,8 % respondentů osobní automobil. Stejný počet respondentů, tedy 5,6 % zvolilo hromadný dopravní prostředek – vlak nebo autobus. Čtyři dotazovaní (1,6 % - jinak) se do Blatné dopravili pěšky. Tito respondenti byli ubytovaní v okolních obcích. Konkrétně pak v jednom z letních táborů, které se na Blatensku nacházejí.

Otázka č. 5

Graf č. 11



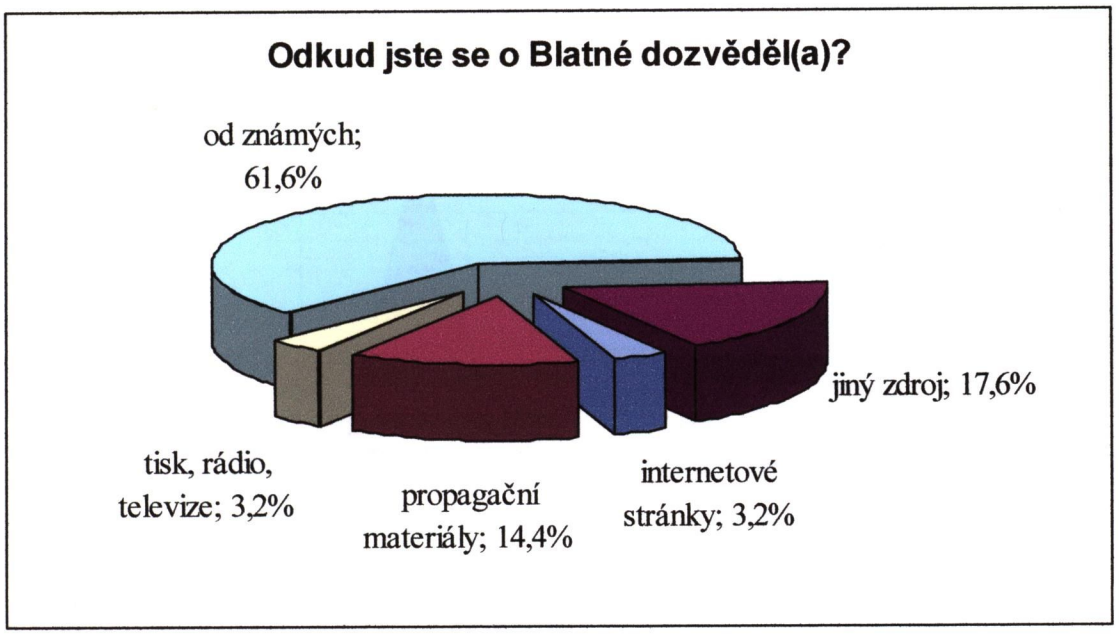
Zdroj: vlastní šetření

Dále jsem zjišťovala, s kým turisté cestují. Téměř polovina (48,8 %) návštěvníků města Blatná cestuje s rodinou. 24 % respondentů cestuje se svým partnerem či partnerkou. Důležité je i trávení své dovolené a cestování s přáteli, což označilo 16 % dotazovaných.

Zájezd, návštěvu města s organizovanou skupinou, označilo 4,8 % respondentů. Konkrétně to bylo 12 dotazovaných. Byli to především mladí lidé ve věku do 15 a do 25 let. Tito respondenti strávili v okolí Blatné minimálně týden svých prázdnin na dětském letním táboře, ať už jako dětští účastníci nebo jejich vedoucí. V rámci programu dětského tábora je obvyklý hromadný výlet do města Blatná.

Otázka č. 6

Graf č. 12

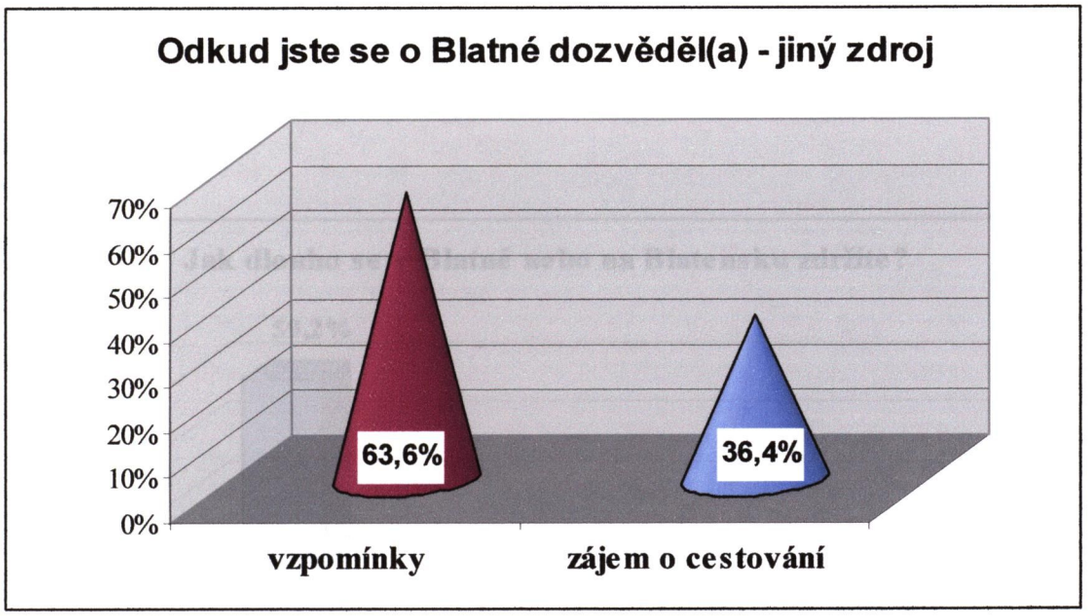


Zdroj: vlastní šetření

Šestá otázka se týkala zdrojových informací o městě Blatná. 61,6 % respondentů odpovědělo, že o městě Blatná se dověděli především od svých přátel a známých. Propagační materiály sloužily jako zdroj informací pro 14,4 % dotazovaných. Alarmujícím výsledkem však je, že respondenti označili jako zdroj svých informací internetové stránky pouze v 3,2 %, tj. pouze 8 dotazovaných. Je to především proto, že je pro turisty téměř nemožné najít na internetových stránkách jakékoli informace o městě a jeho okolí.

Jinou možnost označilo 17,6 % dotazovaných. Jak je vidět na grafu č. 13 níže, 63,6 % z těchto dotazovaných zná město a jeho okolí především díky svým vlastním vzpomínkám z minulosti. Zbylých 36,4 % respondentů přivedl do Blatné zájem o cestování, vyhledávali tedy informace o Blatné v knižních průvodcích či turistických mapách.

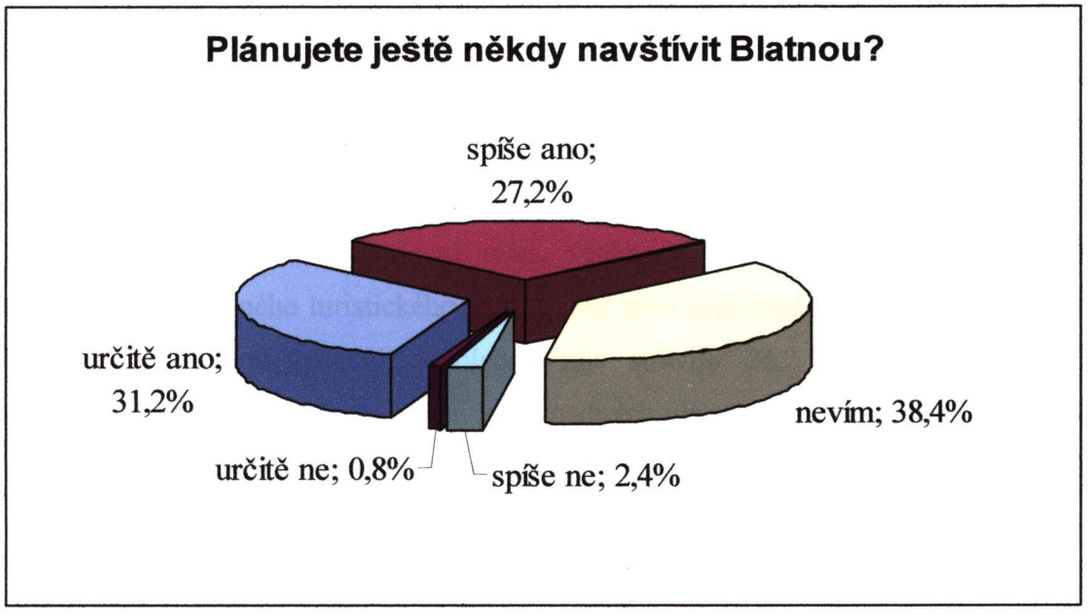
Graf č. 13



Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 7

Graf č. 14



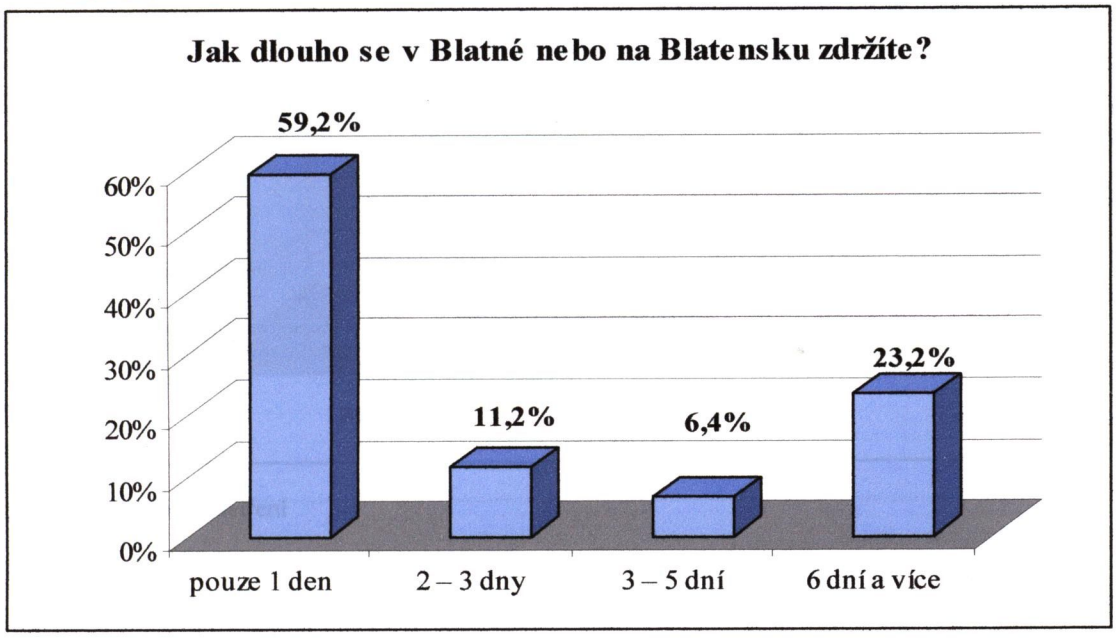
Zdroj: vlastní šetření

V sedmé otázce mě zajímalo, zda se turisté do Blatné hodlají někdy vrátit. Město Blatná někdy v budoucnu plánuje navštívit 58,4 % dotazovaných, kteří jako svou odpověď uvedli variantu určitě ano nebo spíše ano. 38,4 % respondentů neví, zda se v budoucnu rozhodnou

znovu navštívit město či jeho okolí. Respondentů, kteří se do Blatné již vrátit nechtějí, bylo 3,2 %.

