

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání

Bakalářská práce

Předpoklady rozvoje cestovního ruchu
v Českých Budějovicích

Vedoucí bakalářské práce
Mgr. Vladimír Dvořák

Autor
Petra Zelinková

2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Petra ZELINKOVÁ**
Osobní číslo: **E08170**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Předpoklady rozvoje cestovního ruchu v Českých Budějovicích**
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

Cíl práce:

Analyzovat cestovní ruch ve zvolené oblasti, s důrazem na zázemí této oblasti. Aktivovat skrytý potenciál cestovního ruchu. Navrhnout produkt cestovního ruchu se zaměřením na vybraný segment návštěvníků - rodiny s dětmi, senioři, hendikepované osoby.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Provedení situační analýzy destinace
3. Příprava a realizace terénního šetření
4. Návrhy a opatření, příprava nového produktu

Rámcová osnova:

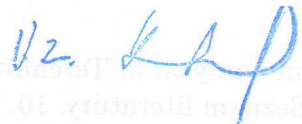
1. Úvod. 2. Cíl práce a metodika. 3. Literární rešerše. 4. Situační analýza. 5. Terénní šetření. 6. Návrhy a opatření. 7. Příprava nového produktu. 8. Závěr. 9. Seznam literatury. 10. Přílohy.

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

Seznam odborné literatury:

- Boučková, J. a kol. Marketing. Praha: C. H. Beck, 2003.**
Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 11th edition. Hoboken: John Wiley a Sons, 2009.
Hesková, M. a kol. Cestovní ruch. Praha: Fortuna, 2006.
Horáková, H. Strategický marketing. Praha: Grada Publishing, 2002.
Jakubíková, D. Marketing v cestovním ruchu. Praha: Grada Publishing, 2009.
Kotler, P. Marketing management. 12. vydání. Praha: Grada Publishing, 2007.
Orieška, J. Technika služeb cestovního ruchu. Praha: Idea servis, 1999.
Palatková, M. Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Praha: Grada Publishing, 2006.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Vladimír Dvořák**
Katedra obchodu a cestovního ruchu
Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2010**
Termín odevzdání bakalářské práce: **16. dubna 2011**


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc., prof.h.c.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (25)
370 05 České Budějovice


Ing. Kamil Pícha, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 22. února 2010

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Předpoklady rozvoje cestovního ruchu v Českých Budějovicích“ vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích 25. 4. 2011

.....

Petra Zelinková

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji vedoucímu práce panu Mgr. Vladimíru Dvořákovi za ochotu při vedení mé bakalářské práce, za odborné rady a za cenné připomínky, které mi při zpracování práce poskytl.

Obsah

1. Úvod	7
2. Cíl práce a metodika	8
2.1. Cíl práce a hypotézy	8
2.2. Metodika a technika zpracování	8
3. Literární rešerše	10
3.1. Cestovní ruch	10
3.1.1. Typologie a systém cestovního ruchu	11
3.1.2. Systém cestovního ruchu	13
3.1.3. Potenciál a předpoklad cestovního ruchu	15
3.1.4. Produkt cestovního ruchu	16
3.1.5. Služby v cestovním ruchu	16
3.1.6. Pozitiva a negativa cestovního ruchu	18
3.2. Marketing	19
3.2.1. Marketingový výzkum	19
3.2.2. Marketingové nástroje v cestovním ruchu	20
3.2.3. Výzkumné metody a nástroje výzkumu	21
3.2.4. Situační analýza	22
3.2.5. Marketing a management destinace	22
4. Situační analýza	23
4.1. Geografické vymezení Českých Budějovic	23
4.2. Historie Českých Budějovic	24
4.3. Historické památky	26
4.4. Technické památky	28
4.5. Sportovní vyžití a rekreace	29
4.6. Přírodní atraktivity	32
4.7. Kulturní zařízení	33
4.8. Ubytovací služby	38
4.9. Stravovací služby	40
4.10. Dopravní služby	42

4.11. Turistické informační centrum.....	44
5. Terénní šetření	46
5.1. Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	47
5.2. Shrnutí terénního šetření a vyhodnocení zkoumaných hypotéz	54
6. Návrhy a opatření	56
7. Příprava nového produktu.....	59
7.1. Kalkulace	60
8. Závěr	63
9. Summary.....	66
10. Seznam použité literatury	67
11. Seznam tabulek a grafů	71
12. Seznam příloh.....	72

1. Úvod

Cestovní ruch se začal vyvíjet na přelomu 19. a 20. století ve vyspělejších zemích. Z mezinárodního hlediska je cestovní ruch jednou z nejsilnějších ekonomických aktivit. Je velkou součástí spotřeby a způsobu života obyvatel, kteří každoročně vyhledávají rekreaci a touží poznat novou destinaci, její kulturu a historii, přírodní krásy či způsob života tamějších lidí. Cestovní ruch se stal součástí běžného života lidí a tím z ekonomického hlediska zaujal významné postavení ve světovém vývozu.

Každá země je něčím výjimečná a nabízí různé možnosti rekreace. Pro fungování cestovního ruchu v jakékoli zemi či oblasti je třeba dobře analyzovat potenciál jeho rozvoje, aby mohl být vytvořen ten správný produkt pro zákazníky. K tomu je potřeba provést marketingová šetření, ze kterých vyplyne na který segment zákazníků se zaměřit a jak správně sestavit produkt, aby byli spokojeni. Cestovní ruch je tedy úzce spjat i s oblastí marketingu.

Bakalářská práce se bude zabývat cestovním ruchem v Českých Budějovicích. Konkrétně bude provedena analýza cestovního ruchu v dané oblasti a na základě této analýzy budou vytipovány problematiky, kterými se bude bakalářská práce zabývat. Snahou bude tyto problematiky vyřešit, zlepšit a navrhnout opatření pro zvýšení motivace účastníků na cestovním ruchu v dané oblasti.

České Budějovice jsou z hlediska cestovního ruchu v České republice vyhledávanou destinací a cestovní ruch je zde rozvinutý na dobré úrovni. Bakalářská práce bude tuto úroveň zkoumat, analyzovat a v konečném výsledku poukáže na pozitiva i negativa v oblasti rozvoje cestovního ruchu v Českých Budějovicích.

2. Cíl práce a metodika

2.1. Cíl práce a hypotézy

Hlavním cílem práce je analyzovat cestovní ruch ve zvolené oblasti s důrazem na zázemí této oblasti a na základě zjištěných skutečností aktivovat jeho skrytý potenciál.

Vedlejší cíl práce je navrhnout produkt cestovního ruchu se zaměřením na vybraný segment návštěvníků – na seniory.

Hypotéza je konstatování opírající se o naše domněnky či tentativní výrok o vztazích mezi dvěma nebo více pozorovanými nebo nepozorovatelnými jevy či proměnnými.

Byly stanoveny následující hypotézy:

- a) Turisté přijíždějí do destinace s cílem návštěvy historických a kulturních památek.
- b) Turisté se ubytují nejčastěji v penzionu.
- c) Turisté navštěvují destinaci nejvíce v turistické sezóně.

Hypotézy budou v práci potvrzeny nebo vyvráceny.

2.2. Metodika a technika zpracování

Metodika bakalářské práce je založena na třech částech. První částí je část analytická, následuje část syntetická a nakonec část aplikační.

V analytické části proběhne studium sekundárních dat - odborné literatury a jiných pramenů, které jsou základním zdrojem informací pro zpracování literární rešerše. Po prostudování sekundárních dat bude zpracována situační analýza, jejímž

cílem je důkladné zmapování zkoumané oblasti. Následně bude probíhat příprava terénního šetření a tvorba dotazníku.

V části syntetické bude proveden sběr primárních dat formou dotazníkového šetření a následně jeho výsledky budou statisticky vyhodnoceny. Statistická data budou zpracována ve formě grafického znázornění a budou okomentována. Na základě získaných údajů z části syntetické bude zpracována aplikační část, ve které budou konstatovány návrhy a opatření ke zlepšení a bude vytvořen nový produkt pro vybraný segment návštěvníků Českých Budějovic. Produkt bude zaměřen na cílovou skupinu senioři.

Z hlediska technického bude pro zpracování textu použit program Microsoft Office Word 2007 a pro zpracování statistických dat ve formě grafů bude použit program Microsoft Office Excel 2007.

3. Literární rešerše

3.1. Cestovní ruch

Začátek rozvoje moderního cestovního ruchu se obvykle datuje do období na přelomu 18. a 19. století, kdy se cestovní ruch začal formovat ve vyspělých krajinách jako odvětví společenské činnosti. Mnozí odborníci však jeho prvopočátky spojují s obdobím průmyslové revoluce jako důsledku tehdejších technických, ekonomických a sociálních podmínek. (Hesková a kol. 2006: 9)

Světová organizace cestovního ruchu UNWTO definuje cestovní ruch jako: „...činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu v místech mimo místa jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho uceleného roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.“

Cestovní ruch je jedním z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa. Má vliv na zaměstnanost, na tvorbu hrubého domácího produktu, vytváření devizových rezerv státu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek, zvyšuje všeobecnou vzdělanostní úroveň obyvatelstva. I když je ekonomický přínos cestovního ruchu pro stát jednoznačný, je třeba si uvědomit, že je více než jen ekonomický fenomén. (Királ'ová 2003: 9)

Detailněji se vyjadřuje Oriška (2010: 9), neboť účastí na cestovním ruchu dochází k uspokojování různých potřeb souvisejících s cestováním a pobytem mimo místo trvalého bydliště, obvykle ve volném čase, za účelem získání komplexního zážitku podmíněného odpočinkem, poznáváním, společenskými kontakty, zdravím, rozptýlením a zábavou, kulturním nebo sportovním vyžitím.

Jakubíková (2009: 19) dále říká, že cestovní ruch představuje rozsáhlý trh, který vyžaduje uspokojení různorodých potřeb, a tím vzbuzuje pozornost podnikatelů, veřejné i státní správy, i velmi dynamicky se rozvíjející segment ekonomiky.

3.1.1. Typologie a systém cestovního ruchu

Cestovní ruch se rozděluje na druhy a formy. O druzích cestovního ruchu se hovoří tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu je považována motivace účastníků cestovního ruchu, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě. O formách cestovního ruchu se hovoří, když základem posuzování cestovního ruchu jsou různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší. Existuje velmi mnoho vymezení druhů a forem cestovního ruchu. Hesková a kol. (2006: 21) přehledně definuje druhy a formy cestovního ruchu:

Druhy cestovního ruchu

- Rekreační cestovní ruch
- Sportovní cestovní ruch
- Dobrodružný cestovní ruch
- Myslivecký a rybářský cestovní ruch
- Náboženský (poutní) cestovní ruch
- Lázeňský cestovní ruch
- Zdravotní cestovní ruch
- Obchodní cestovní ruch
- Kongresový cestovní ruch
- Stimulační cestovní ruch

Formy cestovního ruchu

Z geografického hlediska

- Domácí cestovní ruch
- Zahraniční cestovní ruch
- Mezinárodní cestovní ruch
- Vnitřní cestovní ruch
- Národní cestovní ruch
- Regionální cestovní ruch

Podle počtu účastníků:

- Individuální cestovní ruch
- Skupinový cestovní ruch
- Masový cestovní ruch
- Ekologický cestovní ruch

Podle způsobu organizování

- Individuální cesty
- Organizovaný zájezd/pobyt
- Klubový cestovní ruch

Podle věku účastníků

- Cestovní ruch dětí
- Mládežnický cestovní ruch
- Rodinný cestovní ruch
- Seniorský cestovní ruch

Podle délky účasti

- Výletní cestovní ruch
- Krátkodobý cestovní ruch
- Víkendový cestovní ruch
- Dlouhodobý cestovní ruch

Podle převažujícího místa pobytu

- Městský cestovní ruch
- Příměstský cestovní ruch
- Venkovský cestovní ruch
- Agroturistika
(ekoagroturistika)
- Horský, vysokohorský
cestovní ruch
- Přímořský cestovní ruch

Podle použitého dopravního prostředku

- Motorizovaný cestovní ruch
- Železniční cestovní ruch
- Letecký cestovní ruch
- Lodní cestovní ruch

Podle ročního období

- Sezonní cestovní ruch
- Mimosezonní cestovní ruch
- Celoroční cestovní ruch

Z hlediska dynamiky

- Pobytový (statický) cestovní ruch
- Putovní (dynamický) cestovní ruch

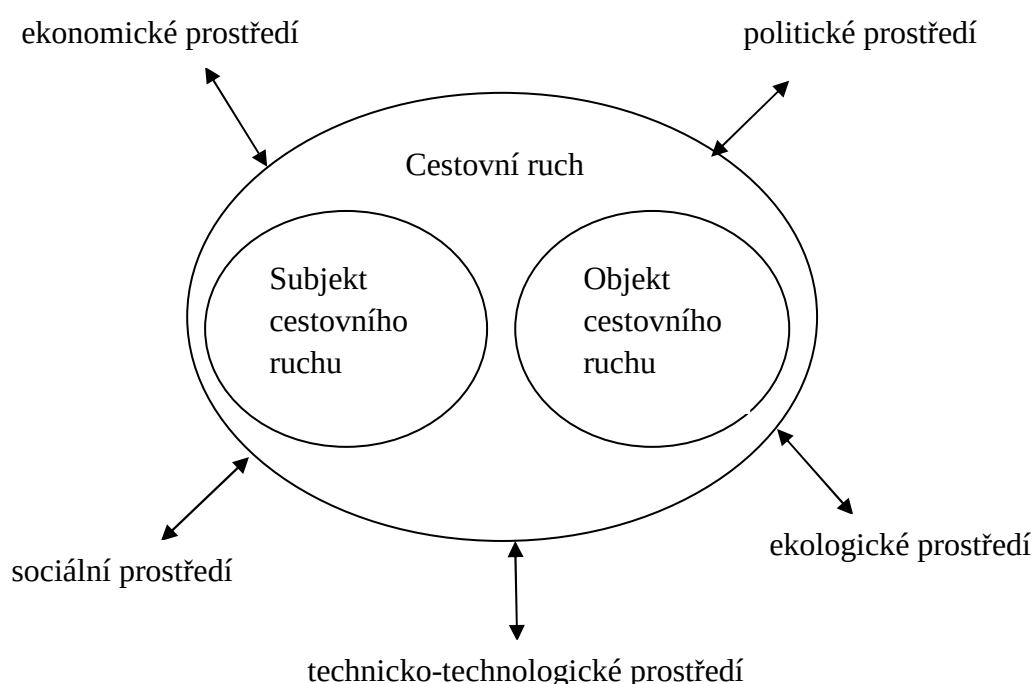
Ze sociologického hlediska

- Návštěvy příbuzných a známých
- Sociální cestovní ruch
- Komerční cestovní ruch
- Etnický cestovní ruch

3.1.2. Systém cestovního ruchu

Hesková a kol. (2006: 13, 15, 63) vysvětluje systém cestovního ruchu obecně: Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystémy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu včetně vzájemných vazeb. Vazby existují mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí – vnější prostředí. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí.

Schéma č. 1: Systém cestovního ruchu A



Zdroj: Hesková a kol., 2006: 13

Subjekt cestovního ruchu reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu. Subjektem cestovního ruchu jsou stálí obyvatelé, návštěvníci, výletníci a turisté.

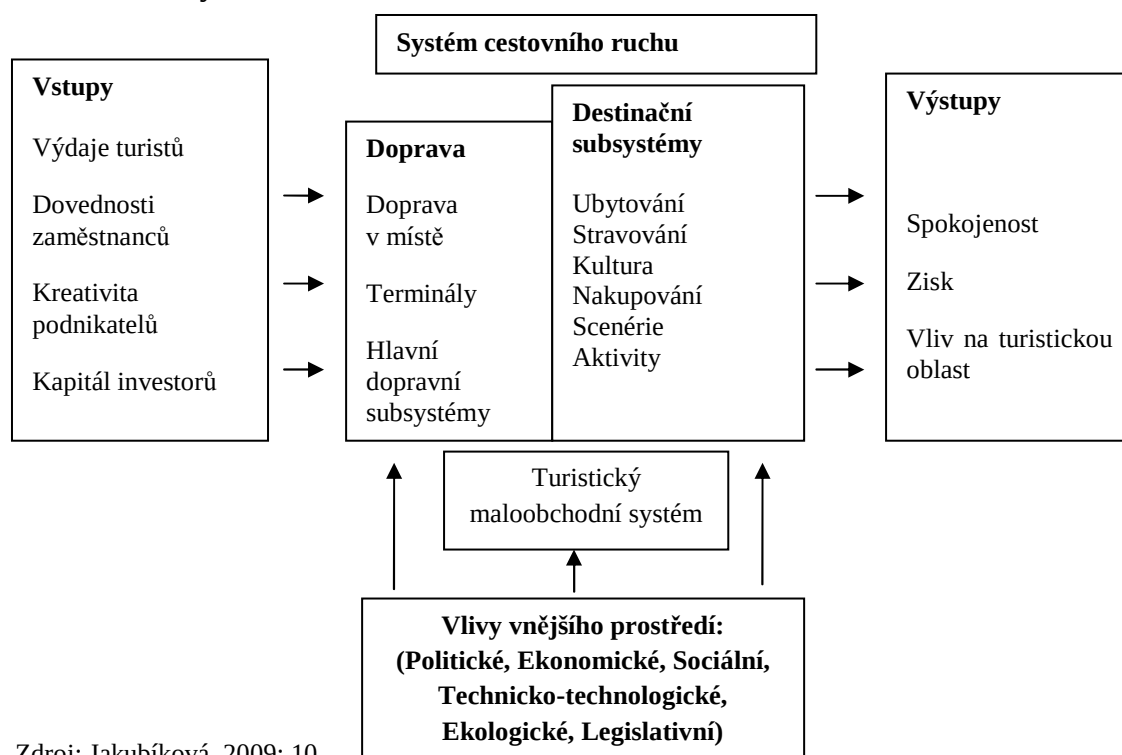
Turisté tzv. objevitelé hledají znalosti a objevy. Účast turisty

na cestovním ruchu je spojena minimálně s jedním přenocováním. Snaží se o množství kontaktů s místní společností.

Objektem cestovního ruchu je všechno, co se může stát cílem změny místa pohybu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je nositelem nabídky. Tvoří ho cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu. Cílové místo musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, který se označuje jako **primární nabídka**. Primární nabídka umožňuje naplnit cíle (motivy) účasti na cestovním ruchu (oddych, zdraví, poznávání, společenská komunikace apod.). Prostředkem k dosažení tohoto cíle je různorodá infrastruktura vybavenost, která se označuje jako **sekundární nabídka**. Jde o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat, stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity typické pro cestovní ruch.

Pro srovnání Jakubíková (2009: 10) aplikuje obecný systém cestovního ruchu konkrétněji:

Schéma č. 2: Systém cestovního ruchu B



Zdroj: Jakubíková, 2009: 10

3.1.3. Potenciál a předpoklad cestovního ruchu

Pásková a Zelenka (2002: 221) vysvětlují pojem potenciál cestovního ruchu následovně: potenciál cestovního ruchu je souhrnná hodnota všech předpokladů cestovního ruchu oceněných na základě bodovací škály, snižena o zápornou hodnotu negativních faktorů rozvoje cestovního ruchu – zejména o špatný stav složek životního prostředí (př. kyselé deště) a konfliktní land-use (využití půdy) daného území.

