

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – specializace cestovní ruch



**Produkt cestovního ruchu
v turistickém informačním centru České Budějovice**

Vedoucí bakalářské práce:

RNDr. Blažena Gehinová

Autor:

Miroslava Králová

Tábor 2007

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Produkt cestovního ruchu v turistickém informačním centru České Budějovice“ vypracovala samostatně na základě vlastních poznatků a uvedené literatury.

V Českých Budějovicích dne 30. srpna 2007

.....

Miroslava Králová

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí bakalářské práce paní RNDr. Blaženě Gehinové za její odbornou pomoc, připomínky a rady při vypracovávání této bakalářské práce. Dále chci poděkovat pracovníci turistického informačního centra v Českých Budějovicích slečně Veronice Vláškové za ochotné poskytnutí potřebných informací.

OBSAH:

1	ÚVOD.....	10
2	LITERÁRNÍ PŘEHLED.....	12
3	POUŽITÁ METODIKA.....	14
4	CESTOVNÍ RUCH.....	16
4.1	HISTORICKÝ VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU NA NAŠEM ÚZEMÍ	16
5	DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU.....	17
5.1	VYMEZENÍ JIHOČESKÉHO KRAJE	17
5.2	VYMEZENÍ DESTINACE ČESKOBUDĚJOVICKO.....	19
6	PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU NA ČESKOBUDĚJOVICKU	19
6.1	SELEKTIVNÍ PŘEDPOKLADY	19
6.1.1	Objektivní předpoklady.....	20
6.1.2	Subjektivní předpoklady	20
6.2	LOKALIZAČNÍ PŘEDPOKLADY	21
6.2.1	Přírodní podmínky a atraktivita.....	21
6.2.2	Společenské podmínky a atraktivita.....	23
6.3	REALIZAČNÍ PŘEDPOKLADY.....	28
6.3.1	Dopravní předpoklady v Českých Budějovicích	28
6.3.2	Ubytovací a stravovací zařízení.....	29
7	TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH	31
8	ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI - MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....	33
8.1	METODY MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU	33
8.2	ANALÝZA ZÍSKANÝCH ÚDAJŮ	34
9	NÁVRH VYTVOŘENÍ NOVÉHO PRODUKTU	46
9.1	PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU	46
9.2	NAVRŽENÍ NOVÉHO PRODUKTU	46
10	ZÁVĚR	53
11	SUMMARY	55
	POUŽITÁ LITERATURA	56
	ODBORNÁ LITERATURA	56
	POUŽITÉ WWW STRÁNKY	57
	PROPAGAČNÍ MATERIÁLY	57
	PŘÍLOHY	58

1 Úvod

Cestovní ruch představuje jedno z nejdynamičtějších národohospodářských odvětví. Svými multiplikačními efekty zvyšuje zaměstnanost, vytváří nové pracovní příležitosti, podporuje investiční aktivity a přispívá k vyrovnaní platební bilance svých zemí.¹

V České republice je cestovní ruch odvětvím, které prošlo na přelomu devadesátých let snad nejrychlejším růstem. Otevření hranic a hlavně politické a ekonomické změny v zemi vedly k rozmachu v oblasti cestovního ruchu.

Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí.²

V České republice lze nalézt téměř všechny atraktivity cestovního ruchu. Dávne časy dnes připomínají historická centra měst, památkové a přírodní rezervace, mnohé církevní stavby a v neposlední řadě také hrady a zámky. Interiéry těchto objektů dýchají tajemnou atmosférou a mohou objasnit mnohé z jihočeské historie.

Tématem bakalářské práce je Produkt cestovního ruchu turistickém informačním centru, zvolena byla destinace Českobudějovicko. Oblast byla vybrána proto, že právě České Budějovice a jejich okolí hrají důležitou roli v cestovním ruchu Jihočeského kraje, protože nabízí návštěvníkům nepřeberné množství kulturních a přírodních atraktivit. Destinace je dobře přístupná ze severu republiky a zároveň také od našich jižních sousedů – Rakušanů. Čeští, ale i zahraniční návštěvníci zde naleznou malebnou krajinu, která, narozdíl od jiných, není poničena těžkým průmyslem. Setkají se zde s rozmanitými druhy rostlin a živočichů a v neposlední řadě také s osobitým folklorem s tradicemi, které místní obyvatelé po staletí dodržují.

Region nabízí množství značených cyklistických a turistických stezek, což uvítají hlavně lidé preferující aktivní a zdravější styl života. Je zde nepřeberné mnoho možností provozování vodních sportů, ať už na řekách nebo rybnících. Oblíben je samozřejmě také rybolov.

¹ FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vydání. Praha: Grada, 2001. ISBN: 80-247-0207-X

² HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch*. 1. vydání. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3

Cílem bakalářské práce je vystihnout významné přírodní (morfologické, klimatické, hydrologické, biologické) a společenské atraktivitu na Českobudějovicku. Posoudit jejich význam pro rozvoj cestovního ruchu.

Dalším cílem je provést hodnocení služeb v oblasti cestovního ruchu v Českých Budějovicích a okolí. Jde o ubytování, stravování a dopravní dostupnost. Provést výzkum nabídky produktů a služeb turistického informačního centra v Českých Budějovicích.

Dále provést marketingový výzkum návštěvníků, kteří přijíždějí do Českých Budějovic. Zanalyzovat hlavní důvody jejich návštěvy, způsob dopravy, délku pobytu a poptávku po novém produktu. Na základě informací zjištěných ve výzkumu navrhnout vytvoření nového produktu pro vybraný segment turistů.

Prvotní hypotézou je, že nejvíce návštěvníků pochází z jižních Čech, přičemž převažují muži nad ženami. Další hypotéza tvrdí, že hlavním důvodem přílivu turistů do regionu je relaxace, pro kterou jsou zde velmi dobré podmínky. Nejfrekventovanějším dopravním prostředkem Českých návštěvníků je automobil - je to způsobeno stále se zrychlujícím životním stylem – zatímco zahraniční návštěvníci přijíždějí nejčastěji s cestovní kanceláří.

2 Literární přehled

Podle **Oriešky, J.**³ se cestovním ruchem rozumí „soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest.“

Gúčík, M.⁴ uvádí podobnou účelově funkční definici cestovního ruchu jako „soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase za účelem odpočinku, poznávání, zdraví, rozptýlení a zábavy, kulturního a sportovního vyžití, služebních cest a získání komplexního zážitku.“

Naproti tomu **Hesková, M.**⁵ tvrdí, že „pro vymezení cestovního ruchu se často používají i jiné pojmy, například zotavení, rekreace, turistika, případně další, které však nejsou synonymem pro pojem cestovní ruch. Synonymem pro tento pojem je stále více používaný termín turismus, který se používá ve světových jazycích v téměř identických formách.“

Királová, A.⁶ uvádí vymezení destinace podle WTO: „místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.“

Pásková, M., ZELENKA, J.⁷ chápou destinaci cestovního ruchu v širším slova smyslu jako „země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami cestovního ruchu a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.“

„Produktem cestovního ruchu je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jedná se o soubor hlavně služeb, které produkuje a nabízí cílové místo (primární nabídka) a podniky a instituce cestovního ruchu (sekundární nabídka). Z ekonomického hlediska je produkt cestovního ruchu souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou

³ ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Idea servis, 1999. ISBN 80-85970-27-9.

⁴ GÚČIK, M. a kol. *Krátký slovník cestovního ruchu*: Knižnica cestovního ruchu 6. Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovního ruchu, 2004. ISBN 80-88945-73-9

⁵ HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch*.

⁶ KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Ekopress, 2003. ISBN 80-86119-56-4.

⁷ PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Cestovní ruch – výkladový slovník*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002.

předmětem spotřeby účastníků cestovního ruchu.“ Takto popisuje produkt cestovního ruchu **Hesková, M.**⁸

Foret, M., Foretová, V.⁹ chápou informační centrum jako „vizitku toho, jak jsou organizace a instituce v daném místě schopny spolupracovat na společné prezentaci a propojit nejdůležitější užitečné informace.“

Informační centrum popisuje **Lednický, V.**¹⁰ následovně: „činnost turistických informačních center má charakter veřejné služby, poskytované na základě společenské objednávky státní správy a samosprávy jako součást informačního systému cestovního ruchu. Jejich hlavní činností je bezplatné poskytování informací veřejnosti v souladu se zásadami o svobodném přístupu k informacím. Doplnkovou činností jsou pak služby poskytované za úplatu, z nichž většina má vztah k cestovnímu ruchu.“

Királová, A.¹¹ vysvětluje segmentaci trhu tak, že je nutno: „rozdělit trh na určité homogenní skupiny lidí – segmenty, které mají relativně stejné potřeby a požadavky, úroveň spotřeby, očekávání vzhledem k destinaci a je možné je oslovit prostřednictvím společných komunikačních médií.“

Kotler, P.¹² objasňuje segmentaci jako „rozdělení trhu na rozdílné skupiny zákazníků, přičemž každou z uvedených skupin je možné vybrat jako cílový segment a připravit pro ni odlišný marketingový mix.“

⁸ HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch*.

⁹ FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*.

¹⁰ LEDNICKÝ, V. *Využití technických památek v českém cestovním ruchu*. Ostrava: VŠB - TU, 2004. ISBN 80-248-0611-8.

¹¹ KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*.

¹² KOTLER, P. *Marketing a management*. 10. rozšířené vydání. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0016-6

3 Použitá metodika

Prvotním předpokladem pro zpracování tématu bylo studium odborné literatury, která se týkala oblasti marketingu. V návaznosti na toto byl sestaven dotazník¹³ pro osobní dotazování návštěvníků v terénu.

V druhé etapě byl proveden primární marketingový výzkum na Českobudějovicku. Dotazníkové šetření bylo zrealizováno v letních měsících červenec - srpen 2006.

Následující fáze byla zaměřena na studium geografických publikací za účelem zpracování geografického výzkumu. Čili vlastní vymezení a popsání destinace Českobudějovicka.

Čtvrtá etapa zahrnovala analýzu činitelů rozvoje cestovního ruchu - selektivní, lokalizační a realizační faktory. Řadu cenných poznatků přinesl rozhovor s pracovnící Turistického informačního centra v Českých Budějovicích. Další informace byly čerpány z odborné literatury a také z informačních brožur a letáků získaných v informačním centru v Českých Budějovicích. V neposlední řadě byly využity i informace z internetu.

Poslední pátá fáze byla zaměřena na vyhodnocení dotazníků. Dotazník zahrnoval 14 otázek, z nichž 8 bylo uzavřených (volba se prováděla zakřížkováním). Otevřená byla jen 1 otázka - identifikace zdrojové oblasti návštěvníka. 5 otázek bylo polootevřených - nabízely možnost „jinak“, ke které měl dotázaný uvést vlastní odpověď. V některých otázkách bylo možné zvolit více odpovědí, u některých pak jen jednu odpověď.

Úvodní část dotazníku zahrnuje otázky o zdrojové oblasti návštěvníků, způsobu dopravy, délce pobytu. Další část dotazníku se věnuje turistickému informačnímu centru, využívání a hodnocení jeho služeb. Následují otázky o cíli návštěvy a konečně také o změnách, které by návštěvníci uvítali. Závěrečná část dotazníku se zaměřuje na zařazení návštěvníka do určitého segmentu.

Skladba dotazníku byla navržena tak, aby otázky na sebe logicky navazovaly a směřovaly k tématu šetření. Důležité rovněž bylo, formulovat otázky srozumitelně, aby následně

¹³ Dotazník je uveden v přílohách této práce.

nedocházelo k jejich mylnému výkladu ze strany respondenta. Vyplnění dotazníku nebylo příliš časově náročné.

Získané údaje byly zaneseny do tabulek a následně graficky znázorněny. Data z dotazníků byla zpracována v programu Microsoft Excel 1997. Výsledky dotazníkového šetření jsou podrobně uvedeny v kapitole 8.2. Na jejich základě byl navržen nový produkt cestovního ruchu.

4 Cestovní ruch

Cestovní ruch soustřeďuje obyvatelstvo k dlouhodobým či krátkodobým pobytům do významných středisek nebo regionů. Takové regiony nazýváme rekreační oblasti. Většinou se jedná o oblasti, které mají příznivé přírodní podmínky a minimální narušení lidskou činností.

Vznik a další rozvoj cestovního ruchu je projevem hlavně dvou lidských potřeb, a to potřeby rekreace, tj. oddychu (odpočinku), a potřeby bezprostředního poznávání.¹⁴

4.1 Historický vývoj cestovního ruchu na našem území

Tendence pro rozvoj cestovního ruchu se projevovaly v Československu už od jeho vzniku (v roce 1918), kdy se řadilo mezi ekonomicky vyspělé kapitalistické země.

Do začátku 1. světové války byl cestovní ruch určen převážně pro majetnou elitu, která pobývala v letních sídlech a lázních. Nemajetné obyvatelstvo podnikalo výlety do přírody. Cestovní ruch se rozvíjel i mezi dvěma světovými válkami. V tomto období se účastnily cestovního ruchu bohaté vrstvy obyvatelstva, které měly zajištěny podmínky existence a větší nárok na dovolenou. Od roku 1920 fungoval Klub československých turistů a vznikaly skautské a sokolské organizace, které propagovaly táboření, lyžování, cyklistiku a pobyty v přírodě. Nastal i rozvoj neorganizovaného trampingu. V roce 1937 se domácího cestovního ruchu zúčastnilo přes 3 miliony československých obyvatel. Průměrná délka pobytu byla 5 dní. Přijíždělo stále více cizinců a úspěšně se rozvíjelo lázeňství. Tento rozmach zastavila až 2. světová válka.

V 50. letech došlo ke znárodňování hotelů a k likvidaci soukromých cestovních kanceláří. Zejména po roce 1968 se v souvislosti s cestovním ruchem nepříznivě projevila normalizace a vybudování železné opony. Teprve 80. léta přinášela určité uvolnění napjaté mezinárodní atmosféry. Důvodem bylo, že docházelo k růstu příjmů obyvatelstva, čímž se zvyšovala jeho majetková vybavenost (automobily, chaty, chalupy), a zároveň docházelo k nárůstu fondu volného času.

Po revoluci v roce 1989 došlo k nárůstu zahraničního cestovního ruchu a zároveň k přechodné stagnaci rozvoje domácího cestovního ruchu. Čeští občané cestovali převážně

¹⁴ PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Idea servis, 1999. ISBN 80-85970-29-5.

do zemí západní Evropy. Nejdříve pokračoval trend kratších cest, v posledních letech dochází ke změně návštěvnosti - turisté tráví v zahraničních destinacích více dní. Aktivní cestovní ruch České republiky stále nejvíce ovlivňují návštěvníci ze sousedních zemí.¹⁵

5 Destinace cestovního ruchu

Destinace cestovního ruchu (dále též CR) je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací.¹⁶

Podle WTO¹⁷ představuje destinace místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami CR, které si účastník CR nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.¹⁸

5.1 Vymezení Jihočeského kraje¹⁹

Druhý největší kraj České republiky se nachází v její jižní části. Hraničí s krajem Plzeňským (na západě), Středočeským (na severu), Vysočinou (na východě), Jihomoravským (na jihovýchodě) a na jihu se státními hranicemi Rakouska a Německa. Lze ho tak navštívit i po cestě z Prahy do Vídně, Lince nebo Pasova.

