

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH  
BUDĚJOVICÍCH**

**Ekonomická fakulta**

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – specializace cestovní ruch

**Analýza druhů a forem cestovního ruchu  
ve zvolené oblasti - Sezimovo Ústí**

**Vedoucí bakalářské práce**

Mgr. Vladimír Dvořák

**Autor**

Michala Jircová

2010

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**

**Ekonomická fakulta**

**Katedra obchodu a cestovního ruchu**

**Akademický rok: 2008/2009**

## **ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Michala JIRCOVÁ**

Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Analýza druhů a forem cestovního ruchu ve zvolené oblasti - Sezimovo Ústí**

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

#### **Cíl práce:**

Provedení analýzy cestovního ruchu v zázemí Sezimova Ústí. Návrhy a inovace nabídky. Příprava produktového balíčku.

#### **Metodický postup:**

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Provedení situační analýzy zkoumané oblasti
3. Příprava a realizace terénního šetření
4. Návrhy inovace nabídky
5. Příprava produktového balíčku

#### **Rámcová osnova:**

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metodika. 4. Situační analýza. 5. Terénní šetření. 6. Syntéza poznatků. 7. Návrhy inovace. 8. Závěr. 9. Seznam literatury. 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**

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

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

**Doležalová, J.** *Tajemné stezky jižních Čech*. Praha: Regia, 2003.

**Hesková, M. a kol.** *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006.

**Horáková, H.** *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2002.

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

**Orieška, J.** *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 1999.

**Smith, P.** *Moderní marketing*. Praha: Computer Press, 2000.

*Časopis C.O.T.*

Vedoucí bakalářské práce:

**Mgr. Vladimír Dvořák**

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2009**

Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2010**

prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.

děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentská 13 (6)  
370 05 České Budějovice  
IČ 600 76 658, DIČ CZ60076658

Ing. Kamil Pícha, Ph.D.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 16. března 2009

## Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „**Analýza druhů a forem cestovního ruchu ve zvolené oblasti – Sezimovo Ústí**“ vypracovala samostatně na základě vlastních poznatků, s použitím odborné literatury a podkladových materiálů uvedených v přiloženém seznamu literatury.

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

V Českých Budějovicích, dne .....

.....

Podpis

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala vedoucímu bakalářské práce Mgr. Vladimíru Dvořákovi za odborné vedení, cenné rady a pomoc při zpracování této bakalářské práce.

Mé poděkování patří také Infocentru město Tábor a Městskému středisku kultury a sportu Sezimovo Ústí.

# Obsah

<b>1. Úvod .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Literární rešerše .....</b>	<b>3</b>
<b>2.1 Cestovní ruch.....</b>	<b>3</b>
<b>2.2 Typologie cestovního ruchu.....</b>	<b>4</b>
2.2.1 Druhy cestovního ruchu .....	6
2.2.2 Formy cestovního ruchu .....	7
<b>2.3 Služby v cestovním ruchu.....</b>	<b>8</b>
<b>2.4 Marketing.....</b>	<b>9</b>
2.4.1 Vymezení marketingu .....	9
2.4.2 Strategický marketing. ....	10
2.4.3 Marketing cestovního ruchu .....	11
2.4.4 Destinační management a marketing.....	11
<b>2.5 Marketingový mix cestovního ruchu.....</b>	<b>12</b>
2.5.1 Produkt (Product).....	13
2.5.2 Cena (Price) .....	15
2.5.3 Místo – distribuce (Place) .....	15
2.5.4 Marketingová komunikace (Promotion).....	16
2.5.5 Lidé (People).....	16
2.5.6 Spolupráce (Partnership).....	17
2.5.7 Nabídka balíčku služeb (Packaging).....	17
2.5.8 Programová specifikace služeb (Programming) .....	18
<b>2.6 Marketingový výzkum.....</b>	<b>19</b>
<b>3. Cíle a metodika .....</b>	<b>20</b>
<b>3.1 Cíl práce .....</b>	<b>20</b>
<b>3.2. Hypotézy.....</b>	<b>20</b>
<b>3.3 Metodický postup .....</b>	<b>20</b>
<b>4. Situační analýza .....</b>	<b>21</b>
<b>4.1 Historie a současnost.....</b>	<b>21</b>
<b>4.2 Hodnocení potenciálu CR.....</b>	<b>22</b>
4.2.1 Primární potenciál CR .....	23
4.2.1.1 Přírodní potenciál.....	23
4.2.1.2 Kulturně-historický potenciál .....	25
4.2.1.3 Kulturně-společenské a sportovní akce .....	25
4.2.2 Sekundární potenciál.....	27
4.2.2.1 Ubytovací zařízení .....	27
4.2.2.2 Stravovací zařízení.....	29
4.2.2.3 Informační centrum.....	30
4.2.2.4 Doprava do Sezimova Ústí a městská hromadná doprava.....	30
4.2.2.5 Marketing cestovního ruchu v Sezimově Ústí.....	31
<b>4.3 Analýza druhů cestovního ruchu v Sezimově Ústí.....</b>	<b>32</b>
4.3.1 Rekreační cestovního ruchu.....	32
4.3.2 Sportovní cestovního ruchu (sport tourism) .....	32
4.3.2.1 Pěší trasy .....	33

4.3.2.2 Cyklotrasy .....	33
4.3.3 Myslivecký cestovní ruch .....	34
4.3.4 Kulturní cestovní ruch .....	34
4.3.4.1 Benešova vila .....	35
4.3.4.2 Kozí hrádek .....	37
4.3.5 Náboženský, resp. poutní cestovní ruch .....	39
4.3.6 Kongresový cestovní ruch .....	39
4.3.7 Zdravotní cestovní ruch .....	40
4.3.8 Lázeňský cestovní ruch .....	41
4.3.9 Tématický cestovní ruch .....	41
4.3.10 Dobrodružný cestovní ruch (adventure tourism) .....	41
4.3.11 Stimulační cestovní ruch .....	41
<b>4.4 Analýza forem cestovního ruchu v Sezimově Ústí .....</b>	<b>42</b>
4.4.1 Z geografického hlediska .....	42
4.4.2 Podle počtu účastníků .....	43
4.4.3 Podle způsobu organizování .....	43
4.4.4 Podle věku účastníků .....	44
4.4.5 Z hlediska délky účasti .....	45
4.4.6 Podle převažujícího místa pobytu .....	45
4.4.7 Podle ročního období .....	46
4.4.8 Podle použitého dopravního prostředku .....	46
4.4.9 Z hlediska dynamiky .....	47
4.4.10 Ze sociologického hlediska .....	47
<b>5. Terénní šetření .....</b>	<b>48</b>
<b>5.1 Příprava a realizace terénního šetření .....</b>	<b>48</b>
<b>5.2 Vyhodnocení dotazníkové šetření .....</b>	<b>49</b>
5.2.1 Vyhodnocení terénního šetření u obyvatel Sezimova Ústí .....	49
5.2.2 Vyhodnocení terénního šetření u návštěvníků Kozího Hrádku .....	56
<b>6. Návrh inovace nabídky .....</b>	<b>59</b>
<b>7. Příprava produktového balíčku .....</b>	<b>60</b>
<b>8. Závěr .....</b>	<b>65</b>
<b>9. Sumary .....</b>	<b>66</b>
<b>10. Seznam literatury .....</b>	<b>67</b>
<b>Seznam diagramů, grafů, map, obrázků a tabulek .....</b>	<b>69</b>
<b>Seznam příloh .....</b>	<b>71</b>

# 1. Úvod

Cestovní ruch je dnes v celosvětovém měřítku všeobecně pokládán za jeden z důležitých dynamicky se rozvíjejících sektorů ekonomiky mnoha států světa. V současnosti plní především závažnou ekonomickou, rekreačně zdravotní a kulturně poznávací roli. Rozvoj cestovního ruchu nesporně vytváří stimuly pro akceleraci vývoje nejednoho odvětví národní ekonomiky (v první řadě dopravy, stavebnictví, obchodu, bankovníctví) a rovněž kultury a sportu. Odvětví cestovního ruchu se velikostí svého obratu v celosvětovém měřítku řadí na třetí místo - za automobilový a ropný průmysl.

Jihočeský kraj je velmi často cílovou destinací cestovního ruchu v České republice. Pokud z celorepublikového srovnání pomineme Prahu a Karlovarský kraj, tak spolu s Jihomoravským krajem patří k našim nejvýznamnějším regionům cestovního ruchu. Uchvátí nejen krásou přírody, ale také mimořádně velkým množstvím historických a kulturních památek. Jako celek je mozaikou přímo předurčenou k poznávání jeho jednotlivých částí. Nepřeberné množství hradů, zámků, tvrzí a klášterů, jejichž interiéry dýchají atmosférou dob dávno minulých, jsou zdrojem informací o historii jižních Čech. V Jihočeském kraji naleznete po celý rok možnosti rekreace a odpočinku i veškerých forem turistiky. Reliéf zdejší krajiny je vhodný pro pěší turisty i cykloturisty, jihočeské vodní toky lákají vodáky nejen z naší republiky. Nezanedbatelné jsou možnosti rybolovu, myslivosti i řada dalších sportovních aktivit – golf, jezdeckví nebo adrenalinové sporty (časopis COT Business, 2.5.2008).

K nejvyhledávanějším městům Jihočeského kraje patří město Tábor. Region Táborska je spjatý hlavně s husitskou tradicí města Tábor a Kozího hrádku (M.Jan Hus) a vodáckou atraktivností řeky Lužnice. Má však mnoho dalších zajímavostí. Krajina byla osídlována již v dávné době a naleznete zde tudíž četné pozůstatky pravěkých a středověkých sídlišť, dále pohřebišť. Ze středověku se zde dochovaly zříceniny hradů Borotín, Kozí hrádek, Přiběnice a Přiběničky, Dobronice, Choustník či Šelmbek. Oblast Soběslavských blat je známou a pozoruhodnou národopisnou oblastí s památkami lidové architektury (selského baroka). Z památek technického rázu upoutá jedna z prvních údolních nádrží ve stř. Evropě Jordán z 15.st v Táboře a řetězový most přes Lužnici u Stálce, přenesený z Podolí na Písecku. Přes údolí Lužnice vede původní Křižíkova železniční elektrifikovaná trať Tábor-Bechyně, která je první nejstarší u nás a pochází z roku 1903. V současné době se provádí nostalgické jízdy původní historickou elektrickou lokomotivou. Díky vybudování unikátního obloukového mostu byla trať prodloužena až do středu lázeňského města Bechyně.



V rámci regionu nesmíme opomenout ani město Sezimovo Ústí, sousedící s Tábořem. Díky nedostatečné propagaci návštěvníci Tábořa často ani nevědí, co všechno jim toto místo nabízí. Ve své práci se proto zaměřuji právě na lokalitu Sezimova Ústí. Cílem je analyzovat cestovní ruch v oblasti, navrhnout inovaci nabídky a propagační balíček ke zvýšení atraktivnosti města.

## **2. Literární rešerše**

### **2.1 Cestovní ruch**

Podle Horner a Swarbrooke (2003: 53 – 54) mívají definice cestovního ruchu několik složek. Obecně se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Definice zní jednoduše, ale není plně výstižná. Nezahrnuje například lukrativní oblast služebních cest, kde hlavním smyslem cestování je práce, nikoli zábava. Je také nesnadné určit, jak daleko musí člověk cestovat nebo kolik nocí musí strávit mimo domov, abychom jej mohli považovat za turistu. Mezi cestovním ruchem a cestováním nepochybně existuje silná spojitost.

Mnozí lidé nepovažují cestovní ruch za samostatné odvětví, ale za činnost, která je výsledkem služeb jiných odvětví, jako jsou ubytování, stravování a doprava. Jestliže výslovně jde o nějaký průmysl cestovního ruchu, pravděpodobně se skládá ze služeb pořadatelů zájezdů, tj. cestovních kanceláří (touroperátorů) a cestovních agentur (prodejců), a neexistoval až do nástupu moderního cestovního ruchu, založeného na souhrnné nabídce více služeb.

Podle mého názoru cestovnímu ruchu odpovídá nejvíce tato definice, kterou zmiňuje Oriška (1999: 6): „Cestovním ruchem se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního využití, lázeňského léčení a pracovních cest.“

Hesková a kol. (2006: 9) vymezuje cestovní ruch jako: „významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím.“

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

Podle Francové (2003: 13) si lze shrnout důležitost a význam cestovního ruchu jak pro společnost, tak i pro každého z nás osobně do následujícího přehledu:

- podílí se na rozvoji osobnosti
- slouží k účelnému využití volného času
- pomáhá utvářet životní styl lidí
- slouží k poznání, k získání jazykových znalostí
- je prostředkem vzdělávání a výchovy lidí
- má léčebné (relaxační) působení
- ekonomický přínos

Z vymezení těchto významů v jednotlivých sférách, na které CR působí, lze odvodit i funkce, které CR v každé civilizované společnosti plní a kterými jsou:

- funkce ekonomická
- funkce rekreačně-zdravotní
- funkce kulturně- poznávací
- funkce informačně- výchovná
- funkce kontaktní

## **2.2 Typologie cestovního ruchu**

Specifikovat cestovní ruch jen ve všeobecné rovině by bylo nedostačující z důvodu, že v každodenní praxi se projevuje v různých druzích a formách, které se neustále vyvíjejí a obohacují v závislosti na poptávce účastníků cestovního ruchu a technicko-technologických možnostech nabídky.

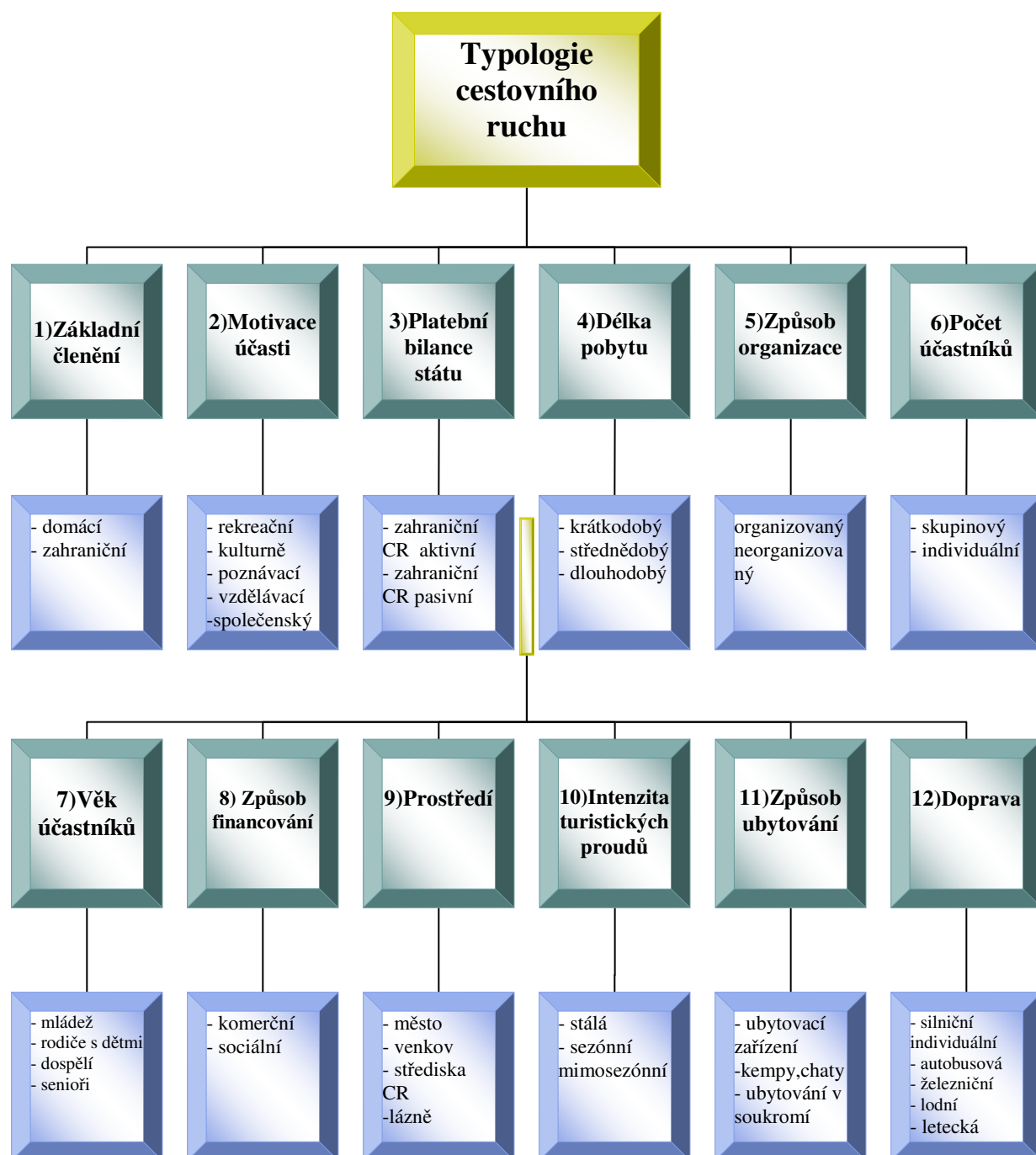
Destinace cestovního ruchu je možné typologizovat na základě různých kritérií, v praxi se však obvykle používá vymezení typu destinace na základě nejtypičtější atraktivity primární či sekundární nabídky. Je nutno podotknout, že jednotlivým destinacím ve skutečnosti často odpovídá více destinačních typů.

Podle D. Buhalise, jak uvádí Kiráľová (2003: 16), je vhodné destinace typologizovat podle hlavní atraktivity, kterou nabízejí, a to na typ:

- městský, přímořský, horský, venkovský, jedinečný, exotický, exkluzivní

Jakubíková (2009: 20) rozděluje typologii cestovního ruchu podle různých klasifikačních hledisek.

Diagram 1: Typologie cestovního ruchu



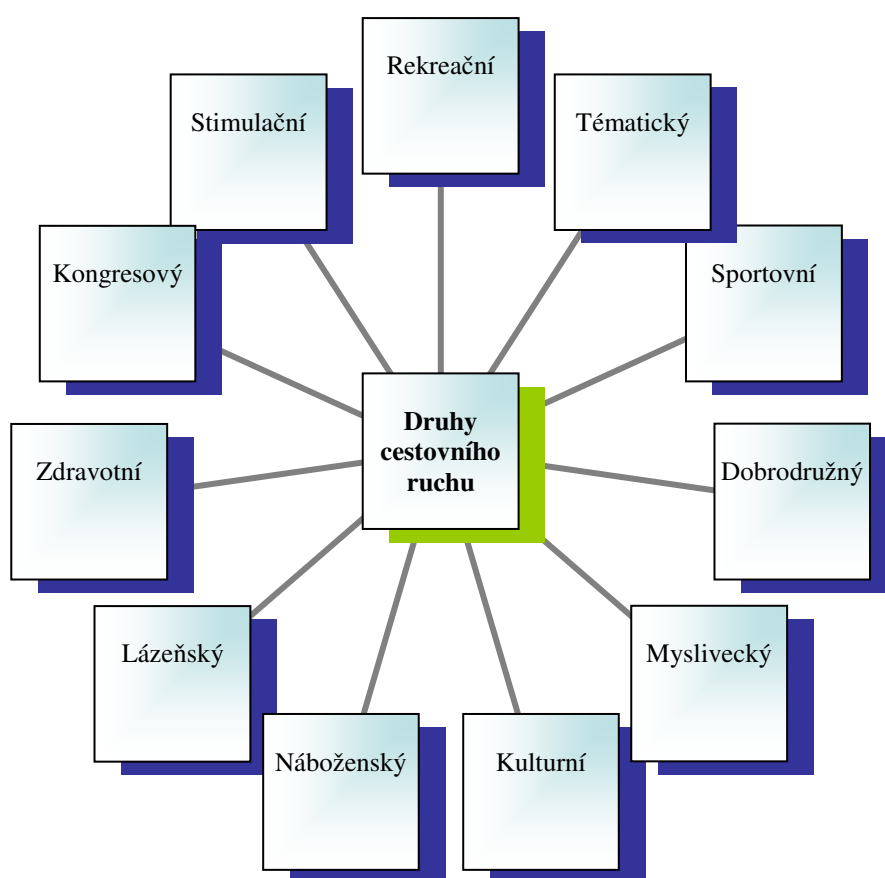
Pramen: Jakubíková, 2009 : 20

Hesková a kol. (2006) rozděluje typologii cestovního ruchu na druhy a formy cestovního ruchu. Právě toto rozdělení jsem si vybrala k charakteristice cestovního ruchu v oblasti Sezimova Ústí.

### **2.2.1 Druhy cestovního ruchu**

O druzích cestovního ruchu hovoříme tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě.

