

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

## **DIPLOMOVÁ PRÁCE**

### **Možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu v Benešově u Prahy**

Vedoucí diplomové práce

RNDr. Blažena Gehinová

Autor

Bc. Iva Maršálková

---

2010

## PROHLÁŠENÍ

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

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

Ve Struhařově, duben 2010

.....

## PODĚKOVÁNÍ

Děkuji RNDr. Blaženě Gehinové za vedení diplomové práce, cenné rady a připomínky. Také moc děkuji panu Václavu Pošmurnému a paní Bohunce Zemanové ze společnosti POSÁZÁVÍ o.p.s. za poskytnutí potřebných informací, konzultací i podkladů pro zpracování diplomové práce.

# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b> .....	7
<b>2</b>	<b>Cíl a metodika</b> .....	9
2.1	Cíl .....	9
2.2	Metodika .....	9
<b>3</b>	<b>Literární rešerše</b> .....	11
3.1	Cestovní ruch .....	11
3.1.1	Definice cestovního ruchu .....	11
3.1.2	Specifika cestovního ruchu .....	11
3.1.3	Přínosy a negativa cestovního ruchu .....	12
3.1.4	Služby cestovního ruchu .....	15
3.2	Strategie destinace .....	17
3.3	Rozvoj cestovního ruchu .....	21
3.4	Destinace a její řízení .....	23
3.4.1	Destinace .....	23
3.4.2	Primární a sekundární nabídka .....	24
3.4.3	Management destinace .....	25
3.5	Marketing .....	27
3.5.1	Marketing cestovního ruchu .....	27
3.5.2	Marketingový mix .....	28
<b>4</b>	<b>Analýza a hodnocení cestovního ruchu ve městě Benešov</b> .....	32
4.1	Vymezení území .....	32
4.2	Hodnocení ekonomického významu cestovního ruchu .....	33
4.2.1	Příjmy v cestovním ruchu .....	33
4.2.2	Podnikatelská aktivita a zaměstnanost v cestovním ruchu .....	33
4.3	Analýza a hodnocení turistické nabídky .....	34
4.3.1	Přírodní předpoklady .....	34
4.3.2	Kulturně-historické předpoklady .....	36
4.3.3	Základní a doplňková turistická infrastruktura .....	40
4.3.4	Sportovně-rekreační turistická infrastruktura .....	43

4.3.5	Turistická dopravní infrastruktura .....	47
4.3.6	Hlavní atraktivita a cíle .....	48
4.3.7	Hlavní druhy a formy cestovního ruchu .....	49
4.3.8	Nabídka hlavních turistických produktů .....	50
4.3.9	Struktura a kvalita turistických informací .....	51
4.3.10	Organizace a řízení cestovního ruchu .....	52
4.4	Analýza a hodnocení turistické poptávky .....	54
4.4.1	Vnitřní a vnější konkurence .....	54
4.4.2	Profil domácí a zahraniční návštěvnosti .....	54
4.4.3	Dotazníkové šetření .....	55
<b>5</b>	<b>SWOT analýza</b> .....	<b>67</b>
5.1	SWOT analýza .....	67
5.2	Problémová analýza .....	71
<b>6</b>	<b>Návrhy možností strategického rozvoje cestovního ruchu</b> .....	<b>73</b>
6.1	Vize .....	73
6.2	Strategické cíle .....	73
6.3	Priority .....	74
6.4	Opatření .....	76
<b>7</b>	<b>Závěr</b> .....	<b>81</b>
<b>8</b>	<b>Summary</b> .....	<b>83</b>
<b>9</b>	<b>Literatura</b> .....	<b>84</b>
<b>10</b>	<b>Seznam grafů</b> .....	<b>90</b>
<b>11</b>	<b>Seznam příloh</b> .....	<b>91</b>

# 1 Úvod

Cestovní ruch je v dnešní době běžnou součástí spotřeby lidí a současně i významným odvětvím v hospodaření států, samotných měst a obcí. V počátcích se cestovní ruch vyvíjel bez jakéhokoliv řízení. Postupem času, čím se cestovní ruch začínal stávat masovější záležitostí, zjistily destinace cestovního ruchu, že bez řízení cestovních aktivit nebude možné udržet cestovní ruch i do budoucna. Navíc destinace může při správném řízení maximálně využívat výhody, které cestovní ruch poskytuje (například přínosy do rozpočtu, pracovní příležitosti pro místní obyvatele, atd.). Řízení spočívá v nutnosti mít zhodnocenou situaci na daném území, identifikovat hlavní problémy a stanovovat si konkrétní cíle, kterých by se mělo v určitém časovém období dosáhnout. A hlavně všechny tyto činnosti provádět koordinovaně a včas dopředu, ne až když nastane problém. Jen tak lze zajistit postupný a neustálý rozvoj destinace. Všechny úkoly řízení destinace mají na starosti speciální organizace nebo odbory městských úřadů. Organizace a odbory vypracovávají strategické dokumenty, ve kterých jsou zachyceny stanovené cíle a popsány veškeré kroky nutné pro účinný rozvoj na daném území. I pro oblast cestovního ruchu se tvoří samostatné strategické dokumenty s cílem maximálně zefektivnit rozvoj cestovního ruchu v destinaci. Dnes už každé město, kraj či region má snahu řídit cestovní ruch a jeho rozvoj na daném území. Vytváří se plány, stanovují se priority, jak účelně využít místní atraktivitu, jak přilákat návštěvníky, jak zajistit údržbu a rekonstrukci atraktivit a další podstatné záležitosti, se kterými se musí daná jednotka vypořádat.

Rozvoj je podmíněn potřebou finančních prostředků na prováděné změny a zlepšení. Po vstupu České republiky do Evropské unie se naskytla řada možností, jak využít pomoci, a to zejména finanční, k řešení této problematiky. Díky prostředkům získaným z Fondů Evropské unie se mohou města a obce rozvíjet nejen v oblasti cestovního ruchu, ale i v jiných oblastech, a mohou se tak přibližovat k úrovni ve vyspělých státech. Při rozvoji by se destinace neměla zaměřit pouze na finance ze zahraničí, ale měla by se snažit získat je i přímo v místě například spoluprací s místními podnikateli.

Jako téma diplomové práce bylo zvoleno „Možnosti strategického rozvoje v Benešově u Prahy“ z důvodu aktuálnosti tohoto tématu a jeho současného využívání v městech a obcích. Město Benešov u Prahy bylo vybráno z důvodu, že bydlím nedaleko odtud a ráda bych přispěla svým názorem k řešení rozvojových problémům v oblasti cestovního ruchu v tomto městě. Bývalé okresní město díky své poloze, přírodním a kulturním atraktivitám má předpoklady pro cestovní ruch a určitě i pro jeho další rozvoj. Rozvojem cestovního ruchu se zde zabývá Městský úřad, konkrétně jeho odbor Regionálního rozvoje.

## **2 Cíl a metodika práce**

### **2.1 Cíl**

Hlavním cílem práce je zhodnocení primárních a sekundárních potenciálů cestovního ruchu ve městě Benešov a po této analýze navržení možností strategického rozvoje cestovního ruchu na tomto území ve formě strategické vize, cílů, priorit a opatření.

Diplomová práce má nabídnout městu zpracovanou analýzu o městských potenciálech pro cestovní ruch, identifikovat hlavní problémy města v této oblasti a podat návrhy, jak problémy účinně vyřešit.

V rámci práce byly stanoveny pracovní hypotézy, týkající se konstatování, že ve městě Benešov jsou příležitosti k dalšímu rozvoji cestovního ruchu. Druhá hypotéza měla ověřit, zda největším problémem města Benešov je spojení se zámkem Konopiště.

### **2.2 Metodika**

Diplomová práce je složena ze dvou částí - analytické a návrhové. Součástí analytické části jsou literární rešerše a analýza cestovního ruchu na vybraném území. Návrhová část obsahuje vlastní návrhy pro řešení zjištěných rozvojových problémů.

Na samotném začátku tvorby diplomové práce byla prostudována potřebná odborná literatura a prameny pro seznámení se s odbornou terminologií nejen v oblasti cestovního ruchu, ale také v oblasti strategických dokumentů. Na základě těchto poznatků byla vytvořena literární rešerše.

Poté bylo přistoupeno k samotné analýze města Benešov. Nejprve bylo definováno vybrané území. Samotná analýza byla vzhledem k tomu, že se diplomová práce zabývá strategickým rozvojem, zpracována podle publikace Vystoupil, J. a kol. Metody pro tvorbu strategických a programových dokumentů cestovního ruchu. Podle této publikace je pro zjištění současné situace na daném území třeba provést celkem čtyři analýzy a to hodnocení ekonomického významu cestovního ruchu, analýzu



a hodnocení turistické nabídky, analýzu a hodnocení turistické poptávky a SWOT analýzu. Tyto analýzy obsahují konkrétní body, které je třeba na daném území analyzovat a zhodnotit.

Analýza a hodnocení turistické poptávky obsahuje marketingový průzkum pro zjištění názorů návštěvníků a místních obyvatel na současnou situaci ve městě. Zde byla zvolena forma dotazování prostřednictvím vytvořeného dotazníku. Dotazování je nejrozšířenější metodou sběru údajů, která je součástí realizační fáze procesu marketingového výzkumu. Nejpoužívanějším nástrojem pro sběr údajů je pak dotazník. Dotazník představuje formuláře s otázkami, na něž respondenti odpovídají. Význam dotazníků spočívá ve čtyřech oblastech – získává informace od respondentů, poskytuje strukturu rozhovoru (tj. usměrňuje proces rozhovoru), zajišťuje standardní jednotnou matici pro zapisování údajů a za čtvrté ulehčuje zpracování údajů. (Kozel, 2006, s 160) Právě pro tyto výhody, které dotazník přináší, byla zvolena tato forma. Dotazníky byly vytvořeny ve dvou variantách. První varianta byla určena návštěvníkům města a dotazníky jim byly předkládány v benešovském Informačním centru. Druhá varianta dotazníků byla pro místní obyvatele a dotazníky jim byly předkládány v Městské knihovně.

Po provedení všech analýz následovalo jejich vyhodnocení a určení největších problémových oblastí, pro které byly prostřednictvím stanovené strategické vize, strategických cílů, priorit a opatření podány návrhy na řešení a návrhy možností strategického rozvoje.

## **3 Literární rešerše**

### **3.1 Cestovní ruch**

#### **3.1.1 Definice cestovního ruchu**

Světová organizace cestovního ruchu v roce 1991 definovala cestovní ruch jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě. (Hesková, 2006, s 11)

Cestovní ruch lze také chápat jako činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu v místech mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho uceleného roku za účelem využití volného času, obchodu a za jinými účely. (Čech, 1998, s 14)

V současnosti neodmyslitelně patří ke spotřebě moderních lidí, neboť je to forma uspokojování potřeb rekreace, kultury a léčení, zpravidla ve volném čase a mimo místo trvalého bydliště. (Orieška, 1999, s 5)

Z pohledu jednotlivce i společnosti je považován za významný celospolečensko-ekonomický fenomén. 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. (Hesková, 2006, s 9)

Velký význam má i pro stát a regiony, je již po řadu let považován za hnací sílu rozvoje region, je schopen eliminovat jejich disparity, podpořit konkurenceschopnost a v případě dodržování určitých principů také zajistit udržitelný rozvoj. (Vystoupil et al., 2007, s 9)

#### **3.1.2 Specifika cestovního ruchu**

Cestovní ruch je oblast, která se vyznačuje řadou specifík. Těmito specifiky Királ'ová (2003, s 14) vidí:

- cestovní ruch je výrazně závislý na geografickém prostředí

- danosti geografického prostředí jsou předpokladem pro výběr vhodné cílové skupiny, která bude své potřeby v uvedeném prostředí účastí na cestovním ruchu uspokojovat
- podstatou cestovního ruchu je uspokojování specifických potřeb člověka
- potřeby se v cestovním ruchu uspokojují zbožím a službami různých odvětví činnostmi, které na sebe navazují, často na sobě závisí a jsou tudíž vnímány jako komplex služeb
- produkt cestovního ruchu nelze vyrábět na sklad
- v cestovním ruchu se projevuje, především v důsledku sezónnosti, ale i v souvislosti s módností, tradicemi a dalšími nepředvídatelnými faktory, zvýšená kolísavost mezi poptávkou a nabídkou
- poptávka je v cestovním ruchu výrazně ovlivňována fondem volného času, disponibilními příjmy potenciálních účastníků cestovního ruchu, cenovou hladinou nabízených služeb, životním stylem, rozvojem techniky apod.
- nabídku v cestovním ruchu silně ovlivňuje rozvoj a využívání techniky a technologií
- těsný vztah mezi nabídkou a poptávkou se projevuje především při změně cen nabídky a při změně objemu disponibilních příjmů potenciálních účastníků cestovního ruchu
- pro cestovní ruch je charakteristický vysoký podíl živé práce.

Závislost na geografickém prostředí a sezónnost a módnost zmiňuje i jiná publikace, která cituje autorku Malou. Přidává ještě další specifické rysy, kterými jsou místní vázanost atraktivit, přemísťování spotřebitele za atraktivitami do míst jejich výskytu a vysoká míra subjektivního vnímání přitažlivosti dané atraktivity s uplatněním módnosti. (Lednický et al., 2004, s 14)

### **3.1.3 Přínosy a negativa cestovního ruchu**

Pro regiony je cestovní ruch významnou oblastí, neboť přináší řadu výhod. Nikdy ale nesmíme zapomínat i na druhou stranu a musíme vidět i stranu negativ.

Význam cestovního ruchu pro obec či region Foret a Foretová (2001, s 47) spatřují nejen ve známých přínosech ekonomických, ale také obvykle méně uvědomovaných komunikačních. Cestovní ruch přináší přímé zdroje od zahraničních

turistů a od domácích turistů a přináší i nepřímé zdroje, tím že vytváří pracovní příležitosti, a tedy i mzdy a tím umožňuje další spotřebu a investice. Komunikační význam je spatřován v budování image města v očích návštěvníků, pomáhá oslovit potencionální investory a pomáhá oslovit potenciální zákazníky či spolupracovníky.

Vedle přínosů v ekonomické oblasti zmiňuje Királ'ová (2003, s 23) přínosy v oblasti ochrany životního prostředí a v oblasti sociálně-kulturní. Mezi přínosy v oblasti ochrany životního prostředí řadí příjmy ze vstupného do národních parků, jeskyní apod., které jsou použity na financování ochrany přírody a daně a poplatky, které pomáhají financovat ochranu přírodních zdrojů. Cestovní ruch pomáhá životnímu prostředí tím, že přispívá k uznání důležitosti ochrany životního prostředí veřejností a k výchově místních obyvatel k jeho ochraně a také vytváří pracovní příležitosti a tím může zabránit devastování přírodního prostředí místními obyvateli. Přínosem v oblasti sociálně-kulturní je vytváření pracovních míst a podpora sociálního rozvoje; prostřednictvím kulturně-výchovné funkce cestovního ruchu, kdy se lidé kontaktují a vnitřně se navzájem obohacují, si lidé více rozumějí a ztrácejí předsudky; možnost využívat zařízení vybudovaná pro návštěvníky destinace zvyšuje životní standard místních obyvatel; prostřednictvím cestovního ruchu se zachraňují kulturní tradice, historie a tradičních řemesel.

Jiní autoři (Lednický et al., 2004, s 14) chápou hlavní přínos cestovního ruchu pro rozvoj regionů v jeho působení jako prvek restrukturalizace zemědělství a průmyslu, v jeho uplatnění jako významného zdroje pracovních příležitostí, ve vytvoření možností a přitažlivosti pro umístění zahraničních investic, ve stimulačním působení na rozvoj technické a občanské vybavenosti, v jeho působení jako prostředek k růstu kulturnosti a vzdělanosti lidí a v jeho příznivém vlivu na rozvoj malého a středního podnikání a podpora tvorby jejich síťových struktur.

Z hlediska negativ jde o stejné oblasti jako u pozitiv, tedy vliv na životní prostředí, ekonomiku a sociálně-kulturní oblast destinace. Nejmarkantněji se v dopadu na životní prostředí projevuje neúměrné využívání přírodních zdrojů, znečišťování přírodního prostředí či fyzické znečišťování a to eroze půdy, zamoření ovzduší, půdy a vody, hluk, vznik lesních požárů, estetické znečištění přírodního prostředí, vytěžení

přírodních zdrojů, zvýšená spotřeba místních zdrojů, vymírání živočišných druhů, vymírání rostlinných druhů, stavební aktivity. V oblasti sociálně-kulturní jsou negativy komercializace, standardizace, ztráta autenticity, střet kultur, sociální stres, nerespektování etických norem. Negativní ekonomické dopady se projevují prostřednictvím skrytých nákladů, ekonomické závislosti lokální komunity na cestovním ruchu, sezónního charakteru práce, ekonomické krize, vzniku tzv. enklávového cestovního ruchu, vznik turistických ghett. (Királ'ová, 2003, s 24 - 26)

Negativní dopady lze pak shrnout na tyto oblasti:

- ztrátu charakteru vlastní unikátní kultury či způsobu života ve snaze přizpůsobit se požadavkům návštěvníků
- pokles morálky obyvatelstva, jež vede k nárůstu kriminality, prostituce, rozšíření hazardních forem zábavy, k diskriminaci určitých komunit
- růst cen jak zboží, tak nemovitostí i služeb a často opomíjení využívání vlastních produktů
- přeměna nositelů umění a řemesel z tvůrců originálních produktů na výrobce sériového charakteru
- zvýšení úrovně znečištění a znehodnocení životního prostředí
- změna charakteru přírodního prostředí v důsledku necitlivé výstavby
- vznik dodatečných nákladů vyplývajících z poškození přírody i památek při nezvládnutém a vhodným způsobem neusměrněném cestovním ruchu.

(Lednický et al., 2004, s 14)

Dopady cestovního ruchu na území, místní obyvatele i návštěvníky mohou být pozitivní i negativní. Proto by veškeré aktivity spojené s cestovním ruchem měly být realizovány tak, aby se minimalizovala případná negativa, tzn. je důležitá snaha o dlouhodobou udržitelnost těchto aktivit. (Galvasová et al., 2008, s 13)

### 3.1.4 Služby cestovního ruchu

Služby jsou rozhodující součástí produktu cestovního ruchu. Představují heterogenní soubor užitečných efektů určených na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. (Hesková, 2006, s 99)

Služby cestovního ruchu představují činnosti, jejichž výsledkem je užitečný efekt buď individuální, nebo společenský. (Orieška, 1999, s 6)

Ve většině případů nemůže zákazník v oblasti služeb vyjádřit hodnotu svého uspokojení dříve než po vlastní konzumaci. Zákazník hodnotí službu tak, že v první řadě srovná své očekávání s vlastní nabytou zkušeností. Poskytování služeb má tedy dvě dimenze – poskytnutí, které zákazník vyhledává, a zkušenost, kterou konzumací služby nabývá. (Kozel, 2006, s 240)

Služby cestovního ruchu lze členit podle různých hledisek. Hodně používané je členění služeb na základní a doplňkové. Druhy základních služeb jsou ubytovací, stravovací a dopravní služby. Druhy doplňkových služeb jsou obchodní, sportovně-rekreační, společensko-kulturní, lázeňsko-léčebné, směnářské, komunální, zprostředkovatelské služby a horská služby. (Hladká, 1997, s 28)

Hesková (2006, s104) služby člení mnohem více a to následovně:

Heterogenost služeb v cestovním ruchu umožňuje jejich základní rozdělení na služby cestovního ruchu a ostatní služby. Druhové členění služeb cestovního ruchu rozlišuje informační, dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, průvodcovské, asistenční, animační, organizátorské a zprostředkovatelské služby. Podle fáze realizace cestovního ruchu rozlišujeme služby, které účastník cestovního ruchu vyžaduje, kupuje a spotřebovává v místě trvalého bydliště, během cestování, během pobytu v cílovém místě a další služby v závislosti na druhu nebo formě cestovního ruchu. Z časového hlediska jde o služby poskytované v sezónním nebo mimosezónním období. Z hlediska uspokojovaných potřeb rozlišujeme základní a doplňkové služby cestovního ruchu. Podle charakteru spotřeby se služby cestovního ruchu člení na osobní a věcné. Z ekonomického hlediska se služby člení na placené a neplacené.

Charakteristiky jednotlivých druhů služeb uvádějí autoři takto:

Dopravními službami v cestovním ruchu Oriška (1999, s 41) i Hesková (2006, s 109) rozumí takové služby, které jsou spojeny se zabezpečením vlastní přepravy účastníků a jejich zavazadel včetně poskytování informací o dopravním spojení, rezervování míst v dopravních prostředcích, prodeje dopravních cenin, vyřizování reklamací atd. Oriška pak dopravní služby člení z několika hledisek. Podle druhu dopravy jde o služby železniční, letecké, silniční, vodní a ostatní dopravy, z teritoriálního hlediska se jedná o služby vnitrostátní a mezinárodní dopravy, z hlediska periodicity jde o služby v pravidelné a nepravidelné dopravě.

Úkol ubytovacích služeb vidí autoři Oriška (1999, s 9) a Hladká (1997, s 41) stejně. Jejich úkolem je umožnit účastníkům cestovního ruchu přenocování nebo přechodné ubytování mimo místo jejich trvalého bydliště, včetně uspokojení dalších potřeb, které s přenocováním a přechodným ubytováním souvisejí.

Stravovací služby zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy účastníků cestovního ruchu během jejich přepravy (v dopravních prostředcích) i pobytu v cílovém místě (služby základního stravování). (Oriška, 1999, s 87)

Že stravovací služby zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy, přiznává i Hesková (2006, s 111), dodává k tomu ještě, že přispívají k zotavování a vytvářejí větší fond volného času využitelný na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu.

Sportovně-rekreační služby umožňují účastníkům aktivní využití přírodních a uměle vytvořených předpokladů pro rozvoj sportu, rekreace a turistiky. (Oriška, 1999, s 10)

Sportovně-rekreační služby dělíme do tří skupin, na služby univerzálního charakteru, tedy ty, které nejsou vázány na přírodní předpoklady, dále na služby podmíněné přírodními podmínkami a na služby specializované (např. vysokohorskou turistiku, jízdu na koni, rybolov). (Hladká, 1997, s 55)

Kulturně-společenské služby se spojují s poznáváním, zábavou a společenskou komunikací, jsou součástí i jiných druhů cestovního ruchu, např. rekreačního, lázeňského, zdravotního nebo kongresového. (Hesková, 2006, s 113)

Kulturně-společenské služby uspokojují společenské a kulturní potřeby účastníků cestovního ruchu. (Orieška, 1999, s 10)

Kongresové služby jsou podle Heskové (2006, s 115) i Oriešky (1999, s 10) určeny pro upokojování potřeb účastníků kongresových akcí. Hesková ještě upozorňuje, že poskytování kongresových služeb vyžaduje existenci specifických materiálně-technických podmínek, které umožňují jednání, ubytování, stravování a efektivní využití volného času účastníků kongresových akcí.