Z osmi bývalých okresů „starého“ Jihočeského kraje se jich sedm stalo součástí i kraje nového. Jsou to České Budějovice, Český Krumlov, Prachatice, Strakonice, Písek, Tábor a Jindřichův Hradec.

Rozloha kraje 10 056 km² představuje 12,8 % rozlohy státu. V jižních Čechách žije asi 630 000 obyvatel, což způsobuje, že je zde také nejvyšší hustota osídlení v zemi - 62 obyvatel na km². Co do počtu obyvatel jsou nejlidnatější České Budějovice, které se jediné blíží k hranici 100 000. Obyvatelstvo kraje má proti republikovému průměru poněkud mladší věkovou strukturu (průměrný věk je 39,8 roku).

Druhým nejvíce zalidněným městem je Tábor, v jehož aglomeraci žije kolem 50 000 lidí. Ostatní sídla jsou již mnohem menší. V Jihočeském kraji nalezneme 623 obcí, z toho 51 měst.

¹⁵ HOLEČEK, M., MARIOT, P., STRÍDA, M. *Zeměpis cestovního ruchu*. 2., upravené a rozšířené vydání. Praha: Nakladatelství České geografické společnosti, s. r. o., 2005. ISBN 80-86034-64-X.

¹⁶ KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*.

¹⁷ WTO – zkratka z angl. World Tourism Organization, Světová organizace cestovního ruchu.

¹⁸ KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*.

¹⁹ Ke zpracování kapitoly bylo využito CHROMÝ, P., MARADA, M. *Jihočeský kraj dnes*. 1. vydání. Terra s.r.o., 2005; PODHORSKÝ, M. *Jižní Čechy*. 3. vydání. Praha: Freytag & Berndt, 2003. ISBN 80-86236-43-9; dále www.jiznicechy.cz a www.wikipedia.cz dne 21.2.2007.

Lidé si při vyslovení „Jižní Čechy“ zcela jistě vybaví asociaci zahrnující řadu rybníků a malebných vesnic ve dvou pánvích uprostřed kraje - Českobudějovické a Třeboňské. Okolo se vypínají kopce Středočeské pahorkatiny, Českomoravské vrchoviny, na hranicích s Rakouskem Novohradské hory a na jihozápadní hranici druhé nejvyšší pohoří v Čechách, Šumava. Nejvyšší je hora Plechý 1378 m n. m. naopak nejnižším místem (330 m) hladina Orlické přehrady v okrese Písek.

Většina území Jihočeského kraje náleží k povodí Vltavy, pouze nejvýchodnější část kraje náleží k povodí Moravské Dyje. Dalšími významnými řekami jsou pak Lužnice a Otava. Velmi známým a oblíbeným cílem je Lipno - nejrozsáhlejší přehradní nádrž na Vltavě a v České republice vůbec. Mezi další vodní díla řadíme Orlík a Hněvkovice na Vltavě a Římov na Malši. Z rybníků je největší Rožmberk (rozloha vodní plochy je 489 ha), a to nejen v České republice, ale i v celé střední Evropě.

V Jihočeském kraji se v minulosti průmysl příliš nerozvíjel. Kraj totiž není příliš bohatý na nerostné suroviny. Převažuje těžba šterkopísků, stavebního kamene, cihlářských hlín a v omezené míře keramických jílu, vápence a grafitu.

V porovnání s jinými kraji pracuje stále poměrně velké množství obyvatel v zemědělství a lesnictví. Převažuje rostlinná výroba, pěstují se především obilniny, olejniny a brambory. V živočišné výrobě je to chov skotu a prasat. Dlouholetou tradici má v jižních Čechách rybníkářství. Chov ryb představuje polovinu produkce v rámci celé ČR. Dřevo se intenzivně těží zejména na Šumavě.

Z hlediska mezinárodní dopravy zaujímá Jihočeský kraj strategickou polohu na ose sever-jih. Krajem prochází důležité mezinárodní silnice a severojižní železniční koridor. Problémem je napojení kraje na evropskou síť. Plánovaná dálnice z Prahy do Českých Budějovic (150 km) a dále do Lince (100 km) by dopravní obslužnost vylepšila. Řídká je i komunikační síť na Šumavě a v Novohradských horách. Státní hranice s Německem a Rakouskem je dnes možné překročit na desítkách hraničních přechodů - mnohé z nich jsou otevřeny pouze pro cyklisty či pěší turisty.

Jihočeský kraj se stal významnou turistickou a rekreační oblastí. Cestovní ruch zaznamenal v posledních letech největší nárůst podílu na podnikatelských aktivitách v kraji.

5.2 Vymezení destinace Českobudějovicko²⁰

Správní obvod obce s rozšířenou působností České Budějovice²¹ leží uprostřed Jihočeského kraje. Rozlohou 924 km² je Českobudějovicko čtvrtým největším správním obvodem v kraji. Z celkové plochy obvodu představuje 54 % zemědělská a 29 % lesní půda. Podíl vodních ploch dosahuje třetí nejvyšší hodnoty v kraji.

Počtem 148 tis. obyvatel je obvod nejlidnatějším v kraji, téměř dvě třetiny žijí ve městě České Budějovice. Obvod zahrnuje 79 obcí, z toho 5 měst (České Budějovice, Hluboká nad Vltavou, Lišov, Rudolfov, Zliv).

Turisticky atraktivní je historické jádro Českých Budějovic se čtvercovým náměstím, renesanční budova radnice a Černá věž. Mezi nejnavštěvovanější památky patří zámek Hluboká nad Vltavou a lovecký zámček Ohrada s blízkou zoologickou zahradou. Pro venkovskou architekturu jsou typické stavby postavené ve stylu tzv. selského baroka. Původní ráz si nejvíce zachovaly Holašovice, zařazené do Seznamu chráněných památek UNESCO. K rekreaci jsou využívány rybníky Bezdrev, Dehtář a Dvořiště.

6 Předpoklady cestovního ruchu na Českobudějovicku

Tyto předpoklady ovlivňují existenci a rozvoj cestovního ruchu, jejich obecné zákonitosti i uplatnění v konkrétních oblastech a střediscích. Podmínky pro cestovní ruch se obvykle člení na selektivní, lokalizační a realizační.²²

6.1 Selektivní předpoklady

Selektivní předpoklady cestovního ruchu vyjadřují způsobilost společnosti dané oblasti či země podílet se na cestovním ruchu aktivně i pasivně, tzn. přijímat účastníky cestovního ruchu i stávat se jimi. Umožňují vybrat ty obyvatele nebo ty oblasti, kteří nebo které mají nejlepší předpoklady pro účast na cestovním ruchu. Člení se různě, nejčastěji na předpoklady objektivní a subjektivní.²³

²⁰ Ke zpracování kapitoly byly využity propagační brožura *České Budějovice – město se představuje*, 2006.; a dále www.czso.cz dne 4.7.2007, www.obrazky.cz 19.3.2007

²¹ Mapa administrativního členění kraje je uvedena v přílohách této práce.

²² HOLEČEK, M., MARIOT, P., STRÍDA, M. *Zeměpis cestovního ruchu*.

²³ HOLEČEK, M., MARIOT, P., STRÍDA, M. *Zeměpis cestovního ruchu*.

6.1.1 Objektivní předpoklady

Objektivní předpoklady zahrnují celý soubor faktorů, ovlivňujících cestovní ruch v území. Patří mezi ně zejména politická a bezpečnostní stabilita oblasti, ekonomická a životní úroveň jejich obyvatel, stav životního prostředí apod.²⁴

Českobudějovicko lze zařadit mezi politicky stabilní oblasti. Kriminalita je zde nízká, ačkoliv během posledních měsíců se zvýšil počet loupežných přepadení čerpacích stanic a non-stop barů.

Životní úroveň obyvatel je dobrá, což se odráží i ve výši průměrné měsíční mzdy fyzické osoby, která činila 17 684 Kč²⁵ v prvním čtvrtletí roku 2007.

Odbor ochrany životního prostředí Magistrátu města České Budějovice dohlíží na ochranu životního prostředí, čistotu veřejných prostranství a údržbu zeleně. Kromě dalších aktivit se podílí i na každoroční akci „Evropský den bez aut“, kdy se tradičně uzavírá motoristům náměstí Přemysla Otakara II.

Českobudějovicko má relativně dobré životní prostředí díky příznivé poloze i díky veřejné zeleni. Je zde také příznivý poměr zastavěných a volných ploch a hlavně dobré podmínky pro rozvoj cykloturistiky jak v Českých Budějovicích, tak v okolí.

6.1.2 Subjektivní předpoklady

Subjektivní předpoklady ovlivňují rozhodování lidí o účasti na cestovním ruchu. Jejich účast závisí na příslušnosti k sociální a profesní skupině, na rodinných poměrech, ale také na četných psychologických faktorech.²⁶

Významnou roli zde má reklama a propagace, které mají vliv na vytváření módnosti některých středisek a oblastí. Mohou tak v relativně krátké době zvýšit příliv návštěvníků a postupně vyvolat i značné změny v rozmístění mezinárodního cestovního ruchu v širších oblastech. V pozadí zvýšeného subjektivního zájmu o konkrétní oblasti mohou působit i další skutečnosti: změna politické situace a exotika nabídky z hlediska přírodních a kulturních atraktivit.²⁷

O Českobudějovicku je možné říci, že má velmi dobrou úroveň propagace. Návštěvníci získávají informace nejčastěji z propagačních materiálů, které jsou k dispozici v turistickém informačním centru (dále též TIC).

²⁴ HOLEČEK, M., MARIOT, P., STRÍDA, M. *Zeměpis cestovního ruchu*.

²⁵ www.czso.cz dne 4.7.2007

²⁶ HOLEČEK, M., MARIOT, P., STRÍDA, M. *Zeměpis cestovního ruchu*.

²⁷ HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*. 4., upravené vydání. Praha: Idea Servis. ISBN 80-85970-36-8.

Využívání propagace prostřednictvím internetu je také na vysoké úrovni. Zatímco případný návštěvník nalezne mnoho ucelených informací o regionu, dohodne si ubytování a naplánuje návštěvy památek, občan se dozví nejnovější aktuality a prostřednictvím portálu CB Systém (City Booking System) si může rezervovat vstupenky na různé kulturní akce.

6.2 Lokalizační předpoklady

Mezi lokalizační předpoklady zahrnujeme:

- přírodní podmínky a atraktivita (klimatické poměry, hydrologické poměry, reliéf a morfologické poměry, rostlinstvo a živočišstvo)
- společenské podmínky a atraktivita (kulturně-historické památky a akce).²⁸

6.2.1 Přírodní podmínky a atraktivita²⁹

Přírodní podmínky mají ve vztahu k rozmístění cestovního ruchu význam v tom, že jsou stacionární.

Klimatické poměry

Jsou jednou z hlavních podmínek realizace a rozmístění cestovního ruchu, na něž působí prostřednictvím pozitivních hodnot svých prvků (teplota, vlhkost vzduchu, množství srážek a jejich rozdělení, délka slunečního svitu apod.) ve vztahu k biologickým potřebám lidského organismu.

Z hlediska klimatu patří Českobudějovicko do mírného klimatického pásu. Průměrná roční teplota vzduchu v roce 2006 dosahovala 9,1°C, průměrný roční úhrn srážek činil 731,1 mm a doba trvání slunečního svitu byla 1772,5 h za rok.

Hydrologické poměry

Oblasti s vhodnými hydrologickými podmínkami se stávají stále významnějšími z hlediska realizace cestovního ruchu (příspěl k tomu i rozvoj lékařské vědy, která od konce 19. století propaguje koupání v přírodě). V globálních poměrech patří dobré hydrologické poměry k nejdůležitějším lokalizačním podmínkám.

²⁸ HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*.

²⁹ Ke zpracování kapitoly bylo využito: HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*; PELTAN, J. *Tipy na výlet*. České Budějovice, 2003. ISBN 80-239-1434-0; PODHORSKÝ, M. *Jižní Čechy* a dále www.chmi.cz dne 12.2.2007, www.jiznicechy.cz dne 21.2.2007.

Českokobudějovicko je charakteristické velkým množstvím malých vodních toků. Celé náleží do povodí Vltavy, která teče od jihu k severu. Z hlediska cestovního ruchu jí můžeme přičíst vysokou oblíbenost pro příznivce vodních sportů.

Zprava se do Vltavy vlévá Malše s přítokem Stropnicí, výš po proudu pak Libochovka a Kozlovský potok. Západně od Českých Budějovic nalezneme potoky Dehtářský a Bezdrevský, které se vlévají do Vltavy nedaleko Bavorovic.

Najdeme zde také mnoho rybníků – Munický, Dehtář, Volešek, Blatec, Vrbenské rybníky a mnohé další. Ke koupání jsou vhodné rybníky Mydlovarský, Štilec, Mrhal a zejména Bezdrev, jenž má travnatý břeh, písčitou pláž i dno a je zde i možnost ubytování a stravování. Z vodních děl do této oblasti náleží vodní nádrž Římov, která je hlavním zdrojem pitné vody pro tuto oblast. Byla vybudována na řece Malši a v roce 1977 předána do užívání. Sypaná přehradní hráz nádrže je 290 m dlouhá a v koruně 45 m vysoká.

Reliéf a morfologické poměry

Pevnina je nezbytnou základnou pro fyzickou existenci člověka. Morfologická rozmanitost povrchu spolu s podnebím stále do značné míry determinuje jeho život. Relativně nedávno začaly morfologické poměry (tvary a celkový charakter reliéfu krajiny) mít hodnotu pro využití cestovním ruchem.

Významným horopisným celkem oblasti je Českokobudějovická pánev. Nalezneme ji v prostoru od Českých Budějovic směrem na severozápad k Písku a Strakonici. Její průměrná nadmořská výška se pohybuje okolo 400 - 450 m. Na východě je ohraničena částečně tokem Vltavy (k Týnu nad Vltavou), na západě tvoří její pomyslnou hranici spojnice měst Strakonice, Vodňany, Netolice. Na východě sousedí s Třeboňskou pánví. Českokobudějovická i Třeboňská pánev jsou vzájemně odděleny nepříliš vysokým Lišovským prahem. Jsou to tektonické sníženiny, které byly ve třetihorách zality obrovskými jezery. Pro obě pánve je charakteristický povrch s minimálním převýšením a velkým množstvím uměle vytvořených rybníků, které lákají k relaxaci a odpočinku.

