

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu, cestovního ruchu a jazyků

Bakalářská práce

**Spokojenost se službami jako faktor rozvoje cestovního
ruchu v oblasti Prácheňsko**

Vypracovala: Lucie Dvořáková

Vedoucí práce: doc Ing. Kamil Pícha, Ph.D.

České Budějovice 2021

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta
Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Lucie DVORÁKOVÁ**
Osobní číslo: **E19766**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Téma práce: **Spokojenost se službami jako faktor rozvoje cestovního ruchu v oblasti Prácheňsko**
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Zásady pro vypracování

Cíl práce:

Cílem práce je na základě analýzy primárních dat navrhnout možnosti rozvoje cestovního ruchu ve zkoumané turistické oblasti Prácheňsko.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury
2. Sběr primárních dat
3. Analýza získaných dat
4. Návrh opatření

Rámcová osnova:

1. Úvod. Cíl práce (hypotézy – pokud jsou s ohledem na zvolené téma potřebné). 2. Přehled řešené problematiky (literární rešerše). 3. Metodika. 4. Řešení a výsledky, případně diskuse. 5. Závěr. X. Seznam použitých zdrojů X. Seznam příloh (jsou-li v práci přílohy) X. Přílohy

Rozsah pracovní zprávy: **40 – 50 stran**
Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam doporučené literatury:

Kotler, P., Bowen, J.T., & Makens, J.C. (2010). *Marketing for hospitality and tourism*. Boston: Pearson.
Middleton, V. T., Fyall, A., & Morgan, M. (2009). *Marketing in Travel and Tourism*. London: Butterworth-Heinemann.
Palatková, M. (2011). *Marketingový management destinace*. Praha: Grada Publishing, a.s.
Rašovská, I., & Ryglová, K. (2017). *Management kvality služeb v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, a.s.
Wang, Y., Pizam, A. (2011). *Destination marketing and management: Theories and applications*. MA: CABI Pub.

Vedoucí bakalářské práce: **doc. Ing. Kamil Pícha, Ph.D.**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: 31. ledna 2020
Termín odevzdání bakalářské práce: 17. dubna 2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice



doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová
děkanka



Ing. Roman Švec, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 24. března 2020

Prohlašuji, že tuto bakalářskou práci na téma Spokojenost se službami jako faktor rozvoje cestovního ruchu v oblasti Prácheňsko jsem vypracovala sama a pouze s použitím literárních pramenů a literatury, které jsou uvedeny v seznamu na konci.

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

V Českých Budějovicích 2021

.....

podpis

Poděkování

Tímto chci poděkovat turistům za jejich čas při vyplňování dotazníků. Panu doc. Ing. Kamilu Píchovi, Ph.D. za jeho cenné rady, ochotu a vstřícnost při konzultacích a rady, které mi pomohly dokončit tuto práci. Dále chci poděkovat Jiřině Juřenové za její ochotu pomoci mi v každé situaci.

Obsah

1. Úvod	3
1.1 Cíl práce	3
2. Přehled řešené problematiky	4
2.1 Cestovní ruch	4
2.1.1 Subjekt cestovního ruchu	5
2.1.2 Objekt cestovního ruchu	6
2.2 Typologie cestovního ruchu	6
2.2.1 Typologie	6
2.2.2 Druhy cestovního ruchu	7
2.2.3. Formy cestovního ruchu	9
2.3 Služby cestovního ruchu	14
2.3.1 Klasifikace služeb	15
2.4 Trh cestovního ruchu	18
2.4.1 Poptávka	19
2.4.2 Nabídka	19
2.5 Destinace cestovního ruchu	20
2.5.1 Marketing destinace	20
2.5.2 Management destinace	21
2.6 Kvalita služeb	21
2.6.1. Spokojenost zákazníka	21
3. Metodika	23
3.1 Sběr dat	23
3.2 Metodika	23
4. Řešení problematiky	28
4.1 Vymezení regionu	28
4.2 Primární nabídka	28
4.2.1. Kulturně-historický potenciál	29
4.2.2. Přírodní potenciál	32
4.2.3. Kulturně-společenské akce	33
4.3 Sekundární nabídka	35
4.3.1 Ubytovací zařízení	35

4.3.2. Stravovací zařízení	36
4.3.3 Dopravní infrastruktura	38
4.3.4. Informační centra.....	39
4.4 Výsledky dotazníkového šetření.....	39
4.4.1. Syntéza výsledků	55
4.4.2.Hodnocení předpokladů výzkumu	56
4.4.3. Návrhová část	58
5. Závěr.....	61
I. Summary and keyword.....	62
II. Seznam použitých zdrojů	63
III. Seznam grafů	66
IV. Seznam tabulek.....	67
V. Seznam příloh.....	67

1. Úvod

Cestovní ruch pomáhá uspokojovat potřeby lidí. Dříve byly považovány za méně důležité, avšak s měnící se dobou se stávají větším trendem a určitým stylem života, který lidé vyhledávají. Trh cestovního ruchu se velmi dynamicky rozvíjí jak na národní, mezinárodní, tak i světové úrovni. Toto odvětví má jak své pozitivní stránky, například poznávání nových destinací, snížení nezaměstnanosti, tak i negativní dopad, a to v podobě velké zátěže pro životní prostředí. Spokojenost se službami je velmi individuální, protože každý člověk má jiné preference a rozpočet.

Tato bakalářská práce je zaměřena na spokojenost návštěvníků s nabízenými službami v oblasti Prácheňsko. Prácheňsko zahrnuje 5 mikroregionů: Strakonice, Protivínsko, Horažďovicko, Volyňsko a Vodňansko. Najdeme zde mnoho kulturních, historických a přírodních památek.

1.1 Cíl práce

Tato práce se snaží identifikovat faktory, které ovlivňují spokojenost návštěvníků v turistické oblasti Prácheňska. Poté dále vnímání kvantity a kvality primární a sekundární nabídky cestovního ruchu ve zvoleném regionu z hlediska poptávky a návrh opatření vedoucích ke zvýšení spokojenosti účastníků cestovního ruchu v Jižních Čechách.

Předpoklady výzkumu:

P1: Délka pobytu závisí na tom, odkud respondenti přijíždějí

P2: Spokojenost s památkami je ovlivněna věkem respondentů

P3: Spokojenost s cenovou hladinou ovlivňuje sociální status respondenta

2. Přehled řešené problematiky

2.1 Cestovní ruch

Je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím (Hesková a kol., 2006).

Cestovní ruch se projevuje v mnoha formách a aspektech, proto je velmi obtížné ho jedinečně a přesně definovat. Přitom vymezení koncepce cestovního ruchu a, pokud možno, stanovení její přesnější definice, je nezbytné:

- Za účelem zkoumání, analýzy a prognózování rozvoje cestovního ruchu jako sociálně ekonomického jevu
- Za účelem aplikace legislativních a ekonomických lev stanových zákony řady zemí a společenstev v oblasti cestovního ruchu
- Za účelem statistického zkoumání cestovního ruchu s co nejvyšším možnou přesností

Mezinárodně uznávanou je definice, na které se shodlo 250 představitelů z 91 zemí, kteří se účastnili Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu. Konferenci pořádala Světová organizace cestovního ruchu (dříve WTO, dnes již UNWTO) a vzešla z ní tato definice: „*Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanovena (mezinárodní cestovní ruch – 1 rok, domácí cestovní ruch – 6 měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě* (Beránek a kol., 2010).

2.1.1 Subjekt cestovního ruchu

Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu. Z hlediska statistiky je účastníkem cestovního ruchu cestující označený jako návštěvník, turista nebo výletník (Hesková a kol., 2006).

Rozlišení subjektu cestovního ruchu podle (Hesková a kol., 2006)

Stálý obyvatel

Jedná se o osobu v domácím cestovním ruchu, která žije alespoň šest po sobě následujících měsíců v jiném místě před příchodem do jiného místa na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu je to osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příchodem do jiné země na kratší dobu než jeden rok. Jde tedy o občany státu a cizince splňující tato kritéria.

Návštěvník

Jedná se o osobu, která v domácím cestovním ruchu cestuje na jiné místo v zemi svého trvalého bydliště na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu cestuje do jiné země na dobu nepřesahující jeden rok s tím, že hlavní účel cesty je v obou případech jiný než výkon výdělečné činnosti.

Turista

Je osoba, která v domácím, resp. v zahraničním cestovním ruchu splňuje kritéria návštěvníka. Účast je spojena minimálně s jedním přenocováním. Z hlediska délky pobytu se rozlišuje: turista na dovolené, který pobývá na daném místě více než určený počet nocí nebo dní. Krátkodobě pobývající turista, který cestuje na dobu nepřekračující určený počet nocí nebo dní. Ale zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním.

Výletník

Je návštěvník, který necestuje na kratší dobu než 24 hodin s tím, že přenocuje v navštíveném místě.

2.1.2 Objekt cestovního ruchu

Objektem je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství. Objekt je nositelem nabídky. Tvoří ho cílová místa jen tehdy, když existuje vhodný ekvivalent na uspokojování jeho potřeb. Cílové místo představuje středisko cestovního ruchu, region nebo stát. Cílové místo musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál. Umožňuje naplnit cíle účasti na cestovním ruchu. Prostředkem k dosažení tohoto cíle je různorodá infrastrukturní vybavenost, která se označuje jako sekundární nabídka. Jde o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat a stravovat a vykonávat různé aktivity (Hesková a kol., 2006).

Hesková a kol. (2006) rozlišuje z hlediska funkcí:

Městská střediska cestovního ruchu jsou v nich soustředěné kulturně-historické památky, administrativně-správní orgány, obchody a průmysl

Lázeňská místa jsou vybudovaná na bázi přírodních léčivých zdrojů.

Rekreační střediska – je zde možnost koupání a vodních sportů.

Rekreační obce jsou v současnosti využívány na rekreační účely.

Chatové oblasti obvykle se nacházejí při vodních plochách nebo výletních místech.

2.2 Typologie cestovního ruchu

2.2.1 Typologie

Projevuje se v každodenní praxi v různých druzích a formách, které se neustále vyvíjejí a obohacují v závislosti na poptávce účastníků cestovního ruchu a technologických možnostech nabídky. O druzích cestovního ruchu hovoříme, když za základ posuzování

cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků. Tedy účel proč lidé cestují a pobývají přechodně na cizím místě. U forem cestovního ruchu je základem posuzování různých příčin, které cestovní ruch ovlivňují a přinášejí důsledky.

2.2.2 Druhy cestovního ruchu

V praxi se druhy cestovního ruchu nevyskytují v čisté podobě, ale ve vzájemné kombinaci, kdy jeden z nich bývá dominantní (Hesková a kol., 2006).

Podle Heskové a kol. (2006) rozlišujeme následujících 10 druhů:

Rekreační cestovní ruch je pro něj charakteristický pasivní, ale aktivní odpočinek ve vhodném přírodním prostředí s cílem obnovy fyzických a psychických sil. Jedná se o pobyt v příznivém přírodním prostředí kombinovaný s různými rekreačními aktivitami (např. táboření, procházky, chalupaření). Může mít podobu individuální nebo rodinné rekreace. Součástí rekreačního cestovního ruchu je tematický cestovní ruch, který se zaměřuje na uspokojování specifických a rekreačních potřeb. Tematický cestovní ruch je podřízený specifickým zájmům a potřebám návštěvníků. Obvykle je zaměřený na jedno téma.

Sportovní cestovní ruch

Je spojený s pobytem ve vhodném přírodním prostředí s aktivním vykonáváním různých sportovních činností, které obvykle předpokládají určitou fyzickou kondici. Technicky náročným druhům sportu se věnují převážně v pasivní podobě, a to jako sportovní diváci.

Dobrodružný cestovní ruch

Je součástí sportovního cestovního ruchu jako výsledek touhy po neznámém a zažít nějaké dobrodružství. Jde o touhu člověka změnit alespoň na krátký čas každodenní způsob života na alternativní způsob života vykonáváním rozličných aktivit.

Myslivecký cestovní ruch

Jedná se o samostatný druh, který má však více charakter sportovního, částečně rekreačního cestovního ruchu. Účastníci jsou motivováni možnostmi lovu zvěře a ptáků. Součástí mysliveckého cestovního ruchu je rybářský spojený s chytáním ryb na udici nebo s potápěním v řekách, jezerech, přehradách. Organizátoři obou těchto cestovních ruchů musí respektovat platnou legislativu týkající se ochrany země a přírody.

Náboženský poutní cestovní ruch

Je součástí kulturního cestovního ruchu, spojený s tradicemi světových náboženství. Nejčastějším projevem jsou poutě po poutnických místech. Nejznámější je Mekka, Vatikán. Náboženský cestovní ruch se od kulturního cestovního ruchu liší náboženskými motivy a odmítáním označování jeho účastníků jako turistů.

Lázeňský cestovní ruch

Představuje zdravotně-preventivní a léčebné činnosti pod odborným zdravotnickým dohledem ve volném čase. Lázeňská léčba je založená na využívání přírodních léčivých zdrojů.

Zdravotní cestovní ruch

Je reakcí na růst zdravotního stavu lidí a jejich snahy preventivně ovlivňovat své zdraví před negativními důsledky vysokého životního tempa a současného způsobu života. Produkty zdravotního cestovního ruchu nabízejí nejenom lázně, ale současně i hotely v rekreačních střediscích.

Kongresový cestovní ruch

Nejčastěji jde o organizování kongresů, konferencí, symposií, seminářů, výstav a veletrhů. Jde o druh cestovního ruchu, který zahrnuje soubor činností spojených s cestováním a pobytem v kongresovém místě, zaměřený na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností. Současně zahrnuje i služební cesty. Výdaje

zahraničních účastníků kongresových akcí jsou až 3krát vyšší než výdaje ostatních turistů. Služební cesty se uskutečňují za cílem navázat co nejvíce obchodních kontaktů.

Stimulační cestovní ruch

Tento pojem označuje cestování s cílem stimulovat zaměstnance k vyšší motivaci pracovního výkonu. Smyslem je podnítit jejich zájem o obchodní úspěch podniku a zvýšení ekonomických výsledků.

2.2.3. Formy cestovního ruchu

Formy umožňují blíže určit podstatu cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů jeho účastníků.

Z geografického hlediska

- Domácí cestovní ruch představuje cestování a pobyt domácího obyvatelstva ve vlastní zemi. Ve vyspělých státech se domácí cestovní ruch stal základem rozvoje zahraničního cestovního ruchu.
- Zahraniční cestovní ruch je spojený s cestováním a pobytem rezidentů v zahraničí. Dělí se na aktivní a pasivní. Aktivní je spojen s příchodem zahraničních návštěvníků do cílové země (příjezdový cestovní ruch – incoming). Pasivní je spojen s cestováním rezidentů do cílové země (výjezdový cestovní ruch – outgoing)
- Mezinárodní cestovní ruch tvoří aktivní a pasivní zahraniční cestovní ruch několika států nebo regionů. Váže se s ním pojem „světový cestovní ruch“ a „cestovní ruch světa“. Světový cestovní ruch představuje souhrn aktivního a pasivního zahraničního cestovního ruchu všech zemí světa.
- Vnitřní cestovní ruch zahrnuje domácí a aktivní zahraniční cestovní ruch.
- Národní cestovní ruch představuje domácí cestovní ruch a pasivní zahraniční cestovní ruch.

- Regionální cestovní ruch zahrnuje cestovní ruch regionů a států jako cestovních cílů.

Podle počtu účastníků

- Individuální cestovní ruch je založený na samostatném organizování pobytu a cestování jednotlivce nebo malé skupiny lidí. Jeho předností je seberealizace při tvorbě programu a libovolného přizpůsobování se podmínkám.
- Skupinový cestovní ruch pořádá se v organizovaných skupinách. Účastníci využívají z toho vyplývající výhody, jako jsou například slevy při přepravě, v ubytovacích zařízeních. Může jít o organizovaný nebo neorganizovaný cestovní ruch.
- Masový cestovní ruch je charakteristický tím, že účastníci mají málo času, je pohodlný a pasivní a je hromadný.
- Ekologický cestovní ruch je opakem masového. Jedná se často o individuální, rodinný cestovní ruch, cestování s přáteli.

Podle způsobu organizování

- Individuální cestování si organizuje až 80 % účastníků cestovního ruchu.
- Organizované cestování je hlavním předmětem činnosti profesionálních organizátorů cest, kterými jsou cestovní kanceláře. Výsledkem činnosti organizátora jsou zájezdy, které mají pevné body programu, kde je volnost rozhodování jednotlivců relativně omezená.
- Klubový cestovní ruch je součástí organizovaného cestování. Účastníci pobývají v klubových zařízeních. Součástí produktu klubového cestovního ruchu je široká nabídka doplňkových služeb. Jedna z doplňkových služeb je animační. Klubové

pobyty se často nabízejí za ceny označované jako „all inclusive“. Klubové pobyty jsou většinou dlouhodobé.

