



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta
Katedra geografie

Bakalářská práce

Analýza vybraných složek cestovního ruchu města Strakonice

Vypracoval: Josef Němec
Vedoucí práce: RNDr. Růžena Štemberková

České Budějovice 2015

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

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce.

Souhlasím dále s tím, aby stejnou 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 19. 7. 2015

Podpis studenta

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval vedoucí bakalářské práce paní RNDr. Růženě Štemberkové za ochotu, vstřícnost, odbornou pomoc i čas, který mi poskytovala během realizace této práce. Dále bych rád také poděkoval panu RNDr. Stanislavu Kraftovi, Ph.D. za užitečné rady, které moji práci navedly do výsledné podoby, ale také ostatním kolem mě, bez kterých bych možná všechno vzdal již na počátku.

Anotace

Němec, J. (2015): Analýza vybraných složek cestovního ruchu města Strakonice. Bakalářská práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Pedagogická fakulta, katedra geografie, 52 s.

Předkládaná bakalářská práce je rozdělena do třinácti kapitol – včetně úvodní a závěrečné kapitoly, zdrojů a příloh. Zabývá se dílčí analýzou vybraných složek cestovního ruchu v okresním městě Strakonice. Snaží se zachytit podstatné souvislosti, které mají význam v rozvoji daného území z hlediska cestovního ruchu. Zároveň blíže mapuje historii města, která má přímý vliv na vznik a zachování pamětihodností ve městě. Součástí práce je i vlastní výzkumné šetření dvou segmentů podílejících se na cestovním ruchu, a to ubytovacími a stravovacími zařízeními ve městě Strakonice a samotnými turisty, jež město kdy navštívili.

Klíčová slova: cestovní ruch, jižní Čechy, město Strakonice, výzkumné šetření, turisté

Abstract

Němec, J. (2015): Analysis of the selected components of tourism in the town Strakonice. Bachelor thesis. University of South Bohemia in České Budějovice, Faculty of Education, Department of Geography, 52 p.

The present thesis is divided into thirteen chapters – including the introduction and the conclusion, resources and appendices. It deals with the partial analysis of the selected components of tourism in the district town Strakonice. It tries to capture the substantial connection that are important for the development of the area in terms of tourism. At the same time the thesis closely maps the history of the town, which has a direct impact on the formation and preservation of the sights in the town. The thesis also has its own research survey between the two segments involved in the tourism, that is the accommodation and the catering facilities in Strakonice and the tourists have visited the town.

Key words: tourism, Southern Bohemia, town Strakonice, research survey, tourist

Obsah

1. ÚVOD A CÍLE PRÁCE	7
2. DISKUZE S LITERATUROU	10
3. METODIKA PRÁCE	12
4. TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE	14
4.1 Faktory ovlivňující cestovní ruch.....	14
4.1.1 Lokalizační faktory.....	14
4.1.2 Realizační faktory.....	15
4.1.3 Selektivní faktory	16
4.2 Vývoj cestovního ruchu v Evropě.....	17
4.3 Cestovní ruch v České republice po roce 1989.....	18
4.4 Cestovní ruch Jihočeského kraje a vybraných okresních měst	23
5. CHARAKTERISTIKA ŘEŠENÉHO ÚZEMÍ	25
5.1 Fyzicko-geografická charakteristika	25
5.2 Socioekonomická charakteristika.....	25
5.3 Historický vývoj města Strakonice	26
5.4 Atraktivita města	28
6. ZÁKLADNÍ INFORMACE O CESTOVNÍM RUCHU MĚSTA STRAKONICE ...	31
7. DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ A ANALÝZA	35
7.1 Ubytovací a stravovací zařízení	35
7.2 Turisté ve městě	39
8. SYNTÉZA POZNATKŮ A INTERPRETACE DO PRAXE	47
ZÁVĚR	50
ZROJE INFORMACÍ.....	53
Seznam odborné literatury	53
Seznam regionální literatury	54
Seznam propagačních materiálů	55
Seznam elektronických zdrojů	55
SEZNAM GRAFŮ	60
SEZNAM TABULEK	61
PŘÍLOHY	62
Tabulkové přílohy	62
Mapové přílohy	65
Dotazníkové přílohy.....	68
Fotografické přílohy.....	78

1. ÚVOD A CÍLE PRÁCE

Cestovní ruch získává v posledních letech na významu a v žebříčku přísunu financí do státní pokladny se dostává na přední místa. Rozvoj cestovního ruchu přináší mnohým státům růst hrubého domácího produktu. Proto není divu, že se ho země po celém světě, včetně České republiky, snaží ve větší míře podporovat, a tím zvyšovat příchod turistů a tedy i financí do příslušného regionu daného státu. Kam turisté zamíří, závisí na několika faktorech. Především se jedná o potencionální nabídku místních lokalit. Nabízí se tu rozmanitá paleta historických památek, přírodních zajímavostí, kulturních, zážitkových či sportovních akcí. Rozhodující je ale také kvalita ubytovacích a stravovacích zařízení a dostupnost těchto míst v rámci vybudované dopravní sítě.

Tato bakalářská práce se zaměřuje na analýzu vybraných složek cestovního ruchu v okresním městě Strakonice.

Hlavním cílem je tedy analýza cestovního ruchu města Strakonice s představením výsledků a zařazení města v hierarchii okresních měst Jihočeského kraje z hlediska důležitosti cestovního ruchu.

K dílčím cílům se dále řadí:

1. představení atraktivit města, nejen historického, ale i přírodního a kulturního potencionálu;
2. dotazníkového šetření z pohledu místních podnikatelů v oblasti cestovního ruchu a turistů, kteří do města zavítají; hlavním předmětem zkoumání je míra spolupráce mezi subjekty a městem, struktura návštěvnosti, ale i požadavky návštěvníků a turistů na ubytování i jejich hlavní impulz, který je do města přivádí;
3. syntéza a interpretace zjištěných informací;
4. odvození typického návštěvníka města Strakonice.

Strakonice se svými necelými dvaceti třemi tisíci obyvateli se nemůžou, na rozdíl od sousedního dříve královského města Písku, pochlubit zachovalým historickým jádrem. Chybí jim dokonce i čtvercové náměstí, které nahrazují dvě pod sebou vedoucí ulice. Nicméně jsou Strakonice turisticky přitažlivé národní kulturní

památkou v podobě strakonického hradu. Historie hradu je spjata nejen s významným rodem Bavorů, který by se mohl řadit k tak důležitým rodovým liniím, jakou byla linie Rožmberků, ale také s řádem johanitským, později známějším pod názvem maltézští rytíři. V areálu strakonického hradu se nachází nejstarší část tohoto objektu – Kapitulní síň s ambity vymalovanými nástěnnými freskami světců – ale také vyhlídková věž Rumpál s břitem či černou kuchyní, a to vše pod současnou správou Muzea středního Pootaví.

Nejsou to však jen historické budovy, na které mohou být Strakonice jako takové pyšné, ale také na produkty tohoto města v průmyslovém odvětví. Právě ze Strakonice totiž pochází česká výroba fezů, jež si mohou turisté zakoupit i jako suvenýr nyní v Městském informačním středisku Strakonice. Výroba těchto tureckých pokrývek hlavy se začala průmyslově rozvíjet již od roku 1812, a to díky židovským obchodníkům z rodu Steinů, Fürthů a Zuckerů. Později se z těchto výroben vyvinuly závody Fezko a Tonak. Kromě textilního průmyslu město proslulo také výrobou zbraní, motocyklů i kol v závodě České zbrojovky z roku 1919. Za zmínku stojí i jeden z posledních soukromých pivovarů vlastněným městem v Čechách produkující pivo značky Dudák, jehož pivo se točí i na Šumavě a v jiných městech po celém Jihočeském kraji, které tak město Strakonice reprezentuje.

V dnešní době láká Strakonicko turisty také především pro široké kulturní vyžití. Ve Strakonících se každoročně konají hudební, folklorní slavnosti a tradiční městské přehlídky. Nachází se zde také kulturní dům, hradní muzeum i několik společenských prostor k pořádání výstav známých i méně známých, začínajících umělců. Mezi nejvyhledávanější události můžeme zařadit Mezinárodní dudácký festival, Skupovy Strakonice, Rumpálování nebo Václavskou či Pivovarskou pouť.

Turisté nachází ve Strakonících také sportovní či rekreační vyžití, ať už jde o tenisový a fotbalový areál, plavecký nebo zimní stadion, basketbalovou, volejbalovou či florbalovou halu nebo skate park, vše je turistům přístupné. Městem a jeho okolím vedou cyklistické a pěší stezky, jejichž některé části mají naučnou formu. Strakonice protéká řeka Otava, která je turisticky hojně využívána na vodácké trase z města Sušice do města Písku.

Bakalářská práce je členěna do několika kapitol, které obsahují další podkapitoly k hlubšímu rozšíření a doplnění tématu. Úvod předkládá cíle práce a blíže seznamuje s členěním této práce. Následující kapitoly se věnují diskuzi s literaturou a metodice

práce, která je zaměřená na komparativní metodu a kvantitativní výzkum v podobě dotazníkového šetření mezi turisty a ubytovacími či stravovacími zařízeními. Dále jsou zmíněná teoretická východiska, jež přibližují téma cestovního ruchu z globálního hlediska přes vývoj v České republice po roce 1989 až k vybraným ukazatelům cestovního ruchu některých okresních měst Jihočeského kraje. Dále dojde k seznámení s danou lokalitou ze socioekonomického a historického hlediska. Zmíněny budou také atraktivita, hmotné i nehmotné, které mají vliv na rozvoj cestovního ruchu. V neposlední řadě budou uvedeny informace o návštěvnosti města. Podstatnou částí práce je vlastní výzkumné šetření s analýzou, které by mělo odpovědět na výzkumné otázky. Odpovědi vyplývající z dotazníkového šetření budou shrnuty v následné syntéze a závěru s klady i zápory dané oblasti a definováním typického návštěvníka města.

2. DISKUZE S LITERATUROU

K problematice cestovního ruchu jako takového toho bylo napsáno poměrně mnoho, a to ačkoliv se tento obor dostal do širšího povědomí až ve druhé polovině 20. století. Věnovalo se mu mnoho odborníků i znalců, ze kterých samozřejmě čerpá i tato práce.

Jmenujme například dílo Indrové a kol. (2009) z pražského nakladatelství Oeconomica, jež se na bezmála sto dvaceti stranách snaží přehledně a systematicky rozšiřovat povědomí o základních motivech rozvoje tohoto odvětví. Poukazuje blíže na důležitá hlediska, která přímo ovlivňují tento sektor terciární sféry, a zaobírá se aspekty, jež ovlivňují přemísťování turistů, ale i vztahy mezi jednotlivými subjekty a cílovou destinací. Více jsou tu prohloubeny znalosti o ubytovacích službách, kterých se také týká předkládaná bakalářská práce, o jejich dopadu na konečné rozšiřování nabídky pro veřejnost, jež vedou ruku v ruce s kulturním dědictvím České republiky, které využívá a na které láká. V poslední třetině knihy se blíže věnuje ochraně těchto památek, mezinárodním organizacím a rozvoji územních celků pod vlivem vzrůstajícího cestovního ruchu.

Poměrně rozsáhlá kniha od Halla, Stephena (2002) přináší ve svém druhém aktualizovaném vydání všeobecné shrnutí poznatků o vzrůstající poptávce po rekreaci a cestovním ruchu a jejich dopadech na život rezidentů. Přibližuje základní faktory rozdělení cestovního ruchu i důsledky vstupu České republiky do Evropské unie. V rámci tohoto evropského společenství došlo v České republice k rozšíření nabídky turisticky atraktivních míst v rámci dotačních titulů, které vylepšily dopravní obslužnost, zrenovovaly se historické památky apod.

Zákonitostmi a hlavními činiteli cestovního ruchu přispěl i Hrala (2001). Ten osvětlil různé aktivity, jež jsou přímo i nepřímo součástí tohoto odvětví. Zároveň přináší přehled o hlavních oblastech realizace a koncentrace cestovního ruchu, jeho předpokladech, která mají z části nepřímý vliv na vůbec vznik tohoto segmentu terciárního sektoru.

Palatková, Zichová (2011) přiblížily ve své knize společné znaky, které přispívají k vzrůstajícímu počtu příjmů, vyšší zaměstnanosti, k tvorbě neopakovatelných zážitků a k novým cílům, jež by vedly ještě k většímu využití cestovního ruchu v daných destinacích. I to se promítá v některé z kapitol práce.

K tématu cestovního ruchu se vztahuje i dílo Páskové, Zelenky (2012), který

přináší do zmiňované problematiky světlo poznání prostřednictvím více jak čtyřmi tisíci odborných termínů i technik a metod ze všech oborů, jež by se mohly vztahovat či prolínat v cestovním ruchu. Vše je systematicky proloženo praktickými příklady i s velkým množstvím fotografií.

I kniha Touška a kol. (2008) přispěla také svoji podstatnou měrou ke vzniku této bakalářské práce. Jednou z obsáhlých deseti kapitol v této publikaci je i oblast zabývající se geografii cestovního ruchu. Přináší pohled z globálního hlediska, které se poté blíže zaměřuje na Evropu ale i Českou republiku, jež je nedílnou součástí výjezdového i příjezdového cestovního ruchu.

Opomenout se nesmí ani kniha Vystoupila a kol. (2006), ve které je k naleznutí množství map našeho státu včetně Jihočeského kraje. Ty se věnují jak materiální složce s přítomností určitého objektu historické, kulturní či významné hodnoty, tak i sociální části, která zahrnuje podnikatelskou aktivitu, zaměstnanosti či hromadná ubytovací zařízení, jež jsou součástí kvantitativního výzkumu této práce.

Nebyla to však jen geografická díla, která jsou využita v bakalářské práci, ale také různé internetové zdroje, které doplňují a zpřesňují informace o terciérním sektoru, jako například česká agentura cestovního ruchu CzechTourism (2014), Český statistický úřad – ČSÚ (2015) – či World Tourism Organization – UNWTO (2014), apod.

3. METODIKA PRÁCE

Podstatnou část této bakalářské práce tvoří dotazníkové kvantitativní šetření, které je jedním z dílčích cílů práce, jež bylo zmíněno v úvodní části. Zvoleno bylo z důvodu možnosti rychlého sběru dat, snadnějšího převodu odpovědí do čísel a získání relativně nezávislých výsledků. Tento typ výzkumu vychází z pozitivistického myšlení. Využívá procesu dedukce, který počíná určitou teorií, jež je následovaná vytvořením hypotéz, výběrem metody zkoumání, samotným sběrem dat, testováním hypotéz a také konečnou interpretací výsledků a jejich zobecněním. Podle Hendla (2012) se kvalitativní výzkum vyznačuje zkoumáním určitého problému s kvantifikovatelnými, měřitelnými vlastnostmi objektů, jejímž prostřednictvím se ověřují dané hypotézy.

Velmi důležitou částí šetření je prvotní definování výzkumného problému, od kterého se odvíjí pomocné otázky, které vedou k tzv. předpokladům dnešních skutečností, tedy k hypotézám hledajícím příčinu mezi dvěma či více proměnnými. Ty mohou vzniknout pouze na základě předem nastudovaných a ověřitelných informací (Hendl, 2012).

Kvantitativní metoda výzkumu se provádí nejčastěji za pomoci dotazníků prostřednictvím mnoha forem distribuce. Dvě formy strukturovaných dotazníků – tištěné a elektronické – byly využity i pro účely této práce a to pro dva druhy respondentů: turisty a ubytovací a stravovací zařízení. Právě ubytovací a stravovací zařízení byla v tomto šetření spojena pod jednu kategorii, neboť většina z lokálních objektů zahrnuje oba typy těchto zařízení v jednom a tom samém objektu. Dvě z podkapitol hlavní části bakalářské práce – Ubytovací a stravovací zařízení a Turisté ve městě – byly zpracovány na základě provedeného dotazníkového šetření.

Inspirací pro oba vzniklé dotazníky byly náhodně nalezené dotazníky k podobnému tématu na webových stránkách agentury CzechTourism (2014), ze kterých byly použity některé typy otázek, a to jak uzavřených, tak i těch otevřených, které se přibližují ke kvalitativní metodě. Zbytek byl doladěn v rámci hlavních předmětů ve vytyčených dílčích cílech práce, jako například míra spolupráce mezi subjekty apod.

Všechny dotazníky byly předem vyzkoušeny v pilotním šetření na pěti náhodně vybraných lidech prostřednictvím sociální sítě Facebook a následně byly upraveny detaily, které by mohly být pro respondenty nejasné. Jelikož dotazník zahrnuje

i otevřené otázky, dostávají se do kvantitativního výzkumu prvky kvalitativního šetření. Jedná se tedy o částečně smíšenou strategii výzkumu pro Analýzu vybraných složek cestovního ruchu města Strakonice, který by měl být nejen reliabilní, přesný a spolehlivý, ale především i validní, tedy natolik dobře vytvořen, aby byl znovu ověřitelný a porovnatelný.

Nejprve proběhlo dotazování místních ubytovacích a stravovacích zařízení (Dotazník č. 1), která nabízejí a poskytují služby turistům i návštěvníkům ve Strakonících. Při výzkumu byl využit stratifikovaný náhodný výběr, kdy během července a srpna 2014 bylo osloveno patnáct hromadných ubytovacích zařízení ve Strakonících, prostřednictvím e-mailu a osobního předání dotazníku. Vrátilo se celkem deset odpovědí z patnácti možných.

Během července i srpna 2014 proběhl sběr dat i z druhého dotazníku, který byl k dispozici ve dvou jazykových mutacích (Dotazník č. 2 a 3) v tištěné podobě v Městském informačním centru ve Strakonících i v digitální podobě (Dokumenty Google, 2014) sdílené přes sociální síť Facebook. Prostřednictvím internetu se vrátilo od respondentů čtyřicet devět odpovědí a dalších osm z Městského informačního centra Strakonice.

Součástí analytické části a posléze i syntézy a interpretace výsledků do praxe cestovního ruchu není jen dotazníkové šetření, ale také jedna z dalších metod, která byla v práci použita. Jedná se o komparativní, někdy také srovnávací, geografickou metodu, jež porovnává srovnatelné ukazatele objektů nebo jevů, aby se jejím prostřednictvím ukázaly znaky, které mají společné či odlišné.

Týká se primárně makrokvantitativní (makrosociální) analýzy pracující s tvrdými daty a využívající statistických metod analýzy dat. V 90. letech se však začal užívat rovněž termín kvalitativní komparativní analýza právě pro metodu vyvinutou Charlesem Raginem. Obecně pak lze za komparativní analýzu označovat jakýkoliv srovnávací výzkum, kde jsou srovnávané oblasti rozkládány do dílčích jevů a ukazatelů (Čerba, 2004).

Zde se bude jednat o regionální metodu komparace, jejímž smyslem bude získat shodné či odlišné hodnoty socioekonomického směru mezi městem Strakonice a dvěma okresními městy ve shodném kraji Jihočeském – nedalekým Pískem a vzdálenějšími Prachaticemi. K vhodnému znázornění napomůže i kartografická metoda diagramové mapy (kartodiagramu), která je prostředníkem k vyjádření souhrnné hodnoty daného ukazatele v územní jednotce ve formě určité značky.

4. TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

Kapitola podává přehled o faktorech, jež mají přímý vliv na vznik a podobu cestovního ruchu na daném území, o hromadných ubytovacích zařízeních, kulturním dědictví a v neposlední řadě se zde rekapituluje vývoj cestovního ruchu ve světě se zaměřením na Evropu a Českou republiku po roce 1989 i na vybrané ukazatele cestovního ruchu vybraných okresních měst Jihočeského kraje.

4.1 Faktory ovlivňující cestovní ruch

Důsledky globálních událostí a skutečností mají přímý i nepřímý dopad na turismus jako takový. Ať už se jedná o urbanizaci s přílivem lidí do měst a zvýšenou poptávkou po zpětném poznání tradičního venkova a přírody; o stále větší zájem o zdravý životní styl či o samotnou touhu seznámit se s nikdy nepoznanými místy na světě a s lokálními jedinečnými kulturami.

Mnozí autoři se proto shodují v tom, že na vývoj a samotné uspořádání cestovního ruchu mají vliv tři podstatné faktory. A to lokalizační s přírodními a společenskými atraktivitami, realizační s dopravou, ubytováním a dalším službami a selektivní s politickým i psychologickým pohledem.

4.1.1 Lokalizační faktory

To, co se „musí vidět“, symbolizuje hlavní podstatu lokalizačních faktorů, jež jsou přímo závislé na prakticky neměnných přírodních podmínkách daného území, kde je cestovní ruch provozován, a na společenských aktivitách s tím spjatých. Význam tohoto faktoru je natolik podstatný, že dopředu říká, jaký cestovní ruch v dané lokalitě by byl nejvhodnější a jak dlouho se zde potencionální turisté budou zdržovat. Díky tomu se lokality mohou vymezovat od jiných turistických oblastí, regionů a destinací, se kterými si konkurují (Čerba, 2004).

Přírodní část lokalizačních faktorů, jak se píše v Palatkové, Zichové (2011), zaujímá nejen činitele klimatických, geologických, hydrologických, morfologických poměrů, ale i faunu a flóru. Dalo by se říci, že čím je klima vlidnější, krajina pestřejší s jedinečnými prvky, které nejsou na světě obvyklé a nejlépe jsou na seznamu světového dědictví UNESCO, tím mají větší předpoklady k tomu, aby zde návštěvnost byla co nejvyšší. Vyhledávány jsou proto především horské a pobřežní oblasti s množstvím geologických zvláštností, kde turisté hodnotí především krásu krajinné

sféry a kam podnikají pěší turistiku, cykloturistiku, v zimě vyrazí na běžky, apod.