*Diagram 1: Druhy cestovního ruchu*

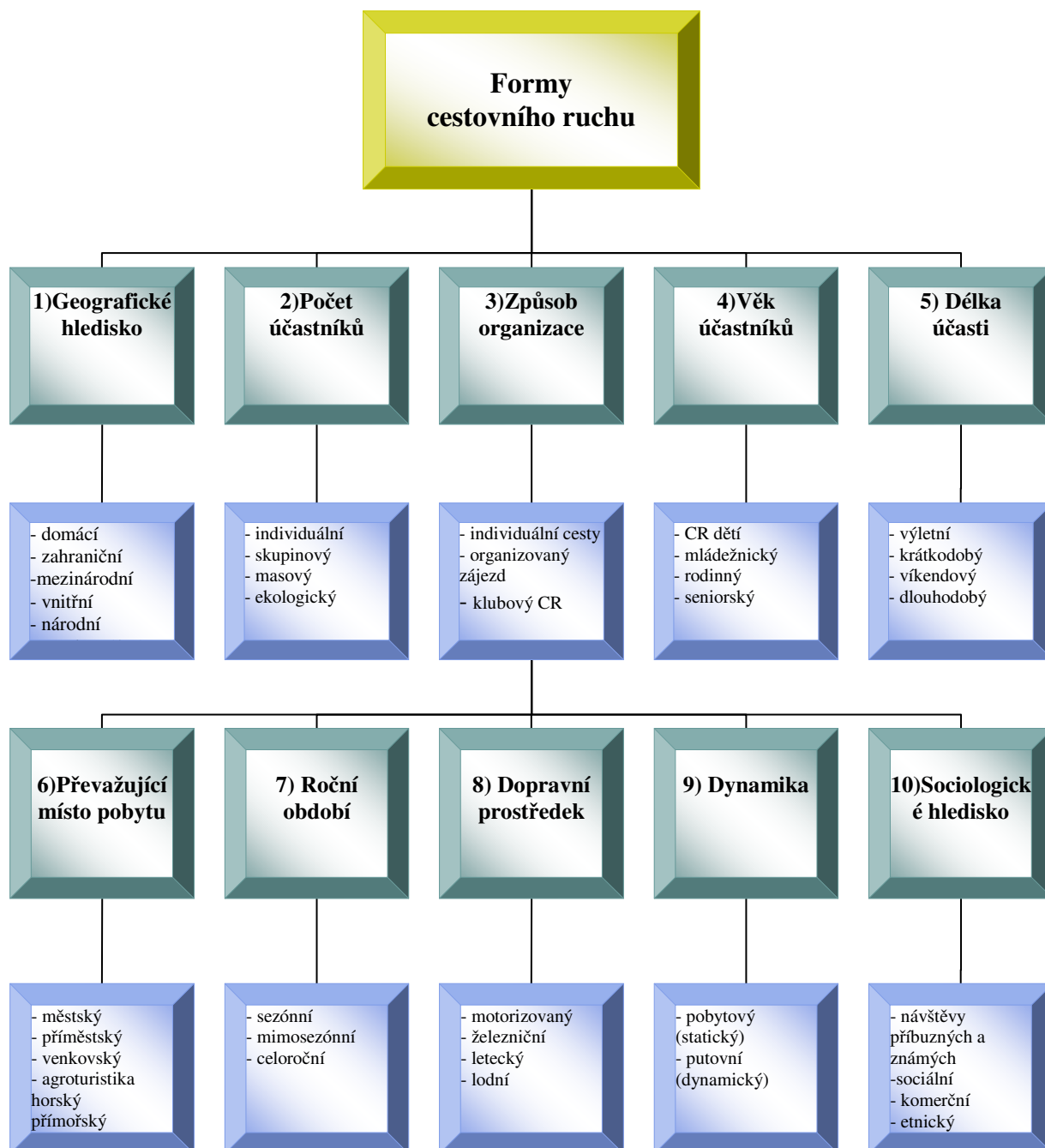


Pramen: Hesková a kol., 2006: 21

## 2.2.2 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu umožňují blíže určit podstatu cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů jeho účastníků. Toto poznání dovoluje lépe připravit produkt a nabízet ho na trhu cílové skupině účastníků cestovního ruchu.

Diagram 2: Formy cestovního ruchu



Pramen: Hesková a kol., 2006: 21, 22

## **2.3 Služby v cestovním ruchu**

Jakubíková (2009: 68) uvádí, že služba je činnost, kterou může jedna strana nabídnout straně druhé, je naprosto nenahraditelná a nevytváří žádné nabyté vlastnictví.

Služby v cestovním ruchu představují podle Oriěšky (1999: 6) činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální nebo společensky užitečný efekt.

Individuální efekt, který je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu, může mít různorodý charakter podle zvolené formy účasti, například rekreační, kulturní, zdravotní apod. Společenský efekt zpravidla podmiňuje nebo umožňuje dosažení individuálního efektu (například služby související s udržováním čistoty a hygieny veřejných prostranství, zeleně atd.)

Struktura služeb, jimiž se uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu, je různorodá a uspokojuje dvě skupiny potřeb. Jde jednak o primární - cílové potřeby účastníků cestovního ruchu, například potřeba sportovního vyžití, poznávání kulturních a historických pozoruhodností, odpočinku, společenské komunikace, rozptýlení, zábavy apod., jednak potřeby sekundární - realizační, které podmiňují efektivní uspokojování cílových potřeb, například potřebu přepravit se do rekreačního prostoru, potřebu výživy, přenocování, hygieny, zprostředkování služeb apod.

Různorodost služeb cestovního ruchu umožňuje jejich klasifikování z více hledisek. Často se podle významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu rozlišují na služby základní a doplňkové. Do základních služeb se zařazuje přemístění účastníků cestovního ruchu z místa jejich trvalého bydliště do rekreačních prostorů a zpět, a služby spojené s pobytem v rekreačním prostoru (dopravní služby, služby ubytovací a stravovací). Doplňkové (komplementární) služby jsou spojeny s využíváním atraktivit, vlastností charakteristických pro konkrétní rekreační prostor (například sportovně-rekreační služby, společensko – kulturní služby, lázeňské služby apod.).

Nejčastěji se služby cestovního ruchu dělí podle jejich funkcí ve vztahu k jednotlivým uspokojovaným potřebám účastníků, v širším kontextu i ve vztahu ke společnosti. Z tohoto hlediska jde o služby dopravní, ubytovací, stravovací, zprostředkované, lázeňské, kongresové, průvodcovské, společensko – kulturní, sportovně – rekreační, animační, směnářské, pojišťovací, obchodní, komunální, o horskou službu a další (Oriěška, 1999: 7).

## **2.4 Marketing**

### **2.4.1 Vymezení marketingu**

Zájem o aplikaci marketingu vzrůstá u mnoha organizací, včetně organizací neziskových a státních. Uvědomují si totiž, že marketing jim může pomoci lépe se prosadit na trhu. Každá organizace je nucena buď se podřídit diktátu trhu (tj. platícím zákazníkům), nebo z trhu odejít. V dnešní době tvrdé konkurence je důležité si získat pozornost zákazníků a tím i pevné místo na trhu. A jak toho dosáhnout? Podle mě je nejdůležitější zjišťování a naplňování lidských a společenských potřeb zákazníků, protože právě oni rozhodují o tom, zda uspějeme či nikoli. Z toho vyplývá i jedna z nejstručnějších definic marketingu : „Naplňovat potřeby ziskem“.

Podle mého názoru odpovídá marketingu nejvíce tato definice Lendrevic a Lindon, kterou zmiňují Horner a Swarbrooke (2003: 30): „Soubor metod a prostředků, které má organizace k tomu, aby zapůsobila příznivým dojmem na veřejnost a dosáhla svých cílů.“

Světlík (2005: 10) uvádí, že marketing je proces řízení, jehož výsledkem je poznání, předvídání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojení potřeb a přání zákazníka efektivním a výhodným způsobem zajišťujícím splnění cílů organizace.

Oficiální definice marketingu přijatá Americkou marketingovou asociací na konci roku 2004, jak ji zmiňuje Jakubíková (2009: 44), zní: „Marketing je jednou z činností vykonávaných organizacemi a sadou procesů pro vytváření, sdělení a poskytnutí hodnoty zákazníkům a pro řízení vztahů se zákazníky takovým způsobem, z něhož má prospěch organizace a zájmové skupiny s ní spojené.“

Peter Drucker (In: Horner a Swarbrooke, 2003: 30) definuje marketing takto: „Marketing je mnohem širší záležitostí než prodej, ale není vůbec žádnou specializovanou aktivitou. Je přítomen v celém podniku. Je to celý podnik viděný z pohledu konečného výsledku, tedy z pohledu zákazníka. Zájem o marketing a odpovědnost za něj tedy musí prostupovat všemi oblastmi podniku.“

Jakubíková (2009: 44) definuje marketing takto: „Marketing je společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci a skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny produktů a hodnot.“



## **2.4.2 Strategický marketing.**

Podle Horákové (2002: 15 - 16) je marketing a jeho vývoj nerozlučně spjat s trhem a jeho rozvojem. Existence tržní ekonomiky je základní podmínkou uplatnění marketingové koncepce.

Strategický marketing je jednou z vývojových fází marketingu (s řadou vývojových stupňů), uvažovanou ve vztahu k marketingovým činnostem, funkcím i časovým horizontům.

Lze ho charakterizovat jako proces, spojený zejména:

- s vypracováním
  - analýz faktorů vnitřních podmínek a stránek podniku,
  - analýz faktorů příležitostí a ohrožení podniku,
  - analýz faktorů konkurence (včetně prognózování budoucích trendů vývoje)
  - s participací na vytvoření souboru cílů podniku a na formulování podnikových strategií pro jejich dosažení,
  - se stanovením marketingových cílů,
  - s volbou marketingových strategií k dosažení vytyčených cílů,
  - s vypracováním, realizací a kontrolou marketingových plánů,
  - s komplexním řízením marketingového procesu.

Strategický marketing je plně soustředěn na zákazníka, vede organizační jednotky ke studiu a k porozumění jeho potřeb a přání, aby koupil, co podnik vyrobil, ale podnik existuje proto, aby sloužil potřebám zákazníka.

Lapidárně řečeno, strategický marketing pomáhá orientovat „každého“ v organizaci směrem k trhu. Podporuje marketingové filozofie do každodenní praxe v rámci strategického marketingového procesu. Pomáhá shromáždit a analyzovat informace, využívané k šetření běžné každodenní situace podniku, tak především k identifikaci dlouhodobých trendů v marketingovém prostředí a následně ke kvalifikovanému odhadu vlivu těchto trendů na podnikovou činnost (Horáková, 2002: 16 - 17).

Podle Jakubíkové (2009: 102) určují marketingové strategie základní směry vedoucí ke splnění cílů. Prezентují prostředky a metody, pomocí nichž bude stanovených cílů dosaženo.

### **2.4.3 Marketing cestovního ruchu**

J. Kripendorf, jak uvádí Hesková a kol., (2006: 134), definuje marketing cestovního ruchu „jako systematickou a koordinovanou orientaci podnikatelské politiky cestovního ruchu, jakož i soukromé a státní politiky cestovního ruchu na místní, regionální, národní a mezinárodní úrovni na co nejlepší uspokojování potřeb určitých skupin zákazníků při dosažení přiměřeného zisku.“

A. M. Kortison, jak zmiňuje Hesková a kol. (2006: 135), vymezuje marketing cestovního ruchu „jako plynulý proces plánování, zkoumání, naplňování, kontroly a vyhodnocování činností potřebných k zajištění jak zákaznických potřeb a požadavků, tak i cílů organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnost se dále může zvýšit či snížit činností dalších komplementárních organizací“.

### **2.4.4 Destinační management a marketing**

Hesková a kol. (2006: 153) definuje destinaci jako geografický prostor, který host volí jako cíl účasti na cestovním ruchu. Destinace zahrnuje komplex služeb pro potřeby cestovního ruchu. Obecně je chápána jako směřování, cíl cesty, místo navštívené účastníkem cestovního ruchu.

Destinace cestovního ruchu podle World Tourism Organisation je definována jako „místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina zvolil pro návštěvu.“

Jakubíková (2009: 38) definuje marketing destinace cestovního ruchu jako: „proces sladění zdrojů destinace s potřebami trhu.“

Marketing destinace cestovního ruchu obsahuje analýzu místa plánování, organizování, řízení a kontrolu strategií na vymezení lokalit a směřuje hlavně k silným stránkám konkurenční pozice současných míst v mezinárodním souboji o atraktivní cílové skupiny.

Podle Heskové a kol. (2006: 152) představuje destinační management a marketing soubor činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategické plánování, různé formy spolupráce na úrovni mikroregionů a regionů, využívání podpůrných fondů. Cestovní ruch se může v mnoha destinacích stát nosným prvkem rozvoje nebo jedním z jeho významných prvků. Z pohledu destinačního managementu je cestovní ruch společně s dalšími aktivitami součástí jednoho komplexního produktu, tedy produktu, který tvoří a představuje celá destinace (oblast, region). Výsledný destinační produkt není finálním dílem jednoho subjektu, ale zahrnuje celou řadu participujících subjektů.

Jakubíková (2009: 82) charakterizuje management destinace jako: „soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci za účelem dosažení jeho udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu.“

### **Cíle marketingu destinací**

- zlepšit pověst oblasti, a tak přilákat investory
- rozšířit počet a vybavení zařízení, které mohou používat místní občané
- vzbudit v občanech hrdost na svou oblast
- získat odůvodnění a financování pro zlepšení místního životního prostředí
- snaha zlepšit politickou přijatelnost destinace pro lidi z vnějšku tím, že uvidí destinaci takovou, jaká skutečně je, nebo takovou, jakou ji vláda chce ukazovat turistům

(Horner a Schwarbrooke, 2003: 290)

## **2.5 Marketingový mix cestovního ruchu**

Jakmile se podnik rozhodne o strategii umístění výrobku, začíná vyvíjet řadu aktivit pro ovlivňování potřeb a přání zákazníků. Nazýváme je marketingovým mixem. V zahraniční literatuře se můžeme setkat s pojmem 4 P marketingu (product, price, promotion, placement) (Světlík, 2005: 100).

Jakubíková (2009: 182) definuje marketingový mix takto: „Marketingový mix je soubor marketingových nástrojů, které firma využívá k tomu, aby dosáhla marketingových cílů na cílovém trhu.“

Marketingový mix, jak vyplývá již ze samotné definice pojmu, tvoří několik prvků, které jsou vzájemně propojeny.

Klasická podoba marketingového mixu je tvořena čtyřmi prvky, tzv. 4P:

Product – produkt

Price – cena, kontraktační podmínky

Place – místo, distribuce

Promotion – marketingová komunikace

V oblasti služeb cestovního ruchu jsou k základním čtyřem prvkům marketingového mixu přiřazovány prvky další, a to:

People – lidé

Packaging – balíčky služeb

Programming – tvorba programů

Partnership – spolupráce, partnerství, koordinace

Processes – procesy

Political power – politická moc

(Jakubíková, 2009: 182 – 183)

V marketingu cestovního ruchu se zpravidla pracuje s rozšířeným marketingovým mixem 8P – ke klasickým 4 P jsou přiřazovány další nástroje: People (lidé), Packaging (tvorba balíku), Programming (programování balíku služeb), Partnership (spolupráce) (Hesková a kol., 2006: 135 - 136).

### **2.5.1 Produkt (Product)**

Všeobecně se pod pojmem „produkt“ rozumí cokoli, co je možné nabízet na trhu a co může uspokojit nějakou potřebu nebo požadavek zákazníka. Termín „produkt“ se běžně užívá a s jeho definicí se můžeme setkat často. Žádná z mnoha existujících definic není přijímána univerzálně.

V cestovním ruchu mohou být produktem hmotné předměty (např. různé zboží), především jsou to ale služby prodávané podniky cestovního ruchu, včetně cestovních kanceláří.

Při tvorbě jakéhokoli turistického produktu si v první řadě musíme uvědomit, jaký je klient, jak se chová, co vyžaduje. Požadavky klientů jsou mj. ovlivňovány faktory prostředí a faktory vyplývajícími z psychologických aspektů chování jednotlivců (Hesková a kol., 2006: 141).

Podle Orišky (1999: 87) jsou produktem cestovních kanceláří různé služby, klasifikované obvykle jako služby zprostředkované, které cestovní kanceláře nakupují od jiných dodavatelů, služby vlastní (organizování zájezdů a pobytů), a služby placené a neplacené.

Kotler v roce 1994, jak zmiňuje Horner a Schwarbrooke (2003: 153), charakterizuje produkt jako cokoli, co lze nabídnout trhu k prozkoumání, získání, užívání nebo ke spotřebě a co může uspokojit nějakou potřebu nebo požadavek. Mohou to být hmotné předměty, služby, osoby, místa, organizace a myšlenky.

Podle Hornera a Scharbrooke (2003: 153) je produkt nepochybně jádrem veškerého marketingu cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích služeb. On poskytuje zákazníkům užitek, který hledají, a jeho vytvoření a dodání je hlavní činností všech organizací našich tří sektorů.

Jakubíková (2009: 50) definuje produkt jako jakýkoliv statek, který lze nabídnout na trhu ke směně, aby uspokojil poptávku, touhu, přání nebo řešil problém zákazníka (výrobek,

služba, myšlenka, místo, osoba, zážitek, organizace, umělý výtvar aj.), a tím firmě pomohl dosáhnout stanovených cílů.

Za produkt se považuje to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřebu druhých lidí.

Světlík (2005: 101) charakterizuje produkt jako jakýkoliv hmotný statek, službu nebo myšlenku, která se stává předmětem směny na trhu a je určena k uspokojení lidské potřeby či přání.

### **Vývoj produktu**

Inovace a vývoj produktu by měly být nejdůležitějšími činnostmi pro každou organizaci cestovního ruchu, služeb pro využití volného času a ubytovacích a stravovacích služeb. Jak jsme již viděli, produkty v určité době dospějí do fáze zralosti a potom poklesu. Organizace by je tedy měla nahradit novými, pokud možno stejně dobrými nebo lepšími nápady.

### **Fáze vývoje nového produktu**

Jakmile je na světě nápad, organizace jej musí zpracovat tak, aby byl komerčně využitelný. K tomu musí podniknout řadu kroků:

1. Vznik nápadu
2. Prověrování – zda jsou pro organizaci přijatelné
3. Obchodní analýza – zda jsou nápady komerčně využitelné
4. Vývoj produktu – práce na prototypu produktu
5. Zkušební marketing – produkt nebo nápad jsou zkušebně nabízeny před vlastním komerčním zavedením na trh
6. Komerzializace – produkt je zaváděn na trh

### **Vývoj nových produktů v sektorech cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích služeb**

Vývoj nových produktů v těchto sektorech je často spojen s velkými investicemi do nových zařízení. Provádí se stude efektivnosti záměru, které mají co nejpřesněji prověřit životaschopnost navrhovaných projektů před dalším krokem vpřed. To je obzvláště důležité v případech, kdy projekt představuje velké finanční riziko pro organizaci, například u provozovatelů atrakcí (Horner – Swarbrooke, 2003: 168).

### **2.5.2 Cena (Price)**

Podle Horner a Swarbrooke (2003: 175) je cenová politika nepochybně základem úspěšného marketingu jakýchkoli výrobků nebo služeb. Ceny, které organizace požaduje za své výrobky nebo služby, musí být vyvážené tak, aby zákazníci byli ochotní je platit a organizace dosahovala zisku.

Cena je rozhodujícím prvkem marketingového mixu, protože organizace vytvářející zisk je v přímém vztahu s celkovými výnosy a dosahovaným ziskem.

Jakubíková (2009: 222) charakterizuje cenu jako hodnotu, jíž se zákazníci vzdají výměnou za získání požadovaného produktu. Cenu lze zaplatit ve formě peněz, zboží, služeb, přízně, volebního hlasu nebo čehokoliv jiného, co má hodnotu pro druhou stranu.

Cena je výše peněžní úhrady zaplacená na trhu za prodaný výrobek či poskytovanou službu. Cena je pro podniky důležitou informací o trhu. Stanoví určitá kritéria pro podnik a podněcuje jeho aktivity určitým směrem (Světlík, 2005: 130).

Cena a cenová tvorba je podle Heskové a kol. (2006: 142 – 143) chápána jako finální část marketingového mixu. Cena plní dvě funkce. Jednak je přímým determinantem rentability (jako jediná část marketingového mixu přímo působí na zisk firmy), jednak působí jako magnet, který zákazníky přitahuje nebo odrazuje.

### **2.5.3 Místo – distribuce (Place)**

Podle Jakubíkové (2009: 208) je úkolem distribuce co nejvíce přiblížit vyrobené produkty zákazníkovi. Distribuce řeší celou řadu rozporů mezi výrobcem (producentem služeb) a zákazníkem. Jedná se zejména o rozpory v místě, čase a množství.

Nejen volba strategie, ale i samotné prodejní místo, jeho materiální a nemateriální prostředí, má vliv na rozhodování zákazníka o tom, zda si produkt koupí. Jeho image, atmosféra a personál jsou často těmi faktory, které nejenže mají vliv na nákupní rozhodovací proces zákazníka, ale také ovlivňují jeho spokojenost (Jakubíková, 2009: 217 - 218).

Místo je zcela nepochybně rozhodujícím aspektem marketingu, protože zákazníkům se může líbit nějaký produkt a mohou být ochotní za něj platit, ale aby jej mohli kupovat, musí jim být dostupný (Horner – Swarbrooke, 2003: 191).

## **2.5.4 Marketingová komunikace (Promotion)**

Podle Jakubíkové (2009: 238) marketingová komunikace označuje prostředky, jimiž se firmy pokoušejí informovat spotřebitele, přesvědčovat je a připomínat jim – přímo nebo nepřímo – produkty a značky, které prodávají.

Marketingové komunikace vychází z obecného modelu komunikačního procesu. Ve své základní podstatě představují výměnu informace o produktu, službě či organizaci mezi zdrojem a příjemcem sdělení. Pojem marketingové komunikace představuje širší pojetí než pojem propagace. Zahrnuje i ústní komunikaci a nesystematickou komunikaci (Světlík, 2005: 175).

Komunikační mix je kombinací následujících nástrojů: reklamy, osobního prodeje, podpory prodeje a public relations. Záměrem celého komunikačního mixu je ovlivňovat spotřební chování zákazníka.

V cestovním ruchu je efektivním nástrojem komunikačního mixu public relations (PR). V dosavadní praxi subjektů zatím nejsou plně využívány přednosti tohoto nástroje v komunikačních strategiích.

Zaměření oblastí PR podle skupin činností (oborů PR) využitelných v cestovním ruchu je následující:

- vytváření firemní identity (Corporate identity), krizová komunikace, lobbying, organizování akcí (Ebeny Management) (Hesková a kol., 2006: 143)

Organizace používají různých metod marketingové komunikace k dosažení svých cílů. Chtějí-li vytvořit účinnou propagační kampaň, musí zvolit správnou kombinaci těchto metod:

- reklama, katalogy, média nebo public relations, propagace prodeje, osobní prodej, zasílání propagačních materiálů, reklama v místě prodeje, sponzorství (Jakubíková, 2009: 205- 206).

