

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Udržitelný cestovní ruch v aglomeraci Tábor

Vedoucí diplomové práce

Mgr. Vladimír Dvořák

Autor

Bc. Vendula Chmelová

2011

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Udržitelný cestovní ruch v aglomeraci Tábor vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 sb. v plném 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 jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly, v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb., zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Táboře dne 20. dubna 2011

.....
Bc. Vendula Chmelová

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu diplomové práce, panu Mgr. Vladimíru Dvořákovi, za odborné vedení a poskytnutí cenných rad a připomínek.

Mé poděkování patří také všem, kteří mi poskytli potřebné informace pro zpracování zadaného tématu.

1.	ÚVOD.....	5
2.	CÍL PRÁCE a METODIKA	7
3.	LITERÁRNÍ REŠERŠE	9
3.1	Vymezení pojmu cestovní ruch	9
3.2	Destinace cestovního ruchu	10
3.3	Služby cestovního ruchu	12
3.4	Druhy a formy cestovního ruchu	14
3.5	Udržitelný rozvoj	17
3.6	Aglomerace	20
3.7	Marketing.....	21
3.7.1	Marketingový mix.....	26
3.7.1.1	Produkt.....	27
3.7.1.2	Cena	28
3.7.1.3	Místo, distribuce	29
3.7.1.4	Propagace.....	29
3.7.1.5	Lidé	29
3.7.1.6	Balíčky	30
3.7.1.7	Programování, společné projekty	30
3.7.1.8	Partnerství	30
4.	SITUAČNÍ ANALÝZA	32
4.1	Táborsko	32
4.2	Přírodní podmínky a atraktivita	34
4.3	Společenské podmínky, kulturněhistorické památky a atraktivita	39
4.4	Realizační předpoklady.....	48
4.4.1	Doprava.....	48
4.4.2	Ubytovací služby	50
4.4.3	Stravovací služby	54
4.4.4	Turistické produkty města Tábor	55
5.	TERÉNNÍ ŠETŘENÍ.....	57
5.1	Dotazníkové šetření mezi návštěvníky z České republiky	58
5.2	Dotazníkové šetření mezi návštěvníky ze zahraničí	67
5.3	Shrnutí výsledků dotazníkových šetření	70
5.4	Vyhodnocení pracovních hypotéz	70
6.	NÁVRH ŠETRNEHO BALÍČKU CESTOVNÍHO RUCHU	72
7.	NÁVRHY NA PODPORU CESTOVNÍHO RUCHU V AGLOMERACI TÁBOR	
	82	
8.	ZÁVĚR	87
11.1	Seznam grafů	95
11.2	Seznam map	95
9.	PŘÍLOHY	96

1. ÚVOD

Diplomová práce je zaměřena na oblast aglomerace Tábor v souvislosti s cestovním ruchem v této destinaci, jeho přínosy a možnosti dalšího rozvoje. Cestování je pravděpodobně jedním z nejčastějších koníčků, zejména ve vyspělých zemích a málokdo si umí představit, jak tráví svou dovolenou bez účasti na cestovním ruchu. Stále větší počet osob chce svůj volný čas trávit rekreací či poznáváním. Cestovní ruch je všeobecně označován za významný zdroj příjmů destinace, ale dynamicky dochází k jeho neustálému vývoji a rozvoji, společně se zvyšováním požadavků návštěvníků, týkající se zejména kvality poskytovaných služeb a nabídky daného místa, proto je důležité tento vývoj sledovat a snažit se reagovat na požadavky a přání potenciálních návštěvníků v souladu s možnostmi daného místa. Návštěvnost destinace přináší do dané oblasti peněžní prostředky, které jsou následně opětovně investovány. Je tedy zřejmá vzájemná propojenost mezi rozvojem a návštěvností. Pro dosažení zvýšení ekonomického přínosu destinace je jednou z možných cest zvyšování účastí na domácím cestovním ruchu a zároveň zvyšování návštěvnosti této oblasti zahraničními účastníky cestovního ruchu.

K rozvoji cestovního ruchu přispívá samozřejmě také kvalitní infrastruktura, dostatečná atraktivita destinace, ale též kvalitně poskytované služby v tomto místě. K vyššímu uspokojení požadavků účastníků cestovního ruchu dochází při poskytnutí komplexního zážitku během pobytu, důležité je tedy zprostředkovat účastníkovi během jeho pobytu odpovídající služby, v odpovídající kvalitě, kterou návštěvník očekává a je ochoten za ni vynaložit náležité peněžní prostředky. Proto je nutné vyzdvihnout spolupráci jednotlivých složek působících v místě cestovního ruchu.

Cestovní ruch však nepřináší pouze výhody a přínosy, ale také je často zdrojem negativních dopadů pro tuto oblast. Přináší především narušení

životního prostředí, díky stále hojnějšímu využívání automobilů při cestování, které jednak přispívá ke znečišťování ovzduší (často i přírody), ale je též zdrojem hluku a vibrací. Dalším velice významným dopadem je krátkodobé (většinou sezónní), avšak významné přelidnění této oblasti a při nešetrném chování účastníků, také poškození některých významných atraktivit. V souvislosti s touto problematikou je pro oblast důležité zabývat se principy udržitelného rozvoje, které mají za cíl odstranit nebo přinejmenším minimalizovat tyto negativní dopady cestovního ruchu na zkoumanou oblast. Z tohoto důvodu se opět často přechází k takovým formám cestovního ruchu, který je k destinaci šetrný a umožňuje tak její dlouhodobější využívání s pohledem do budoucna a možnosti jejího uchování i pro budoucí generace bez přílišného narušení či negativní změny, které by budoucímu cestovnímu ruchu zabránily, nebo jej výrazně omezily. Zejména z tohoto důvodu je důležité se zamyslet nad důsledky a dalším možným vývojem destinace i cestovního ruchu v ní a to před jakýmkoli radikálním zásahem do dané oblasti, který by mohl být obtížně či nenávratně obnovitelný do původní podoby.

Diplomová práce je zaměřena na aglomeraci Tábor, cestovní ruch v této oblasti a jeho možný rozvoj a udržitelnost. Tábor a jeho okolí se nachází v oblasti jižních Čech se spoustou přírodních i kulturních atraktivit, které jsou lákadlem pro mnohé turisty. V práci tak dochází k zanalyzování současných možností destinace, na jejichž základě bude následně vypracován návrh šetrného balíčku cestovního ruchu, využívající potenciál oblasti s ohledem na principy udržitelnosti cestovního ruchu.

2. CÍL PRÁCE a METODIKA

Cíl práce

Hlavní cíl:

Hlavním cílem diplomové práce je, prostřednictvím provedené analýzy vybrané destinace, zhodnotit její vhodnost pro cestovní ruch a jeho udržitelnost.

Vedlejší cíle:

Vytipování nevyužitého potenciálu cestovního ruchu. Vytvořit návrh možných řešení udržitelnosti cestovního ruchu v aglomeraci Tábor. Vytvořit návrh produktového balíčku šetrného cestovního ruchu.

Stanovené hypotézy

1. Táborská aglomerace je navštěvována převážně výletníky – účastníci cestovního ruchu zde nepřenocují.
2. Destinace je cílem návštěvníků převážně z Jižních Čech.
3. Pro většinu návštěvníků je tato oblast cílem opakované návštěvy.
4. U sportovního cestovního ruchu v destinaci není příliš vysoká poptávka.

Metodika

Diplomová práce je rozdělena do několika částí a zahrnuje část analytickou, syntetickou a aplikační.

Analytická část diplomové práce se zaměřuje na porozumění dané problematice prostřednictvím studia odborné literatury z oblasti cestovního ruchu a vymezení základních pojmů týkající se tohoto tématu. Ke zpracování byly použity primární i sekundární zdroje dat.

Sekundární zdroje tvořily převážně informace z městských knihoven, akademické knihovny, internetových zdrojů a propagačních materiálů. Tyto dostupné informace přispěly k vypracování literárního přehledu v úvodní části diplomové práci.

Syntetická část diplomové práce je tvořena charakteristikou destinace, k níž bylo dospěno prostřednictvím provedené situační analýzy. Data pro tuto část byla získána zejména vlastním pozorováním, průzkumem a některé z nich doplnily informace z internetových zdrojů. Tato analýza se zaměřuje především na přírodní podmínky a atraktivitu, kulturně-historické atraktivitu a také realizační předpoklady regionu.

Primární data lze získat několika metodami, jako jsou pozorování, dotazování nebo experiment. Primární data pro účely diplomové práce byla získána formou dotazníkových šetření a částečně také pozorováním. Pro potřeby získání informací byly sestaveny dva dotazníky, z nichž první byl určen tuzemským návštěvníkům. Plánovaný počet dotazovaných osob u prvního byl stanoven na 350 osob, ale celkem bylo plnohodnotně vyplněno 346 dotazníků.

S ohledem na vysokou návštěvnost destinace zahraničními návštěvníky byl vypracován ještě jeden dotazník zaměřený na sběr primárních dat o této skupině návštěvníků. Cílem bylo zjistit především země, ze které přijíždějí, ubytování a důvod návštěvy, včetně otázky, zda tuto oblast navštěvují poprvé nebo se Tábor stal cílem jejich návštěvy již opakovaně.

Po získání vyplněných dotazníků byly jednotlivé odpovědi přeneseny do elektronické podoby prostřednictvím programu Microsoft Office Excel 2003 a většina souborů informací byla zobrazena grafem s procentním vyjádřením podílů jednotlivých odpovědí.

Prostřednictvím výsledků dotazníkového šetření bylo možné vyhodnotit předem stanovené hypotézy. Získané informace byly použity pro zpracování závěrečné části diplomové práce, zaměřující se na tvorbu produktového balíčku destinace a návrhů možného řešení udržitelnosti cestovního ruchu v aglomeraci Tábor.

3. LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 Vymezení pojmu cestovní ruch

Podle UNWTO (Světové organizace cestovního ruchu) je cestovní ruch činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest. Termín obvyklé prostředí má za cíl vyloučit výlety do oblastí obvyklého pobytu, časté a pravidelné cesty mezi místy trvalého bydliště a pracoviště a dalších výletů rutinního charakteru. (Goeldner, Ritchie, 2009:7). Podobně tento termín vymezují i Horner a Swarbrooke (2003:53), kteří uvádějí, že obecně se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu za účelem pro ně příjemných činností. Upozorňují ale na nevýstižnost této definice v tom smyslu, že nezahrnuje například lukrativní oblast služebních cest, kde hlavním smyslem cestování je práce, nikoli zábava. Foret (2001:16) oproti tomu dále dodává, že se může jednat o služební, obchodní, či jinak pracovně motivovanou cestu, jejíž zdroj úhrady vyplývá z pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště nebo v místě sídla firmy.

Dle autorů Mowforha a Munta (2008:6) je cestovní ruch jednou z hlavních cest, prostřednictvím které se formují naše pohledy na svět. Tyto názory si však neutváříme pouze na základě naší dovolené, ale jsou nám přibližovány prostřednictvím cestovních recenzí, programů, dokumentárními pořady, cestovními brožurami a průvodci, reklamou a také cestami, při které získáváme a měníme tak naše zkušenosti. Podotýkají také nutnost uvědomit si, že se setkáváme s určitou povahou této prezentace, kterou někteří autoři nazývají „zeměpisnou obrazotvorností“. Ve zkratce chápáno jako zdůrazňování aktivit, míst a dalších prvků a upozorňují na to, že je zde mnoho způsobů, jak vidět „realitu“, stejně tak jako každý z nás má svou vlastní geografickou

představivost, která je ovlivňována různými faktory, například pohlavím, věkem, společenskou třídou, kulturou, etnikou, či médií.

Pokud hovoříme o cestovním ruchu, máme v první řadě na mysli osoby, jež navštěvují výjimečná místa, kvůli pamětihodnostem, navštěvují přátele a příbuzné, ubytovávají se a užívají si. Svůj čas přitom mohou trávit zapojením se do různých sportů, opalováním, povídáním si, zpěvem, jízdou na koni, cestováním, četbou, nebo pouze potěšením z přírody. (Goeldner, Ritchie, 2009:4)

Cestovní ruch je sektorem služeb s obzvláště komplexním produktem, závislejícím na mimořádně fragmentovaném zásobování. Každá součást řetězce (cestovní kanceláře, provozovatelé cestovního ruchu, dopravci, hoteliéři, restauratéři atd.) nabízí jeden článek z celkového produktu. Společně tyto složky determinují zkušenosti turistů a jejich hodnocení kvality služeb (Wokoun a kol., 2008:210)

3.2 *Destinace cestovního ruchu*

Királová (2003:15) uvádí, že rozvoj cestovního ruchu je podmíněn existencí vhodného potenciálu, který má výrazný teritoriální aspekt a je vázán na krajinný systém. Přírodní i antropogenní (vytvořený lidskou činností) potenciál, který vyjadřuje způsobilost územního celku vytvořit podmínky pro rozvoj cestovního ruchu, je rozmístěn nerovnoměrně a kvalitativně různorodě, přičemž se obvykle liší i v rámci velkých územních celků. Destinace cestovního ruchu je podle Királové (2003:15) přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací. Pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci je důležitá kvalitní nabídka, která je schopna přilákat návštěvníky a následně uspokojit jejich potřeby a požadavky.

Destinace podle Palatkové (2006:16) je představována svazkem různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivitu) místa nebo oblasti.

Atraktivita destinace tak představují podstatu destinace a hlavní motivační stimul návštěvnosti destinace.

Nabídku cestovního ruchu je možné rozdělit na primární a sekundární. Komponenty primární nabídky cestovního ruchu jsou utvářejícími podmínkami pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace a podle Királ'ové (2003:40) zahrnuje přírodní, kulturně-historický a kulturně-společenský potenciál. Struktura, rozmístění a úroveň sekundární nabídky cestovního ruchu je určujícím faktorem využitelnosti destinace pro aktivity cestovního ruchu. Sekundární nabídku cestovního ruchu tedy podle Királ'ové (2003:42) představují prostředky ke splnění tužeb a očekávání a jedná se zejména o turistickou suprastrukturu a infrastrukturu a všeobecnou infrastrukturu. O něco bližší vymezení sekundární nabídky podle Heskové (2006:15) obsahuje 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 a kol. (2006:153) uvádí ve své publikaci definici destinace cestovního ruchu podle United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) jako místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina zvolil pro návštěvu. Dále dodává, že pojem destinace cestovního ruchu může představovat cílové místo cestovního ruchu, ale i produkt cestovního ruchu spojený s daným místem.

Velmi příhodná definice turistické destinace se jeví v pojetí Wokouna a kolektivu (2008:210), která považuje turistickou destinaci jako hlavní lokalitu spotřeby turistických služeb, a tedy umístěním činností a místem podnikání v cestovním ruchu. Turisté identifikují produkt jak podle podniku, který poskytuje službu, tak podle navštívené destinace.

3.3 Služby cestovního ruchu

Služby cestovního ruchu představují činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společensky užitečný efekt (Orieška, 1999:6). Pokračuje tím, že struktura služeb, jimiž se uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu, je různorodá a uspokojuje dvě skupiny potřeb. Jde jednak o primární - cílové potřeby účastníků cestovního ruchu a potřeby sekundární - realizační, které podmiňují efektivní uspokojování cílových potřeb.

Hesková a kol. (2006:100), Orieška (1999:6) mají stejné pojetí vymezuující znaky služeb cestovního ruchu. Shodují se především na tom, že služby cestovního ruchu, podobně jako služby všeobecně není možné produkovat na sklad, jelikož jsou nemateriální a proces poskytování služeb je současně i procesem spotřeby. Orieška uvádí rozdílnost služeb cestovního ruchu od ostatních složek trhu takto:

- Poskytnutí služby a její spotřeba jsou prostorově i časově vázány na určitý rekreační prostor, jehož návštěva souvisí s dosažením cíle účasti na cestovním ruchu a která zároveň určuje charakter spotřeby služeb.
- Služby cestovního ruchu mají charakter převážně osobních služeb na rozdíl od věcných služeb, které jsou vždy spojeny se spotřebou zboží.
- Služby cestovního ruchu jsou ve svém provedení mnohotvárné a vzhledem k různorodosti potřeb účastníků cestovního ruchu vystupují jako komplex různých, zpravidla podmíněných služeb, kdy uspokojení jedné potřeby určitou službou podmiňuje uspokojení další potřeby jinou službou. Kromě toho existuje ve spotřebě těchto služeb také jejich zastupitelnost jedné služby jinou službou. Hesková a kol. (2006:102) ke komplementaritě udává připomínku, že jedna špatná služba v balíku může mít negativní vliv na hodnocení celého produktu. Hesková i Orieška shodně udávají, že nejčastějšími příčinami substituce bývá změna cen, změna nabídky a preference účastníka cestovního ruchu.

- Rozsah spotřeby služeb cestovního ruchu často podmiňuje jejich včasné zabezpečení, hlavně při hromadné a zároveň krátkodobé účasti na cestovním ruchu, působení vnějších objektivních faktorů, jejichž vliv je možné částečně omezit, ale nelze ho úplně vyloučit, stejně jako působení faktorů souvisejících s jednotlivými účastníky cestovního ruchu
- Účastník cestovního ruchu na rozdíl od spotřebitele na trhu spotřebního zboží vystupuje zpravidla jako neanonymní.

Hesková a kol.(2006) k tomuto výčtu ještě připojuje mnohooborový charakter a nevyhnutelnost jejich zprostředkování, dynamiku a sezónnost poptávky po nich a v neposlední řadě nevyhnutelnost informací o nich včetně informací o jejich kvalitě.

Služby cestovního ruchu lze rozdělit na základní služby a služby doplňkové. Základní služby jsou pro cestovní ruch klíčové, protože by se bez nich cestovní ruch nemohl realizovat. Lze samozřejmě namítnout, že ne všichni účastníci se v destinaci ubytovávají, nebo stravují, i když procento návštěvníků, kteří využijí nabídky stravovacích služeb, bude jistě vyšší než u podílu ubytovacích služeb, pravděpodobně nejvyužívanější základní službou bude doprava.

Pro cestovní ruch je jistě neodmyslitelnou součástí doprava, bez níž by byl obtížněji realizovatelný, a do některých částí přímo nerealizovatelný. Jak zmiňuje Duval (2007:1), doprava je všudypřítomná oblast, která tvoří páteř jak národního tak i mezinárodního obchodu, sloužící jako mechanismus pro pohyb zboží a osob. Dle Duvala lze také pozorovat současný růst dopravy spolu s rozvojem cestovního ruchu a naopak. Globální dosah turistických aktivit, byl usnadněn zvýšením dostupnosti turistických míst v celosvětovém měřítku. Důležitější však podle něj jsou externality, které ovlivňují životaschopnost cestovního ruchu na různých prostorových úrovních, které mohou mít vliv na dopravu. Pokračuje tím, že náklady na dopravu klesají a stejně tak čas potřebný při cestě na delší vzdálenosti se zkracuje.

3.4 Druhy a formy cestovního ruchu

Již v dávné historii se lidé věnovali cestování, ke kterému je vedly různé motivy. Dle Foreta (2001:17) se za základní považuje klasifikace podle účelu (motivů, cíle). S tímto pojetím souhlasí Hesková a kol. (2006:21), která o druzích CR hovoří tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě. O formách CR mluví Hesková a kol. (2006:21) tehdy, když jako základ pro posuzování cestovního ruchu vezmeme příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší. V tomto pojetí se neshoduje s Páskovou (2002:6, 89, 69), která formou cestovního ruchu označuje typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem motivace návštěvníka a za druh cestovního ruchu uvádí typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem „jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických podmínkách, jakož i jeho účinky“.

Podle Foreta (2001:17) dělíme cestovní ruch na:

- Rekreační – realizovaný ve vhodném přírodním prostředí s cílem odpočinku, reprodukce a zlepšení fyzické a psychické kondice, zahrnuje také příměstskou rekreaci, zpravidla krátkodobější (víkendovou) na chatách, chalupách a zahrádkách.
- Kulturně-poznávací, zaměřený na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků vlastního i jiných národů, základem jsou sakrální i světské stavební a architektonické památky, umělecká díla, přírodní zajímavosti (jeskyně, vodopády, pralesy, pouště), společenské události (festivaly, slavnosti).
- Náboženský (poutní turistika), jako jsou návštěvy poutních a posvátných míst, církevních památek a účast na církevních obřadech a oslavách.
- Vzdělávací, jehož cílem je něco nového se naučit
- Společenský, kdy jde o setkávání příbuzných, vytváření přátelských vztahů a známostí lidí se stejnými zájmy a zálibami, o společenský život.

Můžeme sem zahrnout i nejrůznější vzpomínkové akce pro veterány či příznivce významných historických událostí.

- Zdravotní (lázeňsko-léčebný), zahrnující zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci i léčení následků nemocí v lázních či jiných zdravotně příznivých prostředích.
- Sportovní, kdy jde nejen o vlastní sportovní aktivity, ale i pasivní diváctví na sportovních akcích.
- Poznávání přírody v podobě návštěv přírodních rezervací, národních parků, specifickým typem je ekoturistika, vedoucí k takovému chování v přírodním prostředí, jež ho co nejméně ohrožuje, z hlediska motivů se hovoří o návratu k přírodě v podobě zeleného, tzv. měkkého cestovního ruchu.
- Dobrodružný, spojený s nebezpečím, testováním fyzických a psychických vlastností účastníků.
- Profesní, zahrnující obchodní služební cesty, účast na kongresech, účast na veletrzích a výstavách a incentivní cestovní ruch, který má zlepšit vztahy se zaměstnanci, případně se zákazníky.
- Politický cestovní ruch zahrnuje sjezdy, mítinky politických stran
- Nákupní cestovní ruch představuje cesty za nákupy
- Specifický, jako např. turistika pro vozíčkáře.

Hesková a kol. (2006:21) vymezuje několik forem cestovního ruchu:

- Z geografického hlediska na domácí, zahraniční, mezinárodní, vnitřní, národní a regionální CR
- Počtu účastníků na individuální, skupinový, masový, a ekologický cestovní ruch
- Podle způsobu organizování na individuální cesty, organizovaný zájezd/pobyt a klubový cestovní ruch
- Podle věku účastníků na cestovní ruch dětí, mládežnický, rodinný a seniorský CR

- Podle délky účasti na výletní, krátkodobý, víkendový a dlouhodobý cestovní ruch
- Podle převažujícího místa pobytu na městský, příměstský, venkovský, agroturistika, horský, vysokohorský a přímořský cestovní ruch
- Podle ročního období na sezónní, mimosezónní a celoroční cestovní ruch
- Podle použitého dopravního prostředku na motorizovaný, železniční, letecký a lodní cestovní ruch
- Z hlediska dynamiky na pobytový (statický) a putovní (dynamický) cestovní ruch
- Ze sociologického hlediska na návštěvy příbuzných a známých, sociální, komerční a etnický cestovní ruch.

Agentura CzechTourism na internetových stránkách www.eden-czechtourism.cz/udrzitelny-cestovni-ruch/ (2011) uvádí, že teprve mohutný rozvoj cestovního ruchu v posledních letech, spojený s růstem životní úrovně ve vyspělých zemích, upozornil na nutnost řešení otázky jeho trvalé udržitelnosti. Jako i další uvádí, že jedním z přínosů cestovního ruchu pro rozvoj území je vytváření nových pracovních příležitostí. Příjmy z cestovního ruchu jsou dále významnou součástí příjmů státních i místních rozpočtů. V neposlední řadě přispívá cestovní ruch k poznávání nových míst, přírodního a kulturního dědictví jiných národů, pomáhá lépe pochopit jejich mentalitu, obyčeje a zvyklosti, a tím rozvíjí myšlenku mírového soužití.