K neopomíjené složce lokalizačních faktorů, jak se vyjadřuje i Čerba (2004), se řadí, nejen již zmíněné přírodní památky různého druhu, ale i společenské atraktivity ve formě stálých objektů (hrady, zámky,...), s nejvýše postavenými pamětihodnostmi na seznamu UNESCO, v těsném závěsu s národními kulturními památkami nebo jednorázovými činnostmi (koncerty, festivaly,...), s dnes vzrůstající poptávkou po gastronomickém odvětví a zábavných parcích.

Ve většině lokalit dominuje jedna významná památka, která přiláká cizí turisty do dané oblasti. V blízkém okolí se pak většinou vyskytují další památky, které však již takové důležitosti nedosahují, ale díky velkému zájmu o významnější památku mají také poměrně velkou návštěvnost.

K turistickým lákadlům patří různé akce a festivaly pořádané městy, ale také veletrhy a výstavy v rámci kongresového cestovního ruchu. Díky pravidelným rekonstrukcím a postupnému vývoji a modernizaci služeb není v dnešní době problém navštívit veřejně přístupné památky. Rozvoj dopravních služeb a postupný vývoj pozemních komunikací výrazně přispěl k většímu využívání cestovního ruchu (Hrala, 2001).

4.1.2 Realizační faktory

Realizační faktory by se daly shrnout tím, že slouží k tomu, aby se cestovatel na dané místo vůbec dostal, měl se kde ubytovat a občerstvit. Proto by se dalo tvrdit, že tvoří tu nejpodstatnější část, která má vliv na konečnou realizaci cestovního ruchu. Využívá k tomu dopravu, která zajišťuje – nejlépe bezpečný, rychlý, pohodlný a levný – styk mezi účastníkem turistického ruchu a cílenou destinací s ohledem na životní prostředí, a požadovanou infrastrukturu ubytovacích, stravovacích a ostatních služeb s dostatečnou kapacitou, nabídkou a především kvalitou, na které by se mělo trvat. Částečně ji hlídá motivační šetření o spokojenosti, požadavcích a základních informacích o návštěvníkovi, které provádí ubytovací zařízení (Palatková, Zichová, 2011).

Jedním z podstatných realizačních faktorů jsou hromadná ubytovací zařízení, která patří k základům pro územní infrastrukturu cestovního ruchu. Institucí, která sleduje počet ubytovacích zařízení na území České republiky je Český statistický úřad (ČSÚ). Data pro zhodnocení počtu hromadných ubytovacích zařízení na našem území přejímá z Registru ubytovacích zařízení. Dle ČSÚ musí hromadná ubytovací zařízení

disponovat nejméně pěti pokoji nebo deseti lůžky, aby splňovalo dané státní podmínky.

V Palatkové, Zichové (2011) je uvedeno, že na našem území se nacházejí různé typy hromadných ubytovacích zařízení: penziony, turistické ubytovny, hotely, chatové osady, kempy apod. Penzionem se rozumí takový objekt, který má nejméně pět pokojů a je řazen do čtyř tříd s omezenou nabídkou společenských a doplňkových služeb. Turistická ubytovna je naopak charakterizována jako nejjednodušší typ ubytování, kde se v jednotlivých místnostech nachází větší počet lůžek.

Podle údajů zjištěných ze statistik ČSÚ můžeme říci, že rok od roku jsou hromadná ubytovací zařízení čím dál více využívána turisty jako přechodná ubytování, a to především v zimních a letních měsících v odpočinkových destinacích. V zimním období míří turisté především do horských středisek, užít si zimní radovánky a zalyžovat si. Naopak v letních měsících, v období velkých prázdnin, dávají turisté přednost spíše jiným střediskům, jako jsou kempy nebo chatové osady poblíž jezerních či jiných vodních ploch, kde turisté užívají slunečného počasí a zvlášení ve vodě.

4.1.3 Selektivní faktory

Selektivní, někdy nazývané stimulační faktory určují, zda vůbec v dané destinaci může existovat cestovní ruch. Pokud ano, kdo sem přijede a v jakém počtu. Také určuje úroveň spolupráce mezi jednotlivými subjekty a psychologické rozpoložení cestujícího, kterého řídí povětšinou vnitřní motivace a jeho postoje.

V díle Ryglové, Buriana, Vajčnerové (2011) se selektivní faktory rozdělují na objektivní a subjektivní. Prvně jmenované zahrnují politické, ekonomické, demografické i administrativní skutečnosti, které odrážejí aktuální mírová uspořádání, politickou nestabilitu dané země; možnost volného pohybu osob i samotného kapitálu, prezentaci dané turistické oblasti; hlavní lidský faktor jako pracovní síly a hlavního účastníka cestovního ruchu; a předpisy, zákony s povinností očkovat, atd.

Naopak subjektivní sekce selektivních faktorů říká dle Čerby (2004) více o psychologii všech zainteresovaných subjektů v cestovním ruchu. Ať už je to propagace a reklama, širší nabídka s většími možnostmi, přívětivost místních obyvatel, ale také individualismus s novým životním stylem, jehož masovost může ohrozit kvalitu života místních i prostředí, ve kterém žijí. Pak dochází k demarketingu, kdy se sníží dané poptávky.

4.2 Vývoj cestovního ruchu v Evropě

Všechny tři zmíněné faktory ovlivňuje především samotný rozvoj cestovního ruchu a jeho jednotlivých spoluúčastníků. Všichni autoři se shodují v tom, že vývoj cestovního ruchu je třeba vnímat z hlediska společensko-ekonomického vývoje, který byl a nadále stále je v celém světě naprosto odlišný, a proto bývá nejčastěji rozdělen na tři až čtyři fáze, dle autora.

Jedno z dělení se nachází v knize Goeldnera, Ritchieho (2014), kde se přibližují i nejstarší možné prvopočátky, které jsou kladeny až do dob starověku, kdy se například pozitivně i negativně projevovaly selektivní faktory. Hlavním impulzem se stala poptávka po exotickém zboží s obchodním ziskem na prvním místě a státním omezováním a cly z dovozu na straně druhé, ale také vojenské aktivity s rozšiřováním území, jež kladně přispěly k možnosti volného pohybu osob a záporně působily na psychiku obyvatelstva a z části i na podstatnou část lokalizačních faktorů. Tyto podobné procesy pokračují i ve středověku prostřednictvím objevitelských a koloniálních cest do zámoří s prvními jejich bližšími záznamy. Mimo mořeplavce a obchodníky cestují navíc po souši poutníci na křesťanské poutě a budují se realizační faktory s množstvím počáteční frekventované infrastruktury.

Na přelomu 17. a 18. století se rozvíjí moderní cestovní ruch, kdy mají lidé právo k volnému pohybu po cizích zemích, což má pozitivní dopad na selektivní faktory. V Rakousko-Uhersku byl založen jeden z turistických a okrašlovacích spolků – Klub českých turistů v roce 1888, který propagoval pěší turistiku, a to kladně přispělo k budování dopravní sítě v rámci realizačních faktorů. K tomu napomohlo i postavení nedaleko letiště Kbely v roce 1937 nového letiště Ruzyně, které tak dokázalo pokrýt tehdejší vysokou poptávku. Domácí cestovní ruch, a to především díky trampingu v příměstských rekreačních zónách, měl pozitivní vliv na selektivní faktory, jako je zdraví i psychické rozpoložení obyvatel (Goeldner, Ritchie, 2014).

Evropa zmítaná dvěma válkami až do období devadesátých let zaujímá etapu novodobého cestovního ruchu, díky kterému se mimo jiné také celosvětově rozvíjí světová ekonomika, ročně až o 5 %. Západní kapitalistický svět dle Palatkové, Zichové (2011) měl za cíl rychle uspokojit své základní potřeby, naplnit tak selektivní faktory, což se prostřednictvím Marshallova plánu podařilo. V rámci realizačních faktorů se vybuďovala rozsáhlá silniční a dálniční síť, vytvořily se první destinace se společnými rysy i mezinárodní hotelové řetězce, na kterých začínaly být některé

ze zemí přímo finančně závislé. Východní svět reagoval založením Rady vzájemné hospodářské pomoci, která omezila selektivní faktory (svobodu pohybu i zahraniční cestovní ruch, který z 90 % směřoval do socialistických států) a izolovala socialistické země včetně Československa. Od 50. let 20. století vzniká jedinečný světový trend, jež ovlivnil pozitivně nejen selektivní, ale částečně i realizační faktory, a to domácí cestovní ruch prostřednictvím chataření a chalupaření pro příměstskou rekreaci a seberealizaci.

Po roce 1989 nastává boom nejen v cestovním ruchu, který kladně i záporně dopadá na všechny složky a faktory s tím spjaté. Nejmarkantněji to lze spatřit na selektivních faktorech, jež jsou přímo závislé na prohlubujících se ekonomických rozdílech mezi zdrojovými a cílovými zeměmi, a nárůstu populace, která v Evropě stárne. Vzhledem k tomu se mění i struktura požadované nabídky, jež je převážně cílená na obyvatelstvo 50+. Podle Indrové a kol. (2009) s tím souvisí i sociální turismus zaměřený na turismus sociálně, zdravotně či ekonomicky znevýhodněných skupin lidské společnosti, mezi něž patří studenti, senioři, ale také homosexuálně žijící páry (double income people), atd. Do popředí se dostává nejen individualismus ženy, ale všech obyvatel stávajícího světa. Realizačním faktorům vévodí nové informační technologie a podmínky pro cestování „bez hranic“, kdy se ztrácí časové i místní oddělení nabídky, poptávky a samotné spotřeby. Na dlouhé vzdálenosti dle Ryglové, Buriana, Vajčnerové (2011) dominuje letecká doprava se širokou nabídkou a dbá mimo jiné i na životní prostředí, které je součástí lokalizačních faktorů.

4.3 Cestovní ruch v České republice po roce 1989

Přechod k tržní ekonomice a velká privatizace s nárůstem soukromníků pozitivně nastartovala realizační faktory. Budovaly se díky tomu cestovní kanceláře nabízející domácím turistům krátkodobé výlety do zahraničí, především do západních a jižních zemí Evropy, a to hlavně za poznáním a nákupy s minimem stravování a spaní; a řada nových hromadných zařízení, a to nejen ve městech, ale i na venkově. Podle Palatkové, Zichové (2011) dopad uvolnění hranic a zrušení vízové povinnosti na selektivní faktory byl značný, ještě více byly podpořeny příjezdy zahraničních turistů, jež 2,5 krát převyšovaly výjezdy rezidentů.

Rok 1993 představuje podstatný mezník pro český cestovní ruch, neboť právě v tomto roce došlo k založení státní agentury CzechTourism, které se podařilo získat do tohoto sektoru mnoho financí, např. na opravy hmotného dědictví v rámci

lokalizačních faktorů (Indrová a kol., 2009). V roce 1999 pro potřeby propagace a regionální koordinace vznikly na základě CzechTourism turistické regiony a turistické oblasti, které prošly aktualizací o jedenáct let později, kdy vzniklo 17 turistických regionů, které v sobě spojují typické prvky dané oblasti, ale zároveň se od ostatních regionů odlišují, i přestože nejsou vymezeny žádné pevné hranice; jejich podmnožinou je 40 turistických oblastí, vznikající pomocí vztahu nabídky a poptávky. Tím bylo více zdůrazněna jedinečnost lokalizačních faktorů České republiky.

Začátkem nového tisíciletí se zlepšila spolupráce mezi všemi subjekty cestovního ruchu, ač podíl cestovního ruchu na HDP stagnuje. Prostřednictvím selektivních faktorů dochází ke vzniku nových forem tohoto odvětví, jako kongresová turistika, golfová turistika, samotné lázeňství a wellness – kdy už nejde jen o rehabilitaci, ale také o harmonizaci ducha a těla – a agroturistika k udržení lokalizačních faktorů, a to především zachování a rozvoj venkovského prostředí i udržení tradic. Objevuje se i cykloturistika, kdy došlo k vyznačení mnohých tras, jak po místních komunikacích, tak i jako součást cykloturistických tras v terénu, a zvyšuje tak atraktivitu a schopnost realizačních faktorů.

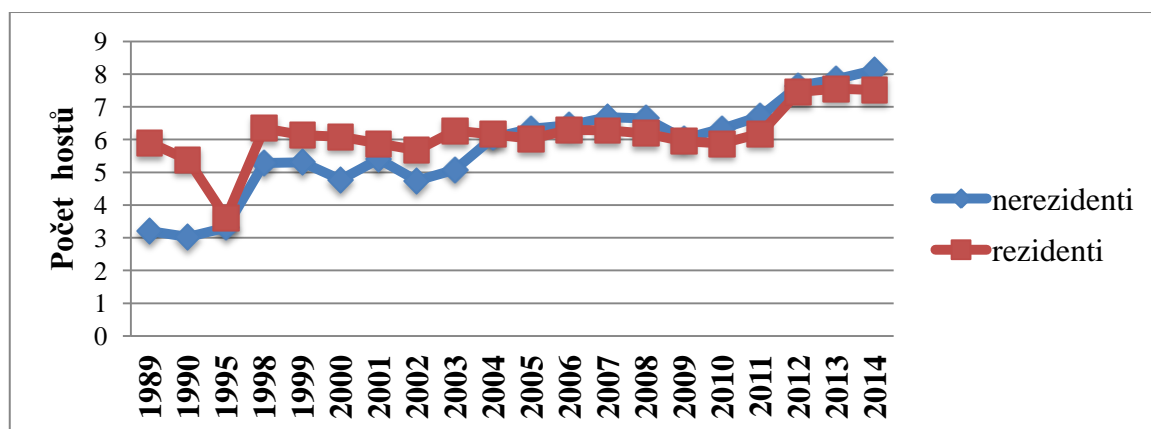
V roce 2004 vstupuje Česká republika do Evropské unie a o tři roky později je součástí Schengenského prostoru, který napomohl snadnější dostupnosti země pro zahraniční turisty. Mnohá města, oblasti i kraje navázaly příhraniční spolupráci, tak vznikly Euroregiony zaměřující se na podporu městských i obecných zájmů, s cílem překonat problémy, jež hrozí kvůli evropské integraci. Do cestovního ruchu přicházejí dotace na jeho rozvoj a vzniká dokument státní politiky k cestovnímu ruchu pod taktovkou, který požaduje, aby Česká republika byla tzv. „jedničkou v srdci Evropy“. Po skončení koncepce z let 2007-2013 byla vytvořena nová na období 2014-2020, jež na tu předešlou navazuje, s podobně laděnými cíli:

- 1) zlepšit pozici cestovního ruchu v Evropě,
- 2) udržet jeho důležitost v národním hospodářství,
- 3) odstraňovat regionální rozdíly,
- 4) zachovat kulturní a přírodní dědictví země,
- 5) sledovat, analyzovat a zmírňovat špatné vlivy vzniklé cestovním ruchem.

(MMR, 2013).

Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR), které tuto koncepci připravilo, uvedlo, že z cestovního ruchu za rok 2013 do státní kasy přibylo přes 378 miliard korun a navíc také zaměstnalo přes 231 tisíc lidí v tomto odvětví, což činí kolem 4,6 % všech zaměstnaných. Česká republika tak nadále zůstává typickou zemí, do které více turistů přijíždí, než ji opouští.

Graf č. 1: Vývoj počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v České republice od roku 1989 do roku 2014



Zdroj: ČSÚ (2015); vlastní úprava (údaje počtu turistů v milionech)

Vývoji počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR od roku 1989 do roku 2014 se věnuje graf č. 1. Bohužel údaje Českého statistického úřadu, které jsou přepočteny na miliony, nejsou kompletní z různých důvodů. Nepodařilo se blíže dohledat chybějící údaje z let 1991-1994 a ani z roků 1996 a 1997. Existují jen různé odhady CzechTourism, které však nejsou relevantní a také kompletní. Naprosto chybí údaje o tuzemských turistech. I přesto v tomto grafu lze vyčíst, že až do roku 2004, kdy vstoupila Česká republika do Evropské unie, převažovali domácí turisté. Několikrát byl počet domácích a zahraničních turistů skoro vyrovnán, což se projevilo na selektivních faktorech, a to v roce 1995 díky kupónové privatizaci, v roce 2001 pod vlivem teroristických útoků v New Yorku, v roce 2009 během finanční krize, atd. Od roku 2005 ve skladbě všech turistů navštěvující Českou republiku dominují zahraniční turisté, jejichž počet vzrostl ze šesti na osm milionů.

Tabulka č. 1, která přibližuje údaje o pohybech domácích i zahraničních turistů dle aktuálních údajů ČSÚ (2015), neříká nic překvapivého, jen potvrzuje to, co již bylo několikrát řečeno výše. Do České republiky zavítá mnohonásobně více zahraničních turistů (o šest set tisíc) než těch domácích. Lákají je především lokalizační faktory. Přes

65 % ne rezidentů si ročně prohlédne hlavní metropoli, což činí přes 5,3 milionů lidí, s historickým jádrem na seznamu UNESCO a Hradem. Mezi druhým a třetím nejnavštěvovanějším krajem není velký odstup, přesto je Karlovarský kraj o čtyři tisíce zahraničních turistů cílenějším místem díky lázeňskému trojúhelníku, oproti kraji Jihomoravskému (520 180) s dvěma významnými památkami – Vilou Tugendhat v Brně a Lednicko-valtickým areálem. Důvodem mohou být realizační faktory, konkrétněji menší počet kvalitnějšího ubytování ve vyšší třídě. Domácímu cestovnímu ruchu naopak vévodí Jihomoravský kraj, do kterého ročně zavítá přes 990 tisíc lidí, tedy 13,2 % ze všech domácích turistů, nejspíš z podobných důvodů jako cizinci. Na druhém místě je kraj Jihočeský se svou jedinečnou přírodou s národním parkem Šumava, kam v roce 2014 dorazilo 812 550 turistů. Teprve až třetí pozici zaujímá hlavní město Praha, která není tak hojně domácími vyhledávána z hlediska selektivních faktorů. Přesto přes 10,5 % českých turistů sem ale zavítá.

Tabulka č. 1: Příjezdy turistů do krajů k 31. 12. 2014

KRAJE	PŘÍJEZDY				
	Domácí turisté		Zahraníční turisté		Celkem
	Počet	Podíl (%)	Počet	Podíl (%)	Počet
Praha	791 982	10,5	5 324 033	65,5	6 116 015
Středočeský	619 633	8,2	188 105	2,3	807 738
Jihočeský	812 550	10,8	359 530	4,4	1 172 080
Plzeňský	363 986	4,8	203 353	2,5	567 339
Karlovarský	262 568	3,5	524 149	6,4	786 717
Ústecký	284 456	3,8	149 736	1,8	434 192
Liberecký	571 185	7,6	146 836	1,8	718 021
Královéhradecký	719 009	9,6	220 861	2,7	939 870
Pardubický	303 044	4,0	53 267	0,7	356 311
Vysočina	385 958	5,1	67 151	0,8	453 109
Jihomoravský	991 811	13,2	520 180	6,4	1 511 991
Olomoucký	384 007	5,1	110 714	1,4	494 721
Zlínský	483 656	6,4	96 427	1,2	580 083
Moravskoslezský	544 493	7,2	162 027	2,0	706 520
Česká republika	7 518 338	48,1	8 126 369	51,9	15 644 707

Zdroj: ČSÚ (2015); vlastní úprava

Podobnou situaci ilustruje i tabulka č. 2, ze které je patrný počet ubytování turistů v daném kraji, kdy z celkového počtu 43,1 milionů více jak 51,5 % připadne

na ubytování ne rezidentů, kteří se ze 79,6 % ubytovávají ve třech nejnavštěvovanějších krajích, tedy v Praze, Karlovarském a Jihomoravském kraji. Domácí turisté naopak z 32,9 % vyhledávají kraje s převažujícím venkovským osídlením, kde není draho a kde mají blízko k přírodě, kterou ve městech postrádají, což je stimulační trend. Ať už je to kraj Jihočeský s 2,4 miliony přenocování, Královéhradecký kraj s 2,3 miliony nebo kraj Jihomoravský s 2 miliony rezidentů (10 %).

Podstatné informace přináší i tabulka č. 3 se strukturou zahraničních turistů, kteří do České republiky každoročně zavítají. Z celkového počtu 8,1 milionů jich přes 19 % pochází ze sousedního Německa, což činí kolem 1,5 milionu. Dále se dlouhodobě jedná o Rusy se 695 tisíci (8,6 %) trávící čas převážně v lázeňských komplexech v Karlových Varech a pak o Slováky s necelým půl milionem lidí. Se skladbou zahraničních turistů souvisí i počet jejich noclehů, viz tabulka č. 4, kdy z celkového počtu 22,2 milionů více jak osm milionů představují turisté z Německa a Ruska. Třetí pozici obsadili Američané z důvodu mnohých účastí na kongresovém cestovním ruchu.

Tabulka č. 3: Skladba zahraničních turistů přijíždějících do krajů k 31. 12. 2014

STÁTY	Počet	Podíl (%)
1. Německo	1 559 836	19,2
2. Rusko	695 388	8,6
3. Slovensko	496 353	6,1
4. Spojené království	398 809	4,9
5. Spojené státy americké	442 697	5,4
6. Itálie	371 487	4,6
7. Polsko	451 729	5,6
8. Francie	273 582	3,4
9. Rakousko	244 880	3,0
10. Čína	211 830	2,6
Česká republika	8 126 369	51,9

Zdroj: ČSÚ (2015); vlastní úprava

Česká republika ve výhodné poloze uprostřed Evropy je vhodnou destinací s bohatou nabídkou kulturně-historických atraktivit i přírodních památek, které obohacuje dlouholetá tradice lázeňské formy cestovního ruchu i česká gastronomie s pivním i vinařským mokem. Dobře rozvinutá síť hromadných ubytovacích zařízení i infrastruktury jako takové zvyšuje spokojenost zahraničních turistů, kteří sem přijíždějí. Slabou stránku však MMR (2013) spatřuje v sezónnosti nabídek, díky čemuž

dochází ke snižování samotné poptávky od turistů z domova i ze světa. Což vede ke snižování délky pobytu na dovolené v tuzemsku i z pohledu občanů Spolkové republiky Německo, kteří cestují do České republiky stále méně.