### **3.2 Strategie destinace**

Každá destinace usiluje o svůj rozvoj. Aby byl rozvoj efektivní a vedl k očekávaným výsledkům, měla by mít destinace stanovenou strategii, ve které si přesně určí, čeho chce dosáhnout a jakým způsobem toho bude dosahovat.

Samotný pojem strategie je definován v zákoně 248/2000 Sb. O podpoře regionálního rozvoje jako střednědobý dokument, na období 3-7 let, který formuluje přístup státu k podpoře regionálního rozvoje, poskytuje potřebná východiska a stanovuje rozvojové cíle a zásady pro vypracování regionálních programů rozvoje. (Vystoupil et al., 2007, s 9)

Strategii lze obecně definovat jako dlouhodobý záměr činností k dosažení určitého cíle. (kolektiv společnosti Eurovision, 2007, s 7)

Ještě obecněji definuje strategii Lednický (2003, s 72), který říká, že strategie je vymýšlení všech rozsáhlých velkolepých kombinací, které připravují co nejvýhodnější pozici pro uplatnění konkrétní potřebné taktiky. Jinak řečeno, lze strategii chápat jako výsledek cílevědomého procesu rozhodování o budoucím vývoji daného organizačního celku.

Strategie má několik základních pojetí. Můžeme ji chápat jako přirozený výběr, jako plán, jako posloupnost dílčích kroků, jako kulturu, jako politiku nebo jako vizi. Tyto v teoretické rovině definované formy strategie lze v praxi izolovaně stěží nalézt, zpravidla jde o jejich kombinaci. (Wokoun, Malinovský et al., 2008, s 429)



Strategii autoři Řektořík, Šelešovský et al. (1999, s 29) chápou za jakýsi program rozvoje obce. Tento program rozvoje neboli strategie musí být cílená, to znamená, že bude koncipovaná jako dokument střednědobé až dlouhodobé koordinace veřejných a soukromých aktivit ekonomického, sociálního, kulturního a ekologického charakteru na jeho území. Stejnou definici programu rozvoje regionů podle Wokouna uvádí ve své publikaci Lednický (2003, s 66).

Význam programu rozvoje jako řídicího dokumentu pak tito autoři vidí především v tom, že poskytuje větší průhlednost rozdělení finančních zdrojů a jejich využití pro rozvoj obce nejen v budoucnosti. (Řektořík, Šelešovský et al., 1999, s 17)

Základními prvky každé úspěšné strategie jsou jednoznačné, konzistentní a dlouhodobé cíle, precizní porozumění konkurenčnímu prostředí a objektivní zhodnocení zdrojů. (kolektiv společnosti Eurovision, 2007, s 7)

Strategie je součástí procesu strategického plánování, konkrétně je jedním z jeho klíčových pojmů. Strategické plánování je proces, během něhož vzniká představa o tom, čím by se obec či organizace především chtěla zabývat, co by chtěla rozvíjet, jaké programy a služby by měly být nabízeny a jakou cestou by musela obec či organizace projít, aby mohla své záměry uskutečnit. Výsledky strategického plánování jsou zachyceny ve strategickém plánu a následně jsou tyto představy naplňovány díky procesu strategického řízení. (Řektořík, Šelešovský et al., 1999, s 7)

Dalšími dílčími částmi celkové strategie jsou priority. Priority tvoří základní části celku (všech zahrnutých sektorů), v rámci kterých má být dosaženo změn. (kolektiv společnosti Eurovision, 2007, s 56)

Vystoupil et al. (2007, s 102) definuje priority jako prohlášení komplexní povahy, vybrané a seřazené na základě významu, které v obecné formě definují řešení rozporu mezi současným a budoucím obrazem společnosti v daném území, za které strategický dokument zpracován.

Tvorba strategie není jednoduchou záležitostí. Malý návod, jak strategii tvořit, popisují ve své publikaci autoři Foret, Foretová (2001, s 162), kteří zdůrazňují, že ve strategii mikroregionu či kraje nesmíme zapomenout, že:

- 1) Musíme podporovat a rozvíjet partnerské a rovnoprávné vztahy mezi členskými obcemi regionu.

- 2) Musíme dokázat oslovit významné cílové skupiny i širokou veřejnost a vzbudit jejich zájem (využít jejich možností a vědomostí i finančních prostředků ve prospěch regionu), musíme jasně formulovat, co nabízíme, kam směřujeme, čeho chceme dosáhnout a jaké hodnoty jsou pro nás důležité.
- 3) Jedině znalostí současného stavu i minulosti regionu můžeme uvažovat o jeho vývoji do budoucna, případně se tento vývoj snažit pozitivně ovlivňovat.
- 4) Reálné naplnění strategických rozhodnutí nemůže být pouze záležitostí úředníků a zastupitelů, neobejde se bez spolupráce a zapojení široké veřejnosti, podnikatelů, místních škol či v daném regionu působících strategických monopolů (dodavatelé vody, energií – plyn, elektřina, teplo).
- 5) Strategie by se neměla stát jednorázovým, statickým dokumentem, je třeba ji chápat jako kontinuální proces vyhodnocování dosažených výsledků, působení vnějších vlivů a vnitřních možností, jako průběžné hledání příležitostí a eliminaci hrozeb.
- 6) Musíme soustavně sledovat situaci na trhu, nabízející se příležitosti, stejně jako hledat a získávat finanční zdroje pro rozvoj regionu (pro realizaci produktů i projektů).

Jiná autorka (Palatková, 2006, s 51) zdůrazňuje, že strategie destinace musí vytvářet hodnotu pro všechny své „akcionáře“, tedy pro klienty, pracovníky podnikatelských subjektů a další partnery organizace destinačního managementu, pro subjekty zapojené do řízení destinace, pro obyvatele destinace a obecně pro společnost.

Pro zachycení stanovené strategie se vypracovávají strategické dokumenty. Strategické dokumenty obecně slouží k formulaci cílů, jichž má být v určitém časovém horizontu dosaženo, a ke stanovení kroků (opatření, aktivit), jejichž prostřednictvím mají být tyto cíle naplněny. (Galvasová et al., 2008, s 222)

Strategický dokument zaměřený přímo na rozvoj území je v dlouhodobém horizontu základem kontinuálního rozvoje území a významně přispívá ke konkurenceschopnosti daného regionu ve všech strategických oblastech, včetně oblasti cestovního ruchu. (kolektiv společnosti Eurovision, 2007, s 9)

Strategický dokument cestovního ruchu je dokument, který formuluje přístup k podpoře rozvoje cestovního ruchu, poskytuje potřebná východiska a stanovuje

rozvojové cíle a zásady pro následné vypracování programů rozvoje cestovního ruchu. (Vystoupil et al., 2007, s 103)

V oblasti cestovního ruchu se tyto dokumenty se vypracovávají na úrovni národní a na úrovni regionální.

Nejvyšší úroveň představuje Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR, která byla vypracována pro roky 1999, 2002-2006 a 2007-2013. Kromě koncepcí jinak žádná národní strategie resp. program rozvoje cestovního ruchu celé ČR nebyl vypracován. (Vystoupil et al., 2007, s 20)

Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR představuje střednědobý strategický dokument, který vychází především z možností cestovního ruchu v České republice a účinnými nástroji podněcuje jeho další rozvoj. Cílem Koncepce je vytvoření strategického materiálu, který bude účinným nástrojem rozvoje cestovního ruchu v programovacím období Evropské unie na léta 2007 – 2013 a bude dostatečně reflektovat význam cestovního ruchu pro národní hospodářství České republiky.

(Koncepce státní politiky CR v ČR na období 2007-2013, s 3)

Podobně jako na úrovni České republiky existuje Koncepce státní politiky cestovního ruchu, zpracovávají své koncepční dokumenty také kraje. Důvodem je snaha o přesnější zmapování situace v oblasti cestovního ruchu v rámci jejich územního obvodu a následné relevantní zacílení rozvojových priorit. (Galvasová et al., 2008, s 218)

Strategický dokument ve Středočeském kraji se nazývá Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji.

Samotné město Benešov má pro řízení svého rozvoje také vypracovaný strategický dokument s názvem Cestovní ruch a volnočasové aktivity města Benešov.

Závěrem lze říci, že vytvoření vhodné strategie, která by přivedla obec k žádoucímu rozvoji je obtížná. Záleží na řadě okolností, jež proces rozvoje provázejí. Chce-li obec, město nebo region naplňovat určitou vizi, musí zvolit priority a cíle svého snažení a vybrat si strategii, se kterou vytyčené cíle dokáže realizovat. (Rektořík, Šelešovský et al., 1999, s 18, s 99)

### 3.3 Rozvoj cestovního ruchu

Vypracovávané strategie mají za účel definovat cíle a cesty, které vedou k rozvoji.

Rozvoj chápeme jako proces zlepšování pomocí rozšiřování, zvětšování nebo zdokonalování. (Beran, Dlask, 2005, s 13)

Pokud chceme rozvíjet cestovní ruch, je nezbytné splnit tři základní podmínky: zachovat bezpečnost v dané destinaci, vytvořit dostatečný fond volného času a zajistit přiměřené disponibilní důchody obyvatelstva. (Indrová et al., 2008, s 9)

Autoři Galvasová et al. (2008, s 60) upozorňují, že možnosti rozvoje cestovního ruchu v určitém území jsou do značné míry determinovány, protože řada předpokladů pro tento rozvoj vychází z územních daností (přírodních krás, přítomnosti vyhledávaných památek atd.). Pro úspěšný rozvoj nejen odvětví cestovního ruchu, ale pro celkový dlouhodobý socioekonomický rozvoj daného území je nezbytné realizovat aktivity citlivě, aby nedocházelo k narušení přírodního prostředí, ekonomiky nebo obtěžování místních obyvatel.

Rozvojem cestovního ruchu se zabývala i Evropská unie, resp. její výbor EHSV (Evropský hospodářský a sociální výbor). Tento výbor vypracoval doporučení pro další rozvoj cestovního ruchu.

Prvním doporučením je povzbudit potenciální uživatele programů sociálního cestovního ruchu k jejich účasti v činnosti jako je cestování, na kterou mají právo, ale ke které nemusí mít z celé řady důvodů přístup.

Druhým doporučením je ocenit přínos práce subjektů, které se účastní řízení různých programů sociálního cestovního ruchu.

Dále výbor doporučuje povzbuzovat subjekty, které se účastní řízení různých programů sociálního cestovního ruchu k dalšímu zlepšování jejich produktů a služeb, investování do zlepšení infrastruktury, inovování pomocí nových produktů, zvláště s nadnárodním rozměrem.

Aktivní zapojení podniků v sektoru cestovního ruchu do činností v oblasti sociálního cestovního ruchu, které mohou zajistit větší konkurenceschopnost a rentabilitu, jakož

i zajistit pracovní místa pro mnoho zaměstnanců po dobu celého roku také přispěje k dalšímu rozvoji.

Výbor doporučuje národním, regionálním a místním institucím a správním orgánům, aby zřizovaly programy cestovního ruchu pro všechny z důvodů jejich sociálních i ekonomických přínosů. Dodatečné výnosy z daní a odvodů, úspory dávek v nezaměstnanosti by měly být motivací pro poskytování dotací ekonomicky, sociálně nebo fyzicky znevýhodněným skupinám, protože se vynaložené náklady s úrokem vrátí. Doporučení evropským institucím zní - zajistit v souvislosti s cestovním ruchem pro všechny specializovanou technickou pomoc, podporu a pobídky, které nemusí být vždy ekonomické. Hlavními evropskými institucemi pro oblast cestovního ruchu pro všechny budou Komise a zejména její odbor pro cestovní ruch.

Všechny instituce by pak měly zvážit rozšíření politik tak, aby byly vyloučeny všechny druhy překážek v komunikačních a ubytovacích infrastrukturách a infrastrukturách služeb cestovního ruchu.

A posledním doporučením je pokračovat ve výměně zkušeností, propagaci a spolupráci v oblasti cestovního ruchu pro všechny zejména na Evropských fórech cestovního ruchu, konferencích a seminářích.

(Indrová et al., 2008, s 82)

Na rozvoj se můžeme dívat i z pohledu konkrétní územní jednotky. Regionální rozvoj je zapotřebí chápat především z hlediska trvalého zabezpečování vyváženého rozvoje krajů a obcí. (Hrabánková, 2002, s 56)

Tato autorka také definuje základní faktory rozvoje regionů, které intenzitu cestovního ruchu mohou ovlivnit. Za tyto faktory lze považovat přírodní faktory, lidské, sociální a demografické faktory a ekonomické faktory. (2002, s 56)

Rozvoj cestovního ruchu je podporován řadou faktorů, které souvisejí s růstem počtu obyvatelstva naší planety, zlepšováním jejich zdravotního stavu a zvyšováním vzdělanosti, která postupně překonává jazykové bariéry a podněcuje touhu po poznání nových míst, kultur a prožití neobvyklých zážitků. Podnětem pro rozvoj cestovního ruchu je i postupující globalizace, spojená se soustředováním lidí do velkých

aglomerací, rozšiřováním moderních technologií, které umožňují bezproblémovou komunikaci a rychlé překonání vzdáleností. (Indrová et al., 2008, s 9)

Rozvojové předpoklady a možnosti lze podle autorů Rektořika, Šelešovského et al. (1999, s 7) a Wokouna, Malinovského et al. (2008, s 452) stanovit na základě analýz kvantitativní a kvalitativní úrovně vnějších a vnitřních podmínek, předpokladů, problémů a bariér rozvoje mikroregionu.

Tito autoři také zmiňují, že může dojít k rozvojovým problémům, které vyplývají buď z nedostatečného objektivního či subjektivního rozvinutí vnějších a vnitřních podmínek během dosavadního rozvoje mikroregionu nebo naopak z přecenění jejich možností, které neodpovídají celkovému stavu jejich rozvoje.

### **3.4 Destinace a její řízení**

#### **3.4.1 Destinace**

Dle UNWTO a dalších autorů se destinací rozumí geografický prostor (stát, region, místo), který si návštěvník vybírá jako svůj cíl cesty. (Galvasová, 2008, s 26)

Fellegiová (2008, s 10) k tomu dodává že, co se týče velikosti destinace, účastník cestovního ruchu se orientuje na základě svých potřeb a vybírá si různě velké oblasti.

Destinace znamená cílové místo, které může označovat turistickou lokalitu, region, stát, skupinu zemí a dokonce kontinent. Produktem destinace jsou atributy, jako je ubytování, stravování, doprava, průvodcovské služby, atd. (Hrabánková, 2002, s 43)

Királová (2003, s 15) destinaci cestovního ruchu definuje jako přirozený celek, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací.

Destinaci můžeme také chápat jako území s významnou nabídkou atraktivit a infrastrukturou cestovního ruchu. Vymezení destinace se liší od účelu, např. marketingové, geografické či administrativní vymezení apod. (Vystoupil et al., 2007, s 9)

Podle Palatkové (2006, s 16) je destinace představována svazkem různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu místa nebo oblasti.

Při rozvoji destinace je koordinace zájmů všech zainteresovaných stran jednou z podmínek nekonfliktního rozvoje cestovního ruchu. Předpokladem úspěšné koordinace je systematická a kontinuální spolupráce všech zainteresovaných subjektů, podnikatelské myšlení zainteresovaných subjektů, vypracování a realizace koncepce rozvoje cestovního ruchu v destinaci, znalost společných zájmů, stanovení společných cílů a vytvoření organizačních předpokladů pro realizaci společných zájmů a dosažení společných cílů. (Királ'ová, 2003, s 18)

### **3.4.2 Primární a sekundární nabídka**

Destinace, do kterých účastníci cestovního ruchu cestují, se vyznačují primární a sekundární nabídkou.

Cílové místo musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, který se označuje jako primární nabídka. (Hesková, 2006, s 15)

Malá (1999, s 48) uvádí ve své publikaci definici primární nabídky Kaspara, který tvrdí, že primární nabídka obsahuje všechny faktory, které z hlediska své podstaty nemají přímý vztah k cestovnímu ruchu, ale svoji přitažlivostí dávají cestovnímu ruchu charakteristickou podobu.

Primární nabídka cestovního ruchu zahrnuje základní složky produktu „destinace cestovního ruchu“, a to přírodní, kulturně-historický a kulturně-společenský potenciál. Přírodní potenciál destinace představuje soubor podmínek, které jsou významným činitelem a vnějším motivačním faktorem determinujícím účast na cestovním ruchu. Jde o geomorfologický, klimatický, klimatický, hydrologický a biologický potenciál. Kulturně-historický potenciál destinace tvoří uměle vytvořené, lokalizované složky produktu. Jde o hrady a zámky, muzea, skanzeny, rezervace lidové architektury, sakrální památky, městské památkové rezervace, národně-historické

památky, zábavní a tématické parky. Kulturně-společenské, sportovní a jiné akce patří k uměle vytvořeným, organizovaným složkám produktu. (Királ'ová, 2003, s 40)

Prostředkem k dosažení cíle (účasti na cestovním ruchu) je různorodá infrastrukturní vybavenost, která se označuje jako sekundární nabídka. Jde o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat, stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity typické pro cestovní ruch. (Hesková, 2006, s 15)

Királ'ová (2003, s 42) sekundární nabídku cestovního ruchu vymezuje jako prostředky ke splnění uvedených tužeb a očekávání. Tvoří ji turistická supra a infrastruktura. Turistická suprastruktura zahrnuje ubytovací a hostinská zařízení. Turistickou infrastrukturu tvoří tour operátoři, cestovní kanceláře a cestovní agentury, informační kanceláře cestovního ruchu, směnárny, sportovně-rekreační zařízení, kulturně-společenská zařízení, rekreační doprava, záchranná služba.

Vybavenost míst cestovního ruchu (sekundární nabídka) je od primární nabídky odvozená a musí odpovídat charakteru atraktivit, jež se v daném místě nacházejí - v objemu kapacit, v jejich struktuře, v lokalizaci, typu staveb, apod. (Malá, 1999, s 50)

Tento vztah mezi primární a sekundární nabídkou uvádí také Vystoupil et al. (2007, s 49). Podle něj sekundární potenciály jsou závislé na přitažlivosti primárního potenciálu. Primární potenciály představují přírodní a společenské atraktivity a sekundární potenciály vytvářejí materiálně technickou základnu, realizují příjmy v lokalitě, vytvářejí pracovní místa, oživují centra měst a venkovskou krajinu a zvyšují přitažlivost místa.

### **3.4.3 Management destinace**

Každá destinace, aby mohla efektivně fungovat a rozvíjet se, musí být řízena. Proces řízení destinace se označuje jako management destinace nebo také destinační management.

Pro autorky Palatkovou (2006, s 49) a Heskovou (2006, s 155) management destinace představuje strategii rozvoje, s jejíž pomocí chtějí regiony reagovat



na požadavky trhu cestovního ruchu, a tak dělá management destinace z „pouze“ propojených regionů strategicky řízené konkurenční jednotky.

Podle Fellegiové (2008, s 8) je destinační management definován jako nejvyzrálejší forma řízení.

Managementem destinace cestovního ruchu rozumíme soubor technik, nástrojů a opatření používaných organizací cestovního ruchu v destinaci při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci za účelem dosažení jeho udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu. (Galvasová et al., 2008, s 134)

Názory na úkoly destinačního managementu jsou většinou shodné.

Podle Hrabánkové (2002, s 49) úkolem destinačního managementu je koordinace činností jednotlivých subjektů tak, aby byly naplněny cíle rozvoje cestovního ruchu v destinaci, vybudována a trvale rozvíjena pozitivní image destinace.

Obdobným způsobem úkol managementu destinace chápe kolektiv společnosti Eurovision (2007, s 24). Hlavními úkoly jsou usnadnění cestovních transakcí a operací, spojení roztržštěných dodavatelů se zákazníkem, integrace mnoha různorodých prvků destinace a prezentace integrovaných prvků na trhu pod zastřešením značky destinace.

Řízení destinace mají na starosti zpravidla organizace destinačního managementu, což jsou profesionální společnosti, jejichž hlavním účelem je organizace řízení v destinaci. Cílem takové organizace se stává zjištění zájmů jednotlivých subjektů destinace, formulování společného zájmu destinace a především formulovat zásadní odpověď co z toho bude mít destinace a co každý její prvek. Mezi aktivity této organizace patří marketingová činnost, kooperační a koordinační činnost, projektová a koncepční činnost, výzkumná činnost a informační činnost. (Fellegiová, 2008, s 11, 13)

Tyto organizace zpracovávají strategie rozvoje v oblasti cestovního ruchu, ale zabývají se jimi také místní samosprávy. (Fellegiová, 2008, s 14)

### **3.5 Marketing**

Marketing je sociální proces, při kterém jednotlivci a skupiny získávají to, co si přejí a co potřebují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných produktů a služeb s ostatními. (Kotler, 2001, s 24)

Autoři De Pelsmacker, Geuens, Van den Bergh (2003, s 23) a Kotler (2001, s 25) chápou marketing jako proces plánování a realizace koncepce cenové politiky, podpory a distribuce idejí, zboží a služeb s cílem tvořit a směřovat hodnoty a uspokojovat cíle jednotlivců i organizací.

Kotler (2001, s 25) dodává, že marketing můžeme chápat jako umění a vědu výběru cílových trhů, získávání a udržování rostoucího počtu zákazníků pomocí vytváření a dodávání vysoké spotřebitelské hodnoty.

Marketing slouží k určení a uspokojení potřeb zákazníků, a tím k dosažení požadovaného zisku a prospěchu jak pro subjekty podílející se na cestovním ruchu, tak i pro celý uvažovaný region. Jako základní marketingový nástroj je používán tzv. marketingový mix. (Galvasová et al., 2008, s 145)

#### **3.5.1 Marketing cestovního ruchu**

Morrison (1995, s 16) přizpůsobil definici marketingu na oblast cestovního ruchu a definuje ho jako plynulý proces probíhající v dílčích krocích, prostřednictvím něhož management v odvětví pohostinství a cestovním ruchu plánuje, zkoumá, naplňuje, kontroluje a vyhodnocuje činnosti navržené k zajištění jak zákaznických potřeb a skrytých přání, tak i cílů své vlastní organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnosti dalších komplementárních organizací.

Odlišně definují marketing cestovního ruchu autoři Pásková a Zelenka (2002, s 170). Marketing cestovního ruchu je pro ně marketingem služeb a je nutné rozšíření marketingového mixu.

Oproti tomu Morrison (1995, s 37) pojmem marketing služeb definuje koncepci založenou na poznání jedinečnosti všech služeb, je to obor marketingu modifikovaný pro obory služeb obyvatelstvu.

Vzhledem k řadě specifík, které oblast cestovního ruchu má, je třeba zvláštního přístupu k marketingu cestovního ruchu. Tyto přístupy popsal kolektiv společnosti Eurovision (2007, s 60). Jsou reprezentovány především:

- používáním více než jen „4 P“,
- větší význam ústní reklamy,
- používání emotivní přitažlivosti propagace,
- složitější ověřování inovací,
- rostoucí význam dobrých vztahů s komplementárními firmami.

