



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Profil návštěvníka destinace cestovního ruchu Příbramsko

Vypracoval: Lukáš Chlasták

Vedoucí práce: Ing. Petr Štumpf

České Budějovice, 2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lukáš CHLASTÁK**
Osobní číslo: **E10288**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Profil návštěvníka destinace cestovního ruchu Příbramsko**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

Cíl práce:

Na základě situační analýzy a analýzy poptávky sestavit profil návštěvníka destinace Příbramsko, identifikovat potřeby a požadavky návštěvníků, provést segmentaci trhu na straně poptávky a vybrat klíčové a perspektivní cílové segmenty pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu v destinaci.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek
2. Analýza současného stavu
3. Příprava a realizace vlastního výzkumu
4. Syntéza výsledků a poznatků
5. Návrh opatření na základě zjištěných poznatků

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metodika. 4. Analytická část. 5. Syntéza výsledků a poznatků. 6. Návrhová část. 7. Závěr. 8. Přehled použité literatury. 9. Přílohy.

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


Hesková, M. a kol. Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vydání. Praha: Fortuna, 2011.
Horner, S., Swarbrooke, J. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada Publishing, 2003.
Jakubíková, D. Marketing v cestovním ruchu. Praha: Grada Publishing, 2009.
Kirářová, A. Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopres, 2003.
Palatková, M. Marketingová strategie destinace CR: jak získat více příjmů z CR. Praha: Grada Publishing, 2006.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Štumpf**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2012**
Termín odevzdání bakalářské práce: **16. dubna 2013**


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

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentské 13 (20)
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2012

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracoval samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích, dne

.....

Lukáš Chlasták

Poděkování:

Rád bych poděkoval panu Ing. Petru Štumpfovi, vedoucímu bakalářské práce, za cenné rady a připomínky a za odborné vedení mé bakalářské práce.

Obsah

1. Úvod.....	3
1.1 Cíl práce.....	3
1.2 Pracovní hypotézy.....	3
2. Literární rešerše	4
2.1 Cestovní ruch.....	4
2.2 Typologie cestovního ruchu.....	5
2.2.1 Druhy cestovního ruchu.....	5
2.2.2 Formy cestovního ruchu	6
2.3 Cestovní ruch jako systém	8
2.3.1 Objekt cestovního ruchu	9
2.3.2 Subjekt cestovního ruchu.....	11
2.4 Trh cestovního ruchu a jeho specifika	14
2.4.1 Nabídka na trhu cestovního ruchu	15
2.4.2 Poptávka na trhu cestovního ruchu.....	16
2.4.3 Segmentace trhu.....	17
3. Metodika	20
4. Řešení a výsledky	21
4.1 Analýza současného stavu destinace Příbramsko	21
4.1.1 Vymezení destinace Příbramsko.....	21
4.1.2 Primární nabídka cestovního ruchu v okrese Příbram	22
4.1.3 Sekundární nabídka cestovního ruchu v okrese Příbram.....	29
4.1.4 Návštěvnost v destinaci	31
4.2 Vlastní dotazníkové šetření.....	33
4.3 Syntéza výsledků a poznatků	42
4.3.1 Profil návštěvníka destinace Příbramsko na základě vlastního dotazníkového šetření	43
4.3.2 Profil návštěvníka Příbrami podle agentury Czech Tourism.....	45
4.3.3 Vyhodnocení hypotéz	48
4.4 Návrh opatření na základě zjištěných poznatků	49
4.4.1 Klíčové segmenty	49
4.4.2 Perspektivní segmenty	52
5. Závěr	55

6. Summary.....	56
7. Seznam použité literatury a zdrojů	57

1. Úvod

Cestovní ruch je podstatnou součástí dnešní doby. Je to v současnosti jedno z nejrychleji se rozvíjejících odvětví. Umožňuje nám uspokojit některé potřeby – poznání, změna prostředí, odpočinek nebo komunikace.

Tato bakalářská práce se zabývá profilem návštěvníka destinace cestovního ruchu Příbramsko. Pomocí dotazníkového šetření bude sestaven profil návštěvníka a následně určeny klíčové a perspektivní segmenty, pro které bude vytvořen produkt cestovního ruchu.

Příbramsko se rozprostírá v jihozápadní části středních Čech. Jeho minulost je bezprostředně spjata s hornickou tradicí. Těžba rud začala na konci 12. století a byla ukončena roku 1978. Ve městě Příbram je proto vybudováno Hornické muzeum, které je jedním z největších v České republice. Dalšími turistickými atraktivitami jsou brdské lesy a poutní místo Svatá Hora. Příbramskem také protéká řeka Vltava, kolem které je několik kempů využívaných v letní sezoně.

1.1 Cíl práce

Na základě situační analýzy a analýzy poptávky sestavit profil návštěvníka destinace Příbramsko, identifikovat potřeby a požadavky návštěvníků, provést segmentaci trhu na straně poptávky a vybrat klíčové a perspektivní cílové segmenty pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu v destinaci.

1.2 Pracovní hypotézy

Pro bakalářskou práci jsou stanoveny následující hypotézy:

H1: Hlavním důvodem návštěvy regionu Příbramsko jsou kulturně-historické památky.

H2: Nejčastější aktivitou návštěvníků destinace Příbramsko je cykloturistika.

H3: Nejvýznamnějším zdrojovým trhem pro destinaci Příbramsko je z pohledu domácí klientely Praha, z pohledu zahraniční klientely Německo a Slovensko.

2. Literární rešerše

2.1 Cestovní ruch

Hesková a kol. (2011, s. 7) uvádí, že cestovní ruch je významným společensko-ekonomickým fenoménem jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Cestovní ruch má velké množství definic.

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO - United Nations World Tourism Organisation) v roce 1991 v kanadském městě Ottawa na mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu definovala cestovní ruch jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavním účelem cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě, kde stanovenou dobu znamená v mezinárodním cestovním ruchu jeden rok a v domácím cestovním ruchu šest měsíců. Definice UNWTO vylučuje z cestovního ruchu cestování v rámci místa trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přestěhování se za prací a dlouhodobější migraci. (Hesková a kol., 2011, s. 9)

„Za cestovní ruch je označován pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce.“ (Jakubíková, 2009, s. 18)

Kiráľová (2003, s. 9) popisuje cestovní ruch jako jeden 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. Dále autorka uvádí, že i když je ekonomický přínos cestovního ruchu pro stát jednoznačný, je třeba si uvědomit, že je víc než jen ekonomický fenomén.

Cestovní ruch tvoří lidé, kteří navštěvují specifická místa se záměrem poznávání památek, návštěvy přátel a příbuzných, cestují za účelem uvolnění, rekreace a pobavení. Cestovní ruch je složen z aktivit, služeb a průmyslu, který poskytuje cestovní zážitek, z dopravy, ubytovacích a stravovacích zařízení, obchodů, zábavy a dalších podobných služeb. Tyto služby jsou k dispozici jednotlivcům i skupinám cestujícím daleko od domova. (Goeldner a Ritchie, 2009, s. 4-6)

2.2 Typologie cestovního ruchu

Podle Indrové a kol. (2004, s. 17) byl cestovní ruch doposud vymezován v obecné rovině jeho pojetí. Cestovní ruch však nabývá zcela konkrétní podoby, která je výrazem jeho obsahové a jevové stránky. V odborné literatuře se setkáváme s různým členěním cestovního ruchu podle toho, jak se projevuje v reálné konkrétní podobě a to ať již na straně poptávky nebo na straně nabídky.

Odborná literatura člení cestovní ruch na:

- **druhy cestovního ruchu**
- **formy cestovního ruchu**

2.2.1 Druhy cestovního ruchu

Hesková a kol. (2011, s. 19) hovoří o druzích cestovního ruchu právě tehdy, když za základ posuzování vezmeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě. S tímto názorem se shodují i Foret, Foretová (2001, s. 17).

Z hlediska motivace účasti na cestovním ruchu hovoříme o rekreačním, sportovním a dobrodružném, mysliveckém a rybářském, kulturním a náboženském, lázeňském a zdravotním, obchodním, kongresovém a stimulačním cestovním ruchu. V praxi se druhy cestovního ruchu nevyskytují v čisté podobě, ale v různých kombinacích, kdy jeden z nich bývá dominantní. Například zdravotní cestovní ruch se nejčastěji kombinuje s kulturním cestovním ruchem apod. (Hesková a kol., 2011, s. 20)

Jednotlivé druhy cestovního ruchu lze charakterizovat následovně:

- **rekreační cestovní ruch** – druh cestovního ruchu, pro který je charakteristický pasivní, ale i aktivní odpočinek ve vhodném přírodním prostředí za účelem obnovy fyzických i psychických sil (táboření v přírodě, chalupaření atd.)
- **sportovní cestovní ruch** – druh cestovního ruchu, pro který je charakteristický pobyt ve vhodném přírodním prostředí, společně s aktivním vykonáváním sportovních činností (tenis, golf, cykloturistika atd.)
- **dobrodružný cestovní ruch** – součást sportovního cestovního ruchu, kdy účastníci touží po neznámém, po objevování s cílem zažít nějaké dobrodružství (bungee jumping, rafting atd.)

- **myslivecký a rybářský cestovní ruch** – má charakter sportovního cestovního ruchu, kdy účastníci loví zvěř, ptáky nebo ryby
- **kulturní cestovní ruch** – poznávání kulturního dědictví, kultury a způsobu života rezidentů, možnosti zábavy a rozptýlení apod. (návštěva muzeí, filmových festivalů atd.)
- **náboženský cestovní ruch** – součást kulturního cestovního ruchu, kdy účastníci nejčastěji putují na poutní místa (Vatikán, Mekka atd.)
- **lázeňský cestovní ruch** – zdravotně-preventivní a léčebné činnosti pod odborným zdravotnickým dohledem ve volném čase
- **zdravotní cestovní ruch** – je reakcí na růst zdravotního uvědomění lidí a jejich snahy preventivně ovlivňovat své zdraví před negativními důsledky vysokého životního tempa a současného způsobu života (wellness, fitness atd.)
- **kongresový cestovní ruch** – organizace kongresů, konferencí, symposií, veletrhů, výstav a seminářů
- **obchodní cestovní ruch** – souhrn aktivit účastníků souvisejících s profesí a uskutečňujících se mimo místo trvalého bydliště
- **stimulační cestovní ruch** – cestování s cílem stimulovat zaměstnance k vyšší motivaci pracovního výkonu (Hesková a kol., 2011, s. 20-24)

2.2.2 Formy cestovního ruchu

O formách cestovního ruchu hovoříme, když jako základ posuzování cestovního ruchu vezmeme různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší. (Hesková a kol., 2011, s. 19)

Tabulka 1: Typologie forem cestovního ruchu využívá více klasifikačních kritérií.

Klasifikační kritérium	
1) z geografického hlediska	- domácí cestovní ruch
	- zahraniční cestovní ruch
	- mezinárodní cestovní ruch
	- vnitřní cestovní ruch
	- národní cestovní ruch
	- regionální cestovní ruch
2) podle počtu účastníků	- individuální cestovní ruch
	- skupinový cestovní ruch
	- masový cestovní ruch
	- ekologický cestovní ruch
3) podle způsobu organizování	- individuální cesty
	- organizovaný zájezd/pobyt
	- klubový cestovní ruch
4) podle věku účastníků	- cestovní ruch dětí
	- mládežnický cestovní ruch
	- rodinný cestovní ruch
	- seniorský cestovní ruch
5) podle délky účasti	- výletní cestovní ruch
	- krátkodobý cestovní ruch
	- víkendový cestovní ruch
	- dlouhodobý cestovní ruch
6) podle převažujícího místa pobytu	- městský cestovní ruch
	- příměstský cestovní ruch
	- venkovský cestovní ruch
	- agroturistika (ekoagroturistika)
	- horský, vysokohorský cestovní ruch
	- přímořský cestovní ruch
7) podle ročního období	- sezonní (zimní, letní) cestovní ruch
	- mimosezonní cestovní ruch
	- celoroční cestovní ruch
8) podle použitého dopravního prostředku	- motorizovaný cestovní ruch
	- železniční cestovní ruch
	- letecký cestovní ruch
	- lodní cestovní ruch
9) z hlediska dynamiky	- pobytový (statický) cestovní ruch
	- putovní (dynamický) cestovní ruch
10) ze sociologického hlediska	- návštěvy příbuzných a známých
	- sociální cestovní ruch
	- komerční cestovní ruch
	- etnický cestovní ruch

Zdroj: vlastní zpracování podle Hesková a kol. (2011, s. 19-20)

Ryglová (2005, s. 8) dělí ještě cestovní ruch podle způsobu formy úhrady nákladů na volný a vázaný cestovní ruch.

Domácí cestovní ruch

Domácím cestovním ruchem podle Čertíka a kol. (2001, s. 16) rozumíme aktivity spojené s účastí občanů daného státu na cestovním ruchu v rámci jeho území.

Zahraniční cestovní ruch (turismus)

Zahraniční cestovní ruch (turismus) je podle Palatkové a Zichové (2011, s. 19) turismus, při kterém dochází k překročení hranic státu a může mít dvojí charakter (výjezdový, příjezdový turismus).

Výjezdový turismus

Výjezdy občanů sledované země do zahraničí, tedy překročení hranic vlastního státu.

Příjezdový turismus

Příjezdy návštěvníků ze zahraničí do sledované země. Specifickou formou příjezdového turismu je tranzitní turismus, kdy účastník jen projíždí přes sledovanou zemi. (Palatková, Zichová, 2011, s. 19)

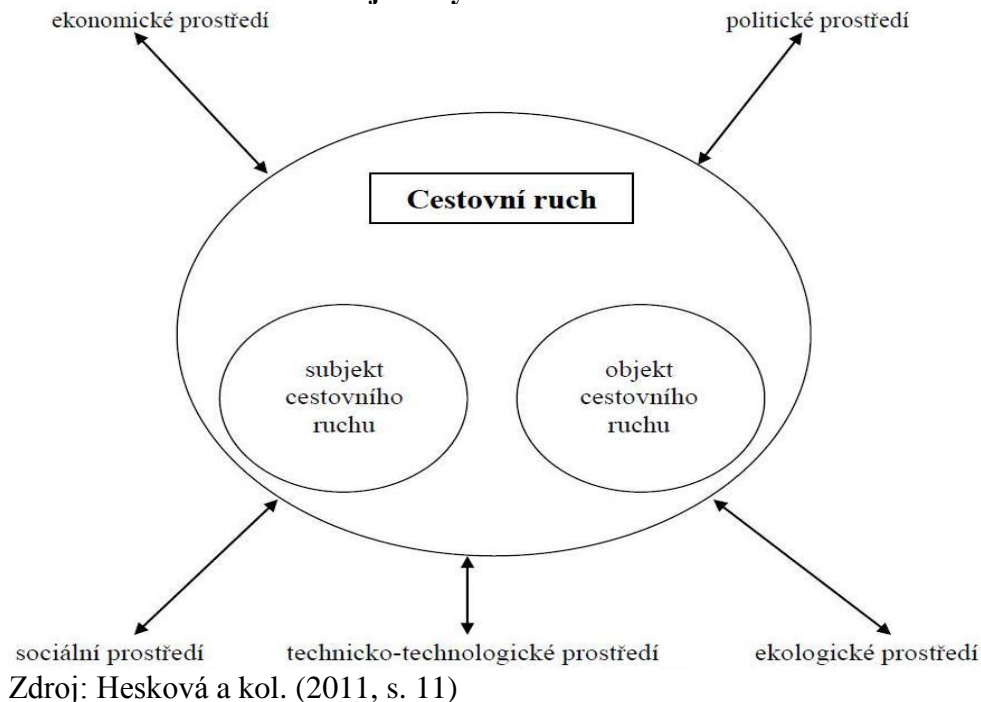
Formy cestovního ruchu umožňují blíže určit podstatu cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů jeho účastníků. (Hesková a kol., 2011, s. 25)

2.3 Cestovní ruch jako systém

„Cestovní ruch je často zkoumán s využitím systémové teorie jako formální vědy o struktuře, vazbách a chování nějakého systému.“ (Hesková a kol., 2011, s. 10)

Systémem přitom rozumíme jednotu různých prvků, mezi kterými jsou vztahy nebo je možné takové vztahy vytvořit. Cestovní ruch je otevřený, dynamický systém tvořící dva podsystémy, **objekt a subjekt cestovního ruchu** včetně vzájemných vazeb. Existují vazby i mezi cestovním ruchem a vnějším prostředím. Jsou to prostředí: ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické. (Hesková a kol., 2011, s. 10-11)

Obrázek 1: Cestovní ruch jako systém



2.3.1 Objekt cestovního ruchu

Podle Heskové a kol. (2011, s. 13) je objektem cestovního ruchu vše, co můžeme považovat za cíl změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Může se jednat o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je nositelem nabídky.

Objekt cestovního ruchu je tvořen cílovým místem, podniky a institucemi cestovního ruchu.

Cílové místo představuje středisko cestovního ruchu, region nebo stát jako cestovní cíl. Odborně se takové cílové místo nazývá destinace cestovního ruchu, zkráceně destinace. (Hesková a kol., 2011, s. 13)

Destinace cestovního ruchu

Destinace cestovního ruchu je podle UNWTO „*geografický prostor (stát, region, místo), který si návštěvník vybírá jako cíl své cesty.*“ (Jakubíková, 2009, s. 37)

Podle Kiral'ové (2003, s. 15) je destinace cestovního ruchu přirozený celek mající z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, které jsou odlišné od vlastností jiných destinací.

Palatková (2011, s. 11) se zmiňuje o destinaci jako o svazku služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti. Destinace jsou jednotky, které si vzájemně konkurují a plní řadu funkcí. Společným cílem destinací je prodej a to buď regulovaný, nebo neomezený. Dále Palatková definuje destinaci jako regionální, mezinárodně konkurenceschopné, strategicky řízené jednotky nabídky na mezinárodním trhu.

Marketing destinace cestovního ruchu

„Marketing destinace cestovního ruchu je proces sladování zdrojů destinace s potřebami trhu.“ (Jakubíková, 2009, s. 38)

Obsahem marketingu destinace cestovního ruchu je podle Jakubíkové (2009, s. 38) analýza místa plánování, organizování, řízení a kontrola strategií na vymezení lokalit, identifikování silných stránek konkurence a konkurenční pozice současných míst v souboji o atraktivní cílové skupiny.

Základ marketingu destinace podle Királ'ové (2003, s. 28) je orientace zainteresovaných subjektů na to, aby byly uspokojeny potřeby a požadavky návštěvníků destinace. Účel subjektů je dosažení zisku.

Důležitými součástmi marketingu destinace jsou:

- filozofie orientace na zákazníka
- analytické postupy a koncepty nutné k rozvíjení filozofie
- techniky sběru dat
- plánovací funkce a okruh strategických rozhodnutí
- organizační struktura nutná pro uskutečnění plánu

(Palatková, 2006, s. 23-24)

Nabídka destinace cestovního ruchu

Nabídka destinace cestovního ruchu se podle Királ'ové (2003, s. 88) rozděluje na primární nabídku a sekundární nabídku.

Primární nabídka:

- Přírodní potenciál – geomorfologický, klimatický, fauna, flóra, atd.
- Kulturně-historický potenciál – hrady, zámky, muzea, skanzeny, atd.

- Kulturně-společenské akce – veletrhy, výstavy, kongresy, festivaly, atd.