4.4 Cestovní ruch Jihočeského kraje a vybraných okresních měst

Dle grafického znázornění cestovní agenturou CzehTourism (2014), které již bylo přiblíženo a jež navíc dokresluje mapa číslo jedna, náleží Jihočeský kraj do dvou turistických regionů i oblastí, které se navzájem kryjí. Jmenovitě se tedy jedná o Šumavu, prostřednictvím okresu Prachatice a Českého Krumlova, a Jižní Čechy se zbylými pěti okresy – Strakonice, Písek, Tábořem, Jindřichovým Hradcem a Českými Budějovicemi.

Jihočeský kraj disponuje širokou nabídkou lokalizačních faktorů, jak přírodního tak i společenského charakteru, neboť byl uchráněn od průmyslových výtěžků z těžby nerostných surovin, jejichž zásoby se zde skoro nenajdou. Mimo různých vápenců, grafitů a především lesů, které přímo vybízely ke tvorbě sklářského průmyslu, na kterém je v některých částech kraje cílen cestovní ruch. Pozitivní vliv mělo i nízké osídlení a vyhlášení největšího chráněného přírodního území – národního parku Šumava. Rozsáhlá síť vodních toků i ploch, jako jsou jezera, rybníky či vodní nádrže, přispěly k rekreaci, ale i sportovnímu vyžití turistů; dále zde hrají velkou roli společenské atraktivita, tedy hrady, sloužící k ochraně obchodních stezek, či letní sídla významných českých rodů, ale i historicky ceněné památky některých center městských památkových rezervací zapsané na Seznamu světového přírodního a kulturního dědictví UNESCO. Negativně se však daný charakter Jihočeského kraje projevil nedostatkem kvalitních silnic s dálnicí D3 i malou efektivností v dopravě železniční, která tu spojuje železniční koridor z Prahy do Rakouska.

Cestovní ruch v kraji Jihočeském má proto silný potenciál, který se projevuje nárůstem podnikatelských aktivit. Hned po Praze má také největší ubytovací kapacitu hromadných ubytovacích zařízení a je, jak již bylo uvedeno, třetím nejnavštěvovanějším krajem v republice.

Pro účely této práce byly vybrány čtyři okresní města Jihočeského kraje včetně Strakonice – ty budou blíže rozebrány v další kapitole – jež by mohly být navzájem podobné v lokalizačních a realizačních faktorech, ale i v návštěvnosti zahraničních turistů. Jedná se tedy o Táboř, Písek a Prachatice, kterým dle osobní analýzy autora práce je připisován, co se týče hierarchizace cestovního ruchu, význam celorepublikový

s prvky regionálními.

Na základě těchto zjištění a načtené literatury vznikly čtyři hypotézy, na které se snaží odpovědět tato bakalářská práce.

I. hypotéza

V rámci díla Indrové a kol. (2009), dle CzechTourism (2014) i pro nízký význam v hierarchii měst z hlediska cestovního ruchu této analýzy vyplývá, že do většiny krajů České republiky zavítá podstatně více turistů z České republiky, včetně Jihočeského kraje. Po tomto zjištění byla stanovena první hypotéza, která tvrdí, že rovněž do města Strakonice bude směřovat více českých občanů než cizinců.

II. hypotéza

Podle knihy Touška, Kunce, Vystoupila a kol. (2008), ve které autoři zdůrazňují, že o přitažlivosti území rozhoduje nejen možnost dopravního spojení, ale zejména hustota a kvalita dopravní sítě, která v Jihočeském kraji není na velké úrovni, byla určena druhá hypotéza. Stojí na předpokladu, že blízkost R4 přispěla ke zvýšení počtu návštěvníků ve městě Strakonice oproti minulým rokům, protože došlo k propojení této oblasti s hlavním městem a tedy i ke zrychlení cestování.

III. hypotéza

Na základě Goeldnera, Ritchieho (2014), jež se zmiňují o tom, že nedostatečná reklama daného zařízení negativně ovlivňuje subjektivní selektivní faktory, vznikla třetí hypotéza. Hromadná ubytovací zařízení mají zájem o propagaci svých služeb v místním turistickém katalogu, aby o sobě zvýšily povědomí a pozitivně tak ovlivnily selektivní faktory.

IV. hypotéza

V Hralovi (2001) je uvedeno, že v rámci lokalizačního faktoru se k nejnavštěvovanějším památkám neřadí jen hmotné, ale i nehmotné dědictví. Čtvrtá hypotéza proto tvrdí, že hlavním důvodem návštěvy města turisty jsou především kulturní události, které se ve městě pravidelně konají.

5. CHARAKTERISTIKA ŘEŠENÉHO ÚZEMÍ

Pro pochopení tématu této práce je podstatné seznámit se s městem Strakonice a poznat ho po všech stránkách. Tato kapitola představuje Strakonice z hlediska fyzicko-geografické a socioekonomické charakteristiky, přináší ale i zařazení města v rámci struktury cestovního ruchu na území Jihočeského kraje, informace o vývoji od nejstarších zmínek po současnost a představuje nejvýznamnější památky města.

5.1 Fyzicko-geografická charakteristika

Jelikož se ve městě Strakonice nenachází žádné světové ani národní unikum, nebude toho k fyzicko-geografické charakteristice mnoho napsáno.

V severní až severozápadní části se nachází, dle Strakonicka. Prácheňska. (1999), Radomyšlská pahorkatina s vrcholem Kuřidlo (545 m n. m.) a Ryšová (527 m n. m.), na kterých se vyskytují městské naučné stezky, které jsou součástí maloplošných zvláště chráněných území. Právě i ty lákají turisty do této lokality, a to i v zimě, kdy skrz tyto území vedou běžkařské trasy. Přírodní rezervace Kuřidlo chrání totiž zbytky vápencové doubravy se vzácnými druhy rostlin a nedaleké Ryšavy se statusem přírodní památkové rezervace zase uchovávají zbytky přirozených porostů lipových doubrav a kyselých bučin. Na území města se navíc nachází dvacet sedm památných stromů, jak je uvedeno i na stránkách AOPK ČR (2012).

V jižní části leží Strakonická kotlina, kterou vyplňuje údolní niva řeky Otavy se sejpy na dně, odkud se v minulosti rýžovalo zlato. Otava jako levostranný přítok české nejdelsí řeky Vltavy vede městy Sušice, Horažďovice, Strakonice, Písek a pod hradem Zvíkov ústí do Orlické přehrady. Na skoro celé ploše jejího povodí, které činí 3 840 km², se od jara do podzimu objevují vodáci, kteří díky tomu zavítají i do města. Druhou řekou, která městem protéká, je Volyňka, která vtéká do řeky Otavy právě ve Strakonících (Strakonicko. Prácheňsko., 1999).

5.2 Socioekonomická charakteristika

Na Strakonice oficiální portál města (2015) je uvedeno, že se Strakonice nachází ve vzdálenosti šedesáti kilometrů od krajského města České Budějovice, osmdesát kilometrů od západočeské metropole Plzně a sto deset kilometrů od hlavního města Prahy. CzechTourism zařadila Strakonice do turistické oblasti a regionu Jižní Čechy,

jak již bylo zmíněno v předešlé kapitole.

Na mapě číslo dva lze proto z pohledu realizačních faktorů vidět, že Strakonice leží na křižovatce dvou silnic I. třídy, jedna vede z Klatov do krajského města České Budějovice a druhá z Prahy na dříve hraniční přechod Strážný. Právě na ni navazuje rychlostní silnice R4, která se nachází necelých třináct kilometrů od Strakonice. Díky ní se cesta do Prahy zrychlila o několik minut.

Mimo silniční spojení je možné se dostat do Strakonice pomocí autobusu či vlaku. Místní vlakové nádraží v současnosti prochází rozsáhlou modernizací, která by měla dopomoci k vyšší bezpečnosti a rychlejší přepravě a odbavenosti. Vyjíždějí zde rychlíkové vlaky do dvou hlavních směrů, do Českých Budějovic a Plzně, a osobní vlaky do Volar a Březnice. Bohužel Strakonice neleží ani na jednom ze čtyř železničních koridorů, což také nepřispívá k vzrůstající návštěvnosti města turisty.

Od roku 2006 městem prochází Otavská cyklostezka s podtitulem Putování krajem Karla Klostermanna, vedoucí z Modravy přes Strakonice podél řeky Otavy až do Písku. V roce 2014 byla cyklostezka propojena pod mostem Jana Palacha s Volyňskou cyklostezkou, která končí až ve Vimperku. Vybudování obou cyklostezek mělo nejen za následek zvýšený zájem o cykloturistiku místních, ale také turistů z jiných částí České republiky, kteří ji využívají ve svých toulkách po Jihočeském a Plzeňském kraji, a místních podnikatelů ubytovacích a stravovacích zařízení, kteří podél její trasy vybudovaly svá zařízení (Strakonice oficiální portál města, 2015).

Mimo pozemní možnosti dopravy mají Strakonice i své letiště, které prostřednictvím Aeroklubu Strakonice pořádá vyhlídkové lety po okolí pro turisty i tandemové seskoky padákem.

Na území města, jak znázorňuje tabulka č. 6, se také nachází více jak patnáct typů hromadných ubytovacích zařízení o různém stáří i kvalitě. Více se jim věnuje kapitola s výsledky výzkumu v těchto zařízeních.

Opomenout se nesmí ani přítomnost dvou Městských informačních center a několika cestovních kanceláře, které zprostředkovávají pro domácí i zahraniční turisty nejen informace, propagační materiály, ale i výlety do okolí a dovolené u moře.

5.3 Historický vývoj města Strakonice

Dle regionální literatury a místních propagačních materiálů města, které jsou uvedeny na konci práce, lze počátky strakonického osídlení doložit již z doby Keltů, díky pozůstatkům sejpů po rýžování zlata.

Dříve čtyři samostatné osady – Strakonice, Bezděkov, Žabokrty a Lom – se spojily ve druhé polovině 12. století v poddanské město Strakonice, které bylo od 13. století spjato s později významným šlechtickým rodem Bavorů. O nich se dozvídáme, jak je uvedeno v publikaci doktora Cvrčka (1989), v rámci oficiální darovací listiny řádu johanitskému z roku 1243, která je historiky považována za nejstarší datovanou zmínku o Strakonících jako takových. Na oba dva dnes upozorňuje vlajka města s bavorskou střelou a johanitským křížem.

Poblíž města se 25. března 1420 konala bitva u Sudoměře, kde Jan Žižka se svým venkovským vojskem porazil přesilu v podobě strakonických pánů a dalších odpůrců, díky vypuštění rybníka Škaredého. Na místě dnes stojí socha tohoto vojevůdce podle návrhu Emanuela Kodeta z roku 1925. Každoročně se v Sudoměři konají při té příležitosti trhy s rekonstrukcí významné bitvy husitských dějin (na letošní rok 2015 připadlo 595. výročí).

S listinou z roku 1645 je město osvobozeno od válečných daní a měšťané mohou vařit pivo – založení měšťanského pivovaru se datuje k roku 1649 (Dudák – Dej Bůh štěstí, 2012).

Ehrmann (1999) uvádí, že průmyslová textilní výroba se ve Strakonících rozvíjí od roku 1813, kdy židovští obchodníci zřizují první továrny na výrobu tureckých pokrývek hlavy – fezů, které jsou vyváženy do zahraničí. Ty jsou dnes k dostání i jako suvenýr v Městském informačním centru Strakonice. S průmyslovou výrobou souvisí i budování prvních železnic v rámci realizačních faktorů ve Strakonících směrem na České Budějovice a Plzeň, ale také vznik lokální sítě, jež byla posléze v dalším století zestátněna.

Po rozpadu Rakouska-Uherska a vzniku Československé republiky se do popředí dostal významný průmyslový podnik České zbrojovky (ČZ), který se zaměřil na výrobu zbraní, jízdních kol a i motocyklů značky JAWA, které jezdí obdivovat nejen sběratelé ale i milovníci těchto strojů. Dnes se ale podnik věnuje pouze produkci řetězů, forem, obráběcích strojů a turbodmychadel (ČZ a. s., 2003).

Hospodářská světová krize a postup fašismu, který vyústil v Mnichovskou dohodu, znamenal poměrně rychlý konec pro zdejší židovskou komunitu, které Strakonice vděčí za proslavení města nejen v Československu, ale i ve světě. Jako připomínku na ně vztyčili strakoničtí studenti roku 2009 tzv. Memento strakonických židů v podobě sedmiramenného svícnu s kamenem z řeky Otavy u ocelové lávky pro pěší a cyklisty. Nedaleko města se nachází ještě židovský hřbitov, jako jeden

z posledních důkazů o Židech ve Strakonících (Cvrček, Kotlářová, Kupka, 2002).

Největší změnou v rámci budování v socialistickém duchu byla podle Cvrčka (1989) rozsáhlá přestavba v 70. letech 20. století, která narušila nebo přímo zbourala některé společenské lokalizační faktory. Například staré přemostění a místo něj postavila nový silniční a pěší most přes řeku Otavu a Volyňku – most Jana Palacha z roku 1977. Došlo dále ke zbourání židovských budov včetně synagogy v oblasti bývalého Bezděkova, ustoupit novým stavbám musel i rodný domek rodáka Františka Ladislava Čelakovského, zámecký mlýn a další stavby historického významu. Toto období se tedy v novodobé historii zapsalo černým písmem pro mnohé objekty cenné hodnoty.

Jelikož historii tvoří také lidé samotní, Strakonice mohou být pyšní na mnohé své rodáky, se kterými jsou spjaty. Mezi nimi je i básník národního obrození František Ladislav Čelakovský, který ve svých dílech zobrazil nejednou své rodné město. Na jeho počest je ve Strakonících k vidění jeho busta na Podskalí, ale i socha v životní velikosti stojící v ulici Bezděkovská (Město Strakonice – Procházka městem, 2009).

Naopak díky páteru Josefu Šmidingerovi má město na hradě vlastní knihovnu pod jeho jménem. Na českého loutkoherce Josefa Skupu, známého pro loutky Spejbla a Hurvínka, zase upomíná každoročně loutkové sympózium Skupovy Strakonice, které udržují tradici českého loutkářství (Strakonice oficiální portál města (2015).

K rozvoji cestovního ruchu přispěl i Josef Režný, jako ikona strakonických dudáků a spoluzakladatel světově známého Mezinárodního dudáckého festivalu, který se bude na konci srpna roku 2016 konat již po dvaadvacáté, a režisér Zdeněk Troška pro natáčení trilogie Slunce, seno,... i ve Strakonících.

5.4 Atraktivita města

Se Strakonicemi si mnoho lidí spojuje dudy a Švandu Dudáka, ale také strakonický hrad. Středobod města, ve kterém se odehrává mnoho kulturních, ale i sportovních událostí, jako je Vítání léta k zahájení turistické sezóny Muzea středního Pootaví, muzejní noci, středověké slavnosti Rumpálování, Mezinárodní dudácký festival, Běh naděje, adventní trhy atd. Tato jediná národní kulturní památka ve Strakonících, která je také vyobrazena na mapě č. 3, prošla po roce 1989 významnými rekonstrukcemi. K nejstarším částem se řadí děkanský kostel svatého Prokopa s kapitulní síní a ambity, kde se konají od dubna do října a v čase adventu výstavy, ale i různé koncerty. Největší část hradu spravuje Muzeum středního Pootaví, založené roku 1894. Hlavní expozice

zahrnující období od archeologických pozůstatků až k novodobé průmyslové výrobě se nachází na II. nádvoří v budově Bavorského paláce s renesanční věží Jelenkou a vyhlídkovou věží Rumpál s břitem, který měl odrážet dělové koule, a nedalekou Černou kuchyní, která pochází z 18. století. Mezi věží Rumpál a kanceláři muzea leží budova jedné z nejstarších knihoven v Čechách, která byla založena páterem Šmidingerem v roce 1843, jak již bylo psáno výše. (Strakonický hrad – Národní kulturní památka, 2010).

Muzeum středního Pootaví navíc spravuje od roku 2005 mimo podstatné části strakonického hradu také nejstarší dochovaný vodní mlýn v Čechách a zároveň kulturní památku, kterou lze navštívit ve vzdálenosti sedmnácti kilometrů od Strakonice. Hoslovický mlýn dle Navštiv a doporuč... (2012) se skládá ze tří objektů se zachovalým vybavením z konce 20. let 20. století, které jsou kryty doškovými střechami a jež byly postaveny přibližně před čtyřmi sty lety, možná ještě dříve. Vysoká propagace tohoto objektu je i prostřednictvím pohádek, které se zde točily a točí.

Strakonice se liší od ostatních měst tím, že nemají vlastní historické jádro města. Schází jim středověká forma čtvercového náměstí. To tak zastupují dvě pod sebou jdoucí ulice, které se „pyšní“ přídomek náměstí.

První je tzv. Palacké náměstí, kterému již od konce druhé světové války vévodí, dle Města Strakonice – Procházka městem (2009), barokní mariánský sloup s letopočtem 1586 a hotel Bílá růže z roku 1905, ve kterém se natáčela jedna ze scén Troškovy filmové trilogie – Slunce, seno,...

Na druhém, zvaném Velkém, náměstí se nachází „kruhový“ objezd s bronzovou sochou Švandy Dudáka a kamenným pylonem s atomovými hodinami z 21. století. Dále pak tzv. Papežovy domy v gotickém až renesančním stylu připomínají jihočeské selské baroko. Jedním z nejstarších domů je dům U Hroznu, jehož základy sahají až do 14. století. Nepřímo na něj navazuje secesní spořitelna s novorenesančními prvky z roku 1906, kterou vyzdobil malíř Josef Bosáček, a naproti ní radnice s městským úřadem a Městským informačním centrem Strakonice (Město Strakonice – Procházka městem (2009)).

K propagaci velice dobře slouží i Dudák – Měšťanský pivovar z roku 1649, který vyrábí širokou nabídku piv pod značkou Dudák. Získal mnohá ocenění po celém světě. Ve spolupráci s městem Strakonice pořádá různé akce, které finančně i jinak hmotně podporuje. Nejvýznamnější akcí je červnová Pivovarská pouť, která přitahuje velké množství turistů (Dudák – Dej Bůh štěstí, 2012).

Opomenout se nesmí také strakonický model Stonehenge, který je napodobeninou jedné z bran ve skutečné velikosti, nacházející se na cirkusovém place mezi Otavou a jejím slepým ramenem. Vznikl na popud inženýra a strakonického rodáka Pavla Pavla, který se během let 1991–1992 zabýval odhalením přesunu těžkých kvádrů na Velikonočním ostrově.

I ve Strakonicích lze nalézt přírodní scenérie. Zmíněna byla již oblast kolem Kuřidla s naučnou stezkou a památnými stromy. K nedůležitějším však patří tzv. Podskalí, které slouží nejen k procházkám místních, ale i k sportovnímu vyžití prostřednictvím cyklostezky (Město Strakonice – Přírodní krásy, 2010). Na tu navazuje i moderní lávka z roku 2009, která byla postavena za pomoci financí z dotací a která získala i několik ocenění. Po obou stranách řeky Otavy byla již v roce 1992 zřízena tříkilometrová naučná stezka Podskalí s informacemi o fauně, flóře, voroplavbě a dalších místních zajímavostech, která je blíže popsána v propagačním materiálu Naučná stezka Švandy dudáka (2011).

Jednou z posledních, významných nesvětských památek je zachovalý židovský hřbitov z konce 17. století pod lesem Holí, který je jedním z mála pozůstatků – s Davidovou hvězdou na místě zbořené synagogy (dnes OC Maxim) a Mementem strakonických židů u pivovaru – který připomíná nedílnou součást města, tedy existenci židovského obyvatelstva, bez kterého by průmysl ve Strakonicích nezapočal tak naplno.

Jak již bylo zmíněno, nejen hrad, Hoslovický mlýn a další objekty, o kterých se více píše v této kapitole, pomáhají pozvednout cestovní ruch ve městě. Patří k nim také kulturní a jiné akce, které jsou součástí společenských lokalizačních faktorů. Mimo již zmíněných aktivit turisty přitahuje novoroční ohňostroj nad řekou Otavou, březnové loutkové slavnosti Skupovy, květnový tetovací a hudební festival Tattoo jam, červnový Národní šampionát mažoretok ČR a zářijová Václavská pouť (Město Strakonice – Nejvýznamnější kulturní a sportovní akce, 2014).

6. ZÁKLADNÍ INFORMACE O CESTOVNÍM RUCHU MĚSTA STRAKONICE

Součástí propagace města jsou i dvě informační centra nacházející se na Velkém náměstí. Městské informační středisko Strakonice (dále jen MIC) je členem Asociace turistických informačních center České republiky s certifikátem kategorie B, poskytuje nejen informace o zdejších turistických možnostech k navštívení, ale i o možnostech ubytování a stravování, kulturních a sportovních událostí včetně veřejného internetu. Samozřejmě jsou zde k dostání i mapové průvodce či jiné propagační materiály města (fezy,...), jako Barokní památky Strakonicka, Naučné stezky na Strakonicku, Dovolená na Otavě a mnohé další, ze kterých je částečně čerpáno i v této práci.

