

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH
BUDĚJOVICÍCH

ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA

Studijní program: N4101 Zemědělské inženýrství

Studijní obor: Provozně podnikatelský

Katedra: Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova

Vedoucí katedry: doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Cestovní ruch jako faktor rozvoje oblasti Tábořska

Vedoucí diplomové práce: prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.

Autor: Alena Adamcová

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova
Akademický rok: 2007/2008

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

Jméno a příjmení: **Alena ADAMCOVÁ**
Studijní program: **M4101 Zemědělské inženýrství**
Studijní obor: **Provozně podnikatelský obor**

Název tématu: **Cestovní ruch jako faktor rozvoje oblasti Táborska**

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

Cíl práce:

1. Provedení analýzy stávající situace
2. Stanovení možností rozvoje oblasti Táborska z hlediska cestovního ruchu


Metodický postup:

1. Studium odborné literatury
2. Analýza cestovního ruchu na Táborsku z hlediska historického vývoje
3. Situační analýza oblasti Táborska
4. Výzkum zaměřený na možnost zvýšení návštěvnosti, příjmů z cestovního ruchu
5. Možnosti dalšího rozvoje dané oblasti


Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: 50 - 70 stran
Forma zpracování diplomové práce: tištěná
Seznam odborné literatury:

- Hrala, V. : Geografie cestovního ruchu, Praha: Oeconomia, 2005
Cestovní ruch v české republice 2001, Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 1999
Hesková, M.: Cestovní ruch: pro vyšší odborné a vysoké školy, Jihlava: EKON, 2006
Němčanský, M.: Agroturistika, Karviná: Slezská univerzita Opava, 1996
Hesková, M.: Unikátní technické atraktivita jižních Čech, České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2007
Beran, V., Dlask, P.: Management udržitelného rozvoje regionů, sídel a obcí, Praha: Oecademia, 2005

Vedoucí diplomové práce: prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova
Datum zadání diplomové práce: 28. března 2008
Termín odevzdání diplomové práce: 30. dubna 2010


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚLSKÁ FAKULTA
stujijs oddělení
Studentská 13
370 05 České Budějovice


doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 28. března 2008

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské – diplomové práce, a to v nezkrácené podobě (v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Zemědělskou fakultou JU) elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

30. dubna 2010

.....
podpis studenta

Poděkování

Za cenné rady, připomínky a náměty bych chtěla poděkovat prof. Ing. Magdaleně Hrabánkové, CSc.

Abstrakt

Předmětem diplomové práce na téma Cestovní ruch jako faktor rozvoje oblasti Táborska je objasnění problematiky cestovního ruchu na Táborsku ve smyslu jeho potenciálního rozvoje díky tomuto odvětví. Cestovní ruch je v současnosti oblastí široce využívanou a tedy schopnou poskytnout zajímavé finanční prostředky. Smyslem práce je vytipování objektů, které jsou schopny dalšího rozvoje cestovního ruchu této oblasti a mohou být přínosem pro region.

V diplomové práci dochází ke zmapování významných prvků, jež jsou předmětem turistického zájmu na jedné straně (jde o prvky historické, technické, přírodní) a na straně druhé se jedná o zájem návštěvníků související s trávením zbylého volného času (stravovací, ubytovací služby, sportovní a kulturní aktivity..).

K výpočtům je využito statisticko-ekonomických údajů. Základním pilířem k vypracování analytické části je návštěvnost, její statistické vyhodnocení a porovnání s minulým obdobím.

Nejvýznamnějšími prvky, jež by mohly přispět ke zvýšení návštěvnosti se jeví zejména zlepšování dopravní infrastruktury (opravy silnic, železnic, tvorba a udržování cyklistických a turistických stezek) a zlepšování kvality služeb v terciální sféře a nelze opomenout ani možnost využití evropských strukturálních fondů požadovaným směrem. Za předpokladu spolupráce všech zainteresovaných subjektů se může stát oblast Táborska na trhu cestovního ruchu konkurenceschopnou. Je zřejmé, že možnosti zde ještě existují, i když přilákání návštěvníka je čím dál obtížnější.

Klíčová slova

Cestovní ruch; návštěvnost; ekonomická výtěžnost; rozvoj oblasti.

Summary

Tourism as a factor in the development of Tabor area

The graduation theses, on the theme of Tourism as a factor in the development of Tabor area is a clarification of the issue of tourism in Tabor in terms of development potential through this department. Traveler tourism areas is currently widely used and therefore able to provide significant financial resources. The graduation theses is the identification of objects that are capable of further development of tourism to this area and maybe beneficial for the region.

In this graduation theses is to map the major components that are the subject of tourism interests on the one hand (the elements of the elements of historical, technical, and natural) and on the other hand it is an interested visitor-related spending of the remaining free time (food, accommodation services, sports and cultural activities ..)

Used to calculate is the statistical and economic data. The foundation stone for the development of the analytical part of the number of visitors, it's statistical evaluation and comparison with the previous period.

The most important elements that could contribute to an increase in attendance, it appears primarily to improve the transport infrastructure (repair of roads, railways, creation and maintenance of bicycle and hiking trails) and improving service quality in the tertiary sector and not forgetting the possibility of using EU Structural Funds in the desired direction.

Keywords

Tourism; turnout; economic recovery; development of area.

Obsah

1	Úvod.....	1
I	Literární přehled	2
2	Cestovní ruch	2
2.1	Cestovní ruch jako systém	8
2.2	Subjekt cestovního ruchu	8
2.3	Objekt cestovního ruchu	10
2.4	Okolí systému cestovního ruchu	11
2.4.1	Ekonomické prostředí.....	11
2.4.2	Politické prostředí.....	12
2.4.3	Sociální prostředí.....	13
2.4.4	Technicko-technologické prostředí	14
2.4.5	Ekologické prostředí.....	14
2.5	Druhy cestovního ruchu	16
2.6	Specifika cestovního ruchu	17
3	Základní charakteristika trhu cestovního ruchu	18
4	Cestovní ruch – významný faktor regionálního rozvoje.....	19
4.1	Sledování potenciálního regionálního rozvoje.....	19
5	Táborsko – představení oblasti	21
5.1	Přehled turisticky zajímavých míst a objektů	22
5.1.1	Přírodní památky Táborska	22
5.1.2	Kulturní památky Táborska.....	26
5.1.3	Technické památky Táborska.....	30
II	Praktická část.....	33
6	Metodika	33
7	Vlastní práce	34
8	Základní informace o okrese Tábor	34
8.1	Analýza potenciálu cestovního ruchu města Tábora.....	36
8.1.1	Definování předmětné oblasti	36
9	Vymezení území na základě rajonizace cestovního ruchu.....	37

9.1	Vymezení území cestovního ruchu v Jihočeském kraji	38
10	Celkové postavení města Tábor v rámci regionu Jižní Čechy	40
10.1	Základní informace o městě Tábor	42
10.2	Doprava	43
10.2.1	Silniční infrastruktura	43
10.2.2	Železniční infrastruktura	44
10.2.3	Letecká doprava	45
10.2.4	Veřejná doprava a parkování	46
10.2.5	Integrovaná doprava	47
10.3	Stravovací služby	47
10.4	Ubytovací služby	48
10.5	Další služby využívané turisty	52
11	Významné akce konající se v Táboře	53
11.1	Turistické produkty	56
11.2	Návštěvnost vybraných turistických atraktivit	58
11.3	Návštěvnické okruhy	60
11.4	Sport a rekreace	60
11.5	Spolková činnost	61
12	Tvorba turistického produktu	62
13	Propagace	64
13.1	Turistické informační centrum	66
13.2	Spolupráce s partnerskými městy	68
14	Strategie rozvoje vytvořená samosprávou města	69
14.1	SWOT analýza rozvoje cestovního ruchu v Táboře a okolí	72
15	Vize možných řešení stávající situace a dalšího rozvoje	76
15.1	Celková vize města Tábora	76
15.2	Hlavní teze	76
15.3	Hlavní strategické cíle	77
16	Výsledky	86

16.1	Výpočet příjmů z cestovního ruchu na Tábořsku	86
17	Závěr	93
18	Seznam použité literatury.....	95
19	Přílohy.....	99

1 Úvod

Předmětem této práce je objasnění problematiky cestovního ruchu na Táborsku ve smyslu jeho možného rozvoje díky využití peněžních prostředků na rozšířenou reprodukci této oblasti. Cestovní ruch je odvětvím v současnosti široce využívaným a tedy schopným poskytnout zajímavé finanční prostředky. Je tedy nutné využít příležitosti a nabídnout zákazníkům různorodé možnosti vyžití. To však není zdaleka jednoduché. Při stávající „rivalitě“ nejen regionů v České republice, ale hlavně zahraničních destinací, je třeba potenciálním návštěvníkům, resp. turistům předložit zajímavou a lákavou nabídku. Je třeba se zaměřit na variantnost zájmů a přání zákazníků a tedy vyhovět pokud možno každému.

Cílem diplomové práce je nejen detailní zmapování významných prvků návštěvnosti regionu (historických, technických, přírodních) včetně statisticko–ekonomických dat stávajícího stavu, ale i úvaha jakými dalšími cestami by se měla ubírat snaha zainteresovaných subjektů, aby učinila všechny potřebné kroky za významné možnosti využití evropských strukturálních fondů požadovaným směrem, tj. zvýšení konkurenceschopnosti v tomto již poměrně naplněném segmentu. Je zřejmé, že zde ještě možnosti existují, i když přilákání návštěvníka je čím dál obtížnější.

Je třeba si uvědomit, že v oblasti cestovního ruchu existuje přímá úměra. Čím více návštěvníků destinace, tím větší přísun finančních prostředků, tedy zvyšování životní úrovně teritoriálního obyvatelstva.

I Literární přehled

2 Cestovní ruch

Cestovní ruch, nepřehlédnutelný segment současného světového hospodářství, představuje konglomerát činností, z nichž většina má charakter osobních služeb. Jako odraz rozvoje společnosti a nekonečné touhy člověka po poznání a nových zážitcích, se stává cestovní ruch v masové podobě nejen světovým fenoménem spotřeby, ale i jednou z důležitých hnacích sil světové ekonomiky. U cestovního ruchu je oceňováno především široké spektrum faktorů, jimiž turismus **působí na ekonomický růst** účelným využíváním různých přírodních podmínek a krás, historických a kulturních památek, obchodních, sportovních, kulturních i náboženských akcí, přičemž nezanedbatelný je i jeho vliv zprostředkovaný prostřednictvím rozšiřování rozhledu a fyzickou i duševní regenerací účastníků cestovního ruchu. Zároveň se jedná o podnikatelskou oblast, která svými potřebami zasahuje do širokého spektra hospodářských aktivit a vytváří rozsáhlý prostor pro **rozvoj podnikání**. Tato skutečnost hovoří jasně o multiplicitě a průřezovém charakteru cestovního ruchu. Současně však existuje vysoká otevřenost tohoto systému, což zdůrazňuje těsnou závislost cestovního ruchu na vnějším prostředí, jež dominantně ovlivňuje jeho strukturu a rozvoj. V této oblasti je typické, že právě nynější cestovní ruch masového charakteru již není určován zástupci třídy žijící z investovaného kapitálu, ale je ovlivňován především příjmem ekonomicky aktivní skupiny lidí, čímž se stává konkrétní ekonomické prostředí určujícím faktorem jeho rozvoje. Z tohoto hlediska je tudíž cestovní ruch integrální součástí ekonomiky státu, a proto jeho vývoj i předpoklady rozvoje jsou danou situací a trendem národního hospodářství logicky determinovány.

Cestovní ruch není však samostatným ekonomickým odvětvím, ale zasahuje prakticky do všech sfér ekonomického a sociálního života společnosti a podílí se na:

- **tvorbě hrubého domácího produktu** pomocí multiplikačního efektu – z makroekonomického hlediska spočívá význam podniků v tvorbě podílu přidané hodnoty a nabídky a vytváření pracovních míst, kde vyšší zaměstnanosti následně působí na růst koupěschopné poptávky. Podniky také vystupují jako odběratel produkce od jiných odvětví (např. potravin,

energie, spotřební zboží atd.). Fundování zařízení v cestovním ruchu vyžaduje další komplementární služby. Působí tzv. „nabalující efekt“, který se projevuje ve větší potřebě služeb peněžních institucí, kulturních a sportovních zařízení, obchodů atd. Vyvolaná produkce posiluje ekonomický růst regionu a zvyšování životní úrovně obyvatel. Prosperita jednoho regionu se šíří i na jiné regiony;

- **tvorbě devizových příjmů**- česká ekonomika je charakterizována jako malá a otevřená ekonomika s vysokou mírou závislosti na exportu a importu. Jestliže je aktivní cestovní ruch (příjezdy zahraničních hostů) jako neviditelný export, umožňují devizové příjmy výrazně zlepšovat platební bilanci státu;
- příjmu státu, krajů a obcí, ovlivňuje investiční činnost, zaměstnanost a výrazně **přispívá k rozvoji regionů**.

Kromě **významu ekonomického** se cestovní ruch vyznačuje mimořádně významným specifickým, který lze označit jako sociální. Jde o poznávání a soužití občanů s trvalým bydlištěm v destinaci a návštěvníků. Účastníci cestovního ruchu výrazně ovlivňují život v turistických destinacích. Příjezdy hostů znamenají zátěž pro infrastrukturu nad běžnou potřebu pro místní obyvatele. Aby nedocházelo k nežádoucím efektům, je nutné starat se o rozvoj odpovídající infrastruktury. Uplatňují se nové moderní formy marketingu a řízení cestovního ruchu, a to i v rámci menších regionů, hledají se cesty využití nových lokalit a nových forem cestovního ruchu (**Lednický, 2004**, s. 10-11).

Vůdčím motivem cestovního ruchu je **záměrná změna prostředí**, jež umožňuje člověku uspokojit některé z jeho potřeb, jako je potřeba odpočinku, klidu, pohybu, poznání, kulturních a estetických zážitků, změna místa a další. Pro plné uspokojení těchto potřeb neposkytuje místo trvalého bydliště dostatek možností a příležitostí nebo neumožňuje dostatečnou kvalitu jejich konkrétního naplnění. Účast na cestovním ruchu se stala v poválečném období jedním z měřítek životní úrovně, nezanedbatelnou součástí spotřeby, charakteristikou prakticky pro všechny vrstvy obyvatelstva ve vyspělých státech. Tato účast na cestovním ruchu je tudíž v podstatě výrazem určitého jednání člověka, ve kterém se odrážejí jak jeho potřeby, zájmy, cíle, úmysly, tak i podmínky pro jejich realizaci. Z uvedeného vyplývá, že cestovní ruch je nutno chápat neustále v jednotě dvou jeho stránek:

- jako způsob uspokojování potřeb člověka, tedy jako **oblast spotřeby**,

- jako **oblast podnikatelských příležitostí** v mnoha oborech lidské činnosti (Malá, 1999, in Lednický, 2004, s. 11).

„Cestovní ruch jako obecně pojatý objekt představuje reálný socioekonomický volný systém, jehož základními stavebními prvky jsou subsystém nabídky, subsystém poptávky, subsystém realizační a vazby mezi nimi představující toky turistů, služeb, informací a finančních prostředků“ (Šíp, 2001, in Lednický 2004, s. 11).

Přítom vazby vznikající uvnitř tohoto systému evokují vznik složitého socioekonomického procesu probíhajícího v geografickém prostředí a čase na základě aktivace potenciálů cestovního ruchu. Struktura potenciálů cestovního ruchu je hierarchicky uspořádaná a její základní vlastností je **komplementarita**, kdy jeden potenciál může vyvolat vznik dalšího, nebo respektive vzájemným spojováním vznikají potenciály zcela nové. Současně lze v každé lokalitě zajistit existenci dvou základních skupin potenciálů cestovního ruchu. První skupinu tvoří potenciály, které ovlivňují návštěvnost místa a mají absorpční charakter. Druhou skupinu tvoří naopak potenciály difúzního charakteru, které motivují člověka dočasně opouštět své bydliště a účastnit se cestovního ruchu. Ke střetu potenciálů na straně nabídky a poptávky dochází na **trhu cestovního ruchu**, který je hlavním činitelem ovlivňujícím existenci a vývoj současného cestovního ruchu. Potenciály na straně poptávky (absorpční potenciály) se vyznačují selektivním charakterem a vlivem na intenzitu účasti obyvatel na cestovním ruchu. Naopak potenciály na straně nabídky (difúzní potenciály) ovlivňují lokalizaci návštěvnosti do konkrétních míst nebo oblastí (Šíp, 2001, in Lednický 2004, s. 11).

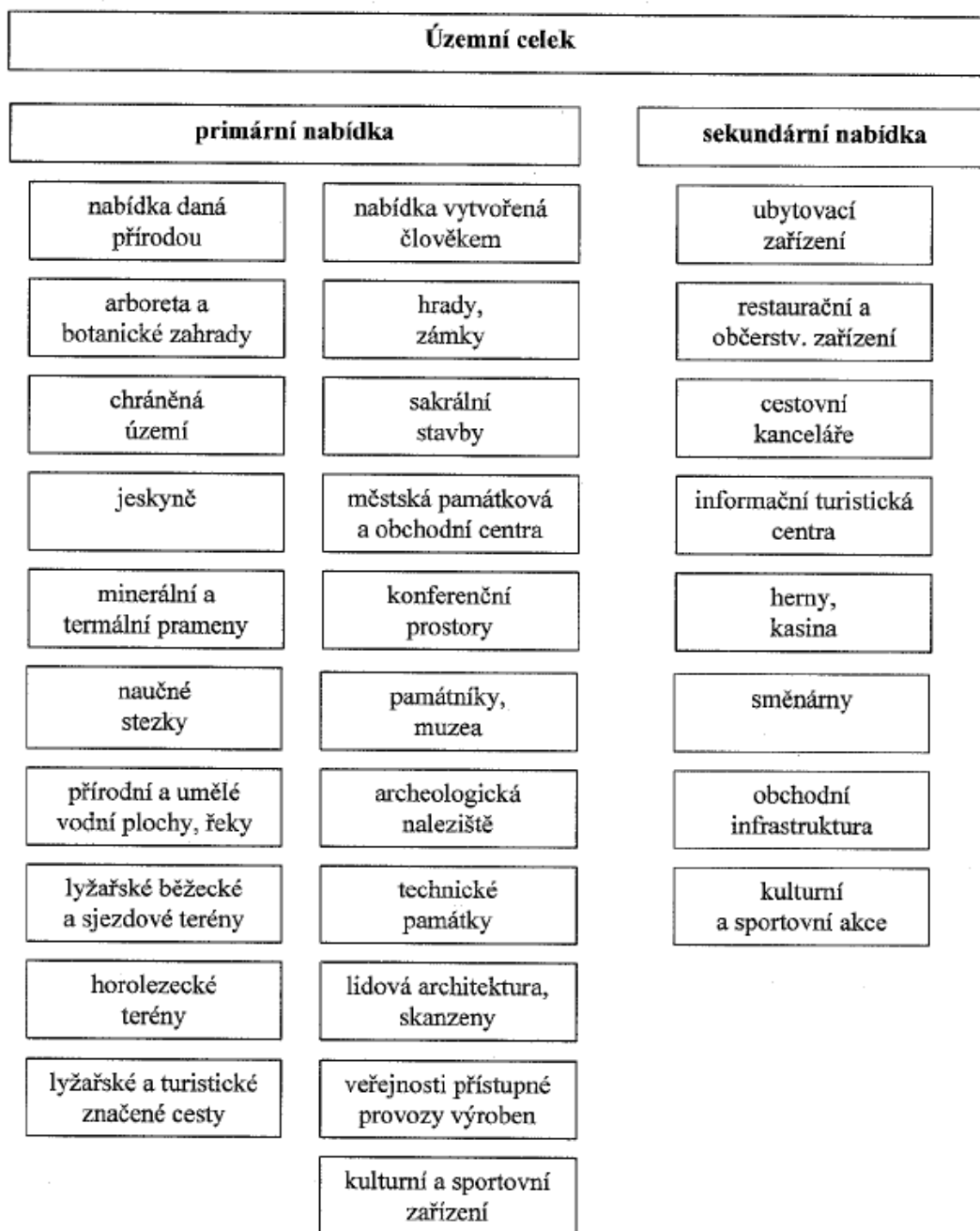
Principy lokalizačního subsystému nabídky jsou založeny na aktivacích primárních, sekundárních i terciárních absorpčních potenciálů cestovního ruchu. Tento cestovní ruch je lokalizován do míst, která disponují pro něj optimálními přírodními aktivitami, společenskými atraktivitami a zároveň jsou tato místa dobře vybavena infrastrukturou služeb s optimální podporou institucionální sféry. Takto chápaný a prezentovaný potenciál představuje na trhu cestovního ruchu stranu nabídky. Objem reflexe poptávky na nabídku jednotlivých míst diferencuje lokality na prostory světového, evropského, národního, regionálního a místního významu.

V rámci **absorpčních potenciálů** lze rozeznat primární potenciály, jež představují přírodní a společenské atraktivitu, které jsou hlavním cílem návštěv účastníků cestovního ruchu. Druhou skupinu absorpčních potenciálů tvoří sekundární potenciály, které vytvářejí materiálně technickou základnu cestovního ruchu. Tato materiálně technická základna vytváří v místech cestovního ruchu předpoklady jeho realizace. Přitom je tvořena především ubytovacími a stravovacími kapacitami s širokou škálou doplňkových služeb, což určuje míru čerpání primárního potenciálu. Na tyto základní absorpční potenciály navazují terciární potenciály, jejichž role spočívá v organizaci, řízení, podpoře podnikání, vzdělávací, osvětové a legislativní činnosti i vytváření kompletního marketingu a územního plánování.

Difúzní potenciál cestovního ruchu (poptávka) vznikl dlouhodobým vývojem v souvislosti s procesy urbanizace, industrializace, kumulace kapitálu a znečišťování životního prostředí. Mezi faktory, které tvoří difúzní potenciál cestovního ruchu patří řada prvků, z nichž dominantní postavení si udržují životní úroveň, kvalita životního prostředí a úroveň předkládané nabídky. Přitom determinující komponentou životní úrovně je fond volného času, tedy času, který slouží člověku k rekreaci, regeneraci a upevnění zdraví, sebevzdělání i seberealizaci (**Lednický, 2004**, s. 11-12).

Potenciál územního celku z hlediska turismu je tvořen konkrétní podobou primární a sekundární nabídky. Jedná se v podstatě o potřebnou vybavenost území především primární nabídkou, kterou tvoří zajímavosti (**atraktivitu**) dané jednak přírodou a jednak vytvořené člověkem. Sekundární nabídku vytvoří **materiálně technická základna**, která je důležitým a nezbytným doplňkem primární nabídky. Takto chápaný potenciál územního celku lze označit i jako vybavenost turistickými atraktivitami a potřebnou turistickou infrastrukturou (**Lednický, 2004**, s. 12).

Obr. 1 Členění nabídky územního celku



Pramen: Lednický, V.: Diagnóza územní vhodnosti jako základ strategie rozvoje cestovního ruchu v regionu

Abychom mohli lépe rozvíjet cestovní ruch v územních celcích, znamená to oživit řadu aktivit, které byly většinou zanedbávány. K těmto aktivitám patří:

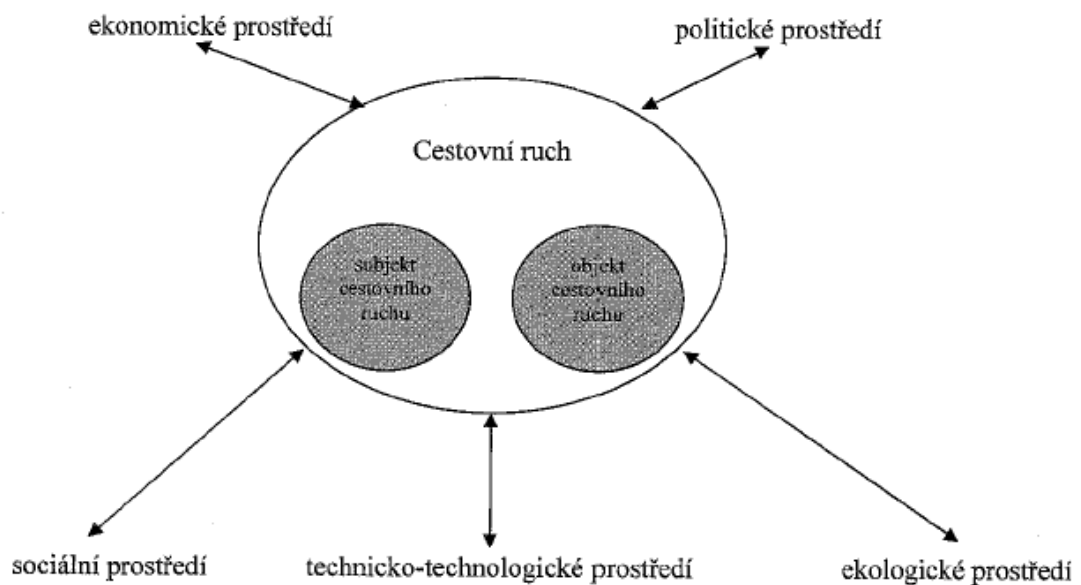
- **vytvoření větší informovanosti o lokalitách** cestovního ruchu cestou seriózní reklamy a propagace všeho druhu,
- **vytvoření zájmu o podnikání** v cestovním ruchu u obyvatel žijících v lokalitách s vhodnými podmínkami a získání podpory příslušných místních samospráv a regionálních státních orgánů,
- **zlepšení místní technické a občanské vybavenosti** sídelních lokalit majících vztah k cestovnímu ruchu,
- **aktivní rozvíjení a udržování místních tradic** i obyčejů, podpora folklórních aktivit a na místní historii postavených akcí,
- **cílevědomá ochrana krajiny**, tvorba půvabného prostředí v obcích i městečkách s omezováním všech faktorů znečišťování životního prostředí,
- **vytvoření kvalitních, poctivých a pestrých služeb** v této oblasti podnikání s širokým vějířem cenových relací podle movitostí zájemců,
- **podchycení základních světových trendů** podněcujících rozvoj cestování za zábavou, neboť vedle samotné cílové destinace jako základního magnetu se stále více prosazují jako lákající faktory aktivity, které lze provozovat během dovolené,
- **vytvoření regionálních řídicích orgánů** založených na principech partnerství v čele s aktivními podnikatelskými subjekty v cestovním ruchu.

Cestovní ruch netvoří souhrnné odvětví, ale má charakter rozsáhlé podnikatelské oblasti, jež sdružuje řadu často nesourodých činností a druhotně pozitivně ovlivňuje řadu dalších odvětví a sektorů, jako jsou zejména doprava, obchod, stavebnictví, bankovníctví, telekomunikace, kultura, sport. V některých zahraničních studiích je uváděna propojenost a statistická sledovanost vlivu cestovního ruchu (tzv. satelitní – odvětvový účet cestovního ruchu) na více než 20 odvětví. Přímý a nepřímý vliv cestovního ruchu je schematicky znázorněn na obrázku č. 3 (Lednický, 2004, s. 13-14).

2.1 Cestovní ruch jako systém

Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystemy, a to **subjekt cestovního ruchu** a **objekt cestovního ruchu** včetně vzájemných vazeb. Vazby existují i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí – **vnější prostředí**. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí (**Hesková M. a kol., 2006**, s. 12-13).

Obr. 2 Cestovní ruch jako systém



Pramen: Kaspar, C.: Základy cestovního ruchu: Knižnica cestovního ruchu 1.

2.2 Subjekt cestovního ruchu

Subjekt cestovního ruchu reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu.

Z hlediska statistiky je účastníkem cestovního ruchu cestující označený jako návštěvník, turista nebo výletník. V souladu se závěry mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu z roku 1991 však tyto pojmy nejsou ekvivalentní. Ve struktuře cestujících má své místo i stálý obyvatel jako potenciální účastník domácího nebo zahraničního cestovního ruchu (**Hesková M. a kol., 2006**, s. 13).

Lze tedy rozlišit následující formy:

- **Stálý obyvatel** (rezident) – tj. v mezinárodním cestovním ruchu osoba žijící v zemi minimálně jeden rok před příjezdem do jiné země na kratší dobu než jeden rok. V souvislosti s domácím cestovním ruchem se stálým obyvatelem rozumí osoba žijící v tomto místě minimálně šest po sobě jdoucím měsíců před příjezdem na dobu kratší šesti měsíců,
- **Návštěvník** (visitor) – v mezinárodním cestovním ruchu jde o osobu, jež cestuje do jiné země, než ve které má své trvalé bydliště na dobu ne delší než jeden rok a účelem její cesty není vykonání výdělečné činnosti v navštívené zemi. Z hlediska domácího cestovního ruchu jde o osobu, jejíž trvalé bydliště se nachází na území dané země, a která cestuje na jiné místo v dané zemi mimo své bydliště na dobu kratší šesti měsíců opět za účelem odlišným, než vykonání výdělečné činnosti,
- **Turista** (tourist) – z pohledu mezinárodního cestovního ruchu se jedná o osobu, která cestuje do jiné země než se nachází její trvalé bydliště na dobu, která čítá alespoň jedno přenocování, ne však déle než jeden rok a hlavním účelem vycestování není výkon výdělečné činnosti v navštívené zemi. V závislosti na délce pobytu je možno rozlišit turisty na dovolené a krátkodobě pobývajících turisty,
- **Výletník** – z hlediska mezinárodního cestovního ruchu jde o osobu cestující do jiné země než má trvalé bydliště na dobu kratší než dvacet čtyři hodin bez přespání v dané zemi. Hlavní účele cesty má být jiný než vykonání výdělečné činnosti v zemi navštívené. Domácí cestovní ruch považuje za výletníka osobu s trvalým bydlištěm v dané zemi cestující do jiné země na dobu kratší než dvacet čtyři hodin, aniž by v navštívené zemi přenocovala a účelem návštěvy není výkon výdělečné činnosti tamtéž,
- **Cestující** – pod tímto pojmem je chápána osoba, jež cestuje mezi dvěma či více lokalitami (opět rozeznáváme zahraničního a tuzemského cestujícího) (**Lednický, 2004**).

2.3 Objekt cestovního ruchu

Objektem cestovního ruchu je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je tak nositelem nabídky.

Tvoří ho cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu. Subjekt cestovního ruchu cestuje do cílového místa jen tehdy, když existuje vhodný ekvivalent na uspokojování jeho potřeb. Jeho součástí jsou služby a zboží vyráběné podniky a institucemi cestovního ruchu v cílovém místě.