Podle věku účastníků

- Cestovní ruch dětí je určen dětem ve věku do 15 let, které se zúčastňují organizovaných pobytů a výletů bez účasti rodičů, avšak s jejich souhlasem. Jde o dětské tábory, školy v přírodě.
- Mládežnický cestovní ruch je spojený s cestováním mladých lidí ve věku 15 až 25 let. Účast na mládežnickém cestovním ruchu je ovlivněná sociálně-ekonomickou situací a fondem volného času mládeže. Mládež vyžaduje kolektiv, nezávislost, hlučnější zábavu, turistiku, sportovní a kulturní soutěžení. Vyžadují také jednoduché služby za přístupné ceny.
- Rodinný cestovní ruch, častěji označovaný jako rodinná rekreace. Je určen především mladým rodinám. Jde o lidi ve věku 25 až 44 let, kteří žijí jako manželské páry s dětmi. Reprezentují životní styl, ve kterém hledají stabilitu a určitou kvalitu života. Rodinnou dovolenou zajišťují zařízení, která jsou ochotná připravit vhodný produkt jak pro dospělé, tak děti.
- Seniorský cestovní ruch je typický pro lidi v poproduktivním věku tzv. třetím věku. Pro seniory je typický dostatek volného času a dostatečný kupní fond zejména v ekonomicky vyspělých státech. Vyžadují osobní formu vzhledem ke svému věku a zdraví.

Z hlediska délky účasti

- Výletní cestovní ruch je spojený s pobytem mimo místo trvalého bydliště kratším než 1 den bez možnosti přenocování.

- Krátkodobý cestovní ruch nepřesahuje 2 až 3 přenocování. Organizuje se za účelem odpočinku, poznávání a zábavy. Nejčastěji jde o účast na cestovním ruchu koncem týdne, který se označuje jako víkendový cestovní ruch.
- Dlouhodobý cestovní ruch je forma cestovního ruchu s přiměřenou délkou pobytu 3 až 4 přenocování.

Podle převažujícího místa pobytu

- Městský cestovní ruch je forma pobytu návštěvníků v městě, jehož hlavním cílem je zážitek z návštěvy města. Jde o poznání pamětihodností, život ve městě, uměleckých děl.
- Příměstský cestovní ruch se rozvíjí v sídelních aglomeracích, ve kterých se nacházejí vhodné podmínky pro jeho rozvoj. Realizuje se krátkodobě na 1 až 2 dny, nejčastěji přes víkend.
- Venkovský cestovní ruch - jedná se o soubor činností spojených s cestováním a pobytem lidí ve venkovském prostředí. Lidé vyhledávají činnosti spojené s návratem k přírodě. Ubytování probíhá ve vesnických domkách.
- Ekoagroturistika je forma agroturistiky. Ekologická farma nepoužívá při rostlinné a živočišné výrobě žádné syntetické chemikálie, hnojiva, umělá barviva a konzervační přípravky.
- Horský a vysokohorský je soubor činností spojených s pobyty ve vhodném přírodním prostředí horských vysokohorských středisek cestovního ruchu. Účastníci se věnují především pěší horské a vysokohorské turistice, horolezectví a v zimě především lyžování a snowboardování.
- Přímořský cestovní ruch - koncentruje se do přímořských letovisek, ve kterých se jeho účastníci během dne věnují sportovně-rekreačním aktivitám a večer se věnují společensko-zábavním aktivitám.

Podle ročního období

- Sezonní cestovní ruch je důsledkem nepravidelnosti a nerovnoměrnosti vývoje sociálně ekonomických jevů vlivem vnějších příčin v průběhu roku. Sezónnost má vliv na účast na cestovním ruchu, ovlivňuje hospodářskou činnost podniků a středisek cestovního ruchu.
- Mimosezónní
- Celoroční cestovní ruch se rozvíjí bez omezení celoročně.

Podle použitého dopravního prostředku

- Motorizovaný cestovní ruch je spojený s využitím přepravy motorovým dopravním prostředkem, nejčastěji automobilem. Je pro něj typické nezávislost na hromadné dopravě, rychlost přemístování a vysoký akční dosah. Součástí motorizovaného cestovního ruchu je autobusový. Karavaning je spojený s použitím motorového vozidla. Typické pro karavaning jsou autokempinky.
- Účastníci železničního cestovního ruchu cestují vlakem po železnici. Mohou se přepravovat vsedě nebo vleže v lůžkovém a lehátkovém vagonu. Kromě přepravy je také zajištěno stravování v restauračním nebo bufetovém vagonu.
- Letecký cestovní ruch je forma organizačně zabezpečována cestovní kanceláři leteckého dopravce – letecké společnosti. Lidem je kromě přepravy poskytnut celkový balíček služeb. Letecké společnosti poskytují služby cestujícím na pravidelných a nepravidelných (charterových) linkách.
- Lodní cestovní ruch je spojený s cestováním a pobytem na říční a mořské lodi nebo jachtě. Může jít o rekreační nebo linkové plavidlo.

Z hlediska dynamiky

- Pobytový cestovní ruch, jehož účastníci pobývají více dnů na jednom místě. V závislosti na druhu cestovního ruchu se účastníci věnují v místě pobytu určitým aktivitám.

Putovní cestovní ruch je zpravidla organizovaná skupina účastníků, kteří cestují po určité trase, podle předem vypracovaného itineráře.

Ze sociologického hlediska

- Návštěvy příbuzných a známých se uskutečňují z různých důvodů. Nejčastěji jde o upevňování rodinných vztahů nebo účast na společenských událostech (svatba, pohřeb).
- Sociální cestovní ruch je forma cestovního kde všechny nebo část nákladů cestovního ruchu hradí stát, zaměstnavatel nebo nadace. Většinou se jedná o hendikepované osoby a účastníky ze sociální skupiny z důvodu vysokého věku, nízkých příjmů, fyzického nebo psychického postižení.
- Komerční cestovní ruch si účastník hradí v plné výši z vlastních prostředků.

Etnický cestovní ruch

- Etnický cestovní ruch zahrnuje cestování s motivem návštěvy původní vlasti návštěvníků (Hesková a kol., 2006).

2.3 Služby cestovního ruchu

Díky službě dochází k uspokojování různých potřeb souvisejících s cestováním a pobytem mimo místo trvalého bydliště, obvykle ve volném čase, za účelem získání komplexního zážitku podmíněného odpočinkem, poznáváním, společenskými kontakty, zdravím, rozptýlením a zábavou, kulturním nebo sportovním vyžitím. Službami se obecně rozumějí ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter (Orieška, 2010).

Dělení znaků služeb podle Orišky (2010):

- Obecné znaky
 - Nemateriální charakter služeb
 - Vysoká spotřeba živé práce při poskytování služeb
 - Začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb
 - Soulad poskytování služeb s jejich spotřebou
 - Pomíjivost služeb
- Speciální znaky služeb (pouze služeb cestovního ruchu)
 - Časová a místní vázanost služeb na primární nabídku cestovního ruchu
 - Komplexnost a komplementárnost služeb
 - Zastupitelnost služeb
 - Mnohooborový charakter služeb
 - Nezbytnost zprostředkování služeb
 - Dynamika a sezónnost poptávky po službách
 - Nezbytnost poskytování informací o službách a jejich kvalitě
 - Neanonymita spotřebitele služby

2.3.1 Klasifikace služeb Základní rozdělení

- Služby cestovního ruchu, které uspokojují potřeby turistů a jež produkují podniky cestovního ruchu (služby dopravní, ubytovací, pohostinské, lázeňské, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, informační)
- Služby, které produkují podniky a poskytují je převážně místní obyvatelé, ale i účastníci cestovního ruchu (Orieška, 2010).

Druhové členění služeb cestovního ruchu

- Informační služby umožňují šíření objektivních poznatků o cílových místech, objektech cestovního ruchu a službách. Lidé vyžadují informace v místě bydliště, během cestování i v cílovém místě. Druh, obsah a rozsah informací závisí na to, zda se jedná o komplex nebo o jednotlivou službu. Poskytování služeb se může změnit až na poradenskou činnost z důvodu různorodosti služeb a poskytování podmínek.
- Dopravní služby umožňují účastníkům cestovního ruchu přepravu z místa trvalého bydliště do cílového místa a zpět a také pohyb v cílovém místě. Mezi dopravní služby kromě přepravy patří také služby s tím spojené. Jedná se rezervování míst, přepravu zavazadel, prodej dopravních cenin a podobně, vyřizování reklamací. Dopravu poskytují přímo dopravní podniky nebo jí obstarávají přepravci (cestovní kanceláře).
- Ubytovací služby umožňují přenocování nebo přechodné ubytování v cílovém místě. Poskytují ubytovací zařízení různých kategorií a tříd. Dále poskytují další služby, které se vážou na pobyt jako je podávání informací, úschova zavazadel, buzení hostů, prodej vybraných druhů zboží atd.
- Stravovací služby zajišťují uspokojování základních potřeb výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času, využitelný k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Stravovací služby poskytují zejména pohostinská zařízení.

- Sportovně-rekreační služby mohou být považovány z hlediska cíle účasti za jedny z nejvýznamnějších služeb. Účastník je využívá k aktivnímu odpočinku ve volném čase.
- Kulturně-společenské služby poskytují a uspokojují společenské a kulturní potřeby účastníků cestovního ruchu. Lidé uspokojují potřeby prostřednictvím poznávání, zábavy a společenskou komunikací. Tyto služby jsou dost často spojené s činností animátorů.
- Lázeňské služby představují komplex činností souvisejících s lázeňskou léčbou a pobytem v lázních. Poskytování služeb je závislé na přírodních léčivých pramenech.
- Kongresové služby uspokojují potřeby účastníků kongresových akcí, které mají připravený odborný program.
- Služby venkovského cestovního ruchu představuje samostatný soubor služeb.
- Průvodcovské a asistenční služby jsou služby, které jsou spojené s doprovázením skupin nebo jednotlivých účastníků. Během cesty průvodce poskytuje lidem informace.
- Animační služby nabízejí lidem zábavu, zpestření, rozveselení.
- Zprostředkovatelské služby zajišťují a organizují činnost podmiňující a umožňující účast na cestovním ruchu. Tyto služby poskytují cestovní kanceláře. Může jít např: o organizování zájezdů, kongresových akcí, přepravu, stravování.
- Pojistné služby umožňují účastníkům cestovního ruchu obstarat si cestovní pojištění proti následkům nepředvídaných událostí během cestování v tuzemsku i zahraničí.

- Směnárenské služby jsou součástí obchodu s devizovými hodnotami. Jedná se o nákup a prodej devizových hodnot a jejich směna.
- Služby pasových orgánů vydávají cestovní doklady při cestách do zahraničí. Také kontrolují doklady na hraničních přechodech.
- Obchodní služby jsou předpokladem komplexního uspokojení potřeb cestujících.
- Komunální služby představují osobní služby (kadeřnictví, manikúra), služby oprav spotřebního zboží, půjčovny, služby dopravní infrastruktury, veřejně prospěšné práce.
- Zdravotnické, policejní, záchranné, poštovní, telekomunikační, horské služby (Orieška, 2010).

Služby dále **dělíme podle fází realizace** cestovního ruchu. Účastník vyžaduje služby v místě svého trvalého bydliště, během cesty a během pobytu v cílovém místě. **Z časového hlediska** se jedná o služby poskytované v sezóně nebo mimo ni. **Z hlediska uspokojovaných potřeb** rozlišujeme základní a doplňkové služby. Pomocí základních služeb se účastníci přepravují z místa jejich trvalého bydliště do cílového místa a zpět. Doplňkové služby uspokojují primární potřeby účastníků cestovního ruchu spotřebou. Jsou spojeny s využíváním atraktivity rekreačního prostoru. Podle charakteru spotřeby se služby dělí na osobní a věcné. **Z ekonomického hlediska** můžeme mít služby placené a neplacené (Orieška, 2010).

2.4 Trh cestovního ruchu

Trh cestovního ruchu tvoří podniky cestovního ruchu různých velikostí od globálních společností po malé podnikatelské organizace místního významu. Národní trhy zahrnují 3 typy cestovního ruchu → trh směřující dovnitř, trh směřující ven a domácí trh. Trh se skládá z řady společně působících organizací: prodejci zájezdů, dopravní společnosti, komerční ubytovací zařízení, stravovací zařízení, subjekty nabízející návštěvnické atraktivity a zábavné parky. Trh cestovního ruchu je trh, který se velmi dynamicky mění. Působí na něj řada objektivních a subjektivních faktorů (Hesková a kol., 2006).

Podle Palatková & Zichová (2014) je trh možné chápat jako oblast ekonomiky, ve které dochází k výměně výsledků činností mezi jednotlivými ekonomickými subjekty prostřednictvím směny. Vzájemným působením nabídky a poptávky je pak na trhu formována cena.

2.4.1 Poptávka

Poptávka po cestovním ruchu představuje ochotu účastníků zaměnit určité množství produktů za určité množství peněz, tj. zakoupit tyto produkty. Studie ukazují, že zákazníci spojují vyšší ceny s vyšší kvalitou služeb zařízení. V případě malých cenových rozdílů zákazník při výběru služby zvolí službu dražší (Hesková a kol., 2006).

Poptávka v turismu je dána potenciálními či reálnými návštěvníky a její formování závisí na celé řadě motivačních a limitujících faktorů (Palatková & Zichová, 2014).

2.4.2 Nabídka

Je tvořena atraktivitami, suprastrukturou a infrastrukturou cílové destinace (Palatková & Zichová, 2014).

Nabídka má 2 podstatné části:

- Atraktivitu cílových míst
- Vybavenost cílových míst (suprastruktura a infrastruktura)

Atraktivity cílových míst jsou dominantní složkou nabídky. Mají největší sílu přitáhnout do destinace turisty. Obvykle jsou děleny do 4 skupin → přírodní atraktivity, kulturně-historické, organizované a společenské (Palatková & Zichová, 2014).

Dále je můžeme dělit ještě na primární atraktivity přírodní, atraktivity vybudované/organizované, které jsou výsledkem člověka a účelově vybudované/organizované atraktivity. Toto dělení je vzhledem k určitému posunu ve vývoji turismu přesnější.

Přírodní atraktivita jsou rozdělené na další 4 skupiny. Jsou to klimatické podmínky (teplota, úhrn srážek), morfologické podmínky (hory, skály, písčité pláže), hydrologické podmínky (moře, řeky, jezera, gejzíry, vodopády), fauny a flóra (rozmanité druhy živočišstva a vegetace) (Palatková & Zichová, 2014).

2.5 Destinace cestovního ruchu

Destinace je geografický prostor, který host volí jako cíl účasti na cestovním ruchu. Destinace zahrnuje komplex služeb pro potřeby cestovního ruchu. Můžeme to také chápat jako směřování, cíl cesty, místo navštívené účastníkem cestovního ruchu (Hesková a kol., 2006).

Destinace je svazek různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivita), místa nebo oblasti. Za nejmenší destinační jednotku je považován resort. Resort je místo či menší oblast navštěvovaná s cílem trávení volného času (Jakubíková, 2009).

Destinaci cestovního ruchu můžeme pokládat za jeden komplexní produkt, který je složen z mnoha produktů nebo za kolektivního výrobce (Jakubíková, 2009).

2.5.1 Marketing destinace

Marketing destinace cestovního ruchu je proces sladování zdrojů destinace s potřebami trhu. Obsahuje analýzu místa plánování, organizování, řízení a kontrolu strategií na vymezení lokalit.

Nositeli marketingu mohou být:

- Místní samospráva
- Státní správa
- Firma orientovaná na rozvoj území
- Odborníci

- Mimovládní organizace

Vždy je kladen důraz na podporu komunikace mezi stranou nabídky a poptávky a na spolupráci (Jakubíková, 2009).

2.5.2 Management destinace

Je jím označován proces vytváření a řízení silných, tržně orientovaných a systémově řízených jednotek – destinací. Destinační management je využíván k plánování, organizování, marketingové komunikace, rozhodovacím procesům.

Management destinace je obvykle řízen samostatnou organizační jednotkou. Tyto jednotky jsou budovány z hlediska věcného a prostorového. Ve věcné rovině se jedná o regionální a lokální organizace. V prostorové rovině jsou vymezeny funkční turistické destinace, marketingových turistických regionů a oblastí (Hesková a kol., 2006).

2.6 Kvalita služeb

Vyjadřuje souhrn jejich užitných vlastností. Snaží se uspokojit potřeby účastníků cestovního ruchu a naplňovat jejich očekávání. Pro účastníka to neznamena vždy to nejdražší. Nejlepší pro něj zpravidla znamená soulad mezi svými představami o službách a skutečnosti.

Znakem kvality jsou užité vlastnosti. Tyto znaky mohou být hodnoceny jako měřitelné nebo porovnatelné. Zpravidla je při posuzování kvality rozhodující hodnocení zákazníků. proto je vhodné jim naslouchat (Orieška, 2010).

Očekávaná kvalita služeb je ovlivněna více faktory. Jedním z nich je marketingová komunikace, kterou jsou myšleny nástroje jako reklama, propagační materiály, webová prezentace, internetová komunikace, direct, mailly, obchodní prezentace, tiskové zprávy a další (Rašovská & Ryglová, 2017).