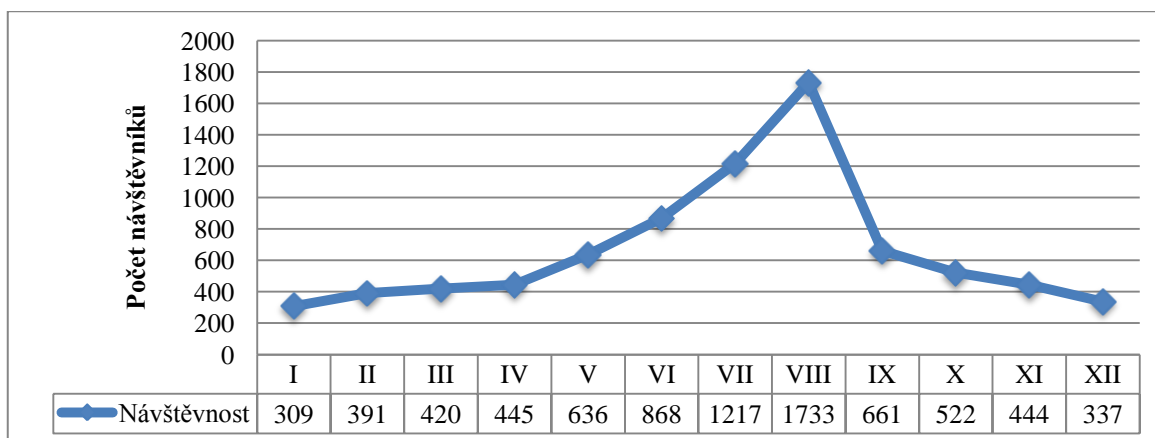
Tabulka č. 6: Návštěvníci Městského informačního centra ve Strakonících 2009-2013

	2009*	2010	2011	2012	2013
Tuzemci	–	8 192	6 478	7 565	6 561
Cizinci	–	343	242	393	278
Celkem	9 723	8 535	6 720	7 958	6 839

Zdroj: Zpráva o činnosti MIC za rok 2010, 2011, 2012, 2013; vlastní úprava

Každoročně MIC vydává vlastní zprávu o své činnosti, kde lze nalézt přiblížení akcí, které se ve městě s jeho spoluprací konaly, i statistické údaje o návštěvnosti města, které jsou od roku 2010 rozčleněny pro vyšší přehlednost na zahraniční a domácí turisty. Nejvyšší počet návštěv – 9 723 turistů, který ještě dodnes nebyl překonán – byl zaznamenán roku 2009, jak přibližuje tabulka č. 6. Přisuzovat se to může nově vzniklým expozicím v hradním komplexu, odhalení Mementa strakonických židů za účasti politiků i významných osobností spjatých se židovskou tematikou a jiných akcí města, kterých se ročně koná bezpočet. Tradičně převládají tuzemští turisté, z těch zahraničních jsou to především anglicky, německy či rusky mluvící návštěvníci. MIC nerozlišuje ve statistikách bližší rozdělení ne rezidentů, na svých stránkách ale ročně zveřejňuje některé, jež například přijedou z daleka nebo z neobvyklých destinací – Asie, Amerika. V roce 2013 navštívilo MIC přes 6,8 tisíc turistů, tedy méně než v roce 2012, kdy se jednalo o 1 119 návštěvníků více. Hlavní příčinou může být nekonání Mezinárodního dudáckého festivalu, který do města láká tradičně mnoho lidí.

Graf č. 2: Statistika návštěvnosti Městského informačního centra ve Strakonících za rok 2012



Zdroj: Zpráva o činnosti MIC za rok 2012; vlastní úprava

Strakonice bývají navštěvovány nejvíce každé dva roky. Způsobeno je to převážně tím, že se ve městě koná Mezinárodní dudácký festival (dále MDF), který koncem srpna přitáhne vždy větší množství turistů, než je obvyklé, a to i ze zahraničí. Tento trend kopíruje i graf č. 2 o návštěvnosti MIC za rok 2012, kdy se ve Strakonících konal jubilejní 20. ročník MDF. Z grafu je patrné, jak stoupá příchod turistů do Strakonice od začátku dubna, kdy oficiálně začíná turistická sezóna, vrcholí v letních měsících – především v srpnu, tedy v době konání MDF – a postupně klesá až do času adventu. Nutno dodat, že příchod turistů a jeho zaznamenání probíhá až tehdy, když do MIC zavítají, proto mohou být statistiky zkreslující, protože ne každý turista do MIC při návštěvě dorazí.

Oproti tomu ve Výroční zprávě Muzea středního Pootaví za rok 2004–2011 se uvádí podobná statistika, s tím rozdílem, že turisty zaznamenávají v oblasti hradního komplexu – zahrnující hrad Strakonice a s tím spjaté expozice a výstavy, kulturně výchovné akce, přednášky a semináře, programy pro školy; a od roku 2011 i Hoslovický mlýn, který je pod správou muzea. Tabulka návštěvnosti č. 7 není kompletní a to z důvodu toho, že každé vedení muzea uvádělo danou oblast jiným způsobem. I přesto lze vyčíst, že strakonický hrad průměrně zhlédne kolem 55 tisíc lidí ročně. Nejméně ho vidělo necelých 31 tisíc turistů, protože v té samé době, v roce 2006, na hradě probíhal rozsáhlý archeologický výzkum, a proto i turistická sezóna byla částečně zkrácena a tím i omezen vstup do hradního areálu. Druhým extrémem byl rok 2008, kdy kromě Mezinárodního dudáckého festivalu se konalo 765. výročí

od založení města dle první datované zmínky a také 365. výročí od založení Měšťanského pivovaru Strakonice na Podskalí, kdy do města zavítalo úctyhodných 68 176 návštěvníků. Toto číslo je zatím od roku 2004 do současnosti strakonickým rekordem.

Tabulka č. 7: Statistika návštěvnosti hradu ve Strakonících a Hoslovického mlýna za rok 2004–2011

		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
HRAD STRAKONICE	Výstavy a expozice	23 832	25 439	15 876	27 051	47 562	35 851	27 325	20 773
	Kulturně výchovné akce	30 508	36 779	13 106	24 199	25 333	18 179	24 826	25 558
	Přednášky a semináře	—	—	—	—	—	—	837	908
	Programy pro školy	—	—	—	—	—	—	50	111
	MLÝN HOSLOVICE	—	—	—	—	—	—	—	10 613
CELKEM		60 804	62 218	30 826	58 497	68 176	54 080	53 038	57 693

Zdroj: Výroční zpráva Muzea středního Pootaví ve Strakonících rok 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011; vlastní úprava

Od roku 2010 byl pro turisty otevřen Hoslovický mlýn, který v prvním roce sezóny vidělo 20 872 turistů. Jak může být vyčteno v tabulce č. 8, která se více zabývá návštěvností v letech 2012-2013, stále méně a méně turistů navštěvuje nejen strakonický hrad, ale i Hoslovický mlýn. Za rok 2013 do strakonického hradu, včetně expozic, výstav, Zámecké galerie, akcí muzea a jiných akcí ve spolupráci s pořadateli, zavítalo přes 35 tisíc lidí a do Hoslovického mlýna jen 14 tisíc lidí (součástí toho je prohlídka areálu, akce na mlýně a jiné akce s pořadateli). Město nedokázalo přitáhnout více návštěvníků, ani přesto, že mělo nedávno své 770. výročí. Možná je to způsobeno horší propagací akcí, změnami počasí, nebo snad vyšším vstupným do historických budov a na akce převážně kulturního typu.

Bylo by dobré uvést i nejnavštěvovanější události kulturního i sportovního typu. Na většinu z nich se ale nevybírám vstupné, tedy zmíněné počty jsou pouhými odhady hlavních organizátorů.

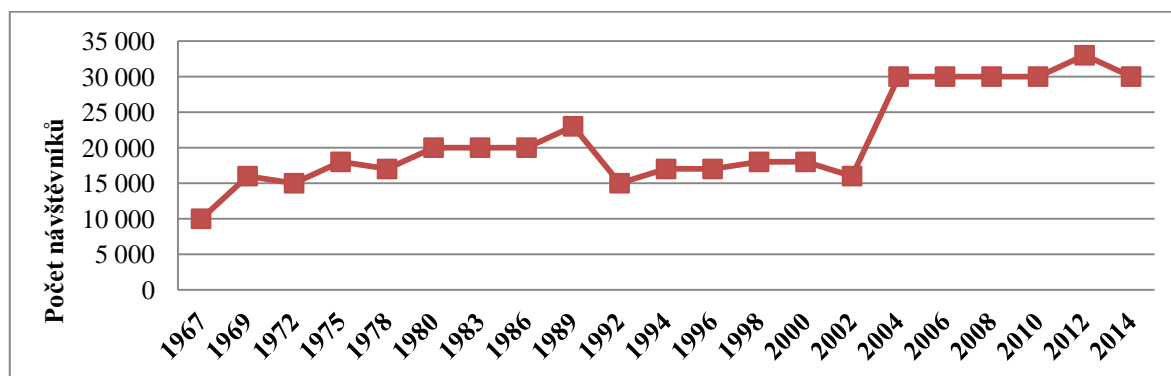
Ve spolupráci s Muzeem středního Pootaví ve Strakonících, městem Strakonice, Městským informačním centrem Strakonice a dalšími organizacemi a spolky se během dubna odehrává Vítání léta, kdy se zahajuje oficiálně turistická sezóna, při které se konají pěší pochody i cyklistické výlety. Při loňském jedenáctém ročníku byly rekordní počty návštěvníků, přesný počet nelze určit, pouze odhadovat. Dále

se k nim řadí červnová Pivovarská pouť, jejímž hlavním iniciátorem a partnerem je od jejího počátku DUDÁK-Měšťanský pivovar Strakonice. Každoročně na ni zavítá mezi devíti až dvanácti tisíci turisty (DUDÁK-Měšťanský pivovar Strakonice, 2013). V posledních letech se velmi populární staly netradiční prohlídky města při úplňku, které si nenechá ujít několik stovek lidí.

Na jednu z největších jihočeských poutí na svatého Václava se do Strakonice koncem září sjíždí několik tisícovek turistů z různých koutů republiky. Poslední pravidelnou akcí v prostorách hradního komplexu jsou adventní trhy pod Rumpálem, které navštěvují čtyři a šesti tisíc návštěvníků.

Nejnavštěvovanější kulturní událost ve Strakonících se koná jednou za dva roky, kdy se do města sjíždí dudáci z celého světa. Mezinárodní dudácký festival započal svoji tradici díky zakladateli Josefu Režnému roku 1967, kdy do města přijelo kolem desetitisíce turistů, jak je vidět na grafu číslo tři. Do roku 1989 se festival realizoval s tříletým intervalem, kdy do města prostřednictvím MDF přijelo od deseti do dvaceti tři tisíc návštěvníků. Konstantně však nastalo snížení počtu lidí, a to během let 1992-2002, kdy se návštěvnost pohybovala mezi patnácti a dvaceti tisíci turisty, což bylo nejspíš zapříčiněno zvýšeným odlivem domácích turistů po uvolnění hranic a povodněmi roku 2002, kdy počasí MDF nepřálo. Následující ročník roku 2004 si nenechal ujít rekordní počet rezidentů i ne rezidentů, a to 30 000. Vrcholem se stal jubilejní dvacátý ročník, kdy do města navíc ještě zavítalo úctyhodných 33 000 turistů. Loňský MDF neopakoval tento nejlepší výsledek, ale zařadil se k úspěšným letům 2004-2010, kdy dorazilo kolem třiceti tisíc návštěvníků.

Graf č. 3: Vývoj počtu návštěvníků Mezinárodního dudáckého festivalu v letech 1967-2014



Zdroj: Mezinárodní dudácký festival (2015); vlastní úprava

7. DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ A ANALÝZA

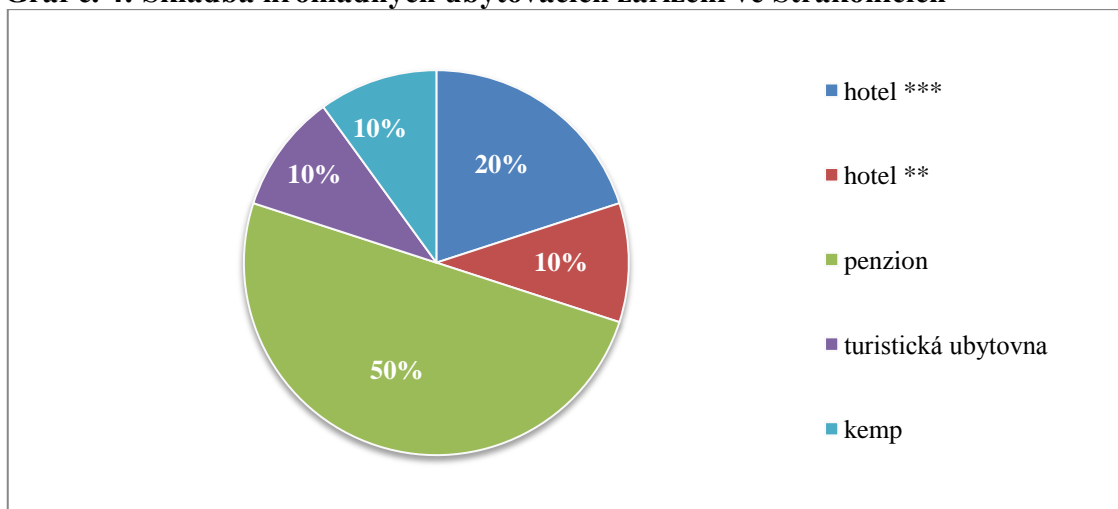
Metodice kvantitativního výzkumu se více věnovala kapitola číslo tři, která nastínila charakteristické prvky tohoto výzkumu a co vše předcházelo anonymnímu šetření, jež je součástí této práce. Zjištěné informace jsou prezentovány pomocí grafů a budou porovnány s Výzkumem zaměřeným na domácí cestovní ruch Jižní Čechy od agentury CzechTourism z roku 2014.

7.1 Ubytovací a stravovací zařízení

Osloveno bylo prostřednictvím internetu všech šestnáct strakonických ubytovacích zařízení. Z nich odpovědělo pouze jedenáct. V současnosti však funguje už jen deset zařízení, jelikož jedenáctý respondent, jeden z největších hotelů ve Strakonících, hotel Bavor, je nyní zakonzervován a čeká na nového majitele (Amber Hotels, 2013). Proto nebyly odpovědi z tohoto hotelu do výsledků nakonec zařazeny.

Nejstarším hromadným ubytovacím zařízením ve městě Strakonice je hotel, který fungoval již v roce 1790. To dokazuje, že už v té době se začínal cestovní ruch hojně rozvíjet a budovaly se realizační faktory, jejichž součástí jsou i ubytovací a stravovací zařízení. Naopak nejnovějším zařízením je jeden z penzionů, který vznikl počátkem roku 2001, což dokazuje nejen zhoršený zájem podnikatelů, ale také snižující počet turistů, kteří se ubytovávají ve městě, a proto tedy není třeba velké množství lůžek v daném zařízení.

Graf č. 4: Skladba hromadných ubytovacích zařízení ve Strakonících



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

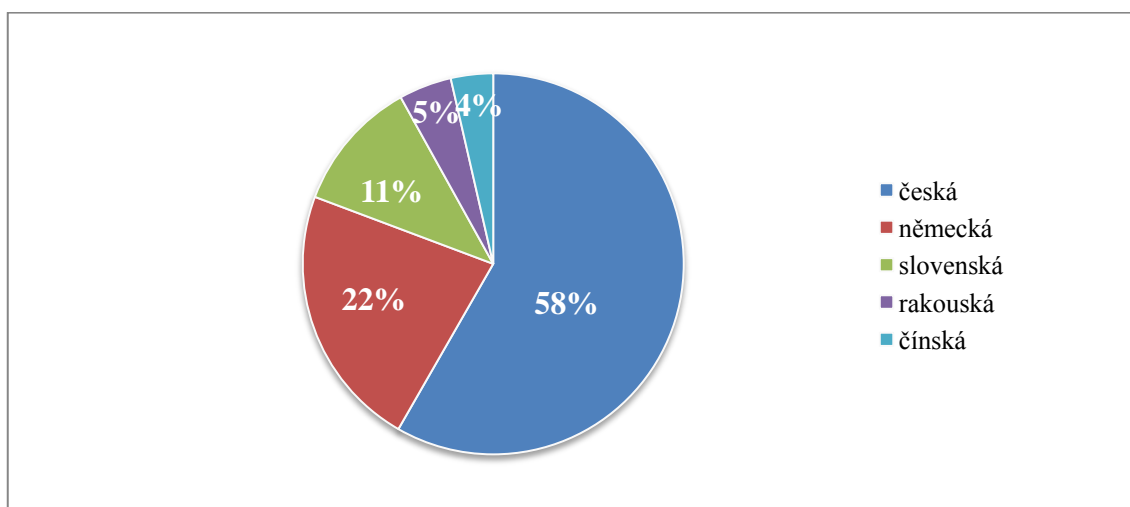
To přibližuje i graf č. 4, na kterém je znázorněna skladba hromadných ubytovacích zařízení ve městě. Ve Strakonících se nachází dva hotely tříhvězdičkové. Dále jen jeden hotel dvouhvězdičkový (10 %), pět penzionů (50 %), jedna turistická ubytovna (10 %) a jeden kemp (10 %).

S tím je spjata i kapacita daných objektů. Bylo zjištěno, že nejméně pokojů se nachází v nejmladším penzionu, celkem čtyři pokoje s osmi lůžky, naopak nejvíce pokojů nabízí tříhvězdičkový hotel se čtyřiceti pokoji a devadesáti dvěma lůžky. Zjištěný stav tedy ukázal, že většina zařízení nabízí nižší kapacitu i kvalitu. Je to dáno navíc také tím, že čím více se daný objekt oddaluje od pomyslného centra, tedy Palackého a Velkého náměstí, tím více řídne zastoupení vyššího stupně možného ubytování a tedy se snižuje i jejich kapacita.

Ukázalo se, že roční počet ubytovaných turistů se pohybuje v rozmezí od devíti set turistů k pěti a půl tisícům. Z toho nejvíce se jich ubytovává právě v hotelích, a to průměrně přes dva tisíce. Bohužel není blíže znám vývoj ubytovaných turistů v daných zařízeních během posledních let, protože daná zařízení nevydávají žádné interní zprávy a neposkytují tyto informace ani běžné veřejnosti.

Všechna oslovená zařízení dále uvedla, že poskytují své služby i zahraničním turistům bez ohledu na národnost, což ukazuje volnost doby po roce 1989 a tedy i selektivních faktorů, které částečně podléhají hlavnímu politickému proudu země či její ideologii.

Graf č. 5: Národnostní struktura turistů v hromadných ubytovacích zařízeních ve Strakonících



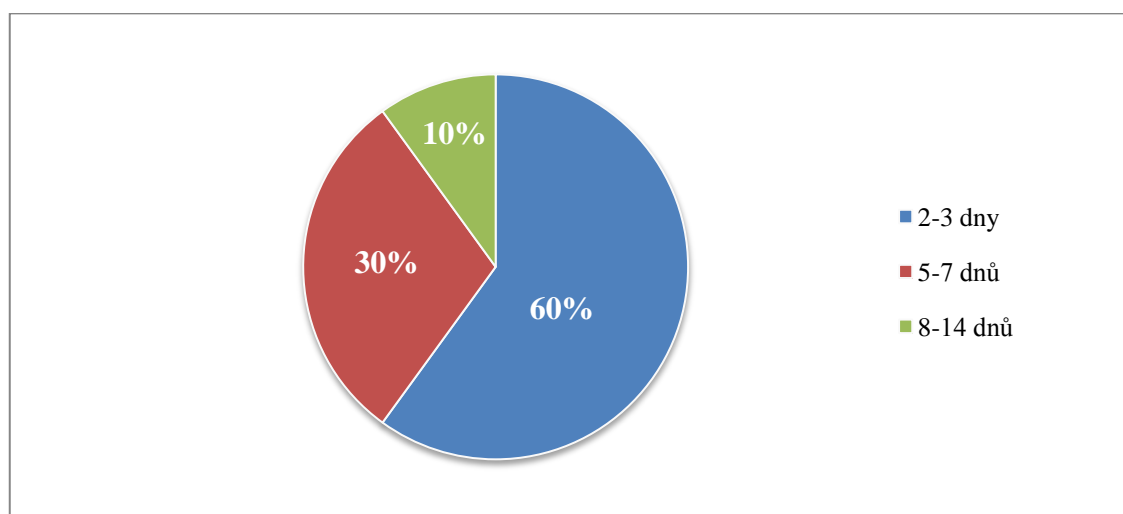
Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Ve skladbě turistů z tuzemska a ne rezidentů se potvrdilo, že ve všech hromadných ubytovacích zařízeních převládají turisté z České republiky. Nejvíce v kempu (98 %), naopak nejméně v hotelech (kolem 70 %). Místní návštěvníci a turisté totiž tráví většinu času v republice na kolech či na vodě, což vyžaduje ubytování v chatách či stanech v kempech poblíž dané lokality. S tím jde ruku v ruce i počet cizinců, kdy jich tedy nejméně pobývá v kempu a nejvíce v hotelech, nejspíše z důvodu možnosti vyšší kvality zařízení, kterou by v kempu postrádali, a delšího pobytu na místě jejich pobývání.

Bližší národnostní strukturu ubytovaných turistů přibližuje graf č. 5, ve kterém je vidět, že pouze 42 % turistů přijíždí z ciziny. A to především z blízkého Německa (22 %), Slovenska (11 %) a okrajově z Rakouska a také Číny (5 %). Zbylých 58 % zaujímají turisté z České republiky. Turisté z ciziny nejsou lákány Strakonice a ukazuje se, buď to jejich horší propagace města anebo pouze celorepublikový význam přecházející k regionálnímu, a tedy ne k mezinárodnímu.