Sekundární nabídka:

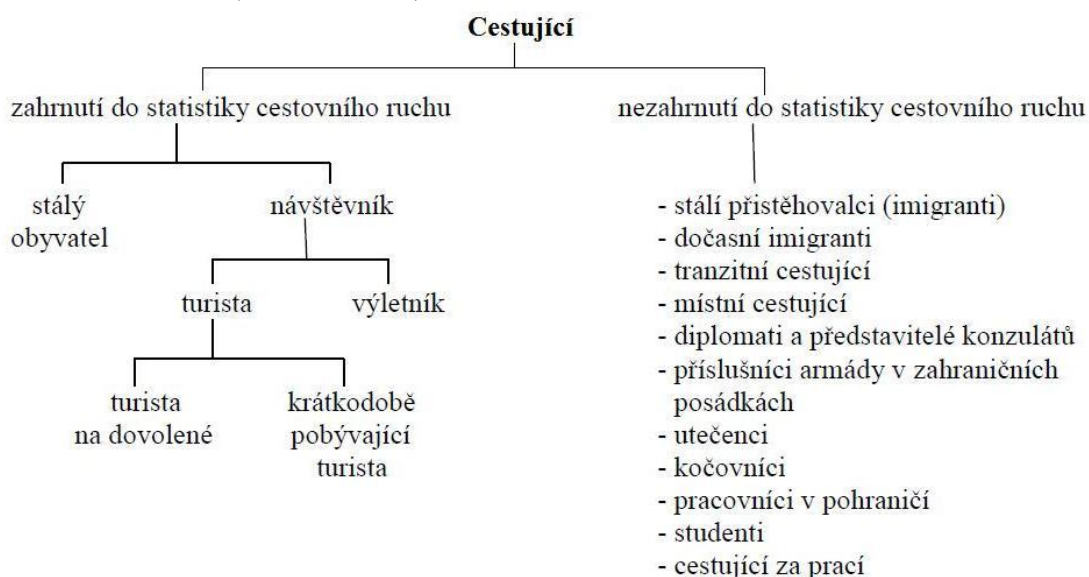
- Suprastruktura cestovního ruchu – ubytovací zařízení, hostinská zařízení
- Infrastruktura cestovního ruchu – cestovní kanceláře, směnárny, sportovně-rekreační zařízení, kulturně-rekreační zařízení, atd.
- Všeobecná infrastruktura – doprava, dopravní dostupnost, obchodní síť, komunální služby, atd.

2.3.2 Subjekt cestovního ruchu

Subjektem cestovního ruchu je podle Heskové a kol. (2011, s. 11) účastník cestovního ruchu, tj. každý kdo z ekonomického hlediska spotřebováváním statků cestovního ruchu uspokojuje své potřeby. Tyto potřeby uspokojuje ve volném čase mimo místo svého trvalého bydliště a při cestování.

Ze statistického hlediska se za účastníka cestovního ruchu označuje návštěvník, turista a výletník. Což se ovšem neshoduje se závěry mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu z roku 1991. Na této konferenci se shodli na tom, že ve struktuře cestujících má své místo i stálý obyvatel jako potenciální účastník domácího nebo zahraničního cestovního ruchu. (Hesková a kol., 2011, s. 11)

Obrázek 2: Struktura cestujících podle závěrů mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu (Ottawa, 1991)



Zdroj: Hesková a kol. (2011, s. 12)

Stálý obyvatel

Hesková a kol. (2011, s. 11) popisuje stálého obyvatele neboli rezidenta v domácím cestovním ruchu takovou osobu, která žije minimálně šest po sobě jdoucích měsíců v jiném místě před příjezdem do jiného místa na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu jde o osobu, která žije v dané zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na kratší dobu než jeden rok. Jedná se tedy o občany státu a cizince, kteří splňují tyto kritéria.

Návštěvník

„Návštěvník je v domácím cestovním ruchu osoba, která cestuje na místo mimo běžného životního prostředí na kratší dobu než šest měsíců, v zahraničním cestovním ruchu jde o osobu, která cestuje do jiné země na dobu kratší než jeden rok, přičemž hlavní účel návštěvy v obou případech je jiný, než vykonávání výdělečné činnosti.“ (Kirářová, 2003, s. 59)

Návštěvníka dělíme na výletníka a turistu.

Výletník

Kirářová (2003, s. 59) a Hesková a kol. (2011, s. 12) popisují výletníka jako jednodenního návštěvníka, který do dané destinace cestuje na dobu kratší než 24 hodin a bez přenocování.

Turista

Turista je návštěvník, který se v dané destinaci zdrží minimálně 24 hodin a jeho účast je spojena s alespoň jedním přenocováním, ne však déle než 6 měsíců v domácím cestovním ruchu a déle než rok v zahraničním cestovním ruchu. Podle délky pobytu rozlišujeme turistu na dovolené a krátkodobě pobývajícího turistu.

- turista na dovolené v daném místě pobývá více než předem určený počet dní nebo nocí (např. v ČR 2-3 noci, ve Francii 7-8 nocí)
- krátkodobě pobývající turista přenocuje v místě, ale nepřekračuje určený počet dní nebo nocí

(Hesková a kol., 2011, s. 12)

Francová (2003, s. 18-19) dělí turistu podle doby zdržení na:

- turistu krátkodobě pobývajícího a

- turistu dlouhodobě pobývajícího.

Dále turistu dělí z pohledu dané země na:

- turistu domácího a
- turistu zahraničního.

Horner a Swarbrooke (2003, s 65-66) dělí turisty podle Cohena a Smitha.

Sociolog Cohen dělí turisty na čtyři následující typy.

- Organizovaný masový turista – kupuje dovolenou jako balíček služeb. Většinou tráví dovolenou se svými přáteli, ve známé destinaci a v blízkosti hotelu, kde je ubytován.
- Individuální masový turista – kupuje volnější balíček, který umožňuje větší svobodu pohybu. Drží se vyjetých cest kombinovaných menší měrou s odvážnějšími akcemi.
- Turista – průzkumník (objevitel) – plánuje cesty sám. Chce mít určitou úroveň komfortu a bezpečnosti při seznamování se s místními obyvateli, vyhýbá se ostatním turistům.
- Turista – tulák – nemá předem připravený itinerář a chce se stát dočasně součástí místní komunity.

Stejný autor dělí turisty dále podle typu zážitků, které hledají.

- Rekreční turista – upřednostňuje fyzickou rekreaci před kulturní nebo společenské naplní.
- Diverziální turista – hledá rozmanitost s cílem zapomenout na starosti každodenního života.
- Zážitkový turista – turista, vyhledávající autentické zážitky.
- Experimentální turista – hledá úzké kontakty s místní kulturou.
- Existenciální turista – touží se plně ponořit do cizích kultur a životních stylů.

(Horner a Swarbrook, 2003, s. 65-66)

Dále turisty rozdělil v roce 1995 Smith na sedm typů.

- Objevitelé – malá skupina, kterou omezuje možnost návštěvy stále méně a méně míst k prozkoumání.
- Elitní turisté – zkušené cestovatele, kteří si vybírají drahé a „na míru ušité“ cesty.
- Nekonvenční turisté – snaží se uniknout ostatním turistům.
- Neobvyklí turisté – upřednostňují individuální výlety před organizovaným programem s cílem seznámit se s místní kulturou.
- Nastávající masový turisté – cestují do zavedených rekreačních center. Vyhledávají spíše to, co jim je blízké, než místní kulturu.
- Masoví turisté – turisté, kteří jsou součástí masového toku a očekávají stejné standardy zařízení, jako mají doma.
- Charteroví turisté – nezajímají se o cíl cesty za předpokladu, že si užijí dovolenou podle svých představ, což znamená, že úroveň jejich stravování a ubytování budou mít jako doma.

(Horner a Swarbrooke, 2003, s. 66)

Hesková a kol. (2011, s. 62) podle Ministerstva obchodu a turistiky Španělska dělí turisty podle zájmu o kulturu. Dělí je na tři typy.

- Turisté motivovaní kulturou – jsou vysoce nároční a disponují vysokými příjmy. Cestovní kanceláře požádají o pomoc pouze s cílem získání informací, jinak si vše plánují sami.
- Turisté inspirovaní kulturou – tato skupina je nejpočetnější a jejím hlavním cílem je návštěva památek a kulturních akcí. Řídí se reklamou a prospekty cestovních kanceláří. Na stejné místo se obvykle nevracejí.
- Turisté, které lze získat pro kulturu – říkáme jim „turističtí flegmatici“. Většinu času tráví na plážích, památky navštěvují jen zřídka.

2.4 Trh cestovního ruchu a jeho specifika

Trh je prostě, kde jednotlivé ekonomické subjekty mezi sebou vyměňují výsledky svých činností. Z ekonomického hlediska je trh souhrn nástrojů a mechanismů, které

umožňují výměnu zboží. Mechanismus trhu řeší tři základní otázky – co, jak a pro koho vyrábět zboží. Trh je systém, kde se vyskytují prvky jako subjekty trhu, konkurence, nabídka, poptávka a cena. Trh cestovního ruchu je samostatnou součástí trhu zboží a služeb. (Gúčík, 2000, s. 31)

Palatková, Zichová (2011, s. 32-33) uvádějí specifika trhu cestovního ruchu:

- trh cestovního ruchu je trhem služeb
- závislost na přírodních a kulturně-historických atraktivitách a jejich místní vázanost
- opačné distribuční cesty
- sezonnost
- realizování a spotřebování turismu ve shodném čase a prostoru
- prodej je více či méně časově i místně oddělen od spotřeby
- komplexnost zážitků ovlivněnou subjektivním vnímáním a hodnocením účastníků
- mezinárodní charakter
- působení vnějších faktorů

2.4.1 Nabídka na trhu cestovního ruchu

Obecně je nabídka definována jako souhrn zboží a služeb, které prodávající chce realizovat na trhu, tedy i na trhu cestovního ruchu. Nabídku v cestovním ruchu prezentují všechny komponenty, které jsou zapotřebí k realizaci účasti na cestovním ruchu a k naplnění očekávaných efektů. Předmětem nabídky jsou objekty cestovního ruchu, souhrn atraktivit, služeb, hmotných statků a užitečných efektů, které jsou k dispozici pro uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu.

Nabídku na trhu cestovního ruchu tvoří dvě základní součásti:

- atraktivita cílových míst cestovního ruchu a
- vybavenost míst zařízeními cestovního ruchu. (Malá, 1999, s. 45)

2.4.2 Poptávka na trhu cestovního ruchu

„Poptávku v cestovním ruchu chápeme jako projev potřeb účastníka cestovního ruchu podložený koupěschopností.“ (Malá, 1999, s. 64)

Podle Jakubíkové a kol. (1999, s. 75-76) je nositelem poptávky účastník cestovního ruchu, který chce reprodukovat své fyzické a duševní síly. Charakter a rozsah poptávky se podmiňuje charakterem a strukturou potřeb. Tyto potřeby lze uspokojovat prostřednictvím cestovního ruchu. Poptávka je v cestovním ruchu podmíněna potřebami biologickými, ekonomickými, psychologickými, sociálními, atd.

Poptávka na trhu cestovního ruchu zahrnuje:

- motiv účasti – výraz potřeb a zájmů člověka a jeho rozhodnutí uspokojit potřeby ve změněném prostředí
- požadavky na služby a zboží – jsou nezbytné pro uspokojení potřeb
- požadavky na prostředí a místo. (Malá, 1999, s. 64-65)

Analýza potřeb a požadavků návštěvníků

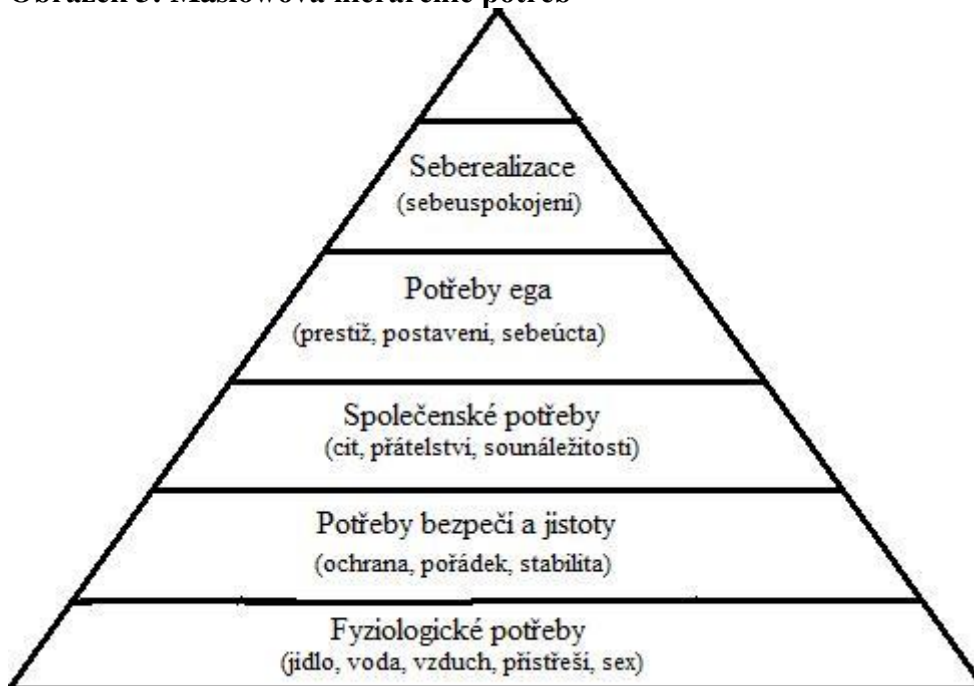
Podle Királ'ové (2003, s. 55) je pro úspěšnost destinace na trhu důležité analyzovat chování, potřeby a požadavky jak současných tak i potenciálních návštěvníků.

Chování návštěvníka je ovlivňováno vnějšími faktory a osobními charakteristikami. Mezi vnější faktory Királ'ová (2003, s. 55) zařazuje ekonomické, politické, kulturní, společenské, psychologické, technologické a ekologické faktory. A z osobnostních charakteristik například uvádí věk, stádium životního cyklu, povolání, životní styl, ekonomickou situaci nebo osobnostní image návštěvníka.

„Jeden z nejdůležitějších faktorů chování návštěvníků je z hlediska destinace motivace.“ (Királ'ová, 2003, s. 56)

Nejpoužívanější teorií, která vysvětluje naléhavost určitých potřeb je Maslowova teorie potřeb. Maslow uspořádal potřeby podle významu a naléhavosti jejich uspokojení do pyramidy potřeb. (Királ'ová, 2003, s. 56)

Obrázek 3: Maslowova hierarchie potřeb



Zdroj: vlastní zpracování podle Palatková, Zichová (2011, s. 40)

2.4.3 Segmentace trhu

„Segmentace trhu (segmentation) představuje rozčlenění trhu do homogenních skupin, které se vzájemně liší svými potřebami, charakteristikami a nákupním chováním; je možno na ně působit modifikovaným marketingovým mixem.“
(Jakubíková, 2009, s. 154)

Kirářová (2003, s. 63-64) uvádí tato kritéria segmentace trhu:

- geografické kritérium (podle politických hranic, velikosti místa bydliště návštěvníků)
- demografické kritérium (podle věku, rodinného stavu, pohlaví apod.)
- podle účelu cesty (dělí se na cestující obchodně a cestující za zábavou)
- sociálně-ekonomické kritérium (podle vzdělání, zaměstnání, příjmu apod.)
- kritéria chování návštěvníků (na návštěvníka hledajícího zkušenosti, zážitky, dobrodružství, historii, apod.)

Výhody segmentace trhu podle Jakubíkové (2009, s. 159) jsou:

- uspokojení potřeb zákazníka – vytvoření produktu podle potřeb zákazníka
- výhodnější stimulace a distribuce – reklama, podpora prodeje, distribuce atd.

- přizpůsobení produktu zákazníkovi – možnost firmy počítat s vyšší cenou produktu, protože zákazník je ochoten za produkt více zaplatit
- získání konkurenční výhody – vznik nového trhu, na kterém nemusí být tak silná konkurence

Zacílení

Na segmentaci navazuje zacílení, což je proces, který podle Jakubíkové (2009, s. 159) vyhodnocuje atraktivitu jednotlivých segmentů a vybírá jeden či více cílových segmentů, na které se organizace zaměří, tento segment nebo skupina segmentů se pak nazývá cílovým trhem.

Kiráľová (2003, s. 69-70) uvádí, že výběr vhodného segmentu není nic jednoduchého. Vybraný segment musí splňovat znaky, které zaručí dostatečný obrat, tržby a zisk. Dále je vyžadováno důkladné vyhodnocení silných stránek destinace a jejich porovnání s konkurencí.

Způsoby výběru cílového segmentu trhu:

- masový marketing – zaměření se na všechny segmenty vybraného trhu
- extenzivní segmentace – zaměření na většinu segmentů vybraného trhu, s tím že pro každý segment je připraven jiný marketingový mix
- selektivní segmentace – zaměření se jen na některé segmenty vybraného trhu, pro každý segment je vytvořen specifický marketingový mix, zlepšení image destinace
- koncentrovaná segmentace – zaměření se na potřeby a požadavky je jednoho segmentu na vybraném trhu

(Kiráľová, 2009, s 70-71)

Profil návštěvníka

Poté, co jsou vybrány vhodné tržní segmenty, vytvářejí se jejich jednotlivé segmenty. Profily jsou důležité pro lepší pochopení potřeb segmentů a zvažují se díky nim podnikatelské možnosti firmy. Profil segmentu popisuje typického zákazníka segmentu a vytváří se na základě demografických údajů, geografických údajů, životního stylu zákazníka, frekvence jeho nákupu apod. (Jakubíková, 2009, s. 160)

Profil návštěvníka se podle Vystoupila a kol. (2006, s. 108-110) sestavuje podle těchto kritérií:

- délky cest a výletů mimo trvalé bydliště,
- výdajů na cestovní ruch,
- účelu cesty,
- typu ubytovacího zařízení,
- dopravního prostředku,
- období uskutečnění cesty (sezona, mimosezona),
- oblasti, kterou navštíví,
- věku,
- pohlaví,
- zdrojové země u zahraničních návštěvníků.

„Součástí profilu návštěvníka je také zjištění jeho spokojenosti s kvalitou vybavení marketingových turistických regionů a s kvalitou poskytovaných služeb v těchto regionech.“ (Vystoupil a kol., 2006, s. 112)

3. Metodika

Prvním krokem bylo vytvoření přehledu řešené problematiky, kde byly popsány základní pojmy z oblasti cestovního ruchu vztahující se k této bakalářské práci. Tento přehled byl zpracován na základě odborné literatury.

Analytická část obsahuje vymezení destinace a její primární a sekundární nabídku. Podklady pro tuto část byly získávány hlavně ze sekundárních zdrojů dat, tzn. z internetových stránek měst a míst destinace, literatury, Českého statistického úřadu, programu rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji a z propagačních materiálů Středočeského kraje a města Příbram.

Primární data byla získána kvantitativním výzkumem formou dotazníkového šetření. Šetření bylo prováděno osobním dotazováním v období od června 2013 do září 2013 na turisticky atraktivních místech v okrese Příbram. Těmito místy byly: centrum města Příbram, Svatá Hora, centrum města Sedlčany, město Březnice a rekreační zařízení Častoboř. Výběr respondentů byl náhodný. Dotazník obsahoval 15 otázek, mezi kterými byly 2 otázky otevřené, 3 polouzavřené a 10 uzavřených otázek, z čehož na jednu odpovídali respondenti pomocí škály. Dotazník byl vyhotoven kromě českého jazyka, v anglickém jazyce a v německém jazyce. Nejprve byla provedena pilotáž, při které bylo zjištěno, zda je dotazník pro respondenty srozumitelný. Českých dotazníků bylo vyplněno 140, anglických 8 a 10 dotazníků bylo vyplněno v německém jazyce. Celkem tedy bylo vyplněno 158 dotazníků.

Na základě dotazníkové šetření byl sestaven profil návštěvníka cestovního ruchu destinace Příbramsko.

Získaná data byla zpracována pomocí aplikace Microsoft Office Excel, ve které byly vytvořeny tabulky a grafy, které byly slovně interpretovány.

Profil návštěvníka byl porovnán s profilem návštěvníka města Příbram, který byl sestaven na základě výzkumu agentury Czech Tourism.

Na základě získaných dat dotazníkovým šetřením byl proveden výběr klíčových a perspektivních cílových segmentů pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu v destinaci.

4. Řešení a výsledky

4.1 Analýza současného stavu destinace Příbramsko

4.1.1 Vymezení destinace Příbramsko

Destinace Příbramsko není přesně vymezena, a proto pro potřeby této bakalářské práce bylo zaměřeno na okres Příbram.

Okres Příbram se nachází v jihozápadní části Středočeského kraje a sousedí na jihu s krajem Jihočeským – s okresy Písek a Strakonice, na západě s krajem Plzeňským – s okresy Rokycany a Plzeň-jih. Severní hranici tvoří okres Beroun a okres Praha-západ, na východě pak tvoří hranici okres Benešov. Okres Příbram se podle agentury Czech Tourism rozkládá na území turistické oblasti Střední Čechy-jih.