Potenciál cestovního ruchu není v prostoru rozmístěný rovnoměrně a s ohledem na svojí jedinečnost může mít místní, regionální, celostátní až mezinárodní význam. (Hesková a kol. 2006: 15)

Čertík a kol. (2001: 25, 26, 27) dělí hlavní předpoklady a podmínky úspěšného rozvoje cestovního ruchu na:

1. **Přírodní:** charakter terénu krajiny, klimatické podmínky, vodní toky, vodní plochy, přírodní zdroje,
2. **Kulturně historické:** architektonické památky, lidové tradice a umění, kulturní akce, existence významných míst
3. **Sociálně-ekonomické:** HDP, platební bilance, životní úroveň, disponibilní příjmy obyvatelstva, fond volného času, úroveň a nabídka služeb na trhu
4. **Materiálně-technické:** úroveň sítí ubytovacích, stravovacích, dopravních, maloobchodních, sportovně-rekreačních, kulturních a dalších zařízení sloužících cestovnímu ruchu
5. **Politické:** politická stabilita, existence/neexistence násilí, teroru, války, převratů; systémy vlád
6. **Ekologické:** příznivé přírodní prostředí (ovzduší, voda), existence/neexistence radioaktivního nebezpečí
7. **Personální:** úroveň profesionality pracovníků v odvětví, profesionalita pracovníků v řídicích složkách firem, orgánů a organizací cestovního ruchu
8. **Administrativní:** vízové, celní, pasové a směnářské předpisy
9. **Demografické:** mentalitu, zvyky, vzdělanost, věkové složení, porodnost, úmrtnost, charakter osídlení

3.1.4. Produkt cestovního ruchu

Produktem cestovního ruchu je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby účastníků cestovního ruchu a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. (Orieška 2010: 8). Přičemž trh cestovního ruchu tvoří podniky cestovního ruchu a skládá se z celé řady společně působících organizací: prodejci zájezdů (cestovní agentury) a cestovní kanceláře (touroperátoři), dopravní společnosti, komerční a ubytovací zařízení, stravovací zařízení, návštěvnické atraktivity, zábavní parky. (Hesková a kol. 2006: 62)

Dle Palatkové (2006: 137) se rozlišuje pět základních druhů produktu:

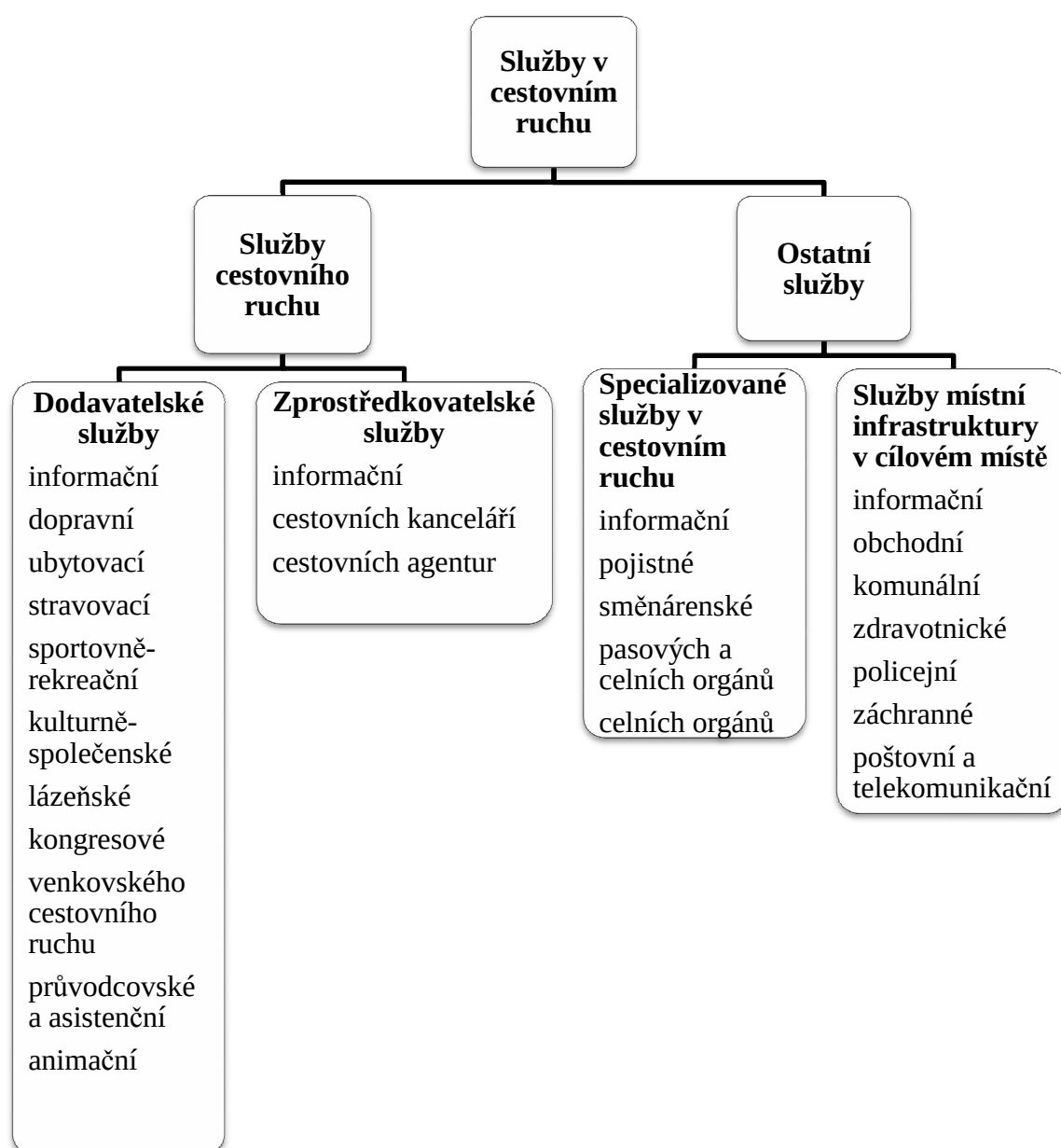
1. **Základní užitek produktu** nakupovaného klientem (např. odpočinek v hotelu léčebná lázeňská procedura).
2. **Obecně použitelný produkt**, který je díky obchodníkovi transformací základního užitku (např. hotel nabízí recepci, pokoje, restauraci).
3. **Očekávaný produkt** představující vlastnosti a podmínky obecně spojené s produktem (např. v hotelu*** je samozřejmostí čisté sociální zařízení, ručníky, mýdlo, televizor).
4. **Rozšířený produkt** zahrnující další výhody, služby a dodatečný užitek, jímž se poskytovatel produktu (služby) odlišuje od konkurentů (např. ovoce, župan na hotelovém pokoji v hotelu ***, okružní jízda v ceně pobytu).
5. **Možný produkt** představující výhled produktu do budoucna podle možností prodejce či poskytovatele služby (např. stavba hotelového bazénu).

3.1.5. Služby v cestovním ruchu

Orieška (2010: 9, 15) popisuje služby následovně: Službami se obecně rozumějí ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter. V cestovním ruchu představují heterogenní soubor užitných efektů určených k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Služby mají na rozdíl od zboží určité znaky. Jednak jsou to obecné znaky služeb, které se vztahují i na služby v cestovním ruchu, a jednak jsou to speciální znaky, charakteristické pouze pro služby cestovního ruchu. Mezi obecné

znaky lze zařadit: nemateriální charakter, vysoká spotřeba živé práce při poskytování služeb, začlenění vnějšího faktoru do procesu, soulad poskytování služeb s jejich spotřebou a pomíjivost. Mezi znaky speciální patří: časová a místní vázanost, komplexnost a komplementárnost, mnohooborový charakter, nezbytnost zprostředkování služeb, dynamika a sezónnost poptávky po službách, neanonymita.

Schéma č. 3: Služby v cestovním ruchu



Zdroj: Oriška 2010: 15

3.1.6. Pozitiva a negativa cestovního ruchu

Goeldner a Ritchie (2009: 31. 32, 33) hovoří ve své publikaci o pozitivních a negativních stránkách cestovního ruchu.

Pozitiva cestovního ruchu:

- Poskytuje pracovní příležitosti, ať kvalifikovaným nebo nekvalifikovaným silám, protože cestovní ruch skýtá velkou rozmanitost pracovních pozic v různých branžích.
- Zvyšuje příjmy.
- Podílí se na zvyšování HDP.
- Rozvíjí infrastrukturu, což stimuluje místní ekonomiku.
- Může se podílet na rozvoji lokálních produktů a využití místních zdrojů.
- Diverzifikuje ekonomiku.
- Směřuje k tomu stát se jednou z kompatibilních ekonomických rozvojových aktivit prospěšných určité lokalitě a tím doplňovat jiné ekonomické aktivity.
- Přispívá ke všeobecnému rozvoji.
- Má vysoký multiplikační efekt.
- Zvyšuje příjmy do státní pokladny.
- Rozšiřuje vzdělanostní a kulturní rozhled.
- Zvyšuje kvalitu života v souvislosti s vyššími příjmy a zlepšuje životní úroveň.
- Podporuje uchovávání kulturního dědictví a tradic.
- Odůvodňuje ochranu a zlepšování životního prostředí.
- Zvyšuje zájem turistů o lokální kulturu a kulturní dědictví.
- Buduje turistická a rekreační zařízení, která mohou být využívána místními obyvateli.
- Odstraňuje bariéry jazykové, sociokulturní, společenské, národnostní, politické a náboženské.
- Vytváří příznivou image konkrétní destinace v celosvětovém měřítku. Propaguje globalizovanou společnost.

Negativa cestovního ruchu:

- Je příčinou sezónních problémů.
- Způsobuje inflaci.
- Může mít za následek kolísání ekonomického rozvoje.
- Vznikají společenské /sociální/ problémy.
- Snižuje kvalitu přirozeného životního prostředí a znečišťuje ho.
- Zvyšuje výskyt zločinu, prostituce a gamblerství.
- Zvyšuje vulnerabilitu ekonomických a politických skupin.
- Komercializuje kulturu a náboženství.
- Zapříčiňuje nedorozumění.
- Vytváří konflikty mezi místními obyvateli a turisty.
- Je jednou z příčin různých onemocnění, ekonomické fluktuace a dopravních problémů.

3.2. Marketing

Americká marketingová asociace (American Marketing Association) nabízí následující formální definici: Marketing je funkcí organizace a souborem procesů k vytváření, sdělování a poskytování hodnoty zákazníkům a k rozvíjení vztahů se zákazníky takovým způsobem, aby z nich měla prospěch firma a držitelé jejích akcií.

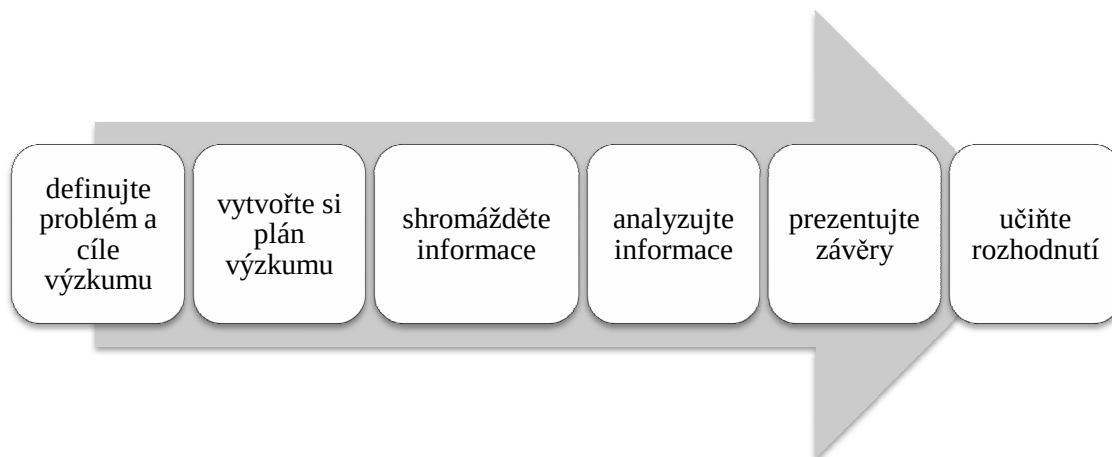
Boučková a kol. (2003: 3) uvádí: Marketing lze tedy definovat jako proces, v němž jednotlivci a skupiny získávají prostřednictvím tvorby a směny produktů a hodnot to, co požadují. Obsahem tohoto procesu je poznání, předvídání, stimulování a v konečné fázi uspokojení potřeb zákazníka tak, aby byly současně dosaženy i cíle organizace.

3.2.1. Marketingový výzkum

Účelem marketingového výzkumu je umožnit organizaci zhodnotit svoji současnou výkonnost, identifikovat příležitosti a vyvíjet komunikaci a produkty, které

pomohou využít zjištěných příležitostí. Jinými slovy jde o zlepšování efektivity marketingu organizace. Efektivní marketingový výzkum sestává ze šesti kroků, jak je ukázáno na schématu. (Horner, Swabrooke 2003: 420)

Schéma č. 4: Základní kroky marketingového výzkumu

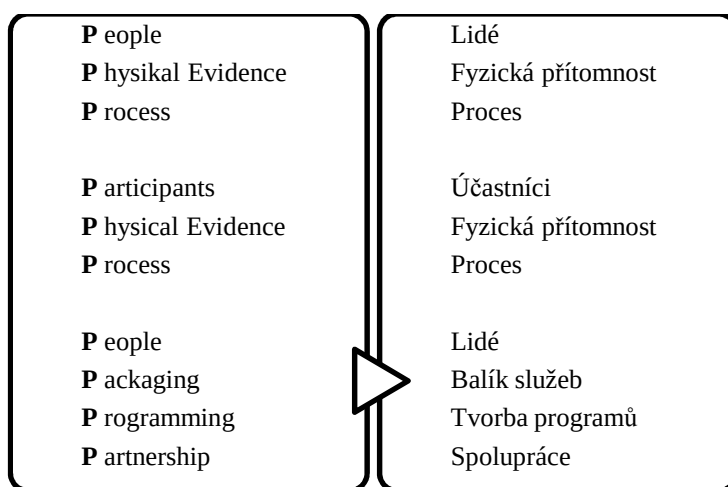


Zdroj: Kotler 2007: 141, obrázek 4.1.

3.2.2. Marketingové nástroje v cestovním ruchu

Boučková a kol. (2003: 316) aplikuje tradiční „4 P“ formulované pro hmotné výrobky na služby, nejznámějšími doplněními jsou další „P“, především v následujících kombinacích:

Schéma č. 5: „P“ služeb



Zdroj: Boučková a kol. 2003: 316

Lidé – tato část marketingového mixu je velmi významná pro všechny obory cestovního ruchu. Člověk vystupuje ve dvou podobách, a to jako zaměstnanec a jako zákazník.

Balík služeb – nabídka balíku služeb znamená kompletaci poskytovaných zájezdů a jejich programovou orientaci. Tvorba balíku zohledňuje individuální přání zákazníka, specifických zákaznických segmentů, pomáhá firmám zmírňovat výkyvy v nabídce a poptávce.

Spolupráce – v produktech cestovního ruchu bez vzájemné spolupráce ruchu by nebylo možné realizovat některé typy produktů na trhu (například tvorba zájezdu, služby hotelových rezortů). Typy kooperací mohou být ve formě horizontální (na stejné úrovni logistického pohybu) a vertikální (logistický pohyb produktů na principu dodavatel odběratel).

Tvorba programů – navazuje na tvorbu balíku služeb. Nástroje jsou propojené, mají cíl vyvolat zájem o mimosezonní období u zákazníků, kdy je poskytován účastníkům ve střediscích cestovního ruchu další servis. (Hesková a kol. 2006: 147)

3.2.3. Výzkumné metody a nástroje výzkumu

Primární data lze získat pěti hlavními způsoby, pozorováním skupinových diskuzí (focus groups), dotazováním, z dat o chování zákazníků a z experimentů. Nástroje výzkumu: Marketingoví výzkumníci mají na výběr ze tří hlavních nástrojů ke sběru primárních dat: dotazníky, kvalitativní metriky a mechanické pomůcky.

Pro bakalářskou práci byla využita metoda dotazování prostřednictvím nástroje dotazník. Dotazník sestává ze souboru otázek pokládaných respondentům. Díky své flexibilitě je daleko běžnějším nástrojem, který se při sbírání dat používá. Dotazníky je třeba před aplikací ve velkém měřítku pečlivě sestavit, vyzkoušet a odladit. Při přípravě dotazníku musí výzkumník pozorně volit otázky a jejich formu, slovní podobu a sled. Forma otázek může ovlivnit odpovědi. Marketingoví výzkumníci rozlišují mezi uzavřenými a otevřenými otázkami. Uzavřené otázky specifikují veškeré možné odpovědi a odpovědi na ně je snadnější interpretovat a zařazovat do tabulek. Otevřené otázky umožňují respondentům odpovídat vlastními slovy a často odhalí víc o tom, co si

lidé myslí. Jsou zvláště užitečné v přípravném výzkumu, kdy výzkumník pátrá spíše po tom, jak lidé myslí, než aby zjišťoval, kolik z nich myslí určitým způsobem. (Kotler 2007: 143,145)

3.2.4. Situační analýza

Situační analýza je prostředek, který na základě analytického zhodnocení z minulého vývoje a současného stavu na základě kvalifikovaného odhadu pravděpodobného budoucího vývoje ve strategickém období může pomoci při formulování budoucí tržní pozice podniku. Výsledky z provedené analýzy determinují podnikové schopnosti i jedinečnosti a jsou podkladem pro stanovení marketingových cílů, formulování marketingových strategií a sestavení marketingových plánů. (Horáková, 2003: 39)

3.2.5. Marketing a management destinace

Destinace je představována souborem atraktivit v určitém místě nebo oblasti a na ně navazujícího svazku služeb. Destinace je chápána jako geografický prostor (stát, místo, region), který si klient (segment) vybírá jako svůj cíl cesty. Destinace cestovního ruchu jsou navzájem si konkurující jednotky, jejichž společným cílem je regulovaný či neomezený prodej. (Palatková 2006: 43)

Managementem destinace je označován proces vyvážení a řízení silných, tržně orientovaných a systémově řídicích jednotek – destinací. Destinační management je souborem řídicích opatření a nástrojů, které jsou využívány pro oblasti plánování, organizování, promotion a rozhodovací procesy. (Hesková a kol. 2006: 155)

Marketing destinace je systematická a koordinovaná orientace podnikatelské politiky cestovního ruchu na místní, regionální, národní a mezinárodní úrovni na co nejlepší uspokojování potřeb určitých skupin zákazníků při dosažení přímého zisku. (Kiráľová: 2003: 13,15)

4. Situační analýza

4.1. Geografické vymezení Českých Budějovic

Město České Budějovice se nachází v jižních Čechách a je proslulou jihočeskou metropolí. České Budějovice jsou součástí tzv. turistického regionu jižní Čechy. Turistický region jižní Čechy se téměř celý kryje s územím Jihočeského kraje a tvoří také stejnoměrnou turistickou oblast jižní Čechy.

Mapa č. 1: Geografické vymezení Českých Budějovic



Zdroj: Dostupné na World Wide Web: <http://www.cheguepoint.cz/cs/hotovostni_prevody-mezinarodni/pobocky_v_cr/jihocesky-kraj.html> [cit. 15.února.2011]

Mapa č. 2: Turistický region Jižní Čechy



Zdroj: Dostupné na World Wide Web: <<http://www.tourism.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=74208>> [cit. 15.února.2011]

Město leží v jihovýchodním výběžku Českobudějovické pánve. Na východě je ohraničeno Lišovským prahem, na jihu výběžky Novohradského podhůří podél Malše, na jihozápadě výběžky Šumavského podhůří a na severu výběžky Středočeské pahorkatiny. Nadmořská výška se pohybuje mezi 385 – 400 m. n. m. (Samsonova kašna – 387,5 m. n. m.). Město leží v území, které je mírně teplé a mírně vlhké s mírnou zimou, rovnoměrným rozdělením srážek v roce a v průměru s dostatkem srážek pro vegetaci.

České Budějovice jsou městem statutárním, okresním a krajským. Rozloha katastrálního území je 5556 ha a počet obyvatel je okolo 96 000. Náboženství v Českých Budějovicích je charakteristické velkým počtem lidí bez vyznání (58,55 %), 23,9 % tvoří katolíci.

4.2. Historie Českých Budějovic

České Budějovice založil Přemysl Otakar II. prostřednictvím purkrabího hradu Zvíkova Hirze (Hrze) přibližně kolem roku 1265 pod soutokem Vltavy a Malše, na nezastavěném a suchém místě obklopeném mokřady. Bylo vymezeno velké náměstí, síť ulic a postaven dominikánský klášter, záhy byly vystavěny brány a hradby. Blízká osada Budivojovice pak dala městu jméno.

Hospodářský význam města podpořil svými výsadami Karel IV. Vedle německých patricijů se zde začali prosazovat i němečtí měšťané. Na konci 14. století žilo v Českých Budějovicích asi 3000 obyvatel.

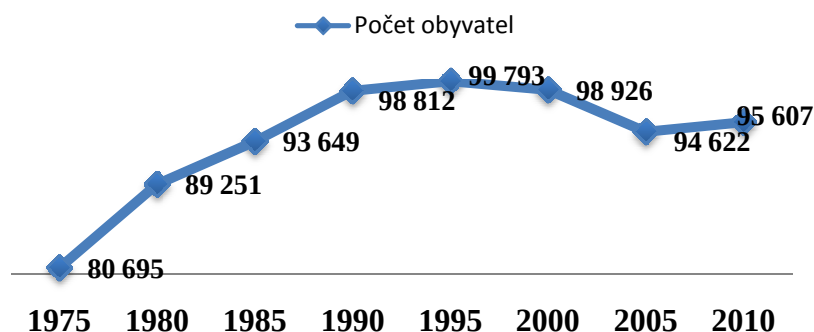
Až na konci 17. století se město začíná opět rozvíjet. Stává se také správním a církevním střediskem jižních Čech. Německý živel ve městě převládl, i když široké venkovské zázemí města zůstává české. České Budějovice na sebe v 18. století strhávají nejvýznamnější díl převozu soli z rakouské Solné komory do Čech. Sůl se v Českých Budějovicích překládala ze soumarů, povozů a od roku 1829 také z vozů koněspřežné železnice na nákladní lodě a vory plující po Vltavě do vnitrozemí.

Podniky těžkého průmyslu ve městě nevznikly, neboť v okolí nebyly k dispozici vhodné suroviny. Průmyslové podniky zde nejprve zakládají podnikatelé z Rakouska – v roce 1847 bratři Hardmuthové světoznámou „tužkárnu“ a také předkové Vojtěcha Lanny, významného investora a stavitele komunikací. Město se rozrůstá o nová předměstí. V roce 1871 je napojeno na železniční síť. Do Českých Budějovic přicházejí za prací tisíce obyvatel z českého venkova. V roce 1830 žilo ve městě 8000 obyvatel, a v roce 1900 už 37 000 obyvatel. Středně velké podniky lehkého a potravinářského průmyslu se orientují na výrobu kancelářských potřeb, smaltovaného nádobí, papíru a piva.

Při sčítání lidu v roce 1921 bylo ve městě sečteno 43 000 obyvatel. Na hospodářský rozvoj města nepříznivě dopadl vznik státní hranice česko-rakouské. Ulicovou zástavbou nevelkoměstského charakteru projížděla na dvou linkách tramvaj. Pro střední vrstvy obyvatel Českých Budějovic jsou stavěny řadové rodinné domy ve čtvrtích ležících východně od nádraží (Suché Vrbné, Vráto, Husova kolonie) a na levém břehu Vltavy (Čtyři Dvory).

Během let 1953 a 1989 výrazně rostl počet obyvatel. Bytová nouze 60. let byla vyřešena výstavbou rozsáhlých panelových sídlišť na severním a severozápadním okraji města pro přibližně 55 000 obyvatel. Vnitřek města se příliš neproměnil. V 90. letech 20. století prochází město změnami. Výrazně je omezena komplexní bytová výstavba. Výrazně klesl počet pracujících v dříve nosných průmyslových podnicích, naopak stále větší význam mají malé a střední podniky v obchodně průmyslových částech města.

Graf č. 1: Vývoj počtu obyvatel v Českých Budějovicích v letech 1975 - 2010



Zdroj: údaje o počtu obyvatel dostupné na World Wide Web:

<http://www.czso.cz/cz/obce_d/index.htm> [cit. 21.února.2011], vlastní zpracování

4.3. Historické památky

Město České Budějovice nabízí návštěvníkům nesčetné množství kulturních, historických i technických památek. Historické památky jsou obrazem dějin města a odráží patriotismus zdejších obyvatel. Ve městě se dochovaly památky ze všech slohových období. Typickou gotickou památkou je bývalý dominikánský klášter a hradební věž Železná panna. Renesanci představuje například Černá věž a budova zbrojnice. Radnice a Samsonova kašna jsou představitelé barokního umění. Podrobněji popisují památky následující kapitoly.

Náměstí Přemysla Otakara II.

Klenotem Českých Budějovic je jejich historické jádro (viz příloha č. 1) s množstvím cenných církevních i světových staveb, s gotickými, renesančními a hlavně pak barokními domy, s unikátně zachovalým podloubím ulice České, Plachého, Kněžské, Dr. Stejskala i kolem celého náměstí. Historické jádro je od roku 1980 památkovou rezervací a dnes se v něm nachází cca 250 kulturních památek.