2.6.1. Spokojenost zákazníka

Spokojenost je zpravidla posuzována podle stupně naplnění jeho očekávání ve vztahu k obdržené službě, získanému produktu či k hodnotě, kterou zákazníkovi přináší. Pokud není očekávání zcela naplněno, zákazník je nespokojen, je-li naplněno, je tomu naopak,

a je-li naplněno ve vyšší míře, zákazník je příjemně překvapen. Cílem je spokojený zákazník.

Firmy zpravidla zákazníkům přislíbí pouze to, co mohou splnit a následně splní víc, než slibovali a tím získají velmi spokojeného zákazníka, který získal více, než očekával. Pocit potěšení vytváří u zákazníka emocionální vztah k danému produktu a k dané firmě. Toto nejvíce rozšířené pojetí a chápání spokojenosti zákazníka vychází z tzv. „teorii rozporu“.

Každá firma by měla věnovat náležitou pozornost očekávání zákazníků, které je bezprostředně spjato s jeho potřebami a přáními, předchozí zkušeností s firmou či produktem (Rašková, Ryglová, 2017).

3. Metodika

3.1 Sběr dat

Průzkumu se celkem zúčastnilo 200 respondentů, z nichž více než půlka jsou Češové a zbytek byli cizinci, kteří přijeli na dovolenou. Nejčastěji jsem dotazníky sbírala, pokud se konala nějaká kulturní akce nebo mezi návštěvníky ve vybraných památkách, které zmiňuji v kapitole „Primární nabídka“. Nejvíce dotazovaných tvořily početnější skupiny, které vyrazily na výlety. Naštěstí jsem se setkala pouze s milými lidmi, kteří byli ochotni a vždy souhlasili s vyplněním dotazníků, procento odmítnutí je tedy nulové.

3.2 Metodika

Vzhledem ke skutečnosti, že je převážná většina údajů získaných dotazníkovým šetřením kategoriální povahy, byly pro statistické hodnocení zvoleny adekvátní metody. Statistická analýza výsledků šetření byla uskutečněna v programu SPSS. V první fázi hodnocení byla prováděna především analýza závislostí v kontingenčních tabulkách.

U těchto dvou proměnných může být závislost buď symetrická (vzájemná) nebo asymetrická (jednostranná). Ke zjišťování vzájemné závislosti dvou kategoriálních znaků je chí-kvadrát test o nezávislosti. Při něm vycházíme z následujícího předpokladu: Pokud jsou dva znaky nezávislé, pak je rozdělení četností v kontingenční tabulce úměrné řádkovým a sloupcovým marginálním četnostem n_{i+} , resp. n_{+j} . Testování provádíme na shody zjištěných a očekávaných četností. Pro sledování intenzity (síly) závislosti jsou používány různé koeficienty, které obvykle nabývají hodnot z tohoto intervalu $\langle 1,0 \rangle$ popřípadě $\langle 1,-1 \rangle$. Hodnota 0 nám značí nezávislost. Dalšími testy jsou testy o nulovosti těchto koeficientů. Pokud nesplňujeme předpoklady pro použití chí-kvadrát testu v kontingenční tabulce, pak jsou používány tzv. exaktní testy. Např. Fisherův exaktní test (viz např. Landau a Everitt, 2004).

Existuje mnoho koeficientů závislosti. Jde o tzv. výběrové koeficienty, které představují bodové odhady měř v základním souboru. Obvykle je klasifikujeme na základě:

- rozměru tabulky, tj. podle počtu kategorií u sledovaných proměnných,
- typu proměnných (nominální, ordinální či kvantitativní),
- typu závislosti (symetrická či asymetrická).

Míry závislosti určené pro dvě nominální proměnné lze použít též pro jiné typy proměnných, např. pro jednu nominální a druhou ordinální apod. Pro dvě proměnné ordinální či kvantitativní však existují speciální míry, jež se více hodí pro posouzení vztahu sledovaných znaků.

Závislost dvou nominálních proměnných se nazývá kontingence. Základem pro zjišťování její závislosti je výše zmíněný chí-kvadrát test nezávislosti. Označíme-li relativní četnosti v základním souboru jako π_{ij} , kde jsou jejich bodovými odhady četnosti p_{ij} , pak nulovou hypotézu lze zapsat ve tvaru $H_0 : \pi_{ij} = \pi_{ij,0}$, kde $\pi_{ij,0}$, kde $\pi_{ij,0}$ je relativní četnosti očekávaná v případě nezávislosti, vyjádřená ze vztahu $\pi_{ij,0} = p_{i+}p_{+j}$. Tuto nulovou četnost testujeme proti alternativní hypotéze H_1 . Jako testové kritérium použijeme Pearsonovu statistiku chí-kvadrát, kterou lze vyjádřit vztahem:

(1)

$$\chi_P^2 = \sum_{i=1}^R \sum_{j=1}^S \frac{(n_{ij} - n\pi_{ij})^2}{n\pi_{ij,0}}, \text{ popř. } \chi_P^2 = n \sum_{i=1}^R \sum_{j=1}^S \frac{(n_{ij} - p_{i+}p_{+j})^2}{p_{i+}p_{+j}}, \text{ resp. lze použít jednodušší zápis } \chi_P^2 = \sum_{i=1}^R \sum_{j=1}^S \frac{(n_{ij} - m_{ij})^2}{m_{ij}}.$$

Pokud má tato náhodná veličina za předpokladu nulové hypotézy přibližně chí-kvadrát rozdělení s $(R-1)(S-1)$ stupni volnosti. Pokud chceme použít tento test, je nutné, aby očekávané četnosti v jednotlivých buňkách kontingenční tabulky neklesly pod hodnotu 5 v alespoň 80% buněk a ve zbylých buňkách se vyskytovaly nenulové hodnoty.

Mimo chí-kvadrát statistiky lze při testování závislosti dvou nominálních veličin použít **věrohodností poměr**, který lze v případě multinomického rozdělení vyjádřit ze vztahu:

(2)

$$G^2 = 2 \sum_{i=1}^R \sum_{j=1}^S n_{ij} \ln \frac{n_{ij}}{m_{ij}} .$$

I tato statistika má také chí-kvadrát rozdělení s $(R-1)(S-1)$ stupni volnosti.

Chí-kvadrát statistika je jako základ pro výpočet koeficientů, vyjadřujících sílu závislosti, jež v případě nezávislosti nabývají hodnoty 0. Jedním z nich je **Pearsonův kontingenční koeficient**:

(3)

$$C_P = \sqrt{\frac{\chi_P^2}{\chi_P^2 + n}} .$$

Jedná se o symetrickou míru, která vyjadřuje intenzitu vzájemné závislosti dvou proměnných. Čím vyšší hodnotu dostaneme, tím silnější závislost bude. Další mírou intenzity závislosti pro dvě nominální proměnné je **koeficient φ** :

(4)

$$\varphi = \sqrt{\frac{\chi_P^2}{n}}.$$

Použít lze také **Cramérovo V** , počítané ze vztahu:

(5)

$$V = \sqrt{\frac{\chi_P^2}{n(q-1)}}.$$

Za zmínku stojí také **Čuprovův kontingenční koeficient**:

(6)

$$C_T = \sqrt{\frac{\chi_P^2 / n}{\sqrt{(R-1)(S-1)}}}.$$

Vedle výše uvedených symetrických měř byly navrženy míry asymetrické, které hodnotí intenzitu jednostranné závislosti vysvětlované proměnné na proměnné vysvětlující. Pokud sledujeme závislost sloupcové proměnné Y na řádkové proměnné X , pak mohou nastat dvě situace:

- sloupce jsou statisticky nezávislé na řádcích,

- sloupce jsou funkcí řádků.

Mezi asymetrické míry, použitelné v případě, že testování závislosti dvou nominálních proměnných patří např. **Goodmanova-Kruskalova** λ , **Goodmanovo-Kruskalovo** τ či **tzv. informační koeficient**, který označujeme jako koeficient nejistoty. Pokud máme čtvercové kontingenční tabulky lze použít také **Cohenovu** κ :

(7)

$$\kappa = \frac{\sum_{i=1}^R n_{ii} - \sum_{i=1}^R m_{ii}}{n - \sum_{i=1}^R m_{ii}},$$

která sleduje míru souhlasu sledovaných znaků.

U nominálních proměnných nazýváme statistickou závislost označována jako kontingence, u ordinálních proměnných poté hovoříme o korelaci. K základním mírám patří **Spearmanův koeficient pořadové korelace**. Ze symetrických měř lze použít **Goodmanovu-Kruskalovu** γ , **Kendallovo** τ_b , **Kendallovo** τ_c , asymetrickou měrou je např. **Somersovo** d (Hebák a kol., 2005).

4. Řešení problematiky

V této části bude region rozdělen, definován a bude vymezena jeho primární a sekundární nabídka, která bude rozdělena do tří částí.

4.1 Vymezení regionu

Turistická oblast Prácheňsko se nachází v severní části Jihočeského kraje u hranice s krajem Plzeňským. Dělí se na mikroregiony, jako jsou Strakonicko, Vodňansko, Protivínsko a Volyňsko. Celá oblast se prolíná s původním historickým územím Prácheňska, jenž bylo jedním z krajů Království Českého. Celá oblast byla pojmenovaná podle hradu Prácheň u Horažďovic. Po tomto hradu zbyly už jen jeho pozůstatky (JizniCechy, 2010).



Zdroj: MAS Strakonicko, z. s.

4.2 Primární nabídka

Primární nabídku rozdělíme do tří částí a to: historické, přírodní a kulturně – společenské aktivity v Prácheňském regionu.

4.2.1. Kulturně-historický potenciál

V této oblasti můžeme najít nejen přírodní, ale i historické památky a atraktivitu. Pár z nich si teď představíme:

Krokodýlí ZOO Protivín – jedná se o soukromou ZOO pana provozovatele Miroslava Procházky. Samotná expoziční část zoo je budována v historické hospodářské budově, která vznikla na konci 18. století. Stavba byla rozdělena do několika etap a první etapa začala v roce 2005. V ZOO nalezneme 25 krokodýlích druhů (krokodylizoo, 2020).

Hrad Strakonice – hrad vznikl zřejmě ve 13. století. Patřil Bavorům ze Strakonice, kteří již v polovině 13. století darovali část hradu rytířskému řádu johanitů. Hrad chrání ze západu hradba s věží zvanou Rumpál. Tato hradba se stala symbolem hradu. Nyní může návštěvník vystoupat po šestadevadesáti schodech na ochoz věže a prohlédnout si město shora. V současnosti probíhá na hradě rekonstrukce, která by měla být dokončena v červenci 2021 (CzechTourism, 2021).

Hrad Helfenburg – též nazývaný jako pohádkový hrad, který se nachází u Bavorova, Svou rozlohou je to největší zřícenina v České republice. V současné době se na hradu pořádají svatební obřady a zajímavé kulturní akce. Po dohodě mohou také lidé na nádvoří hradu přenocovat pod vlastním přístřeškem (CzechTourism, 2021).

Měšťanský pivovar Dudák Strakonice – vyznačuje se tradiční výrobou piva z výhradně českých surovin. Strakonické pivo Dudák je vařeno ženou – paní sládkovou Dagmar Vlkovou, což dodává tomuto moku punc jedinečnosti. Toto pivo získalo i několik ocenění. Pivo Dudák lze běžně zakoupit v obchodních sítích a také ve stánku, který se nachází v areálu pivovaru (CzechTourism, 2021).

Muzeum středního Pootaví – jedná se o příspěvkovou organizaci Jihočeského kraje. Sídlí v areálu strakonického hradu. Muzeum bylo založené v roce 1894 (Muzeum středního Pootaví, 2021).

Středověký mlýn Hoslovice – mlýn spadá do správy Muzea středního Pootaví. Areál Hoslovice tvoří původní mlýnice s obytnou částí, chlévy s kolnou a stodola, všechny

kryté došky, roubené či zděné ze smíšeného zdiva. Mlýn byl poháněn vodou, přiváděnou z malého rybníka. V areálu je zachován tradiční venkovský způsob života. To znamená, že zde například nenalezneme elektřinu (Hoslovice, 2021).

Městské muzeum a galerie Vodňany – tato galerie byla poprvé zpřístupněna veřejnosti v roce 1967. Od roku 1973 má galerie pravidelnou výstavní činnost. Výstava se zaměřuje především na prezentaci děl českých a regionálních výtvarných umělců (CzechTourism, 2021).

Kalvárie Čestice – Na zalesněném návrší nad obcí od roku 1821 je ukryt soubor 6 staveb – Kalvárie. Vrch Kalvárie byl poutním místem ještě před výstavbou kaplí. Jsou zde postaveny 4 menší výklenkové kaple Křížové cesty, které vedou po přístupové cestě (Jižní Čechy, 2021).

Muzeum Špejchar Ražice – Nachází se v nově zrekonstruované budově bývalé sýpky v Ražicích u Písku. V muzeu si můžeme prohlédnout stálou expozici, která má dvě části. První se týká přírodní rezervace Řežabinec a Řežabinecké tůně a druhá se věnuje železnici (Jižní Čechy 2021).

Socha Jana Žižky z Trocnova u Sudoměře – jedná se o monumentální sochu, která připomíná vítězství v bitvě u Sudoměře. Památník pochází z roku 1925 a je vysoký 16 m. Nachází se mezi rybníky Markovcem a Škaredým. Kolem památníku vedou 2 turistické značené trasy (CzechTourism, 2021).

Pohádková kovárna v Selibově – jedná se o technickou památku stojící na návsi obce. Pochází z konce 19. století. Tvoří jeden z nejstarších pozůstatků a dokladů historického vývoje obce. V tomto muzeu nalezneme téměř sto pohádkových postaviček, jako jsou hastrmani, víly, kováři, čerti a další pohádkové bytosti. Děti se zde seznamují s českou pohádkou, jakožto mravním poselstvím českého národa a prostřednictvím příběhů jejich pohádkových hrdinů. Po novu je součástí stálé expozice kovárny i výstava historie kovářství. Pro děti jsou připravené i různé atrakce (Tip na výlety, 2014).

Máchův včelín v Krušlově – jedná se o malovaný včelín s řezbářskou výzdobou interiérů. Včelín obsahuje 65 výtvarně zpracovaných úlů. Některé ztvárňují lidovou architekturu. Tyto včelíny vytvořil včelař a řezbář Josef Mach. Nyní se včelín nachází v rekonstrukci. Vznikne zde nová prosklená expozice s proskleným úlem a pomůckami pro včely (CzechTourism, 2021).

Městské muzeum Volyně – sídlí v bývalé gotické tvrzi, která kdysi sloužila jako sídlo královských purkrabí. Najdeme zde dvě stálé expozice – Volyňsko v pravěku a Historie volyňské tvrze (CzechTourism, 2021).

Zámek Střelské Hoštice – vznikl v roce 1721 přestavbou tvrze ze 14. století. Od roku 2006 se v přízemí nachází Muzeum řeky Otavy a voroplavby. Muzeum je přes turistickou sezónu otevřeno denně a jinak po předchozí domluvě na Obecním úřadě (Jiří Čížek, 1995-2021).

Klášteř – zámek Štěken – jedná se o raně barokní zámek, který stojí na místě někdejší tvrze. V současnosti užívají tyto prostory sestry řádu „Congregatio Jesu“. Pro veřejnost je v zámku k dispozici ubytování. Ubytovaní se také mohou účastnit bohoslužeb v zámecké kapli. K dispozici je také prohlídka celého zámku s průvodcem (Prácheňsko.eu, 2021).

Dobrš – tvrz a zámek – dobršská tvrz je původně gotická stavba. Nyní budova prochází rekonstrukcí, interiéry jsou zpřístupněny jen příležitostně. V zámku nalezneme „Galerie co co“ (Prácheňsko.eu, 2021).

4.2.2. Přírodní potenciál

Do této oblasti zařadíme přírodní úkazy. V oblasti Prácheňska nalezneme velký přírodní potenciál od velkého pokrytí lukami až přes několik rybníků. Také zde nalezneme mnoho lesů nebo vrchů.

Pár příkladů:

Pamětní lípa - v areálu Gymnázia Strakonice, která byla zasazena u příležitosti 100. výročí založení Československé republiky 1918-2018. Tuto lípu zasadili studenti, pedagogové a hosté projektového dne Gymnázia Strakonice 28. 10. 2018 (Město Strakonice, 2021).

Blatský rybník - jedná se o více než šestihektarový rybník při zahrádkářské osadě v lokalitě Stara Valcha, napájený náhonovou stokou z řeky Volyňky. V minulosti byl součástí rozsáhlého velkostatku patřícího johanitům. V zimním období je hojně využíván jako přírodní kluziště (Město Strakonice, 2021).

Podskalí - je romantické údolí Otavy při vstupu do města s ojedinělými skalami. Toto místo je hojně využíváno turisty, ale i místními. Nalezneme zde cyklostezku, dětské hřiště, které nalezneme rozmístěné po celém Podskalí, a nejen pouze na jednom místě, využití také zde najdou rybáři či vodáci. Na Podskalí se nachází dva kempy. Vede tudy 3 km dlouhá Naučná stezka Podskalí, která byla zřízena v roce 1992 a obnovena v roce 2019, začíná na levém břehu řeky. Po cestě nalezneme pískovcovou sochu Dorotky, nevěsty bájného Švandy dudáka (Město Strakonice, 2021).