Rostlinstvo a živočišstvo

V konkrétní situaci se některé druhy rostlinstva a živočišstva mohou stát profilujícím momentem pro cestovní ruch. Ve vyspělých zemích mají lesní porosty (z velké části pěstované a udržované) značný význam pro letní rekreaci a turistiku městské části populace. Vzácně se vyskytující rostlinné druhy a společenstva jsou chráněny; pokud nejde o přísnou ochranu (zákaz přístupu veřejnosti), stávají se i ony objektem zájmu cestovního

ruchu. Živočišstvo se v cestovním ruchu uplatňuje prostřednictvím chráněné a lovené zvěře.

Na Českobudějovicku můžeme pozorovat rozličné druhy rostlin a živočichů. Trasa naučné stezky „Po hrázích Vrbenských rybníků“³⁰ nás zavede na hráze rybníků Starý Vrbenský rybník, Nový Vrbenský rybník, Domín a Černiš, kde můžeme pozorovat vodní ptactvo a zároveň se kochat pohledem do mohutných korun staletých dubů.

6.2.2 Společenské podmínky a atraktivita

Společenské podmínky a atraktivita uspokojují hlavně poptávku po poučení, vzdělání a zábavě. Jejich hodnotu může zvyšovat skutečnost, že se vyskytují v oblastech přitažlivých i z hlediska přírodních podmínek; řada z nich má jen doplňkový význam pro jiné formy cestovního ruchu. Z jejich charakteru a funkce plyne, zda poutají zájem návštěvníků jako stálé objekty, nebo jako jednorázové akce.

6.2.2.1 Kulturně-historické památky

Kulturněhistorické památky a atraktivita mají mezi společenskými podmínkami a atraktivitami největší význam. Jejich využití cestovním ruchem je dáno zvláštností, uměleckou a historickou hodnotou. Rozhodující význam mají jen ty nejceněnější, případně nejproslulejší, ostatní fungují většinou v postavení doplňujících atraktivit.³¹

České Budějovice³²

Díky tomu, že město po celou dobu své historie zůstalo věrné českým panovníkům, se zachovalo i jeho turisticky vyhledávané historické centrum.

Náměstí Přemysla Otakara II.

Nejnámějšší čtvercové **náměstí** o stranách dlouhých 133 m, obklopuje 48 renesančních a barokních domů, u kterých si bohatí měšťané nechali vybudovat podloubí.

Domům vévodí mohutná stavba **radnice**, kterou přestavěl do barokní podoby A.E. Martinelli a to v letech 1727 – 1730. Jsou na ní umístěny čtyři kamenné sochy, které představují Spravedlnost, Statečnost, Moudrost a Opatrnost.

³⁰ Mapa naučné stezky je uvedena v přílohách této práce.

³¹ HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*.

³² Ke zpracování kapitoly bylo využito: DIBELKOVÁ, I. *Navštivte...poutní místa v Čechách*. 1. vydání. Praha: Olympia a.s., 2004. ISBN 80-7033-844-X; PODHORSKÝ, M. *Jihočeský kraj – Českobudějovicko*. Freytag & Berndt, 2007. ISBN 80-7316-180-X; PODHORSKÝ, M. *Jižní Čechy a dále* propagační brožura *České Budějovice – město se představuje*, 2006.

Uprostřed náměstí, na místě někdejšího pranýře, vznikla **Samsonova kašna**. Pochází z let 1721–1726 a je na ní znázorněn Samson bojující se lvem. Jen několik metrů od kašny, směrem k hotelu Zvon, se zachoval zbytek původní dlažby – valoun s vyrytým křížkem, zvaný „Bludný kámen“. Nachází se údajně na místě středověké šibenice. Podle pověsti kdo ho překročí po desáté hodině večerní, nenajde již cestu domů.

Katedrála sv. Mikuláše

Barokní stavba chrámu vznikla v letech 1641-1649 poté, co byl předcházející chrám zničen požárem. Za třicetileté války v něm na čas spočinuly české korunovační klenoty. Vnitřní zařízení pochází většinou ze 17. – 18. století. Zajímavostí je, že v katedrále jsou uloženy ostatky sv. Auraciána, patrona města.

Černá věž

Renesanční Černá věž byla vybudována v letech 1549-1577 na podnět radních. Původně měla sloužit jako kostelní zvonice, ale nakonec se využívala i při ohlašování požárů. Dosahuje výšky 72 metrů. V báni věže je umístěno celkem 6 zvonů (jednu dobu jich bylo dokonce 7). Největší z nich je Bumerin (3,5 t, průměr 182 cm a výška 147 cm), který byl roku 1723 odlit ze stejnojmenného zvonu původně visícího v kostele sv. Mikuláše. Z ochozu Černé věže se návštěvníkům naskytne nádherný výhled na České Budějovice a nejbližší okolí.

Masné krámy

Masné krámy sem v roce 1364 nařídil přesunout král Karel IV., nespokojený s jejich původním umístěním přímo uprostřed náměstí. Současnou podobu jim vtiskla renesanční přestavba z roku 1554, vstupní štít byl roku 1830 empírově přestavěn. V roce 1953 došlo k úpravě objektu na proslulou restauraci, vyhledávanou zejména milovníky Budějovického Budvaru. Oblíbili si ji i turisté, kteří v ní mohli ochutnat bezpočet jihočeských specialit. V současné době je však restaurace uzavřena a prochází rekonstrukcí.

Městské opevnění

Opevnění se zachovalo zejména podél slepého ramene Vltavy. Mezi nejvýznamnější část opevnění patří věž Železná panna ze 14.století. Podle pověsti se zde prý dříve fungovala mučírna. Další věž, Rabenštejnská, vznikla také ve 14. století a před několika lety byla důkladně zrekonstruována. Za zmínku stojí i bašta Otakarka, která se nachází v areálu Biskupské zahrady.

Koněspřežná dráha

Proslulá první koněspřežná dráha vedla z Českých Budějovic do Lince. Vybudována byla v letech 1825 - 1832. Dodnes se na její trase zachovaly strážní domky a náspy (např. okolo Kamenného Újezda a Včelné). Ovšem jen pobočka Jihočeského muzea - staniční domek v Mánesově ulici - se může pochlubit expozicí o první železniční trati v Evropě. Expozici lze shlédnout od května do září. O návštěvu strážního domku je velký zájem, a i proto se v Českých Budějovicích zamýšlí alespoň částečné vybudování „koněspřežky“ jako turistické atrakce.

Hluboká nad Vltavou³³

Zámek Hluboká nad Vltavou leží 10 km severně od Českých Budějovic. Zámek byl původně hradem a prošel mnoha přestavbami. Do historie vstoupil roku 1290, kdy byl pod jeho hradbami popraven za údajnou velezradu Závíš z Falknštejna. Od roku 1661 vlastnili Hlubokou Schwarzenbergové, kteří dali zámek nejdříve přestavět barokně a v 19. století romanticky v duchu windsorské novogotiky.

Návštěvníky zaujme i bývalá zámecká jízdárna, kde dnes sídlí Alšova jihočeská galerie s expozicí gotických maleb a soch. Dále je zde možno shlédnout ukázky holandského a vlámského malířství 17. a 18. století a různé proměnné výstavy v hlavním sále. Mimořádně kvalitně vybavena je také zámecká zbrojnice. Zámek patří mezi nejvyhledávanější turistické atraktivity této oblasti a lze si jej prohlédnout od dubna do října.

Za návštěvu stojí také lovecký zámeček Ohrada. V záměčku je umístěno Lesnické, myslivecké a rybářské muzeum. Návštěvníci tak zde mohou shlédnout zámecký interiér s expozicí věnovanou historii lovu, rybářství a lesnické a myslivecké oděvy.

V sousedící zoologické zahradě je na ploše 1,8 ha možno shlédnout na 200 druhů živočichů. Na své si zde přijdou zejména návštěvníci s dětmi, protože je zde pro děti vybudován i koutek s prolézačkami. Zoo je přístupná po celý rok.

³³ Ke zpracování kapitoly bylo využito: PODHORSKÝ, M. *Jihočeský kraj – Českobudějovicko* a www.zamekhluboka.cz dne 24.11. 2006

Holašovice³⁴

Holašovice leží v podhůří Blanského lesa, 15 km západně od Českých Budějovic. Obec vznikla v první polovině 13. století a její stavební vývoj byl dokončen až ve druhé polovině 19. století. Historický sídelní celek tvoří v dnešní podobě 22 zděných usedlostí, jež jsou rozmístěny po obvodu mimořádně rozlehlé obdélné návsi (210x70m). Téměř stoprocentně se zde zachoval středověký systém řazení obytných a hospodářských budov, propojených ohradními zdmi s brankami a klenutými vjezdy. K chráněným kulturním památkám pak vedle statků patří ještě historická kovárna, barokní kaple z roku 1744 a hospoda. To vše, spolu s dochovanými štukovými dekory na většině průčelí, vytváří neopakovatelnou atmosféru místa, která sem přitahuje nejen tuzemské, ale i zahraniční turisty.

V roce 1998 byly Holašovice zařazeny do registru mezinárodního kulturního dědictví UNESCO. Každoročně se zde také konají Selské slavnosti. Jde o již tradiční dvoudenní lidovou slavnost, jejímž základním rámcem je pořádání "lidového jarmarku" s ukázkami tradičních i netradičních řemesel z celé České republiky, ale též ze Slovenska.

Rudolfov³⁵

Rudolfov je vzdálen 5 km východně od Českých Budějovic. V této oblasti se od roku 1385 těžilo stříbro, z čehož nejprve finančně profitovaly královské Budějovice a později i císař Rudolf II. Ten povýšil původní Velké Hory na královské horní město - od té doby Město císaře Rudolfa. Tento statut tak přinesl zdejším obyvatelům spoustu privilegií (např. osvobození od daní, právo na pivovar a solní sklad) a způsobil tak rozvoj města na úkor nedalekých Českých Budějovic. Rozvoj však trval pouze do roku 1619, kdy Ferdinand II. Habsburský daroval vypleněné město Českým Budějovicům. Rudolfov získal zpět svou samostatnost až roku 1848.

V současné době Rudolfovem vedou dvě naučné stezky. První je tematicky více zaměřena na historii města, staveb a vodních děl, zatímco druhá návštěvníkům přiblíží dějiny hornictví v rudolfovském rudním revíru. Začátek i konec obou naučných stezek vhodně navazuje na autobusy MHD, které Rudolfov spojují s Českými Budějovicemi. Obě trasy jsou vhodné i pro cykloturistiku.

³⁴ Ke zpracování kapitoly bylo využito: PODHORSKÝ, M. *Jihočeský kraj – Českobudějovicko* a www.pruvodce.com dne 27.11. 2006

³⁵ Ke zpracování kapitoly bylo využito: PODHORSKÝ, M. *Jihočeský kraj – Českobudějovicko* a informační brožura *Rudolfov, bývalé horní město na jihu Čech*.

6.2.2.2 Akce³⁶

Zájem veřejnosti na sebe poutají hudební, dramatické, folklorní i jiné festivaly. Po druhé světové válce získaly na významu i filmové festivaly. Politicky a hospodářsky významné země a světově významná střediska vědy a výzkumu jsou pořadateli kongresů a sympozií. Pravidelné i jednorázové sportovní podniky mezinárodního významu soustřeďují do míst jejich konání velký počet zájemců.³⁷

V Českých Budějovicích se v průběhu roku koná mnoho kulturních akcí. Některé z nich jsou níže charakterizovány.

Akce „**Staročeské velikonoce aneb jaro už je tu**“ láká mnoho návštěvníků, kteří mají možnost shlédnout předvádění starých zvyků a obyčejů, vystoupení folklorních souborů a samozřejmě si mohou zakoupit dobové výrobky.

Vyhledávaný je také „**Slet čarodějnic**,“ kde se můžete zúčastnit volby Miss čarodějnice a různých soutěží o ceny. Akci je hojně navštěvovaná především rodinami s dětmi.

Kdo zavítá na **Majáles**, nebude ochuzen o tradiční oslavu příchodu jara. Vystupují zde různé hudební skupiny, divadla, volí se král a královna průvodu. Akce je určena spíše pro mladé, průvodu se tradičně účastní některé střední školy z Českých Budějovic.

Slavnosti města se konají na náměstí Přemysla Otakara II. a Sokolském ostrově. Letošní ročník byl zaměřen na mladé jihočeské talenty. Návštěvníci měli možnost zažít dobrodružství s indiánskou tematikou a inspirovat se novými módními trendy při májové módní přehlídce. Součástí byl také lampiónový průvod a zábavný program pro děti.

Festival **Múzy na vodě** potěší především příznivce hudby. Slyšet můžete jak vážnou hudbu, tak i jazz. Akce se koná na přelomu června a července, a to na soutoku Vltavy a Malše. Vstup na akci je zdarma.

Na nádvoří radnice se koná **Radniční léto**. Koncerty, divadelní představení a pohádky pro děti je možno shlédnout od června do září.

Kdo zavítá na **Hudební slavnosti Emy Destinové**, má jedinečnou příležitost slyšet známá díla např. Antonína Dvořáka, Wolfganga Amadea Mozarta, Antonia Vivaldiho a Bohuslava Martinů. Účinkuje Český filharmonický sbor a komorní sólisté.

Další akce můžeme navštívit na sklonku roku. Jedná se o **Přílet anděla, Vánoční trhy a Rozsvícení vánočního stromu**.

³⁶ Podklady pro zpracování této kapitoly čerpány z <http://kultura.c-budejovice.cz> dne 26.6. 2007, letáku Radniční léto a brožury Kam – kultura a město České Budějovice.

³⁷ HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*.

Oblíbené veletrhy a výstavy, jako například **Země Živitelka** (prezentace zemědělsko-potravinářského sektoru českých i zahraničních firem), **Slavnosti piva** (prezentace pivovarů a výrobců nealkoholických nápojů), **Mobil salon** (pro zájemce o motorismus, letectví a vodní sporty), **Vzdělání a řemeslo** (prezentace středních odborných škol a učilišť) a **Hobby** (potřeby pro kutily a zahrádkáře) jsou pořádány v průběhu roku na Výstavišti České Budějovice.

