



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Destinace Tábořsko na trhu cestovního ruchu

Vypracoval: Petra Burianová
Vedoucí práce: Ing. Petr Štumpf

České Budějovice 2014

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Petra BURIANOVÁ**
Osobní číslo: **E10258**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Destinace Táborsko na trhu cestovního ruchu**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

Cíl práce:

Zhodnocení primární a sekundární nabídky destinace na základě situační analýzy, identifikace konkurenčních destinací a určení pozice na trhu cestovního ruchu. Na základě analýzy silných a slabých stránek destinace identifikovat konkurenční výhodu a navrhnout způsob jejího prosazování.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek
2. Analýza současného stavu
3. Příprava a realizace vlastního výzkumu
4. Syntéza výsledků a poznatků
5. Návrh opatření na základě zjištěných poznatků

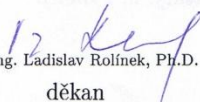
Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metodika. 4. Analytická část. 5. Syntéza výsledků a poznatků. 6. Návrhová část. 7. Závěr. 8. Přehled použité literatury. 9. Přílohy.

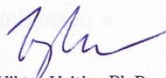
Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**
Seznam odborné literatury:

Hesková, M. a kol. Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vydání. Praha: Fortuna, 2011.
Horner, S., Swarbrooke, J. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada Publishing, 2003.
Jakubíková, D. Marketing v cestovním ruchu. Praha: Grada Publishing, 2009.
Kirářová, A. Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopres, 2003.
Palatková, M. Marketingová strategie destinace ČR: jak získat více příjmů z ČR. Praha: Grada Publishing, 2006.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Štumpf**
Katedra obchodu a cestovního ruchu
Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2012**
Termín odevzdání bakalářské práce: **16. dubna 2013**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

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


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2012

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci na téma „Destinace Tábořsko na trhu cestovního ruchu“ jsem vypracoval/a samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích dne

.....

Petra Burianová

PODĚKOVÁNÍ

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucímu bakalářské práce panu Ing. Petru Štumpfovi za cenné rady, připomínky a jeho odbornou pomoc. Dále bych chtěla poděkovat paní Ing. Janě Lorencové za poskytnuté informace a materiály potřebné k této bakalářské práci.

OBSAH

1. Úvod	3
1.1 Cíl práce	3
1.2 Pracovní hypotézy.....	3
2. Přehled řešené problematiky	4
2.1 Cestovní ruch.....	4
2.2 Systém cestovního ruchu.....	5
2.2.1 Subjekt cestovního ruchu.....	6
2.2.2 Objekt cestovního ruchu	7
2.3 Typologie cestovního ruchu	7
2.3.1 Druhy cestovního ruchu.....	7
2.3.2 Formy cestovního ruchu	9
2.4 Trh cestovního ruchu	14
2.4.1 Poptávka na trhu cestovního ruchu.....	15
2.4.2 Nabídka na trhu cestovního ruchu	16
2.5 Destinace cestovního ruchu	17
2.5.1 Typologie destinace	17
2.5.2 Destinační management a marketing.....	18
2.5.3 Konkurenceschopnost destinace cestovního ruchu	22
3. Metodika	24
4. Řešení a výsledky	26
4.1 Vymezení destinace Tábořsko.....	26
4.2 Primární nabídka destinace cestovního ruchu	28
4.2.1 Přírodní potenciál	28
4.2.2 Kulturně – historický potenciál	31
4.2.3 Kulturně – společenské akce.....	37

4.3 Sekundární nabídka destinace cestovního ruchu	40
4.3.1 Suprastruktura cestovního ruchu	40
4.3.2 Infrastruktura cestovního ruchu	43
4.3.3 Všeobecná infrastruktura cestovního ruchu	46
4.4 Analýza konkurenčních destinací	47
4.5 Dotazníkové šetření.....	53
4.6 Vyhodnocení řízeného rozhovoru.....	64
4.7 Syntéza výsledků, poznatků a vyhodnocení hypotéz.....	65
4.7.1 Syntéza výsledků, poznatků.....	65
4.7.2 Vyhodnocení hypotéz	67
4.8 Návrhová část	69
5. Závěr	79
I. Summary a keywords.....	80
II. Seznam použitých zdrojů	82
III. Seznam obrázků, tabulek a grafů	87
IV. Seznam příloh	90
V. Přílohy.....	91

1. Úvod

Cestovní ruch je díky svému významu a vývoji úzce spojen s rozvojem regionu, můžeme ho tedy považovat za dynamicky se rozvíjející odvětví. Jako nezbytný předpoklad pro rozvoj cestovního ruchu musí být i dostatečně rozvinutá infrastruktura cestovního ruchu. Účastníci cestovního ruchu cestují za návštěvou kulturních památek, kulturních akcí, za sportovními aktivitami či jen za poznáváním přírody. Pro různé destinace má cestovní ruch samozřejmě své výhody i nevýhody. V podobě výhod zcela jistě ekonomický přínos, ale na druhé straně, v podobě nevýhod, se jedná o zatěžování životního i socio-kulturního prostředí.

Táborsko má širokou a různorodou nabídku atraktivit. Nabízí množství kulturně-historických památek, ale i řadu akcí a událostí. Na své si přijdou i turisté, kteří cestují za krásnou přírodou. Táborsko hlavně vyniká svou historií, proto jsou důležitou kulturní akcí například Táborská setkání, která se konají každoročně a přibližují právě specifickou historii Táborska spojenou především s dobou husitskou.

1. 1 Cíl práce

Cílem práce je zhodnocení primární a sekundární nabídky destinace na základě situační analýzy, identifikace konkurenčních destinací a určení pozice na trhu cestovního ruchu. Na základě analýzy silných a slabých stránek destinace identifikovat konkurenční výhodu a navrhnout způsob jejího prosazování.

1.2 Pracovní hypotézy

H1: Destinace Táborsko je na trhu cestovního ruchu vnímána jako kulturní destinace.

H2: Nejčastějším důvodem návštěvy destinace Táborsko jsou sportovně-rekreační aktivity.

H3: Destinace Táborsko je vnímána spíše jako tradiční než moderní.

2. Přehled řešené problematiky

2.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím. (Hesková a kol., 2011, s. 7).

Podle Kiráľové (2003, s. 9) je cestovní ruch jedním z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa. Má vliv na zaměstnanost, na tvorbu hrubého domácího produktu, vytváření devizových rezerv státu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek a zvyšuje všeobecnou vzdělanostní úroveň obyvatelstva.

S cílem sjednotit názory na definování předmětu cestovního ruchu z hlediska statistiky organizovala Světová organizace cestovního ruchu WTO (dnes UNWTO) v roce 1991 v kanadském městě Ottawa mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu. Definuje tak cestovní ruch jako „činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště), a to na dobu kratší, než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ (Hesková a kol., 2011, s. 9)

Orieška (2010, s. 7) uvádí, že účastí na cestovním ruchu dochází k uspokojování různých potřeb souvisejících s cestováním a pobytem mimo místo trvalého bydliště, obvykle ve volném čase, za účelem získání komplexního zážitku podmíněného odpočinkem, poznáváním, společenskými kontakty, zdravím, rozptýlením a zábavou, kulturním nebo sportovním vyžitím.

Obecně se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Mnozí lidé nepovažují cestovní ruch za samostatné odvětví, ale za činnost, která je výsledkem služeb jiných odvětví, jako jsou ubytování, stravování a doprava. (Horner a Swarbrooke, 2003, s. 53)

Definovat cestovní ruch se ale autoři snažili již začátkem minulého století. V nejstarších dostupných pracích se autoři snažili zejména o odlišení cestovního ruchu

od širšího pojmu cestování. Například Hermann von Schullard poukázal na ekonomické aspekty cestovního ruchu. Cestovní ruch považoval za soubor operací zejména ekonomického charakteru, které se přímo vztahují na vstup, pobyt a pohyb cizinců vně i uvnitř určité země, města nebo regionu.

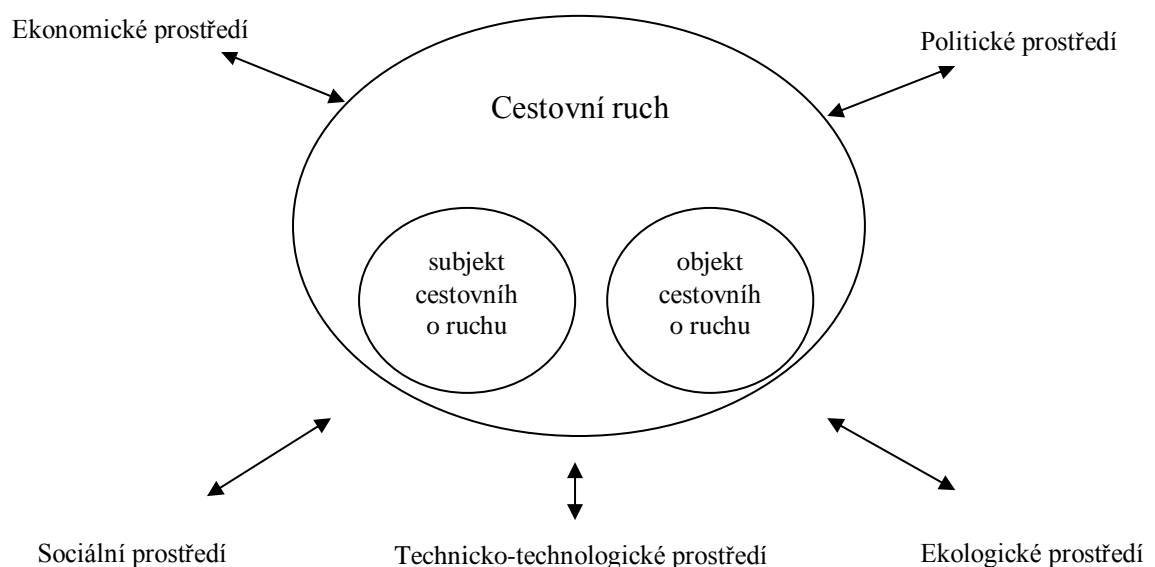
Významnými autory v procesu zkoumání cestovního ruchu byli představitelé tzv. švýcarské školy W. Hunziker a K. Krapf. Cestovní ruch definovali jako „soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti“. (Hesková a kol., 2006, s. 10)

Maximální délka pobytu činí u mezinárodního turismu jeden rok, u domácího turismu šest měsíců. Výdělečná činnost v navštíveném místě nesmí být založena na trvalém či přechodném pracovním poměru. (Palatková, 2011, s. 11).

2.2 Systém cestovního ruchu

Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystémy, a to **subjekt cestovního ruchu** a **objekt cestovního ruchu** včetně vzájemných vazeb. (Hesková a kol. 2011, s. 10)

Obrázek 1: Cestovní ruch jako systém



Zdroj: Hesková a kol. 2011 podle C. Kaspara, 1995

2.2.1 Subjekt cestovního ruchu

Hesková a kol. (2011, s. 11) uvádí, že subjekt cestovního ruchu reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu.

Z hlediska statistiky je účastníkem cestovního ruchu cestující označený jako návštěvník, turista nebo výletník. Ve struktuře cestujících má své místo i stálý obyvatel jako potenciální účastník domácího nebo zahraničního cestovního ruchu.

Stálý obyvatel (rezident) v *domácím cestovním ruchu* je osoba, která žije alespoň šest po sobě následujících měsíců v jiném místě před příchodem do jiného místa na kratší dobu než šest měsíců. V *zahraničním cestovním ruchu* je to osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příchodem do jiné země na kratší dobu než jeden rok.

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

Turista je osoba, která v domácím, resp. zahraničním cestovním ruchu splňuje kritéria návštěvníka. Účast turisty je spojena minimálně s jedním přenocováním. Podle délky pobytu se rozlišuje na turistu na dovolené a na krátkodobě pobývajícího turistu.

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

Jak ale uvádí Horner a Swarbrooke (2003, s. 65), stejně důležité je pochopit, jak turisté vnímají sami sebe, ne jenom to, že se turisté rozdělují do určitých kategorií. Marketing podle nich znamená pracovat s obrazem, který turisté mají sami o sobě. Odlišují proto od sebe turistu a turistu – průzkumníka (objevitele). Turista je někdo, kdo si kupuje zájezd jako balíček předem sestavených služeb, zatímco cestovatel je člověk, který si svoji dovolenou plánuje sám zcela nezávisle. Vzniklo tak mínění, že cestovatel je ve srovnání s turistou cosi lepšího. Proto jim pracovníci marketingu prodávají představu, že jejich produkt není balíček, ale naopak jde o „volný program“ pro nezávisle se rozhodující cestovatele. Zákazník tak kupuje představu o sobě samém, která je jeho přáním, nikoliv realitu.

2.2.2 Objekt cestovního ruchu

Objektem cestovního ruchu je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je tak nositelem nabídky. Tvoří ho cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu. (Hesková a kol. 2011, s. 13)

Cílové místo představuje středisko cestovního ruchu, region nebo stát jako cestovní cíl. Označuje se také jako destinace cestovního ruchu. Musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, který se označuje jako primární nabídka. Ta umožňuje naplnit cíle účasti na cestovním ruchu. Prostředkem k dosažení tohoto cíle je různorodá infrastrukturní vybavenost čili sekundární nabídka. Jde o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat, stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity typické pro cestovní ruch. (Hesková a kol. 2011, s. 13)

2.3 Typologie cestovního ruchu

Specifikovat cestovní ruch jen ve všeobecné rovině by bylo nedostačující z důvodu, že v každodenní praxi se projevuje v různých druzích a formách, které se neustále vyvíjejí a obohacují v závislosti na poptávce účastníků cestovního ruchu a technicko-technologických možnostech nabídky. (Hesková a kol., 2011, s. 19)

2.3.1 Druhy cestovního ruchu

Hesková a kol. (2011, s. 19) uvádí, že o druzích hovoříme tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě.

Podle Foreta (2008, s. 9) může být druhů cestovního ruchu v závislosti na zvolených kritériích celá řada. Podle místa pobytu se bude jednat o *domácí* či *zahraniční*, případně podle délky rozlišujeme *krátkodobý pobyt* od *dlouhodobého*. Podle způsobu organizace se může jednat o *skupinový* nebo *individuální*, podle dostupnosti o *volný* nebo *vázaný*. Za základní kritérium lze považovat klasifikaci podle účelu (motivů, cílů).

Jak ale uvádí Indrová (2007, s. 17), v konkrétní praxi však dochází k prolínání obou těchto hledisek a navíc není mezi autory odborných publikací zcela jednota v tom, co je považováno za druh a co za formu cestovního ruchu. Např. česká a slovenská odborná literatura uplatňuje opačná hlediska než např. švýcarská a rakouská literatura.

Členění druhů cestovního ruchu podle Heskové a kol. (2011, s. 20):

- ✓ **Rekreační cestovní ruch** je druh cestovního ruchu, pro který je charakteristický pasivní, ale i aktivní odpočinek ve vhodném přírodním prostředí s cílem obnovy fyzických a psychických sil. Jeho součástí je tematický cestovní ruch zaměřený na uspokojování specifických odborných a rekreačních potřeb. Má individuální i organizované formy. Patří sem např. technické památky a zajímavosti nebo tematické parky.
- ✓ **Sportovní cestovní ruch** je charakteristický pobytem ve vhodném přírodním prostředí, avšak s aktivním vykonáváním různých sportovních činností, které obvykle předpokládají určitou fyzickou kondici. Jde např. o turistiku, cykloturistiku, v létě koupání, v zimě lyžování atd.
- ✓ **Dobrodružný cestovní ruch** je součástí sportovního cestovního ruchu jako výsledek touhy po neznámém, po objevování, s cílem zažít nějaké dobrodružství s jistou mírou kontrolovaného rizika. Jde o touhu člověka změnit každodenní způsob života, např. noční putování a adrenalinové sporty.
- ✓ **Myslivecký a rybářský cestovní ruch** má však více charakter sportovního, částečně rekreačního cestovního ruchu. Jeho účastníci jsou motivováni možnostmi lovu zvěře a ptáků, chytáním ryb nebo s potápěním.
- ✓ **Kulturní cestovní ruch** umožňuje uspokojování duchovních potřeb lidí, kteří jsou motivováni možnostmi poznávání kulturního dědictví, kultury a způsobu života rezidentů, možnostmi zábavy a rozptýlení. Má podobu návštěv muzeí, galerií, výstav apod.
- ✓ **Náboženský, resp. poutní cestovní ruch** je součástí kulturního cestovního ruchu, spojený s tradicemi světových náboženství. Jeho nejčastějším projevem jsou poutě na poutní místa. Poutním místem může být město, obec, osada nebo krajinný prvek (Fatima, Jeruzalém, Vatikán atd.).

- ✓ **Lázeňský cestovní ruch** představuje zdravotně-preventivní a léčebné činnosti pod odborným zdravotnickým dohledem ve volném čase. Jeho rozvoj je podmíněný existencí přírodních léčivých zdrojů, které ovlivňují zaměření lázeňské léčby.
- ✓ **Zdravotní cestovní ruch** je reakcí na růst zdravotního uvědomění lidí a jejich snahy preventivně ovlivňovat své zdraví před negativními důsledky vysokého životního tempa a současného způsobu života. Patří sem wellness a fitness.
- ✓ Předmětem **kongresového cestovního ruchu** je nejčastěji organizování kongresů, konferencí, symposií, seminářů, výstav a veletrhů. Zahrnuje soubor činností spojených s cestováním a pobytem v kongresovém místě, zaměřený na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností.
- ✓ **Obchodní cestovní ruch** je souhrn aktivit cestujících spojených s profesí (povoláním) uskutečňujících se mimo místo trvalého bydliště. Společně s kongresovým cestovním ruchem jsou součástí profesního, resp. profesionálně orientovaného cestovního ruchu.
- ✓ **Stimulační cestovní ruch** označuje cestování s cílem stimulovat zaměstnance k vyšší motivaci pracovního výkonu. Slouží na posílení sociálních vazeb mezi zaměstnanci firmy. Účast na stimulačním cestovním ruchu je odměnou, takže zvyšuje motivaci pracovníků k výkonu.

