

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

**Atraktivnost zámeckého parku Kratochvíle
pro cestovní ruch**

Vedoucí bakalářské práce:
RNDr. Josef Navrátil, Ph.D.

Vypracovala:
Gabriela Kaitmanová

2013

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

Jméno a příjmení: **Gabriela KAITMANOVÁ**
Osobní číslo: **E10294**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Atraktivnost zámeckého parku Kratochvíle pro cestovní ruch**
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

Cíl práce:

Zhodnocení významu parku při vybraném zámku pro návštěvnost areálu. Zhodnocení vztahu návštěvníků k zámeckému parku. Návrhy optimalizace využití parku.

Metodický postup:

1. Studium literatury
2. Sběr a utřídění sekundárních a primárních dat
3. Analýza nabídky a poptávky
4. Návrh témat k optimalizaci

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Výsledky. 5. Návrhy optimalizace využití parku. 6. Závěr. 7. Seznam pramenů a použité literatury. 8. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**

Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Goeldner, Ch. R., Ritchie, J. R. B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th Edition. New York: Wiley, 2008.

Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003.

Mariot, P. *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava: Akadémia, 1983.

Ritchie, J. R. B., Crouch, G. I. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon: Cabi Publishing, 2003.

Vedoucí bakalářské práce: **RNDr. Josef Navrátil, Ph.D.**

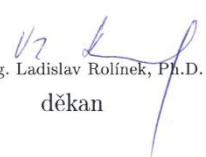
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Konzultant bakalářské práce: **RNDr. Tomáš Kučera, Ph.D.**

Katedra biologie ekosystémů

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
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2012

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Atraktivnost zámeckého parku Kratochvíle pro cestovní ruch vypracovala samostatně 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/diplomové 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 26. 4. 2013

Kaitmanová Gabriela

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat panu RNDr. Josefu Navrátilovi za vedení, důležité připomínky a odbornou pomoc při zpracování mé bakalářské práce. Rovněž děkuji za poskytnutí řady cenných informací panu Mgr. Troupovi, kastelánovi státního zámku Kratochvíle.

Obsah

1	Úvod	3
1.1	Cíle a hypotézy	4
2	Přehled řešené problematiky	5
2.1	Cestovní ruch	5
2.2	Systém cestovního ruchu	7
2.3	Účastník cestovního ruchu	9
2.4	Kulturní cestovní ruch	11
2.5	Význam zámků a zámeckých parků v cestovním ruchu	13
3	Metodika	15
3.1	Zámecký park Kratochvíle	15
3.2	Návštěvníci	17
3.2.1	Dotazníkové šetření	17
3.2.2	Dotazovací nástroj	17
3.2.3	Zpracování výsledků	18
3.2.4	Výsledky výzkumu	21
4	Výsledky	25
4.1	Diverzifikace struktury atraktivnosti zámeckého parku	25
4.1.1	Motivace k návštěvě	25
4.1.2	Atraktivní prvky	26
4.2	Vliv návštěvnického segmentu na motivaci k návštěvě a význam jeho dílčích atraktivit	32
4.2.1	Vliv pohlaví	32
4.2.2	Vliv věku	35
4.3	Vliv četnosti návštěv	40
5	Návrh optimalizace	43

5.1	Management řízení vstupného	43
5.2	Stezka do Netolic	44
5.3	Obnova atraktivit.....	45
5.4	Kulturní akce.....	45
5.5	Exotika na Kratochvíli	46
6	Závěr.....	47
7	Summary.....	49
8	Seznam pramenů a použité literatury	50
9	Seznam obrázků	
10	Seznam tabulek	
11	Seznam příloh	
12	Přílohy	

1 Úvod

Cestovní ruch je již považován za běžnou, možná i neodmyslitelnou součást našeho životního stylu. Lidé cestují z různých důvodů, mimo jiné za novými zážitky, poznáním doposud nepoznaného, vzděláním, načerpáním sil, navázáním kontaktů či oproštěním se od konvencí a změn stereotypního způsobu života. Někteří cestují k moři, jiní do hor, někdo upřednostní přírodní a kulturněhistorické bohatství své vlasti. Cestovní ruch však neslouží jen k uspokojení našich potřeb, přispívá také k rozvoji regionu, vytváří nová pracovní místa a je významnou součástí národní ekonomiky.

Česká republika vlastní velké množství jak hmotného, tak nehmotného kulturního dědictví a jižní Čechy jsou jedním z nejoblíbenějších center cestovního ruchu. Oblast jižních Čech je známá nejen jako kraj rybníků, ale nabízí též nespočet přírodních krás a kulturně-historických památek, které jsou pro turisty přitažlivé.

Mnou vybraná atraktivita cestovního ruchu se právě proto nachází v jižních Čechách, konkrétně v Prachatickém regionu v blízkosti města Netolice. Prachatický region, nazýván též bránou jižní Šumavy, hraničí s Německem i Rakouskem. Prachaticko je známé existencí Zlaté stezky – bývalé obchodní cesty, po níž se v minulosti vozila sůl. Samotné město Netolice se pyšní historickým jádrem s muzeem, barokní kašnou, kostelem Nanebevzetí Panny Marie i dalšími zajímavostmi. V blízkém okolí se nachází státní zámek Kratochvíle, jehož podoba se po dlouhé rekonstrukci vrátila do dob posledních Rožmberků. Součástí zámeckého areálu je park, který měl představovat „ráj na zemi“. Kratochvilský zámecký park tématem této bakalářské práce.

Primárním cílem je posouzení atraktivnosti zkoumaného objektu. Dalším cílem je zhodnocení struktury návštěvníků zámeckého parku, jejich motivace k návštěvě i atraktivitu vyhledávané v zámeckých parcích. Tyto informace lze získat prostřednictvím vlastního dotazníkového šetření.

Výsledkem by měla být identifikace návrhů na optimalizaci využití zámeckého parku, posouzená na základě zjištěné nabídky a poptávky zkoumaného objektu.

1.1 Cíle a hypotézy

C1: Posouzení struktury motivací k návštěvě zámeckého parku.

H1.1: Zámecký park vykazuje diverzifikovanou strukturu motivů k návštěvě.

C2: Posouzení struktury atraktivnosti zámeckého parku.

H2.1: Zámecký park vykazuje diverzifikovanou strukturu atraktivnosti pro cestovní ruch.

C3: Zhodnocení struktury současných návštěvníků zámeckého parku.

H3.1: Existují rozdíly v návštěvnických charakteristikách mezi skupinami návštěvníků.

C4: Identifikace témat vhodných k optimalizaci využití zámeckého parku cestovním ruchem.

H4.1: Využití zámeckého parku lze optimalizovat.

2 Přehled řešené problematiky

2.1 Cestovní ruch

V současné době je cestovní ruch neodmyslitelnou součástí dnešní společnosti a výrazným ekonomickým fenoménem (Indrová a kol. 2007, s. 7). Definice pojmu cestovní ruch a tedy i jeho podstata, nejsou přesně stanoveny. Tuto skutečnost lze zdůvodnit tím, že cestovní ruch není jednotný obor, ale multioborová ekonomická činnost (Petrů 1999, s. 26). Mnoho definicí je založeno na vzdálenosti, stráveném čase a na záměru cesty (Goelner, Ritchie 2009, s. 4). Podle Jakubíkové (2012, s. 18) je to prostředek ke zvyšování životní úrovně, který poskytuje ekonomické a sociální příležitosti všem subjektům, které ho chtějí využít ve svůj prospěch. Může být zdrojem příjmů a nových pracovních příležitostí, to však pouze za předpokladu, že je vhodně rozvíjen. Štěpánek, Kopačka, Šíp (2001, s. 14) popisují cestovní ruch jako reálný socioekonomický systém, jehož základními prvky jsou subsystém nabídky, poptávky a subsystém realizační, mezi nimiž jednotlivé vazby představují toky turistů, služeb, informací a finančních prostředků. Cestovním ruchem, jak uvádí Gúčík (2000, s. 7) rozumíme „soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a to obvykle ve volném čase za účelem odpočinku, poznávání, léčby, rozptýlení a zábavy, kulturního a sportovního vyžití, služebních cest a získání komplexního zážitku“.

Mezníkem v definování tohoto pojmu byla konference Světové organizace cestovního ruchu, která se konala roku 1991 v Ottavě, kde vznikla dnes všeobecně uznávaná definice cestovního ruchu. Podle UNWTO cestovní ruch znamená „dočasnou změnu místa pobytu, tj. cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, ne déle než 1 rok, zpravidla ve volném čase za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi“ (Ryglová 2005, s. 5).

Počátek cestování je možné datovat už u starověkých civilizací, zejména Sumerové, Peršané, Asyřané a Féničané byly cestováním známí. Období renesance je obdobím nejvýznamnějších námořních objevů, baroko je typické cestováním do lázní za účelem rekreace a zábavy (Francová 2003, s. 9). Za počátky moderního cestovního ruchu je považováno 17. a 18. století, v souvislosti s cestováním šlechticů a tovaryšů za získáváním zkušeností (Petrů 1999, s. 5). K masovému rozmachu cestovního ruchu však dochází na přelomu 18. a 19. století s rozvojem průmyslu a dopravy. V průběhu

19. století dochází také k rozvoji průvodcovské činnosti. Novodobý cestovní ruch v České republice je možné datovat od roku 1900 v souvislosti s organizací první organizované výpravy na Světovou výstavu do Paříže (Francová 2003, s. 9-10). Příčinou vzniku cestovního ruchu byla chuť opustit jistotu svého domova. K tomu však člověk potřeboval důvody, které by měly takovou hodnotu, aby se jistotě vyrovnala nebo ji předčila. Mezi důvody, které přiměly člověka riskovat, mohla patřit touha po něčem neznámém, touha poznat cizí kraje, jiné lidi, zvyky, tradice, potřeba získat nové zkušenosti, dovednosti i jiné lidské potřeby (Kučerová 1997, s. 119). K základním předpokladům rozvoje cestovního ruchu patří svoboda člověka cestovat, jeho volný čas, dostatek finančních prostředků a příznivé politické klima (Jakubíková 2012, s. 16). Dalšími podmínkami rozvoje, jak uvádí Kučerová (1997, s. 119-123) jsou především ekonomický růst, koncentrace výroby a kapitálu, ekonomické a ekologické ukazatele, demografická charakteristika země, materiálně-technická základna, administrativní podmínky, personální vybavenost a pozice příslušného státu v rámci mezinárodního cestovního ruchu.

Konkrétní podoba cestovního ruchu je výrazem jeho obsahové i jevové stránky. Z tohoto pohledu se v literatuře setkáváme s jeho nejrůznějším členěním, a to v závislosti na tom jak se projevuje v reálné podobě (Malá 1999, s. 15). Především v druhé polovině 20. století získal cestovní ruch mnoho podob, jelikož účast obyvatel na cestovním ruchu měla a má nejrůznější důvody, délku trvání i charakter cílů a potřeb. Nejčastěji se cestovní ruch člení na druhy a formy (Holeček, Mariot, Střída 1999, s. 20-21). V praxi však není striktně stanoveno, co je považováno za druh a co za formu cestovního ruchu. Co jeden autor uvádí jako formu, uvádí jiný jako druh a naopak.

Nejčastějšími kritérii k rozlišení druhů cestovního ruchu jsou podle Petrů (1999, s. 29):

- místo realizace,
- způsob účasti a formy úhrady nákladů,
- způsob a organizace zabezpečení služeb
- a délka pobytu.

Formy cestovního ruchu lze určit dle zaměření cestovního ruchu na uspokojování konkrétních potřeb účastníka (Hladká 1997, s. 17). Jednotlivé potřeby a příčiny cestování se v průběhu staletí měnily, zatímco dnes dominuje potřeba rekreace,

v minulosti převažovala potřeba vzdělání (Kučerová 1997, s. 119). Mezi druhy cestovního ruchu s přihlédnutím k jednotlivým kritériím lze rozlišit cestovní ruch domácí a zahraniční, volný nebo vázaný, organizovaný a neorganizovaný, krátkodobý či dlouhodobý (Petrů 1999, s. 28-30). K základním formám cestovního ruchu patří rekreační, kulturně poznávací, lázeňsko-léčebná a sportovně turistická forma, dále pak kongresový, lovecký, mototuristický cestovní ruch, agroturistika i další možné formy (Hladká 1997, s. 17).

Cestovní ruch plní ve společnosti funkci ekonomickou, rekreačně-zdravotní, kulturně poznávací, informační a výchovnou (Petrů 1999, s. 27). Je jej však možné chápat i z hlediska ekonomických přínosů, nejen jako rostoucí oblast osobní spotřeby, zdroj pracovních příležitostí, prvek restrukturalizace ekonomiky, prostor pro umístění zahraničních investic, významný potenciální prvek rozvoje regionů a jakožto exportní odvětví, je také zdrojem deviz (Rygllová 2005, s. 3). Cestovní ruch má své postavení v národním hospodářství, názory na určení tohoto postavení se však značně liší. Jeho význam bývá spojován s podílem vlivu zahraničního cestovního ruchu na platební bilanci a výdajů obyvatelstva spojených s účastí na cestovním ruchu v konečné spotřebě (Petrů 1999, s. 41).

2.2 Systém cestovního ruchu

Obecně je systém chápán jako množina vzájemně spjatých prvků tvořících celek (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001, s. 14). Systém cestovního ruchu je otevřený systém, což znamená, že podléhá mnoha vlivům a tlakům, které vznikají mimo samotný systém (Ritchie, Crouch 2003, s. 62). Stejně jako je mnoho definic pojmu cestovní ruch i pohledů na systém cestovního ruchu je více. Prvky systému cestovního ruchu jsou podle Jakubíkové (2012, s. 21) vstupy systému zahrnující – výdaje turistů, dovednosti zaměstnanců, kreativitu podnikatelů a kapitál investorů, dále dopravu a destinační subsystémy jakožto turistický maloobchodní systém, na které působí vlivy vnějšího prostředí (PESTEL) a výstupy systému, související se spokojeností, ziskem a vlivem na turistickou oblast.

Systém, který popisuje Gúčík (2000, s. 8) je tvořen dvěma hlavními podsystémy, a to subjektem a objektem. Subjekt – účastník cestovního ruchu je na trhu cestovního ruchu poptávajícím, vystupuje zde jako spotřebitel produktů cestovního ruchu. V praxi rozlišujeme jednotlivé kategorie návštěvníků, kteří jsou zahrnuti do statistiky

cestovního ruchu. Subjekt cestovního ruchu zahrnuje orgány a organizace zabývající se cestovním ruchem, pracovníky v oblasti cestovního ruchu a již zmíněné účastníky cestovního ruchu. Objekt cestovního ruchu tvoří rekreační prostor a materiálně-technická základna (Hladká 1997, s. 11). Objektem je v podstatě vše, co motivuje návštěvníky ke změně místa trvalého pobytu. Může jím být cílové místo, jeho příroda a kultura, podniky a instituce cestovního ruchu i ostatní subjekty, podílející se na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Objekt cestovního ruchu nabízí produkt, který je předmětem spotřeby, je tedy nositelem nabídky (Gúčík 2000, s. 8). Nabídku produktu cestovního ruchu lze dělit na primární a sekundární. Primární nabídku představují přírodní, kulturně-historické, společenské a organizované aktivity včetně volných statků, sekundární nabídku tvoří infrastruktura turismu, která zajišťuje ubytovací, stravovací a další služby (Palatková 2011, s. 51).

Nejrozšířenějším modelem je Ritchie-Crouch model posuzující konkurenceschopnost destinace v rámci makro a mikroprostředí (Navrátil 2012, s. 44). Makroprostředí ovlivňuje některé prvky marketingového systému, a to produkt, trh a způsob nabídky produktu zákazníkovi. Toto prostředí je tvořeno společenskými silami, které organizace nemohou ovlivnit. Mohou pouze předvídat a musí umět na tyto síly co nejefektivněji zareagovat (Horner & Swarbrooke 2003, s. 123-124). Vlivy makroprostředí členíme do šesti skupin - technologické, ekonomické, ekologické, politicko-legislativní, socio-kulturní a demografické (Ritchie, Crouch 2003, s. 80). Podle Ryglóvé (2005, s. 16-17) do **technologického prostředí** spadá rozvoj informačních technologií, rezervační systémy, úroveň dopravní infrastruktury, ubytování, stravování a další, **ekonomické prostředí** ovlivňuje cestovní ruch směnitelností měny, výší reálné mzdy, podporou podnikání v cestovním ruchu a podporou prezentace země ve vztahu k zahraničí, **ekologické prostředí** souvisí s důležitostí péče státu o životní prostředí, **politicko-legislativní prostředí** zahrnuje mírové uspořádání světa, válečné konflikty i charakter politického systému, **socio-kulturní prostředí** souvisí s životní úrovní, fondem volného času a životním stylem, **demografické prostředí** je spojeno s počtem obyvatel, jeho věkovou strukturou, ekonomickou aktivitou a mobilitou.

Mezi faktory, ovlivňující účast na cestovním ruchu na straně nabídky, patří rozsah a struktura rekreačního prostoru – destinace cestovního ruchu, její charakter a vybavenost materiálně-technickou základnou, úroveň poskytovaných služeb, ceny služeb a komunikační dostupnost. Všechny tyto faktory ovlivňující účast na cestovním

ruchu obyvatelstva spolu vzájemně souvisejí, jsou vzájemně propojeny (Hladká 1997, s. 12-13). Také poptávka je determinována určitými faktory, mezi něž patří disponibilní důchod obyvatelstva, fond volného času, cenová hladina nabídky služeb, spotřebitelské preference, motivace, móda, způsob života, reklama, sezóna a jiné (Ryglová 2005, s. 48).