Cílové místo představuje středisko cestovního ruchu, region nebo stát jako cestovní cíl. V odborné literatuře se na jeho označení používá i pojem **destinace cestovního ruchu**. Často je používán zkrácený termín destinace. Pojem destinace však nemusí souviset výhradně s cestovním ruchem. Cílové místo musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, který se označuje i jako primární nabídka. Potenciál cestovního ruchu není v prostoru rozmístěn rovnoměrně a s ohledem na svojí jedinečnost může mít místní, regionální, celostátní až mezinárodní význam. Umožňuje naplnit cíle (motivy) účasti na cestovním ruchu (oddych, zdraví, poznávání, společenská komunikace apod.). 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, stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity typické pro cestovní ruch. Druhová struktura zařízení cestovního ruchu závisí od primární nabídky, jejich funkcí, významu a délky využívání v průběhu roku.

Z hlediska funkcí rozlišujeme:

- **městská střediska cestovního ruchu**, ve kterých jsou soustředěné kulturně-historické památky, administrativně-správní orgány, obchody a průmysl,
- **lázeňská místa** vybudovaná na bázi přírodních léčivých zdrojů
- **rekreační střediska s možností koupání, vodních sportů a turistiky**
- **rekreační obce**, ve kterých zanikla původní hospodářská funkce a v současnosti jsou využívány na rekreační účely,
- **chatové oblasti**, nacházející se při vodních plochách nebo výletních místech s přírodními a civilizačními atraktivitami.

Vedle cílových měst charakteru středisek jde o regiony (oblasti) cestovního ruchu. **Region cestovního ruchu** je přirozený celek, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu společné charakteristické vlastnosti, kterými se odlišuje od sousedních území. Zároveň musí splňovat tři předpoklady:

- a) **primární nabídku** musí mít v takovém množství a kvalitě, že je přitažlivá (atraktivní) a vyvolává návštěvnost,
- b) **komunikační dostupnost**, která umožňuje přístup do území a pohyb za atraktivitami cestovního ruchu,
- c) **infrastrukturní vybavenost**, která umožňuje pobyt v území a využívání jeho atraktivit (**Hesková M. a kol., 2006**, s. 15-16).

2.4 Okolí systému cestovního ruchu

Charakteristika cestovního ruchu jako otevřeného systému zdůrazňuje význam vlivu okolí (vnějšího prostředí) na jeho strukturu a vývoj. Ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí nemá k cestovnímu ruchu výlučný vztah, ale cestovní ruch více nebo méně ovlivňuje. Zároveň je aktuální i zpětná vazba, tj. **vliv cestovního ruchu na jeho okolí**. Síla této vazby závisí obvykle na stupni kooperace všech zainteresovaných na rozvoji cestovního ruchu (**Hesková M. a kol., 2006**, s. 16).

2.4.1 Ekonomické prostředí

Je určeno především chováním subjektů cestovního ruchu. Pro rozvoj cestovního ruchu je toto prostředí velmi významné. Vlivy mohou být podpůrné nebo tlumící. Pozitivně působí např. přírůstek reálného příjmu, lepší rozdělení příjmů, příznivá ekonomická situace. Negativní roli hrají naopak průvodní jevy krize jako např. růst nezaměstnanosti, zastavení nábory nových zaměstnanců a růstu mezd, dále ještě nestabilní měnová situace a restrikce v devizové oblasti (**Parmová D., 2003**, s. 7).

Nezaměstnanost se vyznačuje poklesem příjmů obyvatelstva a následně výdaji na postradatelné potřeby a požitky, mezi které se řadí i výdaje na cestovní ruch.

Inflace má za následek pokles kupní síly peněz a projevuje se všeobecně růstem cen zboží a služeb včetně cen zboží a služeb cestovního ruchu. Důležitá je i **stabilita**

měny, která ovlivňuje zejména zahraniční cestovní ruch. Devalvace měny zdražuje vycestování obyvatel do zahraničí a naopak pobyty cizinců zlevňuje.

Úroková míra je cenou za poskytnutý úvěr. Její výše může působit stimulačně na investování v cestovním ruchu. Nedostupnost úvěrů vlivem vysoké úrokové míry omezuje investování. Zejména v období hospodářského poklesu a krize stát vysokou úrokovou mírou ovlivňuje objem peněžních prostředků v oběhu a tak vyrovnává míru inflace.

Zpětná vazba cestovního ruchu na ekonomické prostředí se projevuje v jeho vlivu na ekonomický růst, zvýšení zaměstnanosti, příjmy obyvatelstva, platební bilanci státu apod. (Hesková M. a kol., 2006, s. 16-17) .

K dalšímu rozvoji cestovního ruchu z ekonomického hlediska by zřejmě napomohla i účast našeho státu v Eurozóně, čili zmizela by poslední překážka směny peněz při cestování.

2.4.2 Politické prostředí

Politické prostředí, které ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu, tvoří zejména mírové podmínky v jednotlivých státech a ve světě jako celku. Mír se latinsky označuje jako „*conditio sine qua non*“ (nevyhnutelná podmínka) rozvoje cestovního ruchu.

Mnoho závisí i od společenského zřízení státu, ve kterém se cestovní ruch rozvíjí, protože stát je nositelem politiky cestovního ruchu. Důsledky této politiky se projevují při vytváření státních orgánů cestovního ruchu, tvorbě strategií a koncepcí rozvoje cestovního ruchu, tvorbě právních norem týkajících se možnosti rozvoje cestovního ruchu, ale i v jeho případné stagnaci či poklesu, podpoře aktivit souvisejících s rozvojem regionů včetně cestovního ruchu. Dále i v budování infrastruktury sloužící i pro cestovní ruch (např. výstavba dálnic), účelné využívání volného času obyvatelstva apod. (Hesková M. a kol., 2006, s. 17).

Významnou událostí v oblasti cestovního ruchu ve střední Evropě bylo uzavření **Schengenské dohody**, která umožnila volný pohyb osob. (Pozn. Schengenský prostor je území většiny evropských států – zemí Schengenské dohody, na kterém mohou osoby překračovat hranice smluvních států na kterémkoliv místě, aniž by musely projít hraniční kontrolou. Smluvními zeměmi jsou převážně země Evropské

unie, ale i některé nečlenské země EU. Do schengenského prostoru spadají i některá ze zámořských území členských zemí.)

2.4.3 Sociální prostředí

Cestovní ruch je ovlivňován taktéž společenským zřízením. To ovlivňuje např. rozdělování hrubého domácího produktu, pracovní a mimopracovní podmínky, dále i sociální politiku státu. Rozdělování hrubého domácího produktu se projevuje v hmotné spotřebě a spotřebě služeb obyvatelstva, má vliv na úroveň výživy, odívání, vybavenosti domácností předměty dlouhodobé spotřeby, dále i na úroveň veřejné spotřeby, např. služby zdravotnictví, školství.

Pracovní podmínky jsou spojené s délkou pracovní doby, intenzitou práce, pracovním prostředím, úrovní technické vybavenosti, hygienou a bezpečností práce.

Mimopracovní podmínky souvisejí s fondem volného času jako součástí mimopracovního času, podmínkami jeho účelného využívání apod. Jedinečný význam má zákonná placená dovolená, která ovlivňuje zejména rozvoj dlouhodobého cestovního ruchu.

Zpětná vazba cestovního ruchu na sociální prostředí se projevuje např. diferenciací nabídky produktu tak, aby se umožnila účast na cestovním ruchu i sociálně slabším skupinám obyvatelstva či zdravotně handicapovaných, vlivem na zdraví jednotlivce a společnosti, vzdělaností a kulturní úroveň obyvatelstva apod. (**Hesková M. a kol., 2006**, s. 18).

Cestovní ruch a společnost na sebe navzájem velmi silně působí: Svoboda cestovat je podmíněna též liberalismem ve společenském systému. Vzájemný vliv může být žádaný nebo může společnost zatěžovat. Jako pozitivní se jeví cestovní ruch ve své funkci nástroje na porozumění národů. Negativa cestovního ruchu bývají spatřována především v tom, že turismus bez zábran napadá fungující společenské oblasti, silně je přetváří nebo je přímo ničí: časové přetížení lidí zaměstnaných v cestovním ruchu, sociální přetížení díky neustálému kontaktu s hosty a současné zploštění sociálních vztahů s rodinou, změny společenského klimatu v obci jako následek rozvoje turismu a ztráta identity u domácího obyvatelstva (**Parmová D., 2003**, s. 8-9).

2.4.4 Technicko-technologické prostředí

Tímto pojmem je označována **dopravní infrastruktura** a další technická **informačně-technologická vybavenost** umožňující rozvoj cestovního ruchu.

V dopravní infrastruktuře jde zejména o existenci a vybavenost sítě dálničních tahů, které si vyžaduje neustále rostoucí stupeň motorizace obyvatelstva, hustotu, kapacitu a propustnost železniční dopravní sítě, hustotu letišť a frekvenci pravidelných a nepravidelných leteckých spojení, existenci lodní přepravy v místech vhodných pro její rozvoj, podobně jako osobních dopravních zařízení v horských a vysokohorských střediscích cestovního ruchu. Rozvoj dopravy má však i negativní vliv na cestovní ruch a životní prostředí.

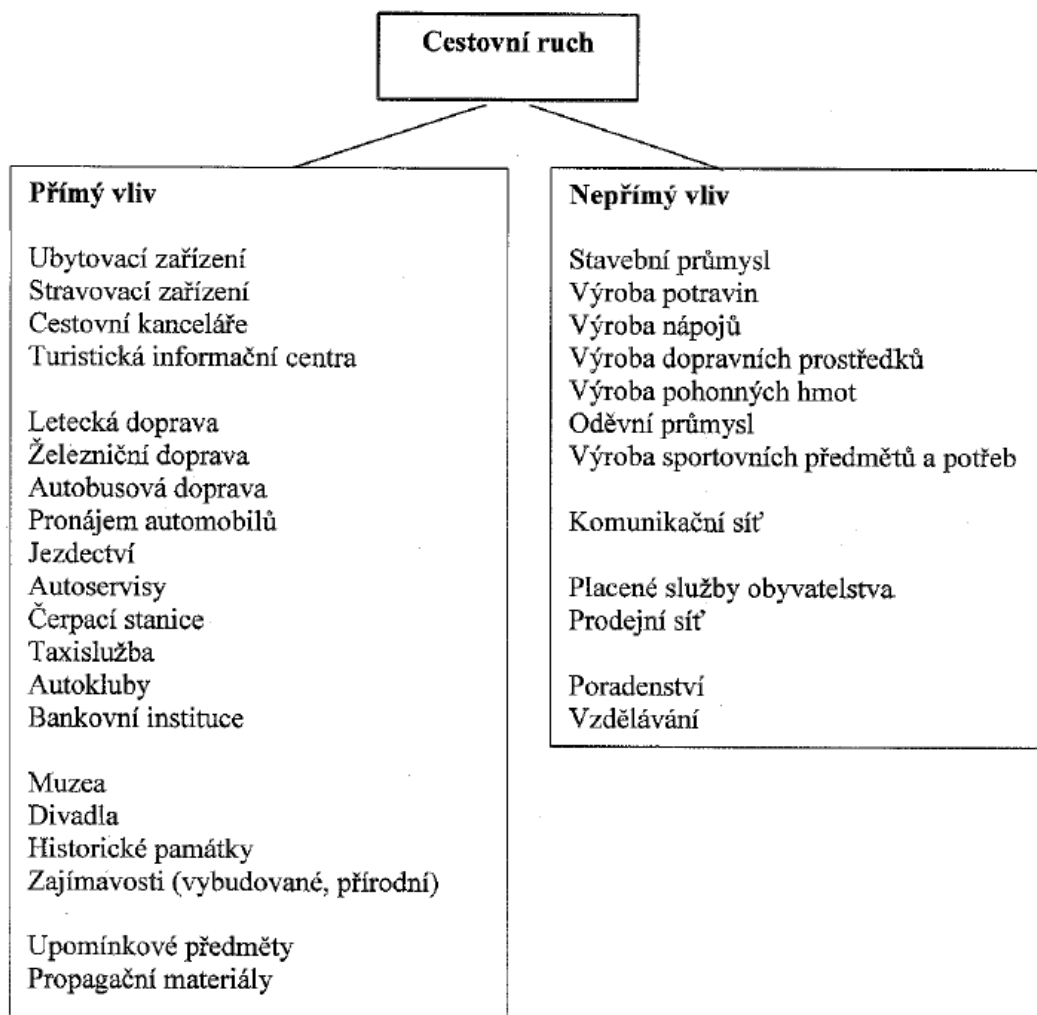
Zvláště významné jsou nové technologie, které ulehčují poskytování jednotlivých druhů služeb cestovního ruchu, umožňují snižovat počty pracovníků, šetřit energii, vodu apod. Informatizace společnosti souvisí s novými informačními technologiemi, které umožňují elektronické rezervování služeb přes centrální systémy rezervování, využívání internetu jako distribučního kanálu, který urychluje nejen výměnu informací, ale i rozhodování účastníků cestovního ruchu a obchodní činnost v cestovním ruchu. Zejména je třeba zmínit elektronické letenky jako prvek zjednodušující a významně urychlující odbavování při cestování do zahraničí (USA). Zpětná vazba cestovního ruchu na technicko-technologické prostředí se projevuje ve zvláštních požadavcích cestovního ruchu na konstrukci jednotlivých druhů dopravních prostředků, pohodlí a rychlost přeprav, budování dopravní infrastruktury tak, aby se zpřístupnily i méně známé atraktivita cestovního ruchu, na zpracování specifického softwaru pro potřeby ubytovacích zařízení, cestovních kanceláří, cestovních agentur a podobně (Hesková M. a kol., 2006, s. 18-19).

2.4.5 Ekologické prostředí

V poslední době se v cestovním ruchu poukázalo na skutečnost, že krajina tvoří podstatný prvek nabídky cestovního ruchu a existuje nebezpečí, že sám cestovní ruch zničí tuto svoji základnu. **Ekologické aspekty** mají důležitou úlohu jednak pro zpřístupnění nových terénů, stavby nových hotelů, tak i pro „nákupy“ nových

cílových míst touroperátory. Platí zásada nevyhnutelnosti zkoumání změn, ke kterým dochází v rámci této sféry, především negativních důsledků, protože ekologická sféra má podstatný vliv (Němčanský M., 2001, s. 27-28).

Obr.3 Vliv cestovního ruchu na jednotlivé objekty podnikání



Pramen: Lednický, V.: Strategie využití technických památek a průmyslové infrastruktury v cestovním ruchu

2.5 Druhy cestovního ruchu

Druhů (typů) cestovního ruchu může být v závislosti na zvolených kritériích celá řada. Podle místa se bude jednat o domácí či zahraniční, podle času o krátkodobý nebo naopak dlouhodobý, podle způsobu organizace o skupinový nebo individuální atd. Za základní se považuje klasifikace podle účelu (motivů, cílů). Cestovní ruch dělíme na:

- **rekreační**, realizovaný ve vhodném přírodním prostředí s cílem odpočinku, reprodukce a zlepšení fyzické a psychické kondice,
- **kulturně-poznávací**, zaměřený na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků vlastního i jiných národů, základem jsou sakrální i světské stavební a architektonické památky, umělecká díla, přírodní zajímavosti, společenské události,
- **náboženský** (poutní turistika), jako jsou návštěvy poutních a posvátných míst, církevních památek a účast na církevních obřadech a oslavách,
- **vzdělávací**, jehož cílem je něco nového se naučit (jazyky, sporty, umělecké a řemeslné dovednosti, odborné profesní znalosti),
- **společenský**, kdy jde o setkávání příbuzných, vytváření přátelských vztahů a známostí lidí se stejnými zájmy a zálibami. Sem můžeme zahrnout i nejrůznější vzpomínkové akce,
- **zdravotní** (lázeňsko-léčebný), zahrnující zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci i léčení následků nemocí v lázních či jiných zdravotně příznivých prostředích,
- **sportovní**, kdy jde nejen o vlastní sportovní aktivity, ale i pasivní diváctví na sportovních akcích,
- **poznávání přírody** (flory a fauny) v podobě návštěv přírodních rezervací, apod. Specifickým typem je ekoturistika, vedoucí k takovému chování v přírodním prostředí, jež ho co nejméně ohrožuje, z hlediska motivů se hovoří o návratu k přírodě v podobě zeleného, tzv. měkkého cestovního ruchu,
- **dobrodružný** (adrenalinové sporty), spojený s nebezpečím, testováním fyzických a psychických vlastností účastníků,

- **profesní**, zahrnující obchodní služební cesty, účast na veletrzích a výstavách a incentivní cestovní ruch, který má zlepšit vztahy se zaměstnanci, případně se zákazníky,
- **kongresová turistika** je důležitým fenoménem současnosti,
- **politický** cestovní ruch zahrnuje sjezdy, mítinky politických stran,
- **nákupní** cestovní ruch představuje cesty za nákupy,
- **specifický**, jako je například turistika pro vozíčkáře.

Uvedený výčet druhů cestovního ruchu však můžeme dále rozšiřovat. Jde např. o perspektivní a v České republice (i zahraničí) vyhledávané **pobyty na farmách, ekofarmách** či o **ekoturistiku**. Tento typ cestovního ruchu je spojen s nabídkou venkovských možností nejen v oblasti rekreačních, stravovacích (ochutnávky místních farmářských výrobků) a ubytovacích služeb, provozovaných ve specifickém prostředí a podmínkách, ale také takových „specialit“, jaké nesporně představují chov domácích zvířat, s ním související výuka jízdy na koni a práce v domácím hospodářství... (Foret – Foretová, 2001, s.17-18).

2.6 Specifika cestovního ruchu

Dle literatury se za specifika trhu cestovního ruchu považují níže uvedené charakteristiky:

1. Rozvoj cestovního ruchu je podmíněn **politicko-správními podmínkami**,
2. Produkt cestovního ruchu nelze vyrábět na sklad,
3. **Místní vázanost**, bezprostřední spojitost s územím (místem), ve kterém se realizuje, zejména s jeho kvalitou přírodního prostředí,
4. Výrazná **sezónnost**,
5. Trh je silně determinován přírodními faktory a dalšími nepředvídatelnými vlivy,
6. **Vysoký podíl lidské práce**,
7. **Těsný vztah nabídky a poptávky** (změny v cenách a příjmech se obvykle bezprostředně projeví na trhu),

8. Poptávka je výrazně ovlivňována důchody obyvatelstva, fondem volného času, cenovou hladinou nabízených služeb, spotřebitelskými preferencemi, motivací, módou a prestiží, celkovým způsobem života,
9. Nabídku silně ovlivňuje také rozvoj a využívání techniky a technologií (internet, informační a rezervační systémy).

Za velmi důležité je považováno také spojení cestovního ruchu s průmyslem volného času a zábavy (**Foret – Foretová, 2001, s.19-20**).

3 Základní charakteristika trhu cestovního ruchu

Trh cestovního ruchu tvoří podniky cestovního ruchu různých velikostí od globálních společností po malé podnikatelské organizace místního významu. Národní trhy zahrnují tři typy cestovního ruchu: **trh směřující dovnitř** [zahrnuje cestování obyvatel v rámci vlastní země a návštěvy cizinců v dané zemi], **trh směřující ven** [rozlišuje se příjezdový zahraniční cestovní ruch a výjezdový zahraniční cestovní ruch] a **domácí trh** [představující domácí cestovní ruch a návštěvy obyvatel dané země v cizině].

Trh cestovního ruchu se skládá z celé řady společně působících organizací:

1. prodejci zájezdů (cestovní agentury), cestovní kanceláře (touroperátoři), zprostředkovatelské organizace
2. dopravní společnosti
3. komerční ubytovací zařízení
4. stravovací zařízení
5. návštěvnické atraktivity
6. zábavní parky
7. sportovní a wellness centra

Je to trh, který se velmi dynamicky mění. Působí na něj řada objektivních i subjektivních faktorů: politické a společenské změny, právní úpravy, vývoj ekonomiky a ekonomická situace různých společenských skupin, demografická struktura populace, technologický pokrok zejména v dopravě, v informatice

a komunikacích, móda, změny životního stylu, množství volného času, rozvoj materiálně-technické základny atd.

Z hlediska poptávky (a samozřejmě i nabídky) je trh cestovního ruchu výrazně diferencován. Jeho **segmentaci** lze provádět podle hlediska demografického (věku, rodinného stavu, pohlaví apod.), podle motivace a potřeb, podle rozdílné ekonomické situace, podle národnostního složení a tak podobně (**Hesková a kol., 2006**, s. 62-63).

4 Cestovní ruch – významný faktor regionálního rozvoje

Regionální rozvoj je zapotřebí chápat především z hlediska **trvalého zabezpečování vyváženého rozvoje státu**, resp. území jeho regionů a územních obvodů nově zřízených krajů a obcí. Půjde o koordinaci působností orgánů veřejné správy a samosprávy, která s využitím principů hospodářské a sociální soudržnosti bude trvale přispívat ke snižování rozdílů mezi regiony podle předem stanovených cílů a priorit s upřednostněním zaostávajících regionů (**Hrabánková – Hájek, 2002**, s. 56).

Tomuto cíli slouží nejen **strukturální fondy Evropské Unie**, ale i **prostředky z národních zdrojů** (MMR – např. program Turistický ruch pro všechny).

4.1 Sledování potenciálního regionálního rozvoje

Je orientováno především na faktory rozvoje venkovských regionů s nižší hustotou obyvatel, jejich klesajícím počtem a vyšším podílem ekonomicky aktivních obyvatel v zemědělství. Jako předpoklad pro řešení rozvoje těchto regionů jsou uváděny zdroje, které mohou k jejich rozvoji přispět a zajistit jak strukturální změny ve venkovském prostoru, tak financovat projekty integrovaného rozvoje venkova v celém komplexu jeho sociálně ekonomických podmínek a vztahů. Tento rozvoj lze zajistit nejen z fondů EU (jakož i ze zdrojů republikových), ale i **zákony o podpoře regionálního rozvoje**, které definují regiony se soustředěnou podporou státu, mezi které řadí právě venkovské regiony. Jejich výběr a identifikace je součástí **strategie regionálního rozvoje...**

Za základní faktory rozvoje regionů, které intenzitu cestovního ruchu mohou ovlivnit, lze považovat:

- **přírodní faktory**, tj. dostupné surovinové bohatství, kvalitu půd, vodních zdrojů, stav přírody, klimatu apod.;
- **lidské, sociální a demografické faktory** – počet a struktura obyvatel (věková, vzdělanostní, příjmová apod.);
- **ekonomické faktory** – především ekonomický potenciál, který nespočívá pouze v absolutní hodnotě vytvořeného HDP/obyvatele, na přidané hodnotě vytvořené v jednotlivých odvětvích apod., ale i v dislokaci tohoto potenciálu ve smyslu prostorového rozmístění výrob a služeb a v jejich technických parametrech, ve struktuře podniků apod., v síti dopravní infrastruktury, v odvětvové struktuře, ve velikostní struktuře podniků apod., dále ve vlastnických vztazích a v úrovni vstřebávání výsledků výzkumu a vývoje.

Významným faktorem pro růst úrovně regionů je **vzdělanost a kvalifikace** jejich občanů, protože se ve svém důsledku promítá do zlepšování ekonomických kategorií, jako je produktivita práce, při uplatnění a zvládnutí moderních prostředků a technologie do kvality služeb apod.

K rozvojovému potenciálu regionů patří i **kulturně historické faktory**, zejména kulturní dědictví, tradice, kulturnost obyvatel a jejich estetické cítění s kulturně historickým vývojem svého regionu. To vše vytváří soubor faktorů a vztahů ovlivňujících **sociálně-ekonomickou úroveň regionu** a konkurenceschopnost jeho výrob a aktivit, včetně předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu. Působnost těchto faktorů bude však účinná za předpokladu dostatečných disponibilních zdrojů, které budou mít regiony k dispozici.

Především je třeba zvážit možnosti vlastních zdrojů regionu, odpovídajících svým zaměřením rozvojovým faktorům. Z tohoto důvodu sledujeme strukturu zdrojů z hlediska podpory jednotlivých rozvojových faktorů a hodnotíme je jako zdroje přírodní, lidské, ekonomické – především kapitálové, investiční.

U ekonomických zdrojů jde zejména o využití kapitálu pro růst především hmotného investičního majetku, který je důležitý pro následný rozvoj výroby a služeb založených na domácích zdrojích. Tyto jsou ovšem zatím značně omezené a je třeba využít **dotace a podpůrné programy** z jednotlivých resortů.

Nutné je povzbuzení cestovního ruchu vytvořením potřebného zázemí služeb a reklama regionálních specifíků – kulturním, historickým, tradicím, regionálním výrobkům gurmánským apod. To totiž tvoří nabídku regionu. Tato **nabídka regionu** by měla být základem pro rozvoj cestovního ruchu. Rozvoj marketingu na straně nabídky je předpokladem toho, aby cestovní ruch působil jako rozvojový faktor, a to ve všech svých složkách. Půjde o vymezení nositelů marketingových aktivit v regionu, což mohou být jak subjekty cestovního ruchu, tak subjekty státní správy nebo zájmová sdružení.

Ve venkovských regionech na cca 80 % území České republiky existují předpoklady pro zajištění rozvoje, ale je třeba **vytipovat disponibilní zdroje a stanovit efektivní směry jejich užití**. Pro sociální a ekonomický rozvoj jsou jedním z nejdůležitějších opatření investice do obnovy vesnic a jejich infrastruktury, rozvoje služeb a zejména podpora cestovního ruchu. S tímto záměrem je spojena především mobilizace veškerého dostupného kapitálu k diverzifikaci hospodářských činností s cílem zabezpečení nových zdrojů příjmů obyvatel, stability osídlení a celkové zvýšení konkurenceschopnosti venkovských regionů (**Hrabánková – Hájek, 2002**, s. 56 - 59).

5 Tábořsko – představení oblasti

Tábořsko je kraj podivuhodné krásy. Má všechno, co jižní Čechy mohou nabídnout, a snad oproti sousedním regionům i něco navíc: totiž mimořádně bohatou a zajímavou historii, která na nás promlouvá takřka na každém rohu. **Tábor je městem, jež bylo založeno dvakrát**. Poprvé v roce 1268, kdy z iniciativy krále Přemysla Otakara II. došlo k založení města Hradiště, které bylo však v roce 1276 zničeno. Ke druhému založení došlo v roce 1420, kdy na místě dnešního Tábora vzniklo husitské mocenské středisko nazvané Hradiště hory Tábor. Jsou tu mimořádně cenné a působivé památkové soubory – hrady, zámky, tvrze, kostely, kláštery, technické zajímavosti, neobyčejně bohatá je i nabídka lidové architektury, především zděných staveb ve stylu selského baroka; takové vesnice, jaké leží například na Soběslavsko-veselských blatech, nenajdeme nikde jinde v republice, ba ani v Evropě. Tábor byl nesporně srdcem **husitství**, blízké okolí pak jeho duší, podhoubím, z něhož se celé toto reformátorské náboženské hnutí, podpořené touhou

po sociální spravedlnosti, rodilo. Půvaby zdejší krajiny člověk po staletí dotvářel a zdokonaloval, snažil se s ní žít v souladu a pouze vylepšovat to, co snad zůstalo jen naznačeno. Příkladem mohou být rybníky, pro Tábořsko typické, ale třeba i drobné sakrální stavby, jako kapličky, boží muka, kříže či volné plastiky, které naši předkové dokázali umístit do přírody s mimořádným citem a pokorou (Soukup & David, 2006, s. 8).

5.1 Přehled turisticky zajímavých míst a objektů

5.1.1 Přírodní památky Tábořska

Botanická zahrada – jedná se o druhou nejstarší botanickou zahradu v českých zemích a jedinou v jižních Čechách, byla založena roku 1866 a za svůj vznik vděčí tehdejší hospodářské škole (nyní Vyšší odborná škola a Střední zemědělská škola Tábor). Pro svůj historický význam zahrada spolu s budovou školy nese od roku 2000 označení kulturní památka. Zahradu, jejíž celková rozloha je 2,5 ha tvoří rozsáhlé arboretum, skleníkové expozice a zcela unikátní hospodářský systém.



Jordánský vodopád – za vysokých stavů vody je turisticky atraktivní 18 m vodopád na Tismenickém potoce, bezprostředně pod výpustí **Jordánu** (nejstarší vodní nádrž ve střední Evropě, vybudované kvůli zásobování města vodou v roce 1492 – vodní plocha zaujímá rozlohu 50 ha a místy dosahuje hloubky až 18 metrů).

Řeka Lužnice – je nejvýznamnějším tokem a jakousi přirozenou páteří celého regionu, v průběhu let vytvořila pozoruhodné kaňonovité údolí. Úsek jejího toku mezi Tábořem a Bechyní patří k těm vůbec nejmalebnějším, zároveň je to krajinářsky zřejmě nejpůsobivější místo okresu.

Granátová skála – přírodní památka nacházející se ve stráni na pravém břehu Lužnice; jde o skalní výchoz tvoření horninou zvanou migmatit, jež vznikla průnikem magmatu do původního rulového materiálu. Díky tomu jsou v tmavé pararule patrné světlé proužky utužlého magmatu – a právě v těchto světlých částech se hojně vyskytují červené až hnědé granáty.

Geologická expozice pod Klokoaty – nově vybudovaná expozice Pod Klokoaty v Táboře představuje široké veřejnosti vybrané druhy hornin, které nás obklopují a jsou součástí neživé přírody našeho okolí, exponáty hornin regionu Jihozápad s jednotlivými popisy ke každému vystavenému exempláři, s geologickou mapkou, zákresem lokality výskytu a fotografiemi z místa sběru. V zájmu prezentace struktury vybraných vzorků byly provedeny maloplošné výbrusy.

Chýnovská jeskyně – ležící asi 3 km severovýchodně od Chýnova je nejstarší zpřístupněnou jeskyní v České republice. Byla objevena roku 1863 zcela náhodně při práci v jednom ze selských lomů na jižním svahu Pacovy hory. Na rozdíl od většiny veřejnosti přístupných slojí neoplývá Chýnovská jeskyně bohatstvím krápníků. Tento nedostatek je však plně nahrazen neobyčejně pestrými barvami mramorů a přítomností nepřehledného množství drobných krasových útvarů. Charakteristickými útvary zdejšího krasu jsou tzv. oka, vznikající na kontaktu mramorů s nekrasovými horninami. Již v roce 1868 byly veřejnosti zpřístupněny prakticky všechny v té době známé části jeskyně. Během dalších let se turistická trasa dále upravovala a měnila s ohledem na nově objevené prostory a bezpečnost návštěvníků. Po celkové rekonstrukci v roce 2004 je turisticky zpřístupněno asi 300 metrů chodeb a návštěvníci se dostanou až k hladině podzemního toku v hloubce



51 metrů (dosud nejnižší zjištěné části jeskyně se nacházejí 86 metrů pod povrchem, což řadí Chýnovskou jeskyni k největším v Čechách). Jeskyně je také největším známým přirozeným zimovištěm *netopýra řasnatého* v ČR a v zimních měsících poskytuje úkryt i dalším druhům netopýrů – *netopýru velkému*, *netopýru ušatému* a *netopýru vodnímu*. Pro svou jedinečnost byla Chýnovská jeskyně vyhlášena národní přírodní památkou. Ročně si jeskyni prohlédne více než 40 tisíc lidí.