2.3.2 Formy cestovního ruchu

Hesková a kol. (2011, s. 19) uvádí, že o formách cestovního ruchu mluvíme, když jako základ posuzování cestovního ruchu vezmeme různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší.

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

Typologie forem cestovního ruchu využívá podle Heskové a kol. (2011, s. 25) více klasifikačních kritérií:

1) Z geografického hlediska

- ✓ **domácí cestovní ruch** představuje cestování a pobyt domácího obyvatelstva ve vlastní zemi
- ✓ **zahraniční cestovní ruch** je spojený s cestováním a pobytem rezidentů v zahraničí
 - **aktivní cestovní ruch** – jde o příchod zahraničních návštěvníků do cílové země (příjezdový cestovní ruch – incoming)
 - **pasivní cestovní ruch** – jde o cestování rezidentů do cílové země (výjezdový cestovní ruch – outgoing)
- ✓ **mezinárodní cestovní ruch** tvoří aktivní a pasivní zahraniční cestovní ruch několika států nebo regionů
 - s pojmem mezinárodní cestovní ruch se váže i pojem světový cestovní ruch a cestovní ruch světa
 - **světový cestovní ruch** = souhrn aktivního a pasivního zahraničního cestovního ruchu všech zemí světa
 - **cestovní ruch světa** = souhrn domácího a zahraničního cestovního ruchu všech států světa

Odvozenými formami jsou:

- ✓ **vnitřní cestovní ruch**, který zahrnuje domácí cestovní ruch a aktivní zahraniční cestovní ruch
- ✓ **národní cestovní ruch**, kterým rozumíme domácí cestovní ruch a pasivní zahraniční cestovní ruch
- ✓ **regionální cestovní ruch**, který zahrnuje cestovní ruch regionů a států jako cestovních cílů

2) Podle počtu účastníků

- ✓ **individuální cestovní ruch** je založený na individuálním cestování a samostatném organizování pobytu jednotlivcem nebo malou skupinou lidí – např. chatová rekreace
- ✓ ve **skupinovém cestovním ruchu** účastníci cestují v organizovaných skupinách a využívají z toho vyplývající výhody, jako např. slevu při přepravě

- ✓ **masový cestovní ruch** je hromadný cestovní ruch, jehož charakteristické znaky jsou: málo času, rychlé dopravní prostředky, pevný program řízený zvenku, importovaný životní styl, pamětihodnosti, je pohodlný a pasivní, žádné cizí jazyky, nákupy, suvenýry
- ✓ **ekologický cestovní ruch** může být individuální, rodinný nebo cestování s přáteli se znaky: hodně času, přiměřeně pomalé dopravní prostředky, spontánní rozhodnutí řízené zevnitř, zážitky, namáhavý a aktivní, učení se cizím jazykům, fotografování, vzpomínky

3) Podle způsobu organizování

- ✓ **individuální cestování**
- ✓ **organizované cestování** je hlavním předmětem činnosti profesionálních organizátorů cest, kterými jsou cestovní kanceláře
 - výsledkem činnosti organizátora jsou zájezdy (pobyty), které mají pevné body programu
 - **klubový cestovní ruch** je součástí organizovaného cestování, účastníci pobývají v klubových zařízeních

4) Podle věku účastníků

- ✓ **cestovní ruch dětí** je určený dětem ve věku do 15 let bez účasti rodičů - dětský tábor, škola v přírodě
- ✓ **mládežnický cestovní ruch** je spojen s cestováním mladých lidí ve věku 15 až 25 let, kteří již nejsou děti, ale ještě nejsou začleněni do určité sociálně-ekonomické skupiny - kolektivní akce, turistika
- ✓ **rodinný cestovní ruch** je určený zejména mladým rodinám ve věku 25 až 44 let a žijí jako manželské páry s dětmi
- ✓ účastníky **seniorského cestovního ruchu** jsou senioři v tzv. třetím věku, mají dostatek volného času a dostatečný kupní fond

5) Podle délky účasti

- ✓ **výletní cestovní ruch** je spojený s pobytem mimo místo trvalého bydliště kratším než jeden den bez přenocování, s různou motivací a různým typem dopravního prostředku
- ✓ **krátkodobý cestovní ruch** nepřesahuje dvě až tři přenocování, za účelem odpočinku, poznávání, také se může označovat jako víkendový cestovní ruch
- ✓ **dlouhodobý cestovní ruch** má přiměřenou délku pobytu přesahující tři až čtyři přenocování

6) Podle převažujícího místa pobytu

- ✓ **městský cestovní ruch** je každá forma pobytu návštěvníků v městě bez ohledu na přenocování
- ✓ **příměstský cestovní ruch** se rozvíjí v extravilánu měst a sídelních aglomeracích, ve kterých se nacházejí vhodné podmínky pro jeho rozvoj, realizuje se obvykle na jeden až dva dny
- ✓ **venkovský cestovní ruch** zahrnuje soubor činností spojených s cestováním a pobytem lidí ve venkovském prostředí a obvykle jde o činnost spojenou s návratem k přírodě
 - jeho součástí je **agroturistika** a **ekoagroturistika**
- ✓ **horský a vysokohorský cestovní ruch** představuje soubor činností spojených s pobytem ve vhodném přírodním prostředí horských a vysokohorských středisek cestovního ruchu
- ✓ **přímořský cestovní ruch** se koncentruje do přímořských letovisek, ve kterých se účastníci věnují sportovně-rekreačním aktivitám

7) Podle ročního období

- ✓ **sezonní cestovní ruch**
- ✓ **mimosezonní cestovní ruch**
- ✓ **celoroční cestovní ruch**

8) Podle používaného dopravního prostředku

- ✓ **motorizovaný cestovní ruch** je spojený s využitím přepravy motorovými prostředky
- ✓ **karavaning** je formou motorizovaného cestovního ruchu a produktem rozvoje automobilismu v minulém století
- ✓ **železniční cestovní ruch** je spojený s cestováním po železnici, lůžkovým nebo lehátkovým vagonem
- ✓ **letecký cestovní ruch** je forma cestovního ruchu organizačně zabezpečovaná cestovní kanceláří leteckého dopravce
- ✓ **lodní cestovní ruch** je spojen s cestováním a pobytem na říční a mořské lodi nebo jachtě

9) Podle dynamiky

- ✓ **pobytový cestovní ruch** je formou cestovního ruchu, kdy účastníci pobývají více dnů na jednom místě a věnují se určitým aktivitám
- ✓ **putovní cestovní ruch** je spojený s cestováním zpravidla organizované skupiny účastníků po určité trase, podle předem vypracovaného programu s určitým poznávacím cílem

10) Podle sociologického hlediska

- ✓ **návštěvy příbuzných a známých** se uskutečňují v tuzemsku i do zahraničí
- ✓ **sociální cestovní ruch** je forma cestovního ruchu, kde všechny nebo část nákladů cestovního ruchu hradí stát, zaměstnavatel apod. a v případě úhrady plné výše nákladů z prostředků účastníků jde o komerční cestovní ruch
- ✓ **etnický cestovní ruch** zahrnuje cestování s motivem návštěvy původní vlasti návštěvníků (např. rodičů) nebo návštěvy zajímavých národností s cílem seznámit se a poznat jejich zvyky a způsob života, který se označuje i jako etnografický cestovní ruch

2.4 Trh cestovního ruchu

Podle Heskové a kol. (2011, s. 60) trh cestovního ruchu tvoří podniky cestovního ruchu různých velikostí od globálních společností po malé podnikatelské organizace místního významu. Národní trhy zahrnují tři typy cestovního ruchu: trh směřující dovnitř, trh směřující ven a domácí trh. Trh cestovního ruchu se skládá z celé řady společně působících organizací: prodejci zájezdů a cestovní kanceláře; dopravní společnosti; komerční ubytovací zařízení; stravovací zařízení; návštěvnické atraktivita; zábavní parky.

Dále také uvádí, že trh cestovního ruchu se velmi dynamicky mění a působí na něj řada objektivních i subjektivních faktorů, jako např. politické a společenské změny, právní úpravy, vývoj ekonomiky a ekonomická situace různých společenských skupin, demografická struktura populace a mnoho dalších.

Trh z marketingového pohledu představuje určitý prostor; soubor všech stávajících a potenciálních kupujících určitého produktu (výrobku, služby, myšlenky, místa aj.). (Jakubíková, 2009, s. 54)

Podle Jakubíkové (2009, s. 54) je zvláštností trhu cestovního ruchu to, že se na něm uskutečňuje prodej zboží i prodej služeb. Jedna část prodeje se realizuje na trhu cestovního ruchu a nabízejí ji specializované podniky cestovního ruchu (CK, CA, hotely) a druhá část prodeje je předmětem realizace trhu jako celku (obchody, banky, pojišťovny).

Subjekty trhu cestovního ruchu:

- prodávající
- kupující
- mezičlánky (prostředníci a zprostředkovatelé)

Objekty trhu cestovního ruchu:

- služby
- zboží
- volné statky (přírodní místa)

2.4.1 Poptávka na trhu cestovního ruchu

Poptávka po cestovním ruchu představuje ochotu účastníků cestovního ruchu zaměnit určité množství produktů cestovního ruchu za určité množství peněz, tj. zakoupit tyto produkty za peníze. Trh cestovního ruchu se spojuje s jevem označovaným jako *cenová elasticita*. Výzkumné studie ukazují, že zákazníci spojují vyšší ceny s vyšší kvalitou služeb a zařízení. (Hesková a kol., 2011, s. 61)

Podle Malé (1999, s. 64) poptávku v cestovním ruchu chápeme jako projev potřeb účastníka cestovního ruchu podložený koupěschopností. Zahrnuje v sobě *motiv účasti, požadavky na služby a zboží a požadavky na prostředí a místo*. Nositelem poptávky je účastník cestovního ruchu, který se ho účastní v zájmu reprodukce svých fyzických a duševních sil a za účelem uspokojení svých potřeb v oblasti rekreace, poznání a styku s lidmi.

Goeldner a Ritchie (2009, s. 366) uvádí, že poptávka je silně ovlivněna a omezena nabídkou. Pokud se při posuzování poptávky nebudou brát v úvahu aspekty nabídky, mohou být předpovídající vedeni k mylnému předpokladu, že v určité oblasti by měla být zvýšena nabídka, aby pokryla poptávku. Ve skutečnosti je ale potřeba více zvýšit nabídku jinde.

Existuje několik metod, jak změřit aktuální poptávku:

- příjezdy návštěvníků
- počet dnů nebo přenocování
- množství vynaložených peněz

S poptávkou také velmi souvisí *motivační a determinující faktory*. Podle Horner a Swarbrooke (2003, s. 64) jsou motivační faktory takové, které vedou lidi k potřebě rekreace nebo dovolené. Lze je rozdělit na řadu kategorií, např. fyzické, emocionální, kulturní, postavení, osobní, osobní rozvoj. Determinující faktory jsou dvojího druhu. Jednak ty, které určují, zda zákazník bude nebo nebude moci jet na dovolenou a druhý typ určuje, jaké typy výletů bude moci podniknout za předpokladu, že bude moci jet na dovolenou. Patří mezi ně disponibilní část příjmů zákazníka, jeho pracovní a rodinné závazky a množství volného času.

2.4.2 Nabídka na trhu cestovního ruchu

Nabídka v cestovním ruchu je reprezentována souhrnem všech komponentů nutných k realizaci účasti na cestovním ruchu a k naplnění očekávaných efektů. Předmětem nabídky jsou objekty cestovního ruchu, představované souhrnem atraktivit, služeb, hmotných statků a užitečných efektů, které jsou v určitém místě a čase k dispozici pro uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu. (Malá, 1999, s. 45)

Dle Foreta a Foretové (2001, s. 20) nabídku silně ovlivňuje také rozvoj a využívání techniky a technologií (internet a informační a rezervační systémy).

Podle Jakubíkové (2009, s. 55) je nabídka v cestovním ruchu členěna do dvou okruhů, přičemž:

- ✓ **primární nabídku** představuje především rekreační prostor, který je vymezen přírodními i uměle vytvořenými podmínkami;
- ✓ **sekundární nabídku** zabezpečuje uspokojení sekundárních potřeb klientů. Tvoří ji turistická suprastruktura, infrastruktura a všeobecná infrastruktura.

Dále Malá (1999, s. 45) uvádí, že nabídku v cestovním ruchu tvoří dvě základní součásti:

- atraktivita cílových míst cestovního ruchu
- vybavenost míst zařízeními cestovního ruchu

Nabídka v cestovním ruchu má oproti nabídce zboží a služeb některá specifika, jako např. různorodost a mnohostrannost nabídky, má vysokou míru komplexnosti, vyžaduje vzájemnou spolupráci a propojenost s podnikatelskými subjekty, má relativně malou pružnost, má sezónní charakter, dominantní postavení mají služby (ty ale nelze produkovat do zásoby), je vysoce pohotová k výkonům a je podmíněna lidským faktorem. Podnikatelské subjekty ale musí respektovat, že nelze podnikat kdekoliv, je nutno znát okolní prostředí, znát a sledovat vnější vlivy a respektovat sezónnost. (Malá, 1999, s. 51)

Goeldner a Ritchie (2009, s. 335) rozděluje nabídku cestovního ruchu do čtyř kategorií:

- ✓ **Přírodní zdroje a životní prostředí**, kde jsou základními prvky ovzduší a podnebí, flóra, fauna, pláže a přírodní krásy
- ✓ **Zastavěné prostředí**, základními prvky jsou *infrastruktura* regionu, která zahrnuje vodovody, plynovody, komunikační systémy a *suprastruktura*,

která zahrnuje letiště, silnice, železnice, autobusové a vlakové zastávky, resorty, hotely, restaurace a nákupní centra

- ✓ **Provozní úseky** – doprava – aerolinie, výletní plavby a taxislužby a dále ubytování a stravování
- ✓ **Pohostinnost a kulturní zdroje** – kultura, jazyk, zvyky a náboženství

2.5 Destinace cestovního ruchu

Destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací. (Királ'ová, 2003, s. 17)

Palatková (2006, s. 16) definuje destinace jako svazek různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivity) místa nebo oblasti.

Destinace jsou definovány jako regionální, mezinárodně konkurenceschopné, strategicky řízené jednotky nabídky na mezinárodním trhu. Destinace nabízejí klientovi odpovídající produkt a uspokojují jeho očekávání. Destinace se snaží o perfektní a kvalitní organizace celého řetězce služeb. (Palatková, 2011, s. 11)

Podle Jakubíkové (2009, s. 37) lze za destinaci cestovního ruchu pokládat:

- jeden komplexní produkt, který je složen z mnoha produktů
- kolektivního výrobce

Lidé vnímají destinaci jako celek. Vnímají krajinu, prostředí, nabízené služby a jejich kvalitu, kulturní, sportovní a rekreační možnosti, bezpečnost, čistotu, vstřícnost místních obyvatel a jazykovou vybavenost lidí, se kterými se během pobytu setkávají.

Podle UNWTO je destinace cestovního ruchu geografický prostor (stát, region, místo), který si návštěvník vybírá jako cíl své cesty.

2.5.1 Typologie destinace

Typologie destinace je proces vymezování typů destinací cestovního ruchu podle kritérií vybraných podle účelu typologizace. Jde o vymezování podle převažujícího

a nejtypičtějšího typu atraktivity cestovního ruchu v dané destinaci. (Hesková a kol., 2011, s. 141)

Podle Királové (2003, s. 16) je destinaci možné typologizovat podle různých kritérií, nejčastěji se ale používá nejtypičtější atraktivita primární a sekundární nabídky. Dále také uvádí, že podle D. Buhalise můžeme destinace typologizovat podle hlavní atraktivity, kterou nabízejí na *městský, přímořský, horský, venkovský, autentický třetí svět, jedinečný, exotický a exkluzivní* typ.

2.5.2 Destinační management a marketing

Destinační management a marketing představuje soubor činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategické plánování, různé formy spolupráce na úrovni mikroregionů a regionů, využívání podpůrných fondů. (Hesková a kol., 2011, s. 140)

Destinační management

Managementem destinací je označován proces vytváření a řízení silných, tržně orientovaných a systémově řízených jednotek – destinací. Je také souborem řídicích opatření a nástrojů, které jsou využívány pro oblasti plánování, organizování, promotion a rozhodovací procesy. (Hesková a kol., 2006, s. 155)

Managementem destinace rozumíme soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci za účelem dosažení jeho udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu. Součástí managementu destinace je návštěvnický management, model limitů přijatelné změny a spektrum rekreačních příležitostí. (Királová, 2003, s. 22)

Management destinace je „strategie a cesta pro silné regiony, které mají odvalu ke koncentraci sil pro společný rozvoj, organizaci a aktivní prodej svých klíčových konkurenčních výhod. Touto cestou vznikají destinace, nabízející klientovi perfektně zorganizovaný řetězec služeb odpovídající jeho volbě, který zahrnuje celý proces od informace a pohodlnou rezervaci přes bezchybný průběh pobytu až po návrat domů.“ (Palatková, 2006, s. 23)

Destinační marketing

Podstata marketingu destinace tkví v orientaci všech zainteresovaných subjektů na uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace za účelem dosažení zisku. (Kiráľová, 2003, s. 28)

Palatková (2006, s. 23) uvádí, že marketing destinace stojí na pěti stavebních prvcích:

- 1) filozofie orientace na zákazníka
- 2) analytické postupy a koncepty nutné k rozvíjení filozofie
- 3) techniky sběru dat
- 4) plánovací funkce a okruh strategických rozhodnutí
- 5) organizační struktura nutná pro uskutečnění plánu

Marketing destinace představuje významný nástroj pronikání destinací na mezinárodní i domácí trh turismu na regionální, lokální i národní úrovni. Propojuje v sobě *strategickou, taktickou a administrativní rovinu*. (Palatková, 2006, s. 76)

Strategický marketing destinace

Strategický marketing destinace vychází z vize destinace a je postaven na zkoumání životního cyklu produktu destinace, na identifikaci tržních příležitostí, na segmentaci a na zkoumání motivace. Významnou část strategického marketingu představují umístování, strategie značky a image destinace. (Palatková, 2006, s. 88)

Taktický marketing destinace

Tvorba marketingového mixu destinace

Marketingový mix zahrnuje ve své původní podobě čtyři základní složky – *produkt, cenu, místo, propagaci*. Dnes lze však při zachování původní čtyřsložkové struktury v marketingu destinací vysledovat některé verze doplnění klasického marketingového mixu o několik dalších „P“ např. podle Kotlera a Morrisona: *politika* (politics), *veřejné mínění* (public opinion), *programování* (programming), *tvorba paketů* (packaging), *lidé* (people), *partnerství* (partnership). (Palatková, 2006, s. 133)

Middleton (2001, s. 87) rozšířil základní marketingový mix rovněž o tři další „P“ – *lidé* (people), *fyzické charakteristiky* (physical evidence) a *proces* (process), označující

interakci při poskytování služeb klientovi. Fyzický moment představuje hmatatelné stránky produktu cestovního ruchu. Proces označuje samotné poskytnutí služby a začlenění zákazníka a poskytovatele.