6.3 Realizační předpoklady

Realizační předpoklady umožňují uskutečnit (realizovat) nároky účastníků cestovního ruchu v oblastech s příznivými lokalizačními podmínkami. Umožňují dopravit se do těchto míst a využívat je k pobytu, k rekreaci a k dalším aktivitám. Dělí se proto na předpoklady dopravní a materiálně-technické.³⁸

6.3.1 Dopravní předpoklady v Českých Budějovicích

Doprava patří mezi základní podmínky realizace. Zajišťuje styk mezi výchozím místem účastníka a navštěvovanou oblastí (místem) a rozhoduje o využívání prostoru cestovním ruchem, vůči kterému vystupuje jako základní služba. O přitažlivosti území rozhoduje nejen možnost dopravního spojení, ale zejména hustota a kvalita dopravní sítě - čím je síť silnic, železnic, leteckých spojů hustší a její kvalita lepší, tím má oblast lepší předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu.³⁹

České Budějovice jsou ze severních Čech a ze sousedního Rakouska přístupné po silnici E 55 a z východních či západních částí České republiky po silnici E 49. Na tyto klíčové komunikace se poté napojují místní dopravní uzly. Přes České Budějovice vedou také důležitá mezinárodní vlaková spojení po železniční trati 196 (České Budějovice – Kaplice – Rybník – Summerau), dále železniční trať 199 (České Budějovice – České Velenice – Gmünd), trať 220 (České Budějovice – Tábor – Praha), dále trať 190 (České Budějovice – Protivín – Strakonice – Plzeň) a trať 194 (České Budějovice – Český Krumlov – Černý Kříž – Nové Údolí).⁴⁰

Doprava v Českých Budějovicích je na vysoké úrovni, cestující mohou využít jak autobusovou, tak i železniční dopravu. Nádraží jsou od sebe vzdálena asi 2 minuty chůze, což je výhodné, zejména při návaznosti autobusových a vlakových spojů. Autobusové

³⁸ HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*.

³⁹ HOLEČEK, M., MARIOT, P., STRÍDA, M. *Zeměpis cestovního ruchu*.

⁴⁰ www.cd rail.cz dne 11.3.2007

nádraží je nově zrekonstruované a řadí se tak mezi nejmodernější v Evropě. Vlakové nádraží bude rekonstruováno v nejbližších letech. Ve městě provozována i městská hromadná doprava. Zajišťuje ji Dopravní podnik města České Budějovice.

6.3.2 Ubytovací a stravovací zařízení⁴¹

Ubytovací a stravovací zařízení tvoří podstatnou část materiální základny zabezpečující realizaci cestovního ruchu. Zvláštností stravovacích služeb je, že neslouží jen účastníkům cestovního ruchu, ale ve značné míře i residentům. Rozsah i úroveň těchto zařízení limitují využití přírodních možností a kulturně-historických či jiných atraktivit konkrétních oblastí a intenzitu jejich zapojení do vnitrostátního či mezinárodního cestovního ruchu. Kapacita těchto zařízení vytváří možnosti pro jeho koncentraci a tedy i faktické rozmístění. Lokalizace těchto zařízení je výsledkem působení souboru místních podmínek.

V Českých Budějovicích a okolí je velmi mnoho ubytovacích a stravovacích zařízení. V TIC se snaží návštěvníkům, kteří shánějí ubytování či stravování, co nejlépe poradit. Poskytují návštěvníkům brožuru „Ubytování a stravování“ a nabízí také možnost, kdy se na ubytovacím portálu, podle zadaných kritérií vyhledá odpovídající ubytovací zařízení. Některá z těchto zařízení jsou níže charakterizována.

Hotel Gomel****

Hotel je již po několik let jednou z dominant centra Českých Budějovic. Roku 2004 byl kompletně zrenovovaný. Celková kapacita hotelu je 204 pokojů, většinou dvoulůžkových, ve 26 pokojích je možnost třetího lůžka. Pokoje jsou vybaveny koupelnou s vysoušečem vlasů, barevnou televizí se satelitním příjmem, minibarem, telefonem a možností připojení na internet. V 16. patře vzniklo 11 zcela nových, klimatizovaných pokojů. Z těchto 11 pokojů jsou 3 pokoje zařízení pro tělesně postižené hosty. Automobil nebo autobus je možno nechat zaparkovaný na hotelovém parkovišti.

Hotel U Tří lvů***

Ubytování v hotelu U Tří lvů nabízí příjemnou atmosférou s dobrými službami. Nachází se v těsné blízkosti historického středu města. Hotel disponuje 36 moderními a prostornými pokoji. Hotelová restaurace s má kapacitu 60 míst. Dále hotel nabízí směnářské služby, praní a žehlení prádla pro hotelové hosty a v neposlední řadě prodej drobných upomínkových předmětů. Hosté mohou využít parkoviště s kapacitou 25 míst,

⁴¹ Podklady pro zpracování této kapitoly čerpány z HRALA, V. Geografie cestovního ruchu a <http://ubytovani.c-budejovice.cz>, 10.5. 2007.

5 parkovacích míst je na uzamčeném hotelovém dvoře. Dalšími přednostmi hotelu jsou bezbariérový přístup a 24 hodinový provoz.

Hotel Klika

Hotel Klika nabízí možnost příjemného posezení v restauraci, či poklidného ubytování v samém centru města. Hotel disponuje 26 novými pokoji včetně výtahu a příslušenství s výhledem na slepé rameno Malše a na bývalý Dominikánský klášter. Přilehlý restaurant nabízí posezení pro více jak 40 návštěvníků v útulném interiéru, či na letní zahrádce u vody.

Penzion Rex

Pension disponuje jedním dvoulůžkovým, jedním čtyřlůžkovým pokojem a apartmánem. Pokoje i apartmán jsou vybaveny vlastním sociálním zařízením, lednicí, televizorem se satelitem a varnou konvicí. Apartmán má dva samostatné pokoje a společnou kuchyňku s jídelním koutem, koupelnu se sprchovým koutem a samostatné WC. Restaurant s letní terasou nabízí příjemné posezení a celodenní stravování včetně snídaní. K dispozici je vlastní uzamykatelné parkoviště.

Penzion a wellness U Nádraží

Nabízí celoroční ubytování s kapacitou 44 lůžek v jednolůžkových až čtyřlůžkových pokojích a jednom apartmá. Penzion má velmi výhodnou polohu, nachází se v těsné blízkosti vlakového a autobusového nádraží. Parkoviště je k dispozici vedle penzionu. Pokoje mají vlastní koupelnu s vanou nebo sprchou a WC. Jsou vybaveny barevnou televizí a možností připojení na internet. Snídaně se podávají v prostorách penzionu, je možno využít nabídky mexické kuchyně a pizzerie s donáškovou službou ve dvoře objektu. Součástí penzionu je wellness centrum, které k regeneraci poskytne saunu, solárium, whirlpool a masáže.

Motel Dlouhá louka

Moderní motel se nachází v blízkosti mezinárodní silnice E 55. Je situován v klidném prostředí, na okraji rozsáhlého městského lesoparku. Návštěvníci se mohou ubytovat v bungalovech s dvoulůžkovými pokoji pro sto hostů. Jejich součástí je vlastní WC, sprchový kout a elektrické vytápění. Pro stravování a občerstvení je možné využít restauraci. Součástí areálu, který je střežen, je také rozsáhlé parkoviště.

7 Turistické informační centrum v Českých Budějovicích ⁴²

Nebývale rychle se započala rozvíjet v devadesátých letech turistická informační centra, která se stávají často důležitým kontaktním místem jak pro návštěvníky dané lokality, tak i pro samotné obyvatele. Tato skutečnost vyplývá z toho, že tato informační centra nabízí nejen informace, které se nejen často mění, ale i z toho, že řada informací není omezena pouze na oblast cestovního ruchu. Informační centrum je označeno mezinárodním piktogramem s písmenem „i“.

Informační centra jsou zřizována obvykle:

- ☐ jako součást městského či obecního úřadu
- ☐ jako součást muzea nebo knihovny,
- ☐ jako samostatný soukromý subjekt,
- ☐ jak samostatný právní subjekt zřízen obcí (městem).

Činnost turistických informačních center má charakter veřejné služby, poskytované na základě společenské objednávky státní správy a samosprávy jako součást informačního systému cestovního ruchu. Jejich hlavní činností je bezplatné poskytování informací veřejnosti v souladu se zásadami o svobodném přístupu k informacím. Doplnkovou činností jsou pak služby poskytované za úplatu, z nichž většina má vztah k cestovnímu ruchu.

Turistické informační centrum je provozováno Magistrátem města České Budějovice. Výhodně umístěné sídlo je na náměstí Přemysla Otakara II. v přízemí historické budovy radnice města. Stabilně zde pracují dva zaměstnanci, další tři spolupracují brigádně.

TIC je dostupné jak telefonicky, tak i faxem a zároveň obstarává správu internetových stránek www.c-budejovice.cz. Hlavní stránka je rozdělena do tří sloupců – v levém sloupci se po výběru hlavního tématu zobrazí témata související, zařazená do stejné skupiny. V prostředním sloupci se zobrazují vyhledávaná data, v pravém je umístěn vyhledávací formulář a zároveň i neměnné odkazy na ubytovací, kulturní a rezervační portál, policii a jiné zajímavé odkazy.

⁴² Tato kapitola byla zpracována na základě rozhovoru s pracovníci TIC a dále z FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch.*; LEDNICKÝ, V. *Využití technických památek v českém cestovním ruchu.* Ostrava: VŠB - TU, 2004. ISBN 80-248-0611-8, a dále z www.c-budejovice.cz dne 18.5.2006.

Stránky jsou dostupné ve třech jazykových mutacích, a to česky, anglicky a německy, ovšem v obou cizích jazycích je k dispozici pouze určité množství informací.

Informační centrum je vizitkou toho, jak jsou organizace a instituce v daném místě schopny spolupracovat na společné prezentaci a propojit nejdůležitější užitečné informace. TIC spolupracuje s ostatními informačními centry na území města i mimo něj. V rámci zařazení pod Odbor rozvoje a cestovního ruchu Magistrátu města České Budějovice se podílí na pořádání nejrůznějších akcí pro návštěvníky i občany města. Poslední takto pořádanou akcí byly Českobudějovické májové slavnosti...aneb Jihočeské májování.

Mezi základní poskytované služby patří bezplatný informační servis v oblasti turistického ruchu – pamětihodnosti, kultura a dopravní spojení. Dále poskytnutí kontaktu na nejdůležitější instituce ve městě, průvodcovský servis – prohlídka města a radnice s průvodcem (je možno objednat i v anglickém a německém jazyce). Vůbec nejvyhledávanější službou je zprostředkování a ubytování a stravování v Českých Budějovicích a okolí. Následně TIC nabízí předprodej vstupenek na kulturní akce, prodej jízdenek MHD, telefonních karet a poštovních známek.

Kromě toho nabízí na 2 počítačích volně přístup k internetu, a to na dobu 30 minut. Dále má návštěvník možnost tisku až deseti stran zdarma. Mezi ostatní doplňkové služby patří prodej pohlednic, map, brožur, videokazet, turistických známek, upomínkových předmětů s tematikou jižních Čech.

Další službou je prodej turistické slevové karty **CBCARD - Karty na zážitky**. CBCARD je turistická karta, která umožňuje majiteli zdarma navštívit vybrané památky, muzea a jiné turistické cíle a zároveň slouží jako jízdenka na městskou hromadnou dopravu v Českých Budějovicích. Je ji možno zakoupit za 295,- Kč. Zavedení této karty má, po vzoru jiných měst, zvýšit zájem o prohlídky památek krajského města a jeho okolí.

Jedinou nevýhodou karty je její omezená platnost, což potvrdila i pracovnice TIC, která uvedla, že částečně poklesla poptávka po tomto produktu. CBCARD platí totiž od vyznačeného data a času, ale pouze po dobu 48 hodin. Datum a čas, odkdy bude kartu využívat, si však volí majitel sám a stvrzuje svým podpisem. Karta může být užívána jen jednou osobou, která je oprávněna kartu využít k jednomu vstupu do každého z objektů.

S touto kartou lze zdarma navštívit například Černou věž, budovu radnice i s průvodcem, Jihočeské muzeum v Českých Budějovicích, Muzeum Koněspřežky a Muzeum budějovického pivovaru Budvar. Mimo krajské město můžeme s kartou využít lanovou dráhu na Klet' nebo jít do zoologické zahrady Ohrada u Hluboké nad Vltavou.

Vyhledávaným produktem se staly **Strašidelné pověsti města Českých Budějovic**. Od května do září nabízí informační centrum speciální noční prohlídky města. Role průvodkyň převzaly hašteřivé sestry Historie a Pověst. Prohlídky probíhají v několika objektech historické části města. Vstupenky je nutno zajistit předem v informačním centru města. Vstupné pro dospělé činí 190 Kč, děti do 15 let 140 Kč. V loňském roce bylo možné prohlídku absolvovat i v anglickém či německém výkladu, letos tato služba není nabízena. V turistickém informačním centru je také sledována návštěvnost a to pomocí digitálního počítačového systému, umístěného u dveří.

I když turistická informační centra nejsou obecně ekonomicky soběstačná, přináší významný ekonomický přínos. Jsou v podstatě nejdůležitějším článkem propagace jak dané lokality, tak mnohdy i celého regionu. Proto je důležité podporovat jejich činnost a zabezpečovat rozšiřování jejich aktivit.

8 Analýza návštěvnosti - marketingový výzkum

Marketingový výzkum vysvětluje Kotler⁴³ jako systematické určování, shromažďování, analyzování a vyhodnocování informací týkajících se určitého problému.

Proces marketingového výzkumu můžeme rozdělit do několika základních kroků. Kincl⁴⁴ uvádí, že nejdůležitějším krokem je definování problému a určení cíle výzkumu. Následuje analýza situace - tj. určení zdrojů informací a informačních oblastí, dále sběr informací, následná analýza a interpretace informací a závěrečná zpráva, která by neměla zapomínat na doporučení pro řešení daného problému.

8.1 Metody marketingového výzkumu⁴⁵

Marketingový výzkum čerpá obvykle z více zdrojů a probíhá ve dvou fázích.

První se zaměřuje na sběr snadno dostupných základních informací. Jedná se o „výzkum od stolu“, který je založen na sběru a analýze sekundárních informací. Sekundární

⁴³KOTLER, P. *Marketing a management*. 10. rozšířené vydání. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0016-6

⁴⁴KINCL, J. a kol. *Marketing podle trh*. 1. vydání. Praha: Alfa Publishing, 2004. ISBN 80-86851-02-8

⁴⁵Ke zpracování kapitoly bylo využito: KIRÁL'OVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*.; MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní marketing*. 2., upravené a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1678-X.

informace je možno čerpat jednak z interních zdrojů marketingového informačního systému (např. účetnictví, zprávy od prodejců) a dále ze zdrojů externích (informační databáze, statistiky, odborná literatura). Snadno dostupné a užitečné jsou také informace z internetu.

Nevýhodou zdrojů bývá jejich zastaralost (obvykle se zveřejňují několik měsíců či let po jejich získání), nespolehlivost (např. informace v tisku) a snížená možnost jejich aplikace (např. bývají příliš obecné). Výhodou je cena (jsou levnější než primární zdroje), relativně snadná dostupnost a okamžitá použitelnost.