### **3.5.2 Marketingový mix**

Marketingový mix je soubor taktických nástrojů, které může poskytovatel určitých služeb využívat pro získávání konkurenceschopnosti svého produktu a pro jeho prosazení se na trhu. Marketing cestovního ruchu rozšiřuje klasickou podobu marketingového mixu o další 4P: people (lidé), packaging (tvoření balíčků), programming (programování) a partnership (spolupráce, kooperace). (Foret, 2003, s 66)

Marketingový mix představuje všechny kontrolovatelné faktory, které byly vybrány, aby byly uspokojily zákazníkovi potřeby. (Morrison, 1995, s 190)

Pro oblast cestovního ruchu je marketingový mix tvořen 8P. Jednotlivé charakteristiky těchto „P“ jsou následující:

#### *1) Produkt*

Podle vymezení Americké marketingové asociace se za produkt považuje to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřebu lidí. (Foret, 2003, s 66)

Stručněji lze říci, že produkt je vše, co je objektem směny. (kolektiv společnosti Eurovision, 2007, s 65)

## 2) *Price*

Cena obecně představuje množství peněžních jednotek požadovaných za produkt. Cena je jediným prvkem marketingového mixu, který vytváří příjmy. (Foret, 2003, s 69)

Morrison (1995, s 228) poukazuje právě na tvorbu příjmů tímto „P“ a zdůrazňuje, že Price vyžaduje mnohem větší pozornost, protože je hlavním determinantem zisku.

## 3) *Place*

V případě marketingu cestovního ruchu lze otázku místa a s ním související distribuce chápat minimálně ve třech podobách, a to atraktivita místa, poloha místa a zajištění dopravní dostupnosti místa. (Foret, 2003, s 71)

Jiní autoři překládají toto „P“ jako distribuci. Morrison (1995, s 226) place vysvětluje jako způsob, jak organizace plánuje spolupráci s ostatními komplementárními skupinami v rámci distribučních cest.

Kolektiv společnosti Eurovision (2007, s 66) pak vymezuje tři způsoby, jak lze produkty CR ve spojení s klasifikací podle komplexnosti poskytovaných služeb distribuovat: jako komplexy služeb (package), jako jednotlivé služby a jako požadovaná kombinace základních služeb.

## 4) *Promotion*

Tento pojem se v chápání autorů nejčastěji překládá jako propagace. Marketingové pojetí propagace se tradičně opírá o šest hlavních nástrojů: reklamu, podporu prodeje, public relations, osobní prodej, direkt marketing a internet. (Foret, 2003, s 71)

Podle Morrisona (1995, s 226) jsou nástroji neboli technikami propagačního mixu reklama, osobní prodej, podpora prodeje, interní reklama, vztahy s veřejností a publicita. Jak bude každá z technik propagačního mixu využita, specifikuje marketingový plán.

Propagace je podle kolektivu společnosti Eurovision (2007, s 67) nejvíce viditelnou a zřejmě nejdůležitější součástí marketingu. Produkt, který není vhodně propagován, se samozřejmě hůře prodává a pomaleji si vytváří pozici na trhu.

#### 5) *People*

Pro oblast služeb a cestovního ruchu je velice důležitý výběr a způsob řízení zaměstnanců. Ti jsou totiž neoddělitelně spjati s nabízeným produktem.

(Foret, 2003, s 72)

Jsou to ale nejen zaměstnanci podniků a hosté, ale také místní obyvatelstvo. To může, ale také nemusí být příznivě nakloněno budování určitého místa jako turistické destinace. (kolektiv společnosti Eurovision, 2007, s 72)

#### 6) *Packaging*

Pojem packaging se překládá jako balíčkování. Jde vlastně o kompletování služeb (vytváření balíků služeb, package), který zjednodušuje zákazníkovi proces zajišťování dovolené. (kolektiv společnosti Eurovision, 2007, s 72)

Na základě zjištění, co lidé potřebují a co si přejí, jsou kombinovány různé služby a vybavení, aby odpovídaly zjištěným potřebám. (Morrison, 1995, s 225)

Foret (2003, s 72) se blíže zajímali o tvorbu balíčků. Podle něj je balíček komplexem služeb, který vzniká za spolupráce a partnerství více organizací, které své dobré služby prezentují společně.

Morrison k tomu dodává, že kombinace souvisejících nebo komplementárních služeb cestovního ruchu je zahrnuta pod jednu cenu. (1995, s 515)

#### 7) *Programming*

Programování spočívá ve vytváření vzájemně navazující nabídky služeb a atraktivit CR, které vytvářejí výsledný produkt CR. Jde o postup typický pro kvalitní destinační management. (kolektiv společnosti Eurovision, 2007, s 73)

Morrison (1995, s 516) definuje toto „P“ jako rozvoj a přípravu takových činností, událostí nebo programů, které zvyšují spotřebu nebo konzumaci služeb, nebo zvyšují přitažlivost packagů nebo dalších služeb cestovního ruchu.

Mezi programmingem a partnershipem existuje úzký vztah. Tak to aspoň vidí Foret (2003, s 72). Vznik partnerství a následně i vznik společných integrovaných produktů bývá nastartován vyhlášením zajímavých projektů, jejichž cílem je propojit společně úsilí více organizací a dát šanci všem, kdo mohou a mají zájem se do těchto společných programů zapojit.

#### 8) *Partnership*

Partnership neboli partnerství zahrnuje spolupráci poskytovatelů služeb v destinaci – zprostředkovatelů/organizátorů, místní komunity a místní samosprávy při vytváření regionálního produktu a jeho propagaci.

(kolektiv společnosti Eurovision, 2007, s 74)

Marketingový plán by měl vymezit určitý prostor společným diskuzím o možné spolupráci, jejích nákladech a finanční návratnosti. (Morrison, 1995, s 228)

Foret (2003, 73) upozorňuje, že právě proto, že spokojenost zákazníků je v cestovním ruchu závislá na partnerech, kteří se často ani neznají a nepůsobí ve stejném místě, je nutné, aby o sobě alespoň věděli, aby spolu komunikovali a hlavně spolupracovali. Zákazník chápe a hodnotí svůj pobyt jako komplex, balíček. Pokud nebude s nějakou částí spokojen, znovu se nevrátí.

## **4 Analýza a hodnocení cestovního ruchu ve městě Benešov**

V úvodu této části práce bylo vymezeno území, na kterém byla následně prováděna analýza cestovního ruchu. Na tomto území sice existuje strategický dokument, přesto byla provedena analýza a dotazníkové šetření vlastní, pro ověření, že na území existují dokumentem zjištěné problémy.

Vzhledem k zaměření diplomové práce na strategický rozvoj byla předlohou pro zpracování analýzy publikace Metody pro tvorbu strategických a programových dokumentů cestovního ruchu od autorů Vystoupil a kol. Pro zjištění stávajících podmínek na daném území bylo třeba provést 4 analýzy, a to hodnocení ekonomického významu cestovního ruchu, analýzu a hodnocení turistické nabídky, analýzu a hodnocení turistické poptávky a SWOT analýzu. Tyto analýzy pak ještě obsahují další body, které blíže specifikují obsah těchto analýz. Marketingový průzkum pro zjištění názorů návštěvníků a místních obyvatel na současnou situaci ve městě je součástí analýzy a hodnocení turistické poptávky. [31]

### **4.1 Vymezení území**

Město Benešov se nachází 37 km jihovýchodně od Prahy v kraji mezi řekou Sázavou a horou Blaník v turistické oblasti Střední Čechy - jihovýchod (dle členění CzechTourismu). Benešov je obcí s rozšířenou působností a také bývalým okresním městem. Město s 16 682 obyvateli a s výměrou 46,87 km<sup>2</sup> je tvořeno dvěma katastrálními územími: Benešov a Úročnice. Zámek Konopiště, který je součástí města, se nachází 2 km západně od Benešova. [73]

## 4.2 Hodnocení ekonomického významu cestovního ruchu

### 4.2.1 Příjmy v cestovním ruchu

*Vývoj devizových příjmů a výdajů z cestovního ruchu v České republice (v mld. Kč)*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Devizové příjmy	115,1	118,1	96,3	100,3	107,1	110,9	113,1
Devizové výdaje	49,4	52,8	51,5	54,4	58,4	57,8	60,0
Saldo	65,7	65,3	44,7	45,9	48,8	53,2	53,1

Zdroj: Program rozvoje cestovního ruchu Středočeského kraje - Analýza, 2007, s 17

Vývoj devizových příjmů a výdajů má rostoucí tendenci mimo rok 2002, kdy došlo k poklesu. Tento rostoucí trend lze označit jako pozitivní vývoj cestovního ruchu.

*Podíl cestovního ruchu na HDP a na přidané hodnotě*

Ukazatel	2003	2004	2005	2006	2007
Podíl cestovního ruchu na hrubé přidané hodnotě (v %)	3,4	3,3	3,0	2,7	2,6
Podíl cestovního ruchu na HDP (v %)	3,4	3,5	3,2	3,0	2,9

Zdroj: [http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa\\_hlavni\\_ukazatele\\_narodniho\\_hospodarstvi\\_a\\_cestovniho\\_ruchu\\_v\\_cr](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa_hlavni_ukazatele_narodniho_hospodarstvi_a_cestovniho_ruchu_v_cr)

„V letech 2003 až 2006 s výjimkou roku 2004 podíl cestovního ruchu na HDP klesal, a to přesto, že výdaje účastníků cestovního ruchu byly v roce 2006 o 14,7 % vyšší než na počátku sledovaného období. Celková spotřeba vnitřního cestovního ruchu na území České republiky dosáhla v roce 2006 hodnoty 217 mld. Kč.“ [39]

### 4.2.2 Podnikatelská aktivita a zaměstnanost v cestovním ruchu

„Co do počtu podnikatelských subjektů v cestovním ruchu se Středočeský kraj řadí mezi kraje s průměrným počtem podnikatelských subjektů v cestovním ruchu na 1000 obyvatel. Vesměs se jedná o fyzické osoby, podíl obchodních společností představuje cca 5 % a je o něco nižší než v ostatních krajích. Nejméně podnikatelské aktivity je na Kladensku (menší turistická atraktivita), více v regionech Praha-západ, Berounsko a Rakovnicko.“ [27, s 45]



Okres Benešov spadá do obcí s průměrnou intenzitou podnikatelské aktivity. Počet podnikatelů na 1000 ekonomicky aktivních obyvatel je v rozmezí od 14,5 do 33,2. [1]

„Struktura zaměstnanosti v komerčních službách ve Středočeském kraji je i přes orientaci kraje na zemědělství a průmysl nadprůměrná, ve srovnání s ostatními kraji čtvrtá nejvyšší. Ale zaměstnanost v pohostinství a službách už tak vysoká není, Středočeský kraj předstihl kraj Karlovarský, Plzeňský, Jihočeský, Vysočina a Praha.“ [27, s 45]

„Zaměstnaní podle odvětví OKEČ ubytování a stravování ve Středočeském kraji se v jednotlivých letech vyvíjeli následovně: v roce 2003 20,7 tis. osob, v roce 2004 21,3 tis. osob a v roce 2005 18,4 tis. osob.“ [27, s 46]

V oblasti zaměstnanosti v cestovním ruchu se podíl ekonomicky aktivních osob v pohostinství a ubytování pohybuje mezi 0,5 až 2,2%. Tímto procentem se Benešov řadí do skupiny obcí s podprůměrnou intenzitou. [1]

### **4.3 Analýza a hodnocení turistické nabídky**

#### **4.3.1 Přírodní předpoklady**

Benešov se nachází v nadmořské výšce 360 m nad mořem v Benešovské pahorkatině, která je součástí Středočeské pahorkatiny a jedná se o terén členitý a lesnatý. Vybraným územím diplomové práce je město Benešov, reliéf bude ale zhodnocen i s blízkým okolím. Typově lze krajinu zařadit dle Mariota do typu B: reliéf s částečnými předpoklady pro letní krátkodobou rekreaci, který je vhodný pro pěší turistiku, cykloturistiku, sportovní činnosti, návštěvu pamětihodností, chataření nebo rybaření. [31] Tento typ reliéfu je pro cestovní ruch dobře využitelný.

Pro hodnocení klimatu se v České republice používá Quittova klasifikace klimatu, která rozlišuje 23 jednotek v oblastech teplá, mírně teplá a chladná. Benešov patří do oblasti mírně teplé, což lze považovat za oblast s průměrným klimatem pro cestovní ruch. Průměrná roční teplota se pohybuje od 8,1 do 9 °C a roční úhrn srážek je mezi 601-700 mm. [36, 37, 71]

Z hydrologických prvků se v Benešově nachází Benešovský potok a pod zámek Konopišťský rybník o rozloze 20,6 ha, který slouží k vodohospodářským a rybářským účelům. Město nedisponuje žádnou přírodní plochou vhodnou ke koupání nebo přírodním koupalištěm. Významná přírodní vodní plocha nejen pro koupání je na Slapské přehradě - koupaliště Slapy-Měřín (26 km od Benešova), Slapy-Nová Rabyně (24 km od Benešova) a Slapy-Nová Živohošť (24 km od Benešova). U těchto koupališť je ale zhoršená jakost vody pro koupání. [49] Benešov a Slapy spojuje silnice II. třídy směr Neveklov, doprava je možná autem nebo autobusy, ale spoje nejsou četné.

Benešova se dotýká vliv řeky Sázavy. Celková délka tohoto toku je 224,6 km, pro lodě je sjízdná téměř celá řeka (208 km). Celkem na řece Sázavě funguje 20 kempů a tábořišť. Řeku lze rozčlenit na tři části. Horní tok u Přibyslavi a Světlé nad Sázavou, střední tok od Ledče po Krhanice a dolní tok z Týnce nad Sázavou do Pikovic. Právě dolní tok je pro vodní turistiku Benešovska významný. Z měst Týnec nad Sázavou a Čerčany, která se nachází 10 km od Benešova, lze naplánovat jedno i vícedenní výlety, například Týnec-Pikovice (16,5 km, nejoblíbenější trasa), Čerčany-Týnec (14 km) nebo Zlenice-Týnec (18 km). [69]

Vzhledem k tomu, že se jedná o město, můžeme přírodu hodnotit z hlediska parků a zeleně ve městě. V těsné blízkosti města se nachází zámecký park Konopiště o rozloze 340 ha. Park tvoří louky, lesy a rybník, vedou jím upravované pěší cesty, některé i vyasfaltované, a součástí parku je tzv. Růžová zahrada se skleníky, ve kterých je expozice exotických rostlin. V celém parku se nachází řada cizokrajných i českých dřevin. Lesní závod Konopiště plánuje v areálu zámeckého parku postavit dva nové altány a vybudovat nové naučné stezky např. se ZOO koutkem. V samotném městě se nachází tři parky – na vršku Karlov, před Gymnáziem a park u domova důchodců na Karlově. Parky slouží k odpočinku místních obyvatel v letních měsících.

### *Shrnutí*

Krajina v okolí Benešova je dobře využitelná pro cestovní ruch, neboť patří do typu reliéfu s předpoklady pro letní krátkodobou rekreaci. Zámecký park představuje největší potenciál z hlediska přírodních předpokladů ve městě. Problém byl nalezen

u ploch ke koupání, přírodní plochy vhodné ke koupání se nenachází ve městě nebo jeho těsné blízkosti.

#### **4.3.2 Kulturně-historické předpoklady**

##### ***Historické památky***

##### Zámek Konopiště

Zámek Konopiště je jedním z nejnavštěvovanějších zámků v České republice díky svým exteriérům a zbrojnici s rozsáhlými sbírkami. Velký význam má celý areál zámku, jehož součástí je krásný a rozsáhlý park, rybník, Růžová zahrada, přírodní divadlo a Muzeum motocyklů.

Předchůdcem dnešního zámku byl hrad ze 13. století, který po vzoru francouzských kastelů nechali zbudovat páni z Benešova a přesunuli sem své rodové sídlo. Podle historiků nesl hrad jméno podle polí s konopím, která se nacházela vedle hradu. Od 14. století se zde střídali známí i méně známí majitelé (Šternberkové, Hodějovští, Lobkovicové), došlo k menším přestavbám, ale nejvýznamnějším a posledním majitelem se stává v roce 1887 habsburský arcivévoda František Ferdinand d'Este, synovec císaře Františka Josefa I., budoucí následník rakouského trůnu. Tento majitel provádí na zámku podstatné změny a úpravy, kterých se zúčastnil také architekt Josef Mocker, známý z přestavby Karlštejna. Zámek byl upraven do romantického slohu, zaniklo hospodářské a průmyslové podzámčí a místo toho vznikl velký anglický park. Protože byl arcivévoda vášnivým lovcem, zámecké místnosti byly vybaveny muzeálními sbírkami, loveckými trofejemi i velmi vzácnou zbrojnicí. Za jeho působení také vznikla jedinečná herna se střelnicí a svatojiřské muzeum. Další podstatnou změnou bylo zavedení vodovodu a elektřiny na zámek. Nejrůznější přestavby, úpravy, vynálezy a dobové vymoženosti, které František Ferdinand d'Este na zámku vytvořil, jsou hlavním lákadlem pro prohlídku zámku. Od roku 1918 patří zámek státu. Interiéry jsou zařízeny tak, jak bývali za arcivévody Františka Ferdinanda d'Este, v anglickém parku přibyla tzv. Růžová zahrada se skleníky a vzácnými květinami. [68]

Základní nabídku konopištského zámku tvoří tři prohlídkové okruhy s průvodcem, bez průvodce je pak možné navštívit další 4 okruhy. Pro turisty jsou připravené i atraktivní doprovodné programy jako ukázka sokolnictví, projížďky motorovým vláčkem po zámeckém parku nebo koncerty vážné hudby.

*Okruhy s průvodcem:* [74]

1. *okruh:* Zámecké salony jižního křídla - Reprezentační a hostinské místnosti s loveckou chodbou s trofejemi a střelnice. První okruh trvá padesát minut a obsahuje návštěvu deseti salonů jižního křídla.

2. *okruh:* Zámecké salony severního křídla - Nejstarší část zámku tzv. kronprinc s obytnými místnostmi, zbrojnice, kaple, výtah. Druhý okruh trvá padesát pět minut.

3. *okruh:* Soukromé pokoje Františka Ferdinanda - Obytné místnosti rodiny Františka Ferdinanda ve 3. patře zámku. Třetí okruh trvá 70 minut a jde o pohled do šlechtického života na začátku 20. století.

*Okruhy bez průvodce:*

Bez průvodce lze navštívit Muzeum sv. Jiří, Střelnici Františka Ferdinanda, Skleníky v Růžové zahradě (teplomilné a tropické rostliny) a výstavu 110. výročí cesty kolem světa Františka Ferdinanda. [75]

#### Zřícenina klášterního kostela minoritů

Původní klášter Nanebevzetí Panny Marie stojící na vrchu zvaném Karlov byl roku 1420 vypálen husity. Zachovalo se jen torzo presbytáře se dvěma hrotitými okny a zbytky kružeb s opěrnými pilíři. Pod touto zříceninou stojí zvonice s malými zazděnými fragmenty architektonických článků kláštera. [51]

#### Kostel sv. Mikuláše

Kostel sv. Mikuláše je nejstarší dochovanou stavbou v Benešově, byl vybudován už ve 13. století Na Karlově a v průběhu let byl několikrát přestavován. Původní gotický styl byl přestaven do renesančního, další přestavba tentokrát barokní proběhla na konci 17. století. Interiér je bohatě zdobený, nejvíce zde vyniká hlavní oltář a kazatelna se sochařskou výzdobou z dílny Matyáše Bernarda Brauna, obrazy v kostele jsou od Ignáce Raaba. U kostela se dochovala i zděná zvonice se třemi zvony. [51]

### Piaristická kolej a kostel sv. Anny

Kostel sv. Anny je z 18. století a byl vystavěn v barokním slohu podle Giovanniho Battisty Alliprandiho. Uvnitř je kostel bohatě barokně vybaven. [51]

### *Shrnutí*

Benešov je typickým městem s historickým centrem a řadou církevních památek. Obrovský význam pro cestovní ruch Benešova má zámek Konopiště, protože patří k nejnámějším památkám v České republice. Jako v minulosti těžilo město z blízkosti zámku při svém hospodářském rozvoji, dnes může těžit z velkého zájmu a návštěvnosti tohoto zámku při rozvoji cestovního ruchu ve městě.

### ***Kulturní zařízení***

Poptávku po kulturním vyžití mohou v Benešově uspokojit tyto zařízení: Městské divadlo, přírodní divadlo Konopiště, kino, Kulturní centrum Karlov, Muzeum umění a designu a Muzeum motocyklů.

### Městské divadlo

V sále Městského divadla se pořádají divadelní představení, koncerty, plesy, taneční kurzy, semináře, zkoušky a představení ochotnických divadelních souborů, apod. Kapacita sálu je 280 míst, při plesové úpravě 146 míst a pro semináře a školení 200 míst. [52]

### Přírodní divadlo Konopiště

Divadlo se nachází v areálu zámku Konopiště, počet míst k sezení je 5 000 míst na dřevěných lavičkách bez opěradel. Město Benešov, které je vlastníkem plánuje kompletní rekonstrukci tohoto amfiteátru. [52]

### Kulturní centrum Karlov

Kulturní centrum Karlov je největší sál nacházející se v Benešově. Po celý rok se zde každou sobotu konají diskotéky, pořádají se zde koncerty známých kapel a v plesové sezóně je zde uskutečněna většina plesů na Benešovsku. Přes svoji vytíženost však kulturní centrum není v dobrém technickém stavu.

### Muzeum umění a designu

Jde o muzeum zaměřené na expozice české malby, plastiky, grafiky, fotografie a designu 20. století. Návštěvnost muzea v roce 2008 činila 7 000 lidí. [52, 59]

### Muzeum motocyklů

Muzeum je umístěno u parkoviště u zámku Konopiště a je oficiálním továrním muzeem značky Jawa. Kromě exponátů a video prezentací o motocyklech Jawa, muzeum prezentuje závodní úspěchy českých motocyklových značek ve 20. století. V roce 2008 navštívilo toto muzeum 18 000 lidí. [57, 80]

### *Shrnutí*

Počet i kapacita kulturních zařízení je dobrá. Významnějším zařízením je Muzeum motocyklů, které těží z výhodné polohy u zámku. Problémem je trochu technický stav některých zařízení. Zejména Kulturní centrum Karlov by potřebovalo kompletní rekonstrukci a modernizaci, v kině byla modernizace provedena jen částečně a přírodní divadlo Konopiště také potřebuje rekonstrukci.