Lautenborn vytýká výše uvedenému systému marketingového mixu podle „P“, že se dívá na trh z hlediska prodávajícího, a ne z hlediska kupujícího, a navrhuje nový mix složený ze čtyř „C“, *hodnota z hlediska zákazníka (customer value)*, *náklady pro zákazníka (cost to the customer)*, *pohodlí (convenience)* a *komunikace (communication)*.

Všechny kroky strategického i taktického marketingu jsou v destinaci podřízeny jednotné vizi, event. „poslání“. Vize znamená formulaci budoucích možností, přání a snů, resp. žádoucí obraz destinace za určitou dobu, který musí být sledován všemi subjekty destinace. (Palatková, 2006, s. 133)

Administrativní marketing destinace

Podle Kotlera znamená administrativní marketing schopnost vypracovávat a realizovat správné marketingové plány. Veškeré strategické a taktické zásady je třeba integrovat v marketingovém plánu, který může marketingová organizace efektivně splnit.

Marketingový plán by měl zahrnovat klíčové závěry, současnou marketingovou situaci, příležitosti a hrozby, cíle a problémy, marketingové strategie, programy činnosti, rozpočty a kontrolní mechanismy. (Kotler, 2007, s. 108)

Marketingové plány destinace vymezují: *kde se nachází destinace teď; jak se tam dostala; kam se chce destinace dostat v budoucnu; jak to provést.* (Palatková, 2006, s. 173)

Marketingový výzkum je funkce, jež propojuje spotřebitele, zákazníky a veřejnost s firmou pomocí informací, které jsou používány pro identifikaci a definici marketingových příležitostí a problémů, vytváření, zlepšení a hodnocení marketingových aktivit, monitoring marketingového výkonu a lepší porozumění marketingovému procesu. Proces marketingového výzkumu zahrnuje čtyři kroky: *definování problému a stanovení cílů výzkumu, vytvoření plánu výzkumu, implementace plánu, interpretace a sdělení zjištění.* (Kotler, 2007, s. 406)

Jakubíková (2009, s. 38) uvádí, že marketing destinace cestovního ruchu je proces sladování zdrojů destinace s potřebami trhu a obsahuje analýzu místa plánování, organizování, řízení a kontrolu strategií na vymezení lokalit a také směřuje hlavně k silným stránkám konkurenční pozice současných míst v mezinárodním souboji o atraktivní cílové skupiny.

Nositeli marketingu destinace cestovního ruchu mohou být:

- místní samospráva, vyšší územní celek
- státní správa (vláda, ministerstvo)
- firma orientovaná na rozvoj území (soukromá, veřejná, veřejně-soukromá)
- odborníci (urbanisté, národohospodáři, geografové, marketéři)
- mimovládní organizace, resp. jednotlivci (nadace, fondy, zájmové skupiny, politické strany)

(Jakubíková, 2009, s. 38)

Cíle marketingu destinací bývají komplikovanější, než u ostatních typů marketingu, v souvislosti s faktem, že jej provádějí spíše orgány veřejného sektoru než soukromé společnosti. Orgány veřejného sektoru jej provádějí z řady důvodů, převážně ne jako vlastní cíl, ale jako prostředek k dosažení určitých cílů, jako např. zlepšit pověst oblasti, přilákat investory, rozšířit počet a vybavení zařízení, které následně mohou využívat i místní občané a mnoho dalších. (Horner a Swarbrooke, 2003, s. 290)

Organizace provádějící marketing destinací obvykle nevlastní ani nekontrolují převážnou většinu prvků produktu destinace, přesto se ale musí snažit prodávat je jako soudržný celek. Dále také většinou propagují produkty, nad kterými nemají žádnou přímou kontrolu. Navíc destinace nejsou jednotlivými samostatnými produkty, ale skládají se z řady komponentů, kterými jsou například:

- ubytovací zařízení
- restaurace
- bary
- divadla, kina a noční kluby
- dopravní systémy, např. taxi, metro, autobusy
- přírodní útvary, např. pláže, útesy

- atraktivita vytvořené člověkem, např. katedrály, zábavní parky a muzea
- výlety k blízkým atraktivitám
- sportovní střediska a zařízení pro využití volného času
- speciální události atd.

(Horner a Swarbrooke, 2003, s. 291)

2.5.3 Konkurenceschopnost destinace cestovního ruchu

Jak uvádí Novacká (2010, s. 25), i když je ve smyslu Porterovy teorie možné konkurenceschopnost vnímat jako fenomén podniků, v cestovním ruchu je možné konkurenceschopnost posuzovat i z aspektu destinace. Důvodem je skutečnost, že produkt v cestovním ruchu tvoří soubor služeb v určitém prostředí s cílem uspokojit potřeby účastníka cestovního ruchu. Prostor se tak stává neoddělitelnou součástí produktu cestovního ruchu. Destinace vystupuje v cestovním ruchu jako produkt.

Konkurenceschopnost destinace cestovního ruchu a její nabídka závisí na schopnosti prezentovat na veřejnosti pravdivost, důvěryhodnost, výjimečnost, popularitu a akceptovatelnost. (Novacká, 2013, s. 27)

Autoři J. R. Ritchie a G. I. Crouch (2003, s. 63) ve svém modelu konkurenceschopnosti destinace cestovního ruchu identifikují 36 faktorů, které kombinují do těchto skupin:

- jádrové zdroje a atraktivita (příroda, kultura a zážitky)
- podpůrné faktory a zdroje (infrastruktura, suprastruktura, pohostinnost)
- politika destinace, plánování a rozvoj (typy a úrovně destinací, vize rozvoje destinace)
- destinační management (úroveň organizace destinačního managementu, management informací a výzkumu, péče o zdroje)
- determinanty růstu (parametry destinace, bezpečnost, cenová úroveň, image destinace)
- audit destinace (filozofie a charakter destinačního auditu, diagnostikování destinace)

Konkurenční výhoda spočívá hlavně v:

- koordinovaném managementu udržitelného rozvoje cestovního ruchu na celostátní, regionální a lokální úrovni
- perfektní infrastruktuře a suprastruktuře cestovního ruchu
- kvalifikované pracovní síle
- vstřícnosti domácího obyvatelstva k turistům
- ekonomické, environmentální, společenské a sociální zodpovědnosti subjektů, kterena trhu cestovního ruchu působí

(Novacká, 2013, s. 27)

To, co dělá turistickou destinaci skutečně konkurenceschopnou, je její schopnost zvýšit výdaje na cestovní ruch, stále více upoutávat návštěvníky a zároveň jim poskytnout uspokojení a nezapomenutelné zážitky. To vše při udržení ziskovosti, za současného zvýšení blahobytu obyvatel destinace a zachování přírodního kapitálu v destinaci pro budoucí generace. (Ritchie a Crouch, 2003, s. 2)

3. Metodika

Přehled řešené problematiky byl vypracován na základě poznatků ze studia odborné literatury, která se zaměřovala na cestovní ruch.

Mezi sekundární zdroje dat pro analýzu současné situace destinace Táborsko patřily především internetové stránky města Tábor, odborná literatura, statistická data z internetových stránek Českého statistického úřadu, strategické materiály a další internetové stránky, které se zabývají cestovním ruchem v destinaci Táborsko.

Primární data byla získána formou dotazníkového šetření. Dotazování probíhalo formou osobního dotazování v období od července do poloviny září 2013. Metoda osobního dotazování umožnila pokládat doplňující otázky. Cílem šetření bylo především zjištění vnímání destinace Táborsko na trhu cestovního ruchu z pohledu návštěvníků i obyvatel, za jakým účelem návštěvníci destinaci navštívili a dalších souvisejících informací. Dalším cílem bylo srovnání vnímání s konkurenčními destinacemi, které byly z geografického hlediska identifikovány jako nejbližší konkurenti destinace Táborsko. Jsou jimi Českobudějovicko, Písecko a Jindřichohradecko.

Dotazování předcházelo sestavení dotazníku, který je součástí přílohy, a jeho pilotáž. Respondenti byli osloveni náhodně, především na náměstí v Táboře, v blízkosti informačního centra a ubytovacích zařízení. Dotazníky byly také ponechány v kavárnách na náměstí a hlavní třídě vedoucí k náměstí. K dispozici bylo celkem 180 dotazníků, z toho bylo použito pro další zpracování 143 dotazníků. Dotazník, který obsahoval celkem 19 otázek (otázky otevřené, uzavřené i polozavřené), byl vyhotoven ve dvou cizojazyčných verzích, v anglické a německé. Údaje z dotazníků byly zpracovány pomocí programu Microsoft Office Excel.

Další důležitou částí analýzy byl řízený rozhovor, který se uskutečnil s Ing. Janou Lorencovou, vedoucí Odboru kultury a cestovního ruchu v Táboře. Část otázek byla shodná s otázkami v dotazníku.

Z výsledků dotazníkového šetření, analýzy současného stavu a odpovědí Ing. Lorencové byla vypracována syntéza nejdůležitějších závěrů, potvrzeny nebo vyvráceny hypotézy a navržena opatření, která by mohla přispět ke zlepšení a rozvoji cestovního ruchu v destinaci Táborsko a současně také ke zvýšení konkurenceschopnosti destinace

Táborsko na trhu cestovního ruchu. V závěru práce jsou vyhodnoceny výsledky celé bakalářské práce.

4. Řešení a výsledky

4.1 Vymezení destinace Tábořsko

Destinaci Tábořsko lze vymezit z různých pohledů. V této práci bude destinace Tábořsko chápána jako oblast vymezená na základě spolupracujících subjektů v rámci Svazku obcí mikroregionu Tábořsko. V práci se dále bude pracovat s pojmem destinace Tábořsko nebo Tábořsko ve smyslu tohoto svazku. Pro potřeby dalšího vymezení můžeme uvažovat také okres Tábor, především z hlediska dostupnosti statistik a dalších údajů, které jsou na této úrovni sledovány Českým statistickým úřadem.

Destinace Tábořsko je tvořena 4 městy a 9 obcemi. Jeho centrem je tábořská aglomerace skládající se z měst Tábor, Sezimovo Ústí a Planá nad Lužnicí. Dále sem patří město Chýnov a obce Drhovice, Nasavrky, Nová Ves u Chýnova, Opařany, Radenín, Radimovice u Želče, Svrabov, Turovec a Vlčeves. (Oficiální informační systém města Tábora [online], 21. 2. 2014)

Okres Tábor se rozkládá v severní části Jihočeského kraje. Vedle okresů vlastního kraje (Písek, České Budějovice a Jindřichův Hradec) sousedí na západě s krajem Vysočina (okres Pelhřimov) a na severu se Středočeským krajem (okresy Benešov a Příbram). Svou rozlohou 1 326 km² se okres řadí na páté místo v kraji. (Český statistický úřad [online], 21. 2. 2014)

V okrese Tábor se nachází 9 měst, jsou to Bechyně, Chýnov, Jistebnice, Mladá Vožice, Planá nad Lužnicí, Sezimovo Ústí, Soběslav, Tábor a Veselí nad Lužnicí. Celkem se zde nachází 110 měst a obcí.

Mezi ostatní příměstské části patří Hlinice, Čelkovice, Čekanice, Měšice, Zárubničná Lhota, Zahrádka, Všechnov, Smyslov, Horky, Klokoty, Náchod, Větrovy, Stoklasná Lhota a Záluží. (Města a obce [online], 21. 2. 2014)

Nadmořská výška se v okrese Tábor pohybuje od 354 m v jižní části, kam ještě zasahuje Třeboňská pánev, do 724 m na severu v oblasti Mladovožicka a Jistebnicka. (Český statistický úřad [online], 21. 2. 2014)

Město Tábor leží na severním okraji jižních Čech na rozhraní Třeboňské pánve a Vlašimské vrchoviny, 83 km jižně od hlavního města Prahy, 60 km severně od Českých Budějovic. Dnes je druhým největším jihočeským městem s více než 36 tisíci obyvateli a stalo se významným dopravním, hospodářským a kulturním

centrem regionu. Současný Tábor je moderní město, které se zejména v posledních letech dynamicky rozvíjí. (Oficiální web města Tábor [online], 21. 2. 2014)

Soběslav je město, kde v současné době žije necelých 7300 obyvatel. Leží na soutoku Lužnice a Černovického potoka v malebné jihočeské krajině 20 km jižně od Tábora. Soběslav je turisticky atraktivní množstvím kulturních památek, krásnou přírodou a je také přirozeným centrem pro své okolí. (Oficiální internetové stránky město Soběslav [online], 21. 2. 2014)

Veselí nad Lužnicí s 6,6 tisíci obyvatel leží v Třeboňské pánvi na soutoku řek Lužnice a Nežárky v nadmořské výšce okolo 410 metrů. Je důležitou železniční a silniční křižovatkou. (Oficiální web města Veselí nad Lužnicí [online], 21. 2. 2014)

Obrázek 2: Vymezení okresu Tábor



Zdroj: Města a obce [online], 22. 2. 2014

4.2 Primární nabídka destinace cestovního ruchu

4.2.1 Přírodní potenciál

Geografie

Táborsko je jedním z jihočeských regionů, kde doposud zůstala zachována působivá přírodní a historická scenérie. Převážnou část zde zaujímá Táborská pahorkatina a Třeboňská pánev. Celé oblasti vévodí řeka Lužnice. Táborská pahorkatina dosahuje nejvyšších výšek přes 700 m n. m. a její lesy jsou převážně smíšené a smrkové. V oblasti Třeboňské pánve je vybudována soustava rybníků a kanálů, lesy jsou zde nivní a je zde spousta rašelinišť. Nadmořská výška se pohybuje okolo 430 - 530 m n. m. Zbytek tvoří kulturní krajina - pole, louky, komunikace a osídlené oblasti. Rozloha táborského regionu je 1 300 km². Nejvyšší bod města Tábora – Žižkovo náměstí – leží v nadmořské výšce 450 m n. m. (Oficiální web města Tábor [online], 22. 2. 2014)

Vodstvo

Osou regionu je řeka **Lužnice**, která si zachovává svůj původní ráz. Na Táborsko přitéká od jihu, postupně protéká městy Veselím nad Lužnicí, Soběslaví, Planou nad Lužnicí, Sezimovým Ústím, Táborem, Bechyní a po více než 150kilometrové pouti jižními Čechami se vlévá u Týna nad Vltavou do řeky Vltavy. Největším přítokem Lužnice je **Nežárka**, která se do ní vlévá ve Veselí nad Lužnicí. Oba toky jsou atraktivními vodáckými řekami. Okolí Mladé Vožice je součástí povodí **Blanice**, která tu pramení a vlévá se do Sázavy. Nacházejí se zde rovněž četné rybníky, z nichž mnohé poskytují rekreační možnosti - **Horusický** jižně od Veselí nad Lužnicí (třetí největší v ČR), **Knížecí** u Zárybniční Lhoty, **Rytíř** mezi obcemi Svince a Hlavatce, **Sudoměřický** nedaleko Sudoměřic u Tábora a **Kozák** v Pojbukách. K rekreaci i jako zdroj pitné vody pro Tábor slouží nejstarší údolní přehradní nádrž v Čechách **Jordán**, která byla zbudována roku 1492 přehrazením tehdejšího Jordánského potoka. (Kol. autorů - Vítejte na Táborsku, 2006)

Podnebí

Území patří po většinu roku k chladnějším oblastem kraje, především v invazních polohách při Lužnici od Veselí nad Lužnicí k Táboru. Na Táborsku je rovněž nejvíce zamračených dnů v roce a nízký počet hodin trvání slunečního svitu. Nejmenší

průměrné roční srážky jsou v okolí Bechyně a v kotlině při řece Lužnici mezi Soběslaví a Planou nad Lužnicí. (Český statistický úřad [online], 22. 2. 2014)

Podnebí Táborska je přechodného střeoevropského typu, kde se střídavě uplatňují vlivy oceánu na západě a vlivy kontinentálního podnebí z východu, takže počasí má značně proměnlivý průběh. Podle klimatické klasifikace ČR patří toto území do mírně vlhké a teplé oblasti, záleží ovšem i na nadmořské výšce. Průměrné roční teploty zde dosahují 8°C. V zimních měsících, při dobrých sněhových podmínkách (15 – 30 cm sněhu), poskytuje Táborsko výborné podmínky pro běžecké lyžování. (Oficiální web města Tábor [online], 22. 2. 2014)

Přírodní památky

K přírodovědným zajímavostem regionu zajisté patří i **městské parky** v Táboře – zvláště Holečkovy sady ve svahu nad údolím Tismenického potoka, park Pod Kotnovem či park na Husově náměstí. V Táboře v blízkosti Střední zemědělské školy, která je i jejím zřizovatelem, se nachází **botanická zahrada**. Jde o druhou nejstarší botanickou zahradu v českých zemích, byla založena v roce 1866, na svém nynějším místě je od roku 1904. Její celková rozloha je 2,5 ha a tvoří ji arboretum, skleníky a zcela unikátní hospodářský systém. Od roku 2000 nese společně s budovou školy označení kulturní památka. Na prohlídku zahrady je možné předem objednat průvodce a doba prohlídky trvá 45 – 60 minut.