Druhá etapa – „terénní (primární) výzkum,“ spočívá v realizaci výzkumu v konkrétních podmínkách. K této etapě se přistupuje v případě, kdy sekundární data neposkytují dostatečné podklady pro rozhodování.

Výhodou informací je jejich použitelnost, přesnost, spolehlivost a aktuálnost. Nevýhodou je vysoká cena získaných dat a nemožnost okamžitého použití informací (získání primárních zdrojů trvá obvykle několik měsíců či let).

8.2 Analýza získaných údajů

Cílem výzkumu bylo zjistit, kteří návštěvníci do destinace přijížděli, zda a jak využívali produkty turistického informačního centra a jaké změny by uvítali.

Dotazníkové šetření bylo zrealizováno v měsících červenec – srpen 2006. Zúčastnilo se ho 100 respondentů, kteří byli nahodile vybíráni. Ovšem nebyl osloven větší počet návštěvníků z jedné skupiny.

Lokality, ve kterých byli respondenti oslovoováni, byly dvě. První lokalita byla na náměstí Přemysla Otakara II., následující na Lannově třídě nedaleko obchodního domu Prior. V obou těchto lokalitách je zvýšený pohyb návštěvníků – na náměstí zavítají kvůli pamětihodnostem a Lannovou třídou procházejí od i k nádraží.

Získané údaje jsem zanesla do tabulek a následně graficky znázornila. Data z dotazníků byla zpracována v programu Microsoft Excel 1997. Na jejich základě byl navržen nový produkt cestovního ruchu.

1. otázka: Kraj či stát, odkud návštěvník pochází

Dotazníkové šetření potvrdilo hypotézu, že nejvíce respondentů přijelo do sledované oblasti z Jihočeského kraje. Tato skutečnost je dána především tím, že České Budějovice jsou správním, ale i kulturním střediskem kraje.

Z dalších krajů je významněji zastoupen kraj Plzeňský, což je způsobeno zejména územní blízkostí. Kraje Ústecký, Královéhradecký, Pardubický, Zlínský a Moravsko-slezský nebyly v dotazníkovém šetření zastoupeny žádným respondentem.

Výzkumu se zúčastnilo i 32% zahraničních návštěvníků, z toho 11% z Německa, 10% z Nizozemí, 8% ze Slovenska a 3% z Rakouska.

Graf 1: Zdrojová oblast návštěvníků



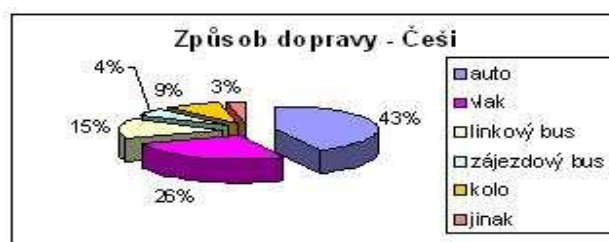
Zdroj dat: Vlastní šetření

2. otázka: Způsob dopravy

Druhá otázka zjišťovala, jak se návštěvníci do Českých Budějovic dopravili. Byla potvrzena hypotéza, že Čeští návštěvníci využili nejčastěji automobil (43%) a vlak (26%). Tyto údaje zobrazují vcelku dobrou dopravní dostupnost oblasti těmito dopravními prostředky. Vybudováním dálnice a železničního koridoru se situace ještě vylepší, a tak se do budoucna dá očekávat vyšší příliv turistů, kteří přijedou automobilem či vlakem.

Možnost jinak uvedla 3% respondentů, kteří přijeli na motocyklu.

Graf 2: Způsob dopravy - Češi



Zdroj dat: Vlastní šetření

Nejvíce zahraničních návštěvníků (44%) přicestovalo zájezdovým autobusem. To potvrzuje hypotézu, že většina zahraničních návštěvníků se vydává do České republiky organizovaně a využívá přitom služeb cestovních kancelářů.

Graf 3: Způsob dopravy - zahraniční návštěvníci



Zdroj dat: Vlastní šetření

Z grafu vyplývá, že u Čechů je nejvíce oblíbená automobilová doprava. U zahraničních návštěvníků lze tento trend sledovat také. Pomineme-li dopravu zájezdovým autobusem, která byla u cizinců nejčastější, na druhém místě se umístila právě doprava automobilová. Narozdíl od zahraničních návštěvníků přicestovala zájezdovým autobusem pouhá 3% Čechů. Na jízdním kole přijelo 6% domácích návštěvníků, kteří tak využili cyklistické stezky a trasy v Českých Budějovicích.

Graf 4: Způsob dopravy - srovnání

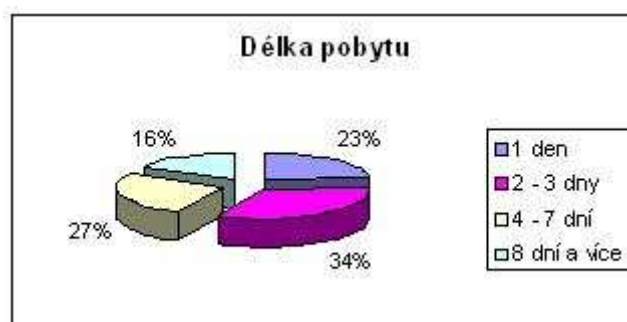


Zdroj dat: Vlastní šetření

3. otázka: Délka pobytu

Dotazovaní uváděli předpokládanou délku pobytu v Českých Budějovicích a okolí. Mezi výletníky se zařadilo 23% respondentů, naopak nejvíce turistů zde strávilo 2 - 3 dny, což odpovídá nastupujícímu trendu krátkých cest a víkendových pobytů. Je tedy vhodné orientovat se na tyto segmenty návštěvníků a vytvářet pro ně nové produkty. Jejich následná spokojenost se v budoucnu projeví tím, že přijedou opakovaně, nebo pobyt prodlouží.

Graf 5: Délka pobytu

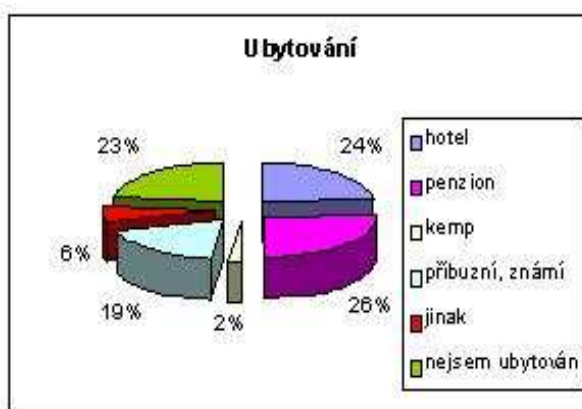


Zdroj dat: Vlastní šetření

4. otázka: Ubytování

Polovina dotazovaných uvedla, že je ubytována v hotelu či penzionu. Možnost jinak uvedlo 6% respondentů, kteří přenocovali na studentské koleji. Ubytováno nebylo 23% dotazovaných, kteří zde strávili pouze 1 den, což koresponduje s předchozí otázkou.

Graf 6: Ubytování



Zdroj dat: Vlastní šetření

5. otázka: Četnost návštěvy

Pátá otázka zjišťovala, zda respondenti již někdy navštívili České Budějovice nebo jejich okolí. Významné je, že celých 65% návštěvníků se vrací opakovaně. Naopak poprvé navštívilo Českobudějovicko 35% dotazovaných.

Graf 7: Četnost návštěvy



Zdroj dat: Vlastní šetření

6. otázka: Doprovod návštěvníka

Šestá otázka se zabývala dotazem, s kým návštěvníci přijeli. Téměř polovina dotazovaných opověděla, že je doprovází partner nebo přátelé.

Graf 8: Doprovod návštěvníka



Zdroj dat: Vlastní šetření

7. otázka: Využití služeb turistického informačního centra

Respondenti byli dotazováni, zda využívají při svých turistických cestách služeb turistických informačních center. Z grafu vyplývá, že služeb informačních center využívá nadpoloviční většina - kladně odpovědělo 66% dotazovaných.

Graf 9: Využití služeb TIC



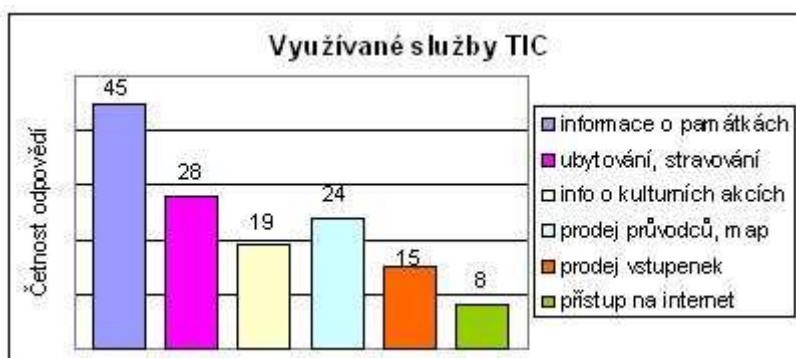
Zdroj dat: Vlastní šetření

8. otázka: Využívané služby TIC v Českých Budějovicích

Dotazovaní, kteří odpověděli kladně na předchozí otázku, měli sdělit, které služby využívají konkrétně. Měli možnost vybrat i více nabízených odpovědí.

Více jak polovina respondentů uvedla, že nejčastěji využívá informace o památkách. V závěsu za památkami se „umístily“ informace o ubytování a stravování.

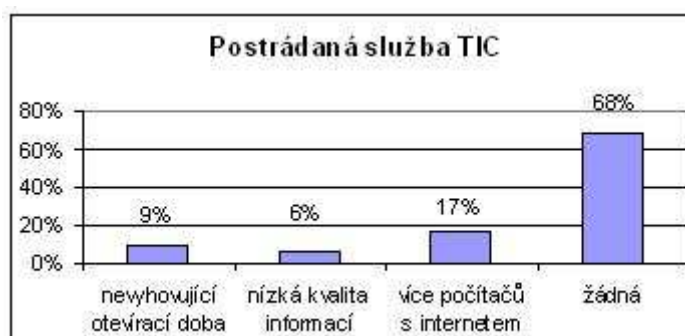
Graf 10: Využívané služby TIC



Zdroj dat: Vlastní šetření

Otevřená otázka pro stejný segment návštěvníků zjišťovala, kterou službu v turistickém informačním centru postrádají. Více jak polovině dotazovaných (68%) nechybí žádná služba. Z tohoto zjištění lze vyčíst, že respondenti jsou vcelku spokojeni s nabízeným rozsahem služeb. Ze služeb, které návštěvníci TIC postrádají, jednoznačně chybí poskytnutí více počítačů s přístupem na internet.

Graf 11: Postrádaná služba TIC



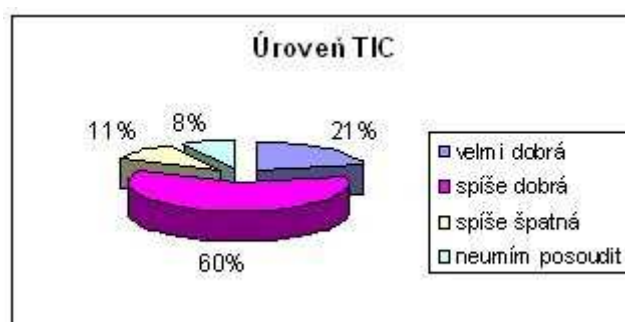
Zdroj dat: Vlastní šetření

9. otázka: Úroveň turistického informačního centra

V deváté otázce měli návštěvníci odpovědět, jaká je, dle jejich názoru, úroveň služeb a personálu v TIC v Českých Budějovicích. V hodnocení nejsou zahrnuti ti respondenti, kteří v otázce č. 7 uvedli, že nevyužívají služby turistických informačních center a nemohou proto posoudit jejich úroveň.

Jako „velmi dobrou“ nebo „spíše dobrou“ úroveň TIC ohodnotilo celých 81% dotázaných. Tento fakt poukazuje na vysokou úroveň poskytovaných služeb, jakož i kvalifikovanost personálu.

Graf 12: Úroveň služeb TIC

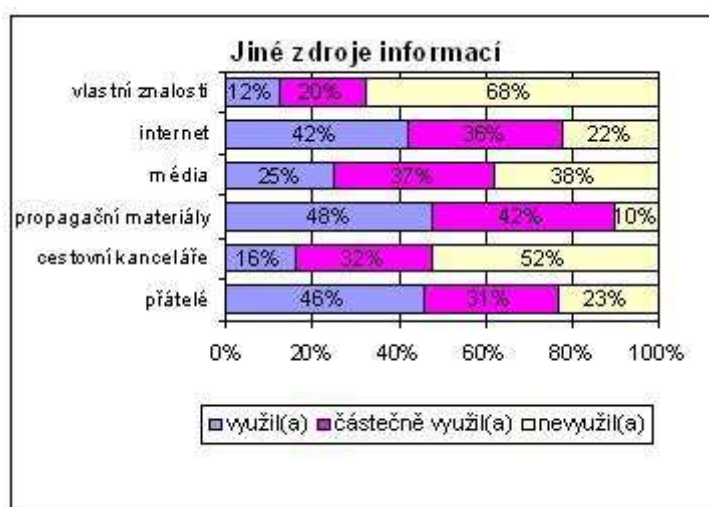


Zdroj dat: Vlastní šetření

10. otázka: Jiné zdroje informací

Dotázaní měli uvést, zda využili i jiné zdroje informací než z TIC. Nejčastěji čerpali informace z propagačních materiálů, dále se rozhodovali dle doporučení přátel a v neposlední řadě hledali informace na internetu. Z těchto výsledků je zřejmé, že je třeba i nadále dbát na dobrou úroveň jak tištěných propagačních materiálů, tak i webových prezentací a samozřejmě také klást důraz na kultivovaný osobní projev pracovníků zaměstnaných ve službách, jelikož i ti utvářejí návštěvníkův názor na danou oblast.

Graf 13: Jiné zdroje informací



Zdroj dat: Vlastní šetření

11. otázka: Hlavní cíle návštěvy

V této otázce mohli respondenti zvolit více odpovědí, případně uvést jiný cíl návštěvy. Hypotéza, že hlavním cílem návštěvy je relaxace, nebyla potvrzena. Nejčastěji totiž návštěvníci přijížděli za návštěvou památek. Mezi dalšími cíli se objevila cykloturistika a pěší turistika. Je to způsobeno tím, že v regionu je mnoho kvalitních turistických tras i cyklotras. Zároveň je také důležité o tyto trasy pečovat a samozřejmě je vhodně inovovat. V odpovědi „jiný“ se vyskytovaly další aktivně provozované sporty, jako je vodáctví a tenis. 2% respondentů uvedla jako jiný cíl služební cestu.

Graf 14: Hlavní cíle návštěvy



Zdroj dat: Vlastní šetření

12. otázka: Změny navrhované návštěvníky

Respondenti reagovali na dotaz, co by změnili v Českých Budějovicích a okolí, kdyby měli tu možnost. 48% respondentů uvedlo, že by neprovedli žádnou změnu. Naproti tomu 52% dotazovaných by určité změny provedla.