Souvisí s tím i graf č. 6, který uvádí počet strávených dní turistů v daném zařízení. Výsledky říkají, že 60 % turistů se ubytuje na 2-3 dny, méně pak na 5-7 dní (30 %), nejméně na 8-14 dní (10 %). Nedostatek lokalizačních faktorů vysoké hodnoty i realizačních faktorů se špatnou kvalitou silnic, chybějícím napojením na hlavní silniční i železniční tahy.

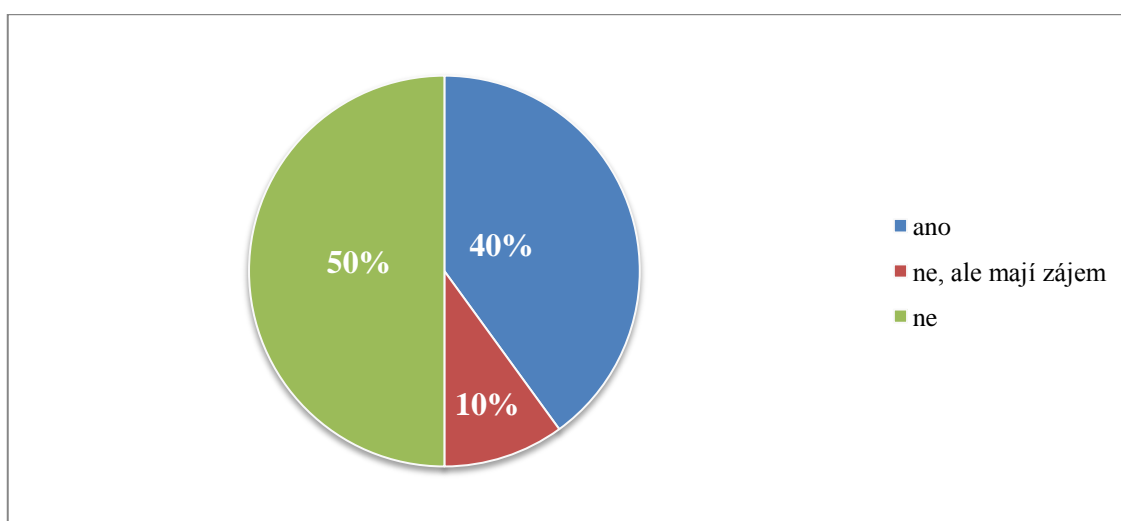
Graf č. 6: Počet strávených dní turistů v hromadných ubytovacích zařízeních ve Strakonících



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Potvrdilo se také, že nejvíce turistů se objevuje v hlavní turistické sezóně, tedy od června do září (100 %), neboť Strakonice nemají tolik co nabídnout v zimním období, mimo adventních trhů a novoročního ohňostroje. V letním období město naopak nabízí nejen širší vyžití a oživení historických objektů ve městě, jako je Léto pod Rumpálem v areálu hradu, ale i kulturní události až mezinárodního charakteru. Jmenovitě se jedná o Mezinárodní dudácký festival, na který přijíždění turisté z různých koutů světa, nejen aby podpořili své soubory, ale i se podívali na město jako takové.

Graf č. 7: Spolupráce hromadných ubytovacích zařízení s městem Strakonice



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

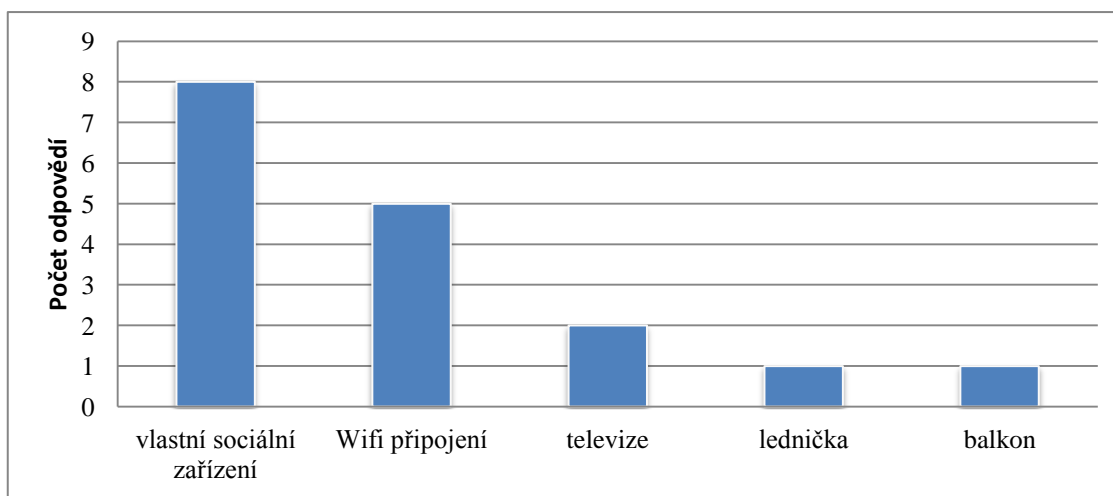
Dotazníkové šetření zjistilo, že hromadná ubytovací zařízení z 90 % nespolupracují se žádnou cestovní kanceláří. Pouze jedno zařízení kooperuje s místní cestovní kanceláří a jedno další s jinou v okolí. Naopak s jiným ubytovacím zařízením nespolupracuje 80 % dotazovaných zařízení, ostatních 20 % spolupracuje s ubytovacím zařízením v okolí. S veřejným sektorem a s Městským informačním centrem spolupracuje, jak je vidět v grafu č. 7, 40 % dotázaných a pouhých 10 % o to mají zájem. Snížená poptávka po spolupráci s městem nejspíš vypovídá o negativních selektivních faktorech, tedy o vzájemné antipatii a neschopnosti si vyhovět. Nedostatečná reklama kulturních akcí i daných zařízení by na to mohla mít také svůj podstatný vliv.

Dvě zařízení, která uvedla, že mají o spolupráci zájem, zodpověděla také o jakou formu. Spolupráci si představují pomocí prezentace v regionálním katalogu ubytování nebo o prezentaci na internetu, kterou oficiální stránky města Strakonice také poskytují.

Jelikož všechna z dotázaných zařízení nejsou jen ubytovacími objekty, ale i stravovacími, zjišťovalo se dotazníkem také, zda daná zařízení přizpůsobují menu turistům. V sedmi zařízeních (70 %) podléhá menu hlavní turistické sezóně. Tyto zařízení nejčastěji do menu zařazují typicky česká jídla, dále pak mezinárodní speciality, okrajově pak zvěřinu či vegetariánskou stravu. Opět se tu silně projevují selektivní faktory, které jsou závislé nejen na politické garnituře, ale především na osobnosti jedince, v daném případě podniku. Vyrovnat se konkurenci v co nejširším možném pojetí a tedy přidáním co nejvíce produktů pro spokojenost každého turistu.

Zjistilo se také, že v 90 % zařízeních vyžadují turisté určitý standart pokojů. Jak je blíže znázorněno v grafu č. 8, turisté nejčastěji žádají o vlastní sociální zařízení na pokoji s odděleným WC a koupelnou; poté Wi-Fi připojení, ale i televizi, ledničku a balkon. Jedno ze zařízení ke své odpovědi uvedlo, že turisté toho chtějí co nejvíce, ale za nízkou cenu. Potvrzuje se tak vliv selektivních faktorů v popředí s osobností turistu.

Graf č. 8: Požadovaný standard v hromadných ubytovacích zařízeních ve Strakoncích



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

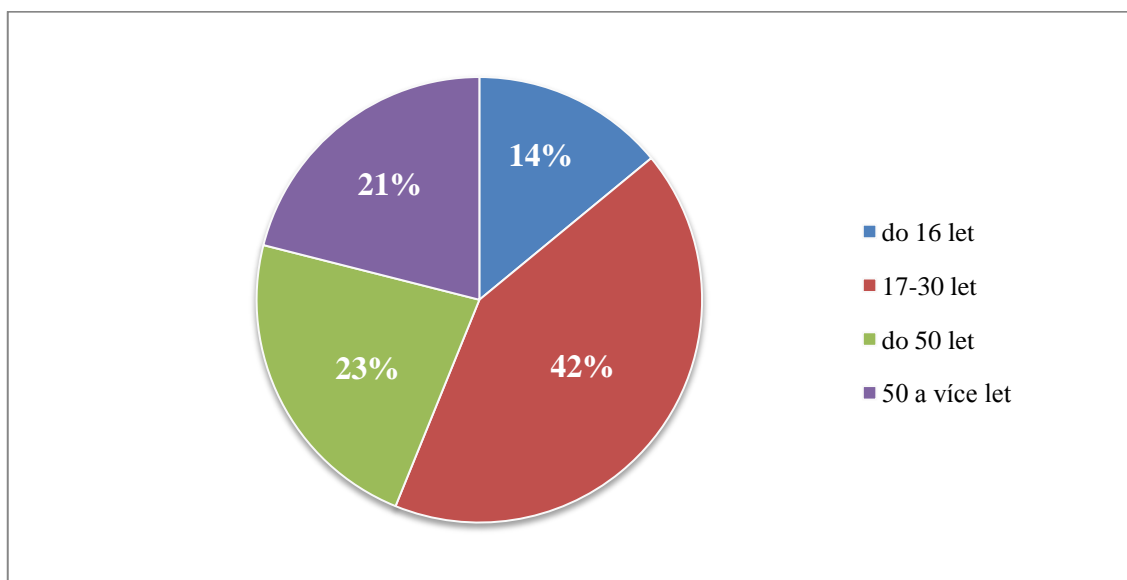
7.2 Turisté ve městě

Na dotazníkové šetření mezi turisty, kteří zavítali do Strakonice během léta 2014, odpovědělo prostřednictvím internetu čtyřicet devět respondentů a dalších osm vyplnilo dotazník v Městském informačním centru ve Strakoncích. Celkově se tedy vrátilo padesát sedm dotazníků, z toho jich osm bylo zodpovězeno cizinci. Pro potřeby této práce je to dostačující počet, i když dle Hendla (2012) by mělo být v kvantitativním výzkumu vyzpovídáno nejlépe kolem 120 – 170 respondentů. Pokud by se jednalo

o kvalitativní výzkum, stačilo by 40 – 60 náhodně zodpovídajících, aby bylo šetření kvalitní a mohlo být použito pro možné další šetření.

První tři zjištěné údaje se věnovaly pohlaví, věkovému rozpětí a nejvyššímu ukončenému vzdělání respondentů. Celkem tedy odpovídalo 61 % žen a 39 % mužů. Jak lze vyčíst z grafu č. 9, nejvíce respondentů bylo ve věku 17-30 let (42 %), poté do 50 let (23 %), 50 a více let (21 %) a nejméně tedy do 16 let (14 %). Co se týče výše dosaženého vzdělání, převažovalo u turistů to středoškolské (51 %). Poté vysokoškolské (26 %) a základní vzdělání (12 %), naopak nejméně bylo respondentů bez vzdělání (7 %) a s vyšším odborným vzděláním (4 %).

Graf č. 9: Věkové složení dotazovaných respondentů

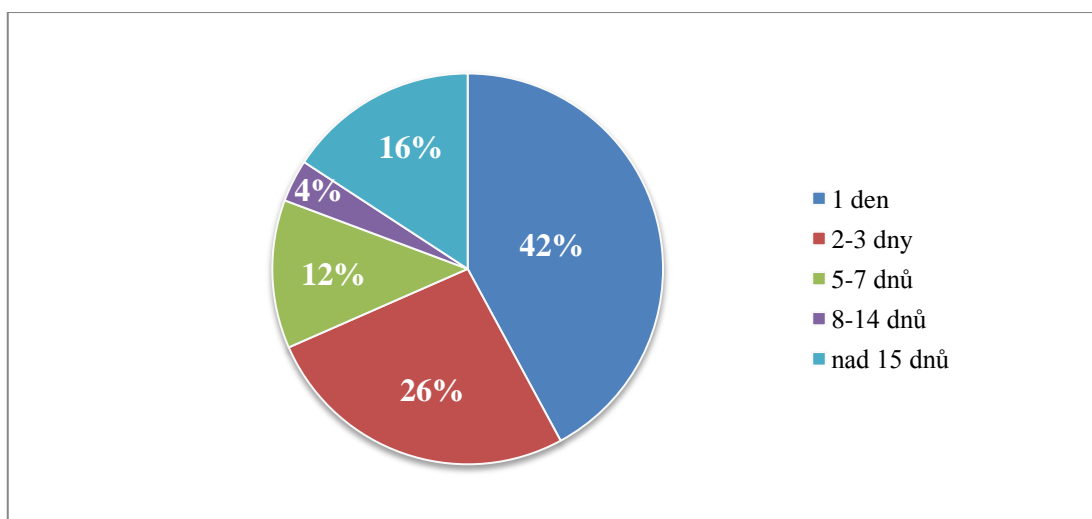


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Převládající skupinou turistů jsou dle grafu č. 10 jednodenní návštěvníci bez noclehu (42%). Následují ti, kteří zde stráví dva až tři dny (26 %) a turisté pobývající ve městě více jak patnáct dnů (16 %). Nejméně respondentů, tj. 4 %, odpovědělo, že zde stráví osm až čtrnáct dní. Naopak na základě výsledků průzkumu agentury CzechTourism (2014), který probíhal ve stejnou dobu jako tento, dominují ve Strakonici jednodenní návštěvníci bez přespaní (55 %) a naopak nejméně je těch, kteří zde tráví více jak osm dní (4 %). Tím se dokazuje, že Strakonice opravdu nemají návštěvníkům, co podstatného nabídnout. Jejich význam nadále klesá.

Do Strakonic, dle dotazníkového šetření, zavítalo 54 % turistů, kteří zde byli poprvé. Ostatní uvedli, že jsou ve městě již po několikáté (46 %).

Graf č. 10: Počet strávených dnů turistů ve Strakonících



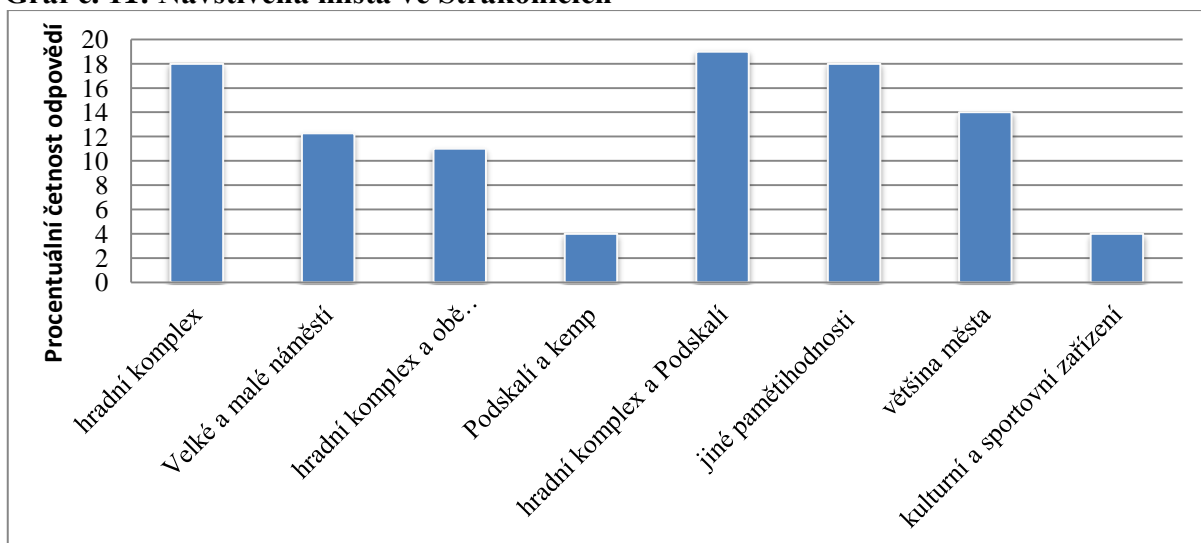
Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

K nejnavštěvovanějším místům Strakonice se řadí národní kulturní památka hrad Strakonice, obě náměstí a Podskalí. Pouze do hradního komplexu zavítalo deset z dotazovaných (18 %). Mnozí turisté však navštěvují více míst během své návštěvy. K hradnímu komplexu to nejčastěji bývá odpočinková zóna Podskalí (19 %) či náměstí (11 %). Na obě náměstí zavítalo 12 % turistů a většinu města si prohlédlo dokonce 14 % dotazovaných. Několik turistů (18 %) dále uvedlo, že navštívilo i jiné pamětihodnosti (židovský hřbitov, pivovar, atd.), a naopak nejméně jich zavítalo do kulturního či sportovního zařízení a na Podskalí s kempem (4 %). Tyto informace korespondují také s grafem č. 11. Turisty tak více lákají lokalizační faktory hmotného charakteru, než akce kulturního či sportovního typu.

Přátelé a známí byli hlavními strůjci toho, aby potenciální turisté podnikli výlet právě do Strakonice. A to v 26 % případů. Naopak náhodné navštívení uvedlo čtrnáct turistů (25 %). Z propagačních materiálů se o městě dozvědělo 21 % turistů, což se týkalo dvanácti turistů. Lákadlem do města byla kulturní událost pro 12 % respondentů. Jiný zdroj, jako například předchozí navštívení, uvedlo zbytek turistů (16 %). Naopak dle již zmiňovaného průzkumu agentury CzechTourism (2014) nejvíce lidí zaškrtnulo, že v Jižních Čechách jako takových již předtím bylo a mělo dobrou zkušenost (56 %). Jiné důvody zvolilo 20 % a více jak 17 % turistů uvedlo, že jim navštívení doporučili přátelé a známí, což koresponduje i s naším šetřením. Oproti tomu ve Strakonících se turisté opakovaně objevili v 75 % případů. Můžeme to připisovat vhodně zvoleným typem ubytování i využitím správných realizačních faktorů v podobě

dopravního prostředku individuální dopravy. Ukazuje se ale, že nejsilnější volbou pro konečnou realizaci výletu do Strakonice, má jedinec sám.

Graf č. 11: Navštívená místa ve Strakonících

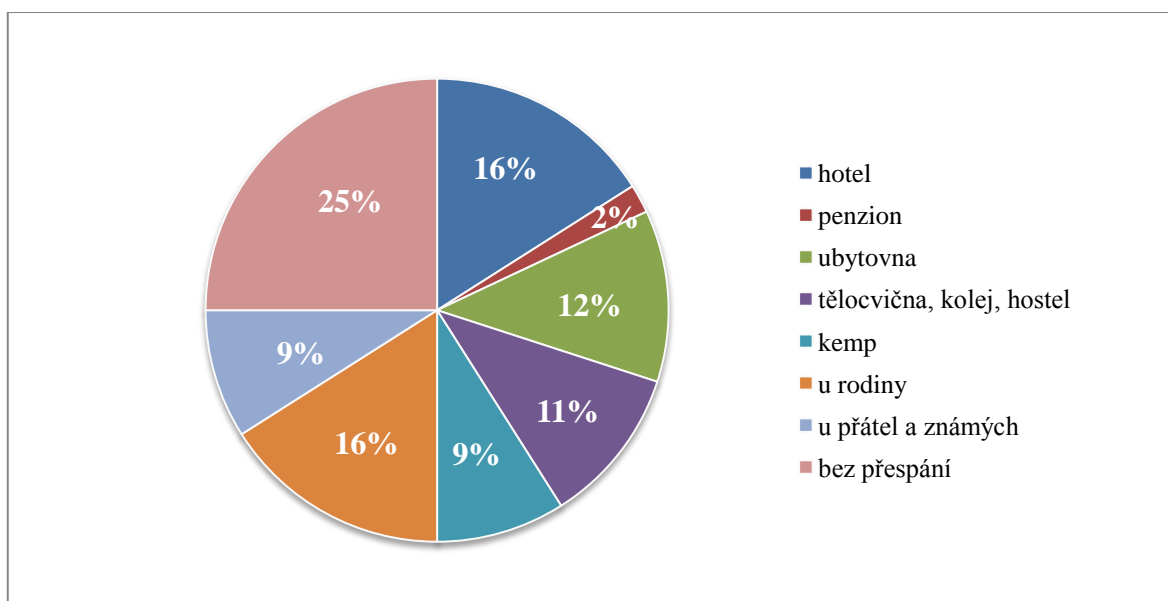


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf č. 12 přibližuje, kde nebo u koho se turisté ubytovávají. Čtvrtina respondentů odpověděla, že zde nebyla ubytována vůbec. Jednalo se tedy pouze o návštěvníky. U rodiny nebo v hotelu se ubytovalo 16 % turistů. Naopak ubytovnu si vybralo 12 % dotazovaných a tělocvičnu/kolej/hostel 11 %. V kempu nebo u přátel se rozhodlo ubytovat kolem 9 %, nejméně pak v penzionu (2 %). Ve srovnání s výsledky od CzechTourism (2014) se potvrzuje zjištění, že ve Strakonících převažují návštěvníci bez přespání (54,9 %). Na druhou stranu dává nadále nejvíce turistů přednost ubytování u známých (21,6 %) a v penzionu (7,8 %). Vidina pohodlí, nízké až žádné ceny vedou turisty ubytování právě v soukromých ubytovacích zařízeních, aby tak mohli využít finance na jiné možnosti v rámci cestovního ruchu.

Turisté byli celkově s ubytováním v hromadném ubytovacím zařízení spokojeni či spokojeni s výhradami, jak lze vyčíst z grafu č. 13 s procentuální četností. Dvacet turistů oznámkovalo dané zařízení jedničkou, dalších 21 % (devět) dalo dvojku, za tři naopak hodnotilo dalších jedenáct respondentů (26 %). Tři odpovídající uvedli, že s ubytováním spokojeni nebyli vůbec. Důvodů pro dané hodnocení může být různé, od kvality ubytování přes dané chování jedinců v daných zařízeních až po samotnou cenu, která by měla být v souladu s typem a kvalitou hromadného ubytovacího zařízení.