Tabulka 1: Otevírací doba a vstupné v Botanické zahradě

Botanická zahrada při VOŠ a SZEŠ v Táboře	
Otevírací doba	
říjen – březen (pracovní dny)	7 – 16
duben - září	7 – 16:30
červenec – srpen (víkendy)	10 – 17
Vstupné do skleníků	(do areálu botanické zahrady zdarma)
Děti do 6 let	Zdarma
Děti 6 – 15 let	10 Kč
Studenti (v rámci školní výpravy)	10 Kč
ZTP	10 Kč
Dospělí (od 15 let)	20 Kč
Průvodce	150 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle Botanické zahrady při VOŠ a SZEŠ v Táboře

Ve stráni na pravém břehu Lužnice se nachází **Granátová skála**. Je tvořena horninou migmatit, která vznikla průnikem magmatu do rulového materiálu. Vyskytují se v ní červené až hnědé granáty, největší z nich dosahují téměř velikosti vlašského ořechu, bohužel v dosahu pěšiny okolo skály jsou patrné pouze jamky po odstraněných zrnech granátu.

Za zmínku stojí také **příměstský les Pintovka**, který leží na levém břehu Lužnice a je ideálním místem pro procházky, houbaření a rekreační sporty a dále úsek mezi Tábořem a zříceninou hradu Příběnice vede **Harrachova cesta**. Byla vybudována na sklonku 19. století. Při putování turisté míjí několik bývalých mlýnů, dnes většinou obklopených chatovými osadami.

Chýnovská jeskyně, která leží asi 3 km severovýchodně od Chýnova, je nejstarší zpřístupněnou jeskyní v České republice. Je zcela unikátní nevídanou barevností stěn a fantastickou modelací jeskynních prostor. Členitost složitého labyrintu chodeb umocňuje množství tvarů, vznikajících chemickým rozpouštěním mramoru. Jeskyně byla objevena roku 1863. Po celkové rekonstrukci v roce 2006 je turisticky přístupno cca 300 metrů chodeb a návštěvníci se dostanou až k hladině podzemního toku v hloubce 51 metrů. Pro svou jedinečnost byla vyhlášena národní přírodní památkou. (Kol. autorů - Vítejte na Táborsku, 2006)

Doba prohlídky trvá cca 40 minut a délka prohlídkové trasy je 260 metrů.

Tabulka 2: Otevírací doba a vstupné v Chýnovské jeskyni

Chýnovská jeskyně	
Otevírací doba	
listopad - březen	zavřeno
duben – červen, září (úterý – neděle)	9 – 16
červenec – srpen (úterý – neděle)	9 - 17
říjen (úterý – neděle)	10, 12, 14
státní svátky	9 - 16
Vstupné*	
Plné	90 Kč
Zlevněné**	50 Kč
Senioři 65+	70 Kč
Foto a video	40 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle Správy jeskyní České republiky

***Volný vstup:** děti do 6 let - vyjma hromadných skupin; průvodce osoby ZTP/P; osoby ZTP ve věku od 6 do 15 let s výjimkou hromadných skupin; členové České nebo Slovenské speleologické společnosti po předložení členského průkazu; členové Českého svazu ochránců přírody mladší 15ti let nebo po předložení průkazu Mladého ochránce přírody; zaměstnanci správ jeskyní sdružených v ISCA

****Zlevněné vstupné:** děti ve věku od 6 do 15 let; osoby ZTP a ZTP/P starší 15 let; studenti do 26 let po předložení dokladu o studiu; členové Českého svazu ochránců přírody po předložení členského průkazu (Správa jeskyní České republiky [online], 22. 2. 2014)

4.2.2 Kulturně – historický potenciál

Tábor je jihočeské město se slavnou historií a množstvím architektonických památek i přírodních krás. Je neodmyslitelně spojeno s husitským hnutím a jeho velkými osobnostmi – zejména Janem Žižkou z Trocnova, spoluzakladatelem husitského Tábora. (Oficiální web města Tábor [online], 24. 2. 2014)

Minulost města Tábor je snad nejvíce ze všech českých měst svázána s husitskou tradicí, v 2. polovině 13. století zde vznikl hrad Hradiště, který se později začal nazývat Kotnov. Roku 1420 Jan Žižka z Trocnova v blízkosti hradu založil opevněné sídliště, předchůdce dnešního města. Koncem 15. a v 16. století se Tábor začal rychleji rozvíjet, získal charakter skutečného města a začaly se stavět renesanční kamenné domy. Nejdůležitější historické památky se nacházejí na území Starého Města, většinu najdeme na Žižkově náměstí nebo v jeho blízkém okolí.

Jedním z největších českých vojevůdců středověku byl **Jan Žižka**, který se roku 1370 narodil ve vsi Trocnov. Velkou část života strávil v různých evropských zemích jako žoldněř, roku 1412 vstoupil do služby na pražském královském dvoře. Odpor místních katolíků jej donutil hledat nové útočiště a tak došlo k založení města Tábora v roce 1420. Byl také strážcem „čisté víry“ a podílel se na mýcení sekt v Táboře a upalování kacířů. Zemřel v roce 1424 při vojenském tažení nedaleko Přibyslavi.

Významným českým reformátorem katolické církve byl **Mistr Jan Hus**. Jeho učení a mučednická smrt měly velký vliv na vznik reformního hnutí, které přerostlo v husitské války. Narodil se v Husinci u Prachatic, ale většinu života prožil v Praze na Karlově univerzitě, kde studoval i přednášel. Mezi hlavní body jeho postoje patřilo např. **zbavení**

církve pozemkového majetku či *zrušení prodeje odpustků*. Římská církev poté vyhlásila zákaz církevních obřadů a úkonů, proto se Jan Hus odebral na venkov, žil např. na *Kozím hrádku v Sezimově Ústí*, kde psal a kázal místním obyvatelům. Představitelé koncilu v čele se Zikmundem Lucemburským ovšem o jeho kázání nestáli a žádali, aby své učení a názory odvolal. Jan Hus tak neučinil a v *červenci roku 1415 byl upálen*.

Ve výzdobě tábořských **měšťanských domů** se mísí různé stavební slohy - pozdní gotika s renesancí, barokem i rokokem. Pod většinou měšťanských domů byly na počátku 16. století vyhloubeny sklepy, které byly postupně propojeny, a vznikl tak spletitý labyrint chodeb. Za zmínku stojí Ctiborův dům č. p. 6, Škochův dům č. p. 22, Kostnický dům a Stárkův dům.

Na Žižkově náměstí se nachází renesanční **kašna**, dílo mistra Ondřeje ze Sušice, vytvořená v letech 1567-1568. Dále také pískovcový **pomník Jana Žižky z Trocnova** z roku 1884. Na západní straně náměstí stojí **radnice** s mohutnou věží, jedna z nejvýznamnějších památek české pozdní gotiky, která vznikla kolem roku 1521. Je také národní kulturní památkou. V prostorech radnice je umístěno **Husitské muzeum**, v přízemí se nachází vstup do sítě **podzemních chodeb**, jejichž část je od roku 1947 zpřístupněna veřejnosti. Tato propojená sklepení vznikala pod jednotlivými domy a sloužila k uskladnění potravin a majetku a jako úkryt před nepřítelem nebo požáry. Sklepení byla vyhloubena ve dvou až třech patrech a sahala až 15 metrů pod dnešní povrch. (Podhorský, 2003, s. 44)

Tabulka 3: Otevírací doba a vstupné v Husitském muzeu v Táboře

Husitské muzeum v Táboře			
	Expozice Husité	Gotický sál	Středověké podzemí
Otevírací doba			
duben – září (pondělí – neděle)	9 – 17	9 – 17	9 - 17
říjen – březen (středa – sobota)	9 – 17	9 - 17	9 -17
říjen – březen (neděle – úterý)	zavřeno	zavřeno	zavřeno
Vstupné*			
Základní	60 Kč	20 Kč	50 Kč
Zlevněné**	40 Kč	10 Kč	30 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle Husitského muzea v Táboře

***Volný vstup:** děti do 6 let; pedagogický doprovod (1 os. na min. 10 dětí); držitelé průkazů AMG, NPÚ, ICOMOS, Zváz múzeí na Slovensku

****Zlevněné vstupné:** žákům základních škol všech typů; studentům středních a vysokých škol po předložení dokladu o studiu; seniorům nad 65 let; držitelům průkazu ZTP nebo ZTP/P (též průvodci); držitelům průkazů ISIC, ITIC, EUROBEDS, Zelená karta ČSOP; po předložení dokladu ČD Bonus Jihočeský spolu s platnou jízdenkou; po předložení průkazky Fondu ohrožených dětí (Husitské muzeum v Táboře [online], 24. 2. 2014)

Dominantou náměstí je děkanský **kostel Proměnění Páně na hoře Tábor**, postavený na místě původního dřevěného kostela. Věž kostela je vysoká 84 metrů, má 250 schodů a je přístupná veřejnosti. Před kostelem se nachází 3 sochy, **barokní Pieta, socha sv. Donáta a sv. Floriána**. Na náměstí Mikuláše z Husí se nachází **Augustiniánský klášter a kostel Narození Panny Marie**. (Podhorský, 2003, s. 44)

Tabulka 4: Otevírací doba a vstupné na vyhlídkové věži

Vyhlídková věž kostela Proměnění Páně na hoře Tábor	
Otevírací doba	
květen - srpen (pondělí – neděle)	10 - 17
září – říjen (sobota – neděle)	10 – 17 (podle počasí po tel. domluvě)
Vstupné	
Dospělí	30 Kč
Studenti s průkazem	25 Kč
Důchodci	25 Kč
Děti 5 – 15 let	10 Kč
ZTP	10 Kč
Děti do 5 let	zdarma

Zdroj: Vlastní zpracování dle Oficiálního webu města Tábor

V Pražské ulici najdeme několik zajímavých historických budov, například unikátní ukázkou vlámské renesance, **Divadlo Oskara Nedbala**, pocházející z roku 1887. Jeho zvláštností jsou dvě postranní hlediště pravoúhle připojená k hledišti hlavnímu. Jméno dostalo podle slavného rodáka Oskara Nedbala (1874-1930). Významný hudební skladatel, dirigent a virtuóz, člen slavného Českého kvarteta vystudoval v Táboře gymnázium a rád na město svých dětských a studentských let vzpomínal.

V jihozápadní části Starého Města se nachází **hrad Kotnov**, nejstarší městská památka. V 17. století byl hrad přestavěn na pivovar. Z původních čtyř věží se dochovala už jenom jedna, 25 metrů vysoká věž je dnes přístupná jako vyhlídková a vede na ni 155 schodů. K věži přiléhá **Bechyňská brána**, jediná z dochovaných městských bran. Hrad spolu s bránou je národní kulturní památka. (Kol. autorů - Vítejte na Táborsku, 2006)

Tabulka 5: Otevírací doba a vstupné na vyhlídkové věži Kotnov

Vyhlídková věž Kotnov	
Otevírací doba	
květen – září (pondělí – neděle)	9 - 17
listopad – březen	zavřeno
Vstupné	
Základní	20 Kč
Zlevněné*	10 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle Husitského muzea v Táboře

*Pro zlevněné vstupné platí stejné podmínky jako v Husitském muzeu v Táboře.

Pod hradbami jsou **Holečkovy sady**, které vedou až k **Housovu mlýnu**, v němž se nachází **Skanzen husitského válečnictví a středověkého způsobu života**. Každý rok se zde konají divadelní představení, středověké trhy, rytířská klání a bitvy husitů s křížáky.

Západně od města se v místní části Klokoty nachází **klášter a poutní kostel Panny Marie** pocházející z let 1701 až 1730. V interiéru kostela se nachází hlavní oltář vyrobený ze zlaceného stříbra a socha madony. Dominantou celého klášterního komplexu jsou četné barokní bání, které kryjí boční prostory kostela a kaple ambity. Kostel s ambity, kaplí a křížovou cestou je jednou z nejcennějších barokních památek v Čechách.

Na jižní konec Tábora navazuje město **Sezimovo Ústí**, které se skládá ze dvou částí. Město nemá příliš historických památek, za zmínku stojí např. empírový **kostel Povýšení sv. Kříže**. (Kol. autorů - Vítejte na Táborsku, 2006)

Další zajímavá stavba jevila **prezidenta Edvarda Beneše** stojící uprostřed rozlehlého přírodního parku, v jehož dolní části se nachází prezidentův hrob. Nachází se v ní expozice s originálním filmovým programem, která je věnována státnickému dílu

a demokratickému odkazu druhého československého prezidenta. Filmy zpracovávají životopis a etapy politického a společenského působení dr. Edvarda Beneše. (Husitské muzeum v Táboře [online], 24. 2. 2014)

Tabulka 6: Otevírací doba a vstupné na Památník Dr. E. Beneše

Památník Dr. E. Beneše	
Otevírací doba	
květen – srpen (úterý – neděle)	10– 12, 12:30 – 17
květen – srpen (pondělí)	zavřeno
září (úterý – neděle)	10 – 12, 12:30 – 15
září (pondělí)	zavřeno
Vstupné	
Základní	40 Kč
Zlevněné*	20 Kč
Rodinné	100 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle Husitského muzea v Táboře

*Pro zlevněné vstupné platí stejné podmínky jako v Husitském muzeu v Táboře.

Při silnici vedoucí z Tábora do Soběslavi leží **Planá nad Lužnicí**, jehož nejstarší historickou památkou je původně gotický **kostel sv. Václava** z roku 1357.

Na náměstí v **Soběslavi** se nacházejí dvě gotické církevní stavby – **děkanský kostel sv. Petra a Pavla** a nedaleko něho **kostel sv. Víta**. Z městských domů na náměstí vyniká **Rožmberský dům**, v němž se nachází **Muzeum přírody Táborska**.

Ve **Veselí nad Lužnicí** na návrší nad silnicí stojí **kostel Povýšení sv. Kříže**. Dominantami náměstí jsou **radnice** a **muzeum**, budovy z 16. - 17. století.

Historie lázeňského města **Bechyně** sahá až do 10. století. Historická část města se rozkládá v okolí rozlehlého **náměstí T. G. Masaryka**, na jehož západní straně stojí děkanský **kostel sv. Matěje** pocházející z přelomu 13. a 14. století. Najdeme zde i **kostel Nanebevzetí Panny Marie**, k němuž patří **kaple Ukřižování Páně a Bolestné Panny Marie**. Dlouhou tradici má i bechyňské lázeňství. (Kol. autorů - Vítejte na Táborsku, 2006)

Hrady a zámky na Táborsku:

Hrad Borotín – první písemná zpráva k hradu je zachována z roku 1356, hrad byl vypleněn za třicetileté války a následně zpustl. Hrad je soukromým majetkem, je tam

ale možné přespávat za symbolický poplatek 10 Kč na osobu a noc. (Hrady.cz [online], 24. 2. 2014)

Hrad Dobronice – byl postaven na začátku 14. století severně od Bechyně, po zrušení řádu jezuitů, kteří ho užívali, byl opuštěn a zanikl. Zřícenina je v letních měsících přístupná, vybírá se vstupné dospělí 20 Kč a studenti a důchodci 10 Kč. U jezu pod hradem se navíc se dá koupat. (Hrady.cz [online], 24. 2. 2014)

Zřícenina Kozí hrádek – je známý hlavně jako místo pobytu Mistra Jana Husa v letech 1412 – 1414, do dnešního dne se zachovaly zbytky obytné věže a opevnění, zřícenina je vyhlášena jako národní kulturní památka. (Podhorský, 2003, s. 50)

Lze jej navštívit pěšky, na kole i automobilem. Společně s blízkou lesní restaurací nabízí areál Kozího hrádku dostatečné zázemí pro pohodlnou turistickou zastávku a odpočinek, ale i pro konání mnoha kulturních a společenských akcí. Otevřeno je od května do září mimo pondělí od 10 do 16:30 hodin. (Kozí hrádek [online], 24. 2. 2014)

Zřícenina hradu Choustník – východně od hradu se rozkládá přírodní rezervace Choustník ochraňující skalní město, kamenné moře a balvanovité sutě. (Podhorský, 2003, s. 50)

Tabulka 7: Otevírací doba a vstupné na hrad Choustník

Hrad Choustník	
Otevírací doba	
Duben – červen (sobota – neděle)	9 – 17
červenec – srpen (každý den)	9 – 17
Září - říjen (sobota, neděle, svátky)	9 – 17 (říjen 9 – 16)
Vstupné	
Dospělí	25 Kč
Děti	10 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle Oficiálních stránek obce Choustník

Hrady Příběnice a Příběničky – byly vystavěny společně v 1. polovině 13. století, do současnosti se zachovaly základy obytných budov, část osmiboké věže, valy, příkopy a opevnění. Dnes jsou zříceniny volně přístupné.

Hrad Šelmberk – nachází se nedaleko Mladé Vožice, byl postaven ve 14. století a v průběhu 17. století hrad zpustl. Otevírací doba hradu je duben – říjen, každou sobotu, neděli a ve svátky do 10 do 17 hodin. Vstupné do areálu včetně hradní věže: dospělí 20 Kč a děti 10 Kč. (Centrum Šelmberk [online], 24. 2. 2014)

Zámek Chotoviny – zámek nechal mezi lety 1770-1780 vystavět kardinál Migazzi. Poté zámek koupil rod Nádherných, který ho vlastnil do roku 1945. V roce 1945 byl zámek zkonfiskován a byla v něm umístěna škola. Po roce 1997 jej v restituci opět získal rod Nádherných. Škola budovu opustila a poté zde proběhla rozsáhlá rekonstrukce objektu. Objekt není běžně přístupný veřejnosti. (Atlas Česka [online], 24. 2. 2014)

4.2.3 Kulturně – společenské akce

Destinace Tábořsko je rovněž pověstná pestrou kulturní nabídkou. Lidé si mohou vybírat z programů divadel, kulturních domů, kin a řady galerií. V letní sezoně jsou navíc velmi oblíbené akce pod širým nebem. Nejčastěji jsou zaměřené na historii a odehrávají se v autentických prostředích, ať už v hradních zříceninách, nebo přímo v historických centrech měst.