Mikroprostředí destinace je oproti makroprostředí komplikovanější, podstatou je vztah jednotlivých složek (Navrátil 2012, s. 44). Utváří jej vlivy, které lze kontrolovat a ovlivňovat. Mikroprostředí dělíme ho do pěti skupin – samotná destinace, dodavatelé, zprostředkovatelé, zákazníci a konkurence (Horner & Swarbrooke 2003, s. 123). Ritchie et Crouch (2003, s. 97) zkoumá jednotlivé prvky mikroprostředí v tomto pořadí: dodavatelé a podpůrné průmysly, podniky v oblasti cestovního ruchu a pohostinství, marketingoví zprostředkovatelé a pomocníci, zákazníci, organizace destinačního managementu a další veřejnost.

Obě tato prostředí – makro a mikroprostředí, jsou však spolu navzájem propojena. Jako příklad lze uvést vztah mezi organizací, zprostředkovatelem a dodavatelem, který je ovlivněn politicko-legislativním prostředím, jelikož musí splňovat zákonné úpravy smluvních vztahů (Horner & Swarbrooke 2003, s. 123).

2.3 Účastník cestovního ruchu

Jak již bylo zmíněno, účastník cestovního ruchu je subjektem v systému cestovního ruchu.

Účastník cestovního ruchu je definován jako člověk cestující mezi dvěma zeměmi nebo dvěma lokalitami, mimo místo jeho trvalého bydliště (Goeldner, Ritchie 2009, s. 8). Prakticky každý, kdo využívá nějakou organizaci cestovního ruchu mimo místo svého trvalé bydliště, je vlastně turistou, tedy účastníkem cestovního ruchu (Kučerová 1997). V roce 1937 definovala Statistická komise Společnosti národů pojem účastník cestovního ruchu. Podle této definice se za účastníka cestovního ruchu považují „osoby, které cestují na dobu delší než 24 hodin do jiné země, než je země jejich trvalého pobytu, a to: pro zábavu, za účelem vyřízení rodinných záležitostí a pro zlepšení zdravotního stavu, aby se zúčastnily různých akcí, které mají vědecký, administrativní, náboženský, sportovní charakter apod., za vyřizováním určitých záležitostí (i obchodních)“ (Petrů 1999, s. 31). V současné době existuje mnoho různých pohledů na rozdělení účastníků cestovního ruchu. Cohenova teorie rozděluje účastníky

cestovního ruchu do čtyř skupin - organizovaní masoví turisté, individuální masoví turisté, turisté – průzkumníci a posledním typem je turista – tulák (Horner & Swarbrooke 2003, s. 66). Základními atributy pro určení jednotlivých účastníků cestovního ruchu podle definice UNWTO je změna místa běžného životního prostředí, délka pobytu a nevýdělečný charakter cesty (Indrová a kol. 2007, s 14-15).

Poslední úprava UNWTO z roku 1995 rozlišuje účastníky cestovního ruchu na turisty a výletníky. **Turisté** jsou definováni jako „dočasní návštěvníci, kteří se zdrží v navštěvované zemi alespoň 24 hodiny a motivem jejich cestování je buď využití volného času, nebo vyřizování různých záležitostí“. **Výletníci** jsou popsáni jako „dočasní návštěvníci, kteří se zdrží pouze jeden den v navštěvované zemi, aniž by v této zemi přenocovali“ (Petrů 1999, s. 31). Další typy účastníků definuje UNWTO. K již zmíněným turistům a výletníkům dodává stálého obyvatele – rezidenta a návštěvníka. **Rezidentem** se rozumí osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku z pohledu mezinárodního cestovního ruchu. V domácím cestovním ruchu je za stálého obyvatele považována osoba žijící v tomto místě alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší než šest měsíců. Jako **návštěvník** je označována osoba, cestující mimo místo trvalého bydliště v domácím cestovním ruchu na dobu kratší šest měsíců a v zahraničním cestovním ruchu na dobu kratší jednoho roku, za účelem jiným než je výdělečná činnost. (Indrová a kol. 2007, s. 13-15)

Nejznámější teorií je Smithova teorie, která rozlišuje sedm typů turistů. První jsou objevitelé, další jsou označováni jako elitní turisté, nekonvenční, neobvyklí turisté, nastávající masoví turisté, masoví turisté a posledním typem jsou charteroví turisté (Horner & Swarbrooke 2003, s. 66).

Účastníky cestovního ruchu lze odlišit i podle různých segmentačních kritérií. Segmentace rozděluje trh na jednotlivé skupiny lidí s relativně stejnými či podobnými potřebami a vlastnostmi.

Segmentace používá pět hlavních technik – demografickou, socioekonomickou, geografickou, psychografickou a behavioristickou (Horner & Swarbrooke 2003, s. 76). **Geografická** segmentace používá kritéria jako místo bydliště, město, země, region, stát a podobně. **Demografická** segmentace rozděluje trh podle stáří, pohlaví, rodinného stavu, národnosti, stupně vzdělání atd. **Psychografická** slouží jako doplněk geografické

a demografické segmentace, jejími kritérii jsou struktura osobnosti a životní styl kupujícího (Wöhe, Kislingerová 2007, s. 389). **Socioekonomická** segmentace zahrnuje příjmy, povolání a společenskou třídu. Poslední technikou je **behavioristická** segmentace obsahující několik pohledů na trh – důvody nákupu, očekávané výhody, postoj k produktu a postavení uživatele. Je však možné využít i segmentace kombinující tyto metody (Horner & Swarbrooke 2003, s. 77-79).

2.4 Kulturní cestovní ruch

Kulturní cestovní ruch, tedy cestovní ruch zaměřený na poznávání kultury navštíveného místa, patří k nejrychleji se rozvíjejícím segmentům (Kesner 2005, s. 59). McKercher a du Cros (2002, s. 6) vymezili čtyři společné prvky kulturního cestovního ruchu, a to: užívání kulturního dědictví, užívání zážitků, zkušeností a produktů a kulturního turistu. Kulturní cestovní ruch je jedním z nejstarších forem cestování a nadále zůstává základem cestovního ruchu ve většině částí světa (Richards, Munsters 2010, s. 1). Bývá uváděn také jako jedna z hlavních forem cestovního ruchu, společně s plážovým, zimním, venkovským a kongresovým cestovním ruchem (Kesner 2005, s. 60).

Kulturní cestovní ruch znamená cestování za zkušenostmi a v některých případech se podílí na mizejícím životním stylu, který leží v lidské paměti. Malebné umístění nebo místní kolorit v destinaci je hlavní atraktivitou. Činnosti destinace typicky zahrnují stravování ve venkovských hostincích, folklórní festivaly, národní folklórní představení tanců, tradiční umění a řemesla představená ve starodávném stylu (Goeldner, Ritchie 2009, s. 279-280). Richards (2007, s. 15) kulturní cestovní ruch definuje jako pohyb osob za kulturní památkou, která se nachází mimo místo jejich trvalého bydliště, se záměrem získat nové informace o tamním kulturně-společenském prostředí a uspokojení svých vlastních kulturních potřeb. Podle světové organizace UNWTO je kulturní cestovní ruch „pohyb osob především z kulturních důvodů jako jsou studijní cesta, umělecká představení, kulturní zájezd, festival a další akce, návštěva památek, sídel, cesta za poznáváním přírody, folkloru, umění a poutní místa“ (McKercher, du Cros 2002, s. 4). Kulturní cestovní ruch představuje různé způsoby uspokojování potřeb lidí, ať už potřeby vzdělávání, poznávání či potřeby zábavy. Jeho součástí je i náboženský cestovní ruch, který je spojený s poutěmi na významná místa. Pro katolíky to mohou být Lourdy, Fatima, Vatikán či Řím, pro muslimy Medina a Mekka, buddhisté putují na Srí Lanku (Gúčík 2000, s. 22).

Zahrnuje tedy návštěvu různých kulturně historických památek, jako jsou hrady a zámky, dále kulturních akcí - divadelních představení, hudebních i filmových festivalů, návštěvu muzeí, galerií, výstav, parků, zahrad a v neposlední řadě také folklórních a lidových slavností či návštěvy archeologických nalezišť.

Tento druh cestovního ruchu klade velké požadavky na kvalifikovanost průvodců. Z důvodu rozdílné majetkové i vzdělanostní struktury účastníků se jejich nároky liší, což může způsobit problémy v organizaci této formy cestování (Kučerová 1997, s. 126). Kulturní cestovní ruch by mohl mít i příznivý dopad na hospodářství dané země. Každá země se snaží nalákat turisty právě na kulturní památky, které se zároveň snaží chránit a vytváří nové, aby pro ně byla zajímavá i do budoucna. Společnou strategií těchto turisticky zajímavých zemí je, aby měli turisté důvod se vracet (Richards, Munsters 2010, s. 1).

Často je obtížné odlišit kulturně motivované turisty od běžných turistů, a to z důvodu rostoucí tendence k smíšeným rekreačním motivům. Ty jsou nyní velice žádané a pro turisty budou mít i do budoucna vysokou hodnotu při výběru místa rekreace. Turisté jsou ochotni za ně utratit velké množství peněz, což si uvědomují i provozovatelé tohoto druhu turistiky (Richards, Munsters 2010, s. 1). V současné době představuje tento typ turistů 35-70 % všech mezinárodních turistů, je to však dáno typem destinace (McKercher, du Cros 2002, s. 1). Kulturní turista je označení pro návštěvníka, jehož hlavním či dominantním motivem cesty je právě účast na kultuře či kulturní prožitek (Kesner 2005, s. 61). Potřeby kultury jednotlivých návštěvníků se výrazně liší, McKercher a du Cros (2002, s. 144) identifikovali pět typů kulturních turistů:

1. **Účelný turista** – poznání jiných kultur (kulturní CR) je pro něj primárním cílem k výběru destinace
2. **„Prohlídkový turista“** – nezaměřuje se tolik na poznání jiných kultur a návštěvu kulturních památek
3. **Příležitostní kulturní turisté** - vidí kulturní cestovní ruch jako méně důležitý prvek v procesu rozhodování výběru destinace, nedochází k tak hlubokému zážitku
4. **Náhodný turista** – necestuje do destinace za účelem kultury, bývá jen okrajově zapojený do některých činností

5. **Turista objevitel** – necestuje za účelem kulturního poznání, nakonec je však do kulturního cestovního ruchu zapojen, což mu přináší bohaté zkušenosti

V současnosti se kulturní turistika jeví jako nejlepší druh rekreace, kterou turisté mohou zažít. UNESCO tento druh turistiky podporuje, jakožto prostředek k zachování světového dědictví. Evropská komise zase podporuje kulturní turistiku jako významný průmysl a relativně nově vzniklé státy (především Afriky) vidí tento druh turistiky, jako podporu národní identity a možnost ukázat okolnímu světu své poklady (Richards 2007, s. 1).

Kulturní cestovní ruch 21. století je typický určitými trendy. Jedná se především o nárůst osob ve vyšším věku, kdy senioři budou zdravější a budou mít dostatek finančních zdrojů. Lze očekávat nárůst poptávky po kvalitě a pohodlí, po vzdálenějších destinacích, mimosezónních zájezdech a částečně i po kratších pobytech. Rozvoj informační technologie usnadní nákup turistických produktů a služeb, informace budou dostupnější a turisté si budou moci sestavovat dovolenou na míru přímo přes internet. Co se dopravy týče, silniční doprava bude stát před problémem dopravních zácep, naopak lepší dostupnost rychlostních vlaků a leteckých přepraveců ovlivní klasické způsoby cestování. Oblíbenější budou destinace s lepší dostupností. Uvědomění si významu kvality života a životního prostředí poroste a lidé budou preferovat destinace spojené s podporou místního obyvatelstva (Kesner a kol., 2008, s. 16-18).

2.5 Význam zámků a zámeckých parků v cestovním ruchu

Zámky a zámecké parky, stejně jako historická jádra měst, sakrální i jiné technické památky, které plní poznávací funkci, jsou součástí kulturně-historických památek. Hlavním motivem k návštěvě kulturně-historických památek je předpoklad, že zde budou uspokojeny potřeby účastníků – poznání, seznámení se s historií a kulturou daného území (Vystoupil a kol. 2007, s. 16-17). Česká republika je velice bohatá na kulturně-historické památky a právě hrady a zámky se těší velké pozornosti. Na našem území je více než 2200 objektů (Holeček, Mariot, Střída 1999, s. 33).

Vystoupil a kol.(2007, s. 16-17) kategorizuje tyto památky dle kritéria a stupně ochrany na památky:

- **s mezinárodním významem** - památky UNESCO (národní kulturní památky, městské památkové rezervace či vesnické památkové rezervace),
- **s národním významem** - významné hrady a zámky, městské památkové rezervace a městské památkové zóny,
- **s regionálním významem** - památky s průměrnou návštěvností,
- **s lokálním významem** - kulturní památky či vesnické památkové zóny.

Zámecký park Kratochvíle se nachází v Jihočeském kraji. Jihočeský kraj je znám svým kulturně-historickým dědictvím a nejnavštěvovanějšími místy jsou památky ze seznamu UNESCO (Vystoupil a kol. 2007, s. 58). Přitažlivými zámky jsou Hluboká nad Vltavou s Alšovou galerií, vodní zámek Červená Lhota, Kratochvíle, Třeboňský zámek, který se pyšní archivem s doklady o české historii a Jindřichohradecký zámek, označovaný jako architektonický klenot, vyniká sbírkou obrazů a expozicí gobelínů (Hrala 2001, s. 152-153). Tyto zámky jsou obklopeny krásnými zahradami a parky a společně tvoří harmonický celek. V těchto zahradách se jejich zakladatelé snažili ukázat své bohatství, smysl pro krásu a umění. V současné době plní spousta těchto objektů i jiné funkce ať už škol či úřadů, jelikož jsou již pod správou veřejných institucí. Hlavní význam těchto parků je však rekreační, zahradnický a botanický díky jejich umělecké, přírodovědecké a historické hodnotě (Heike 1984, s. 9). Na některých zámcích se v letních měsících konají různá divadelní představení, šermířské souboje, festivaly a slavnosti. Parky jako takové jsou součástí krajiny nebo města obvykle s přilehlými významnými budovami. Zámecký park je park patřící k zámku, jenž obklopuje, doplňuje a rámuje. Je to místo s udržovanou zelení, stromy a květinami. Častý je také výskyt vodních ploch – kanálů, rybníků i jezírek. Součástí parků jsou také například fontány či sochy, které celý objekt zdobí. Jejich hlavní funkce je estetická a relaxační (Kesner a kol., 2008, s. 39). K těmto parkům a zahradám se již přistupuje jako ke speciálnímu druhu památek. Již dříve byly zahrnovány mezi památky jako součást zámků, klášterů a jiných objektů. Také městským a lázeňským parkům, stejně jako upraveným úsekům přírody (Terčino údolí u Nových hradů) je v současnosti věnována pozornost (Indrová a kol 2007, s. 69).

3 Metodika

Prvním krokem pro psaní této práce bylo zvolení tématu a příslušné lokality, které se bude práce týkat. Vybrán byl zámecký park při zámku Kratochvíle. Poté byl vypracován bakalářský projekt, v kterém byl určen hlavní cíl a dále dílčí cíle a hypotézy. K naplnění dílčích cílů bylo použito studium literatury a sběr sekundárních dat ke zvolenému tématu. Odbornou literaturu poskytla knihovna zemědělské a ekonomické fakulty Jihočeské univerzity a Jihočeská vědecká knihovna. Z důvodu nedostatku podkladů pro zpracování této problematiky, následoval sběr dat primárních, která byla získána prostřednictvím dotazníkového šetření ve vybrané lokalitě. Tato data byla digitalizována a vyhodnocena pomocí programů MS Excel a Statistica. Posledním krokem bylo vypracování bakalářské práce.

3.1 Zámecký park Kratochvíle

Západně od Netolic stála tvrz s hospodářským dvorem Leptáč. První písemné zmínky o ní pocházejí již z roku 1401. Roku 1569 ji od tehdejšího majitele Matyáše Kugla obdržel rožmberský regent Jakub Krčín z Jelčan za věrné služby, který ji později nechal přestavět a vymalovat loveckými výjevy. Tvrz se společně s okolní krajinou velice zalíbila Vilémovi z Rožmberka a tak nabídl výměnou za Leptáč městečko Sedlčany (Pavlátová, Ehrlich a kol. 2004, s. 221). V letech 1582-1589 jej nechal Vilém z Rožmberka přestavět Baldassarem Maggim na renesanční zámek (Koblasa, Kovář 2003, s. 80). Celý areál s letohrádkem a zahradou (Příloha 1) byl koncipovaný podle vodních zámků Lombardie (Pavlátová, Ehrlich a kol. 2004, s. 221). Zámek Kratochvíle, stavba, která je výrazem okázalé velkorysosti království Viléma z Rožmberka nemá v Čechách do 2. poloviny 16. století obdoby. Tato stavba ve své konečné podobě představuje jeden z klenotů stavitelského a dekoračního renesančního umění, kde stavitel, štukatér a malíř vytvořili v harmonické spolupráci dílo neobyčejné celistvosti a působivosti (Troup 1991). Půdorys celého areálu zahrnující předzámčí a kostelík je přesně pravidelný obdélník. Renesanční zahrada byla upravena v letech 1582-1589, kde byla původně obora, obehnaná trojí zdí (Heike 1984, s. 209). Pro své dluhy byl však Petr Vok, který Kratochvíli využíval po smrti svého bratra Viléma, nucen prodat Netolicko císaři Rudolfovi II.. Po r. 1620 byla Kratochvíle majetkem Eggenberků a od r. 1719 byla v držení Schwarzenbergů (David, Soukup 2002, s. 145). Roku 1922 se stal zámek státním majetkem (Koblasa, Kovář 2003, s. 80). Po čase začal

však zámek chátrat. Teprve roku 1954 byl restaurován a získal zpět svou bývalou krásu (Scheinpflugová, Nováková 1988, s. 70). Interiéry nabízely exponáty českého kresleného a loutkového filmu. Tato expozice obsahovala i originály děl J. Trnky, zakladatele proslulého studia Bratři v triku, ilustrátora Karafiátových broučků i Horákových Českých pohádek (Chromý 2003, s. 104). V současnosti odpovídají interiéry době působení posledních Rožmberků.