## **2.5.5 Lidé (People)**

Tato část marketingového mixu je velmi významná pro všechny obory cestovního ruchu. Člověk vystupuje ve dvou podobách, a to jako zaměstnanec a jako zákazník (klient).

Při výběru pracovníků je nutné si uvědomit, že z důvodu nehmotnosti služby se stává zaměstnanec součástí nabízené služby. Pro úspěšnou realizaci je rozhodující jak kvalita služby, tak způsob chování pracovníků.

Spotřebitelský pohled je důležitý z hlediska tvorby zákaznického mixu. Především u hromadného cestovního ruchu je citlivou záležitostí. Provedení marketingové segmentace

může pomoci k optimalizaci nabídky na jednotlivé skupiny zákazníků (Hesková a kol.,2006: 146).

Podle Jakubíkové (2009: 266) jsou nejdůležitějším zdrojem v oblasti cestovního ruchu lidé, zaměstnanci firem i různých institucí. Zákazníci u nich vyhledávají pomoc a radu při rozhodování o tom, jak získat to nejlepší za své peníze. Zaměstnanec musí mít dokonalou představu o tom, co se od něj očekává. Očekávání zákazníka je nutno překonávat.

Lidé v cestovním ruchu zaujímají různé role. Jsou investory, vlastníky, manažery, zaměstnanci, dodavateli výrobků i poskytovateli služeb, obchodními mezičlánky, ovlivňovateli, zaměstnanci státních a veřejných institucí, zákazníky a rezidenty. Lidé přímo či nepřímo ovlivňují kvalitu produktu a spokojenost zákazníka. Firmy proto potřebují investovat do rozvoje lidských zdrojů (Jakubíková, 2009 : 264).

### **2.5.6 Spolupráce (Partnership)**

V produktech cestovního ruchu bez vzájemné spolupráce organizací by nebylo podle Jakubíkové (2009 : 270) možné realizovat některé typy produktů na trhu. Za spolupráci lze považovat součinnost dvou a více subjektů zainteresovaných na rozvoji cestovního ruchu či na poskytování služeb s cestovním ruchem spojených. Cestovní ruch je odvětvím, které je silně závislé na dobré spolupráci různých subjektů.

Typy kooperací mohou být ve formě horizontální a vertikální. Horizontální spolupráce firem představuje spolupráci ve stejné úrovni logistického pohybu produktů v určité oblasti. Cílem je zvýšit atraktivitu místa realizace služeb, zvýšit prodej, případně snížit náklady.

Vertikální kooperace sleduje logistický pohyb produktů na principu dodavatel – odběratel. Příkladem vertikálních typů kooperací je franchising. Tento typ kooperace je rozšířen v cestovním ruchu v oblastech ubytovacích služeb, rychlého stravování, půjčoven automobilů apod. (Hesková a kol., 2006 : 146).

### **2.5.7 Nabídka balíčku služeb (Packaging)**

Nabídka balíčku služeb podle Heskové a kol. (2006 : 147) znamená kompletaci poskytovaných zájezdů a jejich programovou orientaci. Tvorba „balíku“ zohledňuje individuální přání zákazníka, specifických zákaznických segmentů, pomáhá firmám zmírňovat výkyvy v nabídce a poptávce po službách. Příklady balíků služeb: motivační zájezdy (incentivní turistika), rodinná dovolená, zájezdy, zájezdy pro seniory, horolezecké túry, okružní jízdy, lodní zájezdy.



Termín balíček se podle Jakubíkové (2009 : 266) používá pro dvě a více služeb rezervovaných nebo zakoupených podle přání zákazníka za jednu cenu, resp. pro předem připravený soubor služeb. V cestovním ruchu je balíček konkrétní sestavení vzájemně se doplňujících služeb do komplexní nabídky, obvykle za jednotnou cenu.

### **2.5.8 Programová specifikace služeb (Programming)**

Tvorba balíčků podle Jakubíkové (2009: 268) vytváří komplexní nabídku, na kterou velmi úzce navazuje i obsahová specifikace programu (programming) určená různým typům klientů (různým tržním segmentům).

Nástroje jsou propojené, mají za cíl vyvolat zájem o mimosezonní období u zákazníků (nabídka jazykových a manažerských kurzů), kdy účastníkům ve střediscích cestovního ruchu je poskytován další servis. Ne vždy je program vázán na balík služeb, např. večírky pro fotbalové fanoušky, pivní slavnosti.

Tvorba balíku služeb a programování mají za cíl

- eliminovat působení faktoru času a místa,
- zlepšovat rentabilitu poskytovaných služeb,
- využívat segmentační strategii,
- iniciovat kooperaci subjektů.

(Hesková a kol.,2006: 147)

Jakubíková (2009: 268) uvádí těchto pět klíčových úloh, které plní balíčky spolu s tvorbou programů:

1. Eliminují působení faktoru času
2. Zlepšují rentabilitu
3. Podílejí se na využívání segmentačních marketingových strategií - balíčky a programy představují účinný nástroj při segmentaci trhu a při pokusu sladit nabídku s potřebami specifických skupin zákazníků
4. Jsou komplementární vůči ostatním součástí mixu výrobek / služba a při správné kombinaci vytvářejí mnohem přitažlivější a zajímavější nabídku produktů
5. Spojují dohromady vzájemně nezávislé organizace pohostinství a cestovního ruchu

## **2.6 Marketingový výzkum**

Světlík (2005: 42) charakterizuje marketingový výzkum jako: „souhrn aktivit, které zkoumají všechny části marketingové praxe včetně trhů, výrobků, distribučních cest, cen, chování zákazníka. „

Jakubíková (2009: 140) definuje marketingový výzkum takto: „Marketingový výzkum představuje systematický a cílevědomý proces, směřující k opatření (shromáždění nebo nákupu) určitých konkrétních informací, které nelze získat z obou předchozích částí informačního systému pro marketing.“

Podle Horner a Schwarbrooke (2003: 419 – 420) je marketingový výzkum precizní, úžeji soustředěná činnost s jediným cílem poskytnout údaje, které pomohou zlepšit efektivitu marketingu organizace.

Naproti tomu výzkum trhu je aktivita širšího rozsahu, jejímž hlavním cílem je shromážďovat údaje o trhu. Účelem marketingového výzkumu je umožnit organizaci zhodnotit svoji současnou výkonnost, identifikovat příležitosti a vyvíjet produkty a komunikaci, které pomohou využít zjištěných příležitostí.

Obvykle rozlišujeme dva typy marketingového výzkumu, a to:

Kvantitativní výzkum, jinými slovy fakta a čísla. To znamená faktické údaje o vlastnostech trhu spolu se statistickými údaji o výkonnosti organizace včetně objemu prodeje a podílu na trhu.

Kvalitativní výzkum, který se převážně soustřeďuje na dojmy, názory a postoje zákazníků týkající se organizace, jejich produktů a jejich konkurentů (Horner – Schwarbrooke, 2003: 419 – 420).

Podle Světlíka (2006 : 43) se marketingový výzkum skládá z pěti základních kroků:

- 1) definování problému
- 2) plán výzkumu
- 3) sběr informací
- 4) analýza údajů
- 5) závěry a doporučení

## **3. Cíle a metodika**

### **3.1 Cíl práce**

**Hlavním cílem práce** je provedení analýzy cestovního ruchu v zázemí Sezimova Ústí.

**Vedlejším cílem** je navržení a inovace nabídky cestovního ruchu v oblasti a příprava produktového balíčku.

### **3.2. Hypotézy**

Hypotéza je tvrzení o vztahu dvou nebo více proměnných, které může být testováno za použití empirických dat. Byly stanoveny tyto hypotézy:

1. V Sezimově Ústí převažuje celoroční cestovní ruch
2. V oblasti převládá kulturní cestovní ruch
3. V destinaci Sezimovo Ústí převládá výletní cestovní ruch

Tyto hypotézy budou v práci potvrzeny nebo vyvráceny.

### **3.3 Metodický postup**

Tato práce je zpracována do třech hlavních částí. Jedná se o analytickou, syntetickou a aplikační část.

#### **Analytická část**

Analytická část je zpracována na základě zjištěných údajů převážně ze sekundárních zdrojů, a to hlavně externích. Patří sem studium odborné literatury, pramenů, provedení situační analýzy Sezimova Ústí a analýza druhů cestovního ruchu. Důležitým zdrojem bylo hlavně studium odborné literatury, dále internet, data z Českého statistického úřadu spolupráce s Městským střediskem kultury a sportu Sezimovo Ústí a Informačním centrem Tábor. Všechny zdroje jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

#### **Syntetická část**

V rámci syntetické části došlo k přípravě a realizaci terénního šetření. Primární informace byly získány pomocí dotazování. Na základě zjištěných poznatků byla provedena analýza forem cestovního ruchu v oblasti.

#### **Aplikační část**

V aplikační části byla navržena inovace nabídky a produktový balíček.

## **4. Situační analýza**

### **4.1 Historie a současnost**

Město Sezimovo Ústí se rozkládá na ploše 845 ha v severní části jižních Čech v okrese Tábor, přibližně 88 km jižně od hlavního města Prahy, 58 km od Českých Budějovic na silnici E55. Tato mezinárodní cesta město rozděluje na dvě části. Sezimovo Ústí I, které leží na západní straně a Sezimovo Ústí II na straně východní. Počet obyvatel se pohybuje okolo 7 000. Nadmořská výška je 399 m. Město leží v krásné krajině 5 km jižně od Tábora na soutoku řeky Lužnice a Kozského potoka. V jeho blízkosti se nachází zřícenina Kozího hrádku, kde kázal mistr Jan Hus. V Sezimově Ústí měl letní sídlo 2. československý prezident Edvard Beneš. Je zde také se svou chotí Hanou pochován.

První zmínka o Sezimově Ústí je v dokumentu z roku 1262, který se týká Dominikánského kláštera. Postupem času se Sezimovo Ústí stalo středověkým hospodářským střediskem. K jeho rozmachu přispívaly doly na stříbrnou rudu, o jejichž existenci máme zprávy z roku 1272 a 1345. Ze zlomkovitých písemných pramenů a archeologických nálezů víme, že koncem 14. a počátkem 15. století bylo Sezimovo Ústí prosperujícím řemeslnickým městem a kolébkou husitství. V souvislosti s pobytem Mistra Jana Husa v Sezimově Ústí, a s probíhajícími církevními reformami bylo město v roce 1420 vlastními obyvateli zničeno a zapáleno. Důvodem byla strategicky nevýhodná poloha města, které nebylo terémem dobře chráněno před případným dobytím. Obyvatelstvo bylo převedeno na nově založené Hradiště, později přejmenované podle hory na Tábor. Trosky Sezimova Ústí mezitím zarůstaly trávou a křovinami až do roku 1828, kdy byla obec opětovně založena. Na původním gotickém sídle probíhaly po desetiletí rozsáhlé archeologické výzkumy, které přinesly řadu významných objevů. Tyto exponáty jsou uloženy v táborském muzeu.

Dnešní Sezimovo Ústí je moderní město se třemi základními školami, střední školou, dvěma kiny, obchody, moderní infrastrukturou a dobrou dopravní dostupností. Ve městě je tříhvězdičkový hotel s bazénem, motorest, chatová osada, fotbalové i házenkářské hřiště, tenisové kurty, sauna, kuželky.

Odkaz města je tedy významný, historicky zcela jedinečný a neměl by upadnout v zapomnění. Vždyť nebýt Sezimova Ústí, středověkého centra obchodu, řemesel a kolébky husitství, nemohl být založen Tábor, kde bylo Husovo učení zvěčněno. Také soudobé město se vyplatí poznat, pochopit a dále jej rozvíjet, aby v souladu se svou historickou tradicí patřilo i v budoucnu k moderním městům (Klíma, 2004).

## **4.2 Hodnocení potenciálu CR**

Rozvoj cestovního ruchu je podmíněn existencí vhodného potenciálu, který má výrazný teritoriální aspekt a je vázán na krajinný systém. Přírodní i antropogenní (vytvořený lidskou činností) potenciál, který vyjadřuje způsobilost územního celku vytvořit podmínky pro rozvoj cestovního ruchu, je rozmístěn nerovnoměrně a kvalitativně různorodě, přičemž se obvykle liší i v rámci velkých územních celků.

Pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci je důležitá kvalitní nabídka, která je schopna přilákat návštěvníky a následně uspokojit jejich potřeby a požadavky.

Nabídku cestovního ruchu je možné rozdělit na primární a sekundární.

Komponenty primární nabídky cestovního ruchu jsou utvářejícími podmínkami pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace; struktura, rozmístění a úroveň sekundární nabídky cestovního ruchu je určujícím faktorem využitelnosti destinace pro aktivity cestovního ruchu (Kiráňová, 2003:15-16).

### **1) primární potenciál CR**

- a) Přírodní potenciál
- b) Kulturně-historický potenciál
- c) Kulturně-spoločenské a sportovní akce

### **2) sekundární potenciál**

- a) Suprastruktura cestovního ruchu
- b) Infrastruktura cestovního ruchu
- c) Všeobecná infrastruktura

## **4.2.1 Primární potenciál CR**

Primární potenciál CR představují zdroje, které by v destinaci existovaly i bez závislosti na cestovním ruchu a jeho rozvoji.

### **4.2.1.1 Přírodní potenciál**

Sezimovo Ústí je příjemným místem především díky klidnému prostředí a pěkné přírodě. Příroda kolem Sezimova Ústí skýtá dobré podmínky pro pěší turistiku, cyklistiku nebo projížďku na koni. K návštěvě lákají i přírodní zajímavosti - přírodní památka Luční, Chýnovská jeskyně, Botanická zahrada v Táboře nebo naučná stezka Borkovická blata. Řeka Lužnice, která se proplétá celým regionem, přímo vybízí k výletu na kánoji či rybaření. Okolní krajina je plná rybníků, které jsou využívány k rekreaci, nacházejí se však mimo město. Jediná příležitost ke koupání na území města je řeka Lužnice u jezu Soukeník. V 6 km vzdáleném Táboře, který je snadno dostupný městskou hromadnou dopravou, je možné využít moderní plavecký bazén. Dobré podmínky nabízí Sezimovo Ústí také pro houbaření, rybaření a případně i myslivost ([http://www.sezimovousti.cz/articlepage.php?id\\_category=29](http://www.sezimovousti.cz/articlepage.php?id_category=29), 1.11.2004).

V Sezimově Ústí se nacházejí tyto přírodní atraktivity:

### **Památné stromy v okolí Sezimova Ústí**

Městský úřad v Sezimově Ústí - oddělení životního prostředí jako pověřený obecní úřad vyhlásil na svém správním území (tj. na území obcí Sezimovo Ústí, Planá nad Lužnicí a Košice) v roce 1998 celkem 14 památných stromů a 1 v roce 2000.

Přímo v Sezimově Ústí se nacházejí dva památné stromy. Jasan ztepilý roste v parku před kinem Spektrum v Sezimově Ústí II. Je spjat s historií Sezimova Ústí. Není součástí nové sídlištní zeleně, ale je stromem původním, uměle vysazeným kolem roku 1910 před štít budovy statku. Ten se na tomto místě tehdy nacházel obklopen poli a loukami. Strom v nepoškozeném stavu přečkal veškerý výrazný stavební ruch, který v roce 1939 odstartoval výstavbu 2. části města - Sezimova Ústí II, a k němuž patří i demolice statku kolem roku 1960. Výstavbou došlo k radikální změně tehdejšího rázu krajiny na současnou podobu města. Dalšími atributy pro ochranu je vzrůst, mohutnost a estetická hodnota stromu.

Druhým pamětním stromem je Lípa srdčitá. Ke stromu se dostanete po účelové komunikaci navazující na ulici K hájence a vedoucí na Kozí hrádek. Strom se nachází před hájenkou Nechyba na okraji lesa. Důvodem vyhlášení a ochrany stromu je skutečnost, že lípa je významnou dominantou okolí s výraznou estetickou hodnotou. Důležitými aspekty jsou vzrůst, mohutnost a věk stromu (Klíma, 2008).

## **Naučná arboreta**

Arboretum je vybraná parková plocha s popisem zajímavých stromů a keřů, které se na ní nacházejí. Od dřevin běžných a obecně známých až po vzácné a veřejnosti téměř nebo úplně neznámé.

Podává informace o tom, jak se jednotlivé stromy a keře jmenují, z jaké země nebo kontinentu se k nám dostaly (odkud pocházejí) nebo zda jsou jedovaté. Slouží tedy především jako zdroj informací ke vzdělávání nebo ke svému potěšení.

Arboreta jsou vytvořena na 3 parkových celcích v Sezimově Ústí II: v parku před hotelem MAS, před kinem Spektrum a před hvězdárnou. Na okrajích u chodníku každého arboreta je umístěna informační tabule, která informuje o jednotlivých dřevinách viditelných z místa před tabulí. Na tabuli je zobrazena: mapa prostoru pro orientaci, pomocí symbolů s čísly umístění jednotlivých dřevin v arboretu, informační tabulka s identifikačními údaji o dřevinách a fotografie vybraných dřevin ([http://www.sezimovousti.cz/attachment/arboreta\\_su.pdf](http://www.sezimovousti.cz/attachment/arboreta_su.pdf), 27. 10. 2004).

## **Přírodní památka LUNA**

Na území obce se nachází jediné, zvláště chráněné území – Přírodní památka Luna. Jedná se o lokalitu (1,7 ha) výslunné jižní stráně na pravém břehu Kozského potoka vedle zahrádkářské kolonie „Pod Letišťem“, naproti letnímu kinu. Ve stráni jsou patrné výchozy skalního (silikátového) podloží. Na nevyvinuté půdě z matečného substrátu pararuly, zejména na východě území, dominuje chudý acidofilní borový porost. Lokalita je chráněná díky výskytu subxerothermofytů (teplomilné) travinobylinné vegetace (kostřavy, úročník bolhoj, třezalka tečkovaná, jestřábník chlupáček...) a teplomilné fauny zahrnující typické zástupce bezobratlých a plazů (Klíma, 2004).

### **4.2.1.2 Kulturně-historický potenciál**

Sezimovo Ústí II vzniklo jako dělnická kolonie nového závodu strojíren MAS Tomáše Bati. Dodnes je zde vidět známá Bařova architektura. Důležitou turistickou zastávkou je vila druhého československého prezidenta Dr. Edvarda Beneše, která se nachází v Sezimově Ústí I a je otevřená pro veřejnost od května do října a v některé významné dny v roce. Necelé 3 km od města se v lesích nachází zřícenina Kozího hrádku.

O Benešově vile a Kozím hrádku se ve své práci podrobněji rozepisují v části Druhy cestovního ruchu.

Ve vzdálenějším okolí se nachází řada vyhledávaných pamětihodností - hrady (Kotnov v Táboře, Starý zámek u Borotína, Šelmberk, Choustník, Příběnice), zámky (Zámek Bechyně, na rozhraní tábořského a jindřichohradeckého regionu zámek Červená Lhota), unikátní technická díla (Stádlecký řetězový most). Jihozápadně od Sezimova Ústí jsou rovinatá blata s typickou jihočeskou lidovou architekturou, rašeliništi a rozsáhlými lesními komplexy.

### **4.2.1.3 Kulturně-společenské a sportovní akce**

Kulturně-společenské a sportovní akce jsou nedílnou součástí image, o jejíž vybudování každý region ve snaze získat turisty usiluje. Vhodný výběr a propagace pořádaných akcí mohou přilákat nové návštěvníky a zpříjemnit nebo prodloužit pobyt těch, kteří region navštívili za jinými účely. V tabulce 1 je přehled pravidelných kulturně-společenských akcí konaných v Sezimově Ústí.



Tabulka 1: Kulturní program Sezimova Ústí

leden	<b>Ples pánů z Růže</b>	Reprezentační ples města Sezimova Ústí
únor	<b>Karneval pro děti</b>	Disco + soutěže pro děti
březen	<b>Volání jara</b>	Dílny, soutěže
duben	<b>Pálení čarodějnic</b>	Ukázky středověkého mučení, inkviziční soud, možnost opékání vuřtů
květen	<b>8. května</b>	Kladení věnců k pomníku padlých v Sez. Ústí I, lampionový průvod, vystoupení dechové kapely, vystoupení mažorettek S. Ústí, ozvučený ohňostroj
červen	<b>Sezimácký čochtan</b>	Zábavné brodění Kozského potoka v maskách, spojené s úklidem a soutěžemi na břehu
	<b>Hrátky na Hrádku</b>	Zábavné odpoledne na Kozím hrádku
červenec	<b>Středověké slavnosti na Kozím Hrádku</b>	Dobové tržiště, vojenské ležení - ukázky zbroje a zbraní, výroba šperků - svíčkařství - středověká kuchyně
	<b>Vzpomínka na Mistra Jana Husa</b>	Ekumenická bohoslužba tábořských církví, program na hradě, poté ukázky šermu
srpen	<b>Hiltonfest</b>	Koncert kapel v Letním kině Sezimovo Ústí
	<b>Bitva na Kozím Hrádku</b>	Příběh, který se odehrál na hradě Hasištejn Program: bitvy, dobové tržiště, večerní ohňová show
září	<b>Pietní akt</b>	K výročí úmrtí druhého československého prezidenta Edvarda Beneše Sezimovo Ústí I, hrobka E. Beneše
	<b>Pouť v Sezimově Ústí I.</b>	10:30 hodin Farní kostel Povýšení sv. Kříže - bohoslužba
	<b>Výstava: "Z Benešovy vily""Jak vnímali občané Sezimova Ústí druhého československého prezidenta"</b>	Ve velké zasedací místnosti MěÚ S. Ústí
říjen	<b>Kuželna</b>	Klasické kuželky v letním kině v Sezimově Ústí II
listopad	<b>Adventní vazba</b>	Ve spolupráci s Ochranou fauny ČR Votice
	<b>Středověk</b>	Ukázky dobových zbraní, zbroje, ševcovské a kovářské práce. Doplněno představením Mistr Jan Hus v podání Jezerních Pánů
	<b>Bubenická show</b>	Tradiční setkání bubeníků
prosinec	<b>Zpívání pod stromečkem</b>	24. prosince - náměstí: v 16 hod. Sezimovo Ústí I , v 17 hod. Sezimovo Ústí II

Pramen: vlastní zpracování

## **4.2.2 Sekundární potenciál**

Sekundární potenciál CR představují zdroje, které byly v destinaci vybudovány za účelem realizace a rozvoje CR.