Nejvíce návštěvníků každoročně přilákají **Táborská setkání**. Jsou to třídní městské slavnosti, vycházející z husitské tradice Tábora, které se pořádají od roku 1992. Pravidelně v polovině září ožívá historické centrum města atmosférou středověku. Za rachotu bubnů a svitu pochodní městem prochází kostýmovaný průvod v čele s Janem Žižkou. Uličky a náměstí ožívají dobovými tržišti a ukázkami starých řemesel. Nechybí ani zahraniční soubory a hosté z partnerských měst. I děti si přijdou na své, je pro ně připraven dětský ráj. (Kol. autorů - Vítejte na Tábořsku, 2006)

Tabulka 8: Návštěvnost Táborských setkání v letech 2008 - 2013

Návštěvnost Táborských setkání						
rok	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Počet návštěvníků	23 140	22 275	20 443	19 071	17 427	15 726

Zdroj: Odbor kultury a cestovního ruchu v Táboře

Další kulturní akce:

Reprezentační slavnosti piva a minerálních vod – pětidenní společenská akce pro širokou veřejnost s největší účastí českých pivovarů v odborné soutěži o „Českou pivní pečeť“ a účast zahraničních výrobců piva a soutěž minerálních vod o „Zlatý český

pramen“. Letošního ročníku soutěže o Zlatou pivní pečeť se zúčastnilo rekordních 154 pivovarů. (Slavnosti piva Tábor [online], 25. 2. 2014)

Husitské dny v Táboře - celý program se odehrává na přírodní scéně pod hradbami města v historickém areálu Housova mlýna. Je určen zejména žákům základních škol a rodinám s dětmi. Jeho první část je koncipována jako divadelní hra o životě Mistra Jana Husa, ve druhé části následují zábavné ukázky ze středověkého života, hry a soutěže, ve kterých si děti mohou prakticky a přitažlivou formou ověřit vědomosti získané při výuce dějepisu.

Táborské kulturní léto - po celé léto se návštěvníci mohou těšit na promenádní koncerty, divadelní představení pro děti, mezinárodní **jazzový festival Bohemia Jazz Fest**, pojízdný **kinematograf bratří Čadíků**, festival pouličního divadla, varhanní koncerty, Táborská rocková mapa, Jordánská bludička – loučení s prázdninami, výstavy a další doprovodné akce.

Táborské Vánoce – rozsvícení vánočního stromu, adventní koncerty, programy pro děti, mikulášská jízda historickým elektrickým vlakem, na náměstí se koná Staročeský vánoční trh.

Pravidelné výstavy – konají se v Galerii U Radnice, Galerie Vodárenská věž a Galerie 140

- **Velikonoční výstava** – tradiční velikonoční výrobky a pečivo lidových umělců, dobový nábytek, výšivky, malovaná vejce apod.
- **Vánoční výstava betlémů** – betlémy, dobový nábytek, vánoční ozdoby, cukroví, perníčky apod. (Oficiální web města Tábor [online], 25. 2. 2014)

Tabulka 9: Otevírací doba a vstupné v galeriích

	Galerie 140	Galerie U Radnice
Otevírací doba		
Pondělí - pátek	9 – 12, 13 - 17	9 – 12, 13 – 17
Sobota, neděle, svátky	13 - 17	13 - 17
Vstupné		
Dospělí	20 Kč	20 Kč
Děti 6 – 15 let	10 Kč	10 Kč
Studenti do 26 let	10 Kč	10 Kč
Senioři a ZTP	10 Kč	10 Kč
Děti do 6 let a ZTP/P	zdarma	zdarma

Zdroj: Vlastní zpracování dle Odboru kultury a cestovního ruchu v Táboře

Tabulka 10: Návštěvnost výstav v letech 2008 - 2013

Návštěvnost výstav			
rok	Galerie U Radnice	Vodárenská věž	Galerie 140
2008	6 839	x	x
2009	5 218	x	x
2010	10 243	1 778	x
2011	8 315	1 844	x
2012	5 467	1 690	1 737
2013	2 735	1 098	6 788

x = nebyly konány výstavy

Zdroj: Odbor kultury a cestovního ruchu v Táboře

Hudební festivaly:

Mighty Sounds – třídní festival se koná na Letišti Čápův dvůr v Táboře a soustředí se především na punk a punkrock, rock'n'roll, reggae apod. Mighty Sounds má každoročně návštěvnost okolo 10 tisíc lidí. (Mighty Sounds [online], 25. 2. 2014)

Planet festival – přejmenován z dřívějšího Love Planet, ale byl zrušen kvůli klesající návštěvnosti, byla jen okolo sedmi tisíc návštěvníků. Místo něj se na areál Čápovala přestěhoval festival Mighty Sounds.

Další festivaly – Tábořský Jordán koktejl, Festival Pintovka (Tábor), Kubeřova Soběslav, HiltonFest (Sezimovo Ústí), Jazztival Tábor, Jihočeský hudební festival, Tábořská rocková mapa

Sportovní události:

Světový pohár v cyklokrosu, Tábořský triatlon, Soběslavské okruhy, Lesní běh Pintovkou, Mistrovství světa v cyklokrosu (Kol. autorů - Vítejte na Tábořsku, 2006)

4.3 Sekundární nabídka destinace cestovního ruchu

Do sekundární nabídky patří *suprastruktura cestovního ruchu*, kam zahrnujeme stravovací a ubytovací služby; *infrastruktura cestovního ruchu*, do níž patří kulturní zařízení a sportovně-rekreační zařízení; *všeobecná infrastruktura cestovního ruchu*, sem patří dopravní dostupnost.

4.3.1 Suprastruktura cestovního ruchu

Ubytovací zařízení

Tábořsko se nachází v Jihočeském kraji, proto jsou k dispozici pro srovnání i údaje o hromadných ubytovacích zařízeních za celý Jihočeský kraj.

Tabulka 11: Počet hromadných ubytovacích zařízení a počet lůžek v Jihočeském kraji

Jihočeský kraj						
rok	2007	2008	2009	2010	2011	2012
HUZ celkem	1022	984	974	963	982	987
Počet lůžek	53 590	51 381	50 656	49 912	51 725	53 417

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

Z uvedené tabulky vyplývá, že jak počet hromadných ubytovacích zařízení, tak stejně i počet lůžek v Jihočeském kraji v letech 2007 – 2012 postupně klesal, až v roce 2011 počet mírně vzrostl.

Tabulka 12: Počet hromadných ubytovacích zařízení a počet lůžek v okrese Tábor k 31.12. 2012

Táborsko									
rok	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
HUZ celkem	89	85	87	92	87	90	81	107	100
Počet lůžek	5 724	5 647	6 037	6 028	5 827	6 070	5 889	6 674	6 226

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

Z tabulky je patrné, že počet hromadných ubytovacích zařízení v okrese Tábor v letech 2004 – 2012 kolísal, až v roce 2011 byl zaznamenán poměrně vysoký nárůst, ale v roce 2012 počet opět klesl. Podobně na tom byly i počty lůžek.

Ve srovnání s celým Jihočeským krajem zaujímá okres Tábor každoročně kolem 8 – 10% z celkové kapacity HUZ a průměrně 11% v počtu lůžek.

Tabulka 13: Počet hromadných ubytovacích zařízení v okrese Tábor podle kategorie k 5.11.2013

Hromadná ubytovací zařízení	Počet
Hotel *****	0
Hotel ****	3
Hotel ***	13
Hotel **	3
Hotel *	1
Hotel garni	0
Penzion	34
Kemp	13
Chatová osada	9
Turistická ubytovna	7
Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	21
Celkem	104

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

V okrese Tábor se mohou návštěvníci ubytovat v celkem 104 hromadných ubytovacích zařízeních, z toho převládají penziony, ostatní zařízení, tříhvězdičkové

hotely a kempy. Co ovšem okres Tábor návštěvníkům nenabízí, je pětihvězdičkový hotel a hotel garní.

V následující tabulce (č. 14) je vidět, že se počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních až na rok 2006 snižuje. V roce 2011 byl zaznamenán opět nárůst. Údaje za rok 2012 nejsou k dispozici, jsou totiž v tabulce Českého statistického úřadu uvedeny jako důvěrný údaj.

Tabulka 14: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v okrese Tábor

Rok	Počet příjezdů hostů	Z toho rezidenti	Počet přenocování	Z toho rezidenti
2005	100 715	78 035	393 499	338 298
2006	106 430	84 917	386 662	339 816
2007	95 481	77 020	371 314	331 018
2008	88 661	72 829	344 632	310 340
2009	85 068	70 705	313 203	284 019
2010	72 153	59 290	289 755	264 109
2011	87 552	73 187	317 463	290 085

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

Stravovací zařízení

Na Táborsku se nachází velice široká nabídka stravovacích zařízení. Nejvíce jich najdeme v Táboře na Starém městě, ale ani moderní centrum a okolí nejsou pozadu. Jsou zde restaurace s klasickou českou kuchyní, čínské restaurace, dokonce jedna indická a italská. I nabídka piva je v Táboře dostačující, protože zde není žádný pivovar, restaurace nabízejí širokou škálu druhů piv.

Najdeme zde také řadu jídelen, kaváren a cukráren, barů, vináren, pizzerií, rychlých občerstvení a čajovnu.

4.3.2 Infrastruktura cestovního ruchu

Kulturní zařízení

Tábor kromě řady kulturních zařízení nabízí i širokou paletu programů, expozic a výstav pro všechny generace. Zajímavé je např. **Husitské muzeum, vstup do tábořského podzemí** v budově historické radnice na Žižkově náměstí. V prostorách radnice se nachází **druhý největší sálv gotickém slohu** v České republice, ve kterém se pořádají historické programy a významné výstavy. Najdeme zde i **Muzeum Kodet**, které založil malíř Kristian Kodet. Věhlasné jsou několik let i **vánoční a velikonoční výstavy**, které pořádá odbor kultury v prostorách galerie. Za zmínku stojí také výstavní síň a galerie v **Divadle Oskara Nedbala**. I divadlo samo o sobě láká diváky ze širokého okolí, ročně ho navštíví kolem 70 000 návštěvníků. Na své si přijdou i příznivci hudby, nachází se zde i plno **hudebních klubů a diskoték**. Návštěvníci zde mohou navštívit i **kino Svět** v Táboře, **Letní kino** a **kino Spektrum** v Sezimově Ústí a **Kino Dům armády** v Táboře. **Muzeum čokolády a marcipánu** v Táboře na ploše přes 1000 m představí a zmapuje historii čokolády. V **muzeu Lega** najdeme stovky originálních modelů z celého světa z několika miliónů kostiček. Otevírací doba a vstupné je k dispozici v tabulce níže. Děti jistě ocení i **Strašidelné podzemí** v Táboře. (Oficiální web města Tábor [online], 26. 2. 2014)

Tabulka 15: Otevírací doba a vstupné v Muzeu Lega

Muzeum Lega	
Otevírací doba	
září – červen (sobota)	10 - 17
září – červen (neděle)	11 - 16
září – červen (pondělí – pátek)	zavřeno
červenec – srpen (pondělí – neděle)	10 - 18
státní svátky	10 - 17
Vstupné	
Základní	100 Kč
Studenti	80 Kč
Důchodci/ ZTP	80 Kč
Děti do 3 let	zdarma
Děti do 150 cm	70 Kč
Děti nad 150 cm	80 Kč
Rodinné vstupné 2 + 2	310 Kč
Fotografování	25 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle Muzea Lega Tábor

Tabulka 16: Otevírací doba a vstupné v Muzeu čokolády a marcipánu

Muzeum čokolády a marcipánu	
Otevírací doba – každý den včetně všech svátků	
listopad - březen	10 -17
duben, říjen	9 - 17
květen – září	9 - 19
Vstupné	
Základní	130 Kč
Děti 6 – 14 let	90 Kč
Důchodci	100 Kč
ZTP	90 Kč
2 dospělí + 2 děti do 14 let	370 Kč
2 dospělí + 1 dítě	270 Kč
1 dospělý + 2 děti	250 Kč
Děti do 6 let	zdarma
Průvodce (pro min. 5 osob)	300 Kč/skupina nebo 60 Kč/os.
Vstupenka do herny	50 Kč
Degustační minimenu	30 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování dle Muzea čokolády a marcipánu Tábor

Bohatá kulturní nabídka nechybí ani v lázeňském městě Bechyni, kromě prohlídky **renesančního zámku** a bývalého **františkánského kláštera** čeká návštěvníky i expozice moderního umění **Alšovy jihočeské galerie**, jež je věnována keramice.

Autorské výstavy nabízí město Soběslav v interiéru **kostela sv. Marka** nedaleko centra. **Městskou galerií**, jež hostila řadu celebrit výtvarného světa, se může pochlubit Planá nad Lužnicí. (Kol. autorů - Vítejte na Táborsku, 2006)

Sportovně-rekreační zařízení

Táborsko nabízí četná sportoviště, haly, tenisové kurty, fotbalová hřiště, zimní stadiony, fitness a bowlingová centra, kuželny, střelnice, golfová hřiště, krytý bazén a tenisové haly. (Kol. autorů - Vítejte na Táborsku, 2006)

Zimní stadiony

Zimní stadion v Táboře nabízí využití ledové plochy školám, veřejnosti, zájmovým skupinám a to i v nočních hodinách. Novinkou je kluziště s umělým povrchem ve venkovních prostorách areálu zimního stadionu. Sportovcům je zde k dispozici herna pro stolní tenis, posilovna, fitness, speciální obchod se sportovním zbožím, ubytování

hotelového typu a restaurace. Zimní stadiony se nachází i v Soběslavi a ve Veselí nad Lužnicí. (TZMT [online], 26. 2. 2014)

Plavecké stadiony

Celoročně je v Táboře otevřen krytý plavecký bazén, vzdálený 500 m od historického centra. Najdeme v něm vnitřní bazén (25 m), bazén pro děti, vířivka, finská sauna, vodní lůžko, parní komora, masážní a ochlazovací sprchy. Ke kryté části patří i venkovní bazén s tobogánem a brouzdalištěm. Nový venkovní bazén a dětské brouzdaliště nabízí i Bechyně. (Kol. autorů - Vítejte na Táborsku, 2006)

V Soběslavi najdeme nově zrekonstruované městské letní koupaliště. (Koupaliště Soběslav [online], 26. 2. 2014)

Tenisové kurty

Pod Jordánskou hrází má působiště Tenisový klub Tábor, který disponuje šesti antukovými dvorci. U zimního stadionu se nachází krytá vyhřívaná hala s umělým povrchem, která má dva kurty a další čtyři venkovní. V Plané nad Lužnicí stojí krytá hala s jedním kurtem. V městském sportovním areálu v Soběslavi se nachází kurty s umělým povrchem.

Atletické stadiony

Atletický stadion v Táboře má osmidráhový ovál s umělým povrchem jako jediný v jižních Čechách. Jsou zde i nové skokanské a vrhačské sektory a opravené tribuny. Soběslav disponuje lehkootletickým stadionem. (Kol. autorů - Vítejte na Táborsku, 2006)

Odpočinková zóna Komora

Jedná se o sportovní i odpočinkový areál na Sídlišti nad Lužnicí v Táboře. Pro sportovní vyžití je určen cyklistický ovál pro cyklistiku, běh, bruslení dále pak travnaté plochy pro míčové hry, hřiště na plážový volejbal, hřiště na pétanque a v neposlední řadě přírodní posilovna. V areálu je možno využít občerstvení v nově otevřené restauraci Na Komoře. (TZMT [online], 26. 2. 2014)

Cykloturistika

Z Tábora se rozbíhá hustá síť značených cyklotras, jichž je v okolí města více než 400 km. Cyklisté se v regionu setkávají s různým terénem, který nabízí jak rovinnou krajinu v okolí Veselí nad Lužnicí, tak zvlněný terén, a to zejména na Jistebnicku a Mladovožicku. Cyklotrasy vedou převážně po málo frekventovaných silnicích II. a III. třídy, lesních a polních cestách a jsou vybaveny lavičkami, mapami regionu a kolostavy. Tábor protíná i známá dálková cyklotrasa Greenways Praha – Vídeň měřící 456 km. (Kol. autorů - Vítejte na Táborsku, 2006)

Zimní sporty

I přes skutečnost, že Táborsko není hornatá oblast, krajina na Jistebnicku severozápadně od Tábora nabízí podmínky pro zimní sporty, zvláště pro jízdu na běžkách. Pro běžkaře jsou zde k dispozici desítky značených běžeckých stop. Nejvyšším vrcholem je Javorová skála, na jejímž severním svahu se nachází rekreační zařízení Monínek, který nabízí 2 sjezdovky. Další vyhledávaný areál na Táborsku je areál Horní Kouty – Radvánov nedaleko Mladé Vožice se 2 sjezdovkami pro dospělé a 2 pro děti. (Oficiální web města Tábor [online], 26. 2. 2014)

4.3.3 Všeobecná infrastruktura cestovního ruchu

Dopravní dostupnost

Okresem Tábor procházejí důležité komunikace. Je to mezinárodní silnice I/3 E55 ve směru Praha - Tábor - Č. Budějovice - Linec, která se v Táboře kříží se silnicí I/19 ve směru Pelhřimov - Milevsko - Plzeň.