Otázka č. 8

Graf č. 15

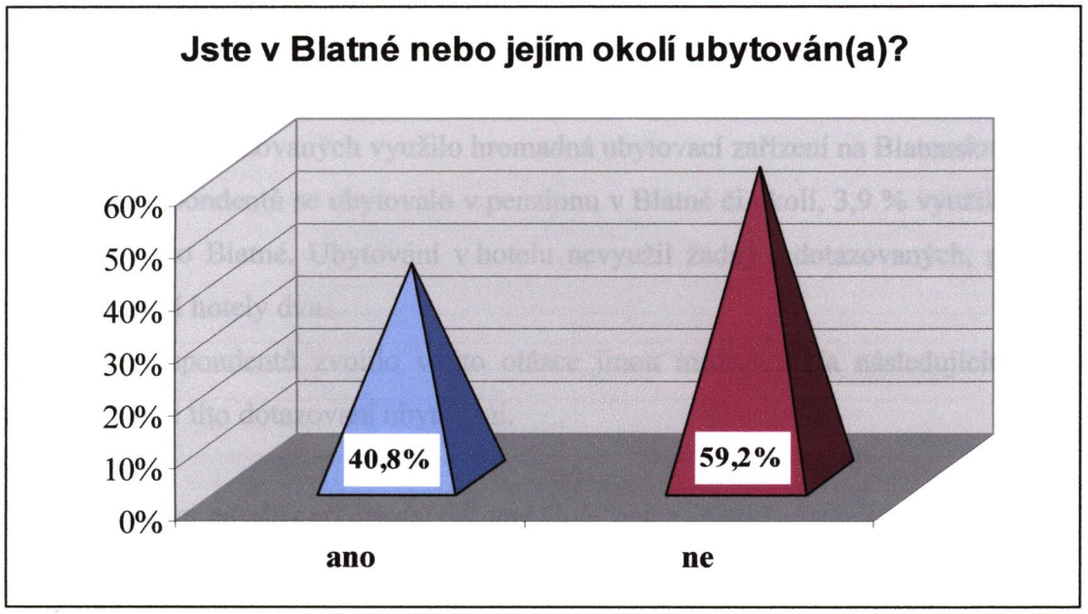


Zdroj: vlastní šetření

Na grafu č. 15 je vyjádřena doba, po kterou se návštěvníci Blatné ve městě či okolí zdrželi. Více než polovina dotazovaných, přesně 59,2 %, přijeli do Blatné pouze na jeden den (bez přenocování), tedy na jednodenní výlet. Většina těchto turistů se ve městě zastavila během své cesty do jiného turistického centra, jako jsou například zámek Hluboká či České Budějovice. Průměrnou týdenní dovolenou zde strávilo 23,2 % respondentů, tj. 58 respondentů. Ti byli z 65,5 % ubytováni v hromadných ubytovacích zařízeních na Blatensku. 34,5 % z nich pak bylo ubytováno u známých či příbuzných. Zřídka pak do Blatné jezdí turisté, aby zde v letních měsících strávili víkend či prodloužený víkend.

Otázka č. 9

Graf č. 16

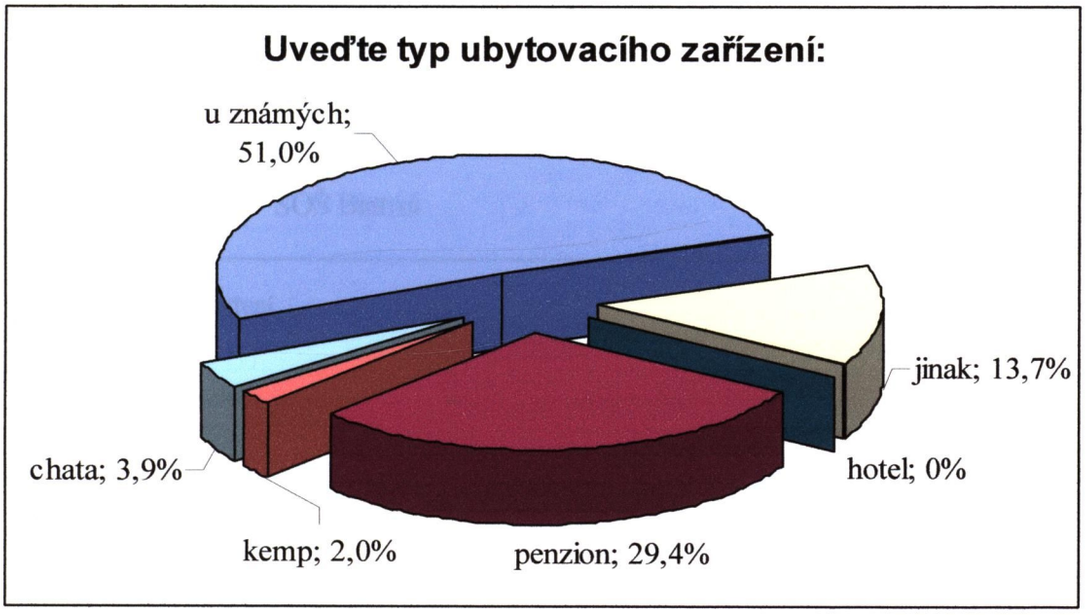


Zdroj: vlastní šetření

Téměř 60 % respondentů je v Blatné či jejím okolí ubytováno. Kde byli dotazovaní konkrétně ubytováni, ukazují výsledky otázky č. 10.

Otázka č. 10

Graf č. 17



Zdroj: vlastní šetření

Na tuto otázku odpovídali respondenti pouze v případě, že byli v Blatné či jejím okolí ubytováni. Zajímalo mě, zda strávili svou dovolenou v některém z hromadných ubytovacích zařízení, které se v Blatné a jejím okolí nacházejí.

Polovina, přesněji 51 %, respondentů se ubytovalo v Blatné či okolí u svých známých či příbuzných. 49 % dotazovaných využilo hromadná ubytovací zařízení na Blatensku.

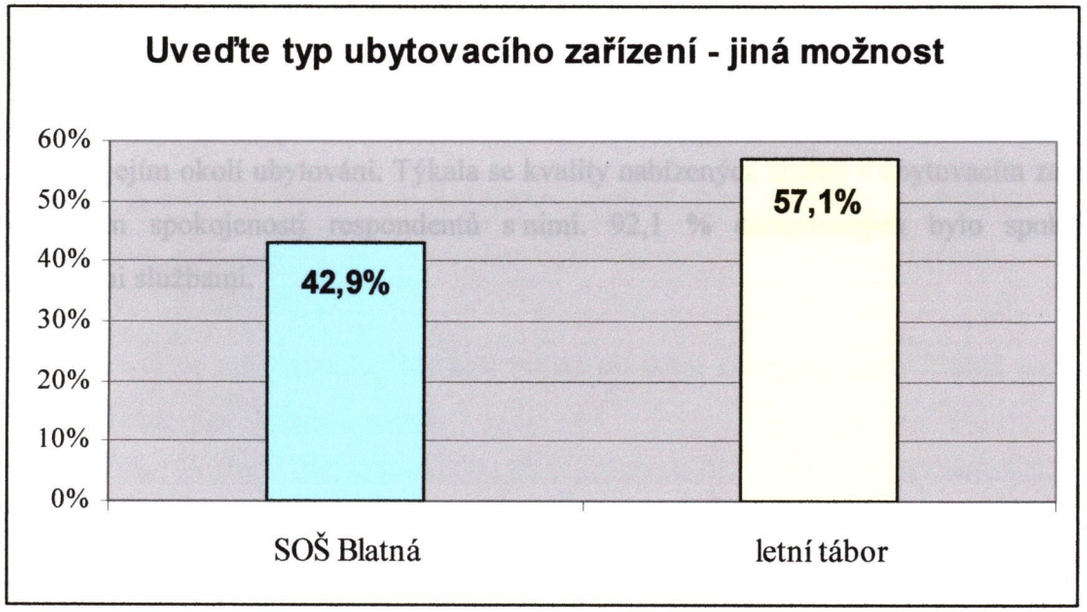
29,4 % respondentů se ubytovalo v penzionu v Blatné či okolí, 3,9 % využilo chatu a 2 % kemp nedaleko Blatné. Ubytování v hotelu nevyužil žádný z dotazovaných, přestože na Blatensku existují hotely dva.

13,7 % respondentů zvolilo v této otázce jinou možnost. Na následujícím grafu je uvedeno, kde byli tito dotazovaní ubytováni.

Pozn.

SOŠ Blatná = domov mládeže při Střední odborné škole, pouze sezónní ubytování na objednávku.