### **4.2.2.1 Ubytovací zařízení**

Ve městě Sezimovo Ústí se nachází 9 ubytovacích zařízení, které jsou zobrazeny v Tabulce 2.

*Tabulka 2: Seznam ubytovacích zařízení*

<b>Název</b>	<b>Adresa</b>	<b>Kategorie</b>	<b>Sezónní provoz</b>	<b>Počet pokojů</b>	<b>Počet míst pro stany a karavany</b>
HOTEL MAS	Sezimovo Ústí, Náměstí Tomáše Bati 417	Hotel ***	celoroční provoz	51 až 100	Žádné
HOTEL EURO	Sezimovo Ústí, Pod Kovosvitem 1080	Hotel **	celoroční provoz	10 a méně	Žádné
PENSION HUBERT	Sezimovo Ústí, Šafaříkova 1073	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	Žádné
PENZION A RESTAURACE U RŮŽE	Sezimovo Ústí, Prokopa Holého 59	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	Žádné
TÁBOŘIŠTĚ SOUKENÍK - PIŠTĚKOVÁ JITKA	Sezimovo Ústí, Soukeník 3010	Kemp	letní provoz	10 a méně	51 až 100
KULICHOVÁ - SOUKENÍK - SPARTAK MAS	Sezimovo Ústí, Soukeník 684	Chatová osada	letní provoz	11 až 50	Žádné
CHATOVÁ OSADA SOUKENÍK	Sezimovo Ústí, Soukeník 101	Chatová osada	letní provoz	11 až 50	Žádné
DOMOV MLÁDEŽE	Sezimovo Ústí, Dukelská 640	Ostatní zařízení	celoroční provoz	51 až 100	Žádné
DOMOV MLÁDEŽE	Sezimovo Ústí, Dukelská 639	Ostatní zařízení	celoroční provoz	51 až 100	Žádné

Pramen: ČSÚ, 2008

## **Hotel MAS \*\*\***

Hotel MAS je umístěn v klidném prostředí města Sezimovo Ústí, na náměstí s parkovou úpravou. Je ideálním místem pro rodinnou dovolenou, školení, kongresy, atp. Kapacitu zařízení tvoří 50 dvoulůžkových pokojů s možností přistýlky, 15 třílůžkových pokojů a jedno apartmá vybavené masážní vanou. Pokoje jsou vybaveny sprchovým koutem, televizním přijímačem se satelitními kanály, WC a telefonem. Všechny pokoje jsou vkusně zařízeny a dostatečně vybaveny.

*Obrázek 1: Hotel MAS*



Pramen: [www.hotelmas.cz](http://www.hotelmas.cz), 20.11.2009

**Hotel MAS\*\*\*** v Sezimově Ústí nabízí širokou škálu kongresových prostor s bezbariérovým přístupem po celém hotelu a s tím spojených služeb za velice příznivé ceny v klidném prostředí.

V ceně ubytování je hotelovým hostům k dispozici krytý bazén s barem a atrakcemi (protiproud, vodopád, vzduchovadlo, masážní trysky). Dále je k dispozici sauna a vířivá vana za poplatek. Níže uvedené ceny zahrnují snídaní podávanou bufetovou formou, relaxační program (bazén s protiproudem), poplatky a DPH dle zákona.

Děti do 6 let zdarma, do 12 let na pevném lůžku 10% sleva.

### **CENÍK UBYTOVÁNÍ**

Jednolůžkový	850,- Kč
Dvoulůžkový	1290,- Kč
Třílůžkový	1 600,- Kč
Suite	2 500,- Kč

### **CENÍK STRAVOVÁNÍ**

Polopenze	140,- Kč
Plná penze	390,- Kč

([www.hotelmas.cz](http://www.hotelmas.cz), 2009)

#### 4.2.2.2 Stravovací zařízení

Penzion restaurace Placák  
Sezimovo Ústí, Nad Mýtem /1127

Restaurace a chatová osada Soukeník, Kursa Vladimír  
Sezimovo Ústí, Soukeník 53/101

Restaurace U Alfa ,Zdeněk Prášek  
Sezimovo Ústí, Táborská 42/149

Restaurace U Bilíků  
Sezimovo Ústí, Husovo nám. 4/77

Restaurace U vily  
Sezimovo Ústí, Šafaříkova /1073

Restaurace U vrby - Tipsport  
Sezimovo Ústí, Soukeník /685

Restaurace - Hotel Mas  
náměstí Tomáše Bati 417, 39102 Sezimovo Ústí II

Restaurace - Motel Euro  
K Soukeníku 1080, Sezimovo Ústí II

Restaurace Apollo  
Táborská 45, Sezimovo Ústí I

Restaurace Kozí hrádek  
Tábor Měšice,

Restaurace Penzion U Růže  
Prokopa Holého 59, Sezimovo Ústí I

Hostinec U Křivánek  
Sezimovo Ústí, Vaníčková 27/138

### 4.2.2.3 Informační centrum

Sezimovo Ústí nemá vlastní informační centrum. Informace i turistické produkty nabízí turistům Infocentrum Město Tábor.

Bylo vyhlášeno nejlepším informačním centrem v ČR zřizované městem

1. místo v soutěži vydavatelství C.O.T. media Náš kraj 2006

2. místo v kategorii Nejlepší cizojazyčný propagační materiál města v soutěži Náš kraj 2006

- Infocentrum Město Tábor bylo založeno roku 1994
- V roce 2009 proběhla za přispění Evropského fondu pro regionální rozvoj celková modernizace
- patří pod odbor kultury a cestovního ruchu Města Tábor
- je zařazeno do seznamu Oficiálních turistických informačních center ČR (registrovaných u státní příspěvkové organizace CzechTourism)
- je členem Asociace turistických informačních center ČR
- infocentru byl udělen dle Kategorizace A.T.I.C. Certifikát B
- je členem Jihočeské centrály cestovního ruchu prostřednictvím Svazu měst a obcí Táborska (SMOOT)
- infocentrum je zároveň Jihočeskou pohádkovou kancelář
- infocentrum provozuje expozici Táborský poklad
- infocentrum provozuje pobočku v ČD-centru na vlakovém nádraží v Táboře

(<http://www.tabor.cz/cs/turista/infocentrum>, 2009)

### 4.2.2.4 Doprava do Sezimova Ústí a městská hromadná doprava

Do Sezimova Ústí je výborné spojení silniční dopravou. Protíná ho totiž mezinárodní Silnice E55.

Navštívit město můžeme i železniční dopravou. Modernizovaná železniční zastávka Sezimovo Ústí je na trase nově budovaného železničního koridoru České Budějovice – Praha. Nejbližší stanice rychlíků je v nedalekém Táboře. Odtud je dobré spojení městskou hromadnou dopravou, kterou zajišťuje dopravní podnik Comett Plus Tábor.

Městská autobusová doprava obsluhuje trojměstí Tábor - Sezimovo Ústí - Planá nad Lužnicí a okolní vsi v okruhu zhruba do 10 km od města Tábora.

V provozu je celkem 15 linek MHD, které jsou obsluhovány ve špičce 32 autobusy. Celkem je ve vozovém parku 38 vozidel z nichž 10 je v kloubovém provedení a z celkového počtu autobusů je nyní 16 autobusů nízkopodlažních.

Jízdenky jsou v hodnotě 8, 10, 12, a 14,- Kč (cena jízdného je určena vzdáleností a dobou přepravy od výchozího do cílového místa, cena pro děti je poloviční) si lze zakoupit v novinových stáncích, v hale autobusového nádraží, v prodejních automatech na uzlových zastávkách. Jízdenky je možné pokaždé zakoupit u řidiče, ale pouze v hodnotě 14 Kč). Bezplatně jsou přepravovány děti do 6ti let, tělesně postižené osoby, kočárky s dítětem a osoby starší 70ti let, děti ve věku od 6ti do 15ti let mohou využít zlevněné jízdenky.

#### **4.2.2.5 Marketing cestovního ruchu v Sezimově Ústí**

Marketing cestovního ruchu souvisí s propagací města Sezimovo Ústí ve sdělovacích prostředcích a je pro město důležitý z důvodu přilákání turistů. Sousedící město Tábor má velký potenciál cestovního ruchu a turistům nabízí spoustu památek, ale bohužel ne každý ví, že při návštěvě Tábora se mohou podívat i do Sezimova Ústí, které jim také nabídne kousek historie, nejen Benešovu vilu a Kozí hrádek, kde kázal Mistr Jan Hus, ale i domy, které nechal postavit Baťa. Tyto a mnohé další informace můžeme najít na oficiálních stránkách Sezimova Ústí: [www.sezimovo-usti.cz](http://www.sezimovo-usti.cz).

Město Tábor není jen konkurencí, ale v propagaci města i pomáhá. Jeho informační centrum má totiž na starost i Sezimovo Ústí a vydává zajímavé propagační materiály, které si můžete vyzvednout v informačním centru nebo se na ně podívat na internetových stránkách Tábora.

Městské středisko kultury a sportu Sezimova Ústí vydává každý měsíc časopis Novinky Sezimova Ústí, kde informuje obyvatele, ale i turisty o kulturním dění ve městě. Časopis vychází v nákladu 3400 ks každý měsíc a je distribuován do všech domácností ve městě zdarma. Ale můžeme si je přečíst i v elektronické podobě, a to na internetových stránkách města, kde v případě zájmu můžeme nahlédnout i do starších výtisků. Kulturní program na každý měsíc vydává město i ve formě letáků, které můžeme zahlédnout vyvěšené na viditelných místech v Sezimově Ústí i v sousedním Táboře.

Sezimovo Ústí se snaží o propagaci i prostřednictvím kulturních akcí, které jsem shrnula výše. Za zmínku určitě stojí reprezentativní ples Sezimova Ústí pod názvem Ples pánů z Růže, který se koná každý rok v zimě v hotelu MAS.

## **4.3 Analýza druhů cestovního ruchu v Sezimově Ústí**

**Podle Heskové a kol. (2006: 21- 26) dělíme cestovní ruch z hlediska druhů na:**

### **4.3.1 Rekreační cestovní ruch**

Je druh cestovního ruchu, pro který je charakteristický pasivní, ale i aktivní odpočinek ve vhodném přírodním prostředí s cílem obnovy fyzických a psychických sil. Pobyt v příznivém přírodním prostředí kombinovaný s různými rekreačními aktivitami (pohybové a nenáročné sportovní činnosti, např. procházky, táboření v přírodě, chataření, chalupaření a jiné) má vliv na organismus a duševní pohodu člověka. Dostává stále větší význam se zhoršujícím se životním prostředím v místě trvalého bydliště a pracoviště. Rekreační cestovní ruch má podobu individuální nebo rodinné rekreace, kterou si účastníci organizují sami ve vlastních nebo pronajatých zařízeních, nebo organizovanou formou ve veřejnosti přístupných zařízeních cestovního ruchu.

- Město Sezimovo Ústí je ideálním místem pro tento druh cestovního ruchu. Nabízí nespočetné možnosti odpočinku a relaxace. Lidé sem jezdí za krásnou přírodou. K rekreaci je využívána i řeka Lužnice u jezu Soukeník.

Svým prostředím město přilákalo řadu obyvatel z větších měst, kteří zde vybudovali chaty a chalupy, které jsou jim útočištěm před ruchem velkoměst. Věnují se zde relaxaci, zahrádkaření a dalším svým zájmům.

Hlavně v létě je Sezimovo Ústí cílem lidí, kteří zde chtějí strávit klidnou dovolenou. Mají možnost ubytování v některém z penzionů nebo dvou hotelů, případně pak i v Chatové osadě Soukeník, která se nachází na břehu řeky Lužnice.

### **4.3.2 Sportovní cestovní ruch (sport tourism)**

Také pro sportovní cestovní ruch je charakteristický pobyt ve vhodném přírodním prostředí, avšak s aktivním vykonáváním různých sportovních činností, které obvykle předpokládají určitou fyzickou kondici. Jde např. o turistiku, která může být pěší, horská, vodní, cykloturistika nebo mototuristika, ke které patří kempování a karavanning. S ohledem na roční období jsou oblíbené mnohé sportovní aktivity, v létě např. koupání a plavání ve volné přírodě nebo na koupalištích, míčové hry, tenis, pro náročnější golf, v zimě lyžování, sáňkování, bruslení.

- Příroda kolem Sezimova Ústí skýtá dobré podmínky pro pěší turistiku, cyklistiku nebo projížďku na koni. Řeka Lužnice protékající městem Sezimovo Ústí je lákadlem pro vodáky. Vyhledávanou částí je splav Soukeník, kde se nachází i osada s možností ubytování v chatkách, občerstvení v restauraci i sportovního vyžití na volejbalovém hřišti. Toto místo často vyhledávají i místní obyvatelé, neboť se zde nachází velká travnatá louka, která láká k odpočinku a opalování s možností vykoupat se nad jezem. Nedaleko osady Soukeník nalezneme i fotbalové hřiště.

Za řekou se nachází druhé fotbalové hřiště, které je po povodních nově zrekonstruované, tenisové kurty a fotbalová restaurace, kde se lidé často scházejí i k příležitosti různých akcí, např. pálení čarodějnic nebo jen posedět s přáteli při ohni a živé hudbě.

Místní sportovci i kluby využívají nově postavenou sportovní halu a tenisový areál TJ Spartak Sezimovo Ústí se saunou. V zimě se vydávají milovníci zimních sportů do přírody, kde se mohou nerušeně projíždět na běžkách nebo si zabruslit na některém z rybníků.

#### 4.3.2.1 Pěší trasy

Krásná příroda, hluboké lesy s rybníky, divoká řeka i zelené louky, v okolí Sezimova Ústí lákají k procházkám. A nejen to, turisté se chtějí během svých cest i něco naučit a blíže se seznámit s krajinou, která je spojena se jmény jako je Edvard Beneš, Mistr Jan Hus či Tomáš Baťa.

Infocentrum Město Tábor ve spolupráci s Klubem českých turistů Tábor připravilo pro turisty novou publikaci *Táborskem pěšky*. Brožura obsahuje 36 doporučených tras pro pěší výlety do okolí Tábora a samozřejmě i do Sezimova Ústí. Můžeme si vybrat z různě obtížných tras od krátkých rodinných vycházek po třicetakilometrové celodenní výlety. Tipy na výlety doplňují popisy turistických cílů, turistická mapa regionu se značenými trasami a plánek Tábora.

#### 4.3.2.2 Cyklotrasy

Táborsko poskytuje pro aktivní dovolenou nespočet vhodných příležitostí. Táborem prochází také mezinárodní cyklotrasa Greenways Praha Vídeň a k dispozici je hustá síť regionálních cyklotras a pěších tras. Pro cyklisty připravilo Infocentrum Město Tábor poutavou brožuru „**Táborskem na kole**“, která nabízí 10 tipů na cyklovýlety v regionu včetně mapy, informací o výškovém profilu, obtížnosti trasy apod.



### **4.3.3 Myslivecký cestovní ruch**

Má charakter sportovního, částečně rekreačního cestovního ruchu. Jeho účastníci jsou motivováni možnostmi lovu zvěře a ptáků. Jeho součástí je **rybářský cestovní ruch** spojený s chytáním ryb na udici nebo s potápěním v řekách, jezerech, přehradách, rybnících a mořích.

- Do řeky Lužnice se vlévá většina říček, potoků a potůčků celé oblasti. Řeka Lužnice představuje doslova rybářský ráj. Její tok je rozdělen na několik revírů (mimopstruhových a pstruhových). Základní podmínkou rybolovu nejen na Lužnici a jejích přítocích je dodržování rybářského řádu (např. nejmenší lovná míra kapra činí 38 cm).

Zachytat ryby si můžeme i v mnoha rybnících na Táborsku. V krajině po obou březích se lesknou plochy rybníků (v regionu jich je celkem 568 o výměře 2493 ha), z nichž některé dosahují úctyhodných rozměrů. Rybníkářství a chov kaprů ve své době představovaly bohatství zdejšího kraje. Proto není divu, že i dnes se může tento kraj pyšnit skvělými možnostmi, jak si zarybařit a zároveň odpočinout od shonu dnešního světa.

Rybářství Třeboň pořádá vždy v říjnu a listopadu výlovy rybníků. Do jejich regionu patří i rybník Jezero, který spadá do katastrálního území Sezimova Ústí. Tato akce každoročně přiláká řadu diváků i zájemců o čerstvě vyloveného kapra.

### **4.3.4 Kulturní cestovní ruch**

Umožňuje uspokojování duchovních potřeb lidí, kteří jsou motivováni možnostmi poznávání kulturního dědictví, kultury a způsobu života rezidentů navštívených cílových míst, možnostmi zábavy a rozptýlení apod. Má mnoho forem a stupňů intenzity. V praxi má podobu návštěv muzeí, galerií, výstav, kulturních pamětihodností, archeologických nalezišť, hudebních, divadelních a filmových festivalů, společenských a náboženských akcí.

- Turistům se zájmem o kulturní bohatství může Sezimovo Ústí nabídnout řadu možností. Např. již zmíněné každoroční kulturní akce, jako je reprezentativní ples města - Ples pánů z Růže, Středověké slavnosti na Kozím hrádku, Vzpomínka na mistra Jana Husa, hudební festival Hiltonfest, Pietní akt k výročí úmrtí druhého českého prezidenta Edvarda Beneše.

K hlavním návštěvním cílům v Sezimově Ústí určitě patří i kulturní pamětihodnosti.

V Sezimově Ústí I se nachází areál Benešovy vily, letní sídlo druhého československého prezidenta Edvarda Beneše. Dominantou této městské části je také kostel

Povyšení sv. Kříže na Husově náměstí. Nachází se zde také převážná většina významných archeologických nalezišť po vypálení města Husity z 15.století.

Sezimovo Ústí II vzniklo zásluhou podnikatelských aktivit Tomáše Bati. V roce 1939 zahájil výstavbu závodu MAS (Moravské akciové strojírny), nyní Kovosvitu a.s. , v jehož sousedství současně postavil kolonii rodinných domků, charakterem velmi podobné zástavbě ve Zlíně - tzv. Bařovské domky. V blízkosti města se nachází zřícenina Kozího hrádku, která je spojena s mistrem Janem Husem.

#### 4.3.4.1 Benešova vila

Rozsáhlý areál Benešovy vily, nacházející se na soutoku Kozského potoka a Lužnice, je většinou hlavní turistickou zastávkou v historické části Sezimova Ústí.

Na místě, kde podle tradice kázával mistr Jan Hus, *Obrázek 2: Benešova vila*

si v letech 1930 - 1931 architektem Petrem Kropáčkem nechal postavit tehdejší československý ministr zahraničních věcí Edvard Beneš dům jako místo odpočinku pro sebe a svou manželku Hanu. Osobitý a zvláštní styl jeho domu v Sezimově Ústí byl ovlivněn jihofrancouzskou architekturou a doplněn rozsáhlou pěstěnou zahradou.



Pramen: [www.sezimovousti.cz](http://www.sezimovousti.cz), 1.3.2010

Když byl v prosinci 1935 zvolen Edvard Beneš prezidentem republiky, změnil se dům v sídlo prezidenta, což přispělo k rozkvětu celého Sezimova Ústí. Do vily přijížděly návštěvy politiků i představitelů kultury, mezi nimiž byl zvlášť vítaným hostem spisovatel Karel Čapek.

Vila prošla v 70. letech rekonstrukcí a nyní je majetkem Úřadu vlády České republiky a pro veřejnost je otevřena pouze její část s parkem a hrobkou. Je národní ostudou, že od doby, kdy prezidentova manželka ve své poslední vůli určila vilu jako budoucí muzeum a věčnou památku odkazu jejího manžela, nebylo této závěti po desetiletí vyhověno. V roce 2000 přistoupila vláda ČR částečně k naplnění závěti Hany Benešové na zřízení Památníku Edvarda Beneše v areálu vily v Sezimově Ústí. V době státních svátků a ve výroční dny narození a úmrtí dr. Edvarda Beneše jsou pro veřejnost zpřístupněny dvě dobově rekonstruované místnosti - pracovna dr. Beneše a jeho ložnice.

### **Památník dr. Edvarda Beneše**

Expozice s originálním filmovým programem je věnována státnickému dílu a demokratickému odkazu druhého československého prezidenta a zároveň rodinnému životu manželů Edvarda a Hany Benešových ve vile v Sezimově Ústí.

Velkoplošná projekce nabízí devět nově vyrobených dokumentárních filmů, které mohou návštěvníci shlédnout dle vlastního výběru. Filmy zpracovávají životopis a etapy politického a společenského působení Dr. Edvarda Beneše, je zde díl věnovaný životu v sezimoústecké vile a také dokument o historickém Sezimově Ústí a zdejších archeologických výzkumech.

V tématicky členěných vitrínách je použit názorný dokumentační materiál. Vystavený umělecký nábytek a další autentické předměty z mobiliáře vily pocházejí z odkazu Hany Benešové.

V letech 2001 - 2007 byly jedenáctkrát do roka veřejnosti zpřístupněny dvě místnosti v 1. patře vily rekonstruované s použitím předmětů původního mobiliáře. Po rozsáhlé stavební rekonstrukci roku 2009 je původním zařízením vybaveno také přízemí a vila je ve vybraných dnech opět přístupná veřejnosti.