Je zde i několik důležitých železničních uzlů, a to ve směru Praha - Č. Budějovice, Tábor - Písek - Ražice, Veselí nad Lužnicí - Č. Velenice, Tábor - Horní Cerekev a Veselí nad Lužnicí - Horní Cerekev. S železnicí je spojeno i jedno prvenství, když byla v letech 1902- 1903 vystavěna Ing. F. Křižíkem *první elektrická dráha* v Čechách mezi městy *Tábor a Bechyně*.

Co se týká leteckého spojení, mezinárodní letiště v Praze je od Tábora vzdáleno 110 km. (Český statistický úřad [online], 26. 2. 2014)

4.4 Analýza konkurenčních destinací

Destinace Táborsko se nachází v Jihočeském kraji. Proto z geografického hlediska byly zvoleny jako konkurenční destinace další regiony z Jihočeského kraje, a to *Českobudějovicko*, *Písecko* a *Jindřichohradecko*. Tyto tři regiony s Táborskem také bezprostředně sousedí. Zároveň bylo na tyto destinace zaměřeno v dotazníkovém šetření pro porovnání s destinací Táborsko.

Podle Ing. Lorencové, vedoucí odboru kultury a cestovního ruchu v Táboře, jsou okolní destinace svým způsobem konkurenční, protože základní nabídka je obdobná. Jako celek však má Táborsko oproti jiným částem republiky velkou výhodu.

Obrázek 3: Vymezení oblastí Českobudějovicko, Písecko a Jindřichohradecko



Zdroj: Český statistický úřad [online], 28. 2. 2014

Tabulka 17: Konkurenční destinace

	Českobudějovicko	Písecko	Jindřichohradecko
Vymezení oblasti	Sousedí se všemi okresy Jihočeského kraje a na jihovýchodě s Rakouskem. Je to druhý největší okres Jihočeského kraje.	Sousedí s okresy Příbram, Strakonice, České Budějovice a Tábor. Je druhým nejmenším okresem kraje.	Sousedí s okresem České Budějovice, Tábor, Pelhřimov, Jihlava, Třebíč, Znojmo a na jihu s Rakouskem. Je největším okresem v České republice.
Základní charakteristika destinace	Přírodní prostředí s vysokou lesnatostí, vodními plochami a velkým počtem kulturních památek je využíváno k návštěvám a rekreaci občany z celé České republiky a v hojně míře i zahraničními turisty.	Písecko je romantická a velmi různorodá krajina. Mírně zvlněná pahorkatina se tu střídá s výraznými kopci, s hlubokými skalnatými údolími řek a potoků, hlubokými lesy s rozlehlými poli a voňavými loukami.	Pěkné přírodní prostředí a množství kulturních památek láká k návštěvám občany z celé České republiky a v hojně míře i zahraniční turisty. Navštěvují především centra blízka hranici - města Jindřichův Hradec a Třeboň.
Geografické údaje k 1. 1. 2013			
Rozloha v km²	1 639	1 127	1 944
Počet obyvatel	188 264	70 524	92 222
Počet obcí	109	75	106
Hromadná ubytovací zařízení k 31. 12. 2012			
Počet HUZ celkem	119	77	190
Návštěvnost HUZ	166 828 (rok 2011)	66 704	155 443
Počet sportovních zařízení (r. 2006)	568	154	274
Přírodní atraktivita	<ul style="list-style-type: none"> • cca 300 rybníků (Bezdrv) • řeka Vltava s přítoky - Malše v ČB a 	<ul style="list-style-type: none"> • cca 300 rybníků (Tálínský) • řeka Vltava a řeka Otava s přítoky 	<ul style="list-style-type: none"> • přes 2 500 rybníků s chovem ryb (největší v ČR - Rožmberk) • řeka Lužnice s přítoky

	<p>Lužnice u Týna nad Vltavou</p> <ul style="list-style-type: none"> • vodní dílo Římov na Malši - zásobárna pitné vody značné části jižních Čech • vodní dílo Hněvkovice • přírodní rezervace Vrbenské rybníky • CHKO Blanský les s horou Kletí • zčásti CHKO Třeboňsko 	<p>Blanicí a Lomnicí se sdruženým přítokem řeky Skalice</p> <ul style="list-style-type: none"> • soutok obou řek je pod hradem Zvíkov • Orlické přehradní jezero (68 km dlouhé) • nejznámější kempy - Velký Vír, Radava a Podolsko • přírodní park Písecké hory • naučné stezky • státní přírodní rezervace u rybníka Řežabinec 	<p>Dračicí, Koštěnickým potokem, Nežárkou a Nadymačem</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 umělé stavby - <i>Zlatá stoka</i> (48 km, napájí soustavu velkých rybníků - Opatovický, Svět, Káňov, Velký Tisý a Dvořiště) a <i>Nová řeka</i> (13,5 km, odvádí přebytečné vody z Lužnice do Nežárky) • CHKO Třeboňsko (v seznamu UNESCO) • cca 45 maloplošných chráněných oblastí (národní přírodní rezervace Stará řeka, Velký a Malý Tisý, přírodní rezervace Mutenská obora, Krabonošská niva) • přírodní park Česká Kanada
--	---	---	--

<p>Kulturně – historické památky</p>	<ul style="list-style-type: none"> • hist. jádro Českých Budějovic je památková rezervace • cca 250 kulturních památek • řada měšťanských domů v Českých Budějovicích • muzea v ČB - vlastivědné muzeum, muzeum koněpřežky, motocyklové muzeum, Jihočeské muzeum • Jihočeské divadlo • Alšova jihočeská galerie • pivovar Budějovický Budvar • Holašovice – UNESCO zařadilo do Seznamu chráněných památek • zámek Hluboká nad Vltavou • bývalý lovecký zámek Ohrada u Hluboké nad Vltavou, v němž je Národní zemědělské muzeum • hrad v Nových Hradech 	<ul style="list-style-type: none"> • řada významných památek • nejstarší kamenný most v Čechách, dlouhý 111 m ozdobený barokními sochami (13. stol.) • děkanský kostel Narození Panny Marie • Orlická přehrada se zámekem Orlík a hradem Zvíkov • město Protivín se starým schwarzenberským pivovarem • areál středověkých tvrzí v Kestřanech • Putimská brána • Písecký hrad • řada tradičních přehlídek a festivalů (Městské slavnosti, Jihočeský hudební festival, Písecká nočna, Mezinárodní letní filmové kurzy, soutěž v rýzování zlata na Otavě, Tour Region Film, Mezinárodní folklorní festival, Mezinárodní festival studentských filmů) 	<ul style="list-style-type: none"> • jádra měst Jindřichův Hradec, Třeboň a Slavonice jsou Městské památkové rezervace • státní hrad a goticko-renesanční zámek • Nežárecká brána • sloup Nejsvětější Trojice • kostel sv. Jana Křtitele • Proboštský kostel Nanebevzetí Panny Marie (s věží vysokou 68 m) • v budově okresního muzea - největší mechanický betlém na světě - Krýzovy jesličky • zámek Červená Lhota • Slavonice - unikátní historický celek měšťanských domů
---	---	---	--

Zdroj: Český statistický úřad [online], 28. 2. 2014
Regionální informační servis [online], 28. 2. 2014
Jižní Čechy a Šumava [online], 28. 2. 2014
Výletník.cz [online], 28. 2. 2014

Vyhodnocení destinace Českobudějovicko

Klady:

Vysoký počet kulturně-historických památek jak přímo v Českých Budějovicích, tak v okolí, např. zámek Hluboká nad Vltavou nebo nedaleké Holašovice, zapsané v seznamu UNESCO. Plno návštěvníků každoročně přijíždí na výstavy na Výstaviště v Českých Budějovicích, na exkurze do pivovaru Budějovický Budvar atd. Českobudějovicko také nabízí řadu přírodních atraktivit, ať už se jedná o cyklostezky, vyhlídkové plavby na Vltavě v trase ČB – Hluboká nad Vltavou nebo chráněné krajinné oblasti. Do destinace také vede hustá silniční a železniční síť a v rámci Českých Budějovic funguje dobře MHD. V Českých Budějovicích se nachází i dvě státní vysoké školy.

Zápory:

Významným záparem je vytížení silnic v Českých Budějovicích, v případě nehod se blokuje velká část dopravy ve městě a problém je také nedostatek parkovacích míst. Problémem také je, že okres není dostatečně napojen na mezinárodní komunikační síť, což omezuje rozvoj podnikatelských aktivit. Popularitu jistě nemá ani jaderná elektrárna Temelín. Také většina vodních toků v okrese je zařazena do kategorie znečištěných kvůli erozím, lokálním znečištěním z obcí apod.

Vyhodnocení destinace Písecko

Klady:

Na Písecku se nachází především velké množství přírodních atraktivit, např. Orlická přehrada, kde se dají provozovat různé sporty, návštěvníky také jistě potěší vysoký počet kempů. V destinaci jsou také četné naučné stezky, trasy pro pěší turistiku i cyklostezky. Centrum Písku nabízí širokou škálu kulturně-historických atraktivit – např. nejstarší kamenný most v Čechách, řadu festivalů pro všechny věkové kategorie a významnou atraktivitou jsou jistě zámky Orlík a Zvíkov. Územím okresu prochází důležité silniční spoje České Budějovice - Plzeň a Písek – Tábor a také železniční trať Plzeň – České Budějovice.

Zápory:

Záporem je, že autobusové spojení bylo dříve zajišťováno do všech obcí a většiny osad, ale v důsledku nízké rentability se autobusové linky postupně redukují. Nevýhodou je i skutečnost, že galerie a výstavní prostory mají malou kapacitu, v městském divadle neexistuje stálá scéna a také neexistuje kapacitní ubytovací zařízení např. pro účastníky konferencí a pro ubytování turistů nižších příjmových skupin. Pro cestovní ruch není příznivá ani skutečnost, že Písecko je poměrně záplavová oblast.

Vyhodnocení destinace Jindřichohradecko

Klady:

Velké množství přírodních atraktivit, hlavně vysoký počet vodních ploch. Nachází se zde i největší rybník u nás, Rožmberk. Na Jindřichohradecku se nachází i Chráněná krajinná oblast Třeboňsko, přírodní park Česká Kanada a mnoho maloplošných chráněných oblastí. Významnou památkou je zámek Červená Lhota. Okresem prochází důležitá trať České Budějovice - Veselí nad Lužnicí - Jihlava se železničním uzlem v Jindřichově Hradci a trať Praha – Vídeň a silniční spoj Vídeň – České Budějovice – Plzeň. V destinaci se nachází také ojedinělá technická památka - úzkokolejná trať Jindřichův Hradec - Obrataň a Jindřichův Hradec - Nová Bystřice. Důležité je i bezprostřední sousedství s Rakouskem. Jindřichův Hradec je zároveň nejmenším univerzitním městem v České republice, má zde sídlo Fakulta managementu Vysoké školy ekonomické Praha.

Zápory:

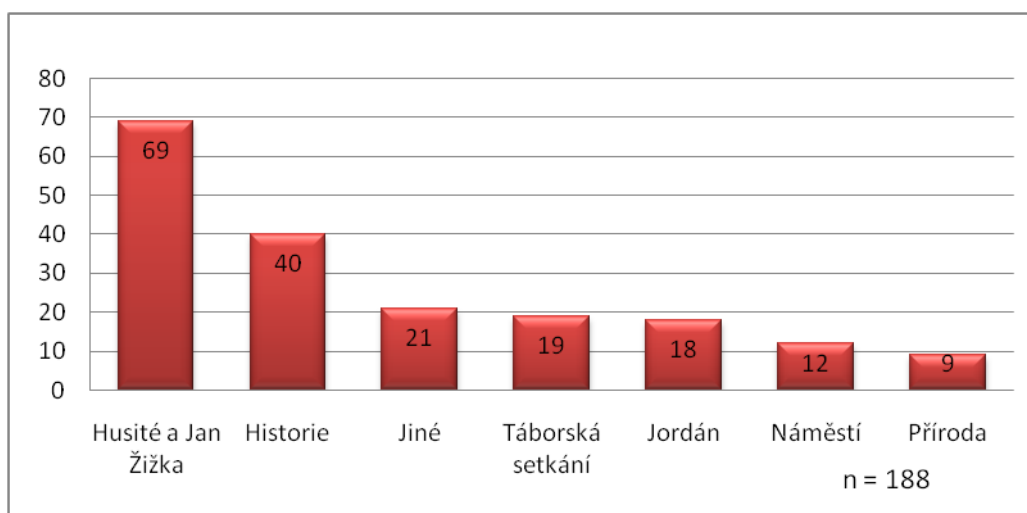
Slabinou je především celkový nižší turistický potenciál Jindřichohradecka. S výjimkou města Jindřichova Hradce a několika dalších míst nemá region příliš co současným návštěvníkům nabídnout. Je zde poměrně málo kulturně-historických atraktivit. Další negativa jsou např. absence vyššího počtu významných turistických cílů, ne vždy odpovídající kvalita služeb, včetně odpovídající kvalifikační struktury obyvatelstva a také výrazná sezónnost, kdy převažuje letní sezóna červen – září. Atraktivity cestovního ruchu jsou rozděleny nerovnoměrně a větší část území nemá dostatečný potenciál pro přilákání významnějšího počtu návštěvníků na více dnů. Cestovní ruch se tak koncentruje do několika málo oblastí. Také obyvatelé nejeví velký zájem o kulturu a je zde nízká spolupráce při pořádání kulturních akcí.

4.5 Dotazníkové šetření

Dotazování proběhlo formou osobního dotazování, a to od začátku července do poloviny září 2013, a to hlavně na místech s vysokou koncentrací návštěvníků destinace Tábořsko. Respondenti byli oslovováni hlavně na náměstí v Táboře, v blízkosti informačního centra a ubytovacích zařízení. Dotazníky byly také ponechány v kavárnách na náměstí a hlavní třídě vedoucí k náměstí.

K dispozici bylo celkem 180 dotazníků, z toho bylo použito pro další zpracování 143 dotazníků. Údaje z dotazníků byly zpracovány pomocí programu Microsoft Office Excel. Dotazník, který obsahoval celkem 19 otázek, je součástí přílohy.

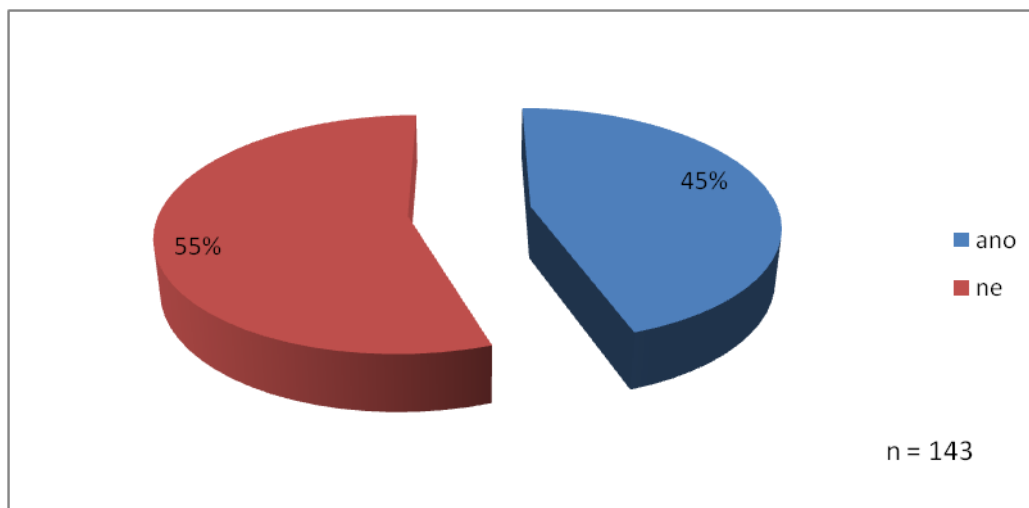
Graf 1: První asociace pod pojmem Tábořsko



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Největší částí respondentů se jako první vybaví Husité společně s Janem Žižkou (37%), další nemalé zastoupení má i historie (21%), což společně s Husity jednoznačně souvisí. 10% respondentů odpovědělo, že mají Tábořsko spojeno s Tábořskými setkáními a téměř shodný počet respondentů uvedl Jordán. Dále byly zaznamenány odpovědi krásná příroda, náměstí, a mezi jiné byly zařazeny památky, Kotnov, muzeum a domov.

Graf 2: Rozdělení respondentů na návštěvníky a obyvatele

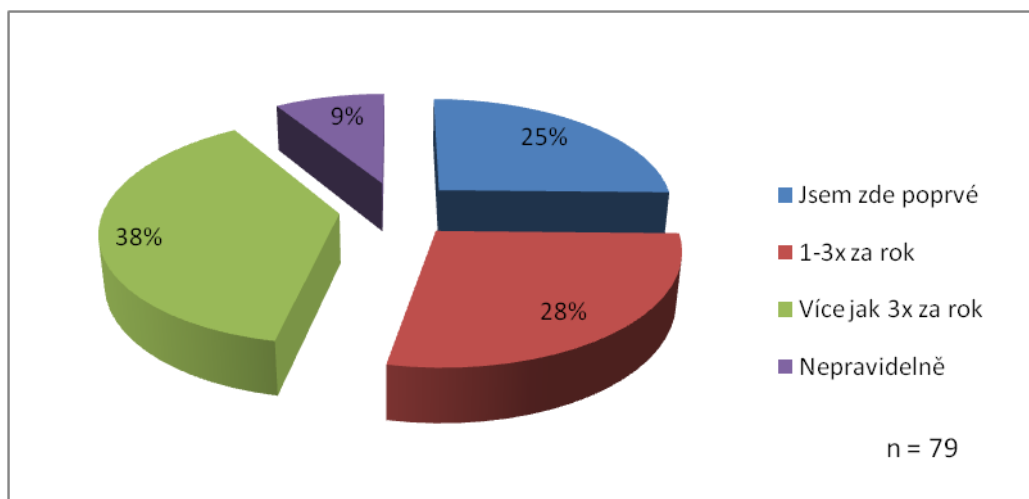


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Druhá otázka rozdělila všech 143 respondentů na obyvatele destinace Tábořsko a na návštěvníky. Z grafu je patrné, že vzorek obsahoval 55% návštěvníků a 45% obyvatel destinace Tábořsko.