### ***Kulturní akce***

V sále Městského divadla jsou celoročně pořádány koncerty a divadelní představení. Některé koncerty jsou pořádány i v aule Gymnázia Benešov. Velkou událostí pro Benešov jsou hudební festivaly Jaro Josefa Suka a Podblanický podzim. Festival Jaro Josefa Suka probíhá výhradně v Benešově, v aule Gymnázia a v sále Městského divadla. Jedná se o pět koncertů v měsíci dubnu. Podblanický podzim je festival konaný na počest hudebního skladatele Jana Dismase Zelenky. Na organizaci se podílí Sdružení profesionálních a dobrovolných kulturních pracovníků a 18 měst a obcí Středočeského kraje, ve kterých jsou koncerty pořádány. Pořádajícím městem je i Benešov. V rámci festivalu probíhá 20 koncertů od září do prosince. [56, 62]

Mezi sezónně pořádané akce patří Jarmark (každoročně 1. května na Masarykově a Malém náměstí a přilehlých ulicích) a Vánoční trhy (od 2007 každoročně na Masarykově náměstí).

V letních měsících jsou některé kulturní akce situovány do areálu přírodního divadla Konopiště. Jedná se o Folkový kvítek, Narozeniny rádia Blaník, Pohádkový les nebo Sázavafest. V roce 2009 zde bylo uspořádáno exkluzivní představení opery Rusalka se sólisty Národního divadla a do dalších let pořadatelé plánují každý rok jednu velkou operu v přírodním divadle Konopiště. [53]

Maturitní a jiné plesy jsou v plesové sezóně (leden až březen) kvůli kapacitě pořádány v Kulturním centru Karlov. Po zbytek roku se v tomto centru konají každou sobotu diskotéky.

Muzeum umění a designu má 6 stálých expozic (tím se řadí na 4. - 6. místo v pořadí galerií podle počtu stálých expozic) a za rok 2008 zde bylo připraveno 14 výstav (odpovídá 15. místu v pořadí galerií podle počtu uspořádaných výstav). [59]

Tradiční každoroční akcí jsou Slavnosti Pivovaru Ferdinand konané v areálu pivovaru Ferdinand. V programu těchto slavností jsou koncerty různých kapel, soutěže nebo prohlídky pivovaru.

Oblíbený je i Pochod za povidlovým koláčem, kterého se účastní lidé z blízkého i vzdálenějšího okolí Benešova. Trasy vedou z města do Konopiště a okolních obcí.

### *Shrnutí*

V oblasti kultury město má co nabídnout místním obyvatelům i svým návštěvníkům. Městské divadlo má bohatý program po celý rok, jen za 1. pololetí 2009 zde bylo uspořádáno 22 akcí s návštěvností 1 873 diváků. Benešov je místem konání dvou významných festivalů a oblíbené jsou i akce v přírodním divadle.

### **4.3.3 Základní a doplňková turistická infrastruktura**

Z turistické infrastruktury byla zhodnocena ubytovací a stravovací zařízení jako základní zařízení pro návštěvníky v destinaci a zhodnocena byla také kongresová zařízení jako trend v cestovním ruchu s velkým potenciálem do budoucna zejména pro město.

## Ubytovací zařízení

### Kapacity hromadných ubytovacích zařízení v Benešově v roce 2008

Hotel****	Hotel***	Hotel **	Penziony	Celkem pokojů	Celkem lůžek
0	4	1	2	150	331

Zdroj: [http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cruuc\\_cr](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cruuc_cr)

### Skladba ubytovacích zařízení

Hotel	Kapacita	Služby a vybavení	Poznámka	Poloha
KARLOV **** business & leisure hotel Benešov	56 lůžek, 28 pokojů	- restaurace s vinárnou, bar - jednací místnosti, - sauna, vířivka	- postaven na konci roku 2008	centrum
Hotel Atlas ***	60 lůžek, 28 pokojů	- restaurace - bowling bar - parkoviště		centrum
Hotel Pošta ***	51 lůžek, 21 pokojů	- restaurace, bar - parkoviště		centrum
Amber Hotel Konopiště ***	88 lůžek, 44 pokojů a 1 apartmán, 70 míst pro stany a karavany	- restaurace - posilovna, sauna, 20m bazén, víceúčelové hřiště, stolní tenis, ruské kuželky, minigolf, dětské hřiště, zapůjčení kol - masáže	- v letních měsících možnost ubytování ve vlastních karavanech a stanech v prostorách přírodních teras	Konopiště
Hotel Nová Myslivna ***	40 lůžek	- restaurace	- pořádání společenských akcí	Konopiště
Pension Konopiště	29 lůžek, 6 apartmánů	- dětské hřiště	- segmenty: zamilovaní, rodiny s dětmi, podnikatelé a manažeři	Konopiště
Hotel Harmony ***	24 lůžek, 12 pokojů	- zahrada, bazén, zimní zahrada - salonek - parkoviště		300 m od centra
Penzion U Bejkárny	10 lůžek, 3 pokoje	- venkovní posezení u krbu - parkoviště		500m od centra



Ubytovna U Nábytku Kateřina	45 lůžek			200 m od centra
Zimní stadion	36 lůžek			400m od centra
Ubytovna Jiráskova ulice	30 lůžek			u nádraží
Hotel Benica ***	67 lůžek, 28 pokojů, 4apartmány, 1 suit	- restaurace - venkovní bazén	- organizace svateb „na klíč“	západní okraj města
S-centrum ***	56 lůžek, 23 pokojů	- restaurace - tenis, badminton, volejbal, nohejbal beach volejbal, malá kopaná, bowling, pétanque, posilovna, aerobik, spinning - vířivka, parní sauna, solná tryska, masáže, solárium - venkovní bazén	- hotelově sportovní a relaxační centrum -pro jednotlivce, sportovní kolektivy nebo firemní klientelu	jihovýchodní okraj města
Penzion Křeček	14 lůžek			východní okraj města
Ubytovna Best	150 lůžek			jižní konec města

Zdroj: Monitoring ubytovacích zařízení v Benešově a vlastní šetření

Skladba ubytovacích zařízení byla vytvořena podle Monitoringu ubytovacích zařízení provedeného organizací Posázaví o.p.s. v listopadu roku 2009. [78] Oproti údajům z Českého statistického úřadu přibyly ubytovací zařízení postavené na konci roku 2008 a v roce 2009 a do výčtu ubytovacích zařízení byly také zařazeny ubytovny. Informace o ubytovacích zařízeních byly zjištěny z jejich internetových stránek.

### *Shrnutí*

Celkem je v Benešově 15 ubytovacích zařízení všech kategorií: 1 hotel \*\*\*\*, 7 hotelů \*\*\*, 3 penziony a 4 ubytovny. Celkový počet lůžek v těchto zařízeních je 756. Zařízení jsou dobře prostorově rozložena: v centru (3 zařízení), u zámku Konopiště (3 zařízení), v těsné blízkosti centra (4 zařízení) a na okraji města (5 zařízení).

### ***Stravovací zařízení***

Stejně jako ubytování, i stravování má celou škálu úrovní stravovacích zařízení. Zastoupeny jsou zde restaurace (25 zařízení), bary (11 zařízení), rychlé občerstvení (9 zařízení), vinárny (2 zařízení) a kavárny a cukrárny (9 zařízení). [78]

Co do počtu stravovacích zařízení i jejich kvality jsou stravovací služby v Benešově na dobré úrovni.

### ***Kongresová zařízení***

Otázka kongresové turistiky je v poslední době velmi aktuální, a tak řada benešovských hotelů přizpůsobila, popřípadě vybudovala, prostory pro tuto oblast cestovního ruchu. Kvůli kapacitám hotelů by však pro konání větší kongresové akce v Benešově byla třeba spolupráce těchto hotelů. Prostory pro konference a obchodní jednání nabízí hotel Karlov (kapacita 30 osob), Hotel Atlas (kapacita 105 osob), hotel Benica (kapacita 257 osob), Amber Hotel Konopiště (kapacita 80 osob) a Hotel Pošta (kapacita 80 osob + sál Městského divadla 200 osob). Každý hotel má základní vybavení pro kongresové akce. [33, 42, 43, 46, 48]

#### **4.3.4 Sportovně-rekreační turistická infrastruktura**

##### ***Infrastruktura pro venkovní aktivity v přírodě v zimní sezóně***

Město nemá podmínky pro aktivity v zimní sezóně. Nejbližší příležitost pro lyžování je v areálu Monínec 36 km od Benešova směr Sedlec-Prčice.

##### ***Infrastruktura pro venkovní aktivity v přírodě v letní sezóně***

###### **Golf**

Infrastrukturu pro tuto aktivitu nabízí Golf Resort Konopiště. Golf Resort Konopiště se nachází v obci Tvoršovice 40 km jižně od Prahy, 8 km západně od Benešova. Tvoršovice bývalo panství se zámečkem na okraji zámeckého parku Konopiště. Celý tento objekt byl využit pro vybudování golfového hřiště a hotelu

v zrekonstruovaném zámečku. V resortu se nachází 3 hřiště s názvy Radecký Course (18 jamek), D'Este (18 jamek) a Public Course (9 jamek). Dále areál disponuje prostory pro trénink v podobě driving range s travnatými odpališti a cvičnými greeny, indoorovými prostory s golfovým simulátorem, obchodem s golfovými potřebami, restaurací a barem. [41]

### *Shrnutí*

Golf Konopiště je golfový areál na vysoké úrovni a návštěvníci tohoto resortu mají vše (ubytování, stravování, apod.) k dispozici v areálu. Nic je proto nenutí k návštěvě města Benešov. Město by se mohlo pokusit získat tuto klientelu nabídkou služeb, které resort nenabízí, jako například kulturní akce ve městě, zámek Konopiště, relaxace v bazénu nebo wellness služby jiných ubytovacích zařízení ve městě.

### Cykloturistika

V okolí Benešova se nachází řada cyklotras a jiných cest pro výlety na kolech. Jejich náročnost i délka se liší podle zvolené trasy. Cyklotrasy: [63, 72]

- Benešov - Čerčany: délka 15 km, středně obtížná
- Benešov - Pravonín: délka 34 km, obtížná, zajímavost na trase: město Vlašim
- Benešov - Český Šternberk: délka 35 km, obtížná, zajímavost na trase: hrad Český Šternberk
- Měsíčním údolím ke Konopišti: obtížná trasa, zajímavost na trase: Měsíční údolí
- Konopiště - Týnec nad Sázavou: délka 20 km, středně obtížná, zajímavost na trase: zámek Konopiště, město Týnec nad Sázavou
- Konopiště - Votice: délka 59 km, obtížná, zajímavost na trase: letiště Nesvačily
- Z Janovic do Týnce: délka 30 km, středně obtížná, zajímavost na trase: cílové místo
- Silniční výlet Posázavím: délka 50 km, obtížná, zajímavost na trase: město Sázava (start), Český Šternberk, Hvězdonice, Ledeč nad Sázavou (cíl)

V květnu roku 2008 byla vypracována případová studie na cyklostezku s názvem „Na kole kolem Konopiště“. Tato stezka má zlepšit podmínky cykloturistiky přímo ve městě Benešov a vybudovat i propojení mezi atraktivními místy v blízkém okolí Benešova. Projekt se uskutečňuje za finanční podpory Evropské unie a již byla

vybudována část trasy v ulici Tábořská a Nádražní a nová lávka pro chodce a cyklisty přes železniční trať.

V Benešově fungují dvě půjčovny kol a kola půjčuje i Amber hotel Konopiště. Z dalšího zázemí pro cykloturistiku je zde 5 servisů. [79]

Do budoucna se plánuje vybudování stezky pro in-line bruslaře kolem Konopišťského rybníka.

### *Shrnutí*

Cykloturistika je oblast, které je v poslední době věnována pozornost. Je snaha o zkvalitnění podmínek pro cyklisty výstavbou nových cyklotras a cyklostezek, opravou stávajících, vytvořením orientačního značení a zázemí pro cyklisty. I v Benešově dochází ke zlepšování úrovně cykloturistiky, zatím je ale stav pouze průměrný.

### Pěší turistika

Přímo v blízkosti města jsou možnosti pro pěší turistiku v areálu zámeckého parku Konopiště, kde jsou dvě naučné stezky. Naučná stezka Konopiště kolem zámku o délce 1,5 km je zaměřená na nejbližší okolí zámku a Naučná stezka Konopiště kolem zámku a parku o délce 5 km provede návštěvníky i odlehlejšími částmi parku. [64]

Pro delší výlety do vzdálenějšího okolí Benešova je k dispozici krásná příroda v okolí řeky Sázavy, vrchy Malý a Velký Blaník, zámecký park ve Vlašimi a Naučná stezka rytíře Kryštofa Jana Šice. Po stezkách Posázaví – Ladův kraj je možnost krásného výletu kolem řeky Sázavy s několika zastaveními u pamětihodností (např. Komorní Hrádek, zlenická Hláska, Hrusice, Zbořený Kostelec, Týnec nad Sázavou). Stezka na Velký Blaník začíná v obci Louňovice pod Blaníkem, je dlouhá 4 km, vede lesem a má deset zastávek, kdy poslední je zastavení u rozhledny na vrcholu Blaníku. Stezka Malý Blaník a Podlesí je dlouhá 5,5 km a na 9 zastávkách seznamuje turisty s vrcholem Malého Blaníku a s chráněným územím okolo Býkovických rybníků. Naučná stezka rytíře Kryštofa Jana Šice vede z Divišova na hrad Český Šternberk, je dlouhá 7 km a má 10 zastavení. Všechny tyto stezky nejsou nijak náročné, takže jsou vhodné pro jakýkoliv segment návštěvníků, od rodin s dětmi po seniory. [64]

Dále z Benešova vedou turistické trasy do okolních měst a obcí (Poříčí nad Sázavou, Čerčany, Mrač, Petroupim, Bystřice, Olbramovice, Postupice, Votice, Jankov, Popovice, zámek Jemniště). [64]

### *Shrnutí*

Zázemí pro pěší turistiku je dobré, neboť je zde velký výběr kratších i delších tras.

### Rekreace u vody

Podmínky pro rekreaci u vody jsou v Benešově špatné. Jak již bylo řečeno, ve městě ani v Konopišti není přírodní plocha vhodná ke koupání. Koupání je možné v plaveckém bazénu, ten se ale kvůli špatnému technickému stavu v současnosti rekonstruuje, v otevřeném bazénu Dukelská, ten má ale malou kapacitu a v nádrži Sladovka, ale ta je jen sluneční loukou, protože koupání je kvůli stavu vody jen na vlastní nebezpečí.

### ***Infrastruktura pro aktivní sport***

Významným zařízením pro aktivní sport je S-centrum. S-centrum je multifunkční centrum pro sportovní vyžití, ubytování a stravování. Ze sportovního vyžití je zde možnost zahrát si tenis, badminton, volejbal, nohejbal beach volejbal, malou kopanou, bowling, pétanque, možnost zajít do kardio posilovny, na aerobik nebo spinning. Po sportovním výkonu lze relaxovat ve vířivce, parní sauně doplněnou o solnou trysku, zajít na masáž nebo do solária. [70]

K základní infrastruktuře města pro sport patří zimní stadion, fotbalový stadion, travnaté fotbalové plochy, krytý bazén, otevřený bazén, tenisové kurty (antukové i umělý povrch, v zimě přetlakové haly), čtyři squash kurty, dvě beach volejbalová hřiště, pět fitness center, dvě víceúčelová hřiště, jeden skatepark a Bowling bar. [55]

V zámeckém parku Konopiště by byly také příležitosti pro volnočasové aktivity, problémem je ale nedostatečné vybavení a infrastruktura. Místní obyvatelé tedy směřují tyto aktivity do města a park je málo pro tyto účely využíván.

## *Shrnutí*

Benešov má dobré podmínky pro sportovní aktivity pro místní obyvatele i pro návštěvníky města. V zámeckém parku by šel lépe využít jeho potenciál pro volnočasové aktivity.

### **4.3.5 Turistická dopravní infrastruktura**

#### ***Doprava do destinace***

Benešov má dobrou silniční dostupnost díky silnici I/3, část mezinárodní silnice E55 směr Praha - České Budějovice, která vede těsně kolem města. Délka silnic a dálnic v okrese Benešov (k 1.1.2006) je následující:

Silnice rychlostní	Silnice I.třídy	Silnice II.třídy	Silnice III.třídy	Dálnice	Celkem	Hustota
0 km	52,4 km	357,2 km	789,1 km	46,2 km	1244,9 km	81,7 km/ 100 km <sup>2</sup>

Zdroj: Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji- Analýza, 2007, s 31

Železniční stanice Benešov u Prahy leží na tratích 220 (Praha - České Budějovice), 221 (Praha – Benešov u Prahy), 222 (Benešov – Trhový Štěpánov) a vede přes ni čtvrtý železniční koridor do Rakouska. [73]

V rámci města existuje i letiště Benešov umístěné u obce Bystřice (7 km od Benešova). Letiště má statut veřejného vnitrostátního letiště a slouží pro sportovní letecký provoz, včetně leteckého výcviku, na vyhlídkové lety, pro provoz letadel všeobecného letectví, nepravidelné lety aerotaxi a v areálu se nachází modelářské letiště. V roce 2007 proběhl převod letiště na Středočeský kraj. [50]

Autobusové spojení je možné na linkách Praha – Benešov, Praha – Vlašim, Praha- České Budějovice, Praha – Jindřichův Hradec, Praha – Tábor, Praha – Počátky, Praha – Pelhřimov, Praha – Mladá Vožice. Ve směru České Budějovice autobusy staví na zastávce na silnici I/3, na autobusové nádraží je to pak 10 minut chůze. [47]

### ***Doprava v destinaci***

V Benešově funguje i MHD a to na dvou linkách. Toto dopravní spojení však není dostačující, protože nepokrývá všechny okrajové části Benešova a nenavazuje na vlakové ani autobusové spoje směr Praha nebo České Budějovice. [73]

Parkování ve městě je možné na sedmi placených a sedmi neplacených parkovištích. Většina parkovišť je situována blízko centra, ovšem jedná se o parkoviště s menší kapacitou. Velké parkoviště s možností parkování pro autobusy je placené parkoviště Pod Karlovem a neplacené parkoviště u plaveckého bazénu. U zámku Konopiště je možné zaparkovat na 2 placených parkovištích. [79]

Problémem, se kterým se město potýká, je dopravní spojení mezi městem Benešov a zámkem Konopiště, který je od města vzdálen 2 km. K zámku je možné se dostat pouze osobním automobilem nebo pěšky, žádný autobus ani MHD sem nejezdí. Ani výlet pěšky není ideální, protože pro vstup do zámeckého parku je nutné přejít frekventovanou silnicí I/3, která vede podél města. Město pracuje na vyřešení této situace. V návrhu je zahloubení silnice I/3 v místě autobusové zastávky a vybudování nadchodu nad silnicí. Problémem jsou ale vlastnické vztahy k pozemkům, přes které by následně vedl chodník k zámku Konopiště. Další možností je vybudování podchodu vedle podjezdu pod mostem u Danone s návazností na současnou pěší cestu.

### ***Shrnutí***

Benešov má velmi dobrou dopravní dostupnost jak silniční, tak železniční a výhodou je i existence vnitrostátního letiště. Problémová je však doprava po destinaci a cesta k zámku Konopiště.

#### **4.3.6 Hlavní atraktivity a cíle**

Největší atraktivitou a vyhledávaným turistickým cílem je zámek Konopiště, který ročně navštíví statisíce lidí. Návštěvnost této národní kulturní památky má bohužel klesající tendenci. Její vývoj je následující: v roce 2006 navštívilo zámek 163 334 návštěvníků, v roce 2007 přijelo 162 329 návštěvníků a v roce 2008 to bylo 150 141 návštěvníků. [58] Přesto zámek má a bude mít stále největší význam pro

cestovní ruch na Benešovsku díky své vysoké atraktivitě. Vstupné na zámek se liší dle okruhů a také zda je výklad v českém nebo cizím jazyce.

Návštěvnícký okruh s průvodcem	Vstupné (Kč/os.)		Vstupné (Kč/os.) (cizojazyčný výklad)	
	Základní	Snížené	Základní	Snížené
1. salony jižního křídla	130,-	90,-	200,-	130,-
2. salony severního křídla	130,-	90,-	200,-	130,-
3. soukromé pokoje FF	200,-	130,-	300,-	200,-
4. střelnice	30,-	15,-		
5. muzeum sv. Jiří	30,-	15,-		
6. skleníky	35,-	20,-		
7. výstava - Ve službách arcivévodské rodiny	30,-	15,-		

Zdroj: <http://www.zamek-konopiste.cz/cenik-vstupneho/>

V samotném městě je pro turisty připravena procházková trasa se zastavením u zajímavých míst ve městě. Plánek pro procházku je k dispozici v Informačním centru v Benešově. Odtud i trasa začíná a vede kolem Muzea umění, židovského hřbitova s modlitebnou, kostela sv. Mikuláše, zříceniny minoritského kláštera, dále přes Masarykovo náměstí kolem kostela sv. Anny, historického domu bývalého poštovního úřadu do Tyršovy ulice, centra obchodů. Na konci Tyršovy ulice zaujme novorenesanční budova sokolovny a poslední zastávkou je budova vlakového nádraží. [77] Všechny objekty na této trase je možné prohlédnout pouze z venku, což je poněkud nevýhodou, ale jinak je trasa pěknou a nenáročnou procházkou po nejhezčích místech ve městě.

#### 4.3.7 Hlavní druhy a formy cestovního ruchu

Nejvýznamnější formy cestovního ruchu, pro které má Česká republika nejlepší předpoklady a které by měly být přednostně podporovány a rozvíjeny, jsou: [16, s 22]

A) *Městský a kulturní cestovní ruch* - kulturní dědictví, historická města, kulturněhistorické památky včetně technických a církevních, muzea, divadla atd.

Benešov má dobré podmínky pro tuto formu cestovního ruchu díky zámku Konopiště, kulturněhistorickým památkám ve městě (zřícenina kláštera, kostel sv. Mikuláše,



kostel sv. Anny) a kulturním zařízením (Městské divadlo, přírodní divadlo Konopiště, Muzeum umění a designu).

*B) Dovolená v přírodě* - kempink, dovolená u vody, letní a zimní pobyty v horách, venkovský cestovní ruch a agroturistika, regionální a speciální produkty cestovního ruchu atd.

Tato forma cestovního ruchu by šla uskutečnit v okolí města, ne však přímo ve městě.

*C) Sportovní a aktivní dovolená* - všechny formy nejrozšířenějších sportů, turistika, cykloturistika, zimní sporty, vodní sporty, hipoturistika, lov, golf atd.

Benešov má dostatek zařízení pro sportovní aktivity (sportovně-relaxační komplex Scentrum, zimní stadion, fotbalový stadion, travnaté fotbalové plochy, krytý bazén, otevřený bazén, tenisové kurty, squash kurty, beach volejbalová hřiště), je zde možnost zahrát si golf (Golf Resort Konopiště) a možné jsou i pěší a cyklistické výlety po okolí.

*D) Lázeňský cestovní ruch* - zdravotní pobyty, wellness, zdravotní cestovní ruch atd.

Atraktivitou v této oblasti by mohly být pivní lázně, které má v plánu vybudovat Pivovar Ferdinand ve svém areálu.