Naproti tomu vlivem mohutného nekoordinovaného rozvoje cestovního ruchu v určitých lokalitách může docházet k poškozování životního prostředí, nadměrnému využívání přírodních zdrojů, zejména neobnovitelných, hrozí i vznik konfliktních situací mezi domácím obyvatelstvem a návštěvníky, například z důvodu odlišných zvyklostí a způsobu chování.

3.5 Udržitelný rozvoj

Cestovní ruch je předním světovým ekonomickým motorem, a to zejména z hlediska významu cestovního ruchu prostřednictvím sblížení celkové velikosti vzhledem k zahraničním příjmům, zaměstnanosti, ale i dalším ukazatelům. Dalším hlediskem jsou také náklady jako společensko-kulturní, ekonomické a ekologické dopady. (Fennel (2006:1). Fennel také ve své publikaci uvádí, že v reakci na masový turismus se objevil tzv. alternativní cestovní ruch, který měl být jemnější formou ke stávajícím formám cestovního ruchu. Udržitelný cestovní ruch zahrnuje dle Fennela (2006:5) ekologický vývoj, ale také zesiluje v širším měřítku přístup k chudobě, limity technologií a neomezený růst. Pro průmysl jako takový a jeho udržitelnost, je důležité dodržování několika základních principů, mezi něž patří i snížení napětí mezi zainteresovanými stranami, dlouhodobá životaschopnost a kvalita zdrojů, respektování limitů růstu, hodnoty v oblasti cestovního ruchu jako formy rozvoje a návštěvnického uspokojení a skrz toto také etiku.

Nelze opomínat dopady cestovního ruchu. Cestování a cestovní ruch mívají mnoho pozitivních přínosů, včetně toho, že pro některé země je cestovní ruch hlavním zdrojem tvorby příjmů a pracovních míst. Bohužel se ale objevuje také mnoho negativních dopadů cestovního ruchu, včetně často zmiňovaného poškozování životního prostředí i tradic místních obyvatel (Pender, 2005:8)

Udržitelný rozvoj je cíleným procesem změn v chování lidské společnosti, založeným na integraci a rovnováze tří pilířů: ekonomického, sociálního a ekologického. Výhodou konceptu udržitelného rozvoje je právě tento komplexní trojdimenzionální pohled (Zich, Roubal, Kunz, Rytina, 2006:51). Kunz dále tvrdí, že je velmi obtížné nahrazovat jeden druh kapitálu (ekonomický, sociální či kulturní) za jiný, aniž by se to neodrazilo v celkové kvalitě života.

Zich spatřuje jádro konceptu udržitelného rozvoje v tezi: „maximalizace blahobytu dnešních generací nevede k poklesu blahobytu generací budoucích“. Blahobytem však nerozumí jen jeho ekonomický aspekt, možnost uspokojování hmotných potřeb člověka, ale také alespoň zachování životního prostředí a zvyšování úrovně sociálního prostředí a kulturní úrovně lidí.

Produkty udržitelné turistiky jsou produkty, které se uskutečňují v souladu s místním životním prostředím, společností a kulturou tak, aby z nich životní prostředí, společnost a kultura měly požitky a aby se nestaly obětí rozvoje turistiky. (Vaško, 2002:5)

Jak uvádí materiál OECD, základní otázkou udržitelného rozvoje je, do jaké míry lze jeden typ kapitálu nahradit typem jiným, aby byl zachován rozsah kapitálu souhrnného. Je zřejmé, že tato substituce je obtížná a ne vždy možná. Vysoká úroveň lidského kapitálu (kvalifikace, znalostní úroveň) nezajišťují přežití v devastovaném životním prostředí, tedy nenahrazuje přírodní kapitál. (Zich, Roubal, Kunz, Rytina, 2006:62)

Blažek (Wokoun, Malinovská, Damborský, Blažek a kolektiv, 2008:220) zmiňuje rostoucí zájem o problematiku regionálního rozvoje v České republice. Příčiny jsou jednak vnitřní, jako je existence výrazných regionálních rozdílů v míře zaměstnanosti či ve výši průměrných mezd, zájem subjektů lokálního a regionálního rozvoje na zpracování rozvojových strategií, za druhé zde hrají roli také vnější příčiny, mezi které lze zařadit především vstup do EU

Existuje více možností klasifikace regionálního vývoje. Dle Blažka (2008:221) bývají tradičně děleny do 2 základních skupin. První skupinou jsou konvergenční teorie, jako například teorie regionální rovnováhy, které předpokládají, že přirozenou základní tendencí regionálního rozvoje je tendence ke snižování rozdílů mezi regiony. Druhou základní skupinou jsou pak divergenční teorie, které jsou představovány například teorií regionální nerovnováhy, které naopak za základní tendenci regionálního rozvoje považují

zvyšování regionálních rozdílů. Upozorňuje také na to, že smyslem teorií regionálního rozvoje by mělo být především stanovení hierarchie rámců, vývojových tendencí, identifikace a podchytení mechanismů a procesů regionálního rozvoje, pochopení role hlavních subjektů, včetně míry jejich autonomie, vazeb a pozice, ze které aktéři vnímají a interpretují realitu

Česká informační agentura životního prostředí na svých internetových stránkách uvádí základní principy udržitelného rozvoje (dostupné na: [http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPMSFHV0HSB](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPMSFHV0HSB), 6.1.2011):

- Propojení základních oblastí života - ekonomické, sociální a životního prostředí
- Dlouhodobá perspektiva
- Kapacita životního prostředí je omezená
- Předběžná opatrnost
- Prevence
- Kvalita života
- Sociální spravedlnost
- Zohlednění vztahu „lokální-globální“
- Vnitrogenerační a mezigenerační odpovědnost
- Demokratické procesy

Horner a Swarbrooke (2003:86) se taktéž zabývají otázkou udržitelnosti cestovního ruchu, kdy zmiňují i skutečnost, že již koncem osmdesátých a na začátku devadesátých let XX. Století se otázky životního prostředí staly významnou společenskou a politickou záležitostí v mnoha evropských zemích. Výsledkem byl vznik takzvaného „zeleného“ zákazníka, jehož spotřebitelské chování bylo ovlivněno jeho zájmem o řadu těchto otázek. Dále v publikaci se Horner a Swarbrooke (2003:398) ztotožňují s otázkami trvalé udržitelnosti, o nichž hovoří Brundtlandská zpráva z roku 1987. Trvalá udržitelnost znamená uspokojování potřeb současné generace bez ničení zdrojů, které umožní budoucím generacím, aby uspokojovaly své potřeby.

Zabývají se také „odstíny“ zelených zákazníků, kdy jedním extrémem jsou dle jejich pojetí „tmavě zelení“ zákazníci, pro které jsou otázky životního prostředí nebo trvalé udržitelnosti významným každodenním prvkem životního stylu a mají velký vliv na jejich nákupní rozhodování, jsou ochotni přinášet oběti v zájmu šetrnosti, bojkotovat některé produkty nebo platit vyšší ceny. Na druhé straně definují „světle zelené“ zákazníky, pro které jsou tyto otázky důležité pouze okrajově, zajímají se o tyto otázky pouze okrajově a nejsou ochotni dělat více než pro podporu svého přesvědčení příležitostně přinést nějakou menší oběť. Mezi nimi existují různé odstíny, ale samozřejmě i tací, kteří o podobné otázky nejeví zájem.

3.6 Aglomerace

Ekonomický život je soustředěn v dosti omezeném počtu lidských sídel. Ačkoli jsou hospodářské činnosti do jisté míry prostorově soustředěny kvůli přírodním vlastnostem (např. řeky a přístavy), cílem je se zaměřit na ekonomické mechanismy výnosnosti aglomerace, opírajíce se o kompromis mezi různými formami rostoucích výnosů a různých druhů nákladů na mobilitu. (Fujita, Thisse, 2002:1)

Aglomerovaná sídla jsou propojena všestrannými funkcemi a vztahy; typickým jevem je společný dopravní a komunikační systém, některé druhy služeb ap. Aglomerace obvykle vznikají neplánovitě, bez ohledu na správní hranice, a sestávají z původně samostatných obcí a měst, které postupným rozšiřováním vytvořily jeden funkční celek. Historicky se do velkých aglomerací koncentruje ekonomická aktivita, neboť v nich snadněji dochází k rychlé cirkulaci finančních prostředků, zboží a pracovních sil a k velké koncentraci průmyslových objektů a služeb, které vedou k aglomeračním výhodám.

(zdroj: <http://leccos.com/index.php/clanky/aglomerace>, 28. 12. 2010)

V procesu rozvoje sídelní sítě dochází často k faktickému územnímu slučování sídel nebo obcí, které si mohou ponechat svou správní samostatnost.

Tím se vytváří aglomerace; v jejím rámci můžeme rozlišit městské sídlo, které představuje jádro aglomerace, a okolní sídla, označovaná někdy jako předměstí. Jako souměstí se označuje spojení řádově stejně velkých měst, sídel nebo aglomerací, které si zachovaly svoji individualitu. Někdy se však termín souměstí používá jako synonymum aglomerace. Spojení souměstí a velkých měst vede k vytvoření metropolitních pásů, které se prostírají na relativně velkém území.

(zdroj: <http://cs-ii.demopaedia.org/wiki/Aglomerace>, 28. 1. 2011)

3.7 Marketing

Marketing je společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných produktů s ostatními (Kotler, 1998:23). Kotler dále pokračuje tvrzením, že marketing vychází z lidských potřeb a přání. Na příkladu uvádí, že lidé potřebují potravu, vzduch, vodu, oblečení a příbytek k tomu, aby přežili. Kromě toho lidé velmi touží po rekreaci, vzdělání a ostatních službách a silně preferují určité zvláštní verze a značky základního zboží a služeb. Potřeby a přání lidí jsou proměnlivé.

Cestovní ruch je stále považován za největší světový průmysl, představující významnou součást ekonomiky služeb (Fyall, 2005:36). Nezapomíná také na odlišnost jednotlivých služeb, kdy existují rozdíly mezi službami cestovního ruchu a maloobchodními či finančními službami.

Fyall se v publikaci ztotožňuje také s pojmem marketingu cestovního ruchu v pojetí Lumsdona (1997:25), který marketing cestovního ruchu považuje za manažerský proces předvídání a uspokojování stávajících i potenciálních návštěvníků a to účinněji než jejich konkurence. To je motivováno ziskem a dlouhodobým úspěchem závislejícím na spolupráci mezi dodavatelem a uživatelem. Považuje proto také za důležité zajištění ochrany životního prostředí a společenských potřeb.

Potřeby v odvětví cestovního ruchu jsou dle Jakubíkové (2009:48) členěny do dvou okruhů: Prvotní (primární, cílené) potřeby, kterými je zprostředkování styku s přírodou, kulturní a sportovní vyžití:

- Potřeba odpočinku, klidu, relaxace, obnovy psychických a fyzických sil,
- Potřeba změny prostředí,
- Potřeba kulturního vyžití,
- Potřeba sportování,
- Potřeba léčení,
- Potřeba vzdělávání,
- Potřeba změny životního stylu a společenských konvencí,
- Potřeba komunikace a společenského kontaktu,
- Potřeba poznávání,
- Potřeba nevšedních zážitků,

Druhotné (sekundární, realizační) potřeby umožňující realizování služeb uspokojujících prvotní potřeby. Do této skupiny patří doprava, ubytování, stravování, hygiena, řemeslné služby a zábava.

Kotler (1998:23) upozorňuje, že je třeba rozlišovat mezi potřebami, přáními a poptávkou. Lidská potřeba je stav pocíťovaného nedostatku některého základního uspokojení. Přání jsou touhy po specifickém uspokojení lidských potřeb. Poptávkou jsou přání mít specifické produkty, které jsou podloženy schopností a ochotou si je koupit.

Marketing pojímá Kotler (1998:24) jako proces plánování a provádění koncepce, tvorby cen, propagace a distribuce myšlenek, zboží a služeb s cílem vytvářet směny, které uspokojují cíle jednotlivce a organizací. S tímto vymezením, které přijala Americká marketingová společnost (AMA v roce 1985) se ztotožňuje i Horáková (1992:25).

Podobně k vymezení pojmu marketing přistupují autoři Horner a Swarbrooke (2003:28), pro něž marketing znamená, že pro organizaci je hlavní prioritou

snaha sloužit potřebám a přáním zákazníka. Organizace se nepřetržitě snaží zjišťovat, co chce zákazník dnes a co bude chtít v budoucnu, a neúnavně pracuje na výrobcích a službách, které jsou od ní požadovány (Horner, Swarbrooke, 2003:28). Dále zdůrazňují potřeby a přání zákazníků jako ústředního zájmu marketingu. Jakmile jsou identifikovány, musí být splněny zbožím a službami tak, aby byl uspokojen zákazník i dodavatel.

Morrison, A. (1995:16) uvádí 6 marketingových základů

1. uspokojení zákaznických potřeb a přání – hlavním ohniskem marketingu je uspokojování potřeb zákazníků (mezer mezi tím, co zákazníci mají a co by chtěli mít) a přání zákazníků (potřeb, kterých si jsou zákazníci vědomi)
2. nepřetržitost podstaty marketingu – marketing je plynulou činností řízení, nikoli jednorázově provedeným rozhodnutím
3. sled dílčích kroků v marketingu – správný marketing je procesem množství po sobě následujících kroků
4. klíčová úloha marketingového výzkumu – používání marketingového výzkumu k předvídání a identifikaci zákaznických potřeb a skrytých přání je podstatné pro účinný marketing.
5. vzájemná vnitřní závislost organizací cestovního ruchu – mezi organizacemi v našem odvětví existuje mnoho příležitostí ke spolupráci v rámci marketingu
6. široké a mnohostranné úsilí organizace - marketing není výhradní odpovědností jednoho oddělení. Jeho největší účinnost zajistí jedině úsilí všech oddělení či divizí.

Dále Morrison (1995:17) uvádí definici marketingu a to jako spojení těchto 6ti základních marketingových principů: Marketing je plynulý proces probíhající v dílčích krocích, prostřednictvím něhož management v odvětví pohostinství a cestovního 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 účinnost se dále může zvýšit či snížit činností dalších komplementárních organizací

Hesková a kol. (2006:135) uvádí, že většina definic marketingu cestovního ruchu vychází z určení specifík, které vykazuje produkt cestovního ruchu. Podle ní jsou specifika produktu cestovního ruchu v zásadě shodná s charakteristikami uvedenými u produktu – služeb:

- a) Většina produktů nabízených v cestovním ruchu má nehmotný charakter.
- b) Charakter výroby. Služba je vázána na místo spotřeby.
- c) Pomíjivost služeb – výrobek lze vyrábět na sklad, službu nelze skladovat.
- d) Specifičnost distribučních cest – nákup služeb cestovního ruchu je realizován např. prostřednictvím zprostředkovatelů služeb, touroperátorů, cestovních kanceláří, na veletrzích a výstavách.
- e) Podmíněnost nákladů – u vyrobeného zboží lze provádět kalkulaci nákladů na fixní a variabilní část, u služeb je kalkulován tzv. balík služeb.
- f) Vázanost služeb na jejich poskytovatele.
- g) Kvalita služby je z pohledu zákazníka obtížně definovatelná.
- h) V marketingu cestovního ruchu se zpravidla pracuje s rozšířeným marketingovým mixem 8P.

Morrison (1995:44) se také zabývá otázkou, proč se marketing pohostinství a cestovního ruchu liší. Služby pohostinství a cestovního ruchu mají specifické charakteristiky, které nenacházíme u jiných služeb. Podle něj také platí, že služby cestovního ruchu a pohostinství nejsou zcela totožné. Dále uvádí, že existuje osm základních zvláštností služeb pohostinství a cestovního ruchu:

1. kratší expozitura služeb
2. výraznější vliv psychiky a emocí při nákupu služeb

3. větší význam vnější stránky poskytování služeb
4. větší důraz na úroveň a image
5. složitější a proměnlivější distribuční cesty
6. větší závislost na firmách
7. snazší kopírování služeb
8. větší důraz na propagaci mimo sezóny

Marketing je 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 (Geuens, Bergh, 200:23). Podle autorů má marketér pro dosažení cílů k dispozici řadu nástrojů marketingového mixu. Tradičně se tyto nástroje dělí do čtyř kategorií, tzv. 4P marketingového mixu.

Cestovní ruch je odvětví, vyznačující se vysokou mírou vzájemné závislosti, kde vývoj nebo tvorba vztahů založených na spolupráci, jako jsou sítě, je více než přirozeným výsledkem, ale jedná se o manažerská rozhodnutí (Scott, 2008:27). Z pohledu marketingu cestovního ruchu, si vysoké náklady na propagaci cestovního ruchu a reklamu, spolu s hospodářskými přínosy ze zvýšené turistiky do regionů, vynucují zapojení vlády na všech úrovních k finanční podpoře marketingu jejich destinací.

Při provádění marketingu je také velmi důležitý sběr dat.

Kotler (1998:115) uvádí, že při sběru primárních informací mohou být použity 4 základní přístupy: pozorování, skupinové orientované dotazování, průzkum a experimentování.

Výzkum pozorováním – aktuální informace mohou být získány na základě pozorování relevantních aktérů v relevantním prostředí.

Výzkum skupinově orientovaným dotazováním – dotazovaná skupina zahrnuje šest až deset osob, které jsou pozvány, aby strávily několik hodin se zkušeným moderátorem v diskusi o produktech, službách a organizaci a dalších

marketingových entitách. Moderátor musí být objektivní, mít dokonalé znalosti o probíraném problému a o skupinovém chování zákazníků. Skupinově orientovaný výzkum je užitečným východiskem pro přípravu průzkumu širokého rozsahu.

Výzkum průzkumem je určen pro výzkum popisný. Je uskutečňován proto, aby se firmy dozvěděly o znalostech lidí a o jejich názorech, preferencích, postojích atd. a aby tyto veličiny zaměřily v rámci celé populace.

Experimentální výzkum – je vědecky nejhodnotnější. Vyžaduje především výběr vhodných skupin subjektů, jejich zkoumání pomocí různých postupů, eliminování mimořádných vlivů a ověřování, zda jsou pozorované reakce na různé podněty statisticky významné. Nerelevantní, respektive extrémní hodnoty faktorů musejí být eliminovány nebo korigovány, aby bylo možné objektivně kvantifikovat zkoumané kauzální vztahy mezi příčinami a jejich důsledky.

Vzhledem k existenci takových prvků, jako je silná konkurence, náročný klient, tlak na cenu, kvalitu a časové možnosti dochází také k řešení těchto situací prostřednictvím aplikace modelu DESIRE, který je typický pro firmy, ale využitelný je právě i pro destinace. (Palatková, 200:52). Model je založen na atraktivním designu a estetice nabídky (Design), na zprostředkování silných zážitků (Emotion) klientovi, na vytvoření jistoty a pohodlí (Sicherheit), umožnění prosazení individuality a spontánnosti (Individualität), na vytvoření resortů s atraktivním produktivním mixem (Resorts) a konečně na zprostředkování privilegií a pocitu výjimečnosti pro klienta (Exklusivität). Základním předpokladem uplatnění DESIRE modelu v destinacích je flexibilita, inovace a připravenost ke spolupráci.

3.7.1 Marketingový mix

Horáková (1992:33) vymezuje marketingovou strategii, kterou se rozumí dlouhodobá koncepce činnosti podniku v oblasti marketingu a jejím smyslem je promyšleně a účelně rozvrhnout zdroje podniku tak, aby mohly být co nejlépe

splněny dva základní cíle: spokojenost zákazníka a dosažení výhody v konkurenční boji. Přijatá strategie se tak odráží v návrhu a vývoji produktu, ve výrobní politice, ve výběru cílového trhu, ve způsobu komunikace se spotřebitelem, při stanovení ceny a ve volbě cest distribuce.

Manažer marketingu cestovního ruchu musí neustále hledat vhodný marketingový mix, tedy takovou kombinaci prvků, které budou produkovat zisk. Marketingový mix se skládá ze všech faktorů, které ovlivňují marketingové úsilí (Goeldner, Ritchie, 2009:533) mezi tyto faktory zařazují:

- Načasování – prázdniny, sezona, mimosezona
- Značky – spotřebitel potřebuje pomoc při zapamatování produktu
- Balíčky – jednotlivé služby mohou být prodávány společně nebo odděleně
- Ceny – ovlivňují nejen objem prodeje ale také image produktu.
- Distribuční kanály – produkt musí být přístupný spotřebiteli
- Produkt – ovlivňuje pozici vůči konkurenci
- Image – ovlivňuje spotřebitelovo vnímání produktu
- Propagace – zvážit kdy, kde a jak podporovat
- Prodej – různé prodejní techniky
- Public relations – důležité jsou i dobré vztahy s návštěvníky, místními obyvateli, dodavateli i zaměstnanci
- Kvalita služeb – nezbytný ke spokojeným zákazníkům
- Výzkum

Horner a Swarbrooke (2003:151) definují jednotlivé součásti marketingu cestovního ruchu takto:

3.7.1.1 Produkt

Produkt je nepochybně jádrem veškerého marketingu cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích služeb. Dodávají, že mají ve svém mixu výrobek / služba proměnlivý obsah hmotných a nehmotných prvků.

Kotler (1998:24) chápe produktem cokoli, co může být nabízeno někomu proto, aby byla uspokojena jeho potřeba nebo přání. Produkt může představovat fyzický výrobek nebo myšlenku. Horáková (1992:36) tímto termínem navíc označuje celkovou nabídku zákazníkovi – tedy nejen zboží nebo služby samy o sobě, ale také další abstraktní nebo symbolické skutečnosti, jako prestiž výrobce či prodejce, obchodní značka, kultura prodeje a další

Horner, stejně jako Foret (2001:66) uvádí tři roviny produktu, kterými jsou Jádru produktu, vlastní (reálný) produkt, a rozšířený produkt.

- Jádru produktu je to, co zákazník skutečně kupuje. Skládá se z hlavní užitné hodnoty nebo hodnot, identifikovaných zákazníkem jako osobní potřeba, která bude produktem uspokojena.
- Reálný produkt zahrnuje provedení, značku, kvalitu, styl a obal. Pracovníci marketingu musí změnit základní produkt v reálný.
- Rozšířený produkt obsahuje všechny další služby a užitné hodnoty, které zákazník dostává.

3.7.1.2 Cena

Ceny, které organizace požaduje za své výrobky nebo služby, musí být vyvážené tak, aby zákazníci byli ochotni je platit a organizace dosahovala zisku. Cena je rozhodujícím prvkem marketingového mixu, protože pro organizaci vytvářející zisk je v přímém vztahu s celkovými výnosy a dosahovaným ziskem. Foret podotýká, že zákazníci vnímají nejen cenu ve vztahu k hodnotě poptávky, ale pochopitelně také vůči pohybu ceny.

Horáková (1992:36) uvádí, že pro většinu spotřebitelů je cena mírou hodnoty výrobku (služby), neboť udává, jakého množství peněz se musí vzdát, aby výměnou získal nabízený produkt.