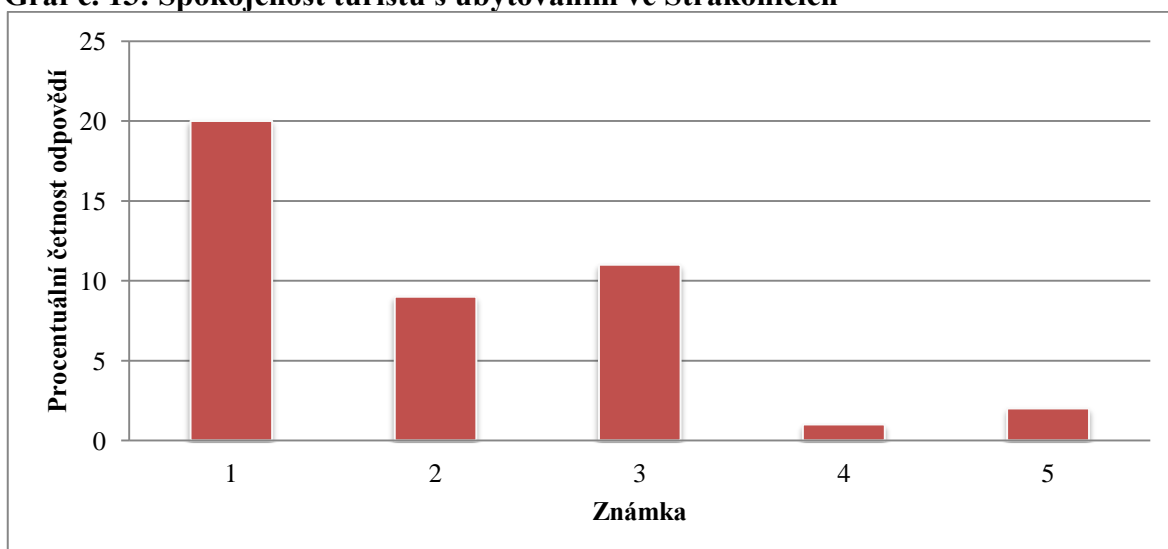
Graf č. 12: Typ ubytování turistů ve Strakonících



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Třicet devět turistů (69 %) nepostřehlo žádné nedostatky v daném hromadném ubytovacím zařízení. Dalších patnáct (26 %) tvrdilo, že mělo malý komfort, a pouze třem (5 %) nedostačoval výběr menu. Znovu to vede k selektivním faktorům daných jedinců.

Graf č. 13: Spokojenost turistů s ubytováním ve Strakonících

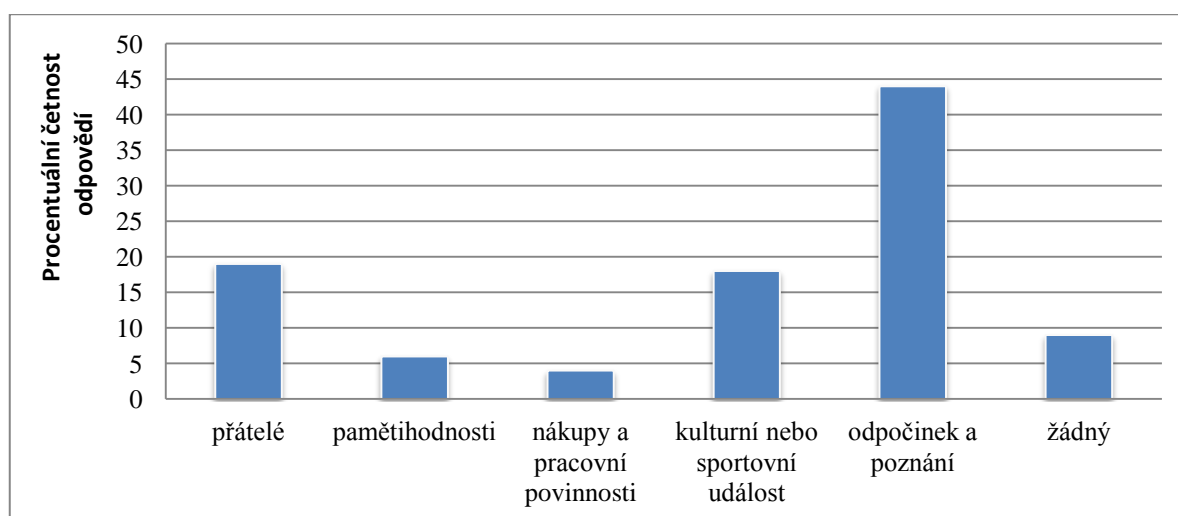


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Hlavní důvody návštěvy města jsou doloženy i grafem č. 14 s procentuální četností. Nejzásadnější pro pětadvacet turistů (44 %) byl odpočinek a poznání

Strakonice. Dalším důvodem byla návštěva přátel (19 %), kulturní či sportovní události (18 %), v menší míře pak poznání pamětihodností (6 %) a nákupy či pracovní cesta (4 %). Tento výsledek se naprosto shoduje se zjištěním agentury CzechTourism (2014), kde převažujícími důvody návštěvy Jihočeského kraje bylo také poznání a relaxace (61 %) a turistika a sport (19 %). Ve Strakonících ale dominovala na prvním místě zábava (27,5 %) a poznání (19,6 %). Letní sezóna přináší do Strakonice širší možnosti k vyžití, ať už se jedná o venkovní akce, nové druhy pivního moku, apod.

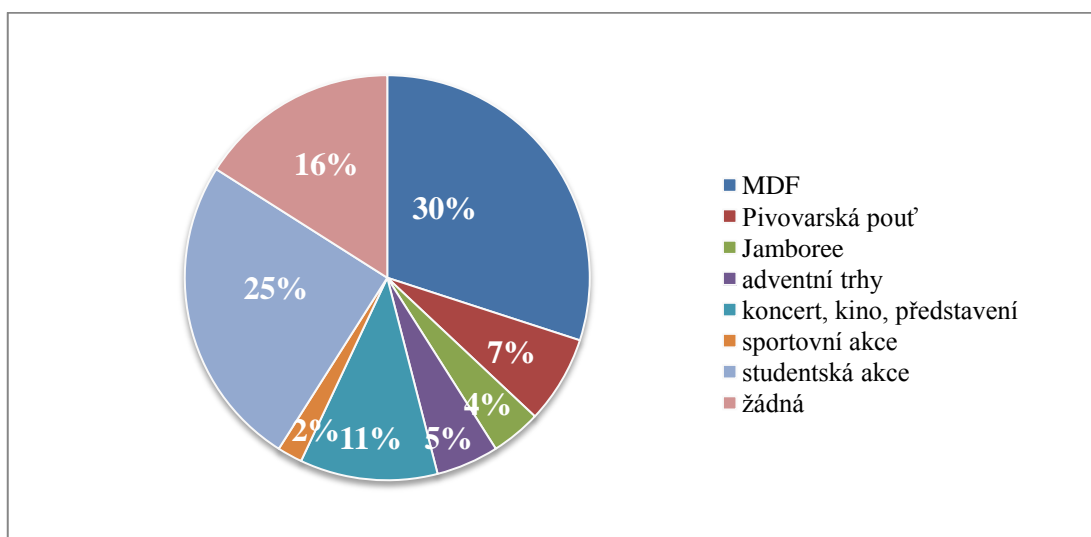
Graf č. 14: Důvod návštěvy města



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf č. 15 se věnuje návštěvě kulturní a sportovní akce ve Strakonících. U turistů převažuje účast na Mezinárodním dudáckém festivale (30 %), ale také vůbec žádná událost (25 %). Dále se turisté hojně vyskytovali při studentských akcích (18 %), koncertu a v kině (11 %). Nejméně pak lákaly Pivovarská pouť, adventní trhy, Jamboree a sportovní akce, celkem tedy 18 %. Zajímavé zjištění především pro vedení města, které právě na některé z těchto akcí hodně cílí. Je vidět, že Mezinárodní dudácký festival láká, ale už ne v takovém nepřeborném množství, jak asi město doufá. Navíc hojně navštěvovaná Pivovarská pouť, alespoň podle statistik pivovaru, tak nejspíš přitahuje do města pouze ty turisty z nejbližšího okolí a nikoliv někoho z odlišného koutu republiky či jiné země. Přisuzovat by se to mohlo stále stejným akcím, které nejsou nikterak inovovány a přináší stále stejná vystoupení a program anebo za to může i nedostatečná až žádná propagace či propagace špatnou formou, která není cílena na určitou skupinu lidí.

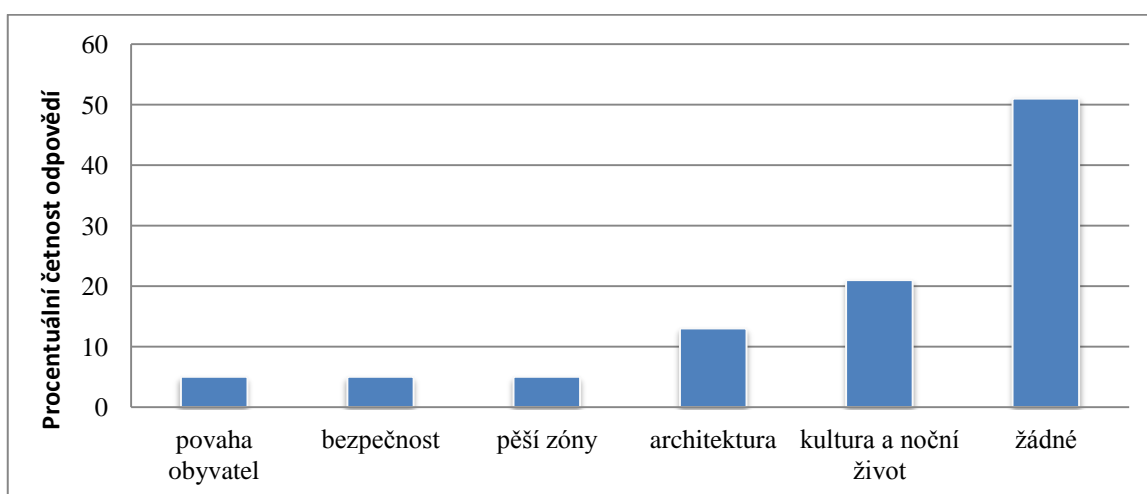
Graf č. 15: Návštěva kulturní nebo sportovní akce



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Přes 52 % turistů neshledává žádné nedostatky ve Strakonících, jak dokládá i graf č. 16. Pokud se turistům něco nelíbilo, šlo o nedostatek kultury a nočního života (21 %), málo architektury (12 %) a nedostek pěší zón, bezpečnosti, ale také špatné jednání místních (15 %). To zasahuje do všech třech faktorů, které mají vliv na cestovní ruch. Lokalizační faktory trpí ve Strakonících nejvíce, může za to různé vedení a směřování města, boření některých historicky cenných budov v 70. letech 20. století, jak již bylo zmíněno, snad i nedostatečné využití dotačních titulů v rámci fondů Evropské unie, atd.

Graf č. 16: Nedostatky města



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Dvacet devět respondentů (51 %) uvedlo, že rádi návštěvu Strakonice zopakují z různých důvodů. Dalších 36 % turistů si nejsou jisti, jestli by stálo se sem vrátit. Sedm dotazovaných (13 %) se jistě nevrátí. Oproti tomu více jak 63 % turistů by město doporučilo ostatním, a to protože město je zajímavé, vévodí mu hrad a protéká jím sjízdná řeka pro vodáky. Čtrnáct turistů (25 %) však bylo na rozpacích, a to například proto, že Strakonice sice nabízí ke zhlédnutí množství památek, ty jsou ale na spadnutí. Výzkum agentury CzechTourism (2014) také potvrdil, že do Strakonice by se turisté vrátili z 96 %, pouze 4 % odpověděla, že si nejsou návratem jisti.

Hromadná ubytovací zařízení posuzují své zájmy z hlediska možnosti co nejlepší možné propagace pro jejich konkrétní zařízení, které by jim mohlo přinést nárůst klientely a zároveň i přidat dobré reference od turistů, jež by k nim zavítali. Nechtějí však dělat vše za každou cenu, neboť s propagací jsou spjaty i nemalé finance, které by musely vynaložit. Pro některé se tak ideálním cílem, pro vhodnou propagaci s minimem vložených nákladů, stává veřejný sektor, se kterým však ve Strakonice mnoho hromadných ubytovacích zařízeních nespolupracuje. Některá zařízení se zaměřují na jedinečnou klientelu, což však ve městě regionálního charakteru není nejspíš nejvhodnější. Malá město nepřináší množství vhodných nabídek pro potencialní turisty. Proto již tolik nevznikají nová hromadná ubytovací zařízení vyššího typu s větší kapacitou objektu, ale naopak se společně sdružují či otevírají malá zařízení, snadno obhospodařitelná a zároveň i levná a kvalitní. Strakonice naposledy něco takového přinesly před čtrnácti lety s nově vybudovaným penzionem o malé kapacitě.

Turisté se chovají jako reklamní produkty, které neustále touží potom být inovovány a zlevňovány, aby si je mohla užít co nejširší škála klientů. Tyto potencialní nabídky jsou ale silně omezeny skoro neměnnými lokalizačními faktory především na bázi přírodního potencialu. Stálá obměna společenských faktorů vede stále návštěvníky těchto akcí a zařízení buď to k opakované návštěvě anebo k jeho ukončení. Silně se tu tak promítají selektivní faktory, které prostupují všemi subjekty terciálního sektoru, ať už pozitivním nebo negativním směrem. V pozadí ani nezůstávají realizační faktory, a to možnosti ubytování i dopravního spojení do dané lokality. Vše se znovu ale odvíjí od potencialního turisty a také nabídky možné lokality k navštívení či ke strávení dovolené.

8. SYNTÉZA POZNATKŮ A INTERPRETACE DO PRAXE

V závislosti na předchozí kapitole by bylo vhodné zrekapitulovat dané informace a přinést o zdejší lokalitě ty nejpodstatnější věci, jako jsou její silné a slabé stránky, potencionální hrozby, ale i zasazení Strakonice v rámci vybraných okresních měst Jihočeského kraje a předvedení typického návštěvníka města.

K silným stránkám se řadí přítomnost kompaktní národní kulturní památky v podobě strakonického hradu a klidné zóny Podskalí, které se nejčastěji objevovaly v odpovědích respondentů. Z hlediska společenských lokalizačních faktorů se jedná především o Mezinárodní dudácký festival, který má potencionál celorepublikového významu. V realizačních faktorech by mohla být topem Otavská cyklistická stezka vedoucí z Horažďovic přes Strakonice až do Písku a stejně tak i vodácká trasa po trase Otavě.

Neměnitelnost sortimentu a programů a nedostatečná inovace se řadí asi k největším slabým stránkám města, ruku v ruce se špatnou propagací atraktivit, akcí i zdejších subjektů terciérního sektoru, která silně ohrožuje budoucnost „cestovního ruchu“ ve Strakonících. Ne sto procentní propojení s některou významnou silniční či železniční tepnou.

Potencionální hrozbou se stává možný úbytek turistů, ne jen ze zahraničí, ale především z České republiky, který by mohl v dohledné době nastat. A to z již vyřčených důvodů výše.

Dle výsledků dotazníkového šetření a analýzy bylo možné sestavit hierarchickou tabulku č. 9 s vybranými městy Jihočeského kraje, jak bylo naznačeno v jedné z podkapitol čtvrté kapitoly. Do rozdílů mezi nimi nebyla zařazena návštěvnost, neboť každé město si jej měří a udává jinak. Například město Prachatice na žádost svého vedení již ani nezveřejňuje informace o počtu návštěvníků a turistů oproti Písku, Táboru a Strakonícím. Písek započítává do návštěvnosti místního informačního centra i obyvatele města a Tábor zase turisty nedělí podle národnosti. Těžko jde proto porovnat tyto města mezi sebou. Tabulka proto udává přírodní lokality, movité památky i ty nemovité – vše součástí lokalizačních faktorů – a mapuje i přítomnost městské památkové rezervace či množství národních kulturních památek. Vše je obohaceno o uvedení významu v rámci cestovním ruchu, a to celorepublikového (C) a toho regionálního (R).

Tabulka č. 9: Hierarchizace lokalizačních faktorů v rámci vybraných měst Jihočeského kraje a jejich významu

MĚSTA	Přírodní lokality	Movité památky	Nemovité památky (festivaly,...)	Městská památková zóna	Národní kulturní památka	Význam
Strakonice	—	—	Mezinárodní dudácký festival	ne	1	C
	řeka Otava	hrad Strakonice	Skupovy Strakonice/Václavská pouť			R
Tábor	—	—	—	ano	151	C
	řeka Lužnice	hrad Kotnov a Klokoaty	Táborská setkání			R
Písek	—	Kamenný most	—	ano	45	C
	řeka Otava	Křížikova elektrárna	Dotkni se Písku/Cipískoviště			R
Prachatice	—	—	—	ano	132	C
	—	městské opevnění	Bohemia Jazzfest			R

Zdroj: Národní památkový ústav (2014); vlastní analýza

Město Strakonice nelze moc porovnávat v tomto odvětví s ostatními městy, neboť konkurence je silná a lepší. Strakonice by se mohly pochlubit možná jen celorepublikovým významem v podobě Mezinárodního dudáckého festivalu. Na druhou stranu však nemá oproti ostatním třem městům ani vlastní městskou památkovou zónu a na svém území má pouze jednu národní kulturní památku regionálního významu. Oproti tomu nedaleký Písek a rival ve všech oblastech kulturního a sportovního vyžití v celorepublikovém měřítku vévodí s nejstarším mostem v Čechách, vlastní městskou památkovou zónou s více jak 45 národními kulturními památkami. Srovnatelně na tom jsou v přírodních lokalitách s řekou Otavou, vodácky hojně navštěvovanou, a s jedním prvkem celorepublikového významu. Prachatice s Tábořem zmíněná města přeskočí svým množstvím národních kulturních památek, ale ne celorepublikového, ale pouze regionálního významu, který je trochu tak strhává dolů. I přesto nejnavštěvovanějším městem je právě Tábor ležící na jednom z hlavních tahů, poté Písek, pak zkoumané Strakonice a nakonec Prachatice, které se nacházejí nejdále a spojení do nich není příliš vyhovující a dobré.

Nebál bych se říci, že Strakonice budou stále více a více inklinovat od celorepublikového významu, kdy již skoro nemají, co nabídnout, postupně pouze

k tomu regionálnímu. Od toho se odvíjí i typická podoba návštěvníka tohoto města, která nelze přesně dopodrobna určit. Může jím být občan České republiky do 50 let se středoškolským vzděláním, poměrně krátkou dobou na dovolenou, spící u rodiny, známých nebo v kempu či jen město projede jako vodák v roli návštěvníka. Může jím být i pouze pivař se sklonem k jednodennímu kulturnímu vyžití či sportovní rekreaci. Významnou mírou k rozhodování návštěvníka a turisty zaujímá psychologický pohnutek, který je součástí selektivních faktorů. Individualita jedince tak rozhodne, jestli se nechá zlákat potencionální nabídkou, která se řídí podle třech známých faktorů – lokalizačního (řeka Otava, hrad, MDF,...), selektivního (rekreace, noční život,...) a realizačního (dopravní síť, kvalita ubytování,...).

ZÁVĚR

Cestovní ruch ve Strakonících má potencionál, který ne vždy plně využít. Město nedokáže totiž přilákat vyšší množství turistů do této lokality. Turistický zájem se orientuje na národní kulturní památku, tedy strakonický hrad, který spravuje Muzeum středního Pootaví, a na Mezinárodní dudácký festival, jež se koná ve městě každé dva roky. Bez hradu a festivalu by rozvoj cestovního ruchu nemohl být na takové úrovni, jaké dnes dosahuje. Vzhledem k tomu, že inovace muzejních sbírek neprobíhá tak často, festival nemění osvědčený program apod., za poslední sezónu došlo ke snížení návštěvnosti Městského informačního centra ve Strakonících, strakonického hradu i Mezinárodního dudáckého festivalu.

Prostřednictvím analýzy vybraných složek cestovního ruchu, které se věnovala tato práce, byly splněny všechny čtyři zásadní cíle. Došlo k představení přírodních, historických i kulturních atraktivit města, které by mohly zvýšit zájem o tuto oblast. Bylo by vhodné oživit nepoužívané objekty, např. v bývalých průmyslových závodech, více je zpřístupnit lidem a poskytnout tento prostor například muzejním účelům; zaměřit se na širší nabídku kulturních akcí, více propagovat historické objekty – ne pouze strakonický hrad – a vést přesnější statistiku návštěvnosti města.

Dále proběhlo dotazníkové šetření, které se týkalo místních podnikatelů – ubytovacích a stravovacích zařízení – a jejich uživatelů – turistů. Výsledky dotazníkového šetření přinesly předpokládané informace, např. že turisté do Strakonice jezdí v hlavní sezóně během letních prázdnin, neboť Strakonice nenabízejí velké množství akcí mimo hlavní sezónu. Dále vyžadují určitý standard pokojů – především chtějí mít vlastní sociální zařízení na pokoji a přístup k Wifi připojení – nízkou cenu ubytování a stejnou či lepší kvalitu daného zařízení. Také se ale poukázalo na to, že se zde zdržují pouze jeden nebo dva až tři dny, přičemž jejich hlavním cílem je odpočinek a poznání. Nejvíce turistů proto navštěvuje národní kulturní památku hrad Strakonice, Podskalí a obě náměstí. Ačkoliv se koná množství kulturních a sportovních akcí, mnozí nespokojení návštěvníci uvádějí, že ve Strakonících chybí bohatší kulturní život a cenná architektura. Turisté proto buď to nenavštěvují žádnou z nabízených akcí anebo dávají přednost Mezinárodnímu dudáckému festivalu, který se koná jednou za dva roky. Hromadná a ubytovací zařízení ve městě poskytují služby zahraničním turistům, kteří vyhledávají spíše zařízení s vyšší kvalitou, jako jsou hotely a penziony.