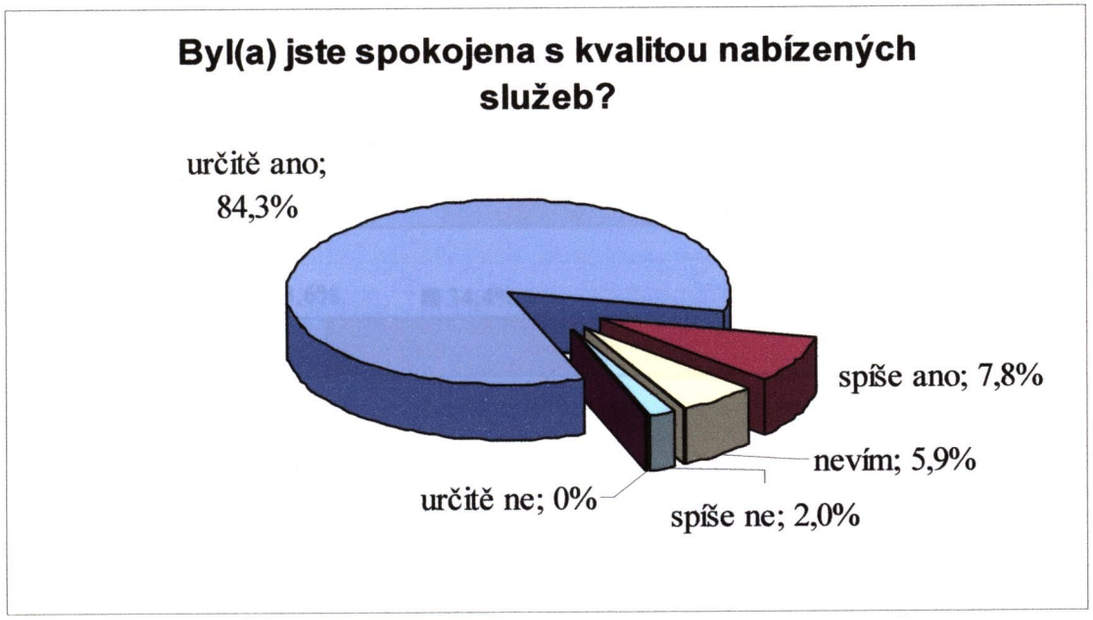
Graf č. 18



Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 11

Graf č. 19



Zdroj: vlastní šetření

Tato otázkou souvisí s předchozí. Opět na ni odpovídali pouze ti respondenti, kteří byli v Blatné či jejím okolí ubytováni. Týkala se kvality nabízených služeb v ubytovacím zařízení a především spokojenosti respondentů s nimi. 92,1 % dotazovaných bylo spokojeno s nabízenými službami.

Dva respondenti (0,8 %) považují kulturní vyžití za špatné. Jako důvod uvedli, že by blatenské kino mělo v letních měsících promítat častěji.

Otázka č. 13

Poslední otázka v dotazníku zněla: „Jaké další společenské a přírodní atraktivity jste v Blatné a v jejím okolí navštívil(a) nebo hodláte navštívit?" Respondenti měli označit svůj názor u deseti vybraných nejdůležitějších atraktivit, které se v mikroregionu Blatensko nacházejí. Výsledky jsou uvedeny v tabulce níže.

Tabulka č. 10

Atraktivita	Počet respondentů v %			
	Nikdy jsem tam nebyl(a)	Byl(a) jsem tam jednou	Byl(a) jsem tam několikrát	Navštívím
Kostel Nanebevzetí Panny Marie – Blatná	46,4%	39,2%	8,0%	6,4%
Muzeum – Blatná	46,4%	39,2%	8,0%	6,4%
Lihovar a sladovna Blatná – technická památka	72,8%	14,4%	4,0%	8,8%
Barokní kostel v Paštikách	72,8%	13,6%	6,4%	7,2%
Zámek Lnáře	40,8%	30,4%	13,6%	15,2%
Kostel Sv. Petra a Pavla v Sedlici	85,6%	8,8%	0,8%	4,8%
Zemanská tvrz v Buzicích	81,6%	10,4%	1,6%	6,4%
Naučná stezka Okolo Viklanu v Kadově	66,4%	20,8%	5,6%	7,2%
Přírodní rezervace a rybník Velká Kuš	68,0%	16,0%	7,2%	8,8%
Přírodní rezervace Nový rybník, Hořejší rybník - naučná stezka, Dolejší rybník	81,6%	9,6%	0,8%	8,0%

Zdroj: vlastní šetření

Nejznámější z nabídnutých atraktivit jsou atraktivity nacházející se přímo ve městě Blatná – Kostel Nanebevzetí Panny Marie a blatenské muzeum. 47,2 % dotázaných označilo, že již tyto atraktivity navštívilo nejméně jednou.

Z ostatních atraktivit nacházejících se v mikroregionu Blatensko dotazovaní znají především kulturní atraktivitu zámek Lnáře a přírodní atraktivitu Naučná stezka okolo Viklanu v Kadově.

Jiné přírodní či kulturní atraktivity v mikroregionu Blatensko turisté neznají.

7.4. Závěr - shrnutí výsledků

Z marketingového výzkumu, dotazníkového šetření, vyplynula následující zjištění. Když se řekne Blatná většině turistů se vybaví vodní zámek. Méně známé jsou pak blatenské tradice. Pěstováním růží je město proslulé již od roku 1914, kdy zahradník Jan Böhm založil na pozemcích u Blatné první školky růží (zárodek později proslulého pěstebního závodu), a dal tak vzniknout pojmu „Blatenská růže". Druhou tradicí neodmyslitelně spjatou s městem Blatná a celým mikroregionem je chov ryb. Obě tyto tradice by měly být využity v propagaci města a celého mikroregionu.

Dalším zjištěním bylo, že více než polovina dotázaných navštívila Blatensko poprvé. Jako důvod své návštěvy nejvíce uváděli výlet (jednodenní pobyt ve městě bez přenocování). Nejčastěji užívaným dopravním prostředkem pro turisty byl osobní automobil. Problémem pro tyto turisty se však stal nedostatek parkovacích míst v Blatné. Asi tři čtvrtiny respondentů přicestovaly do města s rodinou nebo se svým partnerem.

V souvislosti s následující částí diplomové práce, která se týká vlastních návrhů, bylo velmi důležité zjistit zdroje potřebných turistických informací. Podle předpokladu bylo zjištěno, že zdrojem informací pro turisty jsou především jejich známí či příbuzní, kteří v Blatné či okolí žijí, a také vlastní zájmy turistů. Alarmujícím výsledkem je pak to, že pouze 8 dotazovaných označilo jako zdroj informací internetové stránky města, které by měly neodmyslitelně patřit k formám propagace města v cestovním ruchu. Tímto výsledkem se také potvrdila první stanovená hypotéza, tedy nevyužívání internetových stránek jako zdroje informací. Internetové stránky města Blatná obsahují pouze informace pro občany města, které vydává Městský úřad Blatná. Turista, který chce pomocí moderní technologie získat potřebné informace o městě a jejím okolí, o přírodních a kulturních památkách v mikroregionu, o kulturních akcích, možnostech ubytování a stravování a dalších, na oficiálních stránkách města takovéto informace nenajde.

Druhá hypotéza týkající se nevyužívání ubytovacích zařízení v mikroregionu však byla výsledky dotazníkového šetření vyvrácena. Bylo zjištěno, že polovina dotázaných, kteří se v Blatné zdrželi déle než jeden den, se ubytovala především u svých příbuzných a známých. Druhá polovina se ubytovala v hromadných ubytovacích zařízeních, které se na Blatensku nacházejí. Co se týče spokojenosti s nabízenými službami v těchto zařízeních, respondenti byli téměř ve všech případech spokojeni. Spokojenost vyjádřili respondenti také s kvalitou služeb nabízených návštěvníkům Blatné.

Neméně důležitým výsledkem šetření byla také znalost turistů přírodních a kulturních atraktivit, které se v mikroregionu Blatensko nacházejí. Z výzkumu vyplývá, že turisté znají především atraktivity ležící přímo ve městě Blatná. Z ostatních jsou pak známé pouze kulturní atraktivita Zámek Lnáře a přírodní atraktivita Naučná stezka okolo Viklanu v Kadově.

Další atraktivity nacházející se mikroregionu Blatensko, které byly v dotazníku uvedeny, většina respondentů nikdy nenavštívila. Souvisí to především s nedostatkem informací, proto je v další části diplomové práce mým návrhem vytvořit brožuru mikroregionu se souhrnnými informacemi pro turisty a důležitými atraktivitami nacházejícími se v mikroregionu Blatensko.

8. VLASTNÍ NÁVRHY

8.1. Vymezení reklamy[63]

Význam cestovního ruchu je pro každou destinaci velmi důležitý. Základním cílem organizace cestovního ruchu by mělo být vypracování takové nabídky, která uspokojí potřeby a požadavky vybraných skupin návštěvníků a následně umožní dosažení zisku. Organizace v této souvislosti volí odpovídající kombinaci prostředků – marketingový mix za účelem efektivní alokace zdrojů destinace.

Marketingový mix je možno považovat za kontrolovatelné proměnné, které organizace cestovního ruchu využívá na dosažení vytyčených cílů. Tvoří ho produkt, cena, distribuce, komunikace s návštěvníky a lidé.

Vytvoření dosažitelného a cenově přístupného produktu pro návštěvníky destinace nestačí – chtějí být informováni a motivováni ke koupi. Organizace cestovního ruchu může pomoci návštěvníkům při rozhodování o koupi tím, že je bude o destinaci pravdivě informovat. Prostřednictvím komunikačního mixu může dokonce do určité míry jejich chování modifikovat tak, aby byli motivováni ke koupi. To znamená, že musí vyvolat návštěvníkovu pozornost, vyvolat v něm zájem o destinaci, vyvolat v něm touhu navštívit destinaci a také aktivizovat návštěvníka ke koupi.

Reklama jako nepřímá forma komunikace může být v destinaci velmi efektivní, protože obsáhne velký počet existujících i potenciálních návštěvníků při relativně nízkých nákladech, je možné ji několikrát opakovat a skýtá nepřeberné možnosti tvůrčího zpracování. K nevýhodám reklamy patří obtížnost měření efektivnosti vynaložených prostředků, problémy při získávání zpětné vazby, vyvolání akce u přijímatele komunikačního sdělení, jakož i rezistentnost přijímatelů vůči přemíře komunikačních sdělení. Úkolem reklamy je popsat destinaci způsobem, který bude oslovovat cílový segment, přičemž komunikační sdělení musí být napsáno nebo namluveno řečí návštěvníka.

Organizace cestovního ruchu může na reklamu využít především reklamní tiskoviny, zvukovou reklamu, audiovizuální reklamu, venkovní reklamu, reklamu na místě prodeje, reklamní dárky, internet. Tištěné reklamní prostředky patří v destinaci k nejčastěji využívaným reklamním prostředkům. Nejdůležitějšími jsou leták, prospekt, katalog, kalendář či inzerát.

---

[63] KIRÁLOVÁ, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress 2003. ISBN 80-86119-56-4.

Letáky jsou obvykle využívány na podporu speciálních akcí. Mají za úkol vzbudit pozornost, vyvolat zájem, připomenout nebo upozornit na akci tam, kde krátkost času neumožňuje využít jiné prostředky. K propagaci mikroregionu Blatensko se kromě takových letáků využívají také plakáty, inzeráty v místních novinách a také zvuková reklama v rozhlasu.

Důležitou formou propagace je také internet. Informační technologie zásadně změnily každodenní život ve všech směrech. Změnilo se pojetí prostoru, času, rychlosti, vzdáleností. Virtuální realita vstoupila do reality. Zpřístupněním internetu pro veřejnost museli pracovníci marketingu od základu přehodnotit procesy, prostřednictvím kterých se svými zákazníky komunikovali. I organizace cestovního ruchu musí bezodkladně reagovat na vývoj a využívání informačních technologií, protože nákupní chování stávajících i potenciálních návštěvníků uvedené skutečnosti silně ovlivňují. Organizace cestovního ruchu uskutečňuje různé činnosti, např. výzkum, poskytování informací, publicitu či komunikaci s návštěvníky, prostřednictvím vnějších a vnitřních webových stránek destinace.