Náměstí Přemysla Otakara II. (viz příloha č. 2) patří k nejkrásnějším náměstím v České republice. Má čtvercový tvar o rozměrech 133 x 133 metrů a rozloze 1 ha, ze všech stran je lemováno barokními měšťanskými domy s loubími. V jeho středu se nachází barokní Samsonova kašna (viz příloha č. 3) z 18. století se sochou Samsona zápasícího se lvem. Nedaleko kašny je v dlažbě zasazen tzv. bludný kámen (viz příloha č. 4), na jehož místě stávala ve středověku šibenice. Říká se mu bludný, neboť ten, kdo ho překročí po deváté večer, bude bloudit ulicemi města až do rána a nenajde cestu domů.

Historická radnice

Nejnápadnějším objektem je budova barokní radnice (viz příloha č. 5) na náměstí Přemysla Otakara II. postavená mezi lety 1727 - 1730 podle plánů schwarzenberského knížecího stavitele A. E. Martinelliho na místě starší renesanční radnice a dvou sousedních domů. Její průčelí je bohatě zdobené a na atice jsou umístěny sochy čtyř ctností v nadživotní velikosti: Moudrost, Opatrnost, Statečnost

a Spravedlnost. Na fasádě nelze přehlédnout měděné chrliče ve tvaru draků. V roce 1995 v rámci oslav 750. výročí založení města byla na prostřední věž instalována zvonkohra, která může hrát 41 melodií a ty lze různě kombinovat. V letech 1997 - 2000 proběhla rozsáhlá rekonstrukce radnice, při které bylo dostavěno nové radniční křídlo. Veřejnosti se otevřelo radniční nádvoří, kde je umístěna socha Augusta Zátky. V létě se na nádvoří pořádají kulturní akce pro děti i dospělé.

Černá věž

Nepřehlédnutelná dominanta města byla se svými 72 metry do nedávné doby nejvyšší stavbou ve městě. V minulosti sloužila jako zvonice a hláska. Černá věž (viz příloha č. 6) má celkem pět zvonů. V těsné blízkosti se nachází chrám sv. Mikuláše (viz příloha č. 7). Stavba Černé věže proběhla v letech 1549 - 1557. Renesanční věž plnila úlohu strážní věže a zvonice. Na věž vede 225 schodů. Po vystoupení těchto schodů je z výšky 45,67 metrů nádherný pohled na České Budějovice a okolí.

Piaristické náměstí

Působivé historické zákoutí, kde stojí nejstarší budovy města – dominikánský klášter s kostelem Obětování Panny Marie (viz příloha č. 8) z roku 1265 – nejstarší dochovaná památka města, k němuž z druhé strany přiléhá takzvaná Bílá věž a architektonicky pozoruhodná bývalá zbrojnice a solnice (viz příloha č. 9) z roku 1531. Dnes se v budově nachází Jihočeské motocyklové muzeum. V expozici je umístěno okolo 90 historických motocyklů od roku 1899, historická jízdní kola a další zajímavosti z oblasti letectví a automobilismu.

Městské opevnění

Výstavba městského opevnění byla zahájena patrně záhy po založení města v roce 1265. Vstup do města zajišťovaly tři věžové brány – Pražská, Rožnovská a Svinenská. Součástí obranného systému byla od počátku Mlýnská stoka, plnící funkci vodního příkopu, která obklopovala město z východní a severní strany. Většina městského opevnění zanikla v průběhu 2. poloviny 19. století. Do dnešní doby se zachoval souvislý úsek hlavní a parkánové hradby na západní straně městského jádra

s okrouhlou baštou Otakarkou (viz příloha č. 10) v dnešní Biskupské zahradě a baštou za domem čp. 66 v České ulici, zachována zůstala také malá Solná branka (viz příloha č. 11). Z druhé stavební fáze pocházejí dvě mohutné hranolové hradební věže – Železná panna (viz příloha č. 12) a Rabenštejnská věž (viz příloha č. 13).

4.4. Technické památky

Koněspřežní železnice České Budějovice – Linec

Budějovicko-linecká koněspřežní železnice byla vybudována v letech 1825 - 32 Františkem Josefem Gerstnerem a jeho synem Františkem Antonínem, později byla prodloužena do hornorakouského Gmündenu. V nákladní přepravě převládal sortiment jako např. gmündenská sůl, uhlí, dříví, jihočeští kapři apod. Kromě nákladu byla provozována také přeprava osob. Cesta z Českých Budějovic do Lince trvala 14 hodin (dnes stejně dlouhá trasa trvá autem cca 2 hodiny). Koněspřežka z Českých Budějovic do Lince byla v době, kdy vznikla, první nejdelší transkontinentální železnicí a první železnicí na evropské pevnině. Stala se tak v podstatě základem celoevropské železniční sítě a město České Budějovice tak lze považovat za kolébku evropských kontinentálních železnic.

Tužkárna KOH-I-NOOR Hardmuth

Společnost KOH-I-NOOR HARDTMUTH a. s. je v současnosti jedna z největších světových producentů a distributorů uměleckých, školních a kancelářských potřeb té nejvyšší kvality. Podnik založil Josef Hardtmuth roku 1790 ve Vídni, odkud byla výroba grafitových jader roku 1884 přesunuta do Českých Budějovic. Tužky KOH-I-NOOR slavily postupně úspěchy na různých světových výstavách, například roku 1885 v New Yorku, roku 1856, 1900 a 1925 v Paříži, 1862 v Londýně, 1882 ve Vídni nebo roku 1905 v Miláně. V široké nabídce společnosti je více než 4 500 druhů zboží.

Dlouhý most

Dlouhý most (viz příloha č. 14) přes řeku Vltavu je důležitou dopravní komunikací spojující centrum města s lokalitami na levém břehu a výstavištěm. Název „Duhový most“ je uváděn od roku 1369. Most byl zničen v roce 1741 ustupujícím rakousko-bavorským vojskem. Na stejném místě byl postaven most nový, jenž sloužil do roku 1880. Dále jej nahradil železný most v délce 85 m. Zvyšující se dopravní ruch si vyžádal jeho další přestavbu v letech 1930 - 32. Dlouhý most i dnes představuje hlavní mostní komunikaci jihočeské metropole. K poslední rekonstrukci mostu došlo v roce 1998, kdy byl původní most nahrazen novou konstrukcí podle návrhu pražského ateliéru Romana Koutského. Most dosahuje délky 96,5 m a výšky 18 m.

Vodárenská věž

Vodárenská věž (viz příloha č. 15), stojící na ploše 8,5 x 8,5 m, měla měděnou nádrž, osazenou ve výšce 32 m. Čerpadlo, poháněné vodním kolem, vytlačovalo vltavskou vodu do nádrže ve věži, odkud dále proudila samospádem do městských kašen. Významná rekonstrukce proběhla v roce 1897, kdy výkonné Girardovy turbíny umožňovaly dopravu vody přímo do městské vodovodní sítě. Menší část proudila do vodní věže, která ztratila svou původní funkci v 60. letech 20. století. Její hrázděná horní část je nepřehlédnutelným stavebním a architektonickým prvkem. Vodárenská věž stojí v těsné blízkosti Vltavy a tužkárny Hardtmuth.

4.5. Sportovní vyžití a rekreace

Sport je v Českých Budějovicích reprezentován širokou nabídkou možností, pasivních diváckých i aktivních pro milovníky pohybu. V letech 2009 – 2010 navíc město spustilo projekt České Budějovice – město sportu, podpořený dotací z Regionálního operačního programu Jihozápad. Cílem projektu je přitáhnout ke sportu širokou veřejnost a přiblížit jí sport nabídkou netradičních sportovně-kulturních společenských akcí.

Hlavními centry sportu jsou zimní stadion Budvar Arena (viz příloha č. 16) se dvěma samostatnými krytými halami s ledovou plochou, fotbalový stadion

na Střeleckém ostrově a Sportovní hala na Dlouhé louce. Milovníci vody vyhledají plavecký stadion (viz příloha č. 17) na Sokolském ostrově, který nabízí vedle relaxačního plavání i skoky do vody a tobogan. V létě slouží veřejnosti letní plovárna (viz příloha č. 18), která přiléhá k plaveckému stadionu. Další bazén mohou turisté navštívit i ve sportcentru Viva Sport. V jihočeské metropoli jsou dostupné i horolezecké stěny, jedna je otevřena v bývalých prostorách kina Jas na Lannově třídě. V Budějovicích funguje také areál plážových sportů Beach Paradise blízko sportovní haly.

V Českých Budějovicích lze provozovat různé druhy sportovních aktivit v následujících zařízeních:

Tabulka č. 1: Možnosti provozování sportovních aktivit v Českých Budějovicích

Druh sportu	Název provozovny	Adresa
Fitness	Sportcentrum Viva Fitnes	Pražská 1247/24
	Sportcentrum Zvonárna	Dobrovodská 1190
	Holiday Fitness Club	Pražská 67
Tenis	Tenis CB	Vltavské nábřeží 1
	SK Špaček	Osiková 3
Bowling	Tennis center – Martin Damm	Podskalí 878, Hluboká nad Vltavou
	Game zone bowling bar	sídlíště Vltava, Dlouhá 35
	Campus bowling bar	Cinestar, M. Horákové 1498
	Bowling Aqua	Podskalí 1021, Hluboká nad Vltavou
Golf	GK Hluboká nad Vltavou	náměstí ČSLA 26
Vodní sporty	SK vodní slalom ČB	umělá slalomová dráha Č. Vrbné
	Plavecký stadion a letní plovárna	Sokolský ostrov 4
	Sportcentrum Viva fitnes	Pražská 1247/24
	Letní plovárna	Dobrá Voda u Českých Budějovic
Hipoturistika	Letní plovárna	Hluboká nad Vltavou
	Jezdecký dvůr Halkovy Dvory	Halkovy Dvory
	Jezdecký dvůr Doubravice	Doubravice 58
	Jezdecká dvůr Ovčín	Ovčín 203
Adrenalinové sporty	Holiday Horses Club Agripod	Dvůr Vondrov 762
	Motokár centrum / Motokáry	Rošického 16
	Alfa Air (vyhlídkové lety)	letiště Hosín
	U rampa	Stromovka 1

Zdroj: Informační leták České Budějovice každý den, aktivně

České Budějovice leží v rovině, proto turisté i obyvatelé rádi využívají k dopravě po městě kolo. Cyklotrasy ve městě jsou označeny písmeny A – K. Mapa cyklotras a cyklostezek je k dispozici v příloze č. 19.

Tabulka č. 2: Cyklotrasy v Českých Budějovicích

Cyklotrasa	Popis trasy
Cyklotrasa A	Okruh okolo městského centra uzavírajícího část okruhu tvořeného cyklistickou stezkou číslo 12. Začátek trasy je připojen na cyklistickou stezku číslo 17 na nábreží řeky Malše u Jihočeského divadla. Trasa je vedena ulicemi Jirsíkova, Dukelská a Karla VI., poté přechází do souběhu s Mlýnskou a prochází parkem na Sadech.
Cyklotrasa B	Propojuje centrum města s obchodní zónou Strakonická.
Cyklotrasa C	Je vedena radiálně od centra města Jírovcovou ulicí – budoucí návaznost na trasu D mezi Pražským předměstím a Husovou kolonií.
Cyklotrasa D	Vedena tangenciálně po severním okraji vnitřního města, propojuje cyklotrasy B a C.
Cyklotrasa E	Spojuje centrum města a centrum čtvrti Suché Vrbné a dále pokračuje až na Rudolfovsou třídu.
Cyklotrasa F	Spojuje centrum města se Stromovkou a směrem k sídlišti Máj po stezce č. 1100.
Cyklotrasa G	Spojuje centrum města přes Dlouhý most se sídlištěm Šumava a Máj.
Cyklotrasa H	Zprostředkovává spojení pomocí trasy G se sídlištěm Vltava.
Cyklotrasa I	Propojuje cyklotrasy H a B.
Cyklotrasa J	Je vedena při okrajích stávajících místních komunikací a propojuje cyklotrasu I s cyklistickou stezkou č. 122 a dále s cyklotrasou B.
Cyklotrasa K	Vede po levém břehu řeky Malše směrem do Roudného.
Cyklotrasa L	Vede po levém břehu řeky Vltavy směrem do Litvínovic

Zdroj: Dostupné na World Wide Web:<<http://www.cb-info.cz/cz/mesto-bez-barier/stranky/cyklostezky.aspx>> [cit. 24.února.2011]

Z města vychází také několik cyklostezek, tou nejoblíbenější je cyklostezka č. 12 do Hluboké nad Vltavou, kterou vyhledávají nejen cyklisté, ale také in-line bruslaři. Trasa je vedená směrem severojižním podél řeky Vltava a je součástí mezinárodní cyklostezky, která vede přes naše území z Německa do Rakouska. Mezi další cyklostezky procházející městem patří: trasa č. 122 v severní části města po pravém břehu Vltavy směrem na Borek až do Třeboně, trasa č. 1018 vedená podél pravého břehu řeky Malše směrem na Římov, trasa č. 1050 směr Dobrá Voda Nové Hrady, trasa č. 1096 směr Rudolfov, trasa č. 1092 směr Litvínovice, Lipí, trasa č. 1100 směr Dubné a Holašovice, trasa č. 1108 směr Vrbenské rybníky, trasa č. 1120 směr Staré Hodějovice, Ledenice.

4.6. Přírodní atraktivita

Nejen památky, bohatou historii, či sídla bank a obchody, mohou návštěvníci a obyvatelé města Českých Budějovic navštívit. Město samo nabízí na svém území i několik zajímavých přírodních celků. Přímo v centru to jsou městské Sady, které tvoří prstenec po obvodu někdejšího barokního opevnění. Zelenou zónou vedoucí z centra města proti proudu na pravém břehu řeky Vltavy jsou takzvané Krumlovské aleje, které spojují Háječek se známým lesoparkem Stromovka. V Háječku je dnes letní kino, část zabraly i mrazírny a zimní stadion. Dříve byl místem korzujících „Budějčáků“, kteří do tamější zoologické zahrady (spíše zahrádky) vodili o nedělích své děti a vstřebávali kulturní požitky z hudby vyhrávající v dodnes zde stojícím altánku. Dnes mohou zajít do letního kina nebo si prohlédnout hvězdy na noční obloze z Hvězdárny (viz příloha č. 20), jež je na soutoku řek Vltavy a Malše.

Stromovka

Stromovka (viz příloha č. 21) je z hlediska ochrany přírody vyhlášena od 6. 12. 1992 jako „Významný krajinný prvek“. Jedná se o historicky utvářený prostor zeleně. Stromovka, jakožto území kulturně formovaného městského parku, plní funkci společenskou a kulturní. Je cílem odpočinku obyvatel města a turistů. Každoročně se zde koná letní Sochařské symposium. Díla sochařů v prahu zůstávají a zkrášlují jej.

Ve Stromovce se také nacházejí sportoviště, která nabízejí možnost sportovního odreagování se v příjemné přírodě, ale přesto přímo v metropoli. Cyklistům i chodcům slouží kvalitní asfaltové i zpevněné komunikace proplétající se lesoparkem. Ve Stromovce se také nachází vodní nádrž, která byla dříve využívána jako přírodní koupaliště.

Město České Budějovice plánuje do budoucna zrealizovat projekt Freetime park Stromovka. Cílem projektu je vybudování sportovního centra zaměřeného na tzv. streetové sporty pro účely aktivního trávení volného času dětí a mládeže. Projekt reaguje na nedostatečnou nabídku aktivit a prostorů pro uspokojení potřeb mladých lidí v Českých Budějovicích a odráží i současné sportovní trendy. V současné Stromovce

má být vybudováno následující: skatepark, streetballové hřiště, fotbalové minihřiště a beachvolejbalové hřiště, lanové centrum, dětské hřiště, BMX park pro bikery a multifunkční centrum s lezeckou stěnou.

Vrbenské rybníky

Další zajímavou lokalitou je přírodní rezervace Vrbenské rybníky (viz příloha č. 22). Jedná se o chráněné území situované na severozápadním okraji Českých Budějovic. Tvoří jej čtyři středně velké rybníky: Černiš, Domin, Starý Vrbenský rybník a Nový Vrbenský rybník. V roce 1993 byla na území přírodní rezervace vybudována přírodovědná naučná stezka „Po hrázích Vrbenských rybníků“.

Chráněné území Vrbenských rybníků slouží k ochraně velice cenného komplexu vodních, mokřadních a lučních ekosystémů. Rezervace je významná z botanického, entomologického a ornitologického hlediska. Dnes plní území Vrbenských rybníků významnou funkci biologického centra rozmanitosti a je jedním z nejvýznamnějších prvků územního systému ekologické stability v jihovýchodní části Českobudějovické pánve.

Tůň U Špačků

Lokalita Tůň U Špačků (viz příloha č. 23) byla dříve státní přírodní rezervace, a účinností zákona č. 114/92 Sb. O ochraně přírody a krajiny, byla přerazena do kategorie přírodní památka. Rozloha je cca 5 ha. Leží v katastrálním území Staré Hodějovice na jižním okraji města Českých Budějovic v nivě na pravém břehu řeky Malše. Je vyznačena mezníky se státním znakem jako přírodní památka.

4.7. Kulturní zařízení

Kina

Největším budějovickým kinem je **multikino Cinestar** (viz příloha č. 24) na sídlišti Máj. Uvádí premiéry, pravidelně se tu objevují hvězdy českého filmového nebe a od roku 2009 vysílá také ve 3D formátu. Prvním takovým filmem, který mohli lidé sledovat pomocí speciálních brýlí, byla Doba ledová 3.

Nástup velkých kin s několika sály ve městě přežilo jen jedno menší kino. Jmenuje se **Kotva** (viz příloha č. 25), nachází se na Lidické třídě blízko polikliniky Jih a představuje ukázkou kvalitní meziválečné architektury. Kotva však rozhodně nežije historií. V roce 2009 se dočkala nové digitální techniky, aby mohla rozšířit svou programovou nabídku. Vedle filmů promítá také živé přenosy z Metropolitní opery v New Yorku. To, jak je kino úspěšné dokládají čísla: každoročně sem přijde kolem čtyřiceti tisíc návštěvníků. Po multikinech tak patří mezi nejnavštěvovanější kina v zemi.

V létě mohou lidé v Budějovicích také využít možnosti promítání pod širým nebem. Po povodních v roce 2002 se podařilo obnovit **letní kino** blízko historického centra. V parku Háječek promítá vždy po setmění, cestu sem najde okolo šesti tisíc lidí za rok. Atmosféra je neopakovatelná – nedaleko odtud je soutok Vltavy s Malší, hvězdárna a především klidný park.

Divadla

Mezi instituce, které mají na české divadelní scéně zvučné jméno, patří **Jihočeské divadlo** (viz příloha č. 26). Zahrnuje čtyři samostatné umělecké soubory – činohru, operu, balet a od roku 2004 i soubor loutkohry. Místní herci vyjíždějí také do Českého Krumlova, kde v letní sezoně předvádějí své umění před otáčivým hledištěm v zámecké zahradě.

Velkým centrem, které žije i divadlem, se v poslední době stává budějovická **Bazilika**. V roce 2003 se podařilo zprovoznit kulturní klub **c. k. Solnice** v objektu bývalého Solného skladu v České ulici, kde se konají divadla, koncerty, výstavy nebo přednášky. V roce 2005 pak společnost otevřela svůj hlavní prostor – kulturní centrum Bazilika v objektu IGY na Pražské třídě. Už o rok později se tu pořádalo 173 akcí, Solnice jich zažila 184.

Vedle Jihočeského divadla a Baziliky funguje v Českých Budějovicích řada menších divadel, například **SUD – Studentské univerzitní divadlo** v Hroznově ulici. Na programu má divadelní představení, filmové semináře, literární večery a výstavy. Mezi nejslavnější menší soubory v jihočeské metropoli patří **J. K. Tyl**, jehož historie

sahá až do roku 1895, a v poslední době se prosazuje také například **Ženský amatérský spolek** (ŽAS), který sice sídlí v nedalekých Homolích, účinkuje v něm ale řada hereček z Budějovic.

Muzea a galerie

V Českých Budějovicích sídlí několik muzeí a desítky galerií. **Jihočeské muzeum** (viz příloha č. 27) se zaměřuje především na přírodní a společenské vědy. Vedle stálých expozic přírody, pravěku a středověku pořádá řadu krátkodobých výstav a vydává odborné publikace. Velký úspěch měla v roce 2009 Šumava Karla Klostermanna aneb Příběh šumavské podmalby. Jednalo se nejen o největší výstavní příhraniční projekt v Jihočeském kraji ve spolupráci s Horními Rakousy, ale také o akci, která se zařadila k nejvyhledávanějším v dějinách muzea. Pod Jihočeské muzeum spadá mimo jiné i **Muzeum koněspřežky** (viz příloha č. 28) v Mánesově ulici, zachycující dějiny unikátní spojnice mezi Českými Budějovicemi a Lincem.

Mezi oblíbená výstavní místa v Budějovicích patří **Jihočeské motocyklové muzeum** v budově zbrojnice na Piaristickém náměstí. Představuje pozoruhodnou sbírku historických motocyklů, k vidění jich tu je přes devadesát. V sousedství zbrojnice funguje **galerie Pod kamennou žábou**, která našla místo v unikátní polygonální baště. Okolo tisíc lidí ročně navštíví nedalekou **galerii U Schelů** v Panské ulici. Největšímu věhlasu se ovšem řadí **Alšova jihočeská galerie**; sídlí v ulici U Černé věže ve Wortnerově domě, pojmenovaném po rodině z Trhových Svinů, která objekt vlastnila v druhé polovině 19. století. Alšova jihočeská galerie ve svých sbírkách soustřeďuje především rozsáhlou kolekci gotického umění z jižních Čech a Šumavy a díla českého a evropského umění 16. až 20. století.

Kongresy, veletrhy a výstavy

České Budějovice jsou ideálním místem pro konání kongresů, incentivních akcí a veletrhů. Přispívá k tomu poloha a infrastruktura města, nabídka hlavních i doprovodných služeb a v neposlední řadě přitažlivost města a okolí jako turistického cíle. Budějovice nabízí dostatek prostorů pro konání těchto akcí (viz příloha č. 29).