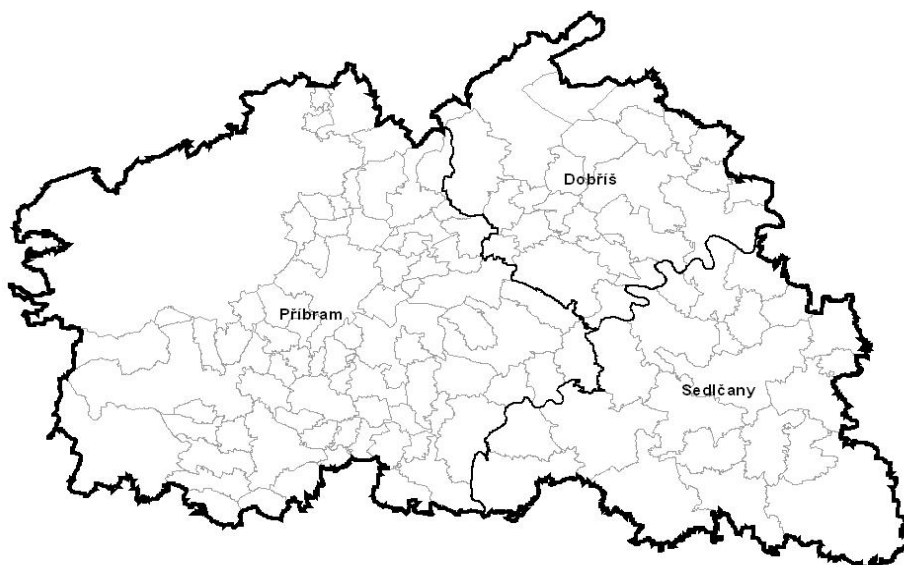
Svojí rozlohou 1692 km² je okres Příbram největším okresem Středočeského kraje, zaujímá 15,4% z jeho rozlohy. V celé České republice je pak třetím největším okresem. Počet obyvatel v okrese ke dni 31. prosince 2012 bylo 113905, z čehož vyplývá, že hustota zalidnění je 67,3 obyvatel/km², což okres Příbram řadí mezi nejméně zalidněný okres ve Středočeském kraji i v České republice. K 31. prosinci 2011 náleží okrese Příbram 121 obcí, z čehož má 8 obcí statut města (Březnice, Dobříš, Krásná Hora nad Vltavou, Nový Knín, Příbram, Rožmitál pod Třemšínem, Sedlčany a Sedlec-Prčice) a 2 statut městyse (Jince a Vysoký Chlumeč). Okres se dělí na tři správní obvody obcí s rozšířenou působností – Dobříš, Příbram a Sedlčany.

Největší města v okrese Příbram jsou:

- Příbram – rozloha: 33,41 km², počet obyvatel: 33793
- Dobříš – rozloha: 53,41 km², počet obyvatel: 8662
- Sedlčany – rozloha: 36,47 km², počet obyvatel: 7552

(ČSÚ [online], cit. 2014-01-26; Czech Tourism [online], cit. 2014-01-26)

Obrázek 4: Administrativní dělení okresu Příbram



Zdroj: Český statistický úřad

4.1.2 Primární nabídka cestovního ruchu v okrese Příbram

Přírodní potenciál

Hydrologický potenciál

Skrz okres Příbram protéká nejdelší řeka České republiky – Vltava, která má celkovou délku toku 430 km, z toho v okrese Příbram asi 54 km. Jejími významnými přítoky na Příbramsku jsou říčka Kocába (47,7 km, levý přítok), která odvodňuje okolí města Dobříš, a potok Mastník (49,5 km, pravý přítok), který odvodňuje Sedlčansko. Na Vltavě na Příbramsku jsou také tři z devíti vodních nádrží Vltavské kaskády - Orlík, Kamýk a Slapy. Orlík a Slapy nejsou celou svojí rozlohou v okrese Příbram. Dalšími řekami na Příbramsku jsou Brzina (27,3 km), Litavka (54,6 km) a Skalice (52,2 km).

Kromě řek se na Příbramsku také nachází velký počet rybníků, z nich největší jsou Padrt'ské rybníky v Brdech. Padrt'ské rybníky je soustava dvou rybníků – Horní a Dolní Padrt'ský rybník (rozloha: 69,8 ha a 32 ha). Dalším významným rybníkem je Musík, který se nachází nedaleko Sedlčan. Tento rybník postavil Jakub Krčín. (Město Příbram [online], cit. 2014-01-27)

Geomorfologický potenciál

Na území okresu Příbram se na západě nachází Brdská vrchovina, nazývaná též Brdy. Rozloha Brdské vrchoviny je 827 km² a nejvyšší horou je Tok, který měří 865m. Tok je také nejvyšší horou středních Čech. Velká část Brdské vrchoviny je součástí

vojenského újezdu Brdy. Část území na jihu okresu zaujímá Středočeská pahorkatina, kde se nachází národní přírodní rezervace Drbákov - Albertovy skály. Nejnižším bodem okresu Příbram je na soutoku říčky Křeničská s Vltavou nedaleko Čímy (271 m n. m.). (Město Příbram [online], cit. 2014-01-27)

Klimatický potenciál

Největší část okresu Příbram spadá do klimatické oblasti mírně teplé – B. Do této oblasti nespadá Brdská vrchovina, která spadá do klimatické oblasti chladné – C. V mírně teplé oblasti je klima sušší a teplejší než v Brdech, roční průměr srážek je mezi 600 – 650 mma průměrná roční teplota kolem 7 °C. V chladné klimatické oblasti, tedy v Brdech je roční průměr srážek kolem 950 mm a průměrná roční teplota je kolem 5,5 °C. Příbramsko je průměrně 58 dní pokryto sněhem. (Město Příbram [online], cit. 2014-01-27)

Přírodní památky

Destinace Příbramsko se pyšní krásnou krajinou. Nejvýznamnějšími přírodními památkami jsou:

Drbákov-Albertovy skály – národní přírodní rezervace o rozloze 62,77 ha, která se nachází na pravém břehu Vltavy u obce Nalžovické Podhájí. Národní přírodní rezervací je od roku 1977, kdy původní Drbákovské tisy, chráněné od roku 1933, byly rozšířeny o Albertovy skály. Vede zde 7,35 km naučná stezka se skalními vyhlídkami na Vltavu a s 11-ti informačními zastávkami. Vyskytuje se zde velké množství vzácných živočichů a rostlin, jako například koniklec luční, prvosenka jarní, užovka hladká, mlok skvrnitý, výr velký a další. (Maliček, 2007, s. 37, 44-45)

Přírodní park Třemšín – přírodní park ležící v Brdské vrchovině, který má rozlohu 112 km² a byl vyhlášen parkem roku 1997.

Součástí přírodního parku jsou tyto přírodní rezervace nebo přírodní památky:

- Přírodní památka Hřebenec – výrazný vrchol a navazující kamenné moře, které je největší ve středních Čechách. Rozloha území je 9,76 ha.
- Přírodní památka Třemešný vrch – zachovalý svahový les s bohatým podrostem a drobnou faunou. Motivem vyhlášení bylo naleziště lýkovce jedovatého. Celková výměra je 2,07 ha.

- Přírodní památka Rybník Vočert a Lazy – soustava dvou rybníků a vodní nádrže s výskytem kuňky obecné. Celková rozloha je 22,99 ha.
- Přírodní rezervace Na skalách – soubor ekosystémů na skalnatém buližnickovém hřebeni. Rozloha je 23,31 ha.
- Přírodní rezervace Getsemanka I, II – dvě oblasti, pro které jsou charakteristické původní brdské lesy (buk, klen, mléč, jilm, jasan) uprostřed jehličnatých monokultur. Rozlohy jsou 15,4 ha a 12,36 ha.

Přírodní park Hřebený – Park byl vyhlášen roku 2009 z důvodu zachování krajinného rázu zalesněné pahorkatiny s významnými estetickými hodnotami a řadou kulturně historických památek. Celková rozloha parku je 185 km². (Město Příbram [online], cit. 2014-01-27)

Přírodní park Petrovicko – byl zřízen roku 2008 z důvodu ochrany krajinného rázu krajiny s přírodními a estetickými hodnotami.

Součástí parku jsou 2 přírodní památky:

- Husova kazatelna – Největší český viklan nacházející se na Petrovicku. Je dlouhý 4 m, široký 2,5 m a vysoký 2,7 m. V minulosti na něm podle pověsti kázal mistr Jan Hus při svých pobytech na hradě Zvěřinci.
- Vrškámen – Tento kámen o rozměrech 3,5 x 5,5 x 3,2 m se oddělil od rozsáhlého tělesa hlubinných vyvěřelin v období čtvrtohor. (Malíček, 2007, s. 56-59)

Chráněná je také celá řada památných stromů, z nichž nejznámější (díky své poloze u Svaté Hory) je svatováclavský dub.

Kulturně-historický potenciál

V destinaci Příbramsko se nachází velké množství různých kulturně-historických památek. Podrobněji popíši jen ty nejvýznamnější.

Skanzeny

Minulost Příbramska je neodmyslitelně spjata s hornickou tradicí, těžilo se zde hlavně stříbro a uran. V samotné Příbrami je vybudován hornický skanzen, který ukazuje nejen slavné doby hornického města, ale i neutěšené postavení obyčejných kovkopů.

Hornický skanzen Březové Hory – Nachází se v západní části města Příbram, v Březových Horách. Ve skanzenu je možnost jízdy hornickým vláčkem po povrchu i v podzemí, prohlídky několika kilometrů štol, fárání výtahem a mnoho dalších činností. Návštěvníci si mohou prohlédnout až tři prohlídkové areály:

- Ševčinský důl – Představuje expozice „Tradiční řemesla a průmysl na Příbramsku“ a „Hornické a hutnické stavby Příbramska na historických fotografiích“. Dále je zde možnost vyhlídky z ochozu Ševčinské těžní věže z výšky 37 m.
- Důl Anna – Nabízí 260 m dlouhou projížďku důlním vláčkem Prokopskou štolou. Prohlídka pokračuje ve strojovně dolu Anna s jedním z nejvýznamnějších exponátů – parním těžním strojem z roku 1914.
- Důl Vojtěch – Možnost projít 330 m dlouhou trasu podzemím, historickou vodní štolou, podívat se na kovářské práce v hornické kovárně a prohlédnout si parní těžní stroj z roku 1889.

Hornický skanzen Březové Hory spadá pod Hornické muzeum Příbram. (Hornické muzeum Příbram [online], cit. 2014-01-28)

Skanzen Vysoký Chlumec – Nachází se na Vysokém Chlumci (8 km JZ od Sedlčan) rozkládající se na pozemku o velikosti 3 ha je nejmladším skanzenum v České republice budovaným od roku 1998. Ve skanzenu můžeme vidět 16 objektů z období od poloviny 18. století až do počátku 20. století. Objekty představují stavby ze Středního Povltaví. Do přírodního areálu jsou zakomponovány zemědělské usedlosti, chalupnická a domkářská stavení, hospodářské stavby, technické stavby na vodní pohon a drobné sakrální objekty. (Procházka, 2006, s. 18)

Hrady a zámky

Dle databáze MonumNet je za kulturní památku ve Středočeském kraji prohlášeno 244 zámků, 59 hradů a jejich zřícenin a 127 tvrzí. V okrese Příbram je za kulturní památku prohlášeno 39 zámků (16%), 9 hradů, včetně šesti zřícenin (15,2%) a 19 tvrzí (15%). Tato čísla ukazují, že okres Příbram je v konkurenci 12-ti okresů velmi bohatý na tyto objekty. (Národní památkový ústav [online], cit. 2014-01-29)

Hrad Vysoký Chlumeč – středověká stavba postavena ve 14. století členy rodu z Janovic. Hrad je původně v gotickém stylu s barokními prvky, které později dostavěli Lobkovicové. Hrad je veřejnosti nepřístupný. (Doležal, 1994, s. 53)

Zřícenina hradu Vrškamýk – Hrad, který byl postaven na počátku 13. století byl dlouhou dobu důležitým správním střediskem a sloužil jako letní sídlo českých králů. Význam hradu zanikl za vlády Karla IV., který jeho úlohu přenesl na nově založený Karlštejn a částečně na nedalekou Dobříš. Od té doby chátral a postupně se měnil v zřízení. Nachází se v obci Kamýk nad Vltavou. (Doležal, 1997, s. 63)

Zámek Březnice – Je od roku 2001 národní kulturní památkou. Dnešní renesanční podoba zámku vzešla z řady přestaveb. Původně byl zámek gotická tvrz, založená v 1. polovině 13. století. Přestavba na renesanční zámek byla dokončena v 2. polovině 16. století. Zámek je obklopen anglickým parkem (20 ha) s řadou cizokrajných dřevin. Pro návštěvníky jsou zpřístupněny dva okruhy a kaple Panně Marie. (Scheinpflugová, 1998, s. 26-27)

Zámek Dobříš – Rokokový zámek s výraznou fasádou pochází z let 1745–1765. Zámek má čtvercový dvůr a na jihu k zámku přiléhá francouzský a rozsáhlý anglický park. V části zámku se nachází muzeum motocyklů. (Scheinpflugová, 1998, s. 29-30)

Zámeček-Ernestinum v Příbrami – Původně dřevěná tvrz postavená ve 14. století byla na konci 17. století přestavěna na zámek. Po roce 1849 se stal sídlem báňská akademie a Vysoké školy báňská, která v Příbrami existovala až do roku 1946.

Církevní památky

Svatá Hora – je od roku 1995 národní kulturní památkou. Svátá Hora je nejstarší mariánským místem v Čechách. Rozkládá se na kopci (586 m) nad městem Příbram. Svou architekturou představuje jeden z nejcennějších uměleckých objektů českého raného baroka. Po staletí je nejen středem zájmu poutníků, ale také všech zájemců o kulturní památky. Součástí areálu Svaté Hory, která má rozměry 80 x 72 m jsou dvě brány, 21 kaplí, kostel Panny Marie, Rezidence a Svaté schody. (Perka, 1991, s. 33-43)

Socha svatého Petra ze Slivice – jediná movitá národní památka pocházející ze Středočeského kraje. Socha sv. Petra ze Slivice je gotická kamenná socha z doby konce 14. století. Původně byla umístěna v kostele sv. Petra v Milíně. Dnes je v Milíně jen kopie a originál se nachází v Národní galerii v Praze. (Středočeský kraj [online], cit. 2014-01-29)

Ostatní památky

Památník Vojna Lešetice – dochovaný vězeňský areál, který sloužil jako tábor nucených prací nebo později k věznění politických odpůrců komunistického režimu. Expozice seznamují s perzekucí po únoru 1948, protikomunistickým odporem a přibližují dějiny uranového hornictví. (Hornické muzeum Příbram [online], cit. 2014-01-28)

Památník Antonína Dvořáka ve Vysoké u Příbrami – novorenesanční zámeček s rozsáhlým parkem. Místo, kde přebýval přes 20 let hudební skladatel Antonín Dvořák. (Památník Antonína Dvořáka [online], cit. 2014-01-29)

Památník Karla Čapka – vila v empírovém stylu, která se nachází nedaleko Staré huti. V blízkosti památníku je i naučná stezka Karla Čapka, která má 3 okruhy a seznamuje návštěvníky se životem a dílem Karla Čapka. (Památník Karla Čapka [online], cit. 2014-01-29)

Větrný mlýn u Příčov – zřícenina větrného mlýnu holandského typu starší více než 400 let. Svým průměrem 14 m patří k největším v Evropě. (Město Sedlčany [online], cit. 2014-01-29)

Drahenice – V obci Drahenice se nachází od roku 1995 vesnická památková zóna Drahenice-Račany a památková rezervace. V Drahenicích se nachází lovecký zámeček z roku 1882 jménem Perníková chaloupka. V zámečku je muzeum perníku.

Na Příbramsku se dále nachází 12 muzeí, 8 galerií, 3 divadla, 6 kin, 5 přírodních amfiteátrů a 8 rozhleden. (Propagační materiály Středočeského kraje)

Tabulka 2: Muzea v okrese Příbram

Muzeum	Obec
Městské muzeum	Březnice
Muzeum města Dobříše	Dobříš
Památník Vojna u Příbrami	Lešetice
Muzeum zlata Nový Knín	Nový Knín
Muzeu Špýchar Prostřední Lhota	Prostřední Lhota
Hornické muzeum Příbram	Příbram
Muzeum třetího odboje Konfederace politických vězňů ČR	Příbram
Svatohorské poutní muzeum	Příbram
Městské muzeum - Brdský památník	Rožmitál pod Třemšínem
Městské muzeum Sedlčany	Sedlčany
Expozice historického muzea	Vrchotovy Janovice
Muzeum vesnických staveb středního Povltaví	Vysoký Chlumeč

Zdroj: Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji 2007

Kulturně-společenské akce

V celém okrese Příbram se koná velké množství kulturních a sportovních akcí, proto jsou podrobněji popsány jen ty nejvýznamnější.

Hudební festival Antonína Dvořáka – mezinárodní hudební festival pořádaný každoročně od roku 1969 v divadle Antonína Dvořáka v Příbrami. Na festivalu si posluchač každoročně může poslechnout nejen hudbu z repertoáru skladatele, ale i hudbu, která mu byla k jeho dílům inspirací. (Hudební festival AD [online], cit. 2014-01-29)

Městské slavnosti v Příbrami – slavnosti pořádané městem Příbram na konci léta. Slavnosti nabízejí bohatý program, například hudební a divadelní vystoupení nebo různé sportovní exhibice.

Slavnosti ROSA – pořádané městem Sedlčany s dlouholetou tradicí. Důvodem těchto slavností je údajné vítězství nad Janem Žižkou z Trocnova, který podle pověsti roku 1420 chtěl přepadnout velikonoční svátky v Sedlčanech. Slavnosti se konají každoročně v měsíci červnu. Návštěvníci mohou vidět různá divadelní představení, hudební představení, soutěže a ohňostroj. (Město Sedlčany [online], cit. 2014-01-29)

Rekonstrukce bitvy u Slivice – rekonstrukce poslední bitvy 2. světové války v Evropě na Slivici u Milína z 11. května 1945. Na programu je každoročně, už od roku 2002 pietní akt u Památníku vítězství, rekonstrukce bitvy, ukázka historické a soudobé vojenské techniky, hudební vystoupení a ohňostroj. Akce se koná v měsíci květnu.

Sukovy Sedlčany – mezinárodní hudební festival v Sedlčanech, připomínající skladatele Josefa Suka.

Dobříšské májové slavnosti – největší společenská akce v Dobříši konaná po dobu 12-ti let každý květen. Na programu je vždy bohatý a pestrý program pro všechny generace. Slavnosti se konají na mnoha místech po celé Dobříši.

Akce pořádané Hornickým muzeem v Příbrami – Hornické muzeum každoročně pořádá velké množství akcí v objektech, které má ve své správě. Mezi tyto akce patří výstavy, zážitkové programy, slavnosti, hudební a divadelní představení nebo různé prezentační akce.

Sportovní akce

Pochod Praha-Prčice – nejznámější organizovaný turistický a dálkový pochod v České republice. Pochod má tradici již od roku 1966 a každý účastník, který pochod dokončí, získá suvenýr „Prčický škrpál“, kterému se díky jeho podobě říká „botička“. Pochod má 21 různě dlouhých tras jak pro pěší turisty, tak pro cyklisty. Každá z těchto tras končí na náměstí v Prčici, kde má pochod i svůj památník. (Pochod Praha-Prčice [online], cit. 2014-01-29)

Rallye a Autocross – Na okruzích na Kotlině v Sedlčanech se každoročně jezdí závody autocrossu. Závody rallye se jezdí na vybraných tratích po celém příbramském okrese. Jezdí se zde i mistrovství České republiky.

Mistrovství světa v krátkém kvadriatlonu – Jedná se o tradiční závody v krátkém kvadriatlonu. Mistrovství je pořádané v Sedlčanech.

4.1.3 Sekundární nabídka cestovního ruchu v okrese Příbram

Suprastruktura cestovního ruchu

Suprastruktura cestovního ruchu zahrnuje ubytovací a stravovací zařízení.

Ubytovací zařízení

Okres Příbram nabízí návštěvníkům ubytování v 94 hromadných ubytovacích zařízeních, což je bezkonkurenčně nejvíce v celém Středočeském kraji. S tím souvisí i počet pokojů, respektive počet lůžek. Těch je v okrese Příbram 1872 respektive 5787. Nejvíce je v okrese penzionů (23), ostatních zařízení jinde nespécifikovaná (22) a chatových osad (13).