*E) Kongresový a incentivní cestovní ruch* - kongresový cestovní ruch, incentivní cestovní ruch, obchodní cestovní ruch.

Benešovské hotely disponují zařízeními pro konference a obchodní jednání. Kvůli kapacitám hotelů by pro větší kongresovou akci byla nutná spolupráce více hotelů.

#### *Shrnutí*

Benešov má vcelku dobré předpoklady pro cestovní ruch. Z pěti forem cestovního ruchu stanovených pro Českou republiku se zde nachází tři (městský a kulturní cestovní ruch, sportovní a aktivní dovolená, kongresový a incentivní cestovní ruch). Vedoucí postavení však Benešov nemá ani v jedné kategorii.

#### **4.3.8 Nabídka hlavních turistických produktů**

ČR má jedinečnou šanci uplatnit se na trhu cestovního ruchu nabídkou kvalitních regionálních produktů, jako např. kongresového a incentivního cestovního

ruchu, venkovského cestovního ruchu městského a kulturního cestovního ruchu, letního a zimního cestovního ruchu, pro které má ideální podmínky. [16, s 24]

Hlavní produktové řady navržené pro Českou republiku jsou Poznávání, Sport a aktivní dovolená, Rekreace, Venkovský turismus, Lázně a wellness, Zábava a Profesionální turismus. [28, s 4]

V Benešově by mohly být využity produkty z oblasti poznávání, sportu a profesionálního turismu. Město v oblasti poznávání vytvořilo turistický produkt Procházka městem Benešov. Velký potenciál turistických produktů je v tvorbě produktových balíčků. V Benešově nabízí balíčky služeb dva hotely (Hotel KARLOV\*\*\*\* a Amber hotel Konopiště), přičemž zaměření balíčků je na víkendové pobyty, relaxační víkendy nebo svatební pobyty.

#### *Shrnutí*

V oblasti turistických produktů jsou značné rezervy. Pro destinaci by šlo vytvořit více produktových balíčků zaměřených na konkrétní činnosti, pro které jsou v Benešově podmínky (např. kulturní cestovní ruch, sportovní dovolená, kongresový cestovní ruch).

#### **4.3.9 Struktura a kvalita turistických informací**

Informační služby v Benešově zajišťuje Informační centrum sídlící na Malém náměstí. Poskytovanými službami v tomto centru jsou podávání informací o možnostech ubytování, stravování, kulturních a sportovních akcích, kulturních aktivitách v Benešově a okolí, tipy na výlet, informace o využití volného času, informace o vlakových a autobusových spojích, předprodej vstupenek MKS Benešov, nabídka tištěných propagačních materiálů pro turisty, prodej pohlednic, map, regionálních publikací, propagačních materiálů, upomínkových předmětů, turistických známek, prodejní místo TICKETPORTALu a další. Informační centrum neprovádí žádné vlastní výzkumy ani nemá vlastní produkty. Nejvíce je využívána služba poskytování informací o vlakových a autobusových spojích a předprodej vstupenek. Internetové stránky informačního centra nemá, informace o něm lze najít

na internetových stránkách Posázaví. Kontakt je možný telefonicky na čísle 317 726 004 nebo e-mailem na [ic-benesov@posazavi.com](mailto:ic-benesov@posazavi.com). [65] Otevírací doba:

leden - květen, říjen - prosinec	pondělí - pátek	8:00 – 17:00
červen - září	pondělí - pátek sobota	8:30 – 17:30 8:30 – 12:00 a 13:00 – 16:00
červenec - srpen	sobota, neděle, svátky	8:30 – 12:00 a 13:00 – 17:30

Zdroj: [http://tourist.posazavi.com/cz/infocentrum.asp?infocentrum\\_id=1178](http://tourist.posazavi.com/cz/infocentrum.asp?infocentrum_id=1178)

U zámku Konopiště funguje také informační centrum a to v měsících od dubna do září od 9:00 do 17:30 hodin. Jsou zde poskytovány informace o zámku Konopiště, o městě Benešov, o regionu Posázaví a je zde možnost koupit pohlednice a turistické známky. Toto informační centrum lze na internetu najít opět pouze na stránkách Posázaví a e-mailová adresa je stejná jako u benešovského Informačního centra. [66]

Oficiální stránky města Benešov lze najít na adrese [www.benesov-city.cz](http://www.benesov-city.cz).

#### *Shrnutí*

Struktura a kvalita turistických informací poskytovaných v informačních centrech je průměrná. Prezentace informačního centra není téměř žádná a prezentace města na svých internetových stránkách je málo turisticky zajímavá. Negativní je, že město a zámek se prezentují na internetu každý samostatně, není zdůrazněna blízkost ani náznak jakékoliv spojitosti.

#### **4.3.10 Organizace a řízení cestovního ruchu**

V Benešově působí jedna organizace zabývající se cestovním ruchem s názvem Posázaví o.p.s. Místní akční skupina Posázaví vznikla v roce 2000 a sdružuje 99 obcí, které tvoří region Posázaví. Organizace se zabývá rozvojem a propagací regionu, vytvářením nových forem a možností ekonomického a turistického využití krajiny, ochranou krajiny, službami při financování projektů k rozvoji Posázaví, tvorbou informační databanky, součinností se zahraničními subjekty, provozem informačního centra, komunikací s orgány státní správy a samosprávy při spolupráci na rozvoji regionu Posázaví, poradenskou činností a dalšími činnostmi. [67]

Akční skupina Posázaví má pro svoji činnost vypracovaný vlastní strategický dokument. Strategický dokument je zaměřen nejen na cestovní ruch, ale i na environmentální vzdělávání, výchovu a osvětu, na oblast sociálních služeb a další. [67]

Město Benešov vypracovalo a schválilo Strategický dokument s názvem Cestovní ruch a volnočasové aktivity města Benešov. Dokument má 3 části a má nastínit rozvoj města v oblasti cestovního ruchu. Hlavní částí je Plán rozvoje cestovního ruchu a volnočasových aktivit, kde byla zhodnocena současná situace ve městě, vyhodnoceno dotazníkové šetření, vypracována SWOT analýza a stanoveny priority, které mají být základem dalšího rozvoje cestovního ruchu ve městě. První přílohou je Situační analýza, která zahrnuje zhodnocení primárních, sekundárních a terciálních potenciálů. Druhou přílohou je grafické vyhodnocení dotazníkového šetření zaměřeného na místní obyvatele provedeného místním Informačním centrem a z dotazníkového šetření agentury CzechTourism. [54]

Až do tohoto roku vůbec nefungovala spolupráce ani komunikace mezi městem a zámek Konopiště. Město Benešov chápalo zámek spíše jako svého konkurenta. Tento rok se poprvé uskutečnila schůzka zástupců města Benešov, zámku Konopiště, Lesů ČR a organizace Posázaví o.p.s. Hlavními projednávanými body bylo řešení parku a zón pro veřejnost, řešení přechodu přes silnici I/3 a parkování a řešení dopravního značení v Konopišti. Výsledkem jednání bylo předložení návrhů na zlepšení údržby parku a vybudování in-line stezky, seznámení s plány prodloužení cyklostezky z Benešova k zámku, revitalizace zeleně a rekonstrukce amfiteátru, seznámení s výsledky jednání o řešení pěšího spojení Benešova s areálem konopišťského parku a upozornění na nutnost lepšího orientačního značení. [81]

### *Shrnutí*

Při řízení cestovního ruchu v destinaci hraje důležitou roli organizace Posázaví o.p.s., která se snaží o rozvoj a koordinovanost cestovního ruchu v destinaci. Přesto situace zatím úplně ideální není. Město by mohlo lépe využít znalostí a zkušeností této organizace a prohloubit s ní spolupráci. V rámci rozvoje cestovního ruchu je pozitivní začátek spolupráce mezi městem a zámek Konopiště.

## 4.4 Analýza a hodnocení turistické poptávky

### 4.4.1 Vnitřní a vnější konkurence

Benešov díky funkci bývalého okresního města a díky zámku Konopiště konkurenci v okrese nemá. Malou konkurencí Benešovu je městys Český Šternberk a to kvůli hradu Český Šternberk. Jinak ale městys nemá tak bohatou nabídku a infrastrukturu.

V rámci Středočeského kraje by šlo za konkurenci považovat města Kutná Hora, Poděbrady, Mělník, Dobříš, Vlašim.

Samozřejmě největším konkurentem jako ostatním městům v republice je Praha. Praze s velmi rozmanitou nabídkou atraktivit a služeb je stále nejvíce soustředována pozornost zahraničních návštěvníků. Benešov by mohl využít své malé vzdálenosti od hlavního města a tyto návštěvníky přilákat. Stejně tak by se měl snažit zaujmout i domácí klientelu.

### 4.4.2 Profil domácí a zahraniční návštěvnosti

*Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení ve Středočeském kraji podle kategorie ubytovacího zařízení 2008*

	Středočeský kraj	okres Benešov
Hotely *****	-	0
Hotely ****	96 083	7 564
Hotely ***	280 295	32 889
Hotely **	-	6 863
Hotely *	-	0
Hotely Garni	7 216	0
Penziony	65 323	-
Kempy	96 648	14 665
Chatové osady	12 192	-
Turistické ubytovny	5 662	0
Čeští a zahraniční turisté celkem	665 178	78 461
Rezidenti	488 623	70 385
Hosté celkem	176 555	61 981

Zdroj: [http://czechtourism.cz/files/statistiky/reporty\\_kraje/navstevnost/20\\_11\\_09\\_stredocesky\\_navstevnost\\_ubyt\\_zar\\_podle\\_kategorie\\_2008.pdf](http://czechtourism.cz/files/statistiky/reporty_kraje/navstevnost/20_11_09_stredocesky_navstevnost_ubyt_zar_podle_kategorie_2008.pdf)

### *Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v Benešově v roce 2008*

<b>Počet hostů celkem</b>	<b>nerezidenti</b>	<b>rezidenti</b>
14 692	4 921	9 771
<b>Počet přenocování</b>	<b>nerezidenti</b>	<b>rezidenti</b>
21 735	8 664	13 071

Zdroj: [http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cruuc\\_cr](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cruuc_cr)

### *Návštěvnost Informačního centra v Benešově*

Celkem v roce 2008 navštívilo Informační centrum v Benešově 12 217 lidí, z toho 11 483 bylo Čechů a 734 zahraničních turistů. [65]

### *Profil návštěvníků*

„Okolí Prahy, kam spadá město Benešov, je region, ve kterém v létě výrazně převládají domácí návštěvníci, kteří tvoří 74 %. Zahraniční návštěvníci přijíždějí do regionu nejčastěji z Německa (19%), Velké Británie (12%) a Japonska (8%). I v zimním období, výrazně převládají domácí návštěvníci, kteří tvoří 78 %. Zahraniční návštěvníci přijíždějí do regionu nejčastěji z Německa (21%), z Itálie (12%) nebo z Polska (11%). Jednoznačně převažují jednodenní pobyty (62%).“ [35]

### *Shrnutí*

Návštěvnost ubytovacích zařízení i Informačního centra v Benešově odpovídá profilu návštěvníků, kde z velké většiny převažují domácí návštěvníci.

#### **4.4.3 Dotazníkové šetření**

Pro zjištění názorů návštěvníků a místních obyvatel na cestovní ruch a rozvoj města Benešov byly provedeno dotazníkové šetření. Dotazník byl zvolen pro své výhody poskytnutí struktury rozhovoru, možnost jednotné matice pro zapisování údajů a snadné zpracování údajů. [18] Byly vytvořeny dva typy dotazníků, kde otázky byly přizpůsobené dotazované skupině - návštěvníkům města a místním obyvatelům. Návštěvníkům byly dotazníky předkládány v benešovském Informačním centru, místním obyvatelům byly dotazníky předkládány v městské knihovně.

### ***Dotazníky pro návštěvníky***

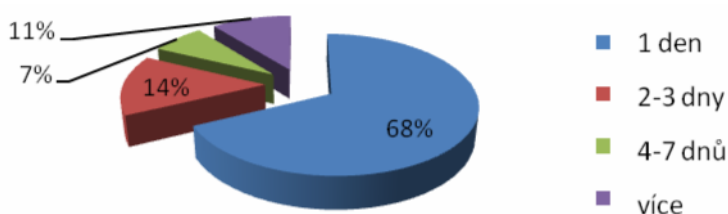
Dotazníky pro návštěvníky obsahovaly 10 otázek a z celkových 60-ti kusů se vyplnilo 56. Dotazník se skládal z těchto otázek:

Otázka první: Z jakého místa přijíždíte?

Do Benešova přijeli turisté z Prahy (29), z Tábora (7), Jihlavy (5), Chebu (4), Ústí nad Labem (4), Loun, Všetat, Žatce, Týnce nad Sázavou a ze Struhařova. Výčet měst je široký a tak se dá usuzovat, že Benešov navštěvují lidé z celé České republiky.

Otázka druhá: Jak dlouhý bude Váš pobyt v Benešově?

graf 1: Délka pobytu

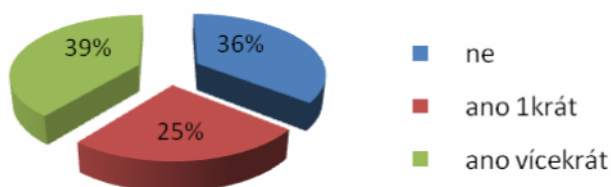


Zdroj: vlastní šetření

Z velké většiny (68 %) byl pobyt návštěvníků ve městě jen jeden den, kdy cílem byla zřejmě prohlídka města nebo zámku Konopiště a pokračování jinam nebo návrat zpět domů. Město by se ale mělo snažit udržet návštěvníky ve městě déle. Odpověď více než 7 dní se vyskytovala v 11 %, což je poměrně vysoké číslo a pravděpodobně se jedná o delší pobyty u příbuzných nebo pracovní povinnosti.

Otázka třetí: Navštívili jste již někdy toto město?

graf 2: Počet návštěv



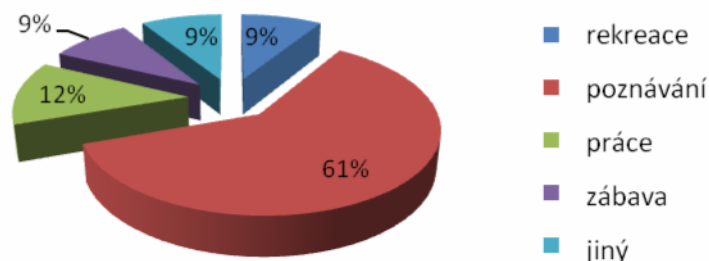
Zdroj: vlastní šetření

U této otázky jsou odpovědi téměř vyrovnané, do popředí se dostali návštěvy více jak jedenkrát (39 %) a žádná předchozí návštěva (36 %). Z toho lze vyvodit, že není žádný

trend v otázce opakované návštěvy města a jedná se o individuální přístup a důvody k návštěvě.

Otázka čtvrtá: Jaký je účel Vaší cesty?

graf 3: Účel cesty

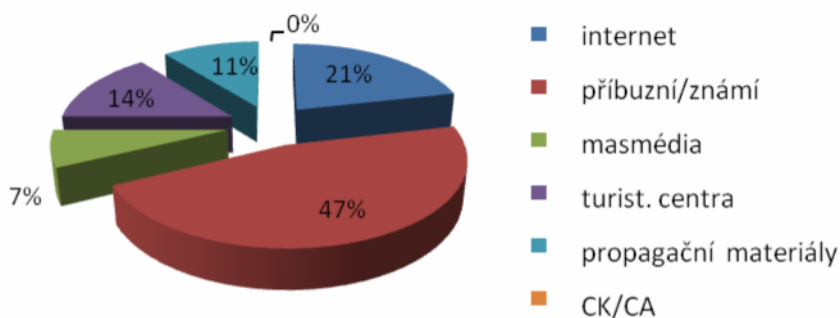


Zdroj: vlastní šetření

61 % dotazovaných uvedlo jako účel cesty poznávání. To odpovídá kulturně-historickým předpokladů ve městě a koresponduje s pouze jednodenní návštěvou města.

Otázka pátá: Z jakých zdrojů jste se o této destinaci dozvěděli?

graf 4: Zdroje informací o destinaci



Zdroj: vlastní šetření

Nejvíce informací získali návštěvníci o destinaci od příbuzných a známých (47 %), pak teprve z internetu. V dnešním světě technologií je internet významným zdrojem informací pro spoustu lidí, proto by město mělo zapracovat na internetové prezentaci, aby se informace dostali k co nejvíce lidem.

Otázka šestá: Co nejvíce v této destinaci postrádáte?

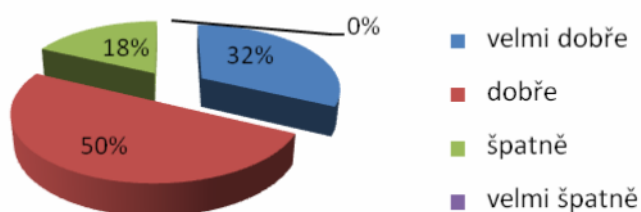
Mezi odpověďmi se objevili názory jako levnější ubytování, WC, nekuřácká restaurace, bazén, více kulturních akcí jako výstavy nebo více možností zábavy.



Otázka sedmá: Jak hodnotíte infrastrukturu a služby města?

a) ubytovací služby

graf 5: Zhodnocení ubytovacích služeb návštěvníky

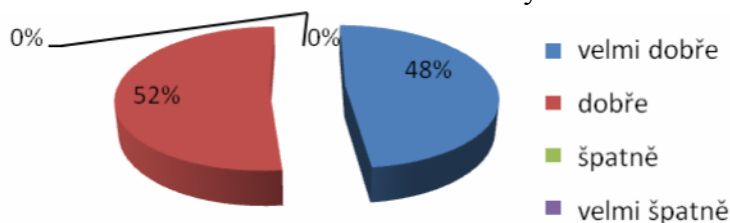


Zdroj: vlastní šetření

Ubytovací služby lze celkově zhodnotit jako dobré, tak je ohodnotilo 50 % dotázaných. Objevil se i názor velmi dobré služby (32 %) a špatné služby (18 %). Nesoulad odpovědí může vyplývat z toho, že hodnocení služeb je velmi individuální, každý člověk vnímá službu a spokojenost s ní trochu jinak.

b) stravovací služby

graf 6: Zhodnocení stravovacích služeb návštěvníky

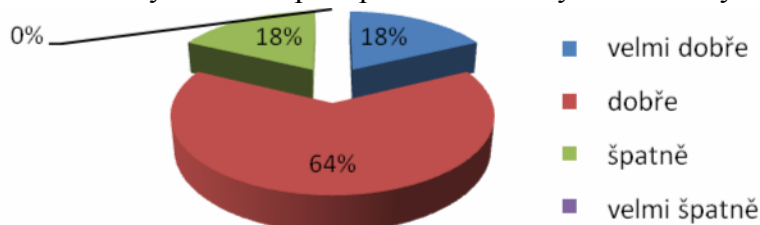


Zdroj: vlastní šetření

Stravovací služby v Benešově byly pozitivně ohodnoceny, 52 % dotazovaných ohodnotilo služby jako dobré a 48 % jako velmi dobré. To odpovídá možnosti výběru z velkého počtu restaurací a jejich zaměření na různé kuchyně a různé typy stravování.

c) vybavenost pro sportovní aktivity

graf 7: Zhodnocení vybavenosti pro sportovní aktivity návštěvníky

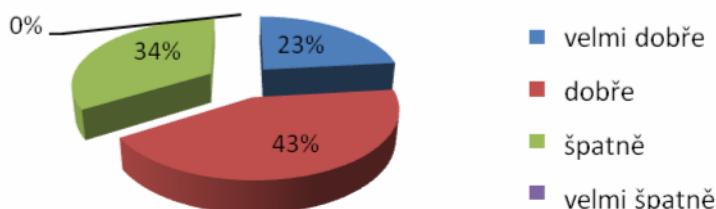


Zdroj: vlastní šetření

Vybavenost pro sportovní aktivity je podle 64 % návštěvníků dobrá. Z odpovědí zazněla i velmi dobrá vybavenost a špatná vybavenost. Odpověď špatná mohla zaznít možná kvůli nemožnosti koupání (plavecký bazén je uzavřený).

#### d) společenské vyžití a zábava

graf 8: Zhodnocení společenského vyžití a zábavy návštěvníky

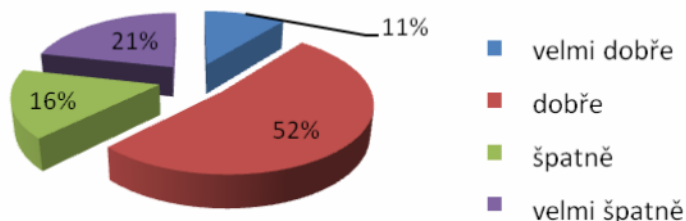


Zdroj: vlastní šetření

I u této otázky vyšlo hodnocení jako dobré (43 %), nezanedbatelný je však názor 34 % lidí, kteří odpověděli, že společenské vyžití je špatné. Nespokojenost se dá spojovat s nedostatečnou nabídkou večerní zábavy (bary, diskotéky).

#### e) dopravní služby a infrastruktura

graf 9: Zhodnocení dopravních služeb a infrastruktury návštěvníky

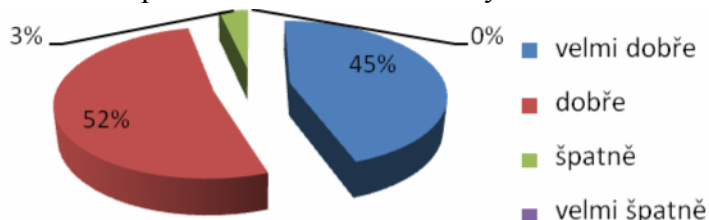


Zdroj: vlastní šetření

V hodnocení dopravních služeb a infrastruktury se názory liší, výrazně vyniká jen odpověď dobré dopravní služby, kterou označilo 52 % dotázaných.

#### f) nákupní možnosti

graf 10: Zhodnocení nákupních možností návštěvníky

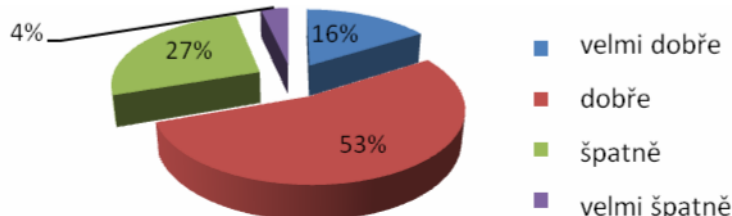


Zdroj: vlastní šetření

Nákupní možnosti označují návštěvníci města za dobré až velmi dobré. Toto pozitivní hodnocení je zřejmě díky množství obchodů na hlavní třídě do centra a existence čtyř supermarketů ve městě.

g) orientační značení

graf 11: Zhodnocení orientačního značení návštěvníky

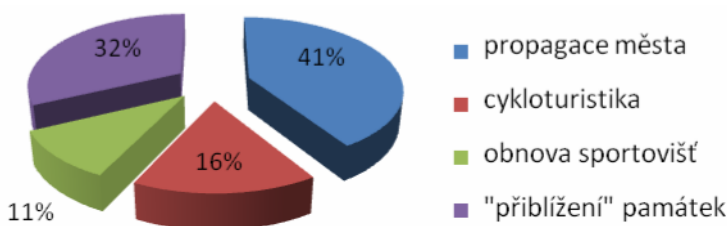


Zdroj: vlastní šetření

V odpovědích se objevily všechny čtyři stupně ohodnocení, převládá názor, že orientační značení je dobré (53 %). Rozdílné názory jsou zřejmě způsobeny tím, že ve městě orientační značení je, ale k zámku Konopiště cesta pořádně označená není.