Jedním z prostorů, kde je možné konat kongresové akce je již zmíněná Bazilika. Kulturní a kongresové centrum Bazilika je stavbou s téměř neomezenými možnostmi využití. Svými parametry je ideální prostorem určeným pro kongresovou turistiku. Její umístění v bezprostřední blízkosti obchodního centra s restauracemi, kavárnami, moderním fitness centrem vytváří komplexní a luxusní zařízení. Výhodou je dobrá dopravní dostupnost, Bazilika se nachází 10 minut od středu města a v těsné blízkosti největšího českobudějovického hotelu Gomel. Parkování je zde vyřešeno krytými parkovacími prostory v patrech pro 400 aut.

Dalším prostorem pro konání kongresů je Metropol (viz příloha č. 30). Metropol je spolehlivým partnerem pro pořádání nejrozličnějších kongresů, konferencí, symposií či seminářů. Svou strategickou polohou v centru města Českých Budějovic zaručuje také snadnou dostupnost. Vlakové a autobusové nádraží je vzdáleno přibližně 500 m. Těsně před objektem se nachází stanice hned několika linek MHD. Parkování je možné na parkovišti sousedícího hotelu U Tří lvů pro 25 aut, nebo je k dispozici parkoviště na Senovážném náměstí pro 90 aut. Samotné prostory Metropolu nabízejí variabilní možnosti jejich využití. Kapacita Metropolu je největší z kongresových zařízení v Jihočeském kraji. Mezi další prostory, které je možné využít pro konání kongresů, patří čtyřhvězdičkové hotely: nově zrekonstruovaný hotel Budweis, mezinárodní hotel Gomel, Grandhotel Zvon. Kongresovou aulu a prostory také nabízí Biologické centrum AV ČR a Jihočeská univerzita.

Nejrozsáhlejší výstavní plocha v Českých Budějovicích - Českobudějovické výstaviště - patří řadu let mezi přední organizátory výstav a veletrhů v České republice. Výstavní areál o rozloze 25 ha je situován v blízkosti centra Českých Budějovic při mezinárodní komunikaci E 55. Součástí lesoparkového areálu je 20 pavilonů o celkové rozloze 6 000 m². Volná výstavní plocha má rozlohu 22 000 m². Největší výstavy jsou Hobby jaro a podzim a Země živitelka. Kalendář pořádaných akcí 2011 je k dispozici v příloze č 31.

Kulturní akce pořádané městem

České Budějovice jsou místem, které se může pochlubit největším festivalem kultury v Čechách. **Léto České Budějovice** zahrnuje sérii akcí, které začínají 1. června na dětský den a končí začátkem září. Odehrávají se tu koncerty, divadelní vystoupení a jiné akce. Součástí je například festival pouličních umění **Svatý P. R. D.**, vícežánrový hudební festival **Múzy na vodě** na soutoku řek Malše a Vltavy nebo **Hudební slavnosti Emy Destinové**. V létě do Českých Budějovic pravidelně přijíždí **Kinematograf bratří Čadíků**, který několik dní sídlí na náměstí Přemysla Otakara II. a na improvizovaném plátně promítá filmy. Lidé je mohou sledovat z laviček, od kašny nebo z předzahrádek místních restaurací. Recesisté si zase užívají **Vodní hry** – netradiční závodění na Slepém rameni. V létě ožívují ulice také populární **Strašidelné pověsti města České Budějovice**, což je noční výlet centrem, kterým zábavnou formou seznámí zájemce s historií a legendami královského města. Další akce, které se plánují na rok 2011, jsou: 6. folklorní ples, Dny slovenské kultury, Masopust, Vynášení Morany a Slet čarodějnic.

Kluby a noční život

Návštěvníci Českých Budějovic mají několik možností, kam zajít večer na koncert. Oblíbeným cílem je klub Velbloud v ulici u Tří lvů; zaměřuje se zpravidla na vystoupení méně známých umělců. Intelektuály osloví prostředí c. k. Solnice v České ulici, vysokoškoláci vyhledávají především K2 na Sokolském ostrově, kam lidé chodí nejen poslouchat hudbu, ale i tančit. Mezi hudební kluby patří také Zeppelin heaven club na náměstí Přemysla Otakara II., Loop v ulici Karla VI., Mr. Brown na Solokském ostrově nebo Maxim v Biskupské ulici.

Klasické diskotéky v Českých Budějovicích spíše chybějí. K věhlasnějším podnikům patří Lucerna ve Skuherského ulici, kde se potkávají lidé několika věkových skupin. Pokud se tu netancuje, patří scéna známým interpretům. Osobnosti české i zahraniční hudební scény v Budějovicích vystupují také v kulturních domech – Metropolu, Slavii nebo Vltavě. Koncertům občas patří i Všesportovní hala a zimní stadion. Budvar Arenu proslavil například světově proslulý soubor Lord of the Dance.

České Budějovice poskytují návštěvníkům širokou nabídku ubytování v zařízených hotelech, penzionech nebo ubytování v soukromí. Levné a kvalitní ubytování lze najít také v tichých a klidných čtvrtích města České Budějovice. Ubytování je vhodné pro služební cesty, turistiku a také pro rodinnou dovolenou. Ubytování v okrajových částech města je charakteristické dobrou dopravní dostupností a dostatkem míst pro parkování. Kvalitní a komfortní ubytování nabízí hotely a penziony, které se nacházejí v centru města. Jejich služby za ubytování se však pohybují ve větší cenové relaci, než je tomu za ubytování v místech mimo centrum města České Budějovice. Aktuální počet hromadných ubytovacích zařízení v Českých Budějovicích s porovnáním se stavem v předchozích letech je přehledně znázorněn v následující tabulce.

Stav k 31.12.	Počet zařízení celkem	Hotel, motel, botel ****	Hotel, motel, botel ***	Hotel, motel, botel **	Hotel, motel, botel *	Hotel garni ****, ***, **,*	Penzion	Kemp	Ostatní zařízení
2000	41	2	13	1	-	3	15	1	5
2001	43	2	12	2	-	3	16	1	6
2002	43	4	10	2	-	2	16	1	7
2003	44	4	11	2	-	2	16	1	7
2004	46	4	11	2	-	2	17	1	8
2005	41	4	9	2	-	3	15	1	7
2006	42	4	9	3	-	3	15	1	7
2007	45	4	9	3	-	3	18	1	7
2008	42	4	9	3	-	3	16	1	6
2009	41	5	8	1	1	2	18	1	5

Mezi nejznámější hotely patří hotel Gomel (viz příloha č. 32). Hotel Gomel **** v roce 2004 kompletně zrenovovaný, je již po několik let jednou z dominant

centra Českých Budějovic. Celková kapacita hotelu je 204 pokojů, většinou dvoulůžkových, ve 26 pokojích je možnost třetího lůžka. V 16. patře vzniklo 11 zcela nových, klimatizovaných pokojů. Z těchto 11 pokojů jsou 3 pokoje zařízeny pro tělesně postižené hosty. Celý den mohou hosté využívat restauračních služeb s celkovým počtem 550 míst u stolu. Od března 2011 probíhá rekonstrukce hotelu, která bude dokončena 1. prosince 2011 a hotel dostane nové jméno – Clarion Congress Hotel ČB ****.

Kvalitní služby a luxusní ubytování nabízí jeden z nejznámějších hotelů v centru Českých Budějovic Grandhotel Zvon **** (viz příloha č. 33). Nachází se na náměstí Přemysla Otakara II. a tvoří tak ideální výchozí bod pro poznávací turistiku v jižních Čechách. Hotel pochází z roku 1533 a v roce 2009 byl kompletně zrekonstruován. Celková kapacita hotelu je 65 pokojů a hotel disponuje počtem 130 lůžek. Pokoje nazývané Executive a všechny veřejné prostory jsou klimatizovány. Hotel také nabízí pokrmy z vlastních bioproduktů, které hosté mohou ochutnat ve dvou hotelových restauracích. Bezbariérový přístup je samozřejmostí.

Dalším čtyřhvězdičkovým hotelem je Hotel Budweis (viz příloha č. 34). Nachází se přímo v historickém jádru města nedaleko náměstí Přemysla Otakara II. v klidné části u ústí slepého ramene řeky Malše. Historie budovy sahá až do 14. století, kdy na tomto místě stával mlýn. Hotel má 6 podlaží a disponuje celkem 60 bezbariérovými pokoji s výměrou od 23 do 26 m², z toho je 59 pokojů dvoulůžkových a jeden suite. Tři pokoje jsou uzpůsobeny pro handicapované. Hotel Budweis nabízí také možnost ubytování s domácími mazlíčky.

Certifikát od AHR ČR se čtyřmi hvězdičkami mají také hotely Malý Pivovar (viz příloha č. 35), Hotel Dvořák a nově otevřený Hotel Savoy. Seznam všech hromadných ubytovacích zařízení v Českých Budějovicích je k dispozici v příloze č. 36.

České Budějovice disponují cca 4,5 tis. lůžek ve 41 hromadných ubytovacích zařízeních. V Českých Budějovicích se ubytuje přibližně 10 % všech návštěvníků Jihočeského kraje. Tabulka č. 4 znázorňuje návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v Českých Budějovicích v jednotlivých letech. Na přelomu roku 2008 a 2009 je

viditelný nepatrný pokles počtu příjezdu hostů důsledkem hospodářské krize. Pokles i počet přenocování a průměrná doba pobytu činila v roce 2009 jen 2,8 dne.

Tabulka č. 4: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v Českých Budějovicích

	Počet příjezdů hostů	z toho rezidenti	Počet přenocování	z toho rezidenti	Průměrný počet přenocování	Průměrná doba pobytu	Čisté využití lůžek (%)	Využití pokojů (%)
2000	81 502	48 369	346 130	268 113	4,2	5,2	50,6	50,8
2001	93 930	40 539	179 024	84 882	1,9	2,9	39,2	46,6
2002	80 296	34 222	165 548	71 689	2,1	3,1	35,1	41,8
2003	84 913	37 805	161 634	70 216	1,9	2,9	28,7	35,3
2004	96 012	39 595	175 702	76 328	1,8	2,8	29,7	35,4
2005	98 297	36 904	167 815	68 047	1,7	2,7	25,4	29,0
2006	112 212	41 983	198 951	88 989	1,8	2,8	28,9	35,6
2007	115 037	42 787	195 484	83 389	1,7	2,7	28,8	36,2
2008	123 680	47 795	217 029	90 566	1,8	2,8	32,7	40,3
2009	108 386	41 622	190 351	77 358	1,8	2,8	30,3	36,7

Zdroj: Dostupné na World Wide Web:

<http://vdb.czso.cz/vdbvo/maklist.jsp?kapitola_id=654&vo=tabulka> [cit. 2.března.2011]

4.9. Stravovací služby

Stravovací služby plní v případě Českých Budějovic dvě klíčové funkce. Jednak se jedná o strategický turistický produkt a současně jde o významný imagetvorný prvek pro marketingovou komunikaci. Zdejší gastronomie je postavená na světoznámém pivě Budvar. Právě Budvar přiláká každoročně do Českých Budějovic spoustu českých i zahraničních turistů, kteří mohou závod Budvar navštívit během exkurze. Pivovar Budvar s vlastní expozicí vyvíjí nadprůměrnou aktivitu.

V letech 1995 - 1996 vyrostlo na pohledově dosti exponovaném místě při výjezdu z města po Pražské třídě na rohu ulice Karoliny Světlé nové administrativní centrum pivovaru Budějovický Budvar (viz příloha č. 37). V tomto centru mohou turisté navštívit již zmiňovanou multimediální expozici „Příběh budějovického piva“, která představuje historii vaření piva v Českých Budějovicích srozumitelnou a zábavnou formou. Historie města i pivovaru ožívá na velkoplošných plazmových obrazovkách,

v hologramech a na trojrozměrných projekcích. V kleci těžebního výtahu se návštěvníci virtuálně dostávají do hloubky 300 metrů pod zemský povrch. Dále je pro návštěvníky připravena prohlídka pivovaru i s ochutnávkou nepasterovaného a nefiltrovaného piva přímo z ležáckého tanku. České Budějovice jsou ale sídlem dvou pivovarů, z nichž ten druhý je často opomíjen. Jedná se o Budějovický měšťanský pivovar Samson nacházející se na Lidické třídě.

Silnou tradici má v Českých Budějovicích vybudováno také gastronomický festival Gastrofest, který v polovině listopadu přivádí do města několik tisíc návštěvníků. Tento festival oživuje město mimo letní sezónu a současně pomáhá šířit povědomí o Českých Budějovicích díky přítomnosti médií a zastoupení odborné veřejnosti.

České Budějovice jsou sídlem různých typů a druhů stravovacích zařízení. Turisté mají možnost navštívit restaurace tradičního typu, mezi které se řadí například Hostinec u Tří sedláků, Budvarka, Potrefená Husa, Zelená ratolest, Beseda, Pavlač, Zvonárna, Víno z Panské a Cafe de Comubia. Typické staročeské menu nabídne turistům restaurace Alchymista, Beran nebo Panský šenk. Milovníci italské kuchyně si přijdou na své v pizzerii Polo, Regina a Regina Due. V Českých Budějovicích nechybí ani restaurace mexického typu, mezi něž patří Hacienda Mexicana a Ameno. Menu na řecký způsob připravují restaurace Akropolis a Castella Ristorante. Čínské typy pokrmů nabízí restaurace Dlouhá zeď a Dračí zátoka. Pro rodiny s dětmi je ve městě několik restaurací s dětským koutkem, mezi které patří například Mléčný bar, McDonald's a Pavlač. Zeleninové a vegetariánské menu připravuje Zeleninový bar a Greenhouse. Ve městě se nachází také velké množství kaváren a cukráren, mezi nejznámější patří Vídeňská kavárna, Café Apollo, Segafredo, zmrzlinový bar Šrámek a další. Milovníci čaje mohou navštívit Dobrou čajovnu U Černé věže nebo čajovnu v Krajinské ulici. Pro nenáročné jsou ve městě k dispozici bufety a rychlá občerstvení.

Nejvyhledávanější restaurací v Českých Budějovicích jsou Masné krámy (viz příloha č. 38) se svou mnohaletou tradicí. Jedná se o nízkoúhelnou, za to však protáhlou rohovou budovu, která kdysi sloužila skutečně k prodeji masa a chleba. Na dlouhých pět

let byly Masné krámy v důsledku velké povodně v roce 2002 uzavřeny. Dne 5. prosince 2007 byla restaurace znovu otevřena. Masné krámy nabízejí hostům širokou nabídku jídel teplé i studené kuchyně. Mezi nejoblíbenější speciality patří pivovarský guláš, grilovaná žebra a pečené koleno. Tradiční českou kuchyni doplňuje řada originálních receptů, vegetariánské pokrmy a saláty. Jako jediná restaurace na světě nabízí Masné krámy kroužkovaný ležák Budweiser Budvar z tanků. Masné krámy mají kapacitu 170 návštěvníků.

4.10. Dopravní služby

České Budějovice jsou významnou křižovatkou silniční dopravy, která navazuje na Evropskou transportní síť. Příkladem je komunikace E 49 Německo – Plzeň – České Budějovice – Rakousko a E 55 Skandinávie – Česká republika (Praha – České Budějovice) – Rakousko – Itálie až Kréta. Mezi silnice 1. třídy se řadí silnice I/34 České Budějovice – J. Hradec – s napojením na D1 (Praha – Brno). V měsíci říjnu 2010 byl v Českých Budějovicích otevřen nový úsek této silnice propojující městské dopravní okruhy. Nově otevřený úsek má ulevit frekventované výpadovce na Prahu a zbavit kolon Rudolfovskou ulici. Plánem do budoucna je vybudování dálnice D3 Praha – České Budějovice – Rakousko.

Tabulka č. 5: Přibližné vzdálenosti a doby trvání cesty vozem z vybraných měst do Českých Budějovic

Výchozí bod	Vzdálenost	Doba trvání
Praha	150 km	2 hod. 30 min.
Vídeň	200 km	3 hod. 45 min.
Linz	95 km	1 hod. 55 min.
Mnichov	330 km	5 hod. 20 min.
Pasov	130 km	2 hod. 55 min.

Zdroj: Dostupné na World Wide Web: <<http://www.czechconvention.cz/Jihocesky-kraj/>> [cit. 4.března.2011]

Provoz placených parkovišť svěřilo město firmě Jihočeská parkovací, která je dceřinou společností Vinci Park CZ. Od května 2009 je možné platit parkování

prostřednictvím mobilního telefonu, pomocí elektronické peněženky DZone (za stejnou cenu). Službu zákazníci ocení například, pokud u sebe zrovna nemají drobné nebo na dálku potřebují prodloužit parkovací dobu. Parkovací plochy jsou rozděleny do dvou tarifních zón. V zóně A se platí za první hodinu 30 Kč a za každou další 60 Kč. V zóně B se platí za každou započatou hodinu 10 Kč. Přehled parkovacích míst a parkovacích automatů je uveden v příloze č. 39.

Významnou dopravní společností v rámci jihočeského kraje je ČSAD JIHOTRANS a.s. České Budějovice. Společnost vlastní více než 100 autobusů a na více než 1 000 spojích najede v průběhu roku skoro 6 mil. km. 59 autobusových linek je regionálních, 3 dálkové a 2 mezinárodní. Celkem je v českbudějovickém regionu 562 zastávek. Výhodou je zavedení elektronické peněženky pro cestující. Jedná se o moderní a komfortní bezhotovostní úhradu jízdného, která zajišťuje zrychlené odbavování cestujících. Centrem autobusové dopravy je nově postavené autobusové nádraží s parkovištěm AMS (automatizovaný místenkový systém) a informačním systémem ABUS. Nádraží se nachází v blízkosti vlakového nádraží na střeše Mercury centra.

Neméně důležité je fungování přepravy osob ve městě. Městská hromadná doprava v Českých Budějovicích oslavila v roce 2009 své 100. narozeniny. Za tuto dobu se oprávněně stala nezbytnou součástí infrastruktury. Současná MHD je zajišťována trolejbusy na 6 linkách o celkové délce 59,3 km, na které v pracovní dny při plném provozu vyjíždí 38 vozů a další dva jsou připraveny jako pohotovostní. Trolejové vedení dosahuje délky 63 km, včetně manipulačních úseků. Celkem je ve vozovně udržováno 37 kloubových trolejbusů. V prosinci 2005 poprvé vyjela nová řada moderních nízkopodlažních kloubových trolejbusů, kterých je v současné době v provozu 15 kusů. Autobusy zajišťují dopravu na 13 linkách o celkové délce 165 km. V pracovní dny vyjíždí do ulic 61 vozů a další čtyři jsou každý den připraveny pro zálohové nasazení. Autobusové linky zajíždějí do 15 příměstských obcí a dvou měst (Rudolfov a Hluboká nad Vltavou), které jsou zařazeny do vnějšího tarifního pásma. Vozidla MHD ročně najedou v Českých Budějovicích cca 6 milionů km a přepraví cca 40 milionů cestujících. Ceny jízdného jsou znázorněny v následující tabulce.

Tabulka č. 6: Tarif jízdného MHD v Českých Budějovicích

Doba Splatnosti	20 minut	40 minut	60 minut	24 hodin	20 minut prodej u řidiče
1. Osoba starší 16-ti let věku a důchodce do 70-ti let věku	12 Kč	14 Kč	16 Kč	40 Kč	20 Kč
2. Děti od 6-ti do 15-ti let (včetně)	6 Kč	7 Kč	8 Kč	20 Kč	10 Kč
3. Zavazadlo o rozměrech větších než 25x40x60 cm, zvířata, dětský kočárek	6 Kč	6 Kč	6 Kč	20 Kč	10 Kč

Zdroj: Dostupné na World Wide Web:< <http://www.dpmcb.cz/info-pro-cestujici/tarif-jizdneho-mhd/>>
[cit. 3.března.2011]

Českými Budějovicemi prochází také železniční uzel, který je významnou dopravní křižovatkou v železniční síti České republiky. Do uzlu České Budějovice zaústí 5 železničních tratí sítě Českých drah, z toho 4 tratě celostátní a 1 trať regionální (ČB – Kájov – Volary). Důležitý železniční koridor spojující České Budějovice s Prahou byl uveden do provozu v roce 2009. Na lince jezdí pravidelně mezinárodní vlaky intercity, zajišťují komfort cestujících, cesta trvá cca 2 hodiny 20 minut.

6 kilometrů od Českých Budějovic, směrem na Český Krumlov, se nachází mezinárodní Letiště České Budějovice, které je jako jediné místo na jihu Čech umožňuje letecké spojení s celým světem. Letiště má v současné době licenci na provozování neveřejného mezinárodního letiště s vnější hranicí a je způsobilé pro lety za viditelnosti ve dne. Na dva a půl kilometru dlouhé dráze mohou přistávat letadla do rozpětí křídel 36 metrů. Celní a pasovou službu, je třeba hlásit 24 hodin předem. Důkladná modernizace a rekonstrukce, kterou právě letiště prochází, jej zařadí do rodiny standardních mezinárodních leteckých přístavů. Po dokončení bude Letiště České Budějovice připraveno na odbavení středně velkých dopravních letadel, včetně zajištění pravidelných i charterových letů.

4.11. Turistické informační centrum

Turistické informační centrum se nachází na náměstí Přemysla Otakara II. č. 2 přímo v objektu českobudějovické radnice. Otevírací doba v hlavní turistické sezóně je od pondělí do pátku 8:30 až 18:00, v sobotu 8:30 až 17:00 a v neděli 10:00 až 16:00, přičemž hlavní turistickou sezónou se rozumí období od 1. června do 30. září. V mimosezóně, tedy od 1. října do 31. května je centrum otevřeno pondělí až středa od 9:00 do 17:00, úterý, čtvrtek a pátek od 9:00 do 16:00 a v sobotu od 9:00 do 13:00. Mimo sezonu je informační centrum v neděli uzavřeno.

Turistické informační centrum nabízí návštěvníkům bezplatný informační servis v oblasti turistického ruchu – pamětihodnosti, kulturu, dopravní spojení (kontakty na pronajímatele automobilů, mikrobuse a autobusů) a nejdůležitější informace o městě. Dále nabízí průvodcovský servis, tedy prohlídky města na objednávku, exkurze v místním pivovaru Budvar a také prohlídky radnice s průvodcem v českém, anglickém a německém jazyce. Centrum poskytuje také informace o ubytování a stravování v Českých Budějovicích a okolí. Zavedením systému CBsystem si mohou zájemci rezervovat vstupenky na kulturní akce v Českých Budějovicích, v Třeboni i jinde. V CBsystemu, který je dostupný na webové stránce www.cbssystem.cz se prodávají všechna představení Jihočeského divadla, tedy i na Otáčivém hledišti v Českém Krumlově. Informační centrum dále nabízí prodej telefonních karet, pohlednic, map, brožur, videokazet, DVD, turistických známek, upomínkových předmětů s tematikou jižních Čech a další doplňkový prodej. Výhodou pro návštěvníky centra města je volný přístup k internetu na 30 minut a nově je zde také možno platit kartou.