Chýnovská jeskyně se nachází v přírodním útvaru zvaném Pacova hora, pod kterou je i velké podzemní jezero s pitnou vodou, jež je využíváno městem Chýnov jako zdroj.

Čertova hrbatina – je nejvýše položenou částí Jistebnické vrchoviny (v severozápadní části regionu). Skalnatý vrchol **Javorová skála** (723 m) je s televizním vysílačem nejvyšší kótou celého Táborska. V okolí jsou pro turisty lákadlem zejména lidové stavby v osadě Ounuz a nedaleký žulový skalní útvar **Čertovo břemeno** (715 m) opředený řadou pověstí.

Naučná stezka Nadějkovsko – 14 km dlouhá vlastivědně – přírodovědná stezka, jež zájemce provede nejhezčími kouty oblasti. Patnáct zastavení s informačními tabulemi seznamuje s místními rostlinami (ohrožená orchidej *prstnatec májový*) a živočichy (ohrožená *pěnice vlašská*, *dlask tlustozobý*, *krkavec velký*) i s historií zdejšího osídlení.

Přírodní rezervace Choustník – nachází se v blízkosti stejnojmenné obce, asi 15 km jihovýchodně od Tábora. Jakožto významný vrchol (689 m), navíc **se zříceninou středověkého hradu**, je častým cílem turistů. Celý vrchol je tvořen lesními porosty – zejména květnatými bučinami, místy s přechodem k suťovým lesům. Obyvateli kamenitých sutí jsou vzácné druhy měkkýšů, např. *zemoun skalní* a *vřetenatka mnohozubá*.

Mykologická rezervace u rybníka Luční – po stránce botanické hráz není zvlášť významná. Přesto zde, na rozloze pouhých 1,02 ha, bylo v roce 1988 vyhlášeno chráněné území (dnes se statutem národní přírodní památky) – předmětem ochrany se staly vyšší houby (*makromycety*) a vznikla tehdy první mykologická rezervace

na území bývalého Československa. Celkem bylo v NPP Luční zaznamenáno 418 druhů hub.

Borkovická blata (též Soběslavsko-veselská blata) – toto území je vyhledávaným turistickým cílem jak z hlediska národopisného (díky architektuře selského baroka), tak přírodovědného – leží zde dvě přírodní rezervace a pro návštěvníky je upravena

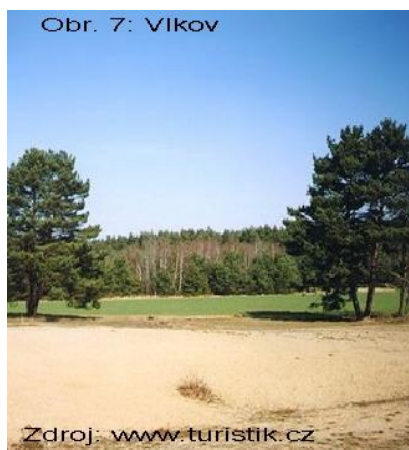


šestikilometrová okružní naučná stezka. Rašelinné ložisko blat se začalo vytvářet před více než 10 tisíci lety a tvorba rašeliny probíhala až do počátku její těžby (zpočátku – cca 100 let se jednalo o těžbu ruční, dále pak o velkoplošnou průmyslovou těžbu). Přírodovědně nejhodnotnější části oblasti byly vyhlášeny za přírodní rezervace (**PR Borkovická blata a PR Kozohlůdky**). Návštěvníci se zde mohou setkat se zajímavými zástupci fauny i flóry – např. celoevropsky ohrožené druhy vážek, vzácné druhy motýlů, mezi návštěvníky

nejoblíbenější *rosničku zelenou*, *bekasinu otavní*, byl zde pozorován i náš největší savec – los; z rostlinné říše jsou nejzajímavější rašeliništní „masožravky“ (*rosnatka okrouhlostá*, *bublinatka jižní a menší*).

Veselské pískovny a Písečný přesyp u Vlkova

– jedná se o území v minulosti poznamenané těžbou šterkopísků, dnes hojně navštěvované jako vyhlášené přírodní koupaliště. Je zde možno shlédnout řadu přírodovědných zajímavostí, díky sedmikilometrové naučné stezce. V živinově chudém prostředí mokrých písků běžně rostou masožravá *rosnatka okrouhlostá* a silně ohrožená *plavuňka zaplavovaná*. Ryby



ve zdejších vodách loví chráněná *vydra říční*. Suchá místa okolo písčitých cest i vlastní pláže představují ideální biotop pro pískomilný hmyz. V okolních lesích hnízdí i několik párů *dudků chocholatých*.

Uprostřed pole leží v bezprostřední blízkosti Vlkovské pískovny „ostrov jihočeské pouště“ – PR Písečný přesyp u Vlkova. Zachovaná písečná duna o velikosti 80x60 m převyšuje okolní terén o 4-6 metrů. Vznikla pravděpodobně již před více než 10 tisíci lety .

Památné stromy Tábořska – zákonem je na Tábořsku chráněno 48 stromů, jejich skupin a stromořadí, což dohromady představuje 180 chráněných jedinců (další staré stromy na prohlášení za památné teprve čekají.

5.1.2 Kulturní památky Tábořska



Radnice – tábořská radnice se řadí k nejvýznamnějším památkám pozdní gotiky v českých městech, je národní kulturní památkou. S jejím budováním se začalo pravděpodobně v prvních letech 16. století. Velký sál, nazývaný též „palác“, je oprávněně pokládán za historicky nejcennější interiér v Táboře. V přízemí radnice se nachází vstup do sítě podzemních chodeb, sály radnice slouží expozicím **Husitského muzea** i k pořádání významných kulturních akcí. Galerie pak předvádí česká umělecká díla ze 17. – 20. století.

Komplex tábořských **podzemních prostor** a chodeb představuje zvláště vyhledávanou raritu. Dnes hojně navštěvovaná památka vznikala od 15. století hloubením sklepů, nazývaných „lochy“, pod jednotlivými domy v historické části Tábořska, na Starém Městě. Později byly navzájem propojeny a tento podzemní systém pak sloužil i jako útočiště během válek nebo při požárech. Veřejnosti přístupný je úsek v délce asi 650 m.

V muzeu bude začátkem letošního července otevřena nová expozice, která vzniká za finanční podpory norských fondů.

Městské hradby – v době svého vzniku, tj. kolem poloviny 15. století, představovaly táborské hradby značně komplikovaný opevňovací systém, který ve střední a západní Evropě jen stěží nalézal konkurenci. Soustava opevnění využívala účinnou kombinaci parkánové a hlavní hradby. Na vhodných místech hradbu doplňovaly věže a bašty. Přesto, že většinu hradeb v průběhu 19. století měšťané zbourali, mohou i dnes návštěvníci jejich důmyslnost obdivovat alespoň v dochovaných částech – např. v parku Velký šanc, který láká k příjemnému posezení a rozjímání.



Kostel Proměnění Páně na hoře Tábor – pozdně gotická stavba z let 1440 – 1512.



Interiér kostela v podobě síňového trojlodí se síťovou klenbou nesenou osmibokými sloupy je připisován kamenickému mistru Staňkovi z Menšího Města pražského. Renesance přispěla v 16. stol. (po katastrofálním městském požáru v roce 1532) obloučkovými štíty na průčelí a bocích svatyně, v baroku upravil věž pražský stavitel Giovanni de Capauli. Po 197 schodech je možno vystoupat na vyhlídkový ochoz **kostelní věže** a pokochat se báječným výhledem na město a okolí.

Táborské domy – jedná se převážně o gotické, renesančně přestavěné měšťanské domy, s členitými štíty, místy s renesančními sgrafity, případně barokní úpravou fasád. K nejhezčím a architektonicky nejcenějším patří čp. 2, 5, 6, 13, 16, 19 a 22.

Hrad Kotnov a Bechyňská brána – dominantu nejstarší dochované architektonické památky v Táboře představuje z daleka viditelná věž Kotnov. K založení hradu došlo zcela jistě již někdy ve druhé polovině 13. století za vlády Přemysla Otakara II. Jeho opevnění bylo navíc zesíleno příkopy a parkánovou hradbou. Postupem času klesal obranný význam citadely a těžkou ránu jí zasadil

Obr. 11: Kotnov a Bechyňská brána



i požár v roce 1532. Od té doby hrad sloužil především k hospodářským účelům, ale nacházela se zde i městská šatlava. V letech 1612 -1613 byl areál hradu přestaven na pivovar. Z ochozu kotnovské věže může návštěvník obdivovat krásu města i okolí. K hradní věži přiléhá jediná dosud stojící městská brána, zvaná Bechyňská – dochovala se téměř v původním stavu z doby po roce 1420. V působivém prostředí jejích gotických interiérů je umístěna stálá expozice Husitského muzea s názvem Život a práce středověké společnosti.

Výstava Táborský poklad – tato výstava přibližuje netradičním způsobem období středověku. Nachází se v prostorách bývalé sladovny v areálu táborského hradu. Je věnována archeologickému nálezů z roku 2001, kdy byl při rekonstrukci jednoho z domů poblíž Žižkova náměstí objeven unikátní stříbrný poklad z jagellonského období.

Poutní kostel Klokočy - Byla založena kolem roku 1700 v místě bývalého gotického kostelíka. Samotný kostel jehož projekt si vzal za vzor patrně dílo jednoho z nejtalentovanějších architektů své doby, Jana Santiniho, se podařilo dokončit již v roce 1714. Postupně ke kostelu přibýly ještě ambity a kaple, až vznikl neobyčejně působivý stavební soubor s půdorysem přibližně ve tvaru dvojitého kříže. Krásu umělecky vysoce hodnotné barokní stavby podtrhuje její sepětí s okolní přírodou.

Jedna z nejcennějších kulturních památek v regionu tak právem snese srovnání s největšími skvosty architektury evropského baroka. Klokoaty představují také cíl oblíbených vycházek. Z Kotnova přes Holečkovy sady, pojmenované na počest významného spisovatele a překladatele Josefa Holečka (1853-1929), který v Táboře studoval, sem vede křížová cesta. Poutní kostel stále slouží i původnímu účelu, neboť vždy na konci léta se zde konají bohoslužby za účasti velkého počtu návštěvníků z blízkého i vzdáleného okolí.

Rozhledna Hýlačka – dřevěná rozhledna ve tvaru husitské hlásky tyčící se nad osadou Větrovy u Tábora nabízí zajímavé pohledy do širokého okolí.

Sezimovo Ústí – v novodobých dějinách je město Sezimovo Ústí spojeno s osobností prezidenta Edvarda Beneše, který je zde i s manželkou Hanou pochován. Přístupný veřejnosti je hrob a Památník dr. Beneše. Expozice s originálním filmovým programem je věnována státnickému dílu a demokratickému odkazu druhého československého prezidenta a zároveň rodinnému životu manželů Benešových v jejich ústecké vile.

Kozí hrádek – je národní kulturní památkou. Je známý zejména setrváním mistra Jana Husa v letech 1413 – 1414.

Barokní zámek Měšice – je dominantou městské části Měšice, stojí na místě původní tvrze ze 13. století.

Zámek Chotoviny – klasicistní zámek z let 1770-80 vybudovaný na základech tvrze ze 13. století. Dnešní podoba zámku je z roku 1873, kdy byl novorenesančně upraven. Kolem zámku se nachází francouzská zahrada a chráněný anglický park. Od září 2009 jsou prohlídky pro skupiny pouze na objednání.

Hrad Borotín – nachází se severozápadně od Tábora nedaleko obce téhož jména. První písemná zpráva k hradu je zachována k roku 1356. Hrad byl vypleněn za třicetileté války a následně zpustl.

Hrad Dobronice – zřícenina hradu se nachází jihozápadně od Tábora u vesnice stejného jména. Byl postaven patrně na začátku 14. století, hrad byl v průběhu let majetkem Rožmberků či Jezuitů, kteří jej užívali jako letní rezidenci až do roku 1727. Po zrušení řádu byl opuštěn a zanikl.

Hrady Příběnice a Příběničky – první zmínky spadají do 13. století, oba hrady byly dobyty Husity v listopadu 1420, nedlouho nato byly oba hrady i s podhradním městečkem pobořeny, opuštěny a zůstaly nadále neosídleny.

Hrad Šelmberk – nachází se nedaleko Mladé Vožice, byl založen na počátku 14. století a po častém střídání majitelů v průběhu 17. století zpustl.

Chýnov – ve městě je veřejnosti přístupný Bílkův dům, postavený podle projektu slavného chýnovského rodáka – sochaře, architekta, kreslíře a grafika Františka Bílka. V interiéru se nachází umělcův ateliér s vybavením a díly, spjatými především s jeho chýnovským pobytem.

5.1.3 Technické památky Tábořska

Nedělitelnou součástí kulturně-historických památek a kulturních a společenských akcí v městském a vesnickém prostředí jsou i stále více vyhledávané unikátní místní technické atraktivita. Propojení technických památek s památkami kulturně-historickými a přírodními umožňuje jejich společné využití v produktech cestovního ruchu.

Kromě již zmiňovaného opevnění hradu Kotnov s Bechyňskou branou či městského hradebního opevnění se Tábořsko pyšní například **Vodárenskou věží** – z níž se voda čerpaná z Jordánu rozváděla samospádem dřevěným potrubím nejprve do protipožárních cisteren a od 16. století i do staroměstských kašen. Dnes její prostory slouží pro galerijní využití. **Kašny na Starém městě** též stojí za zmínku. Začaly vznikat ve druhé polovině 19. století (vyjma kašny na Žižkově náměstí, jejíž stavba započala již v roce 1567) a sloužily pro zásobování pitnou a užitkovou vodou.



Údolní nádrž Jordán – nejstarší střeoevropská umělá vodní nádrž, symbolicky nazvaná Jordán, vyřešila v roce 1492 nedostatek vody na vysokém táborském ostrohu. Nádrž zaujímá plochu více než 50 ha, čítá zásobní kapacitu přibližně 2 miliony m³ vody a směrem k městu je uzavřena 20 m vysokou a 283 m dlouhou hrází.

Meziměstská elektrická dráha Tábor – Bechyně a sdružený most v Bechyni – elektrická dráha byla postavena na samém začátku 20. století dle projektu Františka Křižíka a dodnes je plně funkční, o čemž je možno se přesvědčit během několika prázdninových vyjížděk. Železobetonový most přes 40 m hluboké údolí Lužnice převádí silnici a železnici. Jeho oblouk se dvěma žebry má rozpětí 90 m a vzezření 38 m.

Gotická sýpka a zámek v Bechyni – byla postavena na konci 15. století a z umělecko-historického hlediska má tato sýpka (kromě hradu pražského) nejstarší bezžeberné klenby v Čechách. V roce 1998 zde bylo zřízeno vyhledávané Muzeum Vladimíra Preclíka.

Stádlecký řetězový most – silniční visutý řetězový most je jedním z posledních dochovaných empírových řetězových mostů ve Střední Evropě. Původně byl postaven v roce 1847, aby přemostil Vltavu v Podolsku. Zde sloužil 113 let, ale před napuštěním Orlické přehrady byl rozebrán, převezen a znovu sestaven nad Lužnicí mezi obcemi Stádlec a Dobřejice.

Táborsko nabízí svým návštěvníkům nespočet atraktivit historických či přírodních, mnoho celoročních výstav či kulturních akcí (které budou rozvedeny v dalších částech práce).

Mimo jiné oblast Táborska umožňuje zájemcům rozličné možnosti sportovního vyžití (běžecké tratě, turistické trasy, vodní turistika, jezdeckví apod.); taktéž v současnosti velmi oblíbenou agroturistiku..



II Praktická část

6 Metodika

V diplomové práci je využito zejména metod komparačních, je doložena vizualizace dat zejména formou tabulek.

Při výpočtu je vycházeno z následujících zdrojů dat, mimo jiné též z podkladů Marketingové strategie cestovního ruchu a kultury:

- Statistická data ČSÚ:
 - Celostátní, v základním členění dle krajů, okresů, návazně rovněž dle turistických regionů (viz http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cestovni_ruch).
 - Krajská – vychází z regionálních statistických informací, v daném případě za Jihočeský kraj (viz <http://www.czso.cz/xc/edicniplan.nsf/publ/13-3101-08-2008>)
 - Satelitní účet cestovního ruchu (ČSÚ, viz http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu)
- Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky – realizovaný ČCCR-CzechTourism (<http://monitoring.czechtourism.cz>)
- Vlastní šetření (počty lůžek)
 - vychází z tabulky č. 4: Lůžková kapacita ubytovacích zařízení v Táboře a okolí

Kategorie ubytování	Tábor	Okolí	Táborsko celkem
Hotel ****	223	0	223
Hotel ***	306	373	679
Hotel * a **	0	580	580
Motel	0	26	26
Penzion	384	414	798
Privát	25	194	219
Ubytovna	151	256	407
Celkem ubytovatelé	1 089	1 843	2 932

Zdroj: TIC

7 Vlastní práce

8 Základní informace o okrese Tábor

Okres Tábor leží v severní části Jihočeského kraje. V rámci kraje sousedí s okresy Písek, České Budějovice a Jindřichův Hradec. Na severu sousedí s okresy Příbram a Benešov (Středočeský kraj), na východě s okresem Pelhřimov (kraj Vysočina). Centrem okresu z hlediska rozmístění obyvatel je **město Tábor** (soustřeďuje 34 % všech obyvatel okresu), v rámci kraje je druhým největším městem Jihočeského kraje. Je sídlem orgánů státní správy a institucí v rámci rozsahu obcí s rozšířenou působností III. typu. Geografická poloha města Tábor na spojnici Prahy a Českých Budějovic a relativně dobrá dopravní dostupnost z Prahy (cca 94 km, autem dosažitelné po další dostavbě dálnice do 1 hod.) umožňuje částečně využít zájmu turistů o hlavní město. Také vzdálenost 60 km od Českých Budějovic dává předpoklad zhodnocení pozornosti návštěvníků o jižní Čechy a tranzitujících turistů mezi hlavním městem a jižními Čechy.

Mapa 1: Okres Tábor v rámci ČR



Zdroj: www.zemepis.com

Rozloha okresu činí 13,2% z celkové plochy kraje (páté místo v kraji). Z 59,3 % jej tvoří zemědělská půda. Lesy pokrývají 29,3 % plochy okresu, což představuje druhou nejnižší výměru lesních porostů ze všech okresů v Jihočeském kraji. Počtem obyvatel 103 tis. osob, stejně jako hustotou osídlení, je na druhém místě v kraji. Ze správního pohledu se jeho území člení do 111 obcí, z nichž 8 má statut města.

Meziročně byl v Jihočeském kraji nárůst obyvatel za 2. pololetí 2009 o 1315 obyvatel. V okrese Tábor se v roce 2008 narodilo 363 a zemřelo 351, přistěhovalo 722 a vystěhovalo 910 obyvatel. Celkem došlo k úbytku o 176 obyvatel. K 30. 9. 2009 bylo z hlediska struktury podnikatelské sféry zapsáno do registru ekonomických subjektů 25519 podnikatelských subjektů, to představuje 16,5 % z celkového počtu ekonomických subjektů kraje.

Nadmořská výška se v okrese pohybuje od 354 m v jižní části, kam ještě zasahuje Třeboňská pánev, do 724 m na severu v oblasti Mladovožicka a Jistebnicka. Území patří po většinu roku k chladnějším oblastem kraje. Mírně zvlněný kraj Táborské pahorkatiny je vhodným místem pro strávení příjemné dovolené. Jihozápadně od Tábora jsou rovinná blata s typickou jihočeskou lidovou architekturou, rašeliništi a rozsáhlými lesními komplexy. Příroda kolem Tábora skýtá dobré podmínky pro pěší turistiku, cyklistiku nebo projížďku na koni. Řeka Lužnice, která se proplétá celým regionem, přímo vybízí k výletu na kánoji či rybaření. Táborská krajina je plná rybníků, které jsou využívány k rekreaci (koupání). Na březích řeky a rybníků se nacházejí autokempy, chatové osady a vodácká tábořiště (ubytování).

Okres Tábor tedy láká své návštěvníky nejen přírodními krásami, ale i starými městy a historickými památkami (**Marketingová strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor, 2009**).

Základní nabídka významnějších turistických cílů byla již vzpomenuť v literární části práce, viz str.22.

Obrázek č. 14: Okres Tábor



Zdroj: Marketingová strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor

8.1 Analýza potenciálu cestovního ruchu města Tábora

8.1.1 Definování předmětné oblasti

Město Tábor, resp. oblast Táborska patří k místům, která mají na trhu cestovního ruchu určité postavení a jejich uplatnění je přímo úměrné kvalitě nabídky a účinnosti zvolených forem marketingu. Cestovní ruch není možné z pohledu nabídky zcela omezit na řešení katastrálního území města Tábor. Turisté se pohybují nezávisle na administrativních hranicích města či jinak definovaného území. Využívají a do svého programu zahrnují blízké i vzdálenější turistické a kulturní cíle, které mohou dotvořit základní nabídku města Tábor. Z tohoto důvodu jsou brány v některých případech v rámci analýz i dále při tvorbě turistického produktu možnosti (služby, cíle, aktivity), které jsou nabízeny vně území města Tábor.

9 Vymezení území na základě rajonizace cestovního ruchu

Z hlediska historického, díky rozvoji cestovního ruchu v šedesátých letech, vyvstala potřeba rajonizovat důležité oblasti cestovního ruchu (jež byly posuzovány podle pěti neměnných hledisek – přírodní podmínky, podmínky vytvořené člověkem, vybavenost, doprava, negativní vlivy - a následně klasifikovány buď na území s převahou podmínek vhodných či nevhodných pro cestovní ruch a rekreaci). Souhrn výše uvedených podmínek přispěl k charakteristice jednotlivých oblastí z hlediska jejich funkční náplně z pohledu cestovního ruchu. Území Česka bylo rozděleno do 47 tzv. turistických oblastí, přičemž každá z nich podléhala ještě dalšímu řazení do 4 kategorií.

Oblast Táborska byla stanovena jako III. kategorie, do níž byly zahrnuty oblasti s kvalitními předpoklady – s podmínkami představujícími nižší stupeň zastoupení rekreačně vhodných ploch, s užším souborem funkcí, možností celostátního uplatnění, se smíšenou časovou využitelností.

Město Tábor bylo zařazeno do **oblasti cestovního ruchu Táborsko** (s podoblastí Lužnice), jehož hlavní funkcí byla krátkodobá i dlouhodobá rekreace. K ostatním funkcím patřila pěší turistika, vodní turistika, vodní sporty, lázeňské léčení, myslivost, sportovní rybolov, kulturní památky s mezinárodním významem. Dominantní byla letní sezóna. Město Tábor bylo též zařazeno do I. kategorie měst s širokým uplatněním dosahujícím ve vztahu k cestovnímu ruchu nadprůměrné úrovně v oblasti atraktivit i vybavenosti, zejména u kulturních památek, kulturně historických zařízení a ubytovacích kapacit.

Po roce 1989 přestala pro stát platit Směrnice pro realizaci rajonizace cestovního ruchu ČSR a regiony, města a obce si začaly samostatně vytvářet podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Od roku 1998 usilovala Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism o vytvoření marketingových turistických regionů, kde na rozdíl od původní rajonizace jde zejména o vytvoření regionální správy turistické destinace zdola, na základě dohody měst, obcí, okresů, respektive sdružení obcí. Účelem bylo změřit, vzájemně porovnat a celkově vyhodnotit komplex podmínek pro rozvoj cestovního ruchu v diferencovaných prostorech – využít přírodní a kulturně historický potenciál jednotlivých oblastí republiky pro odpovídající kvantitu a strukturu cestovního ruchu. Oblastí, pro které byl zaveden název turistické

marketingové regiony, byly pojaty jako území, pro které je typický určitý dominantní druh cestovního ruchu, který spojuje a sjednocuje ostatní turistické a rekreační formy produkované regionem a zároveň region odlišuje od ostatních.

Z pohledu současnosti, je v České republice od roku 2000 vymezeno 15 turistických regionů a 43 turistických oblastí. Turistické regiony se povětšinou přidržíjí územně správního členění republiky a jsou propojovány jako organizační, koordinační i finanční nástroje pro podporu regionálního cestovního ruchu. I když nemají návaznost na současné organizační poměry ve sféře cestovního ruchu, odpovídají v maximální možné míře podmínkám současného období.

Díky iniciativě krajů je územní členění turistického potenciálu České republiky opět aktualizováno a mnohdy ještě více přiblíženo krajským hranicím. Původní termíny turistický region a turistická oblast byly nahrazeny termínem „turisticky významné území“ a tím byl vytvořen soulad s Konceptí státní politiky ČR ČR na léta 2007 – 2013. Většina kraji definovaných území nenaplnuje definici turistických regionů a oblastí v této Koncepti. Města Tábor se změny, které jsou připraveny k odsouhlasení všemi kraji, vlastně netýkají. Město Tábor je logicky začleněno v turistickém regionu, resp. v turisticky významném území Jižní Čechy, které převážně odpovídá hranicím Jihočeského kraje.

9.1 Vymezení území cestovního ruchu v Jihočeském kraji

Základním východiskem pro vymezení regionálního členění cestovního ruchu v Jihočeském kraji se stal také Manuál rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji, který byl vytvořen pro Jihočeskou centrálu cestovního ruchu v roce 2007 firmou Incoma Research. Dle tohoto zdroje jsou uvažovány tři varianty segmentace:

1) **členění dle územně-správních celků** – respektuje zažitě dělení územních celku na okresy (je dáno spíše administrativně, neodráží specifika subregionů) a tedy umožňuje snadnější orientaci domácích návštěvníků. Jakási „zodpovědnost“ za marketingovou komunikaci spadá jednotlivým okresům, pověřeným obcím či dominantním městům. Hlavní význam této varianty je spatřován v jednotné marketingové prezentaci okresu, jeho sídel, resp. okolí.

2) členění dle funkčních územních celků – je kombinací předchozí varianty s přesněji vymezenými regiony dle jejich funkčnosti. Konkrétní subregion je schopen „dát o sobě vědět“ a tedy vzbudit přímou asociaci s určitým druhem dovolené. Tímto způsobem mohou jednotlivé menší turisticky vyhledávané celky spolupracovat a vytvořit tak provázanou a tím i atraktivnější nabídku pro potenciálního návštěvníka. Jako možné negativum je označován okamžik, kdy daný subregion nabízí více rozdílných způsobů trávení volného času, což údajně přináší i problém obtížnějšího zacílení na požadovanou cílovou skupinu. V této definici já však problém nespatřuji – ba právě naopak (čerpám-li ze zkušeností ze své víceleté praxe v oblasti cestovního ruchu), v této různorodosti nabídek si jsou návštěvníci, dle mého názoru, vždy schopni vybrat buď specificky orientovanou atraktivitu či přímo přijíždějí za cílem „okusit“ vše co je jim nabízeno a tedy je možno uspokojit opravdu široké spektrum zájemců.

Toto členění je v současnosti efektivně využíváno ze strany JCCR (např. na internetovém portálu Informační systém cestovního ruchu Jihočeského kraje www.jiznicechy.cz) a zohledňuje některé dílčí specifické subregiony, které mohou územně přesahovat i do jiných okresů.

3) členění dle základního využití destinace v cestovním ruchu – kdy snahou je sdružit různé lokality do typově homogenních celků bez ohledu na jejich geografickou polohu. Výhodou těchto typově vymezených lokalit s tzv. „společným jmenovatelem“ se zvyšuje schopnost oslovit potenciálního návštěvníka. Dále i více odráží specifika a konkrétní možnosti jednotlivých míst a přitom respektuje celistvost Jihočeského kraje jako destinace cestovního ruchu. Portfolio Jihočeského kraje by mohlo zahrnovat např. následující specifické lokality:

- **Jihočeská příroda** – tento typ lokality spojují především možnosti trávení aktivní dovolené v přírodě, dílčí členění může být např. Šumava, Novohradsko, Česká Kanada

- **Jihočeské rybníky** - rybníky Třeboňské pánve, rybníky Českobudějovické pánve

A dále např. Jihočeská historická místa, Jihočeský venkov, Jihočeská města.

Nevýhodou tohoto členění ovšem je nejednoznačnost, některá místa se mohou objevit i ve více skupinách. Navíc je tato segmentace obtížně propojitelná s obvykle používanými územními celky.

Jako nejméně vhodná se jeví varianta první (striktní vymezení dle administrativních celků – okresů, které často představují velmi heterogenní územní celek). Varianta třetí (dle základního využití destinace v cestovním ruchu) sice nejlépe vystihuje charakter území, ale její využití může mít jisté limity. Varianta druhá, částečně kombinující prvky z obou výše uvedených přístupů, představuje určitý kompromis. Nutno podotknout, že oblasti Táborska se výše uvedené varianty (tedy kromě varianty třetí) víceméně nedotýkají.

10 Celkové postavení města Tábor v rámci regionu Jižní Čechy

Tábor a okolí je součástí turistického regionu Jižní Čechy, který je svým přírodním prostředím, dochovanými památkami, množstvím vodních toků, rybníků a údolních nádrží hojně navštěvovanou oblastí a to především domácími turisty. V rámci regionu nemá výraznější postavení. Strategické a marketingové nástroje regionu zahrnují město Tábor do celkové nabídky s důrazem na historii husitství, městskou památkovou rezervaci, využití řeky Lužnice a akci Táborská setkání.

Z pohledu regionálního není město sídlem žádné významné státní instituce nad rámec pověřené obce. Pro turisty je atraktivní především historické centrum města, vodní nádrž Jordán a údolí řeky Lužnice. Okres Tábor nabízí 87 hromadných ubytovacích zařízení, tj. 8,8 % z celkové kapacity Jihočeského kraje a je to 5. místo ze sedmi okresů. Na stejné pozici je i v počtu pokojů (11,5 %) a v počtu lůžek (11,3 %). Naopak na třetím místě je v kraji v průměrné ceně za ubytování. Nelze však jednoznačně konstatovat, že cena odpovídá kvalitě ubytovacích kapacit.