Graf 15: Možnost změny v Českých Budějovicích



Zdroj dat: Vlastní šetření

Následující graf znázorňuje možné změny, které by zmiňovaní respondenti provedli. Dotazovaní mohli zvolit i více odpovědí. Nejvíce respondentů by zlepšilo dopravní infrastrukturu. Velká část dotazovaných by také uvítala zavedení nových cyklistických a pěších stezek.

Součástí odpovědí byla také možnost navržení další změny samotným návštěvníkem. Možnost využívat více cyklopůjčoven zahrnovala 12 odpovědí, 8 námětů dokonce navrhovalo půjčovnu jízdních kol přímo u Českých drah. To jasně poukazuje na stále vzrůstající oblíbenost cykloturistiky.

Vybudování aquaparku by uvítalo 5 navrhovatelů. Je to způsobeno tím, že letní plovárna v Českých Budějovicích už nemá odpovídající zázemí, které by vyhovovalo hygienickým normám.

Graf 16: Změny navrhované návštěvníky



Zdroj dat: Vlastní šetření

13. otázka: Doporučení návštěvy

Dotázaní měli uvést, zda doporučí návštěvu Českobudějovicka i svým příbuzným a přátelům. Na tuto otázku odpověděla většina respondentů kladně. Z toho lze usoudit, že i přes určité nedostatky patří Českobudějovicko mezi vyhledávané turistické lokality.

Graf 17: Doporučení návštěvy



Zdroj dat: Vlastní šetření

14. otázka: Segmentace návštěvníků

Poslední otázka se zabývala segmentací návštěvníků. Celkový vzorek čítal 100 respondentů, kteří byli dále členěni dle pohlaví a věku.

Segmentace dle pohlaví

Rozložení mužů a žen v dotazníkovém šetření je vcelku rovnoměrné, jak je zřejmé z grafu 18. Ovšem hypotéza, že do oblasti přijíždí více mužů než žen, potvrzena nebyla, jelikož z obou následujících grafů je patrné, že ženy byly při vyplňování dotazníků zastoupeny více.

Graf 19 zachycuje kolik procent Čechů a cizinců tvořili muži a kolik ženy.

Graf 18: Segmentace respondentů dle pohlaví



Zdroj dat: Vlastní šetření

Graf 19: Segmentace respondentů dle národnosti a pohlaví



Zdroj dat: Vlastní šetření

Segmentace dle věku

V Českých Budějovicích byli nejčastějšími návštěvníky osoby zařazené do skupiny 35 až 49 let, kteří přijeli buď s přáteli či s rodinou. Mladší návštěvníci (do 34 let) přijížděli nejen kvůli prohlídce památek, ale také kvůli sportu.

Nejméně přijelo respondentů nad 60 let - pouhých 5%. Ovšem tento údaj by se měl do budoucna zvýšit, a to díky celosvětovému trendu růstu cestovního ruchu seniorů a také díky faktu, že s přibývajícím věkem roste zájem o kulturní vyžití.

Graf 20: Segmentace respondentů dle věku



Zdroj dat: Vlastní šetření

Z následujícího grafu je čitelné rozložení Čechů a cizinců do jednotlivých věkových skupin.

Graf 21: Segmentace respondentů dle věku a národnosti



Zdroj dat: Vlastní šetření

9 Návrh vytvoření nového produktu

Rozdělením trhu cestovního ruchu segmentace nekončí. Důležitým krokem je výběr vhodného segmentu z hlediska destinace tak, aby splňoval určité znaky, které zaručí, že nový produkt bude využíván a přinese do destinace i přiměřený zisk.

Město, které se pokouší uspět v oblasti cestovního ruchu, musí být nejdříve příjemné a pohodlné pro svoje domácí obyvatele a pro návštěvníky z blízkého okolí. Musí umět posilovat partnerství domácích obyvatel a podnikatelů prostřednictvím společně sdílených vizí. Je to práce dlouhodobá a náročná.

Destinace musí dokázat nabídnout co nejvíce informací. Je důležité pamatovat na to, že občan i návštěvník se musí v daném místě zorientovat, že musí být jasné, kde získá potřebné informace. Orientační a informační systém napovídá, nakolik veřejné správě na lidech, kteří se v území pohybují, záleží, jaký má zájem nabídnout jim své služby a zajímavosti.⁴⁶

9.1 Produkt cestovního ruchu

Produkt cestovního ruchu se na rozdíl od klasického výrobku odlišuje – je zastupitelný, nehmatatelný, neskladovatelný, je časově i místně spjat s primární nabídkou a vysoce závisí na lidském faktoru.

Z hlediska návštěvníka, který destinaci chápe jako komplex vhodný nebo nevhodný na uspokojení svých potřeb a požadavků, je produktem to, co si po návštěvě destinace může odnést do místa svého bydliště, tj. splnění tužeb, zážitků, zkušenost.⁴⁷

9.2 Navržení nového produktu

Pro destinaci Českobudějovicko byl na základě marketingového výzkumu vybrán produkt, který by dle zjištěných výsledků, podpořil návštěvnost této destinace.

Návštěvníci požadovali, aby zde bylo vybudováno více cyklopůjčoven (zejména cyklopůjčovna přímo u Českých drah), dále vyžadovali vybudování aquaparku nebo alespoň modernější letní plovárny, a také vybudování nových cyklo a pěších stezek.

⁴⁶ FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet cestovní ruch.*

⁴⁷ KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu.*

Produkt cestovního ruchu na Českobudějovicku

Cykloturistika patří mezi aktivní formy odpočinku, preferována je její nehlučnost a rychlost. Tento sport je provozován hlavně v letních měsících, a to v turisticky přitažlivých oblastech. Jelikož zájemců o cykloturistiku neustále přibývá, je nutno cyklostezky a cyklotrasy inovovat a zároveň navrhovat nové.

Cyklistická trasa je komunikace pro cykloturistiku využívající stávajících místních a účelových komunikací včetně polních a lesních cest, silnic III.třídy a silnic II.třídy s malou frekvencí provozu. Používají se základní cykloznačky - návěst před křižovatkou, směrová tabule, směrová tabulka.⁴⁸

Cyklotrasa „Od Vltavy k Malši“

Českobudějovicko je charakteristické velkým množstvím malých vodních toků. Celé náleží do povodí Vltavy, která teče od jihu k severu. Z hlediska cestovního ruchu Vltavě můžeme přičíst vysokou oblíbenost pro příznivce vodních sportů. Zprava se do Vltavy vlévá Malše. Celá oblast jihozápadně od Českých Budějovic láká k toulkám, nejen pěším, ale i cyklistickým.

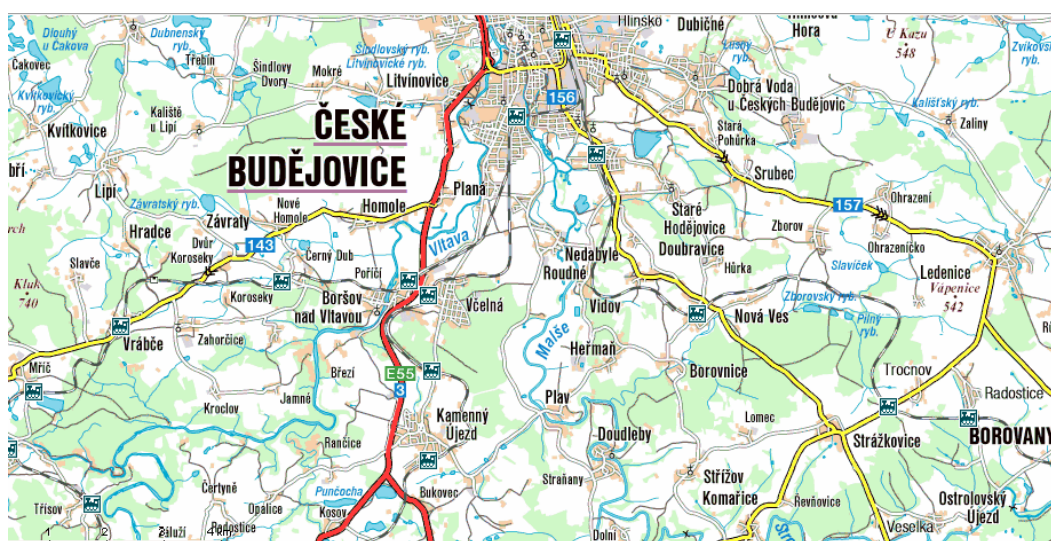
Z dotazníkového šetření vyplynulo, že by návštěvníci uvítali vytvoření nových cyklotras. Proto je navržena jako produkt cestovního ruchu cyklotrasa., která se bude držet toků dvou řek – Vltavy a Malše. Podél Vltavy pojedeme proti proudu, podél Malše po proudu. Po absolvování této cyklotrasy poznáte malebnou krajinu Českobudějovicka a mnoho kulturních památek a přírodních atraktivit, které se na zde nacházejí.

Cyklistické trasa je vedena převážně v mírném terénu, občasnému převýšení se však nevyhneme.

⁴⁸ PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Cestovní ruch – výkladový slovník*.

Název cyklotrasy:	Od Vltavy k Malši
Délka cyklistické trasy:	17 km
Charakter trasy:	silnice, polní a lesní cesty
Doporučené kolo:	trekkingové
Profil cyklistické trasy:	tato trasa je poměrně nenáročná, a proto je vhodná pro rodiny s dětmi a méně náročné cyklisty

Obrázek 1: Trasa cyklotrasy stezky „Od Vltavy k Malši“



Zdroj: www.atlas.cz

Začátek cyklotrasy je v Českých Budějovicích, v části Rožnov. Zde si můžeme prohlédnout vesnickou památkovou rezervaci lidové architektury. Nalezneme zde řadu selských usedlostí renesančního stylu. Po prohlédnutí se napojíme na dálkovou cyklotrasu č. 12, po níž vyjedeme z Českých Budějovic a dorazíme do Poříčí.

Obrázek 2



Poříčí

Ještě než přijedeme do Boršova nad Vltavou, budeme míjet barokní trojkřídový jednopatrový zámek ze 17. stol. Byl přestavěn z původní tvrze. Nyní neudržovaný park je osázen zajímavými dřevinami. Můžeme zde nalézt vzácný liliovník tulipánokvětý.

Zdroj: archiv autorky

Obrázek 3



Boršov nad Vltavou

Po přejetí mostu přes Vltavu a dosažení středu obce spatříme v plné kráse kostel sv. Jakuba. Původní stavba z roku 1290 byla nahrazena v roce 1496 pozdně gotickou podobou. Přestavěn byl opět v roce 1703, věž v roce 1825. V presbytáři i lodi jsou dobové gotické nástěnné malby, z téhož období pochází kamenná křtitelnice. Dále

Zdroj: www.mujkraj.cz pojedeme podél Vltavy až do Březí.

Obrázek 4



Březí

Původní mlýn v Březí byl po požáru r. 1869 Hynkem Zátkou rozšířen a zmodernizován. Při něm 1884 vystavěli Vlastimil a Dobroslav Zátka největší průmyslovou továrnu na výrobu těstovin v Rakousku - Uhersku. Mlýny a těstárny firmy Bratří Zátkové, a.s. patří dnes k předním středoevropským výrobcům značkových těstářenských výrobků.

Zdroj: www.mujkraj.cz

Obrázek 5



Kamenný Újezd

Z Březí se vydáme po nám známé trase č. 12 směrem na Kamenný Újezd. Těsně před obcí však tato stezka odbočuje, proto se napojíme na stezku č.1121, po níž přijedeme do Kamenného Újezdu.

V obci se nachází farní kostel Všetech Svatých, připomínaný již 1290, byl na konci 15. století přestavěn v pozdně gotickém slohu. Věž byla postavena v roce 1690, nová loď a barokní úpravy datovány 1727.

Zdroj: www.mujkraj.cz

Obrázek 6



Včelná

V Kamenném Újezdu odbočíme z trasy č. 1121 a po místní komunikaci dojedeme do obce Včelná. Leží nedaleko toku Vltavy u kopcovitého Rožnovského lesa. První písemná zmínka pochází z roku 1784. Obec vznikla spontánně při nové císařské silnici z Českých Budějovic. Výklenková boží muka pochází z počátků obce, návesní kaple je datována 1900. Severně od obce

Zdroj: www.mujiokraj.cz se zachoval částečně přestavěný strážní domek koněspřežní železnice České Budějovice - Linec.

Ve Včelné odbočíme u restaurace U Kaštanu vpravo na místní cestu, po které dojedeme asi po 2 kilometrech na křižovatku, na níž se dáme doleva a dojedeme do Roudného.

Obrázek 7



Roudné

Roudné si zachovalo téměř neporušenou půdorysnou i hmotovou strukturu zástavby, jejíž současná podoba ojediněle zachovává prvky zlidovělého baroka (dům č. 9 z roku 1862 na jižní straně návsi), převažují však velké patrové objekty usedlostí z poslední třetiny 19. století, upravované na přelomu 19. a 20. století.

Zdroj: archiv autorky

Z návsi odbočíme vpravo k mostu - zde je náš výlet u konce, jelikož jsme právě dosáhli řeky Malše. Dále je možno pokračovat až do Českých Budějovic po místní komunikaci.

Možnosti stravování na trase:

Ještě v Rožnově můžete zavítat do restaurace U Bursonů. V parném dni je zde možno posedět i na venkovní zahrádce.

Mezi další stravovací zařízení na trase patří restaurace Archa a Hostinec U Brejžků v obci Boršov nad Vltavou. Příjemná je i restaurace Pod skálou, kde se v létě krásně zchladíte. V sezoně zde funguje také vodácký kemp „Na poslední štaci.“

Restaurace U Kaštanu na Včelné vám nabídne mnoho druhů jídel i nápojů, zpříjemnit posezení si návštěvníci mohou na venkovní terase. Také si zde můžete zahrát stolní fotbal či shlédnou zápas oblíbeného týmu na velkoplošné obrazovce.

V Kamenném Újezdu můžete zavítat do restaurace Rychta a také do hostince U Lieblů.

Možnosti koupání

Nejpříjemnějším místem pro koupání, vhodným také pro děti, je rybník Štilec, který se nachází přibližně 1 km na jih od Kamenného Újezdu. Samozřejmě se lze vykoupat v řece v Boršově nad Vltavou, a také v Roudném v Malši.

Možnost ubytování

Boršov nad Vltavou

Josef Ploner – penzion 423 nabízí ubytování v 1 čtyřlůžkovém a 1 dvoulůžkovém pokoji. Další variantou je penzion „U Brejžků“, z kterého si můžete zajít do vedlejší restaurace a občerstvit se.