3.7.1.3 Místo, distribuce

Místo je zcela nepochybně rozhodujícím aspektem marketingu, protože zákazníkům se může líbit nějaký produkt a mohou být ochotni za něj zaplatit, ale aby jej mohli kupovat, musí jim být dostupný.

Rozhodnutí o tom, jakými cestami se náš produkt dostane na trh a k zákazníkovi, patří mezi nejdůležitější a následně ovlivňuje použití ostatních marketingových nástrojů (Foret, Foretová, 2001:71).

Hesková a kol. (2006:133) jej chápe jako řešení vhodné lokalizace, místa poskytované služby a volbu prodejních cest. V úvahu podle ní přicházejí:

- zákazník jde k poskytovateli
- poskytovatel jde k zákazníkovi
- transakce na dálku

3.7.1.4 Propagace

Úlohou propagace je přesvědčit potenciální zákazníky o výhodách nákupu nebo používání výrobků a služeb určité organizace. Podle Horner a Swarbrooka patří mezi propagační techniky reklama, brožury (katalogy), média a public relations, podpora prodeje, osobní prodej, zasílání propagačních materiálů možným zájemcům, sponzorování, reklama v místě prodeje. Hesková a kol. (2006:133) ještě uvádí, že při volbě nástrojů marketingové komunikace je nutné vycházet ze specifík produktu služeb.

Horner a Swarbrooke tímto výčtem prvků marketingového mixu končí. Foret pokračuje dalšími 4P:

3.7.1.5 Lidé

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

Do značné míry jsou jeho součástí. Velká pozornost by měla být věnována vytváření podnikové komunikace, identity a kultury firmy.

3.7.1.6 Balíčky

Málo kdy je jedna složka sama o sobě tak jedinečná, že nám dokáže dlouhodobě přitahovat zájemce a návštěvníky. Balíček znamená pro klienta možnost výběru.

Jedná se o komplex služeb, který vzniká ze spolupráce a partnerství více organizací, které své dobré služby prezentují společně.

Vytváření balíčků je nástrojem pro vyrovnávání sezónnosti, pro prodej obtížně samostatně uplatnitelných služeb pro návštěvnický management a destinační management (Pásková, Zelenka., 2002:205).

3.7.1.7 Programování, společné projekty

Vznik partnerství a následně i vznik společných integrovaných produktů bývá nastartován vyhlášením zajímavých projektů, jejichž cílem je propojit společné úsilí více organizací a dát šanci všem, kdo mohou a mají zájem se do těchto společných programů zapojit. Projekty mohou seznámit širokou veřejnost s tím, co se chystá, a posílit účinnost společného úsilí.

Hesková a kol. (2006:147) udává cíle tvorby balíku služeb:

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

3.7.1.8 Partnerství

Zákazník chápe a hodnotí svůj pobyt jako komplex, balíček. Pokud nebude s nějakou částí spokojen, znovu se nevrátí. 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.

Typy kooperací uvádí Hesková a kol. (2006:146) jako:

- Horizontální spolupráci = spolupráce ve stejné úrovni logistického pohybu produktů v určité oblasti. Cílem je zvýšit atraktivitu místa realizace služeb, zvýšit prodej, případně snížit náklady
- Vertikální kooperace – sleduje logistický pohyb produktů na principu dodavatel – odběratel.

4. SITUAČNÍ ANALÝZA

4.1 *Táborsko*

V severní části Jižních Čech se nachází region Táborska se svou rozmanitou nabídkou. Táborsko hraničí na západě s Píseckem, jihozápadní hranice tvoří s Českobudějovickem, v severní části hraničí s Benešovskem a na východě s Pelhřimovskem a Jindřichohradeckem.

Táborsko má dlouholetou slavnou historii a na celém území se nachází velké množství architektonických památek, ale ani přírodní krásy zde nelze opomenout. Pravděpodobně nejčastěji je zejména Tábor spojován s husitstvím, kdy roku 1420 byl založen husity a pojmenován podle stejnojmenné biblické hory Thabor (dnešní Izrael). Ačkoliv během staletí docházelo k nerůznějším proměnám, minulost a duch dávných dob, zde zůstal zachován i pro současné generace, které se mohou při návštěvě Tábora a zejména historického centra navrátit v čase a zažít tuto mystickou atmosféru na vlastní kůži. Historické centrum města Tábora bylo pro množství zachovaných památek a charakteristickou zástavbu, stejně jako dochovaných opevnění, vyhlášené městskou památkovou rezervací.

Region Táborsko je poměrně rozlehlá oblast, která má celkem 110 obcí. Tyto obce se skládají z 8 měst, jako je Bechyně, Chýnov, Mladá Vožice, Planý nad Lužnicí, Sezimovo Ústí, Soběslav, Tábor a Veselí nad Lužnicí, titul městys, zde mají Borotín a Malšice a následně je zde ještě 100 vsí.

Pokud se zaměříme na mikroregion Táborska, ten se skládá z táborské aglomerace tvořené městem Táborem, Sezimovem Ústím a Planou nad Lužnicí. Pokud pohled rozšíříme na pojetí mikroregionu, zahrneme do něj

město Chýnov a také 9 obcí – Drhovice, Nasavrky, Nová Ves u Chýnova, Opařany, Radenín, Radimovice u Želče, Svrabov, Turovec a Vlčeves.

Tábor je po Českých Budějovicích druhým největším městem v jižních Čechách. Ačkoliv je zde velké množství příměstských oblastí a vsí, tak pravděpodobně nejpočetnější část obyvatelstva se nachází v aglomeraci Tábor.

Město	Rozloha (km ²)	Počet obyvatel
Planá nad Lužnicí	21,45	3 405
Sezimovo Ústí	8,46	7 300
Tábor	62,21	36 800
	92,12	47 505

Region Táborska zaujímá cca 1300 km² s počtem obyvatel pohybující se kolem počtu 103 000. Táborská aglomerace tedy zahrnuje téměř polovinu celkového počtu obyvatel na Táborsku, přičemž samotný Tábor lze považovat za spádovou oblast, především díky nabídce pracovních míst, občanskou vybaveností a množstvím kulturně-historických atraktivit, které se zde nachází.

Tábor je tvořen samotným městem a dalšími 14 ti příměstskými částmi:

- Čekanice
- Čelkovice
- Hlinice
- Horky
- Klokoty
- Měšice
- Náchod
- Smyslov
- Stoklasná Lhota
- Větrovy
- Všechov
- Zahrádka
- Záluží
- Zárybničná Lhota

4.2 Přírodní podmínky a atraktivita

Nadmořská výška na Táborsku se pohybuje kolem 354 – 723 metrů nad mořem a z velké části se zde rozprostírá Táborská pahorkatina, typická svým zalesněním, která se nachází ve středu regionu v povodí řek Otavy, Vltavy a Lužnice. Dále se zde rozprostírá Třeboňská pánev, která je charakteristická svými vodními toky, rybníky a mokřinami, jež jsou typické pro celé jižní Čechy.

V regionu je dominantní řekou Lužnice, jež pramení v Rakousku a má mnoho přítoků. Protéká Veselím nad Lužnicí, kde se vlévá Nežárka a Bechyňský potok, Soběslaví, v níž se do ní vlévá Dírenský a Černovický potok, Planou nad Lužnicí s vlévajícím se Maršovským potokem, Sezimovým Ústím, kde přitéká Radimovický potok a také známý Kozský potok, Táborem, ve kterém se s ní spojuje Tismenický potok, Vlášnický potok, Pílský potok, cestou dále je to také Oltyňský potok a Všechlapský potok a v neposlední řadě Bečyní kde se vlévá říčka Smutná a potok Židova strouha a poté dále v Týně nad Vltavou se vlévá do Vltavy. Řeka Lužnice je poměrně klidná a často se stává cílem vodáků. Častý start cesty po řece Lužnici je Suchdole nad Lužnicí a na Táborsku je oblíbeným úsekem právě část pod Táborem, kde se mimo jiné v minulosti konaly i závody ve vodním slalomu. Na březích podél jejího toku nalezneme četná tábořiště a kempy a stejně tak je Lužnice atraktivní pro rybáře.

Jižní Čechy jsou hojně navštěvované nejen kvůli historickým památkám, ale také kvůli četnosti rybníků a mnoha možnostem ke koupání. V tomto ohledu je nejvýznamnější částí Táborska oblast Veselí nad Lužnicí a zejména Horusic, kde se nachází Horusický rybník, která je po rybníku Rožmberk druhým největším rybníkem v celé České republice. Jeho objem na rozloze 415 hektarů je cca 4 miliony m³, avšak jeho hloubka je cca do 2 metrů a v nejhlubší části 6 metrů. Na jihovýchodním břehu rybníka nalezneme přírodní rezervaci Ruda, která je bohužel veřejnosti nepřístupná, ale vede kolem ní turistická trasa. Neopomenutelnou zajímavostí je zde také naučná stezka Veselské pískovny v oblasti mezi Veselím nad Lužnicí a Vlkovem s Horusicemi, vedoucí kolem

bývalých pískoven, které vznikly vytěžením písku a štěrkopísku. Na této trase se nachází informační tabule s chráněnými druhy rostlin a živočichů. Zajímavým je také Vlkovský písečný přesyp, jímž je zhruba 0,8 ha plochy, na které se nachází váte písky, jež na nezpevněném povrchu tvoří duny a vyskytuje se zde pískomilná flóra, proto je také zakázán vstup na tyto nezpevněné plochy. Zatopené pískovny v této oblasti jsou přizpůsobeny na koupání a využívány zejména místním obyvatelstvem a obyvateli z blízkého okolí.

Poblíž Soběslavi (5 km) se nachází Borkovická blata, rozprostírající se na území o rozloze kolem 55 ha, která byla zařazena mezi přírodní rezervace. Na 5,5 km naučné stezky Borkovických blat se nachází nejen celá řada informačních tabulí, seznamující návštěvníky se zajímavou flórou, která se zde vyskytuje, ale také jsou zde umístěné stroje, které byly používány k těžbě. Celá trasa s cca 30 stanovišti je přehledně značena a převážná část trasy je vedena po dřevěných chodnících. K odpočinku slouží dřevěné lavičky.

Velmi atraktivní v dané oblasti jsou také Chýnovské jeskyně, nacházející se východně od Tábora u města Chýnov. Tato jeskyně je národní přírodní památkou. Během předchozích let došlo v jeskyni k renovaci a dnes již mohou návštěvníci během cca 40 minutové prohlídky objevit krásy této památky, jako jsou Čertovy schody, či Žižkova střelba. Zmínit je třeba také nedalekou přírodní rezervaci Choustník, kde se nachází středověká zřícenina hradu, spolu s příznivými podmínkami, proto se tento bod stává cílem turistů, velmi často na cyklisty.

Vynikající podmínky jsou zde nyní využity i pro rozvoj zimních sportů. Nachází se zde několik středisek, která provozují lyžařské zařízení. U Mladé Vožice nalezneme lyžařský areál Horní Kouty - Radvánov, vyskytující se v nadmořské výšce kolem 550 metrů nad mořem. Mnohem významnější je oblast Jistebnicka, kde se nachází kromě Smrkova a Hůrky sportovní areál Monínek, který se rozprostírá na severní straně Javorové skály ve výšce

724 m.n.m v oblasti na rozhraní Středočeského a Jihočeského kraje. Tento areál je od Tábora vzdálen cca 25 km. Hlavní sjezdová trať je dlouhá 1200 metrů a dopravu na vrchol sjezdovky zabezpečuje čtyřsedadlová lanová dráha a od zhruba poloviny také 600 metrů dlouhý vlek (kotva) a v místech pod penzionem je 170 metrů dlouhá sjezdovka, která slouží především pro výuku lyžování. Pro nejmenší je zde mírný svah doplněný 30 metrů dlouhým lanem. Areál nabízí také široký okruh služeb pro návštěvníky, ať už se jedná o půjčovnu a servis lyžařského vybavení, lyžařskou a snowboardovou školu, občerstvení a ubytování, ale také nabízí možnost pořádání firemních akcí a kongresů, svateb a oslav, nabídku masáží a další. V oblasti tzv. České Sibiře je kolem 60 km běžeckých tratí. Středisko je vhodné k „lyžování“ i v létě, kdy je využíváno pro tzv. travní lyžování a také pro horské koloběžky.

Vodních zdrojů je na Táborsku, stejně jako po celých Jižních Čechách, dostatek. Možnost koupání v letních dnech nabízí celá řada rybníků, jako jsou u Mladé Vožice rybníky Obecní a Podhradní, u Borotína Starozámecký rybník, Trubný u Bechyně, Nový rybník u Soběslavi a již zmíněné pískovny. Nejen pro rodinnou dovolenou se v blízkosti těchto vodních ploch nachází kempy jako je autokemp Malý Jordán, nebo Knížecí rybník, autokemp Pohoda v Roudné, či např. Karvanky v Soběslavi.

Aglomerace Tábor

Planá nad Lužnicí – nachází se necelých 7 km jižně od města Tábora směrem na České Budějovice, na hranicích Třeboňské pánve a Vlašimské vrchoviny. Přírodní podmínky jsou zde příznivé např. pro sportovní aktivity, jako je cyklistika, pěší turistika, nebo vodní sporty na řece Lužnici. V blízkosti Plané nad Lužnicí se nachází několik rybníků: Strkovský, Košický, Koberný, Hejtman a Farský rybník. V severní části Dlouhý a Hluboký rybník. Uprostřed rybníka Hejtman se vyskytuje ostrůvek, kterým je přírodní památka Markéta. Na tomto území se nachází hvozdík pyšnatý, ale také kolonie volavek popelavých a dalších ptáků. Veřejně jej však není možné navštívit.

Sezimovo Ústí – nachází se cca 3 km jižně od Tábora, směrem na České Budějovice. Spadá do Táborské pahorkatiny. Město Sezimovo Ústí se skládá ze dvou městských částí. Prvním je Sezimovo Ústí I. a druhým Sezimovo Ústí II. Městem protéká řeka Lužnice a Kozský potok. Při sjíždění řeky Lužnice je možné využít vodácké tábořiště Soukeník. Množství lesů je zde doplněno několika rybníky, kterými jsou rybník Komora, rybník Čápův dvůr, Jezero, a v blízkosti se nachází ještě Starý Kravín a Nový Kravín. Využívané jsou spíše, než k rekreaci k chovu ryb a kachen. V oblasti Sezimova Ústí se nachází také jedna přírodní památka - Luna, která byla zřízena za účelem ochrany fauny a flóry. Tato památka je volně přístupná. Atraktivita dané oblasti je zajištěna zejména díky Benešově vile s rozsáhlou zahradou, která byla sídlem druhého československého prezidenta Edvarda Beneše a jeho manželky. Dnes je vila majetkem úřadu vlády České republiky. Druhou atraktivitou je také zřícenina Kozí hrádek, známá pobytem mistra Jana Husa.

Na Sídlíšti nad Lužnicí byl nově vybudován sportovní areál Komora, kde je vytvořen cyklistický ovál pro cyklisty, běh i kolečkové brusle. Další možnost sportovního vyžití nabízí různé druhy hřišť – na plážový volejbal, pétanque, travnaté plochy, či přírodní posilovna. V areálu se též nachází restaurace s venkovní terasou.

Tábor – rozloha města Tábor je více jak 6200 ha. Nejvyšším bodem je rozhledna Hýlačka, nacházející se v jedné z příměstských částí – Větrovy. Tábor a jeho blízké okolí se vyznačuje velkým množstvím lesů, rybníků i luk. Tábor je protkán řekou Lužnicí. Díky celé řadě přírodních atraktivit je toto místo vhodné k aktivně strávené dovolené v přírodě. V případě, že se turisté vydají z centra města cestou do Čelkovic, narazí na další místní památku, kterou je Granátová skála. Zde jsou vidět zbytek různě velkých granátů. V posledních letech se táborské přírodní atraktivita rozšířily o geologickou expozici, nacházející se v oblasti bývalého kamenolomu na břehu řeky Lužnice pod Klokoty. Tuto expozici tvoří rozmístěné horniny, které se v regionu běžně

vyskytují. U každého exponátu, je určitá část plochy leštěná a je zde umístěn popis této horniny společně s vymezením lokality, ve které se vyskytuje a fotografiemi.

Opomenout nelze ani táboorskou Botanickou zahradu. Založena byla již roku 1866 a je tak druhou nejstarší botanickou zahradou v České republice. V současné době je vyhlášena za kulturní památku. Na internetových stránkách www.tixik.com (12. 11. 2010) se uvádí, že v zahradě se pěstuje přes 4000 rostlin a 400 dřevin. Botanická zahrada Tábor je rozdělena na 3 části. Hospodářský systém se nachází v horní části zahrady. Rostliny zde nejsou rozděleny podle čeledí, ale podle hospodářského významu. Arboretum nabízí evropské i cizokrajné rostliny. Součástí arboreta je skalka a malé jezírko. Třetí část tvoří 3 skleníky. Dva jsou přístupné veřejnosti. Návštěvníci zde najdou kaktusy, sukulenty, masožravé rostliny a další tropické a subtropické rostliny. Botanická zahrada Tábor je přístupná pro veřejnost zdarma, zpoplatněn je pouze vstup do skleníků. Otevřena je celoročně v pracovní dny od 7:00 do 16:30 hod. V červenci a srpnu je otevřeno denně i o víkendech od 10:00 do 17:00 hod.

Celou oblastí protéká již zmíněná řeka Lužnice. Vodní plochy nabízí jak možnost rybaření, tak koupání. Kromě menších přilehlých rybníků poskytuje příležitost ke koupání například přehradní nádrž Jordán v Táboře, která má rozlohu přes 50 ha a je to největší vodní nádrž v Česku. Dělí se na Velký Jordán, společně s 18 metrů vysokým vodopádem, a Malý Jordán, kde je možnost ubytování v kempu. V nejhlubším místě Jordán dosahuje více jak 12 m a pojímá 3 milióny m³ vody. Původním účelem bylo zadržetí pitné vody, ale v dnešní době slouží ke koupání, vodním sportům, k chovu ryb a také k rybolovu. Z ostatních rybníků můžeme zmínit například Knížecí rybník, u kterého se nachází jednak autokemp a také hotel. Dále je zde možnost návštěvy bazénu v Táboře, kde se nachází řada atrakcí, jako jsou tobogány, vířivky, skluzavky, dětské brouzdaliště a plochy na slunění. Zabezpečeno je zde občerstvení a půjčovna lehátek a slunečníků.

Zajímavá je zajisté také Naučná stezka Pintovka, procházející místním lesoparkem na okraji Tábora. Na tuto 6,5 km dlouhou stezku s cca 31 stanovišti, které jsou vybavené informačními panely, je možné se vydat pěšky či na kole. Během této cesty se návštěvníci mohou seznámit s rostlinstvem a živočištvem vyskytujícím se v této oblasti a užít si příjemné obklopení přírodou.

4.3 Společenské podmínky, kulturněhistorické památky a atraktivita

Kulturním centrem regionu je Tábor, který má silné historické kořeny a širokou historickou základnu. Historické centrum, jež je obeháno hradbami, je také turisticky nejnavštěvovanější částí Tábora a vlastně celé aglomerace. V jeho srdci se nachází Žižkovo náměstí, kde kromě kostela Proměnění Páně na hoře Tábor, jehož interiér byl v posledních letech opraven a koncem roku 2010 začala obnova i vnějšího vzhledu stavby, nalezneme i budovu radnice, ve které je umístěno Husitské muzeum, které návštěvníkům představí období husitského hnutí, se kterým je město Tábor spojeno. Na konci roku 2010 byla obnovena expozice Husité, kterou z velké části financovala Kancelář finančních mechanismů sídlící v Bruselu, ale na financování prací se významně podílelo i Ministerstvo kultury ČR a město Tábor (www.husitskemuzeum.cz, 1. 2. 2011). V budově Radnice se nachází i vstup do podzemních chodeb, tzv. katakomb, které ačkoliv ne celé (0,5 km), jsou zpřístupněny veřejnosti a odkrývají návštěvníkům práci našich předků. Tyto chodby tvoří až 3 podlaží a mají hloubku kolem 16 m. Tento labyrint sloužil zejména k uchovávání potravin, ale v případě hrozícího nebezpečí, byl využíván také jako úkryt. V období letních prázdnin, vždy o víkendů toto podzemí ožívá a to díky programu agentury A.R.G.O. Radnice také skýtá druhý největší Gotický sál v České republice a kromě výstav a historických programů se zde konají i významné hostiny. Náměstí je zajímavé také svou dochovanou architekturou, kde vidíme kromě renesanční kašny, se sochou rytíře s městským znakem, pomník Jana Žižky

z Trocnova, ukázkou goticko-měšťanské architektury, sgrafitové výzdoby z období renesance, rokokové měšťanské architektury, a neméně zajímavé je také divadlo Oskara Nedbala z roku 1887, které je věrnou kopií Národního divadla, ale je zdobeno nápisem Tábor sobě.

Důležité je zmínit, že Staré Město, spolu s hradem Kotnov, jsou městskou památkovou rezervací. Hrad Kotnov je nejstarší architektonickou památkou, založenou kolem poloviny 13. století. Pro Hrad je dominantní věž, ze které je návštěvníkům umožněn rozhled na město i okolí. Součástí věže je i Bechyňská brána. Na začátku 17. století zde byl vybudován pivovar a začátkem roku 2011 se hradní sklepení změnilo na music klub Kotnov, kde se autoři podle svých slov snažili o vybudování exkluzivního klubu, který by přilákal i návštěvníky z jiných krajů a pozvednout jméno města. Snahou bylo také udržení atmosféry hradních prostor a kromě diskoték by se zde měly konat i různé společenské akce. V budově renesanční sladovny v areálu bývalého hradu Kotnov, je umístěna expozice Táborský poklad, který byl nalezen roku 2001 při generální rekonstrukci domu čp. 308 (Svatošova ulice). Návštěvník si zde může prohlédnout například původní gotické kachle, mince, užitkové předměty do domácnosti, jako je stolní keramika, nápojové sklo, dřevěné talíře, lžičky, kožené výrobky a další.

V blízkosti historického centra nalezneme Housův mlýn, ve kterém se nachází skanzen husitského válečnictví a středověkého způsobu života. Vybudován byl na základech mlýna a v roce 2009 se tento projekt umístil na 1. místě v soutěži Kudy z nudy. Široká nabídka Housova mlýna zahrnuje například, husitské dny pro školy, husitskou krčmu, hudební večery, dále také program pro rodiny s dětmi „Husitské odpoledne“, nabízí také středověký „Večer u husitů“.

Pravidelně se zde konají Husitské dny (pořádané v měsíci červnu) a Táborské slavnosti (Táborská setkání konaná na začátku září). Těch se pravidelně účastní i partnerská města (Konstanz – Německo, Dole – Francie, Wels – Rakousko, Škofja Loka – Slovinsko), a jsou hojně navštěvované i turisty ze zahraničí.

Příměstské části města Tábora mohou také návštěvníkům nabídnout různé zajímavosti.

Nedaleko v Klokotech nalezneme také Poutní kostel Panny Marie, který je velmi cennou barokní památkou. Ke kostelu vede křížová cesta přes Holečkovy sady. Dodnes slouží ke konání bohoslužeb.