Tabulka 1: Kapacita hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu dle okresů
k 31.12.2008

Kraj, okresy	Počet zařízení	Počet pokojů	Počet lůžek	Počet míst pro stany a karavany	Průměrná cena za ubytování (Kč)
Jihočeský kraj	984	17691	51381	13967	295*
z toho					
České Budějovice	115	3328	9007	1513	366*
Český Krumlov	269	3660	10531	4213	347*
Jindřichův Hradec	197	3433	9862	3762	261*
Písek	76	1684	5369	1063	266*
Prachatice	181	2405	7276	1455	253*
Strakonice	59	1139	3509	865	205*
Tábor	87	2042	5827	1096	301*

Zdroj: ČSÚ

Pozn.:* údaje z roku 2007

Tabulka 2: Hromadná ubytovací zařízení cestovního ruchu dle kategorie
k 31.12.2008

Kraj, okresy	HUZ celkem	Hotely***** Hotely****	Ostatní hotely a penziony	Kempy	Chatové osady a tur.ubytovny	Ostatní zařízení
Jihočeský kraj	984	26	493	125	113	227
České Budějovice	115	6	65	15	6	23
Český Krumlov	269	10	141	26	28	64
Jindřichův Hradec	197	4	97	35	21	40
Písek	76	1	29	12	16	18
Prachatice	181	2	100	11	22	46
Strakonice	59	-	23	12	9	15
Tábor	87	3	38	14	11	21

Zdroj: ČSÚ

10.1 Základní informace o městě Tábor

Město Tábor - „město založené dvakrát“, rozprostírající se na 6221 ha, leží na severním okraji jižních Čech na rozhraní Třeboňské pánve a Vlašimské vrchoviny, 83 km jižně od hlavního města Prahy, 60 km severně od Českých Budějovic. Aglomerace Tábora, Sezimova Ústí a Plané nad Lužnicí vytváří druhou největší koncentraci obyvatel i hospodářských aktivit v jižních Čechách. Tábor je se svými téměř 36 tisíci obyvateli druhým největším městem v Jihočeském kraji, je zde k dispozici divadlo, kino, muzeum, řada galerií a výstavních sálů, zimní stadion, plavecký stadion s aquaparkem, atletický stadion (s jedním z nejmodernějších umělých povrchů, odpovídá požadavkům na pořádání republikových i mezinárodních mítinků) a další sportovní zařízení, nemocnice a 12 středních škol. Město Tábor je domácí i zahraniční veřejnosti známo především jako místo bezprostředně spjaté s významnou kapitolou evropských dějin – husitstvím a jeho velkými osobnostmi – zejména Janem Žižkou z Trocnova, spoluzakladatelem husitského Tábora. Historie města se začala psát ve 13. století za vlády Přemysla Otakara II., kdy na náhorní plošině nad řekou Lužnicí vzniklo město „Hradiště“. Strategické polohy města využili zradikalizovaní husité - stoupenci učení velkého reformátora katolické církve Mistra Jana Husa, kteří převedli zbytek obyvatel z nedalekého Sezimova Ústí na místo bývalého Hradiště. Založili zde roku 1420 vojenské město, odkud pod vedením hejtmána Jana Žižky a Prokopa Holého vedli husité své vítězné výpravy. Tábor vznikl na mimořádně výhodném místě – z jihu jej obtéká řeka Lužnice, do níž se hlubokým údolím vlévá Tismenický potok. Vodní toky spolu se skalnatými srázy a vybudovaným opevněním vytvořily proslulou nedobytnost husitského Tábora. Po porážce radikálních husitů v bitvě u Lipan došlo ke smíru Táborských s císařem Zikmundem a roku 1437 byl Tábor prohlášen za královské město. Během staletí prošlo město mnoha stavebními proměnami, ale svůj středověký charakter si uchovalo. Dnes je historické jádro díky systému zástavby a množství zachovaných památek Městskou památkovou rezervací.

Návštěvníci obdivují nejvíce Žižkovo náměstí (450 m n. m.), jemuž vévodí pomník slavného vojevůdce Jana Žižky a pozdně gotická budova radnice, v níž je umístěna expozice Husitského muzea a druhý největší gotický sál v České republice. Město nabízí pohledy na fasády starých měšťanských domů, v jejichž výzdobě se

harmonicky mísí stavební slohy - pozdní gotika s renesancí, barokem i rokokem. Pod většinou měšťanských domů, prakticky v celém středu města, byly na počátku 16. století vyhloubeny sklepy, které byly postupně propojeny. Jejich část v délce cca 650 m je dnes přístupná veřejnosti.

Z původního hradu Kotnov zůstala zachována věž, ze které se nabízí výhled nejen na historické jádro města, ale i na nedaleký barokní chrám v Klokotech - známé poutní místo. Objekt hradebních křídel a bývalého areálu pivovaru je nyní zrekonstruován a částečně využit pro hotel se společenským zázemím. V centru města se rozprostírá nejstarší údolní nádrž ve střední Evropě, zvaná Jordán, která vznikla roku 1492, s možností vodní rekreace.

Z hlediska ekonomické prosperity je důležité, že Tábor dnes leží na křižovatce významných dopravních tahů Praha – České Budějovice - Linec a Písek - Pelhřimov – Brno (**Marketingová strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor, 2009**).

10.2 Doprava

10.2.1 Silniční infrastruktura

Převážná část popisovaného území leží v koridoru mezinárodního tahu E55 procházejícího Českem ve směru Berlín – Ústí nad Labem – Praha – Tábor – České Budějovice – Dolní Dvořiště – Linz. Zmíněný silniční koridor prochází severojižní nadregionální rozvojovou osou Táborska a vymezuje v popisovaném území přepravní páteř. Město Tábor spojuje s touto komunikací cca 4 km východním směrem.

I/3/D/3 – E55 (Berlín) – Ústí nad Labem – Praha – Tábor – České Budějovice – Dolní Dvořiště – Linz

Nejdůležitější silnice na území Jihočeského kraje, která spojuje nejdůležitější sídelní aglomerace kraje, je součástí mezinárodního silničního tahu E – 55. Její dopravní kapacita je v některých místech značně přetížená. I/3 plní úlohu silnice regionálního i nadregionálního významu.

Městem prochází dvě silnice první třídy.

I/19 – Losina u Plzně – Milevsko – Tábor – Pelhřimov

Jedná se silnici nadregionálního a regionálního významu. Vytváří významnou dopravní osu ve směru východ – západ. Navazuje na silnici I/3 a dálnici D/3.

I/29 – Písek – Bernartice – Oltyně – Tábor

Silnice plní funkci mezioblastní přepravní osy s relativně silnou zdrojovou a cílovou dopravou koncentrovanou do města Tábor s přímou návazností na – v současnosti rozestavěnou - dálnici D/3. Úsek Tábor – Veselí nad Lužnicí má být dokončen v roce 2011-2012 (dle finančních zdrojů).

Místní komunikace navazují na průtahy silnic procházející zastavěným územím. V historickém jádru je uliční profil užší, což je řešeno organizačními opatřeními a v návrhu postupným omezením dopravy.

10.2.2 Železniční infrastruktura

Popisovaným územím prochází železniční trať č. 220, která je zařazena do sítě evropských železničních magistrál. Stávající železniční síť:

Trať č. 220 – Praha – Benešov – Tábor – České Budějovice – Horní Dvořiště – státní hranice (celostátní a mezinárodní význam). Tato trať je elektrifikovaná a je součástí evropské železniční magistrály E55 Stockholm – Berlin – Praha – Horní Dvořiště – Linz, Salzburg – Venezia – Bologna a v úseku Praha – Horní Dvořiště – Linz – St. Michael i vedlejší E551. Trať č. 220 je součástí 4. tranzitního koridoru. V úseku Praha – České Budějovice je modernizace téměř dokončena. V konečné podobě bude trať v celém úseku Praha – České Budějovice dvoukolejná, s max. rychlostí 160 km/hod.

Trať č. 201 – Ražice – Písek – Tábor (celostátní význam). Jednokolejná trať s motorovým provozem, propojuje dvě významné elektrifikované tratě č. 190 Plzeň – České Budějovice a č. 220 Praha – České Budějovice. Je využívána jako součást dálkového tahu Plzeň – České Budějovice - Tábor – Jihlava – Brno a pro každodenní dojížděku Tábor – Písek.

Trať č. 224 – Tábor – Obrataň – Pelhřimov – Horní Cerekev (celostátní význam). Jednokolejná trať s motorovým provozem, využívaná především pro přepravu osob a nákladů na regionální úrovni, pro každodenní dojížděku do zaměstnání, škol, za vybaveností apod.

Trať č. 202 – Tábor – Bechyně (regionální význam). Jednokolejná koncová elektrifikovaná trať, patřící do sítě regionálních tratí, využívaná pro každodenní osobní přepravu a manipulační vlaky nákladní dopravy.

Nutno dodat, že díky **modernizaci tábořského nádraží** došlo k poskytnutí většího komfortu cestujícím.

Obrázek č. 15: Mapa regionu s vyznačenou dopravní infrastrukturou



Zdroj: Propagační leták Tábořsko – tipy na výlety

10.2.3 Letecká doprava

Letecká doprava na území Tábořska není využívána pro přepravu osob, ale pro sportovní létání, nepravidelné civilní a vojenské lety a pro hospodářskou činnost v zemědělství a lesnictví. Letiště Tábor/Čápův Dvůr - travnaté letiště, vnitrostátní, situované 3 km od Tábora jihovýchodním směrem. Má dvě vzletové a přistávací

dráhy. Letiště je využíváno především pro sportovní letectví případně nepravidelné dopravní lety.

Letiště Tábor/Všechov - vojenské letiště, situované 3 km od Tábora směrem na severozápad.

Má jednu vzletovou a přistávací dráhu. Je využíváno pro sportovní letectví, popřípadě pro krátkodobý sezónní provoz.

Nejbližší mezinárodní letiště je v Praze Ruzyni vzdálené od města 100 km a rovněž letiště v Českých Budějovicích vzdálené cca 60 km, které je veřejné vnitrostátní a neveřejné mezinárodní a je způsobilé pro lety za viditelnosti ve dne.

10.2.4 Veřejná doprava a parkování

Železniční stanice Tábor je umístěna v západní části nového města a ihned v jejím sousedství je autobusové nádraží. Za zvážení stojí, aby došlo k prodloužení otevírací doby autobusové haly včetně služeb, samozřejmě za posílení bezpečnostních prvků (dozor odpovědných orgánů) – aby byla zajištěna bezpečnost cestujících. Městskou hromadnou dopravu (dále MHD) na území Tábora zajišťuje firma COMETT PLUS, spol. s r.o. V provozu je celkem 15 linek MHD, které jsou obsluhovány ve špičce 32 autobusy. 16 autobusů je nízkopodlažních, z nichž několik je na plynový pohon. V Táboře byla otevřena jedna z prvních velkých plnění na zemní plyn (CNG). Stojany sloužící k plnění osobních i nákladních automobilů a autobusů jsou umístěny v areálu čerpací stanice společnosti COMETT PLUS, spol. s r. o. a jsou volně přístupné veřejnosti.

Návštěvníkům města Tábora, kteří přijíždí automobilem je k dispozici parkoviště Na Parkánech nebo parkovací dům Pod Střelnicí (cca 200m od Žižkova náměstí). V oblasti starého města je k dispozici parkoviště na Žižkově náměstí, na náměstí Mikuláše z Husi, v Palackého ulici, na Tržním náměstí (zde za zvýhodněnou sazbu) a na náměstí Fr. Křížíka. Problematiku parkování kritizují spíše místní obyvatelé (je drahé a je i nedostatek míst k parkování ve středu města).

Zájezdové autobusy mohou využít možnosti zastavení před Bechyňskou bránou v ulici Na Parkánech. Zde je možný pouze výstup a nástup návštěvníků, nikoliv parkování autobusu. Autobusy mohou delší dobu parkovat v Kvapilově ulici na parkovišti před plaveckým stadionem, vzdáleném 500 m od historického centra.

10.2.5 Integrovaná doprava

Ve městě Tábor není provozovaná speciální doprava ve prospěch turistů. Zvažuje se zavedení nové linky, která spojí vnitřní části města a nabídne tak turistům zajímavou alternativu. Kromě funkce přepravní, nabídne i možnosti informační. Minibusy budou plně odpovídat nastaveným standardům MHD v Táboře svojí vybaveností a zároveň budou poskytovat také informace o kultuře, veřejném dění a dalších událostech v Táboře (např. LCD obrazovky). Další příležitostí je využití plánované Tábořské karty, která je zatím připravována jako elektronický odbavovací systém společný pro všechny zúčastněné dopravce. Tábořská karta s předplaceným jízdným bude fungovat jako elektronická peněženka a bude použitelná i pro slevy či placení vstupného do městských zařízení a představuje vhodný marketingový nástroj. Využití tohoto nástroje předurčuje zvýšení zajímavosti města na trhu cestovního ruchu (**Marketingová strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor, 2009**).

10.3 Stravovací služby

Ve městě provozují podnikatelé 41 zařízení restauračního typu, 5 barů a 6 zařízení typu kavárna, čajovna, cukrárna. Dále 2 vinárny a 5 zařízení jiného typu. Mimo aglomeraci města je nabídka stravovacích služeb malá. Kromě typicky venkovských pohostinství, která se nacházejí v téměř každé obci a jsou omezena jak šíří nabízených služeb, tak otevírací dobou.

Stravovací zařízení jsou základní službou, kterou město nabízí svým návštěvníkům, kteří přijíždějí převážně na jednodenní výlet či návštěvu jednoho turistického cíle ve městě. Struktura nabízených jídel odpovídá celorepublikovému standardu (mnoho stejných druhů jídel k dispozici téměř v každé restauraci), objevují se i typická jídla české kuchyně. V nabídce bohužel chybí jídla z historické doby husitské, která je hlavním motivátorem návštěvy města a nikde jinde v republice je vlastně nenabízí. Kvalita stravovacích služeb je hodnocena turisty výrazně dobře.

10.4 Ubytovací služby

Na území okresu Tábor se počet ubytovacích zařízení od roku 2000 výrazně nezvyšuje, v průměru dosahuje počtu 90. Taktéž ve struktuře ubytovacích zařízení nedochází k výrazným změnám. Tuto stagnaci lze vysvětlit jejich dostatečným počtem ve vztahu k počtu příjíždějících turistů, resp. k atraktivitě nabízeného turistického potenciálu či způsobu současného marketingu, popř. nízkým, resp. odpovídajícím zájmem investorů o tuto oblast.

Výčet ubytovacích zařízení a jejich kategorizace na úrovni okresu Tábor je uveden výše v tabulkách č. 1 a 2.

Tabulka 3: *Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení dle kategorie ubytovacích zařízení v roce 2008*

	Jihočeský kraj	Okres Tábor
	Hosté	
Celkem	936 032	88 661
V tom podle kategorie:		
hotely*****	.	-
hotely****	187 845	.
hotely***	177 688	24 136
hotely**	37 348	.
hotely*	.	-
hotely garni	.	-
penziony	143 952	.
kempy	175 448	.
chatové osady	19 529	.
turistické ubytovny	22 915	.
ostatní, jinde neuvedené	133 444	17 310
	přenocování	
Celkem:	2 954 129	344 632
V tom podle kategorie:		
hotely*****	.	-
hotely****	480 021	.
hotely***	441 509	57 588
hotely**	90 226	.
hotely*	.	-
hotely garni	.	-
penziony	443 113	.
kempy	494 564	.
chatové osady	104 259	.
turistické ubytovny	85 527	.
ostatní, jinde neuvedené	755 096	155 601

	Jihočeský kraj	Okres Tábor
	průměrný počet přenocování	
Celkem:	3,2	3,9
V tom podle kategorie:		
hotely*****	.	-
hotely****	2,6	.
hotely***	2,5	2,4
hotely**	2,4	.
hotely*	.	-
hotely garni	.	-
penziony	3,1	.
kempy	2,8	.
chatové osady	5,3	.
turistické ubytovny	3,7	.
ostatní, jinde neuvedené	5,7	9
	průměrná délka pobytu	
Celkem:	4,2	4,9
V tom podle kategorie:		
hotely*****	.	-
hotely****	3,6	.
hotely***	3,5	3,4
hotely**	3,4	.
hotely*	.	-
hotely garni	.	-
penziony	4,1	.
kempy	3,8	.
chatové osady	6,3	.
turistické ubytovny	4,7	.
ostatní, jinde neuvedené	6,7	10,0

Zdroj: ČSÚ

pozn.: důvěrné či nespolehlivé údaje jsou nahrazeny tečkou

Tabulka 4: *Lůžková kapacita ubytovacích zařízení v Táboře a okolí*

Kategorie ubytování	Tábor	Okolí	Táborsko celkem
Hotel ****	223	0	223
Hotel ***	306	373	679
Hotel * a **	0	580	580
Motel	0	26	26
Penzion	384	414	798
Privát	25	194	219
Ubytovna	151	256	407
Celkem ubytovatelé	1 089	1 843	2 932

Zdroj: TIC

Tabulka 5: *Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení dle počtu příjezdu hostů v okrese Tábor v letech 2000 - 2008*

Rok	Celkem	V tom	
		Rezidenti	Nerezidenti
2000	111 995	92 272	19 723
2001	97 600	76 944	20 656
2002	83 202	61 937	21 265
2003	76 540	59 375	17 165
2004	108 598	85 456	23 142
2005	100 715	78 035	22 680
2006	106 430	84 917	21 513
2007	95 481	77 020	18 461
2008	88 661	72 829	15 832

Zdroj: ČSÚ

Z tabulky je patrné, že hosty v hromadných ubytovacích zařízeních jsou zejména domácí turisté. Další komentář viz tab. č. 6.

Tabulka 6: *Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení dle počtu přenocování v okrese Tábor v letech 2000 - 2008*

Rok	Celkem	V tom	
		Rezidenti	Nerezidenti
2000	596 749	525 409	71 340
2001	401 666	346 317	55 349
2002	339 800	276 391	63 409
2003	333 301	289 151	44 150
2004	427 516	368 245	59 271
2005	393 499	338 298	55 201
2006	386 662	339 816	46 846
2007	371 314	331 018	40 296
2008	344 632	310 340	34 292

Zdroj: ČSÚ

Z tabulky je patrné, že v době stabilní ekonomiky, kdy se zvyšovaly příjmy obyvatelstva – před příchodem ekonomické krize, rezidenti využívali více zahraničních destinací. Je možno se domnívat (a to zcela kvalifikovaně), že s příchodem krize, tedy nižších výdělků a větší nezaměstnanosti, může dojít k dočasnému zvyšování návštěvnosti regionu. I přesto, že postrádáme údaje předchozí dekády, je z tabulky zřejmá zhruba tříletá periodičita, která může být buď náhodná nebo způsobená některými ekonomickými faktory (změny DPH a reálných příjmů obyvatelstva), avšak skutečné objasnění tohoto problému by vyžadovalo podrobnější a hlubší bádání, přičemž jsou postrádány objektivní údaje.

Není zcela jisté, že údaje poskytnuté subjekty jsou reálné vzhledem k jejich snaze optimalizovat daňový základ, případně minimalizovat počet zaměstnanců.

Tabulka 7: *Průměrný počet přenocování v okrese Tábor v letech 2000 - 2008*

Rok	Celkem	V tom	
		Rezidenti	Nerezidenti
2000	5,3	5,7	3,6
2001	4,1	4,5	2,7
2002	4,1	6,1	3,0
2003	4,4	4,9	2,6
2004	3,9	4,3	2,6
2005	3,9	4,3	2,4
2006	3,6	4,0	2,2
2007	3,9	4,3	2,2
2008	3,9	4,3	2,2

Zdroj: vlastní

Obsazenost ubytovacích kapacit lze monitorovat i podle výše vybraných poplatků z ubytování, které je stanoveno vyhláškou č. 3/2006 o místních poplatcích a v Táboře je schválen poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt ve výši 12,- Kč za osobu a za každý i započatý den pobytu, není-li tento dnem příchodu. Poplatek z ubytovací kapacity činí 2,- Kč za každé využití lůžko a den.

Podle odevzdaných výkazů se jeví počty ubytovaných takto:

Tabulka 8: Přehled vykázaného počtu ubytování

Rok	Počet ubytovaných osob	Celkový počet noclehů	Z toho počet noclehů za účelem rekreace
2006	40 211	111 065	18 427
2007	36 507	127 720	17 360
2008	40 033	111 875	19 378

Zdroj: MÚ Tábor

Bohužel se nepodařilo získat ani přibližné údaje za rok 2009.

Např. roku 2007 je celkový počet vykázaných noclehů 127 720 a z toho počet noclehů za účelem rekreace 17 360. Tomu by měl odpovídat poplatek z ubytovací kapacity 255 440 Kč a poplatek za rekreační pobyt 208 320 Kč. Skutečný příjem do rozpočtu města činil 213 000 a 260 000 Kč, jelikož se poplatky platí až po uplynutí čtvrtletí, takže poplatky za 4. čtvrtletí roku jsou splatné až v lednu následujícího roku. Někteří podnikatelé se snaží vyhnout vybírání a placení poplatku za rekreační pobyt, ačkoliv ten neplatí ubytovatel ze svých příjmů, ale má ho v plné míře vybírat od ubytovaných osob. Ani nahlášené údaje asi nemají stoprocentní vypovídací hodnotu. Neznamená, že by se v roce 2007 ubytovalo 36 507 různých osob, ale ubytovatelé to vykazují měsíčně, takže když u nich bydlí někdo dlouhodobě v lednu, únoru a březnu, uvedou ho jako 1 osobu v lednu, 1 osobu v únoru a 1 osobu v březnu a v celkovém součtu se pak objeví jako 3 osoby (**Marketingová strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor, 2009**).

10.5 Další služby využívané turisty

a) Služby pro cestování a motorismus:

- 5 taxislužeb (vydaných licencí)
- 2 půjčovny kol
- 4 půjčovny lodí

- 1 úschovna kol
- průvodcovská služba
- turistické informační centrum se sezónní pobočkou

b) Bankovní a peněžní služby jsou dostupné v několika bankovních ústavech, včetně více než desítky bankomatů v centru města.

c) Nákupní možnosti:

- Obchodní dům Dvořák v centrální nákupní zóně, kde se nachází i market Billa
- Albert, Interspar, Lidl, Kaufland, Tesco, Penny Market, Albert Hypermarket, Baumax, Intersport, Sportissimo...

Žádná ze služeb není charakterizována jako nedostačující, i místní obyvatelé jsou s počtem supermarketů převážně spokojeni.

11 Významné akce konající se v Táboře

Jelikož jsou kulturní akce „kořením“ nabídky pro místní obyvatele, ale zejména pro turisty, je jejich nedostatek jednou z příčin krátkého pobytu návštěvníků v místě. Akce je nutno plánovat s jeden a půl ročním předstihem – tzn. znát termín a program akce (pro potřeby zapojení zahraničních turistů). Pokud toto není splněno, nelze dostatečně propagovat a následně očekávat maximální návštěvnost, a tedy vysoké tržby z prodaných vstupenek a tržby podnikatelů ze služeb pro turisty. Dalším významným prvkem je organizování akcí přímo v městských ulicích (integrovat služby města, místní obyvatele a turisty) se zapojením co nejvíce podnikatelů. V tomto směru jsou např. Tábořská setkání velmi pozitivně hodnocena jak ze strany turistů, tak ze strany místních obyvatel, což je předpokladem k jejich dalšímu zatraktivnění. O tomto festivalu se turisté zmiňují jako o předem dobře medializovaném.

Multižánrová nabídka:

- **Český pohár v cyklokrosu** (leden)
- **Mistrovství světa v cyklokrosu** (leden)
- **Reprezentační slavnosti piva a minerálních vod** (únor)

- Jeden svět (březen) – festival dokumentárních filmů o lidských právech
 - Den plný pohádek – pohádkový průvod, hry, soutěže, dětská představení, autogramiáda Zdeňka Trošky a dalších herců a hereček
 - Otevírání turistické sezóny v Táboře (květen) – kulturně-zábavný program, pochod s kaprem Jakubem, soutěže pro děti
 - Husitské dny (květen, červen)
 - Pochod Praha – Prčice (květen) – tradiční pěší pochod s tábořskou trasou (30 a 34 km či cyklotrasou 58 a 73 km)
 - Planet festival (červen) – multižánrový open-air hudební festival na letišti Čápův dvůr
 - Festival Kotnov – kulturní a kultury plný (červen) – hudba, divadlo, film, historie, výtvarnictví
 - Letní slunowrat (červen) – folkrockový festival na Housově mlýně
 - **Léto nad Jordánem a ohňostrojevá přehlídka Vulkán** (červen) – přehlídka ohňostrojů doplněná o kulturní vystoupení
 - Bohemia Jazz festival (červenec) - jeden koncert celostátního festivalu
 - Tábořská rocková mapa (červenec) – tradiční festival v netradičním kabátě, regionální scéna a hosté
 - Jihočeský hudební festival (červenec) – koncerty vážné hudby
 - Mighty Sounds (červenec) – největší evropský hudební open-air festival, zaměřený na ska, punk, rock'n'roll, reggae a další, koná se v Olší u Tábora
 - Kerekate – v kruhu (červenec – srpen) – festival romské kultury
 - **Tábořské kulturní léto** (červenec – srpen) – koncerty, další kulturní akce, kinematograf apod.
 - Keltský festival Lugnasad (srpen) – netradiční oslava keltského svátku
 - **Tábořská setkání** (září)
 - Setkání historických vozidel - Čelkovice (říjen)
 - Dny slovenské kultury v Táboře (říjen - listopad)
 - Tábořské Vánoce (prosinec) – vánoční výstavy, koncerty, jarmark či divadelní představení
- a mnoho dalších akcí v Táboře i okolí (např. Kubešova Soběslav – festival dechové hudby , atd....)

Nutno dodat, že ani v oblasti **sportovních akcí** se má Tábor čím chlubit. Jedná se o akce **republikového či dokonce světového formátu**:

- MČR v atletice mužů a žen (rok 2008)
- MČR v horkovzdušném létání (rok 2008)
- MČR v triatlonu (rok 2008)
- Světový pohár v cyklokrosu (rok 2008)
- Letní olympiáda dětí a mládeže (rok 2009)
- MS v cyklokrosu (rok 2010)

Kulturních a sportovních akcí je v Táboře velké množství, mohlo by zde však být pořádáno více akcí většího významu s návštěvností nad 10 000. V současnosti tomuto kritériu vyhovují mimo Tábořská setkání také Léto nad Jordánem s přehlídkou ohňostrojů Vulkán či sportovní akce jako Světový pohár či Mistrovství světa v cyklokrosu. Akce většího významu jsou s předstihem propagovány.

Za zvážení by stál vznik nové, netradiční aktivity, např. pro rodiny s dětmi, která by se stala konkurencí tradiční nabídky, a tím se rozšířil rozsah důvodů k návštěvě města. Určitým způsobem tomu odpovídá připravovaný záměr na Muzeum čokolády s interaktivní expozicí či Muzeum ilustrované knihy.

Vhodná je zmínka o bohaté nabídce výstav v galerii U Radnice – do 25. května je možno shlédnout obrazy známého malíře Teodora Buzu a dále je připravena výstava s motivy oblíbeného „Krtčka“ Zdeňka Millera.

Významnou akcí v Táboře bude v období 27. 6.-3.7.2010 bude Světový kongres Společnosti pro vědu a umění.

Je třeba poznamenat, že **dle průzkumu agentury Stem/Mark** 86 % místních obyvatel je s možností kulturního vyžití ve městě spokojeno. Nejčastěji navštěvují akce pořádané odborem kultury a cestovního ruchu, dále využívají divadlo, kino Svět, Housův mlýn a Husitské muzeum. Turisté však naproti tomu kulturní akce navštěvují cca z 25 %. 52 % turistů konstatuje, že se nedovede ke spokojenosti s kulturním vyžitím vyjádřit, protože nemá žádnou zkušenost. Informace o kulturních akcích se k turistům dostávají z 62 % od známých a přátel, v 38 % z internetových stránek města.

11.1 Turistické produkty

Stávajícími turistickými produkty těšícími se oblibě u svých návštěvníků jsou dvě akce – jedná se o akci Táborská setkání a o poněkud novodobější produkt – Husitské dny. Turistické produkty se vyznačují motivací turistů k co možná nejdelšímu pobytu v místě. Problémem celé České republiky je však absence kvalitních a zajímavých produktů. Tzv. turistické produkty jsou stavebním kamenem trhu cestovního ruchu, je tedy škoda zůstat pozadu a nenabídnout potenciálním návštěvníkům cosi zajímavého a lákavého.

Táborská setkání

Tento festival s každoroční periodicitou opakování (povětšinou druhý víkend v září) má již svou dlouholetou tradici – v minulém roce se konal již jeho 18. ročník.

Půvab těchto setkání spočívá v „návratu v čase“, kdy se středověkým městem prochází kejklíři a tanečnice, dobové výrobky nabízejí trhovci, řemeslníci dávají nahlédnout svému umění, výjimkou nebývají ani rytířské souboje. Nechybí ani středověké pochoutky, jež je možno ochutnat v několika dobových tavernách. Historickou atmosféru podtrhuje slavnostní průvod městem s následným ohňostrojem. Samozřejmě se v průběhu festivalu konají i doprovodné kulturní akce. Sobotní program nabízí nespočet divadelních představení, koncerty, vystoupení mnoha domácích a zahraničních souborů. Neděle je každoročně ve znamení Dne otevřených dveří památek, a tedy je poklidným zakončením víkendu plného zážitků. Každý si zcela určitě najde „to své“ .. V roce 2009 se jen v předprodeji prodalo 12 138 vstupenek. Celkem se dle konečného vyúčtování prodalo 22 275 vstupenek v celkové částce 2 811 490 Kč. Slavnosti pořádá Město Tábor a Nadační fond Město Tábor – Táborská setkání.

Obr.č.16: Táborská setkání



Zdroj: www.tabor.cz

Husitské dny

Jedná se o program určený zejména žákům základních škol (3. – 7. tříd) a je vhodný jako zpestření školních výletů či dětských letních táborů. Program se odehrává pod hradbami města v historickém areálu Housova mlýna a je rozdělen do dvou částí. V jeho první části se děti seznámí se životem Mistra Jana Husa, v části druhé se žáci zapojí do středověkého života formou her a soutěží a mohou si tímto způsobem ověřit vědomosti nabyté v hodinách dějepisu. Dny se konají v květnu a červnu a uskutečnilo se již 13. ročníků. Akce se v roce 2009 zúčastnilo téměř 2 000 návštěvníků. Husitské dny pořádá Město Tábor – odbor kultury a cestovního ruchu ve spolupráci se Sdružením Housova mlýna.

Obr. č. 17: Husitské dny



Zdroj: www.tabor.cz

Další akcí nadregionálního charakteru, kterou si takto dovolím označit, jsou Reprezenční slavnosti piva a minerálních vod (konají se začátkem února). Záměrem této akce – letos slavící 20. výročí – je oslava tradičního českého moku. Cílovou skupinou jsou podnikatelé v oblasti výroby piva. Zajímavou a nezbytnou součástí slavností je degustace piva odborníky – sládky, či výrobními řediteli pivovarů. Nejlépe vyhodnocený vzorek získává Českou pivní pečeť. Taktéž výrobci minerálních vod soutěží o prvenství v soutěži o Zlatý český pramen. Návštěvníci z řad veřejnosti v letošním roce utratili 223 000 Kč za 2 076 vstupenek (údaje jsou pouze z předprodeje).