Otázka osmá: Na kterou z priorit by se podle Vás mělo město nejvíce zaměřit?

graf 12: Priority města z pohledu návštěvníků

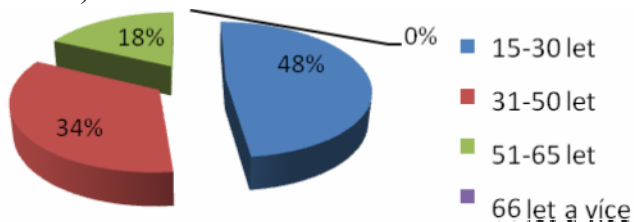


Zdroj: vlastní šetření

Podle 41 % návštěvníků by se město mělo zaměřit na prioritu propagace, podle 32 % by prioritou mělo být „přiblížení“ památek, 16 % by doporučilo zabývat se cykloturistikou a 11 % obnovu sportovišť. Z odpovědí je zřejmé uspořádání priorit dle potřeb turistů.

Otázka devátá: Jaký je Váš věk?

graf 13: Věk (návštěvníci)

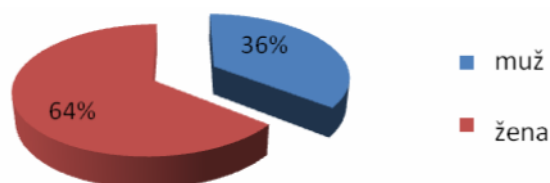


Zdroj: vlastní šetření

Dotazování se nejčastěji zúčastnili lidé ve věku 15-30 let (48 % dotázaných) a 31-50 let (34 % dotázaných), což vyjadřuje, že právě tyto věkové skupiny nejvíce cestují.

**Otázka desátá:** Jste muž nebo žena?

graf 14: Pohlaví (návštěvníci)



Zdroj: vlastní šetření

Dotazníky vyplňovaly více ženy než muži.

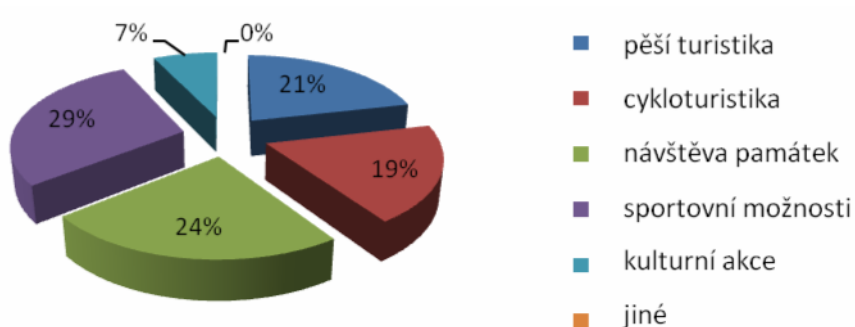
### ***Dotazníky pro místní obyvatele***

Tyto dotazníky obsahovaly 8 otázek a z celkových 60-ti kusů se vyplnilo 42.

Dotazník se skládal z těchto otázek:

**Otázka první:** Které atraktivity považujete ve městě za nejlákavější?

graf 15: Atraktivity města



Zdroj: vlastní šetření

Názory místních obyvatel na atraktivity ve městě jsou různé, výrazně nepřevládá ani jedna odpověď. Místní obyvatelé vybrali z nabídnutých možností, jiné neuvědli.

**Otázka druhá:** Co nejvíce v destinaci postrádáte?

Místní obyvatelům ve městě chybí bazén, kulturní vyžití, kulturní centrum, cesta do Konopiště (značení), venkovní koupaliště, aquapark a obchodní centrum.

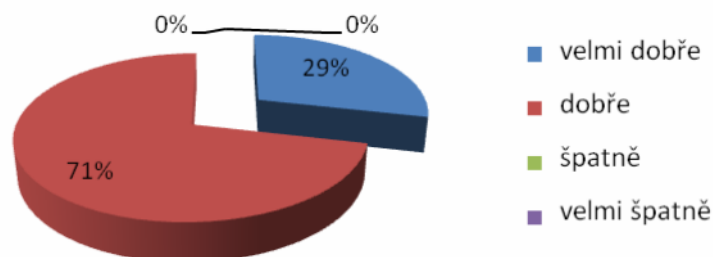
Otázka třetí: Co Vám ve městě nejvíce vadí?

Nepříjemný je pro místní obyvatele nepořádek, zejména kolem kontejnerů, mnoho heren ve městě, nedostatečné zázemí pro turisty, málo informací a zničené Kulturní centrum.

Otázka čtvrtá: Jak hodnotíte následující služby a infrastrukturu v destinaci?

a) ubytovací služby

graf 16: Zhodnocení ubytovacích služeb místními obyvateli

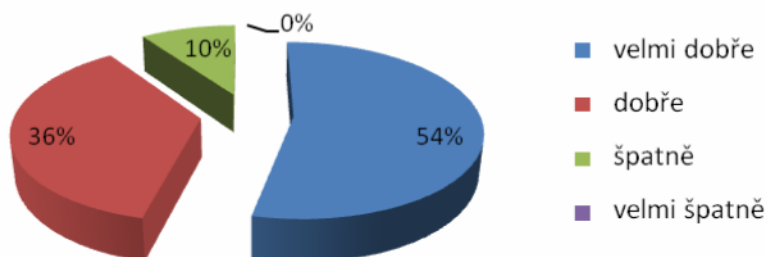


Zdroj: vlastní šetření

Stejně jako návštěvníci i místní obyvatelé si myslí, že ubytovací služby jsou dobré.

b) stravovací služby

graf 17: Zhodnocení stravovacích služeb místními obyvateli

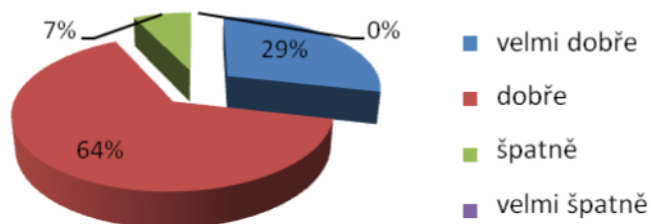


Zdroj: vlastní šetření

Stravovací služby jsou pro 54 % dotázaných velmi dobré a pro 36 % dobré, což vyjadřuje velmi dobrou úroveň těchto služeb. Místní obyvatelé pravděpodobně oceňují, že řada restaurací nabízí možnost rychlého naobědvání během polední pauzy.

### c) vybavenost pro sportovní aktivity

graf 18: Zhodnocení vybavenosti pro sportovní aktivity místními obyvateli

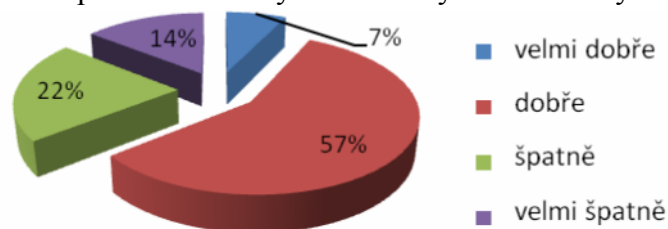


Zdroj: vlastní šetření

U vybavenosti pro sportovní aktivity převládá názor místních obyvatel, že je dobrá (64 %), což odpovídá bohaté nabídce městských sportovišť. 29 % lidí ji dokonce považuje za velmi dobrou, 7 procentům se však zdá špatná.

### d) společenské vyžití a zábava

graf 19: Zhodnocení společenského vyžití a zábavy místními obyvateli

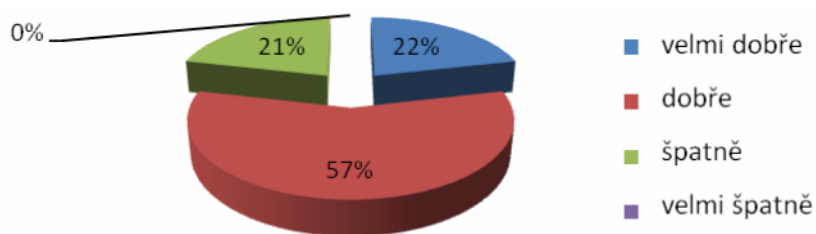


Zdroj: vlastní šetření

Společenské vyžití a zábava jsou ve většině hodnoceny jako dobré (57 %), ale dost dotázaných je označilo i jako špatné (22 %) až velmi špatné (14 %). Obyvatelé by zřejmě ocenili nové způsoby zábavy ve městě, zatím je všechna zábava spíše stereotypní.

### e) dopravní služby a infrastruktura

graf 20: Zhodnocení dopravních služeb a infrastruktury místními obyvateli

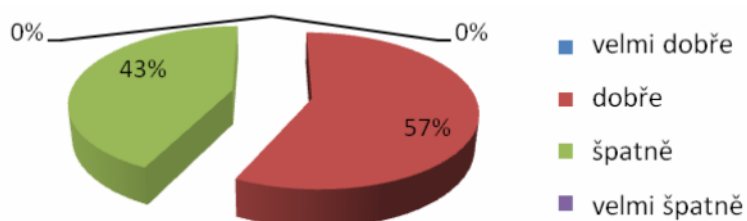


Zdroj: vlastní šetření

U dopravních služeb a infrastruktury se v hodnocení objevují opět názory dobré, velmi dobře, špatné, přičemž hodnocení dobré dopravní služby převládá. Nespokojenost může vyplývat z faktu, že u řady panelových domů není dostatek míst pro parkování.

#### f) pořádek a čistota města

graf 21: Zhodnocení pořádku a čistoty města místními obyvateli

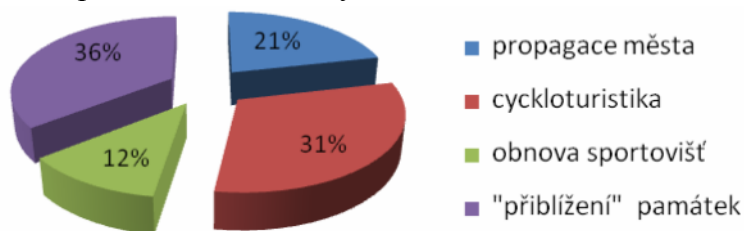


Zdroj: vlastní šetření

Názory na pořádek a čistotu města jsou protichůdné, 57 % hodnotí pořádek a čistotu jako dobrou, ale 43 % jako špatnou.

Otázka pátá: Na kterou z priorit by se podle Vás mělo město nejvíce zaměřit?

graf 22: Priority města z pohledu místních obyvatel

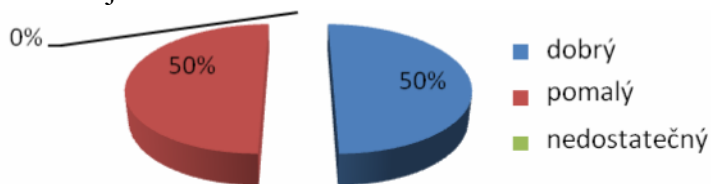


Zdroj: vlastní šetření

Z předložených možností na tuto otázku zazněly všechny. 36 % lidí navrhuje zaměřit se na „přiblížení“ památek, 31 % lidí na cykloturistiku, 21 % na propagaci města a 12 % na obnovu sportovišť. Zajímavé je, že obyvatelé označovali odpovědi týkající cestovního ruchu (propagace, přiblížení památek) více než obnovu sportovišť, která by sloužila jim.

Otázka šestá: Jak hodnotíte rozvoj města Benešova?

graf 23: Rozvoj města

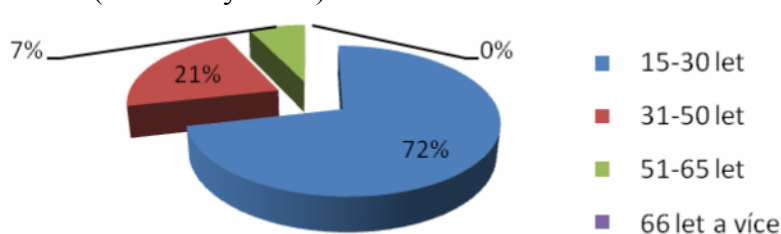


Zdroj: vlastní šetření

U otázky rozvoje se obyvatelé neshodli. Polovina dotázaných považuje rozvoj za dobrý a polovina za pomalý. Názory se liší z důvodu různých představ obyvatel a jejich náročnosti.

Otázka sedmá: Jaký je Váš věk?

graf 24: Věk (místní obyvatelé)

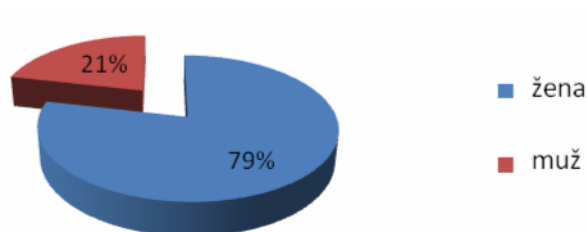


Zdroj: vlastní šetření

Z velké většiny (72 %) se dotazování zúčastnili lidé ve věku 15-30 let.

Otázka osmá: Jste muž nebo žena?

graf 25: Pohlaví (místní obyvatelé)



Zdroj: vlastní šetření

Dotazníky vyplňovaly hlavně ženy (79 %).



### ***Zhodnocení dotazníkového šetření***

Dotazníkových šetření se zúčastnily hlavně ženy ve věku 15-30 let. Služby a infrastruktura města byly návštěvníky i místními obyvateli ohodnoceny jako dobré, jako velmi dobré byly ohodnoceny stravovací zařízení a jejich služby. Obě dotazované skupiny se shodly na tom, že ve městě chybí infrastruktura pro vnitřní i venkovní koupání, dále by také ocenili více možností zábavy. Místní obyvatelé by městu doporučili zaměřit se na prioritu „přiblížení památek“, návštěvníci by doporučili zaměřit se na propagaci města.

Na základě dotazníkového šetření lze usuzovat, že lidé přijíždějící do Benešova jsou z celé České republiky, jejich pobyt zde je většinou jednodenní a tito lidé zde byli poprvé nebo už více jak jedenkrát. Jako účel cesty je ve většině případů poznávání. Hlavním informačním zdrojem byli příbuzní a známí a také internet.

## 5 SWOT analýza

### 5.1 SWOT analýza

SWOT analýza byla provedena podle postupu uvedeného v knize Strategický marketing od Horákové. Nejprve byly analyzovány vnitřní faktory, tedy silné a slabé stránky a jejich výkonnost. Poté byly vytvořeny matice pro vnější faktory, tedy příležitosti a ohrožení. A nakonec byly oba faktory shrnuty do jedné tabulky. [11]

#### Vnitřní faktory

##### *Silné a slabé stránky*

Hodnocené faktory	Posouzení stavu			Závažnost		
	dobry	prumerny	sapatny	vysoka	prumerná	nizka
1. Ekonomický význam cestovního ruchu		✓		✓		
<i>Přírodní předpoklady</i>						
2. Klima		✓			✓	
3. Vodstvo		✓		✓		
4. Biologické podmínky	✓			✓		
<i>Kulturně-historické předpoklady</i>						
5. Historické památky	✓			✓		
6. Kulturní zařízení		✓		✓		
7. Kulturní akce	✓			✓		
<i>Turistická infrastruktura</i>						
8. Ubytovací zařízení	✓			✓		
9. Stravovací zařízení	✓			✓		
10. Kongresová zařízení		✓			✓	
11. Infrastruktura pro aktivity v zimě			✓		✓	
<i>Infrastruktura pro aktivity v létě</i>						
12. Golf	✓				✓	
13. Cykloturistika		✓			✓	
14. Pěší turistika	✓				✓	
15. Rekrece u vody			✓		✓	

16. Infrastruktura pro aktivní sport	✓				✓	
<i>Dopravní infrastruktura</i>						
17. Doprava do destinace	✓			✓		
18. Doprava v destinaci			✓	✓		
<i>Další turistická nabídka</i>						
19. Hlavní atraktivity a cíle	✓				✓	
20. Hlavní druhy a formy cestovního ruchu		✓			✓	
21. Nabídka turistických produktů			✓	✓		
22. Kvalita turistických informací		✓			✓	
23. Organizace a řízení cestovního ruchu		✓			✓	

### ***Hodnocení výkonnosti a závažnosti silných a slabých stránek***

		výkonnost	
		nízká	vysoká
závažnost	vysoká	1, 3, 6, 11,13, 15,18, 21	4, 5, 7, 8, 9, 14, 16, 17
	nízká	2, 10	12, 19, 20, 22, 23

V pravém horním kvadrantu jsou nejvýznamnější faktory s vysokou výkonností, u kterých by měla být snaha tento stav udržet. Těmito faktory jsou biologické podmínky, historické památky, kulturní akce, ubytovací zařízení, stravovací zařízení, pěší turistika, infrastruktura pro aktivní sport a doprava do destinace. Faktory nacházející se v levém horním kvadrantu - ekonomický význam cestovního ruchu, vodstvo, kulturní zařízení, infrastruktura pro venkovní aktivity v přírodě v zimě, cykloturistika, rekreace u vody, doprava v destinaci a nabídka turistických produktů, by bylo třeba posílit, protože jejich závažnost je vysoká, ale výkonnost malá. U faktorů golf, hlavní atraktivity a cíle, formy a druhy cestovního ruchu, kvalita turistických informací a organizace a řízení cestovního ruchu, nacházejících se v pravém dolním kvadrantu, je na zvážení, jak velké úsilí jim věnovat. Méně významnými faktory jsou faktory v levém dolním kvadrantu klima a kongresová zařízení.

## Vnější faktory

### *Matice příležitostí*

		pravděpodobnost úspěchu	
		vysoká	nízká
přitažlivost	vysoká	<ul style="list-style-type: none"><li>- rozvoj nových produktů CR (např. cykloturistika, konference)</li><li>- spolupráce města a místní akční skupiny</li><li>- zlepšení propagace destinace</li><li>- blízkost hlavního města</li><li>- možnost využití Fondů Evropské unie</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- prodloužení turistické sezóny</li></ul>
	nízká		

Levý horní kvadrant ukazuje výborné příležitosti, které jsou atraktivní i poměrně snadno realizovatelné. Těmito příležitostmi je rozvoj nových produktů cestovního ruchu, větší spolupráce města a místní akční skupiny, zlepšení prezentace destinace, využití blízkosti hlavního města a možnost využít finanční prostředky z Fondů Evropské unie. U faktoru prodloužení turistické sezóny v pravém horním kvadrantu už realizovatelnost tak jednoduchá není.

### *Matice ohrožení*

		pravděpodobnost výskytu	
		vysoká	nízká
závažnost	vysoká	<ul style="list-style-type: none"><li>- zastarávání infrastruktury v oblasti sportu a kultury</li><li>- nedostatečná údržba kulturních a historických objektů</li><li>- nedostatečná prezentace a propagace města</li></ul>	
	nízká	<ul style="list-style-type: none"><li>- nekoordinovanost v rozvoji cestovního ruchu</li></ul>	

Výrazné hrozby představuje levý horní kvadrant a v něm faktory zastarávání sportovní a kulturní infrastruktury, nedostatečná údržba kulturních a historických objektů a nedostatečná prezentace města. Menší ohrožení je u faktoru nekoordinovanost v rozvoji cestovního ruchu v levém dolním kvadrantu.

## SWOT ANALÝZA

Následující tabulka představuje výsledek shrnutí obou faktorů.

Obsah faktorů	Typy faktorů	
	příznivé	nepříznivé
<b>Vnitřní</b>	<p><u>Silné stránky</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- historické památky</li> <li>- geografická poloha</li> <li>- dopravní dostupnost</li> <li>- kulturní akce</li> <li>- ubytovací zařízení</li> <li>- stravovací zařízení</li> <li>- infrastruktura pro aktivní sport</li> <li>- pěší turistika</li> </ul>	<p><u>Slabé stránky</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vodstvo</li> <li>- kulturní zařízení</li> <li>- rekreace u vody</li> <li>- nabídka turistických produktů</li> <li>- infrastruktura pro venkovní aktivity v přírodě v zimě</li> <li>- nedostatečná prezentace a propagace města</li> <li>- propojení města a zámku Konopiště</li> </ul>
<b>Vnější</b>	<p><u>Příležitosti</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rozvoj nových produktů CR (např. cykloturistika, konference)</li> <li>- spolupráce města a místní akční skupiny</li> <li>- zlepšení propagace destinace</li> <li>- blízkost hlavního města</li> <li>- možnost financování projektů z fondů Evropské unie</li> <li>- prodloužení turistické sezóny</li> </ul>	<p><u>Ohrožení</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zastarávání infrastruktury v oblasti sportu a kultury</li> <li>- nedostatečná údržba kulturních a historických objektů</li> <li>- nekoordinovanost v rozvoji cestovního ruchu</li> </ul>

## 5.2 Problémová analýza

Po provedení všech čtyř analýz na vybraném území byly výsledky souborně zhodnoceny a byly definovány hlavní silné a hlavní problémové oblasti.

Na základě analýz primárních potenciálů vyšly přírodní předpoklady jako průměrné. Nedostatky jsou u koupání, protože se v destinaci nenacházejí hydrologické prvky využitelné pro cestovní ruch. Naopak velmi kvalitní podmínky pro cestovní ruch nabízí příroda. Největší potenciál má Konopištský park, ale i další městské parky, v okolí je mírně členitý a lesnatý terén pro cestovní ruch dobře využitelný. Dále z analýz vyplynulo, že Benešov má výborné kulturně-historické předpoklady, i když bylo nalezeno pár problémů s technickou kvalitou kulturních zařízení.

Co se týče sekundárních potenciálů, ty, které jsou v Benešově zastoupeny, jsou na dobré úrovni. Služby, počet zařízení a vcelku i technická kvalita jsou dostačující pro obsluhu místních obyvatel i turistů. Na velmi dobré úrovni jsou ubytovací a stravovací zařízení. Město nemá infrastrukturu pro venkovní aktivity v zimě, ale pro ně tu nejsou ani podmínky. Podmínky pro venkovní aktivity v létě jsou dobré u golfu, cykloturistiky a pěší turistiky, naopak infrastruktura pro rekreaci u vody je nedostačující. Doprava do destinace je na dobré úrovni, doprava v destinaci je horší, ale vzhledem k tomu, že destinace není nijak rozsáhlá, dá se všude dojít pěšky. Hodnoceny byly i další oblasti jako hlavní atraktivity a cíle, které vyšly jako dobré, struktura a kvalita turistických informací, hlavní druhy a formy cestovního ruchu a organizace a řízení cestovního ruchu, které vyšly jako průměrné a nabídka turistických produktů, která vyšla jako špatná.