### **Vstupné a otevírací doba**

#### **Otevírací doba:**

**květen - září**

po – ne

9:00 – 17:00 (poslední prohlídka 16:30)

**říjen, 17.11., 2. 12.**

9:00 – 15:00 (poslední prohlídka 14:30)

#### **Vstupné:**

**Základní** 40 Kč

**Zlevněné** 20 Kč

*Mapa 1: Umístění Benešovy vily*



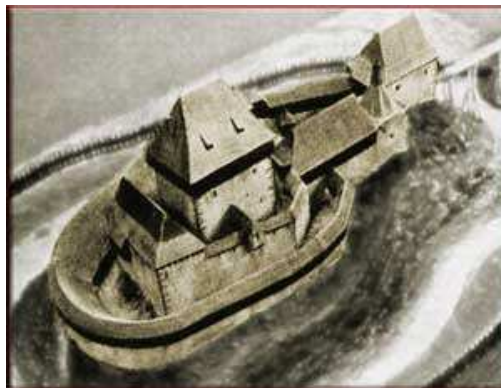
Pramen: [www.sezimovousti.cz](http://www.sezimovousti.cz), 1.3.2010

(Pražák, 23.2.2010)

#### 4.3.4.2 Kozí hrádek

Kozí hrádek je nej památnějším hradem Táborska. Z dochovaných pramenů není známo, kdy byl postaven. Nejstarší zprávy jsou až z roku 1377, *Obrázek 3: Kozí hrádek*

kdy byl jeho majitelem Vlček z Kozího. Později byl Kozí hrádek vlastnictvím pánů z Hardeka a Jindřicha z Hradce. Roku 1406 ho získal Vilém z Újezda, ale za 2 roky zemřel, a tak se stal majetkem jeho synů Ctibora a Jana. Svůj největší význam získal Kozí hrádek pobyt mistra Jana Husa, největší osobnosti českého reformního hnutí.



V listopadu roku 1412 byla na Jana Husa Pramen:<http://kozihradek.zde.cz>, 15.12.2009 uvalena klatba a musel opustit Prahu. Nejspíše se skrýval na Žatecku. Všechny dohady o jeho pobytu v tomto roce nejsou přesně zaznamenány v žádných pramenech. Nejpravděpodobnější bude, že si vybral zapadlý hrad v blízkosti Prahy, než město. Neboť na místo, kde by se skrýval, by byl uvalen interdikt (zákaz všech bohoslužeb, pohřbů, křtin). Hus své dočasné bydliště tajil, aby neuvedl svého hostitele v nebezpečí klatby.

Na počátku léta r. 1413 na pozvání Jana z Ústí se mistr Jan Hus uchýlil sem na Kozí hrádek. Přišel do kraje, který měl již své revoluční tradice, a tak se nevěnoval pouze vědecké činnosti, jak měl původně v úmyslu (chtěl pracovat na svých dílech), ale i kázání. Dokončil zde svou významnou Postilu a sepsal i některá další základní díla, např. traktát "O svatokupectví", "O církvi" nebo spis "O šesti bludiech". Jak Hus pravil, lid ho žádá a potřebuje, a tak se vrací k úkolu kazatele. Obnovuje svá kázání z Betlémské kaple. Známá jsou jeho kázání "pod lipou". Znamenitého nebojácného kazatele sem přicházeli vyslechnout nejen obyvatelé blízkého města Ústí, ale i z dalekého okolí. Na jaře r. 1414 navštívil Hus Prahu, ale zanedlouho se vrací zpět do našeho kraje. Už ne na Kozí hrádek, ale do Sezimova Ústí. 15. července 1414 jej opouští. Na jeho odchod je několik verzí. Jedni tvrdí, že příčinou byla smrt Jana z Ústí (hostitele Jana Husa), druzí jsou názoru, že příčinou byla silná vlna moru, která sem přišla z Mladovožicka a Chýnovska. Jisté je, že Hus odsud odešel na hrad Krakovec u Rakovníka. Odsud pak nastoupil svou poslední cestu do Kostnice, kde byl za své názory upálen.

Roku 1438 byl Kozí hrádek zničen požárem. Odborníci se rozcházejí v názorech. Nejpravděpodobnější se zdá, že byl vyloupen a vypálen žoldněřským vojskem Albrechta Rakouského, který v té době obléhal Tábor a měl ležení u nedalekých Měšic. Albrechta

Rakouského zřejmě zlákala snadná kořist. Kozí hrádek nebyl postaven na příliš bezpečném místě. Na žádné straně není vysoká skála ani široká řeka, která by znásobila počet obránců. Hrádek se tak ještě mohl ubránit loupežným tlupám nebo proti výbojnějšímu sousedovi, ale těžko proti obrovské přesile. Po husitských válkách patřil Kozí hrádek městu Táboru, ale v zápisech se připomíná "Kozí hrad pustý". Byl na nejlepší cestě splynout pozvolna a beze stopy s okolní krajinou, jako desítky podobných hrádků a tvrzí. V 16. a 17. století se používalo materiálu z hradebního zdiva k drobným stavebním pracím v Měšicích. Teprve r. 1886 na žádost profesora táborského gymnázia Augusta Sedláčka (autor Hradů a zámků) bylo kopáno ve zříceninách a odkryt zbytek obytné věže, na níž byla později připevněna prostá plechová tabulka, podávající návštěvníkům všeobecnou informaci. O 7 let později, v r. 1893, chtěl na Kozím hrádku táborský akademický spolek Štítný vybudovat památník. Rakouské úřady se obávaly oživení Husových tradic a proto vybudování památníku úředně zakázaly. Peníze byly již vybrány a tak se jich použilo k úpravě hrádku. Tyto úpravy byly prováděny neodborně, bez plánu a více archeologických nálezů se zničilo než zachránilo.

Nejvýznamnější obrat k lepšímu byl v r. 1899, kdy se prací ujal Josef Švehla (řídící učitel v Sezimově Ústí). Archeologie byla jeho koníčkem. Díky jeho nadšení a 15leté neúnavné práci si dnes můžeme učinit představu dočasného sídla mistra Jana Husa. Všechny exponáty shromážděné při vykopávkách Josefem Švehlou (více jak 250 exponátů - různé primitivní dětské hračky, nádobka se soudobými mincemi, oštěpy, keramika) jsou umístěny v táborském muzeu. 30.března 1962 byl Kozí hrádek prohlášen za národní kulturní památku a od roku 1991 je v majetku města Sezimova Ústí.

Kozí hrádek je vyhledávaným turistickým cílem pro návštěvníky z okolí i ze zahraničí. Lze jej navštívit pěšky, na kole i automobilem. Společně s blízkou lesní restaurací nabízí areál Kozího hrádku dostatečné zázemí pro pohodlnou turistickou zastávku a odpočinek, ale i pro konání mnoha kulturních a společenských akcí.

**Otevřeno pro veřejnost:** květen – září (mimo pondělí) 10:00 - 16:30  
([www.kozihradek.zde.cz](http://www.kozihradek.zde.cz), 2003)

### **4.3.5 Náboženský, resp. poutní cestovní ruch**

Je součástí kulturního cestovního ruchu, spojený s tradicemi světových náboženství. Jeho nejčastějším projevem jsou poutě na poutnická místa. Poutním místem může být město, obec, osada nebo krajinný prvek.

- Na náměstí v Sezimově Ústí I se nachází kostel Římskokatolické církve - Římskokatolická farnost Sezimovo Ústí.

Počátky kostela sahají až do roku 1841, kdy byl kostel vysvěcen a následně vybaven z darů občanů města. V průběhu let prošel mnoha opravami a rekonstrukcemi. V roce 2000 byla zřízena samostatná farnost Sezimovo Ústí a filiální kostel Povýšení sv. Kříže byl povýšen na farní. V roce 2002 byla provedena oprava křížové cesty a při poutní slavnosti 15.září byla vysvěcena jindřichohradeckým proboštem P.Václavem Habartem.

Každý rok na podzim se na náměstí v Sezimově Ústí I konají poutní slavnosti, které přilákají řadu návštěvníků.

### **4.3.6 Kongresový cestovní ruch**

Předmětem kongresového cestovního ruchu je nejčastěji organizování kongresů, konferencí, symposií, seminářů, výstav a veletrhů. Jde o druh cestovního ruchu, který zahrnuje soubor činností spojených s cestováním a pobytem v kongresovém místě, zaměřený na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností. Zároveň zahrnuje služební cesty a stimulační cestovní ruch.

- Ve městě Sezimovo Ústí je rozvinut i konferenční cestovní ruch. Širokou škálu konferenčních prostor s bezbarierovým přístupem po celém hotelu a s tím spojených služeb nabízí hotel Mas.

#### **Konferenční kapacita:**

- velký kongresový sál (celková kapacita až 250 osob), klimatizovaný, plně ozvučený, včetně veškerého technického vybavení
- 6 x salonek kapacita (35 - 50 osob)
- divadelní sál (kapacita až 50 osob)

Zajištěno je i kompletní stravování včetně coffee breaků, rautů, recepcí apod.

Tabulka 3: Ceník kongresových služeb

Nabídka sálů	Kapacita sálu při uspořádání			Ceny v CZK	
	divadlo	školení	raut	hod.	8 a více
Velký sál MAS	230	140	250	1000,-	5000,-
Malý sál MAS - přednáškový	50	50	X	500,-	3000,-
Klubovny (I., II.)	55	30	50	300,-	2400,-
Učebny (III., IV.)	X	20-30	X	200,-	1600,-

Pramen: www.hotelmas.cz, 2009

### **Doprovodné programy:**

Hotelový bazén s protiproudem, bowling, vířivá vana, biliard, stolní tenis, zajištění kulturního programu, živé hudby atd.

### **4.3.7 Zdravotní cestovní ruch**

Je reakcí na růst zdravotního uvědomění lidí a jejich snahy preventivně ovlivňovat své zdraví před negativními důsledky vysokého životního tempa a současného způsobu života. Požadavky na jeho rozvoj sílí díky trendu z konce minulého století, pokračujícího do současnosti, kterým se stala pohoda, péče o tělo a krásu (tzv. wellness, fitness, beauty).

- Možnost relaxace nabízí hotel MAS v Sezimově Ústí. Hostům je zde k dispozici krytý bazén s atrakcemi, jako je protiproud, vodopád, vzduchovadlo, masážní trysky. Odpočinout si můžeme i v sauně v areálu tenisových kurtů TJ Spartak Sezimovo Ústí. Centrum klidu a regenerace Yellow studio nabízí solárium a solární kosmetiku, masáže, kadeřnictví, bodyter a nehtovou kosmetiku.

Následující druhy cestovního ruchu Sezimovo Ústí nenabízí, některé mohou zájemci nalézt v nedalekém okolí.

#### **4.3.8 Lázeňský cestovní ruch**

Představuje zdravotně-preventivní a léčebné činnosti pod odborným zdravotnickým dohledem ve volném čase. Jeho rozvoj je podmíněný existencí přírodních léčivých zdrojů (přírodní léčivé vody, plyny, bahno a klima), které ovlivňují zaměření lázeňské léčby.

Lázeňské služby nabízí město Bechyně, které je od Sezimova Ústí vzdálené 30 km a Třeboň vzdálená 49 km.

#### **4.3.9 Tématický cestovní ruch**

Součástí rekreačního cestovního ruchu je tématický cestovní ruch (thematic tourism) zaměřený na uspokojování specifických odborných a rekreačních potřeb. Má individuální i organizované formy. Z odborného hlediska je podřízený specifickým zájmům a potřebám návštěvníků, např. technické památky a zajímavosti, sakrální stavby. Rekreační potřeby a zážitky zprostředkovávají např. i tematické parky v Evropě i zámoří, které poskytují rozličné rekreační a zábavní atrakce pro děti a dospělé. Tematický cestovní ruch umožňuje komplexní zážitek v relativně krátkém čase.

#### **4.3.10 Dobrodružný cestovní ruch (adventure tourism)**

Dobrodružný cestovní ruch je součástí sportovního cestovního ruchu jako výsledek touhy po nezmámeném, po objevování, s cílem zažít nějaké dobrodružství s jistou mírou kontrolovaného rizika. Aspekty dobrodružství souvisejí s kategoriemi emocionálního a racionálního života člověka, který má v každodenním životě všechno racionálně uspořádané, organizované, pravidelné a ve kterém dobrodružství v původním smyslu nemá takřka žádné místo. Jde o touhu člověka změnit alespoň na krátký čas každodenní způsob života na alternativní způsob života vykonáváním rozličných aktivit, např. noční putování, zdolávání vysoko položených míst, cestování do odlehlých končin světa, pěstování extrémních, tzv. adrenalinových sportů, např. bungee jumping, kaňoning, rafting.

#### **4.3.11 Stimulační cestovní ruch**

Je pojem, který označuje cestování s cílem stimulovat zaměstnance k vyšší motivaci pracovního výkonu. Smyslem je podnítit jejich zájem o obchodní úspěch podniku a zvýšení ekonomických výsledků. Slouží na posílení sociálních vazem mezi zaměstnanci firmy, kultivuje pracovní vztahy a vychovává zaměstnance.



## **4.4 Analýza forem cestovního ruchu v Sezimově Ústí**

Analýza forem cestovního ruchu byla provedena za pomoci realizovaného terénního šetření, které je blíže specifikováno v kapitole 5. Terénní šetření. Typologie forem cestovního ruchu využívá více klasifikačních kritérií.

Podle Heskové a kol. (2006: 27- 36) dělíme cestovní ruch z hlediska forem:

### **4.4.1 Z geografického hlediska**

Z geografického hlediska hovoříme o domácím, zahraničním a mezinárodním cestovním ruchu. Odvozenými formami jsou vnitřní, národní a regionální cestovní ruch.

Domácí cestovní ruch představuje cestování a pobyt domácího obyvatelstva ve vlastní zemi. Zahraniční cestovní ruch je spojen s cestováním a pobytem rezidentů v zahraničí. Rozlišujeme přitom aktivní a pasivní zahraniční cestovní ruch. V aktivním zahraničním cestovním ruchu jde o příchod zahraničních návštěvníků do cílové země, jejich výdaje se v navštívené zemi projevují v aktivech bilance cestovního ruchu jako součásti platební bilance státu. V pasivním zahraničním cestovním ruchu jde o cestování rezidentů do cílové země, jejich výdaje se v mateřské zemi projevují v pasivech bilance cestovního ruchu jako součásti platební bilance státu.

Mezinárodní cestovní ruch tvoří aktivní a pasivní zahraniční cestovní ruch několika států nebo regionů. S pojmem mezinárodní cestovní ruch se váže i pojem světový cestovní ruch a cestovní ruch světa.

Vnitřní cestovní ruch zahrnuje domácí cestovní ruch a aktivní zahraniční cestovní ruch. Národním cestovním ruchem rozumíme domácí cestovní ruch a pasivní zahraniční cestovní ruch. Regionální cestovní ruch zahrnuje cestovní ruch regionů a států jako cestovních cílů.

- V souvislosti s městem Sezimovo Ústí můžeme mluvit hlavně o domácím cestovním ruchu. Dále je cílem i aktivního (příjezdového) zahraničního cestovního ruchu. Souhrnně řečeno jde tedy o vnitřní cestovní ruch. V rámci domácího cestovního ruchu hovoříme o cestovním ruchu Táborska.

#### **4.4.2 Podle počtu účastníků**

Podle počtu účastníků se dělí cestovní ruch na individuální, skupinový, masový a ekologický cestovní ruch.

Individuální cestovní ruch je založený na individuálním cestování a samostatném organizování pobytu jednotlivcem nebo malou skupinou lidí.

Účastníci skupinového cestovního ruchu cestují v organizovaných skupinách a využívají z toho vyplývající výhody, např. slevy při přepravě, v ubytovacích zařízeních, při návštěvě objektů a atrakcí cestovního ruchu. Může jít o organizovaný nebo neorganizovaný cestovní ruch.

Masový a ekologický cestovní ruch jsou protipóly. Na vrub ekologického cestovního ruchu je nutné poznamenat, že se netýká pouze návštěvníků, kteří se ztotožňují s přírodou a snaží se jí chránit, ale i nabídky cílových míst a podnikatelů. Nositelům poptávky po ekologickém cestovním ruchu jsou lidé se speciálním zájmem o ochranu životního prostředí, zejména přírody a kultury, ale i návštěvníci, kteří si přejí do programu pobytu zahrnout výlet do přírodní rezervace jako součást poznávání a odpočinku. Návštěvníci očekávají ekologické chování od všech producentů a zprostředkovatelů služeb cestovního ruchu.

Masový cestovní ruch jinak nazýváme také hromadný. V případě ekologického cestovního ruchu se jedná o individuální a rodinný cestovní ruch a také o cestování s přáteli.

- Sezimovo Ústí je cílem hlavně individuálního cestovního ruchu, což vyplývá i z provedeného terénního šetření. Oblast je využívána i pro chatovou rekreaci, tzv. druhé bydlení.

Již méně do města přijíždějí účastníci skupinového cestovního ruchu. Přesto zde můžeme zahlédnout autobus zahraničních turistů nebo dětí na školním výletě. Do města je dobré spojení železniční dopravou, proto zde můžeme potkat i skupiny přátel na výletě, které sem přilákala hlavně historie města. V chatové osadě Soukeník se často ubytovávají skupiny táboráků nebo vodáků, kteří sjíždějí řeku Lužnici.

Rozšířen je zde více ekologický cestovní ruch než masový.

#### **4.4.3 Podle způsobu organizování**

Důležité je i rozlišení cestovního ruchu podle způsobu organizování na individuální a organizované cestování. Individuálně si cestování organizuje až 80% účastníků cestovního ruchu. Organizované cestování je hlavním předmětem činnosti profesionálních organizátorů

cest, kterými jsou cestovní kanceláře (touroperátoři), případně jiné, např. charitativní organizace. Výsledkem činnosti organizátora jsou zájezdy (pobyty), které na rozdíl od individuálních cest mají společné, pevné body programu, ve kterých je volnost rozhodování jednotlivců relativně omezená. Součástí organizovaného cestování je klubový cestovní ruch. Jde o formu cestovního ruchu, kde účastníci pobývají v klubových zařízeních. Součástí produktu klubového cestovního ruchu je mimo ubytování a stravování široká nabídka doplňkových služeb.

- V oblasti Sezimova Ústí převažuje individuální cestovní ruch. Podle provedeného výzkumu 83% návštěvníků Kozího hrádku přijelo individuálně.

Přesto se i zde objevuje organizované cestování, jehož cílem jsou hlavně výlety na Kozí hrádek a do Vily Dr. Edvarda Beneše.

#### **4.4.4 Podle věku účastníků**

Podle věku cestovního ruchu hovoříme o cestovním ruchu dětí, mládežnickém, rodinném a seniorském.

Cestovní ruch dětí je forma cestovního ruchu určená dětem ve věku do 15 let, které se zúčastňují organizovaných pobytů a výletů bez účasti rodičů, avšak s jejich souhlasem.

Mládežnický cestovní ruch je spojený s cestováním mladých lidí ve věku 15 až 25 let, kteří již věkem nepatří mezi děti, ale ještě nejsou všichni začleněni do určité sociálně-ekonomické skupiny. Účast na mládežnickém cestovním ruchu je ovlivněna sociálně-ekonomickou situací a fondem volného času mládeže.

Rodinný cestovní ruch, častěji označovaný jako rodinná rekreace, je určený zejména mladým rodinám. Mladou rodinu představují lidé ve věku 25 až 44 let, kteří žijí jako manželské páry s dětmi.

Účastníky seniorského cestovního ruchu jsou senioři, pro které je typický dostatek volného času a dostatečný kupní fond zejména v ekonomických vyspělých státech. Mohou proto cestovat dlouhodoběji a častěji. Senioři mají svoje potřeby a cíle, jsou méně pohybliví, vyžadují osobní formu nabídky, zejména balíky služeb, speciální jídla a příjemnou atmosféru. Preferují určité formy dovolené, např. poznávací zájezdy, lázeňské a zdravotní pobyty, lodní zájezdy, dlouhodobé pobyty v klimaticky příjemných místech zejména v zimních obdobích, návštěvy příbuzných, přátel a známých a tím se odlišují od ostatních skupin návštěvníků.

- Sezimovo Ústí je cílem hlavně seniorského cestovního ruchu v rámci poznávacího cestovního ruchu. Mohou si zde prohlédnout i architekturu Baťovských domků. Město navštěvují děti v rámci školních výletů za poznáním historie státu související s Janem Husem a Dr. Edvardem Benešem. Na výlet sem jezdí i mladé rodiny s dětmi. Podle provedeného výzkumu tvořily nejvyšší procento návštěvníků Kozího hrádku.

Není zde dostatečně zastoupen mládežnický cestovní ruch. Město totiž pro mládež bohužel nenabízí dostatek atraktivit.

#### **4.4.5 Z hlediska délky účasti**

Z hlediska délky účasti jde o cestovní ruch výletní, krátkodobý, víkendový a dlouhodobý cestovní ruch.

Výletní cestovní ruch je cestovní ruch, který je spojený s pobytem mimo místo trvalého bydliště, kratším než jeden den bez přenocování, s různou motivací, s různým typem dopravního prostředku samostatně nebo jako součást zájezdu.

Krátkodobý cestovní ruch nepřesahuje dvě až tři přenocování. Organizuje se za účelem odpočinku, poznávání, rozptýlení a zábavy, kulturního nebo sportovního vyžití. Nejčastěji jde o účast na cestovním ruchu koncem týdne, který se označuje jako víkendový cestovní ruch. Dlouhodobý cestovní ruch je forma cestovního ruchu s přiměřenou délkou pobytu přesahující tři až čtyři přenocování.

- V Sezimově Ústí převažuje výletní cestovní ruch. Dále pak krátkodobý, převážně víkendový cestovní ruch. Dlouhodobý cestovní ruch se v oblasti vyskytuje nejméně.

#### **4.4.6 Podle převažujícího místa pobytu**

Podle převažujícího místa pobytu rozlišujeme městský, příměstský, horský, vysokohorský a přímořský cestovní ruch.

- V oblasti Sezimova Ústí se vyskytuje jen městský a příměstský cestovní ruch.

Městský cestovní ruch je každá forma pobytu návštěvníků ve městě, jehož hlavním cílem je celkový zážitek z návštěvy města bez ohledu na to, jestli je pobyt spojený s přenocováním nebo bez přenocování. Může být motivovaný pracovně nebo turisticky.