Čekanice – Boží muka, Kaple, Pomník padlým vojínům I. Sv. války

Čelkovice - Pramen Eleonora, Pamětní křížek, Pamětní desky, Mlýnské kolo, Hasičská zbrojnice.

Horky – název této obce je odvozen od těžby stříbra v dávných letech. Naleziště tohoto kovu ovšem nebyly příliš velké, těžba byla složitá a doprovázená sesuvy půdy. V dnešní době existují již jen zbytky z této historie, ale je připravována nová naučná stezka, seznamující s hornickou minulostí v oblasti Horek a Větrov. Zdejší Švehlův most spojuje právě Tábor a Horky přes řeku Lužnici. Tento most byl otevřen roku 1935 a jedná se o obloukový, železobetonový most s nosností 22 t. Dále nad hřbitovem na Starých Horkách se nachází pomník obětem 1. světové války, během níž padlo i 6 občanů Horek, jimž byl právě tento pomník postaven. Tato část obce se také pyšní kaplí sv. Václava, ve které je umístěna originální vyřezávaná socha sv. Václava. Tato kaple byla též v posledních letech nově opravena. V novější části Horek se nachází lesopark Pintovka, kde se konají kulturní akce, jako festival Táborská rocková mapa, či romský festival Kerekate, nebo sportovní událost: Lesní běh Pintovkou.

Měšice – Měšický zámek, který nabízí mimo prohlídky tohoto barokního zámku, navštívit i výstavy či koncerty vážné hudby. V jeho okolí se rozprostírá anglický park doplněný sochami. Na místě kde podle zvěstí kázal mistr Jan Hus je vystavěna Kaple sv. Anny.

Náchod – zde se vyskytuje několik historických domů a mlýn a kaplička zasvěcená sv. Janu Nepomuckému, která byla stejně jako jiné v posledních 20 letech opravena a slouží ve významných dnech k bohoslužbám.

Větrovy – zde je turisticky zajímavá rozhledná Hýlačka, která má tvar husitské hlásky a běžně je dostupná návštěvníkům, kteří se tak mohou potěšit pohledem na široké okolí.

Sezimovo Ústí se může pyšnit zříceninou Kozí Hrádek, na které pobýval Mistr Jan Hus, jež je dnes národní kulturní památkou. Dochovali se z něj ovšem jen obytné věže, brány a opevnění. V Sezimově Ústí stojí památník Dr. Edvarda Beneše spolu s hrobem prezidenta a jeho manželky Hany, se kterými je toto město spojeno. Vila Benešových dnes slouží vládě ČR a v období od května do října je vždy poslední víkend v měsíci zpřístupněna veřejnosti. O prohlídky je v tomto období nebývalý zájem a je nutné si je rezervovat. K vile přilehlá zahrada nabízí návštěvníkům možnost příjemné procházky v příjemně upraveném prostředí.

Planá nad Lužnicí řadí ke svým památkám původně gotický kostel sv. Václava s farou.

Dále se na Tábořsku nachází i jiné kulturní atraktivity. Bechyně – mezi místní kulturní události patří Jihočeský hudební festival s mezinárodní účastí a také Bechyňské perlení, kterým je přehlídka amatérských divadelních souborů. Pro milovníky historie je přitažlivé hasičské muzeum a také most nazvaný Bechyňská Duha, který je vyhlášen za národní technickou památku. Kromě bechyňského zámku, ve kterém je umístěna Alšova jihočeská galerie, vystavující keramiku, a dalších historických památek se v Bechyni staly hojně navštěvovaným střediskem Libušiny lázně, využívající minerálních pramenů k léčení pohybového ústrojí. Do Bechyně vede z Tábora první elektrifikovaná trať českého vynálezce Františka Křižíka, na které se konají cca 7x ročně nostalgické jízdy, které jsou ovšem nyní přerušeny z důvodu rekonstrukce železničního mostu v Táboře.

Dobronice – nalezneme zde zříceninu hradu, který byl v minulosti, mimo Vladyků a Rožmberků, využíván i jezuity a to jako letní rezidence. Po zrušení řádu ovšem zanikl.

Chýnov – zde je významným kulturním prvkem Bílkův dům, ve kterém je dnes muzeum tohoto sochaře a jeho díla lze obdivovat i na místním hřbitově, kde nejvýznamnějším je Modlitba nad hroby, který ční nad hrobem samotného sochaře. Chýnov se také pyšní unikátními Chýnovskými jeskyněmi, které jsou jedinou svého druhu u nás. Jedná se o jeskyni, která je vymleta vodou ve skalních stěnách a je zvláštní svou barevností.

Choustník – nachází se zde zřícenina hradu Choustník a poblíž můžeme nalézt skalní město, které je zařazeno mezi přírodní rezervace.

Jistebnice – je známá jistebnickým kancionálem Ktož jsú boží bojovníci. V místním Starém zámku je umístěna pamětní síň malíře Richarda Laudy, která je otevřená celoročně. Dochovala se také Rožmberská tvrz a další církevní a světské stavby v podobě kostela sv. Michaela Archanděla, kaple sv. Máří Magdaleny.

Mladá Vožice – poblíž nalezneme zříceninu hradu Šelmberka, jehož dominantou je kulatá věž a také okolí, které je upraveno jako anglický park. Kulatá věž stojí na nejvyšším místě a v dnešní době plní funkci rozhledny.

Přiběnice - zajímavý místem v Přiběnicích je stejnojmenný hrad, naproti kterému je přes řeku Lužnici v Přiběničkách postaven druhý a vznikla tak soustava dvou hradů, které byly ale v roce 1437 na základě smlouvy mezi táborskou obcí a Rožmberky zbořeny. O životě a dobytí obou hradů tábority píše Alois Jirásek v knize Proti všem.

Soběslav – sama o sobě není příliš velkým turistickým lákadlem, jelikož se zde dochovaly pouze části paláce a věž nazývaná Hláška z původně postaveného hradu, který je nyní jinak zpustlý a na místo jedné jeho části byl postaven Národní dům. V jejím okolí se ovšem nachází vesničky se stavbami lidového stavitelství, které jistě stojí za vidění.

Veselí nad Lužnicí – je to významné historické město, které se nachází v třeboňské pánvi. V Dřívějších dobách bylo rozděleno na Veselí nad Lužnicí

a Mezimostí nad Nežárkou. Na jeho náměstí se nachází kostel Povýšení sv. Kříže, a Stará radnice, u které je muzeum Karla Weise, kde se nachází reálie a etnografie oblasti Blat. V části bývalého Mezimostí si můžeme prohlédnout Kapli svatého Floriána a v parku pomník Mistra Jana Husa. Nad ústím Bechyňského potoka zůstalo tvrziště nazývané Talíř, podle svého kruhového půdorysu. V okolí Veselí nad Lužnicí jsou již zmíněná Blata, kde jsou postavené jihočeské vesničky Mažice, Zálší, Klečaty, Komárov, Vlastiboř a Záluží, kde je zachována typická lidová architektura, nazýváno selským barokem. V Záluží u Vlastiboře je přístupná zvonice a kovárna s domkem pro kováře, ve které je vybudován skanzen.

Kulturní, sportovní a jiné společenské akce pořádané v aglomeraci Tábor

Zajímavý a přitažlivý kulturní program má schopnost přilákat velké množství zejména místních občanů, ale často je důvodem pobytu návštěvníků ze vzdálenějších měst a obcí, ale také stále častěji přitahuje i zahraniční turisty. Nabídka kulturního programu na Tábořsku je rozmanitá, se značným množstvím akcí, pro něž je typická účast zahraničních návštěvníků.

Město Tábor vydává Kalendář kulturních, společenských a sportovních akcí pořádaných ve městě Táboře a jeho okolí a to jak v tištěné podobě, kdy je kalendář k dispozici zdarma v informačním centru, několik výtisků je distribuováno i do některých zařízení v Táboře (restaurace,...) a dostupnost je zajištěna také umístěním v elektronické podobě na internetových stránkách města Tábor. Mimo pravidelných i nepravidelných akcí jsou zde uveřejněny také bohoslužby, výstavy, přehled klubů a kulturních zařízení a jednotlivé agentury a pořadatelé kulturních akcí.

Významné kulturní akce

Pro město Tábor je bezesporu nejcharakterističtější a nejvýznamnější pořádanou kulturní akcí, několikadenní festival **Táborská setkání**. V roce 2011 bude uskutečněn již 20. ročník tohoto kulturního podniku. Pořadatelem je město Tábor a Nadační fond Města Tábor – Táborská setkání. Již několik let je tento

festival rozvržen do tří dnů a připadá na druhý zářijový týden. V pátek probíhá slavnostní zahájení, kdy je uskutečněn pochodňový průvod městem společně s projekcí o založení města Tábor, zakončené ohňostrojem a v roce 2010 navíc doplněného o laserovou show Anděl z Kotnova, která byla pro mnohé návštěvníky velkým překvapením, ale následně také předmětem sporu o to, zda takovýto podnik na Táborská setkání patří. Po slavnostním zahájení následují hudební vystoupení a otevření středověkého tržiště společně s vystoupením žonglérů s ohněm. V sobotu probíhá na tržišti středočeský jarmark, vystoupení skupin historického šermu, vystoupení českých i zahraničních hudebních a tanečních souborů, dětský ráj na Holečkových sadech, hudební vystoupení a především slavnostní kostýmovaný průvod městem. Během dne probíhají i další doprovodné akce. Neděle je tradičně Dnem otevřených dveří památek. S festivalem, probíhajícím od pátku do neděle je již tradičně spojen také středověký Běh Starým městem spojený s pozvánkou na Táborská setkání.

Táborská setkání nejsou významná pouze pro místní obyvatele, ale za netradičním zážitkem, který tento festival nabízí, přijíždějí návštěvníci ze vzdálených koutů České republiky, stejně jako hosté z partnerských měst (Orinda/Francie, Škofja Loka/ Slovinsko, Kostnice/Německo, Orinda/USA, Wels/Rakousko)

Reprezentační slavnosti piva a minerálních vod

V únoru se v Táboře tradičně konají reprezentační slavnosti piva a minerálních vod, kterého se účastní význační čeští výrobci piva a minerálních vod. Nalezneme zde ale i některé druhy zahraničních a exotických piv. Akce probíhá po dobu 4 dní a je určena široké veřejnosti, která zde může ochutnat značné množství druhů piv, dle své chuti. Během akce vyhodnocuje porota, složená ze sládků, ředitelů pivovarů a dalších odborníků, prostřednictvím degustace vzorků piv, ten nejchutnější a nejlépe ohodnocený vzorek získá ocenění „Českou pivní pečeť“. Minerální voda na prvním místě získává ocenění Zlatý český pramen. Do 21. ročníku se hlásilo celkem 92 pivovarů a souboj mezi minerálními vodami svedlo kolem 20 ti vzorků. Cena vstupenky se při

posledním ročníku pohybovala od 120 do 150 korun. Slavnosti doplňoval kulturní program a nabídka zabijačkových i jiných pochoutek k pivu.

V lesoparku Pintovka se koná mnoho akcí, včetně zde nejznámější Tábořské rockové mapy. Tábořská rocková mapa je festival, který datuje svou tradici již od roku 2001. Na hudební scéně se tradičně představují regionální hudební skupiny, ale i vybrané hostující skupiny. Pro místní skupiny je to jedna z příležitostí jak se zviditelnit. Takovéto možnosti využili i skupiny Peshata, nebo Another Way, které se tak dostali do povědomí širší veřejnosti. V posledním ročníku vystoupily i skupiny jako Take Death nebo Please the Trees.

Druhým, o něco mladším festivalem konaným na Pintovce, je festival Kerekate (v kruhu), jehož klíčovou myšlenkou je přiblížení romské kultury, společné setkání lidí z majoritní a minoritní společnosti

Otevření turistické sezóny v Táboře probíhá v rámci Jihočeského vítání jara, zahrnující kulturně-zábavný program, či například cyklistický výlet.

Vzdělání a zábavu kombinuje akce nazvaná Husitské dny, jež je určena především žákům základních škol a rodinám s dětmi. Místem děje je areál Housova mlýna. Návštěvníci jsou formou divadelní hry seznámeni s životem Mistra Jana Husa, životem ve středověku a následně mohou své nabyté vědomosti uplatnit při hrách a soutěžích.

Své místo mezi hudebními akcemi si během posledních tří let získal také Planet festival. Jedná se o český multižánrový hudební festival konající se na letišti Čápův dvůr. Tento festival však skončil v roce 2009, zejména díky klesající návštěvnosti a absenci investora v posledním roce. V roce 2010 jej nahradil Mighty Sounds festival.

Kromě rozličných výstav dochází již po několik let k setkání historických vozidel, které získalo již mezinárodní charakter. Setkání se koná jako vzpomínkový závod na kdysi pořádané závody historických vozidel do vrchu. Nejedná se o klasický závod, ale spíše o setkání a přehlídku vozidel. Zúčastnit se může každé vozidlo pyšnicí se titulem veterán a odpovídající požadovaným předpisům.

Stejně jako v jiných městech či obcích je prosinec spojen s několika tradičními akcemi, charakteristickými pro tuto roční dobu. Patří mezi ně slavnostní nasvícení vánočního stromu na Žižkově náměstí, Adventní koncerty a staročeský vánoční trh, Čertovské rojení pro děti a Mikulášská jízda historickým vlakem z Tábora do Bechyně.

V období od července do září probíhá řada kulturních akcí, jako jsou koncerty vážné hudby, historické večery, slavnosti, kinematograf na cestách, výstavy a mnoho dalších – tzv. tábořské kulturní léto. V tuto dobu mohou návštěvníci o víkendu navštívit také Benešovu vilu v Sezimově Ústí, nebo se projet „Elinkou“ – první elektrifikovaná trať z Tábora do Bechyně.

Sportovní akce:

Již dvakrát byl Tábor dějištěm Mistrovství světa v cyklokrosu a v říjnu 2011 se zde tento mezinárodní podnik uskuteční potřetí. Dle určitých hodnocených bodů je Tábor městem, které zvládá kvalitně takovouto soutěž připravit. Je třeba zmínit, že kromě závodníků z celé republiky i různých koutů světa sem přijíždí řada cyklokrosovců podporující své favority.

Mimo to se zde během roku koná řada dalších více či méně významných sportovních událostí, zaměřených na děti, mládež i dospělé. Zmínit můžeme například Triatlon, Běh Starým městem a jiné orientační běhy.

4.4 Realizační předpoklady

4.4.1 Doprava

Mapa č. 1 Dopravní komunikace



Zdroj: www.mapy.cz, 10. 11. 2010

Tábor je propojován nejen s ostatními městy významnými silničními a železničními tahy s celostátním významem.

Táborskou aglomerací prochází silnice 1. třídy číslo I/3 Mirošovice (napojení na dálnici D1) - Benešov - Votice - Tábor - Sezimovo Ústí - Planá nad Lužnicí - Soběslav - Veselí nad Lužnicí - České Budějovice - Kaplice - Dolní Dvořiště. V budoucnu bude v tomto směru uvedena do provozu nová pozemní komunikace, vedená částečně jako dálnice pod označením D3 a částečně jako rychlostní silnice R3. Dosud je v provozu pouze úsek Chotoviny - Tábor a obchvat Tábora, dohromady o délce cca 8 km. (www.prahamhd.vhd.cz, 12. 1. 2011). Dle vizualizace výstavby dálnice D3, dostupné na stránkách www.ceskedalnice.cz (12. 1. 2011) dálnice D3 přebírá funkci kapacitního spojení Prahy s oblastí Jižních Čech a napojuje oblast Tábora a Českých Budějovic na republikovou síť dálnic a rychlostních silnic. Délka stavby mezi Táborem a Veselím nad Lužnicí je 30 km a tato stavba je schválena jako veřejně prospěšná.

Veselím nad Lužnicí a Tábořem vede významný železniční uzel. Z Prahy přes Tábor, Sezimovo Ústí, Planou nad Lužnicí až do Českých Budějovic, vede železniční trať č. 220. Tento koridor je v současné době modernizován a dokončení by mělo proběhnout do roku 2013 (www.4-koridor.cz, 19. 2. 2009). Mezi Tábořem a Bechyní je vedena první elektrifikovaná trať v Česku a je zde uskutečňována též rekreační jízda historickým vlakem. Trať 202 Tábor-Bechyně je dlouhá 24 km a prvním rokem je obsluhována kromě klasického elektrického vlaku, který je zapojen zejména ráno kvůli většímu počtu cestujících, i rekonstruovaný motorový vlak, tzv. Regionova, od které se očekává zrychlení a zjednodušení dopravy na této trati. Nostalgické jízdy však budou dále pokračovat. České dráhy umožňují také příměstské cestování a to na trati 202 mezi stanicemi Tábor, Horky u Tábořa a Slapy, na trati č 220 mezi Tábořem, Sezimovem Ústím a Planou nad Lužnicí. Tento systém dopravy je podmíněn zakoupením časové předplatné jízdenky (15, 30, 90ti denní a roční). Do tohoto systému jsou zapojeny České dráhy, a.s. a COMETT Plus, s.r.o. Doprava vlaky může být využívána zejména při přepravě kol a lodí.

V dané oblasti je zajišťována také pravidelná linková doprava. Většina autobusové dopravy je zajišťována společností Comett Plus, s.r.o., dále ČSAD Jihotrans a.s., ČSAD autobusy České Budějovice a.s., nebo Veolia Transport Praha s.r.o. a Student Agency, s.r.o.

Mezi jednotlivými městy a obcemi Tábořska je možno využít pravidelnou městskou hromadnou dopravu. V Táboře, Sezimově Ústí a Plané nad Lužnicí spolu s přilehlými částmi je poskytována městská hromadná doprava zajišťována dopravním podnikem Comett Plus, spol. s r.o.

Od 31. 1. 2011 jsou v provozu dvě nové linky 60 a 61, které zajišťují dopravu do historického centra. Jsou zde prvními autobusy, které jsou vybaveny obrazovkami, přes něž jsou cestující informováni o dopravních omezeních, ale také pozvánky na kulturní akce. Autobusy 60 zastavují na zastávkách: Marodova – Nad řekou – Komenského – Maredův vrch – Údolní –

Autobusové nádraží – 9. května – U Střelnice – Tržní náměstí - Žižkovo náměstí - U Střelnice – Na Parkánech – Kotnov – Švehlův most – Pintovka – Čelkovice Lázně – Čelkovice MŠ. Linka 61: Hartova – Maredova – Nad řekou – Komenského – Maredův vrch – Údolní – Autobusové nádraží – 9. května – U Střelnice – Tržní náměstí – Žižkovo náměstí – U Střelnice – Na Parkánech – Kotnov – Švehlův most – Lužnická U Mostu – Lužnická U Jezu – Lužnická U Přibíků. Na těchto trasách jsou nasazeny minibusy poháněné zemním plynem, které částečně zajišťují i dopravu na ostatních linkách a to v dobách malé obsazenosti cestujícími (v podvečerních hodinách).

Pro návštěvníky přijíždějící do Tábora autem jsou zde určena parkovací místa. Také přímo na Žižkově náměstí je možnost parkovat, avšak množství parkovacích míst není velké. Dále je možno přímo v centru parkovat na náměstí Mikuláše z Husi, nebo na Tržním náměstí, v Palackého ulici, na náměstí Fr. Křižíka a také je možno využít služeb parkovacího domu Pod Střelnicí. Dalšími možnostmi parkování ve městě je v ulicích města anebo v obchodním domě Dvořák či před vlakovým nádražím.

4.4.2 Ubytovací služby

Na Táborsku je široký výběr možností ubytování od hotelů, přes penziony, motely a ubytování v soukromí až po kempy.

V Táboře se lze ubytovat v hotelích různých kategorií. Mezi 4 – hvězdičkové patří:

- Hotel Nautilus **** - exkluzivní boutique hotel nacházející se přímo na Žižkově náměstí. Restaurant Goldie hotelu Nautilus nabízí pokrmy nejen české kuchyně, ale i mezinárodní kuchyně se širokou nabídkou nápojů
- Hotel Dvořák Tábor **** – nachází se v historickém centru v areálu bývalého pivovaru. Součástí hotelu jsou i konferenční prostory

s kapacitou až 600 osob. Restaurant La Cave nabízí zážitkovou gastronomii zaměřenou zejména na krajové a národní pokrmy.

- Hotel Lázně **** - je umístěn do zrekonstruované budovy původních městských lázní v městské části Čelkovice v příjemném prostředí zeleně a zároveň v dosahu historického centra pomocí městské hromadné dopravy.

V oblasti u vlakového a autobusového nádraží v Táboře se nachází nově zrekonstruovaný Hotel Slávia.

Mezi 3 hvězdičkové hotely patří Hotel Palcát *** nacházející se na pomezí nákupní zóny a historického centra. V prostorách hotelu nalezneme i hudební zábavní střediska, restaurace a další služby. Na třídě 9. května je umístěn i Hotel Kapital ***.

Hotel Relax u Drsů – nachází se na okraji města Táboru u Sezimova Ústí I. Hotel nabízí mimo ubytování i restauraci, kavárnu, kongresový sál a sportovní vyžití a relaxaci (ricochet, posilovna, solná jeskyně, masáže,...)

Dalšími hotely v blízkosti centra Táboru je Hotel Elzet – umístěn na okraji tábora na trase Praha – České Budějovice a Hotel Zimní stadion, jež kromě ubytování ve čtyřlůžkových pokojích nabízí i ubytování v turistické ubytovně s 10-ti lůžkovými pokoji.

Penziony:

V oblasti nalezneme několik penzionů. Mezi nejvýznamnější bych zařadila ty, jež se nacházejí v blízkosti historického centra:

- pension Kostnický dům
- pension Modrá růže
- pension Alfa
- Pension U Husičky – Tržní náměstí
- pension Na Hradbách – Betlémská ulice

Dalšími pensiony v blízkém okolí jsou: Pension Karel Bican ****, Pension Dáša ***, Penzion Karolín ***, Penzion Květa ***, Penzion Třeboňka, Pension Příběnice.

Nesmíme zapomenout zmínit také přehled místních kempů, které jsou také hojně využívány, zejména vodáky a cyklisty. Významnou roli zastávají:

- Autokemp Knížecí rybník v příměstské části Zárybničná Lhota, obklopený lesem a rybníkem. Ubytovat se návštěvníci mohou kromě stanů i v chatkách, buňkách, srubu, ale i místním hotelu.
- Autokemp Malý Jordán – možnost ubytování ve stanech, chatkách i karavanech.
- Tábořiště Harrachovka – využívané zejména vodáky, jelikož se nachází na břehu řeky Lužnice. Tábořiště je zabezpečeno i stravovacími službami v restauraci Harrachovka.
- Tábořiště Suchomelův Ostrov – v oblasti pod hradbami historického centra v části Čelkovice, bylo znovu otevřeno tábořiště Suchomelův ostrov. Lehce dostupné městské centrum. Stravování je možné v blízké restauraci U Lípy, vzdálené jen pár metrů.

Mimo hotelů a pensionů nalezneme v oblasti i ubytovny – Hostel Bernarda Bolzana o.p.s., Domov mládeže střední školy obchodu, služeb a řemesel a jazykové školy, Domov mládeže Tábor SZŠ, Grand – ubytovací zařízení hotelového typu, Ubytovna KZT, Ubytovna Střední škola spojů a informatiky, Zotavovna VS ČR Pracov.