V následujících 6 otázkách (od otázky č. 3 do otázky č. 8 v dotazníku) odpovídali pouze respondenti, kteří v předchozí otázce uvedli, že nepochází z Tábořska. Odpovídali tedy pouze návštěvníci této destinace.

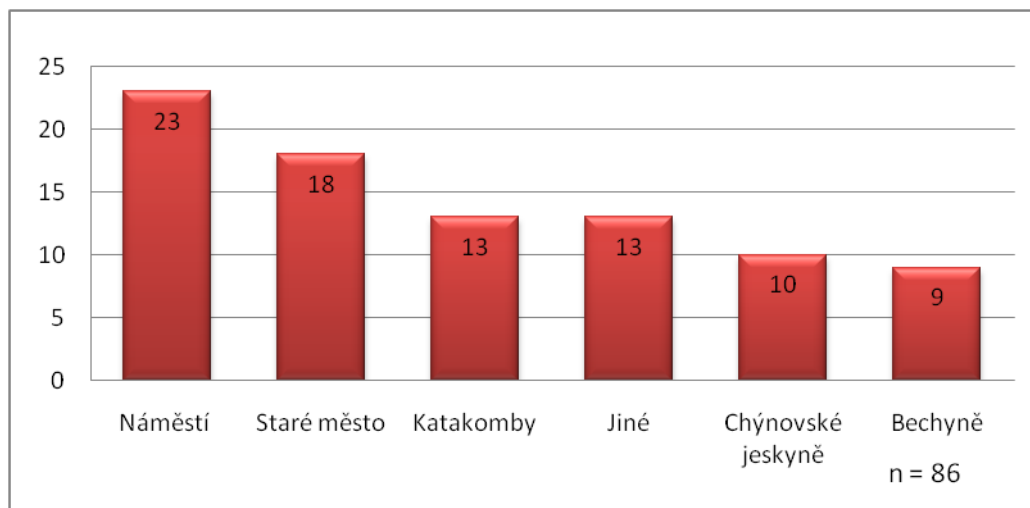
Graf 3: Frekvence návštěv respondentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Z celkového počtu 79 návštěvníků destinace zde byla většina respondentů více jak 3x za rok (38%), 28% respondentů sem jezdí 1-3x za rok, 25% odpovědělo, že zde byli poprvé a pouze 9% respondentů sem jezdí nepravidelně, narázově.

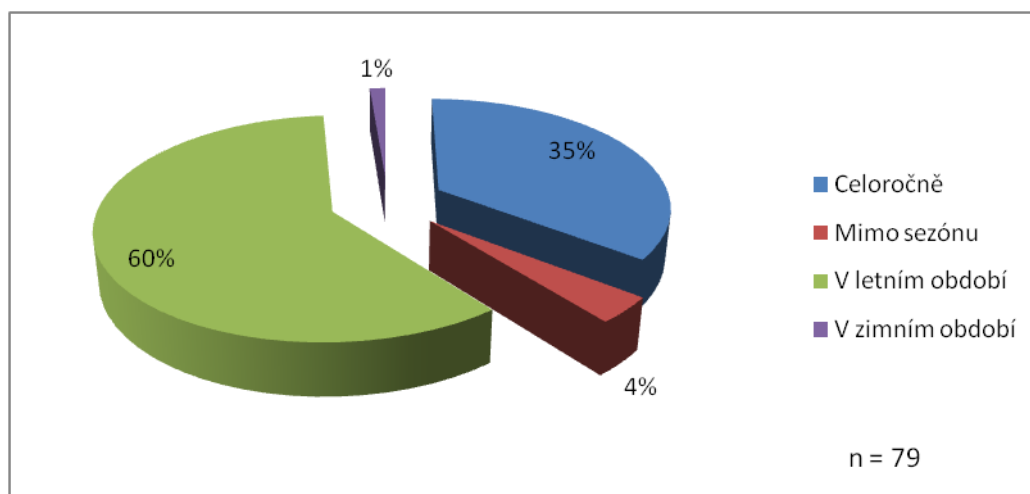
Graf 4: Nejvíce atraktivní místa v destinaci Táborsko



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Jako nejvíce atraktivní, co chtějí respondenti navštívit, uváděli nejvíce náměstí (27%), dále Staré město (21%), potom po 15% katakomby (historické podzemí), 12% Chýnovské jeskyně a 10% Bechyni. Jako další uváděli např. ZOO Větrovy, muzea a Kozí hrádek.

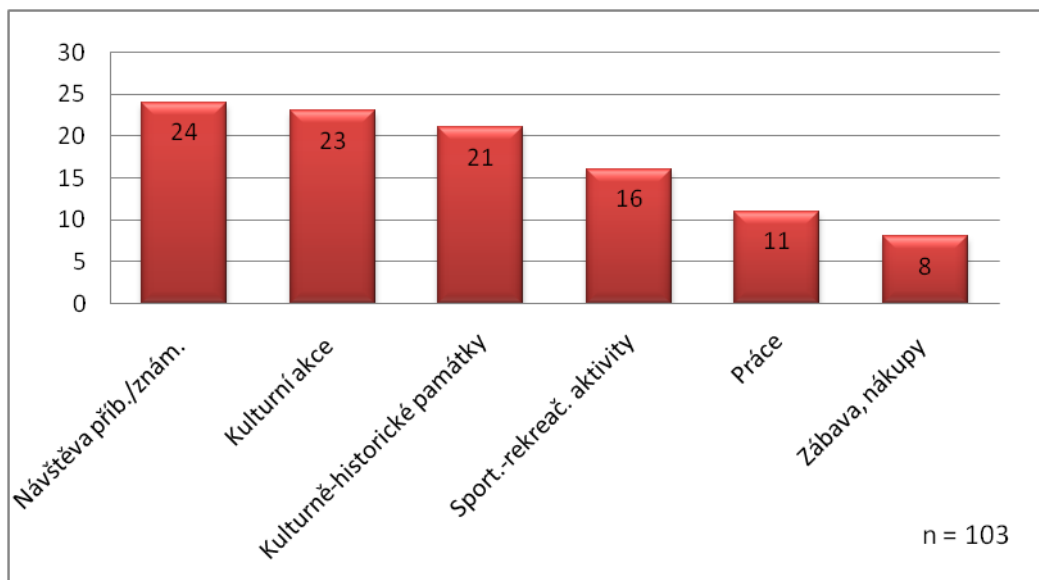
Graf 5: Období, ve kterém respondenti destinaci Táborsko navštěvují



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 5 vyplývá, že respondenti navštěvují Táborsko převážně v letním období (60%), celoročně uvedlo 35%, mimo sezónu už jen 4% a v zimním období pouze 1% dotázaných.

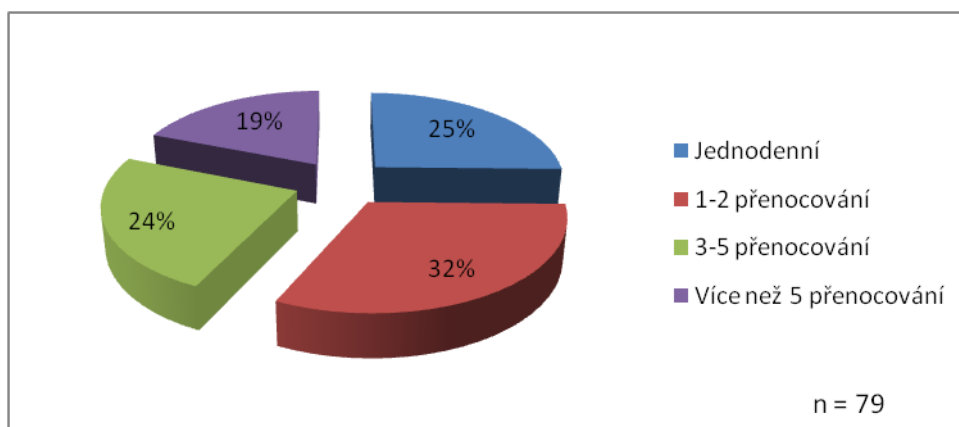
Graf 6: Hlavní důvod návštěvy respondentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Nejčastějším důvodem návštěvy byla návštěva příbuzných a známých (23%), kterou většina respondentů spojila s návštěvou kulturní akce (22%) nebo s poznáváním kulturně-historických památek (20%). Respondenti uváděli jako svůj důvod návštěvy i sportovně-rekreační aktivity (16%). 11% má návštěvu Táborska spojenou s prací a 8% sem přijelo kvůli nákupům a zábavě.

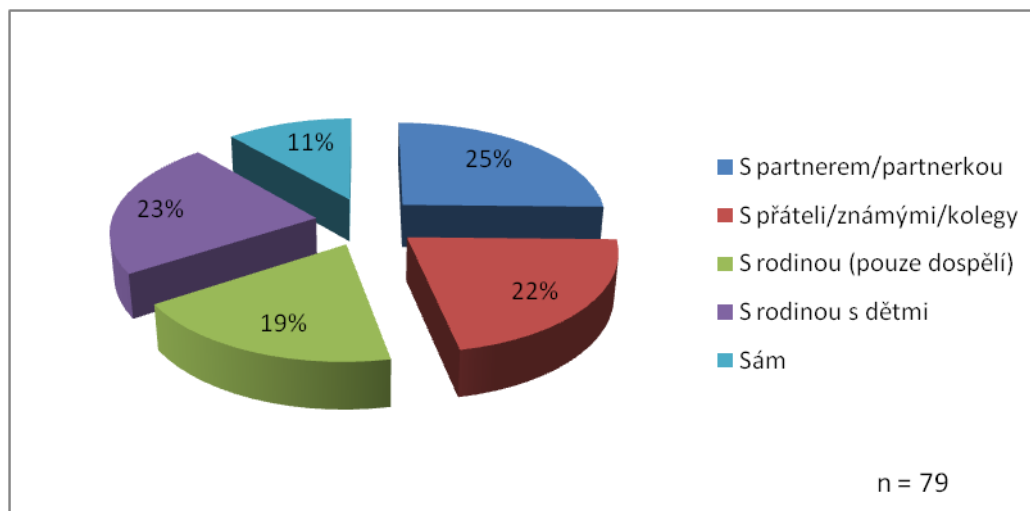
Graf 7: Délka pobytu respondentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Nejčastěji zde respondenti zůstávají na 1-2 přenocování, je jich 32%. Dále respondenti uváděli skoro shodně jednodenní pobyt (25%) a 3-5 přenocování (24%). A déle než na 5 přenocování zde zůstává 19% respondentů.

Graf 8: Doprovod respondentů

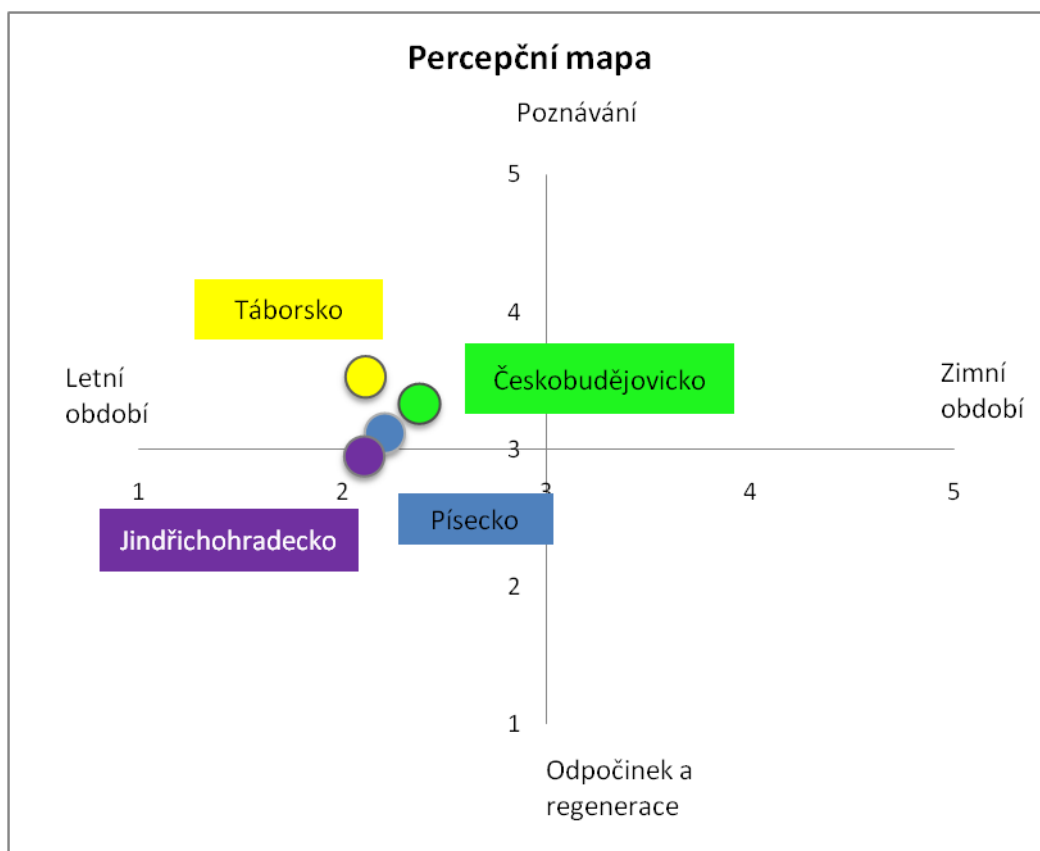


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Nejčastěji navštěvují Tábořsko respondenti se svými partnery (25%), často sem jezdí i rodiny s dětmi (23%), 22% respondentů uvedlo, že zde byli se svými přáteli a známými a 19% s rodinou, kterou ale tvoří pouze dospělí. Nejméně sem jezdí sami (11%).

U následujících čtyř otázek respondenti hodnotili vnímání destinací pomocí škály 1 – 5. Respondenti hodnotili destinaci Tábořsko a konkurenční destinace Českobudějovicko, Písecko a Jindřichohradeckoa následně byly vytvořeny percepční mapy. V první mapě 1 znamenalo vnímání jako zcela letní a 5 jako zcela zimní destinace, dále 1 znamenalo vnímání destinace z pohledu odpočinku a regenerace a 5 z pohledu poznávání. V druhé mapě hodnotili respondenti vnímání destinace z pohledu přírody (na škále 1) nebo z pohledu kultury a historie (na škále 5) a dále vnímání destinace jako tradiční (na škále 1) nebo moderní (na škále 5).

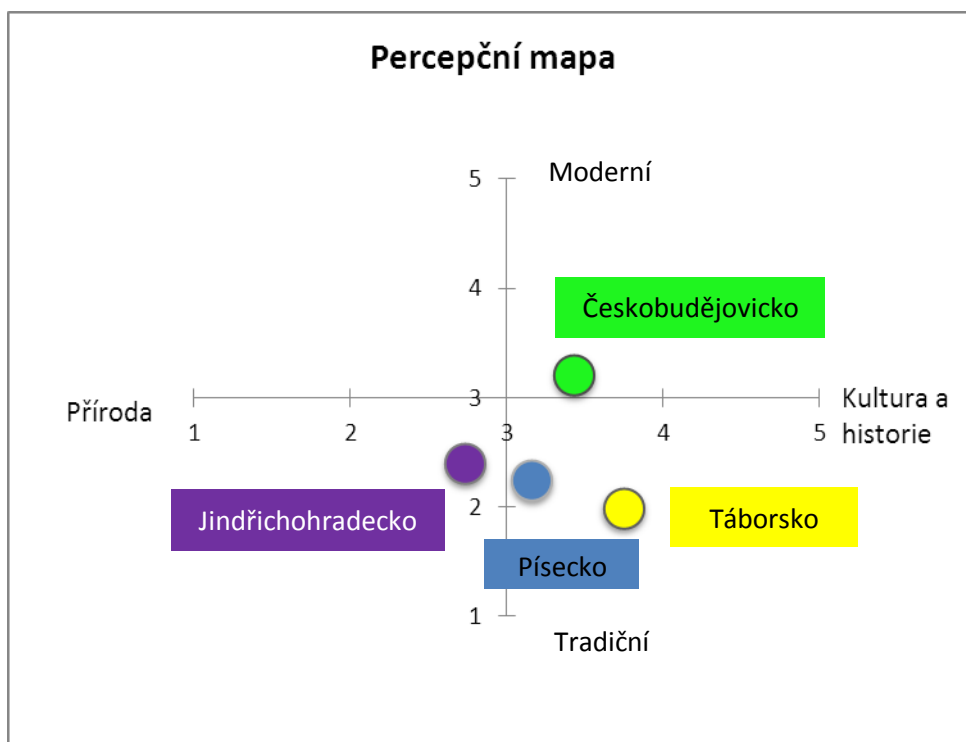
Graf 9 – Percepční mapa: Vnímání destinace Tábořsko ve srovnání s destinacemi Českobudějovicko, Písecko, Jindřichohradecko z hlediska letní/zimní období a poznávání destinace/odpočinek a regenerace



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

V uvedeném grafu je patrné, že destinace Tábořsko je podle respondentů vnímána jako letní destinace (2,11) spíše pro poznávání okolí (3,52) než k odpočinku a regeneraci. Destinace Písecko je považována také spíše za letní destinaci (2,20), ale z pohledu poznávání okolí nebo odpočinku a regenerace byly odpovědi jen nepatrně za průměrem (3,12), spíše se přiklání k poznávání. Destinaci Jindřichohradecko vnímají rovněž jako letní (2,10), ale raději ji už navštíví za účelem odpočinku a regenerace než za poznáváním, odpovědi byly těsně pod průměrem (2,95). Destinace Českobudějovicko je stejně jako předešlé tři vnímána jako letní (2,38) a respondenti sem jezdí spíše za účelem poznávání destinace (3,33). Graf tedy ukazuje, že respondenti vnímají všechny čtyři destinace jako letní a poznávací, až na Jindřichohradecko, které je vnímáno oproti ostatním destinacím jako odpočinková a relaxační destinace, ovšem jen s nepatrným rozdílem od průměru a ostatních destinací, především Písecka.