8.2. Vlastní prospekt

Tato část diplomové práce je zaměřena především na vytvoření uceleného prospektu o nejdůležitějších a nejzajímavějších kulturních a přírodních atraktivitách cestovního ruchu v mikroregionu Blatensko.

Prospekt[64] podává vyčerpávající informace o destinaci a vede k rozhodnutí. Text prospektu je věcný, informativní, pravdivý, aktuální. Na kvalitu zpracování a design prospektu destinace je třeba klást velký důraz. Organizace cestovního ruchu však nesmí zapomenout na zpracování prospektu v různých jazykových mutacích podle toho, na kterých trzích destinaci nabízí. Prospekt obvykle obsahuje logo destinace, fotografie charakteristické pro destinaci, mapu destinace s popisem, základní charakteristiku a fakta o destinaci, popis poskytovaných služeb, seznam atrakcí a zajímavostí, informace o dopravě a dopravní dostupnosti destinace, důležité kontakty a další důležité údaje.

Důvodem pro vytvoření prospektu jako součásti diplomové práce se staly výsledky marketingové výzkumu a zároveň vlastní praktické zkušenosti.

Díky vlastním zkušenostem v Informačním centru je známo, že město Blatná, resp. Městský úřad Blatná, vydává většinu propagačních materiálů nabízených turistům. Patří sem především pohledy, mapy města, sborníky či cyklistický průvodce. Všechny tyto materiály

[64] KIRÁLOVÁ, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress 2003. ISBN 80-86119-56-4.

jsou prodejné, žádný však není návštěvníkům k dispozici volně, bezplatně. V roce 2004 byl vydán propagační materiál Město Blatná, který obsahuje velmi stručnou historii a několik starších fotografií města. Podle mého názoru je však tento leták nedostatečným představením Blatné turistům. Chybí zde základní informace o současnosti města, památkách a zajímavostech i důležité kontakty. Městský úřad také vůbec nevyužívá k propagaci hlavní dominantu, a to vodní zámek Blatná. Je to způsobeno špatnou spoluprácí a komunikací s vedením zámku.

Svazek obcí Blatenska, který provozuje Informační centrum ve městě vydal také v roce 2004 propagační leták. Je zaměřen na představení celého mikroregionu, tedy všech členů SOB. Turisté zde naleznou mapu a mohou se seznámit s některými kulturními atraktivitami obcí Blatenska avšak pouze formou fotografií. Přestože je text v tomto propagačním materiálu ve třech jazycích, týká se představení Blatenska pouze v několika větách.

V žádném z vydaných propagačních materiálů nenaleznou turisté ucelený seznam nejzajímavějších míst mikroregionu.

Z provedeného dotazníkového šetření vyplynulo, že turisté znají mikroregion Blatensko a město Blatná především díky vodnímu zámku. Ten označilo 55,7 % dotázaných. O jiných přírodních či kulturních atraktivitách regionu nemají turisté dostatek informací. Zároveň bylo marketingovým výzkumem zjištěno, že propagační materiály sloužily jako zdroj informací o mikroregionu Blatensko pro 14,4 % ze všech oslovených turistů. Podle mého názoru je i tento výsledek neuspokojivý.

Předpokladem při realizaci tohoto návrhu je především volně dostupný prospekt, který turistům představuje atraktivity celého regionu nejen fotografiemi, ale především textem, resp. turisté zde najdou základní informace o zajímavostech, včetně nejdůležitějších kontaktů a mapy mikroregionu. Velmi vhodné bude také vydání tohoto prospektu v různých jazykových mutacích, resp. v německém, anglickém a také holandském jazyce. Financování celého projektu by bylo možné při předložení žádosti z fondů Evropské unie.

8.2.1. Konkrétní podoba prospektu

obrázek 1



Zdroj: vlastní zpracování

obrázek 2



Zdroj: vlastní zpracování

obrázek 3



Zdroj: vlastní zpracování

obrázek 4



Zdroj: vlastní zpracování

obrázek 5

Paštiky

Asi 2 km severně od Blatné leží malá vesnička se známým barokním kostelem sv. Jana Křtitele. Jeho stavba začala v roce 1747. Hraběnka Serenyiová ji pověřila blatenského umělce a stavitele Jana Hoffmanna. Po jeho náhlém úmrtí byl pozván významný barokní architekt Kilián Ignác Dientzenhofer, aby stavbu dokončil. K tomu došlo v roce 1752. V současnosti je kostel nepřístupný, probíhá zde rekonstrukce.





Bělčice

Románský kostel je patrně ze 13. století. Zvláštností kostela je obdivuhodně klenutý strop, vytvořený z drobných cihel. Jde o tzv. sklípkovou diamantovou klenbu, která spočívá na jediném šestibokém kamenném sloupu, postaveném uprostřed lodi.

Kocelovice

Kostel sv. Bartoloměje je gotická stavba z první poloviny 14. století a přestavuje typ opevněného kostela se zachovalými zbytky opevnění ve hřbitovní zdi.
V roce 1989 byla provedena celková rekonstrukce kostela a v roce 2001 se podařilo obnovit pravidelné konání bohoslužeb.



Buzice



Tvrz v Buzicích byla založena v letech 1384 - 1412. Čtyřpatrová věž je z konce 14. století, obytná křídla na východě a jihu byla přestavěna v 16. století. Příkopy a valy se zbytky nárožní bašty jsou zachovány v jihovýchodní části. V 17. století přeměněna na sýpku. V Buzicích lze nalézt také zachované historické statky.

5

Zdroj: vlastní zpracování

obrázek 6

Přírodní atraktivity mikroregionu

Přírodní rezervace

Mikroregion Blatensko je krajinou rybníků.

Právě převážně v okolí rybníků se nacházejí přírodní rezervace, které mají být ukázkou toho, jak vypadala ještě před několika desetiletími zdejší krajina, než se začala intenzivně zemědělsky, lesnicky a rybářsky obhospodařovat.





Navštívit lze např. přírodní rezervaci Velká Kuš, Kocelovické pastviny, Kovašínské louky, Hořejší či Dolejší rybník.

Geologické útvary



Blatenská kotlina je z geologického hlediska tvořena převážně žulou. Jejím zvětráváním pak vznikají zajímavé geologické útvary.

Naučná stezka okolím Viklanu



Trasa naučné stezky vede krajinou v sousedství Lnář a Blatné v prostoru mezi obcemi Vrbno, Kadov a Slatina.
Zaměření stezky je přírodovědně historické. Návštěvníci se na její trase seznámí s historií Kadova a sousedních obcí, s faunou a flórou této krajiny, s historií rybníkářství v blatenské rybniční pánvi a v neposlední řadě především s geologickými zajímavostmi oblasti.
Asi 6 km dlouhá stezka má výchozí místo v sousedství Vrbna u rybníka Velký Pálenec, je jednosměrná a má 13 zastavení.

6

Zdroj: vlastní zpracování

obrázek 7

Informace

MĚSTSKÝ ÚŘAD BLATNÁ
T. G. Masaryka 322
388 01 Blatná
tel.: 383 442 111
www.mesto-blatna.cz

INFOCENTRUM
J. P. Koubka 4
388 01 Blatná
tel.: 383 420 300
fax.: 383 420 326
email: blatensko@mako.cz
www.municipal.cz/blatensko



DŮLEŽITÁ TELEFONNÍ ČÍSLA

Policie ČR	158
J. P. Koubka 232	383 422 005
Městská policie	
Zahradnická 407	383 423 467
Hasiči	150
Strakatého 725	383 422 222
Záchranná služba	155
Lékařská služba první pomoci	383 422 051

ÚŘADY

Česká pošta	
T. G. Masaryka 293	383 422 218
Finanční úřad	
J. P. Koubka 91	383 452 111
Úřad práce – detašované pracoviště	
J. P. Koubka 4	383 423 411

BANKY

Česká spořitelna	
J. P. Koubka	383 422 003
GE Capital Bank	
J. P. Koubka 81	383 423 152
Komerční banka	
T. G. Masaryka 22	383 423 196

7

Zdroj: vlastní zpracování

obrázek 8

Mikroregion Blatensko





Zdroj fotografií v brožuře: vlastní

8

Zdroj: vlastní zpracování

8.3. Internetové stránky

Webové stránky destinace musí být atraktivní, aktuální a musí mít zajímavý obsah, aby přilákaly návštěvníky. Tvorba webových stránek se musí stát integrální součástí marketingového plánu a ve většině případů by měla být ponechána odborníkům na design i strukturu stránek. Obsah webových stránek je velmi důležitý a jeho obnovování je značně náročné i proto, že návštěvníci internetu nemají rádi statické stránky.

Webová stránka destinace, určená veřejnosti, by měla poskytovat

- základní informace o destinaci, kontaktní adresu informační kanceláře cestovního ruchu, telefonní a faxová čísla, interaktivní e-mailovou adresu
- informace o ubytovacích, hostinských a doplňkových službách s fotografiemi či videosekvencemi
- noviny nebo magazín destinace v digitální formě
- aktuální informace o plánovaných akcích
- přehled článků o destinaci v tisku
- informace o oceněních, kterých se destinaci a firmám spojeným s cestovním ruchem a jejich zaměstnancům v destinaci dostalo
- zajímavé příběhy ze života destinace
- soutěžní otázky
- aktuální ceník různých služeb
- objednávkový formulář na ubytovací služby
- reklamní banery partnerů
- případně volná pracovní místa apod.[65]