Tabulka 3: Kapacita hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle kategorie v okrese Příbram k 31. 12. 2012

Typ HUZ	počet HUZ	počet pokojů	počet lůžek
hotely *****	-	-	-
hotely, motely, botely ****	3	118	256
hotely, motely, botely ***	11	256	585
hotely, motely, botely **	3	70	174
hotely, motely, botely *	1	i. d.	i. d.
hotely garní ****, ***, **, *	-	-	-
Penziony	23	211	712
Kempy	12	i. d.	i. d.
chatové osady	13	260	1074
turistické ubytovny	6	154	388
ostatní zařízení jinde nespécifikovaná	22	746	2381

Zdroj: vlastní zpracování podle Statistická ročenka Středočeského kraje 2013, ČSÚ

Stravovací zařízení

Stravovací zařízení na území příbramského okresu se nacházejí hlavně ve větších obcích a městech. Najdeme zde pestrou nabídku restaurací, barů, bufetů, bister, pizzerií, kaváren, cukráren, pivnic, vináren nebo jídelen. Nejvíce těchto zařízení se nachází v největších městech okresu, v Příbrami, Dobříši a v Sedlčanech. V menších obcích se většinou nacházejí jen hostince s otevírací dobou v odpoledních a večerních hodinách a v mnoha případech ani nevaří.

Všeobecná infrastruktura

Dopravní dostupnost

Okresem Příbram prochází silnice I. třídy I/4, R4, která vede z Německa přes Jihočeský kraj, kolem Příbrami, přes Dobříš až do Prahy. Další důležitou silnicí je

silnice I/18, která vede z Rožmitálu pod Třemšínem, přes Příbram, Sedlčany až do okresu Benešov. Tyto dvě silnice jsou nejdůležitějšími silnicemi, které spojují okres Příbram s ostatními okresy a kraji.

Problémem je přímé spojení s Plzeňským krajem, kde po celé západní hranici okresu Příbram jsou Brdy, vede jimi jen jedna silnice, silnice I/19, a to jižním cípem Brd.

Jediným důležitým železničním uzlem je Praha – Příbram – Písek – České Budějovice. Okresem nevede žádný ze 4 železničních koridorů a i celková železniční síť je jednou z nejméně hustých v České republice. To je způsobeno Brdskou vrchovinou, kterou žádná železniční trať nevede. Neexistuje žádná trať, která by spojovala největší tři města okresu Příbram – Příbram, Dobříš, Sedlčany.

4.1.4 Návštěvnost v destinaci

Tabulka 4: Návštěvnost HUZ v okrese Příbram v letech 2000 - 2011

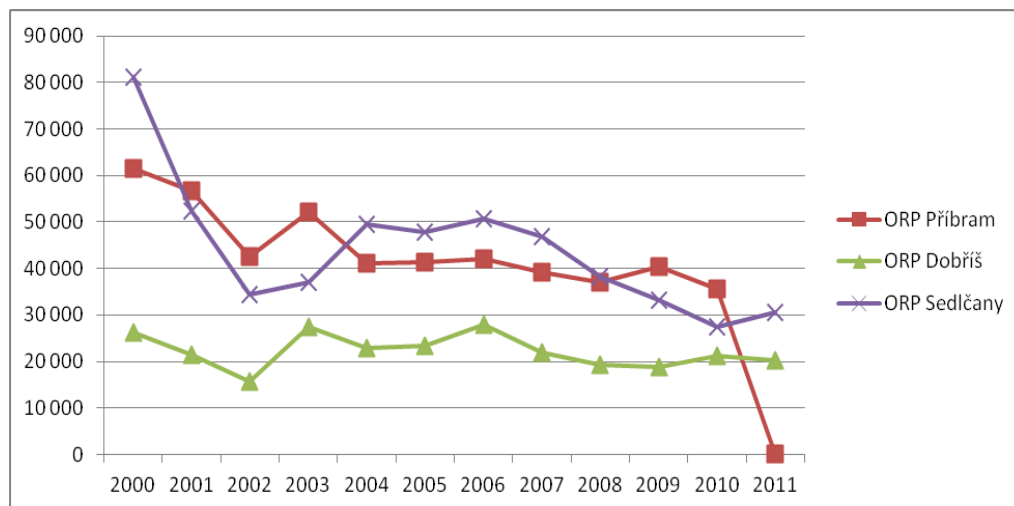
rok	počet příjezdů hostů	z toho rezidenti	počet přenocování	z toho rezidenti	průměrný počet přenocování	průměrná doba pobytu
2000	169 212	91 214	449 107	239 192	2,7	3,7
2001	130 666	90 168	380 076	270 064	2,9	3,9
2002	92 558	74 365	311 618	255 290	3,4	4,4
2003	116 340	96 997	422 583	360 897	3,6	4,6
2004	113 427	98 227	437 665	390 134	3,9	4,9
2005	112 423	99 523	334 015	298 325	3,0	4,0
2006	120 468	106 217	385 740	340 980	3,2	4,2
2007	108 059	97 192	332 311	304 580	3,1	4,1
2008	94 531	84 168	273 040	247 694	2,9	3,9
2009	92 460	83 728	268 125	245 925	2,9	3,9
2010	84 309	76 773	243 339	225 081	2,9	3,9
2011	89 984	81 715	259 771	239 002	2,9	3,9

Zdroj: Český statistický úřad

Tabulka č. 4 ukazuje, že počet příjezdů všech hostů do HUZ v okrese Příbram se od roku 2000 do roku 2011 téměř dvojnásobně snížil. Příjezd zahraničních hostů se za stejné období snížil dokonce 9,5x. Nejvíce návštěvníků bylo v roce 2000, od té doby se počet příjezdů stále snižoval se třemi výjimkami, v letech 2003, 2006 a 2011, kde byly mírné výkyvy. Průměrný počet přenocování od roku 2000 do roku 2004 rostl a od roku 2006 do roku 2011 klesal. Nejvyšší průměrná délka přenocování byla v roce 2004, bylo to 3,9 přenocování. Naopak nejnižší průměrná délka přenocování byla 2,7 přenocování

v roce 2000. V posledních 4 letech se průměrná délka přenocování ustálila na hodnotě 2,9.

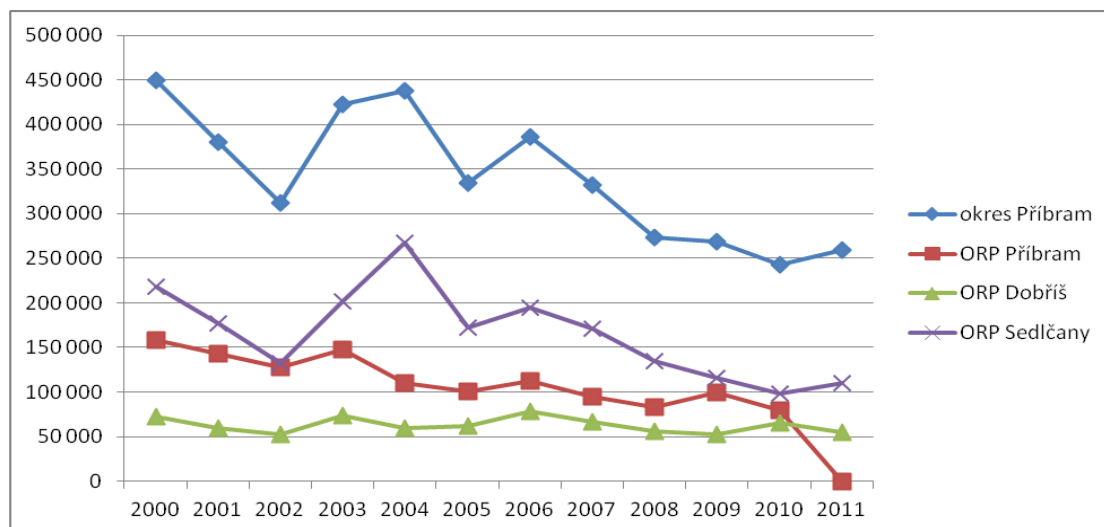
Graf 1: Návštěvnost HUZ v obcích s rozšířenou působností v okrese Příbram v letech 2000 - 2011



Zdroj: vlastní zpracování podle ČSÚ

V grafu je vidět porovnání počtů příjezdů hostů všech ORP (Příbram, Dobříš, Sedlčany) v okrese Příbram. Nejvyšších hodnot střídavě dosahují ORP Příbram a Sedlčany. V ORP Sedlčany je to dáno velkými množství kempů kolem řeky Vltavy a v ORP Příbram samotnou Příbramí jako nejvýznamnějším turistickým místem v okrese. ORP Dobříš dlouhodobě navštěvuje nejméně hostů. Vrcholu dosahovala návštěvnost v roce 2000 v ORP Sedlčany, kdy tuto oblast navštívilo 81259 návštěvníků, od té doby návštěvnost prudce klesala a v roce 2002 už ORP Sedlčany navštívilo pouhých 34292 hostů. Hodnota ORP Příbram za rok 2011 není k dispozici.

Graf 2: Počet přenocování v okrese Příbram v letech 2000 – 2011



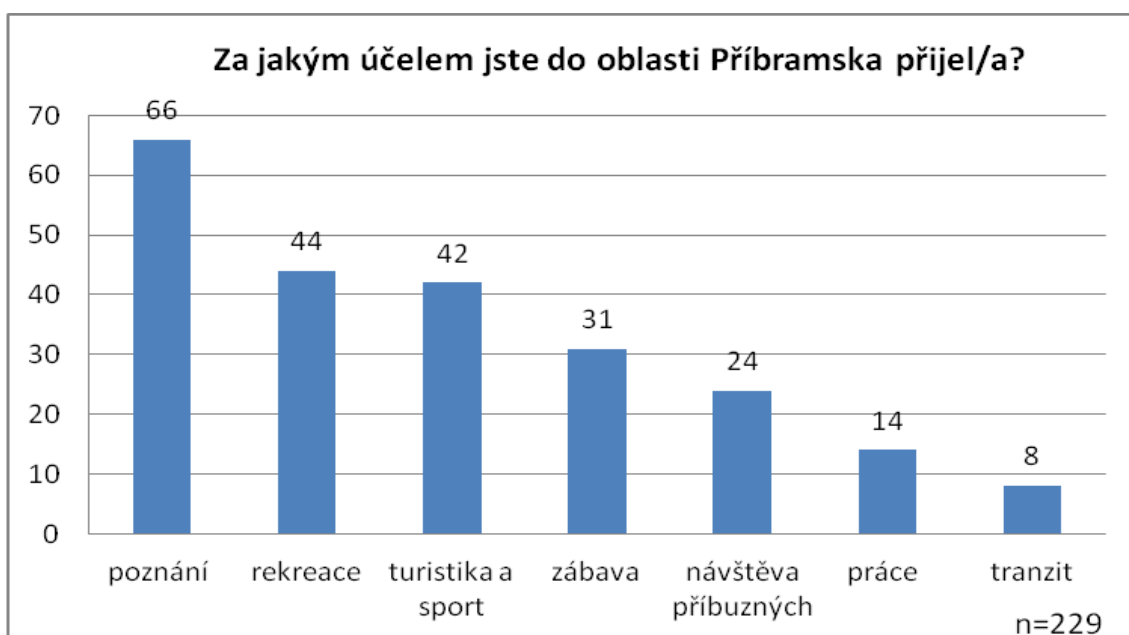
Zdroj: vlastní zpracování podle ČSÚ

Z výše uvedeného grafu je vidět, že křivka počtu přenocování okresu Příbram kopíruje křivku počtu přenocování v ORP Sedlčany. Po celých 12 let je v ORP Sedlčany nejvyšší počet přenocování.

Průměrný počet přenocování v ORP Sedlčany je 3,8 noci, v ORP Dobříš 2,9 noci a v ORP Příbram 2,5 noci. V okrese Příbram je průměrný počet přenocování 3,1 noci. Hodnota ORP Příbram za rok 2011 není k dispozici.

4.2 Vlastní dotazníkové šetření

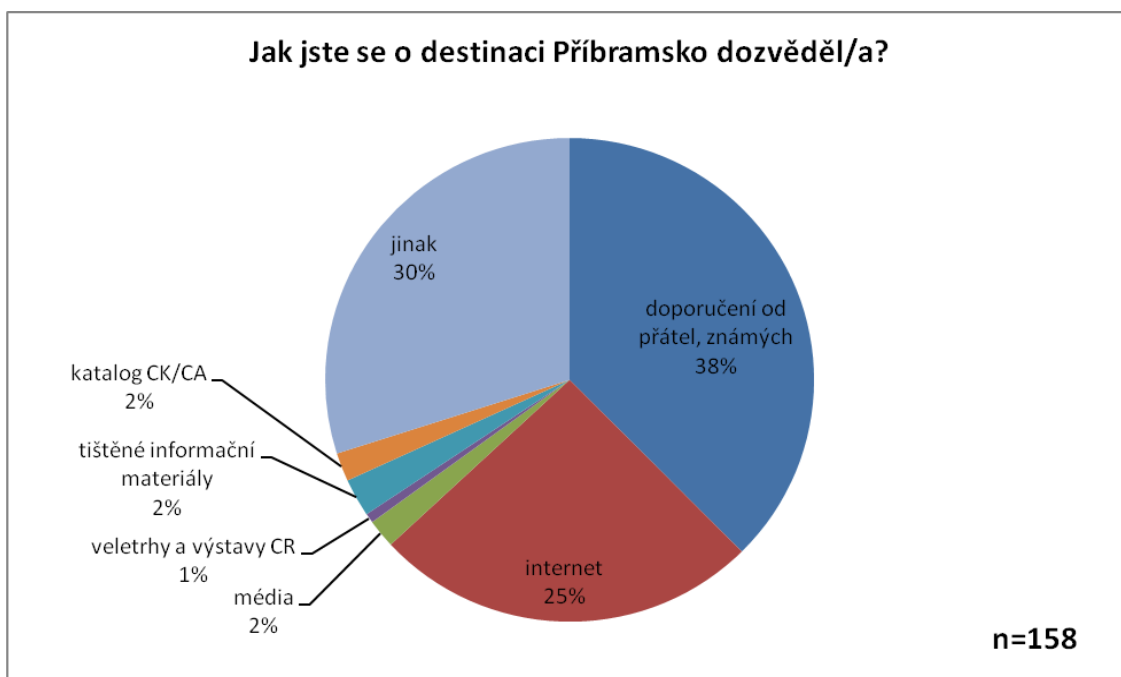
Graf 3: Účel návštěvy oblasti Příbramska



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Hlavním účelem návštěvy Příbramska je poznání (památky, historie, kultura atd.), které uvedlo 29% respondentů. Dalšími významnými důvody je rekreace a odpočinek v přírodě a turistika a sport, které uvedlo 19%, respektive 18% respondentů. 14% dotazovaných návštěvníků jezdí na Příbramsko za zábavou či společenskými akcemi a 10% na návštěvu k příbuzným nebo známým. Zanedbatelné množství 6% dotázaných návštěvníků uvedlo jako důvod návštěvy pracovní povinnosti. 4% destinací pouze projíždí. Respondenti mohli uvádět až 2 důvody návštěvy.

Graf 4: Zdroj informací o destinaci



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Nejvíce dotázaných návštěvníků (38%) získává informace od svých přátel a známých. Dalším významným zdrojem informací je internet, ten uvedla čtvrtina respondentů. Nejčastější odpovědí návštěvníků, kteří uvádějí, že informace získávají jinak je vlastní zkušenost.

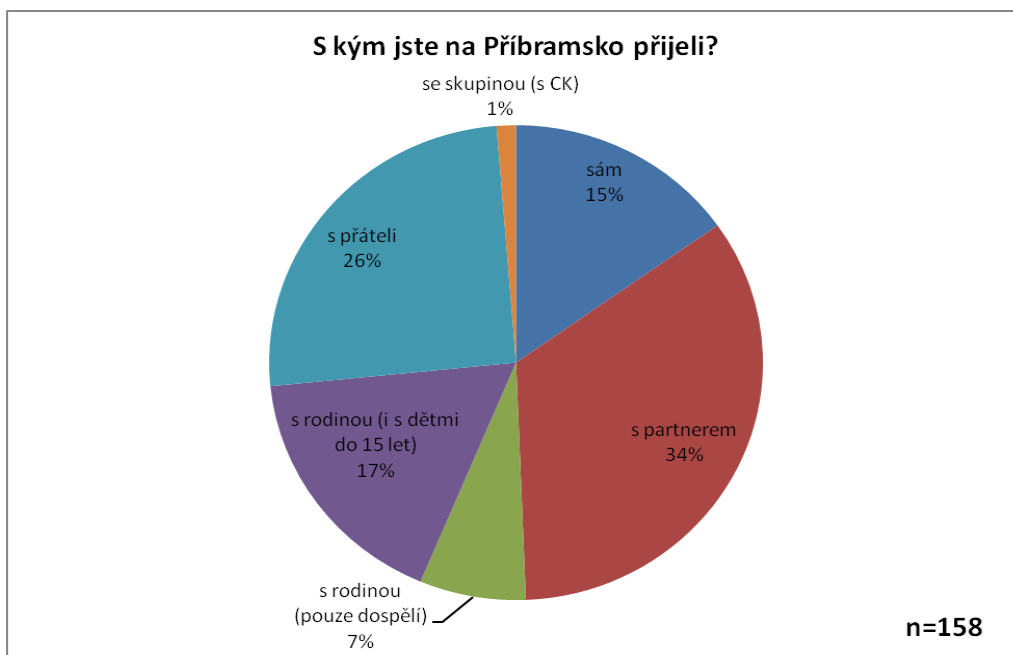
Graf 5: Dopravní prostředek



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Naprostá většina, 60% návštěvníků, do destinace přicestovalo autem. 21% přijelo autobusem, 13% vlakem a 6% na Příbramsko přijelo na kole.

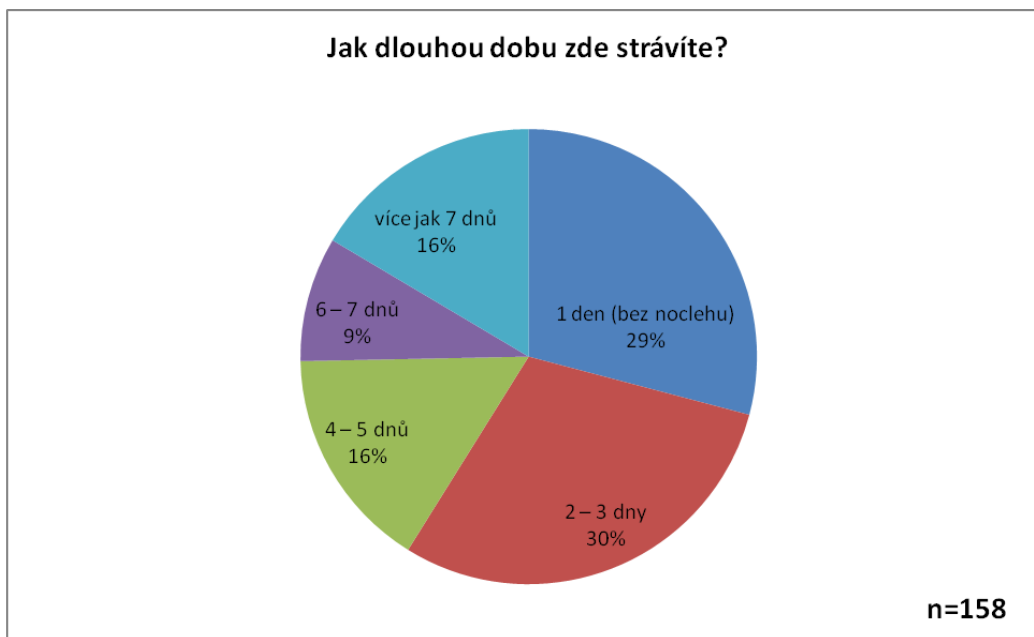
Graf 6: Doprovod do destinace Příbramsko



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Většina oslovených respondentů přijela do destinace s partnerem/partnerkou (34%) nebo s přáteli (26%). Dalšími významnými návštěvníky jsou rodiny s dětmi, nebo na Příbramsko jezdí návštěvníci sami.