Výsledky jsou potom následující:

Dobré podmínky pro cestovní ruch má město Benešov díky geografické poloze, dopravní dostupnosti, zámku Konopiště, infrastrukturu pro sportovní aktivity, stravovacím a ubytovacím zařízením.

Nedostatky a hlavní rozvojové problémy byly nalezeny v oblastech infrastruktura pro koupání, propagace a informace o městě a propojení města a zámku Konopiště.

Na počátku stanovené hypotézy mohly být po podrobném prozkoumání destinace vyhodnoceny. První hypotéza „Ve městě Benešov jsou příležitosti k dalšímu rozvoji.“ byla potvrzena. Stávající sekundární potenciál a vybavení města není vždy v perfektním stavu a mnoho zařízení potřebuje rekonstrukci a modernizaci. Příležitosti k rozvoji jsou ale i ve vytvoření nových zařízení a ve využití jiných forem cestovního ruchu, pro které jsou v Benešově podmínky (např. kongresový cestovní ruch - menší konference, krátkodobá letní rekreace). Druhá hypotéza „Největším problémem města Benešov je spojení se zámek Konopiště.“ byla také potvrzena. Problém spojení zámku a města začíná dopravním spojením, na které upozorňují místní obyvatelé (špatné značení cesty) a končí problémem s celkovou prezentací zámku ve spojitosti s městem (každý subjekt se prezentuje sám). Celý areál zámku by mohl být více využíván místními obyvateli, zatím je tomu ale překážkou nebezpečná cesta do Konopiště a nedostatečná infrastruktura pro volnočasové atraktivity a odpočinek.

## **6 Návrhy možností strategického rozvoje cestovního ruchu**

Smyslem diplomové práce je najít ve městě Benešov možnosti rozvoje v cestovním ruchu. Aby se jednalo o strategický rozvoj, musela být určena strategická vize území, na ni navázaly strategické cíle a poté priority, které se dopracovaly až do konkrétních opatření. Stanovená vize, cíle, priority a opatření byly porovnávány se strategickým dokumentem Benešova.

### **6.1 Vize**

Město Benešov vizi ve svém strategickém dokumentu stanovenou nemá.

Ideální stav rozvoje v budoucnu by byl, kdyby došlo k propojení zámku Konopiště a města Benešov ve smyslu, že více návštěvníků, kteří přijeli na Konopiště, by se rozhodlo podívat do města, zajít do některé z restaurací, navštívit některou z kulturních akcí v Benešově a prodloužit svoji návštěvu Benešova alespoň na 2 dny, kdy čas by návštěvník vyplnil sportovní nebo relaxační činností v zařízeních k tomu určených. Do budoucna by bylo dobré také docílit většího využití zámeckého parku především obyvateli Benešova. Ke zvýšení návštěvnosti by šly využít předpoklady krajiny pro krátkodobou letní rekreaci a nabídkou kvalitního koupání ve městě přilákat více turistů v letním období.

Základní vizi města Benešov lze stanovit jako:

*Benešov – rekreace a městská turistika na dosah od hlavního města*

### **6.2 Strategické cíle**

Pro dosažení strategické vize byly určeny 3 strategické cíle, jejichž naplněním by mělo dojít k dosažení požadovaného budoucího stavu.

Ve strategii města Benešov strategické cíle nejsou obsaženy.



Stanovenými strategickými cíli v diplomové práci jsou:

Cíl 1: Zvýšení návštěvnosti města

Návštěvnost zámku Konopiště se pohybuje ve statisících návštěvníků za rok, návštěvnost ubytovacích zařízení v Benešově a Informačního centra v Benešově je jen v desetitisících. Cílem tedy je přilákat více návštěvníků zámku do centra města.

Cíl 2: Letní rekreace

Využít, že reliéf v okolí Benešova je vhodný pro letní krátkodobou rekreaci a přilákat do města více turistů v letní sezóně. Pro aktivity v létě je ve městě i jeho okolí dost příležitostí, je třeba však vyřešit problém s infrastrukturou pro koupání. Vzhledem k oblíbenosti cykloturistiky pokračovat také ve zlepšování podmínek pro tuto aktivitu.

Cíl 3: Marketingová komunikace destinace

Žádný produkt se neprodá, pokud nebude mít patřičnou marketingovou podporu. Tento cíl vyjadřuje potřebu zaměřit se na lepší propagaci města s využitím nástrojů marketingové komunikace (především reklama, podpora prodeje).

### **6.3 Priority**

Benešov se podle svého strategického dokumentu chce zaměřit na čtyři priority: Propagace, Cykloturistika, Obnova sportovišť a „Přiblížení“ památek.

V diplomové práci jsou podle stanovených strategických cílů priority zaměřeny na Propojení města a zámku Konopiště, Podporu tvorby produktových balíčků, Rozvoj infrastruktury pro letní rekreaci a Prezentaci města ve spojitosti se zámkem Konopiště.

Priorita Rozvoj infrastruktury pro letní rekreaci odpovídá prioritě města Obnova sportovišť, ale orientuje se jen na oblast koupání, a prioritě Cykloturistika. Priorita Prezentace města ve spojitosti se zámkem Konopiště je shodná s prioritou města Propagace, ale více zdůrazňuje spojitost města se zámkem. U dalších priorit nebyla vyhodnocena taková závažnost. Závažnější problém, který byl analýzami nalezen, je řešen v prioritě Propojení města a zámku Konopiště a v prioritě Podpora tvorby produktových balíčků.

#### Priorita 1: Propojení města a zámku Konopiště

Dosáhnout, aby více turistů po návštěvě zámku zavítalo do města Benešov a také dosáhnout většího využití areálu zámku turisty i místními obyvateli.

Zatraktivněním centra například více akcemi pořádaných přímo na náměstí, by turisté dostali impuls pro přesun do centra. Nutností by bylo vhodně vyznačit cestu do města a upozorňovat a vhodným způsobem vyzívat turisty k návštěvě města.

V zámeckém parku je dostatek prostoru pro volnočasové aktivity a aktivní trávení času, ale už zde není infrastruktura pro tyto aktivity. Výstavbou a rekonstrukcí infrastruktury pro sport i odpočinek by se zde turisté mohli zdržet po prohlídce zámku a obyvatelé Benešova by mohli více volnočasových aktivit přesunout sem do tohoto atraktivního prostředí.

#### Priorita 2: Podpora tvorby produktových balíčků

Nabídkou komplexních služeb v rámci produktového balíčku zvýšit návštěvnost a zájem o destinaci. Ze strany města by mělo jít o podporu a motivování místních podnikatelů k tvorbě těchto balíčků.

#### Priorita 3: Rozvoj infrastruktury pro letní rekreaci

Pro úplnou letní rekreaci chybí v Benešově to nejpodstatnější a to venkovní koupaliště s dostatečnou kapacitou a kvalitou. Vybudované koupaliště by bylo velmi přínosné i pro místní obyvatelé a obyvatelé okolních vesnic.

Cykloturistika je v poslední době oblíbenou činností, podmínky pro ni jsou v Benešově pouze průměrné. Proto by se mělo pokračovat v jejím zlepšování a v rozšiřování tras pro cykloturistiku.

#### Priorita 4: Prezentace města ve spojitosti se zámkem Konopiště

Zaměřit se na lepší propagaci města ve smyslu více se objevovat na turistických portálech, lepší internetové stránky, umístění reklamních tabulí u zámku s nasměrováním turistů do města, apod. Při tom všem neustále zdůrazňovat, že zámek Konopiště a město Benešov patří k sobě.

## 6.4 Opatření

Konkrétní aktivity pro dosažení jednotlivých priorit jsou vyjádřeny v opatřeních. Z opatření stanovených v diplomové práci se 4 shodují se strategií města a v práci byly více konkretizovány a rozpracovány. V práci byla navržena i další opatření.

Shodná jsou opatření Cesta do Konopiště s opatřením města Zpřístupnění areálu zámku Konopiště z města Benešov. Město se zde zabývá vedením cesty do Konopiště, tak aby byla bezpečná, v diplomové práci je řešeno značení cesty. Opatření Vybudování venkovního koupaliště odpovídá opatření Obnova areálu „Koupadel“ ve strategii města, v diplomové práci je podán konkrétní návrh, jak by mělo koupaliště vypadat. Opatření Budování dalších cyklotras je shodné s opatřením Rozšíření tras pro cykloturistiku. U opatření Internetové stránky, které je shodné s opatřením Propagace pomocí internetu, bylo popsáno, co by měly internetové stránky konkrétně obsahovat.

### ***Priorita 1 Propojení města a zámku Konopiště:***

#### Opatření 1: Zatraktivnění centra města

Centrum města není nijak velké, navíc mu na ploše ubírají parkovací místa situovaná přímo na Malém i Masarykově náměstí. Přesunutím části parkovacích míst (zejména z Masarykova náměstí) pod náměstí (například bývalá tržnice) by vznikly volné plochy, které by se daly využít k zatraktivnění centra. Například pro zahrádky restaurací a kaváren nebo pro akce jako letní promítání, divadelní představení, apod.

Novým způsobem zábavy ve městě by mohlo být vybudování „Tančírny“. Jednalo by se o zřízení restaurace s vnitřními i venkovními prostory a s tanečním parketem. Tančírna by šla umístit do míst kolem kašny na Masarykově náměstí a na parkovacích místech nacházejících se v těsné blízkosti kašny, kde by zejména v letní sezóně bylo posezení a tanec pod širým nebem atraktivní. Tradiční provoz restaurace by byl doplněn o taneční vystoupení, dětské diskotéky, taneční večery pro dospělé, diskotéky pro dospělé. V letní sezóně by všechny tyto akce probíhaly ve venkovní části restaurace, nutností by bylo vybavení pro případ nepříznivého počasí (vysouvací střecha), ve zbylém období by byl provoz venku omezen nebo úplně přesunut dovnitř. Aby nebyl rušen noční klid obyvatel, hudba by hrála jen do 22:00. Tančírna by mohla

přilákat více lidí přímo do centra a zároveň by odstranila nespokojenost se společenským vyžitím v Benešově, která vyplynula z dotazníkového šetření.

#### Opatření 2: Cesta do Konopiště

Cesty do Konopiště existují dvě. Jedna prochází parkem, kde na jeho konci je nutné přejít frekventovanou silnicí I/3. Druhá vychází od parkoviště pod zámek, vede po chodníku podél silnice III. třídy 10614 a při vstupu do města je nutné přejít silnici u podjezdu u Danone. Řešením přechodů silnic se město v současnosti zabývá.

Ať už cesta vede kudykoliv, je nutné ji řádně označit. Aby současně bylo značení i atraktivní a přilákalo lidi, aby se po cestě vydali, bylo by vhodné použít symbolů, například cesta ze zámku do města označená osmicípou hvězdou v modrém poli (symbol města) a cesta z města do Konopiště označená symbolem zámku. Účelné by také bylo do cílů umístit reklamní tabule - k zámku tabuli s pozvánkou a popisem cesty do města a na náměstí tabuli s pozvánkou a popisem cesty na zámek.

#### Opatření 3: Vybudování infrastruktury pro volnočasové aktivity v zámeckém parku

V parku by byla potřeba vytvořit více odpočinkových zón s lavičkami, ale třeba i míst pro piknik. V oblasti sportu by novými aktivitami situovanými do parku mohlo být lanové centrum, minigolf, venkovní tenisové kurty nebo jízdárna. Vzhledem k tomu, že je areál veliký, nebude problém s dostatkem prostoru. Pokud se řada aktivit obyvatel přesune z města sem, bude potřeba zajistit zde i občerstvení, WC atd. Rozšířením možností trávení volného času by se dosáhlo větší návštěvnosti parku, ale také částečného prodloužení sezóny do jarních a podzimních měsíců.

V plánu města a lesního závodu Konopiště je výstavba in-line stezky, 2 altánků a naučných koutků.

### ***Priorita 2 Podpora tvorby produktových balíčků:***

#### Opatření 1: Tématické produktové balíčky

Při tvorbě produktových balíčků by se spoluprací místních podnikatelů dalo vytvořit zajímavé propojení ubytování, návštěvy zámku Konopiště, sportovní činnosti nebo kulturního zážitku.

Například segment golfistů je zatím izolován v Golf Resortu Konopiště, vytvořením balíčku „Golf“ by šlo ubytování zařídit ve čtyřhvězdičkovém hotelu v Benešově, zakomponovat bezplatnou dopravu na hřiště do Tvoršovic, zajistit samostatnou prohlídku zámku Konopiště s průvodcem a na večery připravit návštěvu kulturní akce nebo relaxaci v komplexu S-centrum nebo v Solné jeskyni.

### ***Priorita 3 Rozvoj infrastruktury pro letní rekreaci:***

#### **Opatření 1: Vybudování venkovního koupaliště**

Pro vybudování koupaliště přímo v Benešově by se daly využít prostory nádrže Sladovka nacházející se na jižním konci města směr Popovice. Jedná se o areál s přírodní nádrží, kde voda není upravovaná a koupání je jen na vlastní nebezpečí. Kolem nádrže jsou travnaté plochy, v areálu se dále nachází antukové hřiště, dětské prolézačky, WC a restaurace. Tento areál by po rekonstrukci a modernizaci mohl plně obsloužit potřeby letní rekreace turistů i místních obyvatel. Nejdůležitější přestavbu by představovala vodní nádrž, která by musela být postavena z odpovídajícího materiálu pro venkovní koupaliště, a muselo by být nainstalováno čistící zařízení, které by udrželo vodu čistou a vhodnou ke koupání. Nutností by byla také výstavba zázemí k bazénu v podobě venkovních sprch u bazénu, převlékárny, sociálních zařízení a vybavení lehátka. Pro zvýšení atraktivity koupaliště by bylo účelné přistavit k bazénu i tobogán. Vedle bazénu pro dospělé by bylo situováno brouzdaliště pro malé děti. Dětské prolézačky by byly přesunuty k brouzdališti, byly by zmodernizovány a rozšířeny jejich výběr. Antukové hřiště by také prošlo rekonstrukcí na beach volejbalové a nohejbalové hřiště. A poslední rekonstrukcí by byla úprava restaurace na restauraci se samoobsluhou. Pro provoz koupaliště by bylo třeba zajistit pracovní sílu, protože dosud fungoval areál jako volně přístupná slunečná louka. Jeden pracovník bude třeba pro výběr vstupného, u bazénu musí být po celou dobu provozu plavčík, dále bude potřeba mít pracovníky pro zajištění chodu restaurace a na úklid sociálních zařízení a bazénu.

#### **Opatření 2: Budování dalších cyklotras**

V okolí Benešova je několik tras pro cykloturistiku, přesto by mohla být možnost výletů na kolech rozšířena. Využít by se dalo existence spousty zajímavých

míst a historických památek v regionu a spojit je s Benešovem (například zámek Jemniště, vrchy Malý a Velký Blaník, Růžkovy Lhotice, nádrž Želivka, atd).

#### ***Priorita 4 Prezentace města ve spojitosti se zámkem Konopiště:***

##### Opatření 1: Internetové stránky

Město Benešov by mělo svoji nabídku na internetu více přiblížit turistům a potenciálním návštěvníkům. Na stránce by měly být oddělené informace týkající se fungování města a informace týkající se cestovního ruchu. Jednoduchým řešením by bylo, kdyby po otevření stránky prohlížejí vybral, zda je občan nebo turista, a podle toho by se mu objevily potřebné informace. Informace pro turisty by měly Benešov prezentovat jako destinaci cestovního ruchu, poukázat na hlavní atraktivity města, nabídnout úplnou databázi stravovacích a ubytovacích zařízení, možnosti sportovního a kulturního vyžití, mapy pěších stezek a cyklostezek, dopravní spojení, nabídnout balíčky služeb, kalendář akcí, možnost diskuze a neustále zdůrazňovat, že město Benešov a zámek Konopiště patří k sobě. Stránky by měly mít atraktivní grafickou podobu s fotkami turisticky zajímavých míst v Benešově a chybět by neměla možnost prohlédnout stránky v cizím jazyce.

##### Opatření 2: Reklama a podpora prodeje

Prezentace města ve spojitosti se zámkem Konopiště by se měla objevit v dalších nástrojích marketingové komunikace. Využita by mohla být venkovní reklama v podobě reklamních tabulí s pozvánkou turistů do města Benešov umístěných na parkovišti u zámku Konopiště, u silnice vedoucí k zámku nebo při pěší cestě na zámek. Dále pak v informační centrum na Konopišti cíleně informovat a propagovat město, distribuovat propagační materiály o atraktivitách ve městě a nabízet prohlídky města s průvodcem. Spojení města a zámku by šlo uskutečnit i podporou prodeje v podobě spojování vstupenek na zámek se vstupenkou do zařízení ve městě např. do Muzea umění.

## Shrnutí

### Navrhovaná strategie

<i>Vize</i>	Benešov - rekreace a městská turistika na dosah od hlavního města			
<i>Cíle</i>	Zvýšení návštěvnosti města		Letní rekreace	Marketingová komunikace destinace
<i>Priority</i>	Propojení města a zámku Konopiště	Podpora tvorby produktových balíčků	Rozvoj infrastruktury pro letní rekreaci	Prezentace města ve spojitosti se zámkem Konopiště
<i>Opatření</i>	Zatraktivnění centra města	Tematické produktové balíčky	Vybudování venkovního koupaliště	Internetové stránky
	Cesta do Konopiště		Budování dalších cyklotras	Reklama a podpora prodeje
	Vybudování infrastruktury pro volnočasové aktivity v zámeckém parku			

Zdroj: vlastní návrh

### Strategie města Benešov

<i>Priority</i>	Propagace	Cykloturistika	Obnova sportovišť	„Přiblížení“ památek
<i>Opatření</i>	Zajištění vzniku jednotného vizuálního stylu	Kontrola a obnova cyklostezky Benešov - Konopiště	Obnova krytého plaveckého bazénu	Zpřístupnění areálu zámku Konopiště z města Benešov
	Revize typu a počtu propagačních materiálů	Rozšíření tras pro cykloturistiku	Obnova hokejového stadionu	Obnova parkoviště u Konopiště a jeho zázemí
	Stanovení distribučních kanálů	Propagace cykloturistiky	Obnova areálu „Koupadel“	Vytvoření „procházky“ městem s vyznačením turisticky atraktivních objektů
	Propagace pomocí internetu	Údržba cyklostezek a cyklotras		Odbahnění a oprava Konopišťského rybníka
				Propagace k prioritě „Přiblížení“ památek

Zdroj: Plán rozvoje cestovního ruchu a volnočasových aktivit, 2008

## 7 Závěr

Diplomová práce byla zaměřena na možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu v Benešově u Prahy. Cílem bylo zhodnotit primární a sekundární potenciál ve zvoleném území a na základě poznatků zjištěných analýzami území stanovit vizi, cíle, priority a opatření pro budoucí rozvoj města v oblasti cestovního ruchu. Město Benešov u Prahy se nachází 37 km jihovýchodně od Prahy a díky blízkosti hlavního města, funkci bývalého okresního města a bohaté historii má do budoucna předpoklady pro další rozvoj.

Na území byly provedeny čtyři analýzy (hodnocení ekonomického významu cestovního ruchu, analýza a hodnocení turistické nabídky, analýza a hodnocení turistické poptávky včetně dotazníkového šetření a SWOT analýza), které pomohly odhalit největší rozvojové problémy. Nedostatky a hlavní rozvojové problémy byly nalezeny v oblastech infrastruktura pro koupání, propagace a informace o městě a propojení města a zámku Konopiště. Pro tyto problémy pak byly hledány možnosti řešení.

Vzhledem k zaměření práce na strategický rozvoj, návrhy na řešení zjištěných problémů a budoucího rozvoje byly podány tak, aby odpovídaly požadavkům strategického dokumentu. Město Benešov strategický dokument má, proto byly výsledky diplomové práce srovnávány s tímto dokumentem.

Představa ideálního budoucího stavu byla vyjádřena ve vizi. Vize města byla stanovena jako „Benešov – rekreace a městská turistika na dosah od hlavního města“. Na základě vize byly určeny 3 cíle, jejichž naplněním by mělo dojít k dosažení požadovaného budoucího stavu. Cíle jsou následující: Zvýšení návštěvnosti města, Letní rekreace a Marketingová komunikace destinace. Na cíle navazují priority, které jsou zaměřeny na Propojení města a zámku Konopiště, Podporu tvorby produktových balíčků, Rozvoj infrastruktury pro letní rekreaci a Presentaci města ve spojitosti se zámkem Konopiště. Priority byly pak rozpracovány do konkrétních opatření. Jako opatření bylo navrženo zatraktivnění centra města (Tančírna na náměstí), cesta do Konopiště (značení), výstavba infrastruktury pro volnočasové aktivity v zámeckém parku (lanové centrum, minigolf, tenisové kurty, jízdárna, areály odpočinku),



tématické produktové balíčky, vybudování venkovního koupaliště, budování dalších cyklotras, internetové stránky a reklama a podpora prodeje.

Jak se v posledních letech ukázalo, dosažení rozvoje cestovního ruchu na území nebo získání výhod, které cestovní ruch přináší je možné jen na základě organizovaného řízení cestovního ruchu na území a promyšleného stanovování si cílů, kterých chceme v budoucnu dosáhnout. V práci byla snaha držet se tohoto systému a navrhnout činnosti, jejichž realizací dojde k rozvoji města v oblasti cestovního ruchu.

## 8 Summary

The thesis was concentrated on possibilities of strategic development of tourism in Benešov u Prahy. The aim was to evaluate primary and secondary conditions in chosen place and then base on results of analysis the vision, aids, priorities and steps for future development of the town in tourism were taken.

The first step was studying professional literature because of taking information about strategic documents and tourism. The next step was the analysis of economy meaning, the analysis of tourist supply, the analysis of tourist demand and the SWOT analysis in chosen place. The questionnaires for taking town's inhabitants and tourists meaning are contained in the analysis of tourist demand. The result of this analytic part is that good conditions for tourism in Benešov are because of the location, the transport availability, the castle Konopiště, facilities for sport, accommodation and boarding. Main development problems were found in facilities for swimming, promotion and information about town and connection between the town and the castle.