Bažantnice u Pracejovic - je zvláště chráněné území, přírodní rezervace, v prostoru bývalé bažantnice na pravém břehu Otavy proti Novému Dražejovu (Město Strakonice, 2021).

Řeka Otava - je přirozenou přírodní osou Strakonic i Prácheňska. Tato řeka je proslulá rýžováním zlata a získáváním perel z perlorodek říčních. Vzniká soutokem Vydry a Křemelné u Čenkovy Pily na Šumavě (Město Strakonice, 2021).

Řeka Volyňka - je horskou říčkou pramenící na Šumavě pod Světlou horou u Vimperka. Ve Strakonících se vlévá do Otavy (Město Strakonice, 2021).

Kání vrch - je výrazný skalnatý výchoz v západní části města Strakonice (Město Strakonice, 2021).

Studánka Panny Marie na Podsrpu - je romantická studánka pod vzrostlým smrkem s obrázkem Panny Marie. Je zahloubená v lesním svahu východní části vrchu Srpská (Město Strakonice, 2021).

Dobrá voda na Podsrpu - je pramen s údajně léčivou vodou pod kapličkou Panny Marie vystavěné koncem 18. století. Z vlastní zkušenosti vím, že ke kapličce vede pěkná cesta a jedná se o krásnou procházku (Město Strakonice, 2021).

Památný strom Václavská lípa - je nejstarší a nejmohutnější dřevina Strakonice u městského hřbitova s kostelem sv. Václava, u Silnice Strakonice-České Budějovice (Město Strakonice, 2021).

4.2.3 Kulturně-společenské akce

V této kapitole si představíme společenské akce, které jsou typické a významné pro tuto oblast.

Jako první za zmínění stojí nejvýznamnější Mezinárodní dudácký festival, který se koná ve Strakonících jednou za dva roky. Festivalu se účastní soubory ze všech koutů světa, ale samozřejmě zde nalezneme i domácí soubory. V roce 2020 byl z důvodu pandemie bohužel zrušen. Nyní je naplánován 25. ročník, a to od 25. 8. 2022 - 28. 8. 2022. Festivalu se zúčastní 1200 účinkujících z patnácti států Evropy a České republiky. Připravené bude i Evropské setkání výrobců dud na III. Hradním nádvoří. Festival začne průvodem, který povede skrz město. Celou tuto akci pořádá Městské kulturní středisko Strakonice (CzechTourism, 2021).

Dalším významnou akcí, která se koná každoročně ve Strakonících, je Václavská pouť. Jedná se o největší jihočeskou pouť, na kterou se sjíždí lidé ze všech koutů republiky.

Koná se vždy na přelomu září a října. Vždy je připraven i doprovodný program (Informuji.cz, 2009-2021).

V Protivíně se každoročně konají Platanské pivní slavnosti, které mají v regionu letitou tradici. Akce je spojena s unikátní atmosférou pivovarského prostředí s vysokou návštěvností a pro návštěvníky jsou připravené exkurze (Informuji.cz, 2009-2021).

Nesmíme zapomenout na Pivovarskou pouť, která se koná každoročně v červnu ve Strakonících. Tato akce má velmi bohatý program pro dospělé i děti, ač se jedná o jednodenní pouť. Je také připraven kulturní program a neckyáda. Celou tuto akci zajišťuje Měšťanský pivovar DUDÁK (Informační Systém Cestovního Ruchu Jihočeského kraje, 2021).

Ve Volyni stojí za zmínku Food Festival, který je pro všechny milovníky dobrého jídla. Tento druh festivalu je hlavně slavností jídla v originálních variacích, netradičních chutích a vůních i slavností nápojů. Celá přehlídka je rozčleněna do několika sekcí: masité i vegetariánské pokrmy, slané a sladké chuťovky, raw kuchyně. Dále zde naleznete volyňské pivo vařené přímo ve Volyni, dobré víno, domácí limonády či kávu z rodinných pražírén (Informuji.cz, 2009-2021).

Do této kapitoly také patří zařízení, díky nimž se kulturně-společenské akce mohou konat. Patří sem Kino OKO a Letní kino ve Strakonících, kulturní dům ve Strakonících. V Blatné Centrum kultury a vzdělání. Dále Šmidingerova knihovna nebo Kino ve Volyni.

4.3 Sekundární nabídka

Do této oblasti zahrnujeme ubytování, stravování a dále sem zařazujeme dopravní infrastrukturu.

4.3.1 Ubytovací zařízení

Podle Českého statistického úřadu musím oblast Prácheňska vyhledávat po jednotlivých okresech. Nejčastěji se budu věnovat okresu Strakonice, který zaujímá největší území ve zkoumané oblasti. Pro doplnění ukázkou poslouží i informace z jiných okresů, do kterých oblast Prácheňska zasahuje.

Tabulka 1 Hromadná ubytovací zařízení v okrese Strakonice

Hromadná ubytovací zařízení v okrese Strakonice	
Hotel *****	0
Hotel, motel, hotel ****	2
Hotel, motel, hotel ***	5
Hotel, motel, hotel **	0
Hotel, motel, hotel *	0
Hotel garni	1
Penzion	18
Kemp	14
Chatová osada	6
Turistická ubytovna	4

Ostatní hromadné ubytovací zařízení (splňující kapacitní ukazatele)	15
Celkem	65

Zdroj: Tabulka vlastní zpracování, data ČSÚ

Z tabulky vidíme, že v okrese je 65 aktivních ubytovacích zařízení. Oproti předešlým rokům došlo k navýšení. Jelikož je okres vyhlášený jako vodácký ráj, proto zde převažují kempy a následně penziony. Myslím si, že tento počet je dostačující.

Mezi nejznámější ubytování patří hotel Bílá růže přímo ve Strakonících, Hotel Splávek, Hotel Koflík, Hotel resort a restaurace Lovecká bašta, ve Strakonících také nalezneme penzion Na Zborově, Penzion V Ráji. Z kempů za zmínku stojí Kemp Otava Strakonice, Kemp Podskalí. Další známé ubytovací zařízení v oblasti Prácheňska je například: Hotel Prajer a Penzion Park ve Vodňanech, pro vodáky stojí za zmínění Otavský ráj, který se nachází v Katovicích. V Protivíně nalezneme Kempink U Šerifa, v Horažďovicích můžeme navštívit Hotel Zlatý Jelen nebo Hotel Prácheň.

4.3.2. Stravovací zařízení

V okrese Strakonice nalezneme podle internetového průzkumu přes 240 aktivních stravovacích zařízení. (Firmy 2021). Návštěvníci zde mohou navštívit nespočet kvalitních restaurací. Nalezneme zde také různé tematické restaurace bufety, bistra či rychlé občerstvení. Z těch nejvíce známých restaurací ve Strakonících stojí za zmínku Sůl a Řepa, Restaurace U Dudáka, Restaurace a Pizzerie u Papeže, Pizzerie Maxim, Restaurace Lovecká bašta.

V dalších částech turistické oblasti Prácheňska stojí za zmínku:

Protivín: Orange Route, Restaurace u Roubené studny

Horažďovice: Restaurace na Růžku, Pizzeria Casa Verde, Pizzerie V Zámku, Restaurace Peking, Hotel Prácheň

Vodňany: Restaurace u Zástavů, Restaurace Vietnam, Restaurace U Zástavů

Volyně: Restaurace Ubytování U Pošů, Hotel Ostrovce

V této oblasti se nachází také mnoho kaváren, cukráren. Ve Strakonících mohu z vlastní zkušenosti doporučit Kavárnu Kafičko, Maxim Cafe, Cukrárnu Attawa, Cukrarná 7.

4.3.3 Dopravní infrastruktura

Ve Strakonících se nachází významná dopravní tepna, která spojuje Prahu a Bavorsko. Dále tu nalezneme další tepny, které město spojují s Českými Budějovicemi, Horažďovicemi, Protivínem či Radomyšlí (doprava ve Strakonících, 2020).

Další důležitou součástí dopravní infrastruktury je městská hromadná doprava, která je pro všechny občany města Strakonice zdarma. Autobusy zajišťují přepravu občanů denně. O víkendech je provoz omezen (ČSAD STTRANS, 2021).

V celé oblasti Prácheňska tzv. ve všech výše zmíněných okresech přepravu zajišťují autobusy ČSAD STTRANS, a. s., Strakonice. Autobusy zajišťují dopravu po České republice a nově i do zahraničí. ČSAD STTRANS, a. s., provozuje 36 pravidelných linek a z toho 2 dálkové (ČSAD STTRANS, 2021).

Železniční dopravu v okrese Strakonice zajišťují České dráhy, a.s., GW Train Region. Mezi nejvíce známé trasy patří linka Brno hlavní nádraží – Plzeň a naopak, která je nejvíce využívána. GW Train Region, zajišťuje přepravu cestujícím, kteří míří na Šumavu. Železniční doprava slouží jak pro přepravu nákladní, tak i pro osobní. České dráhy, a.s., zajišťují dále dopravu po celé oblasti Prácheňska kromě Volyně, kam přepravu zajišťuje GW Train Region. Do Vodňan zajišťují přepravu obě společnosti, jelikož je spojení s přestupem.

Součástí dopravní infrastruktury jsou cyklostezky, kterých na Prácheňsku nalezneme nespočet. Každým okresem vede nějaká cyklostezka. Nalezneme tu cyklostezky kratší, tak i delší. Některé jsou dokonce upraveny nejen pro cyklisty, ale i pro bruslaře. Jihočeská část otavské cyklostezky začíná na Modravě a dále pak vede podél řeky Vydry a Otavy, přes Hartmanice, Sušici, Katovice, Strakonice, Písek a Vráž až do Zvíkovského podhradí. Délka celé trasy je 166 km (kudyznudy.cz, 2021).

V této zkoumané oblasti také nalezneme trasu pro pěší. Trasa je dlouhá 73 km. Trasa začíná v Kraselově a přes Mladotický vrch vede do Hoslovic odkud do Dobrše, následně do Čestic, Krušlova a poté do Volyně odkud trasa vede do Bavorova a následně do cíle

do Vodňan. V každém místě se nachází spousta přírodních atraktivit, památek, které zmiňuji výše.

Jako součást přepravy lze považovat i řeku Otavu, kterou využívají vodáci pro zábavu.

Strakonice disponují letištěm, které má k dispozici dvě travnaté vzletové a přistávací dráhy v jihozápadní části města V Lipkách v blízkosti židovského hřbitova. Veřejné letiště je především využíváno pro vyhlídkové lety kolem města, pilotní výcvik nebo tandemové seskoky padákem (Strakonice, 2021).

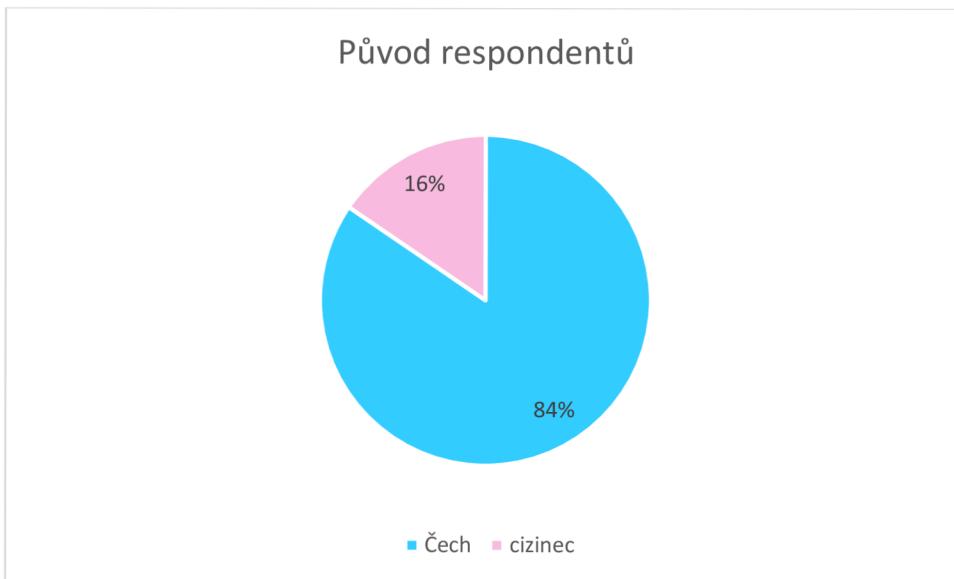
4.3.4. Informační centra

V oblasti Prácheňska nalezneme 7 turistických informačních center. Ve Strakonících se nachází Informační a mapové centrum a Městské informační centrum, které jsou pro turisty otevřeny celoročně. Městské informační centrum je otevřeno od pondělí do neděle oproti informačnímu a mapovému centru, které je otevřené pouze do soboty přes hlavní sezónu. Mimo sezónu (říjen-březen) je otevřeno pouze do pátku. Další centra nalezneme v Bavorově, Vodňanech, Hoslovicích (Vodní mlýn Hoslovice), Volyně, Protivíně (Turistické informační centrum a Galerie) (Prácheňsko, 2021).

4.4 Výsledky dotazníkového šetření

V následující kapitole Vám popíši výsledky dotazníkového šetření. Dotazování probíhalo v turistické oblasti Prácheňsko, která zasahuje do 4 okresů. Konkrétněji jsem se dotazovala na různých akcích či přírodních památkách ve Strakonících, Protivíně, Horažďovicích, Vodňanech, Volyni. Průzkumu se zúčastnilo celkem 200 respondentů. Turisté odpovídali, v dotazníku celkem na 30 otázek z toho u čtyř z nich známkovali na škále a u některých byla otevřená odpověď.

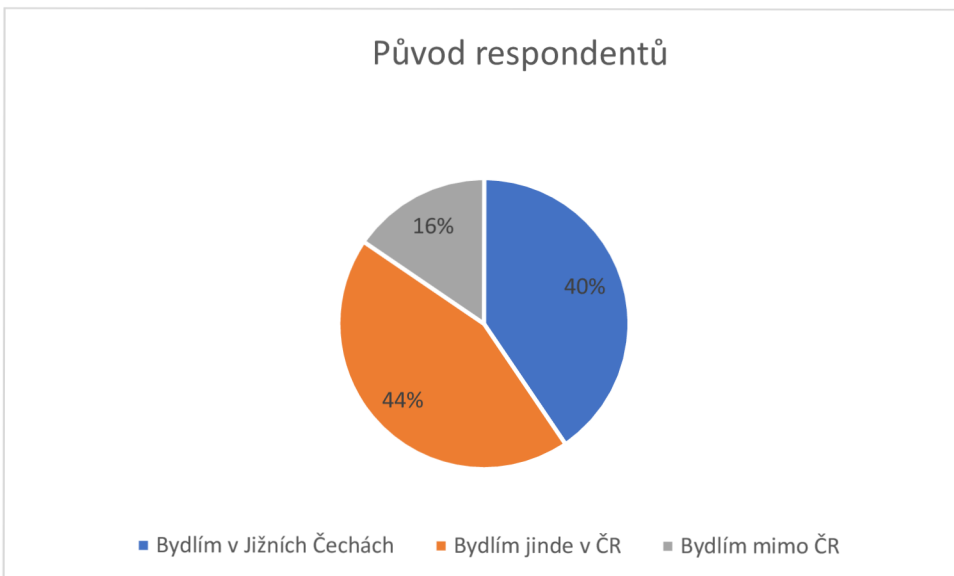
Graf č. 1 Původ respondentů (n=200)



Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu vyčteme, že průzkumu se účastnilo 169 Čechů (84 %) a 31 cizinců (16 %).

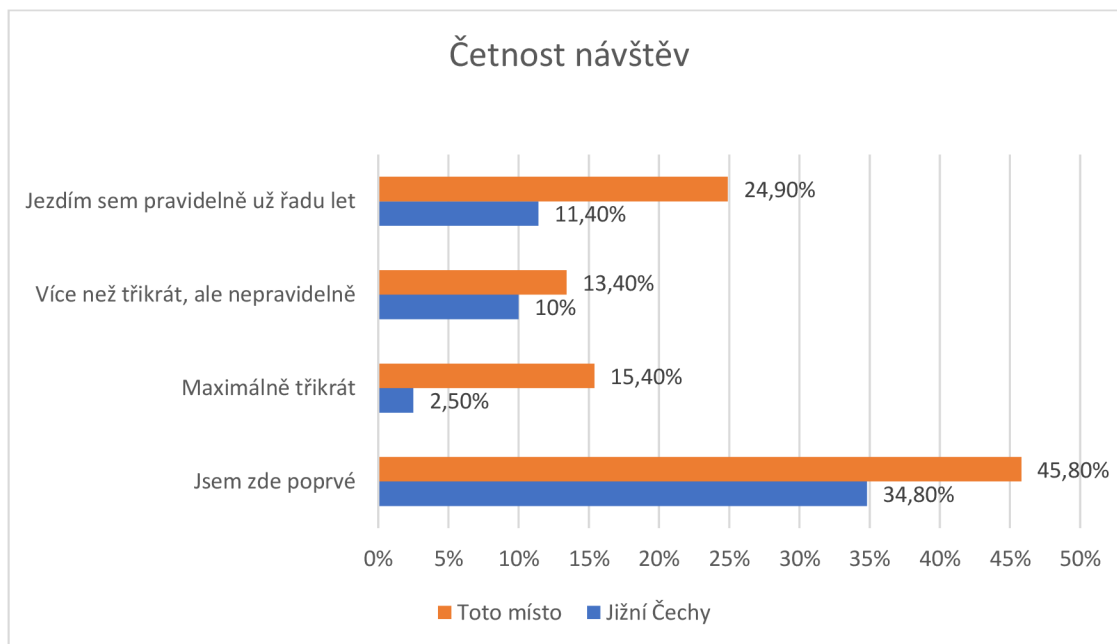
Graf č. 2 Původ respondentů (n=200)



Zdroj: Vlastní zpracování

Průzkumu se účastnili lidé, kteří uváděli, že mají bydliště jinde v České republice tj. 88 respondentů (44 %), další početnou skupinou byli lidé pocházející přímo z Jižních Čech 81 dotazovaných (40 %). A zbytek tvořili cizinci 31 (16 %), kteří zpravidla přijeli na návštěvu za rodinou.