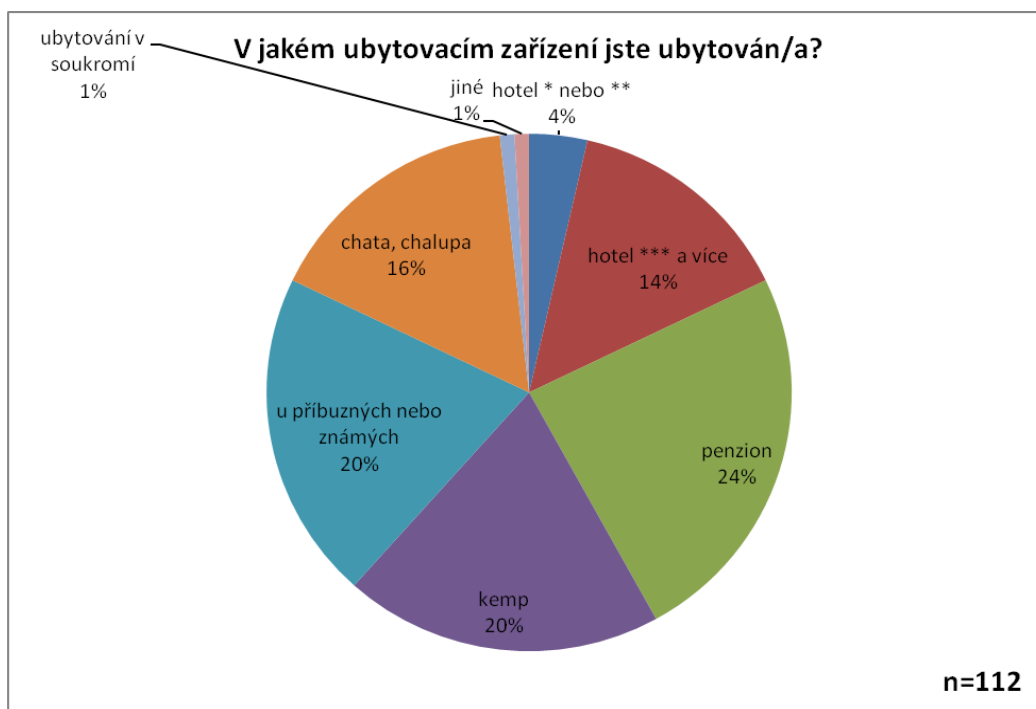
Graf 7: Doba pobytu v oblasti Příbramska



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Nejčastější skupinou jsou návštěvníci, kteří v destinaci stráví 2-3 dny, jedná se o 30% dotázaných. Druhou nejpočetnější skupinou jsou návštěvníci, kteří přijeli pouze na jeden den a nebudou zde ubytováni, těchto návštěvníků je 29%. Stejně zastoupení mají návštěvníci, kteří v destinaci stráví 4-5 dní nebo více jak 7 dní (16%). 9% respondentů na Příbramsku stráví 6-7 dní.

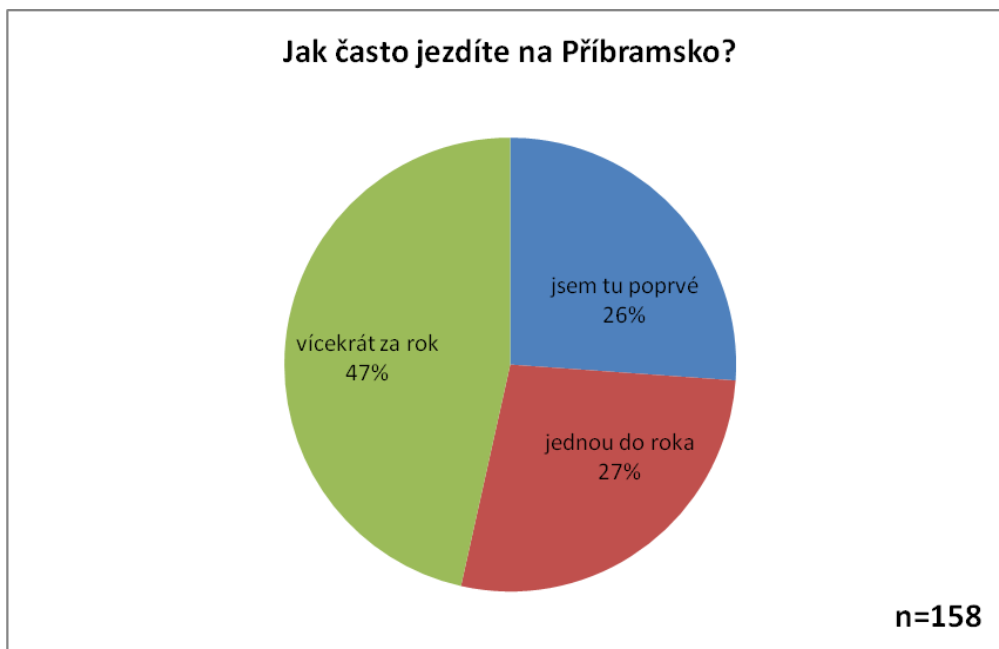
Graf 8: Ubytovací zařízení



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Respondenti, kteří uvedli, že v destinaci přenocují, odpovídali, v jakém ubytovacím zařízení byli ubytováni. Pět nejčastěji uváděných zařízení má podobné zastoupení. Největší počet návštěvníků však přenocuje v penzionu, který uvedlo 24% dotázaných. U příbuzných a známých nebo v kempech přenocuje 20% návštěvníků. Významné zastoupení mají též chaty a chalupy nebo hotely, které mají 3 a více hvězdiček.

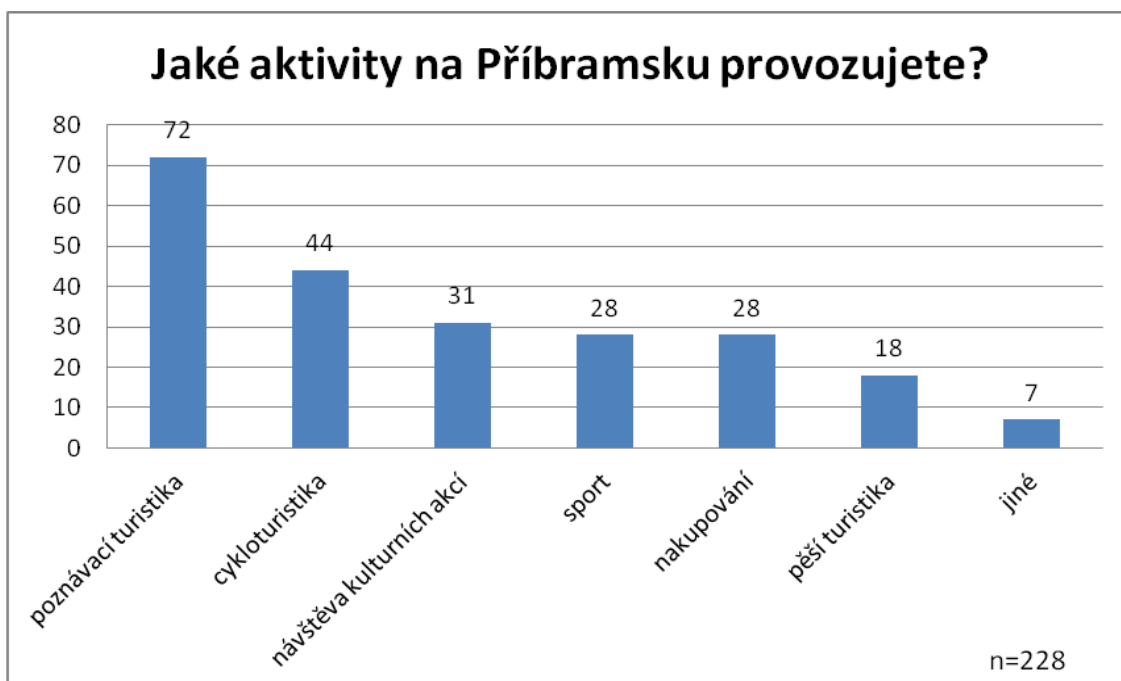
Graf 9: Počet návštěv Příbramska ročně



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Téměř polovina respondentů (47%) navštěvuje destinaci vícekrát do roka. 27% turistů Příbramsko navštěvuje jednou do roka a skoro stejný počet (26%) je zde poprvé.

Graf 10: Aktivity provozované na Příbramsku

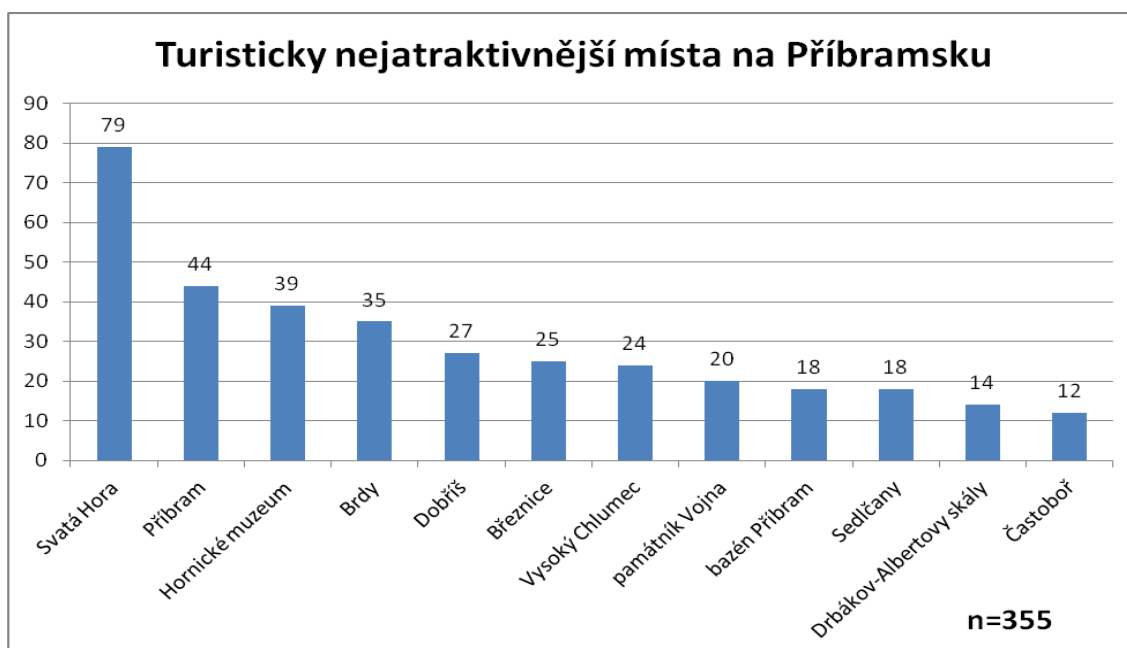


Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

V okrese Příbram je nejlákavější poznávací turistika, kterou provozuje 32% dotázaných. Druhou nejčastější aktivitou je cykloturistika (19%). Dalšími poměrně častými aktivitami provozovanými na Příbramsku je návštěva kulturních akcí (14%),

nakupování (12%) a sporty (12%). Pěší turistiku provozuje pouze 8% respondentů. Respondenti mohli uvádět až dvě provozované aktivity.

Graf 11: Turisticky nejatraktivnější místa na Příbramsku

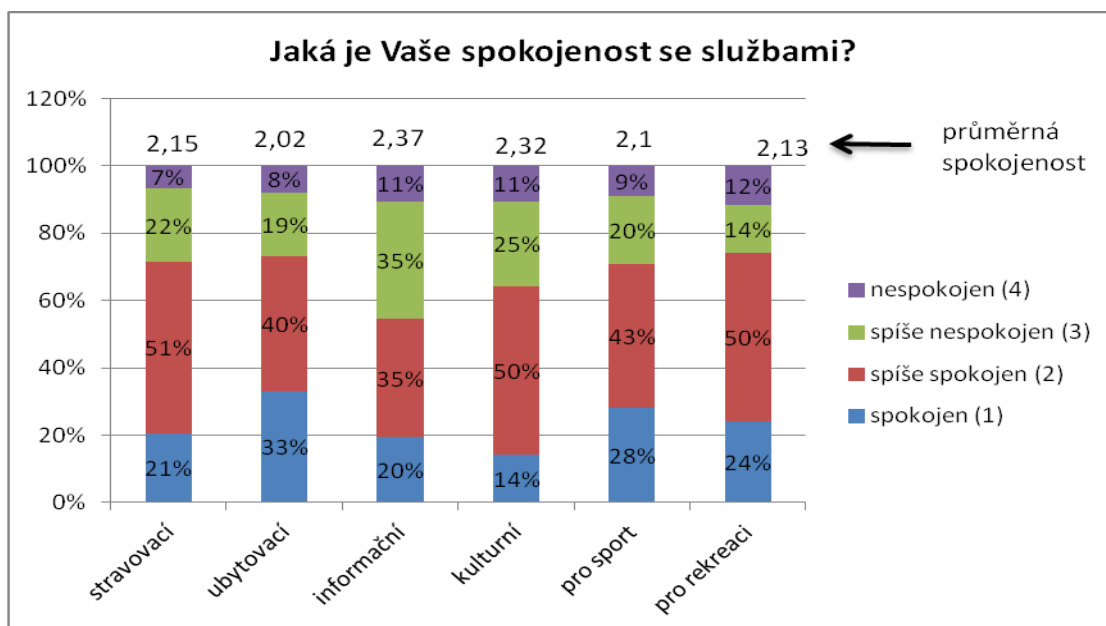


Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z celkových 42 míst, které turisté na Příbramsku považují za nejatraktivnější, jsem vybral ty, které respondenti uvedli více než 12x. Těchto míst je 12 a celkem tvoří 87% všech hlasů. Respondenti mohli uvádět až 3 místa.

Turisticky nejatraktivnějším místem na Příbramsku je Svatá Hora v Příbrami, kterou uvedl každý druhý dotázaný. Dalšími velmi navštěvovanými a atraktivními místy je město Příbram (28%), Hornické muzeum v Příbrami (25%) a Brdy (22%). Z dalších měst jsou turisticky atraktivní Dobříš (17%), Březnice (16%) a městy Vysoký Chlumeč (15%). Poměrně oblíbenou památkou je také památník Vojna, který uvedlo 13% dotázaných. 11% respondentů uvedlo jako nejatraktivnější místa na Příbramsku aqvapark v Příbrami a město Sedlčany.

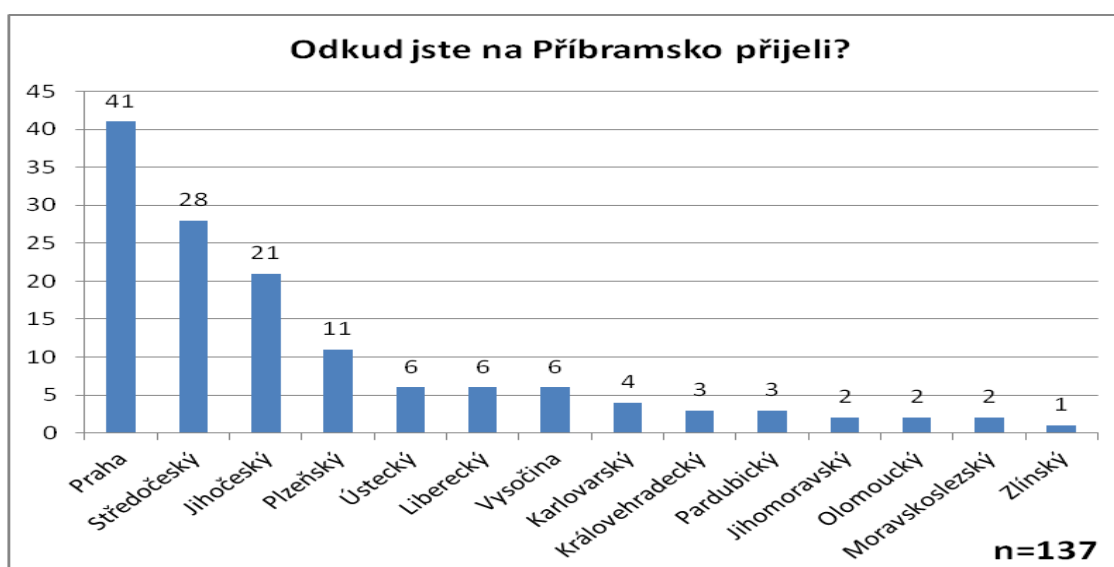
Graf 12: Spokojenost se službami



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

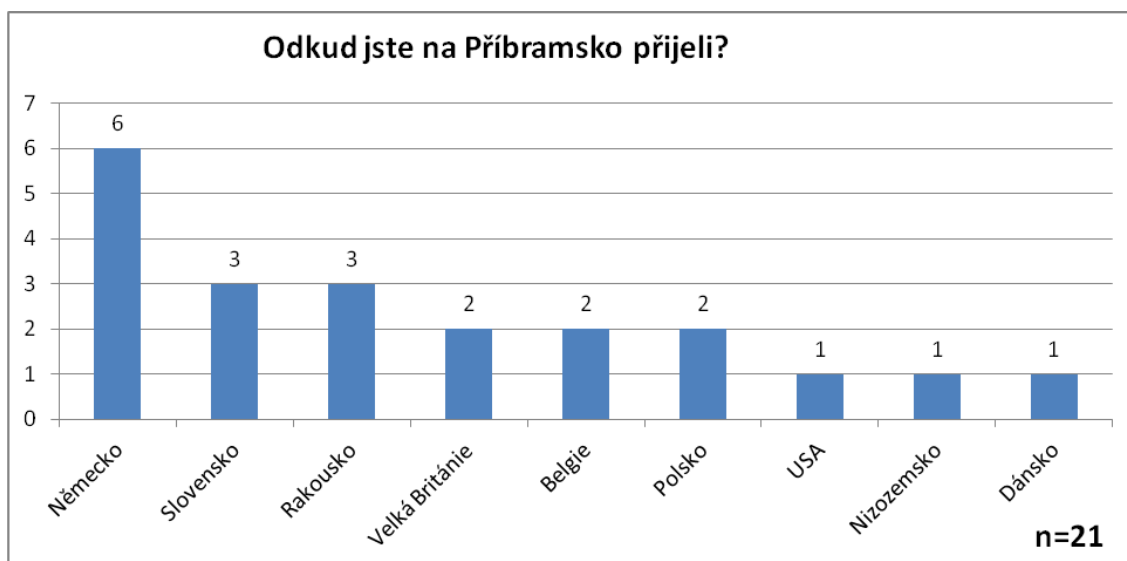
Většina dotazovaných služby hodnotila jako spíše spokojeni, u všech druhů služeb toto hodnocení získalo nejvyšší četnost. U informačních služeb, které byly hodnoceny jako nejhorší na Příbramsku, stejný počet respondentů jako spíše spokojen uvedl i spíše nespokojen. Průměrná spokojenost u informačních služeb je 2,37. Naopak nejspokojenější byli návštěvníci se službami ubytovacími a službami pro sport. Následovaly služby pro rekreaci, stravovací a kulturní. Celková průměrná spokojenost se službami je 2,18, tedy „spíše spokojen“.

Graf 13: Trvalé bydliště českých turistů



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Graf 14: Trvalé bydliště zahraničních turistů



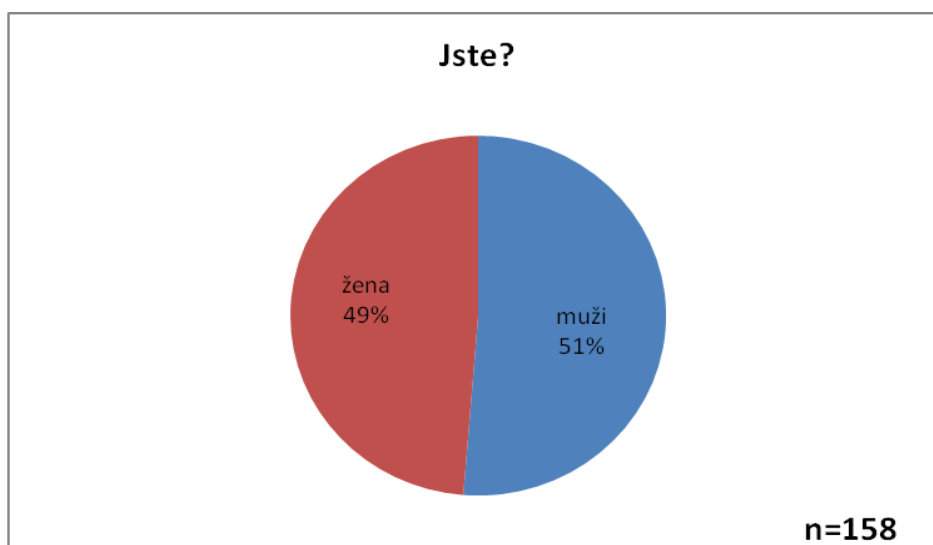
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Poměr českých a zahraničních dotázaných turistů byl 87% a 13% pro turisty z České republiky.