In practical part the vision, aims, priorities and steps were set to solve main development problems. Benešov has a strategic document, so results of thesis were compared with this document. The vision is about how the future situation in the town should seem. The vision of Benešov was set as "Benešov- recreation and town tourism near the main town". In connection with the vision aims were set to reach this vision. The aims are: increase the attendance of the town, the summer recreation and marketing communication of the town. Then priorities continue on aims and they are concentrated on the connection of the town and the castle Konopiště, subvention of making packaging, development of infrastructure for summer recreation and the promotion of the town in connection with the castle Konopiště. And then steps were set as concrete activities to filling priorities. Concrete actions which should be done are to make the centre of the town more attractive (Tančírna on square), a path to Konopiště (designation of the path), built establishments for free time activities in the castle park (a cable centre, a mini-golf, tennis courts, areas for relaxing), making thematic packages, built the outdoor swimming pool, built other path for cycling, the internet page and advertisement and sales promotions.

## 9 Seznam odborné literatury

### *Odborné publikace*

- [1] *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006.
- [2] BERAN, V., DLASK, P. *Management udržitelného rozvoje regionů, sídel a obcí*. Praha: Academia, 2005.
- [3] ČECH, J. *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1998.
- [4] DE PELSMACKER, P. *Marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing, 2003.
- [5] FELLEGI OVÁ, E. *Destinační management*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2008.
- [6] FORET, M. *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Press, 2003.
- [7] FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2001.
- [8] GALVASOVÁ, I. et al. *Průmysl cestovního ruchu* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008 [cit. 2009-09-30]. Dostupný z: <http://ct.scentrum.cz/eknihovna/>
- [9] HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006.
- [10] HLADKÁ, J. *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 1997.
- [11] HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. Praha: Grada publishing, 2000.
- [12] HRABÁNKOVÁ, M. *Management cestovního ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2002.
- [13] INDROVÁ, J. et al. *Cestovní ruch pro všechny* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008 [cit. 2009-09-30]. Dostupný z: <http://ct.scentrum.cz/eknihovna/>
- [14] KIRÁĽOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress Nakladatelství, 2003.
- [15] KOLEKTIV SPOLEČNOSTI EUROVISION. *Strategický rozvoj destinace cestovního ruchu* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007 [cit. 2009-03-04]. Dostupný z: <http://ct.scentrum.cz/eknihovna/>

- [16] *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006 [cit. 2009-03-04]. Dostupný z: <<http://mmr2.sprinx.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=9436a891-44cd-426a-88b9-373e4ce4900a>>
- [17] KOTLER, P. *Marketing Management*. Praha: Grada Publishing, 2001.
- [18] KOZEL, R. a kol. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, 2005.
- [19] LEDNICKÝ, V. *Tvorba strategie územního celku*. Ostrava: Vysoká škola báňská, 2003.
- [20] LEDNICKÝ, V. et al. *Sborník příspěvků z kolokvia Ostrava 2004*. Ostrava: Vysoká škola báňská, 2004.
- [21] MALÁ, V. *Cestovní ruch (vybrané kapitoly)*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1999.
- [22] MORRISON, A. M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995.
- [23] ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1999.
- [24] PALATKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2006.
- [25] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Cestovní ruch - výkladový slovník*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2002.
- [26] *Plán rozvoje cestovního ruchu a volnočasových aktivit* [online]. Benešov: Město Benešov, 2008 [cit. 2010-02-23]. Dostupný z: <<http://www.benesov-city.cz/upload/babicky-miroslav/volnycas/d1-cestovni-ruch-a-volnocasove-aktivity.pdf>>
- [27] *Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji. Analýza* [online]. Ostrava: Enterprise plc, 2007 [cit. 2009-11-10]. Dostupný z: <<http://www.kr-stredocesky.cz/portal/instituce/dokumenty/detail.htm?id=148>>
- [28] *Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji. Akční plán* [online]. Ostrava: Enterprise plc, 2007 [cit. 2009-11-10]. Dostupný z: <<http://www.kr-stredocesky.cz/portal/instituce/dokumenty/detail.htm?id=148>>
- [29] PROCHÁZKOVÁ, E. *Benešov*. Benešov: Polygos, 1998.

[30] REKTOŘÍK, J., ŠELEŠOVSKÝ, J. et al. *Strategie rozvoje měst, obcí, regionů a jejich organizací*. Brno: Masarykova univerzita, 1999.

[31] VYSTOUPIL, J. a kol. *Metody pro tvorbu strategických a programových dokumentů cestovního ruchu* [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2007  
[cit. 2009-02-25]. Dostupný z:

<<http://is.muni.cz/do/1456/soubory/katedry/kres/3910085/metody.pdf>>

[32] WOKOUN, R., MALINOVSKÝ, J. a kol: *Regionální rozvoj. Východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování*. Praha: Linde, 2008.

### **Internetové stránky**

[33] *Amber Hotel Konopiště* [online]. 2008. [cit. 2009-12-15]. Dostupný z:

<<http://www.amberhotels.cz/hotel%2Dkonopiste/>>

[34] *Czechtourism - Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení ve Středočeském kraji* [online]. 2009. [cit. 2009-12-11]. Dostupný z:

<[http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/reporty\\_kraje/navstevnost/20\\_11\\_09\\_stredocesky\\_navstevnost\\_ubyt\\_zar\\_podle\\_kategorie\\_2008.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/reporty_kraje/navstevnost/20_11_09_stredocesky_navstevnost_ubyt_zar_podle_kategorie_2008.pdf)>

[35] *Czechtourism - Profil návštěvníků* [online]. 2009. [cit. 2009-12-11]. Dostupný z:

<[www.czechtourism.cz/files/regiony/07\\_01\\_08\\_monitoring\\_navstevniku\\_fakta\\_inspirace.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/regiony/07_01_08_monitoring_navstevniku_fakta_inspirace.pdf)>

[36] *Český hydrometeorologický ústav - Průměrná roční teplota* [online]. 2010.

[cit. 2010-03-15]. Dostupný z: <<http://www.chmu.cz/meteo/ok/tr6190w.jpg>>

[37] *Český hydrometeorologický ústav - Roční úhrn srážek* [online]. 2010.

[cit. 2010-03-15]. Dostupný z: <<http://www.chmu.cz/meteo/ok/nsrz619w.jpg>>

[38] *Český statistický úřad - Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v Benešově* [online]. 2009. [cit. 2009-12-15]. Dostupný z:

<[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cruuc\\_cr](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cruuc_cr)>

[39] *Český statistický úřad - Podíl cestovního ruchu na české ekonomice* [online]. 2009.

[cit. 2009-11-15]. Dostupný z:

<[http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/podil\\_cestovniho\\_ruchu\\_na\\_ceske\\_ekonomice](http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/podil_cestovniho_ruchu_na_ceske_ekonomice)>

- [40] *Český statistický úřad - Podíl cestovního ruchu na HDP* [online]. 2009. [cit. 2009-11-15]. Dostupný z: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa\\_hlavni\\_ukazatele\\_narodniho\\_hospodarstvi\\_a\\_cestovniho\\_ruchu\\_v\\_cr](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa_hlavni_ukazatele_narodniho_hospodarstvi_a_cestovniho_ruchu_v_cr)>
- [41] *Golf Resort Konopiště* [online]. [cit. 2010-02-05]. Dostupný z: <<http://www.gcko.cz/>>
- [42] *Hotel Atlas* [online]. [cit. 2009-12-15]. Dostupný z: <<http://www.hotel-atlas.cz/>>
- [43] *Hotel Benica* [online]. [cit. 2009-12-15]. Dostupný z: <<http://www.benica.cz/>>
- [44] *Hotel Harmony* [online]. 2008. [cit. 2009-12-15]. Dostupný z: <<http://www.hotel-harmony.cz/>>
- [45] *Hotel Nová Myslivna* [online]. [cit. 2009-12-15]. Dostupný z: <<http://www.e-stranka.cz/novamyslivna/>>
- [46] *Hotel Pošta* [online]. [cit. 2009-12-15]. Dostupný z: <<http://www.hotelpostabenesov.cz/>>
- [47] *Jízdní řády* [online]. [cit. 2009-12-15]. Dostupný z: <<http://jizdnirady.idnes.cz/vlakyautobusy/spojeni/>>
- [48] *Karlovy Lázně\*\*\*\* business & leisure hotel* [online]. 2009. [cit. 2009-12-15]. Dostupný z: <<http://www.karlovy4stars.cz/>>
- [49] *Krajská hygienická stanice* [online]. 2009. [cit. 2009-11-29]. Dostupný z: <<http://www.khsstc.cz/koupaliste.aspx>>
- [50] *Letiště Benešov* [online]. 2006. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z: <<http://www.minfo.cz/benesov-info/index.php>>
- [51] *Město Benešov - Historie města* [online]. 2009. [cit. 2009-11-10]. Dostupný z: <<http://www.benesov-city.cz/historie/>>
- [52] *Město Benešov - Kulturní zařízení* [online]. 2009. [cit. 2009-11-10]. Dostupný z: <<http://www.benesov-city.cz/kultura-a-sport/>>
- [53] *Město Benešov - Program přírodního divadla* [online]. 2009. [cit. 2009-11-10]. Dostupný z: <<http://www.benesov-city.cz/kultura-a-sport/program-prirodni-divadlo-konopiste>>

- [54] *Město Benešov - Strategie* [online]. 2009. [cit. 2009-11-10]. Dostupný z: <<http://www.benesov-city.cz/volnocasove-aktivity/strategicky-dokument-turisticky-ruch-a-volnocasove-aktivity>>
- [55] *Městská sportovní zařízení Benešov* [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z: <<http://www.mszbenedov.cz/>>
- [56] *Moje město* [online]. 2008. [cit. 2010-01-12]. Dostupný z: <[www.mojemesto.cz/clanky/jaro-josefa-suka-13.html](http://www.mojemesto.cz/clanky/jaro-josefa-suka-13.html)>
- [57] *Muzeum motocyklů Konopiště* [online]. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z: <<http://www.eltsen.cz/jawa/>>
- [58] *Nipos - Návštěvnost památek* [online]. [cit. 2010-01-20]. Dostupný z: <<http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2009/03/navstevnost-pamatek-v-roce-2008.pdf>>
- [59] *Nipos - Návštěvnost muzeí a galerií* [online]. [cit. 2010-01-20]. Dostupný z: <[http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2009/03/navstevnost\\_muzei\\_a\\_galerii\\_2008.pdf](http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2009/03/navstevnost_muzei_a_galerii_2008.pdf)>
- [60] *Pension Konopiště* [online]. 2007. [cit. 2009-12-15]. Dostupný z: <<http://www.pension-konopiste.cz/>>
- [61] *Penzion U Bejkárny* [online]. [cit. 2009-12-15]. Dostupný z: <<http://penzionubejkarny.webpark.cz/>>
- [62] *Podblanický podzim* [online]. [cit. 2010-01-12]. Dostupný z: <[www.podblanickypodzim.cz/](http://www.podblanickypodzim.cz/)>
- [63] *Posázaví - Cyklotrasy* [online]. 2009. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z: <<http://tourist.posazavi.com/cz/cyklotrasy.asp>>
- [64] *Posázaví - Pěší turistika* [online]. 2009. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z: <[http://tourist.posazavi.com/cz/area.asp?place\\_id=1&area\\_id=10](http://tourist.posazavi.com/cz/area.asp?place_id=1&area_id=10)>
- [65] *Posázaví - Informační centrum Benešov* [online]. 2009. [cit. 2010-01-29]. Dostupný z: <[http://tourist.posazavi.com/cz/infocentrum.asp?infocentrum\\_id=1178](http://tourist.posazavi.com/cz/infocentrum.asp?infocentrum_id=1178)>
- [66] *Posázaví - Informační centrum Konopiště* [online]. 2009. [cit. 2010-01-29]. Dostupný z: <[http://tourist.posazavi.com/cz/infocentrum.asp?infocentrum\\_id=1210](http://tourist.posazavi.com/cz/infocentrum.asp?infocentrum_id=1210)>
- [67] *Posázaví - Místní akční skupina* [online]. 2009. [cit. 2009-10-21]. Dostupný z: <<http://leader.posazavi.com/cz/>>

- [68] *Průvodce* [online]. 2008. [cit. 2009-11-29]. Dostupný z: <<http://www.pruvodce.com/konopiste/>>
- [69] *Sázava tour* [online]. [cit. 2010-01-12]. Dostupný z: <[www.sazava-tour.cz/index.php?page=sazava](http://www.sazava-tour.cz/index.php?page=sazava)>
- [70] *S-centrum* [online]. 2009. [cit. 2009-12-15]. Dostupný z: <<http://www.scentrum.eu/>>
- [71] *Trasovník* [online]. [cit. 2009-11-29]. Dostupný z: <[http://www.trasovnik.cz/k\\_ainfcr/klimapis/klimapis.asp](http://www.trasovnik.cz/k_ainfcr/klimapis/klimapis.asp)>
- [72] *Výletník* [online]. 2009. [cit. 2009-11-21]. Dostupný z: <<http://www.vyletnik.cz/cyklotrasy/>>
- [73] *Wikipedia* [online]. 2009. [cit. 2009-11-10]. Dostupný z: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Bene%C5%A1ov>>
- [74] *Zámek Konopiště - Prohlídkové okruhy* [online]. 2009. [cit. 2009-12-02]. Dostupný z: <<http://www.zamek-konopiste.cz/prohlidkove-okruhy/>>
- [75] *Zámek Konopiště - Okruhy bez průvodce* [online]. 2009. [cit. 2009-12-02]. Dostupný z: <<http://www.zamek-konopiste.cz/doplnekove-okruhy/>>
- [76] *Zámek Konopiště – Ceník vstupného* [online]. 2009. [cit. 2010-02-05]. Dostupný z: <<http://www.zamek-konopiste.cz/cenik-vstupneho/>>

### ***Propagační materiály***

- [77] *Procházka městem Benešov – informační leták*

### ***Další zdroje***

- [78] *Monitoring ubytovacích a stravovacích zařízení*. Benešov: Posázaví o.p.s., 2009.
- [79] *Modelová studie spolupráce a marketingového využití území*. Benešov: Posázaví o.p.s., 2009.
- [80] *Statistika návštěvnosti památek a muzeí oblasti Střední Čechy - Jih od roku 2000*. Benešov: Posázaví o.p.s., 2009.
- [81] *ZÁPIS č. KON-1/2009 koordinační schůzka dne 30. října 2009 na zámku Konopiště*. Benešov: Posázaví o.p.s., 2009.



## 10 Seznam grafů

graf 1: Délka pobytu .....	56
graf 2: Počet návštěv .....	56
graf 3: Účel cesty .....	57
graf 4: Zdroje informací o destinaci .....	57
graf 5: Zhodnocení ubytovacích služeb návštěvníky .....	58
graf 6: Zhodnocení stravovacích služeb návštěvníky .....	58
graf 7: Zhodnocení vybavenosti pro sportovní aktivity návštěvníky .....	58
graf 8: Zhodnocení společenského vyžití a zábavy návštěvníky .....	59
graf 9: Zhodnocení dopravních služeb a infrastruktury návštěvníky .....	59
graf 10: Zhodnocení nákupních možností návštěvníky .....	59
graf 11: Zhodnocení orientačního značení návštěvníky .....	60
graf 12: Priority města z pohledu návštěvníků .....	60
graf 13: Věk (návštěvníci) .....	60
graf 14: Pohlaví (návštěvníci) .....	61
graf 15: Atraktivita města .....	61
graf 16: Zhodnocení ubytovacích služeb místními obyvateli .....	62
graf 17: Zhodnocení stravovacích služeb místními obyvateli .....	62
graf 18: Zhodnocení vybavenosti pro sportovní aktivity místními obyvateli .....	63
graf 19: Zhodnocení společenského vyžití a zábavy místními obyvateli .....	63
graf 20: Zhodnocení dopravních služeb a infrastruktury místními obyvateli .....	63
graf 21: Zhodnocení pořádku a čistoty města místními obyvateli .....	64
graf 22: Priority města z pohledu místních obyvatel .....	64
graf 23: Rozvoj města .....	65
graf 24: Věk (místní obyvatelé) .....	65
graf 25: Pohlaví (místní obyvatelé) .....	65

## **11 Seznam příloh**

Příloha č. 1: Dotazník pro návštěvníky

Příloha č. 2: Dotazník pro místní obyvatele

Příloha č. 3: Historie města Benešov

Příloha č. 4: Seznam stravovacích zařízení v Benešově

## ***Příloha č. 1: Dotazník pro návštěvníky***

1) Z jakého místa přijíždíte?

2) Jak dlouhý bude Váš pobyt v Benešově?

- a) 1 den                      b) 2-3 dny                      c) 4-7 dnů                      d) více

3) Navštívili jste již někdy toto město?

- a) ne                      b) ano, 1krát                      c) ano, vícekrát

4) Jaký je účel vaší cesty?

- a) rekreace                      b) poznávání                      c) práce                      d) zábava                      e) jiný

5) Z jakých zdrojů jste se o této destinaci dozvěděli?

- a) internet                      b) příbuzní/známí                      c) masmédia                      d) turistická centra  
e) propagační materiály                      f) cestovní kancelář nebo agentura

6) Co nejvíce v této destinaci postrádáte?

7) Jak hodnotíte infrastrukturu a služby města?

(oznámkujte: 1= velmi dobře, 2= dobře, 3= špatně, 4= velmi špatně)

- a) ubytovací služby                      e) dopravní služby a infrastruktura  
b) stravovací služby                      f) nákupní možnosti  
c) vybavenost pro sportovní aktivity                      g) orientační značení  
d) společenské vyžití a zábava

8) Na kterou z priorit by se podle Vás mělo město nejvíce zaměřit?

- a) propagace města                      c) obnova sportovišť  
b) cykloturistika                      d) „přiblížení“ památek

9) Jaký je Váš věk?

- a) 15-30 let                      b) 31-50 let                      c) 51-65let                      d) 66 let a více

10) Jste muž nebo žena?

**Příloha č. 2:**

**Dotazník pro místní obyvatele**

1) Které atraktivity považujete ve městě za nejlákavější?

- |                   |                       |                   |
|-------------------|-----------------------|-------------------|
| a) pěší turistika | c) návštěva památek   | e) kulturní akce  |
| b) cykloturistika | d) sportovní možnosti | f) jiné (vypište) |

2) Co nejvíce v této destinaci postrádáte?

3) Co Vám ve městě nejvíce vadí?

4) Jak hodnotíte následující služby a infrastrukturu v destinaci?

(oznámkujte: 1= velmi dobře, 2= dobře, 3= špatně, 4= velmi špatně)

- |                                      |                                     |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| a) ubytovací služby                  | d) společenské vyžití a zábava      |
| b) stravovací služby                 | e) dopravní služby a infrastruktura |
| c) vybavenost pro sportovní aktivity | f) pořádek a čistota města          |

5) Na kterou z priorit by se podle Vás mělo město nejvíce zaměřit?

- |                    |                         |
|--------------------|-------------------------|
| a) propagace města | c) obnova sportovišť    |
| b) cykloturistika  | d) „přiblížení“ památek |

6) Jak hodnotíte rozvoj města Benešova?

- |          |           |                 |
|----------|-----------|-----------------|
| a) dobrý | b) pomalý | c) nedostatečný |
|----------|-----------|-----------------|

7) Jaký je Váš věk?

- |              |              |              |                  |
|--------------|--------------|--------------|------------------|
| a) 15-30 let | b) 31-50 let | c) 51-65 let | d) 66 let a více |
|--------------|--------------|--------------|------------------|

8) Jste muž nebo žena?

První záznamy o osídlení Benešova jsou z 2. poloviny 11. století, kdy na místě zvaném Karlov vznikl panský dvorec, kostel a okolo nich osada, kterou založil a po sobě pojmenoval vyšehradský probošt Beneš. Opevněné sídlo Na Karlově se postupně rozrůstalo a tak v první polovině 13. století vzniká velké tržiště na území dnešního Masarykova náměstí. V tomto století Tobiáš z Benešova nechal vystavět kostel Nanebevzetí Panny Marie a začal nad Konopišským potokem budovat hrad Konopiště.

Ve 14. století předává poslední z rodu Benešoviců konopišské panství s městem Zdislavovi ze Šternberka. Z rodového erbu Šternberků vznikl znak města Benešov (zlatá osmicípá hvězda v modrém poli). Za husitských válek došlo k vyplenění města, vypálení a zboření kostela Nanebevzetí Panny Marie. V 15. století se však město opět rozrůstá a prosperuje. V pohusitské době náležel Benešov mezi nejvýznamnější města v Čechách.

Třicetiletá válka měla na Benešov neblahý vliv. Kvůli zemské cestě tudy neustále projížděla různá vojska, která město drancovala. Největší dopad mělo švédské tažení v 17. století, kdy Švédové dobyli i Konopiště a rok zde zůstali. Po odjezdu Švédů se město začalo pomalu vzpamatovávat. K významným rozvojovým změnám patří založení piaristické koleje, která se stala centrem kultury a vzdělanosti v celém kraji, povýšení města na město bez poddanství, založení pivovaru a další.

V 19. století koupil Konopiště následník habsburského trůnu František Ferdinand d'Este. Benešov se nejen díky blízkosti významného sídla následníka trůnu rozvíjí na úroveň standardního okresního města a stává se centrem zemědělsko-průmyslového regionu a střediskem vzdělanosti.

Za druhé světové války v Benešově působila pobočka gestapa, v Konopišti bylo zřízeno velitelství SS a na Neveklovsku bylo zřízeno cvičiště zbraní SS. Následovalo zestátnění obchodu a živností a kolektivizace zemědělství.

Po této tíživé éře nastalo období obnovy a nového rozvoje. Díky příznivé dopravní poloze si do města našel cestu průmysl, který se dále rozvíjel i ve 20. stol.

#### ***Příloha č. 4: Seznam stravovacích zařízení v Benešově***

##### Restaurace:

Stará Myslivna (Konopiště)	Restaurace U Zvonice
Nová Myslivna - (Konopiště)	Radniční sklípek - (náměstí)
Dobry Alibi - (náměstí)	Restaurace Grosso
Restaurace U Zlaté hvězdy - (náměstí)	Restaurace Černý kůň
Restaurace TORO - (náměstí)	Restaurace Na Simalce
Švejkova restaurace U Zimů - (náměstí)	Restaurace Na Bejkárně
Restaurace U Kovářů - (náměstí)	Restaurace U Stejskalů
Bedrock (náměstí)	Restaurace Na Nádraží
Café Restaurant Fantazie	Pizzerie Corona Club

##### Restaurace v hotelech:

Hotel Zimní stadion	Fontána (Hotel Pošta)
Stodola (Amber Hotel Konopiště)	Restaurant Gobe (Hotel Atlas)
Trattoria BENICA	Grosso (S-centrum)
KARLOV**** business & leisure hotel Benešov	

##### Kavárny a cukrárny:

Kavárna Sešlost	Ovocenka
Kavárna U Piaristů	Italská kavárna
Cukrárna U Zeleného stromu	Zámecká cukrárna
Cukrárna a kavárna Bonte	Melodie
Cukrárna Benea	

##### Rychlé občerstvení:

Bistro Mydlářka	Pizza do krabice
Bistro Delika	Bistro Pacifik
Rychlé občerstvení OD Hvězda	Halong - Asijská restaurace
Pizza do krabice	Pizza Bene
Jídelna u hotelu Pošta	