Kamenný Újezd

V obci se můžete stravovat a ubytovat v restauraci a penzionu Štilec, v restaurantu Golf Štilec také v penzionu U Zemana, který nabízí 2 dvoulůžkové pokoje, 1 čtyřlůžkový a 1 pětিলůžkový pokoj.

Včelná

Zde je ubytování možné v Pensionu Victoria, jehož kapacita je 14 lůžek a 3 přistýlky.

Možné odbočky k dalším zajímavostem

Boršov nad Vltavou

Jižně od vsi jsou dobře rozeznatelné zbytky zaniklého hradu, založeného kolem poloviny 13. století. Hrad, uváděný poprvé k roku 1261, byl založen na oválném půdorysu o velikosti asi 37 x 22 metrů. Opevnění tvořila soustava valů a příkopů hlubokých 8 metrů a širokých až 13 metrů.

Kamenný Újezd

U rekreačního rybníka Štilec se dochovaly dva kamenné propustky a strážní domek bývalé koněspřežní železnice.

V blízkosti samoty U Kotka je zbytek většího pravěkého mohylového pohřebiště. V trati Hamerský les, 3500 m jihovýchodně od středu obce, se dochovalo 8 nízkých, raně středověkých mohyl.

V lokalitě Kotkův Hrádek jsou na vysoké skále nad Vltavou dochované zbytky středověkého hradu Maškovec, založeného před 1380, který byl 1493 opuštěn. Hrad obdélného půdorysu byl těžce poškozen rozebíráním na stavební kámen v 19. století. Ovšem krásný výhled na meandry Vltavy stojí za tento „výšlap.“

Distribuce produktu

Produkt by měl být ve formě jednoduchého letáčku nabízen přímo v turistickém informačním centru v Českých Budějovicích, popř. i v dalších informačních centrech v okolí. Vhodné by také bylo umístit tento produkt na internetové stránky.

Závěr

O cestovním ruchu můžeme hovořit jako o fenoménu naší doby a dynamicky se rozvíjejícím celosvětovém průmyslovém odvětví. Jeho význam pro region spočívá zejména v jeho multiplikačních efektech.

Jižní Čechy, kde se nachází také České Budějovice, jsou oblastí nespočetně mnoha rybníků, řek, potoků a mírných kopců. Střediskem je město České Budějovice, které si oblíbil i Jan Neruda. Ten dal Českým Budějovicím jméno „Florence Jižních Čech.“

Českobudějovicko je destinací s mnoha tradicemi, které by měly být plně využívány a propagovány. Nalezneme zde řadu značených turistických a cyklistických tras, půvabných rybníků, které přímo lákají ke koupání a v neposlední řadě také laskavé a vstřícné obyvatele.

Propagací Českých Budějovic a okolí se zabývá i Turistické informační centrum. Zdarma nabízí nejrozličnější letáky a brožury o Českých Budějovicích, prodává upomínkové předměty a samozřejmě poskytuje i mnoho dalších informací, například o ubytování a stravování. Návštěvník se může ubytovat různých typech ubytovacích zařízení počínaje motelem a konče čtyřhvězdičkovým hotelem.

Jak vyplynulo z provedeného dotazníkového šetření, nejvíce turistů přijíždí do Českých Budějovic hlavně kvůli návštěvě památek. Také ostatní památky v okolí Českých Budějovic jsou z turistického hlediska velice oblíbeny, neboť jsou součástí cyklistických stezek a tras. Právě kvůli těmto cyklostezkám na Českobudějovicko přijíždí mnoho návštěvníků.

Dotazovaní mohli také mohli navrhnout změny, které by provedli. Nejvíce respondentů by zlepšilo dopravní infrastrukturu. Velká část z nich by také uvítala zavedení nových cyklistických a pěších stezek. Součástí odpovědí byla také možnost navržení další změny samotným návštěvníkem. Možnost využívat více cyklopůjčoven zahrnovala 12 odpovědí, 8 námětů dokonce požadovalo půjčovnu jízdních kol přímo u Českých drah. Vybudování aquaparku vyžadovalo 5 dotazovaných. Je to způsobeno tím, že letní plovárna v Českých Budějovicích už nemá odpovídající zázemí, které by vyhovovalo hygienickým normám.

Na základně dotazníkového šetření byl navržen nový produkt pro destinaci Českobudějovicko. Je jím cyklostezka nazvaná „Od Vltavy k Malši.“

Cyklostezka si klade za cíl ukázat návštěvníkům i jiné, méně známé krásy Českobudějovicka. Tato trasa je poměrně nenáročná, a proto je vhodná pro rodiny s dětmi a méně náročné cyklisty. Zavádí nás na jih od Českých Budějovic, do oblasti která není cyklisty příliš zahlcena, na rozdíl od jiných cyklostezek na Českobudějovicku.

10 Summary

Českobudějovicko is the district situated in Southern Bohemia. Českobudějovicko can be found in the neighbourhood of town České Budějovice. The town was founded by King Přemysl Otakar II. in 1265 on the junction of Vltava and Malše rivers. This city lies in 381 metres above the sea. České Budějovice has population near one hundred thousand. It is a city full of history, magnificent monuments, but it can figure as a commercial, administrative and cultural centre.

The České Budějovice district with its almost intact environment, its numerous ponds, forests and hills offers many opportunities for a pleasant holiday, hiking and cycling. Visitors can find here a lot of cykloturistic routes so when they decided to see the region from the bike, they are getting to know this region best.

The best known sights of České Budějovice are castles, Black tower (it measures 72 meters) or historic Town Hall in the Přemysl Otakar II Square. This square is square-shaped and one hectare large. In the middle of the square is situated the baroque Samson's Fountain from the 18th century decorated with a statue of Samson fighting with a lion.

If tourists are hungry or thirsty they can visit a restaurant. Most of today's restaurants and hotels have a wide tradition, so it is a pleasure to sit down and taste some meal or beer and a half wick is real Bohemian product. The best-known beer in the world is certainly Budvar.

When visitors want to know something they can use the tourist information center. The maps, guide books with description of the town or another souvenirs are sold there.

People who live there say, that you may tour this district at any time of the year and you will always find in it a new, still undiscovered, beauty.

Použitá literatura

Odborná literatura

1. DIBELKOVÁ, I. *Navštivte...poutní místa v Čechách*. 1. vydání. Praha: Olympia a.s., 2004. ISBN 80-7033-844-X
2. FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vydání. Praha: Grada, 2001. ISBN: 80-247-0207-X
3. GÚČIK, M. a kol. *Krátký slovník cestovného ruchu*: Knižnica cestovného ruchu 6. Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu, 2004. ISBN 80-88945-73-9
4. HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch*. 1. vydání. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.
5. HOLEČEK, M., MARIOT, P., STRÍDA, M.: *Zeměpis cestovního ruchu*. 2., upravené a rozšířené vydání. Praha: Nakladatelství České geografické společnosti, s. r. o., 2005. ISBN 80-86034-64-X.
6. HRALA, V.: *Geografie cestovního ruchu*. 4., upravené vydání. Praha: Idea Servis, ISBN 80-85970-36-8
7. KINCL, J. a kol. *Marketing podle trhů*. 1. vydání. Praha: Alfa Publishing, 2004. ISBN 80-86851-02-8
8. KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Ekopress, 2003. ISBN 80-86119-56-4.
9. KOTLER, P. *Marketing a management*. 10. rozšířené vydání. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0016-6
10. LEDNICKÝ, V. *Využití technických památek v českém cestovním ruchu*. Ostrava: VŠB - TU, 2004. ISBN 80-248-0611-8.
11. MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní marketing*. 2., upravené a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1678-X.
12. ORIEŠKA, J.: *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Idea servis, 1999. ISBN 80-85970-27-9.
13. PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Cestovní ruch – výkladový slovník*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002.
14. PETRŮ, Z.: *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Idea servis, 1999. ISBN 80-85970-29-5.

15. PODHORSKÝ, M. *Jižní Čechy*. 3. vydání. Praha: Freytag & Berndt, 2003. ISBN 80-86236-43-9

Použité www stránky

<http://kultura.c-budejovice.cz>, 26.6. 2007
<http://ubytovani.c-budejovice.cz>, 10.5. 2007
www.c-budejovice.cz, 29.1. 2007
www.cdrail.cz, 11.3. 2007
www.chmi.cz, 12.2. 2007
www.czso.cz, 4.7. 2007
www.jiznicechy.cz, 21.2. 2007
www.obrazky.cz, 19.3. 2007
www.pruvodce.com, 27.11. 2006
www.zamekhluboka.cz, 24.11. 2006
www.wikipedia.cz, 21.2. 2007

Propagační materiály

CHROMÝ, P., MARADA, M. *Jihočeský kraj*. 1.vydání. Terra s.r.o, 2005.
PELTAN, J. *Tipy na výlet*. České Budějovice, 2003. ISBN 80-239-1434-0
PODHORSKÝ, M. *Jihočeský kraj – Českobudějovicko*. Freytag & Berndt, 2007. ISBN 80-7316-180-X
Propagační brožura *České Budějovice – město se představuje*, 2006.
Propagační brožura *České Budějovice*
Propagační brožura *Kam – kultura a město České Budějovice*
Propagační brožura *Rudolfovo, bývalé horní město na jihu Čech*.
leták *Radniční léto 2007*

Přílohy

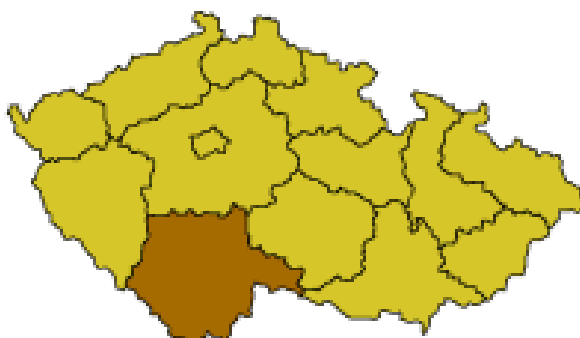
1. Turistické regiony České republiky
2. Poloha Jihočeského kraje
3. Administrativní členění Jihočeského kraje
4. Mapa Českých Budějovic
5. Mapa centra Českých Budějovic
6. Trasa naučné stezky „Po hrázích Vrbenských rybníků“
7. Otevírací doba v turistickém informačním centru v Českých Budějovicích
8. Dotazník pro návštěvníky Českých Budějovic