Z grafu č. 13 je patrné, že domácí cestovní ruch tvoří převážně turisté z oblasti středních Čech, tj. z Prahy (41 návštěvníků) a ze Středočeského kraje (28). Dalšími častými návštěvníky jsou ze sousedních krajů okresu, tedy z Jihočeského kraje (21) a z kraje Plzeňského (11). Nejméně turistů na Příbramsko jezdí z Moravy.

Nejčastějšími zahraničními respondenty jsou obyvatelé Německa, Slovenska a Rakouska.

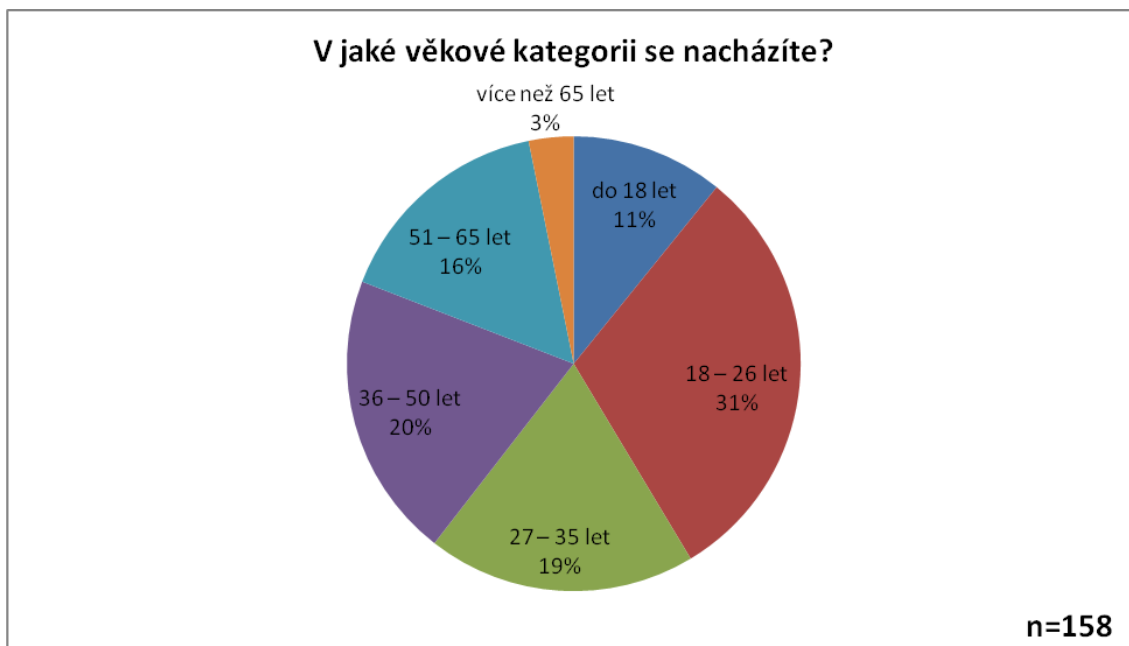
Graf 15: Pohlaví návštěvníků



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Pohlaví respondentů je vyrovnané. 51% tvoří muži a 49% ženy.

Graf 16: Věková struktura



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Většina oslovených respondentů je v rozmezí věku od 18 do 26 let (31%). Dvě další nejpočetnější skupiny jsou velmi vyrovnané, respondentů, kterým je 36-50 let, je 20% a respondentů mezi 27-35 lety je 19%. Další poměrně početnou skupinou jsou návštěvníci ve věku od 51 do 65 let (16%). Nejméně početné skupiny jsou do 18 let (11%) a lidé nad 65 let (3%).

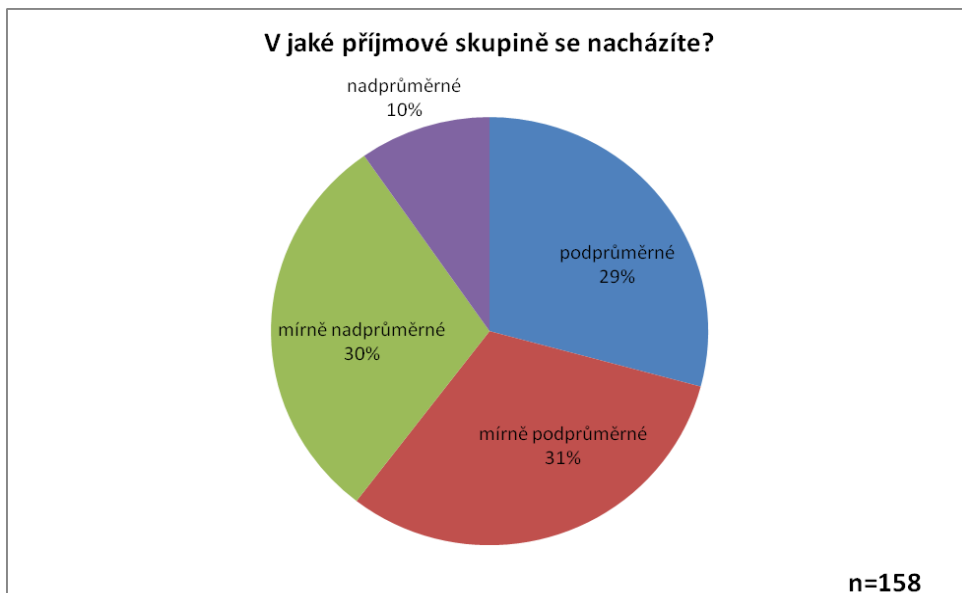
Graf 17: Vzdělání



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Mezi dotazovanými převažuje skupina návštěvníků, kteří jako nejvyšší dosažené vzdělání uvedli střední školu s maturitou (48%). 23% má vystudovanou vysokou školu. Základní vzdělání uvedlo 16% respondentů. A střední školu bez maturity má 13% turistů.

Graf 18: Příjmová skupina



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Nejčastějšími skupinami návštěvníků na Příbramsku v oblasti příjmů jsou ti, kteří mají mírně podprůměrný příjem (31%), mírně nadprůměrný příjem (30%) nebo podprůměrný příjem, který uvedlo 29% návštěvníků. Zbýlých 10% respondentů uvedlo, že jejich příjem je nadprůměrný.

4.3 Syntéza výsledků a poznatků

Destinace Příbramsko jako okres Příbram se rozkládá ve Středočeském kraji v turistické oblasti Střední Čechy – jih. Okres je s rozlohou 1692 km² největším v kraji a dělí se na tři správní obvody obcí s rozšířenou působností – Dobříš, Příbram a Sedlčany.

Okresem protéká řeka Vltava. Dále se zde nachází nejvyšší pohoří Středočeského kraje, Brdská vrchovina, kde se rozprostírá přírodní park Třemšín a velké množství přírodních památek. Na jih okresu zasahuje Středočeská pahorkatina, součástí které je národní přírodní rezervace Drbákov – Albertovy skály.

V destinaci se nachází velké množství kulturně-historických památek. Nejvýznamnější je církevní památka Svatá Hora v Příbrami, která je národní kulturní památkou. Další velmi významnou památkou je Hornické muzeum v Příbrami, které má pod svoji správou Hornický skanzen Březové Hory, Skanzen Vysoký Chlumeč, památník Vojna Lešetice, muzeum Špýchar Prostřední Lhota a muzeum zlata v Novém Kníně. V okrese Příbram je také mnoho hradů a jejich zřícenin (9), zámků (39) a tvrzí (19).

Nejvýznamnějšími akcemi v destinaci Příbramsko je Hudební festival Antonína Dvořáka v Příbrami, městské slavnosti ve třech největších městech a rekonstrukce bitvy u Slivice, která se koná každý květen ve Slivici u Milína. Nejznámější sportovní akcí je turistický pochod Praha – Prčice s 21 různě dlouhými trasami, všechny končí na náměstí v Prčici. Dále se v okrese konají závody mistrovství České republiky v rallyecrosu a autokrosu a mistrovství světa v krátkém kvadriatlonu.

V okrese Příbram se mohou návštěvníci ubytovat v jednom z 94 hromadných ubytovacích zařízení. Penzionů je na Příbramsku 23, chatových osad 13. Dále je zde 12 kempů, které jsou v okolí řeky Vltavy a ubytovávají největší počet návštěvníků v okrese Příbram. Stravovacích zařízení je nejvyšší počet v největších městech, tedy v Dobříši, Příbrami a Sedlčanech.

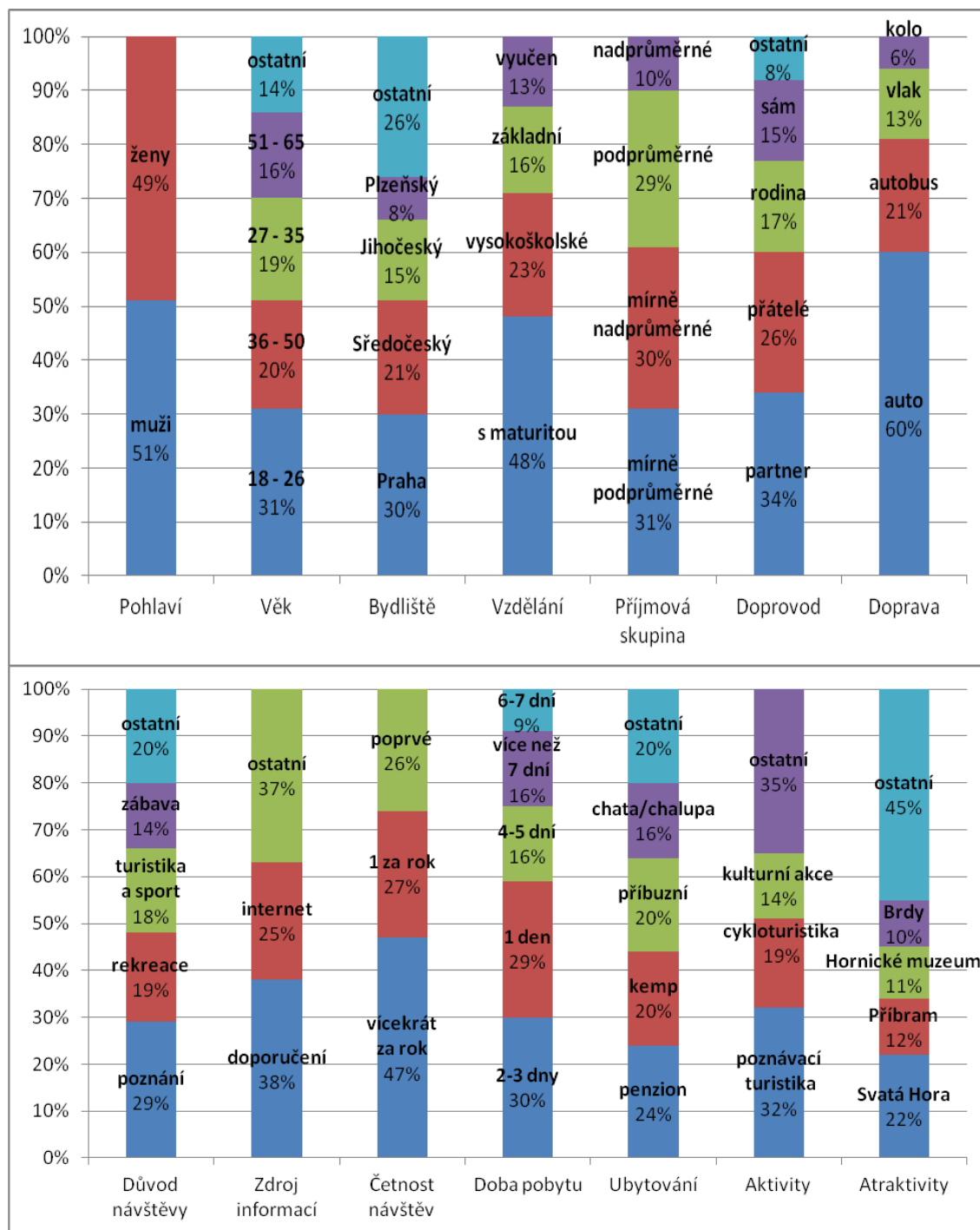
Počet všech příjezdů hostů do hromadných ubytovacích zařízení se od roku 2000 do roku 2011 téměř dvojnásobně snížil. Počet příjezdů zahraničních hostů se za stejné období snížil dokonce 9,5x. Nejvíce hostů přijelo v letech 2000, 2001 a 2006. Průměrná délka přenocování v posledních 4 letech je v okrese Příbram 2,9 přenocování.

Nejvíce návštěvníků jezdí střídavě do dvou obcí s rozšířenou působností, do Příbrami a Sedlčan. Nejvyšší počet přenocování za celé sledované období (2000-2011) je v ORP Sedlčany. Průměrný počet přenocování v ORP Sedlčany je 3,8 nocí. Je to dáno velkým počtem kempů v ORP Sedlčany, kde je počet strávených nocí nejvyšší.

4.3.1 Profil návštěvníka destinace Příbramsko na základě vlastního dotazníkového šetření

Na základě získaných údajů z dotazníkového šetření byl sestaven profil návštěvníka destinace Příbramsko.

Graf 19: Profil návštěvníka destinace Příbramsko na základě vlastního dotazníkového šetření



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

V grafu č. 19 je uveden souhrn otázek z realizovaného dotazníkového šetření, ze kterých byl vytvořen profil návštěvníka destinace Příbramsko.

Typický návštěvník destinace Příbramsko je občan České republiky ve věku od 18 do 26 let, který je z Prahy. Jeho nejvyšší dosažené vzdělání je ukončená střední škola

s maturitou a pohybuje se v jedné ze tří příjmových skupin: mírně podprůměrný, mírně nadprůměrný nebo podprůměrný příjem. Z cizinců na Příbramsko nejčastěji jezdí němečtí turisté.

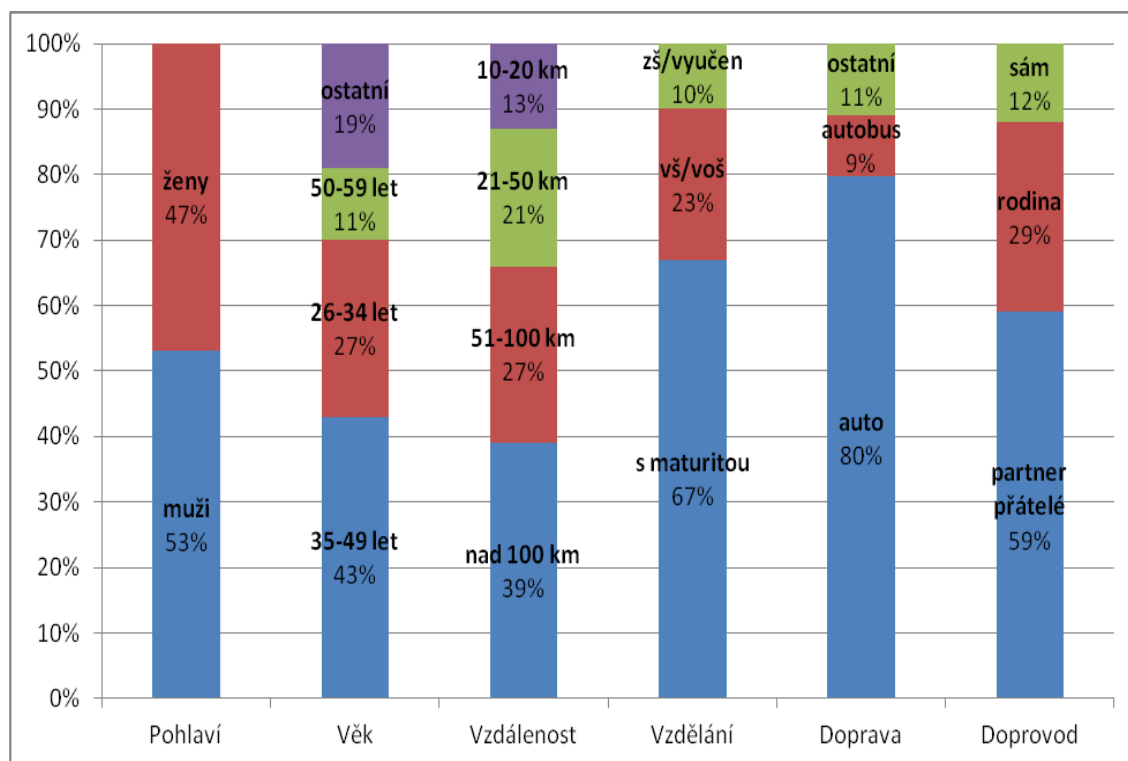
Návštěvník se do zvolené oblasti dopravuje autem v doprovodu svého partnera, za účelem poznání památek, historie nebo kultury. Přijíždí na doporučení svých přátel nebo známých vícekrát za rok. Preferuje krátkodobé výlety na 2 – 3 dny nebo na 1 den bez noclehu. Pokud v destinaci přespává, tak nejčastěji v penzionech Často ale také v kempech nebo u příbuzných či známých.

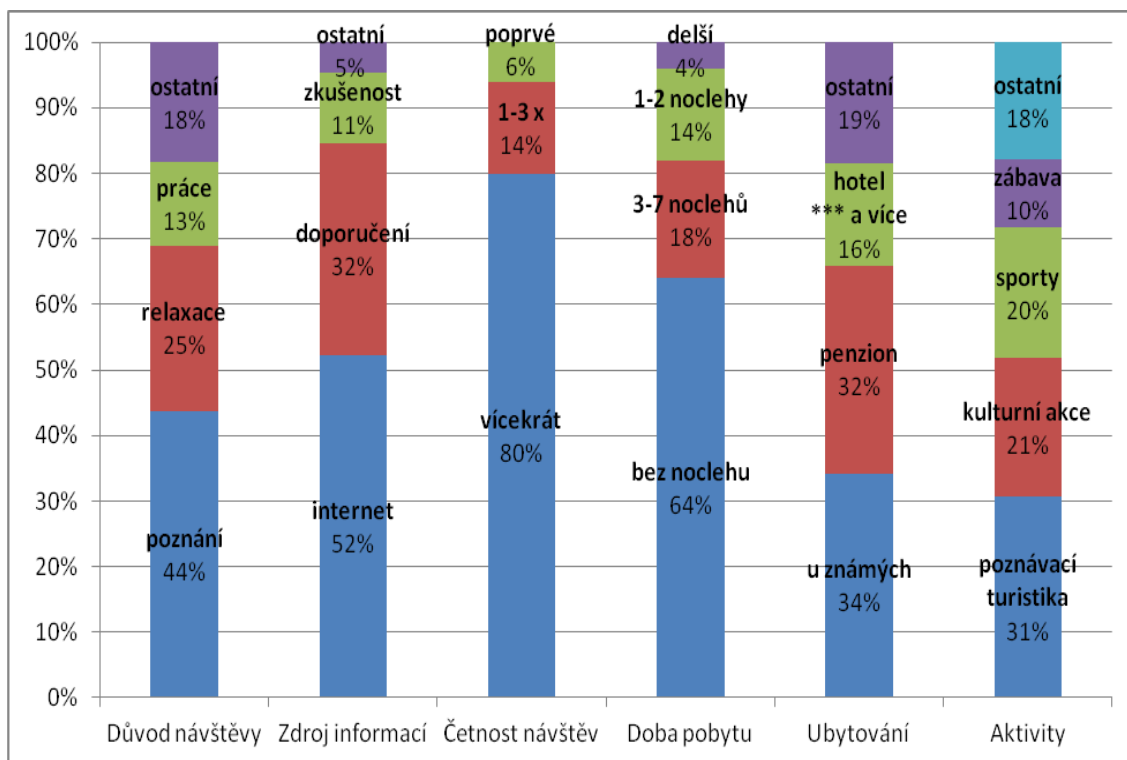
Nejčastějšími aktivitami typického návštěvníka je poznávací turistika a cykloturistika, nejoblíbenějším místem je církevní památka Svatá Hora.