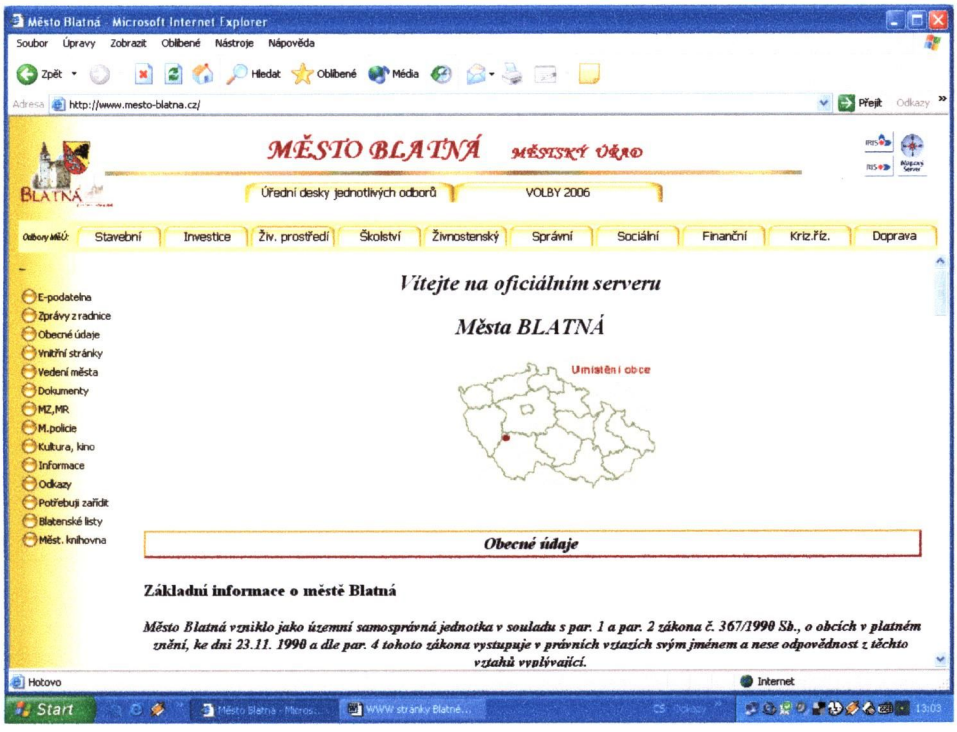
Jak již bylo zmíněno, SOB provozuje internetové stránky, na kterých lze nalézt základní informace o každé obci patřící do Svazku obcí Blatenska, aktuální program různých akcí, seznam ubytovacích a stravovacích zařízení i důležité kontakty. Problémem zde však je, že pro většinu turistů není sdružení Svazek obcí Blatenska příliš známým pojmem.

Město Blatná má také své oficiální internetové stránky. Jejich podobu ukazuje obrázek č.9. Městský úřad Blatná na nich zveřejňuje informace, které jsou podle zákona povinné. Týkají se však pouze úřadu. Na těchto stránkách mohou turisté nalézt pouze aktuální program městského kina a již méně aktuální program kulturních a společenských akcí konaných ve městě. Bohužel zde nelze nalézt potřebné, alespoň základní, turistické informace, např. dopravní dostupnost, možnosti trávení volného času, kulturní a přírodní atraktivity, ubytovací

[65] KIRÁLOVÁ, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress 2003. ISBN 80-86119-56-4.

a stravovací zařízení apod. Turisté jsou tedy nuceni složitě vyhledávat části potřebných informací na různých internetových stránkách, knižních průvodcích či mapách.

obrázek 9



Zdroj: www.mesto-blatna.cz (duben 2006)

Protože je město Blatná přirozeným centrem mikroregionu Blatensko, je podle mého názoru velmi důležité prezentovat město i celý mikroregion na oficiálních stránkách města. Tuto domněnku potvrzují i výsledky marketingového výzkumu, které uvádějí, že pouze 3,2 % dotázaných využilo internetové stránky jako zdroj informací o městě Blatná a mikroregionu Blatensko. Hlavním důvodem je vysoká složitost vyhledávání a nekomplexnost turistických informací.

Je tedy potřeba vytvořit ucelené internetové stránky pro turisty. Vždyť v současnosti, v době nových informačních technologií a virtuální reality, je k dobré propagaci a prezentaci destinace bezpodmínečně nutné využívat internet. Proto je součástí této diplomové práce snaha o vytvoření komplexních internetových stránek, na kterých turisté najdou potřebné základní informace o mikroregionu, o jeho historii, kulturních a přírodních atraktivitách, důležitých kontaktech apod. Realizace tohoto návrhu nebude z finančního hlediska příliš náročná, vynaloženy budou pouze mzdové náklady pro tvůrce stránek, resp. informatika Městského Úřadu. Jedinou podmínkou bude pravidelná aktualizace.

Do budoucna by bylo ještě velmi zajímavé vytvořit tyto stránky také v různých jazykových mutacích, příp. alespoň v jazyce anglickém. Předností by se pak také mohlo stát zavedení možnosti on-line rezervací ubytovacích zařízení nacházejících se v mikroregionu.

8.3.1. Konkrétní návrh podoby internetových stránek města Blatná

obrázek 10



Zdroj: vlastní zpracování

obrázek 11



Zdroj: vlastní zpracování

obrázek 12



Zdroj: vlastní zpracování

obrázek 13



Zdroj: vlastní zpracování

Úvodní strana návrhu podoby internetových stránek, tedy obrázek č.10, obsahuje především dva důležité odkazy TURISTA a OBČAN. Návštěvník se tak přímo dostane k informacím, které potřebuje. Odkaz OBČAN přímo zobrazí současné stránky Městského

Úřadu Blatná. Odkaz TURISTA zobrazí nové stránky adresované přímo potenciálním návštěvníkům města a turistům. Všechny předcházející obrázky ukazují možnou podobu, úpravu a rozvržení těchto stránek. V levé části je vždy k dispozici několik odkazů, které dále obsahují pododkazy s podrobnějšími informacemi. Týkají se především základních údajů o poloze, podnebí, či demografii města Blatná i mikroregionu Blatensko. Důležité jsou také odkazy představující turistům nejdůležitější atraktivity ve městě, především vodní zámek. Zároveň je zde možné najít atraktivity a zajímavosti celého regionu. Na internetových stránkách zároveň nesmí chybět ani aktuální seznam ubytovacích a stravovacích zařízení, tipy na strávení volného času v této lokalitě a důležité kontakty pro turisty.

9. ZÁVĚR

Mikroregion Blatensko leží v severozápadní části Jihočeského kraje. Z hlediska primárních předpokladů má významný potenciál v cestovním ruchu. Celý region má výhodnou polohu, vyznačuje se mírným terénem, vhodným pro turistiku i cykloturistiku a leží v krajině s dlouholetou rybníkářskou tradicí. Kromě řady přírodních atraktivit je možné navštívit i kulturní atraktivity národního, regionálního či pouze místního významu. Potenciál Blatenska však stále v cestovním ruchu není dostatečně využit.

Přirozeným centrem mikroregionu je město Blatná. Zde se nachází řada kulturních atraktivit a také několik kulturně-společenských a sportovně-rekreačních zařízení. Z výsledků provedeného marketingového výzkumu však vyplynulo, že nabídka města určená nejen turistům je nedostačující.

Nejznámějšími atraktivitami mikroregionu jsou vodní zámek Blatná a také zámek Lnáře. Je to díky jejich dobré propagaci v rámci celé České republiky. Ostatní kulturní či přírodní atraktivity mikroregionu jsou turistům téměř neznámé. Je to především díky nedostatečné propagaci.

Jedním z cílů diplomové práce bylo provedení a vyhodnocení dotazníkového šetření. Již v úvodu byly v souvislosti s marketingovým výzkumem stanoveny dvě hypotézy. První se týkala nevyužívání internetových stránek města jako zdrojových informací pro návštěvníky. Výsledky šetření tuto hypotézu potvrdily. Naopak druhá hypotéza, která byla zaměřena na ubytovací zařízení, resp. nevyužívání hromadných ubytovacích zařízení v mikroregionu, byla výsledky marketingového výzkumu vyvrácena. Také z nich vyplynulo, že sekundární potenciál je na Blatensku zabezpečen dostatečně, neuspokojená poptávka je pouze u ubytovacích zařízení jednoduššího typu. V terciálním potenciálu cestovního ruchu v mikroregionu existují problémy především v komunikaci. Na místní úrovni je nedostatečná komunikace mezi organizacemi cestovního ruchu a institucemi poskytujícími služby cestovního ruchu. Na úrovni regionální je problémem nespolupráce s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu.

Nejdůležitějším a stěžejním cílem diplomové práce bylo navrhnout nové možnosti rozvoje mikroregionu, které by měly vést ke zvýšení jeho atraktivity a tím i k přilákání většího počtu turistů. Nedostatečná propagace všech atraktivit mikroregionu se stala důvodem pro vytvoření souhrnného prospektu kulturních a přírodních atraktivit a zajímavostí mikroregionu včetně map a důležitých kontaktů.

Zdrojem informací pro turisty se v dnešní době informačních technologií stává také internet. Město Blatná, resp. Městský Úřad Blatná, však na svých internetových stránkách zveřejňuje pouze informace stanovené zákonem. Turisté tak zde mohou nalézt pouze aktuální program městského kina a již méně aktuální seznam kulturních akcí. Protože jsou internetové stránky v současnosti zdrojem informací pro stále větší počet lidí, je nezbytné, aby na městských internetových stránkách nalezli alespoň základní údaje týkající se města a celého mikroregionu. Druhým vlastním návrhem řešení v diplomové práci se proto stal návrh podoby konkrétních internetových stránek určených především turistům a potenciálním návštěvníkům města.

Diplomová práce bude poskytnuta organizaci cestovního ruchu v mikroregionu a může být také jedním z podkladů pro další využití potenciálu Blatenska jako zajímavé destinace cestovního ruchu.

10. SUMMARY

The dissertation work „Tourism products of Blatensko region – the strategy of microregion development“ analyses contenmporary state of microregion development and present tourist products of Blatensko region.

Microregion is located in the nord-west of southern Bohemia and its natural centre is Blatná town. The region has advantageous location and suitable ground for cycling, hiking or walking. It is situated in the country with fishery tradition. Except natural attractions it is possible to visit lots of cultural attractions with national, regional and local importance too. The whole region has very important tourism development potential, which is unfortunately not sufficient used in tourism.

The situation analysis characterizes localization and realization prerequisities which radically influence tourism development in the territory, and defines the most important problems in destination management.

The main objective of the dissertation was to work out the concrete suggestions how to improve the current state of the area. These proposals arise from realization and location presumptions, from results gained by the implemented marketing research and from own experience. The targets of proposals are growth of local tourism and increase of the area attraction for all the visitors. The reason of suggestion possibilities was bad mikroregion publicity. The first proposal is the new folder of the most important natural and cultural attractions inclusive of maps and important contacts. Resource of information for tourist is internet in modern age. Town Blatná makes only law information public on its web sites. Tourists cannot find basic information there. The second proposal of dissertation is the suggestion of web sites for tourists and visitors.

The dissertation with suggestions should help next tourism development potential of microregion as a interesting tourism destination.

11. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ A LITERATURY

Knižní publikace:

1. ADAMČÍK, S.: Regionální politika a management regionů, obcí a měst. Ostrava : VŠB – Technická univerzita, 2003.
2. ČERMÁK, Z.: Blatná město růží a ryb. České Budějovice: Městská osvětová beseda v Blatné, 1962.
3. DEBNAR, A., JANÁČEK, J. a kol.: Sborník k 400. výročí povýšení Blatné na město. Blatná: Městské muzeum v Blatné, 2001.
4. DUDEK, A.: Granodioritové lomy v okolí Blatné. Praha: ČSAV, 1960.
5. FORET, M., FORETOVÁ, V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha : Grada Publishing, 2001.
6. HESKOVÁ, M.: Cestovní ruch. Jindřichův Hradec, Fakulta managementu JU, 1997.
7. HESKOVÁ, M. a kol.: Základy marketingu. České Budějovice, Zemědělská fakulta JU, 2000.
8. HORÁKOVÁ, H.: Strategický marketing. Praha : Grada Publishing, 2001. ISBN 80-7169-996-9.
9. HORNER, S., SWARBROOKE, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha : Grada, 2003.
10. HRALA, V.: Geografie cestovního ruchu. Praha : Idea Servis, 2001. ISBN 80-85970-36-8.
11. JANEČKOVÁ, L. A VAŠTÍKOVÁ, M.: Marketing měst a obcí. Praha : Grada Publishing, 1999. ISBN 80-7169-750-8.
12. KIRÁLOVÁ, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha : Ekopress, 2003. ISBN 80-86119-56-4.
13. KOTLÁROVÁ, S: Bavorové erbu střely. České Budějovice: Veduta, 2004.
14. MENCLOVÁ, D.: České hrady. Praha: STN, 1964
15. OBERFALCER, E.: Turistický průvodce: Strakonicko, Volyňsko, Blatensko, Vodňansko. Strakonice: Město Strakonice, 2002.
16. ORIEŠKA, J.: Technika služeb cestovního ruchu. Praha: IDEA SERVIS, 1999. ISBN 80-85970-27-9.
17. PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: Cestovní ruch – Výkladový slovník. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002.

18. SEKERA, J.: Čertovy kameny. Vimperk: Jiří Sekera, 1996.
19. SEKERA, J.: Rybníky na Blatensku. Blatná: Josef Sekera, 2000.
20. SIBLÍK, J.: Blatensko a Březnicko: Obraz poměrů přírodních, historických, místopisných, školských a národopisných. Blatná: Nákladem vlastním, 1915.
21. SIBLÍK, J.: Blatná a její nejbližší okolí. Blatná: Odbor klubu československých turistů v Blatné, 1926 .
22. ŠTĚPÁNEK, V., KOPAČKA, L. a ŠÍP, J.: Geografie cestovního ruchu. Praha: Univerzita Karlova v Praze – Nakladatelství Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0172-9.

Propagační materiály:

23. Informační Bulletin vybraných služeb města Blatná. Blatná: MěÚ Blatná.
24. Jihočeský kraj – cestovní ruch, 2003, Jihočeský kraj – krajský úřad.
25. KOUBÍK, V., JÍROVEC, J.: Jedenáct blatenských zastavení. Blatná: Městské muzeum Blatná, 2001.
26. Naučná stezka okolím viklanu, Obecní úřad Kadov.
27. KOL. AUTORŮ: Průvodce městem Blatná. Praha : Amalthea a. s., Městský úřad Blatná, 1994.
28. KOL. AUTORŮ pod vedením P.Štěpána: Průvodce Blatenskem nejen pro cyklisty. Blatná: Městské muzeum v Blatné a Nadace Menhirostav, 2000.
29. KOL. AUTORŮ: Strakonicko, příroda a památky. Praha : Merkur, 1985.
30. KOL. AUTORŮ: Kamenictví na Strakonicku. Strakonice : Muzeum středního Pootaví, 1986.
31. KOL. AUTORŮ: Tip na léto 2005 – Jižní Čechy, Horní Rakousko, Dolní Rakousko. České Budějovice: Jihočeská centrála cestovního ruchu 2005.
32. KOL. AUTORŮ: Město Blatná. Blatná: MěÚ Blatná – oddělení kultury, 2004

Ostatní literatura

33. Funkce lokální kultury v inovaci životního stylu. Praha: FF UK, 1994.
34. Kompendium statistik cestovního ruchu v České republice 2004. Praha : CzechTourism, 2004.
35. Sčítání lidu, domů a bytů. Praha: ČSÚ, 2001
36. Statistický průvodce obcemi jižních Čech, České Budějovice : ČSÚ, 2003.
37. KOL. AUTORŮ: Památky, Blatná.. Plzeň: Nakladatelství Fraus, 2004.
38. KOL. AUTORŮ: Památky, Lnáře.. Plzeň: Nakladatelství Fraus, 2002.

39. Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky. Kategorie hotel, hotel garni, pension a motel 2006-2009. Příloha časopisu COT business 12/2005.

Internetové stránky:

40. http://amber.feld.cvut.cz/user/sika/html/blatna
41. http://cs.wikipedia.org
42. http://www.blatenskaryba.cz
43. http://www.czechtourism.com
44. http://www.czechtourism.cz
45. http://www.czso.cz/xc/edicniplan.nsf/p/13-3112-04
46. http://www.iriscrr.cz/regiony/jizni_cechy.php
47. http://www.jccr.cz
48. http://www.jihocesky-kraj.cz/obce.asp?obec=310
49. http://www.jiznicechy.cz
50. http://www.jizni-cechy.cz
51. http://www.liqib.cz
52. http://www.lnare.cz
53. http://www.lnare-obec.cz
54. http://www.mesto-blatna.cz
55. http://www.mmr.cz
56. http://www.municipal.cz/blatensko

12. SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Region Jižní Čechy

Příloha č. 2: Administrativní mapa Blatenska

Příloha č. 3: Mapa Blatenska – Svazek obcí Blatenska

Příloha č. 4: Turistické stezky na Blatensku

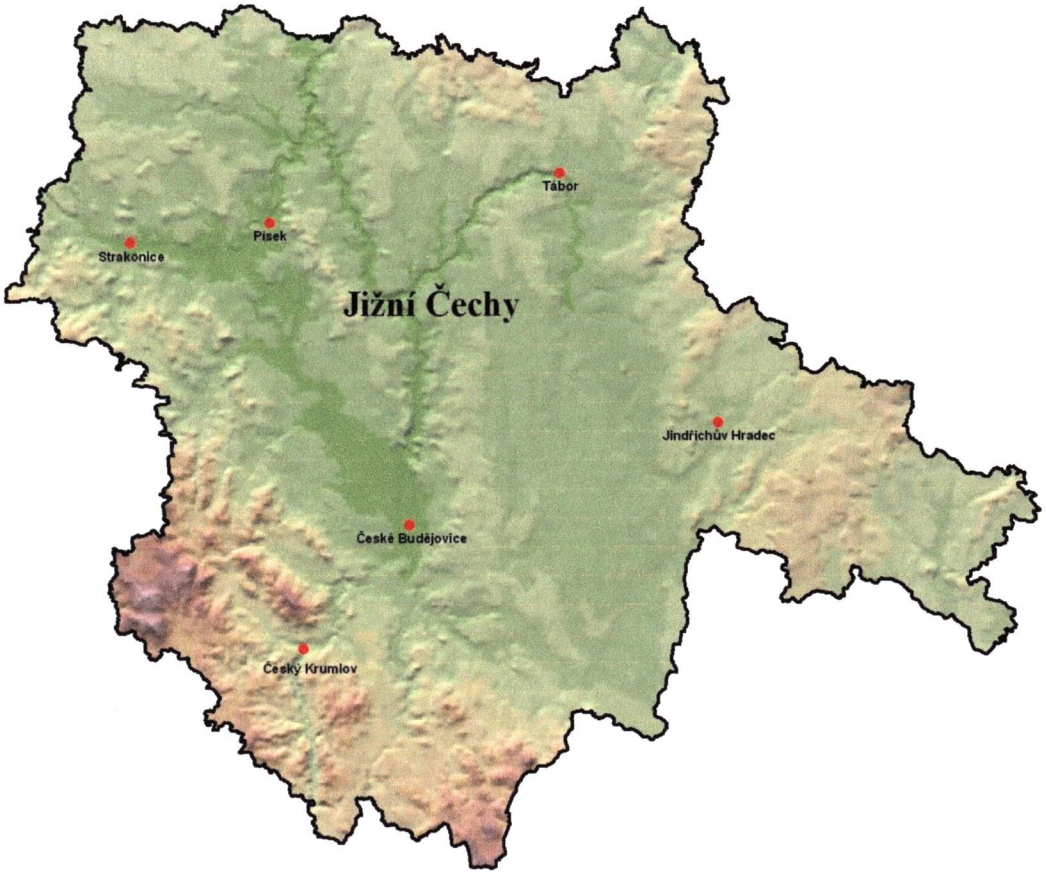
Příloha č. 5: Seznam ubytovacích zařízení v mikroregionu