Samozřejmě jsou i návštěvníci preferující ubytování v soukromí, a i jejich poptávka je v oblasti uspokojena. Ubytování v soukromí nabízí např. Olga Nováková v příměstské části Horky (6 míst), nebo Petra Šmídová (ulice Československé armády) u Jordánské nádrže (kapacita 12 míst). V dalších obcích na Tábořsku, v oblasti malebné krajiny je ubytování v soukromí

nabízeno např. v blízkosti městyse Malšice v obci Dudov – Blažkův statek, kde se nachází 2 apartmány s kapacitou 6 míst

Sezimovo ústí

- Hotel MAS***
- Penzion Bartoň, penzion Hubert, penzion U Růže, penzion Na Mýtě,
- Motel Euro
- Tábořiště Soukeník
- Domov mládeže COP, Ubytovna Jitřenka

Planá nad Lužnicí

- Penzion u Lužnice, Penzion a apartmány Na Černé
- Rekreační zařízení Lužnice, Ubytování za vodou - Soukeník

V ostatních oblastech na Táborsku:

Bechyně – Hotel Jupiter ***, Hotel Olga, Lázně Bechyně s.r.o., Hotel Panská Bechyně, Hotel U Draka, kemp Na Staré papírně

Soběslav: Hotel Lužnice, Hotel Sloup, Penzion Nikola, Penzion Pavla, Penzion Ve Mlejně, motel Lila, Autokemp Karvánky, Kemp Nová Pohoda, Kemp Orion Roudná, Kemp TJ Spartak Soběslav, Autokemp Pohoda Roudná, Domov mládeže SOU technické Soběslav, Ubytovna TJ Spartak Soběslav.

Veselí nad Lužnicí: Hotel Lucia, Hotel Trilobit penzion Na Soutoku, Penzion Nad Lékárnou,

Penzion U Bizona (Jistebnice), Tábořiště Ostrov Veselí nad Lužnicí, Ubytovna a chatová osada TJ Lokomotiva

V oblasti ubytování, je zde mnoho dalších možností, zejména ubytování v soukromí.

4.4.3 Stravovací služby

Stravovací služby jsou velmi významnou službou cestovního ruchu, jelikož plní hned několik funkcí, jako je výživová funkce, či funkce zvětšování fondu volného času. Stravování v regionu není vůbec žádný problém. Na Tábořsku najdeme velké množství restaurací (více jak 150). V letošním roce (2011) je vydán nový Gastrokatalog, zaměřující se na restaurace, jejich nabídku a interiéry, čímž usnadňuje návštěvníkům výběr stravovacího střediska, které by rádi navštívili. Největší koncentrace stravovacích podniků je v centru Tábora, na Žižkově náměstí a v jeho blízkosti. Zde se nachází cca 19 podniků veřejného stravování. Na tábořském náměstí lze doporučit restauraci Beseda, která v současné době spadá pod SOŠ a SOU řemesel, obchodu a služeb v Táboře. Tato restaurace nabízí široký výběr pokrmů, které jsou vhodné i pro děti. Cenová hladina těchto pokrmů je vzhledem k lokalitě, ve které je umístěna a široké nabídce, relativně nízká. Dalšími stravovacími zařízeními na Žižkově náměstí, nabízející příjemnou atmosférou s historickým nádechem nabízí i Švejk Restaurant se svou nabídkou pokrmů české kuchyně, společně s bowlingem. Zajímavou restaurací je také restaurace U Červeného Koně zařízená v husitském stylu s vyobrazením husitských oslav. Návštěvníci se posezením v této stylové restauraci budou cítit jako v husitském vozu, díky plátnu připevněnému na obloukové klenbě vinoucí se jim nad hlavami. Restaurace s vinárnou Škochův dům se nachází v goticko-renesanční budově, kde je v historických katakombách nacházejících se pod restaurací, umístěn vinný sklípek s otevřeným ohništěm se salonkem. Mezi další restaurace na náměstí patří restaurace U Dvou koček, Restaurant / Pizzerie Budvarka U Zlatého lva, Pod Věží, Na Louži, Na Schůdkách. Pro získání kulturního zážitku nezbývá než doporučit Husitskou Krčmu v Housově mlýně nedaleko Žižkova náměstí, kde se návštěvníci mohou navrátit zpět v čase, do dob středověkých hodokvasů a užít si tamní atmosféru.

Na své si přijdou i milovníci asijské kuchyně. Přímo na náměstí je nově otevřena Indická restaurace Tandoor, a v Táboře nalezneme rozmístěné čínské restaurace i nově otevřenou mexickou restauraci Los Amigos.

Dále se v regionu nachází značné množství cukráren a kaváren, u nichž se jejich počet neustále mění, za zmínku stojí např. Café no 18, Cukrárna Zlaté Slunce a Café & Bar Havana na náměstí. Ani další společensko-zábavní podniky jako vinárna, pivnice či čajovna zde nechybí, stejně tak bary a kluby, jejichž zástupcem na Žižkově náměstí je MP7 café & gallery, jak již název napovídá, jsou zde umístěné i umělecké předměty, které pro návštěvníky mohou být příjemným zpestřením.

Nabídka stravovacích služeb v aglomeraci Tábor je velice dobrá, zejména ve městě Tábor, kde se mimo již zmiňovaných středisek nachází, zejména v nákupní zóně (tř. 9. května), další stravovací zařízení, nabízející základní či doplňkové stravování. V OD Dvořák nalezneme čínskou restauraci Sunshine, restauraci Chudoba, Café Dolce Vita a Cukrárna Ambrosia.

V Sezimově Ústí nabízejí stravovací služby restaurace Apollo, Centrum, U Bilíků a U Vily. V Plané nad Lužnicí restaurace Maxim.

V příměstských částech Tábora a v okolí aglomerace Tábor se nachází zejména menší pohostinská zařízení, kde spíše převažuje servis nápojů a omezenější nabídky pokrmů.

4.4.4 Turistické produkty města Tábor

- Architektura Tábora v 18. až 20. století – poskytuje informace o architektuře včetně fotografií.
- Cyklobrožura – 10 tipů na cyklovýlet – zahrnuje informace terénu a jeho obtížnosti, včetně dostupných atraktivit na dané trase.
- Husitství – obsahuje fotografie míst spojených s husitstvím.
- Audioguide – zvukový průvodce Táborem – zájemcům je zapůjčen zvukové průvodce (velikosti vysílačky) s namluvenými informacemi o památkách spolu s mapkou. Audio průvodce ocení nejen tuzemští

návštěvníci, ale díky jazykovým mutacím v anglickém, německém, francouzském jazyce a holandštině, je vhodný i pro cizince.

- Expozice Táborský poklad – zaměřený na nalákání na expozici v areálu bývalého hradu Kotnov.
- Kniha Vítejte na Táborsku.
- Katalog ubytování na Táborsku.
- Průvodce po restauracích.
- Tipy na výlety.

5. TERÉNNÍ ŠETŘENÍ

Terénní šetření je zaměřeno na sběr primárních dat, která nám mají poskytnout informace, na jejichž základě poté dochází k přijímání některých rozhodnutí, či tvorbě návrhů a možných změn. Při sběru dat lze užít jak kvantitativního, tak kvalitativního výzkumu.

Kvantitativní výzkum nám poskytuje odpovědi na otázky související s množstvím, četností, či například kvalitou. Poskytně nám odpovědi na otázky: Co? Kolik? Jak často? Tyto otázky se nesoustřeďují na kvalitu, nýbrž na kvantitu a to tak, aby dotazovaný vzorek byl dostatečně vypovídající.

Naopak kvalitativní výzkum nám odpovídá na otázky, které nám mají podat vysvětlení příčin určitého chování lidí.

U terénního šetření je důležitá srovnatelnost dat, z toho důvodu je vhodné zjišťovat informace během stejných podmínek a stejným způsobem sběru dat. Během dotazníkového šetření vstupuje nejčastěji tazatel do přímého kontaktu s respondenty, při němž jim pokládá konkrétní otázky. Dotazníkové šetření je ovšem možné provádět také prostřednictvím telefonního dotazování, stejně tak písemného dotazování či formou elektronického dotazníku.

Příprava a realizace dotazníkového šetření

K potvrzení a vyvrácení pracovních hypotéz a získání informací, na jejichž základě budou sestaveny konkrétní návrhy pro danou oblast, byla zvolena metoda dotazníkového šetření. Hlavním důvodem pro volbu této metody byl široký zásah dotazované skupiny osob a především možnost osobního styku s respondenty, společně s možností zpětné vazby a získání i dalších doplňujících informací a podnětů vycházejících přímo od návštěvníků.

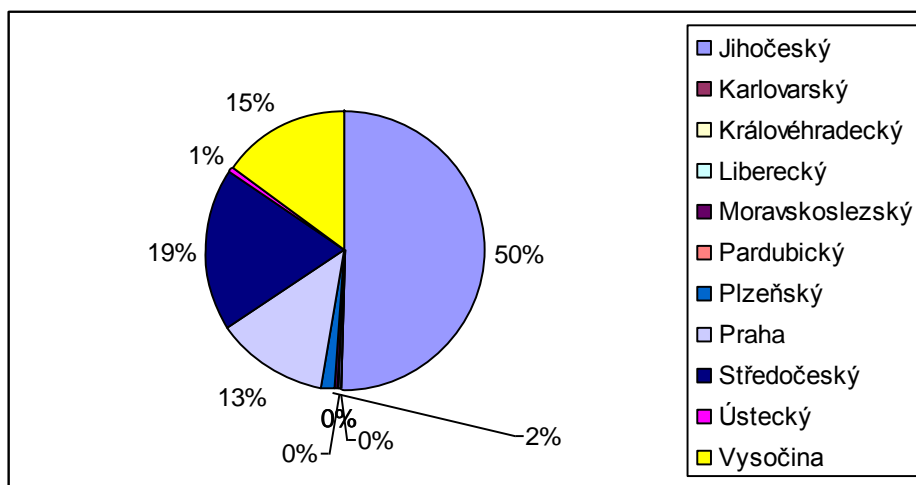
5.1 Dotazníkové šetření mezi návštěvníky z České republiky

Před zahájením dotazníkového šetření byl sestaven dotazník s několika otázkami rozličného typu. Některé otázky byly položeny jako uzavřené, polouzavřené a některé otázky se stupnicí přiřádaného významu, respektive stupnicí hodnotící úroveň.

Dotazníkové šetření bylo provedeno v období srpen – září 2010 s hlavním umístěním v historickém centru města Tábora. Podobné šetření mnou bylo provedeno již v roce 2008 v témže období (srpen – září) při zpracovávání bakalářské práce (Předpoklady rozvoje cestovního ruchu na Táborsku). Z důvodu větší srovnatelnosti bylo zvoleno právě období srpen – září i v roce 2010 společně s daným místem dotazování. U shodných či podobných otázek bylo učiněno srovnání výsledků mezi jednotlivými lety. Je třeba poznamenat, že bakalářská práce se orientovala na návštěvnost oblasti regionu Táborska, zatímco zaměření diplomové práce je orientováno především na táborskou aglomeraci, nicméně nezle opomenout důležitost okolí a přidružených kulturních a jiných atrakcí v blízkosti aglomerace Tábor.

Získaná data byla převedena na procentuální podíly, pro lepší případné srovnání s předchozími výsledky, vzhledem k početnější skupině dotázaných respondentů v případě práce diplomové, kdy bylo osloveno celkem 346 návštěvníků.

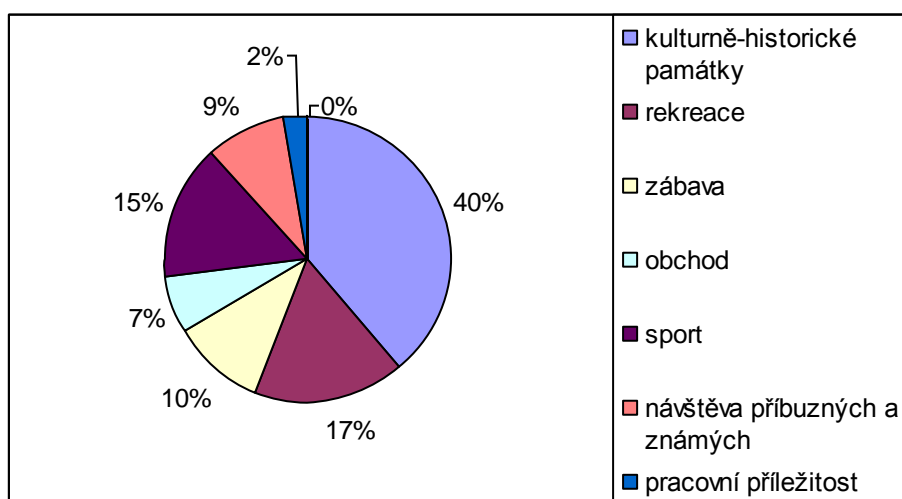
Graf č. 1 Z jakého kraje přijíždíte?



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Z tuzemských návštěvníků je stále nejčastěji daná oblast cílem návštěvníků zejména z Jihočeského kraje a to v celkem 50ti procentech všech dotazovaných. Stejného výsledku bylo dosaženo i v předchozím dotazníkovém šetření, kde podíl těchto návštěvníků na celkovém počtu byl 41 %. Stejně tak stoupl podíl návštěvníků na druhém místě, které získal Středočeský kraj s 19 % (oproti 17 % v minulém šetření). Na třetím místě došlo ke změně, kdy se zde tentokrát místo obyvatel Prahy, kteří jsou se 13 % až na následujícím místě, objevili návštěvníci z kraje Vysočina s 15 %. Podíly tuzemských návštěvníků z ostatních krajů republiky nejsou příliš výrazné.

Graf č.2 Důvod návštěvy

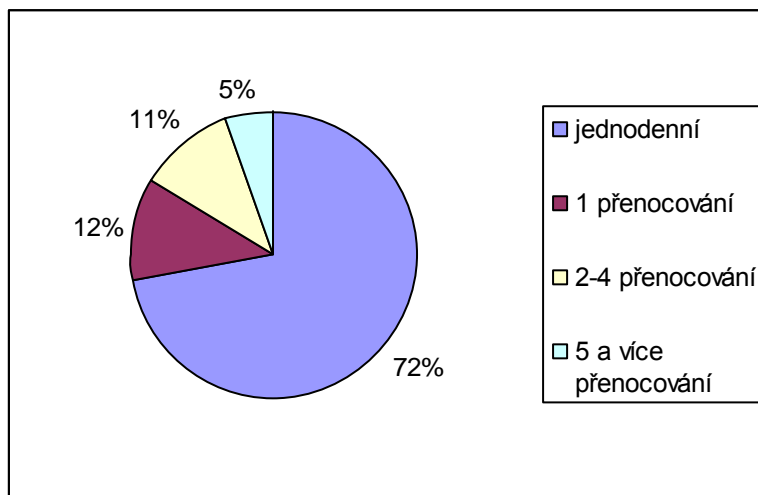


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Z výsledků lze vyčíst, že nejčastějším motivem pro návštěvu dané oblasti jsou kulturní a historické památky, nacházející se v dané oblasti, motivující návštěvníky z 40% všech dotazovaných. Mnoho respondentů spojuje návštěvu památek s rekreací (19%). Výrazný podíl si oproti minulému výzkumu získal také sport s 15 procentním podílem na odpovědích dotazovaných. Dotazovaní jsou jak pasivními tak aktivními účastníky na sportovním cestovním ruchu. Aktivně je v dané oblasti velice lákavá cyklistika a pěší turistika, zejména díky

přírodním podmínkám v dané oblasti a jejím okolí. Značný podíl získala také zábava a návštěva příbuzných a známých.

Graf č. 3 Délka pobytu v oblasti

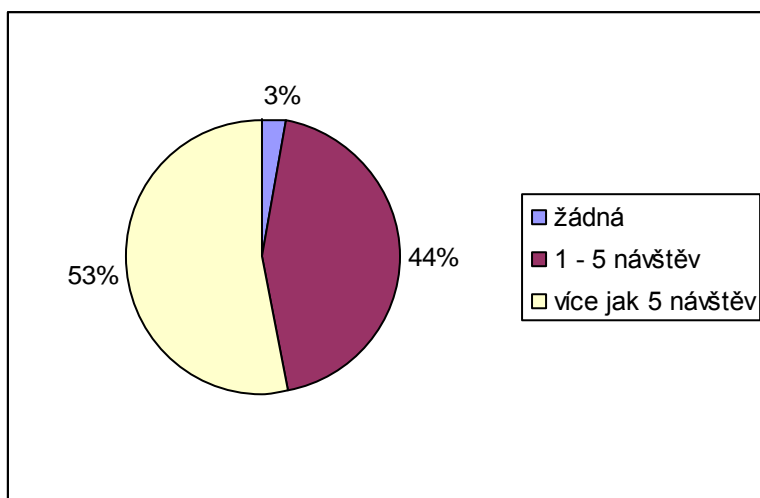


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Z dotazované skupiny návštěvníků mají stále největší podíl výletníci, kteří se v dané oblasti nezdržují přes noc, ale pouze zde tráví jeden den (72% dotazovaných). Mezi dalšími skupinami není příliš veliký rozdíl. Poměrně stejné rovnocenné jsou skupiny návštěvníky zůstávající v oblasti přes jednu noc, kterou tvoří nejčastěji osoby, které jsou v dané oblasti na návštěvě u příbuzných a známých a druhou podobnou skupinu tvoří osoby zůstávající v oblasti přes 2 až 5 noci (11%).

Z dotázaných, kteří v dané oblasti využívají ubytovací služby, pobývají nejčastěji u příbuzných a známých, a často také využívají ubytování v soukromí a penzionech.

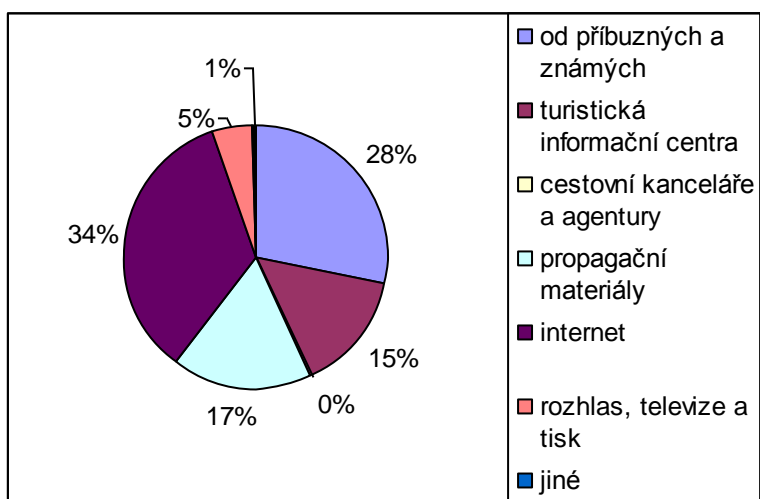
Graf č. 4 Počet dosavadních návštěv



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Otázka, kolikrát doposud respondenti navštívili danou oblast, nám osvětlilo, že pouze malé množství návštěvníků do dané oblasti přijíždí poprvé, zatímco většina již danou oblast navštívila více jak 5 krát. Stejného výsledku bylo dosaženo již v předchozím šetření.

Graf č.5 Zdroje informací o destinaci

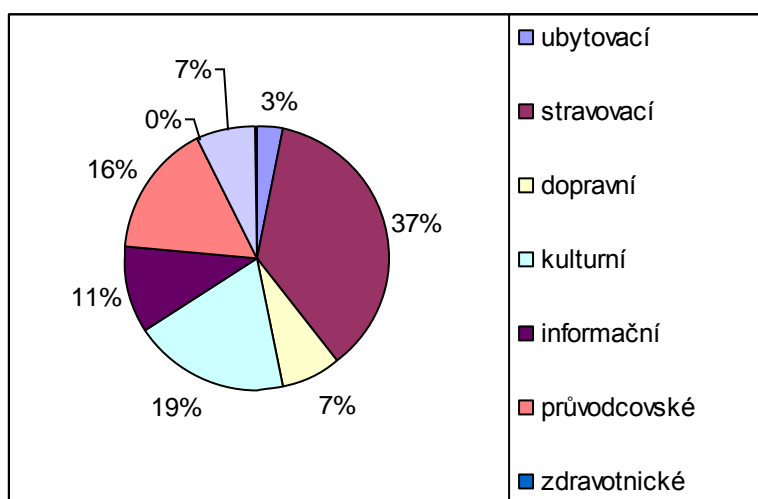


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Návštěvníci získávají informace nejčastěji prostřednictvím internetu, pro které je nepostradatelným pomocníkem při výběru míst, které budou chtít

navštívit. Internet jako zdroj informací zvolilo celých 34 % dotazovaných. Stejný význam mají také doporučení od příbuzných či známých, kteří danou destinaci již navštívili a mohou ji tak doporučit, včetně informací o zajímavých místech, která by dotyčný neměl opomenout navštívit. Do této skupiny (28 %) lze zahrnout i vlastní zkušenosti, protože většina lidí již danou oblast navštívilo v předchozích měsících či letech a navštěvují znovu, nebo si zde vybírají zajímavosti a akce, které doposud opomenuli. Dotazovaní navíc získané informace od svých přátel doplňují konkrétnějšími informacemi, které si vyhledávají právě na internetu. Dalšími využívanými prostředky jsou i propagační materiály (17 %) a informace v turistickém informačním centru (15 %). Velmi málo využívané jsou informace od cestovních kanceláří a agentur.

Graf č. 6 Využité služby v oblasti

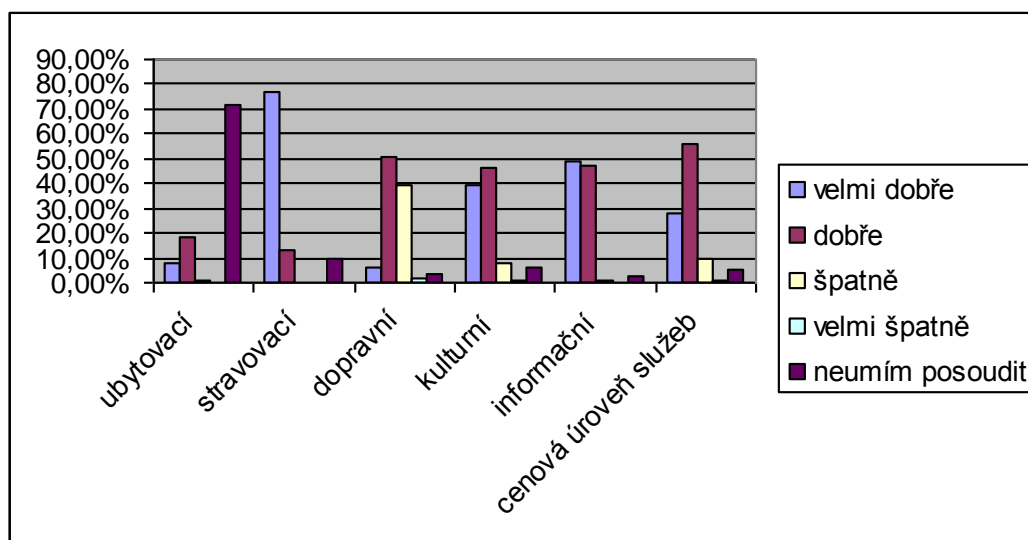


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Návštěvníci využívají různé služby, které jsou jim v destinaci poskytovány. Téměř všichni dotazovaní návštěvníci v dotazníku označili jako využívané služby ty stravovací a to celkem 312 dotazovaných osob (pouze 32 dotazovaných v oblasti stravovacích služeb nevyužilo), což tvoří cca 37 % podíl na využívaných službách. Velmi využívané jsou také služby kulturní (19 %) a průvodcovské (16 %), které jsou zejména požadované při prohlídce

táborského podzemí. Neopomenutelné jsou také informační služby s 11 % zastoupením. Menší procento náleží službám dopravním a ubytovacím.