1. Turistické regiony České republiky



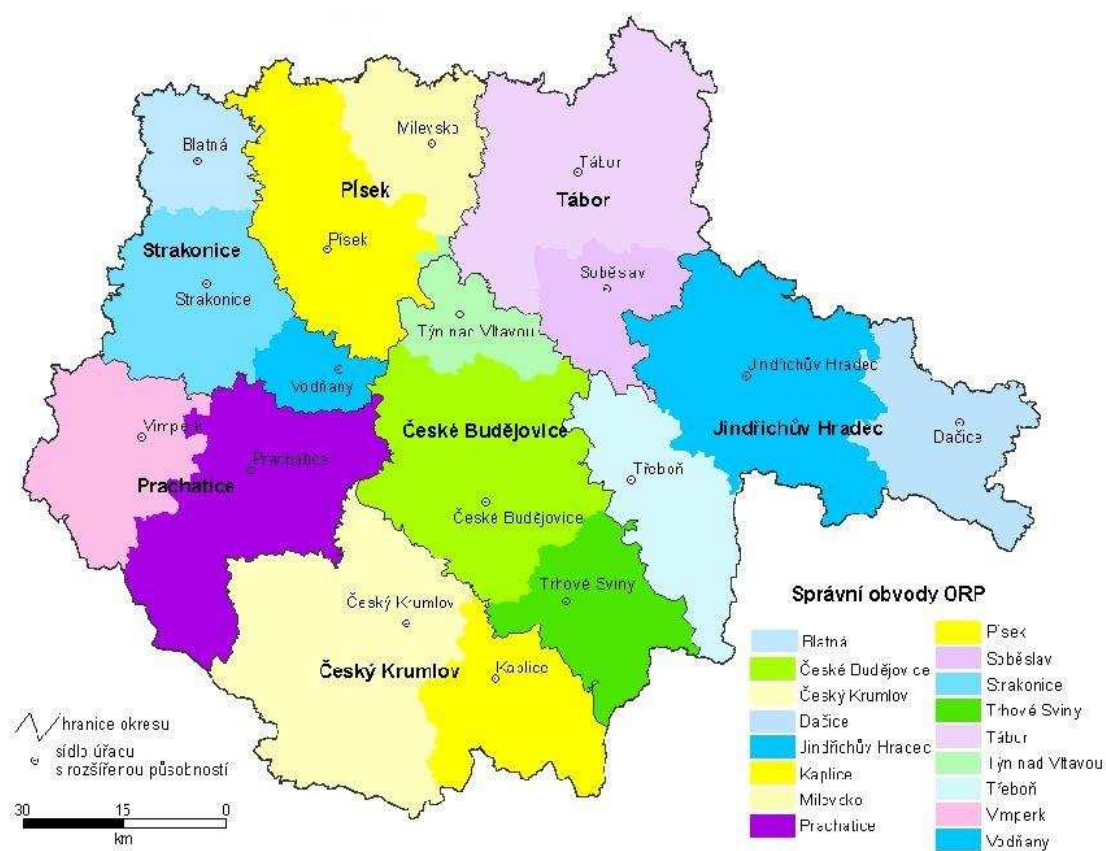
Zdroj: www.zlinsko.tourism.cz

2. Poloha Jihočeského kraje



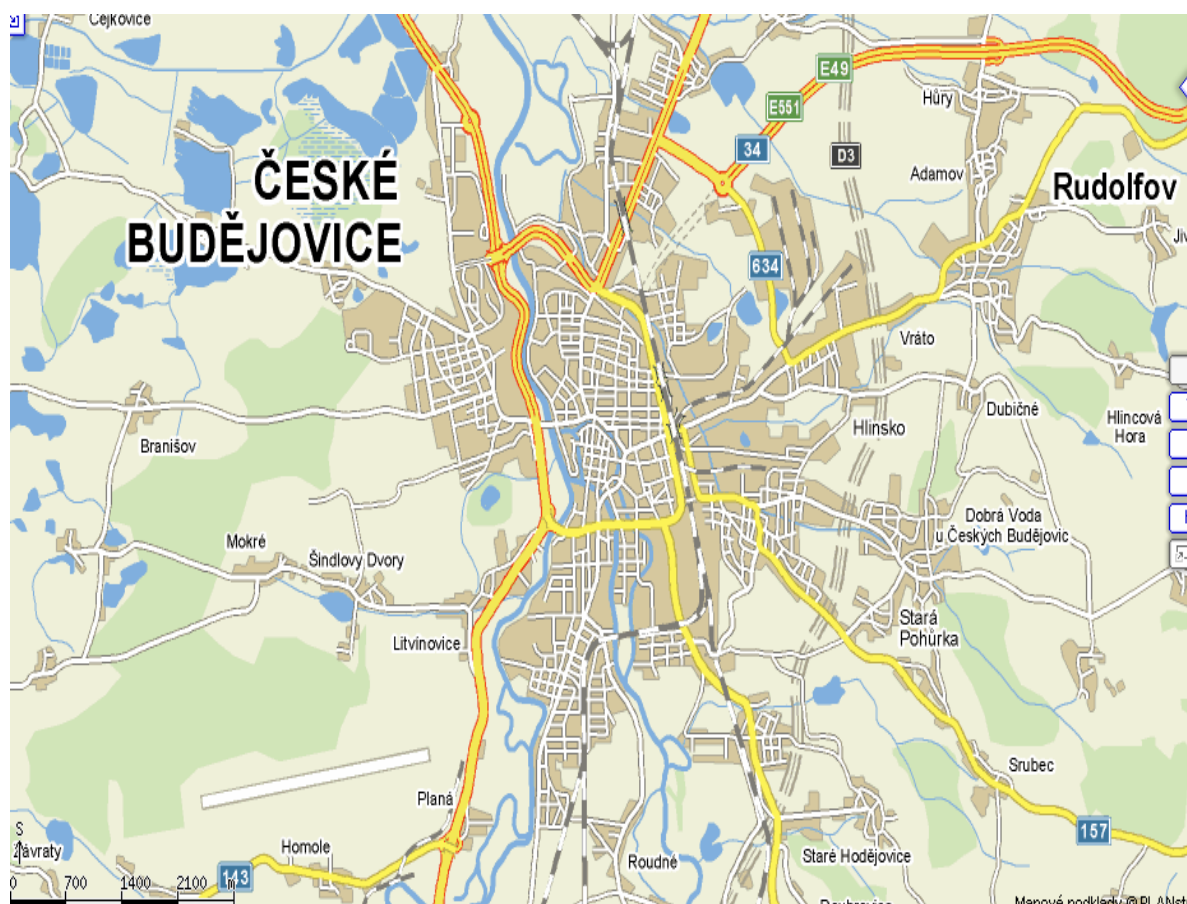
Zdroj: www.wissen-im-web.de

3. Administrativní členění Jihočeského kraje



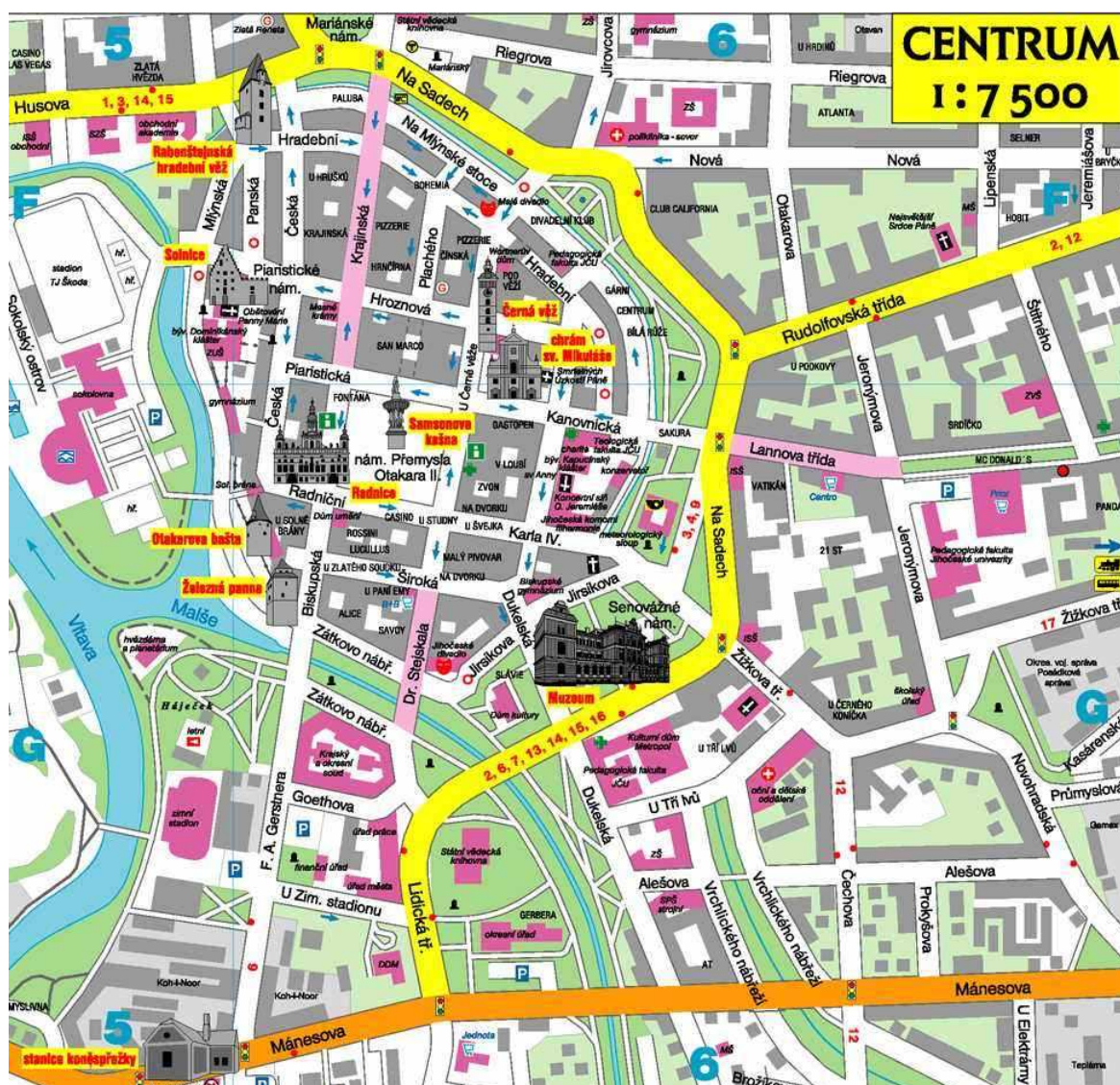
Zdroj: www.czso.cz

4. Mapa Českých Budějovic



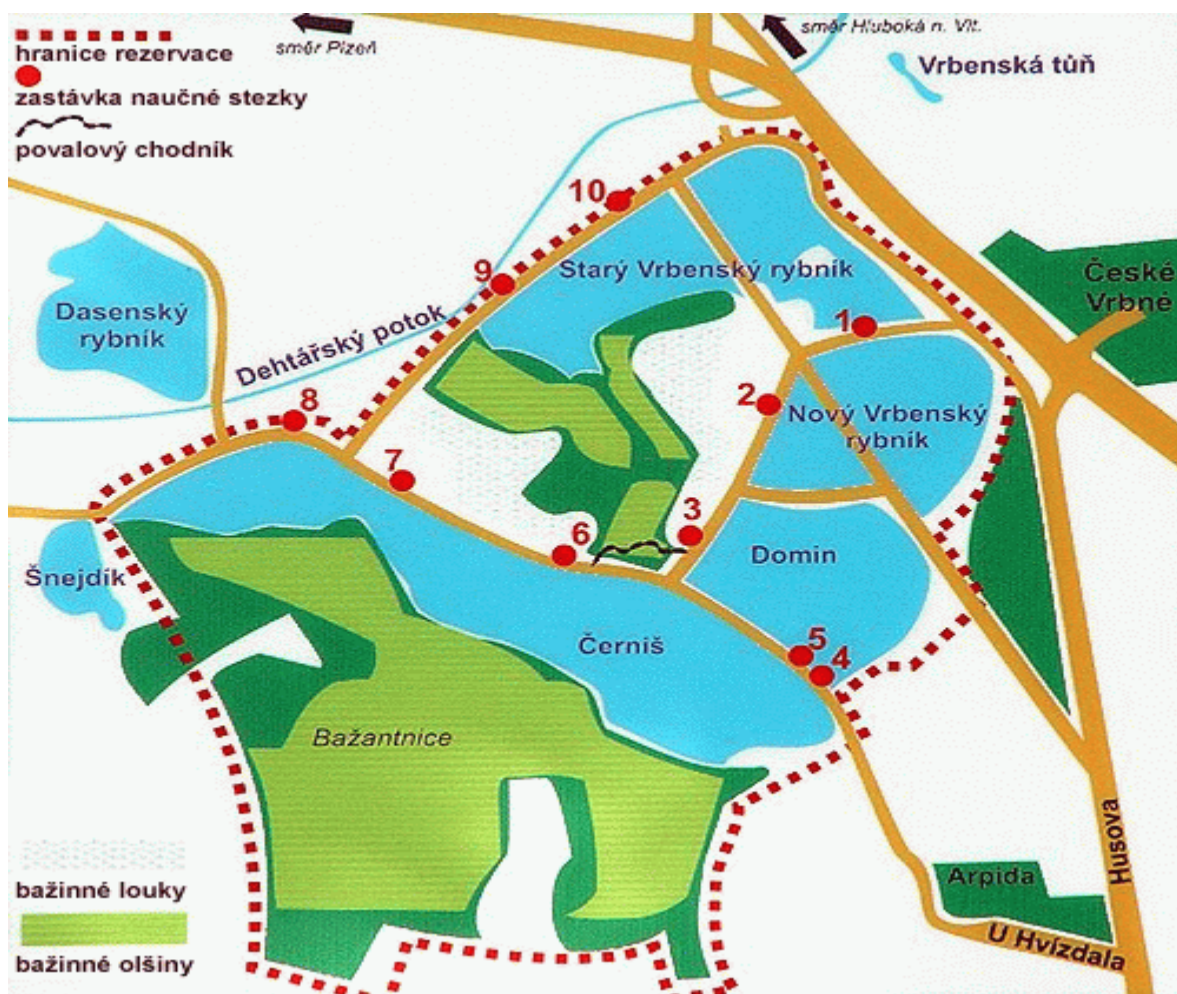
Zdroj: www.mapy.cz

5. Mapa centra Českých Budějovic



Zdroj: TIC v Českých Budějovicích

6. Trasa naučné stezky „Po hrázích Vrbenských rybníků“



Zdroj: www.c-budejovice.cz

7. Otevírací doba v turistickém informačním centru v Českých Budějovicích

Otevírací doba – hlavní turistická sezóna (14. květen – září)

Po - Pá	8:30 – 18:00
So	8:30 – 17:00
Ne	10:00 – 16:00

Otevírací doba – mimo sezónu (říjen - 13. květen)

Po, St	9:00 – 17:00
Út, Čt, Pá	9:00 – 16:00
So	9:00 – 13:00
Ne	zavřeno

Zdroj: TIC v Českých Budějovicích

8. Dotazník pro návštěvníky Českých Budějovic

Dobrý den,

jmenuji se Miroslava Králová a jsem studentkou Jihočeské univerzity. Obracím se na Vás s prosbou o spolupráci. V bakalářské práci se zabývám návrhem nového produktu v oblasti cestovního ruchu. Potřebuji znát náměty a připomínky návštěvníků v Českých Budějovicích a na Českobudějovicku. Závěry z Vámi vyplněného dotazníku budou využity výhradně pro potřeby bakalářské práce.

Vaše odpovědi prosím označte křížkem.

1. Kraj, z kterého pocházíte (zahraniční návštěvníci - stát)

2. Jak jste do Českých Budějovic přicestoval(a)?

☐ osobním automobilem

☐ zájezdovým autobusem

☐ vlakem

☐ na kole

☐ linkovým autobusem

☐ jinak

3. Předpokládaná délka Vašeho pobytu je:

☐ 1 den

☐ 2-3 dny

☐ 4-7 dní

☐ 8 dní a více

4. Kde jste ubytován(a)?

☐ hotel

☐ u příbuzných či známých

☐ penzion

☐ jinak

☐ kemp

☐ nejsem ubytován(a)

5. Už jste někdy navštívil(a) České Budějovice nebo okolí?

☐ ne, jsem zde poprvé

☐ podruhé, potřetí

☐ byl(a) jsem zde už vícekrát

6. S kým jste sem přijel(a)?

☐ sám(a)

☐ s partnerem / partnerkou, přáteli, známými

☐ s rodinou

7. Využíváte při svých turistických cestách služeb turistických informačních center (TIC)?

☐ ano (č. 8, 9 při odpovědi ano)

☐ ne

8. Které služby využíváte v TIC v Českých Budějovicích? (lze uvést více možností)

☐ informace o památkách a otevíracích dobách

☐ informace o ubytování, stravování

☐ informace o kulturních akcích

☐ prodej průvodců, map

☐ prodej vstupenek

☐ přístup na internet

Kterou službu postrádáte (prosím uveďte)

9. Úroveň služeb a personálu TIC v Českých Budějovicích hodnotíte jako:

- | | |
|---------------------------------------|--|
| ☐ velmi dobré | ☐ velmi špatné |
| ☐ spíše dobré | ☐ neumím posoudit |
| ☐ spíše špatné | |

10. Využil(a) jste i jiné zdroje informací než z TIC?

	využil(a)	částečně využil(a)	nevyužil(a)
informace od přátel či známých	☐	☐	☐
cestovní kanceláře a agentury	☐	☐	☐
propagační materiály	☐	☐	☐
média (televize, tisk, rozhlas)	☐	☐	☐
internet	☐	☐	☐
vlastní znalosti	☐	☐	☐

11. Hlavním cílem Vaší návštěvy je: (lze uvést i více odpovědí)

- | | |
|---|--|
| ☐ návštěva památek | ☐ relaxace |
| ☐ pěší turistika | ☐ zábava |
| ☐ cykloturistika | ☐ pouze projíždím |
| ☐ návštěva příbuzných či známých | ☐ jiný – prosím, doplňte..... |
| ☐ nákupy | |

12. Kdybyste mohl(a) v Českých Budějovicích a okolí něco změnit, co by to bylo? (lze zakřížkovat i více odpovědí)

- ☐ lepší dopravní infrastruktura
- ☐ vyšší kvalita ubytovacích zařízení
- ☐ vyšší kvalita veřejného stravování
- ☐ lepší orientační značení (směrovky)
- ☐ zábava a společenské vyžití
- ☐ širší působnost MHD v oblasti
- ☐ více atrakcí pro děti
- ☐ nové cyklistické a pěší stezky
- ☐ nic bych neměnil(a)
- ☐ jiné - prosím doplňte.....

13. Doporučíte návštěvu Českých Budějovic svým příbuzným a přátelům?

- ☐ ano
- ☐ ne

14. Segmentace návštěvníků:

Respondent je:

- ☐ muž
- ☐ žena

Věk:

- ☐ do 20 let
- ☐ 21 - 34 let
- ☐ 35 - 49 let
- ☐ 50 - 59 let
- ☐ nad 60 let

Děkuji za spolupráci při vyplnění dotazníku a přeji Vám příjemný pobyt na Českobudějovicku.