V místech, kde dnes stojí zámek Kratochvíle, se v minulosti rozkládaly močály a bažiny. Aby bylo možné zámek vůbec postavit, byly do bažin zaraženy dřevěné kůly, které stavbu nesou a podpírají. Voda z vodního příkopu, který lemuje ostrůvek se stavbou uprostřed, chrání dřevěné kůly před zničením (Cichrová, Geršlová, Slabová 2008).

Vnější ohradní zeď je na jižní straně zesílena věží s průjezdem (Příloha 2), který tvoří hlavní vstup do zahrady. Na vnitřní straně byla zeď vyzdobena freskami alegorických postav a zahradní fasáda zámku architektonickou malbou. Právě toto spojení architektury s malířstvím a zahradnickým uměním tvoří intimní prostředí. Zahrada vlastně představovala interiér v exteriéru (Heike 1984, s. 209). Do obvodové zdi jsou zasazeny bývalé domky zaměstnanců a součástí vstupní strany je kostel Narození Panny Marie (Koblasa, Kovář 2003, s. 80). Na budovu zámku navazuje obdélný parter (Příloha 3), mezi vodním příkopem a zahradní zdí jsou trávníkové plochy místy přerušeny ovocnými stromy. V minulosti mívala zámecká zahrada i sochařskou výzdobu, fontány a kašny (Heike 1984, s. 209). Ve vodním příkopu byly umístěny také mechanické vodní stroje chrlící vodu. K roku 1586 rožmberský kronikář Václav Březan uvádí: „Toho roku na Kratochvíli v oboře Netolické divní vodní strojové a obrazové, skrze něž voda tekla, postaveni.“ (Cichrová, Geršlová, Slabová 2008). Na počátku 19. století byl součástí vodního příkopu ještě padací most (Scheinpflugová, Nováková 1988, s. 69). V renesančních zahradách byly i voliéry a klece s exotickými zvířaty a ptactvem. Cizokrajná zvířata dostával Vilém z Rožmberka jako dary od návštěv z cizích zemí, ve voliérách na Kratochvíli létali papoušci, v klecích zase dováděli opice (Cichrová, Geršlová, Slabová 2008).

Zadní část zahrady (Příloha 4) je řešena jako zelinářská a bylinná zahrada z důvodu nové obytné funkce obou rohových domků. Mezi hlavním vstupem a můstkem na ostrov je místo s lavičkami vhodné pro odpočinek (Pavlátová, Ehrlich a kol. 2004, s. 223). Roste zde asi 12 jehličnanů a 48 listnatých stromů. Z jehličnanů jsou to některé

cypřišky, jalovec viržinský, pestrolistý a zakrslý zeravinec japonský a jiné. Z listnatých dřevin zde najdete nahovětvec kanadský, převislá višeň chloupkatá, okrasná jabloň, javor ginnala, převislý jasan, zimokeř okrouhlolistý, japonský kdoulovec, meruzalka červená, růže omejská, pestrolistá vajgélíe a další (Heike 1984, s. 209). Zámecký park má charakter zahrady.

3.2 Návštěvníci

3.2.1 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření bylo provedeno v zámecké zahradě Kratochvíle u Netolic v období hlavní letní sezóny v měsících červenec až září 2012 a to především o víkendech. Data byla získána osobním dotazováním. Celkem bylo osloveno 200 respondentů a to nahodilým výběrem, zcela vyplněných dotazníků. Pro další analýzy se podařilo získat 196 dotazníků. Vyplnění dotazníku trvalo přibližně 10 minut. Respondenti byli oslovováni po celé zahradě. Cílem tohoto šetření byl především sběr primárních dat nutných k naplnění dílčích cílů C1 až C4, tedy především zjistit motiv návštěvy zámecké zahrady, které prvky v zámeckých parcích jsou pro respondenty považovány za atraktivní, co je zde mile překvapilo a naopak s čím byli nejméně spokojeni. Součástí dotazníku byly také otázky týkající se aktivit provozovaných na dovolené.

3.2.2 Dotazovací nástroj

Dotazník byl sestaven na základě cílů této bakalářské práce vedoucím práce ve spolupráci s konzultantem práce. Prvním sledovaným konceptem byly motivy k návštěvě daného místa. Motivace byla testována bankou potenciálních motivů k návštěvě. Těmito potenciálními motivy byly: Park je při zámku, který jsme navštívili. Abych si odpočinul/-a. Podívat se na zajímavé dřeviny. Potěšit se pobytem v příjemném prostředí. Pobýt s rodinou a/nebo přáteli. Poznat reprezentační prostor okolí zámku. Navštívit místo se zajímavou historií. Vstup do zahrady je volný. Posvačit/poobědvat. Venčím zde psa. Jen procházím. Motivace k návštěvě zámeckého parku byla měřena pomocí pětistupňových škál, kde 1 = zcela nevýznamný, 2 = spíše nevýznamný, 3 = nedokážu se rozhodnout, 4 = spíše důležitý a 5 velmi důležitý motiv k návštěvě. Každý respondent byl požádán, aby označil na této škále míru významu motivačních prvků, kvůli kterým zahradu navštívil.

Jako atraktivní prvky v zámeckých parcích byly vybrány památky historického umění, okrasné stromy, pestře kvetoucí keře, věkovité stromy, historická krajinná kompozice, myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku, kašny a fontány, upravenost cest, existence míst k posezení, minizoo, hrající živá hudba, dětské hřiště, poučení o kulturní historii a poučení o krajinné historii. Význam jednotlivých atraktivních prvků v parku byl taktéž měřen na 5 – ti stupňové škále důležitosti, kde opět 1 = zcela nevýznamný, 2 = spíše nevýznamný, 3 = nedokážu se rozhodnout, 4 = spíše důležitý a 5 = velmi důležitý motiv k návštěvě.

Součástí dotazníku byly dvě otevřené otázky. V první byli návštěvníci vyzváni, aby uvedli, co je zde mile překvapilo a v druhé naopak s čím byli v parku nejméně spokojeni.

Jednotlivé rekreační aktivity byly sledovány bankou aktivit (Navrátil, Pícha & Hřebcová, 2010), která zahrnuje wellness aktivity a lázeňské procedury, návštěvy historických zajímavostí (hrady, zámky), pracovní aktivity, návštěvy muzeí, galerií, historických slavností, apod., nakupování, zábava, odpočinek, pozorování přírody, cykloturistika, rekreačně sportovní aktivity (koupání, tenis, atd.), pěší turistika a hry s dětmi. Respondenti byli požádáni, aby u každé aktivity na 5-ti stupňové škále uvedli, jak často se obvykle jednotlivým rekreačním aktivitám na dovolené věnují (1 = nevěnuji se, 2 = věnuji se ojedinele, 3 = věnuji se občas, 4 = věnuji se často, 5 = věnuji se především).

V poslední části dotazníku byla uvedena základní segmentační kritéria. Z demografických segmentačních kritérií bylo zjišťováno pohlaví respondentů (žena/muž) a věková kategorie (18 – 25, 26 – 35, 36 – 45, 46 – 55, 56 – 65, nad 65 let.). Dalším dotazem bylo označení počtu navštívených parků v loňském roce s výběrem 0 až 1, 2 až 5 nebo 6 a více navštívených parků. Posledním zjišťovaným prvkem bylo, zda je pro respondenty historie: určitě nudná, spíše nudná, nevím, spíše zajímavá či určitě zajímavá.

3.2.3 Zpracování výsledků

Aritmetický průměr

Aritmetický průměr je součtem všech naměřených údajů, který poté vydělíme jejich počtem. Používáme jej v případě, pokud jsou získána data minimálně v intervalovém měřítku, jestliže je rozdělení symetrické a pokud chceme použít statistické testy (Hendl

2006, s. 93-95). Neměl by být použit v případě ordinálních znaků, jelikož ordinální stupnici volíme libovolně (Zvárová 2002, s. 79).

Četnosti

Během statistického šetření je nahromaděno velké množství hodnot, které je potřeba zpracovat a uspořádat. Aby bylo možné vystihnout podstatné rysy statistického souboru, je vhodné tyto nahromaděné hodnoty nejdříve uspořádat, což znamená roztřídit do skupin podle hodnot jednoho nebo více zvolených statistických znaků (Čermáková, Střeleček 1995, s. 7). Třídění znamená rozdělení jednotek souboru do skupin, ve kterých nejlépe vyniknou charakteristické rysy zkoumaných jevů. Jeden statistický znak sledujeme při jednostupňovém třídění, kdy uspořádáme údaje o sledovaném kvantitativním znaku do rostoucí posloupnosti, a každé variantě znaku přiřadíme počty příslušných statistických jednotek. Tyto statistické jednotky nazýváme četnosti. Vzniklá tabulka je pak tabulkou rozdělení četností a udává informace o četnosti jednotlivých variant znaku v souboru (Hindls a kol. 2007, s. 17-18). Prosté třídění provádíme, je-li třídícím znakem znak kategoriální či numerický s malým počtem hodnot. Do skupin třídíme v případě, že je třídícím znakem numerická proměnná s velkým počtem hodnot, což vede ke zvýšení přehlednosti (Čermáková, Střeleček 1995, s. 7). Absolutní četnost je počet prvků zařazených do určité třídy a relativní četnost je dána podílem absolutní četnosti k rozsahu výběru. Četnosti jsou zpravidla vyjadřovány v procentech. Uspořádáním absolutních nebo relativních četností se vytvářejí podle třídních intervalů rozdělení výběrové četnosti. Kumulativní četnost se používá u kvantitativních znaků a vzniká postupným načítáním četností, může být opět buď absolutní či relativní (Zvárová 2002, s. 28).

Prezentace výsledků dotazníkového šetření bude vizualizovaná graficky. V **koláčovém grafu** představuje plocha grafu celý soubor, tedy 100 %, jednotlivé složky souboru tvoří kruhové výseče odlišené barevně nebo různým šrafováním. Jelikož 360° odpovídá 100%, pak $3,6^\circ$ představuje 1 % (Zvárová 2002, s. 35). **100% pruhový graf skládaný** vytváříme k přehlednějšímu posouzení četnostního zastoupení jednotlivých proměnných. Výsledky jedno-faktorové analýzy rozptylu budou vizualizovaný prostřednictvím grafu programu STATISTICA.

Analýza rozptylu (ANOVA)

K testování hypotéz byla použita jednofaktorová analýza rozptylu a korelace pro jednotlivé vazby.

Pokud jsou data shromážděna ve více než dvou skupinách, musíme všechny skupiny porovnat metodou nazývanou analýza rozptylu, která testuje nulovou hypotézu. Jak nám název napovídá, ANOVA analyzuje rozptyl mezi hodnotami (Motulsky 1995, s. 255). Že faktor neovlivňuje závisle proměnnou, nám říká právě nulová hypotéza, která je obvykle vlastně opakem toho, co chceme výzkumem prokázat (Zvárová 2002, s. 108). Rozptyl je jednou z měr variability a je definován jako aritmetický průměr čtverců odchylek od aritmetického průměru. Pro jeho užití a způsob výpočtu platí pravidla jako pro aritmetický průměr. Při rozboru variability hodnot znaku se často používá směrodatná odchylka. Směrodatná odchylka je druhá odmocnina z rozptylu (Čermáková, Střeleček 1995, s. 15-16). Analýza rozptylu je založena na předpokladu, že každý z výběrů pochází z populace s normálním rozdělením se stejnou směrodatnou odchylkou. Nás bude zajímat, jestli jsou všechny průměry shodné nebo zda se navzájem liší. Myšlenkou této techniky je rozdělení celkového rozptylu závisle proměnné na variabilitu uvnitř skupin a variabilitu mezi skupinami, porovnání těchto variabilit se provádí prostřednictvím F-testu (Zvárová 2002, s. 190-191). F-testovací statistika je statistikou rozdílnosti skupinových průměrů, kdy se testuje hypotéza, zda se průměry ve skupinách určených kombinacemi faktorů od sebe liší více než na základě náhodného kolísání. Pokud se průměry neliší, lze usoudit, že faktory nemají na závisle proměnnou žádný vliv. Tento test nám však neříká nic o zdrojích diferencí mezi skupinami, proto poté provádíme post-hoc test. Post hoc znamená po testování předem určených hypotéz a zkoumají se rozdíly dvojic průměrů vhodným intervalem spolehlivosti, zda je nebo není mezi průměry statisticky významný rozdíl (Hendl 2006, s. 338-344). V případě, že mezi jednotlivými průměry vyjde signifikantní rozdíl, provedeme Tukeyho post-hoc test pro nestejný počet n. Tato metoda je jednou z těch nejpoužívanějších, je konzervativnější než ostatní, ale může poměrně často opominout ty skutečné rozdíly (Motulsky 1995, s. 259).

Korelační matice

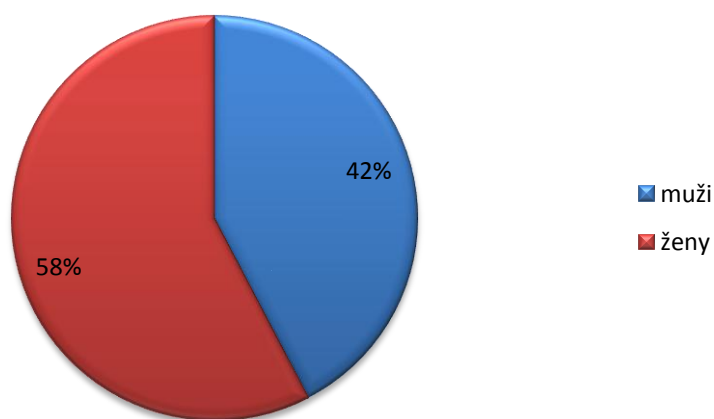
Korelační analýza zkoumá vztahy proměnných a korelační koeficient znamená určitou míru závislosti (Hendl 2006, s. 236). Použitím korelační matice může být

testováno, zda je mezi dvěma prvky x a y spojení nebo ne. Pokud zde spojení je, tak zda s rostoucími hodnotami x klesají nebo stoupají hodnoty y (Renner 1981, s. 66). Vypočítaný korelační koeficient se pohybuje mezi hodnotami +1 a -1. Nule se rovná, pokud mezi prvky není žádná závislost nebo v případě, že závislost není lineární (Zvárová 2002, s. 178). Pokud hodnoty x stoupají a navzájem stoupají i hodnoty y, pak vychází pozitivní koeficient. Negativní koeficient znamená, že se stoupajícími hodnotami x, hodnoty y klesají. Čím více se koeficient korelace v absolutní hodnotě blíží jedničce, tím je závislost mezi prvky vyšší (Renner 1981, s. 66).

3.2.4 Výsledky výzkumu

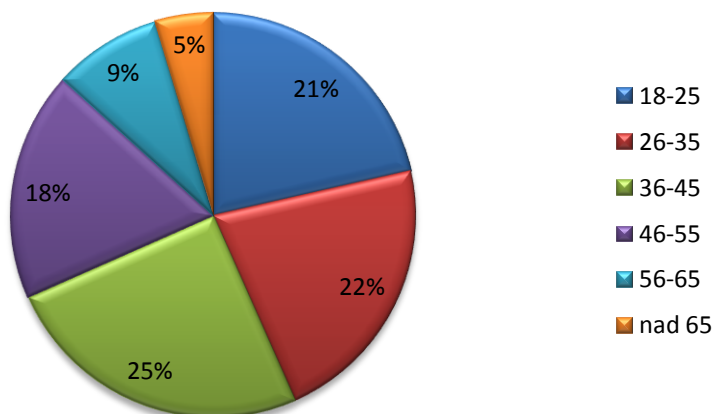
V náhodně vybraném vzorku dotazníkového šetření si můžeme všimnout, že celkový počet 196 respondentů tvoří 58 % žen a 42 % mužů (obrázek 1). Více než polovina dotazovaných (68 %) je mladší 45 let. Převládá věková kategorie 36-45 let (25 %). Druhou, méně četnou kategorií tvoří lidé ve věku 26-35 let (22 %). Respondentů ve věku 18-25 let je 21 %. Malé zastoupení má věková kategorie 56-65 let (9%). Nejméně početná skupina je ve věku nad 65 let (obrázek 2).