Graf č.7 Kvalita poskytovaných služeb



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Celkově je kvalita služeb v destinaci hodnocená jako dobrá. V případě ubytovacích služeb převažovala neschopnost kvalitu služeb posoudit, vzhledem k malému procentu respondentů, kteří by danou službu využívali. Z dotazovaných, kteří se v oblasti ubytovávají, hodnotí ubytovací služby na převážně dobré až velmi dobré úrovni. Tato skutečnost je dána zejména rozmanitostí ubytovacích zařízení a širokou nabídkou.

Stravovací služby jsou hodnoceny nejpozitivněji. V aglomeraci Tábora a zejména městě Tábor se nachází mnoho stravovacích zařízení různých charakteristik a cenového složení. Na Žižkově náměstí v historickém centru města se nachází pestré složení středisek od pizzerie, cukrárny, kavárny, bary a především zařízení nabízející typickou českou i zahraniční kuchyni.

U dopravních služeb je kvalita služeb hodnocena jako relativně dobrá ve více jak 50 %, pouze necelých 10 % jejich kvalitu hodnotí jako výborné, ale téměř 40 % jako špatné. Nejčastějším problémem, snižujícím kvalitu služeb, je pro návštěvníky parkování, zejména v blízkosti historického centra. Tato

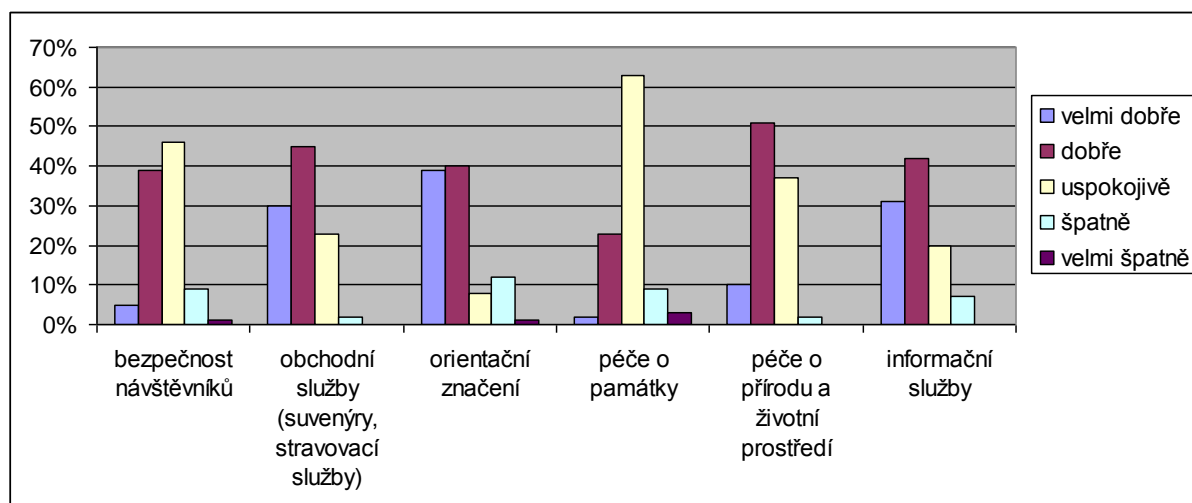
odpověď byla poněkud překvapivá, vzhledem k nově vystavěnému parkovacímu domu Pod Střelnicí, který poskytuje poměrně značnou možnost parkování. Dalšími místy k parkování jsou také místa na Tržním náměstí a samozřejmě místa přímo na Žižkově náměstí, avšak právě zde je počet míst značně omezen. Problémem možná může být cena parkování, u které se ovšem nyní uvažuje o snížení. Zlepšení dopravních služeb pomohou také zabezpečit dvě nové linky vnitroměstské dopravy, které jako první budou zabezpečovat dopravu až do historického centra na Žižkovo náměstí, kam se doposud museli návštěvníci dostat pěšky z některých stávajících zastávek MHD.

V případě kulturního vyžití se zde objevuje jen malé procento záporných odpovědí, avšak větší než u stravovacích či ubytovacích služeb. V celkovém pohledu jsou ovšem tyto služby hodnoceny jako dobré a velmi dobré.

Informační služby jsou považovány také za velmi dobré. Kromě informací, které naleznou návštěvníci na internetových stránkách, mohou také získat dostatečné informace v informačních centrech, především na Žižkově náměstí, ale také v hale vlakového nádraží, kde zákazníkům poskytnou nejen značné informace, tak je zde možné i zakoupit například vstupenky na kulturní a jiné akce, stejně jako upomínkové předměty.

Cenová úroveň služeb je pro návštěvníky převážně odpovídající a přiměřená, pouze malému množství návštěvníků cenová úroveň nevyhovuje a přivítali by snížení cen.

Graf č.8 Hodnocení prvků rozvoje cestovního ruchu v oblasti.



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

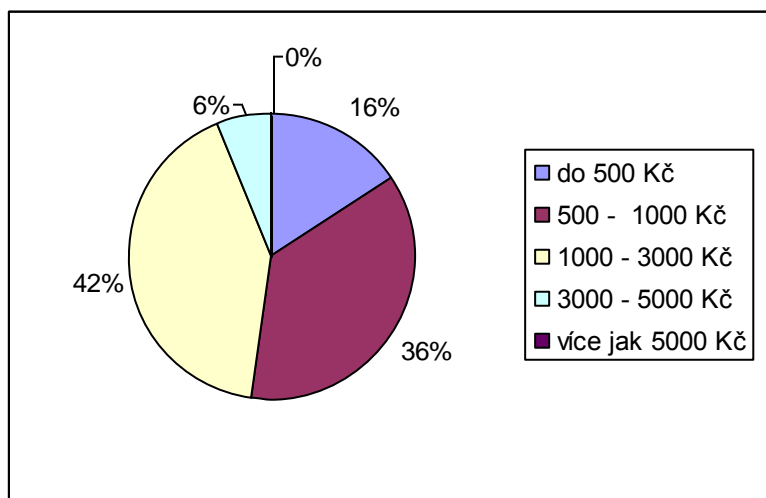
Respondentům byla položena také otázka, jak vnímají úroveň jednotlivých prvků, které přispívají k rozvoji cestovního ruchu většiny oblastí. Prvním předmětem zkoumání vnímání zákazníky je bezpečnost v dané oblasti. Většina návštěvníků prohlásila, že se v dané oblasti cítí ve větší či menší míře bezpečně, ale našli se i tací, kteří projeví obavy o své vozidlo, které ponechávají na parkovištích.

Obchodní služby i orientační značení je podle návštěvníků na dobré úrovni. Většina z dotazovaných potvrdila, že směrové tabule ve městě Tábor i celé aglomeraci jim přijdou příznačně a přehledně rozmístěné a není problém se podle nich orientovat. Stejně tak někteří z nich hodnotili i značení turistických a cyklistických tras.

Stupeň péče o památky nedokázalo mnoho lidí přesně zhodnotit, nicméně v nich vyvolávali uspokojivý dojem. Podobně na tom byly u prvku péče o přírodu a životní prostředí, kdy většina neshledávala tuto činnost za zanedbanou a často jako dobrou.

Informační služby se zajisté mohou dále rozvinout, nicméně respondenti v dotazníkovém šetření považují dosavadní poskytované informační služby za uspokojivé až vysoce kvalitní.

Graf č.9 Průměrné výdaje za osobu a den, vynaložené při jedné návštěvě aglomerace



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Dotazovaní nejčastěji v dané oblasti vynaloží prostředky ve výši 1000 – 3000 Kč a to v celých 42 %. Druhými nejčastějšími výdaji jsou od 500 do 1000 Kč. Jen málo dotazovaných vynakládá více jak 3000 Kč. Nižší výdaje můžeme přičíst tomu, že málo z dotazovaných v dané oblasti využívá ubytovací služby.

Byl by pro Vás lákavý produkt šetrného cestovního ruchu (cykloturistika, hipoturistika,...)?

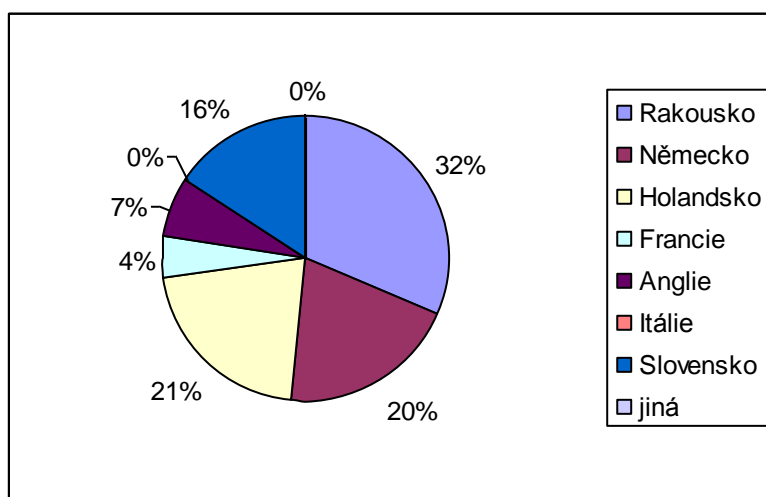
Většina dotazovaných na tuto otázku odpověděla kladně. Řada z nich by zajisté uvažovala o využití podobného produktu cestovního ruchu v této oblasti. Po dotazu, zda by využili konkrétně možnosti vyjížděk na koni, reagovali především ti, kteří do dané oblasti přijíždějí s rodinou zahrnující děti (ve věku 8 – 15 let) pozitivně a s nadšením. Řada z nich považuje takovou možnost za příjemný způsob odpočinku, zejména s ohledem na přírodní podmínky destinace a předpokládá, že by tato možnost byla přitažlivá i pro jejich děti. Zároveň ovšem přiznali, že nevěděli o současných možnostech hipoturistiky v této oblasti a spíše volili jiné druhy turistiky, jako jsou cyklistika či pěší výlety.

Mezi dotazovanými se ovšem našli tací, kteří sportovním aktivitám v době svého volna příliš neholdují a raději se zaměřují na kulturní atraktivity.

5.2 Dotazníkové šetření mezi návštěvníky ze zahraničí

Vzhledem ke značnému zastoupení zahraničních turistů v dané oblasti, kteří přinášejí značné přínosy do rozpočtu aglomerace byl sestaven ještě jeden dotazník s otázkami zaměřujícími se na zmonitorování skupiny turistů přijíždějících ze zahraničí. Celkem bylo získáno 70 vyplněných dotazníků od zahraničních návštěvníků.

Graf č.10 Země původu návštěvníků



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

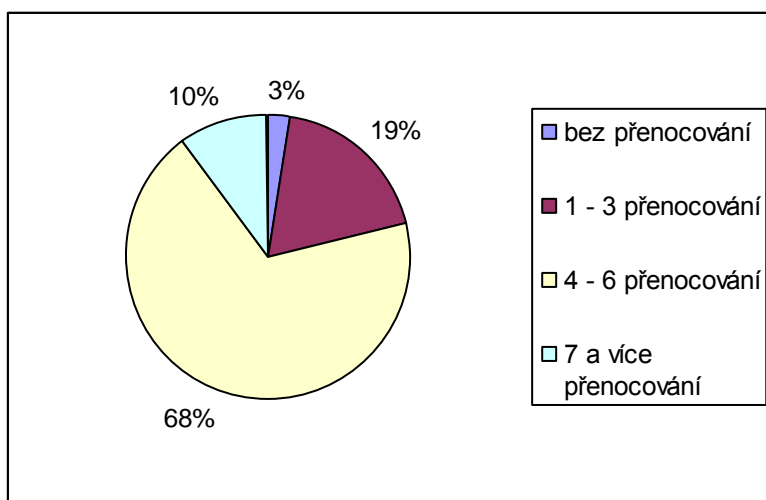
Nejvíce z dotazovaných návštěvníků do oblasti přijelo z Rakouska (32 %). Druhou největší navštěvující skupinou, jejíž podíl je 21 %, jsou návštěvníci z Holandska, a Němci s téměř stejným podílem návštěvníků (20 %). Nezanedbatelnou skupinou jsou návštěvníci ze Slovenska (16 %). V dotazníkovém šetření nejsou zachyceni návštěvníci z Japonska, kteří pravděpodobně také tvoří jednu z důležitých skupin.

Byla dotazovanými daná oblast již někdy v minulosti navštívena?

Celkem 53 dotazovaných se naší zkoumanou oblast rozhodlo navštívit prvně, ale je zde 17 respondentů, kteří oblast Táborska navštívili i v minulosti. Toto číslo považuji v této skupině dotazovaných za poměrně vysoké.

Co se týče důvodu návštěvy dané oblasti, naprostá většina přijíždí za poznáním, památkami a kulturou. Tuto destinaci také volí pro odpočinek a přírodu. Tábor může čerpat výhodu ze své polohy s ohledem na možnost navštívit i další zajímavá a turisticky vyhledávaná města, jako jsou České Budějovice, Praha, nebo Český Krumlov. Tábor a jeho okolí je místem, které nabízí mnoho atraktivit a zároveň je poměrně klidným místem s příjemným přírodním prostředím.

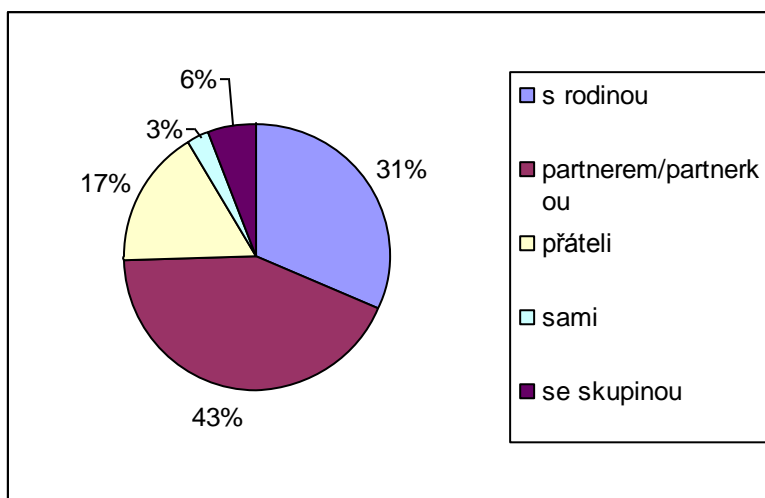
Graf č. 11 Počet přenocování



Zdroj: Vlastní dotazníkové řešení

Většina dotazovaných návštěvníků v této oblasti zůstává po dobu cca jednoho týdne a to z 68 %. Častý je také pobyt kratší než jeden týden, po dobu 1-3 nocí a to v 19 % případů. Mezi dotazovanými bylo i 10% osob, kteří v oblasti tráví 7 a více nocí, ale také ti, kteří v oblasti nepřenocují a danou oblastí buď pouze projíždějí, nebo je cílem jejich výletu.

Graf č. 12 S kým do dané oblasti přijíždějí?



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Většina dotazovaných do dané oblasti přijíždí se svou partnerkou či partnerem (43 %). Oblast je také častým cílem návštěv rodin s dětmi (31 %). S přáteli cestuje cca 17 % dotazovaných, kteří tvoří i několikačlenné skupiny. V organizované skupině cestuje kolem 6% dotazovaných a pouze 3 % dotázaných přijelo do oblasti individuálně.

Ubytování

Většina návštěvníků se ubytovává v hotelích nebo penzionech. Někteří volí také ubytování v soukromí. Nevelké množství využívá ubytování u známých a přátel. Motely či kempy jsou touto skupinou velice málo využívány.

Otevřenost pro nabídku sportovních aktivit, zejména pro hipoturistiku.

Zde byla odpověď překvapivě velmi podobná jako u dotazovaných tuzemských návštěvníků. I když podíl kladných odpovědí byl poněkud menší. Přeci jen řada turistů přijíždí převážně z důvodu husitské tradice a pro značnou nabídku kulturně-historických atraktivit. Zájem o zmíněný produkt by měly ale stejně jako u tuzemských návštěvníků převážně rodiny s dětmi. Tento zájem projevíli převážně návštěvníci z Holandska. Popravdě u této skupiny respondentů nebyl předpokládán příliš vysoký zájem.

5.3 Shrnutí výsledků dotazníkových šetření

Na základě výsledků dotazníkového šetření u tuzemských návštěvníků můžeme říci, že do aglomerace Tábor přijíždějí nejčastěji návštěvníci z Jihočeského kraje, kteří se v řešené oblasti převážně neubytují, ale jejich cestu lze označit za výlet. Přinášejí tak pro toto území, a zde působící podnikatelské jednotky nižší příjmy. Cílem jednotlivých činností by tak měla být snaha o prodloužení doby pobytu účastníků cestovního ruchu.

Cílem většiny návštěvníků jsou kulturní a historické památky a atraktivity, ale část z nich využívá mimo jiné i služby sportovních zařízení a dopravní služby. Dosavadní úroveň poskytovaných služeb je z převážné části hodnocena návštěvníky na dobré úrovni a hosté jsou se službami spokojeni.

Z informací v dotaznících vyplněných zahraničními turisty jsme se přesvědčili o různorodosti návštěvníků z hlediska jejich národnosti. Tito účastníci v místě pobývají nejčastěji po dobu jednoho týdne s využitím ubytování v hotelích. Zahraniční návštěvníci stejně jako tuzemští přijíždějí převážně za kulturními a historickými památkami, ovšem jejich otevřenost k ostatním aktivitám lze hodnotit jako pozitivní.

5.4 Vyhodnocení pracovních hypotéz

Před započítáním dotazníkového šetření byla stanovena skupina hypotéz, které měly zodpovědět na otázky týkající se návštěvníků v této destinaci.

První hypotéza, tvrdící, že tábořská aglomerace je navštěvována převážně výletníky, byla potvrzena, ovšem pouze z části. Většina tuzemských návštěvníků zde opravdu nepřenocuje a stává se pouze místem pro jejich výlet během jednoho dne, kdy nejčastěji navštěvují památky, ovšem pokud se zaměříme na zahraniční turisty, kteří zde také tvoří podstatnou skupinu, bylo by

nutno tuto hypotézu vyvrátit. Zahraniční turisté se totiž v dané oblasti zdržují na delší dobu, většinou jednoho týdne a využívají tedy i služeb ubytovacích zařízení.

Následující hypotézu: Destinace je cílem návštěvníků převážně z Jižních Čech, lze opět potvrdit, zaměříme-li se ryze na tuzemské návštěvníky. Jihočeši tvoří nejpočetnější skupinu návštěvníků této oblasti a doufám si tvrdit, že absolutně největší i v případě zahrnutí zahraničních návštěvníků.

Hypotéza č. 3: Pro většinu zahraničních návštěvníků je tato oblast cílem opakované návštěvy. Tuto hypotézu se nepodařilo potvrdit. Mezi dotazovanými byla značně převažující skupina dotazovaných, kteří do této oblasti přijížděli poprvé, avšak skupinu zahraničních osob, kteří se vrací ani tak nelze považovat za příliš malou.

Poslední hypotéza byla zásadní otázkou pro následující možné návrhy. Hypotéza se zaměřovala na sportovní cestovní ruch, zejména u tuzemských návštěvníků. Hypotéza: U sportovního cestovního ruchu nelze v destinaci počítat s vysokou poptávkou. Tato hypotéza se nepotvrdila. Pochopitelně nejvýznamnějším motivem pro návštěvu jsou kulturní-historické atraktivity. Existuje zde ale také nepřehlédnutelný potenciál sportovního cestovního ruchu. Zmíníme-li se o cykloturistice či hipoturistice, nemusíme počítat se zájmem pouze ze strany domácích návštěvníků, ale při vhodném způsobu marketingové komunikace by bylo možné počítat i se zájmem cizinců.

6. NÁVRH ŠETRNÉHO BALÍČKU CESTOVNÍHO RUCHU

Cestovní ruch je významným prvkem, který mezi jinými ovlivňuje situaci dané oblasti. Je způsobilý ovlivnit jednak životní prostředí, kde při nešetrném zásahu do dané oblasti může zanechat nenapravitelné, nebo pouze velmi obtížně napravitelné škody. Na druhé straně je zdrojem příjmů do místních rozpočtů, často ovlivňuje rozvoj dalších odvětví a vytváří nové pracovní příležitosti.

Každý zajisté cítí, v jak hektické době se nyní nacházíme a proto se svůj volný čas snažíme trávit relaxací, sportem a dalšími činnostmi, které nás alespoň na krátkou chvíli odvedou od každodenního stresu. Proto se v posledních letech rozmohly takové formy cestovního ruchu, jako je agroturistika, sportovní turistika a další. Doposud u nás méně známou formou je hipoturistika. V nedávné době, měl velký ohlas vznik různých rančů a westernových městeček, které ovšem v poslední době ztrácejí svou popularitu a věhlas.

Pokud se účastník rozhodne k provozování určitého druhu sportu, je nutné si pořídit vhodné vybavení – pro cyklistické výlety je nutné si pořídit přinejmenším kolo a vhodné oblečení, pro pěší turistiku pohodlné boty a pro horolezectví též potřebnou výstroj. K provozování hipoturistiky je ale potřebné daleko nákladnější a náročnější vybavení, jelikož tato turistika, nebo lépe řečeno, tento sport, vyžaduje k jeho provozování zejména koně a mnoho dalších doplňkových služeb s tím spojených. Již dávno jsme se posunuli od chápání koně jako dopravního prostředku, či stroje pro práci v lese, k vnímání koně jako živé bytosti a tvrzení, že nejkrásnější pohled je z koňského hřbetu. Jízdě na koni jsou přisuzovány blahodárné účinky na zdraví osob. Oblast zabývající se léčebnými účinky a využívání koní k léčbě se nazývá hipoterapie či hiporehabilitace. K té je samozřejmě potřebný tým vyškolených specialistů,

kteří na veškeré činnosti a procedury dohlízejí. Tato terapie se zaměřuje především na onemocnění nervového systému, kdy se používá u mozkových příhod, při dětské mozkové obrně či zánětech nervového systému. Dále je zaměřené také na onemocnění pohybového aparátu, například při skolióze a špatném držení těla, nebo mentálním postižením. Jízdu na koni mohou provozovat tedy i lidé na vozíčku. Během jízdy dochází nejen k posílení svalů, zlepšení rovnováhy, následně také ke stimulaci vnitřních orgánů, jako jsou plíce (díky lepšímu držení těla), ale navíc dokáže vysílat i stimuly k mozku. Pravděpodobně to je důvod, proč se mnohým lidem líbí jízda na koni – člověk se soustředí na rytmické pohyby koně a je důležité se jim přizpůsobit pro pohodlnou a příjemnou jízdu, tím dochází k upření myšlenek na tuto činnost a oproštění se od ostatních starostí. Ne pro každého je však tato turistika vhodná. Nelze ji aplikovat u osob, které trpí alergií na koňskou srst a prvky, se kterými jsou koně ve styku (seno,...).