Příměstský cestovní ruch, resp. příměstská rekreace, se rozvíjí v extravilánu měst a sídelních aglomerací, ve kterých se nacházejí vhodné podmínky pro jeho rozvoj. Realizuje se obvykle krátkodobě, nejčastěji přes víkend, v relativně krátké dopravní dostupnosti.

Příměstská rekreace se označuje i za alternativu tzv. druhého bydlení zejména tehdy, když jde o místa využívaná krátkodobě i v pracovních dnech.

#### **4.4.7 Podle ročního období**

Podle ročního období je možné hovořit o sezónním, mimosezónním a celoročním cestovním ruchu.

V cestovním ruchu se sezónnost projevuje ve změnách počtu účastníků cestovního ruchu, intenzitě využívání dopravních prostředků, obsazenosti ubytovacích a stravovacích kapacit apod. Sezónnost má vliv na účast na cestovním ruchu, ovlivňuje hospodářskou činnost podniků a středisek cestovního ruchu.

- Ve městě Sezimovo Ústí je cestovní ruch velmi ovlivněn sezónností. Hlavní atraktivity města, jako je vila Dr. Edvarda Beneše a Kozí hrádek mají přes zimní sezónu zavřeno. Proto je nejvyšší návštěvnost v letní sezóně. Ale např. v případě kongresového nebo sportovního cestovního ruchu je město využíváno celoročně.

#### **4.4.8 Podle použitého dopravního prostředku**

Podle tohoto kritéria rozeznáváme motorizovaný, železniční, letecký a lodní cestovní ruch.

- V této oblasti je nejrozšířenější motorizovaný a železniční cestovní ruch. Město totiž protíná mezinárodní silnice E55, a proto je tam dobré spojení silniční dopravou. Ve městě je železniční zastávka na hlavním tahu mezi Českými Budějovicemi a Prahou, proto je zde rozšířen i železniční cestovní ruch. Podle výsledku provedeného terénního šetření návštěvníci nejčastěji přijíždějí automobilem.

Motorizovaný cestovní ruch označuje formu cestovního ruchu spojenou s využitím přepravy motorovým dopravním prostředkem, nejčastěji automobilem, případně motocyklem. Součástí motorizovaného cestovního ruchu může být i autobusový (autokarový) cestovní ruch, který se organizuje obvykle na objednávku skupiny-kolektivu zájemců nebo organizátorů autokarových zájezdů.

Železniční cestovní ruch je spojený s cestováním po železnici, s přepravou cestujících vsedě, lůžkovým nebo lehátkovým vagonem.

#### **4.4.9 Z hlediska dynamiky**

Z hlediska dynamiky rozlišujeme pobytový (statický) a putovní (dynamický) cestovní ruch.

Pobytový cestovní ruch je formou cestovního ruchu, jehož účastníci pobývají více dnů na jednom místě. V závislosti na druhu cestovního ruchu se v místě pobytu věnují určitým aktivitám. Program pobytu může být doplněn o výlety a exkurze do bližšího i vzdálenějšího okolí (hvězdicové pobyty).

Putovní cestovní ruch je spojený s cestováním zpravidla organizované skupiny účastníků po určité trase, podle předem vypracovaného programu s určitým poznávacím cílem (poznávání přírody, společnosti, historie určité země, regionu nebo místa). Častěji se proto označuje jako poznávací cestovní ruch.

- V oblasti převažuje pobytový cestovní ruch s možností výletů do okolí. Ale místo je cílem i putovního cestovního ruchu. Návštěvníci sem jezdí hlavně za historií spojenou s bývalým prezidentem Dr. Edvardem Benešem, mistrem Janem Husem a Tomášem Bařou.

#### **4.4.10 Ze sociologického hlediska**

Ze sociologického hlediska hovoříme o návštěvách příbuzných a známých, sociálním a etnickém cestovním ruchu.

Návštěvy příbuzných a známých se uskutečňují z různých důvodů v tuzemsku i do zahraničí. Nejčastěji jde o upevnění rodinných vztahů, ale i o účast na rodinných společenských událostech (oslava narozenin, svatba, pohřeb, promoce apod.).

Sociální cestovní ruch je forma cestovního ruchu, kde všechny nebo část nákladů cestovního ruchu hradí stát, zaměstnavatel, nadace apod. Jde o cestovní ruch účastníků ze sociální skupiny nebo hendikepovaných osob z důvodu vysokého věku, nízkých příjmů, fyzického nebo psychického postižení nebo osoby, které cestují v rámci různých motivačních programů. V případě úhrady plné výše nákladů z prostředků účastníků jde o komerční cestovní ruch. Etnický cestovní ruch je forma cestovního ruchu, která zahrnuje cestování s motivem návštěvy původní vlasti návštěvníků nebo návštěvy zajímavých národností, s cílem seznámit se a poznat jejich zvyky a způsob života, který se označuje i jako etnografický cestovní ruch.

- Sezimovo Ústí je cílem hlavně návštěv příbuzných a známých. Můžeme zde nalézt i účastníky sociálního cestovního ruchu.

## **5. Terénní šetření**

### **5.1 Příprava a realizace terénního šetření**

Terénní šetření bylo provedeno v oblasti Sezimovo Ústí na náhodné skupině respondentů. Primární data byla získána provedením dotazníkového šetření. Další část šetření byla provedena pomocí pozorování a dotazníků. Tato metoda získávání primárních informací byla zvolena z důvodu možnosti obsáhnout velký počet zkoumaných osob a relativně snadného zpracování s využitím výpočetní techniky.

Šetření bylo zahájeno v červenci 2009 a ukončeno v září 2009. Jako hlavní nástroj výzkumu bylo použito dotazníkové šetření. Cílem bylo zjistit názory rezidentů Sezimova ústí na cestovní ruch v jejich městě. Zajímalo mě jejich pohled na atraktivity, které Sezimovo Ústí poskytuje svým návštěvníkům. Celkem bylo rozdáno 200 dotazníků, z nichž se vrátilo 139. Dotazování bylo prováděno převážně osobně. Část dotazníků byla zveřejněna i na internetové stránce města. Dotazník se skládal z 20 otázek, jak otevřených, tak uzavřených. V úvodu dotazníku byl vysvětlen jeho účel a poděkování za vyplnění těchto otázek. Poslední čtyři otázky se týkaly osobních údajů dotazovaných.

Další část terénního šetření se týkala návštěvníků Kozího hrádku, který patří mezi hlavní atraktivity Sezimova Ústí. Tento výzkum byl proveden o víkendu 8. a 9. srpna 2009. Pozorováním bylo zjištěno, že v těchto dnech navštívilo Kozí hrádek téměř 160 lidí. Osloveno bylo 60 náhodných návštěvníků, z nichž jich odpovědělo 48. Respondentům bylo položeno 9 uzavřených otázek.

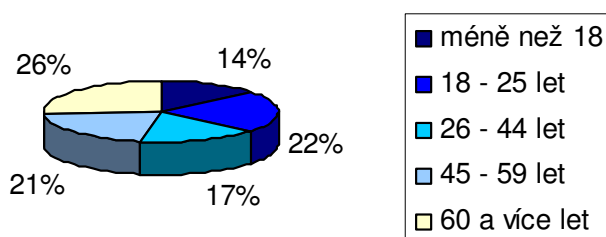
Pro zpracování informací bylo použito tabulkového programu MS Excel, ve kterém jsem zpracovala data a vytvořila grafy, které jsou použity ve vyhodnocení terénního šetření.

## 5.2 Vyhodnocení dotazníkové šetření

### 5.2.1 Vyhodnocení terénního šetření u obyvatel Sezimova Ústí

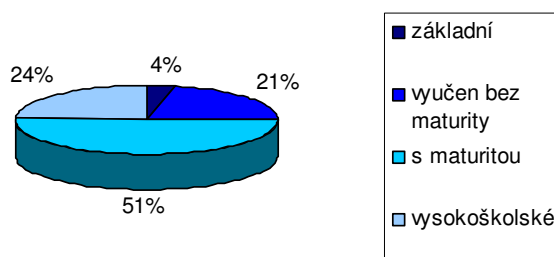
Z 200 dotázaných rezidentů Sezimova Ústí zodpovědělo 139. Podíl respondentů podle pohlaví se výrazně neliší. Odpovědělo 81 žen, což je 58% a mužů bylo 58, což je 42%. Veškeré grafy pocházejí ze zdrojů vlastního šetření.

**Graf 1: Struktura respondentů podle věku**



Pro objektivnost šetření jsem se dotazovala všech věkových skupin obyvatel Sezimova Ústí. I proto se věková struktura příliš neliší. Nejvíce respondentům, 26% z dotazovaných, bylo 60 a více let. O druhé místo se pak dělili lidé ve věku 18-25 let a 45 – 59 let. Respondentů mladších 18ti let bylo jen 14%.

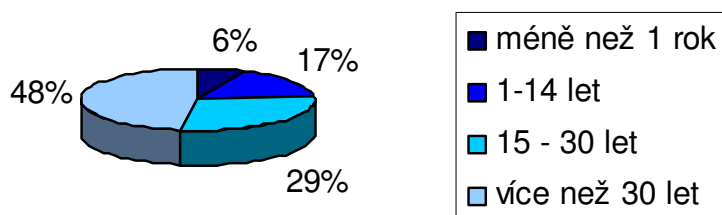
**Graf 2: Struktura respondentů podle dosaženého vzdělání**



Největší množství respondentů 51% mělo dokončené středoškolské vzdělání zakončené maturitní zkouškou. 24% dosáhlo vysokoškolského vzdělání. 21% je vyučeno bez maturity a pouze 4% mají ukončené jen základní vzdělání.



**Graf 3: Struktura respondentů podle délky života v Sezimově Ústí**



Na otázku, jak dlouho žijete v Sezimově Ústí skoro polovina dotazovaných odpovídala, že zde žijí více než 30 let. Tento výsledek vyplývá i z poměrně vysokého věku dotazovaných. 29% respondentů žije ve městě 15-30 let. Pouze 23% je obyvatelem města kratší dobu než 15 let.

## **1. Co může Sezimovo Ústí podle Vás nabídnout turistům?**

Jednalo se o vypisovací otázku.

Většina dotázaných odpověděla, že Sezimovo Ústí může turistům nabídnout hlavně památky a to konkrétně Vilu Dr. Edvarda Beneše a Kozí hrádek.

Podle dotazovaných může město nabídnout hezkou přírodu, dostatek turistických a yklistických stezek. Odpočinout si můžete na Náměstí Tomáše Bati nebo v jedné z množství restaurací.

Za kulturou se můžete podívat do letního kina nebo si poslechnout hudbu na každoročním festivalu Hilton fest.

## **2. Co v nabídce města chybí (čím by podle vás město přilákalo více turistů)?**

Přibližně 40 % z dotazovaných odpovědělo, že nic nechybí.

Nejvíce respondentům chybí venkovní koupaliště, pak také více kulturních akcí a větší sportovní vyžití.

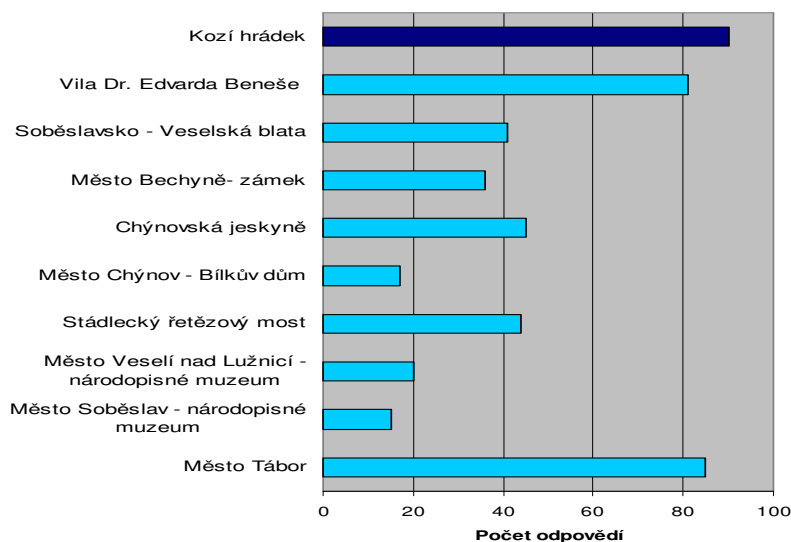
Z výzkumu vyplynulo, že by se měla zlepšit celková propagace města.

Podle odpovědí zde chybí i kvalitní ubytovací a stravovací zařízení.

### 3. Jaký by byl Váš tip na výlet do okolí Sezimova Ústí. Co podle Vás stojí ve městě a jeho blízkém okolí za vidění?

Respondenti mohli vybrat i více odpovědí.

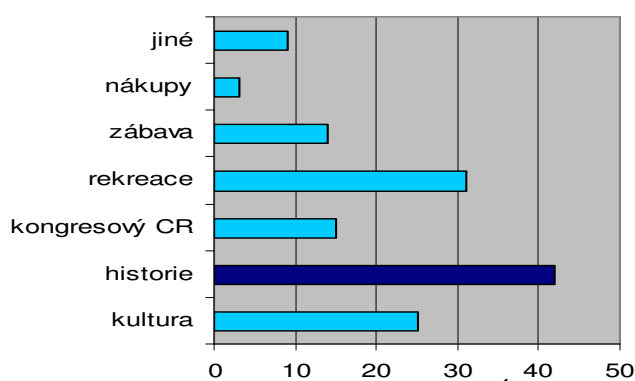
Graf 4: Doporučení respondentů na výlet do Sezimova Ústí



Nejčastěji odpovídali, že by turistům doporučili navštívit Kozí hrádek, Tábor a Vilu Dr. Edvarda Beneše. Dále pak za shlédnutí stojí Soběslavsko – Veselská blata, Chýnovská jeskyně a Stádlecký řetězový most.

### 4. Jaký je podle vás nejčastější důvod návštěvy Sezimova Ústí?

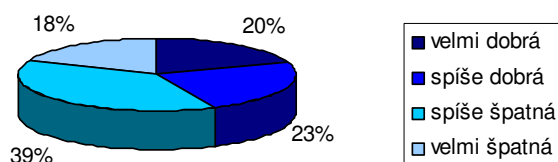
Graf 5: Nejčastější důvod návštěvy Sezimova Ústí



Nejčastějším důvodem návštěvy Sezimova Ústí je podle jeho obyvatel historie. Město má totiž bohatou historii, která je spjata s mistrem Janem Husem, s prezidentem Edvardem Benešem a Tomášem Bařou. Další nejčastější odpovědí byla rekreace. Sezimovo Ústí je obklopeno krásnou přírodou a rybníky. Je místem odpočinku pro mnoho chatařů. Do města se jezdí i za kulturou, méně často je cílem kongresového ruchu nebo lidí hledajících zábavu či nákupy.

## 5. Jak byste zhodnotil/a možnosti a nabídku stravování v Sezimově Ústí?

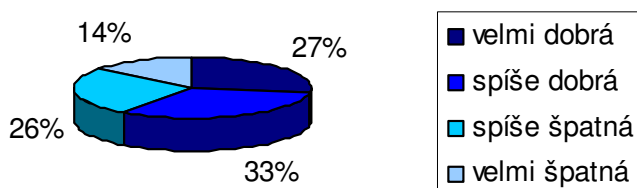
Graf 6: Nabídka stravování v Sezimově Ústí



Podle převažujících odpovědí na tuto otázku mohu říci, že nabídka stravování v Sezimově Ústí není dostatečná. Provedená situační analýza, ale nedostatek stravovacích zařízení neukazuje, nedostatky jsou proto nejspíše ve kvalitě poskytovaných služeb.

## 6. Jak byste zhodnotil/a možnosti a nabídku ubytování v Sezimově Ústí?

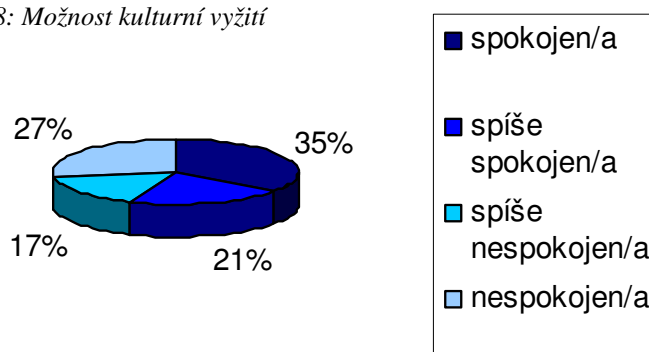
Graf 7: Nabídka ubytování v Sezimově Ústí



Podle odpovědí na tuto otázku můžeme říci, že ubytovací zařízení jsou na dobré úrovni. 33% z dotazovaných odpovědělo, že možnosti a nabídka stravování ve městě jsou spíše dobré a 27% ohodnotilo nabídku dokonce jako velmi dobrou.

## 7. Jak jste spokojen/as možnostmi kulturního vyžití v Sezimově Ústí? Tedy s možnostmi navštěvovat různé výstavy, koncerty a jiné kulturní akce.

Graf 8: Možnost kulturní vyžití



Z terénního šetření vyplynulo, že více než třetina dotazovaných je s možnostmi kulturního vyžití spokojena. Město Sezimovo Ústí pořádá každoroční kulturní akce, jako je např. i hudební festival Hilton fest, který je cílem mnoha návštěvníků. Přesto zde chybí větší nabídka koncertů a zábavy pro mladé. To nám vyplývá i z poměrně velkého počtu odpovědí nespokojen, který je podle mě způsoben právě názorem mladých lidí.

## 8. Město pořádá každý rok dobové slavnosti na Kozím hrádku. Navštěvujete tuto akci?

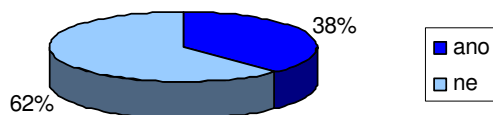
Jednalo se o uzavřenou otázku s možnostmi ano/ne. 70% dotazovaných překvapivě odpovědělo, že dobové slavnosti na Kozím hrádku nenavštěvuje. Může to být způsobeno i nedostatečnou propagací této akce.

## 9. Navštěvujete letní kino v Sezimově Ústí?

Odpovědi na tuto otázku byly skoro vyrovnané. 45% z dotovaných odpovědělo, že letní kino nenavštěvuje a 55%, že navštěvuje.

## 10. Myslíte si, že Sezimovo Ústí poskytuje dostatečné vyžití i pro naši starší generaci?

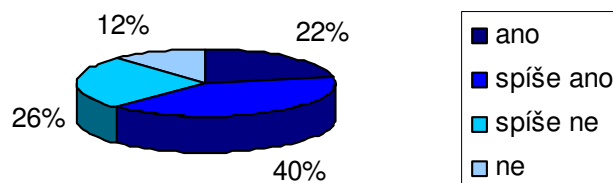
Graf 9: Je zde dostatečné vyžití pro seniory?



Přesto, že je Sezimovo Ústí „městem seniorů“ není zde pro ně podle výzkumu dostatečné vyžití. Ke zlepšení podmínek by mohla přispět i plánovaná výstavba domu seniorů, který by nabízel nejen ubytování, ale i různé kluby pro naši starší generaci.

## 11. Jste spokojen/a s možností sportovního vyžití ve vašem městě?

Graf 10: Dostatečné sportovní vyžití



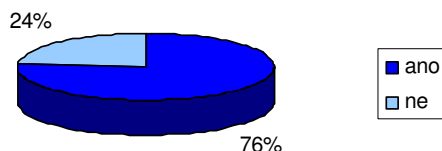
Z dotazníků vyplynulo, že sportovní vyžití je ve městě dostatečné. Nalezneme zde zařízení pro kolektivní sporty a vhodné podmínky pro pěší turistiku i cykloturistiku.

## 12. Využíváte k rekreaci (např. koupání, rybaření) řeku Lužnici?

Řeku Lužnici využívá k rekreaci 61% z dotazovaných. 39% odpovědělo, že ne.

## 13. Uvítal/a byste ve městě koupaliště?

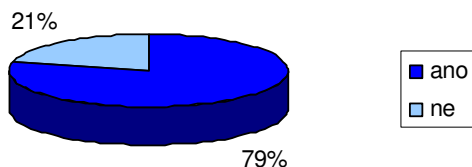
Graf 11: Výstavba koupaliště



Přibližně tři čtvrtiny respondentů by ve městě uvítaly koupaliště.

## 14. Myslíte si, že by koupaliště zvýšilo atraktivitu a návštěvnost Sezimova Ústí?

Graf 12: Vliv výstavby koupaliště na návštěvnost Sezimova Ústí



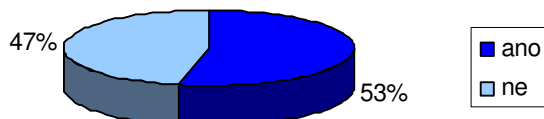
79% dotazovaných si myslí, že by koupaliště mohlo zvýšit atraktivitu a návštěvnost města. Tuto možnost dále rozebírám v kapitole Inovace nabídky.

## 15. Souhlasíte s obchvatem, který povede okolo města?

Naprostá většina, 81% z dotazovaných, odpověděla, že s obchvatem souhlasí.

## 16. Myslíte si, že obchvat ovlivní cestovní ruch ve městě?

Graf 13: Vliv obchvatu na cestovní ruch ve městě



Výsledky byly poměrně vyrovnané- tedy 53% respondentů odpovědělo, že výstavba obchvatu cestovní ruch ovlivní. 47% že ne.