Obrázek 1: Pohlaví respondentů, n=196



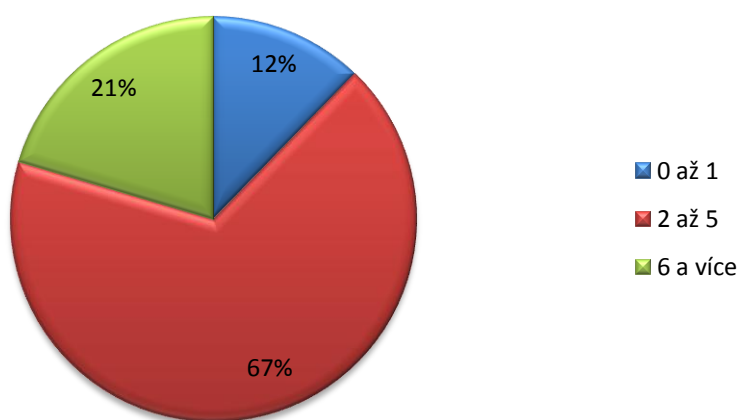
Zdroj: Vlastní výzkum

Obrázek 2: Věková struktura, n=196



Zdroj: Vlastní výzkum

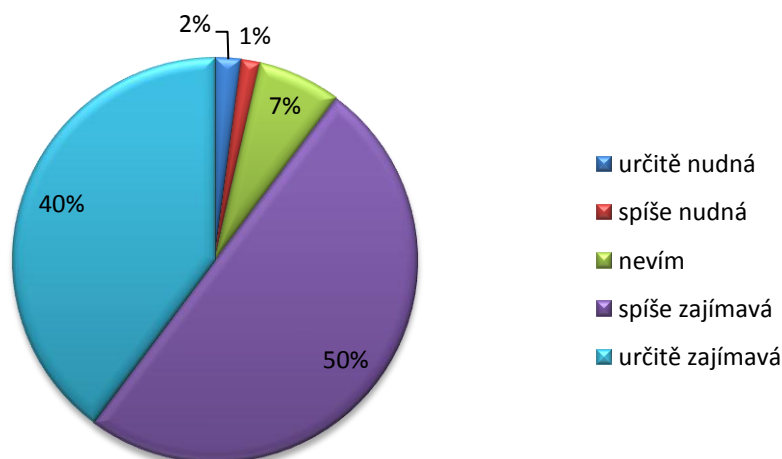
Obrázek 3: Četnost návštěv parků, n=196



Zdroj: Vlastní výzkum

Nadpoloviční většina dotázaných (67%) navštívila v loňském roce 2 až 5 parků, méně početnou skupinu (18 %) tvoří respondenti, kteří navštívili 6 a více parků. Ostatní dotazovaní navštívili méně než 2 parky, někteří nenavštívili v loňském roce žádný park (obrázek 3).

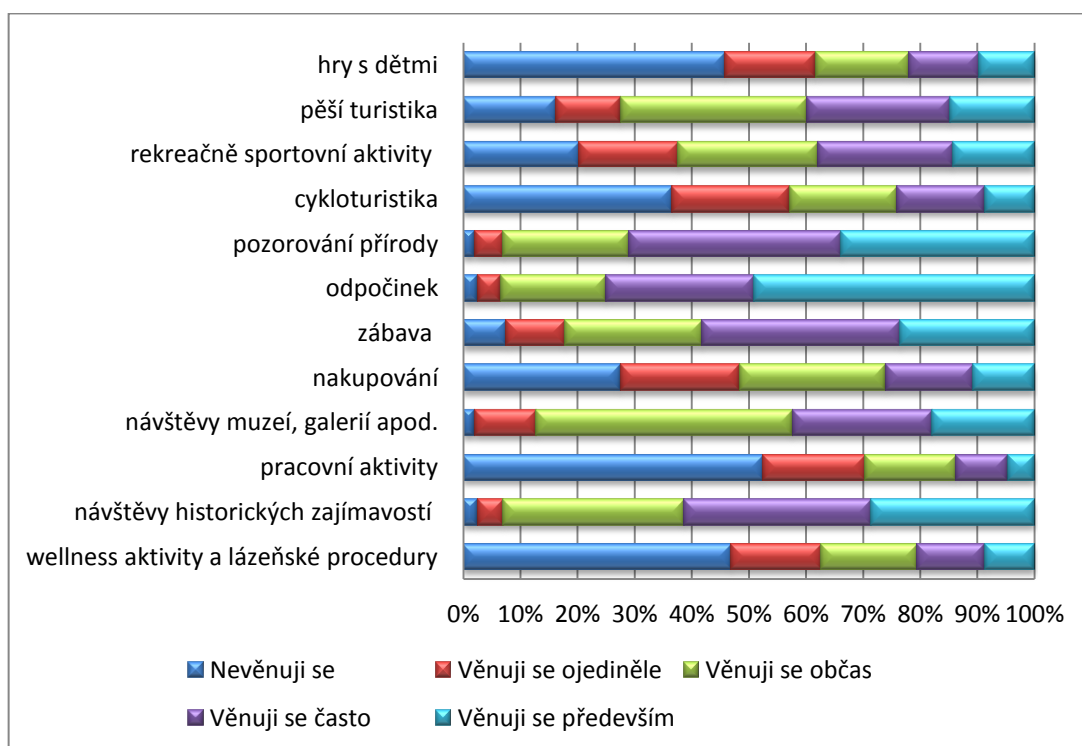
Obrázek 4: Vztah k historii, n=196



Zdroj: Vlastní výzkum

Vztah návštěvníků zámecké zahrady k historii je pozitivní. Pro 50 % dotázaných je historie spíše zajímavá a pro 40 % určitě zajímavá. Pouze malé procento lidí shledává historii spíše nudnou či určitě nudnou. 7 % návštěvníků zámecké zahrady se nedokáže rozhodnout pro žádnou z možností (obrázek 4).

Obrázek 5: Dílčí aktivity, n=196



Zdroj: Vlastní výzkum

Necelá polovina všech dotázaných se na své dovolené věnuje především odpočinku (obrázek 5), mnozí se této aktivitě věnují často nebo občas. Odpočinek patří k nejčastěji provozovaným aktivitám na dovolené. Další činnosti, které respondenti na dovolené upřednostňují, jsou pozorování přírody, zábava, návštěvy muzeí, galerií a návštěva historických zajímavostí, kterým se většina dotázaných věnuje především, často nebo občas. Pouze málo návštěvníků se těmito aktivitám nevěnuje, či věnuje ojediněle. Naopak velká část respondentů označuje jako aktivitu, které se nevěnuje vůbec nebo ojediněle wellness aktivity a lázeňské procedury. Důvodem malého zastoupení právě lázeňských procedur, může být fakt, že většina respondentů je ve věkové kategorii do 45- ti let. Také hrát s dětmi se věnuje jen malé procento oslovených. Myslím, že tento výsledek je ovlivněn celkovou strukturou dotázaných. Pěší turistika a sportovně rekreační aktivity patří k činnostem, které provozuje také velká část návštěvníků ať už především, často či ojediněle. Cykloturistice se respondenti věnují méně. Pracovním aktivitám se na dovolené věnuje nejméně oslovených.

Podle průzkumu agentury CzechTourism provozují respondenti na své dovolené z vybraných aktivit vycházky do přírody (44 %, 45 %), prohlídky památek (29 %, 59 %), nakupování (23 %, 52 %), méně pak cykloturistiku (17 %, 39 %), lázeňským aktivitám se často věnuje pouze 6 % a občas 26 % návštěvníků ČR. (CzechTourism, 2004). *Poznámka: V závorkách jsou uvedeny hodnoty: věnuji se často, věnuji se občas.*

4 Výsledky

4.1 Diverzifikace struktury atraktivnosti zámeckého parku

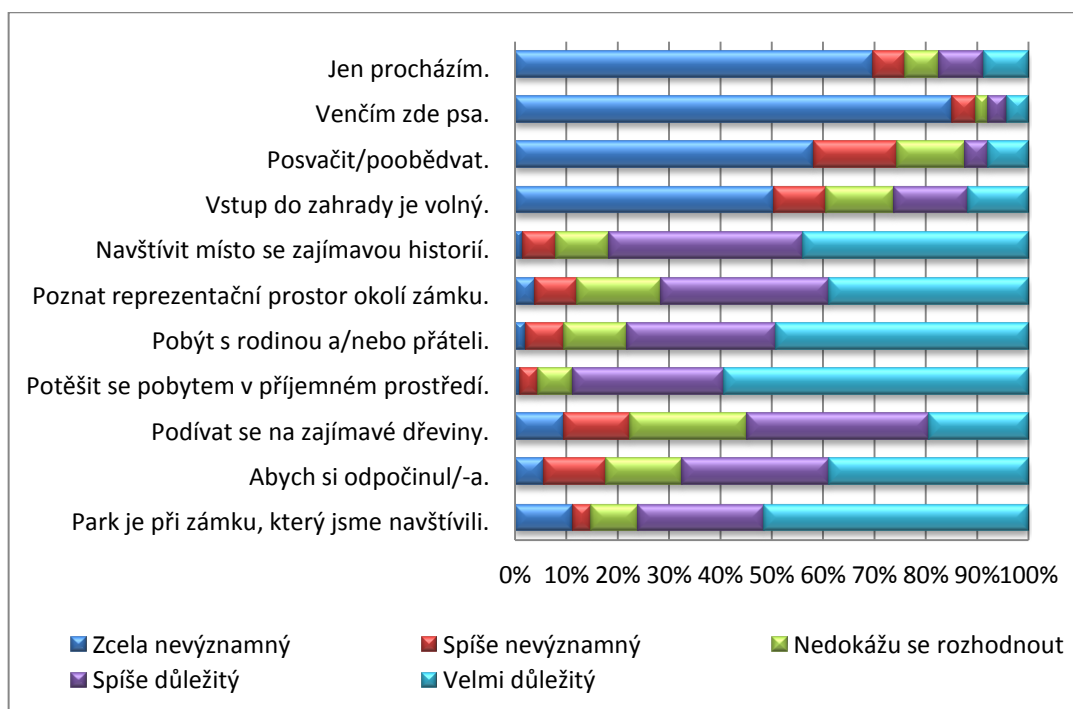
4.1.1 Motivace k návštěvě

Jelikož jsou motivace k návštěvě považovány za významnou složku konečné spokojenosti s návštěvou místa či atraktivity cestovního ruchu (Gnoth in Navrátil 2012, s. 54), jsou při dotazníkovém šetření zjišťovány jako první.

Respondenti uvádějí, jaký význam má důvod jejich návštěvy zámecké zahrady. Motivy jsou hodnoceny na základě pětistupňové škály dle míry přiřkládaného významu.

Stupnice přiřkládaného významu je řešena podobně jako stupnice důležitosti. Škálu důležitosti Kotler a kolektiv (2007, s. 421) popisují jako „stupnici, která uvádí důležitost určité vlastnosti od „nedůležité“ po „velmi důležité“.“

Obrázek 6: Motiv návštěvy, n=196



Zdroj: Vlastní výzkum

Z dotazníkového šetření vyplývá, že pro nejvíce dotázaných je velmi důležité a spíše důležité potěšit se pobytem v příjemném prostředí. Respondenty k návštěvě zahrady motivuje fakt, že je při zámku, který navštívili (Příloha 5) a chtěli poznat i jeho reprezentační okolí. Velmi důležitý je prvek trávení volného času s rodinou a přáteli. Navštívení místa se zajímavou historií je také důležitým motivem k návštěvě zámecké

zahrady stejně jako návštěva zahrady za účelem odpočinku. Pouze pro malé procento dotázaných je motivem k návštěvě venčení psa, posvačení nebo zahradou jen procházeli. Motiv – vstup do parku je volný, je na Kratochvíli bezpředmětný, jelikož i samostatný vstup do zahrady je zde zpoplatněn. Při sběru dat byl zjištěn fakt, že mnoho návštěvníků o zpoplatněném vstupu neví. Důvodem je nedůsledný výběr vstupného. Někteří respondenti se u motivů návštěvy zámecké zahrady nedokáží rozhodnout (obrázek 6). Jak Kesner (2005, s. 98) uvádí, má převažující část návštěv právě zámků a jiných kulturních a historických objektů spíše povahu odpočinkových aktivit.

Florentská charta z r. 1982 popisuje historickou zahradu jako „ráj“, který svědčí o kultuře a stylu, popřípadě o originalitě jejího tvůrce, zahrada je místem blaha vhodným k meditaci nebo odpočinku (Národní památkový ústav 2007, s. 128).

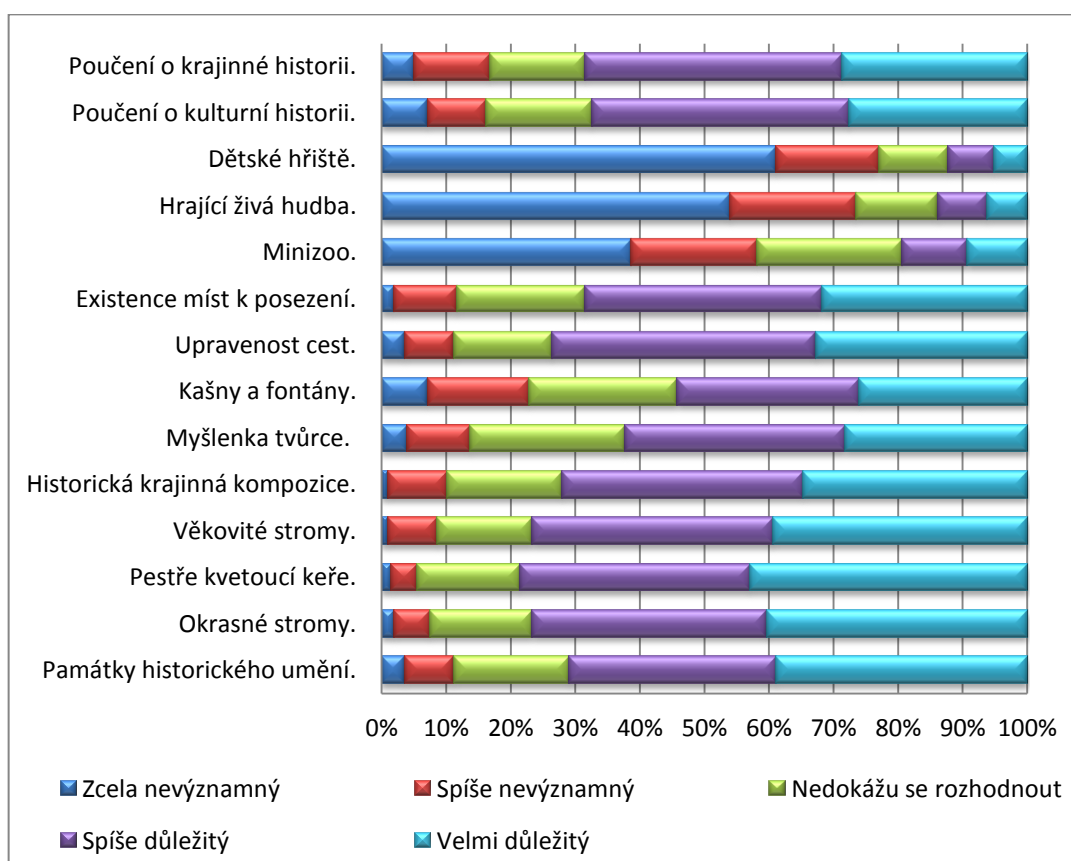
Z praktických výzkumů autorského týmu amerických komunit, kde respondenti uváděli důvod participace na výzkumu a umění vychází najevo skutečnost, že také pobýt s rodinou a přáteli jedním z důležitých motivů návštěvy (Kesner 2005, s. 156).

4.1.2 Atraktivní prvky

Atraktivita cestovního ruchu je „objekt zájmu návštěvníků, který vyvolává v lidech potřebu ji vidět“. Pojem atraktivnost znamená „přitažlivost, vlastnost či schopnost vzbuzovat zájem, podněcovat emotivní a estetické zážitky“ (Gúčík 2004, s. 11). Atraktivním prvkem zámecké zahrady je tedy něco, co chce návštěvník daného objektu vidět, něco co vzbuzuje návštěvníkův zájem.

Pro renesanční zahrady jsou typické přímé pravoúhle vedené cesty členící plochu na čtvercové a obdélníkové obrazce. Výplň těchto obrazců mohou tvořit travnaté plochy, květiny, byliny, užitkové rostliny či fontány. Dům je dominantním prvkem, součástí zahrady je květinový parter a výsadba s léčivými aromatickými bylinami. Nechybí ani lavičky k odpočinku. Sortiment dřevin v italských zahradách zahrnuje stálezelené druhy listnáčů a jehličnany. Voda tvoří základní prvek kompozice renesanční zahrady (Pavlátová, Ehrlich a kol. 2004, s. 15-16).

Obrázek 7: Atraktivní prvky, n=196

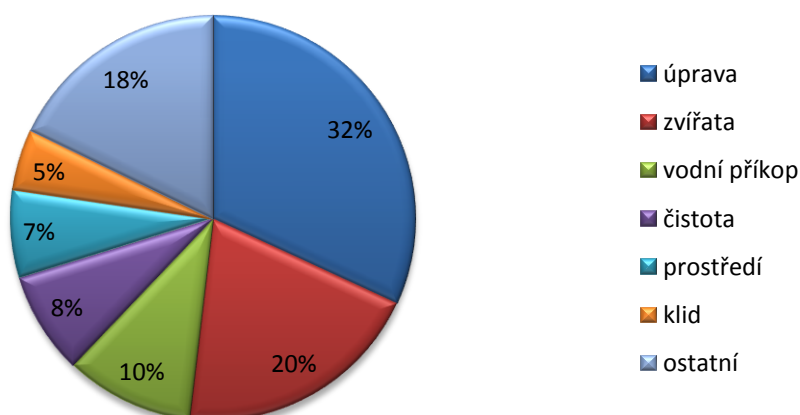


Zdroj: Vlastní výzkum

Při posouzení atraktivních prvků v zámeckých parcích (obrázek 7) lze konstatovat, že k nejatraktivnějším patří pestře kvetoucí keře a okrasné stromy společně s věkovitými stromy, sahajícími svým životem do historie zámku. Důležitým faktorem jsou také památky historického umění, upravenost cest, historická krajinná kompozice či existence míst k posezení. Spíše důležité jsou pro mnohé respondenty již zmíněné prvky společně s prvky poučení o krajinné a kulturní historii, kašny a fontány a myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku. Mezi zcela nevýznamné či spíše nevýznamné atraktivní prvky řadí velká část návštěvníků existenci dětských hřišť, živě hrající hudbu a minizoo. Někteří respondenti se při hodnocení atraktivních prvků v zámeckých parcích nejsou schopni rozhodnout.