Hollý (2003) rozlišuje tři formy hipoturistiky: vycházky na koni, při kterých jízda v terénu trvá 1-4 hodiny a ujetá vzdálenost činí 7-30 km. Druhou formou jsou výlety a túry trvající zpravidla celý den s ujetou vzdáleností 30 – 70 km a třetí formou je putování na koni, kdy v sedle jezdcí tráví několik dnů a důležitou roli hraje poznávací složka společně s vysokými požadavky na zázemí služeb na trase.

Hipoturistika má vysoké požadavky, ale také značný přínos pro danou oblast. Požadavky spočívají v nutnosti vybudování odpovídající infrastruktury. Zde nás zajímají nejen požadavky účastníků, ale i potřeby zvířat, které jsou zde nedílnou součástí. Tato podmínka pro provozování hipoturistiky má samozřejmě i přínos pro oblast, jelikož umožňuje i obnovu venkova a rozvoj turismu.

Významný prvek hrají jezdecké stezky. U nich jsou důležité krajinné prvky a přírodní podmínky. Pozitivní vliv mají atraktivity nacházející se na stezce, které mohou být též motivem jednotlivých cest. Můžou jimi být kulturně historické památky či přírodní lákadla. Důležitý je přístup k tvorbě a správě

těchto stezek. Nutností je takový přístup, který je šetrný k životnímu prostředí a výrazně jej nenarušuje. Nejdůležitější podmínkou je sjízdnost stezek. Stezky by měly být vybavené takovými prvky, jako jsou místa pro uvázání koní u míst odpočinku jezdců či napajedla. Vhodné je umístění značení na těchto trasách informující o dané stezce, atraktivitách, jež se na ní nachází a směrových tabulí navádějící jezdce k místním poskytovatelům služeb.

Nutností jsou také jednotlivé stanice. Ty poskytují služby jak účastníkům, jako je ubytování, stravování, ale také péče o koně, tedy jejich ustájení, krmení a další.

Ve zkoumané oblasti by tak docházelo k využití stávající kapacity infrastruktury. V oblasti ubytovacích služeb existuje několik možností, mezi kterými mohou účastníci volit. Jednou z variant při túrách je nocování ve stanu, kdy si jezdci buďto vezou veškerá svá zavazadla s sebou na koni a druhou, samozřejmě pohodlnější možností, je využití doprovodného vozidla, které jezdce očekává v cílových stanicích s jejich vybavením, čímž s sebou účastníci vezou pouze takové věci, jako je občerstvení, doklady a další nezbytné věci k cestě. Jinou možností je ubytování v zařízeních nacházejících se v aglomeraci, ať již hotelu, penzionu či ubytování v soukromí a do míst s poskytováním možnosti jezdeckví dojet městskou hromadnou dopravou, nebo jinými způsoby, jako na kole či pěšky. Pro účastníky by bylo nejpohodlnější ubytování ve venkovském stavení v místě, odkud by následně konali jezdecké výjezdy do okolí.

V aglomeraci Tábor se nachází jezdecký klub Bessy. Statek se nachází u části nádrže Malý Jordán v Náchodě u Tábora umožňující si vyzkoušet jízdu na koni, ale součástí jeho nabídky nejsou ubytovací služby. V areálu je umístěna jak venkovní jízdárna, tak krytá hala. Možné jsou i vyjížďky po okolí, pro něž jsou zde velmi příhodné přírodní podmínky. Na statku se nachází 12 koní. Navíc umožňují ustájení vlastních koní klientů. Po osobním kontaktu tohoto klubu mi paní Dvořáková osobně podala některé informace týkající se zejména návštěvníků. Nejvíce jsou klienty lidé z blízkého okolí, kteří sem přijíždějí

pravidelně. Středisko je navštěvováno v letních měsících často i cizinci, kteří se nejčastěji ubytovávají v místních hotelech. Další alternativou ubytování je v campu Malý Jordán, místní mlýn nebo nedaleká farma Hejlov. Sami s cestovní kanceláří nespolupracují, jejich spolupráce je s tábořským infocentrem, kde mají na webových stránkách umístěnu svou reklamu. Z mého pohledu neklíčovější byla otázka ohledně hipostezek v okolí, které se zde nenachází. Oni sami od jejich zřízení upustili, vzhledem k chování některých jezdců, kteří jezdili i přes pozemky, nevhodné k tomu účelu.

Dalším střediskem, umožňující jezdeckou turistiku, společně s ubytováním ve třech vybavených pokojích a dvou apartmánech je Ranč Větrovy. Větrovy jsou obcí nacházející se nejen v blízkosti Tábora, dostupného prostředky městské hromadné dopravy, ale zejména v malebné přírodě plné lesů a polí. Po rekonstrukci statku a vybudování westernového městečka se majitelé rozhodli vystavět i zoopark. Vyskytují se v něm jak zástupci dravců, šelem i dalších živočichů. Návštěvníky sem láká např. Daněk skvrnitý, lama krotká, velbloud dvouhrbý, zubr evropský, zebra Chapmannova, puma americká, dikobraz jihoafrický, karakal, medvěd hnědý či lev pustiný. Z ptáčích říše mohou návštěvníci obdivovat např. ibise posvátného, pštrosa dvourstého či sovici sněžnou. Mimo různých pořádaných společenských akcí se zde konají i westernové či judistické tábory.

10 km od Tábora v obci Malšice se nachází statek Dvůr Karolín s třemi hvězdičkovým penzionem a restaurací. Jeho součástí je též jízdárna. Stejně jako předchozí nabízí i ustájení pro vlastní koně návštěvníků. Vyskytuje se zde i možnost pořádání společenských akcí a oslav.

Jízda na koni je umožněna jak začátečníkům, tak pokročilým. Začátečníky je zprvu potřeba seznámit se základy jízdy na koni a spoluprací s koněm k tomu, aby si následně mohli užít pohodovou a bezstarostnou jízdu v přírodě. Nicméně základy jsou důležité i pro bezpečnost a pohodlí jezdců. Jízda na koni je vhodná jak pro dospělé, tak pro děti. Rozdíl bude zejména v délce a náročnosti trasy, odvíjející se podle věku, ale především zkušeností

jezdců. S ohledem na ochranu životního prostředí, ve kterém se jezdci pohybují, a díky větší přehlednosti je vhodnější, pokud je skupina jezdců menší, kolem 10 osob.

Provozování hipoturistiky v oblasti by mělo přínos jednak ekonomický pro poskytovatele jezdeckých služeb, ale i stravovacích, ubytovacích i ostatních doplňkových služeb, které návštěvníci v oblasti současně využívají. Pro námi zkoumanou oblast, vzhledem k nízkému výskytu hipostezek, by znamenalo zlepšení a zkvalitnění podmínek. Při výstavbě a značení stezek je nutné dodržovat určité požadavky. Používáním stávajících cest pro cyklisty či pěší turisty může vést k porušení těchto stezek. Budování hipostezek v dostatečné šířce umožňuje jejich využití i ostatními turisty. S budováním stezek souvisí také výstavba stanic. Nemusí jít pouze o výstavbu nových budov, ale také o rekonstrukci stávajících nevyužívaných či zchátralých objektů.

Hipostezky na Táborsku

Zatím nejsou příliš rozšířené. Část jednoho úseku vede z Chýnova do Chotovin a dále z Borotína do Nadějkova. Do projektu Turistika na koni jsou na Táborsku zařazeny dvě stanice: Košice - Pegas v Košicích u Soběslavi, který provozují manželé Švecovi a Lhota Samoty – Ranč na Samotách nacházející se v Plané nad Lužnicí, jež provozuje Jan Hála. Přímo v aglomeraci Tábor se nachází ještě ranč Větrovy a jezdecký klub Bessy u Tábora.

Cílem destinace cestovního ruchu je prodloužit dobu pobytu návštěvníků. Tohoto cíle, vzhledem k celkové vybavenosti sportovními zařízeními a množstvím kulturních a historických památek a pořádaných akcí lze dosáhnout rozšiřováním a zkvalitňováním či údržbou přírodních i kulturních atraktivit.

Marketingový mix

Produkt (balíček)

„Táborská pahorkatina z koňského hřbetu“. Vzhledem ke zjištění, že často je Tábor spolu s přilehlými oblastmi využíván pro jednodenní výlety, snahou tohoto balíčku je prodloužit dobu pobytu návštěvníků.

Produktový balíček je určen pro téměř všechny věkové hranice osob. Pro skupiny přátel i rodiny s dětmi, toužící po aktivní dovolené strávené v přírodě a klidném prostředí. Nebyl by určen pouze pro zkušené jezdce, ale i pro začátečníky. U méně zkušených osob by rozdíl spočíval v nutnosti prvotního seznámení s jezdeckým a poučením o práci s koněm v místním areálu. Vzhledem k tomu, že kůň je živá duše a není brán pouze jako stroj, vytvářejí si k němu klienti větší vztah a může být i důvodem jejich opakované návštěvy.

Klíčovým prvkem v tomto balíčku jsou výlety na koních. Ty by byly zajištěny jezdeckým klubem Bessy v Náchodě u Tábora, dostupný městskou hromadnou dopravou (linka č 20 a 21), který je náležitě vybavený – v jeho stájích se nachází cca 12 koní. Vzhledem k dosud nevytýčeným stezkám a předpokládané menší znalosti terénu návštěvníky by součástí služeb byl „vůdce koňské výpravy“, který by skupinu vedl, upozornil na zajímavosti a byl by skupině nápomocen v případě potíží.

Ubytování je zde možné v několika objektech, voleno zejména podle potřeb skupiny. Vzhledem k charakteru balíčku je ideální volbou penzion Na Mlýně nacházející se také v obci Náchod, nedaleko klubu Bessy (cca 100 m), mezi Velkým a Malým Jordánem cca 2 km od centra města Tábor. Obcí Náchod prochází dálková cyklistická trasa Greenways. Penzion nabízí ubytování ve třech třílůžkových pokojích a jednom třílůžkovém apartmánu s možnostmi přistýlek. Pokoje jsou vybaveny vlastní koupelnou se sprchovým koutem a WC. Pro pokoje je na patře k dispozici společná vybavená kuchyňka. Apartmán se samostatným vchodem má též vlastní koupelnu i kuchyňku. V objektu je rovněž situována společenská místnost.

Program:

1. den

- Během dopoledne by se návštěvníci ubytovali v penzionu Na Mlýně.
- Odpoledne by bylo věnováno návštěvě jezdeckého klubu, seznámení s koňmi a výuka jízdy na koni v areálu jezdeckého klubu Bessy.
- Pozdní odpoledne by bylo zakončeno projížďkou na loďce po Jordánu
- Večer návštěva Husitské krčmy v Housově Mlýně v Táboře, kde by proběhla unikátní večeře ve stylu minulých dob. Večeře by byla doplněná také kulturním programem, možností prohlídky filmové zbrojnice a mučírny. V případě zájmu, lze večer zakončit i středověkou lázní.

2. den

- Celodenní projížďka na koních. Trasa by vedla okolo Tábora, tedy z Náchoda do Čekanic, přes Měšice a prvním cílem jezdců by byl Kozí Hrádek. Účastníci by si prohlédli zříceninu tohoto hradu a poté by byl v místní restauraci zajištěn oběd.
- Z Kozího Hrádku by další cesta vedla na Větrovy (příměstská část města Tábor). Odtud by se návštěvníci mohli potěšit výhledem z místní rozhledny na město Tábor. Dle časových možností a individuálního zájmu by bylo možné uskutečnit také prohlídku místního zooparku.
- Následovala by cesta z Větrov, přes Horky a Klokoty zpět do Náchoda.

3. den

- zaměřen na poznání a relaxaci, zejména po předchozím celodenním výletu v koňském sedle.
- návštěva historického centra Tábora,
- prohlídka podzemních chodeb a návštěva Husitského muzea
- procházka Holečkovými sady k Tržnímu náměstí
- oběd v Restauraci u Červeného Koně na Žižkově náměstí
- návštěva hradu Kotnov a expozice Táborský poklad
- zakončení pobytu prohlídkou Botanické zahrady

Cena

Cenu lze stanovit orientačně na základě cen ubytování, stravování a vstupů. Cena balíčku by se lišila zejména z důvodu období sezony a mimo sezony.

Ubytování: penzion Na Mlýně

- Ubytování v období hlavní sezony (15.6 – 31.8) pro jednu dospělou osobu za noc je 320 Kč. V období vedlejší sezony (1. 4. – 14.6, 1.9 – 30.10) 280 Kč osoba/noc. Základní balíček by obsahoval ubytování na dvě noci.

Stravování:

- Večeře s programem ve středověké Husitské krčmě = 540 Kč / osoba
- Oběd v restauraci Kozí Hrádek cca 200 Kč
- Oběd v restauraci U Červeného Koně – 200 Kč

Vstupy:

- Kozí Hrádek – 30 Kč
- Prohlídka středověkého podzemí + expozice Husité v Husitském muzeu + Vyhlídková věž Kotnov spolu s expozicí Život a práce středověké společnosti = vstupné 140 Kč
- Botanická zahrada Tábor – vstup do skleníků – 20 Kč.

Vyjíždky na koni: Závislé mimo jiné také na velikosti skupiny a celkovém počtu vyjížděk. Pro naše účely počítáme s cenou kolem 2400 Kč na jednoho jezdce celkem.

Doporučená cena za nabízený balíček, by se měla pohybovat v rozmezí 3 500 – 4 000 Kč na jednu osobu.

Propagace

K oslovení potenciálních zákazníků bude jedním z nejučinnějších způsobů, prezentace tohoto produktu na webových stránkách. Většina návštěvníků využívá informace nacházející se na internetu. Internetové stránky vhodné pro prezentování informací jsou zejména oficiální stránky města Tábora (www.tabor.cz) a internetové stránky zaměřující se na cestování, zvláště turistický portál CZeCOT.com, nebo portál kudyznudy.cz

Umístění prezentace daného produktu (balíčku) by bylo vhodné umístit i na webové stránky jednotlivých poskytovatelů služeb zahrnutých v balíčku se vzájemným propojením.

Vhodnou formou přiblížení potenciálním zákazníkům jsou i jiné hromadné sdělovací prostředky. O umístění reklamy, či spíše článku o tomto produktu lze uvažovat například i v časopisu 101 tipů na výlet a jiných periodikách.

Pokud se budeme chtít zaměřit na zahraniční klienty, byla by vhodná prezentace jak na internetových stránkách města Tábor, který lze zobrazit i v anglickém i německém jazyce, tak by bylo vhodné zvažovat i prezentaci přes cestovní kanceláře či agentury působící v zahraničí.

Distribuce

Vzhledem k velkému množství osob získávajících informace z internetových stránek a snaze přiblížit zákazníkům balíček co nejlépe je pravděpodobně jednou z nejvýhodnějších forem, jak přiblížit produkt návštěvníkům, je internet.

Bylo by vhodné vyvinout snahu o zařazení produktu do nabídky cestovních kanceláří, a to nejen u domácích, ale i zahraničních kanceláří a možnost přímého objednání přes internetové stránky.

Lidé

Působení lidského faktoru ve službách má velmi silný vliv na celkový dojem ze strávené dovolené. Pro poskytnutí dokonalého zážitku a výsledného

dojmu je nutné poskytnutí bezchybné služby. Pro poskytování služeb je potřebné mít dostatečné množství informací, odpovídající kvalifikaci zaměstnanců a schopnost pracovat s lidmi. V tomto balíčku jsou nutné zvláště znalosti v oblasti péče o koně včetně práci s nimi a umět postupovat v případě krizových situací.

Spolupráce

U balíčku poskytovaných služeb je spolupráce nepostradatelným faktorem vedoucím k dosažení plánovaného výsledku. Důležitým prvkem spolupráce mezi jednotlivými podnikateli, nabízejícími své produkty, je vzájemné poskytování informací a upevňování vztahů. Tímto jednáním lze dosáhnout výhodnější konečné ceny, která je lákadlem a často také rozhodujícím prvkem pro zákazníky.

Spolupráce by měla být založena na smluvním vztahu mezi jednotlivými poskytovateli služeb.

Programování

Prostřednictvím programování vzniká produkt cestovního ruchu. Na rozdíl od balíčkování, zde dochází k časovému a místnímu propojení nabídky a balíčku. Cílem programování je zmírnit vlivy sezónnosti a zacílit aktivity na možnost využití destinace i v období mimo sezónu.

U daného balíčku je třeba se zaměřit na období zimních měsíců. I v této době lze uskutečnit vyjížďky na koních, nicméně je třeba počítat s kratší dobou pobytu v přírodě během mrazivého období. Možnou alternativou jsou aktivity uskutečňované v krytých halách, kde je také možná výuka jízdy na koni, lasování a dalších činností. Pro odvážné sportovce, lze zmínit také nabídku Skijöringu, kdy je účastník na lyžích tažený koněm, popřípadě projíždky na saních tažených koňmi v malebné přírodě pokryté bílou peřinou. Důležité je ovšem vyhnout se devastaci krajiny. V případě dostatku sněhové pokrývky lze uvažovat i o možnosti běžkování.

7. NÁVRHY NA PODPORU CESTOVNÍHO RUCHU V AGLOMERACI TÁBOR

Město Tábor je neodmyslitelně spojeno s husitstvím a husitskou tradicí. Pro značné množství dochovaných historických památek je dodnes poznání a návštěva památek jedním z nejčastějších důvodů cest návštěvníků do této destinace. Jak již bylo zmíněno, Táborsko je destinací s širokou nabídkou pořádaných kulturních a společenských akcí. Nejvýznamnějším a nejtypičtějším podnikem pro danou oblast je festival Táborská setkání, a to zejména tím, že není akcí, kterou by navštívilo pouze místní obyvatelstvo, ale stává se cílem cesty i pro zahraniční návštěvníky a návštěvníky z ostatních míst České republiky. Návštěvníci se na tento festival chodí především pobavit, setkat se s přáteli, zažít dobovou atmosféru plnou kejklířů, husitů a ohňové šou, společně s dobrou krmí a plnými žejdlíky. Návštěvníci mohou zažít atmosféru, ve které se snoubí středověká řemesla a umění s novodobě účinkujícími hudebníky.

Během loňských ročníků došlo k poklesu návštěvnosti tohoto festivalu, zatímco cena vstupenky vzrostla. I tak je ovšem návštěvnost stále vysoká. Nejlákovější pro návštěvníky jsou zajisté průvody – páteční pochodňový průvod a sobotní kostýmový průvod městem, kterého se mohou zúčastnit i návštěvníci v dobovém kostýmu. Poměrně vysoký zájem je také o středověké tržiště a rytířský souboj.

Průběh festivalu zůstává již po několik let stejný, nepočítáme-li malé obměny a vystoupení různých hudebních interpretů v jednotlivých letech.

Většina návštěvníků je pouhými diváky, kteří se baví při podívané na kejklíře či žongléry s ohněm, nebo se účastní hudebního vystoupení některých z vystupujících interpretů. Někteří ovšem využijí možnost zúčastnit se i kostýmového průvodu. Těmito lidmi jsou ti, jež se více, či méně zajímají o husitskou historii, ať již dospělí, nebo i rodiče s dětmi, či skupiny. To nás může přivést k odpovědi na otázku – „jak oživit Táborská setkání“. Nelze ovšem říci, že by setkání byla málo živá, jelikož v těchto dnech, kdy se festival koná, je

oblast Starého města plná návštěvníků, kteří prochází jeho ulicemi. Jedná se spíše o návrh, který by si získal přízeň určité skupiny návštěvníků a také by se stal důvodem pro ty, kteří se ještě setkání nezúčastnili.

Lidé se všeobecně rádi baví, nadšeně si zkouší nové věci, ale stejně tak i předměty či řemesla dávají. Rádi se účastní různých akcí a oceňují možnost se aktivně zapojit. Možností jak ozvláštnit tyto slavnosti by bylo přímé zapojení zájemců do života v dobách husitství. Nejednalo by se o pouhé zapůjčení kostýmu a účast v průvodu, ale oproštění se od současného století a návrat do minulé doby. Účastníci by tak strávili tento víkend zcela netradičně. Svě útulné lože by vyměnili za husitský stan nebo vůz, kdy ochranu proti nepřítelům by tvořila vozová hradba. Do programu by bylo vhodné samozřejmě zahrnout činnosti, jako jsou střelba z praku, který byl typickou zbraní Práčat, střelba z luku či kuše, dále také dobová řemesla, mezi které patřilo hrnčířství, kovářství, nebo textilní řemesla. K příjemné náladě patří samozřejmě chutné pokrmy a nápoje, proto nelze zapomenout ani na středověký hodokvas s tradičními pokrmy, medovinou, pivem a vínem. O takovýto produkt lze předpokládat zájem i mezi zahraničními návštěvníky. Důležitá je ovšem předchozí komunikace směrem k potenciálním účastníkům s dostatečným množstvím poskytnutých informací.

Technologie pro cestovní ruch

Nejen v jiných oborech, ale i v cestovním ruchu dochází k významnému vývoji v technologiích. Mimo jiné mohou návštěvníci při návštěvě města a jeho památek využít zvukového průvodce, který byl zavedený již v roce 2006 a provádí návštěvníky po vyznačeném okruhu. Tím odpadá nutnost najímání placených průvodců, či studia publikací.

Novější technologií, která se v posledních letech vyskytla a získává si stále větší oblibu, jsou QR kódy (QR = quick response – rychlá odpověď). Jedná se o různě veliké, černobílé čtverce, jejichž cílem je zprostředkovat informace v nich ukryté a to pomocí mobilního telefonu, či jiného čtecího zařízení. Zpravidla poskytuje určité množství informací dle své velikosti,

především odkazy na webové stránky, kde se zájemci mohou dozvědět více informací. Občanské sdružení Taggmanager se již zaměřilo na otázku souvislosti QR kódů a cestovního ruchu, konkrétně naučných stezek. Dovolím si citovat z jejich internetových stránek (dostupné na: www.taggmanager.cz, 1. 2. 2011): „Taggmanager.cz si klade za cíl oživit zájem hlavně mladých lidí o naučné stezky, přírodní a kulturní památky tím, že jim poskytne interaktivní a mobilní alternativu informačních tabulí. Klasickou informační tabuli je možné doplnit nebo zcela nahradit tzv. tagglistem který Vás přesměruje na interaktivní podobu naučné stezky navrženou speciálně pro mobilní telefony“. Uvádí také výhody, které toto umístění QR kódů na naučných stezkách přináší jednak pro návštěvníky, kdy např. umožňují i distribuci zvuků, virtuální prohlídku a podobně, tak také výhody pro správce, kde je vhodnou alternativou v místech, kde nelze postavit klasickou informační tabuli, menší finanční a časovou náročnost náhrady tagglistu a nízkou rušivost dojmu.