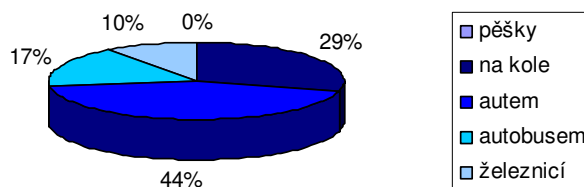
## 5.2.2 Vyhodnocení terénního šetření u návštěvníků Kozího Hrádku

Pomocí pozorování bylo zjištěno, že o víkendu 8. a 9. srpna v době 10:00 – 16:30, navštívilo Kozí hrádek téměř 160 návštěvníků. Podle údajů zjištěných od Městského střediska kultury a sportu Sezimovo Ústí je tento počet lehce nad průměrem. Návštěvnost Kozího hrádku totiž byla za rok 2009 8856 lidí.

60 náhodným návštěvníkům bylo položeno 8 uzavřených otázek. Bohužel díky občasně neochotě dotazovaných bylo získáno 48 zodpovězených dotazníků. Veškeré grafy pocházejí ze zdrojů vlastního šetření.

### 1. Jak jste se dostali do oblasti Sezimova Ústí?

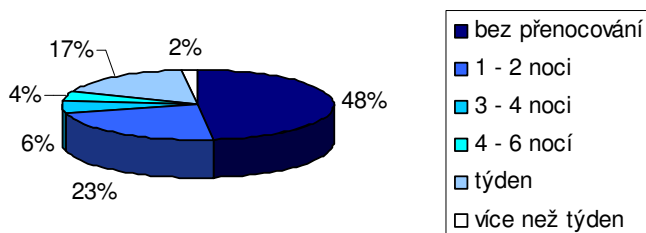
Graf 14: Jak návštěvníci přijeli do oblasti Sezimova Ústí



Nejvíce návštěvníků Kozího hrádku, 44% přijelo do oblasti autem. Díky dobrým cyklostezkám v okolí přijelo 29% respondentů na kole. Jen 17% dotázaných uvedlo, že se do Sezimova Ústí dostali autobusem.

### 2. Na jak dlouho jste v této oblasti?

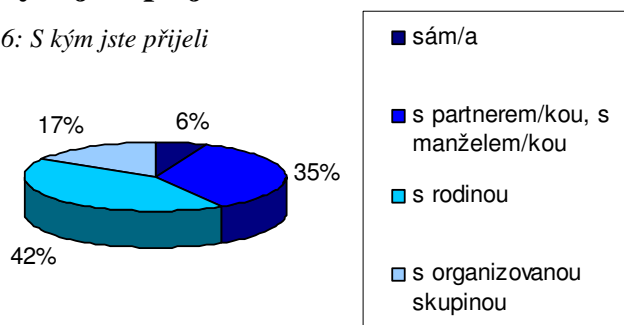
Graf 15: Délka pobytu



Skoro polovina z respondentů odpověděla, že přijelo jen na jednodenní výlet, 23% dotazovaných v oblasti strávilo víkend. V případě 23% se jednalo o dlouhodobý cestovní ruch, tzn. strávili v oblasti více než 4 noci.

### 3. S kým jste přijeli?

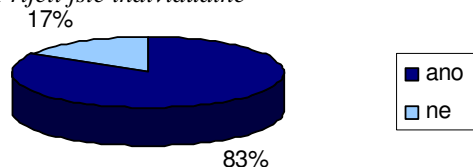
Graf 16: S kým jste přijeli



42% respondentů přijelo do oblasti s rodinou, 35% s partnerem. Jen 17% přijelo s organizovanou skupinou.

### 4. Přijeli jste individuálně?

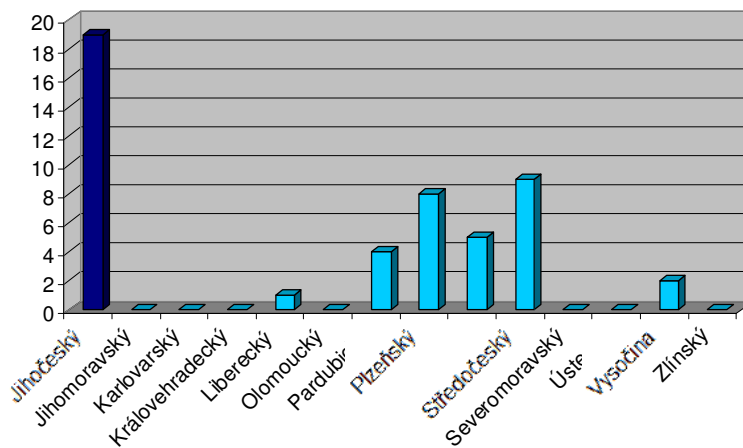
Graf 17: Přijeli jste individuálně



Podle výsledků z dotazování mohou říci, že 83% návštěvníků přijelo individuálně a jen 17% dotázaných přijelo organizovaně.

### 5. Z jakého kraje jste přijeli?

Graf 18: Počet návštěvníků Kozího Hrádku

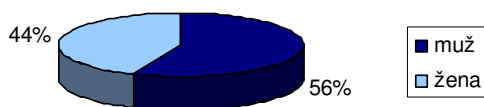


Nejvíce návštěvníků Kozího hrádku bylo z Jihočeského kraje a to 19. Dále byli respondenti hlavně z kraje Středočeského, Plzeňského, Pardubického a z Prahy.



## 6. Jakého jste pohlaví?

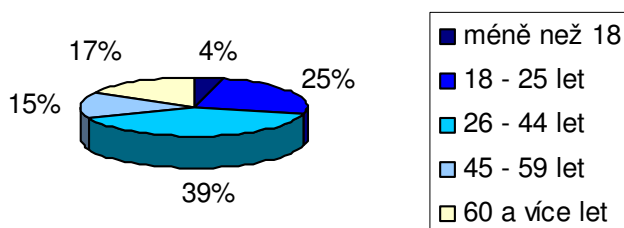
Graf 19: Struktura respondentů podle pohlaví



Podíl respondentů se podle pohlaví příliš neliší. Odpovědělo 56% mužů a 44% žen.

## 7. Kolik je Vám let?

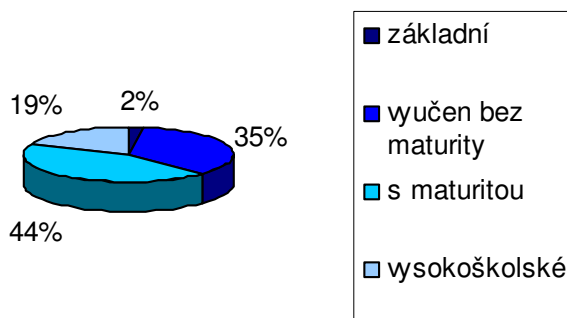
Graf 20: Struktura respondentů podle věku



Věk návštěvníků Kozího hrádku se nejčastěji pohyboval mezi 26 – 44 lety. 25% z dotazovaných bylo mezi 18 – 25 lety. Nejméně bylo respondentů mladších 18 let a to pouze 4%.

## 8. Jaké je Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?

Graf 21: Struktura respondentů podle dosaženého vzdělání



Nejvíce dotázaných 44% má středoškolské vzdělání s maturitou. 35% je vyučeno v oboru a jen 19% respondentů má dosažené vysokoškolské vzdělání.

## **6. Návrh inovace nabídky**

Na základě mnou provedeného terénního šetření, bylo zjištěno, že obyvatelům Sezimova Ústí v oblasti nejvíce chybí koupaliště a že právě tato výstavba by podle nich vedla ke zvýšení návštěvnosti města. Podle časopisu Novinky Sezimova Ústí a oficiální internetové stránky města [www.sezimovo-usti.cz](http://www.sezimovo-usti.cz) je již tento návrh několik let součástí budoucích plánů Sezimova Ústí.

I přes několikaleté sliby radnice, se bohužel ani tento rok občané města a turisté koupaliště nedočkají. A to i přesto, že v zásobníku investičních akcí na roky 2008 až 2012 dosud sportovně rekreační areál v prostoru bývalého koupaliště u Kozského potoka figuruje. Město ale v minulosti nevyužilo mnoha dotačních titulů pro vybudování koupaliště. Dnes již bývalý starosta Bedřich Beneš to vysvětluje tím, že se tam ani stavět nedá. Louka se totiž nachází v záplavovém území, kde hrozí omezení rozlivu. Část pozemku u Kozského potoka, poskytla radnice na softbalové hřiště. Místa na koupání a opalování už moc nezůstalo, proto další díl dostal soukromý investor, jenž tu postaví tenisovou halu. Další vhodný pozemek pro vybudování koupaliště by mohl být u jezu Soukeník na řece Lužnici. Prostor je již nyní využíván k rekreaci, koupání a opalování. Tento návrh byl projednán na programu zářijového zastupitelstva. I přes detailní naplánování koupaliště i tento pokus, k velké nelibosti občanů, selhal.

Přesto si myslím, že právě koupaliště je vhodnou volbou pro zvýšení atraktivity města. Bohužel z výše uvedených dvou možností umístění tohoto koupaliště nám zůstává jen jedna, a to u jezu Soukeník. Myslím, že toto místo je pro plánovaný rekreační areál vhodné. Také proto, že již nyní je cílem návštěvníků a obyvatel Sezimova Ústí, kteří si sem chodí odpočinout před ruchem města. Místo má i výhodnou polohu, nenachází se totiž v těsné blízkosti města, a proto si zde můžeme vychutnat klid a hezkou přírodu. Je zde také možnost občerstvení a ubytování v Chatové osadě Soukeník. Areál plánovaného koupaliště by se mohl stát relaxačním centrem pro celou rodinu. Děti by určitě přivítaly dětské brouzdaliště a hřiště s houpačkami a prolézačkami. Rodiče by si zatím mohli odpočinout na travnaté louce a zchladit se v plánovaném přírodním koupališti. Jako vzor by si Sezimovo Ústí mohlo vzít sousední město Planou nad Lužnicí, které v loňském roce otevřelo pro veřejnost přístupný bazén, který do města přilákal návštěvníky nejen z okolních měst. To samé se ověřilo i u obce Turovec, ve které museli dokonce omezit přístup veřejnosti do dříve veřejně přístupného bazénu, v důsledku přílišné návštěvnosti. Věřím, že se občané i návštěvníci Sezimova Ústí koupaliště co nejdříve dočkají a tím selepší i postavení Sezimova Ústí jako destinace cestovního ruchu.

## **7. Příprava produktového balíčku**

Podle provedeného dotazníkového šetření v oblasti Sezimovo Ústí převažuje výletní cestovní ruch. K prodloužení doby pobytu alespoň na 3 dny by bylo nejvhodnější začlenit do balíčku rekreaci a poznávání v kombinaci se sportovním vyžitím.

Balíček je určen především pro mladé lidi, ale také rodiny s dětmi a všechny ty, kteří mají rádi rekreaci v podobě aktivní dovolené v kombinaci s poznáváním a sportem. Věková hranice není striktně vymezena, a proto se účastnit mohou všichni, kdo mají rádi delší procházky, pohyb na kole, koupání a poznávání přírody a kulturních zajímavostí.

Program je rozvržen do 3 dnů: pátek, sobota a neděle. Nejvhodnější doba realizace je v letní sezóně. Jedná se o aktivní dovolenou. První den je program zaměřený na poznávání kulturních atrakcí v Sezimově Ústí a uskuteční se na kole. Druhý den si přijdou na své milovníci přírody a pěší turistiky. Třetí den je věnován odpočinku.

Doprava do Sezimova Ústí je individuální. Do oblasti je dobré spojení autobusovou i železniční dopravou.

Možnost ubytování je podle přání zákazníků zajištěna v hotelu MAS v Sezimově Ústí pro dobrodružnější povahy v Chatové osadě Soukeník na břehu Lužnice. Hotel MAS je umístěn v klidném prostředí města Sezimovo Ústí. Cena ubytování na jednu noc je za jednolůžkový pokoj 850 Kč, dvoulůžkový 1290 Kč a třílůžkový pokoj 1600 Kč. Hotel nabízí v letní sezóně 2010 speciální nabídku rekreačních pobytů. Tato zvýhodněná cena za osobu je 4700 Kč/osoba za 7denní pobyt. V ceně ubytování je hotelovým hostům k dispozici krytý bazén s barem a atrakcemi (protiproud, vodopád, vzduchovadlo, masážní trysky). Využít mohou i nabídky stravování. Chatová osada Soukeník se nachází v krásném místě v lese u řeky Lužnice, 1 km od Sezimova Ústí a 6 km od Tábora. Ubytování je zajištěno ve čtyřlůžkových chatkách s možností polopenze. Cena v letní sezóně je 290 Kč/lůžko/noc, cena zahrnuje polopenzi.

Balíček služeb zahrnuje služby průvodce, mapy a vstup do navštívených objektů. Cena balíčku je 450 Kč/osoba/pobyt. Nezahrnuje dopravu, ubytovací a stravovací služby.

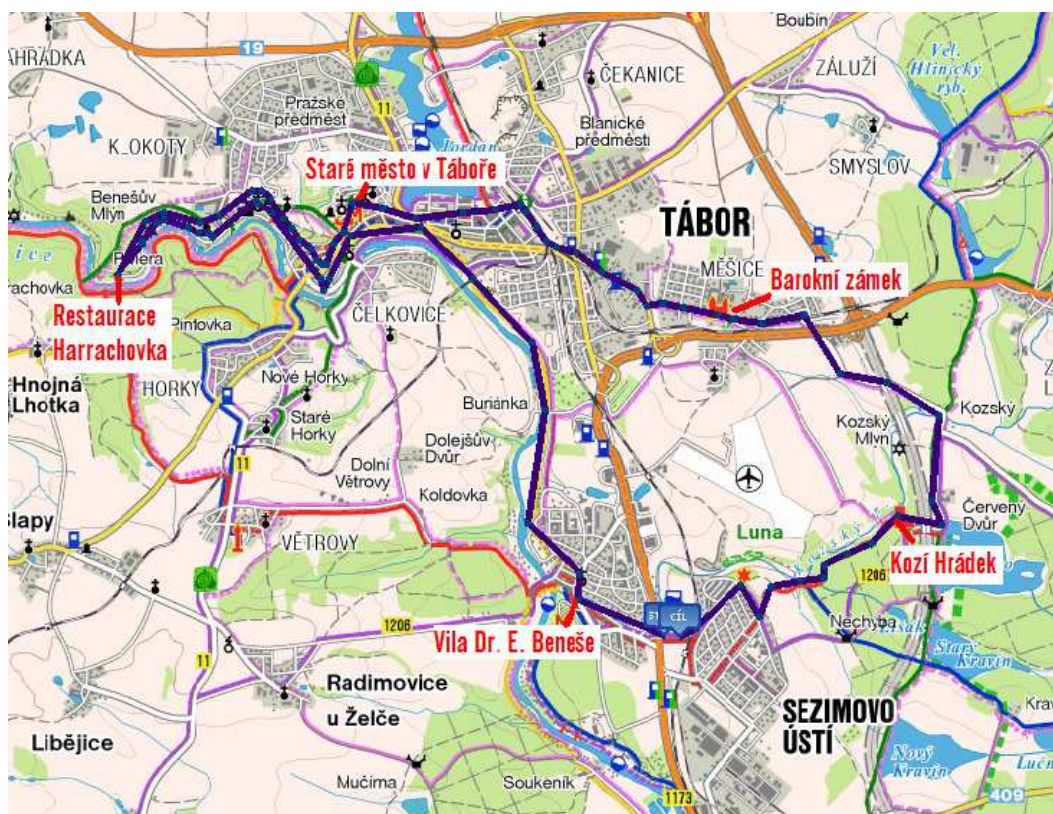
V případě zájmu je možné upravit program i pro návštěvníky v mimosezóně, případně v zimní sezóně. V zimě jsou zde dobré podmínky pro běžkové lyžování a v nedalekém okolí se nachází lyžařský areál. Sportovní vyžití nabízí také krytý plavecký bazén a zimní stadion v Táboře. Na podzim a na jaře návštěvníci uvítají blízkost lesů, vhodných k houbaření, a řeky, která je rájem pro rybáře.

Mimo letní sezónu nebo za nepříznivého počasí nabízíme místo výletu na kole pěší procházku. Během trasy si prohlédneme architekturu Baťovských domků, navštívíme Kozí hrádek a Vilu Dr. E. Beneše.

Propagace by byla zajištěna prostřednictvím informačních center, internetu a ve spolupráci s cestovními kancelářemi.

## 1. den (pátek) Na kole na Kozí hrádek a Harrachovku – 24 km

Mapa 2: Cyklostezka



Pramen: <http://www.cykloserver.cz> + vlastní zpracování, 20.3.2010

Výchozí bod této trasy je u vlakové stanice v Sezimově Ústí II. Plánovaný odjezd je v 10:00. Po lávce přes hlavní silnici E55 se dostaneme do **Sezimova Ústí I.** Zde v parku u řeky Lužnice stojí **vila, památník a hrob Dr. E. Beneše.** Prohlédneme si krásný park a v případě zájmu se můžeme zúčastnit prohlídky vily.

Dále budeme pokračovat po cyklotrase č. 1206 mezi rodinnými domky až na křižovatku, kde vlevo odbočuje cyklotrasa č. 1173. Touto cyklotrasou pokračujeme po pravém břehu Lužnice až na okraj Tábora, kde na křižovatce s cyklotrasou č. 11 odbočíme vlevo a pokračujeme podél břehu. Vpravo nahoře vidíme **hrad Kotnov.**

Podjedeme **Švehlův most** (směřuje na Bechyni) a pokračujeme stále podél řeky. Vpravo nahoře je vidět **poutní místo Klokoty**. Pod Klokoty přímo u cesty se můžeme zastavit u **geologické expozice oslavující krásu kamene**. Žulovou skálu využívají horolezci jako cvičnou stěnu. Pokračujeme kolem **Benešova mlýna** až k restauraci **Harrachovka**.

Po občerstvení se vracíme stejnou cestou zpět až ke Švehlovu mostu a odtud se dáme vlevo do kopce a přijedeme do centra Tábora. Kde bude individuální program a možnost prohlídky historického centra města.

Dále pojedeme po značené cyklotrase č. 11 směrem na Lom. Asi po 200 metrech odbočíme na hlavní silnici (doleva směr České Budějovice) a mezi dvěma železničními mosty odbočíme vlevo. Dále pokračujeme přes kruhový objezd rovně do městské části Měšice. Zde stojí barokní trojkřídový zámek, který je přístupný po dohodě se soukromým majitelem. Pokračujeme až na konec Měšic, kde silnice křížuje železnici a podjíždí silnici E55. Mírně z kopce sjedeme až ke Kozskému potoku a za mostem jedeme rovně po cyklotrase č. 1206, která nás přivede na Kozí hrádek. Zřícenina hradu je národní kulturní památkou, která je spojena s pobytem mistra Jana Husa. Asi 100 metrů východním směrem od zříceniny se nachází sokolská mohyla. Pokračujeme po cyklotrase č. 1206 lesní cestou do Sezimova Ústí II. Při výjezdu z lesa se na levé straně rozkládá obora Smolín, v níž se chovají daňci a mufloni. Projedeme Sezimovým Ústím II zpět až k železniční stanici. Tady náš dnešní program končí.



## 2. den (sobota) Pěší výlet po památných stromech

Mapa 3: Pěší trasa



Pramen: [www.cykloserver.cz](http://www.cykloserver.cz) + vlastní zpracování, 20.3.2010

V oblasti Sezimovo Ústí, Planá nad Lužnicí a Košic je 15 památných stromů. V rámci naší 15 km pěší trasy navštívíme 13 z nich.

Z vlakové zastávky v Sezimově Ústí se po červené značce dostaneme ke kinu Spektrum, před kterým roste Jasan ztepilý. Strom má vysokou kulturní a historickou hodnotu, je totiž spjat s historií Sezimova Ústí.

Pokračováním po červené značce se dostaneme na konec zástavby a začátek polí. Účelovou komunikací mezi poli navazující na ulici K hájence a vedoucí na Kozí hrádek se dostaneme k hájence Nechyba, před kterou roste Lípa srdčitá nazývaná u Nechyby (cca 2 km). Důvodem vyhlášení a ochrany stromu je skutečnost, že lípa je významnou dominantou okolí s výraznou estetickou hodnotou. Důležitými aspekty jsou vzrůst, mohutnost a věk stromu.

Od Nechyby budeme pokračovat rovně po komunikaci k hájovně Březina a doprava po hrázi rybníka Starý kravín ke křižovatce. Odtud vede modrá značka kolem mykologické rezervace „Luční“, přes silnici vedoucí z Plané nad Lužnicí do Chýnova k rozcestníku (cca 7 km). Dále po zelené dojdeme k vyhořelé hájovně Strakačov, odkud se po žluté značce dostaneme do samostatné osady obce Košice, kde na hrázi Boreckého rybníka najdeme šest

Boreckých dubů, které byly vyhlášeny památnými stromy z důvodu jejich mohutného vzrůstu, věku a estetické hodnotě.

*Obrázek 4: Památné stromy*



Dále po žluté značce projdeme kolem Strkovského dubu, který roste uprostřed hráze Strkovského rybníka. Asfaltová silnice vedoucí mezi bývalým zámečkem a loukou, která kdysi bývala zámeckým parkem, nás zavede ke třem Strkovským lípám a dubu, které tvoří významnou dominantu okolí. Po červené značce se dostaneme až na nádraží v Plané nad Lužnicí, odkud se svezeme vlakem na nádraží v Sezimově Ústí, kde náš dnešní končí.

Pramen: [www.sezimovousti.cz](http://www.sezimovousti.cz), 20.3.2010

### **3. den (neděle)**

Třetí den se budeme věnovat relaxaci. V případě slunečného počasí můžeme odpočívat na břehu řeky Lužnice, zahrát si volejbal nebo si zajet do sousedního města Tábora do venkovního bazénu. V případě počasí nevhodného pro koupání a opalování je tady možnost procházek po místních lesích a ,pokud to sezóna umožní, sbírání hub a lesních plodů. Pro milovníky rybaření je zde též možnost chytání ryb v řece Lužnici.

## **8. Závěr**

Bakalářská práce analyzuje cestovní ruch v oblasti Sezimovo Ústí. Vymezuje cestovní ruch na druhy a formy. Součástí práce je provedení terénního šetření formou dotazování. Na základě jeho vyhodnocení byla navržena inovace nabídky. Ke zvýšení atraktivnosti místa byl vytvořen produktový balíček.