5. Terénní šetření

Ke sběru primárních dat byla zvolena metoda dotazování. Dotazování bylo provedeno v měsících červen až září 2010. Dotazník (viz příloha č. 40) obsahoval otevřené i uzavřené otázky a hodnocení na základě významu.

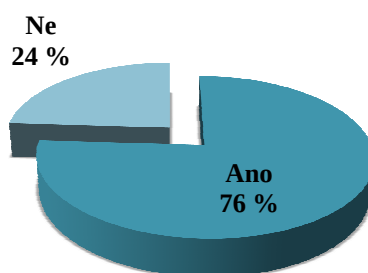
Dotazníkové šetření probíhalo v několika fázích. Nejprve byl dotazník vyplněn pilotně 20 respondenty a pak proběhly jeho drobné korektury. Tento upravený konečný dotazník byl umístěn online na internet, kdy odkaz na vyplnění dotazníku byl rozeslán náhodným respondentům. Další dotazníkové šetření proběhlo přímo v terénu tj. v centru Českých Budějovic formou osobního dotazování. Několik dotazníků bylo také umístěno v Turistickém informačním centru v Českých Budějovicích. Všechny vyplněné dotazníky byly souhrnně vyhodnoceny pomocí programu Microsoft Office Excel 2007.

První otázka se týkala atraktivity města České Budějovice z hlediska cestovního ruchu. Respondenti měli uvést, co shledávají na Českých Budějovicích atraktivního popřípadě neatraktivního. Dotazník navazoval otázkou, zda respondenti již někdy České Budějovice navštívili a s kým. V této části dotazníkového šetření byli respondenti, kteří Budějovice ještě nenavštívili, vyřazeni z dalšího dotazování z důvodu podmínky návštěvy. Následovala otázka ohledně délky pobytu v Českých Budějovicích a volby typu ubytování. Další otázka se zabývala návštěvností z hlediska ročního období a následující dvě se vztahovaly ke kvalitě ubytovacích a stravovacích služeb. Neméně důležitá byla otázka týkající se nejčastější zvolené náplně pobytu turistů v Českých Budějovicích a také otázka zjišťující stav informovanosti o památkách a hodnocení podávání informací v Turistickém informačním centru. Důležitou otázkou byla otázka zjišťující názory respondentů na propagaci Českých Budějovic v rámci cestovního ruchu České republiky. Respondenti také měli možnost vyjádřit se k nedostatku v oblasti služeb, tedy co v Českých Budějovicích nejvíce postrádají. Další otázka zjišťovala, jestli by návštěvníci uvítali možnost nabídky balíčku služeb k pobytu v Českých Budějovicích. Poslední tři otázky se týkaly pohlaví, věku a bydliště respondentů.

5.1. Vyhodnocení dotazníkového šetření

Graf č. 2: Atraktivnost Českých Budějovic pohledem turistů

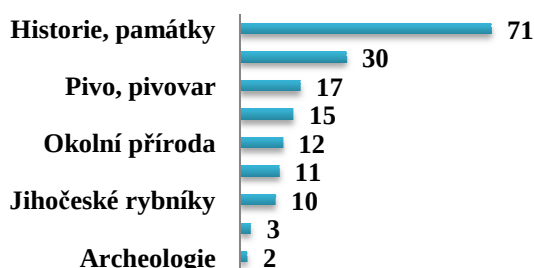
Jsou pro Vás České Budějovice atraktivním místem z hlediska cestovního ruchu?



Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 3: Důvody atraktivnosti ČB

Pokud ano, z jakého důvodu?



Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 4: Důvody neatraktivnosti ČB

Pokud ne, z jakého důvodu?



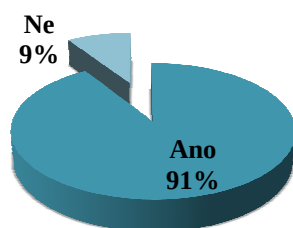
Zdroj: Vlastní šetření

Z předchozích tří grafů vyplývá, že celkový počet dotazovaných činil celkem 225 respondentů, z nichž 76 % (tj. 171 dotazovaných) považuje město České Budějovice z hlediska cestovního ruchu za atraktivní. Zbýlých 24 % respondentů (tj. 54) označilo České Budějovice za oblast neatraktivní z hlediska cestovního ruchu. Atraktivitu Českých Budějovic vidí dotazovaní především v bohaté historii města a českobudějovických památkách (71 dotazovaných). Jako další důvody atraktivnosti Českých Budějovic uvedli dotazovaní zábavu, kulturní vyžití a tradici budějovického piva. Patnáct dotazovaných označilo České Budějovice za metropoli jižních Čech a dvanáct dotazovaných uvedlo, že lákavá je také okolní příroda. Ostatní ještě zmínili dobré podmínky pro provozování sportu, možnost navštívit jihočeské rybníky nebo si

prohlédnout zajímavé prvky architektury a archeologie v Českých Budějovicích. Respondenti, kteří se vyjádřili negativně, za největší problém označili malé množství památek a velkou dojezdovou vzdálenost do Českých Budějovic. Šest dotazovaných odpovědělo neutrálně a dalších šest si myslí, že město je málo propagováno. Tři lidé si stěžovali na špatné spojení a dva lidé označili město za nezajímavé.

Graf č. 5: Návštěvnost Č. Budějovic

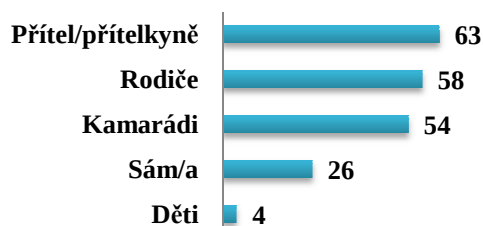
Už jste někdy navštívil/a České Budějovice?



Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 6: S kým ČB turisté navštívili

S kým jste České Budějovice navštívil/a?



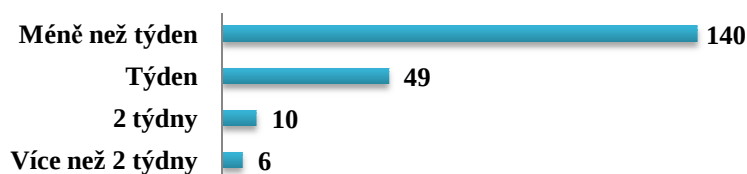
Zdroj: Vlastní šetření

Z grafů č. 4 a 5 lze říci, že 91 % dotazovaných (tj. celkem 205) už České Budějovice navštívilo a 9 % (tj. 20) ještě ne. Respondenti, kteří město nenavštívili, byli v této části dotazníkového šetření požádáni, aby dotazník dále již nevyplňovali. Následující grafy se tedy týkají zbylých 205 respondentů, kteří město navštívili.

Na otázku, s kým jste České Budějovice navštívil/a, odpovědělo 63 respondentů s přítelem nebo s přítelkyní, 58 respondentů s rodiči, 54 respondentů s kamarády, 26 respondentů navštívili České Budějovice sami a 4 respondenti navštívili České Budějovice se svými dětmi.

Graf č. 7: Délka pobytu v Českých Budějovicích

Jak dlouhá byla doba Vašeho pobytu v ČB?



Zdroj: Vlastní šetření

Většina dotazovaných pobyla v Českých Budějovicích méně než týden, a to konkrétně 140 dotazovaných. Na jeden týden navštívilo České Budějovice 49 dotazovaných a na dva týdny 10 dotazovaných. Po dobu delší než dva týdny se zde zdrželo pouze 6 dotazovaných.

Graf č. 8: Ubytování turistů v Českých Budějovicích



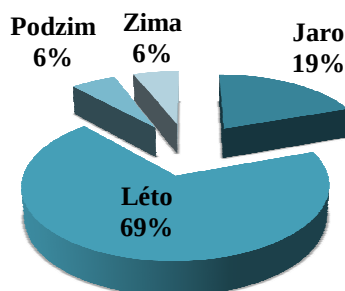
Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 7 znázorňuje, kde se dotazovaní ubytovali. 51 respondentů využilo možnost ubytování u příbuzných, 46 respondentů se ubytovalo v penzionu a 35 respondentů zvolilo ubytování v soukromí. 27 dotazovaných se v Českých Budějovicích vůbec neubytovalo a 26 dotazovaných využilo služby hotelu. Kemp a motel si lidé jako ubytování volili nejméně.

Na otázku, z jakého důvodu jste zvolil/a právě tento typ ubytování, respondenti odpovídali následovně: ubytování u příbuzných si volili nejčastěji, protože je zdarma a rychle vyřízené a přitom ještě navštíví své známé a přátele. Penzion byl druhý nejčastější typ ubytování díky přijatelné ceně, pohodlí a dobrému prostředí pro ubytování rodin s dětmi. U soukromého ubytování označili respondenti výhody jako klidnější prostředí, nízká cena a více soukromí než např. v hotelu. Při jednodenním výletu se dotazovaní neubytovali. Hotel byl respondenty označen za nejkvalitnější ubytování v pohodlí a komfortu, s možností stravování. Ubytování v hotelu volili dotazovaní především na doporučení od známých. Ubytování v kempu se shodli na tom, že tento typ ubytování je nejlevnější, v přírodě, s dostatkem míst pro každého a nejvhodnější např. při sjíždění řeky.

Graf č. 9: Návštěvnost Českých Budějovic z hlediska ročního období

V jakém ročním období jste České Budějovice navštívil/a?



Zdroj: Vlastní šetření

Pro návštěvu Českých Budějovic volilo 69 % respondentů (tj. celkem 141) letní turistickou sezónu. Druhým nejčastějším obdobím bylo jaro. V jarním období navštívilo České Budějovice 19 % dotazovaných (tj. celkem 40). Podzim a zima nejsou příliš oblíbená roční období pro turisty v Českých Budějovicích. V těchto chladných částech roku navštívilo České Budějovice na podzim 6 % respondentů i v zimě také 6 % (tj. celkem 12).

Graf č. 10: Kvalita ubytovacích služeb

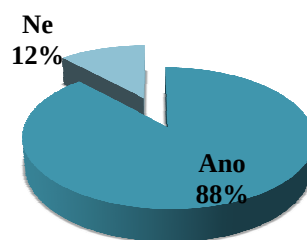
Jste spokojeni s kvalitou ubytovacích služeb v Českých Budějovicích?



Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 11: Kvalita stravovacích služeb

Jste spokojeni s kvalitou stravovacích služeb v Českých Budějovicích?

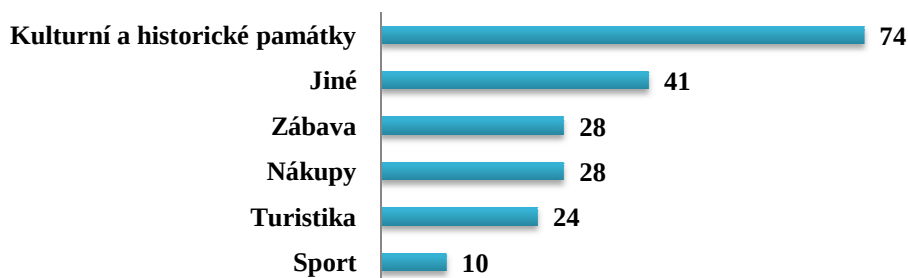


Zdroj: Vlastní šetření

97 % dotazovaných (tj. celkem 198) je s kvalitou ubytovacích služeb naprosto spokojeno. Jen 3 % respondentů (tj. 7) nejsou spokojeni s kvalitou těchto služeb. Kvalitu stravovacích služeb hodnotí dotazovaní také velmi dobře. 88 % (tj. 181) všech dotazovaných je s poskytováním stravovacích služeb spokojeno, 12 % dotazovaných (tj. 24) si myslí, že kvalita těchto služeb není dostatečná.

Graf č. 12: Náplň pobytu turistů v Českých Budějovicích

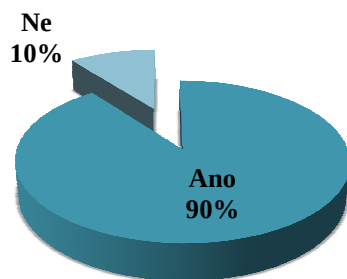
Jaká byla náplň Vašeho pobytu v Českých Budějovicích?



Zdroj: Vlastní šetření

Turisty nejvíce láká navštívit českobudějovické kulturní a historické památky. V dotazníkovém šetření to uvedlo celkem 74 respondentů. 41 dotazovaných by v Českých Budějovicích navštívilo něco jiného, konkrétně respondenti nejčastěji uváděli návštěvu známých, služební cestu nebo přijímací řízení na Jihočeskou univerzitu. Za zábavou do Českých Budějovic přijelo 28 návštěvníků, stejně tak jako za nákupy. Turistika přilákala do Českých Budějovic 24 dotazovaných a sport 10 lidí.

Graf č. 13: Jsou pro Vás informace o památkách v ČB dostačující?

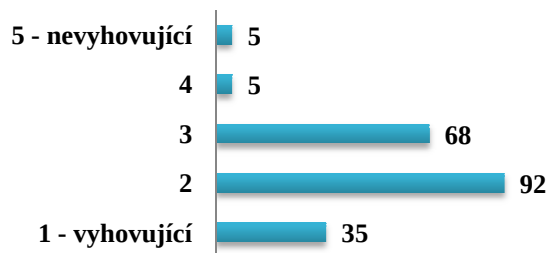


Zdroj: Vlastní šetření

90 % turistů (tj. celkem 184) je spokojeno s aktuálním poskytováním informací o památkách v Českých Budějovicích. 10 % turistů (tj. celkem 21) si myslí, že by tyto informace měly být poskytovány lépe a více. Poskytování informací v Turistickém

Graf č. 14: Hodnocení podávání informací v Turistickém informačním centru v ČB

Jak hodnotíte podávání informací v Infocentru v Českých Budějovicích?

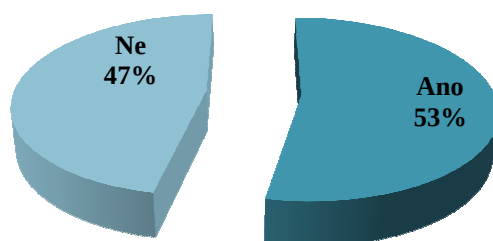


Zdroj: Vlastní šetření

informačním centru v Českých Budějovicích hodnotí turisté nejčastěji známkou 2 a 3. Průměrná známka poskytování informací činí 2,28.

Graf č. 15: Úroveň propagace města České Budějovice

Jsou podle Vás České Budějovice dostatečně propagovány v rámci cestovního ruchu České republiky?

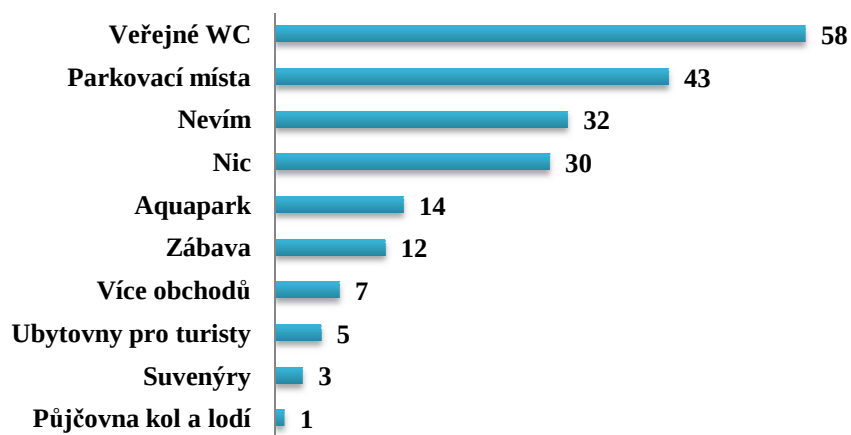


Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 14 zobrazuje odpovědi respondentů na otázku, jestli jsou podle nich České Budějovice dostatečně propagovány v rámci cestovního ruchu České republiky. 53 % (tj. 109) respondentů odpovědělo ano a 47 % (tj. 96) odpovědělo ne.

Graf č. 16: Nedostatky v oblasti služeb v Českých Budějovicích

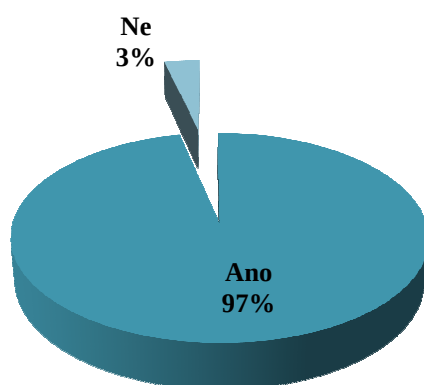
Co prostrádáte v oblasti služeb v Českých Budějovicích?



Zdroj: Vlastní šetření

Turisté v Českých Budějovicích nejvíce postrádají veřejné WC. Na tomto problému se shodlo 58 respondentů z celkového počtu 205, tedy necelá jedna třetina dotazovaných. Jako druhý nejčastější problém označili turisté nedostatek parkovacích míst. 32 dotázaných se vyjádřilo neutrálně. 30 dotázaných odpovědělo, že jim v oblasti služeb v Českých Budějovicích nic nechybí. 14 dotázaných v Českých Budějovicích postrádalo aquapark a dvanácti chyběla zábava. Jako další nedostatky v oblasti služeb označili respondenti např. málo obchodů, nedostatek ubytoven pro turisty, nedostatek prodejen se suvenýry a nedostatek půjčoven kol a lodí.

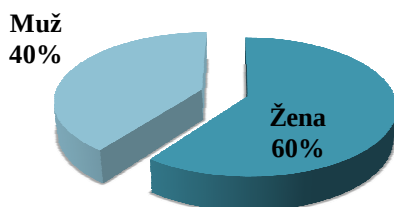
Graf č. 17: Uvítali byste možnost nabídky balíčku služeb (zájezdu) k pobytu v Českých Budějovicích?



Zdroj: Vlastní šetření

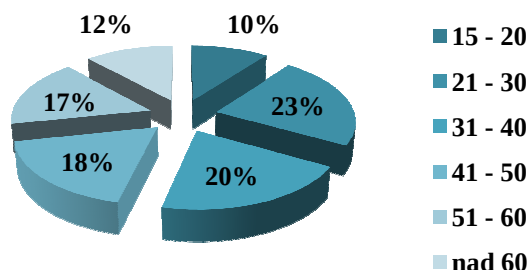
Z celkem 205 respondentů 97 % (tj. 198) uvedlo, že by rádi uvítali nabídku balíčku služeb k pobytu v Českých Budějovicích. Mezi turisty se ale také našla 3 % lidí (tj. 7), kteří raději cestují individuálně a svůj program pobytu si plánují sami.

Graf č. 18: Pohlaví respondentů



Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 19: Věk respondentů



Zdroj: Vlastní šetření

Graf č. 20: Struktura respondentů podle krajů



Zdroj: Vlastní šetření

Z celkem 205 respondentů bylo 60 % žen a 40 % mužů, což odpovídá počtu 120 žen a 85 mužů. Věková struktura respondentů je zastoupena rovnoměrně ze všech druhů věkových skupin. Nejvíce respondentů pocházelo ze Středočeského kraje v počtu 31, následoval kraj Plzeňský zastoupený v počtu 27, Ústecký v počtu 25, Moravskoslezský v počtu 22, a dále kraje Královéhradecký, Pardubický, Zlínský, Karlovarský, kraj Vysočina, Liberecký kraj, Jihočeský kraj (mimo Českých Budějovic), Jihomoravský kraj a kraj Olomoucký. Vzorek respondentů obsahoval tedy turisty ze všech částí České republiky.

5.2. Shrnutí terénního šetření a vyhodnocení zkoumaných hypotéz

Z výsledků terénního šetření lze vytvořit profil návštěvníka Českých Budějovic. Nejčastějším návštěvníkem Českých Budějovic je žena ve věku 21 – 30 let ze Středočeského kraje, cestuje spolu se svým partnerem za účelem návštěvy kulturních a historických památek a to v hlavní turistické sezóně, ubytuje se nejčastěji u příbuzných a pobyt v Českých Budějovicích trvá méně než týden.

Na začátku této práce byly stanoveny tři hypotézy, které byly díky terénnímu šetření interpretovány následovně: hypotéza, že turisté přijíždějí do destinace s cílem návštěvy historických a kulturních památek, byla terénním šetřením potvrzena, jak vyplývá z grafu č. 2 a z grafu č. 11. Druhá hypotéza zněla: turisté se ubytují nejčastěji v penzionu. Tato hypotéza nebyla potvrzena. Turisté se podle šetření nejčastěji ubytují u příbuzných, nikoli v penzionu, jak vyplývá z grafu č. 7. Třetí hypotéza: turisté navštěvují destinaci nejvíce v turistické sezóně, byla potvrzena. Téměř 70 % všech turistů navštívilo České Budějovice v letní turistické sezóně, jak znázorňuje graf č. 8.

6. Návrhy a opatření

České Budějovice jsou označovány jako jihočeská metropole díky své centrální poloze v regionu jižní Čechy. Jsou největším a nejrozvinutějším městem v tomto regionu, je tedy zřejmé, že z hlediska rozvoje cestovního ruchu jsou na vysoké úrovni. Vždy je ale co zlepšovat a i cestovních ruch v Českých Budějovicích má své slabé stránky, jak vyplynulo z provedené situační analýzy a terénního šetření.

České Budějovice jsou mezi lidmi známé především svým historickým centrem s řadou krásných památek. Problémem ale je, že tyto památky zůstávají v pozadí dalších památek v jihočeském kraji. Historickým jádrem se může pochlubit spousta měst v České republice a takových památek je dostatek, proto jsou památky v Českých Budějovicích považovány spíše za klasické. V dnešní době se lidé zajímají o opravdové unikáty a chtějí spatřit něco jedinečného, co je zaujme. Takovým unikátem je například památka UNESCO. Dá se tedy předpokládat, že turisté sice navštíví České Budějovice, ale jejich dalším cílem bude nedaleký zámek v Českém Krumlově zapsaný na seznam kulturního dědictví. Absence památky UNESCO v Českých Budějovicích je velkou nevýhodou z hlediska cestovního ruchu. České Budějovice se tak často stávají spíše bodem, ze kterého návštěvníci vyjíždějí za poznáním do blízkého okolí. Turisty mimo Český Krumlov zajímá také zámek Hluboká nad Vltavou, jihočeské rybníky a okolní příroda. K vyřešení daného problému by mohla přispět vhodnější forma propagace Českých Budějovic jako celku a zaměřit se na všechny atraktivity, nejen historické, ale například i na sportovní, zábavní a v neposlední řadě kulturní.