4.3.2 Profil návštěvníka Příbrami podle agentury Czech Tourism

Profil návštěvníka města Příbram byl sestaven na základě průzkumu konaného v létě roku 2013 agenturou Czech Tourism.

Graf 20: Profil návštěvníka Příbrami podle agentury Czech Tourism





Zdroj: vlastní zpracování dle agentury Czech Tourism

V grafu č. 20 je vytvořen profil návštěvníka města Příbram podle výzkumu agentury Czech Tourism, který byl prováděný v létě roku 2013. V rámci tohoto dotazníkového šetření bylo dotázáno 451 návštěvníků.

Typický domácí návštěvník je nejčastěji muž ve věku od 35 do 49 let, který přijíždí ze vzdálenosti nad 100 km od města Příbram. Nejčastěji má vystudovanou střední školu zakončenou maturitní zkouškou.

Návštěvník cestuje obvykle autem v doprovodu partnera, případně přátel. V převážné většině se jedná o opakovanou návštěvu.

Důvodem návštěvy města Příbram je poznání památek, historie, případně relaxace. Aktivitami, které návštěvník nejčastěji provozuje, jsou poznávací turistika, taktéž kulturní akce nebo vykonávání různých sportů.

Návštěvník na území města Příbram přijíždí převážně na jednodenní výlety, tedy v destinaci nepřenocuje, pokud ale přenocuje, tak se zdrží až týden a nejčastěji využívá ubytování u známých či přátel nebo v penzionech.

Informace o destinaci návštěvník získává převážně prostřednictvím internetu.

Rozdíly mezi vlastním výzkumem a výzkumem Czech Tourismu

Největší rozdíly mezi oběma výzkumy jsou ve věku návštěvníků, v délce jejich pobytu, v důvodu návštěvy destinace a v typu ubytování. Nepatrný rozdíl je pak ve zdrojích získaných informací.

Dle výzkumu realizovaného v rámci zpracování této bakalářské práce do oblasti destinace Příbramsko jezdí nejčastěji návštěvníci ve věku do 26 let, kterých bylo 42%. Tato skupina je ve výzkumu Czech Tourismu zastoupena v pouhých 9%. Naopak dle Czech Tourismu do Příbrami jezdí nejčastěji návštěvníci ve věku 35 – 49 let (43%).

Další velký rozdíl byl v délce pobytu v destinaci. Dle výzkumu realizovaného v rámci této bakalářské práce návštěvníci stráví v destinaci z 30% 2-3 dny (1-2 přenocování), kdežto podle výzkumu Czech Tourismu nejčastěji návštěvníci podnikají jednodenní výlety bez přenocování (64 %).

Další rozdíl je v důvodu návštěvy destinace. Podle obou výzkumů je na prvních místech poznání a rekreace. Poměrně velký rozdíl je v důvodech, které uvedli respondenti na dalších místech. Ve výzkumu realizovaného v rámci zpracování této bakalářské práce na další pozici respondenti uváděli turistiku a sport (18%). Podle výzkumu Czech Tourismu turistiku a sport provozuje 2,2% dotázaných. Naopak podle agentury Czech Tourismu respondenti jezdí z 13% do Příbrami kvůli pracovním povinnostem. V dotazníku realizovaném k této bakalářské práci jako jeden z hlavních důvodů návštěvy uvedlo pracovní povinnosti 6% respondentů.

Poslední větší rozdíly jsou v typu ubytování turistů, kteří v destinaci přenocují. Podle výzkumu realizovaného v rámci zpracování této bakalářské práce 24% turistů, kteří v destinaci přenocují, volí k přespaní penziony. Po 20% mají kempy a ubytování u příbuzných. Podle výzkumu Czech Tourismu 34% respondentů přenocuje u přátel nebo známých, 32% v penzionech, kdežto v kempech pouhé 1% respondentů.

Všechny tyto rozdíly mají jeden společný metodický důvod. Tím důvodem je místo provádění výzkumu. Výzkum realizovaný v rámci této bakalářské práce probíhal na více místech, kdežto výzkum agentury Czech Tourism pouze ve městě Příbram. Nejvíce se do výsledků promítlo dotazování v kempu Častoboř, které ovlivnilo jak věkovou strukturu návštěvníků destinace, délku pobytu, důvod návštěvy, tak i druh ubytování. Do kempů jezdí převážně mladí lidé, proto jsou značné rozdíly ve věkové

strukturu. Dále v letních měsících u řeky lidé stráví například celý víkend, kdežto ve městě pouhý jeden den a ubytovávají se převážně v kempech.

Informace návštěvníci podle výzkumu realizovaného v rámci zpracování této bakalářské práce získávají z 38% od přátel a známých a z 25% z internetu. Kdežto ve výzkumu Czech Tourismu, 52% respondentů získává informace z internetu a 32% od přátel a známých.

4.3.3 Vyhodnocení hypotéz

H1: Hlavním důvodem návštěvy regionu Příbramsko jsou kulturně-historické památky.

Tato hypotéza byla potvrzena na základě dotazníkové šetření realizovaného v rámci potřeby této bakalářské práce. Nejvíce návštěvníků (29%) jezdí do destinace Příbramsko za účelem poznání kulturně-historických památek.

Tato hypotéza byla potvrzena i na základě výzkumu agentury Czech Tourismu, který uvádí, že za účelem poznání kulturně-historických památek na Příbramsko jezdí 44% návštěvníků.

H2: Nejčastější aktivitou návštěvníků destinace Příbramsko je cykloturistika.

Tato hypotéza nebyla potvrzena. Cykloturistika je druhou nejčastější aktivitou provozovanou návštěvníky Příbramska. Provádí jí 19% návštěvníků. Nejčastější aktivitou je poznávací turistika, kterou v dotaznících uvedlo 32% respondentů.

Hypotéza nebyla potvrzena ani na základě výzkumu prováděného agenturou Czech Tourism. Podle tohoto výzkumu je cykloturistika jednou z nejméně provozovaných aktivit v Příbrami, provozuje ji 5,6% návštěvníků.

H3: Nejvýznamnějším zdrojovým trhem pro destinaci Příbramsko je z pohledu domácí klientely Praha, z pohledu zahraniční klientely Německo a Slovensko.

Tato hypotéza byla potvrzena na základě dat získaných v dotazníkovém šetření prováděném v rámci zpracování této bakalářské práce. Nejčastějšími návštěvníky z domácí klientely jsou návštěvníci z hlavního města Prahy. Ze zahraničních návštěvníků na Příbramsko podle výzkumu jezdí nejčastěji návštěvníci z Německa následováni návštěvníky ze Slovenska společně s rakouskými návštěvníky..

Jelikož byl získán jen malý vzorek od návštěvníků ze zahraničí, proto výsledky nemají tak velkou vypovídací hodnotu.

4.4 Návrh opatření na základě zjištěných poznatků

V této kapitole jsou vymezeny klíčové a perspektivní segmenty návštěvníků destinace, které vyplývají ze zpracovaného dotazníkového výzkumu. Dále pak pro každý segment byla navržena opatření pro jejich udržení v případě klíčových segmentů a opatření k přilákání perspektivních segmentů.

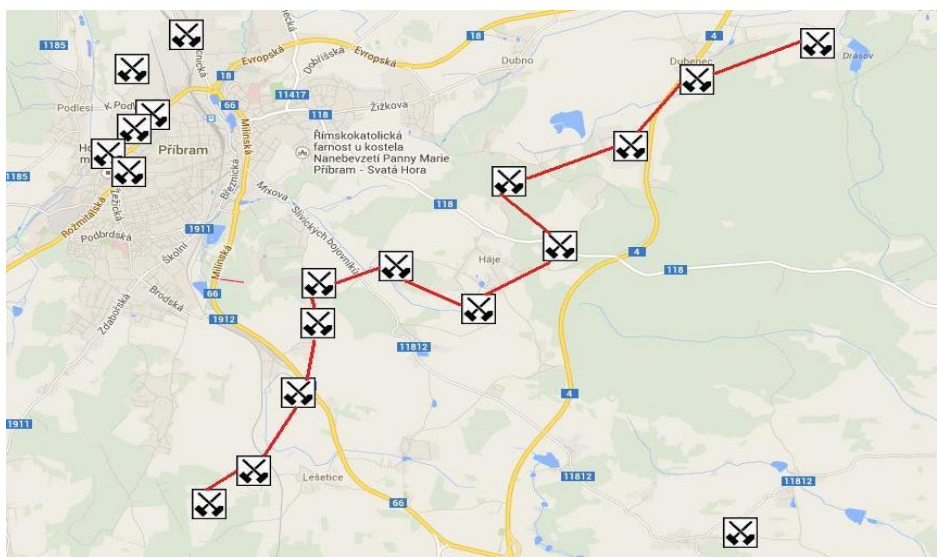
4.4.1 Klíčové segmenty

Aktivní turisté

Tento segment nejčastěji provozuje pěší turistiku a cykloturistiku se zájmem o přírodní a kulturně-historické památky. Do destinace se z 60% dostávají autem s rodinou nebo v doprovodu přátel či partnera. Na Příbramsko se vracejí několikrát do roka.

Pro segment aktivních turistů bylo navrženo vybudovat naučnou stezku. Stezka by se jmenovala „Naučná stezka příbramskými doly“ a měřila by 24 km. Byla by určena jak pro cykloturisty, tak i pro zdatnější pěší turisty. Na naučné stezce by bylo 12 informačních tabulí u 12-ti šachet, kde se na Příbramsku těžila ruda. Informační tabule by obsahovaly informace od dané šachtě, o její historii, jaký se tam těžil materiál, jak dlouho byla v provozu atd. Tato stezka by začínala šachtou č. 2, která se nachází nedaleko památníku Vojna u Lešetic a končila šachtou č. 19 u Dubence. Po zhruba každých 8 km trasy by bylo vybudováno odpočívadlo s několika stoly a lavičkami k odpočinku a občerstvení. Výhodou je, že k blízkosti každé šachty jezdí autobusy MHD Příbram, takže pokud by pro někoho byla trasa příliš náročná, mohl by u kterékoliv šachty nastoupit na autobus a nechat se odvést do Příbrami.

Obrázek 5: Mapa Naučné stezky příbramskými doly



Zdroj: Zdař Bůh.cz

Zájemci o kulturně-historické památky

Značné množství návštěvníků přijíždí do destinace kvůli kulturně-historickým památkám. Jejich výlety jsou nejčastěji jednodenní nebo spojené s jedním až dvěma přenocováními. Jedná se o návštěvníky střední a starší věkové kategorie.

Pokud jde o kulturně-historické památky, turisté se neradi vracejí na místa, kde nezažijí nic nového. Proto je důležité, aby se prohlídky těchto památek oživila, například různými tematickými prohlídkami. Nejvýznamnějšími památkami tohoto typu jsou zámky Dobříš a Březnice.

Pro tyto dva zámky bylo navrženo oživení prohlídek 4 tematickými programy, které by přilákaly více návštěvníků a i ty, kteří už zámek navštívili. Tyto akce by se opakovaly, každý druhý víkend jedna akce. Nazývaly by se: Zámek pro děti, Seznam se se zámkem a ochutnej typické pokrmy, Noční prohlídky s bílou paní a Zámecké výstavy s bohatým programem.

- Zámek pro děti – prohlídky by byly věnované dětem a byly by vedené průvodci převlečenými např. za víly, skřítky, anděly atd. Dále by pro děti byly v jednotlivých místnostech připraveny úkoly nebo otázky. V zámeckých zahradách by se konala představení a soutěže pro děti s hudebním doprovodem.

- Seznam se se zámkem a ochutnej typické pokrmy – prohlídky by byly zakončené rautem, kde by návštěvníci za poslechu zámecké hudby mohli ochutnat

různé pokrmy typické pro oblast středních Čech nebo pokrmy, které jedli zámečtí pánové a paní.

- Noční prohlídky s bílou paní – prohlídky konané v noci s průvodkyní převlečenou za bílou paní.

Zámecké výstavy s bohatým programem – prohlídky zámku obohacené o různé výstavy, například výstavy malířů, adventní výstavy v období Vánoc atd. V zámeckých parcích by byl doprovodný program v podobě rytířských soubojů, možnost střelby z kuše nebo luku, živé koncerty, představení atd.

Jednodenní návštěvníci

Tento segment návštěvníků nejčastěji do destinace jezdí autem nebo autobusem ze Středočeského kraje za účelem poznání kulturně-historických památek a nákupů.

Jelikož tito návštěvníci jsou nejméně spokojeni s kvalitou stravovacích a kulturních služeb a jezdí na Příbramsko nejčastěji za účelem nákupů a návštěvy kulturně-historických památek, bylo navrženo tyto oblasti propojit. Město Příbram by sjednalo podmínky mezi obchody v obchodním centru Nová Zdaboř a kulturními objekty, památkami nebo stravovacími zařízeními.

Podmínky by byly následující:

- Každý kdo nakoupí v nějakém z obchodů v obchodním centru Nová Zdaboř za více než 500,- Kč a tentýž den předloží účtenku v objektu, se kterým má město smluvní dohodu, by získal výhodu.

Přehled výhod:

- Pokud účtenku předloží v nějakém kulturním objektu (divadlo, kino, muzeum nebo galerie), získá slevu na vstupném až 25% podle následující tabulky.

Hodnota účtenky	Sleva na vstupném
500,- Kč	15%
1000,- Kč	20%
1500,- Kč	25%

- Pokud účtenku předloží v nějakém stravovacím zařízení, získá nealkoholický nápoj k hlavnímu jídlu dle vlastního výběru zdarma.

Tato akce s výhodami by byla vyvěšena na internetových stránkách města Příbram, na informačních tabulích ve městě, na stránkách smluvních objektů a v jejich prostorách.

Mladé rodiny s dětmi

Poměrně velká část návštěvníků je segmentem, který lze označit jako mladé rodiny s dětmi. Tento segment je častý ve výzkumu realizovaném v rámci zpracování této bakalářské práce i ve výzkumu agentury Czech Tourism. Do destinace jezdí převážně za účelem rekreace. Nejčastěji v destinaci stráví 1 den bez noclehu nebo 2-3 dny.

Pro tento segment navrhuji uspořádat dlouhodobou akci s názvem „Na Příbramsko pro razítka“. Akce by byla pro děti do 15 let a spočívala by v tom, že rodiče svým dětem koupí v některém informačním centru lístek, na který vyplní iniciále a budou na něj sbírat razítka turistických atrakcí. Razítka získají vždy společně se zakoupením vstupenky.

Akce by probíhala od 1. září do posledního víkendu v srpnu. Byla by zakončena poslední sobotou v srpnu vyhlášením výsledků, kde by se sešli účastníci akce, a bylo by doprovázeno bohatým programem pro děti.

Vyhlášení výsledků by probíhalo následovně:

Nejlepší tři sběrači razítek (ti, co získali nejvíce razítek) by byli odměněni hodnotnými cenami. A další, kteří za celý rok získali alespoň 8 razítek, by byli zařazeni do slosování, také o hodnotné ceny.

Součástí doprovodného programu by mohly být různé nafukovací atrakce, vystoupení divadelních celků, soutěže, dětská diskotéka a další.

4.4.2 Perspektivní segmenty

Mladí lidé

Mladí lidé tvoří segment, který je v současnosti jedním z nejrychleji rostoucích v rámci cestovního ruchu. Podle výzkumu realizovaného v rámci zpracování bakalářské práce i výzkumu Czech Tourismu jsou lidé ve věku do 26ti let nejčastějšími, respektive druhými nejčastějšími návštěvníky destinace Příbramsko.

V okrese Příbram chybí hudební festival, který by do destinace přilákal více mladých lidí. Proto bylo navrženo uspořádat hudební festival, který by měl nadregionální charakter. Festival by se uspořádal na ploše letiště Dlouhá Lhota. Poloha letiště je pro takovou akci ideální, protože leží uprostřed okresu a dojezdová vzdálenost z okolních měst je přijatelná (Příbram – 10 min, Praha – 30 min, Písek/Strakonice – 40 min, Tábor – 55 min).

Akce by se konala každoročně, vždy druhý víkend v měsíci červenec (od pátku do neděle) a vystupovali by na ní známé české a slovenské kapely, zpěvačky a zpěváci. Tito umělci by vystupovali na dvou podiích.

Kromě hudby různých žánrů by festival nabízel i bohatý a pestrý doprovodný program. Byly by k vidění divadelní představení, filmové projekce, fireshow atd. Návštěvníci by mohli využít horolezecké stěny, zahrát si plážový volejbal, pétanque a další sportovní aktivity.

Zájemci o přírodu

Čtvrtým turisticky nejatraktivnějším místem na Příbramsku jsou podle výzkumu, který byl realizován v rámci této bakalářské práce Brdy. Toto území by mohlo přilákat mnohem více návštěvníků, pokud by se opravdu zrušil vojenský újezd, o čemž jedná vláda České republiky.

Zrušením Vojenského újezdu Brdy by se milovníkům přírody naskytla jedinečná možnost navštívit místo s dosud nedotčenou přírodou.

Místo zrušeného vojenského újezdu by vznikla Chráněná krajinná oblast Brdy, kde by bylo vytvořeno několik turistických stezek, které by vedly kolem přírodních atraktivit Brd.

Dva měsíce před otevřením a zpřístupněním CHKO Brdy by správa CHKO spustila komunikační kampaň v médiích, na internetu a v přilehlých městech a oblastech, která by informovala potenciální návštěvníky. Kampaň by měla název „Brdy – Netknutá příroda v Čechách“ a obsahovala by fotografie a videa nejzajímavějších míst Brd.

Adrenalinoví nadšenci

Milovníci adrenalinových sportů jsou perspektivním segmentem. Návštěvníci, kteří se zajímají o tyto zážitky, si musejí nabídku, těchto aktivit hledat individuálně na

jednotlivých internetových stránkách provozovatelů. Proto by vedení města Příbram na stránkách města mělo vytvořit novou sekci s názvem „Adrenalin na Příbramsku“, ve které by informovala potenciální návštěvníky a zájemce o adrenalinové aktivity o nabídce adrenalinových zážitků.

Destinace Příbramsko má velmi dobré podmínky pro provozování adrenalinových zážitků. Přes řeku Vltavu je několik mostů, ze kterých je možno skákat bungee-jumping. Letiště Dlouhá Lhota nabízí vyhlídkové lety po Příbramsku a tandemové seskoky padákem. Dále je na Příbramsku několik možností si zapůjčit čtyřkolky, například na dráze v Dublovicích u Sedlčan. Příbramsko nabízí i další adrenalinové aktivity, jako jsou lanové parky, možnost zahrát si paintball, horolezecké stěny a další.

Vytvořením této sekce, kde by byl seznam celé nabídky tohoto typu na Příbramsku, by potenciální návštěvníci měli možnost jednoduše si vybrat právě tu aktivitu, o kterou mají zájem.

5. Závěr

Hlavním cílem bakalářské práce bylo na základě situační analýzy a analýzy poptávky sestavit profil návštěvníka destinace Příbramsko.

Na základě dotazníkového šetření byl sestaven profil návštěvníka destinace Příbramska. Typickým návštěvníkem je návštěvník z Prahy, ve věku 18-26 let s maturitou a mírně podprůměrným příjmem. Do destinace přijíždí autem, s partnerem, za poznáním atraktivit, vícekrát za rok. Stráví tam 2-3 dny a je ubytován v penzionu. Nejčastější aktivitou je poznání atraktivit, nejčastěji Svaté Hory.

Profil je podrobněji popsán v podkapitole syntéza výsledků a poznatků, kde jsou také vyhodnoceny hypotézy.

V první hypotéze bylo předpokládáno, že hlavním důvodem návštěvy jsou kulturně-historické památky. Tato hypotéza byla potvrzena.

V druhé hypotéze se konstatuje, že nejčastější aktivitou je cykloturistika. Tato hypotéza nebyla potvrzena. Nejčastější aktivitou je poznávací turistika.

V třetí hypotéze se uvádí, že nejvýznamnějším zdrojovým trhem pro destinaci Příbramsko je z pohledu domácí klientely Praha, z pohledu zahraniční klientely Německo a Slovensko. Tato hypotéza byla potvrzena.