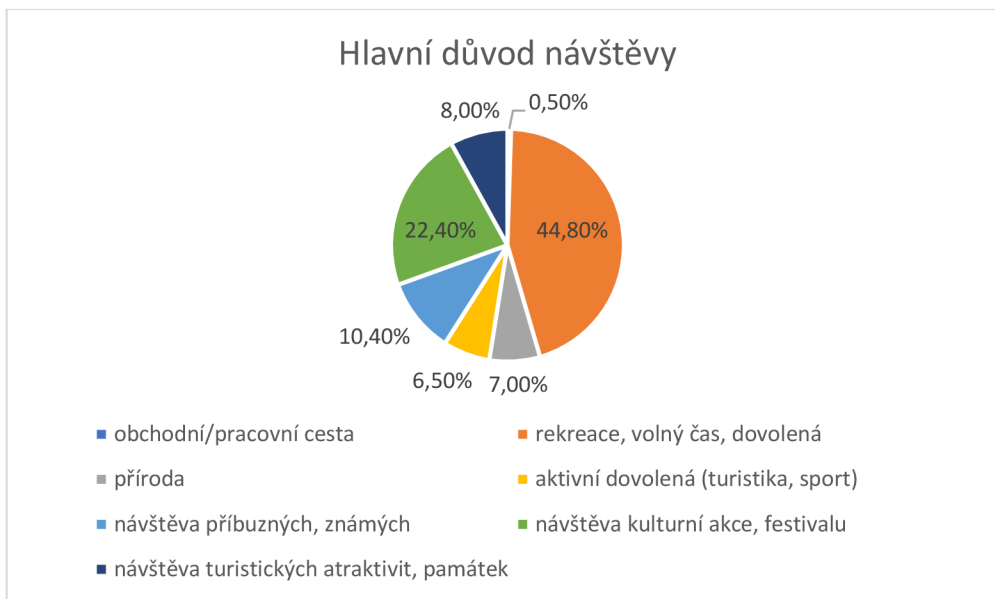
Graf č. 3 Četnost návštěv (n=200)



Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu číslo 3 vyplývá, že lidé dané místo i samotné Jižní Čechy převážně navštívili poprvé. Dané místo tedy ve 45,8 % a Jižní Čechy ve 34,8 %. 24,9 % dotazovaných navštěvuje místo dotazování pravidelně řadu let a 11,4 % respondentů jezdí do Jižních Čech už pravidelně řadu let. 13,4 % navštívilo toto místo více než třikrát, ale nepravidelně a 10% Jižní Čechy. Maximálně třikrát se na místo podívalo 15,4 % dotazovaných a do Jižních Čech to bylo jen 2,5 %.

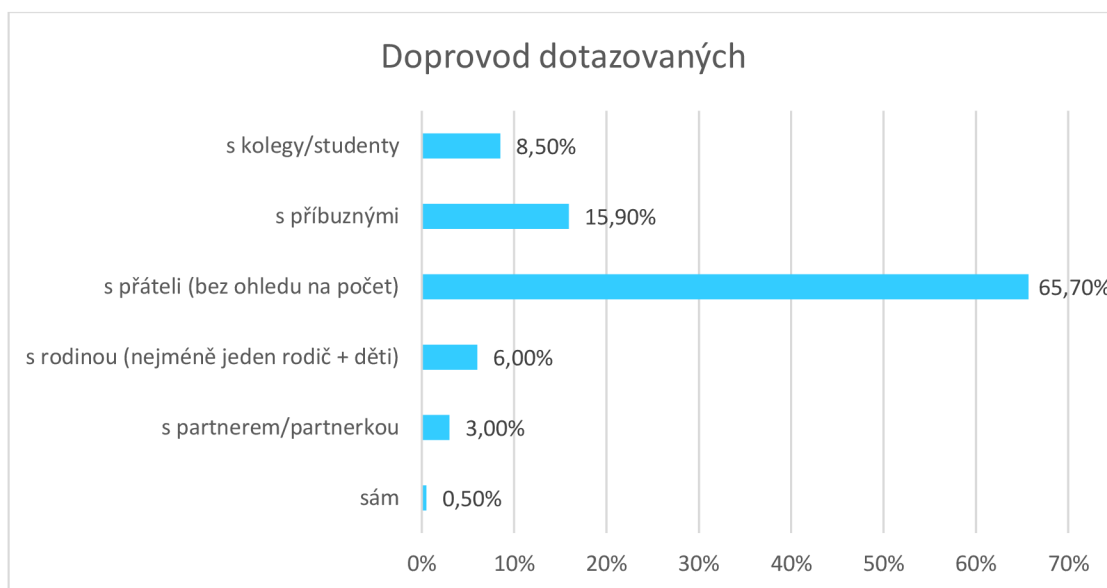
Graf č. 4 Hlavní důvod návštěvy (n=200)



Zdroj: Vlastní zpracování

Zde můžeme vidět, že 90 dotazovaných uvedlo jako hlavní důvod návštěvy dovolenou a rekreaci. Další hojně vyskytovanou odpovědí byla ve 23 % návštěva kulturní akce či festivalu. V 11 % lidé přijížděli za svými rodinami, známými či příbuznými. Tuto odpověď nejčastěji uváděli cizinci. Dalším důvodem byla návštěva přírody (7 %), aktivní dovolená (turistika, sport), (6 %) a jeden dotazový uvedl jako důvod návštěvy pracovní cestu.

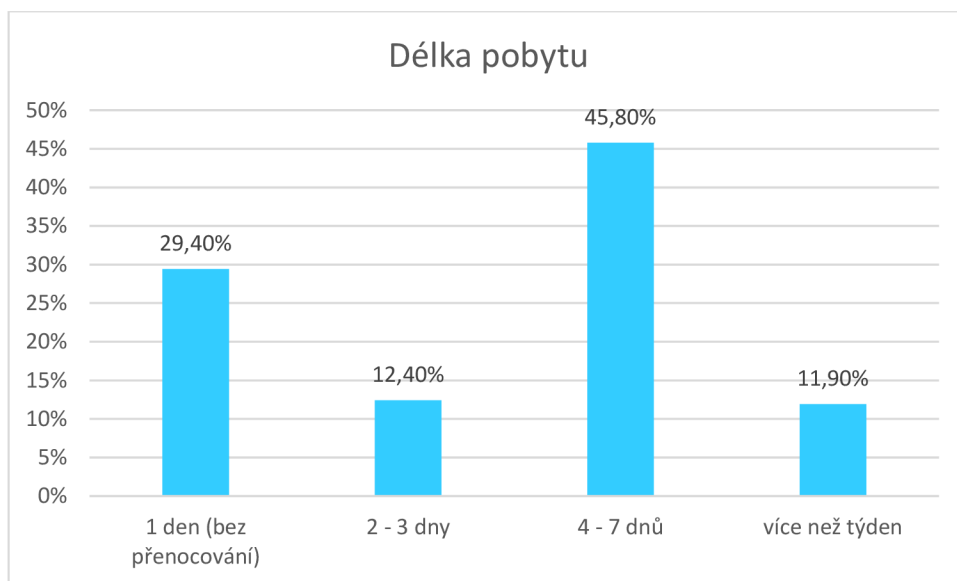
Graf č. 5 Doprovod dotazovaných (n=200)



Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu č. 5 vyplývá, že respondenti nejčastěji přijížděli s přáteli bez ohledu na počet. Druhou nejčastější odpovědí (15,9 %) na otázku „S kým přijíždíte“ byla s příbuznými. Dále lidé uvedli, že přijíždějí s kolegy/studenty (17), s rodinou (6) a s partnerem nebo partnerkou (6).

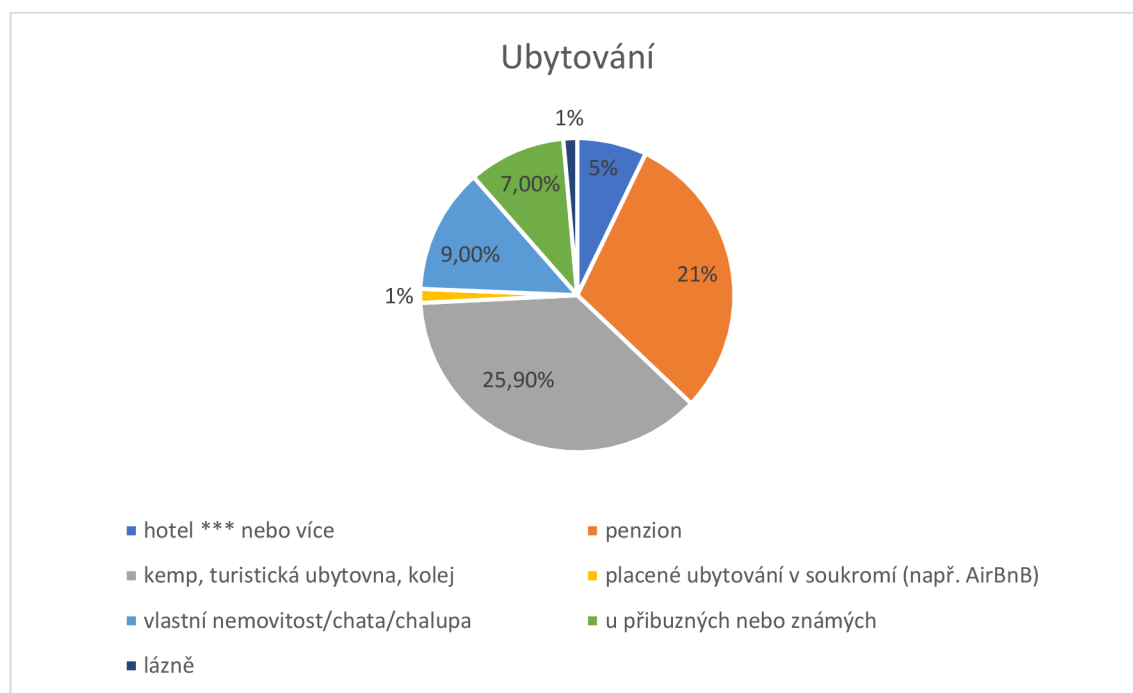
Graf č. 6 Délka pobytu (n=200)



Zdroj: Vlastní zpracování

Jak můžeme vidět z grafu č. 6, tak lidé nejčastěji (45,8 %) přijížděli na 4-7 dnů. Další opakující se odpovědí bylo, že přijeli na 1 den bez přenocování. Někteří (12,4 %) uváděli, že přijíždí na 2-3 dny. Nejméně lidí (11,9 %) přijelo na více než týden.

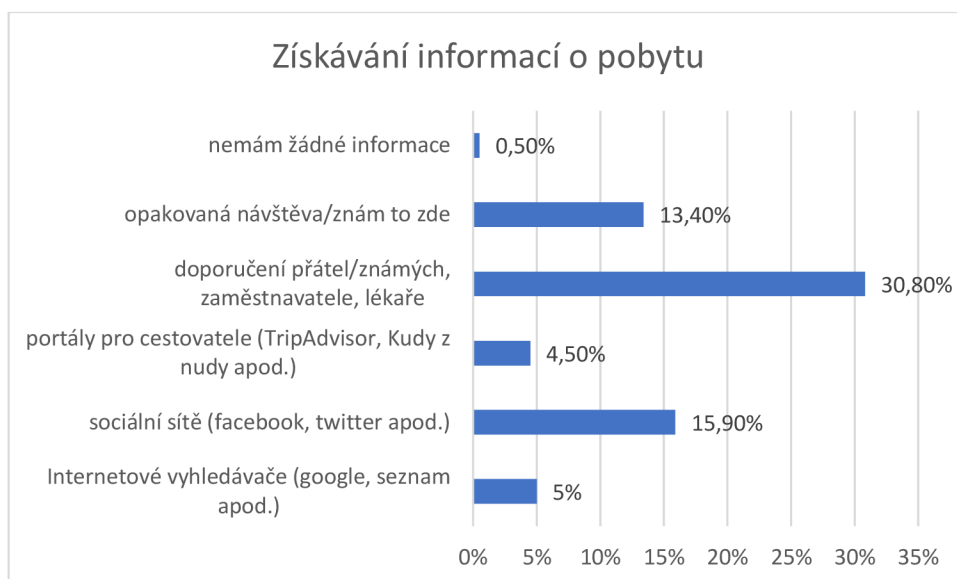
Graf č. 7 Ubytování (n=200)



Zdroj: Vlastní zpracování

Jako druh ubytování lidé nejčastěji zvolili kempy. Myslím si, že je to hlavně z důvodu letní sezóny, kdy se zde vyskytovalo nejvíce vodáků, kteří toto ubytování volili. Dalším oblíbeným ubytováním, které respondenti zvolili, byl penzion, který tvořil 21 % odpovědí. 18 dotazovaných uvedlo jako druh ubytování vlastní nemovitost/chatu/chalupu. 15 respondentů bylo ubytovaných u svých příbuzných nebo známých. Ubytování v hotelu*** nebo více využilo 10 respondentů. Při dovolené v lázních zároveň využilo toto ubytování méně než 5 lidí. A pouze 1 člověk využil placené ubytování v soukromí (např. AirBnB).

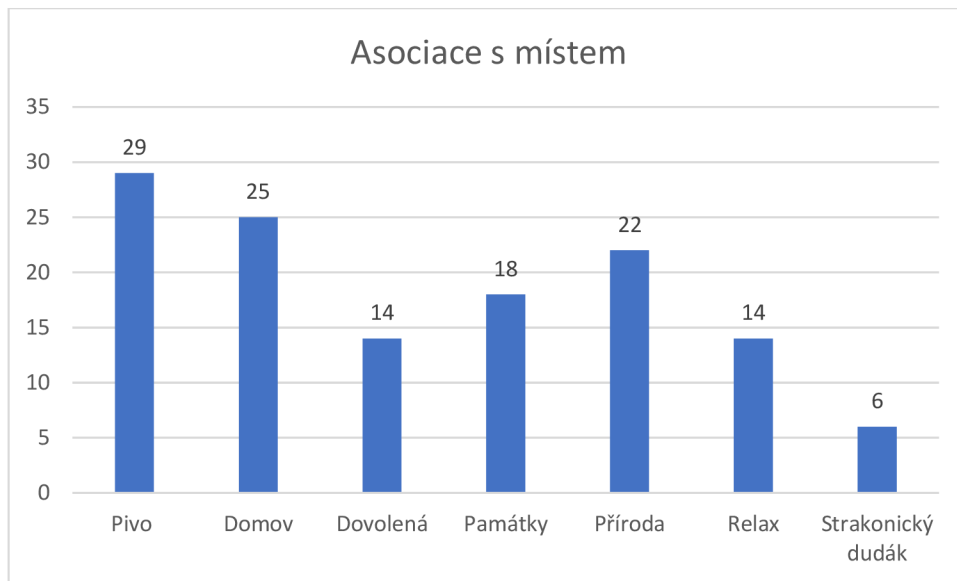
Graf č. 8 Získávání informací o pobytu (n=200)



Zdroj: Vlastní zpracování

Z tohoto grafu vyplývá, že nejčastěji (30,8 %) získávají respondenti informace a doporučení od svých přátel, známých či zaměstnavatele nebo lékaře. Druhou nejčastější odpovědí (15,9 %) bylo získávání informací ze sociálních sítí. Třetí příčku obsadila odpověď „Opakovaná návštěva/znám to zde“. Dále uvádějí odpovědi portály pro cestovatele (4,5 %), internetové vyhledávače jako Google, Seznam apod. (5 %) a našli se i tací, kteří neměli žádné informace.