Součástí dotazníku jsou i dvě otevřené otázky, umožňující respondentům vyjádřit vlastními slovy svůj názor. U otázky „Co Vás zde mile překvapilo?“ (obrázek 8) stejně jako u otázky „S čím jste byli v parku nejméně spokojeni?“ (obrázek 9) je vybráno několik odpovědí, které se v dotaznících vyskytují nejvíce. Odpovědi s malým četnostním zastoupením jsou zahrnuty do skupiny ostatní.

Obrázek 8: Co Vás zde mile překvapilo? n=185

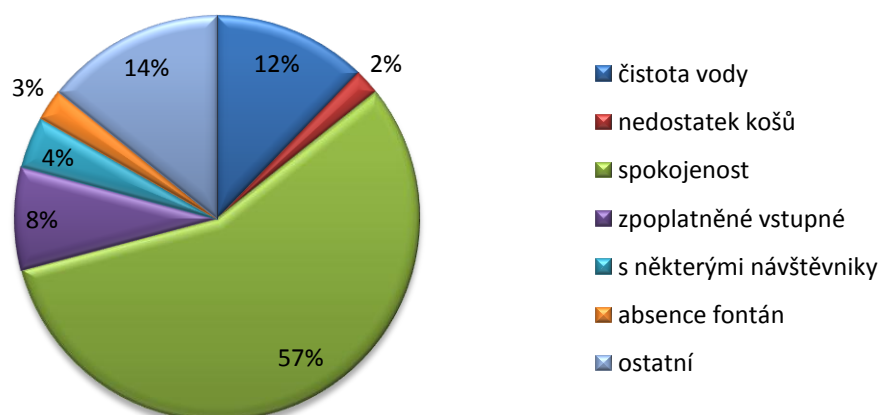


Zdroj: Vlastní výzkum

Na otázku „Co Vás zde mile překvapilo?“ odpovídá většina dotázaných ve smyslu, že zahrada je hezky upravena (32 %) a čistá (8 %). Jiní vnímají jako pozitivum klid (5 %) a celkově příjemné prostředí (7 %). Velice kladně hodnocena je i přítomnost některých zvířat – pávů (Příloha 6) a labutí, která se volně pohybují po zámecké zahradě (20 %). Za vodním příkopem, který je pro návštěvníky (10 %) také milým překvapením, se nacházejí lavičky s výhledem na celý areál (Příloha 7), kde mohou návštěvníci v klidu relaxovat a plnými doušky užívat jedinečnou historickou atmosféru připomínající dobu posledních Rožmberků – Viléma a Petra Voka. Ostatní (18 %) jsou mile překvapení cukrárnou, která je přístupná přímo ze zámecké zahrady, možností posezení i bylinkovým parterem, jenž je umístěn v zadní části zahrady za vodním příkopem. Bylinky v tomto parteru tvoří různé geometrické obrazce.

Kratochvíle je považována za „architektonický a štukatérský klenot, jenž je asi jediným dochovaným příkladem vlašského kasina-vily ve formách italské renesance se zahradou, jehož vzor pochází z vodnatých krajín Lombardie“ (Heike 1984, s. 208-209). Vodní příkop v zámecké zahradě je ojedinělým atraktivním prvkem, a proto je zřejmě pro návštěvníky milým překvapením.

Obrázek 9: S čím jste byli v parku nejméně spokojeni? n=196



Zdroj: Vlastní výzkum

Nadpoloviční většina dotázaných (57 %) uvádí, že je v zámecké zahradě zcela spokojena. Naopak jsou respondenti nejméně spokojeni s čistotou vody ve vodním příkopu (12 %). Jelikož je však Kratochvíle koncipována jako přírodní letní sídlo, stojící na bažinatém podkladu a vodní příkop je napájen ze západní strany rybníční vodou z Kratochvilského rybníka, není možné vodu chemicky vyčistit. Příkop je průtočný a vodu znečišťují i pyly ze stromů. Další méně početná skupina (8 %) dotázaných je nespokojena s faktem, že je vstup do zahrady zpoplatněn.

Ačkoliv je vstupné do těchto objektů většinou nízké spíše jen symbolické a tradičně je pouze zlomkem celkových nákladů spojených s návštěvou, může představovat pro některé segmenty určitou bariéru. Tato skutečnost má v našich podmínkách větší význam ve srovnání s bohatšími zeměmi. Návštěvník si obvykle neuvědomuje skutečnou hodnotu, kterou mu návštěva přináší (Kesner 2005, s. 248-251).

Jiní považují za nedostatek (2 %) málo odpadkových košů a absenci fontán (3 %). Skupina „ostatní“ (14 %), zahrnuje odpovědi, které se v dotaznících vyskytují nejméně, jako například nespokojenost s občerstvením, s velikostí zahrady, některým chybí kulturní program. Našli se i návštěvníci (4 %), kteří jsou nespokojeni s ostatními návštěvníky.

Obrázek 10: Korelační matice motivace k návštěvě parku

	P1.1	P1.2	P1.3	P1.4	P1.5	P1.6	P1.8	P1.7	P1.9	P1.10	P1.11
Park je při zámku, který jsme navštívili. (P 1.1)											
Abych si odpočinul/-a. (P1.2)	0,162										
Podívat se na zajímavé dřeviny. (P1.3)	0,183	0,403									
Potěšit se pobytem v příjemném prostředí. (P1.4)	0,226	0,327	0,380								
Pobýt s rodinou a/nebo přáteli. (P1.5)	0,098	0,430	0,205	0,450							
Poznat reprezentační prostor okolí zámku. (P1.6)	0,377	0,116	0,265	0,320	0,193						
Vstup do zahrady je volný. (P1.8)	0,177	-0,048	0,106	-0,025	-0,123	0,099					
Navštívit místo se zajímavou historií. (P1.7)	0,291	0,102	0,224	0,264	0,176	0,506	-0,051				
Posvačit/poobědvat. (P1.9)	0,106	0,095	0,143	-0,108	-0,122	-0,079	0,194	-0,238			
Venčím zde psa. (P1.10)	-0,097	-0,124	0,084	-0,155	-0,119	-0,012	0,208	-0,157	0,378		
Jen procházím. (P1.11)	0,007	-0,070	0,106	-0,118	-0,166	-0,052	0,345	-0,101	0,377	0,367	

Zdroj: Vlastní výzkum

Poznámka: tučně jsou zvýrazněny korelace, které jsou signifikantní na hladině významnosti $p < 0,01$.

Respondenti, pro které je hlavním motivem k návštěvě fakt, že zahrada je při zámku, který navštívili, chtějí zároveň poznat i reprezentační prostor okolí zámku a navštívit místo se zajímavou historií. Ti, kteří navštěvují zámeckou zahradu za účelem odpočinku, se chtějí současně potěšit pobytem v příjemném prostředí a pobýt s rodinou a/nebo přáteli. Návštěvníci, pro které je důležitý motiv podívat se na zajímavé dřeviny, se chtějí též potěšit pobytem v příjemném prostředí. Respondenti, kteří zámeckou zahradou jen procházejí nebo zde venčí psa, se mylně domnívají, že vstup do zahrady je volný (obrázek 10).

Obrázek 11: Korelační matice atraktivních prvků v zámeckých parcích

	P2.2	P2.3	P2.4	P2.5	P2.6	P2.7	P2.8	P2.9	P2.10	P2.11	P2.12	P2.1	P2.13	P2.14
Okrasné stromy. (P2.2)														
Pestře kvetoucí keře. (P2.3)	0,703													
Věkovité stromy, sahající svým životem do historie zámku. (P2.4)	0,586	0,466												
Historická krajinná kompozice. (P2.5)	0,355	0,278	0,594											
Myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku. (P2.6)	0,270	0,289	0,368	0,524										
Kašny a fontány. (P2.7)	0,291	0,276	0,274	0,345	0,352									
Upravenost cest. (P2.8)	0,130	0,263	0,161	0,114	0,175	0,354								
Existence míst k posezení. (P2.9)	0,140	0,238	0,218	0,059	0,088	0,275	0,455							
Minizoo. (P2.10)	-0,017	-0,024	-0,043	0,031	0,067	0,342	0,152	0,211						
Hrající živá hudba. (P2.11)	-0,054	-0,013	-0,013	0,072	0,052	0,257	0,153	0,200	0,563					
Dětské hřiště. (P2.12)	0,035	0,050	0,020	-0,034	-0,025	0,256	0,128	0,229	0,473	0,614				
Památky historického umění. (P2.1)	0,384	0,288	0,385	0,375	0,368	0,243	0,161	0,143	0,047	0,073	0,113			
Poučení o kulturní historii. (P2.13)	0,333	0,187	0,372	0,341	0,357	0,188	0,146	0,027	0,052	0,059	0,162	0,332		
Poučení o krajinné historii. (P2.14)	0,362	0,231	0,407	0,392	0,378	0,184	0,187	0,018	0,019	0,088	0,085	0,285	0,758	

Zdroj: Vlastní výzkum

Poznámka: tučně jsou zvýrazněny korelace, které jsou signifikantní na hladině významnosti $p < 0,01$.

Respondenti, pro něž jsou atraktivním prvkem okrasné stromy, zároveň považují za atraktivní pestře kvetoucí keře, které silně korelují s věkovitými stromy, sahajícími svým životem do historie zámku. Stejně tak historicky krajinná kompozice a myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku spolu významně korelují. Patrný vztah je i mezi památkami historického umění a poučení o kulturní a krajinné historii. Respondenti, kteří uvádějí, že je pro ně atraktivním prvkem poučení o kulturní historii zároveň považují za velice významný prvek poučení o krajinné historii. Upravenost cest silně koreluje s existencí míst k posezení (obrázek 11).

4.2 Vliv návštěvnického segmentu na motivaci k návštěvě a význam jeho dílčích atraktivit

4.2.1 Vliv pohlaví

V cestovním ruchu, podobně jako v jiných odvětvích, je běžné, že produkty jsou vnímány různým způsobem ženami a muži. To nám objasňuje demografická segmentace, která představuje nejpoužívanější a nejoblíbenější druh segmentace, jelikož charakteristiky jsou snadno měřitelné a vycházejí dobré výsledky (Wöhe, Kislingerová, Maňasová 2007, s. 389). Proto je soubor získaných dat testován nejprve pro jednotlivá pohlaví.

Tabulka 1: Porovnání rozdílů v motivaci k návštěvě, $n=196$

	MUŽI		ŽENY		F
	Ø	S. D.	Ø	S. D.	
Park je při zámku, který jsme navštívili.	4,06 a	1,27	3,98 a	1,38	0,164 n.s.
Abych si odpočinul/-a.	3,82 a	1,24	3,83 a	1,22	0,005 n.s.
Podívat se na zajímavé dřeviny.	3,37 a	1,26	3,45 a	1,19	0,196 n.s.
Potěšit se pobytem v příjemném prostředí.	4,31 a	0,85	4,50 a	0,84	2,457 n.s.
Pobýt s rodinou a/nebo přáteli.	4,00 a	1,14	4,27 a	0,95	3,145 n.s.
Poznat reprezentační prostor okolí zámku.	3,95 a	0,96	3,93 a	1,22	0,019 n.s.
Navštívit místo se zajímavou historií.	4,04 a	1,04	4,25 a	0,89	2,337 n.s.
Vstup do zahrady je volný.	2,27 a	1,44	2,27 a	1,52	0,000 n.s.
Posvačit/poobědvat.	2,04 a	1,35	1,75 a	1,18	2,462 n.s.
Venčím zde psa.	1,39 a	0,99	1,35 a	1,01	0,048 n.s.
Jen procházím.	1,84 a	1,37	1,77 a	1,36	0,138 n.s.

Zdroj: Vlastní výzkum

*Poznámka: V tabulce jsou uvedeny průměrné hodnoty odpovědí a směrodatné odchylky. Průměry označené stejným písmenem se neliší signifikantně (Tukeyho HSD post hoc test pro nestejný počet n). Hodnota F je hodnota F -testu. Hvězdičky zobrazují signifikanci (***) $p < 0,001$, ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$, n. s. - není signifikantní). Pro zpracování výsledků byla použita jedno-faktorová ANOVA. Původní škály znamenaly 1- Zcela nevýznamný, 2- Spíše nevýznamný, 3- Nedokážu se rozhodnout, 4- Spíše důležitý, 5- Velmi důležitý. Počet odpovědí $n = 196$.*

Tabulka 2: Porovnání rozdílů vnímání atraktivních prvků v zámeckých parcích, $n=196$

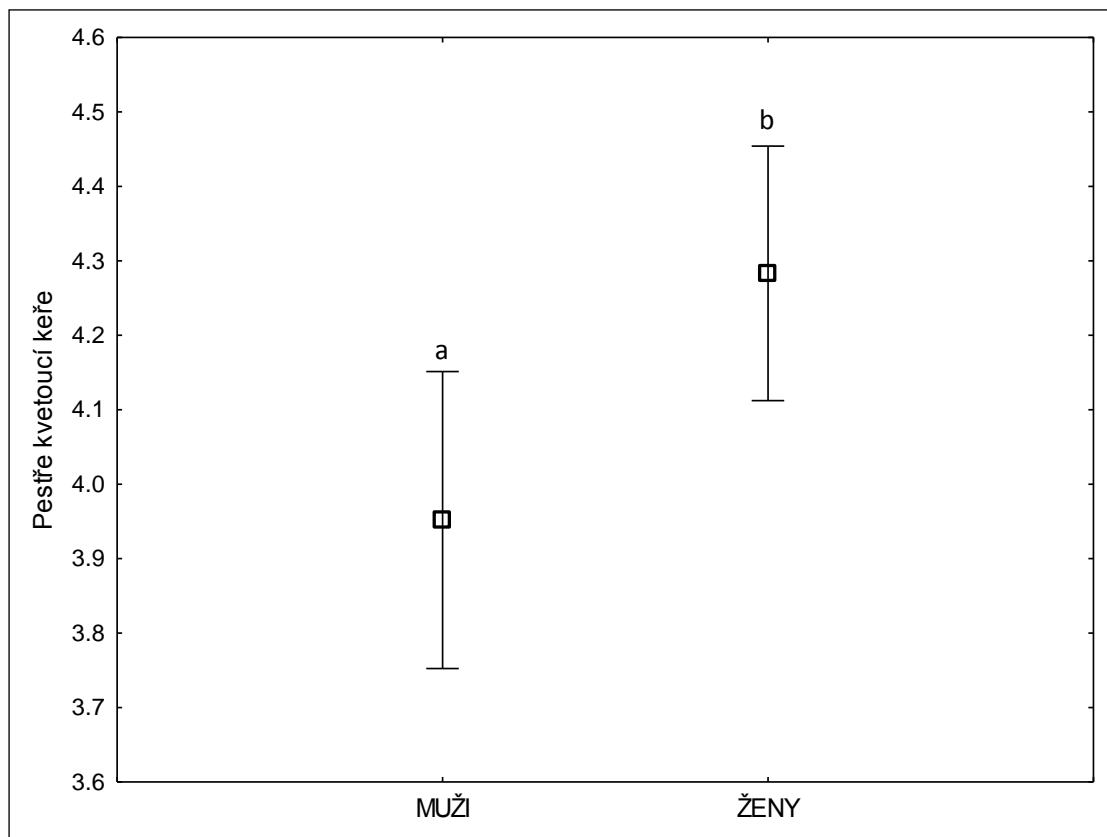
	MUŽI		ŽENY		F
	Ø	S. D.	Ø	S. D.	
Památky historického umění	3,80 a	1,08	4,06 a	1,10	2,871 n.s.
Okrasné stromy.	4,02 a	0,95	4,11 a	1,01	0,332 n.s.
Pestře kvetoucí keře.	3,95 a	0,94	4,28 b	0,91	6,188 *
Věkovité stromy	3,98 a	1,00	4,12 a	0,95	1,116 n.s.
Historická krajinná kompozice.	3,93 a	0,95	3,97 a	1,03	0,101 n.s.
Myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku.	3,61 a	1,07	3,81 a	1,12	1,449 n.s.
Kašny a fontány.	3,43 a	1,17	3,55 a	1,28	0,414 n.s.
Upravenost cest.	3,83 a	0,99	3,97 a	1,10	0,874 n.s.
Existence míst k posezení.	3,86 a	1,01	3,87 a	1,06	0,006 n.s.
Minizoo.	2,41 a	1,31	2,25 a	1,34	0,713 n.s.
Hrající živá hudba.	1,99 a	1,27	1,88 a	1,21	0,391 n.s.
Dětské hřiště.	1,87 a	1,27	1,73 a	1,14	0,591 n.s.
Poučení o kulturní historii.	3,63 a	1,16	3,78 a	1,19	0,806 n.s.
Poučení o krajinné historii.	3,80 a	1,11	3,72 a	1,17	0,224 n.s.