Příloha č. 6: Demografické údaje

Příloha č. 7: Dotazník

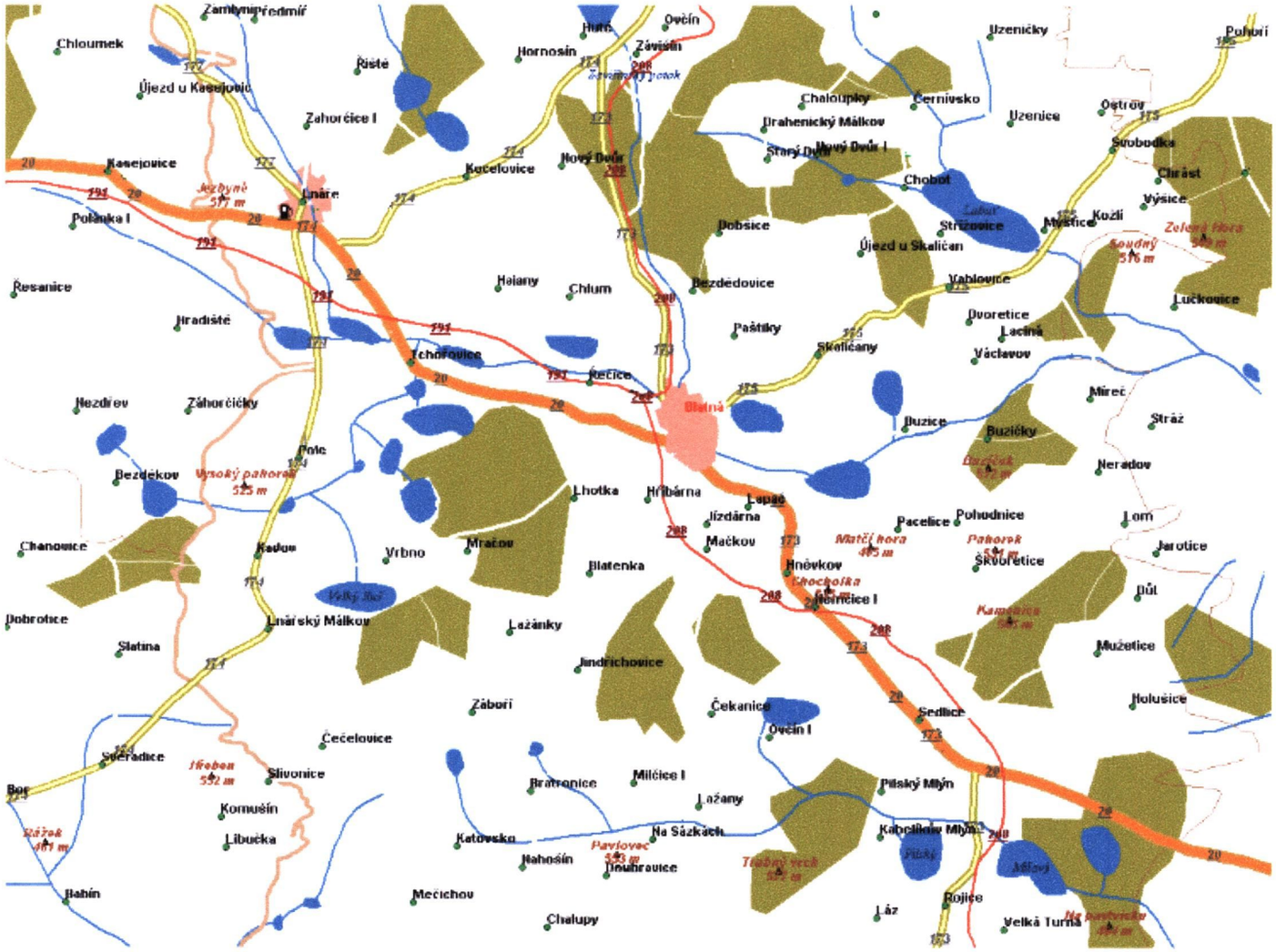
Příloha č. 8: Fotodokumentace

PŘÍLOHA č. 1 – Region Jižní Čechy



Zdroj: www.iriscrr.cz/regiony/jizni_cechy.php

PŘÍLOHA č. 2 – Administrativní mapa Blatenska

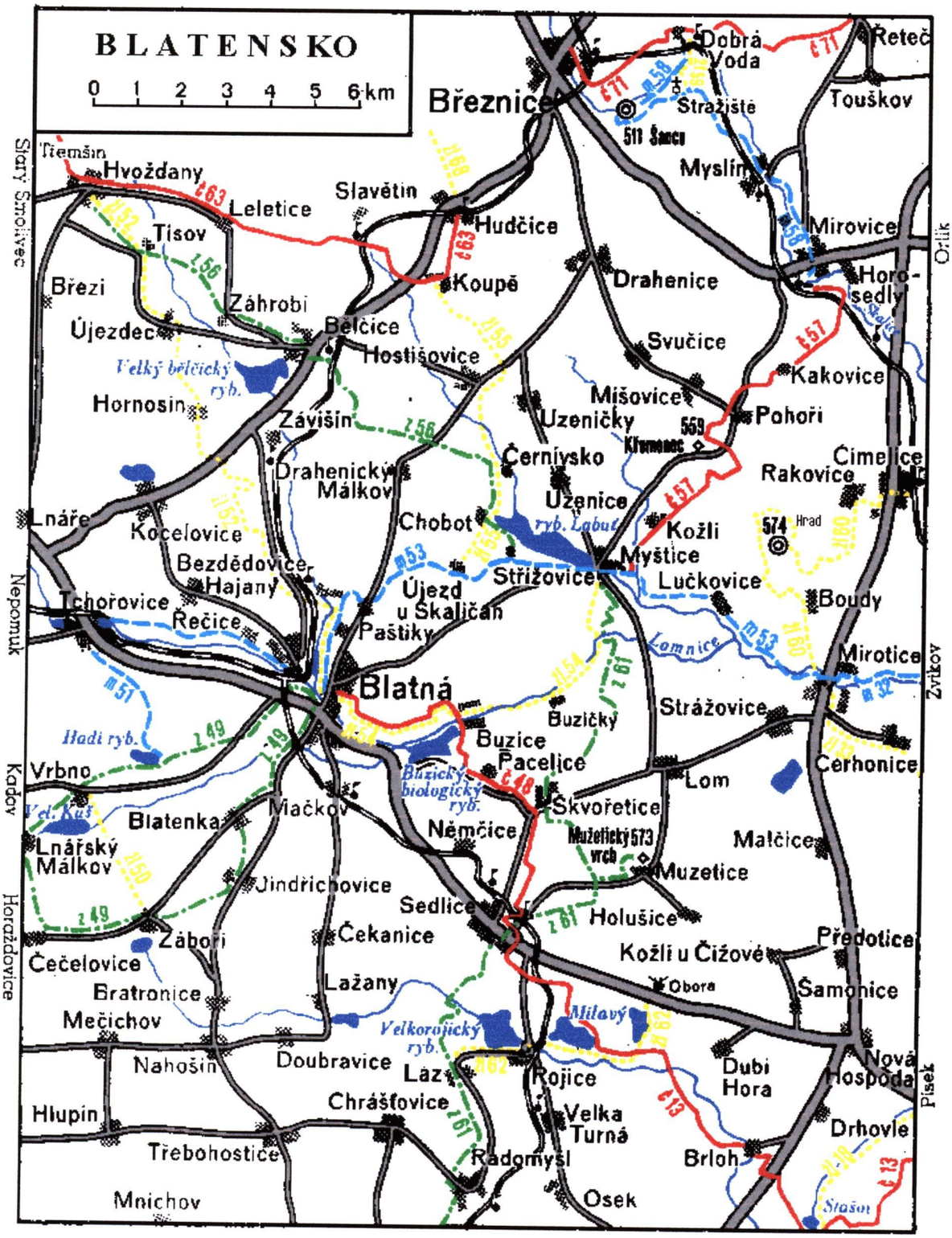


Zdroj: amber.feld.cvut.cz/user/sika/html/blatna/mapa2.htm

PŘÍLOHA č. 3 – Mapa Blatenska – Svazek obcí Blatenska


Březnice
Bělčice
Blatná
Mirovice
Předmíř
Hornosín
Kocelovice
Kasejovice
Lnáře
Chlum
Hajany
Bezdědovice
Tchořovice
Uzeničky
Uzenice
Chobot
Myštice
Buzice
Mačkov
Kadov
Lažánky
Škvořetice
Lom
Záboří
Čečelovice
Bratronice
Sedlice
Lažany
Doubravice
Mečichov
Horažďovice
Hlupin
Třebohostice
Chrášťovice
Velká Turná
Radomyšl
Osek
Únice
Mnichov
Strakonice
Krty
Droužetice
Řepice
Rovná
Přešťovice
Hvožďany
Vacíkov
Volenice
Hudčice
Martinice
Počaply
Stražiště
Drahenice
Koupě
Slavětín
Leletice
Pozdyně
Planiny
Roželov
Nouzov
Bor
Metly
Budislavice
Úježdec
Podruhlí
Hostišovice
Černívsko
Drahenický Málkov
Zahorčice
Kladrubce
Kakovice
Slavkovice
Rakovice
Svobodka
Kožlí
Skaličan
Vahlovice
Lachná
Boudy
Lučkovice
Mirotice
Stráž
Strážovice
Radobylice
Jarotice
Bořice
Důl
Mužetice
Holušice
Soběšice
Podolí
Vadkovice
Nahkov
Dubí Hora
Paměťice
Drhovle
Drhovle Ves
Velké Nepodřice
Stará Dobev
Domanice
Černíkov
Brloh
Pacelice
Hněvkov
Němčice
Jindřichovice
Čekanice
Milčice
Kalovsko
Nahošín
Láz
Rojice
Leskovice
Podolí
Zámyní
Přebudov
Chlumek
Životice
Polánka
Kotouň
Hradiště
Řesanice
Nová Ves
Nezdřev
Bezděkov
Chanovice
Újezd u Chanovic
Dobrotice
Slatina
Holkovice
Velký Bor
Svéradice
Slivonice
Komušín
Babín
Svaté Pole
Boubín
Pole
Vrbno
Mračov
Řečice
Blatenka
Lnářský Málkov
Záhorčičky
Žahorčice
Ríště
Dobšice
Újezd u Skaličan
Paštiky
Skaličany
Václavovice
Mireč
Lačná
Výšice
Pohoří
Kožlí u Ježové
Újezd u Krasejovic
Mladý Smolinec
Starý Smolinec
Záhrobí
Pliškovice
Sochovice
Draheničky
Ráztely
Svučice
Mišovice
Minice
Pročevily
Březi
Úježdec
Žámyní
Přebudov
Chlumek
Kladrubce
Újezd u Krasejovic
Životice
Kasejovice
Lnáře
Kocelovice
Chlum
Hajany
Bezděkov
Tchořovice
Nezdřev
Nová Ves
Chanovice
Pole
Vrbno
Kadov
Lažánky
Lnářský Málkov
Holkovice
Záboří
Čečelovice
Bratronice
Mečichov
Hlupin
Třebohostice
Chrášťovice
Velká Turná
Radomyšl
Osek
Únice
Mnichov
Strakonice
Krty
Droužetice
Řepice
Rovná
Přešťovice
Bezděkov
Řečice
Blatenka
Mračov
Mačkov
Buzice
Lom
Škvořetice
Sedlice
Lažany
Doubravice
Kalovsko
Nahošín
Láz
Rojice
Leskovice
Podolí
Černíkov
Domanice
Milčice
Čekanice
Jindřichovice
Hněvkov
Němčice
Pacelice
Skaličany
Václavovice
Mireč
Lačná
Výšice
Pohoří
Kožlí u Ježové
Vadkovice
Nahkov
Dubí Hora
Paměťice
Drhovle
Drhovle Ves
Velké Nepodřice
Stará Dobev
Brloh
Domanice
Černíkov
Podolí
Leskovice
Láz
Rojice
Nahošín
Kalovsko

PŘÍLOHA č. 4 – Turistické stezky na Blatensku



Zdroj: amber.feld.cvut.cz/user/sika/html/blatna/mapa.htm

PŘÍLOHA č. 5 – Seznam ubytovacích zařízení v mikroregionu

INFORMAČNÍ CENTRUM BLATNÁ
J. P. Koubka 4. 388 01 Blatná

Seznam ubytovacích zařízení v Blatné a okolí (Accommodation, Unterkunft)