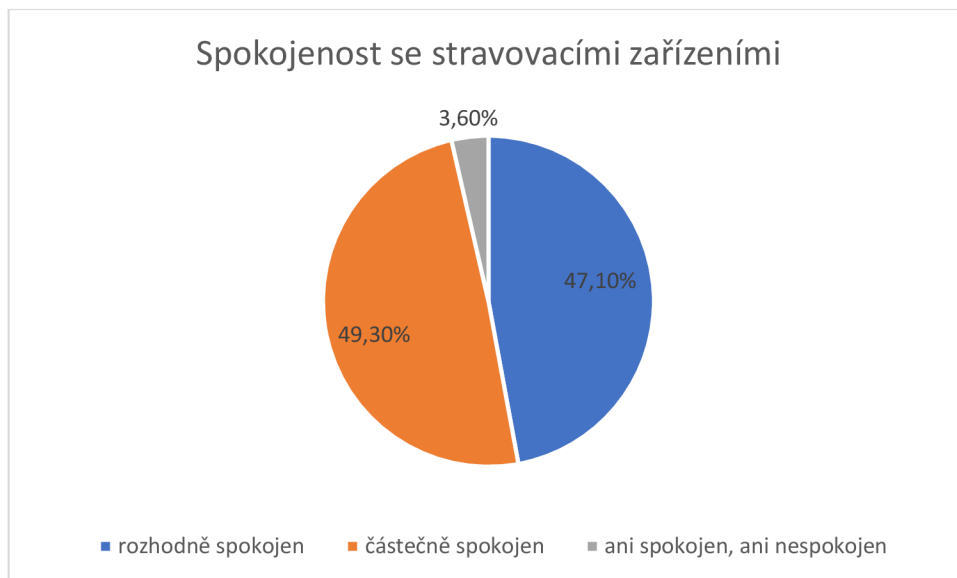
Graf č. 9 Asociace s místem (n=200)



Zdroj: Vlastní zpracování

Jedna z otevřených otázek v dotazníku byla, co se lidem vybaví jako první, když uvidí toto místo. Odpovědi bylo nespočet, byly opravdu pestré. Do grafu jsem zahrnula ty nejvíce se opakující. Jednoznačně vedla odpověď pivo, je to logické, neboť jeden z okresů v této oblasti je výrobce piva. Jako další nejčastější odpověď byl domov. Dále lidé hojně zmiňovali přírodu (22 respondentů), památky (18 respondentů), relax a dovolená (14 respondentů), Strakonický dudák (6 respondentů).

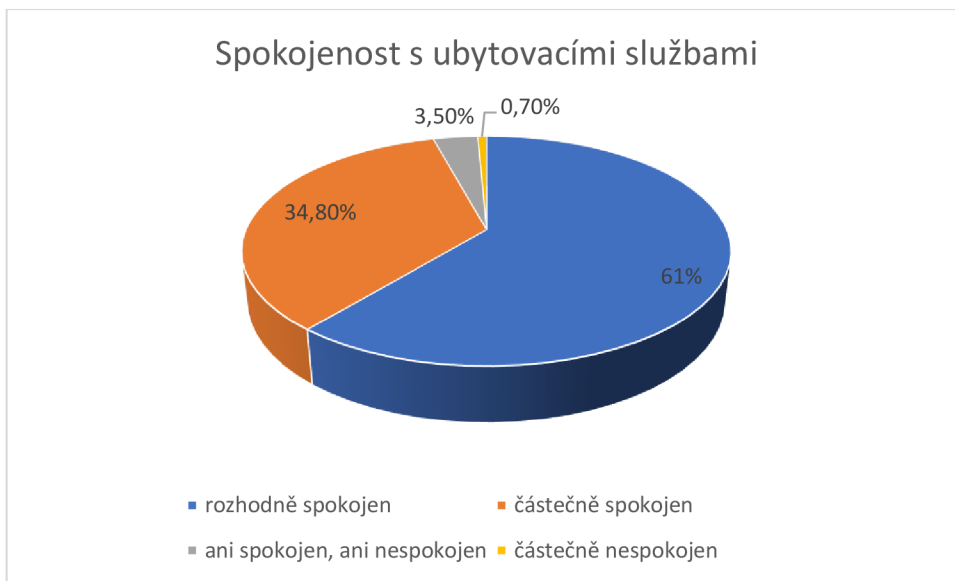
Graf č. 10 Spokojenost se stravovacími zařízeními (n=141)



Zdroj: Vlastní zpracování

Tento graf zobrazuje méně než 200 respondentů a to konkrétně 141. Na tuto otázku odpovídali lidé, kteří zde strávili alespoň jednu noc. Z grafu lze vyčíst, že turisté jsou se stravovacími zařízení v turistické oblasti Prácheňska částečně spokojeni, respondentům chybí k úplné spokojenosti maličkosti. Turisté jsou ve větší části rozhodně spokojeni nebo částečně spokojeni. Výjimku tvoří necelá 4 %, kteří uvádí „ani spokojen, ani nespokojen“.

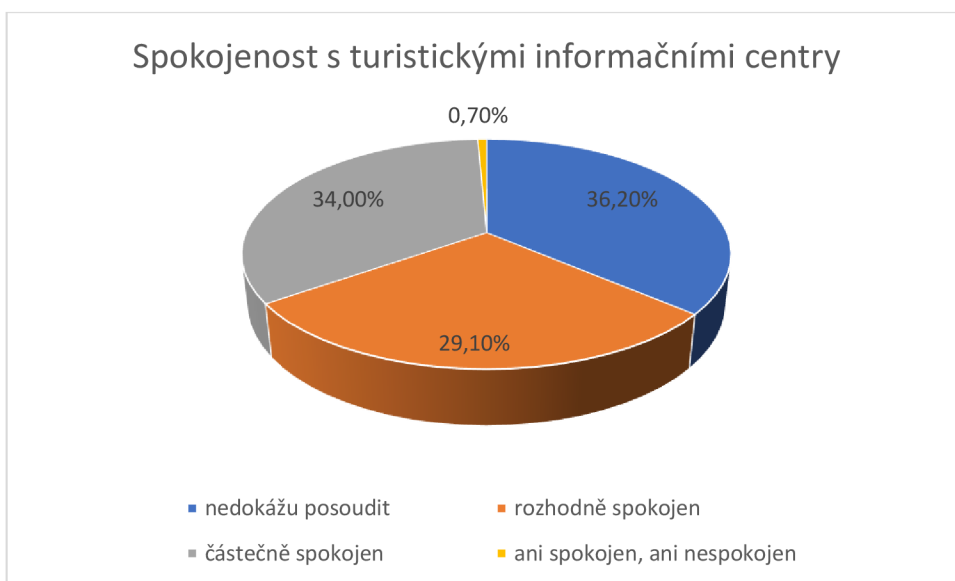
Graf č 11 Spokojenost s ubytovacími službami (n=141)



Zdroj: Vlastní zpracování

I na tuto otázku odpovídalo jen 141 dotazovaných. Na tuto otázku odpovídali lidé, kteří zde strávili alespoň jednu noc. Zde vidíme, že hosté jsou z té větší části (61 %) rozhodně spokojeni, co se týče ubytovacích služeb v této oblasti. Částečně spokojeno je 34,8 % dotazovaných. „Ani spokojen, ani nespokojen“ uvedlo jako odpověď 5 turistů. Méně než 1 % uvedlo, že je částečně nespokojen.

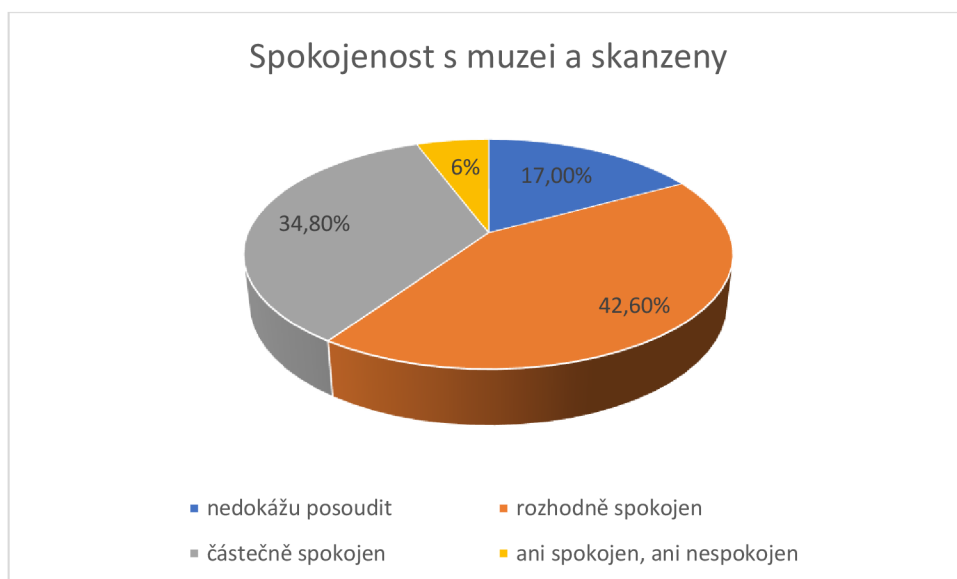
Graf č. 12 Spokojenost s TIC (n=141)



Zdroj: Vlastní zpracování

Na tuto otázku také odpovídalo 141 dotazovaných. Na tuto otázku opět odpovídali lidé, kteří zde strávili alespoň jednu noc. Zde můžeme vidět, jak jsou dotazovaný spokojeni s turistickými informačními centry. Vidíme, že mnoho respondentů nedokáže posoudit, jelikož tyto služby nevyužila. Ti, kteří tuto službu využili, byli ve většině případů částečně spokojeni (34 %). Rozhodně spokojeno bylo 41 dotazovaných.

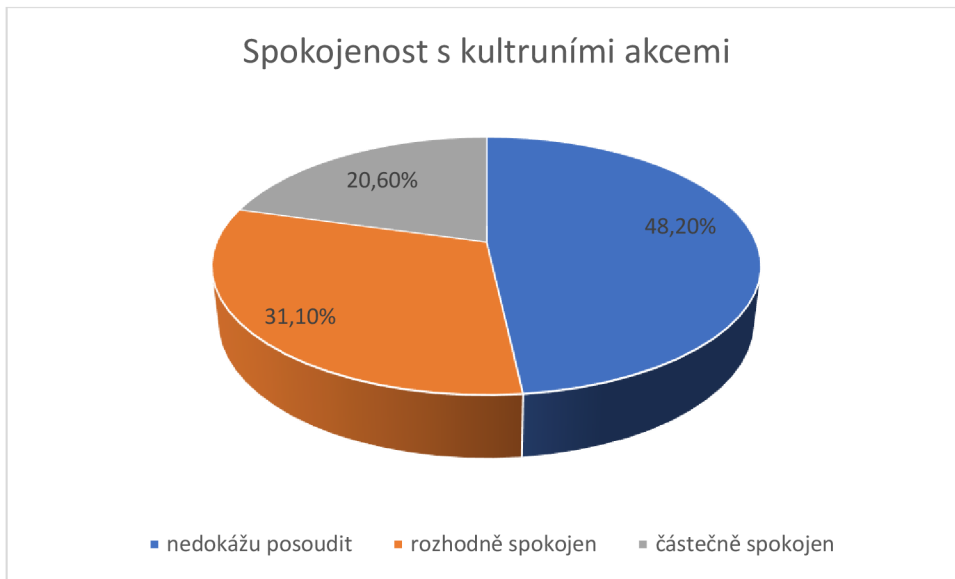
Graf č. 13 Spokojenost s muzei a skanzeny (n=141)



Zdroj: Vlastní zpracování

Počet respondentů, kteří odpovídali na tuto otázku je 141. Na tuto otázku odpovídali lidé, kteří zde strávili alespoň 1 noc, proto zde 29,9 % je neodpovězeno. S muzei a skanzeny jsou lidé rozhodně spokojeni, a to téměř v 45 %. Někteří jsou částečně spokojeni (34,8 %), ale vždy se jednalo o drobné nedostatky se kterými byli nespokojeni. Ti, kteří nedokázali tuto spokojenost posoudit, většinou udávali jako důvod, že žádné muzea ani skanzeny během dovolené nenavštívili.

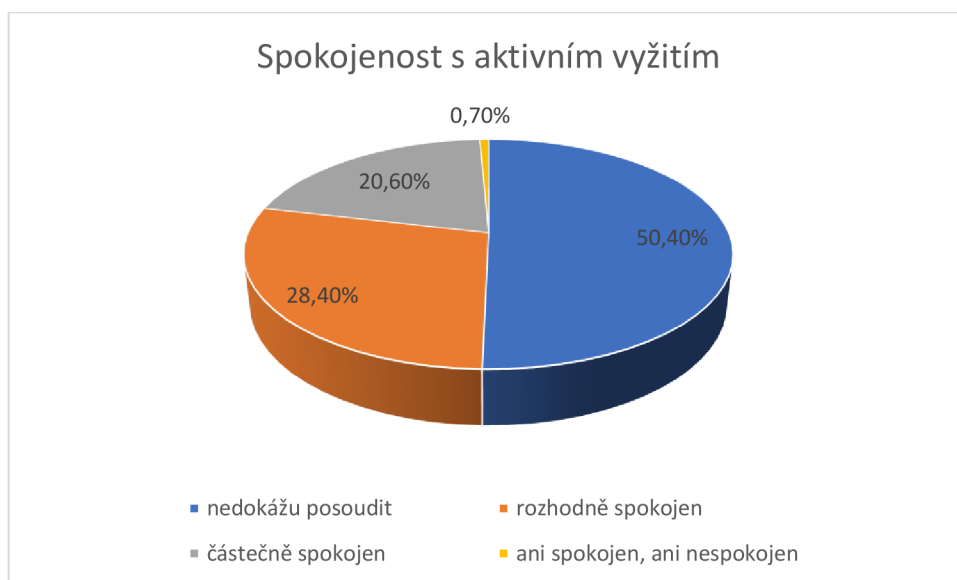
Graf č. 14 Spokojenost s kulturními akcemi (n=141)



Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu lze vyčíst, že nejvíce respondentů (68) nedokáže posoudit spokojenost s kulturními akcemi. Myslím si, že je to z důvodu omezení (opatření), které vyvolala situace Covid a mnoho akcí se nekonalo. Avšak pokud se nějaké konaly, tak lidé ve většině případů uvádějí, že jsou rozhodně spokojeni. Na tuto otázku odpovídali lidé, kteří zde strávili alespoň jednu noc.

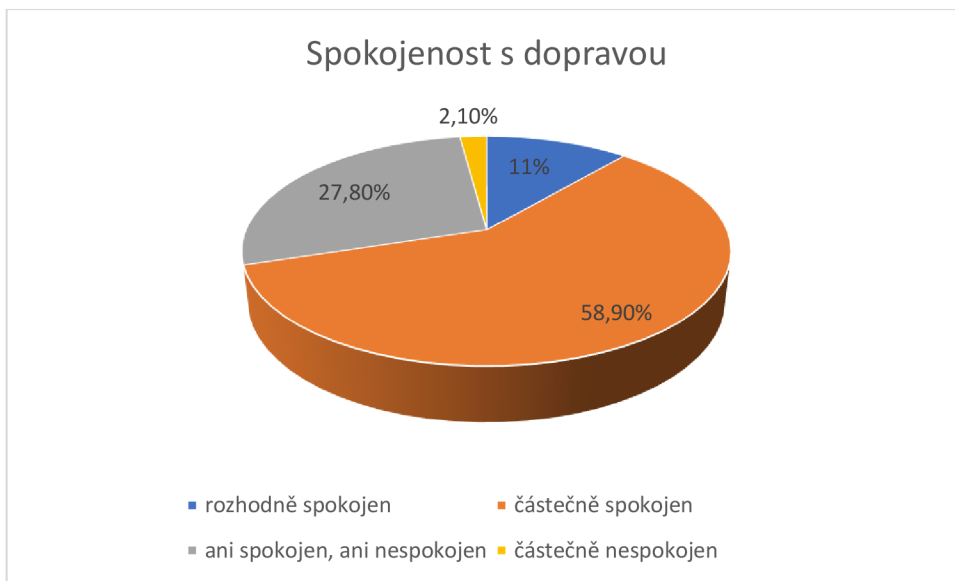
Graf č. 15 Spokojenost s aktivním vyžitím (n= 141)



Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu vidíme, že lidé moc nevyužívali příležitosti k aktivnímu vyžití, a tudíž nedokáží posoudit (50,4 %). Ti, co využili nějaké aktivní vyžití, uvádějí, že jsou rozhodně spokojeni, téměř v 30 %. Zbytek dotazovaných uvádí, že jsou částečně spokojeni a necelé jedno procento uvádí odpověď „ani spokojen, ani nespokojen“. Na tuto otázku odpovídali lidé, kteří zde strávili alespoň jednu noc.