Hlavní nedostatek v oblasti propagace je, že České Budějovice jsou propagovány především v místě, nikoli po celé republice. Turistické informační centrum disponuje řadou kvalitních propagačních materiálů i v cizojazyčných mutacích, ale problémem je, že tyto materiály jsou dostupné pouze zde a částečně i na oficiálních stránkách města České Budějovice. Vizí města je do budoucna propagovat České Budějovice v tzv. „balíčkách“ jako město zážitků, město kongresů a veletrhů, chuť staleté tradice, město kultury, univerzitní město a město mladých, město bez bariér.

Velkým přínosem by v budoucnu mohla být kvalitnější a větší propagace Českých Budějovic na veletrzích cestovního ruchu.

České Budějovice disponují velkým množstvím kvalitních ubytovacích kapacit, ale dražší hotely nejsou turisty příliš využívány, jak vyplývá z dotazníkového šetření. Tyto hotely jsou využívány hlavně zahraniční klientelou a podnikateli. Průměrná cena za noc ve čtyřhvězdičkovém hotelu se pohybuje okolo 2 100 Kč. Lidé tedy volí častěji levnější typ ubytování, nejčastěji u příbuzných, soukromé ubytování nebo ubytování v penzionu. Z dotazníkového šetření vyplývá, že většina turistů volí ubytování u příbuzných, tedy ubytování zadarmo. Z hlediska cestovního ruchu je tento trend negativní, protože město tak přichází o příjmy, které by turisté museli vynaložit jako výdaje při poskytnutí placených ubytovacích služeb. S tím souvisí i další problém, a to zkracující se délka pobytu turistů v Českých Budějovicích. Turisté zde pobývají krátkou dobu a někteří z nich jsou pouze turisté tranzitující. Nejčastěji turisté uváděli, že se zde zdrželi po dobu méně než týden a z provedené situační analýzy lze potvrdit, že průměrný počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních byl v roce 2009 jen 1,8 dne a průměrná doba pobytu 2,8 dne. Před deseti lety tato čísla činila 4,2 a 5,2. Problém neustále se zkracující délky pobytu turistů v Českých Budějovicích nelze jednoznačně vyřešit, dotýká se ho hlavně systém ekonomiky České republiky, rostoucí inflace, zdražování služeb a zvyšování sazeb DPH.

Největší problém turisté spatřují v dopravní infrastruktuře jak města samotného, tak jeho okolí. Cesta do Českých Budějovic je problematická z důvodu neexistence dálnice a tak trvá mnohem déle, než by mohla. To může odradit od návštěvy Českých Budějovic například turisty ze vzdálenějších míst České republiky nebo turisty ze zahraničí. Město sice plánuje výstavbu dálnice D3, která by propojila České Budějovice na severu s Prahou a na jihu s Rakouskem, ale tato prognóza je do budoucna velmi nejistá. Stejně tak město plánuje modernizaci a již započatou rekonstrukci letiště, které by pak mohlo být schopno odbavit středně velká dopravní letadla, ale otázkou je, kdy tyto plány budou skutečně zrealizovány. Oba projekty jsou finančně náročné a tak by bylo dobré zaměřit se nejdříve na infrastrukturu ve městě samotném. Turisté, jak vyplývá z terénního šetření, zde nejvíce postrádají veřejné toalety a parkovací místa.

Na celé centrum města připadá pouze 583 placených parkovacích míst a zaparkovat zdarma je zde téměř nemožné. Do budoucna by bylo zcela určitě výhodné zvýšit počet parkovacích míst alespoň na dvojnásobek. V oblasti infrastruktury města je také nutné zavést více veřejně přístupných toalet, protože je to nejčastější problém, kteří turisté v dotazníku uvedli.

Pro budoucí vývoj cestovního ruchu v Českých Budějovicích by nebylo špatné pozastavit se nad myšlenkou výstavby aquaparku. V jižních Čechách se nachází pouze jeden nevýznamný aquapark menší velikosti v Táboře. Aquapark v Českých Budějovicích by tak neměl velkou konkurenci a jeho výstavba by mohla být důležitým krokem k získání více návštěvníků Českých Budějovic. České Budějovice jsou nejvíce navštěvovány v hlavní turistické sezóně, tedy v létě. Aquapark by mohl v budoucnu zajistit vyšší návštěvnost i v mimosezóně například v zimních měsících, kdy do Českých Budějovic přijíždí jen minimum návštěvníků. Tím by se vyrovnal podíl návštěvnosti z hlediska sezónnosti a České Budějovice by tak svou nabídkou mohly být pro určitý segment návštěvníků atraktivní i v zimě.

7. Příprava nového produktu

Pro přípravu nového produktu byla zvolena cílová skupina senioři. Seniorský cestovní ruch je cestovní ruch starší generace – seniorů. Senioři jsou segmentem, pro který je charakteristický dostatek volného času a dostatečný kupní fond, zejména v ekonomicky vyspělých státech (výše důchodu, životní úspory), mohou proto cestovat delší dobu a častěji. Senioři mají své potřeby, zájmy a cíle, jsou méně pohybliví, vyžadují zvláštní nabídku obvykle ve formě balíčku služeb, vyšší standard ubytování, speciální jídla, přiměřenou náročnost programu a příjemnou atmosféru. Preferují určité formy dovolené, například poznávací zájezdy, lázeňské a ozdravné pobyty, lodní zájezdy, dlouhodobé pobyty obzvláště v zimním období, ale i návštěvy příbuzných a přátel, čímž se liší od ostatních skupin návštěvníků. Protože starších lidí stále přibývá, cestovní ruch i celá řada dalších odvětví se začíná specializovat na tuto skupinu populace, pro jejíž označení se začal používat i termín „Silver economy“ nebo označení „turisté třetího věku“. (Orieška: 2010: 347, 348)

Produkt je určen pro seniory z Plzně, kteří mají zájem poznat České Budějovice a jejich okolí. Poznávací pobyt je zaměřen na historické a kulturní památky, kulturní představení, jihočeské slavnosti, prohlídky zámků, ale také návštěvu třeboňských lázní. Termín zájezdu je 22. – 24. července 2011. Byl sestaven program zájezdu a jeho kalkulace:

Název zájezdu: Krajem harmonické přírody a bohatých památek

1. den: 8:00 – 10:00 transport autokarem z Plzně do Českých Budějovic, 10:00 ubytování hostů v Penzionu Centrum, 12:00 oběd ve vyhlášené restauraci Masné krámy, po obědě procházka historickým centrem s průvodcem (cca 2 hodiny) a prohlídka historické radnice s odbornou přednáškou, pro aktivní seniory možnost vystoupení na Černou věž, večer představení v Jihočeském divadle (19:00)
2. den: 7:00 – 8:00 snídane, 8:30 odjezd přímo od penzionu směr Holašovice – Holašovické slavnosti, zde prohlídka selského baroka, starých řemesel –

kovářství, sklářství, keramika, ruční výroba šperků, zdobení perníků, občerstvení jihočeskými specialitami, 12:00 odjezd do Českého Krumlova, prohlídka historického centra a zámecké zahrady, posezení v kavárně, kolem 17:30 návrat do Českých Budějovic, od 18:30 večeře, po večeři pro zájemce Strašidelné pověsti města ČB

3. den: 7:00 – 8:00 snídaně, po snídani zabalení zavazadel a naložení do autokaru, 8:30 odjezd směr Hluboká nad Vltavou, prohlídka zámku a zámecké zahrady, občerstvení v místní restauraci, 13:00 odjezd směr Třeboň lázně Aurora – koupání cca 2,5 hodiny, 17:30 odjezd směr Plzeň

7.1. Kalkulace

A Nepřímé náklady:

Doprava:

1. den: transport Plzeň České Budějovice: $137 \text{ km} \times 35 \text{ Kč} = 4\,795 \text{ Kč}$
čekací doba na další den: 8 hodin: $32 \times 20 \text{ Kč} = 620 \text{ Kč}$
2. den: čekací doba od 6:00 do 8:30: $10 \times 20 \text{ Kč} = 200 \text{ Kč}$
transport České Budějovice Holašovice: $17,5 \text{ km} \times 35 \text{ Kč} = 613 \text{ Kč}$
čekací doba v Holašovicích 3 hodiny: $12 \times 20 \text{ Kč} = 240 \text{ Kč}$
transport Holašovice Český Krumlov: $24,1 \text{ km} \times 35 \text{ Kč} = 844 \text{ Kč}$
čekací doba v Českém Krumlově 4 hodiny: $16 \times 20 \text{ Kč} = 320 \text{ Kč}$
transport Český Krumlov České Budějovice: $25,4 \text{ km} \times 35 \text{ Kč} = 889 \text{ Kč}$
3. den: čekací doba od 6:00 do 8:30: $12 \times 20 \text{ Kč} = 200 \text{ Kč}$
transport České Budějovice Hluboká nad Vltavou: $11,3 \text{ km} \times 35 \text{ Kč} = 396 \text{ Kč}$
čekací doba v Hluboké nad Vltavou 4 h 15 minut: $17 \times 20 \text{ Kč} = 340 \text{ Kč}$
transport Hluboká nad Vltavou Třeboň: $33,9 \text{ km} \times 35 \text{ Kč} = 1\,187 \text{ Kč}$
čekací doba v Třeboni 4 hodiny: $16 \times 20 \text{ Kč} = 320 \text{ Kč}$
transport Třeboň Plzeň: $159,9 \text{ km} \times 35 \text{ Kč} = 5\,597 \text{ Kč}$

Riziko objížděk: $5 \% \text{ z } 13\,321 \text{ Kč} = 716 \text{ Kč}$

Riziko neobsazenosti: kapacita autokaru 50 osob, z toho $20 \% = 40$ osob

Kilometrovné bez rizika celkem 14 321 Kč, kilometrovné s rizikem 15 037 Kč

Parkovné: 1000 Kč, odměna řidiče: 3000 Kč

Náklady na dopravu celkem: **21 277 Kč**

Odměna průvodce: 3000 Kč, povinné smluvní pojištění 100 Kč/Os. (100 x 50 = 5 000 Kč) → Nepřímé náklady celkem 29 277 Kč, na osobu 732 Kč (29 277 : 40)

Vzhledem k tomu, že se jedná o produkt navrhovaný pro seniory, cestovní kancelář spolu s Klubem důchodců Plzeň zažádala Městský úřad města Plzně o sponzorský dar jako příspěvek na částečné splacení nákladů na dopravu. Finanční dar činil 10 000 Kč. Náklady na dopravu po započtení daru: **11 277 Kč** → nepřímé náklady celkem: **19 277 Kč** → nepřímé náklady na osobu: **482 Kč**

Přímé náklady:

Ubytování + stravování: ubytování ve dvoulůžkových pokojích se snídaní, cena za osobu na noc 700 Kč, cena za 2 noci 700 Kč x 2 = **1400 Kč/Os.** včetně DPH, při obsazení alespoň 20 dvoulůžkových pokojů penzionu bude započtena sleva pro seniory 200 Kč za osobu na noc, tzn. že celková cena činí **1000 Kč/Os.** za 2 noci.

Vstupné:

odborná přednáška a prohlídka radnice....100 Kč/Os.

Černá věž..... 25 Kč/Os.

představení v Jihočeském divadle..... 150 Kč/Os.

Holašovické slavnosti..... 80 Kč/Os.

Strašidelné pověsti města ČB..... 210 Kč/Os, skupinová sleva 10 %, 50 x 210 = 10 500 Kč, sleva 10 %: 10 500 – 1050 = 9 450 Kč, na osobu cca 9 450 : 50 = 189 Kč.

vstupné do lázní Aurora.....200 Kč/Os.

Kč vstupné celkem.....**744 Kč/Os.** včetně DPH

Celkové čisté náklady na osobu 2 876 Kč (732 Kč + 1400 Kč + 744 Kč)

Marže 25 %.....719 Kč (2 876 x 0,25)

Konečná cena produktu.....3 595 Kč (2 876 + 719)

V následující tabulce je znázorněno porovnání ceny produktu pro běžného zákazníka a pro zákazníka seniora.

Tabulka č. 7: Cena produktu pro běžného zákazníka a zákazníka seniora

	Původní cena – běžný zákazník	Nová cena (zákazník senior)
Náklady na dopravu	21 277 Kč	11 277 Kč (započten sponzorský dar)
Nepřímé náklady celkem	29 277 Kč	19 277 Kč
Nepřímé náklady na osobu	732 Kč	482 Kč (19 277 : 40)
Přímé náklady: ubytování	1 400 Kč/Os.	1 000 Kč/Os. (500 x 2)
Přímé náklady: vstupné	744 Kč/Os.	744 Kč/Os.
Přímé náklady celkem	2 144 Kč/Os.	1 744 Kč/Os. (1 000+744)
Celkové náklady na osobu	2 876 Kč/Os.	2 226 Kč/Os. (1000+744+482)
Marže CK 25 %	719 Kč/Os.	557 Kč/Os. (2 226 x 0,25)
Konečná cena produktu	3 595 Kč/Os.	2 783 Kč/Os. (2 226+55)
Konečná cena po úpravě	3 590 Kč/Os.	2 790 Kč/Os.

Zdroj: Vlastní zpracování

Cena produktu pro běžného zákazníka není nijak zvýhodněná, proto činí 3 590 Kč. Naproti tomu, cena produktu pro seniora, je v porovnání s cenou pro běžného zákazníka o 900 Kč nižší a činí tedy 2 790 Kč. Zvýhodněná cena produktu pro seniory spočívá hlavně v poskytnutí sponzorského peněžitého daru od městského úřadu v hodnotě 10 000 Kč na částečné pokrytí nákladů na dopravu. Je třeba zdůraznit, že produkt pro seniory musí být přizpůsoben jednak z hlediska programu (např. nenáročnost, časová flexibilita, příjemná atmosféra, nabídka služeb), ale také z hlediska ceny. Za základní cenu (cenu pro běžného zákazníka) by mnoho seniorů o tento produkt neprojevovalo zájem. Je tedy třeba hledat různé způsoby zvýhodnění, ať už formou sponzorských darů, tak také formou slev na některé vstupné pro důchodce. Vždy je nutno tyto slevy do produktu tvořeného pro seniora započítat a vytvořit tak cenově výhodnější produkt.

8. Závěr

České Budějovice jsou historické a královské město s vynikajícím potenciálem v oblasti kultury, tradicí pivovarnictví a výstavnictví a poskytují dobré zázemí pro rozvoj turistické nabídky. České Budějovice jsou metropolí jihočeského kraje a současně turistického regionu jižní Čechy, jsou umístěny v zajímavé a turisticky oceňované přírodně-historické oblasti.

Hlavním cílem práce bylo analyzovat cestovní ruch v dané oblasti s důrazem na zázemí této oblasti. Cestovní ruch v Českých Budějovicích je charakteristický svou vysokou úrovní rozvoje, je zastoupen mnoha druhy cestovního ruchu, které zde návštěvníci mohou provozovat. Nejvýznamnější složku cestovního ruchu v Českých Budějovicích tvoří nabídka kulturně-historických služeb, přičemž návštěvníci nejvíce vyhledávají historické objekty. Kulturní cestovní ruch je charakteristický svou bohatou nabídkou pro návštěvníky v podobě kin, divadel, muzeí a nabídkou kulturních akcí. Další důležitou složkou z hlediska nabídky je významná tradice pivovarnictví a výstavnictví. České Budějovice jsou známé právě především výrobou piva Budvar proslaveného po celém světě. Oblíbenost pivovaru Budvar stále roste. Českobudějovické výstaviště patří řadu let mezi přední organizátory výstav a veletrhů, z nichž nejnavštěvovanější jsou Hobby jaro a podzim a Země živitelka. V nedávné době se v Českých Budějovicích dostal do popředí i kongresový a incentivní cestovní ruch. Tyto druhy cestovního ruchu jsou dnes považovány za velký potenciál v oblasti rozvoje cestovního ruchu v Českých Budějovicích.

České Budějovice nabízí také velmi dobré možnosti k provozování rekreačního a sportovního cestovního ruchu. Návštěvníci zde mají k dispozici rozsáhlou síť cyklotras a cyklostezek, možnost rekreace u vody na letní plovárně, ale i v přírodě díky nespočetnému množství jihočeských rybníků. Sport mohou návštěvníci provozovat i pasivně, například formou sledování hokejových utkání v místní Budvar Areně. Návštěvníci se mohou těšit i z provozování dobrodružného cestovního ruchu v podobě vyhlídkových letů, tandemových seskoků či vodního slalomu.

Díky malebné okolní přírodě a přírodnímu charakteru krajiny zde má svou tradici také rybářský a myslivecký cestovní ruch. Okolní příroda a zajímavá místa v okolí města jsou také častým cílem turistů. Za nejzajímavější místa lze považovat město, státní hrad a zámek Český Krumlov, zoologickou zahradu Hluboká nad Vltavou, zámek Hluboká nad Vltavou a Holašovice. Nepřímo je zde zastoupen i lázeňský a zdravotní cestovní ruch, protože nedaleko Českých Budějovic se nachází lázeňský komplex v Třeboni.

České Budějovice disponují velkým počtem nákupních center a středisek, a tak sem návštěvníci cestují také za nákupy díky značné dostupnosti mnoha obchodů. Mimoto České Budějovice jsou právem označovány jako centrum vzdělanosti, protože se zde nachází velký počet středních, vyšších odborných a vysokých škol, z nichž nejvýznamnější je Jihočeská univerzita.

Vysoce rozvinutá je zde i úroveň služeb především ubytovacích a stravovacích. České Budějovice disponují celkem počtem 41 hromadných ubytovacích zařízení všech kategorií. Komfort a kvalitu těch nejlepších hotelů oceňuje i zahraniční klientela. Infrastruktura stravovacích zařízení je velmi rozmanitá, město nabízí velké množství druhů těch nejrůznějších restaurací, od restaurací tradičního typu až po mexické, řecké či italské pokrmy. Z hlediska dopravních služeb je známo, že České Budějovice jsou významnou křižovatkou silniční a železniční dopravy.

Dalším cílem práce bylo nalézt skrytý potenciál cestovního ruchu v Českých Budějovicích. I přes vysoký stupeň rozvinutosti cestovního ruchu v Českých Budějovicích, se našlo několik skrytých možností pro zkvalitnění nabídky cestovního ruchu. Za nevyužitý potenciál se dá považovat zejména neexistence aquaparku, jak zmínili někteří respondenti v dotazníkovém šetření. To znamená, že pro aktivaci tohoto potenciálu by se mělo v nejbližší době začít uvažovat o jeho projektu a výstavbě. Skrytý potenciál je také částečně spojen s příhraniční polohou města, a tak se dá očekávat, že do budoucna navštíví České Budějovice ještě více zahraniční klientely, než tomu bylo dodnes. Podmínkou pro růst počtu zahraničních návštěvníků je ovšem nutnost zkvalitnění propagace města a větší proniknutí na zahraniční trhy cestovního

ruchu. Bylo by vhodné nalézt nové formy propagace, které se nezaměřují jen na propagaci v místě a v České republice, ale právě na propagaci v zahraničí. Skrytý potenciál je možné spatřit i v aktuálním stavu náboženského cestovního ruchu a církevní turistiky. Pro tento druh cestovního ruchu by bylo relevantní vytvořit ucelenou nabídku a podpořit tak vznik nového produktu s touto tematikou. České Budějovice a jejich okolí mají významné předpoklady pro rozvoj náboženského cestovního ruchu, které dodnes zůstávají nepříliš využity.

9. Summary

České Budějovice is a historical and royal city with an excellent cultural potential. There are lots of shopping centres and department stores in the city. České Budějovice is called the centre of education because of the residence of the South Bohemian university. České Budějovice provides a good background for developing the touristic offer. The city is situated in the south of Bohemia and it has become the metropolis of the South Bohemian region. The city also lies in an interesting and touristically appreciated area because of its nature and historical location.

The main object of the bachelor work was the analysis of tourism in this area focusing on area's background. Tourism in České Budějovice is characterised for the level of tourism development. Tourism is represented by various activities, which the visitors can do here. The most important part of the tourism in České Budějovice is the offer of cultural and historical services, which are often the most attractive for the visitors. Cultural tourism in České Budějovice is featured by many cinemas, theatres, museums and cultural programmes. Another important part of the tourism here is the brewery tradition and a very good exhibition area. České Budějovice is worldwide known for the production of beer called Budweiser Budvar. Nowadays České Budějovice has also an excellent potential in congress and business events. Visitors can do many kinds of sports e.g. cycling through and around the city or adrenalin sports like water slalom, panoramic flights and parachute jumping. They can also relax at the South Bohemian ponds, which are typical for the South Bohemian region. České Budějovice provides a high quality of accommodation and dietary infrastructure.

Next object of the bachelor work was to find a potential of the tourism in České Budějovice. According to my questionnaire research, many respondents mentioned the one potential could probably be the missing water park. The other latent potential are tourists from abroad – they could visit České Budějovice more often on condition that the city will be better promoted on the foreign market. The last latent potential is a low level in the field of religious tourism. It would be a good to propose a special product related to this specific theme.

10. Seznam použité literatury

BOUČKOVÁ, J. a kol. *Marketing*. Praha: C. H. Beck, 2003. 432 s. ISBN 80-7179-577-1.

ČERTÍK, M. *Cestovní ruch – vývoj, organizace, řízení*. Praha: OFF s.r.o., 2001. 352 s. ISBN 80-238-6275-8.

GOELDNER, CH. K., RITCHIE, J. R. *Tourism: principles, practices, philosophies*. Hoboken: John Willey a Sons, 2009. 624 s. ISBN 978-0-470-08459-5.

HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3.

HESKOVÁ, M. a kol. *Unikátní technické atraktivity jižních Čech*. Praha: Profess Consulting, 2006. 182. s. ISBN 978-80-7259-053-7.

HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2003. 200 s. ISBN 80-247-0447-1.

HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.

KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.

KOTLER, P. *Marketing Management*. Praha: Grada Publishing, 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.

KOVÁŘ, D. *České Budějovice. Průvodce městem a jeho okolím*. Praha: freytag & berndt, 2005. 126 s. ISBN 80-7316-182-6.