Zdroj: Vlastní výzkum

Poznámka: V tabulce jsou uvedeny průměrné hodnoty odpovědí a směrodatné odchylky. Průměry označené stejným písmenem se neliší signifikantně (Tukeyho HSD post hoc test pro nestejný počet n). Hodnota F je hodnota F -testu. Hvězdičky zobrazují signifikanci (***) $p < 0,001$, ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$, n. s. - není signifikantní). Pro zpracování výsledků byla použita jedno-faktorová ANOVA. Původní škály znamenaly 1- Zcela nevýznamný, 2- Spíše nevýznamný, 3- Nedokážu se rozhodnout, 4- Spíše důležitý, 5- Velmi důležitý. Počet odpovědí $n = 196$.

Na odpovědi v souvislosti s motivací k návštěvě nemá pohlaví respondenta významný vliv (tabulka 1). Taktéž jednotlivé odpovědi týkající se motivů k návštěvě zámecké zahrady, se mezi muži a ženami neliší. Jediný rozdíl se týká prvku – Pestře kvetoucí keře. Nejvyššího průměru dosahuje u mužů prvek „Okrasné stromy“, zatímco u žen „Pestře kvetoucí keře“ (tabulka 2).

Obrázek 12: Vliv pohlaví na důležitost pestře kvetoucích keřů v zámeckých parcích, $n=196$



Zdroj: Vlastní výzkum

Poznámka: Zobrazeny jsou průměry, 95% intervaly spolehlivosti a výsledek jednofaktorové analýzy rozptylu. Průměry se stejným písmenem se od sebe signifikantně neliší (Tukeyho HSD post hoc test pro nesterýný počet n , $p < 0,05$, $n=196$)

Z dotazníkového šetření je s 95% spolehlivostí Tukeyho testu zjištěno, že jediným atraktivním prvkem v zámeckých parcích, který je důležitější pro ženy než pro muže, jsou pestře kvetoucí keře (obrázek 12). Obecně lze říci, že ženy mají kladnější vztah ke květinám a tudíž i k pestře kvetoucím keřům než muži.

4.2.2 Vliv věku

Jelikož se naše přání a potřeby s věkem mění, využíváme často segmentaci podle věku a fáze životního cyklu (Kotler a kol. 2007, s. 467). Další testování je tedy provedeno na základě segmentačního rozdělení podle jednotlivých věkových kategorií.

Z důvodu malého vzorku musely být některé věkové kategorie sloučeny. Respondenti hodnotili tuto problematiku pomocí pětistupňové škály významnosti.

Tabulka 3: Porovnání rozdílů v motivaci k návštěvě, $n=196$

	18-25		26-35		36-45		F
	Ø	S. D.	Ø	S. D.	Ø	S. D.	
Park je při zámku, který jsme navštívili.	3,83 a	1,64	4,14 a	1,23	3,90 a	1,25	0,991 n.s.
Abych si odpočinul/-a.	3,55 a	1,37	4,28 a	1,03	3,69 a	1,23	1,927 n.s.
Podívat se na zajímavé dřeviny.	2,79 b	1,14	3,47 ab	1,33	3,31 ab	1,16	4,922 ***
Potěšit se pobytem v příjemném prostředí.	4,29 a	1,02	4,49 a	0,80	4,22 a	0,96	2,206 n.s.
Pobýt s rodinou a/nebo přáteli.	4,14 a	1,00	4,42 a	0,96	4,06 a	1,14	0,777 n.s.
Poznat reprezentační prostor okolí zámku.	3,62 a	1,25	4,05 a	1,00	3,80 a	1,04	1,906 n.s.
Navštívit místo se zajímavou historií.	3,95 a	1,08	4,19 a	1,05	4,00 a	0,91	2,146 n.s.
Vstup do zahrady je volný.	2,10 a	1,45	1,86 a	1,26	2,51 a	1,45	1,739 n.s.
Posvačit/poobědvat.	1,83 a	1,19	2,07 a	1,26	1,71 a	1,17	0,872 n.s.
Venčím zde psa.	1,67 a	1,24	1,09 a	0,61	1,41 a	1,06	2,000 n.s.
Jen procházím.	1,71 a	1,27	1,74 a	1,45	1,63 a	1,18	2,307 *

Zdroj: Vlastní výzkum

Poznámka: V tabulce jsou uvedeny průměrné hodnoty odpovědí a směrodatné odchylky. Průměry označené stejným písmenem se neliší signifikantně (Tukeyho HSD post hoc test pro nestejný počet n). Hodnota F je hodnota F -testu. Hvězdičky zobrazují signifikanci (*** $p < 0,001$, ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$, n. s. - není signifikantní). Pro zpracování výsledků byla použita jedno-faktorová ANOVA. Původní škály znamenaly 1- Zcela nevýznamný, 2- Spíše nevýznamný, 3- Nedokážu se rozhodnout, 4- Spíše důležitý, 5- Velmi důležitý. Počet odpovědí $n = 196$.

Tabulka 3: Pokračování

	46-55		56-65		nad 65 let		F
	Ø	S. D.	Ø	S. D.	Ø	S. D.	
Park je při zámku, který jsme navštívili.	4,19	a 1,21	3,76	a 1,48	4,67	a 0,50	0,991 n.s.
Abych si odpočinul/-a.	3,78	a 1,15	4,00	a 1,22	3,56	a 1,42	1,927 n.s.
Podívat se na zajímavé dřeviny.	3,81	a 1,01	4,00	a 1,17	4,11	ab 0,78	4,922 ***
Potěšit se pobytem v příjemném prostředí.	4,47	a 0,65	4,82	a 0,39	4,89	a 0,33	2,206 n.s.
Pobýt s rodinou a/nebo přáteli.	4,08	a 1,05	4,00	a 1,12	4,00	a 0,87	0,777 n.s.
Poznat reprezentační prostor okolí zámku.	4,08	a 1,16	4,47	a 0,87	4,11	a 1,36	1,906 n.s.
Navštívit místo se zajímavou historií.	4,56	a 0,61	4,06	a 1,14	4,44	a 0,53	2,146 n.s.
Vstup do zahrady je volný.	2,28	a 1,56	2,53	a 1,77	3,11	a 1,69	1,739 n.s.
Posvačit/poobědvat.	1,83	a 1,36	2,24	a 1,60	1,44	a 0,73	0,872 n.s.
Venčím zde psa.	1,19	a 0,71	1,65	a 1,37	1,22	a 0,67	2,000 n.s.
Jen procházím.	1,75	a 1,44	2,00	a 1,32	3,22	a 1,56	2,307 *

Zdroj: Vlastní výzkum

Poznámka: viz Tabulka 3

V tabulce 3 můžeme vidět významný rozdíl v odpovědích jednotlivých věkových kategorií u motivu – podívat se na zajímavé dřeviny. Ostatní odpovědi v motivaci k návštěvě se ve vztahu k jednotlivým věkovým kategoriím signifikantně neliší. U většiny věkových kategorií je největším motivem k návštěvě zahrady „Potěšit se pobytem v příjemném prostředí“, pouze věková kategorie 46-55 dosahuje nejvyššího průměru u motivu „Navštívit místo se zajímavou historií“.

Tabulka 4: Porovnání rozdílů vnímání atraktivních prvků v zámeckých parcích, $n=196$

	18-25		26-35		36-45		F
	Ø	S. D.	Ø	S. D.	Ø	S. D.	
Památky historického umění	3,52 a	1,33	4,00 a	1,02	3,96 a	0,96	1,970 n.s.
Okrasné stromy.	3,83 a	1,10	3,98 a	1,06	4,10 a	0,98	1,116 n.s.
Pestře kvetoucí keře.	4,10 a	0,93	4,12 a	0,85	4,06 a	1,09	0,546 n.s.
Věkovité stromy	3,69 a	1,09	4,02 ab	1,06	4,10 ab	0,90	2,365 *
Historická krajinná kompozice.	3,90 a	1,03	3,88 a	0,98	3,71 a	1,04	2,328 *
Myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku.	3,33 a	1,16	3,65 a	1,02	3,71 a	1,17	2,754 *
Kašny a fontány.	3,52 a	1,19	3,14 a	1,26	3,51 a	1,29	1,254 n.s.
Upravenost cest.	3,88 a	1,09	3,65 a	1,15	3,86 a	1,06	1,429 n.s.
Existence míst k posezení.	3,60 a	1,06	3,84 a	0,95	3,98 a	1,09	0,854 n.s.
Minizoo.	2,48 a	1,29	2,00 a	1,23	2,53 a	1,54	1,304 n.s.
Hrající živá hudba.	1,90 a	1,28	1,70 a	1,15	2,14 a	1,35	0,834 n.s.
Dětské hřiště.	1,55 a	0,92	1,70 a	1,08	2,08 a	1,40	1,074 n.s.
Poučení o kulturní historii.	3,43 a	1,27	3,63 a	1,09	3,90 a	0,96	0,915 n.s.
Poučení o krajinné historii.	3,45 a	1,15	3,70 a	1,04	3,92 a	0,95	1,158 n.s.

Zdroj: Vlastní výzkum

Poznámka: V tabulce jsou uvedeny průměrné hodnoty odpovědí a směrodatné odchylky. Průměry označené stejným písmenem se neliší signifikantně (Tukeyho HSD post hoc test pro nestejný počet n). Hodnota F je hodnota F -testu. Hvězdičky zobrazují signifikanci (*** $p < 0,001$, ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$, n. s. - není signifikantní). Pro zpracování výsledků byla použita jedno-faktorová ANOVA. Původní škály znamenaly 1- Zcela nevýznamný, 2- Spíše nevýznamný, 3- Nedokážu se rozhodnout, 4- Spíše důležitý, 5- Velmi důležitý. Počet odpovědí $n = 196$.

Tabulka 4: Pokračování

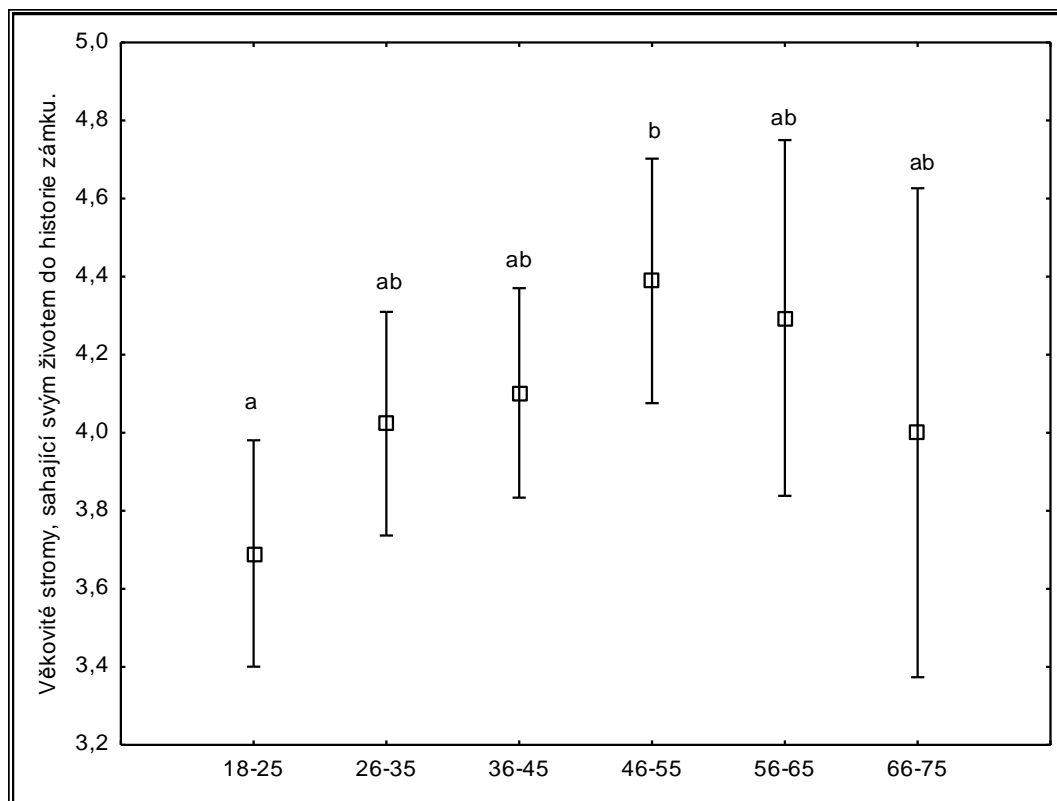
	46-55		56-65		nad 65 let		F
	Ø	S. D.	Ø	S. D.	Ø	S. D.	
Památky historického umění	4,19	a 0,89	4,24	a 1,15	4,11	a 1,27	1,970 n.s.
Okrasné stromy.	4,28	a 0,74	4,29	a 0,92	4,22	a 0,97	1,116 n.s.
Pestře kvetoucí keře.	4,25	a 0,87	4,12	a 0,93	4,56	a 0,73	0,546 n.s.
Věkovité stromy	4,39	b 0,77	4,29	ab 0,85	4,00	ab 0,87	2,365 *
Historická krajinná kompozice.	4,19	a 0,89	4,53	a 0,72	3,78	a 1,09	2,328 *
Myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku.	3,97	a 0,91	3,94	a 1,20	4,56	a 0,53	2,754 *
Kašny a fontány.	3,69	a 1,09	3,88	a 1,36	3,56	a 1,13	1,254 n.s.
Upravenost cest.	4,11	a 0,78	4,12	a 1,22	4,44	a 0,73	1,429 n.s.
Existence míst k posezení.	3,94	a 0,95	3,94	a 1,03	4,11	a 1,36	0,854 n.s.
Minizoo.	2,06	a 1,22	2,53	a 1,18	2,56	a 1,13	1,304 n.s.
Hrající živá hudba.	1,83	a 1,13	1,88	a 1,22	2,33	a 1,22	0,834 n.s.
Dětské hřiště.	1,81	a 1,26	1,88	a 1,45	1,56	a 0,73	1,074 n.s.
Poučení o kulturní historii.	3,78	a 1,17	3,88	a 1,45	3,89	a 1,54	0,915 n.s.
Poučení o krajinné historii.	3,75	a 1,30	3,88	a 1,50	4,22	a 1,09	1,158 n.s.

Zdroj: Vlastní výzkum

Poznámka: viz Tabulka 4

Odpovědi respondentů se v tomto případě výrazně neliší, jediné rozdíly jsou zaznamenány u prvků Historická krajinná kompozice, Myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku a Věkovité stromy. U zbývajících atraktivních prvků se odpovědi signifikantně neliší (tabulka 4).

Obrázek 13: Vliv věku na vztah k věkovitým stromům, sahající svým životem do historie zámku, n=196



Zdroj: Vlastní výzkum

Poznámka: Zobrazeny jsou průměry a 95% intervaly spolehlivosti. Průměry se stejným písmenem se od sebe výrazně neliší.

Vztah k věkovitým stromům, sahajícím svým životem do historie zámku se s rostoucím věkem mění (obrázek 13), do věku 55 let vztah roste a poté mírně klesá. Lze tvrdit, že s rostoucím věkem je vztah k tomuto prvku kladnější, ve vyšších věkových kategoriích je však nižší počet respondentů než v ostatních. Věková kategorie 46-55 let se nejvíce liší od nejmladší věkové kategorie 18-25 let, ostatní věkové kategorie se od těchto dvou významně neliší.

4.3 Vliv četnosti návštěv

Rozdíly v motivaci k návštěvě zámecké zahrady a vnímání atraktivních prvků jsou zjišťovány i v závislosti na počtu parků, které respondenti navštívili v loňském roce.

Segmentace dle četnosti návštěv a způsobu využití nabídky vychází z předpokladu, že častými návštěvníky jsou především ti, kteří mají o tento typ kulturně-historických památek hlubší zájem (Kesner 2005, s. 149).

Tabulka 5: Rozdíly v motivaci k návštěvě podle četnosti návštěv zámeckých parků v předcházejícím roce, $n=196$

	0 až 1		2 až 5		6 a více		F				
	Ø	S. D.	Ø	S. D.	Ø	S. D.					
Park je při zámku, který jsme navštívili.	3,92	a	1,38	3,97	a	1,34	4,23	a	1,27	1,578	n.s.
Abych si odpočinul/-a.	3,58	a	1,35	3,82	a	1,20	4,00	a	1,24	1,322	n.s.
Podívat se na zajímavé dřeviny.	3,50	a	1,35	3,35	a	1,19	3,60	a	1,24	1,539	n.s.
Potěšit se pobytem v příjemném prostředí.	4,17	a	1,27	4,45	a	0,78	4,48	a	0,75	0,954	n.s.
Pobýt s rodinou a/nebo přáteli.	4,13	a	1,19	4,23	a	0,93	3,93	a	1,27	0,825	n.s.
Poznat reprezentační prostor okolí zámku.	3,83	a	1,09	3,89	a	1,09	4,15	a	1,23	1,375	n.s.
Navštívit místo se zajímavou historií.	4,04	ab	1,04	4,05	a	0,94	4,58	b	0,87	3,646	**
Vstup do zahrady je volný.	3,00	a	1,56	2,20	a	1,50	2,03	a	1,29	1,849	*
Posvačit/poobědvat.	2,25	a	1,59	1,90	a	1,23	1,55	a	1,06	2,313	n.s.
Venčím zde psa.	1,75	a	1,45	1,37	a	0,97	1,13	a	0,65	2,235	n.s.
Jen procházím.	2,33	a	1,66	1,83	ab	1,37	1,40	b	1,03	2,252	*

Zdroj: Vlastní výzkum

Poznámka: V tabulce jsou uvedeny průměrné hodnoty odpovědí a směrodatné odchylky. Průměry označené stejným písmenem se neliší signifikantně (Tukeyho HSD post hoc test pro nestejný počet n). Hodnota F je hodnota F -testu. Hvězdičky zobrazují signifikanci (*** $p < 0,001$, ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$, n. s. - není signifikantní). Pro zpracování výsledků byla použita jedno-faktorová ANOVA. Původní škály znamenaly 1- Zcela nevýznamný, 2- Spíše nevýznamný, 3- Nedokážu se rozhodnout, 4- Spíše důležitý, 5- Velmi důležitý. Počet odpovědí $n = 196$.