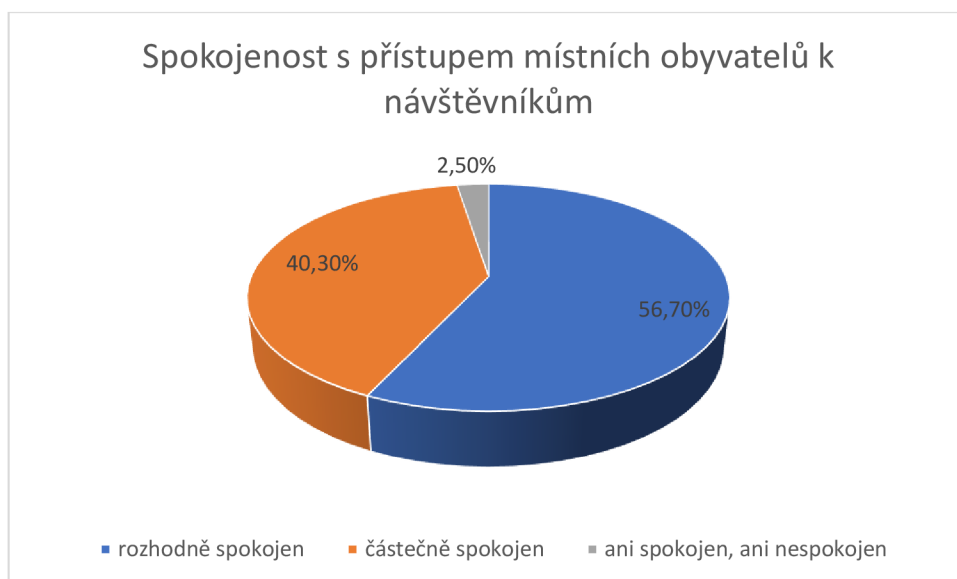
Graf č. 16 Spokojenost s dopravou (všeobecně) (n= 141)



Zdroj: Vlastní zpracování

Na tomto grafu vidíme spokojenost s dopravou všeobecně, což zahrnuje MHD, dopravní značení, dopravní situace, infrastruktura. Nejvíce (58,9 %) jsou lidé spokojeni jen částečně, jako důvod úplné nespokojenosti uvádějí práci na silnicích, objížďky, někdy nedostatečné značení. Další častou odpovědí bylo „ani spokojen, ani nespokojen“. Rozhodně spokojených bylo jen 11 % dotazovaných. Na tuto otázku odpovídali lidé, kteří zde strávili alespoň jednu noc.

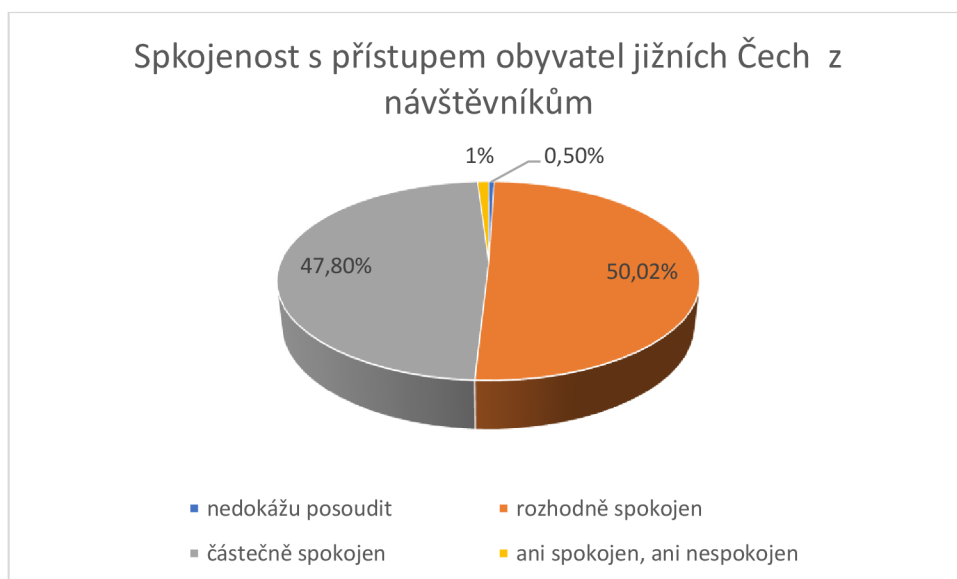
Graf č. 17 Spokojenost s přístupem místních obyvatelů k návštěvníkům (n=200)



Zdroj: Vlastní zpracování

Turisté uvádějí, že jsou ve většině naprosto spokojeni s přístupem místních obyvatel vůči nim.

Graf č. 18 Spokojenost s přístupem obyvatel Jižních Čech k návštěvníkům (n=200)



Zdroj: Vlastní zpracování

I z toho grafu lze vyčíst, že obyvatelé jižních Čech se chovají k turistům vstřícně a ti jsou pak z největší části rozhodně spokojeni.

4.4.1. Syntéza výsledků

Průzkumu v turistické oblasti Prácheňsko se zúčastnilo celkem 200 respondentů.

Převažovali ve větší míře Češi, cizinců přijelo pouze 31, zpravidla se jednalo o turisty, kteří přijeli navštívit své rodiny. Nejčastější věkovou kategorií, kterou dotazovaní udávali, bylo 19-26 let. Naopak nejmenší zastoupení měla kategorie 66 let a více.

Z průzkumu vyplynulo, že největší zastoupení měli studenti a zaměstnanci se stejným počtem 74. Třetí nejpočetnější skupinou byli OSVČ. Turisté byli na tomto místě poprvé, a to v necelých 50 %.

Turistická oblast Prácheňsko byla navštěvována nejčastěji za účelem rekreace, dovolené. V 23 % poté za účelem nějaké kulturní akce či festivalu, kterých bylo ale kvůli pandemické situaci méně oproti předešlým rokům. Návštěvníci nejčastěji přijíždějí se svými přáteli bez ohledu na počet a zpravidla zde zůstávají na 4-7 dnů. Vzhledem k tomu, že se jedná o vodácký vyhledávanou oblast, nejčastější druh ubytování byl kemp a hned na druhém místě se objevoval penzion.

Spokojenost návštěvníků s touto oblastí byla výborná, více než polovina dotazovaných byla částečně spokojena a zbytek byl rozhodně spokojen se vším. Turisté si také moc pochvalovali ochotu obyvatelů daného místa, ale i samotných obyvatel jižních Čech.

Naopak nespokojeni byli s nedostatkem parkovacích míst v této oblasti. Některé maminky také uváděly nedostatek dětských hřišť případně „baby friendly“ míst. Jako další nedostatek lidé často uváděly nedostatek odpadkových košů, horší turistické značení, některé památky jsou v horším stavu.

4.4.2. Hodnocení předpokladů výzkumu

P1: Délka pobytu závisí, na tom odkud respondenti přijíždějí

Na základě Pearsonova Ch-Kvadrátu, Fisherova exaktního testu a lineární asociace nebyla prokázána statisticky významná závislost délky pobytu a původ respondentů. Výzkum prokázal, že respondenti původem z Jižních Čech v destinaci pravděpodobně stráví jeden den, bez přenocování. Naopak lidé, kteří nepocházejí z Jižních Čech, zde nejčastěji tráví 4-7 dnů.

Tabulka 1 *Délka pobytu závisí, na tom odkud respondenti přijíždějí*

	Hodnota	Signifikantnost	Významnost
Pearson Ch-Kvadrát	164,714	,000	,000
Fisherův exaktní test	146,568		,000
Lineární asociace	136,639	,000	,000

Zdroj: Vlastní zpracování

P2: Spokojenost s památkami je ovlivněna věkem respondentů

Na základě Pearsonova Ch-Kvadrátu byla prokázána statisticky významná závislost spokojenosti s celkovou atmosférou a věkem respondentů. Výzkum prokázal, že spíše spokojených respondentů bylo ve věku 19-26. Druhou nejpočetnější skupinou (39,5 %) bylo ve věku 27-40.

Tabulka 2 *Spokojenost s památkami je ovlivněna věkem respondentů*

	Hodnota	Signifikantnost	Významnost
Pearson Ch-Kvadrát	15,949	,043	,078
Fisherův exaktní test	16,591		,027

Lineární asociace	6,019	,014	,014
-------------------	-------	------	------

Zdroj: Vlastní zpracování

P3: Spokojenost s cenovou hladinou ovlivňuje sociální status respondenta

V tomto případě nebyla prokázána významná závislost mezi cenovou hladinou a sociálním statutem respondentů. Souvislost nebyla prokázána pomocí Pearsonova Ch-Kvadrátu, Fisherova exaktního testu ani na základě lineární asociace.

Tabulka 3 Spokojenost s cenovou hladinou ovlivňuje sociální status respondenta

	Hodnota	Signifikantnost	Významnost
Pearson Ch-Kvadrát	102,266	,000	,000
Fisherův exaktní test	44,254	,000	,000
Lineární asociace	7,208	,008	,006

4.4.3. Návrhová část

Respondenti často zmiňovali, že jim chybí více kulturních akcí. Z toho vyplývá návrh akce, kterou jsem pojmenovala Coffee Festival. Zábavu si tu najde každá věková kategorie. Budou zde připraveny atrakce pro děti, stánky s občerstvením a nápoji, přednáška či možnost naučit se latte art. Organizátorem celé akce bude město Strakonice (Městské kulturní středisko Strakonice). Jednodenní festival bude probíhat první srpnovou sobotu na Podskalí, tento kemp je ideální na konání těchto akcí. Vzhledem k letošní situaci bude počet návštěvníků omezen. Pevně věřím, že další ročník festivalu bude již v plné kapacitě a bez omezení. Nyní si lidé si budou muset udělat rezervaci a zakoupit lístek předem. Vzhledem k tomu, že na Podskalí vedou tři přístupové cesty, u každé bude stát člen ochranky a kontrolovat vstupenky návštěvníků. Cena vstupenky bude 200 Kč.

Tato akce má za úkol podporovat převážně místní provozovatele služeb, kteří potřebují podporu po loňské pandemické situaci. Akce se zúčastní také profesionální baristé, kteří si pro návštěvníky přichystají zajímavý program. Město Strakonice pronajme prodejcům stánky. Vytvoří seznam prodejců, které by chtělo na akci pozvat a následně všem rozešle pozvánky. Pokud někdo nebude na seznamu a bude se chtít této akce zúčastnit, bude moci vyplnit formulář na webových stránkách akce. Aby se akce dostala k co nejvíce návštěvníkům budou po městě rozvěšeny plakáty. Tyto plakáty dále budou umístěny na sociálních sítích. Jako poslední podpora budou udělány malé letáčky, které budou dány do vybraných menších obchůdků a lidé je budou dostávat k nákupu.

Osloveny budou převážně kavárny, cukrárny, restaurace, čajovna. Tyto vyjmenované podniky budou na akci nabízet vlastní produkty.

Na této akci budou mít speciální stánky pražírny kávy, které se nachází v okrese Strakonice a to konkrétně: pražírna Drahonice, Cafe Monte Cintu a pražírna kávy a čokolády Sedlice. Tyto pražírny zde budou mít připraveny ochutnávky různých druhů kávy, bude zde i ukázka pražení kávy. Návštěvníci si poté budou moci zakoupit s sebou kávu či produkty, které jednotlivé pražírny nabízejí a převážně ručně vyrábějí.

Pro účastníky bude také připravena přednáška o kávě, která se bude konat dopoledne na podiu v kempu. Pro návštěvníky bude také připravený bar, kde si pod vedením zkušených baristů mohou naučit známé latte art. Mohou si také vyzkoušet celý proces od namletí kávy až po konečné latte art.

Pro děti tu bude připravený koutek, kde se o ně postarají profesionální chůvy. Dále tu pro děti bude velký nafukovací skákací hrad, který na tuto akci zapůjčí firma Mall. Bude tu pro ně také připraveno 8 stanovišť s různými úkoly a na konci jsou pro děti připraveny dárkové tašky s drobnými předměty, které věnovala firma KOH-I-NOOR.

Zde jsou vymyšlené úkoly, které budou děti plnit. U každého stanoviště bude stát dozor, který bude rozdávat razítka a dohlížet na děti:

- První stanoviště bude u Pivovaru hned za vstupem, kde děti dostanou pracovní list, kam vždy po splnění dostanou razítka za dokončení úkolu. Dostanou také pokyny, že se mají vydat po fáborkách, které jsou po cestě rozmístěny a určují směr cesty. Zároveň na ně čeká hned první úkol. Děti dostanou obrázky 8 zvířátek a mají říct, jak se jmenují jejich mláďata.
- Na druhém stanovišti bude na děti čekat, puzzle kterého po složení uvidí Dorotku, kterou potkají i po cestě, jelikož má sochu na Podskalí.
- Na třetím stanovišti budou děti muset přeskákat opičí dráhu, kterou pro ně organizátoři připravili. Na konci udělají 5 dřepů a vrátí se stejnou cestou nazpět.
- Na dalším stanovišti na ně bude čekat odpočinkovější aktivita. Děti dostanou pruty a z bazénku musí vylovit 4 rybičky.
- Na pátém stanovišti na ně budou čekat skákací pytle a vyznačená dráha kudy musí skákat. Na konci vezmou s sebou šišku a skáčou nazpět.
- Další úkol, který musí splnit, bude vědomostní. Na děti budou čekat 3 otázky.

1) Na jaký hudební nástroj hrál Dorotky Švanda? Švanda je typickou postavou pro Strakonice

2) Hlavní město České republiky?

3) Jaké zvířata chovají v Zoo v Protivíně? Nápověda: toto zvíře je v názvu Zoo

- Sedmé stanoviště bude spočívat ve zpracování spojovačky. Pokud děti správně pospojují čísla, uvidí obrázek Strakonického hradu.
- U osmého čísla budou muset prolézt tunelem po břiše. Na konci musí driblovat do kolečka s míčem a během se vrací nazpět pro poslední razítko za splnění.

Jsou zde připraveny i relax zóny, kde se lidé mohou v klidu občerstvit či vypít kávu. Veškeré židličky, stolečky, sedací vaky do těchto zón zapůjčí společnosti Redbull, Vodafone, Alza. Všichni, kdo něco zapůjčí na tuto akci, jsou bez nároku na honorář, jelikož zde funguje barterová spolupráce (firmy si zde vytvoří bezplatnou reklamu).

V zadní části Podskalí se nachází kemp, kde se během dne bude konat přednáška a vystoupí zde strakonické kapely (Prácheňský soubor) a na večer si připravily vystoupení dvě strakonické kapely (Cela pro Klárku, Z Ničeho Nic).

Financování:

Hlavní zdroj financí poskytne Městské kulturní středisko Strakonice jako organizátor.

Další zdroj příjmů se očekává za pronájem stánků, za které pronajímatel zaplatí městu 1 500 Kč a vstupné, které bude vybráno od návštěvníků.

Místní akční skupina Strakonice poskytne dar a tím se zaplatí kapely, které během festivalu vystoupí.

V poslední řadě budou zdrojem příjmů sponzorské dary od firem.

Věřím, že festival se setká s úspěchem u návštěvníků a stane se z toho pravidelná každoroční akce.

5. Závěr

Bakalářská práce je zaměřena na identifikaci typů faktorů, které ovlivňují spokojenost turistů a jejich analýzu. Hlavními faktory, které je potřeba zvážit jsou kvalita služeb nabízených v turistické oblasti Prácheňska a také počet těchto služeb primární a sekundární nabídky. Tato data byla získána pomocí dotazníku rozdané mezi turisty, kteří navštívili tuto oblast v létě 2020. Většina turistů byla z České republiky a asi kolem třiceti z nich byli cizinci. Dotazníky také celkově porovnávají atmosféru v Prácheňsku a jižních Čechách. Shromážděná data a jejich následná analýza slouží k vyhodnocení aktuální situace a ke zlepšení jak kvality, tak spokojenosti. Možné doporučení navržené v této práci se zabývá potřebami v oblasti cestovního ruchu.

Klíčová slova: spokojenost návštěvníků, oblast Prácheňsko, názory návštěvníků, kvalita služeb

I. Summary and keyword

The bachelor thesis is aimed at identifying various types of factors that affect tourist's satisfaction and analysing them. The main factors to be considered are the quality of the services offered in the Prácheňsko area and also the number of these services of the primary and secondary offer. These data were obtained using a questionnaire among tourists who visited this area in summer 2020 – the top of the season. Most of the tourists were from the Czech Republic and about thirty of them were foreigners. The questionnaire also compare the situation in Prácheňsko and South Bohemia as a whole. The collected data and their subsequent analysis is used for evaluating the current situation and for improving, both the quality of services and satisfaction. Consequently, a possible recommendation suggested in this thesis addresses the needs of this area of tourism.