KOVÁŘ, D. *České Budějovice. Krok za krokem*. České Budějovice: freytag & berndt, 2010. 47 s. ISBN 978-80-8623-622-3.

ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.

PALATKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.

PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2002. 488 s. ISBN v knize neuvedeno

Internetové zdroje:

Oficiální stránky statutárního města České Budějovice a magistrátu města dostupné na World Wide Web:<<http://www.c-budejovice.cz>> [cit. 16.února.2011]

Server BudWeb.cz dostupný na World Wide Web:<<http://www.budweb.cz>> [cit. 20.února.2011]

Turistický portál města České Budějovice dostupný na World Wide Web:<<http://www.cb-info.cz>> [cit. 20.února.2011]

České Budějovice – Jihočeský kraj dostupné na World Wide Web:<<http://www.ceske-budejovice-jihocesky-kraj.cz/>> [cit. 20.února.2011]

Portál České Budějovice dostupný na World Wide Web:<<http://www.portalceskebudejovice.cz/>> [cit. 16.února.2011]

Časopis Geografické rozhledy dostupný na World Wide Web:<<http://www.geografickerozhledy.cz/galerie/casopis/24-1163337830.pdf>> [cit. 20.února.2011]

Jihočeský-kraj.cz dostupný na World Wide Web:<<http://www.jihocesky-kraj.cz/obce.asp?obec=1&historie=1>> [cit. 20.února.2011]

Regionální informační servis dostupný na World Wide Web:<<http://www.risy.cz/cs>> [cit. 20.února.2011]

ČSAD Jihotrans dostupné na World WideWeb:

<<http://www.jihotrans.cz/cz/autobusova-doprava/>> [cit. 23.února.2011]

Výstaviště České Budějovice a.s. dostupné na World Wide Web:

<<http://www.vcb.cz/vystaviste.php?cze/vystavy-2011/>>[cit. 23.února.2011]

Kam zajít.cz dostupné na World Wide Web:

<<http://www.kamzajit.cz/mesto/ceske-budejovice.php>> [cit. 23.února.2011]

Tůně u Špačků dostupné na World Wide Web:

<<http://www.tuneuspacku.wz.cz/>> [cit. 16.března.2011]

Město České Budějovice – ubytování dostupné na World Wide Web:

<<http://ubytovani.c-budejovice.cz/stranky/seznam.aspx?page=2>> [cit.16.března.2011]

Jihočeské letiště České Budějovce a.s. dostupné na World Wide Web:

<http://www.airport-cb.cz/index.php?art=page&art_id=34&lang=>[cit. 16.března.2011]

Czech Convention Bureau dostupné na World Wide Web:

<<http://www.czechconvention.cz/Jihocesky-kraj/>> [cit. 16.března.2011]

Veřejná databáze ČSÚ dostupná na World Wide Web:

<http://vdb.czso.cz/vdbvo/maklist.jsp?kapitola_id=653&vo=tabulka>

[cit.16.března.2011]

Propagační materiály:

Informační leták *České Budějovice každý den – ubytování*. Turistické informační centrum České Budějovice

Informační leták *České Budějovice každý den – aktivně*. Turistické informační centrum České Budějovice

Informační leták *České Budějovice každý den – načerpejte energii*. Turistické informační centrum České Budějovice

Informační leták *České Budějovice každý den – nová informace*. Turistické informační centrum České Budějovice

Informační leták *České Budějovice každý den – Radnice*. Turistické informační centrum České Budějovice

Informační leták *Přijďte k nám, tady je Budweiser Budvar doma*. Turistické informační centrum České Budějovice

Informační leták *Městský rezervační systém*. Turistické informační centrum České Budějovice

11. Seznam tabulek a grafů

Seznam schémat:

Schéma č. 1: Systém cestovního ruchu A	str. 13
Schéma č. 2: Systém cestovního ruchu B	str. 14
Schéma č. 3: Služby v cestovním ruchu	str. 17
Schéma č. 4: Základní kroky marketingového výzkumu	str. 20
Schéma č. 5: „P“ služeb	str. 20

Seznam map:

Mapa č. 1: Geografické vymezení Českých Budějovic	str. 23
Mapa č. 2: Turistický region Jižní Čechy	str. 23

Seznam tabulek:

Tabulka č. 1: Možnosti provozování sportovních aktivit v Českých Budějovicích	str. 30
Tabulka č. 2: Cyklotrasy v Českých Budějovicích	str. 31
Tabulka č. 3: Počet hromadných ubytovacích zařízení v Českých Budějovicích	str. 38
Tabulka č. 4: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v Českých Budějovicích	str. 40
Tabulka č. 5: Přibližné vzdálenosti a doby trvání cesty vozem z vybraných měst do Českých Budějovic	str. 42
Tabulka č. 6: Tarif jízdného MHD v Českých Budějovicích	str. 44
Tabulka č. 7: Cena produktu pro běžného zákazníka a zákazníka seniora	str. 62

Seznam grafů

Graf č. 1: Vývoj počtu obyvatel v Českých Budějovicích v letech 1975 – 2010	str. 25
Graf č. 2: Atraktivnost Českých Budějovic pohledem turistů	str. 47
Graf č. 3: Důvody atraktivnosti ČB	str. 47
Graf č. 4: Důvody neatraktivnosti ČB	str. 47

Graf č. 5: Návštěvnost Č. Budějovic	str. 48
Graf č. 6: S kým ČB turisté navštívili	str. 48
Graf č. 7: Délka pobytu v Českých Budějovicích	str. 48
Graf č. 8: Ubytování turistů v Českých Budějovicích	str. 49
Graf č. 9: Návštěvnost Českých Budějovic z hlediska ročního období	str. 50
Graf č. 10: Kvalita ubytovacích služeb	str. 50
Graf č. 11: Kvalita stravovacích služeb	str. 50
Graf č. 12: Náplň pobytu turistů v Českých Budějovicích	str. 51
 Graf č. 13: Jsou pro Vás informace o památkách v ČB dostačující?	str. 51
Graf č. 14: Hodnocení podávání informací v Turistickém informačním centru v ČB	str. 51
Graf č. 15: Úroveň propagace města České Budějovice	str. 52
Graf č. 16: Nedostatky v oblasti služeb v Českých Budějovicích	str. 52
Graf č. 17: Uvítali byste možnost nabídky balíčku služeb (zájezdu) k pobytu v Českých Budějovicích?	str. 53
Graf č. 18: Pohlaví respondentů	str. 53
Graf č. 19: Věk respondentů	str. 53
Graf č. 20: Struktura respondentů podle krajů	str. 54

12. Seznam příloh

Příloha č. 1: Historické jádro Českých Budějovic	str. 26
Příloha č. 2: Náměstí Přemysla Otakara II.	str. 26
Příloha č. 3: Samsonova kašna	str. 26
Příloha č. 4: Bludný kámen	str. 26
Příloha č. 5: Radnice	str. 26
Příloha č. 6: Černá věž	str. 27
Příloha č. 7: Chrám sv. Mikuláše	str. 27
Příloha č. 8: Dominikánský klášter s kostelem Obětování Panny Marie	str. 27
Příloha č. 9: Solnice	str. 27
Příloha č. 10: Otakarova bašta (Otakarka)	str. 28

Příloha č. 11: Solná branka	str. 28
Příloha č. 12: Železná panna	str. 28
Příloha č. 13: Rabenštejnská věž	str. 29
Příloha č. 14: Dlouhý most	str. 29
Příloha č. 15: Vodárenská věž	str. 29
Příloha č. 16: Budvar Arena	str. 29
Příloha č. 17: Plavecký stadion	str. 30
Příloha č. 18: Letní plovárna	str. 30
Příloha č. 19: Cyklotrasy – mapa	str. 31
Příloha č. 20: Hvězdárna a planetárium	str. 32
Příloha č. 21: Lesopark Stromovka mapa	str. 32
Příloha č. 22: Přírodní rezervace Vrbenské rybníky – naučná stezka	str. 33
Příloha č. 23: Tůně U Špačků na mapě	str. 33
Příloha č. 24: Multikino CineStar České Budějovice	str. 33
Příloha č. 25: Kino Kotva	str. 34
Příloha č. 26: Jihočeské divadlo	str. 34
Příloha č. 27: Jihočeské muzeum	str. 35
Příloha č. 28: Muzeum koněspřežky	str. 35
Příloha č. 29: Kongresové prostory v Českých Budějovicích	str. 35
Příloha č. 30: Budova Metropolu, prostory pro kongresové akce	str. 36
Příloha č. 31: Kalendář akcí 2011 Výstaviště České Budějovice	str. 36
Příloha č. 32: Hotel Gomel *****	str. 38
Příloha č. 33: Grandhotel Zvon *****	str. 39
Příloha č. 34: Hotel Budweis *****	str. 39
Příloha č. 35: Hotel Malý Pivovar *****	str. 39
Příloha č. 36: Hromadná ubytovací zařízení v Českých Budějovicích	str. 39
Příloha č. 37: Administrativní centrum pivovaru Budějovický Budvar	str. 40
Příloha č. 38: Restaurace Masné krámy	str. 41
Příloha č. 39: Parkovací místa v centru ČB	str. 43
Příloha č. 40: Dotazník	str. 46

Přílohy

Příloha č. 1: Historické jádro Českých Budějovic



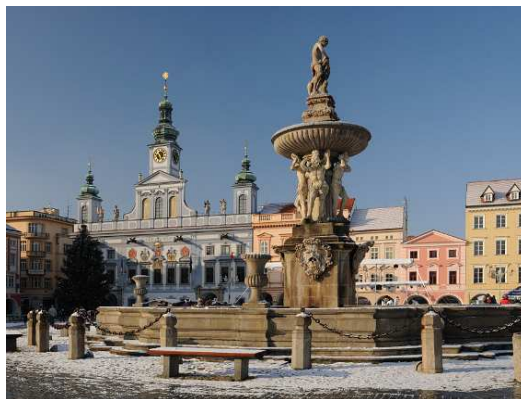
Zdroj: Dostupné na World Wide Web: <<http://www.visitceskebudejovice.cz/cz/ceske-budejovice-fotografie/14/>> [cit. 16.února.2011]

Příloha č. 2: Náměstí Přemysla Otakara II.



Zdroj: Dostupné na World Wide Web: <<http://www.fotoalpy.cz/galerie/ceske-budejovice/>> [cit. 16.února.2011]

Příloha č. 3: Samsonova kašna



Zdroj: Dostupné na World Wide Web: <<http://www.fotoalpy.cz/galerie/ceske-budejovice-01-2009/>> [cit. 16.února.2011]

Příloha č. 4: Bludný kámen



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:
<<http://www.cb.apu.cz/cb/fotogaleriecb/displayimage-toprated-2-18.html> >
[cit. 16.února.2011]

Příloha č. 5: Radnice



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:
<<http://foto.mapy.cz/71027-Ceske-Budejovice-Radnice-na-namesti>>
[cit. 16.února.2011]

Příloha č. 6: Černá věž



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:
<http://www.tyden.cz/rubriky/cestovani/ceskobudejovicky-klaster-i-erna-vez-se-dockaji-obnovy_142470.html>
[cit. 16.února.2011]

Příloha č. 7: Chrám sv. Mikuláše



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:
<<http://foto.mapy.cz/141856-Kostel-sv-Mikulase-v-Ceskyh-Budejovicich>>
[cit. 16.února.2011]

Příloha č. 8: Dominikánský klášter
s kostelem Obětování Panny Marie



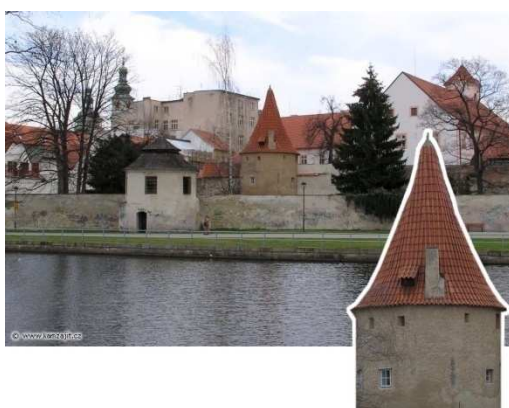
Zdroj: Dostupné na World Wide Web:
<<http://www.proglas.cz/fotogalerie/chram-obetovani-panny-marie-v-c-budejovicich.html>> [cit. 16.února.2011]

Příloha č. 9: Solnice



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:
<<http://www.fotoalpy.cz/galerie/ceske-budejovice-06-07-2008/>> [cit. 16.února.2011]

Příloha č. 10: Otakarova bašta (Otakarka)



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:
<<http://www.kamzajit.cz/mesto/ceske-budejovice.php>> [cit. 16.února.2011]

Příloha č. 11: Solná branka



Dostupné na World Wide Web:
<<http://www.kamzajit.cz/mesto/ceske-budejovice.php>> [cit. 16.února 2011]

Příloha č. 12: Železná panna



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:
<<http://foto.mapy.cz/31831-Ceske-Budejovice-Zelezna-panna>> [cit. 16.února.2011]

Příloha č. 13: Rabenštejnská věž



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:
<<http://www.kamzajit.cz/mesto/ceske-budejovice.php>> [cit. 16.února.2011]

Příloha č. 14: Dlouhý most



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:
<<http://foto.mapy.cz/103858-Ceske-Budejovice-Dlouhy-most>> [cit. 16.března.2011]

Příloha č. 15: Vodárenská věž



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:
<<http://foto.mapy.cz/137614-Stara-budejovicka-vodarenska-vez>> [cit. 16.března.2011]

Příloha č. 16: Budvar Arena



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:
<<http://fotoalba.centrum.cz/photo.php?pid=855299>> [cit. 16.března.2011]

Příloha č. 17: Plavecký stadion



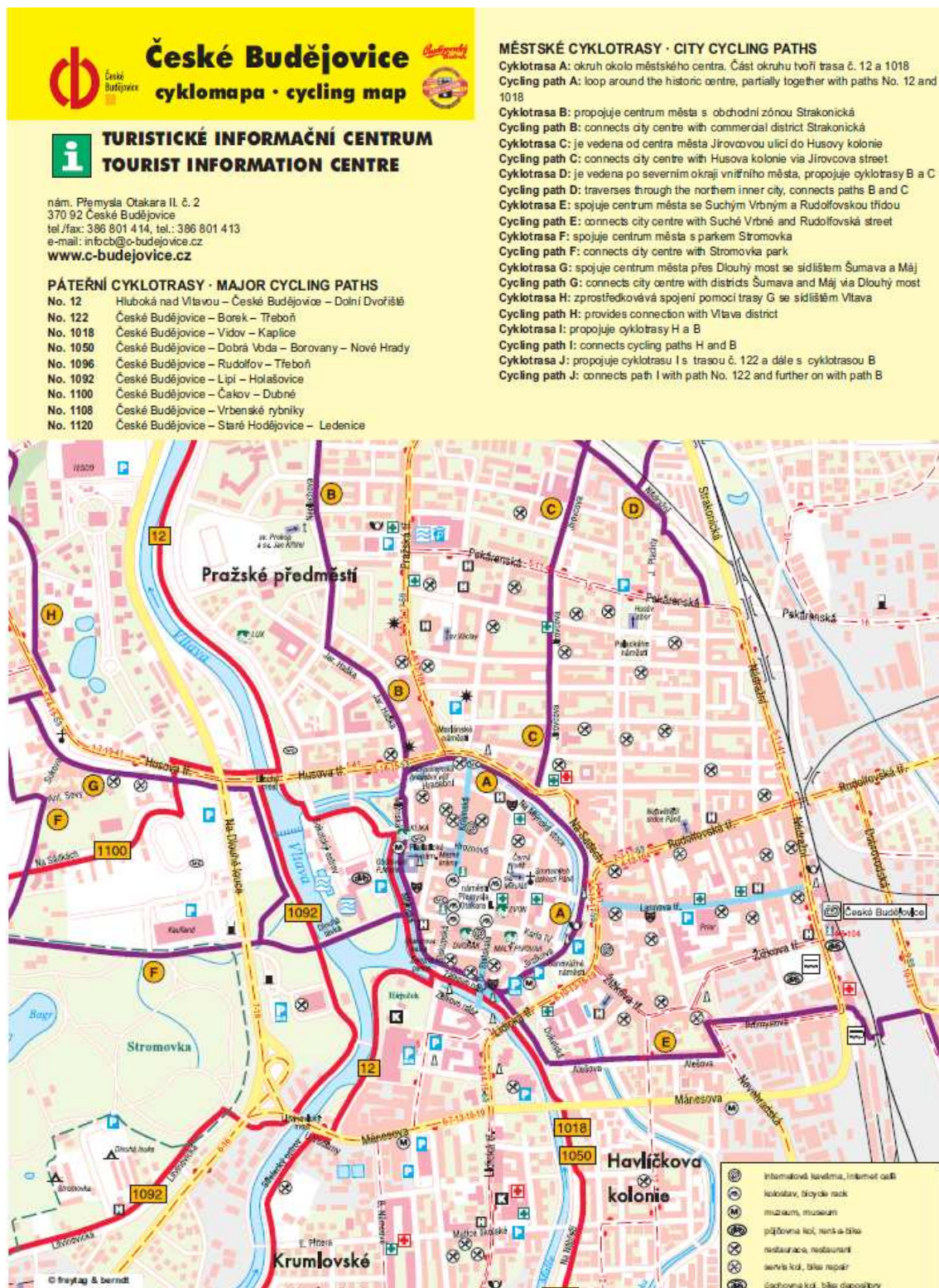
Zdroj: Dostupné na World Wide Web:
<<http://www.panoramio.com/photo/20759999>> [cit. 16.března.2011]

Příloha č. 18: Letní plovárna



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:<<http://www.c-budejovice.cz/cz/turistika-a-volny-cas/sport/stranky/fotogalerie-letni-plovarna.aspx>> [cit. 16.března.2011]

Příloha č. 19: Cyklotrasy – mapa





Zdroj: Dostupné na World Wide Web:< <http://www.c-budejovice.cz/cz/turistika-a-volny-cas/informace-pro-turisty/stranky/mapy-mesta-ceske-budejovice.aspx> [cit. 16.března.2011]

Příloha č. 20: Hvězdárna a planetárium



Zdroj: Dostupné na World Wide

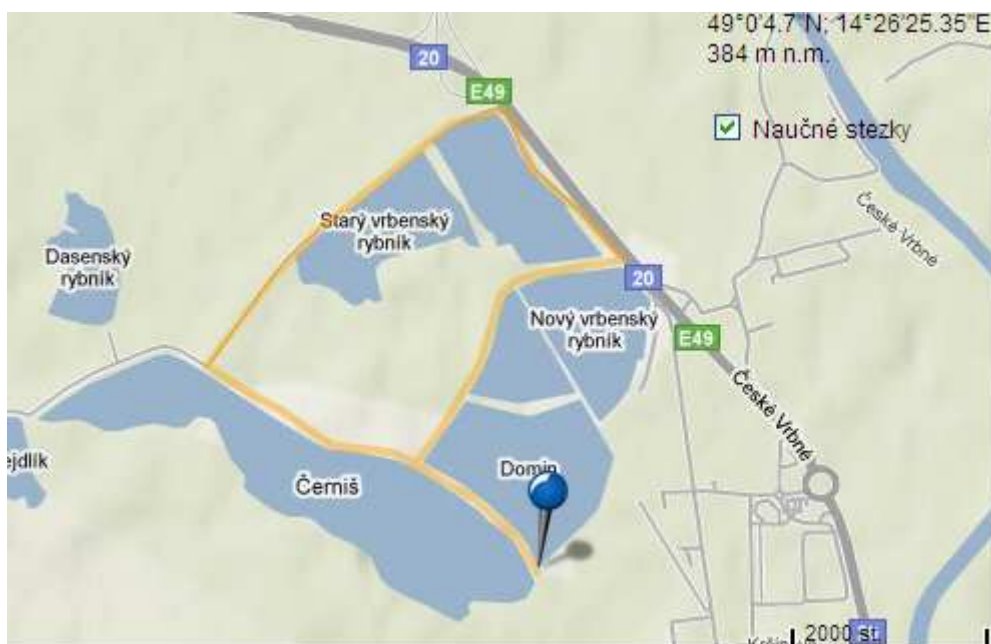
Web: <http://www.hvezdarnacb.cz/?stranka=uvod&menu_id=1&uroven=2> [cit. 16.března.2011]

Příloha č. 21: Lesopark Stromovka mapa



Zdroj: Dostupné na World Wide Web: <<http://maps.google.cz/maps>> [cit. 16.března.2011]

Příloha č. 22: Přírodní rezervace Vrbenské rybníky – naučná stezka na mapě



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:<<http://maps.google.cz/maps?hl=cs&tab=w>> [cit. 16.března.2011]

Příloha č. 23: Tůň U Špačků na mapě

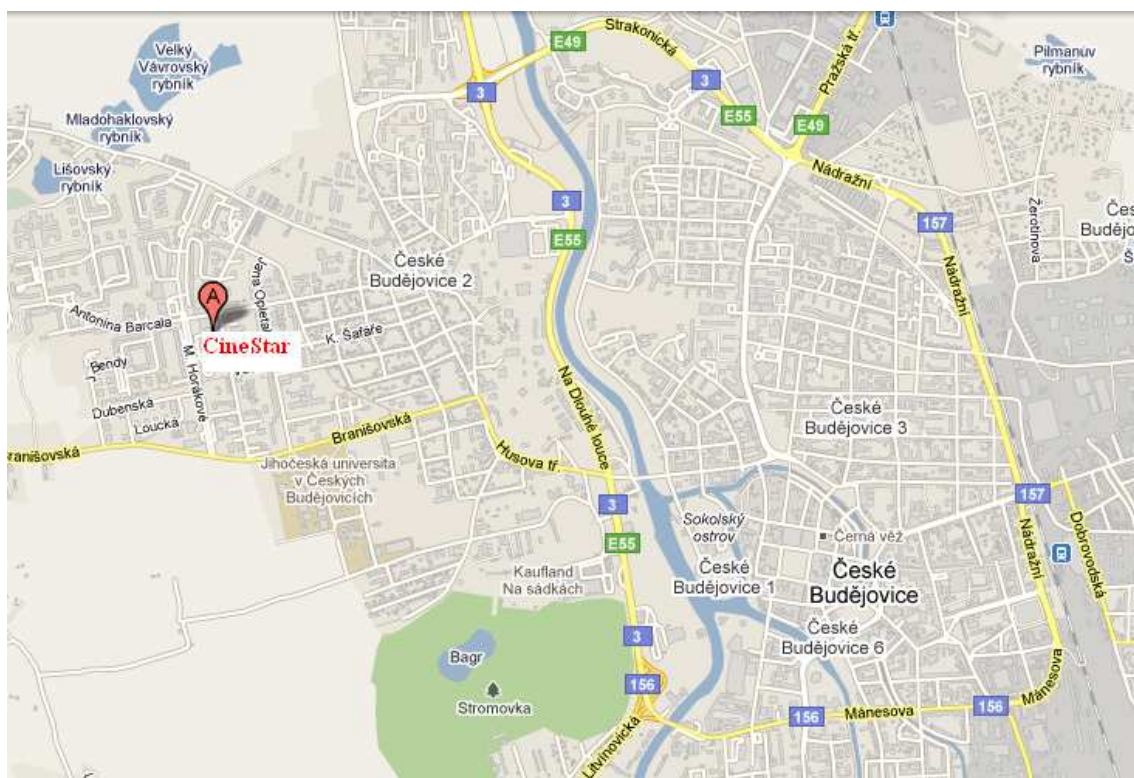


Zdroj: Dostupné na World Wide Web:<<http://www.tuneuspacku.wz.cz/>> [cit. 16.března.2011]