11.2 Návštěvnost vybraných turistických atraktivit

Táborský poklad

Tabulka 9: Návštěvnost expozice Táborský poklad v letech 2006 - 2009

Měsíc	2006	2007	2008	2009
Leden		290	222	148
Únor		347	318	130
Březen		525	336	321
Duben		308	1 172	852
Květen		942	1 178	928
Červen		1 538	1 906	1 350
Červenec		1 965	1 828	1 498
Srpen	2 707	1 766	1 521	1 660
Září	4 366	4 359	2 791	1 713
Říjen	721	474	577	478
Listopad	516	301	290	214
Prosinec	504	434	334	225
Celkem za rok	8 814	13 249	12 473	9 517

Zdroj: TIC

Turistické informační centrum města Tábor

Podrobnější údaje o struktuře turistů využívajících služeb TIC bohužel nejsou k dispozici (ke sledování návštěvnosti slouží automatické čidlo).

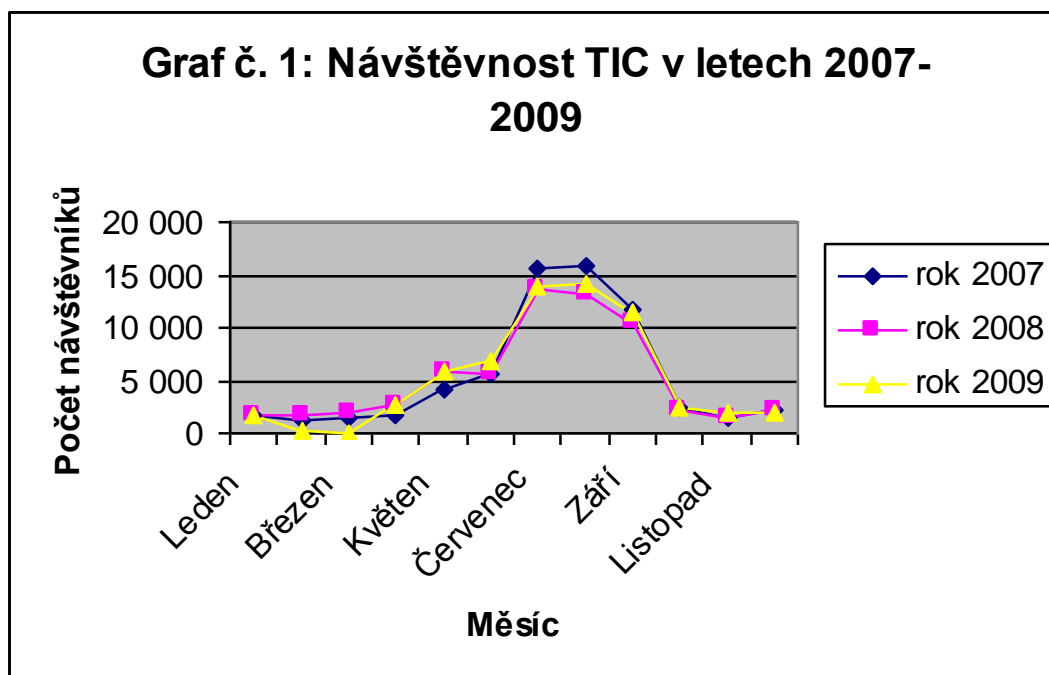
Tabulka 10: Návštěvnost TIC v letech 2006 - 2009

Měsíc	2006	2007	2008	2009
Leden	*	1 706	1 682	1 754
Únor	*	1 196	1 674	334
Březen	*	1 464	1 991	0
Duben	*	1 775	2 629	2 729
Květen	3 859	4 254	5 867	5 857
Červen	3 599	5 667	5 668	6 802
Červenec	10 673	15 566	13 687	13 893
Srpen	9 674	15 933	13 248	14 038
Září	7 219	11 776	10 606	11 461
Říjen	*	2 518	2 198	2 483
Listopad	*	1 538	1 499	1 952
Prosinec	*	2 187	2 234	2 073
Celkem za rok	35 024	65 580	62 983	63 376

Zdroj: TIC pozn.: * nesledováno

Vzhledem k tomu, že Infocentrum města Tábor je hojně navštěvováno turisty (dá se uvažovat s tím, že téměř každý, kdo město navštíví, se zde zastaví), lze tato čísla

považovat za údaje s jistou vypovídací hodnotou. Je vhodné jejich grafické vyjádření:



Zdroj: TIC

Z grafu je patrné, že návštěvnost TIC vykazuje stejný vývoj v jednotlivých letech, prudký nárůst je možno pozorovat v letní sezoně, prodloužené o zářijové Táborské slavnosti.

Husitské muzeum

Muzeum je nejvýznamnějším návštěvnickým cílem města a zaujímá asi 15. místo v návštěvnosti muzeí v republice.

Tabulka 11: Návštěvnost všech expozic Husitského muzea v letech 2002 - 2008

HUSITSKÉ MUZEUM									
Rok	Hlavní exp.	Bechyň. brána	Památ. Beneše	Benešova vila	RD*	SD*	WD*	CELKEM	z toho zahr.
2002								95 000	
2003								91 500	18 500
2004								90 635	19 700
2005	57 712	16 261	6 196	2 111				88 023	21 000
2006	60 804	16 817	4 291	2 017	3 686	4 354	1 912	99 627	20 500
2007	62 280	15 229	4 418	1 130	6 676	6 873	1 462	103 635	
2008	50 101	15 699	4 790	0	4 332	3 803	1 173	79 898	

Zdroj: Národní informační středisko pro kulturu (NIPOS) a Husitské muzeum

*Vysvětlivky: RD = Rožmberský dům v Soběslavi; přírodopisná expozice

SD = Smrčkův dům v Soběslavi; expozice blata

WD = Weisův dům ve Veselí nad Lužnicí; expozice Blat a Kozácka

11.3 Návštěvnické okruhy

Město Tábor nabízí svým návštěvníkům ucelený Prohlídkový okruh starým městem (k jeho propagaci slouží jednak speciální tiskovina a jednak prodejní publikace s názvem Tábor). Nabízí zájemcům 25 cílů, jež by neměly být při návštěvě města opomenuty.

Dále je návštěvníkům města k dispozici speciální prohlídkový okruh s využitím audioprůvodce (tento je zapůjčován v informačním centru proti vratné finanční kauci). Je dostupný ve více jazykových mutacích a nabízí 26 maximálně pětiminutových spotů informujících o vyznačených zastavení, jež opět tvoří souvislý okruh.

11.4 Sport a rekreace

Táborská pahorkatina nabízí příznivé podmínky pro rekreační cyklistiku (cca 400 km cyklotras), pěší turistiku (637 km turistických tras) či jiné sportovní vyžití. Nacházejí se zde četná sportoviště, haly, tenisové kurty, fotbalová hřiště, zimní stadiony, fitness centra, bowling centra, kuželky, střelnice, sportovní letiště, dvě golfová hřiště (nedaleko Bechyně a u Aleniny Lhoty), krytý bazén, krytá tenisová hala, plovárny, jezdecké farmy, atd. V letních měsících je k dispozici venkovní aquapark s 25 – metrovým bazénem a vodními atrakcemi. Ke koupání je možno využít i vodní nádrž Jordán (možnost vypůjčení loděk). Při dobrých sněhových podmínkách poskytuje mírně kopcovitá krajina i podmínky pro běžecké lyžování. Ideální terén nabízí severozápadně od Tábora okolí Borotína, Cunkova, Jistebnice či Balkovy Lhoty. Značené a rolbou upravované běžkařské trasy jsou v oblasti zvané Čertovo břemeno. Pro nenáročné lyžaře jsou k dispozici i sjezdovky u Mladé Vožice (Horní Kouty, Radvanov) a u Jistebnice. Při zámrazu je Jordán hojně využíván bruslaři.

Nelze opomenout taktéž vodní turistiku. Potenciál vodní turistiky je relativně vysoký a samotné zázemí pro vodní turistiku je dobře rozvinuté. Řeka Lužnice patří mezi nejoblíbenější a vodáky nejvyhledávanější řeky v jižních Čechách, i v celostátním měřítku.

11.5 Spolková činnost

Spolková činnost je významnou složkou kultury, jež v mnoha případech dokázala překonat nedostatek jiných zdrojů pro rozvoj a udržení kulturních aktivit a tradic zejména v méně rozvinutých a venkovských oblastech. Spolkové aktivity příznivě působí proti trendu vysídlování venkova. Obnova spolkového života v obcích a udržení lidových zvyků a tradic jsou důležité pro vyvážený rozvoj venkovských oblastí jak v rámci Táborska, tak na úrovni kraje.

Souhrn počtu subjektů spolupracujících s městem s různým stupněm aktivity:

Folk, country a folklór – 7 subjektů

Další hudební skupiny – 20 subjektů

Dechové orchestry – 4

Divadelní spolky – 7

Historické spolky a soubory – 4

Jazz, swing – 6

Komorní soubory – 2

Literární spolky – 2

Pěvecké spolky – 4

Rockové – 10

Taneční orchestry – 2

Taneční soubory – 9

Výtvarné spolky – 2

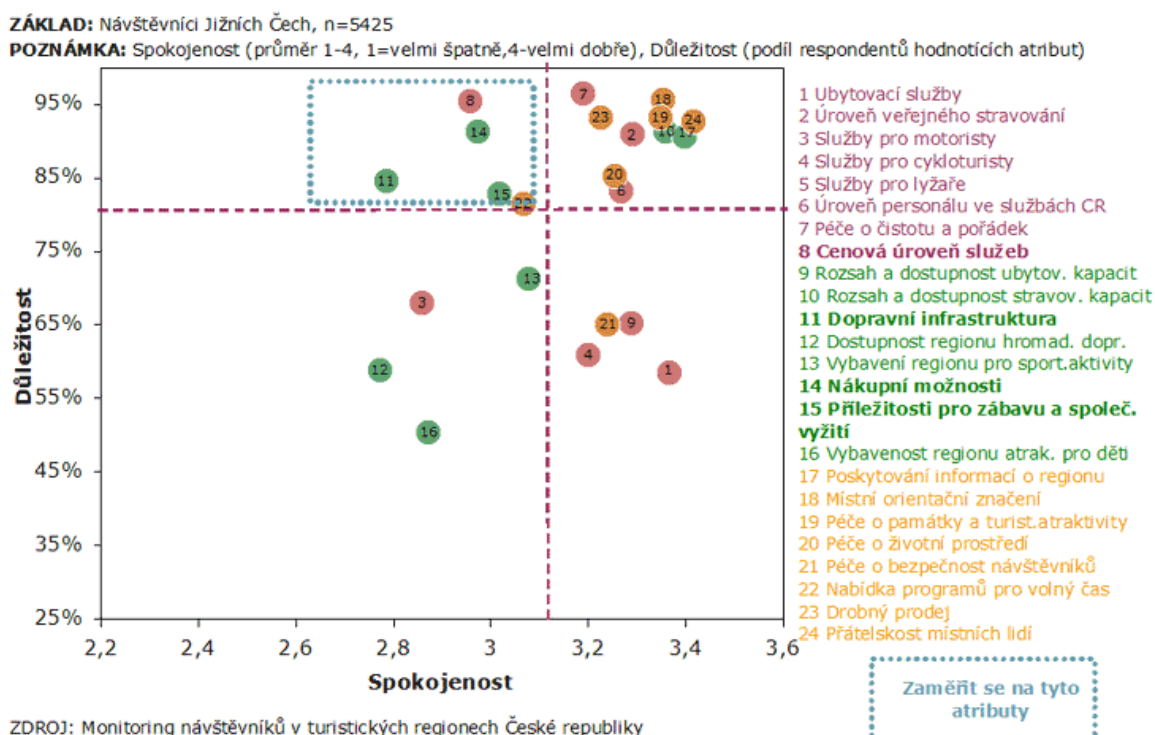
Ostatní (hasiči, myslivci, rybáři...) – 35

12 Tvorba turistického produktu

Produkt cestovního ruchu je neobyčejně různorodý. Přírodní, kulturní, ale také personální zdroje, turistická zařízení, sportovní příležitosti, komunikační infrastruktura, ubytování a restaurace apod. jsou základními prvky turistické destinace. Produkt cestovního ruchu je také mimořádně komplexní a závisí na poměrně fragmentovaném systému dodavatelů služeb a zboží. Všechny tyto složky determinují zkušenost turistů a jejich hodnocení kvality služeb, což se promítá také do celkového hodnocení atraktivity navštívené oblasti.

Jak vyplývá z Monitoringu návštěvníků jižních Čech, je třeba se zaměřit na označené atributy:

Graf č. 2: Hodnocení jednotlivých oblastí z hlediska důležitosti a spokojenosti respondentů



Mezi těmito je mimo jiné i nabídka programů pro volný čas. Pokud si dovolím promítnutí výsledků tohoto výzkumu na oblast Táborska, je třeba jmenovaný region zatraktivnit, resp. vytvořit další, poptávkou vyžadované turistické produkty, jež se

u návštěvníků těší velké oblibě. Je třeba říci, že turisté nevyhledávají pouze jeden cíl své cesty, nýbrž požadují pestrost nabídky. Z pohledu tvorby turistického produktu je třeba na město Tábor a jeho okolí pohlížet jako na oblast z hlediska cestovního ruchu propojenou i se širší spádovou oblastí (mám na mysli propojenost se sousedními oblastmi, v nichž se vyskytují místa zájmu – např. sousední benešovský okres, okres Pelhřimov či následně i hlavní město Prahu či metropoli jižních Čech, České Budějovice). V souvislosti se jmenovaným územím je třeba taktéž respektovat možnosti spolupráce při tvorbě nadregionálních turistických produktů, jež se těší zvýšenému zájmu zejména zahraničních turistů. K přípravě turistických produktů je tedy potřeba sdružení různých cílů a lokalit do typově homogenního celku bez ohledu na jejich geografickou polohu (resp. z míst ležících v akčním rádiu umožňujícím optimální dojezdovou vzdálenost).

Dle **Marketingové strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor, 2009** budou ze širokého spektra cílů využívány zejména tyto:

- **Praha** – není třeba podotýkat, že významná místa hlavního města jsou předmětem zájmu cca 60 % zahraničních turistů, kteří navštíví ČR. Potenciál Prahy je nezbytné zařadit do vybraných turistických produktů, jež budou zejména zaměřeny na nerezidenty a budou součástí jednodenních výletů z hlavního města, ale nejen jich.
- **Okresy Vlašim a Benešov – turistická oblast Posázaví** – objekty zájmu jsou zejména: zámek Konopiště, Ječniště či Vlašim, hrad Český Šternberk, skanzen Vysoký Chlumeč a mj. i lyžařský areál Monínec
- **Okres Pelhřimov – turistický region Vysočina** – v tomto regionu jsou navštěvovány: zámek Kamenice nad Lipou, Pacov, Lukavec, Červená Řečice, Pelhřimov (MPR), hrad Kámen s expozicí motocyklů, klášter Želiv
- **Okres Písek – turistický region Jižní Čechy** – zámek Orlík, hrad Zvíkov, Písek (MPR) či klášter v Milevsku
- **Okres Jindřichův Hradec - turistický region Jižní Čechy** – zámek, hrad a MPR Jindřichův Hradec, zámek Červená Lhota či zámek a MPR Třeboň
- **Okres České Budějovice - turistický region Jižní Čechy** – zámek Hluboká nad Vltavou, zámek Ohrada (i ZOO), MPR České Budějovice či památka UNESCO, VPR Holešovice
- **Okres Tábor** – viz literární část práce (str. 22 a následující)

Díky své poloze na spojnici Praha – České Budějovice je Tábor, resp. oblast Táborska dobře dostupná. Je možno ji též chápat i jako vstupní bránu do regionu Jižní Čechy z okolí Prahy. Území je tradičně oblastí zajímavou z hlediska pestré nabídky turistického potenciálu na úrovni regionu, bohužel se však vyznačuje nízkou návštěvností. Turistický potenciál Táborska je účelné nabízet společně se zajímavými místy v okolí – v příslušné turistické oblasti, v turistickém regionu a kraji i s využitím potenciálu sousedních oblastí a regionů. Optimálním řešením by mohla být nabídka potenciálu Táborska se zvýrazněnou nabídkou města Tábor včetně začlenění dalších významných turistických cílů sousedících oblastí v návaznosti na obsah konkrétní nabídky. Určitou monotónnost a nekomplexnost nabídky samotného města Tábor v cestovním ruchu je také možno obohatit – vyšší zaujetí turistů o potenciál celého území je základním předpokladem pro jejich vícedenní pobyt. V tomto směru je již nyní město Tábor hlavním vůdčím subjektem a tedy nese na sobě břímě propagace celého území (a to i bez odpovídající součinnosti dalších subjektů působících na území oblasti).

13 Propagace

Tradiční marketingové nástroje používané městem Tábor v cestovním ruchu se neliší od forem převážně používaných v Česku. Struktura tiskovin je určena hlavně návštěvníkům, kteří již do města přijedou. Zabývají se detailnějšími informacemi a jsou distribuovány TIC dle zájmu návštěvníků. Kniha Vítejte na Táborsku je určena k pozvání do města a okolí, je také používána k prezentaci města a okolí v zahraničí, zejména odborné veřejnosti. Pro pozvání jednotlivých turistů by bylo vhodné vytvořit jednoduchou tiskovinu jak pro domácí návštěvníky, tak i ve zvolených jazykových mutacích (dle hlavních zdrojových zemí). V tomto směru je však možná účelnější volit propagaci Táborska v tiskovinách, jež vydává a dále distribuuje region Jižní Čechy či Jihočeský kraj.

V soutěži propagačních materiálů „Tourpropag“, v kategorii Plakát obsadilo Infocentrum města Tábor 2. místo s plakátem na Táborská setkání 2008 a 3. místo v kategorii Informační brožura s Táborskem pěšky.

Dále v kategorii Nejlepší multimediální prezentace na CD nebo DVD v rámci soutěže Náš kraj obsadilo TIC 3. místo DVD Tábor a okolí.

Ve čtenářská anketě o „Nejatraktivnější místo České republiky“ pořádané časopisem Travel in the Czech Republic obsadil Tábor 11. místo. V anketě, která probíhala od 15.9.2009 do 8.1.2010, soutěžilo 284 českých měst a obcí. Výsledky byly slavnostně vyhlášeny na veletrhu cestovního ruchu Holiday World v Praze. Hlasovalo celkem 2 955 osob (**Zpráva o činnosti Infocentra města Tábor, 2009**).

Pro potřeby turistů, kteří již město navštíví je nabídka tiskovin dostačující. Informace pro návštěvníky jsou k dispozici zdarma, lze je získat v TIC v několika jazykových verzích:

- Tábor, historické město s husitskou minulostí
- Aktivní dovolená na Táborsku
- Táborsko – tipy na výlety
- Naučné stezky na Táborsku
- Architektura Tábora v 18. až 20. století
- Po stopách osobností Táborska
- Husitství
- Prohlídkový okruh Tábor
- Kempy na Táborsku
- Kalendář kulturních, společenských a sportovních akcí
- Katalog ubytování na Táborsku
- Kongresová turistika

a další informační brožury věnující se cyklovýletům, pěší turistice...

Propagační materiály se vydávají i pro významné akce města (leták, plakát..). Dalším oblíbeným propagačním prvkem jsou i tematicky zaměřené kalendáře (Památné stromy, Táborské kašny, Parky a zeleň, Tábor v proměnách času, na rok 2011 je připravován kalendář k 50 letům městské památkové rezervace).

Dětem je věnována kniha (vydány již dva díly) s názvem O víle Vodánce.

Město Tábor se také zúčastnilo několika soutěží: stříbrné příčky dosáhlo v mezinárodní soutěži Entente Florale v roce 2007, stříbro také získalo v mezinárodní soutěži LivCom – město, kde stojí za to žít , v roce 2009 a v témže roce bylo též vyhlášeno jako Historické město roku.

Další významnou formou prezentace je spolupráce s médii – Česká televize, Prima, Regionální televizní agentura či rádio Blaník (mediální partner Táborských setkání). Webová prezentace, jež je významným propagačním nástrojem, je však pro turistu složitá v orientaci. Turista kvalitu stránek hodnotí rychle, po pár minutách se rozhoduje, zdali na nich bude dále pokračovat. Bude-li muset informace dlouho hledat, přestane ho to bavit. Informace musí být rychle dostupné a přehledné. **Podle průzkumu agentury Stem/Mark** turisté konstatují, že hlavním informačním zdrojem před a během pobytu jsou informace z internetu a to přímo z městských stránek (ve 43 %) a z ostatního internetu (z 23 %).

Obr. č. 18: Oficiální informační systém města Tábor



Zdroj: Zpráva o činnosti Infocentra města Tábor 2009

Prezentace města je prováděna zejména na domácím trhu, dále v příhraničních zemích. Účast na akcích ve vzdálenějších destinacích se uskutečňuje prostřednictvím partnerského subjektu – Jihočeské centrály cestovního ruchu a Jihočeského kraje. K méně tradičním formám propagace patří reklamní polep propagující město Tábor na linkovém autobusu Praha – Tábor.

13.1 Turistické informační centrum

Infocentrum města Tábor (TIC) představuje základní článek mezi městem a turisty, nachází se na Žižkově náměstí, je členem Asociace turistických a informačních

center ČR (A.T.I.C ČR) a je zařazeno do kategorie B její klasifikace. Je otevřeno celoročně a zájemcům poskytuje verbální informace o oblasti ve dvou světových jazycích (anglický a německý jazyk). Posláním TIC je též marketingová podpora Táborska na domácích a zahraničních trzích cestovního ruchu a dále koordinace činností a aktivit subjektů zainteresovaných v oblasti cestovního ruchu. Zajišťuje také výrobu propagačních tiskovin a realizuje další propagační aktivity.

Souhrn nabízených služeb:

- **Poskytování informací** – o městě a regionu, o ubytování, stravování, o kulturních, společenských a sportovních akcích, o jízdních řádech, o otevírací době památek,
- **Zprostředkování ubytování** – poskytují přehled o ubytovacích možnostech, možný výběr z manipulačního katalogu ubytování (zahrnuje asi 25 ubytovacích zařízení), následně je možno provést rezervaci (provize ve výši 10 % z ceny ubytování),
- **Průvodcovská služba** – zajišťuje průvodcovskou službu historickou částí města externími průvodci,
- **Audioguidy** – možnost vypůjčení zvukového průvodce,
- **Prodej map, průvodců, suvenýrů.**

Návštěvnost viz. tab. č. 10

Obr. č. 19: Infocentrum Tábor



Zdroj: Zpráva o činnosti Infocentra města Tábor 2009

13.2 Spolupráce s partnerskými městy

Organizaci cestovního ruchu ve městě může také pozitivně ovlivňovat spolupráce s dalšími subjekty a z hlediska příjezdového cestovního ruchu k tomu přispívá i síť partnerským měst. Město Tábor uzavřelo partnerskou smlouvu s městy:

Konstanz (Německo)

Dole (Francie)

Orinda (California U.S.A.)

Wels (Rakousko)

Škofja Loka (Slovinsko)

Obr. č. 20: Znaky partnerských měst



Konstanz



Dole



Orinda



Wels



Škofja Loka

Zdroj: Zpráva o činnosti Infocentra města Tábor 2009

Dále udržuje kontakty prozatím na úrovni oficiálních návštěv představitelů měst s těmito městy v zahraničí: Sighisoara (Rumunsko) a Alytus (Litva), Sint-Niklaas (Belgie), Formigine (Itálie).

Kromě vzájemných návštěv představitelů města se jejich kulturní soubory účastní vybraných akcí, např. Táborských setkání. Spolupráce se zatím neorientuje na komerční aktivity v cestovním ruchu (nabídky Tábora v katalogích cestovních kanceláří partnerských měst). Přínosem rozvoje příjezdového cestovního ruchu by mohla být užší spolupráce s cestovními kanceláři partnerských měst.

Vybraná města na území zasaženém „husitstvím“, a husitskými válkami založila v roce 1998 sdružení Unie měst s husitskou tradicí. Sdružení chce na bázi společné historie a tradice mezinárodně spolupracovat, udržovat dobré sousedské vztahy a tím přispět k vzájemnému národnímu porozumění. Do dnešního dne jsou jeho členy následující města: Tábor, Sezimovo Ústí, Tachov, Sedlčany, Slaný, Písek, Český Brod, Borovany, Třebušín, Bärnau, Bernau u Berlína, Furth im Wald, Naumburg a Neunburg vorm Wald, Hof, Konstanz. Praktické výstupy spolupráce nemají zatím ale podstatný vliv na rozvoj příjezdového cestovního ruchu ani kultury.

14 Strategie rozvoje vytvořená samosprávou města

Strategie rozvoje města Tábor je tvořena prozatím vizí vedení města, jež je pro cestovní ruch, kulturu a další vybrané oblasti „vyřčena“ takto:

Oblast cestovního ruchu a kultury zahrnuje:

- Analýza možností transformace odboru kultury a cestovního ruchu na městskou společnost,
- Vytvoření informační brožury o všech partnerských městech,
- Propagace města doma i v zahraničí – výstavy z různých oblastí činností,
- Setkání strážníků městských policí v Táboře,
- Zachování tradice spolupřádání pivních slavností,
- Podpora významných kulturních akcí včetně tradičních Táborských setkání,
- Zachování tradice Táborských setkání s důrazem na vyhodnocování jejich formy a scénáře,
- Připravit zásadní setkání v oblasti kultury již v lednu příslušného roku,
- Podpora kulturních akcí organizovaných jinými subjekty,
- Rozvoj sítě cyklostezek a stezek pro kolečkové bruslaře jako alternativních dopravních tras,
- Společenství měst s husitskou minulostí a tradicí – pokračování v transformaci,
- Zřízení Stříbrné naučné stezky,
- Řešení kina Svět,
- Postupná obnova drobných pomníků a božích muk na území města,
- Efektivnější spolupráce s Husitským muzeem – expozice, výstavy apod.,
- Možnost dalších výstavních prostor, Dům partnerství.

Záměry z dalších oblastí ovlivňující cestovní ruch:

Investiční priority

- Jordán (odbahnění),
- Revitalizace Tisemenického údolí,
- Odpočinková zóna Jordán,

- Odpočinková zóna Komora,
- Modernizace plaveckého bazénu, včetně zřízení ubytovacích kapacit,
- Budování odpovídající sportovní infrastruktury v jednotlivých areálech.

Doprava

- Táborská karta,
- Program cyklistické mobility na městských komunikacích.

Oblast rozvoje města

- Dům partnerství na Křížíkově náměstí – realizace a návrh provozování.

Oblast vnitřní správy

- PR města a mediální prezentace města.

Oblast bezpečnostní politiky

- Rozšiřování kamerového systému města,
- Vybudování dalších expozic v údolí řeky Lužnice.

Oblast školství

- Podpora zavádění nových školských vzdělávacích programů na ZŠ, podpora specializace škol.

Oblast sportu

- Podpora významných sportovních akcí,
- Budování odpovídající sportovní infrastruktury: všesportovní areál za zimním stadionem, sportovní areál „Jordán“, zóna Komora.

Vybrané rozvojové projekty

Odpočinková zóna Komora - v areálu sídliště nad Lužnicí, na břehu řeky Lužnice je připravena k realizaci rekreační a odpočinková zóna Komora. Místo s písčnými plážemi, in-line a cyklooválem, občerstvením, víceúčelovými travnatými hřišti, rozptýlenými dětskými zastaveními a planetární stezkou.

Revitalizace projektu „Pintovka ožívá“ - lesní masiv Pintovka se stává vhodnou aktivitou lázeňského lesa (areál lázní Čelkovice), naučným cílem exkursí a volnočasových aktivit turistů a občanů a lépe tak využít potenciál levého břehu řeky Lužnice a zajímavě zpřístupnit tak i její druhou stranu. V areálu přibude zookoutek, drobný mobiliář, Naučná stezka Pintovka a zviditelnění skály podél vodního toku (ale i na pravém břehu).

Komplex Zahrádka - lokalita byla vyhlášena jako NATURA 2000 a měla by se stát zájmovým územím poznávacích kroužků v určitém režimovém provozu. Doplněna bude naučnou stezkou, informačními tabulemi a povalovými chodníky.

Starotáborský les - v lesním porostu borovic je záměrem vybudovat tělocvičnu v přírodě s dětským mobiliářem prolézaček, laviček, cvičebních prvků vyrobených převážně ze dřeva a naučná stezka.

Křížkovo muzeum - novorenesanční budova bývalé Křížkovy elektrárny, sloužila posléze jako kotelna a plynová elektrárna a nemá v současnosti využití. Záměrem je vybudovat výstavní prostor, který bude obsahovat expozici Fr. Křížíka, expozici doby Rakousko – Uherské monarchie a expozici auto-moto veteránů, následně i vybudování restauračního provozu.

V privátním sektoru jsou živé tyto projekty:

Housův mlýn - Skanzen husitského válečnictví a středověkého způsobu života -

v budově bývalého mlýna, se buduje centrum využití volného času s historickým zaměřením a se zvláštním důrazem na mládež. Přestavba pro potřeby projektu předpokládá přebudování celého areálu ve středověkou tvrz, v jejímž okolí bude řada historických dobývacích strojů, praky, katapulty, beranidla atd., které společně s řadou rekonstruovaných historických her doplní areál dvorce.

Muzeum čokolády a marcipánu - muzeum by mělo být nadčasové, moderní, akční. Návštěvník by měl projít celou historií od objevení čokolády přes Evropu, až do Tábora - k dnešnímu využití čokolády. Procházka bude zábavnou formou předávat informace za využití nejmodernější technologie, tak aby byly srozumitelné všem - odborníkům, laikům, dětem. Muzeum bude mít za úkol objasnit na poli dostupných a ověřených faktů, jak čokoláda vznikla, co přinesla, jak s ní nakládáme (ukázka výroby čokolády a marcipánu) a jak bude možné čokoládu využívat v budoucnu.

Muzeum je rozděleno do třech sekcí. Přízemí, historie čokolády, ukázka výroby čokolády a marcipánu s doprovodnými interaktivními prvky, + výstavní expozice.

Podzemí čokoládověčertovské peklo s čokoládovými katakombami + výstavními prostory z ukázky děl z čokolády a marcipánu. Podzemí je zaměřené především pro děti. Nadzemní podlaží, přednášková místnost, kde si návštěvník dozví vše „od A až po Z“ o čokoládě a marcipánu.