Naopak čeští turisté raději dávají přednost ubytování u rodiny či přátel a známých a co na nejmenší dobu. Dokonce 80 % těchto hromadných ubytovacích zařízení nespolupracuje se žádnou cestovní kanceláří ani s jiným ubytovacím zařízením ve Strakonících či v jeho okolí. S veřejným sektorem tato spolupráce dosahuje 40 % a je zde vidět silná nedůvěra mezi danými subjekty.

Město Strakonice disponuje v hierarchii cestovního ruchu celorepublikového významu, ať už pro Mezinárodní dudácký festival, výrobu tureckých pokrývek hlavy či piva a kulturní národní památky, ale postupně přechází k tomu regionálnímu významu, a to určitě z hlediska dopravní dostupnosti v realizačních faktorech. Slouží totiž jako průjezdná stanice po vodě, na kole i železnici. Přes své silné i slabé stránky městu hrozí úbytek turistů, kvůli již dříve zmíněné špatné propagaci všech objektů a akcí, ale i rigidnosti v nových a neokázaných věcech, které by mohly přitáhnout zpět turisty či alespoň návštěvníky. Nedokáže využít daný potenciál.

Posledním z cílů bylo odvození typického návštěvníka cílicího na Strakonice. Jednoznačně proběhnuté šetření na to neodpovědělo, ale částečně lze říci, že se bude jednat o produktivního Čecha blízcího se k padesátce, který se rád napije dobrého piva, přespí u rodiny, známých nebo v kempu a stráví zde svůj čas, který věnuje rekreaci po vodní hladině či okusí noční život města. Může se také ale jen jednat o návštěvníka, který tu je již poněkolkáté.

Na závěr práce došlo ke zjištění odpovědí na hypotézy, které byly nastíněny ve čtvrté kapitole práce. První hypotéza tvrdila, že ve skladbě turistů směřující do Strakoníc budou převažovat tuzemci nad turisty ze zahraničí. Což se také potvrdilo z oficiálních výsledků Městského informačního centra ve Strakonících i z obou typů dotazníků. V hromadných ubytovacích a stravovacích zařízeních tvořili Češi 58 % a turisté až 86 %. Další hypotéza, která se zabývala tím, že by dostavba R4 přispěla ke zvýšení počtu návštěvníků ve Strakonících oproti předchozím rokům, se nepotvrdila. Počet turistů se oproti roku 2012 snížil, jak dokazuje statistika Městského informačního centra ve Strakonících. Podstatnější vliv na turistiku má totiž konání Mezinárodního dudáckého festivalu, který do města přitáhne více lidí. V roce 2014 to bylo 30 tisíc turistů či návštěvníků. Třetí hypotéza předkládala zvýšený zájem hromadných ubytovacích zařízení o propagaci svých služeb, aby pozitivně nastartovala selektivní faktory. Jak ale dokázalo šetření, s veřejným sektorem spolupracuje pouze 40 % dotázaných a pouze 10 % má o něco takového zájem. Hromadná ubytovací zařízení tak nejspíš hledají jiný vlastní způsob, jak levně a efektivně rozšiřovat povědomí o svých

službách. Poslední z hypotéz tvrdila, že hlavním důvodem návštěvy budou v rámci lokalizačních faktorů kulturní události nehmotného dědictví. Což není pravdou. Lidé jezdí do města především za poznáním a odpočinkem, za přáteli a až na třetím místě jsou teprve kulturní události, kterým vévodí již zmiňovaný Mezinárodní dudácký festival (30 %).

Cestovní ruch v pravém slova smyslu ve Strakonících nikterak nevzkvétá. Nebuduje se potřebná infrastruktura či napojení na hlavní trasy a ani samotné vedení nepřispívá, akorát zvyšuje svou nečinnost a nízkou propagaci. Snad se z města celorepublikového významu s Mezinárodním dudáckým festivalem nestane v nejbližší době jen město na regionální úrovni nebo snad se z něj nestane pouhé sídlo bývalého průmyslového významu.

ZROJE INFORMACÍ

Seznam odborné literatury

ČERBA, O. (2004): Databázové systémy GIS. Západočeská Univerzita, Fakulta aplikovaných věd, Katedra matematiky, Plzeň.

FIALOVÁ, D. (2013): Vnímání destinace cestovního ruchu vybranými aktéry – metodické přístupy. Aktuální problémy cestovního ruchu "Cestovní ruch – destinace – regionální rozvoj“, sborník z mezinárodní konference. Vysoká škola polytechnická Jihlava, Jihlava, s. 37-42.

FIALOVÁ, D. (2013): Udržitelný cestovní ruch a české destinace. In Jeřábek, T., Trunečková, P. (eds.): Regionální rozvoj cestovního ruchu, hotelnictví a gastronomie. Sborník příspěvků z šesté mezinárodní konference. Vysoká škola obchodní a hotelová, Brno, s. 62-71.

GOELDNER, R. CHARLES, RITCHIE, J. R. BRENT (2014): Cestovní ruch – Principy, příklady, trendy. BizBooks, Brno, s. 545.

HALL, C. MICHAEL - PAGE, STEPHEN J. (2002): The geography of tourism and recreation: Environment, place and space. 2nd ed. London: Routledge, s. 399.

HENDL, J. (2012): Kvalitativní výzkum: Základní teorie, metody a aplikace. Portál Praha, 3. vydání, s. 408.

HOUŠKA, P; PETRŮ Z. (2010): Cestovní ruch v působnosti orgánů EU. Oeconomica, Praha, s. 275.

HRALA, V. (2001): Geografie cestovního ruchu. Idea Servis Praha, Praha, s. 192.

INDROVÁ, J. a kol. (2009): Cestovní ruch. Oeconomica, Praha, s. 122.

PALATKOVÁ, M., ZICHOVÁ, J. (2011): Ekonomika turismu – turismus České republiky. Grada Publishing, Praha, s. 208.

PÁSKOVÁ, M. (2008): Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu. Gaudeamus, Hradec Králové, s. 298.

PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2012): Výkladový slovník cestovního ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj, Praha, s. 768.

RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČNEROVÁ, I. (2011): Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Grada Publishing, Praha, s. 216.

TOUŠEK, V., KUNC, J., VYSTOUPIL, J. a kol. (2008): Ekonomická a sociální geografie. Vydavatelství A. Čeněk, Plzeň, s. 411.

VÁGNER, J., FIALOVÁ, D. (2013): Význam rekreační funkce obcí a sídel při formování regionální identity v Česku – výsledky výzkumu. In: Svobodová, H. (ed): Výroční konference České geografické společnosti. Nové výzvy pro geografii. Sborník příspěvků. PedF MU, Brno, s. 29-35.

VYSTOUPIL, J., HOLEŠINSKÁ, A., KUNC, J. a kol. (2006): Atlas cestovního ruchu České republiky. 1. vyd. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha. s. 156.

WOKOUN, R.; VYSTOUPIL, J. (1987): Geografie cestovního ruchu a rekreace. 1. vyd.

Státní pedagogické nakladatelství, Praha. s. 250.

Seznam regionální literatury

CVRČEK, J. (1989): Strakonice: město, lidé, osudy. 2. vyd. Městský národní výbor Strakonice, Strakonice, s. 426.

CVRČEK, J., KOTLÁROVÁ, S, KUPKA, J. a kol. (2002): Vlastivědný sborník Strakonice – kapitoly z historie I. Město Strakonice, s. 276.

EHRMANN, R. (1999): Strakoničtí souvěrci – Ze života Židů na malém městě. Nakladatelství Sefer, Praha, s. 136.

KOŠTOVÁ, L., VILÁNKOVÁ, L., KUPCOVÁ, L. a kol. (2012): Muzeum středního Pootaví ve Strakonících – Výroční zpráva za rok 2011. Muzeum středního Pootaví, Strakonice. s. 32.

KOŠTOVÁ, L., VILÁNKOVÁ, L., KUPCOVÁ, L. a kol. (2013): Muzeum středního Pootaví ve Strakonících – Výroční zpráva za rok 2012. Muzeum středního Pootaví, Strakonice. s. 30.

KOŠTOVÁ, L., VILÁNKOVÁ, L., KUPCOVÁ, L. a kol. (2014): Muzeum středního Pootaví ve Strakonících – Výroční zpráva za rok 2013. Muzeum středního Pootaví, Strakonice. s. 34.

ŘÍHOVÁ, I., MICHÁLEK, J., ŠILHANOVÁ, J. a kol. (2005): Muzeum středního Pootaví ve Strakonících – Výroční zpráva za rok 2004. Muzeum středního Pootaví, Strakonice. s. 48.

ŘÍHOVÁ, I., MICHÁLEK, J., ŠILHANOVÁ, J. a kol. (2006): Muzeum středního Pootaví ve Strakonících – Výroční zpráva za rok 2005. Muzeum středního Pootaví, Strakonice. s. 68.

ŘÍHOVÁ, I., ŠILHANOVÁ, J., VILÁNKOVÁ, L. a kol. (2007): Muzeum středního Pootaví ve Strakonících – Výroční zpráva za rok 2006. Muzeum středního Pootaví, Strakonice. s. 56.

ŠPECIÁN, M., ŠILHANOVÁ, J., VILÁNKOVÁ, L. a kol. (2008): Muzeum středního Pootaví ve Strakonících – Výroční zpráva za rok 2007. Muzeum středního Pootaví, Strakonice. s. 32.

ŠPECIÁN, M., ŠILHANOVÁ, J., VILÁNKOVÁ, L. a kol. (2009): Muzeum středního Pootaví ve Strakonících – Výroční zpráva za rok 2008. Muzeum středního Pootaví, Strakonice. s. 32.

ŠPECIÁN, M., ŠILHANOVÁ, J., VILÁNKOVÁ, L. a kol. (2010): Muzeum středního Pootaví ve Strakonících – Výroční zpráva za rok 2009. Muzeum středního Pootaví, Strakonice. s. 32.

ŠPECIÁN, M., ŠILHANOVÁ, J., VILÁNKOVÁ, L. a kol. (2011): Muzeum středního Pootaví ve Strakonících – Výroční zpráva za rok 2010. Muzeum středního Pootaví, Strakonice. s. 32.

Seznam propagačních materiálů

Bezbariérově nejen po památkách ve Strakonících. Dětské zastupitelstvo města Strakonice, 2012.

Dudák – Dej Bůh štěstí. Měšťanský pivovar Strakonice, 2012.

- Gastronomická pozvánka do Strakonice.* Město Strakonice, 2011.
- Město Strakonice – Procházka městem.* Město Strakonice, 2009.
- Město Strakonice – Přírodní krásy.* Město Strakonice, 2010.
- Město Strakonice – Nejvýznamnější kulturní a sportovní akce.* Město Strakonice, 2014.
- Naučná stezka Švandy dudáka.* Město Strakonice, 2011.
- Navštiv a doporuč...Muzeum středního Pootaví Strakonice,* 2012.
- Otavská plavba – Dovolená na Otavě.* Redakce města Strakonice, 2011.
- Strakonicko – Barokní památky okresu Strakonice.* Město Strakonice, 2008.
- Strakonicko – Památky a historie.* Město Strakonice, 2005.
- Strakonický hrad – Národní kulturní památka.* Město Strakonice, 2009.
- Strakonický hrad – Žijeme v památkách.* Město Strakonice, 2012.
- 21. mezinárodní dudácký festival.* Městské kulturní středisko Strakonice, 2014.

Seznam elektronických zdrojů

Amber Hotels (2013): Hotel Bavor, <http://www.amberhotels.cz/cs/lokality/amber-hotel-bavor/uvod> (1. 9. 2014).

AOPK ČR – Agentura ochrany přírody a krajiny ČR (2012): Památné stromy, http://drusop.nature.cz/ost/chrobjekty/pstromy/index.php?frame&SHOW_ONE=1&ID=13939 (1. 9. 2014).

CzechTourism (2014): Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch Jižní Čechy, <http://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/strategie-a-koncepce/> (1. 9. 2014).

ČSÚ (2005): Historický lexikon obcí České republiky 1869-2005, <https://www.czso.cz/csu/czso/historicky-lexikon-obci-ceske-republiky-2001-8771jn6lu9> (1. 9. 2014).

ČSÚ (2008): Hromadná ubytovací zařízení České republiky, <http://apl.czso.cz/huz/obhuz.jsp?k=550787> (1. 9. 2014).

ČSÚ (2012): Obyvatelstvo – kraj, okresy, správní obvody, obce, <http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/obyvatelstvo-xc> (1. 9. 2014).

ČSÚ (2014): Pohyb obyvatelstva v obcích Jihočeského kraje 2013, <http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/krajp/130061-14-xc> (1. 9. 2014).

ČSÚ (2015): Cestovní ruch – 4. čtvrtletí 2014, <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/cestovni-ruch-4-ctvrtleti-2014-qtvv029hr7> (1. 4. 2015).

ČZ a. s. (2003): Základní informace, <http://www.czas.cz/?PageId=1> (1. 4. 2015).

DUDÁK-Měšťanský pivovar Strakonice (2013): Na pivovarské pouti padnul rekord, <http://www.pivovar-strakonice.cz/aktuality/na-pivovarske-pouti-padnul-rekord-1> (1. 4. 2015).

Dokumenty Google (2014): Dotazník pro turisty, https://docs.google.com/forms/d/1nGcmeS6Tg_kwnRgKZQbce3OirsEOJaSEyLp258juUpk/viewform (1. 9. 2014).

Informační centrum města Strakonice (2011): Zpráva o činnosti MIC za rok 2010, http://www.strakonice.eu/sites/default/files/clanky/Zprava_o_cinnosti_MIC_za_rok_2010.pdf (1. 9. 2014).

Informační centrum města Strakonice (2012): Zpráva o činnosti MIC za rok 2011, http://www.strakonice.eu/sites/default/files/clanky/Zprava_o_cinnosti_MIC_za_rok_2011.pdf (1. 9. 2014).

Informační centrum města Strakonice (2013): Zpráva o činnosti MIC za rok 2012, http://www.strakonice.eu/sites/default/files/clanky/Zprava_o_cinnosti_MIC_za_rok_2012.pdf (1. 9. 2014).

Informační centrum města Strakonice (2014): Zpráva o činnosti MIC za rok 2013, http://www.strakonice.eu/sites/default/files/clanky/Zprava_o_cinnosti_MIC_za_rok_2013.pdf (1. 9. 2014).

Jihočeská centrála cestovního ruchu (2005): <http://www.jccr.cz/> (1. 9. 2014).

Jihočeský kraj (2009): Strategie rozvoje CK v Jihočeském kraji na roky 2009-2013, http://www.krajjihocesky.cz/1541/strategie_rozvoje_cestovniho_ruchu_v_jihoceskem_kraji_na_roky_20092112013.htm (1. 9. 2014).

MasterCard (2014): Global Destination Cities Index, http://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2014/07/Mastercard_GDC_I_2014_Letter_Final_70814.pdf (1. 9. 2014).

Mezinárodní dudácký festival (2015): O festivalu, <http://www.dudackyfestival.cz/tradice-dudackych-festivalu-ve-strakonicech/> (1. 3. 2015).

Město Písek (2010): Výroční zprávy 2011, <http://www.mesto-pisek.cz/povinne-zverejnovane-informace/DIR-povinne-informace/CL-vyrocní-zpravy/95> (30. 6. 2015).

MMR (2007): Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013, <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na> (1. 9. 2014).

MMR (2013): Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014-2020, <http://www.mmr.cz/getmedia/01144b63-0600-43c1-9bf5cdd487c313fb/MMR-Cestovni-ruch-v-Ceske-republice.pdf> (1. 9. 2014).

Muzeum středního Pootaví (2013): Akce, výstavy, <http://www.muzeum.strakonice.cz/cs/muzeum/akce-vystavy/> (1. 9. 2014).

Národní památkový ústav (2015): MonumNet, <http://monumnet.npu.cz/chruzemi/hledani.php> (1. 9. 2014).

Prachatice – oficiální web města (2013): Městská kronika 2012, <http://www.prachatice.eu/mesto/historie-mesta/mestska-kronika-0> (30. 6. 2015).

Strakonice oficiální portál města (2015): Město Strakonice – Základní údaje, <http://www.strakonice.eu/> (1. 3. 2015).

Strakonicko. Prácheňsko. (1999): http://web.quick.cz/v_hrdlicka/obsah/zajimav/st_kopce.htm (1. 9. 2014).

Tábor – oficiální web města (2006): Výroční zprávy
http://www.taborcz.eu/msp/id_osnovy=8838&p1=1058 (30. 6. 2015).

UNWTO (2014): Tourism Highlights – 2014 Edition,
<http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition> (1. 9. 2014).

WTTC (2015): Travel & Tourism – Economic impact 2015 Czech republic,
<http://www.wttc.org//media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/czechrepublic2015.pdf> (1. 4. 2015).

SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1: Vývoj počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR od roku 1989 do roku 2014	s. 20
Graf č. 2: Statistika návštěvnosti Městského informačního centra ve Strakonících za rok 2012	s. 32
Graf č. 3: Vývoj počtu návštěvníků Mezinárodního dudáckého festivalu v letech 1967-2014	s. 34
Graf č. 4: Skladba hromadných ubytovacích zařízení ve Strakonících	s. 35
Graf č. 5: Národnostní struktura turistů v hromadných ubytovacích zařízeních ve Strakonících	s. 36
Graf č. 6: Počet strávených dní turistů v hromadných ubytovacích zařízeních ve Strakonících	s. 37
Graf č. 7: Spolupráce hromadných ubytovacích zařízení s městem Strakonice	s. 38
Graf č. 8: Požadovaný standard v hromadných ubytovacích zařízeních ve Strakonících	s. 39
Graf č. 9: Věkové složení dotazovaných respondentů	s. 40
Graf č. 10: Počet strávených dnů turistů ve Strakonících	s. 41
Graf č. 11: Navštívená místa ve Strakonících	s. 42
Graf č. 12: Typ ubytování turistů ve Strakonících	s. 43
Graf č. 13: Spokojenost turistů s ubytováním ve Strakonících	s. 43
Graf č. 14: Důvod návštěvy města	s. 44
Graf č. 15: Návštěva kulturní nebo sportovní akce	s. 45
Graf č. 16: Nedostatky města	s. 45

SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Příjezdy turistů do krajů k 31. 12. 2014	s. 21
Tabulka č. 2: Přenocování turistů v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích k 31. 12. 2014	s. 62
Tabulka č. 3: Skladba zahraničních turistů přijíždějících do krajů k 31. 12. 2014	s. 22
Tabulka č. 4: Skladba zahraničních turistů při přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích k 31. 12. 2014	s. 62
Tabulka č. 5: Hromadná ubytovací zařízení ve Strakonících ke 2. 4. 2014	s. 63
Tabulka č. 6: Návštěvníci Městského informačního centra ve Strakonících 2009-2013	s. 31
Tabulka č. 7: Statistika návštěvnosti hradu ve Strakonících a Hoslovického mlýna za rok 2004–2011	s. 33
Tabulka č. 8: Statistika návštěvnosti hradu ve Strakonících a Hoslovického mlýna za rok 2012–2013	s. 64
Tabulka č. 9: Hierarchizace lokalizačních faktorů v rámci vybraných měst Jihočeského kraje a jejich významu	s. 48

PŘÍLOHY

Tabulkové přílohy

Tabulka č. 2: Přenocování turistů v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích k 31. 12. 2014

KRAJE	PŘENOCO VÁNÍ				
	Domácí turisté		Zahraníční turisté		Celkem
	Počet	Podíl (%)	Počet	Podíl (%)	Počet
Praha	1 391 765	6,7	13 413 444	60,4	14 805 209
Středočeský	1 537 558	7,3	455 140	2,1	1 992 698
Jihočeský	2 458 521	11,8	764 459	3,4	3 222 980
Plzeňský	1 024 891	4,9	436 537	2,0	1 461 428
Karlovarský	1 174 140	5,6	3 343 518	15,1	4 517 658
Ústecký	762 084	3,6	432 316	1,9	1 194 400
Liberecký	1 782 585	8,5	497 818	2,2	2 280 403
Královéhradecký	2 318 769	11,1	754 764	3,4	3 073 533
Pardubický	867 772	4,1	142 152	0,6	1 009 924
Vysočina	1 004 291	4,8	160 685	0,7	1 164 976
Jihomoravský	2 096 020	10,0	920 854	4,1	3 016 874
Olomoucký	1 381 398	6,6	231 724	1,0	1 613 122
Zlínský	1 548 093	7,4	259 218	1,2	1 807 311
Moravskoslezský	1 574 077	7,5	388 251	1,7	1 962 328
Česká republika	20 921 964	48,5	22 200 880	51,5	43 122 844

Zdroj: ČSÚ (2015); vlastní úprava

Tabulka č. 4: Skladba zahraničních turistů při přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích k 31. 12. 2014

STÁTY	Počet	Podíl (%)
1. Německo	4 721 043	21,3
2. Rusko	3 418 565	15,4
3. Spojené království	967 672	4,4
4. Slovensko	1 008 041	4,5
5. Spojené státy americké	1 079 325	4,9
6. Itálie	1 003 057	4,5
7. Francie	677 415	3,1
8. Polsko	896 258	4,0
9. Rakousko	473 593	2,1
10. Nizozemsko	650 645	2,9
Česká republika	22 200 880	51,5