Blatná

Název	*Adresa*	*Kontakty*
Hotel Beránek	J. P. Koubka 100, Blatná	tel.: 383 422 231
Penzion Foto-Art	T. G. Masaryka 270, Blatná	tel.: 383 423 750 mobil: 603 213 456
Penzion Kuřáková	U Sladovny 1099, Blatná	tel.: 383 423 854
Penzion Tesla	B. Němcové 30, Blatná	tel.: 383 422 558
SOŠ Blatná - domov mládeže	V Jezárkách 745, Blatná	tel.: 383 412 213 fax: 383 412 210 e-mail: rekreace@pg.blek.cz www.blek.cz
SOU Blatná - domov mládeže	U Sladovny 671, Blatná	tel.: 383 421 051, 383 422 616

Okolí (Environs, die Umgebung)

Název	*Adresa*	*Kontakty*
Hotel Lnáře	Lnáře	tel.: 383 495 290
Hotel Na Velké Hospodě	Sedlice u Blatné	tel.: 383 493 421
Hospoda Na Statku	Pole 26, Kadov	tel.: 383 491 007 www.kreteni.cz/k8/pole
Penzion Mlýn Kostřava	Myštice	tel.: 383 490 183 mobil: 603 706 772 e-mail: mlyn.kostrata@centrum.cz www.cbox.cz/kostrata
Penzion Starý Bor	Sedlice 414	tel.: 383 493 118 e-mail: starybor@cbox.cz www.starybor.infohelp.cz
Guesthouse Kožlí	Kožlí 9, Blatná	tel.: 383 490 033 fax: 383 490 040 e-mail: guesthousekozli@tiscali.cz www.guesthousekozli.nl
RS Pilský Mlýn	Sedlice u Blatné	tel.: 383 493 522 e-mail: sedlice@email.cz www.sedlice.cz
Hotel Pila	Sedlice u Blatné	tel.: 383 493 521 hotel-cz.moonface.cz/hotel-Sedlice-Pila.htm
RZ Radost	Dol, Sedlice	tel./fax: 383 493 398 mobil: 608 071 009 e-mail: info@rz-radost.cz www.rz-radost.cz
RS Míreč	Míreč 9	tel.: 383 496 112 mobil: 604 772 784 e-mail: j.vanac@tiscali.cz www.blatna.cz/rs-mirec
RZ Lažánky	Lažánky	tel.: 382 289 184

Zdroj: Vlastní zpracování

PŘÍLOHA č. 6 – Demografické ukazatele

Vybrané demografické ukazatele

Název obce	Počet obyvatel										Migrační přírůstek 1994-2003	Celkový přírůstek 1994-2003	Průměrný věk
	Celkem	0-14			15-64			65 a více					
		Muži	Ženy	Celkem	Muži	Ženy	Celkem	Muži	Ženy	Celkem			
SO ORP Blatná celkem	**13 621**	**1 025**	**991**	**2 016**	**4 795**	**4 687**	**9 482**	**846**	**1 277**	**2 123**	**88**	**-483**	**40,5**
v tom obce:													
Bělčice	991	77	82	159	338	332	670	66	96	162	-10	-63	41,0
Bezdědovice	307	25	14	39	113	104	217	24	27	51	-1	-9	41,4
Blatná	**6 735**	**524**	**514**	**1 038**	**2 348**	**2 388**	**4 736**	**386**	**575**	**961**	**-23**	**-73**	**39,7**
Bratronice	53	3	2	5	23	14	37	6	5	11	-1	-5	45,4
Březí	71	7	3	10	23	21	44	7	10	17	-9	-31	45,6
Buzice	135	7	7	14	59	36	95	6	20	26	-5	-21	42,8
Čečelovice	159	2	10	12	66	50	116	14	17	31	5	-9	43,4
Hajany	90	8	11	19	28	29	57	8	6	14	-4	-7	37,5
Hornosín	72	5	5	10	25	20	45	7	10	17	-4	-5	44,6
Chlum	175	13	14	27	69	52	121	10	17	27	12	12	39,2
Chobot	64	1	2	3	31	21	52	4	5	9	10	4	45,0
Kadov	378	26	29	55	126	111	237	37	49	86	-32	-68	43,6
Kocelovice	184	14	13	27	56	57	113	19	25	44	-3	-17	44,4
Lažánky	71	6	7	13	21	26	47	4	7	11	3	1	38,1
Lažany	67	5	6	11	28	21	49	3	4	7	100	-61	37,3
Lnáře	742	64	40	104	283	243	526	35	77	112	-16	-35	40,7
Lom	126	10	9	19	44	36	80	10	17	27	2	4	44,1
Mačkov	284	13	20	33	71	147	218	10	23	33	97	91	38,3
Myštice	271	16	15	31	84	87	171	26	43	69	-24	-44	46,2
Předmíř	312	24	21	45	111	109	220	19	28	47	-24	-34	39,7
Sedlice	1 219	88	84	172	449	410	859	74	114	188	59	-34	40,9
Škvořetice	311	17	17	34	121	98	219	27	31	58	-17	-31	42,2
Tchořovice	223	21	15	36	79	80	159	8	20	28	-3	-22	40,7
Uzenice	122	9	10	19	37	45	82	7	14	21	8	5	42,2
Uzeničky	135	7	10	17	48	41	89	14	15	29	-6	-11	43,6
Záboří	324	33	31	64	114	109	223	15	22	37	-26	-20	37,3

Zdroj: www.czso.cz

PŘÍLOHA č. 7

DOTAZNÍK

Vážená paní, vážený pane,
jsem studentkou Jihočeské univerzity České Budějovice, Katedry cestovního ruchu. Dovoluji si Vás požádat o vyplnění tohoto dotazníku. Vámi uvedené údaje jsou anonymní a výsledky šetření budou sloužit pouze jako podklad pro zpracování mé diplomové práce.
Děkuji Vám za Vaši laskavost a spolupráci! ***Martina Žižková***

---

1. Co se Vám vybaví, když se řekne Blatná?
☐ *vodní zámek* ☐ *blatenské růže* ☐ *blatenské ryby*
☐ *operní pěvec Karel Strakatý* ☐ *Jan Evangelista Purkyně* ☐ *jiné .....*

2. Jak často jezdíte do Blatné?
☐ *jsem zde poprvé* ☐ *byl jsem zde několikrát* ☐ *jezdím sem často*

3. Jaký je důvod Vaší návštěvy města Blatná? (max. 2 odpovědi)
☐ *rekreační dovolená* ☐ *služební cesta* ☐ *jiný důvod*
☐ *výlet* ☐ *poznávací dovolená* .....
☐ *návštěva příbuzných a známých* ☐ *sportovní dovolená*

4. Jak jste do Blatné přijel(a)?
☐ *osobním automobilem* ☐ *vlakem* ☐ *na kole*
☐ *na motocyklu* ☐ *autobusem* ☐ *jinak.....*

5. S kým cestujete?
☐ *sám/sama* ☐ *s přáteli, se známými*
☐ *s partnerkou /partnerem* ☐ *s organizovanou skupinou (zájezd)*
☐ *s rodinou* ☐ *jinak .....*

6. Odkud jste se o Blatné dozvěděl(a)?
☐ *internetové stránky* ☐ *propagační materiály* ☐ *tisk, rádio, televize*
☐ *od známých* ☐ *jiný zdroj .....*

7. Plánujete ještě někdy navštívit Blatnou?
☐ *určitě ano* ☐ *spíše ano* ☐ *nevím* ☐ *spíše ne* ☐ *určitě ne*

8. Jak dlouho se v Blatné nebo na Blatensku zdržíte?
☐ *pouze 1 den (bez přenocování)* ☐ *2 – 3 dny* ☐ *3 – 5 dní* ☐ *6 dní a více*

9. Jste v Blatné nebo v jejím okolí ubytován(a)?
☐ *ano* ☐ *ne*

V případě, že NE pokračujte otázkou č. 12.

V případě, že ANO:

10. Uveďte typ ubytovacího zařízení:
☐ *hotel* ☐ *penzion* ☐ *kemp*
☐ *chata* ☐ *u známých* ☐ *jinak.....*

11. Byl(a) jste spokojen(a) s kvalitou nabízených služeb?
☐ *určitě ano* ☐ *spíše ano* ☐ *nevím* ☐ *spíše ne* ☐ *určitě ne*

12. Jak byste ohodnotil(a) kvalitu následujících služeb v Blatné a jejím okolí? (označte křížkem)

Služba	*nevyužil jsem*	*výborné*	*dobré*	*uspokojující*	*špatné*	*v případě, že ŠPATNÉ, PROČ?*
Stravování						
Infocentrum						
Sportovní vyžití						
Kulturní vyžití						

13. Jaké další společenské a přírodní atraktivity jste v Blatné a v jejím okolí navštívil(a) nebo hodláte navštívit? (označte křížkem)

Atraktivita	*Nikdy jsem tam nebyl(a)*	*Byl(a) jsem tam jednou*	*Byl(a) jsem tam několikrát*	*Navštívím*
Kostel Nanebevzetí P. Marie – Blatná				
Muzeum – Blatná				
Lihovar a sladovna Blatná – technická památka				
Barokní kostel v Paštikách				
Zámek Lnáře				
Kostel Sv. Petra a Pavla v Sedlici				
Zemanská tvrz v Buzicích				
Naučná stezka OKOLO VIKLANU v Kadově				
Přírodní rezervace a rybník Velká Kuš				
Přírodní rezervace Nový rybník, Hořejší rybník – naučná stezka, Dolejší rybník				

STATISTICKÉ ÚDAJE:

Pohlaví ☐ *žena* ☐ *muž*

Věk ☐ *do 15 let* ☐ *16 – 25let* ☐ *26 – 45 let*
☐ *46 – 60 let* ☐ *61 – 70 let* ☐ *71 a více*

Vzdělání ☐ *základní, vyučen* ☐ *střední* ☐ *vysokoškolské*

Zaměstnání ☐ *zaměstnanec* ☐ *podnikatel* ☐ *student*
☐ *důchodce* ☐ *nezaměstnaný* ☐ *mateřská dovolená, v domácnosti*

Místo trvalého bydliště - kraj

.....

Datum:.....

Děkuji Vám za vyplnění tohoto dotazníku a za Vaši pomoc! Přeji Vám hezký den!

Zdroj: vlastní zpracování

PŘÍLOHA č. 8 – Fotodokumentace

Foto č. 1 – Vodní zámek Blatná



Zdroj: vlastní zpracování

Foto č. 2 – Náměstí Míru, kostel Nanebevzetí Panny Marie, Blatná



Zdroj: vlastní zpracování

Foto č. 3 – Třída J. P. Koubka, Blatná



Zdroj: vlastní zpracování

Foto č. 4 – Kostel sv. Jana Křtitele, Paštiky



Zdroj: vlastní zpracování

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
knihovna katedry CR - ZF