14.1 SWOT analýza rozvoje cestovního ruchu

v Táboře a okolí

SWOT je zkratka pro vnitřní silné (strengths) a slabé (weaknesses) stránky podniku a příležitosti (opportunities) a ohrožení (threats) identifikované v rámci posuzované oblasti. Jedná se o velmi užitečný, pohotový a snadno použitelný nástroj k deskripci celkové situace dané oblasti zkoumání (Tichá – Hron, 2008, s. 118).

Silné stránky	Slabé stránky
Charakteristika prostředí	
<ul style="list-style-type: none"> - významné společenské a kulturní centrum zájmového území a regionu Jižní Čechy - příjemné a zdravé klima - v letních měsících příznivé, mírné a stabilní klima - dobrý potenciál zájmového území pro aktivní turistiku, cykloturistiku - bohatá síť stezek pro pěší turistiku - existence atraktivních naučných stezek - zajímavé turistické cíle v blízkém okolí - bohatství vodních ploch vhodných pro rekreaci - významný potenciál řeky Lužnice a trvalý zájem o ni - husitská historie a povědomost o městě v tomto směru (např. i místo města v učebnicích) - dostatek parků – zeleně (např. Tismenické údolí, břehy Jordánu, údolí Lužnice) - přírodní bohatství ve městě a okolí (rybníky, lesy, rybolov, myslivost, Jordán, Lužnice) - pozitivní vztah obyvatelstva k městu v oblasti CR - nízká kriminalita, bezpečná destinace - dobrá dopravní dostupnost daná lokací na spojnici Prahy a 	<ul style="list-style-type: none"> - stagnace přirozeného přírůstku obyvatel - omezená nabídka turistického vyžití v mezisezónách a v zimě - absence nových významných mezinárodních projektů, které by se týkaly turistů v Táboře - nízká ekonomická výtěžnost z cestovního ruchu - nízká úroveň odbornosti a kvalifikace pracovní síly v sektoru CR - nevhodné klimatické podmínky pro zimní dovolenou - nesystémový způsob sledování návštěvnosti města a zájmového území umožňující dlouhodobé sledování její dynamiky (např. i pohybu cykloturistů na trasách, rozprostření turistů po městě) - nízké využívání vybraných objektů pro kulturní vyžití (př. Střelnice) - nevyužitý potenciál vodáků na Lužnici ke zvýšení návštěvnosti zajímavosti města - neexistence „centrálního kulturního stánku“ - nedostatečné místní kapitálové zdroje v investiční výstavbě podnikatelů v oblasti CR (např. Housův mlýn, Muzeum čokolády) - nedostatečná otevřenost služeb

Silné stránky	Slabé stránky
Českých Budějovic (silniční, železniční i autobusová)	sportovišť pro veřejnost (zpřístupnění)
Návštěvnická atraktivita	
<ul style="list-style-type: none"> - turistický potenciál zájmové území a města národního charakteru - historická městská památková rezervace - „génus loci“ Starého města a údolí Lužnice - zájem turistů o husitské muzeum - dlouhodobá úspěšná tradice pořádání Tábořských setkání - pestrost kulturní nabídky pro vybrané cílové skupiny - divadlo, jeho existence, pestrost programu a komentované prohlídky - Tábor jako koncertní síň (místní restaurace a kluby) se spektrem moderní hudby - pozitivní postavení města u příznivců cyklokrosu v mezinárodním měřítku 	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatečné vytížení ubytovací kapacity - návštěvnost především na jeden den a s přenocováním pak v průměru cca na dvě a půl noci - nižší nabídka doplňkových aktivit typu aktivní dovolená (lanová centra apod.), agroturistika apod. - chybí významný turistický cíl mezinárodního významu - nedostatek turistických produktů pro cílové skupiny turistů - určitá monotónnost nabídky CR ve vztahu k historii - využívání především letní sezóny ze strany domácích turistů - neexistuje komplexní nabídka produktů CR, zaměřených na různé cílové skupiny
Dopravní a technická infrastruktura CR	
<ul style="list-style-type: none"> - síť městské hromadné dopravy a její návaznost na hromadnou dopravu - blízkost železničního a autobusového nádraží od historického středu města 	<ul style="list-style-type: none"> - údržba a rekonstrukce místních komunikací - nepříznivé podmínky pro kongresový cestovní ruch - problémy s parkováním; rozdílnost potřeb místních obyvatel a turistů
Služby a organizace CR a kultury	
<ul style="list-style-type: none"> - etablované turistické informační centrum - existence několika sdružení s cílem rozvíjet CR - nejvíce rozvinuté turistické služby v zájmovém území - turisté hodnotí rozsah a kvalitu poskytovaných služeb příznivě - výrazně dobře hodnocena úroveň stravovacích služeb - dostatek nákupních možností - návštěvníci města se opakovaně vrací vlivem jeho kladného hodnocení 	<ul style="list-style-type: none"> - nízké zapojení sídel v zájmovém území do rozvoje CR prozatím realizovaného téměř výhradně Městem Tábor - nízká součinnost s krajskými partnery v oblasti CR (především JCCR a krajský úřad) - absence regionálního informačního a rezervačního systému - rozptýlenost organizace kulturních aktivit - absence typických jídel z doby husitské - nedostatečná komunikace a

Silné stránky	Slabé stránky
	kooperace mezi klíčovými činiteli CR v regionu (mezi veřejným a soukromým sektorem uvnitř i navzájem)
Propagace	
<ul style="list-style-type: none"> - dobrá grafická a obsahová úroveň vybraných tiskovin - fungující systém tradiční forma propagace kombinací tiskovin, internetu a prezentace na akcích a výstavách - orientační značení ve městě - turisté hodnotí dobře informace o městě 	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatečné využití osobností působících ve městě (Jan Žižka, Fr. Křížík, Oskar Nedbal, E. Beneš apod.) - nedostatečné využívání všech prvků marketingového mixu - nedostatečné zacílení propagačních aktivit - nízké zapojení podnikatelů do marketingových aktivit města - internetový portál města není pro turisty vřídny, nemá intuitivní vyhledávání, obsahuje často kopie obsahu tiskovin)
Analýza současného návštěvníka	
<ul style="list-style-type: none"> - významný potenciál domácích návštěvníků a turistů z Prahy a Středočeského kraje - významný potenciál zahraničních turistů z Německa, poté Nizozemska a Slovenska - celkově pozitivní dojem z návštěvy - dobré hodnocení kvality ubytování i stravování - ceny jsou chápány jako dostupné 	<ul style="list-style-type: none"> - vysoký podíl jednodenních návštěvníků - návštěvníky města jsou převážně méně bonitní návštěvníci - většina návštěvníků města nevyužívá město jako jednaný cíl cesty, ale současně navštíví i jiné cíle mimo zájmové území

Příležitosti	Ohrožení
<ul style="list-style-type: none"> - rostoucí poptávka v mezinárodním, národním i regionálním trhu volnočasových aktivit po specializovaných produktových balíčcích (cykloturistika, pěší a horská turistika, venkovská a agroturistika, golf, tenis) - postupně docílit vyšší autority realizovaných kulturních akcí u návštěvníků (Ohňostrož, Léto nad Jordánem apod.) - vzdálenost od Prahy (výstavbou dálnice se město stává rychle 	<ul style="list-style-type: none"> - vzdálenost od Prahy (rychlá dostupnost může být příčinou i brzkého opuštění předmětného území) - snižující se dynamika nárůstu počtu turistů - čeští turisté nejsou ochotni podnikat výlety s delším dojezdem - pocit, že „se tady nic neděje“ - pasivní očekávání podnikatelů, spoléhání se na vnější subjekty - znečištění ovzduší vlivem zvyšující se dopravy

Příležitosti	Ohrožení
<ul style="list-style-type: none"> - dosažitelné z Prahy a Českých Budějovic) - stoupající návštěvnost památkových objektů - doporučení návštěvy známým - provázanost s potenciálem turistických „atrakcí“ v předmětném území - oslovení dětí, studentů - nenaplněný potenciál turistů z Německa - finanční a hospodářská krize může přivést více domácích turistů - využít oslavy výročí Jana Husa v roce 2015 - vyšší zapojení města do mezinárodní sítě měst s husitskou tradicí - využití trendu v životním stylu – zájem o vlastní zdraví a péči o něj (wellness) - možnost čerpání mimořádných finančních prostředků z národních a mezinárodních fondů v období 2007 – 2013 (zejména ROP a ostatní programy) - incentivní turistika - významné rostoucí cílové skupiny seniorů a zájemců o aktivní pobyty a venkovskou turistiku - stále rostoucí zájem zahraničních investorů o střední a východní Evropu 	<ul style="list-style-type: none"> - podcenění významu CR jako předmětu podnikání a zaměstnanosti - podceňování přípravy odborníků v oblasti CR - nedostatečná podpora rozvoji CR zejména ve venkovských oblastech - nezachycení trendů ve struktuře ubytování (růst zájmu o kvalitní - hotelové ubytování a ubytování venkovského charakteru – certifikované) - nezachycení trendů po tzv. in house atraktivitách (ubytování + stravování + tematické/ zábavní/ regenerační parky a střediska) - hospodářská recese resp. zpomalení ekonomického růstu ve světě a v ČR a snižování koupěschopnosti obyvatelstva - rivalita a nespolečné spolupráce mezi zainteresovanými subjekty (veřejná vers. soukromá sféra, mezi jednotlivými subjekty)

Zdroj: Marketingová strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor

15 Vize možných řešení stávající situace a dalšího rozvoje

15.1 Celková vize města Tábora

Smyslem vize je vymezení prioritních oblastí, na něž by měla být soustředěna hlavní pozornost, definice stěžejních cílů a opatření důležitých v oblasti cestovního ruchu. Z časového hlediska navržené cíle a opatření směřují k horizontu roku 2010 – 2013 (což odpovídá též zbývajícimu projektovému období EU).

„Tábor staví na svém historickém dědictví, které rozvíjí tak, aby zachovávalo jeho významné postavení na trhu cestovního ruchu. Návštěvníci a turisté přijíždějí za poznáním, kulturou a aktivním odpočinkem, protože zde mají k dispozici odpovídající atraktivní zázemí. Harmonicky se vyvíjí vztahy mezi místními obyvateli, podnikateli, samosprávou, spolky a sdruženími a turisty, s cílem získat maximální ekonomickou výtěžnost z cestovního ruchu. Tábor je místem, které nabízí moderní a zajímavé služby s přívětivou obsluhou“(**Marketingová strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor, 2009**).

15.2 Hlavní teze

- Tábor je vnímán jako jedno z významných historických měst České republiky. V oblasti nabídky cestovního ruchu je jedním ze čtyř nejnavštěvovanějších měst v jižních Čechách,
- Koordinace aktivit a řízení cestovního ruchu a kultury v Táboře je na vysoké úrovni a je zajišťována profesionálním týmem odborníků ve spolupráci s podnikatelskými subjekty,
- Zahraniční i tuzemští návštěvníci a turisté jsou s pobytem v Táboře velice spokojeni, rádi se vracejí i na vícedenní pobyty a předmětné území doporučují svým známým k návštěvě a dovolené,

- Tábor nabízí spektrum turistických produktů, jejichž obsah je pestrý a uspokojuje vybrané cílové skupiny turistů. Ti si mohou vybrat z široké nabídky kulturních akcí, využívat sportovních zařízení a přírodního potenciálu města a okolí,
- Kvalita služeb překonává celostátní průměr a zanechává v návštěvnických pocitech spokojenosti. Připravena je i nabídka pro pobyt náročných skupin turistů přijíždějících za poznáním, kulturou a aktivním odpočinkem,
- Rozvoj cestovního ruchu se orientuje i na mimosezónní období a zajišťuje větší prosperitu podnikatelům,
- Turista je v Táboře vítán obyvateli, podnikateli a samosprávou a tomu odpovídá struktura a kvalita poskytovaných služeb, čistota města a i motorizovaní turisté mají k dispozici odpovídající komfort,
- Průběžně a v dostatečné míře jsou zajišťovány finanční zdroje na realizaci marketingové koncepce ve spolupráci s místními podnikateli, s krajem a s využitím dotačních titulů, sponzorů apod.,
- Technický stav památek je stabilizován a jejich provoz je schopen pružně reagovat na poptávku turistů,
- V rámci vzdělávacích aktivit připravují podnikatelé v Táboře kvalifikované síly pro profese v oblasti cestovního ruchu,
- Kapacita ubytovacích zařízení Tábora je dostatečná jak v počtu, tak v jejich kvalitě a struktuře,
- Tábor je město nabízející kulturní vyžití téměř každý den a ve vybraných termínech absorbuje desítky tisíc návštěvníků kulturních akcí,
- Turisté v Táboře a okolí pobývají průměrně přes 3 noci.

15.3 Hlavní strategické cíle

Dle Marketingové strategie zpracované pro Město Tábor jsou definovány hlavní strategické cíle, pro které byla následně nalezena vhodná opatření a okruhy aktivity.

Ve výčtu se jedná o:

- a) **Kvalitní a efektivní marketingové aktivity realizované na základě pravidelných průzkumů poptávky a nabídky na trhu cestovního ruchu**

- b) **Rozšíření nabídky turistických produktů umožňující celkové využití kapacity zájmového území a služeb**
- c) **Vytvoření fungujícího systému řízení a koordinace aktivit v oblasti cestovního ruchu a kultury**
- d) **Podpora managementu kvality**
- e) **Motivace a vytváření podmínek pro rozvoj cestovního ruchu a kultury**

Ad a) V současnosti používané **nástroje propagace**, jejichž úkolem je zviditelnění turistického potenciálu a služeb v oblasti cestovního ruchu na Táborsku, bude vhodné obohatit o další, jež by měly být konkrétněji zacíleny na spotřebitele a na prodej produktů.

Cílem bude prezentovat jednotlivé prvky turistické nabídky, vyvolání povědomí o nově uváděné nabídce na trh, oslovení cílových skupin a zdrojových destinací. Následně samozřejmě přesvědčit potenciálního návštěvníka o tom, že nabídka Táborska je lepší v porovnání s konkurencí, s důrazem na chování místních obyvatel a pracovníků ve službách. Významné je zvýšení věrnosti současných návštěvníků ve vztahu k produktu (přimět je k uzavření obchodu – a v místech nákupu též připomínat turistickou nabídku oblasti).

Jako vhodné se zdají být následující formy:

- **Informační tiskoviny** (brožury, letáky, katalogy z vlastní produkce, včetně dále zmíněné cílené distribuce ve vybraných tiskovinách)
- **Noviny** (celostátní deníky a jejich víkendové přílohy, regionální deníky)
- **Časopisy** (zejména pro širokou veřejnost)
- **TV** (dokumentární pořady o akcích, potenciálu Táborska – zlepšení image)
- **Venkovní reklama** (Praha, České Budějovice..)
- **Reklama v hromadných dopravních prostředcích** (vlaky ČD na trase Praha – České Budějovice, Písek – Jihlava, dálkové autobusové spoje projíždějící Tábořem)
- **Internet** (vlastní vícejazyčná webová prezentace, reklama na vybraných portálech – hlavně kulturní kalendáře)
- **Udržování a zlepšování vztahů s organizacemi či jednotlivci působícími v oblasti CR** (veřejnost, partneři v zájmové oblasti, úřady, zákazníci, dopravci, zprostředkovatelé služeb...např. formou tiskových zpráv

a konferencí, slavností a společenských akcí, setkání podnikatelů a partnerů, aktivní členství ve sdruženích a asociacích...)

Téměř celorepublikovým problémem je nedostatek suvenýrů, jež by charakterizovaly turistické destinace či vybrané turistické cíle. Tyto upomínkové předměty s motivy husitství by měly být vytvořeny v několika variantách, jež by odpovídaly cílovým skupinám turistů a měly by být určeny k zejména k prodeji (či jako malá pozornost by mohly být poděkováním za návštěvu města, v hotelích, restauracích apod.).

Jak vyplývá z řádků výše, je oblast Tábořska navštěvována zejména domácími turisty v rámci jednodenního výletu. Dle **Marketingové strategie** jsou pro návštěvu Tábořska typické a v současnosti využívané tyto tematické oblasti motivující k návštěvě:

Primární

- **Poznávací turistika** (památky, historie, husitství, příroda)
- **Návštěvy významných kulturních a sportovních akcí**
- **Turistika v přírodě** s důrazem na pěší turistiku a cykloturistiku
- **Vodáctví** a využívání dalších vodních ploch

Sekundární

- **Společenský život a zábava**
- **Venkovský cestovní ruch a agroturistika**
- **Církevní cestovní ruch**
- **Incentivní cestovní ruch**

Zhruba polovina tuzemských turistů přicestovala ze vzdálenosti více než 100 km od místa bydliště. Největší zdrojovou destinací je pro Tábor město Praha (což platí tradičně i pro ostatní místa), dále Středočeský a Jihočeský kraj. Zahraniční turisté pocházejí zejména z Německa a Nizozemska (tvoří cca 50 % návštěvnost), dále turisté z Velké Británie, Rakouska, Slovenska, Francie, USA či Belgie.

Vzhledem k tomu, že dosud neexistuje monitorovací systém, jenž by jasně kvantifikoval návštěvnost místa, lze tuto pouze odhadnout za použití návštěvnosti vybraných turistických cílů a vybraných akcí. Odhadem tvoří počet návštěvníků

a turistů za rok mezi 150 – 250 tisíci. Rozptýl je dán zejména počtem turistů, kteří nevyužili žádnou v současnosti monitorovanou nabídku. Počet zahraničních hostů je odhadován ročně mezi 60 – 80 tisíci.

V současném období, jež je ovlivněno dopadem hospodářské krize není racionální orientovat se na nové zákazníky. Dle zkušeností některých cestovních kanceláří (např. ATIS) je získání turisty k opakované návštěvě destinace cca sedmkrát levnější, než získání nového turisty. (Dle Pavla Řehulky, odborníka na marketing, obecně platí pravidlo, že získání nového zákazníka je šestkrát dražší, než si udržet stávajícího.)

Tematická oblast

- Poznávací turistika
- Akce – Táborská setkání, Léto nad Jordánem, Husitské dny, významné republikové a mezinárodní sportovní akce
- Turistika v přírodě
- Vodáci na Lužnici
- Incentivní cestovní ruch
- Společenský život a zábava

Zdrojové destinace v Česku

- Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj

Zdrojové destinace v zahraničí - pro následující roky by bylo účelné volit tyto cílové skupiny:

- **Německo** (z hlediska bližší definice se jedná o mládež, která se účastní organizovaných výletů za poznáním, např. při cestě do Prahy; mladé dvojice bez dětí – přijíždějí za zábavou a odpočinkem, nadprůměrně utrácení; senioři jezdí za poznáním a za odpočinkem)
- **Nizozemsko** (Nizozemci však v posledním roce výrazně opouštějí pozice v návštěvnosti ČR – není u nás pro ně tak lacino, omezují cestování díky hospodářské krizi. Tábor má však šanci udržet jejich povědomí o tom, že je

českou mekkou cyklokrosu. Při bližším pohledu na cílové skupiny se jedná především o rodiny s dětmi, které prioritně pobývají v kempech či o seniory, kteří jsou zaměřeni na poznávání, zážitkovou turistiku, často ve spojení s gastronomií.)

- **Rakousko** (senioři vyhledávají relaxační pobyty, dále se jedná o aktivní turisty se zájmem o cykloturistiku a o rodiny s dětmi, které dávají přednost pobytům prodávaným prostřednictvím cestovních kanceláří – pobyty na venkově či agroturistika)
- **Rusko** (vzhledem ke zvyšujícímu se podílu v návštěvnosti ČR a jejich ochotě utrácet, by bylo vhodné nalézt motivátor k návštěvě – např. jako doplněk jejich pobytu v západočeských lázních či v Praze)

Důležitou oblastí je **průběžné sledování návštěvnosti** – jako kontrolního prvku zejména pro ověřování dopadu vývoje v cestovním ruchu na návštěvnost území Táborska (sledování návštěvnosti, obsazenosti ubytovacích zařízení a ekonomické výtěžnosti). Sledování návštěvnosti jednotlivých objektů je poměrně přesné (podmínkou validity sbíraných dat je však neměnná metodika sběru; díky množství památkových objektů ve městě není možno hovořit o celkové návštěvnosti součtem prodaných vstupenek, protože návštěvník je započítán dle počtu jím navštívených objektů – řešením je tedy vytvoření a realizace systému vyhodnocování návštěvnosti po domluvě s jednotlivými správci objektů, doplněná o další hodnocené objekty v oblasti; vytvořit vhodný monitorovací systém pro sledování vodáků na Lužnici či cykloturistů). Dále městský úřad sleduje poplatky z ubytování (jde bohužel o zkreslené údaje – díky neochotě podnikatelů tyto poplatky odvádět), které by ve spojení se statistikou počtu lůžek byly využitelné pro sledování dynamiky návštěvnosti. Dalším údajem je počet obslužených návštěvníků v turistických informačních centrech.

Za zvážení stojí i možné využití nového prvku návštěvnosti místa – kamerový systém, kdy umístění kamer na tradičních procházkových trasách turistů umožní objektivní sledování návštěvnosti (např. návštěvnost v závislosti na denní a roční době, na počasí...). Pro získání relevantních číselných údajů o návštěvnosti ubytovacích kapacit by bylo účelné zpopularizovat výběr poplatků a zpřesnit výkaznictví, jelikož se jedná o jeden z nejpřesnějších údajů pro sledování

návštěvnosti (samozřejmě za podmínky dodržování výběru poplatku, resp.jeho vykazování).

V souvislosti s návštěvností oblasti by bylo vhodné získávat informace od návštěvníků (forma dotazníků s pevně stanovenými otázkami), jež by přispěly k sestavení profilu návštěvníků. Takováto forma průzkumu je již prováděna a některé výstupy jsou uvedeny v příloze.

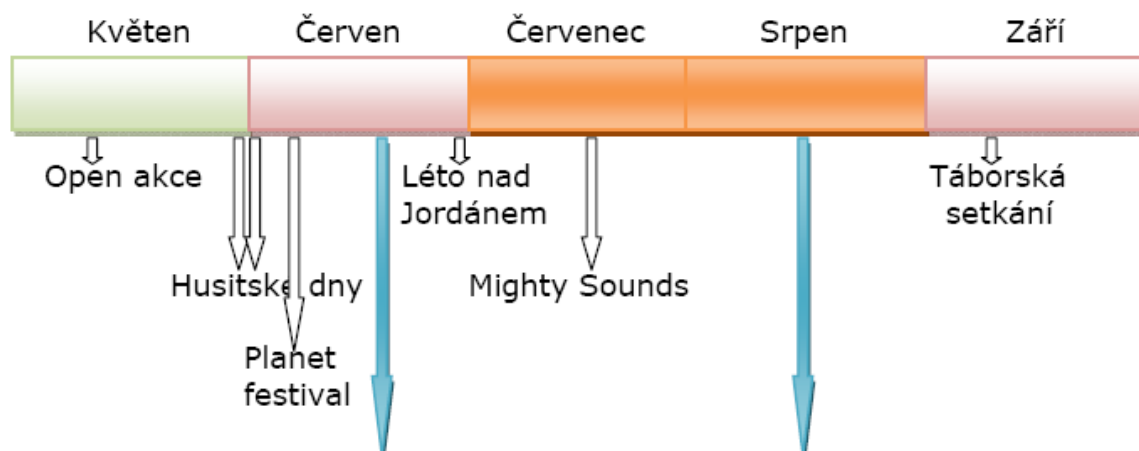
Ad b) O turistickém produktu cestovního ruchu již bylo řečeno mnoho (viz výše – tvorba produktu cestovního ruchu apod.). Jedná se však v posledních letech o velmi žádanou devizu především ze strany zahraniční klientely. Město Tábor dosud takové produkty zaměřující se na určité cílové skupiny nenabízí. Za produkty by mohly být považovány nejvýznamnější kulturní akce či například zmíněný audioprůvodce městem. Předpokladem pro vytvoření produktů je však kvalitní spolupráce více subjektů (včetně podnikatelských), dále s regionálními, nadregionálními a zahraničními cestovními kancelářemi či agenturami, či tzv. zážitkovými agenturami, jež by byly schopné tyto produkty umístit na trhu cestovního ruchu. Význam turistických produktů je spatřován v prodloužení pobytu turistů a alespoň částečné zvýšení zájmu turistů v průběhu mimosezóny, taktéž by tyto produkty mohly oslovit současné cílové skupiny a samozřejmě přilákat nové. Pro Tábor je dominantní potřebou prodloužit návštěvu oblasti minimálně na tři až čtyři dny, resp. dvě až tři noci.

Jedná se jak o turistické produkty neinvestiční, tak investiční – většina z nich již byla „papírově“ vytvořena. Jelikož se jedná o zajímavé návrhy, je jejich ucelená představa dle **Marketingové strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor** zmíněna v příloze.

Z pohledu kulturního vyžití je většina návštěvníků s dosavadní nabídkou spokojena a turisté konstatují, že drobnější akce nejsou motivem k návštěvě místa (přispívají však k jejich celkové spokojenosti).

Dle obrázku, na němž lze pozorovat nedostatek větších akcí v měsíci červnu a srpnu (označeny modrými šipkami):

Obr. č. 20: Časový přehled pořádaných akcí



Zdroj: Marketingová strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor

Jak již bylo zmíněno v přehledu akcí konaných během celého roku, v průběhu hlavní sezóny probíhá ve městě a okolí řada menších akcí spadajících do Táborského kulturního léta. V rámci obohacení kulturního vyžití v hlavní turistické sezóně by bylo vhodné do nabídky zařadit cyklus několika koncertů vážné hudby, měnit místa konání akcí a přiblížit tak účastníkům zajímavé turistické cíle (např. poutní areál Klokoty, nádvoří hradu Kotnov, apod.). Ve vazbě popularizovat gastronomii zorganizovat těž dny zabývající se přípravou jídel.

Ad c) Město Tábor má zřízen **odbor kultury a cestovního ruchu**, jenž se v oblasti cestovního ruchu zabývá především přípravou propagačních materiálů, dále propagací města v oblasti cestovního ruchu a také je provozovatelem turistického informačního centra. V oblasti kultury dominuje produkování kulturních akcí. Spektrum činností odboru by mělo být rozšířeno o monitoring všech aktivit cestovního ruchu (návštěvnost turisticky vyhledávaných cílů, návštěvnost a ohlas akcí, ubytování apod.) a o koordinaci spolupráce všech subjektů na trhu cestovního ruchu. V oblasti kultury by bylo vhodné omezit vlastní produkování vybraných akcí a tyto převést na subjekty jiné, aby mohlo dojít ke zvýšení počtu konaných akcí v průběhu roku – toto by však muselo být financováno z jiných zdrojů než z prostředků Města Tábor. Návrhem

Marketingové strategie je vytvoření organizace cestovního ruchu (v období tří až pěti let), která by iniciovala a řídila celý proces rozvoje cestovního ruchu ve spolupráci se soukromým a veřejným sektorem i místními obyvateli. V současné době existují takové organizace již např. v Českém Krumlově či Třebíči. V aplikaci na město Tábor by se při případném přechodu na tuto organizaci vycházelo z činnosti odboru kultury a cestovního ruchu. Vytvoření organizace nezávislé na městském úřadě by však mohlo způsobit komplikovaný dialog s managementem města, naproti tomu větší ochotu podnikatelů spolupracovat.

Ad d) Společným jmenovatelem pro podnikatelskou sféru, Město Tábor i místní obyvatele je **ekonomická výtežnost**. Za účelem dosažení tohoto ukazatele by bylo vhodné sladit společné zájmy, průběžně se vzdělávat, protože podmínkou rozvoje cestovního ruchu a kvality služeb je i postoj místních obyvatel i podnikatelů k turistům. (Prvním krokem k uskutečnění tohoto cíle je opět zajištění kooperace mezi městem a podnikateli, dále zvyšování kvality služeb, pestrost nabídky, propagace a v neposlední řadě i poskytování informací místnímu obyvatelstvu o dopadu zvýšeného cestovního ruchu na život ve městě či o vztahu místních obyvatel k turistům – v tisku, formou besed, atp.). Nezbytným, již zmíněným, předpokladem k rozvoji cestovního ruchu v oblasti je zvyšování kvality poskytovaných služeb. Mezi nástroje patří certifikace ubytovacích zařízení, dílčí certifikace turistických informačních služeb, certifikace „Cyklisté vítání“ či certifikát CAF či ISO (označují jakost služby a jsou v Evropě užívány). Zajímavým nápadem se jeví označování ověřených provozoven vlastním certifikátem, kterým by se provozovny zavazovaly k ukázkovému chování k turistům a k poskytování pouze kvalitních služeb (mohly by se zapojit i subjekty podnikající v jiné oblasti než v cestovním ruchu – kadeřnictví, zubní ordinace apod.). Další možností potenciálně prospěšnou tomuto cíli je i možná rekvalifikace volných pracovních sil k využití v oblasti cestovního ruchu či případné zájemce (kteří by měli zájem o řešení svých problémů, jejichž příčinou byla zejména restrukturalizace zemědělské výroby) o získání základních znalostí v tak perspektivní oblasti jakou je např. agroturistika či řemeslná výroba atd.

Ad e) Hlavním motivem pro návštěvu Tábora je historie, husitství. Bylo by vhodné stávající nabídku obohatit **doplňkovými službami**, které turista proto, aby v místě strávil zbývající čas, vyžaduje (prodej tradičních místních výrobků či jak z textu vyplývá zlepšením přístupnosti sportovišť, zatraktivněním nabídky ubytovacích a restauračních zařízení, atd.). S tímto tvrzením souvisí i možnost **vytvoření tzv. centralizované nabídky**, resp. vytvoření místa, kde by se téměř každý den konaly kulturní akce a tedy místní obyvatelé i návštěvníci by mohli vždy využít nabídky tohoto centra. Vznikem takového centra by se racionalizovaly provozní náklady subjektů, jež realizují kulturní nabídku.

Z textu je patrné, že **oblast cestovního ruchu** má nepopíratelně významný přínos pro Tábor, resp. oblast Táborska. Lze označit dvě oblasti, v nichž se přínos cestovního ruchu pozitivně podepisuje, jedná se o oblast ekonomickou a oblast sociálně-kulturní. V prvně jmenované, **ekonomické oblasti**, jde zejména o zvyšování tržeb prostřednictvím cestovního ruchu, zvyšováním příjmů do městského rozpočtu díky daním a poplatkům, dále je pozitivní vliv cestovního ruchu markantní v oblasti podpory rozvoje malého a středního podnikání a následně ve zvyšování zaměstnanosti či v oblasti stimulování investic do místní infrastruktury.