Kódy by bylo možno umístit na objektech, nebo v jejich blízkosti, odvisle od jejich velikosti. Poskytovali by tak návštěvníkům přístup k podrobnějším informacím o dané památce, zajímavostech, či místu. Důležité během rozmisťování těchto kódů je přehlednost umístění, tak, aby zájemce o informace k nim měl snadný přístup a nemusel zdlouhavě hledat, kde se daný QR kód nachází. Nejpráhodnější je sestavení ucelené „informační stezky“, kde na sebe jednotlivé kódy navazují a pomáhají návštěvníkovi v jeho orientaci a nasměrování k dalšímu „stanovišti“, kde na něj budou čekat další zajímavé informace. Velkou výhodou a značným přínosem pro udržitelný cestovní ruch spočívá ve snížení nákladů na tisk propagačních materiálů. Ovšem jednou z možností umístění je také v informačních materiálech, distribuovaných turistickým informačním centrem, či vypracování samostatné mapky s vyznačením zajímavých míst v oblasti a umístěním jednotlivých informačních kódů a jejich tematického zaměření.

Potřebné informace mohou vhodně umístěné kódy poskytnout i o pořádaných akcích a nejen o nich. Užitečné mohou být také při výběru restaurace, kavárny, či jiného zábavního podniku. Jejich výhodou je, schopnost

poskytovat informace rychle a pohodlně. Nevýhodou u některých návštěvníků je nefunkčnost pro chybějící čtečku těchto kódů, kterou je nutné předem do svého přístroje nainstalovat. Ovšem s rostoucím technologickým pokrokem lze předpokládat, že v blízké budoucnosti nebude tento problém hrát výraznou roli.

Letní dětské tábory

Jednou ze skupin, na kterou se při tvorbě produktů můžeme zaměřit jsou děti, zejména ve věku do 15 let. Během roku je pořádáno mnoho akcí zaměřených na tuto věkovou skupinu. V období konání festivalu Táborská setkání lze jmenovat například akci „Získej poklad loupeživého rytíře Kotena“, kdy děti měly plnit různé úkoly, které je dovedly k odhalení dávného tajemství. Během roku se navíc zejména místní Husitské muzeum stará o zábavně vzdělávací programy pro skupiny dětí základních škol.

V této věkové skupině se lze zaměřit zejména na ty, jejichž rodiče v období letních prázdnin pracují a nemají tedy tolik času se svým ratolestem věnovat a přitom jim chtějí zajistit příjemně strávené prázdniny v přírodě, kde poznají nové přátele, či se setkají s již dříve získanými kamarády.

V současné době se kromě klasických pobytových táborů rozšiřují i tzv. příměstské tábory. Princip těchto táborů spočívá v jejich situování ve městech a příměstských oblastech či jeho okolí a děti se po dni stráveném aktivitami organizovanými tímto táborem, vracejí zpět domů a druhý den se opět účastní nějakého nově připraveného programu. Takovýto typ letních táborů je vhodný zejména pro již zmiňované děti, jejichž rodiče před den pracují, nebo také dětem, které netouží po klasickém pobytovém táboře.

Zaměření takto organizovaných táborů mohou být odlišná. Lze pořádát cyklovýlety, pěší výlety po okolí společně s poznáváním přírody a zde se nacházejících krás a zajímavostí, dále umělecky zaměřené aktivity, jako je keramika, výtvarná umění, fotografování či vzdělávací až po aktivity zaměřené na práci se zvířaty, jako jsou péče o koně či jiná zvířata.

Pro tuto destinaci je navíc velice významná zdejší historie a místní přírodní prostředí. Je možné se zaměřit na dětské tábory, ať již pobytové či příměstské, které by byly tematicky zaměřené právě na historii města Tábor s přihlédnutím k nutnosti zaměřit se také na ochranu životního prostředí, které by mělo sloužit ke vzdělávání dětí v této oblasti a vštěpení určitých principů ochrany přírody a vztahu k ní. Pokud bychom se zaměřili na náplň těchto táborů, stěžejní aktivitou by byly sportovní a pohybové aktivity, společně s řemeslnými prvky, jako je tvorba na hrnčířském kruhu či tkalcovském stavu, výroba ze dřeva a přírodních surovin. Zařadit výuku jízdy na koni a péče o koně je samozřejmě vhodným oživením pro většinu dětí. Nutné je ovšem během jakýchkoli aktivit, při nichž pracujeme s dětmi, zaměřit se na jejich bezpečnost a zdraví, stejně jako na pitný a stravovací režim. Nezbytné je také rozčlenit věkové skupiny a na jejich základě vymezit jednotlivé aktivity a jejich náročnost, s ohledem na atraktivnost pro tu kterou skupinu.

8. ZÁVĚR

Cestovní ruch a cestování osob představuje značný přínos pro jednotlivé destinace a můžeme jej považovat za významné odvětví, které přináší značnou část příjmů navštěvované oblasti. Pro cestovní ruch a jeho možnou realizovatelnost jsou velice důležité přírodní, kulturní, historické a další atraktivity, stejně tak jako poskytované služby v dané oblasti. Jen jejich samotná existence ovšem nepostačuje. Je nutné věnovat těmto významným prvkům pozornost a péči, která povede k zachování těchto památek i do budoucna pro další generace, společně s jejich možným rozvojem a zkvalitněním, vedoucím k větší spokojenosti návštěvníků.

Před zpracováním diplomové práce bylo provedeno dotazníkové šetření, které mělo za cíl shromáždit informace o návštěvnících a zejména jejich návštěvních zvyklostech, dále byla provedena analýza destinace z hlediska nevyužitého potenciálu pro cestovní ruch. Tábořská aglomerace, stejně jako celé Tábořsko, se vyznačuje rozmanitými podmínkami a atraktivitami, které umožňují zaměřit se na široké spektrum návštěvníků. Z dotazníkového šetření můžeme za nejčastější důvod návštěvy považovat poznávání místních památek a kultury, ale neopomenutelnou část návštěvníků tvoří také ti, jež do této destinace přijeli za rekreací, či sportem. Potvrdilo se také tvrzení, že nejčastěji tuto oblast navštěvují návštěvníci z Jižních Čech. Za velmi kladné je možné hodnotit vysoký počet návštěvníků, kteří tuto oblast navštěvují opakovaně. Méně povzbudivé je zjištění, že většinu návštěvníků destinace tvoří výletníci, kteří v této oblasti nepřenocují a využívají tak i menší rozsah nabízených služeb. Přínosné by bylo vhodným způsobem prodloužit dobu pobytu jednotlivých účastníků. Neopomenutelnou skupinou jsou také zahraniční návštěvníci, kteří byli také podrobena dotazníkovému šetření, z něž vyplynula skutečnost, že nejčastějšími zahraničními návštěvníky této oblasti jsou Rakušané, ale nezanedbatelnou skupinou jsou také Nizozemci a Němci. U dotazovaných zahraničních návštěvníků byla situace opačná. Značná část do

destinace přijížděla poprvé, ale délka pobytu zde čítala nejčastěji cca týden a jen velmi malé procento při této návštěvě v oblasti nepřenocovalo. Stejně jako u tuzemských návštěvníků i pro zahraniční jsou nejlákavější historické památky a místní kultura všeobecně. Stejně tak je pro ně lákavá i možnost odpočinku a rekreace v místních přírodních podmínkách. Až na výjimky jsou infrastruktura a místně poskytované služby hodnoceny jako kvalitní, což je považováno za velice kladné.

Klíčovou otázkou dotazníkového šetření u obou dotazovaných, byla otevřenost pro nabídku sportovních aktivit v destinaci, zejména pro hipoturistiku. Vesměs byly odpovědi kladné. U tuzemských návštěvníků byl podíl kladných odpovědí větší než u zahraničních účastníků. Produkt se zaměřením na hipoturistiku by byl lákavý zejména pro rodiny s dětmi. Nejčastěji návštěvníky voleným způsobem sportovní rekreace v oblasti je pěší turistika a cykloturistika. Z tohoto důvodu je mezi návrhy produktu šetrné turistiky zařazen balíček zaměřující se na hipoturistiku, neboli jezdeckou turistiku, která má příznivé vlivy na zdraví účastníků a to nejen pobyt v přírodě, ale také je příznivá pro přírodní prostředí jako takové. Nezbytné je ovšem odpovědné chování při provozování této aktivity.

V Táboře je jednou z nejvyhledávanějších akcí festival Táborská setkání, který se stává cílem návštěvy i zahraničních návštěvníků. Pro podporu cestovního ruchu v této oblasti se můžeme zaměřit na činnosti, které by aktivně zapojovali účastníky do života v období husitů, kdy by zájemci vyměnili svůj zaběhnutý životní styl za pobyt v husitském stanu a hodokvasy, společně s řemeslnou výrobou.

Společně s rostoucí technologií a možnostmi, které se nám jejím rozvojem naskytují, je třeba se zaměřit také na jejich využití pro cestovní ruch. Z tohoto důvodu je v diplomové práci navrženo umístění QR kódů ke snazšímu způsobu, jak poskytovat návštěvníkům informace o navštíveném místě a místních zajímavostech, případně pořádaných akcích v této oblasti, které se mohou stát předmětem jejich dalšího zájmu. Stejně tak mohou usnadnit

rozhodování ohledně poskytovatelů služeb a jejich nabídky a umožnit jim tak kvalitní rozhodnutí dle jejich zájmů a požadavků.

Dále se také diplomová práce zaměřuje na potenciální účastníky ve věku žáků základních škol. Nabídka pro tuto skupinu by se měla orientovat na letní dětské tábory a jejich nabídku pobytů či aktivit pro děti.

Cestovní ruch je pro tuto oblast významným činitelem a je nutné mu věnovat pozornost, nejen z pohledu jeho rozvoje, ale také z hlediska jeho udržitelnosti.

9. SUMMARY

Tourism is posing a considerable contribution to various destinations and can be regarded as an important sector that brings substantial portion of revenue for the destination. For tourism and its potential viability are very important natural, cultural, historical and other attractions, as well as services in the area. Just their presence alone is not sufficient, however. It is necessary to address the relevant components of care and attention, leading to the preservation of monuments in the future for generations to come, along with their potential development and upgrading, leading to greater visitor satisfaction.

Before processing, the thesis was a questionnaire survey, which was intended to gather information about visitors and their visiting habits in particular, makes an analysis of the destination in terms of untapped potential for tourism. Tabor agglomeration, as well as the whole Táborско, is characterized by a variety of conditions and the attractions that helps you focus on a wide range of visitors. a very positive, we can evaluate is a large number of visitors who visit the area again. Less encouraging is the finding that most visitors to destinations are hikers who do not stay in this area and use the smaller range of offered services. Beneficial would be a good way to extend the stay of the participants.

The important group are foreign visitors who were also subjected to a questionnaire survey, which resulted from the fact that the most frequent foreign visitors to the area are the Austrians, but also a significant group of Dutch and Germans.

For vernacular and foreign visitors are the most attractive historic monuments and local culture. The possibility of rest and recreation in the local natural conditions are very appealing too. Exceptions, infrastructure and local services are rated as good, which is considered very positive.

A key question in both survey respondents, the openness to offer sports activities in the destination, especially for horse riding. Responses were

generally positive. For this reason, there is proposed the package of horse riding tourism, which has beneficial effects on health of participants and is good for the environment, too. Responsible behaviour in activities is necessary.

One of the most popular events in Tábor is festival Tábor Meetings, frequented by foreign visitors too. To promote tourism in this area, we can focus on the active involvement of participants in the life of the Hussites, when the participants traded their lifestyle for lifestyle in hussitism era.

With development of technology is it necessary to focus on its usage in tourism. Especially the quick response codes (QR code), to provide the informations to visitors.

10. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY a INFORMAČNÍCH ZDROJŮ

Odborná literatura

- 1) DUVAL, D.T.: *Tourism and transport: modes, networks and flows*. Clevedon: Channel View Publications, 2007. 327 s. ISBN: 978-1-84541-063-6
- 2) FENNELL, D.A.: *Tourism ethics*. Clevedon, UK: Channel View Publications, 2006. 404 s. ISBN: 1-84541-034-3
- 3) FUJITA, M., THISSE, J.F.: *economics of Agglomeration: Cities, Industrial Location, and Regional Growth*. Cambridge University Press, 2002. 480 s. ISBN-10: 0521801389, ISBN-13: 978-0521801386
- 4) FYALL, A.: *Tourism marketing: a collaborative approach*. Clevedon, UK: Channel View Publications, 2005. 383s. ISBN: 1-873150-89-X
- 5) GALVASOVÁ, I., et al., *Průmysl cestovního ruchu*, 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2008. 262 s. ISBN 9788087147061
- 6) GOELDNER, CH.R., RITCHIE, J.R.B.: *Tourism: principles, practices, philosophies*. 11.vyd. Hoboken: Wiley, 2009. 624 s. ISBN: 978-0-470-08459-5
- 7) HESKOVÁ, M. a kol.: *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1.vyd. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN: 80-7168-948-3
- 8) HOLLÝ, K.: *Jezdecká turistika*. 1. vyd. Ostrava: Montanex, 2003. 109 s. ISBN: 80-7225-104-X
- 9) HORÁKOVÁ, I.: *Marketing v současné světové praxi*. Praha: Grada, 1992. 365 s. ISBN: 80-85424-83-5
- 10) HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada publishing, 2003. 486 s. ISBN: 80-247-0202-9
- 11) JAKUBÍKOVÁ, D.: *Marketing v cestovním ruchu*. 1.vyd. Praha: Grada, 2009. 228 s. ISBN: 978-80-247-3247-3

- 12) KIRÁL'OVÁ, A.: *Marketing: destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN: 80-86119-56-4
- 13) KOTLER, P.: *Marketing management: analýza, plánování, využití, kontrola*. 9. přeprac.vyd. Praha: Grada, 1998. 710 s. ISBN: 80-7169-600-5
- 14) LUMSDON, L.: *Tourism marketing*. International Thomson Business Press, 1997. 290 s. ISBN: 186152045X
- 15) MORRISON, A.M.: *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. 1.vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995. 523 s. ISBN: 80-85605-90-2
- 16) MOWFORTH, M., MUNT, I.: *Tourism and sustainability: development, globalisation and new tourism in the Third World*. Taylor & Francis, 2008. ISBN-13: 9780415414036, ISBN-10: 0415414032
- 17) ORIEŠKA, J.: *Technika služeb cestovního ruchu*. 1.vyd. Praha: IDEA SERVIS, 1999. 244 s. ISBN: 80-85970-27-9
- 18) PALATKOVÁ, M.: *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, s.r.o., 2006. 341 s. ISBN: 80-247-1014-5
- 19) PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 447 s.
- 20) PENDER, L., SHARPLEY, R.: *The management of tourism*. London: SAGE Publ., 2005. 347 s. ISBN: 0761940227
- 21) SCOTT, N., BAGGIO, R., COOPER, CH.: *Network analysis and tourism: from theory to practise*. Clevedon, UK: Channel View Publications, 2008. 259 s. ISBN: 978-1-84541-087-2
- 22) VAŠKO, M., *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. Vysoká škola ekonomická, Praha: Oeconomica, 2002, 1. vyd., ISBN 80-245-0445-6
- 23) WOKOUN, R., MALINOVSKÝ, J., DAMBORSKÝ, M., BLAŽEK, J. a kolektiv autorů: *Regionální rozvoj: východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování*. Praha: Linde, 2008. 475 s. ISBN: 978-80-7201-699-0
- 24) ZICH, F., ROUBAL, O., KUNZ, V., RYTINA, J.: *Sociální potenciál regionu: soubor studií*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2006. 103 s. ISBN: 80-86754-69-3

Internetové zdroje

- 1) CENIA, *Česká informační agentura životního prostředí*. [online], [cit. 6.1.2011]. Dostupný na World Wide Web: [http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPMSFHV0HSB](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPMSFHV0HSB)
- 2) Ceskedalnice.cz [online], aktualizace 27.01.2011, [cit. 12.1.2011]. Dostupný na World Wide Web: <http://www.ceskedalnice.cz/>
- 3) CzechTourism, *Cestovní ruch a obnova hmotného dědictví* [online], [cit. 12.1.2011]. Dostupný na World Wide Web: <http://www.eden-czechtourism.cz/udrzitelny-cestovni-ruch/>
- 4) Demopaedia [online], [cit. 28. 1. 2011]. Dostupný na World Wide Web: <http://cs-ii.demopaedia.org/wiki/Aglomerace>
- 5) HERTL, J.: *Společnost pro veřejnou dopravu* [online]. [cit. 12.1.2011]. Dostupný na World Wide Web: <http://www.prahamhd.vhd.cz/>
- 6) Husitské muzeum v Táboře [online]. [cit. 1.2.2011]. Dostupný na World Wide Web: <http://www.husitskemuzeum.cz/>
- 7) Leccos [online]. [cit. 28. 12. 2010]. Dostupný na World Wide Web: <http://leccos.com/index.php/clanky/aglomerace>
- 8) Mapy.cz [online]. Dostupný na World Wide Web: www.mapy.cz, [10.11.2010].
- 9) TÁBOR [online]. [cit. 1.10.2010]. Dostupný na World Wide Web: <http://www.tabor.cz/>
- 10) Taggmanager.cz [online]. [cit. 1.2.2011]. Dostupný na World Wide Web: <http://www.taggmanager.cz/>
- 11) TIXIK.com, *Botanická zahrada Tábor* [online]. [cit. 12.11.2010]. Dostupný na World Wide Web: <http://cs.tixik.com/botanicka-zahrada-tabor-2364739.htm>
- 12) IV. Koridor, *IV. Tranzitní železniční koridor H.Dvořiště – Č.Budějovice – Praha* [online]. [cit. 19.2.2011].

11. SEZNAM GRAFŮ a MAPEK

11.1 Seznam grafů

- Graf č.1 Z jakého kraje přijíždíte? str. 58
- Graf č. 2 Důvod návštěvy, str. 59
- Graf č.3 Délka pobytů v oblasti, str. 60
- Graf č.4 Počet dosavadních návštěv, str. 61
- Graf č.5 Zdroje informací o destinaci, str. 61
- Graf č.6 Využité služby v oblasti, str. 62
- Graf č.7 Kvalita poskytovaných služeb, str. 63
- Graf č.8 Hodnocení prvků rozvoje cestovního ruchu v oblasti, str. 64
- Graf č.9 Průměrné výdaje za osobu a den vynaložené při jedné návštěvě aglomerace, str. 65
- Graf č.10 Země původu návštěvníků, str.67
- Graf č.11 Počet přenocování, str. 68
- Graf č.12 S kým do dané oblasti přijíždějí? Str. 68

11.2 Seznam mapek

- Mapa č.1 Dopravní komunikace, str. 48

12. PŘÍLOHY

Příloha 1: Dotazník pro domácí návštěvníky

Příloha 2: Dotazník pro zahraniční návštěvníky

Příloha 1 Dotazník pro domácí návštěvníky

Dotazník pro zpracování diplomové práce

Dobrý den,

Dovoluji si Vás požádat o vyplnění tohoto dotazníku, který se zaměřuje na cestovní ruch v oblasti aglomerace Tábor (zahrnující města Planou nad Lužnicí, Sezimovo Ústí a Tábor včetně příměstských oblastí). Tento dotazník je anonymní a informace z něj získané budou použity výhradně ke zpracování diplomové práce zaměřující se na udržitelný cestovní ruch v aglomeraci Tábor.

Účelem dotazů je monitorovat stav a změny týkající se cestovního ruchu v oblasti z Vašeho pohledu.

Děkuji Vám za pomoc a čas strávený vyplněním tohoto dotazníku a přeji Vám příjemný zbytek pobytu.

1. Z jakého kraje přijíždíte?

.....

2. Kolikrát jste již tuto oblast navštívili?

- První návštěva
- 1-5 krát
- Více jak 5 krát

3. V jakém ročním období jste jej navštívili?

- Jaro
- Léto
- Podzim
- Zima

4. S kým do této oblasti přijíždíte?

- Sám
- S rodinou
- S partnerem/ partnerkou
- S přáteli
- S organizovanou skupinou

5. Jaký je důvod Vaší návštěvy?
- Návštěva kulturně-historických památek a zajímavostí
 - Rekreace
 - Zábava
 - Obchod
 - Sport
 - Návštěva příbuzných a známých
 - Pracovní příležitosti
 - Jiný (uved'te jaký)
6. Jaká je délka Vašeho pobytu v oblasti?
- Jednodenní
 - 1 přenocování
 - 2-4 přenocování
 - 5 a více přenocování
7. Jaké zdroje jste využívali při získávání informací o navštívené destinaci?
- Od příbuzných a známých
 - Turistické informační centrum
 - Cestovní kanceláře a agentury
 - Propagační materiály
 - Internet
 - Rozhlas, televize a tisk
 - Jiné (jaké)
8. Jaké služby jste v oblasti využili (hodláte využít)?
- Ubytovací služby
 - Stravovací služby
 - Dopravní služby
 - Kulturní služby
 - Informační služby
 - Průvodcovské služby
 - Zdravotnické služby
 - Jiné
9. Jak byste ohodnotili kvalitu poskytovaných služeb v této oblasti?

	Velmi dobře	Dobře	Špatně	Velmi špatně	Neumím posoudit
Ubytovací služby					
Stravovací služby					
Dopravní služby					
Služby kulturního vyžití					
Informační služby					
Cenová úroveň služeb					

10. Jak byste ohodnotili úroveň jednotlivých prvků rozvoje cestovního ruchu v této oblasti?

	Velmi dobře	Dobře	Špatně	Velmi špatně	Neumím posoudit
Bezpečnost návštěvníků					
Obchodní služby (suvenýry, stravovací služby,...)					
Orientační značení					
Péče o památky					
Péče o přírodu a životní prostředí					
Informační služby					

11. Jaké jsou Vaše průměrné výdaje na osobu a den, vynaložené při jedné návštěvě oblasti?

- Do 500 Kč
- 500 – 1000 Kč
- 1000 – 3000 Kč
- 3000 – 5000 Kč
- Více jak 5000 Kč

12. Byl by pro Vás lákavý produkt šetrného cestovního ruchu? Zejména hipoturistika (jezdecká turistika)?

13. Máte nějaké další návrhy, které by podle Vás pomohly v rozvoji šetrného cestovního ruchu?

Děkuji Vám za spolupráci a přeji příjemný pobyt

Questionnaire – tourism / Fragebogen - Tourismus

Hello,

Could I ask you to fill out a short questionnaire? The questions are focused on tourism in the greater Tábor. Your answers will be used for elaboration the graduation theses.

Thank you for your help and have a nice day.

Guten Tag,

Kann Ich fragen Sie zum Ausfüllen eines kurzen Fragebogens? Fragen sind konzentriert auf den Tourismus in der Agglomeration Tábor. Ich werde Ihre Antworten auf die Diplomarbeit verwenden.

Vielen Dank für Ihre Hilfe und haben Sie einen schönen Tag.

1. What country are you from?
In welchem Land kommen Sie aus?

2. Is it your first visit in this destination?
Ist das Ihre erster Besuch?

3. How long do you stay in this destination?
Wie lange Sie bleiben hier?
 - One day (without overnight) / Nur einen Tag
 - 1 – 3 overnights / Übernachtungs
 - 4 – 6 overnights / Übernachtungs
 - More than 7 overnights / Übernachtungs

4. Who comes with you?
Mit wem kommst du?
 - Family / Familie
 - Friends / Freunde
 - Nobody / Niemand
 - Partner / Partner
 - Group / Gruppe

5. What kind of accommodation do you prefer?
Wo sind Sie abgestiegen?

6. What do you thing about tourism products like horse riding or cycling?
Was halten Sie von der Tourismus-Produkt, wie Reiten oder Radfahren?

Thank you

Vielen Dank