Počet navštívených parků nemá na motivaci k návštěvě výrazný vliv (tabulka 5). Největší míra signifikance je u motivu Navštívit místo se zajímavou historií. Dalšími motivy s menší mírou signifikance jsou Vstup do zahrady je volný a Jen procházím. U motivu Jen procházím, se respondenti, kteří nenavštívili žádný nebo jeden park

nejvíce liší od těch, kteří v loňském roce navštívili 6 a více parků, skupina respondentů, kteří navštívili 2 až 5 parků se od ostatních skupin výrazně neliší. Nejvyššího průměru u motivu Vstup do zahrady je volný dosahuje skupina dotázaných, kteří v loňském roce nenavštívili žádný nebo jeden park.

Tabulka 6: Porovnání rozdílů vnímání atraktivních prvků v zámeckých parcích, $n=196$

	0 až 1		2 až 5		6 a více		F				
	Ø	S. D.	Ø	S. D.	Ø	S. D.					
Památky historického umění	3,75	a	1,22	3,92	a	1,04	4,18	a	1,17	1,312	n.s.
Okrasné stromy.	3,96	a	1,40	3,98	a	0,94	4,45	a	0,75	3,827	*
Pestře kvetoucí keře.	4,13	a	1,15	4,10	a	0,87	4,30	a	0,99	0,718	n.s.
Věkovité stromy	3,42	b	1,38	4,07	a	0,88	4,43	a	0,78	8,772	***
Historická krajinná kompozice.	3,21	b	1,32	3,95	a	0,92	4,43	a	0,71	12,589	***
Myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku.	3,29	a	1,27	3,71	a	1,02	4,03	a	1,19	3,456	*
Kašny a fontány.	3,25	a	1,45	3,46	a	1,22	3,78	a	1,12	1,556	n.s.
Upravenost cest.	3,88	a	1,30	3,91	a	1,01	3,95	a	1,06	0,041	n.s.
Existence míst k posezení.	3,79	a	1,10	3,93	a	0,98	3,68	a	1,16	1,007	n.s.
Minizoo.	2,63	a	1,64	2,36	a	1,30	2,00	a	1,18	1,867	n.s.
Hrající živá hudba.	2,00	a	1,35	2,04	a	1,26	1,50	a	1,01	3,021	n.s.
Dětské hřiště.	1,92	a	1,14	1,89	a	1,28	1,38	a	0,81	3,113	*
Poučení o kulturní historii.	3,25	a	1,42	3,73	a	1,09	3,95	a	1,22	2,747	n.s.
Poučení o krajinné historii.	3,08	a	1,44	3,81	ab	1,01	3,95	b	1,24	5,085	**

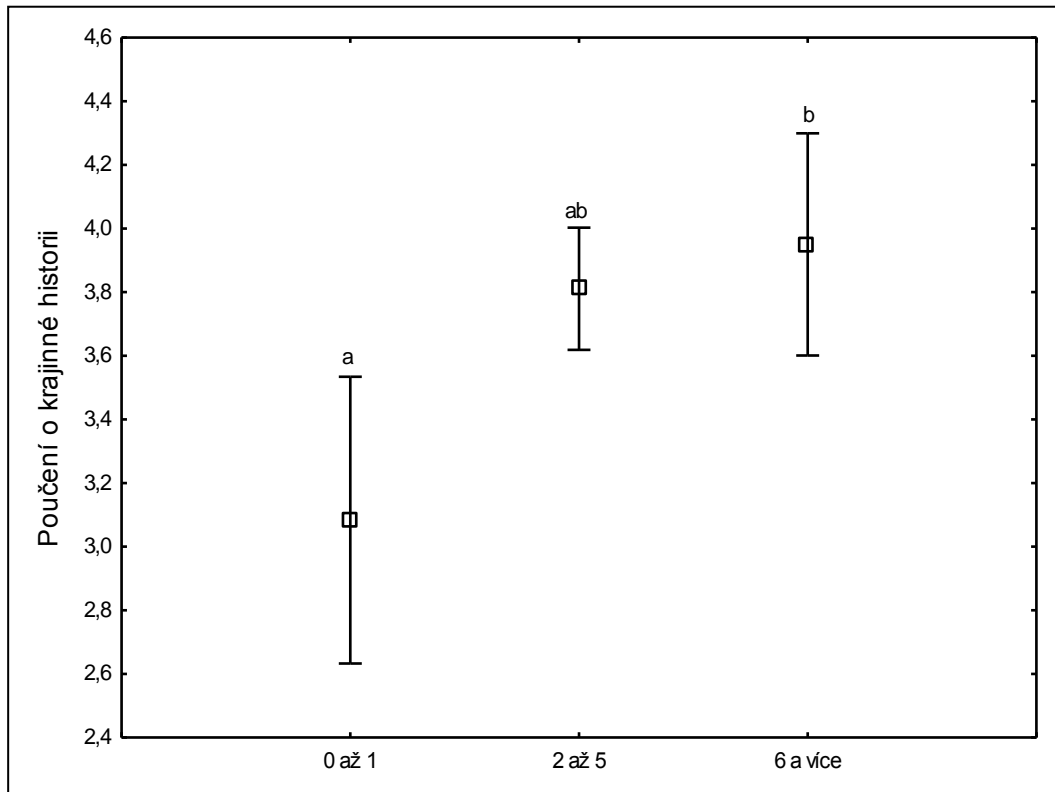
Zdroj: Vlastní výzkum

*Poznámka: V tabulce jsou uvedeny průměrné hodnoty odpovědí a směrodatné odchylky. Průměry označené stejným písmenem se neliší signifikantně (Tukeyho HSD post hoc test pro nestejný počet n). Hodnota F je hodnota F-testu. Hvězdičky zobrazují signifikanci (*** $p < 0,001$, ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$, n. s. - není signifikantní). Pro zpracování výsledků byla použita jedno-faktorová ANOVA. Původní škály znamenaly 1- Zcela nevýznamný, 2- Spíše nevýznamný, 3- Nedokážu se rozhodnout, 4- Spíše důležitý, 5- Velmi důležitý. Počet odpovědí $n = 196$.*

Nejmarkantnější rozdíly jsou zaznamenány u atraktivních prvků – věkovité stromy a historicky krajinná kompozice v závislosti na počtu parků, které respondenti v loňském roce navštívili. Signifikantní rozdíl je dále patrný u prvku poučení o krajinné historii. Menší rozdíly jsou u prvků – myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku, dětské hřiště a okrasné stromy. S rostoucím počtem navštívených parků roste i důležitost právě těchto atraktivních prvků v zámeckých parcích, pouze u prvku dětské hřiště s počtem

navštívených parků jeho důležitost klesá. Naopak nejmenší rozdíl v odpovědích respondentů se týká upravenosti cest (tabulka 6).

Obrázek 14: Vliv počtu navštívených parků na důležitosti prvku poučení o krajinné historii, n=196



Zdroj: Vlastní výzkum

Poznámka: Zobrazeny jsou průměry a 95% intervaly spolehlivosti. Průměry se stejným písmenem se od sebe výrazně neliší.

Respondenti, kteří navštívili v loňském roce více než 6 parků se signifikantně svým vztahem k důležitosti poučení se o krajinné historii, liší od těch, kteří nenavštívili žádný nebo 1 park. Odpovědi respondentů, kteří navštívili 2 až 5 parků v loňském roce, se od ostatních skupin signifikantně neliší (obrázek 14). S rostoucím počtem navštívených parků tedy roste i zájem o poučení se o krajinné historii. Respondenti, které motivuje právě historie, navštěvují obecně zámecké parky a zahrady častěji, než ti, kteří zájem nemají.

5 Návrh optimalizace

Na základě provedeného výzkumu nabídky a poptávky v daném objektu cestovního ruchu byly identifikovány nedostatky, ke kterým je možné zpracovat návrh optimalizace. Návrh optimalizace je souborem opatření vedoucích k odstranění či zmírnění zjištěných skutečností, s kterými byli návštěvníci nejméně spokojeni.

Z dotazníkového šetření bylo dále zjištěno, jak respondenti vnímají navštívenou zámeckou zahradu, co je motivovalo k návštěvě právě této zahrady a jaké atraktivity jsou pro ně v zámeckých parcích zajímavé. Celkově byla tato zahrada velmi kladně hodnocena. Turisté byli většinou se vším spokojeni a převážná část dokonce uvedla, že byla se vším 100% spokojena. Zahradu vnímají jako místo s příjemným prostředím vhodné k odpočinku.

5.1 Management řízení vstupného

Při vlastním dotazníkovém šetření byla zjištěna skutečnost, že většina respondentů vůbec nevěděla o zpoplatněném vstupu do zámecké zahrady. Toto nedorozumění je v první řadě zapříčiněno nedostatečnou informovaností návštěvníků, z důvodu nepřítomnosti personálu u vstupní brány, který vede zároveň prohlídky zámeckých prostor. Existuje několik způsobů, jak tento problém vyřešit. Vhodnost návrhů by musela být posouzena jak z ekonomického tak praktického hlediska. Jedním z řešení je zviditelnění pokladny, což by mohlo zajistit, že za vstup do zahrady zaplatí více návštěvníků. Vhodným místem by mohl být přímo vstup do zahrady směrem od parkoviště. Vstupní branou musí projít každý návštěvník. Důležitý by byl v tomto případě vzhled celé pokladny, která by měla svým vzhledem zapadnout do charakteru okolí. V současnosti se informaci o tom, že je vstup do zahrady zpoplatněn, dočteme pouze na malé, nevýrazné, snadno přehlédnutelné ceduli, u níž se málokdo zastaví a také proto vstup nezaplatí. Další možností je výraznější tabule, především volba poutavější formy, která by na první pohled zaujala. Důležité je také její vhodnější umístění. První navrhovanou formou je umístění elektronické informační tabule „Objevování renesanční zahrady s Lentem“ (tvor z knihy Cichrové, Geršlové, Slabové 2008), kde by se návštěvníci dozvěděli nejen o jednotlivých zpoplatněných vstupech, ale také základní informace, historii a zajímavosti Kratochvilské zámecké zahrady. Další možností je umístění postavy některého z Rožmberků (například Petra Voka) držící desku (prapor či pergamen) sdělující podstatné informace. Vhodné by bylo

na informační tabuli doplnit upozornění, že symbolickou částkou, která v současnosti činí 20,- Kč, přispějí na údržbu a zvelebení zámecké zahrady. Jelikož stále probíhající rekonstrukce jak zámku, tak zámecké zahrady jsou velmi nákladnou záležitostí, mohla by tato, ač malá finanční částka pomoci. Další možností by mohlo být umístění samoobslužného automatu u vstupu do zahrady, což také nezajistí, že zaplatí každý návštěvník, ale je možné, že zaplatí větší počet návštěvníků. Důležité by však bylo opět umístění na viditelném místě. Problematiku řízení vstupného by mohlo vyřešit i zavedení dobrovolného vstupného. Vzhled a velikost kasičky by mohla být inspirována historií. Mohla by mít tvar postavy Jakuba Krčína z Jelčan, který podle pověsti prý upsal duši ďáblu. Po tom, co se nastřádá hmotnost mincí o váze největšího z jeho rybníků, nalezne jeho duše klidného spočinutí a dobrodinci splní jakékoli přání. Kasička by mohla mít tvar ďábla, který by mohl být za úplatek při soudném dni shovívavější. Na vzhledu a velikosti by se mohli podílet absolventi i studenti výtvarných škol. Výhodou výběru dobrovolného vstupného je právě již zmíněná dobrovolnost, která současné návštěvníky neodradí tolik, jako striktní zavedení vstupného. Ačkoli se jedná pouze o částku 20,- Kč, už pouhá povinnost zaplacení vstupného, ačkoli zmírněná využitím financí k údržbě, může způsobit nižší návštěvnost. Dobrovolnost může být zároveň reklamou k navštívení historických prostor Kratochvíle.

5.2 Stezka do Netolic

Historie může být nudná, ale i velice poutavá. Záleží především na podání a vyvolání zájmu více se dozvědět. Okolí Netolic spolu s Kratochvílí tvoří výborný základ vhodný pro vytvoření poutavé destinace s potenciálem k dalšímu rozvoji cestovního ruchu. Přes celé Netolicko vede naučná cyklostezka s možným zastavením na Kratochvíli. Neexistuje však žádná trasa od Kratochvíle, po níž by bylo možné dojít/dojet na kole do nedalekých Netolic a přitom se vyhnout hlavnímu provozu. Vystavění této stezky by bylo vhodné jak pro pěší, tak pro cyklisty hlavně z důvodu zvýšení bezpečnosti. Bylo by tedy možné nejen shlédnout zámecký areál, ale také si udělat příjemnou procházku do nedalekých Netolic, kde je k vidění historické náměstí s podloubími a barokní kašnou, kostel Nanebevzetí Panny Marie nebo muzeum s expozicí zachycující nejen historii města. Provázání celé cyklostezky s Kratochvílí a vytvoření tak bezpečnější možnosti trávení volného času napomáhá ke zvýšení atraktivity cestovního ruchu. Dle výsledků průzkumu realizovaným pro CzechTourism by bylo

vhodné ve spolupráci se soukromými subjekty zaměřit se na sestavení atraktivních nabídek skládajících se ze širokého spektra nabízených aktivit a možnosti trávení volného času pro různé cílové skupiny. Dále se například zaměřit na dlouhodobé zvyšování návštěvnosti rodin s dětmi a budování lepšího zázemí pro děti. Stezka do Netolic nemusí být pouhou nic neříkající stezkou. Proč neprovázat tuto stezku s Kratochvílí? Inspirace historií a okolím přináší řadu možností, jak zatraktivnit tuto destinaci. Jednou z možností je celou stezku tematicky propojit a umístit na ní např. poučné cedule s pověstmi k okolí, historií, faunou a flórou. Zbudovat odpočívadla, prolézačky pro děti a navrhnout poutavý název, který by byl inspirován např. lidovou slovesností. Pro příklad zde uvedu několik návrhů: Po stopách rožmberského rytíře, cestou Rožmberků nebo Krčínova stezka. Celá trasa by byla zakončena na Kratochvíli, aniž by bylo nutné absolvovat úsek cesty přes frekventovanou komunikaci.

5.3 Obnova atraktivit

Zámecká zahrada Kratochvíle nabízí řadu zajímavých atraktivit. Co ale zámecká zahrada postrádá je přítomnost kašny nebo fontány. Tento prvek zde návštěvníkům chyběl. V minulosti se však v zahradě nacházeli kašny i fontány. Dnes je součástí „pouze“ vodní příkop obklopující zámek s částí zahrady a již nefunkční jezírko uprostřed květinového parteru. Právě v místě tohoto jezírka by se vyjímala dobová fontána, posilující celkový koncept zahrady. Také obnovení vodních strojů ve vodním příkopu, o kterých se zmiňuje Václav Březán ve své kronice by byly velice zajímavým a ojedinělým prvkem a přesto by nenarušily ráz celé zahrady. Podoba těchto strojů však bohužel není známá. Ale už v této době je svou ojedinělou koncepcí zahrada unikátní.

5.4 Kulturní akce

V období letních měsíců se zde konají různá představení ať už divadelní či hudební, výstavy, mezinárodní dny dědictví, během nichž bývá GRAND prohlídka za cenu klasické prohlídky, mše i jiné kulturní programy. Oblíbené Kratochvílení s originálním divadlem Continuo, sdružujícím herce z celého světa a poskytující neobyčejný zážitek z divadelního představení na vodě, je již minulostí. Divadlo Continuo svým originálním vystoupením v letních měsících oživovalo celý zámecký areál. Po deseti letech působení se s Kratochvílí rozloučilo a pokračují ve své činnosti na jiných místech. Tato kulturní akce k zámku a hlavně zámecké zahradě však pro mnohé návštěvníky

neodmyslitelně patří. Proto by stálo za zvážení obnovení a znovuzavedení této tradice, která oslovovala valnou většinu návštěvníků napříč generacemi.

Pod pojmem kulturní akce si nemusíme představovat pouze koncerty vážné hudby a klasické divadlo. Kulturní akce je širokým pojmem, který v sobě skrývá nejrůznější možnosti. Nutné je nabídnout něco víc, něco neobvyklého. Zajímavou kulturní akcí by mohlo být např. i uspořádání jakési stezky odvahy Kratochvilskou zahradou, samozřejmě za doprovodu průvodce či nějakého strašidla, nebo uspořádání strašidelných prohlídek pro dospělé. Další možností by bylo např. uspořádání výstavy oživilých soch pod širým nebem.

5.5 Exotika na Kratochvíli

Mnoho respondentů příjemně překvapili pávi volně se procházející po zámecké zahradě i labuť ve vodním příkopu. V minulosti bylo možné na Kratochvíli obdivovat i některé druhy exotického ptactva, v literatuře se píše o papoušcích. Jelikož je snahou vrátit Kratochvíli její dřívější podobu a co nejlépe vystihnout celkový vzhledem dobu posledních Rožmberků, mohl by se do zámecké zahrady vrátit i tento atraktivní prvek. Rozšíření ptactva o některé exotické druhy by mohlo přilákat další návštěvníky. Ptáci by mohli být umístěni v zadní části zahrady před vodním příkopem, v prostorné kleci či voliére, která by vzhledově zapadala do konceptu renesanční zahrady.