Oblast druhá, sociálně-kulturní se projevuje vytvářením pracovních míst a podporou sociálního rozvoje, zvyšováním životního standardu místních obyvatel, jimž je umožněno využívat zařízení, zřízených pro návštěvníky oblasti. Dalším projevem je možno spatřovat díky kulturně-výchovné funkci cestovního ruchu, kdy se lidé kontaktují, dochází k jejich vnitřnímu obohacení, ztrátě předsudků. Do této oblasti je vhodné též zařadit zainteresování místních obyvatel na ochranu přírodních a kulturních hodnot, stimulaci jejich pocitu hrdosti na tradice a historii.

16 Výsledky

16.1 Výpočet příjmů z cestovního ruchu na Táborsku

Dle dostupných statistik na mezinárodní (Eurostat, OECD) a národní (ČSÚ) úrovni, stejně tak jako dle významných mezinárodních profesních organizací (ETC, UNWTO) a názorů odborníků patřil a patří sektor cestovního ruchu stále k nejrychleji se rozvíjejícím odvětvím, vytvářejícím významné přínosy pro ekonomiku, a to na všech úrovních, od lokálních přínosů až po celosvětové přínosy. Není snadné tyto přínosy vyčíslit, zejména pro menší územní celky bývá jejich identifikace a vyčíslení často jen těžce uchopitelné. Je proto potřeba kombinovat různé zdroje dat a informací, aby bylo možné s co největší přesností přínosy z cestovního ruchu vyčíslit. Velmi přínosným se kromě nástrojů ČSÚ (zejména statistiky – časové řady a satelitní účet cestovního ruchu) ukazuje i několik let po sobě se opakující Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky. Pro statistická data ČSÚ bývá často hendikepou jejich rozlišovací úroveň, jen stěží dovolující využití těchto dat pro menší celky než jsou kraje. Vypočtené výsledky bývají takto často napadány za jejich nepřesnost, vycházející z dat, získaných zprůměrováním často skutečně neporovnatelných destinací (např. Český Krumlov a Tábor). Právě v této fázi jsou proto významným pomocníkem výstupy „Monitoringu“, který jednak počtem respondentů a směřováním do dílčích lokalit dokáže významně zpřesnit statistikou získaná data a s podstatně větší přesností určit např. výše zmiňované přínosy i pro menší jednotky než jsou kraje (**Marketingová strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor, 2009**).

Výpočet příjmů z cestovního ruchu

Významnou charakteristikou pro určení příjmů z cestovního ruchu jsou:

- **doba pobytu v destinaci**, resp. struktura návštěvníků destinace podle délky jejich pobytu v destinaci,
- **průměrná denní útrata na návštěvníka**, resp. struktura návštěvníků destinace podle výše jejich průměrné útraty,

- kapacita ubytovacích zařízení v dané destinaci a její využití,
- velikost a struktura skupin návštěvníků, lišících se výší útraty.

1) Doba pobytu návštěvníků a turistů dle monitoringu návštěvníků

Tabulka 12: Doba pobytu návštěvníků a turistů

Místo sběru dat: Tábor	Tábor			Jižní Čechy	ČR
	rezidenti	nerezid.	Tábor - celkem		
Jednodenní – bez noclehu	52,89 %	42,31 %	48,74 %	34,05 %	43,91 %
1 až 2 noci	28,93 %	17,95 %	24,62 %	27,54 %	22,38 %
3 až 7 nocí	15,70 %	29,49 %	21,11 %	23,43 %	23,44 %
Delší	2,48 %	10,26 %	5,53 %	14,97 %	10,18 %
Celkem	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %
Počet respondentů	121	78	199	5 425	106 582
Průměrný počet dnů	2,44	3,67	2,92	3,93	3,42

Zdroj: <http://monitoring.czechtourism.cz>

Z tabulky průměrné délky pobytu, vycházející z monitoringu návštěvníků, je patrné, že Tábor a okolí jsou typickými destinacemi pro pobyty bez noclehu (48,74%) nebo s jedním až dvěma noclehy (24,62%). Toto potvrzuje srovnání dílčích charakteristik, ale i souhrnné hodnoty průměrné délky pobytu v Táboře (2,92 dne) jak s turistickým regionem Jižní Čechy (3,93 dne), tak s průměrnou hodnotou délky pobytu za ČR jako celek (3,42 dne).

2) Útrata na osobu a den dle monitoringu návštěvníků

Tabulka 13: Průměrná útrata dle původu návštěvníka

Místo sběru dat: Tábor	Tábor			Jižní Čechy	ČR
	Rezidenti	Nerezidenti	Tábor - celkem		
Do 200 Kč	26,45 %	8,97 %	19,60 %	16,72 %	20,22 %
201 až 500 Kč	39,67 %	44,87 %	41,71 %	33,27 %	36,40 %
501 až 1000 Kč	28,10 %	37,18 %	31,66 %	32,55 %	27,92 %
1001 až 2000 Kč	4,96 %	7,69 %	6,03 %	13,01 %	10,87 %
Více než 2000 Kč	0,83 %	1,28 %	1,01 %	4,42 %	4,12 %
Celkem	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %
Počet respondentů	121	78	199	5 425	106 582
Průměrná útrata na den	493,60	595,16	533,50	677,83	622,90

Zdroj: <http://monitoring.czechtourism.cz>

Z tabulky je patrná nižší průměrná denní výše útraty v destinaci Tábor a okolí a to jak ve srovnání s relevantním údajem za turistický region Jižní Čechy (rozdíl 144,33 Kč na den), tak ve srovnání s průměrem za ČR (rozdíl 89,40 Kč na den). Důvodem může být jak nedostatečná nabídka produktů a služeb, určených pro návštěvníky a turisty, tak nižší cenová úroveň, vycházející často z kombinace příčin (např. nedostatečná kvalita, nižší poptávka než nabídka).

Neopomenutelnou příčinou je cílová skupina reálných návštěvníků a turistů (poptávková strana), která však rovněž vychází z nabídky a z marketingu resp. marketingové strategie dané destinace.

Tabulka 14: Průměrná útrata ubytovaných návštěvníků v Kč

Místo sběru dat: Tábor	Hotel *** či více	Hotel * či **, motel	Penzion	Kemp, táboř.	Jiné HUZ	Pronajátý pokoj, chata apod.	U známých, vlastní chata	Neubytován	Vše
v %									
Do 200 Kč	0,00	0,00	0,00	31,25	50,00	0,00	32,14	25,27	19,60
201 až 500 Kč	4,55	75,00	15,38	62,50	0,00	62,50	53,57	49,45	41,71
501 až 1000 Kč	54,55	25,00	69,23	6,25	50,00	37,50	14,29	24,18	31,66
1001 až 2000 Kč	31,82	0,00	15,38	0,00	0,00	0,00	0,00	1,10	6,03
Více než 2000 Kč	9,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,01
Počet respondentů	22	4	26	16	4	8	28	91	199
Podíl na ubytov. v %	20,37	3,70	24,07	14,81	3,70	7,41	25,93	-	-
Průměrná útrata na den v Kč	1 084,70	450,50	804,25	328,16	474,75	500,50	358,97	421,59	-
Průměrná útrata ubytovaných návštěvníků v Kč (aritmetický průměr za všechny typy ubytování)								571,69	

Zdroj: <http://monitoring.czechtourism.cz> a interní materiály Města Tábor

Relativně malý rozdíl ve výši průměrné útraty mezi neubytovaným (návštěvníkem) a ubytovaným hostem (turistou) potvrzuje jednak nižší průměrnou úroveň cen ubytování v destinaci, jehož příčinou může být rovněž kombinace několika faktorů, zejména půjde o faktor kvality ubytování a o cenovou úroveň, vycházející z vzájemného vztahu nabídky a poptávky.

Neopomenutelnou příčinou je opět charakter cílové skupiny, která je tvořena kombinací reálné nabídky destinace a marketingu (resp. marketingové strategie) destinace.

3) Počet lůžkonocí za rok

Čisté využití lůžek za rok 2008 v Jihočeském kraji dle ČSÚ: 28,8%

Kapacita ubytovacích zařízení v Táboře a okolí: 2932 lůžek x 365 nocí = 1 070 180 lůžkonocí

Při využití kapacit na 28,8% se jedná o 308 211,84 realizovaných lůžkonocí.

4) Poměr rezidenti vs. nerezidenti dle statistik za okres Tábor dle ČSÚ

Shrnutí níže uvedených výsledků vyplývá z údajů z tabulek č. 5 a č. 6 na str. 45.

Tabulka 15: *Poměr rezidenti versus nerezidenti v letech 2000 - 2008*

Rok	Rezidenti vs. nerezidenti dle počtu hostů (výchozí údaje viz tab. č. 5) v %		Rezidenti vs. nerezidenti dle počtu přenocování (výchozí údaje viz tab. č. 6) v %	
2000	82,39	17,61	88,05	11,95
2001	78,84	21,16	86,22	13,78
2002	74,44	25,56	81,34	18,66
2003	77,57	22,43	86,75	13,25
2004	78,69	21,31	86,14	13,86
2005	77,48	22,52	85,97	14,03
2006	79,79	20,21	87,88	12,12
2007	80,67	19,33	89,15	10,85
2008	82,14	17,86	90,05	9,95

Zdroj: vlastní

5) Celkové roční výdaje návštěvníků a turistů

Výpočet příjmů podle průměrné denní útraty v členění rezidenti a nerezidenti

Tabulka 16: *Celkové výdaje turistů*

Turisté (ubyt. hosté)	Prům. výše výdajů v Kč	Rozdělení lůžkonocí dle počtu hostů (dle ČSÚ)	Výdaje celkem	
			Kč	%
Počet lůžkonocí rezidenti	493,60	253 165,21	124 962 347,7	79,23
Počet lůžkonocí nerezid.	595,16	55 046,63	32 761 552,31	20,77
Celkové (turistů)	výdaje	ubytovaných	157 723 899,9	100,00

Zdroj: vlastní

Tabulka 17: Celkové výdaje návštěvníků

Návštěvníci	Průměrná výše výdajů v Kč	Počet návštěvníků	Výdaje celkem	
			Kč	%
Výdaje odhadovaného počtu rezidentů	493,60	145 658	71 896 788,8	79,23
Výdaje odhadovaného počtu nerezidentů	595,16	31 664	18 845 146,24	20,77
Celkové výdaje návštěvníků			90 741 935,04	100,00

Zdroj: vlastní

Celkové výdaje v Kč (turisté + návštěvníci)	248 465 834,9
--	----------------------

Výpočet celkových výdajů v Kč je součtem celkových výdajů turistů (tab. č.16) a návštěvníků (tab. č. 17). Přičemž údaje potřebné k výpočtu celkových výdajů turistů se opírají o více méně relevantní informace (vycházející z potenciálně uskutečněných lůžkonocí) a údaje nutné k výpočtu celkových výdajů návštěvníků vychází z „kvalifikovaného“ odhadu (kdy odhaduji, že počet návštěvníků (těch, kteří zde nenocují) je dvojnásobkem hostů nocujících (turistů). Průměrná výše výdajů je stejná u obou typů hostů, jen zohledňuje rozdílnou útratu rezidentů a nerezidentů, což je samozřejmě nepřesné (držíme –li se odhadů, kdy dvě třetiny všech hostů je tvořeno z řad návštěvníků) – výdaje je tedy považovat za mírně nadsazené.

Dle **Marketingové strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor** je mj. uveden výpočet příjmů dle průměrné denní útraty v členění návštěvník a turista následovně:

Tabulka 18: Celkové výdaje turistů a návštěvníků v Kč

Ukazatel	Počet dnů	Průměrná výše výdajů dle typu hosta a váženého průměru u turistů v Kč	Výdaje v Kč
Výdaje turistů	308 211,84	561, 12	172 944 435,24
Výdaje návštěvníků	228 522,89	421,59	96 342 038, 27
Celkové výdaje hostů			269 286 473,50

Zdroj: Marketingová strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor

Zajímavé také je, že rozdíl mezi výdaji rezidentů a nerezidentů v případě Tábora je jeden z nejnižších v České Republice, což potvrzuje i níže uvedená tabulka vycházející z Monitoringu návštěvníků.

Tabulka 19: *Útrata na osobu a den v procentickém vyjádření*

Útrata na os.a den	Tábor v %			Jižní Čechy v %			ČR		
	Čech	cizinec	celk.	Čech	cizinec	celk.	Čech	cizinec	celk.
Do 200 Kč	26,45	8,97	19,60	20,68	4,51	16,72	24,21	5,16	20,22
201 až 500 Kč	39,67	44,87	41,71	37,00	21,80	33,27	40,50	20,90	36,40
501 až 1000 Kč	28,10	37,18	31,66	29,94	40,60	32,55	25,65	36,49	27,92
1001 až 2000 Kč	4,96	7,69	6,03	9,67	23,31	13,01	6,91	25,80	10,87
Více než 2000 Kč	0,83	1,28	1,01	2,69	9,77	4,42	2,28	11,05	4,12
Celkem	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Počet respondentů	121	78	199	4094	1330	5425	83881	22195	106582

Zdroj: Marketingová strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor

17 Závěr

Pryč je ta doba, kdy stačily jako lákadlo přírodní, historické, případně kulturní památky. Dnešní návštěvník očekává poskytování širokých služeb terciální sféry, aby byl spokojen, neboť právě tyto doplňkové služby mají velký vliv už v rozhodování potenciálního zákazníka. Je možné pozorovat zejména u našich sousedů v Rakousku či Německu a na trhu cestovního ruchu se stalo úspěšným i Maďarsko, které dokáže tyto rozšířené služby poskytnout. Dnešního náročného zákazníka je třeba hýčkat a mít vždy možnost nabídnout náhradní program při nepřízni počasí nebo jiných možných komplikacích.

Shrnutí nejvýznamnějších prvků, které by mohly přispět ke zvýšení návštěvnosti:

- Z pohledu lepší dostupnosti **zlepšit infrastrukturu dopravních cest** (investování do oprav silniční sítě i železniční a vodní dopravy, cyklistických a turistických stezek)
- **Zlepšení kvality služeb** (ve stravovacích zařízeních – využít v našem pohostinství tradičních jihočeských pokrmů, ale umět v případě požadavku nabídnout i pokrmy jiných světových kuchyní. Gurmánské zážitky není radno podceňovat. V ubytovacích službách by mělo být samozřejmostí připojení k internetu, zrovna tak jako půjčování kol, loděk či jiných sportovních potřeb. Dále jde o budování wellness center, drobných sportovišť)

Všechny zmíněné prvky mající turistickou hodnotu je třeba kultivovat, zvelebovat a samozřejmě i popularizovat a je též třeba „mít vždy po ruce“ dostatek propagačních materiálů.

Ze zkušeností v tomto směru vyspělejších sousedních zemí, zejména pak Rakouska, kde je tomuto tématu věnována mimořádná pozornost již dlouhá léta, je zcela zřejmé, že právě turismus hraje velmi významnou roli v ekonomickém rozvoji, ale tento faktor je velmi významný v oblasti sbližování vzájemného pochopení a poskytuje obohacení i v oblasti duchovní.

Musím říci, že jsem se při své činnosti přesvědčila o tom, že již velká část měst a obcí v regionu tuto skutečnost pochopila a prostřednictvím svých představitelů o toto zlepšení již cílevědomě usiluje a je skutečně velmi příjemné potkat v tábořských uličkách cizince, kteří si skicují či fotografují památné objekty.

Mám za to, že tato práce v podstatě beze zbytku naplnila v úvodu stanovené cíle, tj. zmapování turisticky významného potenciálu oblasti, využití statisticko-ekonomických hodnot uplynulé dekády s akcentem na poslední léta včetně úvahy o možném rozvoji pro další období.

18 Seznam použité literatury

Foret, M., Foretová, V., *Jak rozvíjet místní cestovní ruch.* 1.vyd. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0207-X.

Hesková, M. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy.* 1.vyd. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.

Hesková, M. a kol. *Unikátní technické atraktivity jižních Čech.* 1.vyd. Praha: Profess Consulting s. r. o., 2006. ISBN 978-80-7259-053-7.

Hrabánková, M., Hájek, T., *Management cestovního ruchu.* 1.vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 2002. ISBN 80-7040-580-5.

Lednický, V., *Strategie využití technických památek a průmyslové infrastruktury v cestovním ruchu.* 1.vyd. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2004. ISBN 80-248-0611-8.

Malá, V., Cestovní ruch (vybrané kapitoly). In: Lednický, V., *Strategie využití technických památek a průmyslové infrastruktury v cestovním ruchu.* 1.vyd. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2004. ISBN 80-248-0611-8.

Němčanský, M. *Analýza a kalkulace v cestovním ruchu.* 1. vyd. Frýdek – Místek: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2001. ISBN 80-7248-094-4.

Parmová, D. *Provoz služeb v cestovním ruchu.* 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 2003. ISBN 80-7040-611-9.

Šíp, J., Štěpánek, V., Kopačka, L. Geografie cestovního ruchu. In: Lednický, V., *Strategie využití technických památek a průmyslové infrastruktury v cestovním ruchu.* 1.vyd. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2004. ISBN 80-248-0611-8.

Tichá, I., Hron, J., *Strategické řízení.* 1. vyd. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta, 2008. ISBN 978-80-213-0922-7.

Vybíral, Z., Třicátník, J., *Tábor.* 1.vyd. Tábor: Město Tábor, odbor kultury a cestovního ruchu, 1999.

Průvodce po Čechách, Moravě a Slezsku: Táborsko. Praha: S & D nakladatelství a vydavatelství, 2006. ISBN 80-86899-97-7.

Táborskem na kole, 10 tipů na cyklovýlety. Tábor: Odbor kultury a cestovního ruchu, 2007.

Vítejte na Tábořsku. České Budějovice: Agentura eF, s. r. o., 2006. ISBN 80-239-7075-5.

Internetové zdroje

Marketingová strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor. [on-line] [cit. 10.2.2010]. URL: <<http://www.tabor.cz/docstore/1259750409.pdf>>

Fotografie Borkovická blata.[on-line] [cit. 13.4.2010]. URL: <<http://www.sobeslav.cz/blata/bstezka.htm>>

Zpráva o činnosti Infocentra města Tábor 2009. [on-line] [cit. 15.4.2010]. URL: <http://www.tabor.cz/docstore/File/turista/Infocentrum/vyrocn%C3%AD%20zpravy/Vyrocn%C3%AD_zprava_2009.pdf>

Fotografie Infocentrum. .[on-line] [cit. 15.4.2010]. URL: <<http://www.tabor.cz/cs/turista/infocentrum/fotogalerie/>>

Fotografie Tábořská setkání .[on-line] [cit. 15.4.2010]. URL: <<http://www.tabor.cz/cs/obcan/kultura/taborska-setkani/>>

Fotografie Husitské dny .[on-line] [cit. 15.4.2010]. URL: <http://www.tabor.cz/cs/obcan/kultura/fotogalerie/2009_husitske-dny.html>

Fotografie Podzemní chodby .[on-line] [cit. 15.4.2010]. URL: <<http://www.tabor.cz/cs/turista/historie-a-pamatky/architektonicke-pamatky/husitske-muzeum-tabor.html>>

Fotografie Městské hradby, Měšťanské domy, Poutní kostel Klokoty. [on-line] [cit. 17.4.2010]. URL: <<http://www.tabor.cz/cs/turista/historie-a-pamatky/architektonicke-pamatky/>>

Fotografie Okresy České republiky .[on-line] [cit. 27.4.2010]. URL: <<http://www.zemepis.com>>

Seznam tabulek a grafů

Tabulka 1: Kapacita hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu dle okresů k 31.12.2008	41
Tabulka 2: Hromadná ubytovací zařízení cestovního ruchu dle kategorie k 31.12.2008	41
Tabulka 3: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení dle kategorie ubytovacích zařízení v roce 2008	48
Tabulka 4: Lůžková kapacita ubytovacích zařízení v Táboře a okolí.....	50
Tabulka 5: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení dle počtu příjezdu hostů v okrese Tábor v letech 2000 – 2008.....	50
Tabulka 6: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení dle počtu přenocování v okrese Tábor v letech 2000 – 2008.....	51
Tabulka 7: Průměrný počet přenocování v okrese Tábor v letech 2000 – 2008.....	51
Tabulka 8: Přehled vykázaného počtu ubytování	52
Tabulka 9: Návštěvnost expozice Tábořský poklad v letech 2006 – 2009.....	58
Tabulka 10: Návštěvnost TIC v letech 2006 – 2009.....	58
Tabulka 11: Návštěvnost všech expozic Husitského muzea v letech 2002 – 2008....	59
Tabulka 12: Doba pobytu návštěvníků a turistů	87
Tabulka 13: Průměrná útrata dle původu návštěvníka	88
Tabulka 14: Průměrná útrata ubytovaných návštěvníků v Kč.....	89
Tabulka 15: Poměr rezidenti versus nerezidenti v letech 2000 – 2008.....	90
Tabulka 16: Celkové výdaje turistů	90
Tabulka 17: Celkové výdaje návštěvníků.....	91
Tabulka 18: Celkové výdaje turistů a návštěvníků v Kč.....	91
Tabulka 19: Útrata na osobu a den v procentickém vyjádření.....	92
Graf č. 1: Návštěvnost v TIC v letech 2007 – 2009	59
Graf č. 2: Hodnocení jednotlivých oblastí z hlediska důležitosti a spokojenosti respondentů	62

Seznam obrázků a map

Obrázek 1: Členění nabídky územního celku	6
Obrázek 2: Cestovní ruch jako systém.....	8
Obrázek 3: Vliv cestovního ruchu na jednotlivé objekty podnikání	15
Obrázek 4: Botanická zahrada	22
Obrázek 5: Chýnovská jeskyně	23
Obrázek 6: Borkovická blata	25
Obrázek 7: Vlkov	25
Obrázek 8: Radnice	26
Obrázek 9: Městské hradby.....	27
Obrázek 10: Kostel Proměnění Páně na hoře Tábor	27
Obrázek 11: Kotnov a Bechyňská brána	28
Obrázek 12: Pohled na Tábor přes vodní nádrž Jordán	31
Obrázek 13: Dětské hřiště – Holečkovy sady	32
Obrázek 14: Okres Tábor	36
Obrázek 15: Mapa regionu s vyznačenou dopravní infrastrukturou	45
Obrázek 16: Táborská setkání	56
Obrázek 17: Husitské dny	57
Obrázek 18: Oficiální informační systém města Tábor	66
Obrázek 19: Infocentrum města Tábor	67
Obrázek 20: Znak partnerských měst	68
Obrázek 21: Časový přehled pořádaných akcí	83
Mapa 1: Okres Tábor v rámci ČR	34

19 Přílohy

Příloha 1: Seznam použitých zkratk

Příloha 2: Plánek Táborska s vyznačenými zajímavostmi

Příloha 3: Popisky k plánu Táborska

Příloha 4: Fotogalerie

Příloha 5: Turistické produkty neinvestiční a investiční

Příloha 6: Výstupy z ankety turistického informačního centra

Příloha 1

Seznam použitých zkratk

A.T.I.C. ČR	Asociace turistických a informačních center České republiky
CAF	Společný hodnotící rámec (Common assessment framework)
CR	Cestovní ruch
ČSÚ	Český statistický úřad
ETC	European Travel Commission
EU	Evropská unie
Eurostat	Evropský statistický úřad
HDP	hrubý domácí produkt
ISO	Mezinárodní organizace pro normalizaci (International Organization for Standardization)
JCCR	Jihočeská centrála cestovního ruchu
MČR	mistrovství České republiky
MHD	městská hromadná doprava
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MS	mistrovství světa
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (Organization for Economic Co-operation and Development)
PR	přírodní rezervace
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu (United Nations World Tourism Organisation)

Příloha 2

Plánek Táborška s vyznačenými zajímavostmi a cyklotrasami



Zdroj: TIC

Příloha 3

Popisky k plánku Táborska



1 Tábor – Husitské muzeum a středověké podzemí, vyhlídková věž Kolnov a Bechyňská brána, expozice Táborský poklad, poutní kostel Klokoty, Botanická zahrada, děkanský kostel s vyhlídkovou věží, barokní zámek Měšice



- 2 Sezimovo Ústí** – Benešova vila (památník druhého československého prezidenta Dr. Edvarda Beneše)
- 3 Bechyň** – renesanční zámek, Hasičské muzeum
- 4 Soběslav** – Smrčkův dům – Národopisné muzeum Soběslavských blat, Rožmberský dům – expozice Příroda Táborska
- 5 Veselí nad Lužnicí** – Weissův dům – Národopisné muzeum a pamětní síň hudebního skladatele Karla Weisse
- 6 Mladá Vožice** – Vlastivědné muzeum a pamětní síň historika a heraldika Augusta Sedláčka
- 7 Chýnov** – Bílkův dům – ateliér a rodný dům secesního sochaře Františka Bílka
- 8 Chýnovská jeskyně** – unikátní svou geologickou stavbou
- 9 Kozi hrádek** – zřícenina hradu
- 10 Dobronice u Bechyně** – zřícenina hradu



- 11 Choustník** – zřícenina hradu
- 12 Šelberk** – zřícenina hradu
- 13 Přiběnice** – zřícenina hradu, Přiběnická stezka z Tábora do Přiběnic (12,5 km) – pěší trasa údolím řeky Lužnice
- 14 Starý zámek u Borotína** – zřícenina hradu
- 15 Soběslavsko-Veselská blata** – vesnice se stavbami lidové architektury označované jako selské baroko
- 16 Naučná stezka Borkovická blata** (5,5 km) – přírodní rezervace (rašeliníště s ojedinělou flórou a faunou)
- 17 Naučná stezka Veselské pískovny** (7 km) – pěší trasa kolem jezer vzniklých po těžbě písku, přírodní rezervace Písečný přəsyp u Vlkova
- 18 Naučná stezka Nadějkovsko** (13,5 km) – seznamuje s krajinou a přírodou kolem Nadějkova
- 19 Elektrická dráha Františka Křižíka** – první elektrifikovaná železniční trať v Čechách (1903) spojující Tábor s Bechyní
- 20 Rozhledna Hýlačka**
- 21 Stádlecký most** – empírový železový most
- 22 Řeka Lužnice** – oblíbený cíl vodáků a rybářů, Harrachovka – výletní turistická restaurace
- 23 Chotoviny** – klasicistní zámek s anglickým parkem



1 Tábor – das Hussitenmuseum und mittelalterliche unterirdische Räume, der Aussichtsturm „Kolnov“ und das „Bechyň-Tor, die Exposition Taborer Schatz, die Wallfahrtskirche „Klokoty“, der botanische Garten, die Dekanatskirche mit Aussichtsturm, das Barockschloss in Měšice

- 2 Sezimovo Ústí** – die Sommerresidenz von dem zweiten tschechoslowakischen Präsidenten Edvard Beneš
- 3 Bechyň** – das Renaissanceschloss, das Feuerwehrmuseum
- 4 Soběslav** – Smrčkův dům (Smrček-Haus) – Museum für Völkerkunde und Region des Soběslav-Marschlandes, Rožmberský dům (Rožmberk-Haus) – Ausstellung „Die Natur der Taborer Region“
- 5 Veselí nad Lužnicí** – Weissův dům (Karel Weiss-Haus) – Museum für Völkerkunde und das Denkmal des Musikkomponisten Karel Weiss
- 6 Mladá Vožice** – Museum für Landeskunde und das Denkmal des Historikers und Wappenforschers August Sedláček



- 7 Chýnov** – Bílkův dům (František Bílek-Haus) – die Künstlerwerkstatt und das Geburtshaus vom weltberühmten Bildhauer František Bílek
- 8 Chýnov – Höhle** – sie ist einzig in ihrer geologischen Gestaltung
- 9 Kozi hrádek** – die Burgruine
- 10 Dobronice u Bechyně** – die Burgruine
- 11 Choustník** – die Burgruine
- 12 Šelberk** – die Burgruine
- 13 Přiběnice** – die Burgruine, der Wanderweg aus Tábor nach Přiběnice (12,5 km) – zu Fuss durch den Tal des Flusses Lužnice
- 14 Starý zámek u Borotína** – die Burgruine
- 15 Soběslav und Veselí-Marschland** – es gibt hier mehrere Gemeinden mit vielen Bauten im Stil des sog. südböhmischen Bauernbarocks
- 16 Lehrsteg „Borkovice-Marschland“** (5,5 km) – Naturschutzgebiet (das Torfmoorgebiet mit seltener Pflanzen- und Tierwelt)
- 17 Lehrsteg „Sandgrubenseen bei Veselí nad Lužnicí“** (7 km) – der Wanderweg durch die seeartigen Landschaft bei Veselí, Naturschutzgebiet „Sanddüne bei Vlkov nad Lužnicí“



- 18 Lehrsteg „Nadějkov-Gebiet“** (13,5 km) – die Landschaft und die Natur bei der Gemeinde Nadějkov
- 19 Eisenbahn von František Křižík** – die erste elektrifizierte Eisenbahn in Tschechien (1903), sie verbindet die Städte Tábor und Bechyň
- 20 Hýlačka** – der Aussichtsturm
- 21 Kettenbrücke bei Stádlec** – die einzigartige erhaltene Brücke im Empirestil
- 22 Der Fluss Lužnice** – sehr beliebt von Wassersportlern, Touristen und Fischern, Harrachovka – die Touristenhütte und das Restaurant im Lužnice-Tal
- 23 Chotoviny** – das Klassizismus-Schloss mit dem englischen Park



1 Tábor – the Hussite Museum and medieval underground passages, Kolnov Tower and the Bechyň Gate, the Tabor Treasure exhibition, the Dean Church, the Pilgrimage Church Klokoty, the Botanical Garden, the Baroque chateau Měšice



- 2 Sezimovo Ústí** – villa and memorial of the second Czechoslovakian president Dr. Edvard Beneš
- 3 Bechyň** – Renaissance chateau, Fire Brigade Museum
- 4 Soběslav** – Smrček House – Museum of the ethnography of the Soběslav Moorland, Rožmberk House – exhibition called Nature in the Tabor region
- 5 Veselí nad Lužnicí** – Weiss House – Museum of ethnography and memorial hall of the composer Karel Weiss
- 6 Mladá Vožice** – Museum of the region and memorial hall of the historian and heraldist August Sedláček
- 7 Chýnov** – Bílek House – studio and birthplace of the art nouveau sculptor František Bílek
- 8 Chýnov Cave** – a cave with a unique geological structure
- 9 Kozi hrádek** – castle ruin
- 10 Dobronice u Bechyně** – castle ruin
- 11 Choustník** – castle ruin
- 12 Šelberk** – castle ruin
- 13 Přiběnice** – castle ruin, a public footpath from Tábor to Přiběnice (12,5 km) alongside the River Lužnice
- 14 Starý zámek u Borotína** – castle ruin
- 15 Soběslav-Veselí Moorland** – villages with houses built in the “Rural Baroque” style of folk architecture
- 16 Nature trail Borkovická blata** (5,5 km) – nature reservation (peat moor with unique flora and fauna)
- 17 Nature trail Veselské pískovny** (7 km) – walking trail around the lakes - former sand quarries, Sand Dune nature reserve in Vlkov
- 18 Nature trail Nadějkovsko** (13,5 km) – through the countryside and surroundings of Nadějkov
- 19 František Křižík electric railway** – first electrified railway line in Bohemia (1903) from Tábor to Bechyň
- 20 Lookout tower Hýlačka**
- 21 Stádlecký bridge** – Empire suspension bridge
- 22 River Lužnice** – popular place for canoeing and angling, Harrachovka – walkers’ restaurant
- 23 Chotoviny** – the classicist chateau with the English-style park



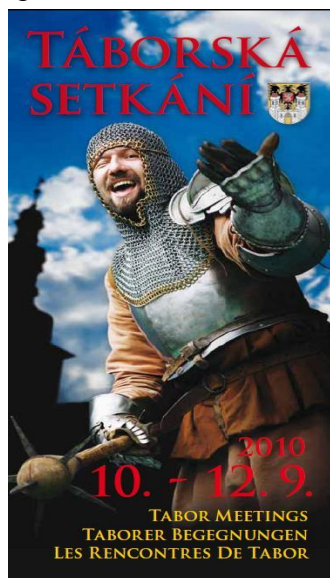
Infocentrum Město Tábor
Touristinformationszentrum der Stadt Tábor
Tourist Information Office, Tábor

Žižkovo náměstí 2, 390 01 TÁBOR
 Tschechische Republik [EU]
 Czech Republic [EU]
 tel. +420 381 486 230-4
 fax: +420 381 486 239
 e-mail: infocentrum@mutabor.cz
 internet: www.tabor.cz

Příloha 4

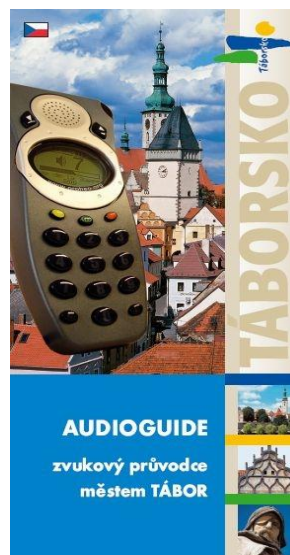
Fotogalerie

Propagační materiál – Táborská setkání
Audioguide



Zdroj: www.tabor.cz

Propagační materiál -



Zdroj: www.tabor.cz

Měšťanské domy – Žižkovo náměstí



Zdroj: www.tabor.cz

Podzemní chodby



Zdroj: www.tabor.cz

Velký šanc – hradby



Zdroj: www.tabor.cz

Poutní kostel Klokoty



Zdroj: www.tabor.cz

Příloha 5

Turistické produkty neinvestiční a investiční

Neinvestiční turistické produkty

(čerpáno z **Marketingové strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor, 2009**)

Poetická bloudění - netradiční prohlídka městem Tábořem s tím, že turista bude vyhledávat zajímavosti na turistických cílech, na které upozorní text v zakoupeném herním plánu (domovní znamení, busty apod.). Na základě uhodnutých indicií bude postupovat městem podle předem připraveného scénáře a tím, bude proveden historickým jádrem města i tam, kde se „normálně“ nechodí. Za absolvování cesty a rozluštění tajenky získá v turistickém informačním centru odměnu.