Příloha č. 24: Multikino CineStar České Budějovice



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:<<http://www.reicofunds.cz/cs/cs-nemovitostni-fond/portfolio-nemovitosti-fond/nakupni-a-zabavni-centrum-s-multikinem-ctyri-dvory.html>> [cit. 16.března.2011]



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:<<http://maps.google.cz/maps>> [cit. 16.března.2011]

Příloha č. 25: Kino Kotva



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:<<http://www.kotvabar.eu/kontakt.html>> [cit. 17.března.2011]

Příloha č. 26: Jihočeské divadlo



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:<<http://www.jihoceskedivadlo.cz/divadlo/o-divadle>>,
<<http://www.fotoalpy.cz/galerie/ceske-budejovice-02-2008>> [cit. 17.března.2011]

Příloha č. 27: Jihočeské muzeum



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:
<http://magazin.ceskenoviny.cz/cestovani/index_img.php?id=163999>[cit. 17.března.2011]

Příloha č. 28: Muzeum koněspřežky



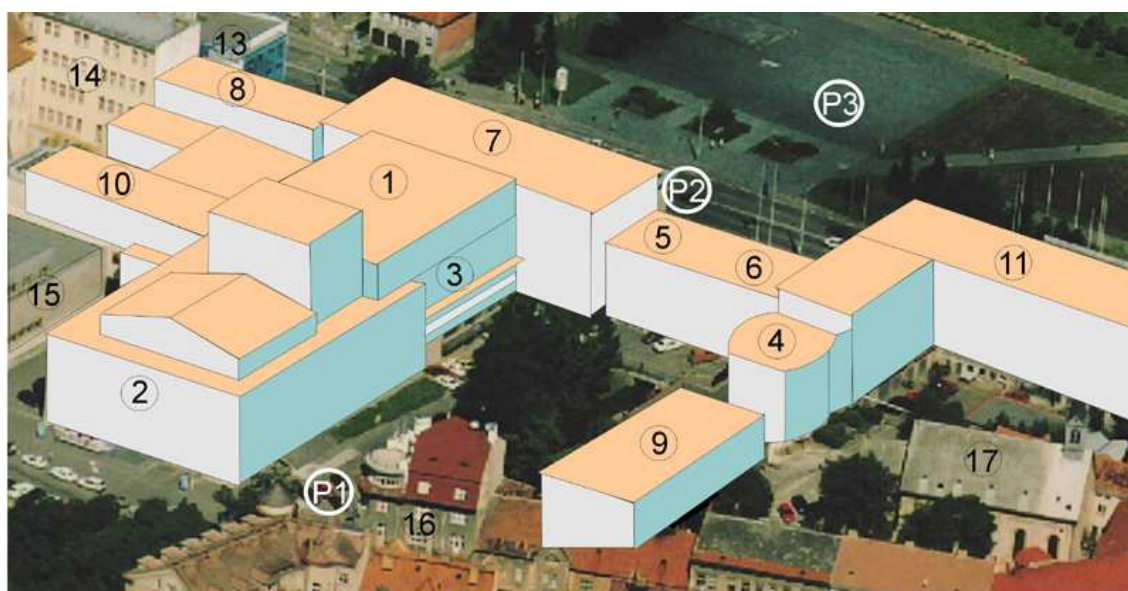
Zdroj: Dostupné na World Wide Web:<<http://www.muzeumcb.cz/cz/?clanek=291>> [cit. 17.března.2011]

Příloha č. 29: Kongresové prostory v Českých Budějovicích



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:< http://www.cb-info.cz/cz/mesto-kongresu-a-veletrhu/Documents/Kongresy_veletrhy_web.pdf > [cit. 17.března.2011]

Příloha č. 30: Budova Metropolu, prostory pro kongresové akce



- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| 1 VELKÝ SÁL /400 - 900 míst/ | PARKOVIŠTĚ |
| 2 DIVADELNÍ SÁL /550 míst/ | P1 HOTEL /22 míst/ |
| 3 MALÁ SCÉNA /80 - 130 míst/ | P2 PŘED BUDOVOU /14 míst/ |
| 4 KRUHOVÝ SÁL /40 - 100 míst/ | P3 SENOVÁŽNĚ nám. /100 míst/ |
| 5 KLUBOVNY /7 x 20 - 40 míst/ | |
| 6 VÝSTAVNÍ RESPIRIA /700 m2/ | NEJBLIŽŠÍ OKOLÍ |
| 7 VÝSTAVNÍ HALY | 13 LÉKÁRNA |
| 8 RESTAURACE /140 míst/ | 14 PEDAGOGICKÁ FAKULTA |
| 9 HOTEL /36 pokojů, 80 lůžek/ | JIHOČESKÉ UNIVERZITY |
| 10 BALETNÍ SÁLY /3/ | 15 ČESKÝ ROZHLAS Č.B. |
| 11 ADMINISTRATIVNÍ BUDOVA | 16 RADIO FAKTOR |
| LÉKAŘSKÁ STŘEDISKA | 17 KOSTEL /PETRINI/ |

Kontakty: www.metropol-cb.cz
 Rezervace prostor: Vlasta Horská
 386 106 170, vlasta.horska@metropol-cb.cz
 Provozní servis: Petr Vávra
 386 106 130, petr.vavra@metropol-cb.cz
 Doprovodné programy: PhDr. Jaromír Schel
 603 381 565, info@metropol-cb.cz
 Uzavírání smluv: Ing. Petr Holba
 386 106 120, petr.holba@metropol-cb.cz

Služby v komplexu budov Metropol
 lékárna, solární studio
 kosmetický a masážní salon
 pohybové studio Patifo
 kadeřnictví Šarm, nehtové studio
 fitness centrum
 drogerie a parfumerie
 dokumentační video
 tiskárna, květinářství
 D print - reprodukce
 kulečnickový sál

Zdroj: Dostupné na World Wide Web:

<http://www.metropol-cb.cz/cesky/sablona.php?oblast=nabidka_prostor&obsah_stranky=kongresy>

[cit. 17.března.2011]

Příloha č. 31: Kalendář akcí 2011 Výstaviště České Budějovice

Název akce, datum konání Popis akce

Speciální výstava psů 5. 3. 2011	Jihočeská výstava psů – pořádá Kynologické sdružení České Budějovice. 16. ročník
Mobil salon 15. 4. – 17. 4. 2011	Auto, moto garážová a servisní technika, příslušenství a doplňky automobilů, služby pro motoristy, sport a pohybové aktivity, vybavení a oblečení, instituce a společnosti, odborná literatura, ostatní.
Mezinárodní výstava psů 23. 4. – 24. 4. 2011	Pořádá Českobudějovický kynologický klub v pověření Českomoravské kynologické jednoty. Informace na http://www.cmkj.info/
HOBBY 11. 5. – 15. 5. 2011	Nářadí a zařízení pro hobby a zahradu, rostliny a semena, stavebnictví, vytápění, klimatizace, ekologie, komunální a úklidová technika, zařízení a vybavení bytu, domu, potřeby pro domácnost, elektrické spotřebiče, vaření a kuchyňské potřeby, hračky, modelářství, potřeby pro sport a volný čas, chovatelství, propagační a dárkové předměty, textil, oděvy, doplňky.
Rallye Český Krumlov 27. 5. – 28. 5. 2011	Mezinárodní mistrovství České republiky v rallye. Mistrovství ČR historických automobilů.
Slavnosti piva 3. 6. – 4. 6. 2011	Prezentace pivovarů, alkoholické a nealkoholické nápoje, potraviny, suvenýry a vše, co k dobrému pivu patří.
Země živitelka 25. 8. – 30. 8. 2011	Obnova a rozvoj venkova, rostlinná a živočišná výroba, zemědělská technika, potravinářská výroba, lesní a vodní hospodářství, zahradnictví a pěstitelství, služby pro zemědělství, ostatní.
Ekostyl 25. 8. – 30. 8. 2011	Tvorba a ochrana životního prostředí, ekologické technologie, ekologické stavby, likvidace odpadů, alternativní zdroje energie, biomasa, bioprodukty, racionální výživa a zdravý životní styl.
Mezinárodní výstava družstevnictví 25. 8. – 30. 8. 2011	Spotřební zboží, kovovýrba, elektronika, stavebnictví, vybavení domu, bytu, zahrady, textil a kožená galanterie, umělecké a řemeslné výrobky, zemědělské a potravinářské výrobky.

6, Mezinárodní kongres koupacích jezírek 28. 9. – 30. 9. 2011	Jezírka bez hranic Součástí kongresu Odborná výstava firem v oblasti projektování, realizace a péče o přírodní koupací jezírka
Mezinárodní výstava psů 8. 10. – 9. 10. 2011	Pořádá Českobudějovický kynologický klub v pověření Českomoravské kynologické jednoty.
HOBBY PODZIM 20. 10. – 23. 10. 2011	Dům a zahrada, chovatelství, kutilství a ruční práce, sběratelství, interiéry, elektrospotřebiče, sportovní vyžití, sportovní vybavení, služby a potřeby pro seniory, oblečení a doplňky.
Móda Show 20. 10. – 23. 10. 2011	Textil, módní doplňky, kůže, kožesiny, klenoty, parfumerie, kosmetika, obuv, kožená galanterie, ostatní.
Gastrofest 10. 11. – 12. 11. 2011	Hotely, restaurace, odborné školy, výrobní a dodavatelské firmy pro gastronomii.
Vzdělání a řemeslo 23. 11. – 25. 11. 2011	Prezentace školství všech úrovní, ukázky odborného výcviku a soutěží, zařízení pro speciální školy, nadace, fondy, stipendia, učební pomůcky, zařízení, učebnice a programy pro všechny stupně výuky, vybavení škol, potřeby pro děti.
Adventní trhy 2. 12. – 4. 12. 2011	Vánoční výzdoba a dekorace, dárkové předměty, domácí potřeby, papírnictví, hračky, sportovní potřeby, drogerie, knihy, kazety, CD, DVD, vánoční kuchyně, textil, obuv, módní doplňky.
Prezentační výstava středních škol 3. 12. 2011	Výstava středních škol
Czech Art Festival 3. 12. – 4. 12. 2011	Veletrh výtvarného umění

Zdroj: Dostupné na World Wide Web:<<http://www.vcb.cz/vystaviste.php?cze/vystavy-2011/>> [cit. 2.března.2011]

Příloha č. 32: Hotel Gomel ****, od 1. prosince 2011 Clarion Congress Hotel ****



vizualizace: Clarion Congress Hotel ****
po rekonstrukci



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:

<http://budejovice.idnes.cz/foto.aspx?c=A110304_171842_budejovice-

[zpravy_pp&inframe=0&strana=1&foto=PP37c681_005633_6243721.jpg](http://budejovice.idnes.cz/foto.aspx?c=A110304_171842_budejovice-zpravy_pp&inframe=0&strana=1&foto=PP37c681_005633_6243721.jpg)> ,

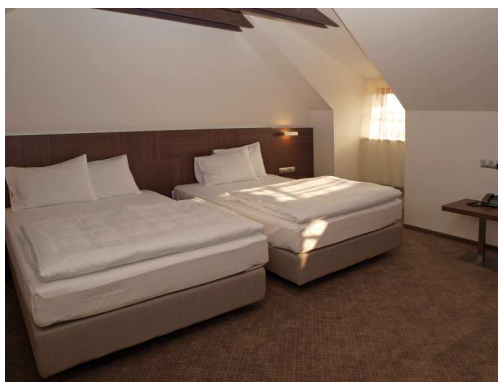
<<http://www.hotelgomelceskebudejovice.com/cs/gallery/>> [cit. 12.března.2011]

Příloha č. 33: Grandhotel Zvon ****



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:<<http://www.hotel-zvon.cz/pokoje.php>>
[cit. 17.března.2011]

Příloha č. 34: Hotel Budweis ****



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:<<http://www.hotelbudweis.cz/fotogalerie>>
[cit. 17.března.2011]

Příloha č. 35: Hotel Malý Pivovar ****



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:<<http://www.malypivovar.cz/cz/restaurace/pivnice-budvarka>>
[cit. 17.března.2011]

Příloha č. 36: Hromadná ubytovací zařízení v Českých Budějovicích

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů
HOTEL GOMEL	České Budějovice 3, Pražská 2306	Hotel ****	celoroční provoz	101 a více
GRAND HOTEL ZVON	České Budějovice 1, náměstí Přemysla Otakara II. 90	Hotel ****	celoroční provoz	51 až 100
HOTEL MALÝ PIVOVAR	České Budějovice 1, Karla IV. 8	Hotel ****	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL DVORÁK Č.B.	České Budějovice 1, náměstí Přemysla Otakara II. 123	Hotel ****	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL SAVOY	České Budějovice, Bedřicha Smetany 2719	Hotel ****	celoroční provoz	51 až 100
HOTEL BUDWEIS	České Budějovice, Mlýnská 6	Hotel ****	celoroční provoz	51 až 100
HOTEL KLIKA	České Budějovice 1, Hroznová 487	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL U TŘÍ LVŮ	České Budějovice 6, U Tří Lvů 3a	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL U SOLNÉ BRÁNY	České Budějovice 1, Radniční 138	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL BOHEMIA	České Budějovice 1, Hradební 288	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL CB ROYAL	České Budějovice 3, Pražská 566	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL ADLER	České Budějovice 3, Klostermannova 2528	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL FILIP	České Budějovice 6, Lannova 91	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL LAGUNA	České Budějovice, Strážovská 1659	Hotel ***	celoroční provoz	10 a méně
HOTEL ZÁTKŮV DŮM	České Budějovice 1, Krajinská 214	Hotel ***	celoroční provoz	10 a méně
HOTEL ATRIUM	České Budějovice 2, Husova 119	Hotel **	celoroční provoz	10 a méně
HOTEL GRAND	České Budějovice 3, Nádražní 127	Hotel *	celoroční provoz	10 a méně
HOTEL K.I.T.	České Budějovice 3, Kostelní 1221	Hotel garni	celoroční provoz	11 až 50
HOTEL GARNI P.V.T	České Budějovice 6, Žižkova třída 1321	Hotel garni	celoroční provoz	11 až 50
UBYTOVACÍ SLUŽBY SRBOVÁ	České Budějovice 3, Školní 293	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
PENZION CENTRUM	České Budějovice 1, Na mlýnské stoce 360	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
HOTEL AMADEUS	České Budějovice 7, Matice školské 105	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
HOTEL ATLAS	České Budějovice 3, Kostelní 1223	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
HOTEL U BUDVARU	České Budějovice 3, Kněžskodvorská 514	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
PENZION GARNI	České Budějovice 1, Na Mlýnské stoce 358	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
BERGAMO	České Budějovice 2, České	Penzion	celoroční	10 a méně

	Vrbné 1994		provoz	
RESTAURACE A PENZION U VLKA	České Budějovice 3, J.Š. Baara 1615	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
ALTON HOTÝLEK	České Budějovice 6, Na Nábřeží 660	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
RESTAURANT PENZION U MAXE	České Budějovice 6, náměstí Švabinského 961	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
PENZION RESTAURANT CENTRUM	České Budějovice, Biskupská 130	Penzion	celoroční provoz	11 až 50
PENSION BIFA	České Budějovice, Skuherského 70	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
UBYTOVÁNÍ U ŽELEZNÝCH	České Budějovice 3, Skuherského 1356	Penzion	letní provoz	10 a méně
AT PENSION	České Budějovice 6, Dukelská 269	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
PENZION U VÝSTAVIŠTĚ	České Budějovice 2, U Výstaviště 17	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
PENSION LUX	České Budějovice 3, Jiráskovo nábřeží 1543	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
PENZION MILTOM	České Budějovice, Mánesova 1	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
PENZION U NÁDRAŽÍ	České Budějovice, Nádražní 159	Penzion	celoroční provoz	11 až 50
PENZION SOLNIČKA	České Budějovice, Karla Uhlíře 1917	Penzion	celoroční provoz	10 a méně
AUTOCAMPING STROMOVKA	České Budějovice, Litvínovická silnice	Kemp	letní provoz	11 až 50
UBYTOVNA CAKRMA	České Budějovice 7, Papírenská 587	Turistická ubytovna	celoroční provoz	51 až 100
KOLEJE A MENZY JU	České Budějovice 2, Studentská 800	Ostatní zařízení	letní provoz	101 a více
DOMOV MLÁDEŽE	České Budějovice 2, U Hvízdala 1322	Ostatní zařízení	celoroční provoz	11 až 50
DOMOV MLÁDEŽE	České Budějovice 4, Okružní 517	Ostatní zařízení	celoroční provoz	101 a více
PENSION DVOŘÁK PAVEL	České Budějovice 2, U Stromovky 1178	Ostatní zařízení	celoroční provoz	10 a méně
DOMOV MLÁDEŽE A ŠKOLNÍ JÍDELNA	České Budějovice, Holečkova 1584	Ostatní zařízení	celoroční provoz	51 až 100
EDUCO KOLEJE	České Budějovice, Štútného 12, 14	Ostatní zařízení	letní provoz	11 až 50

Zdroj: Dostupné na World Wide Web:

<<http://www.czso.cz/lexikon/uz.nsf/uz?openform&:544256>> [cit. 3.března.2011]

Příloha č. 37: Administrativní centrum pivovaru Budějovický Budvar



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:

<<http://budweiser-budvar.cz/galerie/predstaveni.html?fotka=2>> [cit. 17.března.2011]

Příloha č. 38: Restaurace Masné krámy



Zdroj: Dostupné na World Wide Web:

<<http://www.masne-kramy.cz/gal/f-soucasnost/08-int.jpg>> [cit. 17.března.2011]

Příloha č. 39: Parkovací místa v centru ČB

Místní komunikace	Tarifní zóna	Počet parkovacích stání
Náměstí Přemysla Otakara II. východ	A	28
Náměstí Přemysla Otakara II. sever	A	29
Náměstí Přemysla Otakara II. jih	A	23
Kněžská, střed	A	15
Hroznová, Černá věž	A	14
Kněžská katedrála	A	13
U Černé věže	A	17
J. Haška, u obchodní akademie	B	10
Matice školské, u polikliniky Jih	B	11
Žižkova	B	14
Lannova I, západ	B	29
Lannova II, východ	B	18
Chelčického	B	20
Zitkovo nábreží, levý břeh	B	33
Jirsíkova u divadla	B	23
Dukelská, muzeum	B	15
Senovážné náměstí	B	99
Senovážné náměstí, pošta	B	20
Goethova	B	81
Dukelská, u školy	B	36
F. A. Gerstnera	B	38
Lidická – u soudu	B	16
Senovážné náměstí – Dům služeb	B	14
Počet parkovacích míst s parkovacími automaty celkem 583		

Zdroj: Dostupné na World Wide Web:

<<http://www.c-budejovice.cz/cz/zivotni-prostredi-bydleni-doprava/stranky/parkoviste.aspx>>

[cit. 2.března.2011]

Příloha č. 40: Dotazník

Dotazník – Bakalářská práce

1. Jsou pro Vás České Budějovice atraktivním regionem z hlediska cestovního ruchu?

☐ Ano ☐ Ne

Pokud ano – z jakého důvodu?

.....
.....
.....

Pokud ne – z jakého důvodu?

.....
.....
.....
.....

2. Už jste České Budějovice někdy navštívil/a?

☐ Ano ☐ Ne

3. S kým jste České Budějovice navštívil/a?

☐ Rodiče ☐ Děti ☐ Kamarádi ☐ Přítel/Přítelkyně ☐ Sám/

4. Jak dlouhá byla doba Vašeho pobytu v Českých Budějovicích?

☐ Méně než týden ☐ Týden ☐ 2 týdny ☐ Více než 2 týdny

5. Kterou možnost ubytování jste zvolil/a?

☐ Hotel ☐ Penzion ☐ Motel ☐ Kemp ☐ U příbuzných
☐ Soukromé ubytování ☐ Bez ubytování

6. Z jakého důvodu jste zvolil/a právě tento typ ubytování? (vztahuje se k předchozí otázce)

.....
.....

7. V jakém ročním období jste České Budějovice navštívil/a?

☐ Jaro ☐ Léto ☐ Podzim ☐ Zima ☐ Celoročně

8. Jste spokojeni s kvalitou ubytovacích služeb v Českých Budějovicích?

☐ Ano ☐ Ne

9. Jste spokojeni s kvalitou stravovacích služeb v Českých Budějovicích?

☐ Ano ☐ Ne

10. Jaká je/byla náplň Vašeho pobytu v Českých Budějovicích?

☐ Turistika ☐ Historické a kulturní památky ☐ Sport ☐ Zábava
☐ Nákupy ☐ Jiné – uveďte:
.....

11. Jsou pro Vás informace o památkách v ČB dostačující?

☐ Ano ☐ Ne

12. Jak hodnotíte podávání informací v Turistickém informačním centru v Českých Budějovicích?

☐ Vyhovující
☐ Spíše vyhovující
☐ Nevím
☐ Spíše nevyhovující
☐ Nevyhovující

13. Jsou podle Vás České Budějovice dostatečně propagovány v rámci cestovního ruchu České republiky?

☐ Ano ☐ Ne

14. Co postrádáte v oblasti služeb v Českých Budějovicích? Uveďte konkrétní příklad:

.....
.....

15. Jste: ☐ žena ☐ muž

16. Kolik je Vám let?

17. Odkud pocházíte?

.....
.....