Na základě výsledků dotazníkového šetření byly vybrány klíčové a perspektivní segmenty destinace. Klíčovými segmenty jsou aktivní turisté, zájemci o kulturně-historické památky, jednodenní návštěvníci a mladé rodiny s dětmi. Perspektivními segmenty jsou mladí lidé, zájemci o přírodu a adrenalinoví nadšenci. Každému z těchto segmentů byl navržen produkt, který by udržel a přilákal více návštěvníků.

6. Summary

The main objective of this thesis was, on the basis of analysis the situation and demand analysis, to draw up profile of the visitor of destination Příbramsko.

On the basis of questionnaire survey, i compiled visitor's profile of destination Příbramsko. The typical visitor is a visitor from Prague, 18-26 years old with graduation exam and with slightly below-average income. Arrives by car, with a partner, for entertainment attractions and several times a year. The visitor spend 2-3 days in destination and accommodated at a pension. The most common activity is sightseeing. And the most attractive sight is the Svatá Hora.

The profile is described in more detail in the section synthesis of the results and knowledge. In this section are also evaluated hypotheses.

The first hypothesis submit, that the main reason for visiting destination are cultural-historical monuments. This hypothesis was confirmed.

The second hypothesis submit, that the most common activity is cycling. This hypothesis wasn't confirmed. The most common activity is sightseeing.

The third hypothesis submit, that the most important source market for the destination Příbramsko, from the perspective of domestic clients is Prague, and from the perspective of foreign clients it is Germany and Slovakia. This hypothesis was confirmed.

On the base of results of questionnaire survey, i chose the key and promising target segments of destination. Key segments are active tourists, people who are interested in cultural-historical monuments, day visitors and young families with children. Promising segments are young people, people who are interested in nature and adrenaline enthusiasts. Each of these segments i devised one product, that would retain and attract more tourists.

Keywords:

Tourism, visitor, destination, visitor's profile, Příbramsko.

7. Seznam použité literatury a zdrojů

Literatura:

- Čertík, M., (2001): *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF.
- Doležal, D., (1997): *Příbram a okolí*. Příbram: Olšanská a Hyšpler.
- Doležal, D., (1994): *Toulky Příbramskem*. Příbram: Okresní úřad Příbram.
- Foret, M.; Foretová, V., (2001): *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing.
- Goeldner, CH. R.; Ritchie, J. R. B., (2009): *Tourism: principles, practices, philosophies*. Hoboken: Wiley.
- Gúčík, M., (2000): *Základy cestovního ruchu*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB v Banskej Bystrici.
- Hesková, M., (2011): *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna.
- Horner, S.; Swarbrooke, J., (2003): *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing.
- Indrová, J., (2004): *Cestovní ruch I*. Praha: Oeconomica.
- Jakubíková, D., (2009): *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada.
- Jakubíková, D.; Ježek, J.; Pavlák, M., (1999): *Cestovní ruch*. Plzeň: Západočeská univerzita.
- Kiráľová, A., (2003): *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress.
- Malá, V., (1999): *Cestovní ruch: vybrané kapitoly*. Praha: VŠE.
- Malíček, J., (2007): *Přírodní zajímavosti Sedlčanska*. Pelhřimov: Nová tiskárna Pelhřimov.
- Palatková, M., (2011): *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Praha: Grada.

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

Perka, R., (1991): *Poutní místa*. Praha: Olympia.

Procházka, L., (2006): *Lidová architektura na Sedlčansku*. Sedlčany: Městské muzeum Sedlčany.

Ryglová, K., (2005): *Cestovní ruch*. Brno: Brno International Business School.

Scheinpflugová, S., (1998): *Hrady a zámky v Čechách, na Moravě a ve Slezsku*. Praha: Olympia.

Vystoupil, J., (2006): *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

Internetové zdroje:

Databáze MonumNet. *Národní památkový ústav* [online]. 2014 [cit. 2014-01-29].

Dostupné z: <http://monumnet.npu.cz/pamfond/hledani.php>

Hornické muzeum Příbram. *Hornické muzeum Příbram* [online]. 2014 [cit. 2014-01-28]. Dostupné z: <http://www.muzeum-pribram.cz/>

Charakteristika okresu Příbram. *Český statistický úřad* [online]. 2012 [cit. 2014-01-26].

Dostupné z: http://www.czso.cz/xs/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_pribram

Chráněné části přírody. *Oficiální stránky města Příbram* [online]. 2009 [cit. 2014-01-27]. Dostupné z: <http://pribram-city.cz/index.php?vid=156>

Informace. *Hudební festival Antonína Dvořáka* [online]. 2012 [cit. 2014-01-29].

Dostupné z: <http://www.hfad.cz>

Informace. *Oficiální stránky města Sedlčany* [online]. 2012 [cit. 2014-01-29]. Dostupné

z: <http://mesto-sedlcany.cz/>

Mapa hlubinných a povrchových dolů v ČR. *Zdarů Bůh.cz* [online]. 2008 [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.zdaruh.cz/hornictvi-v-obrazech/interaktivne/mapa-hlubinnych-a-povrchovych-dolu-v-cr/>

Mapa turistických regionů a oblastí. *Czech Tourism* [online]. 2013 [cit. 2014-01-26].

Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/marketingove-aktivity/spoluprace-s-regiony/mapa-tur-regionu-a-oblasti/>

Památník Antonína Dvořáka. *Památník Antonína Dvořáka* [online]. 2006 [cit. 2014-01-29]. Dostupné z: <http://www.antonindvorak.cz/cz/>

Památník Karla Čapka. *Památník Karla Čapka* [online]. 2009 [cit. 2014-01-29].

Dostupné z: http://www.capek-karel-pamatnik.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=200013&id=14280&p1=1009

Pochod Praha-Prčice. *Oficiální stránky pochodu* [online]. 2013 [cit. 2014-01-29].

Dostupné z: <http://www.praha-prcice.cz/uvod>

Přírodní podmínky Příbrami. *Oficiální stránky města Příbram* [online]. 2009 [cit. 2014-01-27]. Dostupné z: <http://www.pribram-city.cz/index.php?vid=153>

Socha sv. Petra ze Slivice. *Oficiální stránky Středočeského kraje* [online]. 2008 [cit. 2014-01-29]. Dostupné z: <http://www.kr-stredocesky.cz/portal/odbory/kultura-a-kulturni-dedictvi/narodni-kulturni-pamatky/socha-svateho-petra-ze-slivice.htm>

Veřejná databáze ČSÚ. *Český statistický úřad* [online]. 2014 [cit. 2014-01-26].

Dostupné z:

http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=RSO5022PU_OK&vo=null

Veřejná databáze. *Český statistický úřad* [online]. 2014 [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?druh_1_18=51&pro_3_27=CZ020B&kapitola_id=654&potvrz=Zobrazit+tabulku&go_zobraz=1&childsel0=3&childsel0=3&cislotab=CRU9010CU&voa=tabulka&str=tabdetail.jsp

Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch – Střední Čechy. *Czech Tourism* [online].

2013 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z:

<http://monitoring.czechtourism.cz/CzechTourism/zpravy.html>

Ostatní zdroje:

Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji 2007, Středočeský kraj.

Propagační materiály Středočeského kraje – muzea a památníky, 2008, Středočeský kraj.

Propagační materiály Středočeského kraje – technické památky, 2008, Středočeský kraj.

8. Seznam obrázků, tabulek a grafů

Seznam obrázků:

Obrázek 1: Cestovní ruch jako systém	9
Obrázek 2: Struktura cestujících podle závěrů mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu	11
Obrázek 3: Maslowova hierarchie potřeb	17
Obrázek 4: Administrativní dělení okresu Příbram	22
Obrázek 5: Mapa Naučné stezky příbramskými doly.....	50

Seznam tabulek:

Tabulka 1: Typologie forem cestovního ruchu využívá více klasifikačních kritérií.	7
Tabulka 2: Muzea v okrese Příbram	28
Tabulka 3: Kapacita hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle kategorie v okrese Příbram k 31. 12. 2012	30
Tabulka 4: Návštěvnost HUZ v okrese Příbram v letech 2000 - 2011	31

Seznam grafů:

Graf 1: Návštěvnost HUZ v obcích s rozšířenou působností v okrese Příbram v letech 2000 - 2011	32
Graf 2: Počet přenocování v okrese Příbram v letech 2000 – 2011	32
Graf 3: Účel návštěvy oblasti Příbramska	33
Graf 4: Zdroj informací o destinaci	34
Graf 5: Dopravní prostředek	34
Graf 6: Doprovod do destinace Příbramsko	35
Graf 7: Doba pobytu v oblasti Příbramska	35
Graf 8: Ubytovací zařízení.....	36
Graf 9: Počet návštěv Příbramska ročně.....	37
Graf 10: Aktivity provozované na Příbramsku.....	37
Graf 11: Turisticky nejatraktivnější místa na Příbramsku	38
Graf 12: Spokojenost se službami	39
Graf 13: Trvalé bydliště českých turistů.....	39
Graf 14: Trvalé bydliště zahraničních turistů	40

Graf 15: Pohlaví návštěvníků	40
Graf 16: Věková struktura	41
Graf 17: Vzdělání.....	41
Graf 18: Příjmová skupina.....	42
Graf 19: Profil návštěvníka destinace Příbramsko na základě vlastního dotazníkového šetření.....	44
Graf 20: Profil návštěvníka Příbrami podle agentury Czech Tourism	45

9. Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník v českém jazyce

Příloha 2: Dotazník v anglickém jazyce

Příloha 3: Dotazník v německém jazyce

10. Přílohy

Příloha 1: Dotazník v českém jazyce

DOTAZNÍK

Dobrý den, jmenuji se Lukáš Chlasták, jsem studentem Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a obracím se na Vás s prosbou o vyplnění tohoto dotazníku. Dotazník je součástí bakalářské práce na téma „Profil návštěvníka destinace cestovního ruchu Příbramsko“. Dotazník je zcela anonymní a výsledky budou sloužit pouze k účelům zpracování bakalářské práce. Vyplnění Vám zabere necelých 10 minut. Předem Vám děkuji za vyplnění.

1) Za jakým účelem jste do oblasti Příbramska přijel/a? (vyberte maximálně 2 možnosti)

- a) poznání – návštěva turisticky atraktivních památek, historie, kultura
- b) návštěva příbuzných nebo známých
- c) turistika a sport
- d) práce – služební cesta, školení
- e) zábava – společenské akce
- f) rekreace – pobyt v přírodě, odpočinek
- g) tranzit – pouze projíždím

2) Jak dlouhou dobu zde strávíte?

- a) 1 den (bez noclehu)
- b) 2 – 3 dny
- c) 4 – 5 dnů
- d) 6 – 7 dnů
- e) více jak 7 dnů

3) V jakém ubytovacím zařízení jste ubytován/a? (nevyplňujte pokud zde nepřenocujete)

- a) hotel * nebo **
- b) hotel *** a více
- c) penzion
- d) kemp
- e) u příbuzných nebo známých
- f) chata, chalupa
- g) ubytování v soukromí
- h) jiné, jaké:

4) S kým jste na Příbramsko přijel/a?

- a) sám / sama
- b) s partnerem / partnerkou
- c) s rodinou (pouze dospělí)
- d) s rodinou (i s dětmi do 15 let)
- e) s přáteli
- f) se skupinou (s cestovní kanceláří)

5) Jak jste se do destinace dostal/a?

- a) auto
- b) autobus
- c) vlak
- d) kolo
- e) pěšky

- 6) Jak jste se o destinaci Příbramsko dozvěděl/a? (vyberte pouze jednu možnost)
- a) doporučení od přátel, známých
 - b) internet
 - c) média (televize, rozhlas, tisk)
 - d) veletrhy a výstavy cestovního ruchu
 - e) tištěné informační materiály (letáky, brožury, průvodce)
 - f) katalog cestovní kanceláře / cestovní agentury
 - g) jinak, jakým způsobem:

7) Jak často na Příbramsko jezdíte?

- a) jsem tu poprvé
- b) jednou do roka
- c) vícekrát za rok

8) Jaké aktivity na Příbramsku provozujete? (označte maximálně 2 aktivity)

- a) poznávací turistika (hrady, zámky, muzea, ...)
- b) cykloturistika
- c) pěší turistika
- d) návštěva kulturních akcí (slavnosti, festivaly, koncerty)
- e) sport
- f) nakupování
- g) jiné, uveďte:

9) Odkud jste na Příbramsko přijel/a? (místo trvalého bydliště)

- a) odjinud z České republiky – kraj
.....
- b) ze zahraničí – stát
.....

10) Uveďte 3 místa na Příbramsku, která jste navštívili nebo hodláte navštívit a považujete je za turisticky nejatraktivnější.

- 1)
- 2)
- 3)

11) Jak jste spokojen/a s kvalitou poskytovaných služeb? (zakřížkujte jednu odpověď u každé ze služeb)

Služba	Velmi nespokojen/a	Spíše nespokojen/a	Spíše spokojen/a	Velmi spokojen/a
a) stravovací služby				
b) ubytovací služby				
c) informační služby				
d) kulturní služby				
e) služby pro sport				
f) služby pro rekreaci				

- 12) Jste?
- a) muž
 - b) žena
- 13) V jaké věkové kategorii se nacházíte?
- a) do 18 let
 - b) 18 – 26 let
 - c) 27 – 35 let
 - d) 36 – 50 let
 - e) 51 – 65 let
 - f) více než 65 let
- 14) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?
- a) základní
 - b) střední škola bez maturity
 - c) střední škola s maturitou
 - d) vysokoškolské
- 15) V jaké příjmové skupině se nacházíte?
- a) podprůměrné
 - b) mírně podprůměrné
 - c) mírně nadprůměrné
 - d) nadprůměrné

Děkuji Vám za Váš čas a za vyplnění dotazníku!

Příloha 2: Dotazník v anglickém jazyce

QUESTIONNAIRE

Hallo, my name is Lukáš Chlasták. I'm studying at the University of South Bohemia in České Budějovice, faculty of Economics. I would ask you to complete the questionnaire to my bachelor thesis: Profile of visitor in the tourist destination Příbramsko. All information is anonymous and it will be used only for the bachelor thesis. Thank you very much for completing this questionnaire it will take no more than 10 minutes.

1) What is the main reason for your visit? (max 2 options)

- a) knowledge (sightseeing, castles, history, ...)
- b) visiting relatives/friends
- c) cycling, hiking
- d) job
- e) entertainment
- f) recreation
- g) transit

2) How long is your stay?

- a) 1 day (no overnight)
- b) 2-3 days
- c) 4-5 days
- d) 6-7 days
- e) more than 7 days

3) Where did you stay?

- a) hotel * or **
- b) hotel *** and more
- c) pension
- d) camp
- e) accommodation at relatives or friends
- f) cottage
- g) private accommodation
- h) another

4) With whom have you arrived?

- a) alone
- b) with partner
- c) with family (adults only)
- d) with family (with children under 15 years)
- e) with friends
- f) with group (with travel agency)

5) What means of transportation did you come?

- a) car
- b) bus
- c) train
- d) bicycle
- e) on foot

6) How did you get information about destination Příbramsko?

- a) from relatives/friends
- b) internet
- c) media (TV, radio, newspapers)
- d) tourism fairs
- e) brochures, guides
- f) travel agencies catalogue
- g) another

7) How often have you visited Příbramsko?

- a) i'm here for the first time
- b) once per year
- c) several times a year

8) What activities are you doing? (max 2 options)

- a) sightseeing tourism
- b) cycling
- c) walking
- d) visiting cultural events
- e) sport
- f) shopping
- g) another

9) Where are you from?

- a) country

10) What locations that you are visiting or have visited, do you consider the most attractive?

- 1)
- 2)
- 3)

11) How satisfied are you with services?

Service	very dissatisfied	rather dissatisfied	rather satisfied	very satisfied
a) eating				
b) accommodation				
c) information services				
d) cultural services				
e) services for sport				
f) services for recreation				

12) Your sex?

- a) man
- b) woman

13) How old are you?

- a) to 18
- b) 18-26 years
- c) 27-35 years
- d) 36-50 years
- e) 51-65 years
- f) over 66 years

14) What is your highest level of education?

- a) primary school
- b) vocational certificate
- c) secondary with graduation exam
- d) university

15) In which income group are you?

- a) below-average
- b) slightly below-average
- c) slightly above-average
- d) above-average

Thank you for completing the questionnaire and for your time!

Příloha 3: Dotazník v německém jazyce

FRAGEBOGEN

Guten Tag, mein Name ist Lukáš Chlasták und ich studiere an der Südböhmischen Universität in České Budějovice, Ökonomischer Fakultät. Ich möchte Sie bitten, einen Fragenbogen für meine Bachelorarbeit. Das Thema von meinem Bakkalaureatsarbeit: Das Profil vom Besucher der Destination Příbramsko. Alle Informationen sind anonym und sie werden nur für meine Bachelorarbeit. Das Ausfüllen wird nur 10 Minuten dauern. Ich danke für das Ausfüllen dieses Fragebogen.

1) Was ist der Hauptgrund von Ihrem Besuch? (max 2 Varianten)

- a) Sehenswürdigkeiten, Kultur, Geschichte
- b) Besuch von Verwandten/Bekannten
- c) Wandern und Sport
- d) Arbeit
- e) Unterhaltung
- f) Erholung
- g) Transit

2) Wie lang war Ihr Aufenthalt?

- a) Eintägig (ohne Übernachtung)
- b) 2-3 Tage
- c) 4-5 Tage
- d) 6-7 Tage
- e) Mehr als 7 Tage

3) Wo wurden Sie untergebracht?

- a) Hotel * oder **
- b) Hotel *** oder ****
- c) Pension
- d) Camp
- e) Bei den Verwandten
- f) Hütte
- g) Privatunterkunft
- h) Andere

4) Mit wem besuchen Sie Příbramsko?

- a) Selbst
- b) Mit dem Partner/der Partnerin
- c) Mit der Familie (nur Erwachsene)
- d) Mit der Familie (mit Kinder bis 15 Jahre)
- e) Mit den Freunden
- f) Mit der Gruppe (mit einem Reisebüro)

5) Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie gefahren?

- a) Auto
- b) Bus
- c) Zug
- d) Fahrrad
- e) zu Fuß

6) Wie haben Sie Informationen über dieses Gebiet erhalten? (nur 1 Variante)

- a) Empfehlungen von Freunden
- b) Internet
- c) Medien (TV, Radio, Presse)
- d) Messen und Ausstellungen
- e) Die gedruckten Flugblätter, Broschüren
- f) Reisebüros Katalog
- g) Andere

7) Wievielmals besuchen Sie schon Příbramsko?

- a) Erstmals
- b) Einmal im Jahr
- c) Mehrmals

8) Was sind Ihre häufigsten Aktivitäten hier? (max 2 Varianten)

- a) Burgen, Schlösser, Museum, Geschichte, ...
- b) Radfahren
- c) Wandern
- d) Kulturellen Veranstaltungen
- e) Sport
- f) Einkaufen
- g) Andere

9) Aus welchem Land kommen Sie?

.....

10) Welche konkrete Orte in der Destination Příbramsko, die Sie besuchen wollen oder die Sie schon besuchten, halten Sie für die meistens attraktiven?

- 1)
- 2)
- 3)

11) Wie waren Sie mit dem Niveau von den Services zufrieden?

Service	Sehr unzufrieden	Eher unzufrieden	Eher zufrieden	Sehr zufrieden
a) verpflegung				
b) unterkunft				
c) information				
d) kultur				
e) sport				
f) erholung				

- 12) Sind Sie?
- a) Mann
 - b) Frau
- 13) Wie alt sind Sie?
- a) unter 18
 - b) 18 – 26 Jahre
 - c) 27 – 36 Jahre
 - d) 36 – 50 Jahre
 - e) 51 – 65 Jahre
 - f) über 65
- 14) Welche ist Ihre höchste erreichte Ausbildung?
- a) Grundausbildung
 - b) Fachmittelbildung
 - c) Mittelschulbildung mit Abitur
 - d) Hochschulbildung
- 15) Zu welcher Einkommensgruppe würden Sie sich zählen?
- a) unter dem Durchschnitt
 - b) leicht unter dem Durchschnitt
 - c) leicht über dem Durchschnitt
 - d) überdurchschnittlich

Ich danke Ihnen für das Ausfüllen des Fragebogens und für Ihre Zeit!