Táborská artikula (Táborský kalich) - systém benefitů, které přimějí turisty k návštěvě více cílů na území Táborska. Jde o formu tzv. turistických karet, které však již nemají v řadě případů vhodnou image. Tiskovina by měla obsahovat mapu zájmové oblasti s vyznačením turistických cílů a s uvedením míst, kde lze čerpat benefity. Dále by měla obsahovat pozvánku na nejvýznamnější kulturní a sportovní akce a zajímavost pro děti. Např. určitou hru, jejímž cílem by bylo shromážďovat informace z turistických cílů, které nelze vyčíst z internetu apod. a může vzbudit zájem dětí. Tím vyvolají u svých rodičů důvod pro další návštěvu zájmové oblasti. Tiskovina by měla mít i méně tradiční formát (např. v případě názvu produktu Táborský kalich by se i podobal husitskému kalichu) a obsahovat případný hrací plán dětské akce a kontakty na turistická informační centra. Systém musí mít i logistické zabezpečení způsobu poskytování benefitů u jednotlivých provozovatelů turistických cílů, které zabrání zneužití systému např. prodejci vstupenek do turistických cílů a musí mít svůj monitorovací systém. V zásadě by platnost produktu měla být na dobu jednoho roku, minimálně sezóny, aby měl turista možnost využít více výhod při několika opakovaných návštěvách. Benefity musí poukázat na pestrost místní nabídky a být příčinou prodloužení pobytu v zájmovém území. Taktéž výhody pro ubytované by mohly přispět k dosažení základního cíle – turista přenocuje dvě noci.

Z řeky za husity - cílem produktu (je kombinací neinvestičních a investičních produktů) je systematicky propagovat potenciál zájmového území vodákům, kteří plují po řece Lužnici a přimět je k návštěvě turistických míst, především ve městě Táboře. Pokud je nevyprovokuje k okamžité návštěvě města, tak jim asociuje potřebu se do města vrátit za účelem využití svého volného času. K propagaci využít billboardů na březích řeky Lužnice, před vjezdem do města s konkrétní nabídkou atraktivit, informační panely v místech přenášení lodí přes jezy a propagační tiskoviny v zajímavé „mokrě“ variantě vhodné pro tuto cílovou skupinu. Součástí produktu je vytvořit adekvátní prostor pro přistávání a úschovu lodí, úschovu sportovních potřeb vodáků a nasměrovat je nejkratší možnou cestou do Starého města, popř. zajistit i jejich dopravu. Operativnost těchto služeb přispěje k zájmu vodáků přerušit svoji jízdu po řece. Pokud nelze v současnosti nahradit zrušené tábořiště na Suchomelově ostrově jinou variantou utáboření vodáků přímo ve městě, pak je třeba je zastavit u Harrachovky. Tím je zajištění dopravy do města ještě aktuálnější. Při opuštění Harrachovky by mělo být vodákům poděkováno (např. na billboardech) za zájem o město Tábor, za jejich dobré chování vůči přírodě a měli by být pozváni k další návštěvě turistických atraktivit zájmového území.

Za poučením a zábavou do Tábora - připravit, nabízet a zajišťovat služby v rámci incentivního cestovního ruchu, především v minisezóně. Nabídku připravit ve spolupráci s ubytovateli a dalšími subjekty v několika variantách s tím, že část nabídky bude mít stabilní obsah (vytipované ubytovací kapacity se zajištěním školících prostor) a variantní obsah využití volného času účastníků akcí. Příklady nabízených atraktivit: hostina v Housově mlýnu, raut s programem v tábořském podzemí, rafting nebo vznášedla na řece Lužnici či Jordánu, noční pozorování oblohy s výkladem ve hvězdárně, soutěž na střelnici v Čekanicích, golf v Černické oboře u Bechyně. S nabídkou organizovat jejich školení a aktivity v Táboře a okolí oslovit především investory ve městě a v Jihočeském, Plzeňském a Středočeském kraji. Portfolio nabídek přizpůsobit svým obsahem a ekonomickou náročností zahraničním investorům, velký českým firmám a také středním firmám. Obdobnou nabídku připravit i pro vzdělávací agentury, které se také zaměřují na organizaci teambuldingů.

Táborskem s osobnostmi - vytváření turistických produktů na bázi osobností, které Tábořsko proslavili. K nim patří především osoby Jana Husa a Jana Žižky, dále Františka Křižíka a Oskara Nedbala. Ze současné doby lze produkty postavit např. na úspěšných cyklokrosařích (např. Stanislav Bambula). Náměty obsahu produktů s využitím osobností:

Cesta Tábořskem s Janem Husem – zahrne místa spojené s pobytem Jan Husa a částečně i pobytem a pohybem husitů na Tábořsku.

Cesta s Janem Žižkou – zahrne především atraktivitu města Tábořa a cíle bojů husitů.

Cesta Františka Křižíka – soustředí na technické památky na Tábořsku (např. budoucí multifunkční kulturní centrum Křižíkova elektrárna, trať Táboř – Bechyně, atraktivita Bechyně včetně Muzea turistiky, Stádlecký most).

Cesta s Oskarem Nedbalem – zahrne především kulturní atraktivitu města (např. městské divadlo, Husitské muzeum).

Cesta za cyklokrosem se Stanislavem Bambulou – zahrne především výlety po cyklotrasách a projížďku po cyklokrosové trati s panem Bambulou, včetně besedy s ním).

Dílní prvky jednotlivých „Cest“ mohou být využívány i v dalších produktech, a tak lze zvýšit četnost jejich využívání. To může přinést výhodnější podmínky pro případné drobné investice do zkvalitňování vybraných aktivit.

Táboř na půl dne, den i na děle - vytváření programů pro obchodní návštěvy firem působících v předmětném území a také pro jejich doprovod, resp. pouze pro jejich doprovod v době, kdy obchodní manažeři jednají ve firmách. Připravit variantní programy podle doby, po kterou se obchodní návštěvy zdrží při svém jednání v místě. Tuto dobu lze v současnosti předpokládat v délce půl den a až dvou dnů. Programy se budou zaměřovat na jednu osobu, popřípadě na malou skupinku osob. Tím lze pro ně rozkrýt i místa, která nejsou běžné veřejnosti přístupná (např. exkurse do výrobních provozů, exkurse do zázemí hotelových a restauračních provozů, návštěva zajímavých radničních prostorů, prohlídka podzemí, prohlídka divadla).

Objev Tábořsko ještě dnes - příprava turistických balíčků s využitím dvou až tří přenocování na vybraná témata:

- relax/wellnes – pohodový pobyt v přírodě s golfem, masážemi, procházkami přírodou, houbařením, myslivostí
- využívání vodních ploch – vodáctví, rybaření, koupání
- poznávací turistika – památky, historie husitství podle cílových skupin:
 - lidé ve věku 36 – 49 let
 - rodiny s dětmi

Počet přenocování nabízet vždy dvakrát a před třetím přenocováním nabízet tu aktivitu, která je nejzajímavější/nejatraktivnější, včetně pozvání na jednu z hlavních kulturních akcí (Táborská setkání, Léto nad Jordánem atd.).

Kráčím městem Tábořem - připravit prohlídkový okruh po významných cílech historické části města s jeho vyznačením na chodnících. Zvolit značku typickou pro image města Tábora, např. kalich či palcát, a tu vyrobit z materiálu, který bude mít odpovídající trvanlivost pro její připevnění na chodníky a bude odolávat povětrnostním podmínkám i pohybu chodců a popř. vozidel po nich. Vlastní značka umístěná na dlažbě již vyvolá u návštěvníků města motivaci pochopit její funkci a vyvinout k pochopení aktivitu. Nejen v turistickém informačním centru, ale i v každé restauraci, každém hotelu, popř. i na dalších místech by měli návštěvníci města dostat odpověď na tuto otázku. Současně by obsluha těchto zařízení měla turistu nasměrovat do turistického informačního centra, kde si k okruhu mohou zakoupit tištěného průvodce nebo si zapůjčit audioprůvodce. Vyznačení okruhu přispěje k tomu, že turisté/návštěvníci objeví místa, která by jinak vynechali a lze tím i zvýšit návštěvnost dosud méně atraktivních turistických cílů. Značky samy o sobě budou mít i propagační efekt.

Husitské ochutnávání - nabízet jídla z husitské doby v několika restauracích. Doplnit tak hlavní motivační téma - husitství, které turisty stále přivádí na Táborsko a připomínat její službou, která je velkou množinou turistů a návštěvníků využívána. Na základě diskuse mezi historiky a současnými kuchaři vypracovat seznam jídel. V diskusi je třeba sladit využití dříve používaných surovin se současnými možnostmi a totéž platí o technologii přípravy jídel. Zařadit vždy minimálně dvě jídla do nabídky vybraných restaurací. Předpokladem je, že tato jídla doplní současné menu nabízených jídel, ale nebudou jejich prioritním programem, tak jak to již realizují v Housově mlýnu nebo by se realizovala v „Táborském ležení“. Existence restaurace

s převahou jídel z doby husitské, popř. celého středověku, by však více zdůraznilo identitu města s touto historickou dobou.

Investiční turistické produkty

Kulturní aréna na hladině Jordánu

Místo: hladina a pobřeží údolní nádrže Jordán

Venkovní divadelní scéna obohacuje kulturní nabídku ve městě a forma scény na hladině Jordánu přiláká diváky i díky jejímu umístění na atraktivním místě. Získat tak lze klientelu, která nevyhledává tradiční kamenné divadlo. Příkladem oživení zájmu je např. divadelní představení na zámku Kratochvíle s využití vodní plochy nebo již před mnoha lety zaniklé divadlo s díly italského dramatika Carlo Goldniho na hladině slapské přehrady u Živohošti, na které se vypravovaly zájezdy z celé republiky a to jak v době před rokem 1989 (Živohošť), tak v letech 2004 – 2006 (zámek Kratochvíle). Cílem návrhu je rozehrát břeh tábořské přehrady Jordán a na rozhraní města a vodní hladiny vytvořit příjemné prostředí, pro rekreaci, kulturní a společenské aktivity ve všech ročních obdobích. Projekt je umístěn na břehu u nového městského centra. Jádrem projektu je venkovní divadelní scéna. Do svahu břehu zapuštěné hlediště pro 350 diváků zastřešuje prostory šaten a zázemí herců, sklady rekvizit a sedadel a sociální zázemí diváků. Jeviště je navrženo na vodní hladině. Šest stožárů slouží k umístění světel a zavěšení dekoru. Navrhla čtyři plány divadelní scény a dále je navržen bar na molu a úprava břehu v okolí (osázení hráze zelení, vybudování dřevěné lávky v úrovni hladiny a struktury plovoucích pontonů napojených na lávku, které mohou sloužit pro kotvení loděk, slunící plochy a k vymezení koupaliště nebo jako součást scény).

S vozatajem historickým jádrem

Místo: Staré město

Centrum města je poměrně dobře dostupné pro všechny návštěvníky, kteří mají standardní fyzickou kondici. Nemalé procento návštěvníků by však uvítalo, kdyby se mohlo mezi jednotlivými objekty přesunovat určitou formou jednoduché dopravy. Ve světě je téměř pravidlem, že v každém místě soustředěného cestovního ruchu je k dispozici doprava mezi jednotlivými objekty. Způsob dopravy je odlišný podle destinace, tradičních zvyklostí a formy podnikání. Pro Tábor by přicházeli

v úvahu např. koně s husitskými povozy (odlehčenými) pro cca 6 - 8 osob k poznání i méně navštěvovaných míst historického jádra (spojení mezi Starým, městem a vlakovým a autobusovým nádražím budou zajišťovat minibusy veřejné dopravy). Z počátku by služba byla k dispozici na objednávku od hotelů apod., posléze pravidelně o víkendech. Dispečink by mohlo zajišťovat turistické informační centrum.

Husitské ležení

Místo: údolí Tismenického potoka za Housovým mlýnem, na křížení potoka s cestou do Klokot a pak i dále údolím k Podhradí Vybudovat husitské ležení v údolí Tismenického potoka. Navázat tak na aktivity Housova mlýnu v oblasti husitské historie. Ležení má výhodu velké blízkosti Starého města s dostupností necelé desítky minut, ale nenaruší z jakékoliv strany pohled na historické jádro města. Myšlenky tematických historických ležení (městeček apod.) se osvědčily, o čemž hovoří zkušenosti např. Šiklova mlýnu, Western parku v Boskovicích, Řepory - skanzenu českého venkova 14. století nebo velmi mladá Tvrz Hummer - stálý přírodní zábavní park ve středověkém stylu.

Jordánský hotel

Místo: hladina a pobřeží údolní nádrže Jordán

Vybudovat ubytovací kapacity na hladině Jordánu s příslušným zázemím pro využívání vodní hladiny pro sportovní lodě a další sportovní aktivity. Obohacení současné nabídky o méně tradiční formu ubytování přispěje k vyšší motivaci turistů strávit ve městě delší čas. Jedná se také o zajímavou kapacitu pro incentivní cestovní ruch.

Vstupte k husitům domů

Místo: Staré Město

Vybudovat ubytování situované svým charakterem do husitské doby. Podobné ubytování bývá v zájmu určité cílové skupiny turistů, avšak využitelnost nemusí odpovídat využívání standardních typů ubytování. K optimálnímu využití přispěje stálá expozice „bytu“ z husitské doby, která by sloužila běžně jako výstavní živý prostor veřejnosti a v případě objednání by byla uzavřena na nezbytnou dobu pro využití objednaných turistů. V nabídce by bylo i převlečení do dobových oděvů,

vlastnoruční příprava dobových jídel, vybrané řemeslné dovednosti apod. K dispozici by bylo i sociální zařízení odpovídající husitské době, které by bylo navíc duplikováno sociálním zázemím, které odpovídá současným normám. Jako vhodné prostředí se naskýtá „Táborské ležení“ i vzhledem k možnostem využití venkovního prostoru, popř. areál Housova mlýna.

Muzeum čokolády a marcipánu – viz praktická část práce

Housův mlýn - skanzen husitského válečnictví a středověkého způsobu života – viz praktická část práce

Křižíkova elektrárna jako multifunkční kulturní centrum

místo: ulice Na Bydžově, k. ú. Tábor, č. parc. 3341/1

Multifunkční kulturní centrum s orientací na téma: „technika – včera a dnes“. Cílem prostorového uspořádání je instalace interaktivní expozice, jež umožní vyzkoušet si fyzikální jevy a zákony a zároveň připomenout a dokumentovat život a dílo Františka Křižíka, jenž je spjat i s městem Tábor. Umístění objektu v atraktivním údolí Lužnické nivy nabízí při vhodné náplni zatraktivnění promenádní trasy Sezimovo Ústí a sídliště Nad Lužnicí – Harrachovka (pěší, cyklisté, in-line-bruslaři), cílenou zastávku vodáků, každoročně sezónně v tisícových počtech sjíždějících řeku Lužnici (blízký jez s nutností vystoupit na pravý břeh).

Místo je dobře dostupné z centra po komunikaci II. třídy, vedoucí ulicí Údolní. Parkování autobusů je možné v prostoru poblíž restaurace Brusírna, resp. přilehlé autobusové točny.

Architektonické a provozní řešení vyplývá z plánovaného využití, objekt bude očištěn od účelových pozdějších vestaveb a přístaveb. Původní konstrukce bude pečlivě renovována. V rámci stavebních úprav je však ve výsledné variantě předpokládáno rozšíření zastavěné plochy objektu o přístavbu provozního zázemí a to severozápadním směrem k železničnímu mostu o cca 18 m v místě bývalé výsypky a chátrající ocelové haly. Tato přístavba umožní uvolnit prostory všech tří hal pro účely expozice. V levém křídle navržena recepce, kavárna, ve střední části prostor pro expozici, v pravém křídle v patře expozice a malý sál pro cca 20 – 30 lidí. Z terasy nad kavárnou u multifunkčního centra je napojena uvažovaná pěší lávka přes Lužnici, kudy povede vyhlídková trasa do okolí Tábora západním směrem.

V prostoru mezi komunikací v ulici Na Bydžově a břehem Lužnice bude vytvořen park s piknikovou loukou, technickým hřištěm s mlatovým povrchem a s osazenými vodními a jinými herními prvky, fungujícími na mechanickém, akustickém a optickém principu. Poblíž piknikové louky mohou být osazeny i prvky fit-hřiště pro seniory. Na vlastním břehu Lužnice bude vybudováno dřevěné molo – úvaziště lodí pro vodáky a místo pro slunění. Projekt je plánován na cca 50 mil. Kč a je již ve fázi realizace projektové přípravy.

Sportovní a rekreační produkty

Odpočinková zóna Komora - viz praktická část práce

Lesopark Pintovka - viz praktická část práce

Komplex Zahrádka - viz praktická část práce

Cyklisté vítáni

Místo: území města Tábora a Táborsko

Dobudování cyklostezek procházejících městem o potřebnou infrastrukturu (cyklokoutky). Vyznačit speciální cyklotrasu historickým centrem a vybavit ji potřebnou infrastrukturou (stojany na kola s možností jejich uzamčení). Provézt revizi stávajících cyklotras a zajistit, aby spojovaly jednotlivé turistické cíle v zájmovém území a procházely místy s možností občerstvení cykloturistů a popř. čerpání dalších služeb. Systematicky rozvíjet osvědčený systém Cyklisté vítáni. Cyklisté vítáni je celonárodní certifikační systém, který z pohledu cyklistů prověřuje nabídku a vybavenost stravovacích a ubytovacích služeb, kempů a turistických cílů. Turistická zařízení, která projdou certifikací, jsou označena zelenobílou známkou s usmívajícím se kolem.

Příloha 6

Výstupy z ankety turistického informačního centra

1. Odkud do Tábora přijíždíte?		
z tuzemska	179	62,81%
ze zahraničí	106	37,19%
Celkem návštěvníků	285	100,00%
2. Váš věk?		
méně než 15	1	0,35%
16 - 20	5	1,75%
21 - 30	56	19,65%
31 - 40	91	31,93%
41 - 50	55	19,30%
51 - 60	39	13,68%
61 - 70	29	10,18%
71 a více	9	3,16%
neuveдено	0	0,00%
Celkem návštěvníků	285	100,00%
3. Žena – muž		
muž	149	52,28%
žena	136	47,72%
neuveдено	0	0,00%
Celkem návštěvníků	285	100,00%
4. Důvod návštěvy		
dovolená	164	58,36%
tranzit	11	3,91%
výlet	70	24,91%
služební nebo soukromé záležitosti	16	5,69%
jiný důvod	20	7,12%
Celkem návštěvníků	281	100,00%
5a. Jak jste přijel		
individuálně	271	97,83%
s cestovní kanceláří	6	2,17%
Celkem návštěvníků	277	100,00%
5b. Čím jste přijel		
autobus	34	11,93%
vlak	25	8,77%
auto	209	73,33%
kolo	9	3,16%
pěšky	3	1,05%
loď	4	1,40%
motorka	1	0,35%
Celkem návštěvníků	285	100,00%
6. Délka pobytu		
max. 5 hodin	58	20,35%
1 den	93	32,63%
2 - 4 dny	76	26,67%
asi 1 týden	43	15,09%

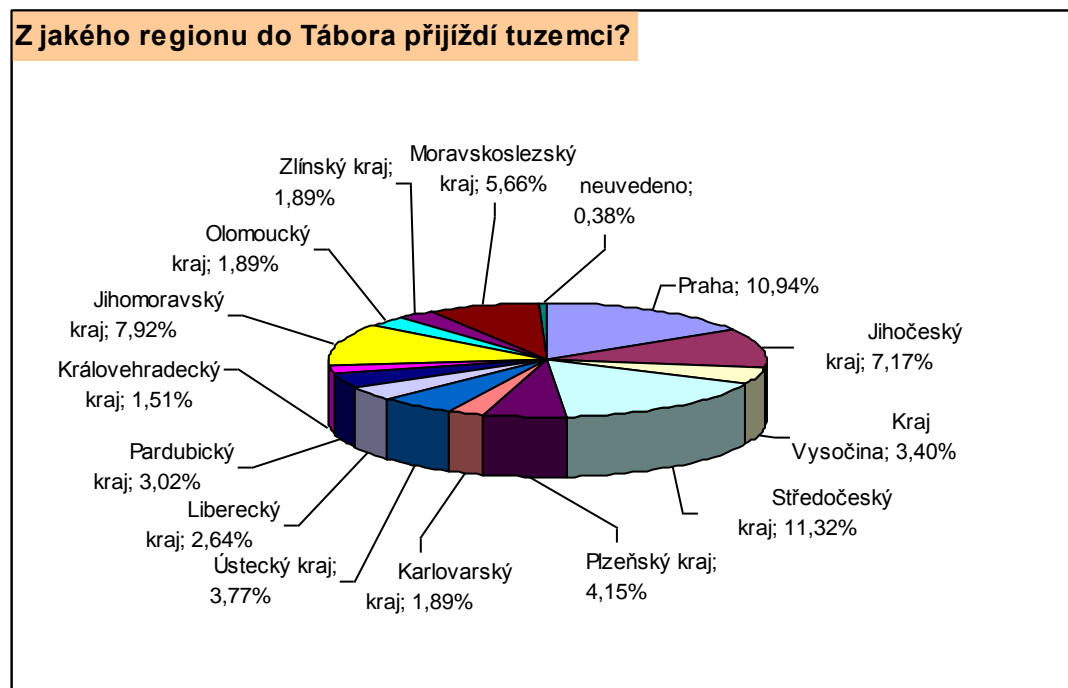
asi 2 týdny	7	2,46%
asi 3 týdny	3	1,05%
více jak 3 týdny	5	1,75%
Celkem návštěvníků	285	100,00%
7. Jak jste se o Táboře dozvěděli?		
výstava, veletrh	1	0,35%
média	8	2,81%
přátelé	58	20,35%
průvodci	67	23,51%
internet	46	16,14%
jinak	105	36,84%
Celkem návštěvníků	285	100,00%
8. V Táboře jste...		
poprvé	149	52,65%
podruhé	58	20,49%
potřetí	56	19,79%
jezdím sem pravidelně	20	7,07%
Celkem návštěvníků	283	100,00%
9. Aktivity během pobytu (více možností - celkem 737 odpovědí)		
sport	56	9,95%
kultura	89	15,81%
příroda, turistika, rybaření	68	12,08%
historie, památky	244	43,34%
nákupy	48	8,53%
výstavy	33	5,86%
jiné	23	4,09%
Celkem návštěvníků	563	100,00%
10. Co vás zaujalo (více možností - celkem 664 odpovědí)		
celková atmosféra	165	30,56%
architektonické památky	236	43,70%
kulturní akce	25	4,63%
příroda	80	14,81%
sportovní vyžití	15	2,78%
obchody	11	2,04%
jiné	8	1,48%
Celkem návštěvníků	540	100,00%
11. Využité služby Infocentra (více možností - celkem 662 odpovědí)		
informace o ubytování	11	2,49%
informace o stravování	2	0,45%
průvodcovské služby	26	5,90%
jiné služby	11	2,49%
info o městě, regionu	230	52,15%
info o kulturních a sportovních akcích	24	5,44%
nákup pohledů, map, suvenýrů	122	27,66%
úschova kola	4	0,91%
pomoc v nesnázích	1	0,23%

vyhledání dopravního spojení	10	2,27%	
galerie infocentra	0	0,00%	
Celkem návštěvníků	441	100,00%	
12. Spokojenost se službami Infocentra			
velmi spokojen	136	48,40%	
spokojen	99	35,23%	
ani spokojen, ani nespokojen	39	13,88%	
nespokojen	0	0,00%	
velmi nespokojen	1	0,36%	
nevedl	6	2,14%	
Celkem návštěvníků	281	100,00%	
13. Upřednostňuji			
připravené turistické programy	35	12,37%	
individuální program	248	87,63%	
Celkem návštěvníků	283	100,00%	
14. Spokojenost se službami			
stravování:	spokojen	174	74,36%
	průměr	55	23,50%
	nespokojen	5	2,14%
	nevedl	0	0,00%
	celkem	234	100,00%
ubytování:	spokojen	200	80,32%
	průměr	46	18,47%
	nespokojen	3	1,20%
	nevedl	0	0,00%
	Celkem	249	100,00%
dostupnost info:	spokojen	226	85,93%
	průměr	34	12,93%
	nespokojen	3	1,14%
	nevedl	0	0,00%
	celkem	263	100,00%
turistické značení:	spokojen	187	71,92%
	průměr	61	23,46%
	nespokojen	12	4,62%
	nevedl	0	0,00%
	celkem	260	100,00%
možnost parkování:	spokojen	112	45,90%
	průměr	71	29,10%
	nespokojen	61	25,00%
	nevedl	0	0,00%
	celkem	244	100,00%
kulturní a sportovní vyžití:	spokojen	119	53,85%
	průměr	100	45,25%
	nespokojen	2	0,90%
	nevedl	0	0,00%
	celkem	221	100,00%
15. Kde jste byli ubytováni?			
nikde	74	34,26%	
hotel	44	20,37%	

penzion	38	17,59%
privat	32	14,81%
ubytovna	7	3,24%
kemp	40	18,52%
chatová osada	15	6,94%
pod širákem	3	1,39%
dětský tábor	4	1,85%
příbuzní	28	12,96%
Celkem návštěvníků	216	100,00%
16. Spokojenost s ubytováním		
velmi spokojen	89	39,56%
spokojen	104	46,22%
ani spokojen, ani nespokojen	7	3,11%
nespokojen	4	1,78%
velmi nespokojen	1	0,44%
nevedl	0	0,00%
Celkem odpovědělo	225	100,00%
17. Doporučíte návštěvu Tábora (regionu)?		
ano	272	95,44%
ne	0	0,00%
ještě nevím	13	4,56%
nevedl	0	0,00%
Celkem odpovědělo	285	100,00%

Zdroj: TIC

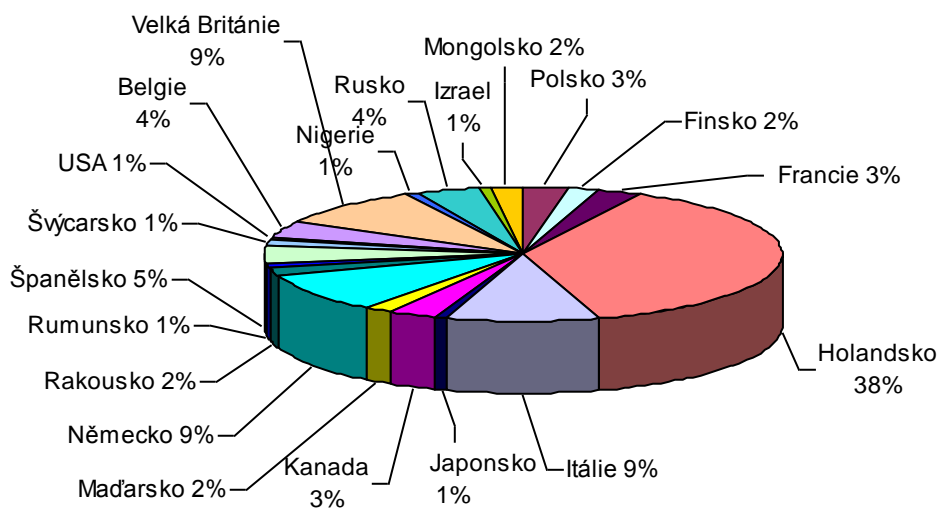
Složení tuzemských návštěvníků Tábora dle krajů



Zdroj: TIC

Složení návštěvníků Tábora z ciziny dle zemí

Z jakých zemí přijíždějí cizinci



Zdroj: TIC