Považuji za důležité uvést, že veškeré návrhy jsou vytvořeny pouze operativně na základě mnou provedeného výzkumu. Veškerá možná řešení jsou prostými návrhy, u kterých by bylo nutné prověření dalšími výzkumy. Kratochvíle obohacuje svou existencí nejen své návštěvníky, ale má sloužit také svému okolí a jeho obyvatelům. Proto by bylo vhodné snažit se všechny subjekty zapojit do smysluplného a plně fungujícího systému, který bude prospěšný nejen v současnosti, ale i s ohledem na budoucnost.

6 Závěr

V bakalářské práci byla zjišťována atraktivnost vybraného zámeckého parku. Terénní výzkum probíhal v zámeckém parku při zámku Kratochvíle nedaleko Netolic v Prachatickém regionu. Dotázáno bylo celkem 196 respondentů.

Vybraná atraktivita je velmi oblíbeným turistickým cílem, především pro svoji jedinečnost. Bylo prokázáno, že zahrada vykazuje diverzifikovanou strukturu motivů k návštěvě stejně jako diverzifikovanou strukturu atraktivnosti pro cestovní ruch. Respondenti se chtěli především potěšit pobytem v příjemném prostředí, což byl hlavní motiv k návštěvě zahrady. Dalším motivem k návštěvě byl fakt, že zahrada se nachází při renesančním zámku Kratochvíle, který je spojen se zajímavou historií, současně měli návštěvníci zájem poznat také jeho reprezentační okolí. V zámecké zahradě si chtěli odpočinout a pobýt s rodinou i přáteli. K nejatraktivnějším prvkům dle respondentů patřili zejména pestře kvetoucí keře, okrasné stromy a věkovité stromy sahající svým životem do historie zámku. Důležité byly i památky historického umění, upravenost cest, historická krajinná kompozice a existence míst k posezení.

Výzkum též potvrdil, že existují rozdíly v návštěvnických charakteristikách mezi jednotlivými skupinami návštěvníků. Motivace návštěvníků se s přihlédnutím k jednotlivým návštěvnickým charakteristikám v mnoha případech nelišila. Pouze u některých motivů byl rozdíl významný. Zajímavé dřeviny motivovaly k návštěvě spíše respondenty vyšší věkové kategorie. Návštěva místa se zajímavou historií motivovala značně ty, kteří navštívili v loňském roce více zámeckých parků. Mezi muži a ženami nebyly zjištěny velké rozdíly v odpovědích týkající se atraktivních prvků, pouze pestře kvetoucí keře byly znatelněji více oblíbené u žen než u mužů. Odpovědi respondentů rozdělených dle jednotlivých věkových kategorií se lišili signifikantněji. Ve vztahu k počtu navštívených parků byly zjištěny také významné rozdíly. S rostoucím počtem navštívených parků v loňském roce rostla důležitost některých atraktivních prvků. Nejpatrnější rozdíly zaznamenaly prvky věkovité stromy, historicky krajinná kompozice a poučení se o krajinné historii. Menší rozdíly byly zjištěny u prvků myšlenka tvůrce vyjádřená skladbou parku a okrasné stromy.

Nejoblíbenější aktivitou provozovanou na dovolené byl odpočinek, návštěva historických zajímavostí, dále pak pozorování přírody a zábava. Všechny tyto aktivity je možné v této zámecké zahradě realizovat. Celý areál Kratochvíle, zahrnující zahradu,

zámek i kostel, je nepochybně historicky zajímavý a respondenty byl hodnocen jako klidné a právě pro odpočinek vhodné místo. V letních měsících se zde pořádají nejrůznější akce jako divadelní představení a hudební vystoupení, která jsou vhodná pro ty, kteří měli na své dovolené zájem o zábavu.

Bylo nalezeno i pár nedostatků, které by bylo možné řešit. Jedná se především o nedostatečnou informovanost v případě placení vstupného do zámecké zahrady a absence některých atraktivních prvků. Navzdory těmto drobným nedostatkům byla však zahrada zhodnocena velmi kladně a jak již bylo zmíněno, nadpoloviční většina oslovených uvedla, že byla se vším zcela spokojena. Jako řešení v případě placení vstupného bylo navrženo několik způsobů zvýšení informovanosti a zvýšení efektivnosti. Někteří respondenti postrádali v zahradě fontány, překvapeni však byli přítomností pávů v zámecké zahradě. Dalším návrhem by mohlo být vystavění fontány uprostřed květinového parteru, společně s umístěním dobové renesanční klece též v zadní části zahrady, v níž by mohlo být umístěno exotické ptactvo. Znovuobnovení oblíbené tradice Kratochvílení a vybudování stezky vhodné jak pro pěší, tak pro cyklisty do nedalekých Netolic by mohlo přilákat další návštěvníky.

Hlavní cíl – posouzení atraktivnosti zámeckého parku při zámku Kratochvíle byl splněn.

7 Summary

The described place of interest - Kratochvíle Castle Park - was highly evaluated on the basis of the questionnaire research. The visitors consider the park as a place with a very interesting history, appropriate to relax. Staying there is very pleasant for them. It has a diversified structure of motives for a visit as well as a diversified attractiveness for tourism. Overall majority of respondents were absolutely satisfied in the Castle Park, many of them were surprised with peace and tidiness and others appreciated peacocks walking in the park and swans in the moat.

Based on a demand-and-offer research there were a few drawbacks discovered, some of them quite easy to solve. Then there were some changes suggested because several attractive items are missing. Also the formerly popular “Kratochvílení” (theatre plays connected to the castle history, performed on a stage above the moat) could be organized again. The suggestions should make the park more popular and of course attract new visitors.

A major problem was a lack of information at the entrance cash desk so this should change in the future. The suggested changes include a historic fountain and a large aviary with exotic birds. Last but not least, there is a problem with the cycling/walking path from Netolice: a new one should not cross the railway so it would be much safer and also better situated with several points of interest.

The results of this work could be used to increase the park attractiveness for tourists and also for a following research that would intensify the knowledge.

Keywords – tourism, visitor, importance, castle park, Kratochvíle, culture, sightseeing

8 Seznam pramenů a použité literatury

- CICHROVÁ Kateřina, Dagmar GERŠLOVÁ a Markéta SLABOVÁ. *Objevování renesanční zahrady zámku Kratochvíle*. Vyd. 1. Ilustrace Lucie Müllerová. České Budějovice: Národní památkový ústav, územní odborné pracoviště v Českých Budějovicích, 2008, [20] s. Didactica. ISBN 978-80-85033-11-3.
- ČERMÁKOVÁ Anna a František STŘELEČEK. *Statistika I*. 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 1995, 167 s. ISBN 80-704-0126-5.
- DAVID Petr. *888 hradů, zámků, tvrzí České republiky*. 1. vyd. Praha, 2002, 335 s., 58 s. obr. příl. ISBN 80-701-1709-5.
- FRANCOVÁ Eva. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003, 119 s. Skripta (Univerzita Palackého). ISBN 80-244-0719-1.
- GOELDNER Charles a Brent RITCHIE. *Tourism: principles, practices, philosophies*. Eleventh ed. Hoboken, N. J.: John Wiley, c2009, xix, 624 p. ISBN 04-700-8459-6.
- GÚČIK Marian. *Krátký slovník cestovního ruchu*. 1. vyd. Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovního ruchu, 2004, 175 s. ISBN 80-88945-73-9.
- GÚČIK Marian., *Základy cestovního ruchu*. 1. vyd. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB v Banskej Bystrici, 2000. 152 s. ISBN 80-8055-355-6.
- HEIKE Karel. *České zámecké parky a jejich dřeviny*. 1. vyd. Praha: Státní zemědělské nakladatelství, 1984, 459 s.
- HENDL Jan. *Přehled statistických metod zpracování dat: analýza a metaanalýza dat*. Vyd. 2., opr. Praha: Portál, 2006, 583 s. ISBN 80-736-7123-9.
- HINDLS Richard a kol. *Statistika pro ekonomy*. 8. vyd. Praha: Professional Publishing, 2007, 415 s. ISBN 978-80-86946-43-6.
- HLADKÁ Jitka. *Technika cestovního ruchu*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 1997, 161 s. ISBN 80-716-9476-2.
- HOLEČEK, Milan, Peter MARIOT a Miroslav STRÍDA. *Zeměpis cestovního ruchu: učebnice pro hotelové a jiné střední školy: příručka pro průvodce cestovního ruchu*. Praha: Vydavatelství České geografické společnosti, 1999, 99 s. ISBN 80-86034-39-9.

- HORNER Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: [aplikovaný marketing služeb]*. Praha: Grada, c2003, 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
- HRALA Václav. *Geografie cestovního ruchu*. 4. upr. vyd. V Praze: Idea servis, 2002, 173 s. ISBN 80-859-7036-8.
- CHROMÝ Pavel. *Jihočeský kraj*. 1. vyd. Praha: Kartografie Praha, 2003, 158 p. ISBN 80-701-1734-6.
- INDROVÁ Jarmila a kol. *Cestovní ruch I*. Vyd. 1. V Praze: Oeconomica, 2004, 113 s., [1] s. obr. příl. ISBN 80-245-0799-4.
- JAKUBÍKOVÁ Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- KESNER Ladislav. *Marketing a management muzeí a památek*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 304 s. ISBN 80-247-1104-4.
- KESNER Ladislav a kol. *Management kulturního cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. Dostupné z: http://mmr.cz/getmedia/14877228-db10-4831-a911-c3cc70ed5435/GetFile12_3.pdf
- KOBLASA Pavel a Daniel KOVÁŘ. *Panská sídla jižních Čech: 433 hradů, zámků a tvrzí*. Vyd. 1. České Budějovice: Veduta, 2003, 215 p., [16] p. of plates. ISBN 80-903-0404-4.
- KOTLER Philip a kol. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- KUČEROVÁ Irah. *Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Idea Servis, 1997, 153 s. ISBN 80-859-7014-7.
- KUNEŠOVÁ Eva a Alena NEDVĚDOVÁ. *Technika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 1992, 206 s. Educa '99. ISBN 80-856-2332-3.
- MALÁ Vlasta. *Cestovní ruch: (vybrané kapitoly)*. Vyd. 1. V Praze: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999, 83 s. ISBN 80-707-9443-7.

- MCKERCHER Bob a Hilary DU CROS. *Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management*. New York: Haworth Hospitality Press, c2002, xiii, 262 p. ISBN 07-890-1106-9.
- Mezinárodní dokumenty o ochraně kulturního dědictví* [online]. 1. vyd. Editor Jana Poláková. Praha: Národní památkový ústav, ústřední pracoviště, 2007, 235 s. [cit. 2013-03-25]. ISBN 978-808-7104-149.
Dostupné z: <http://www.npu.cz/download.php?FNAME=1198226060.upl&ANAME=elpubl071221icomos.pdf>
- Motivace k návštěvě turistických regionů v České republice*. CzechTourism: databáze výzkumů a analýz agentury CzechTourism [online]. © 2004, [cit. 2013-03-25]
Dostupné z: http://vyzkumy.czechtourism.cz/0325_/motivace-k-navsteve-turistickych-regionu-v-ceske-republice
- MOTULSKY Harvey. *Intuitive biostatistics*. New York: Oxford University Press, 1995, xx, 386 p. ISBN 01-950-8607-4.
- NAVRÁTIL Josef. *Návštěvník jako rozvojový faktor navštíveného místa: aplikovaná geografie cestovního ruchu na příkladu vody v turistických regionech jižní Čechy a Šumava*. 1. vyd. Praha: Alfa Nakladatelství, 2012, 189 s. Ekonomie studium. ISBN 978-80-87197-50-9.
- NAVRÁTIL Josef, Kamil PÍCHA a Jaroslava HŘEBCOVÁ. *The importance of historical monuments for domestic tourists: The case of South-western Bohemia (Czech Republic)*. Moravian Geographical Reports, 2010, roč. 18, č. 1.
Dostupné z: http://www.geonika.cz/EN/research/ENMgr/MGR_2010_01.pdf
- PALATKOVÁ Monika. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2.
- PAVLÁTOVÁ Marie, Marek EHRlich a kol. *Zahrady a parky jižních Čech*. 1. vyd. Praha: Společnost pro zahradní a krajinářskou tvorbu, c2004, 415 s. ISBN 80-902-9106-6.
- PETRŮ Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 1999, 107 s. ISBN 80-859-7029-5.

- RENNER Edmund. *Mathematisch-statistische Methoden in der praktischen Anwendung*. 2. neubearbeitete Aufl. Berlin: P. Parey, 1981. ISBN 34-896-1334-1.
- RICHARDS Greg. *Cultural tourism: global and local perspectives*. New York: Haworth Hospitality Press, c2007, xx, 347 p. ISBN 07-890-3117-5.
- RICHARDS Greg a Wil MUNSTERS. *Cultural tourism research methods*. Wallingford, Oxfordshire, UK: Cambridge, Mass., c2010, xiii, 228 p. ISBN 978-184-5935-184.
- RITCHIE Brent a Geoffrey CROUCH. *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. Oxon, UK: CABI Pub., 2003, xvii, 272 p. ISBN 08-519-9664-7.
- RYGLOVÁ Kateřina. *Cestovní ruch: učební texty pro studenty BA (Hons) in Business Management a studenty PEF MZLU v Brně*. Vyd. 1. Brno: Brno International Business School, 2003, 67 s. ISBN 80-865-7592-6.
- SCHEINPFLUGOVÁ Soňa a Marcela NOVÁKOVÁ. *Hrady a zámky v Čechách, na Moravě, ve Slezsku*. 2., opr. vyd. Ilustrace Jiří Louda. Praha: Olympia, 1998, 197 s. Navštivte--. ISBN 80-703-3494-0.
- ŠTĚPÁNEK Vít, Ludvík KOPAČKA a Jiří ŠÍP. *Geografie cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2001, 228 s. ISBN 8024601729.
- TROUP Vojtěch. *Kratochvíle: zámek*. 1. vyd. Praha: ČTK-Pressfoto, 1991, ca 22 s. ISBN 80-704-6072-5.
- VYSTOUPIL Jiří a kol. *Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2007, 98, [8] s. příl. ISBN 978-802-1042-636.
- WÖHE Günter, Eva KISLINGEROVÁ a Zuzana MAŇASOVÁ. *Úvod do podnikového hospodářství*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, xxix, 928 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7179-897-2.
- ZVÁROVÁ Jana. *Základy statistiky pro biomedicínské obory*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2002, 218 s. ISBN 80-718-4786-0.

9 Seznam obrázků

<i>Obrázek 1: Pohlaví respondentů, n=196.....</i>	21
<i>Obrázek 2: Věková struktura, n=196</i>	22
<i>Obrázek 3: Četnost návštěv parků, n=196</i>	22
<i>Obrázek 4: Vztah k historii, n=196</i>	23
<i>Obrázek 5: Dílčí aktivity, n=196</i>	23
<i>Obrázek 6: Motiv návštěvy, n=196.....</i>	25
<i>Obrázek 7: Atraktivní prvky, n=196</i>	27
<i>Obrázek 8: Co Vás zde mile překvapilo? n=185.....</i>	28
<i>Obrázek 9: S čím jste byli v parku nejméně spokojeni? n=196.....</i>	29
<i>Obrázek 10: Korelační matice motivace k návštěvě parku</i>	30
<i>Obrázek 11: Korelační matice atraktivních prvků v zámeckých parcích</i>	31
<i>Obrázek 12: Vliv pohlaví na důležitost péře kvetoucích keřů v zámeckých parcích, n=196.....</i>	34
<i>Obrázek 13: Vliv věku na vztah k věkovitým stromům, sahající svým životem do historie zámku, n=196.....</i>	39
<i>Obrázek 14: Vliv počtu navštívených parků na důležitosti prvku poučení o krajinné historii, n=196</i>	42

10 Seznam tabulek

<i>Tabulka 1: Porovnání rozdílů v motivaci k návštěvě, n=196</i>	<i>32</i>
<i>Tabulka 2: Porovnání rozdílů vnímání atraktivních prvků v zámeckých parcích, n=196.....</i>	<i>33</i>
<i>Tabulka 3: Porovnání rozdílů v motivaci k návštěvě, n=196</i>	<i>35</i>
<i>Tabulka 4: Porovnání rozdílů vnímání atraktivních prvků v zámeckých parcích, n=196.....</i>	<i>37</i>
<i>Tabulka 5: Rozdíly v motivaci k návštěvě podle četnosti návštěv zámeckých parků v předcházejícím roce, n=196</i>	<i>40</i>
<i>Tabulka 6: Porovnání rozdílů vnímání atraktivních prvků v zámeckých parcích, n=196.....</i>	<i>41</i>

11 Seznam příloh

Příloha 1: Zámecká zahrada spolu se zámkem Kratochvíle

Příloha 2: Vstup do zámeckého areálu

Příloha 3: Zima na Kratochvíli

Příloha 4: Zámecký areál v zimě

Příloha 5: Státní zámek Kratochvíle v letní sezóně

Příloha 6: Zámecký pánv

Příloha 7: Počátek jara na Kratochvíli

12 Přílohy

Příloha 1: Zámecká zahrada spolu se zámekem Kratochvíle



Zdroj: Vlastní fotografie

Příloha 2: Vstup do zámeckého areálu



Zdroj: Vlastní fotografie

Příloha 3: Zima na Kratochvíli



Zdroj: Vlastní fotografie

Příloha 4: Zámecký areál v zimě



Zdroj: Vlastní fotografie

Příloha 5: Státní zámek Kratochvíle v letní sezóně



Zdroj: Vlastní fotografie

Příloha 6: Zámecký páv



Zdroj: Vlastní fotografie

Příloha 7: Počátek jara na Kratochvíli



Zdroj: Vlastní fotografie