Na závěr je možné zhodnotit stanovené hypotézy, které zněly:

1. V Sezimově Ústí převládá celoroční cestovní ruch
2. V oblasti převládá kulturní cestovní ruch
3. V destinaci Sezimovo Ústí převládá výletní cestovní ruch

Na základě provedené analýzy druhů cestovního ruchu byla potvrzena druhá hypotéza: v oblasti převládá kulturní cestovní ruch. Hlavními atraktivitami města jsou totiž historické památky – Kozí hrádek a Vila Dr. Edvarda Beneše. S tím souvisí i výsledek provedené analýzy forem cestovního ruchu. Podle které je místo cílem hlavně sezónního cestovního ruchu. Zmíněné atraktivity jsou totiž pro návštěvníky v době zimní sezóny uzavřeny. Tímto byla vyvrácena hypotéza znějící: V Sezimově Ústí převládá celoroční cestovní ruch. Třetí hypotéza, v destinaci Sezimovo Ústí převládá výletní cestovní ruch, se na základě dotazníkové šetření potvrdila. Vyplývalo z něho, že oblast je nejčastějším cílem jednodenních výletů.

K prodloužení pobytu by mohla přispět inovace nabídky rekreačního cestovního ruchu. Ke zvýšení tohoto druhu cestovního ruchu by podle 70% dotázaných přispěla výstavba nového koupaliště. 60% respondentů si myslí, že tato inovace nabídky by zvýšila návštěvnost oblasti.

Město Sezimovo Ústí má vysoký potenciál cestovního ruchu. V budoucnu by se mělo snažit dostatečně využít stávajících zdrojů a nezanedbat jeho další vývoj. V rámci Strategického plánu rozvoje mikroregionu Tábořsko 2007 – 2013 dochází k rozvoji města zlepšováním stavu infrastruktury. Součástí plánů je také vybudování nových cyklostezek, vytvoření nových orientačních a informačních systémů a tématicky zaměřených propagačních materiálů, propagace regionu ve formě účasti na různých veletrzích či konferencích. V Sezimově Ústí je plánováno vybudování turistického informačního systému města, rekonstrukce kina Svět a oprava Kozího hrádku. Klíčové je také využití finanční pomoci ze strukturálních fondů EU. Tato opatření by v budoucnosti měla vést ke zvýšení atraktivnosti oblasti, vyšší návštěvnosti a tím i k lepšímu postavení Sezimova Ústí jako destinace cestovního ruchu.



## 9. Summary

The thesis analyzes tourism in Sezimovo Ústí. The analysis defines tourism for specific kinds and forms. Part of this work is to undertake a field survey based on interviews. Based on main findings the new, innovative offer has been proposed. In order to increase the attractiveness of the place a product package has been created.

In conclusion, it is possible to evaluate the following hypothesis:

1. In Sezimovo Ústí prevails tourism through the whole year
2. In areas dominate the tourism focusing for gaining the culture specifics
3. In destination (area) dominates the cruise tourism

Based on the analysis of types of tourism the second hypothesis has been confirmed: In area dominates the cultural tourism. The main attractions of the city are the historical monuments - Goat Castle and Villa Dr. Edvard Benes. This is in relation with result of the tourism forms analysis. The place is interesting mainly to seasonal tourism. This is because that these attractions are closed for visitors during the winter season. The hypothesis sounding: "In Sezimovo Ústí prevails year round tourism," was refuted. The third hypothesis, "in destination dominates cruise tourism, was confirmed based on survey. Result from the survey says, that area is the most attractive for one day trips.

For longer stays would help the innovation of offer in recreational tourism. According to 70% of respondents for increase of this type of tourism would contribute the construction of a swimming pool. 60% of respondents think that this innovation would increase the attendance in the area.

The city of Sezimovo Ústí has a high potential for tourism. In the future it should seek the way how adequately utilize the existing resources and to ensure their further development.

In The strategic development plan for micro region Tabor for 2007 – 2013. the city of Sezimovo Ústí is developed mainly by improving it's infrastructure.. An integral part of the plan is construction of new bike lanes, the creation of new guidance and information systems and thematic promotional materials, promotion of the region in the form of participation in various fairs and conferences.

Sezimovo Ústí plans to build a tourist information system of the city, reconstruction of the cinema Svět and reconstruction of Kozí hrádek castle. The key is the use of financial assistance from EU structural funds. Such arrangements would in future lead to an increase in the attractiveness of the area, higher level of income tourism and thus for better positioning of Sezimovo Ústí as a tourist destination.

## 10. Seznam literatury

### **Odborné publikace**

1. HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch*. Praha : Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3
2. HORÁKOVÁ, M. *Strategický marketing*. Praha : Grada Publishing, 2002. 204 s. ISBN 80-247-0447-1
3. HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : Grada Publishing, 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9
4. FRANCOVÁ, Eva. *Cestovní ruch*. Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci, 2003. 119 s. ISBN 80-244-0719-1.
5. JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3
6. KIRÁLOVÁ, Alžběta. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha : Ekopress, s.r.o. , 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
7. ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha : Idea servis, 1999. 244 s. ISBN 80-8597-027-9
8. SVĚTLÍK, J. *Marketing – cesta k trhu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství s.r.o, 2005. 340 s. ISBN 80-86898-48-2

### **Internetové zdroje:**

1. *Oficiální informační systém města Sezimovo Ústí* [online]. 2009 [cit. 2009-12-05]. Dostupné z WWW: <[www.sezimovo-usti.cz](http://www.sezimovo-usti.cz)>
2. *Sezimovo Ústí online* [online]. 2009 [cit. 2009-11-28]. Dostupné z WWW: <[www.sezimovousti.cz](http://www.sezimovousti.cz)>.
3. *Sezimovo Ústí : Naučná arboreta* [online]. 27.10.2004 [cit. 2009-12-10]. Dostupné z WWW: <[http://www.sezimovousti.cz/attachment/arboreta\\_su.pdf](http://www.sezimovousti.cz/attachment/arboreta_su.pdf)>.
4. KLÍMA, Martin. *Sezimovo Ústí online* [online]. 2004 [cit. 2009-12-06]. Dostupné z WWW: <[http://www.sezimovousti.cz/articlepage.php?id\\_article=104](http://www.sezimovousti.cz/articlepage.php?id_article=104)>.
5. KLÍMA, Petr. *Památné stromy* [online]. 2008 [cit. 2009-12-10]. Dostupné z WWW: <<http://sezimovousti.cz/stromy/>>.
6. *Sezimovo Ústí : Základní informace o městě* [online]. 1.11.2004 [cit. 2009-09-30]. Dostupné z WWW: <[http://www.sezimovousti.cz/articlepage.php?id\\_category=29](http://www.sezimovousti.cz/articlepage.php?id_category=29)>.

7. *Klub českých turistů Tábor* [online]. 2008 [cit. 2010-02-13]. Dostupné z WWW: <[www.kct-tabor.cz](http://www.kct-tabor.cz)>.
8. PRAŽÁK, Jiří. *Husitské muzeum : Památník Dr. Edvarda Beneše* [online]. 23.2.2010 [cit. 2010-03-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.husitskemuzeum.cz/search.php?rsvelikost=sab&rstext=all-phpRS-all&rstema=60&stromhmenu=53>>.
9. *Kozí hrádek* [online]. 2003 [cit. 2009-12-19]. Dostupné z WWW: <[www.kozihradek.zde.cz](http://www.kozihradek.zde.cz)>.
10. *Hotel Mas v Sezimově Ústí* [online]. 2009 [cit. 2010-10-01]. Dostupné z WWW: <[www.hotelmas.cz](http://www.hotelmas.cz)>.
11. *Oficiální informační systém města Tábor* [online]. 2010 [cit. 2010-03-16]. Dostupné z WWW: <[www.tabor.cz](http://www.tabor.cz)>.
12. *Oficiální informační systém města Tábor : Infocentrum* [online]. 2009 [cit. 2010-02-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.tabor.cz/cs/turista/infocentrum/>>.
13. *Časopis COT Business: Poznejte Jihočeský kraj* [online]. , 2.5.2008 [cit. 2010-01-29]. Dostupné z WWW: <<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=1040811687&srchtxt=jiho%E8esk%FD+kraj>>.
14. *Český statistický úřad* [online]. 2008 [cit. 2009-11-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/lexikon/uz.nsf/uz?openform&:553069>>.
15. *Turistický průvodce po ČR* [online]. 2010 [cit. 2010-3-17]. Dostupné z WWW: <[www.trasovnik.cz/k\\_jihoc/tabor.asp](http://www.trasovnik.cz/k_jihoc/tabor.asp)>.
16. *Travel atlas České republiky* [online]. 2009 [cit. 2009-11-10]. Dostupné z WWW: <[www.travelatlas.cz/forma/tabor/tabornavig.html](http://www.travelatlas.cz/forma/tabor/tabornavig.html)>.
17. *Historické fotografie* [online]. 2009 [cit. 2009-11-10]. Dostupné z WWW: <[http://www.fotohistorie.cz/Jihocesky/Tabor/Sezimovo\\_Usti/Default.aspx](http://www.fotohistorie.cz/Jihocesky/Tabor/Sezimovo_Usti/Default.aspx)>.
18. *Cykloserver* [online]. 2010 [cit. 2010-03-16]. Dostupné z WWW: <<http://www.cykloserver.cz/cykloatlas/#pos=49.40740|14.70039|12>>.
19. *Český statistický úřad Jihočeský kraj* [online]. 2010 [cit. 2010-03-16]. Dostupné z WWW: <<http://www.cbudejovice.czso.cz/x/redakce.nsf/i/okresy>>.

# Seznam diagramů, grafů, map, obrázků a tabulek

<b>Seznam diagramů</b>	<b>Strana</b>
Diagram 1: Typologie cestovního ruchu	5
Diagram 2: Druhy cestovního ruchu	6
Diagram 3: Formy cestovního ruchu	7

<b>Seznam grafů</b>	<b>Strana</b>
Graf 1: Struktura respondentů podle věku	49
Graf 2: Struktura respondentů podle dosaženého vzdělání	49
Graf 3: Struktura respondentů podle délky života v Sezimově Ústí	50
Graf 4: Doporučení respondentů na výlet do Sezimova Ústí	51
Graf 5: Nejčastější důvod návštěvy Sezimova Ústí	51
Graf 6: Nabídka stravování v Sezimově Ústí	52
Graf 7: Nabídka ubytování v Sezimově Ústí	52
Graf 8: Možnost kulturní vyžití	53
Graf 9: Je zde dostatečné vyžití pro seniory?	54
Graf 10: Dostatečné sportovní vyžití	54
Graf 11: Výstavba koupaliště	54
Graf 12: Vliv výstavby koupaliště na návštěvnost Sezimova Ústí	55
Graf 13: Vliv obchvatu na cestovní ruch ve městě	55
Graf 14: Jak návštěvníci přijeli do oblasti Sezimova Ústí	56
Graf 15: Délka pobytu	56
Graf 16: S kým jste přijeli	57
Graf 17: Přijeli jste individuálně?	57
Graf 18: Počet návštěvníků Kozího Hrádku	57
Graf 19: Struktura respondentů podle pohlaví	58
Graf 20: Struktura respondentů podle věku	58
Graf 21: Struktura respondentů podle dosaženého vzdělání	58

<b>Seznam map</b>	<b>Strana</b>
Mapa 1: Umístění Benešovy vily	36
Mapa 2: Cyklostezka	61
Mapa 3: Pěší trasa	63

<b>Seznam obrázků</b>	<b>Strana</b>
Obrázek 1: Hotel MAS	28
Obrázek 2: Benešova vila	35
Obrázek 3: Kozí hrádek	37
Obrázek 4: Památné stromy	64

<b>Seznam tabulek</b>	<b>Strana</b>
Tabulka 1: Kulturní program Sezimova Ústí	26
Tabulka 2: Seznam ubytovacích zařízení	27
Tabulka 3: Ceník kongresových služeb	40

## **Seznam příloh**

Příloha 1: Umístění Sezimova Ústí v rámci České republiky

Příloha 2: Mapa Jihočeského kraje

Příloha 3: Mapa Táborska

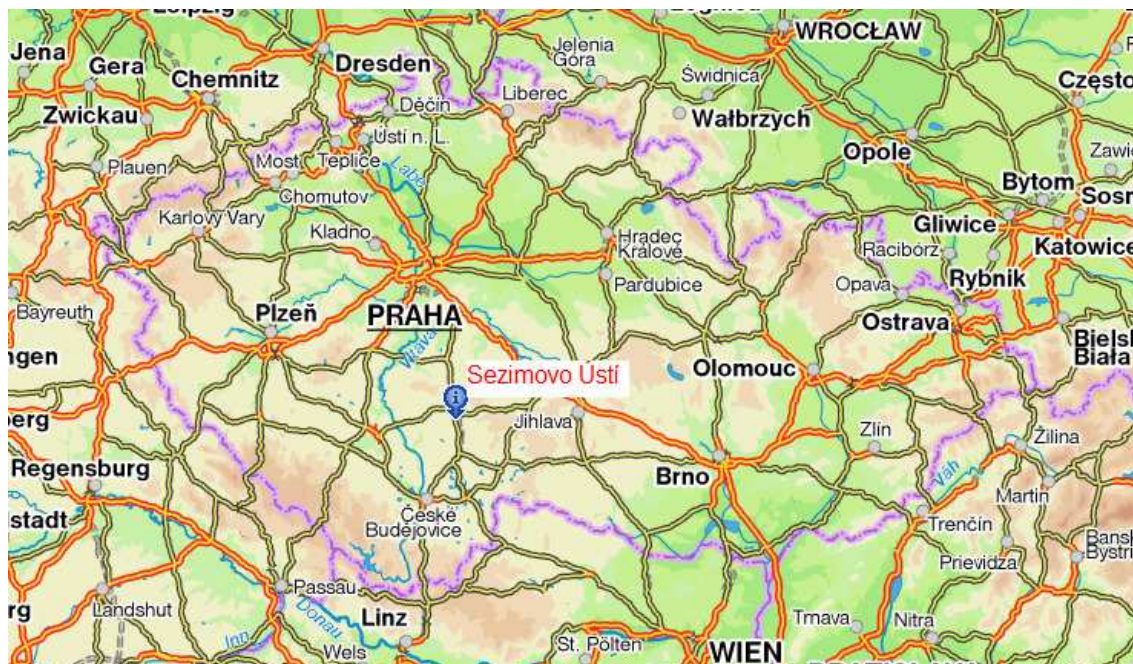
Příloha 4: Fotografie Sezimova Ústí z roku 1903

Příloha 5: Současnost města

Příloha 6: Dotazník 1

Příloha 7: Dotazník 2

## Příloha 1: Mapa umístění Sezimova Ústí v rámci České republiky



Pramen: [www.cykloserver.cz](http://www.cykloserver.cz), 16.3.2010

## Příloha 2: Mapa Jihočeského kraje



Pramen: [www.cbudejovice.czso.cz](http://www.cbudejovice.czso.cz), 16.3.2010



### Příloha 3 - Mapa Tábořska



Pramen: [www.travelatlas.cz](http://www.travelatlas.cz), 10.11.2009

### Příloha 4: Fotografie Sezimova Ústí z roku 1903



Pramen: [www.fotohistorie.cz](http://www.fotohistorie.cz), 10.11.2009



## **Příloha 5: Současnost města**

### **Baň ovy domky**



Pramen: [www.sezimovo-usti.cz](http://www.sezimovo-usti.cz), 15.1.2010

### **Bydlení v Sezimově Ústí**



Pramen: [www.sezimovo-usti.cz](http://www.sezimovo-usti.cz), 15.1.2010

### **Kostel na náměstí v Sezimově Ústí 1**



Pramen: [www.sezimovo-usti.cz](http://www.sezimovo-usti.cz), 15.1.2010

### **Řeka Lužnice**



Pramen: [www.sezimovo-usti.cz](http://www.sezimovo-usti.cz), 15.1.2010

### **Náměstí T. Bati**



Pramen: [www.sezimovo-usti.cz](http://www.sezimovo-usti.cz), 15.1.2010

### **Fontána před hotelem MAS**



Pramen: [www.sezimovousti.cz](http://www.sezimovousti.cz), 15.1.2010

## **Příloha 6: Dotazník 1**

Dobrý den,

jmenuji se Michala Jircová a jsem studentkou Jihočeské Univerzity v Českých Budějovicích oboru Obchodní podnikání – cestovní ruch. Chtěla bych vás poprosit o vyplnění dotazníku, který poslouží jako doplněk k mé bakalářské práci na téma Druhy a formy cestovního ruchu v oblasti Sezimova Ústí.

Předem moc děkuji za vyplnění

### **Cestovní ruch v oblasti Sezimova Ústí**

**1. Co může Sezimovo Ústí podle Vás nabídnout turistům?**

**2. Co v nabídce města chybí (čím by podle vás město přilákalo více turistů)?**

- a) nic nechybí
- b) Vypište:

**3. Jaký by byl Váš tip na výlet do okolí Sezimova Ústí. Co podle Vás stojí v blízkém okolí města za vidění?**

*Můžete vybrat více možností*

- a) Kozí hrádek
- b) Vila Dr. Edvarda Beneše
- c) Soběslavsko – Veselská blata
- d) Město Bechyně – zámek
- e) Chýnovská jeskyně
- f) Město Chýnov – Bílkův dům
- g) Stádlecký řetězový most
- h) Město Veselí nad Lužnicí - národopisné muzeum
- i) Město Soběslav – národopisné muzeum
- j) Město Tábor

**4. Jaký je podle vás nešťastnější důvod návštěvy Sezimova Ústí?**

- a) kultura
- b) historie
- c) kongresový CR
- d) rekreace
- e) zábava
- f) nákupy
- g) jiné

**5. Jak byste zhodnotil/a možnosti a nabídku stravování v Sezimově Ústí?**

- a) velmi dobrá
- b) spíše dobrá
- c) spíše špatná
- d) velmi špatná

**6. Jak byste zhodnotil/a možnosti a nabídku ubytování v Sezimově Ústí?**

- a) velmi dobrá
- b) spíše dobrá
- c) spíše špatná
- d) velmi špatná

**7. Jak jste spokojen/as možností kulturního vyžití v Sezimově Ústí? Tedy s možností navštěvovat různé výstavy, koncerty a jiné kulturní akce.**

- a) spokojen/a
- b) spíše spokojen/a
- c) spíše nespokojen/a
- d) nespokojen/a

**8. Město pořádá každý rok dobové slavnosti na Kozím hrádku. Navštěvujete tuto akci?**

- a) ano
- b) ne

**9. Navštěvujete letní kino v Sezimově Ústí?**

- a) ano
- b) ne

**10. Myslíte si, že Sezimovo Ústí poskytuje dostatečné vyžití i pro naši starší generaci?**

- a) ano
- b) ne

**11. Jste spokojen/a s možností sportovního vyžití ve vašem městě?**

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

**12. Využíváte k rekreaci (např. koupání, rybaření) řeku Lužnici?**

- a) ano
- b) ne

**13. Uvítal/a byste ve městě nové koupaliště?**

- a) ano
- b) ne

**14. Myslíte si, že koupaliště zvýšilo atraktivitu a návštěvnost Sezimova Ústí?**

- a) ano
- b) ne

**15. Souhlasíte s obchvatem, který povede okolo města?**

- a) ano
- b) ne

**16. Myslíte si, že obchvat ovlivní cestovní ruch ve městě?**

- a) ano
- b) ne

**17. Jakého jste pohlaví?**

- a) muž
- b) žena

**18. Kolik je vám let?**

- a) méně než 18 let
- b) 18 - 25 let
- c) 26 - 44 let
- d) 45 - 59 let
- e) 60 a více let

**19. Jaké je Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?**

- a) základní
- b) vyučen bez maturity
- c) s maturitou
- d) VŠ

**20. Jak dlouho žijete v Sezimově Ústí?**

- a) méně než 1 rok
- b) 1 - 10 let
- c) 10 - 20 let
- d) více než 20 let

## **Příloha 7 – Dotazník 2**

Dobrý den,

jmenuji se Michala Jircová a jsem studentkou Jihočeské Univerzity v Českých Budějovicích oboru Obchodní podnikání – cestovní ruch. Chtěla bych vás poprosit o vyplnění dotazníku, který poslouží jako doplněk k mé bakalářské práci na téma Druhy a formy cestovního ruchu v oblasti Sezimova Ústí.

Předem moc děkuji za vyplnění

### **Návštěva Kozího Hrádku**

#### **1. Jak jste se dostali do Sezima Ústí?**

- a) pěšky
- b) na kole
- c) autem
- d) železnicí
- e) autobusem

#### **2. Na jak dlouho jste v této oblasti?**

- a) bez přenocování
- b) 1 – 2 noci
- c) 3 – 4 noci
- d) 4 – 6 nocí
- e) týden
- f) více než týden

#### **3. S kým jste přišli/přijeli?**

- a) sám/a
- b) s partnerem/kou, s manželem/kou
- c) s rodinou
- d) s organizovanou skupinou

#### **4. Přijeli jste individuálně?**

- a) ano
- b) ne (jedná se o organizovaný zájezd)

#### **5. Z jakého kraje jste přijeli?**

- a) Jihočeský
- b) Jihomoravský
- c) Karlovarský
- d) Královehradecký
- e) Liberecký
- f) Olomoucký
- g) Pardubický
- h) Plzeňský
- i) Praha
- j) Severomoravský
- k) Středočeský
- l) Ústecký
- m) Vysočina
- n) Zlínský

**6. Jakého jste pohlaví?**

- a) muž
- b) žena

**7. Kolik je vám let?**

- a) méně než 18 let
- b) 18 - 25 let
- c) 26 - 44 let
- d) 45 - 59 let
- e) 60 a více let

**8. Jaké je Vaše nejvyšší dokončené vzdělání?**

- a) základní
- b) vyučen bez maturity
- c) s maturitou
- d) VŠ