Key Words:

Satisfaction of visitors, Prácheňsko area, opinions of visitors, quality of services

II. Seznam použitých zdrojů

Odborná literatura:

- 1) Beránek J. a kol. (2010) *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting
- 2) Hesková, M. a kol. (2006) *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna
- 3) Jakubíková, D. (2009). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing a.s.
- 4) Landau, S. & Everitt B. S. (2004). *Statistical Analyses using SPSS*. London: Chapman Hall/CRC
- 5) Oriška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis
- 6) Palatková, M., & Zichová J. (2014). *Ekonomika turismu*. Praha: Grada Publishing
- 7) Rašovská I., & Ryglová K. (2017). *Management kvality služeb v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing a.s. Hebák, P. (2007). *Vicerozměrné statistické metody (2., přepracované vydání)*. Praha: Informatorium
- 8) Rabušic, L., Soukup, P., & Mareš P. (2019). *Statistická analýza sociálněvědním dat (prostřednictvím SPSS) (2. Přepracované vydání)*. Brno: Masarykova univerzita
- 9) Řezanková, H. (2007). *Analýza dat z dotazníkových šetření*. Praha: Professional Publishing

Internetové zdroje

- 1) Jiznicechy.cz (© 2021). Prácheňsko. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.jiznicechy.cz/turisticke-oblasti/pp-prachensko>
- 2) Krokodylizoo.cz (© 2021). O Zoo. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://krokodylizoo.cz/o-zoo/>
- 3) CzechTourism (© 2021). Strakonický hrad. Dostupné 10. srpna 2021 z https://www.kudyznudy.cz/aktivity/muzeum-stredniho-pootavi-na-strakonickem-hradu?gclid=CjwKCAjw7fuJBhBdEiwA2IL-MYX2VSjPuHBInG9DMP8tzpv7Tae7cpIfmq0izf3gUa_YyZ7mtVSgNT-BoCPswQAvD_BwE
- 4) CzechTourism (© 2021). Hrad Helfenburg – pohádkový hrad u Bavorova v jižních Čechách. Dostupné 10. srpna 2021 z https://www.kudyznudy.cz/aktivity/hrad-helfenburg?gclid=CjwKCAjw7fuJBhBdEiwA2IL-MYV5rYx_o1Nfz8jlOJ01S9OvD67p46lCaVGMUvs7aTsO8lrdDQ9q-rRoC_YoQAvD_BwE
- 5) CzechTourism (© 2021). Měšťanský pivovar Dudák Strakonice. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/mestansky-pivovar-dudak-strakonice>
- 6) Muzeum středního Pootaví (© 2021). O muzeu. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.muzeum-st.cz/cs/muzeum/o-muzeu/>

- 7) Hoslovice.cz (© 2021). Středověký vodní mlýn. Dostupné 10. srpna 2021 z <http://www.hoslovice.cz/stredoveky-vodni-mlyn/>
- 8) CzechTourism (© 2021). Městské muzeum a galerie Vodňany. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/mestske-muzeum-a-galerie-vodnany>
- 9) Informační Systém Cestovního Ruchu Jihočeského kraje (© 2021). Kalvárie Čestice. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.jiznicechy.cz/turisticke-cile/744-kalvarie-cestice>
- 10) CzechTourism (© 2021). Socha Jana Žižky z Trocnova. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/trocnov-socha-jana-zizky>
- 11) Tip na výlety (© 2014). Pohádková kovárna Selibov. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.tipnavylety.cz/products/pohadkova-kovarna-selibov/>
- 12) CzechTourism (© 2021). Máchův včelín Krušlov – malovaný včelín s řezbářskou výzdobou interiérů. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/machuv-vcelin-kruslov-malovany-vcelin-s-rezbarsk>
- 13) CzechTourism (© 2021). Městské muzeum Volyně v bývalé tvrzi. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/mestske-muzeum-volyne-v-byvale-tvrzi>
- 14) Hrady.cz (Jiří Čížek) (© 1995-2021). Zámek Střelské Hoštice. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.hrady.cz/zamek-strelske-hostice>
- 15) Prachensko.eu (© 2021). Klášter – zámek Štěkeň. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.prachensko.eu/prachensko/fr.asp?tab=prapos&id=160&burl=&pt=TC>
- 16) Prachensko.eu (© 2021). Dobř – tvrz a zámek. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.prachensko.eu/prachensko/fr.asp?tab=prapos&id=153&burl=&pt=TC>
- 17) Strakonice.eu (© 2021). Přírodní atraktivity. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.strakonice.eu/taxonomy/term/628>
- 18) Strakonice.eu (© 2021). Pamětní lípa v areálu Gymnázia Strakonice. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.strakonice.eu/content/pametni-lipa-v-arealu-gymnazia-strakonice>
- 19) Strakonice.eu (© 2021). Blatský rybník. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.strakonice.eu/content/blatsky-rybnik-0>
- 20) Strakonice.eu (© 2021). Podskalí. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.strakonice.eu/content/podskali-0>
- 21) Strakonice.eu (© 2021). Bažantnice u Pracejovice. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.strakonice.eu/content/bazantnice-u-pracejovic>
- 22) Strakonice.eu (© 2021). Řeka Otava. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.strakonice.eu/content/reka-otava>
- 23) Strakonice.eu (© 2021). Řeka Volyňka. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.strakonice.eu/content/reka-volyinka>
- 24) Strakonice.eu (© 2021). Kání Vrch. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.strakonice.eu/content/kani-vrch>
- 25) Strakonice.eu (© 2021). Studánka Panny Marie na Podsrpu. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.strakonice.eu/content/studanka-panny-marie-na-podsrpu>

- 26) Strakonice.eu (© 2021). Dobrá voda na Podsrpu. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.strakonice.eu/content/dobra-voda-na-podsrpu>
- 27) Strakonice.eu (© 2021). Památný strom Václavská lípa. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.strakonice.eu/content/pamatny-strom-vaclavska-lipa>
- 28) CzechTourism (© 2021). Mezinárodní dudácký festival Strakonice 2022. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.kudyznudy.cz/akce/mezinarodni-dudacky-festival-strakonice>
- 29) Informuji.cz (© 2009-2021). Václavská pouť – Strakonice. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.informuji.cz/akce/jce/107967-vaclavska-pout-strakonice/>
- 30) Informuji.cz (© 2009-2021). Platanské pivní slavnosti. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.informuji.cz/akce/jce/101403-platanske-pivni-slavnosti-2018/>
- 31) Informuji.cz (© 2009-2021). Volyně Food Festival. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.informuji.cz/akce/jce/55696-volyne-food-festival/>
- 32) Informační Systém Cestovního Ruchu Jihočeského kraje (© 2021). Pivovarská pouť Dudák Strakonice. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.jiznicechy.cz/kalendar/3283-pivovarska-pout-dudak-strakonice>
- 33) Seznam.cz, a.s. (© 1996-2021). Restaurační a pohostinské služby Strakonice. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.firmy.cz/Restauracni-a-pohostinske-sluzby/kraj-jihocesky/strakonice?page=6>
- 34) Wikipedia.org ((© 2020). Doprava ve Strakonících. Dostupné 10. srpna 2021 z https://cs.wikipedia.org/wiki/Doprava_ve_Strakonici%C3%ADch
- 35) ČSAD STTRANS, a.s. (© 2009-2021). Pravidelná autobusová doprava. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://sttrans.cz/autobusova-doprava/>
- 36) CzechTourism (© 2021). Otavská cyklistická stezka: z Modravy přes Sušici a Strakonice na Zvíkov. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivita/otavska-cyklisticka-stezka-susice>
- 37) Strakonice.eu (© 2021). Letiště. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.strakonice.eu/content/letiste?qt-myquicktabs=4>
- 38) Informační Systém Cestovního Ruchu Jihočeského kraje (© 2021). Prácheňsko. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.jiznicechy.cz/turisticke-oblasti/pp-prachensko/info>
- 39) Mas Strakonicko, z.s (2016). Výroční zpráva. Dostupné 10. srpna 2021 z <https://www.strakonicko.net/mas/user/2017/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD%20zpr%C3%A1va%202016%20finalni.pdf>

III. Seznam grafů

Graf č. 1 Původ respondentů	40
Graf č. 2 Původ respondentů	40
Graf č. 3 Četnost návštěv	41
Graf č. 4 Hlavní důvod návštěvy	42
Graf č. 5 Doprovod dotazovaných	43
Graf č. 6 Délka pobytu	43
Graf č. 7 Ubytování	44
Graf č. 8 Získávání informací o pobytu	45
Graf č. 9 Asociace s místem	46
Graf č. 10 Spokojenost se stravovacími zařízeními	47
Graf č. 11 Spokojenost s ubytovacími službami	48
Graf č. 12 Spokojenost s TIC	49
Graf č. 13 Spokojenost s muzei a skanzeny	50
Graf č. 14 Spokojenost s kulturními akcemi	51
Graf č. 15 Spokojenost s aktivním vyžitím	52
Graf č. 16 Spokojenost s dopravou (všeobecně)	53
Graf č. 17 Spokojenost s přístupem místních obyvatelů k návštěvníkům	54
Graf č. 18 Spokojenost s přístupem obyvatel Jižních Čech k návštěvníkům	54

IV. Seznam tabulek

Tabulka 1 Délka pobytu závisí, na tom odkud respondenti přijíždějí	56
Tabulka 2 Spokojenost s památkami je ovlivněna věkem respondentů	56
Tabulka 3 Spokojenost s cenovou hladinou ovlivňuje sociální status respondenta	57

V. Seznam příloh

Příloha č. 1 Dotazník	68
-----------------------------	----

Příloha č. 1 Dotazník

1) Respondent je:

- Čech (pokračujte otázkou 2) cizinec (pokračujte otázkou 3)

2) Odkud jste?

- Bydlím v jižních Čechách (=> ot. 5) Bydlím jinde v ČR (=> ot. 4) Bydlím mimo ČR

3) Ve kterém státě máte v současné době trvalý pobyt?

4) Kolikrát jste již v minulosti navštívil/a jižní Čechy?

- Jsem zde poprvé Více než třikrát, ale nepravidelně
 Maximálně třikrát Jezdím sem pravidelně/avidelněsem

5) V jakém okrese trvale pobýváte po většinu času během roku?

6) Kolikrát jste už v minulosti navštívil/a toto místo? "

- Jsem zde poprvé Více než třikrát, ale nepravidelně
 Maximálně třikrát Jezdím sem pravidelně už řadu let

7) Co se Vám vybaví jako první v souvislosti s tímto místem?

8) Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy tohoto místa?

- Obchodní/pracovní cesta Návštěva kulturní akce, festivalu
 Účast na kongresu, semináři, veletrhu Návštěva turistických atraktivit, památek, poznávání
 Rekreace, volný čas, dovolená Nákupy
 Příroda Zdravotní pobyt, léčení v lázních
 Aktivní dovolená (turistika, sport) Školní akce, vzdělávání
 Návštěva příbuzných, známých Studijní pobyt
 Návštěva sportovní akce Jiný důvod (uved'te):

9) Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy jižních Čech?

- Obchodní/pracovní cesta Návštěva kulturní akce, festivalu
 Účast na kongresu, semináři, veletrhu Návštěva turistických atraktivit, památek, poznávání

- Rekreační, volný čas, dovolená
- Příroda
- Aktivní dovolená (turistika, sport)
- Návštěva příbuzných, známých
- Návštěva sportovní akce
- Nákupy
- Zdravotní pobyt, léčení v lázních
- Školní akce, vzdělávání
- Studijní pobyt
- Jiný důvod (uveďte):

10) S kým jste přijel/a?

- Sám (osob)
- S partnerem/partnerkou
- S rodinou (nejméně jeden rodič + děti)
- S přáteli (bez ohledu na počet)
- S větší skupinou turistů (více než 5 osob)
- S příbuznými
- S kolegy/studenty
- S někým jiným (uveďte):

11) Kdy jste se rozhodl/a jet na toto místo?

- Dnes
- V minulých 3 dnech
- V minulých 4-7 dnech
- Před více než týdnem
- Před více než měsícem
- Před více než třemi měsíci
- Před více než půl rokem

12) Jakým hlavním dopravním prostředkem jste přicestoval/a na toto místo?

- Autem/na motocyklu
- Obytným vozem/autem s obytným přívěsem
- Autobusem (zájezdovým)
- Autobusem (linkovým)
- Vlákem
- Letadlem
- Na kole
- Lodí
- Pěšky
- Jinak (uveďte):

13) Kolik dní se chystáte strávit v jižních Čechách?

- 1 den (bez přenocování) (pokračujte otázkou 21)
- 2-3 dny
- 4-7 dnů
- Více než týden

14) Kde jste v jižních Čechách ubytován/a?

- Hotel *** nebo více
- Neplacené ubytování v soukromí

- Hotel s méně než ***
- Penzion
- Kemp
- Placené ubytování v soukromí (např. AirBnB)
- Jinde (uved'te):
- Vlastní nemovitost/chata/chalupa
- U příbuzných nebo známých
- Lázně
- Trvale tu bydlím (pokračujte otázkou 17)

15) Kolik dní se chystáte strávit na tomto místě?

- 1 den (bez přenocování) (pokračujte otázkou 20)
- 2–3 dny
- 4–7 dnů
- Více než týden

16) Které z následujících míst jste navštívili, nebo se chystáte navštívit během pobytu v tomto místě?

- zámek
- hrad
- tvrz
- zřícenina (golfový apod.)
- klášter
- kostel
- přírodní památka
- muzeum galerie, kulturní centrum
- výstaviště
- řemeslná dílna
- technická památka (mlýn, kovárna, elektrárna apod.)
- vyhlídka, rozhledna, věž
- pivovar
- park
- lázeňské/wellness zařízení
- koupaliště
- sportovní areál (lanový,
- ZOO
- botanická zahrada
- jeskyně
- most
- přehrada
- soutok
- železnice
- stáje/hřebčín/hřebčinec
- něco jiného (uved'te):

17) Jak jste získával/a informace pro plánování svého pobytu?

- Od cestovní kanceláře, průvodce
- Internetové vyhledávače (google, seznam apod.)
- Web www.jiznicechy.cz

- Internetové stránky města/místa
- Sociální sítě (facebook, twitter atd.)
- Portály pro cestovatele (tripadvisor, kudy z nudy apod.)
- Aplikace do mobilních zařízení
- Turistické informační centrum
- Tištěné informační letáky, brožury
- Média (noviny, časopisy, tv, rádia)
- Doporučení přátel/známých
- Opakovaná návštěva/znám to zde
- Ve škole
- Nemám žádné informace
- Jiné zdroje (uveďte):

18) Prosím, ohodnoťte Vaši spokojenost s následujícími službami během vašeho pobytu, pokud jste je využil/a. (1=rozhodně spokojen/a; 5= rozhodně nespokojen/a)

	1	2	3	4	5	Nevím/nemohu posoudit
Stravování (ohodnoťte dostupnost a kvalitu)						
Ubytování (ohodnoťte dostupnost a kvalitu)						
Turistická informační centra (ohodnoťte dostupnost a kvalitu)						
Elektronické služby (WIFI, aplikace, online rezervace) (ohodnoťte dostupnost a kvalitu)						
Muzea a skanzeny (ohodnoťte dostupnost a kvalitu)						
Kulturní akce (ohodnoťte dostupnost a kvalitu)						
Možnosti aktivního sportování (ohodnoťte dostupnost a kvalitu)						

19) Prosím, ohodnoťte Vaši spokojenost s dopravou během Vašeho pobytu (1=rozhodně spokojen/a; 5= rozhodně nespokojen/a):

	1	2	3	4	5	Nevím/nemohu posoudit
Doprava všeobecně (dopravní situace, infrastruktura, dopravní značení, MHD)						
Parkování						
Turistické značení, orientační systém v místě						
Cyklotrasy (stav, značení, odpočívadla, dostupnost)						

20-21) Ohodnořte prosím následující:

	1	2	3	4	5	Nevím/nemo- hu posoudit
Jak jste spokojen/a s přístupem místních obyvatel z hlediska ochoty pomoci a vstřícnosti k návštěvníkům?						
Jak jste spokojen/a s přístupem obyvatel jižních Čech z hlediska ochoty pomoci a vstřícnosti k návštěvníkům?						

22) Prosím, ohodnořte, jak jste spokojen/a s turistickou nabídkou během své návštěvy (1=rozhodně spokojen/a; 5= rozhodně nespokojen/a):

	1	2	3	4	5	Nevím/nemo- u posoudit
Množství kulturních a přírodních pamětihodností a ostatních atrakcí						
Informace o kulturních a přírodních pamětihodnostech a ostatních atrakcích						
Stav kulturních a přírodních pamětihodností a ostatních atrakcí						
Cena za vstupenky do historických/přírodních památek a na ostatní atrakce						
Celková atmosféra						

23) Jak byste zhodnotil/a cenovou úroveň služeb v průběhu vašeho pobytu?

- Velmi nízké ceny Průměrné ceny
 Nízké ceny Vyšší ceny Velmi vysoké ceny

24) Uvažujete o další návštěvě této oblasti?

- Ano, na delší dobu než tento pobyt Ano, na kratší dobu než tento pobyt
 Ano, na stejně dlouho jako tento pobyt Ne, neuvažuji

25) Jak je pravděpodobné, že byste doporučili návštěvu, vámi navštívených míst Vašim přátelům a známým?

Zcela nepravděpodobné Zcela jisté

26) Proším uveďte, s čím jste byl/a během svého pobytu nejvíce nespokojen/a:

IDENTIFIKACE RESPONDENTA

27) Pohlaví:

muž žena

28) Kolik je Vám let?

méně než 18 41-55
 18–26 56-65
 27-40 66 a více

29) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Základní Střední s maturitní zkouškou
 Střední s výučním listem Vysokoškolské

30) Jaký je Váš společenský status?

Zaměstnanec Student
 OSVČ Důchodce
 Na mateřské/rodičovské dovolené Nezaměstnaný/v domácnosti