Zdroj: ČSÚ (2015); vlastní úprava

Tabulka č. 5: Hromadná ubytovací zařízení ve Strakonících k 2. 4. 2014	
Typy ubytování	Počet pokojů
hotel***	11 až 50
hotel***	10 a méně
hotel**	11 až 50
penzion	10 a méně
penzion	10 a méně
penzion	10 a méně
penzion	10 a méně
kemp	11 až 50
kemp	10 a méně
turistická ubytovna	10 a méně
turistická ubytovna	11 až 50
ostatní nespecifikovaná zařízení	11 až 50
ostatní nespecifikovaná zařízení	51 až 100
ostatní nespecifikovaná zařízení	10 a méně
ostatní nespecifikovaná zařízení	10 a méně
Celkem ubytovacích zařízení:	15

Zdroj: ČSÚ (2008); vlastní úprava

Tabulka č. 8: Statistika návštěvnosti hradu ve Strakonících a Hoslovického mlýna za rok 2012–2013

	2012	2013
HRAD STRAKONICE z toho:	34 700	35 267
Expozice hradní palác	12 953	12 213
Výstavy	4 957	7 478
Hradní palác	274	2 525
Kapitulní síň	4 331	4 337
Vernisáže	352	616
Zámecká galerie	6 894	5 519
Akce muzea	8 225	7 049
Léto pod Rumpálem	1 722	883
Ostatní akce	6 503	6 041
Přednášky pro veřejnost	-	125
Akce s ve spolupráci s jinými pořadateli	1 671	3 008

MLÝN HOSLOVICE z toho:	16 200	14 045
Prohlídky areálu	10 317	9 005
Akce na mlýně	4 283	4 270
Ukázky na akcích jiných pořadatelů	1 600	770

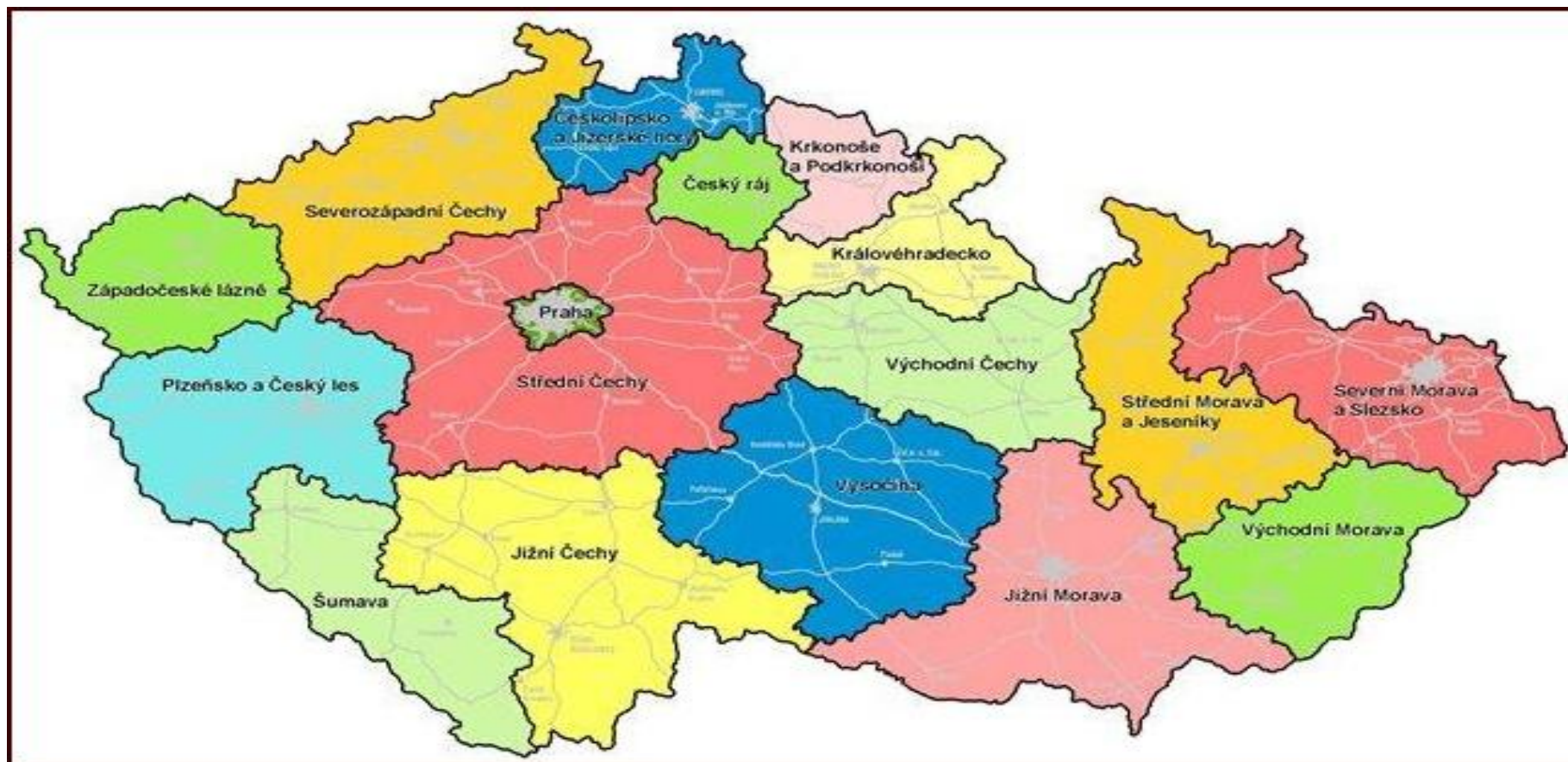
Přednášková činnost (zdarma)	710	515
-------------------------------------	------------	------------

CELKEM	51 610	49 827
---------------	---------------	---------------

Zdroj: Výroční zpráva Muzea středního Pootaví ve Strakonících rok 2012, 2013; vlastní úprava

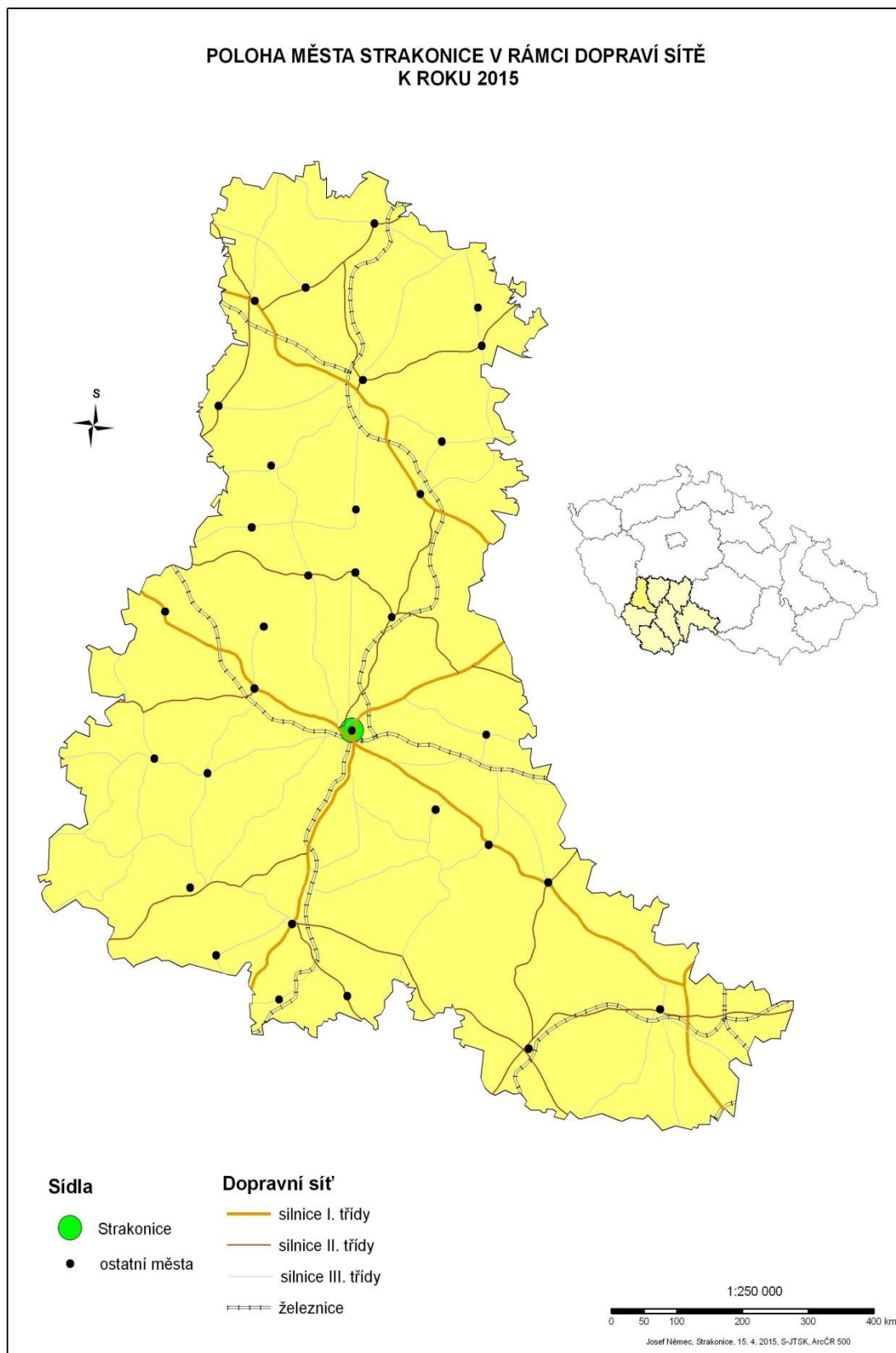
Mapové přílohy

Mapa č. 1: Turistické regiony

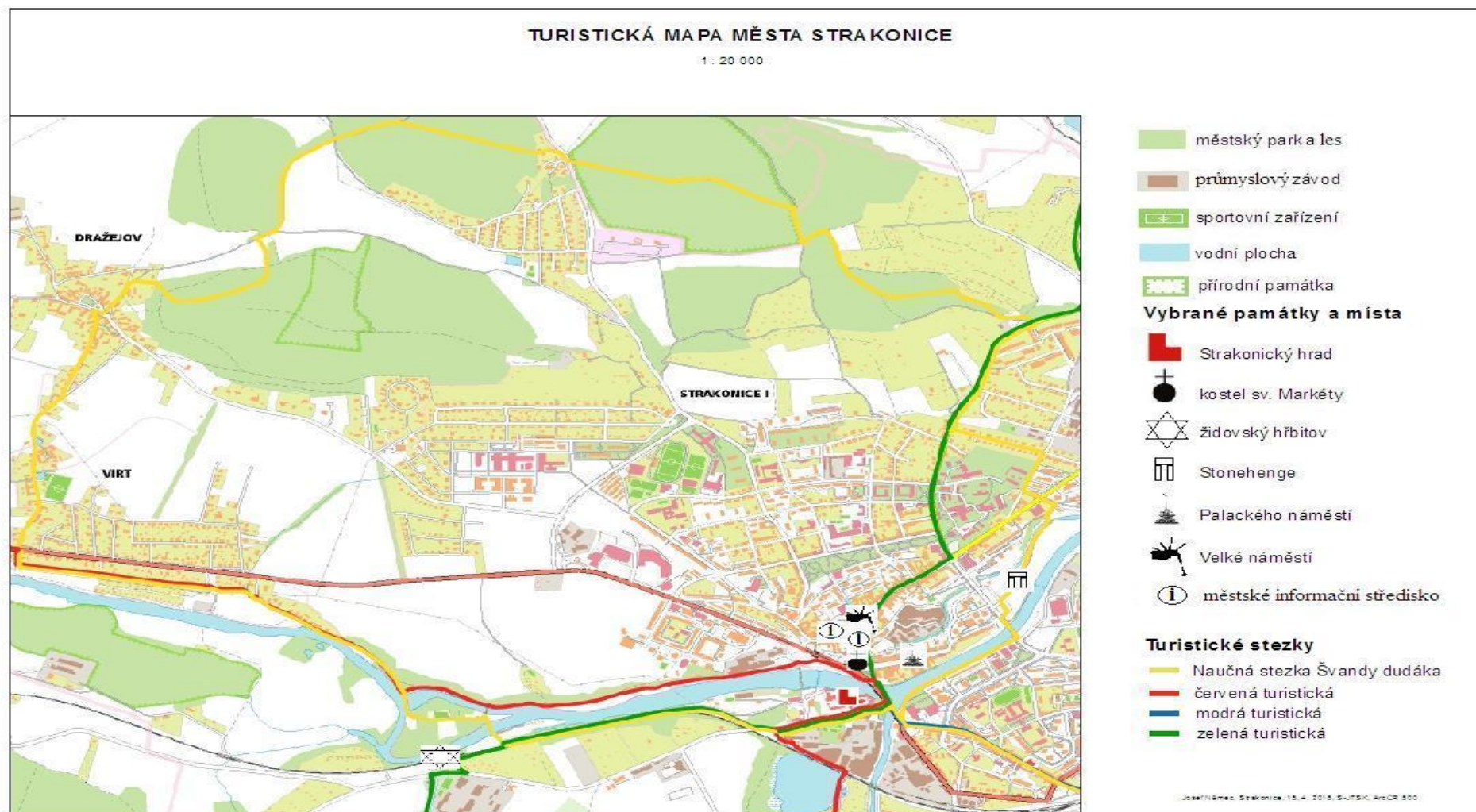


Zdroj: CzechTourism (2014)

Mapa č. 2: Poloha města Strakonice v rámci dopravní sítě k roku 2015



Mapa č. 3: Turistická mapa města Strakonice



Dotazníkové přílohy

Dotazník č. 1: Dotazník pro ubytovací a stravovací zařízení



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

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

DOTAZNÍK PRO UBYTOVACÍ A STRAVOVACÍ ZAŘÍZENÍ

V rámci mé bakalářské práce na téma – Analýza cestovního ruchu města Strakonice – bych Vás rád požádal o zodpovězení anonymního dotazníku k tomuto tématu. Data budou sloužit pouze ke studijním účelům mé práce pro katedru geografie při Pedagogické fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích.

Josef Němec, email: josefj.nemec@gmail.com

Kontakt na vedoucí práce: ruzena.stemberkova@seznam.cz

1. Kdy vzniklo vaše zařízení ve Strakonících?

Doplňte:

2. Jaký je druh vašeho ubytovacího zařízení?

- a) hotel *****
- b) hotel ***
- c) hotel **
- d) hotel *
- e) penzion
- f) turistická ubytovna
- g) kemp a chatová osada
- h) jiné:

3. Jaká je kapacita vašeho objektu (počet pokojů + počet lůžek)?

Doplňte:

4. Kolik lidí se u vás ročně ubytuje?

Doplňte:

5. Zprostředkováváte služby i pro zahraniční turisty?

a) ano

b) ne

6. Jaká je procentuální skladba ubytovaných turistů (tuzemci a cizinci)?

Doplňte:

7. Které národnosti převládají ve vašem ubytovacím a stravovacím zařízení?

Doplňte:

8. Na kolik dní se většinou lidé průměrně ubytují?

a) 1 den

b) 2 – 3 dny

c) 5 – 7 dní

d) 8 – 14 dní

e) více než 15 dní

9. V jakých obdobích zaznamenáváte zvýšený pobyt turistů právě u vás?

- a) od března do května
- b) od června do září
- c) od října do listopadu
- d) od prosince do února

10. Spolupracujete s některou cestovní kanceláří?

- a) ano, s místní CK
- b) ano, s jinou tuzemskou nebo zahraniční CK
- c) ne

11. Pokud dojde k naplnění kapacity vašeho zařízení, spolupracujete s jiným ubytovacím zařízením?

- a) ano, s místním UZ
- b) ano, s jiným UZ v okolí
- c) ne

12. Je vytvořena nějaká spolupráce s veřejným sektorem (město)?

- a) ano
- b) ne, ale mám zájem
- c) ne

13. Spolupracujete s Informačním střediskem? (tzv. vzájemné poskytování informací)

- a) ano
- b) ne, ale mám zájem
- c) ne

14. Pokud ano, nebo máte zájem o spolupráci, jakou formou?

- a) prezentace v regionálním katalogu ubytování
- b) prezentace na internetu
- c) propagace na veletrhu
- d) jiné

15. Přizpůsobujete vaši nabídku jídelního Menu dle aktuální sezóny?

- a) ano
- b) ne

16. Pokud ano, jaká jídla nejčastěji do Menu přidáváte?

Doplňte:

17. Vyžadují návštěvníci po vás určitý standart vybavenosti pokojů?

- a) ano
- b) ne

18. Pokud ano, které vybavení nejčastěji požadují?

Doplňte:

Dotazník č. 2: Dotazník pro turisty



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

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

DOTAZNÍK PRO TURISTY

V rámci mé bakalářské práce na téma – Analýza cestovního ruchu města Strakonice – bych Vás rád požádal o zodpovězení anonymního dotazníku k tomuto tématu. Data budou sloužit pouze ke studijním účelům mé práce pro katedru geografie při Pedagogické fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích.

Josef Němec, email: josefj.nemec@gmail.com

Kontakt na vedoucí práce: ruzena.stemberkova@seznam.cz

1. Jaké je vaše pohlaví?

- a) žena
- b) muž

2. V jakém věkovém rozpětí se momentálně nacházíte?

- a) do 16 let
- b) 17 – 30 let
- c) do 50 let
- d) 50 a více let

3. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) žádné
- b) základní
- c) středoškolské bez/ s maturitou
- d) vyšší odborné vzdělání
- e) vysokoškolské

4. Kolik dní jste strávili ve Strakonících?

- a) 1 den
- b) 2 – 3 dny
- c) 5 – 7 dní
- d) 8 – 14 dní
- e) více než 15 dní

5. Přijeli jste do Strakonic poprvé?

- a) ano
- b) ne

6. Která místa jste ve městě navštívili, a oslovila vás?

Doplňte:

7. Na základě čeho/koho jste si toto místo zvolili?

Doplňte:

8. V jakém typu ubytování jste bydleli?

- a) v hotelu
- b) v ubytovně
- c) v kempu
- d) v rodině
- e) jiné (doplňte):

9. Byli jste s ubytováním spokojeni? (Ohodnořte stupnicí jako ve škole, 1 nejlepší – 5 nejhorší)

1 2 3 4 5

10. Pokud jste nebyli spokojeni, co jste postrádali?

Doplňte:

11. Co bylo důvodem vaší návštěvy města?

Doplňte:

**12. Navštívili jste ve Strakonících nějakou kulturní, sportovní, či jinou akci?
Pokud ano, která to byla?**

Doplňte:

13. Co jste v tomto městě postrádali?

Doplňte:

14. Plánujete se sem ještě někdy vrátit?

- a) ano
- b) možná
- c) ne

15. Doporučili byste město Strakonice k navštívení? Pokud ano/ne proč?

Doplňte:

Dotazník č. 3: Dotazník pro turisty v anglické verzi



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

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

QUESTIONNAIRE FOR TOURISTS

As part of my bachelor thesis on the topic – Analysis of tourism in Strakonice – I'd like to ask you to answer an anonymous questionnaire on this topic. Dates will be used only for educational purposes my work for Department of Geography in Faculty of Education University of South Bohemia in České Budějovice.

Josef Němec, email: josefj.nemec@gmail.com

Contact head of the work: ruzena.stemberkova@seznam.cz

1. What is your gender?

- a) woman
- b) man

2. In which age range you are currently in?

- a) to 16 years
- b) 17 to 30 years
- c) to 50 years
- d) 50 years and over

3. Of your highest level of education?

- a) no
- b) basic
- c) secondary without/ with graduation
- d) higher professional education
- e) higher education/college

4. How many days have you spent in Strakonice?

- a) 1 day
- b) 2 – 3 days
- c) 5 – 7 days
- d) 8 – 14 days
- e) more than 15 days

5. Have you ever been in Strakonice?

- a) yes
- b) no

6. Which places in town have you visiting and spoke to you?

Fill:

7. What/ whom have you chosen this place based on?

Fill:

8. In which type of accommodation did you live?

- a) in the hotel
- b) in a hostel
- c) in the camp
- d) in the family
- e) other (specify):

9. Were you satisfied with the accommodation? (Rate scale like at school, 1 the best – 5 the worst)

1 2 3 4 5

10. If you were not satisfied with accommodation, what have you missed?

Fill:

11. What was the main reason for your visit?

Fill:

12. Have you visited town Strakonice some cultural, sporting or other event? If it does, who was is?

Fill:

13. What have you missed in this town?

Fill:

14. Do you plan to ever return here?

a) yes

b) perhaps

c) no

15. Would you recommend town Strakonice to visit? If it does/ does not, why?

Fill:

Fotografické přílohy

Fotografie č. 1: Město Strakonice z vrcholu Kbíl u Sousedovic



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 2: Řeka Otava



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 3: Strakonický hrad



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 4: Strakonický zámek se zámkem



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 5: II. hradní nádvoří s Rumpálem a Šmidingerovou knihovnou



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 6: Hradní Safari



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 7: Busta Josefa Režného



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 8: Hrad Strakonice s věží Rumpál a Jelenka



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 9: Kostel svaté Markéty



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 10: Židovský hřbitov ve Strakonících



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 11: Davidova hvězda na místě bývalé synagogy



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 12: Memento strakonických židů



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 13: Palackého náměstí



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 14: Mariánský morový sloup



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 15: Velké náměstí



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 16: Papežovy domy



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 17: Masné krámy



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 18: Socha strakonického dudáka Švandy



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 19: Strakonické Stonehenge



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 20: Lávka u hradu



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 21: Strakonické Podskalí



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 22: Busta Františka Ladislava Čelakovského



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 23: Socha Dorotky, nevěsty Švandovy



Autor: Josef Němec

Fotografie č. 24: Hoslovický mlýn



Autor: Josef Němec