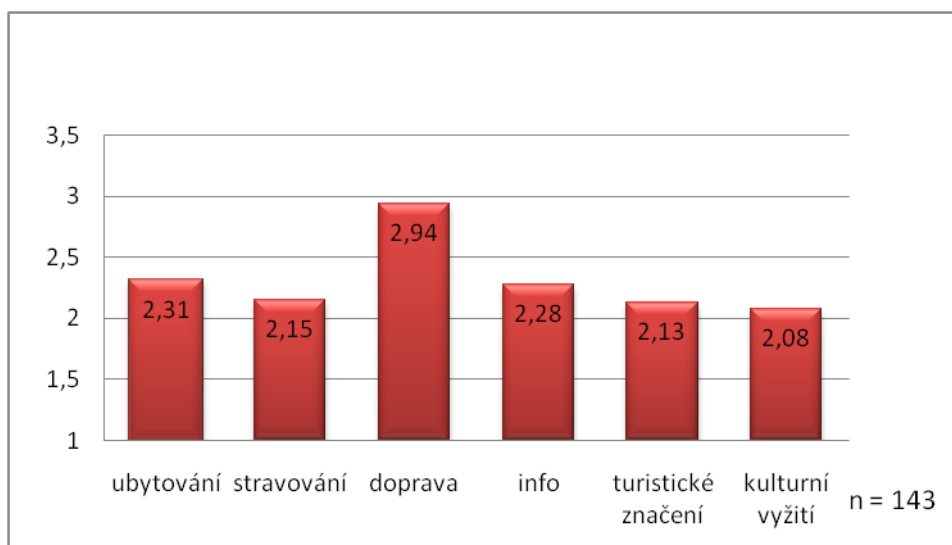
Graf 10 – Percepční mapa: Vnímání destinace Táborsko ve srovnání s destinacemi Českobudějovicko, Písecko, Jindřichohradecko z hlediska příroda/kultura a historie a tradiční/moderní destinace



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Destinace Táborsko je ze všech čtyř konkurenčních destinací nejvíce vnímána z pohledu kultury a historie (3,75) a zároveň jako nejvíce tradiční (1,99). Destinace Písecko se z pohledu kultury a historie nachází těsně za průměrem (3,16), respondenti ji tedy vnímají o něco více z tohoto pohledu než z pohledu přírody. Stejně tak je vnímána spíše jako tradiční destinace (2,25) než jako moderní. Destinace Jindřichohradecko je jako jediná vnímána většinou z pohledu přírody (2,73) než z pohledu kultury a historie. Co se týká tradičnosti a modernosti, respondenti destinaci Jindřichohradecko označili spíše za tradiční (2,40) než moderní. Destinace Českobudějovicko je stejně jako Táborsko a Písecko vnímána z pohledu kultury a historie (3,43). Ovšem jako jediná ze všech čtyř destinací byla označena více za destinaci moderní (3,21). Z grafu je tedy patrné, že všechny destinace, kromě Českobudějovicka, jsou respondenty vnímány spíše jako tradiční než moderní a z atributu příroda/kultura a historie jsou destinace vnímány spíše z pohledu kultura a historie, pouze Jindřichohradecko více z pohledu poznávání přírody.

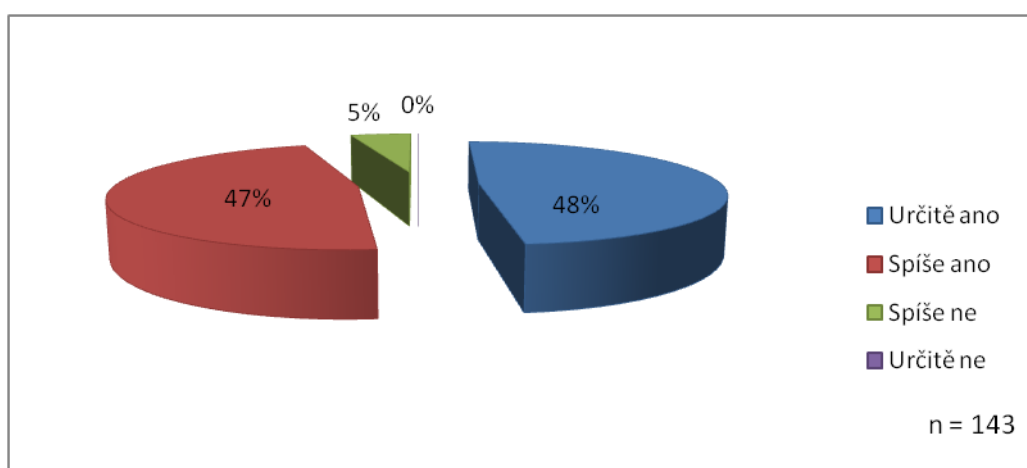
Graf 11: Hodnocení služeb v destinaci Tábořsko



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Ubytovací služby byly hodnoceny průměrem 2,31 a stravovací služby dostaly průměrnou hodnotu 2,15. Informační služby respondenti hodnotili průměrnou hodnotou 2,28. Turistické značení bylo hodnoceno poměrně vysoko, hodnotou 2,13. Nejlépe bylo ale hodnoceno kulturní a sportovní vyžití v destinaci Tábořsko, respondenti hodnotili průměrnou známkou 2,08. Naopak nejvíce nespokojeni jsou respondenti s dopravními službami. Ohodnotili je průměrem 2,94.

Graf 12: Zajímavost destinace Tábořsko z hlediska cestovního ruchu

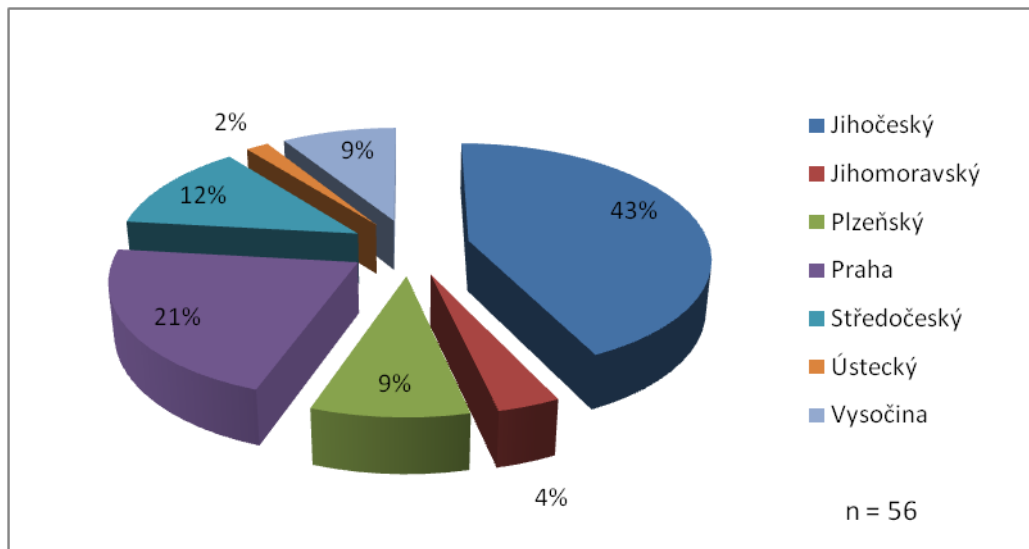


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Odpovědi „určitě ano“ a „spíše ano“ uvedlo po sečtení celkem 95% respondentů (136), z tohoto grafu je tedy patrné, že dotazovaní shledávají Tábořsko jako dostatečně

zajímavou destinaci z hlediska cestovního ruchu. Odpověď „spíše ne“ uvedlo pouhých 7 respondentů, to je zbylých 5% a odpověď „určitě ne“ neuvedl žádný respondent.

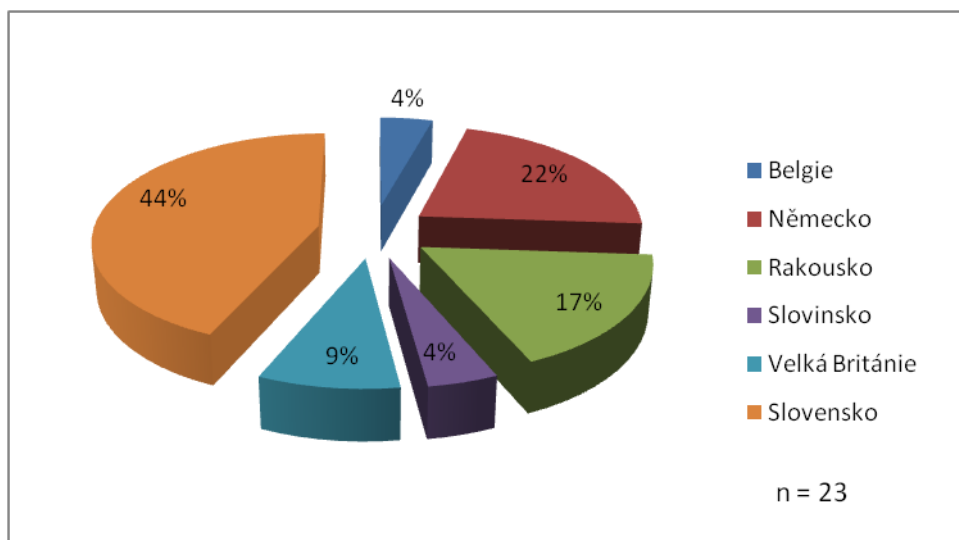
Graf 13: Trvalé bydliště respondentů z České republiky



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Většina českých respondentů, kteří zavítali na Táborsko, pochází z Jihočeského kraje (43%). Druhá početná skupina jsou respondenti z Prahy (21%) a za nimi ze Středočeského kraje (12%). Respondenti pocházeli také z Vysočiny, Plzeňského, Jihomoravského a Ústeckého kraje.

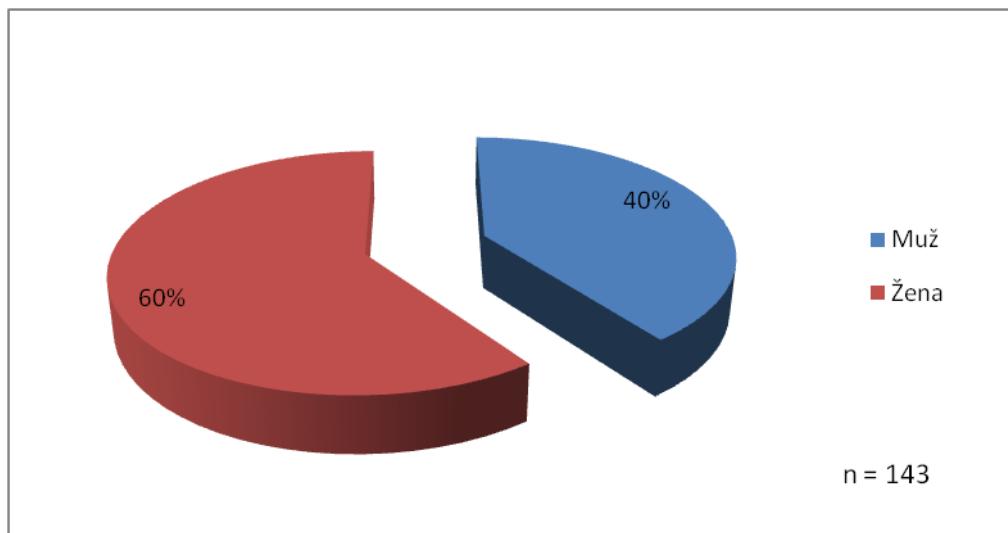
Graf 14: Trvalé bydliště respondentů ze zahraničí



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Nejčastějšími respondenty ze zahraničí byli obyvatelé Slovenska, celých 44%. Na druhém místě je Německo (22%) a dále se 17% Rakousko. Respondenti pocházeli i z Velké Británie, Slovinska a Belgie.

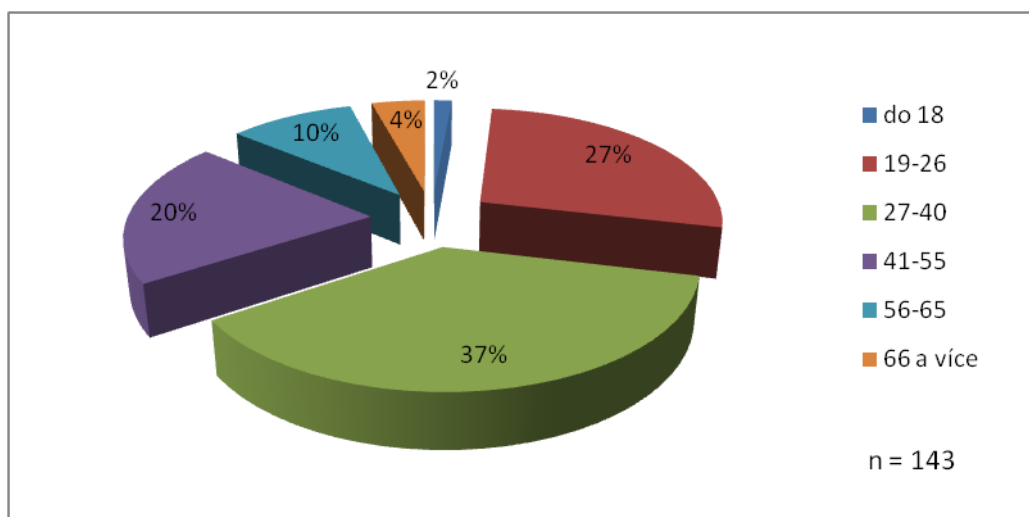
Graf 15: Pohlaví respondentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 15 vyplývá, že se dotazníkového šetření zúčastnilo 60% žen a 40% mužů.

Graf 16: Věk respondentů

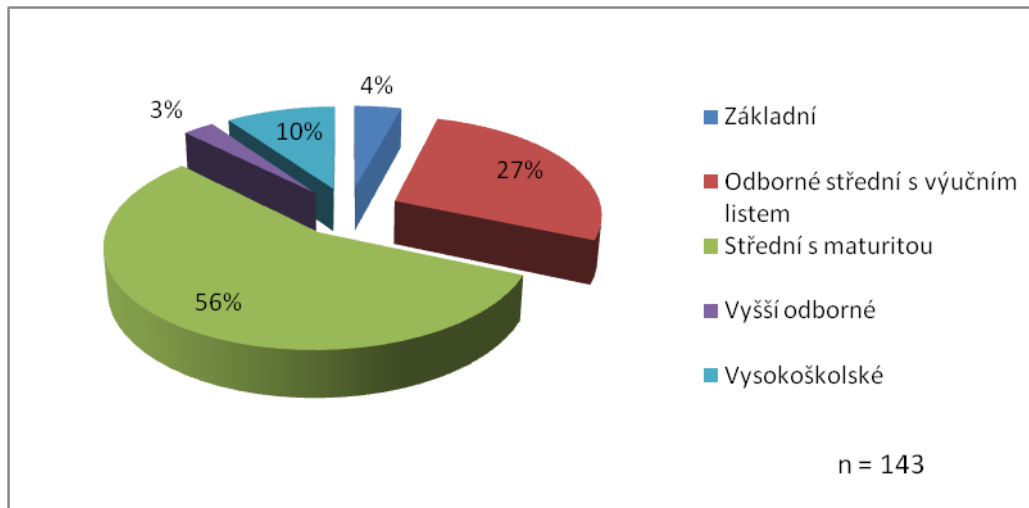


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Nejčastěji navštívili Tábořsko respondenti ve věkové kategorii 27-40 let, bylo jich 37%. Další početnou skupinou byli respondenti ve věku 19-26 let (27%) a 20%

dotázaných bylo ve věku 41-55 let. Věková kategorie do 18 a nad 56 let už byla zastoupena minimálně.

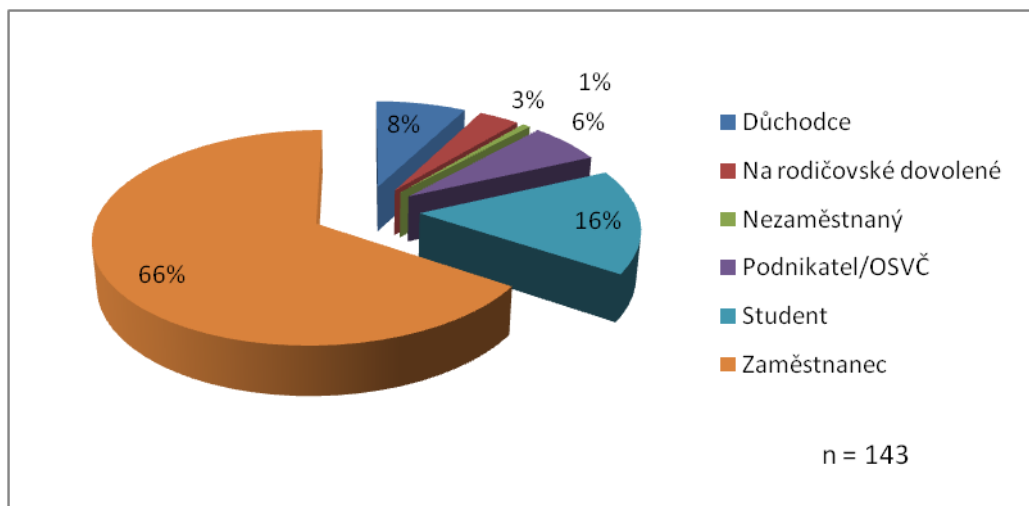
Graf 17: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 56% respondentů se středoškolským vzděláním s maturitou, 27% s odborným středním vzděláním s výučním listem a 10% s vysokoškolským vzděláním. Pouze 3% a 4% respondentů mělo vyšší odborné nebo základní vzdělání.

Graf 18: Statut respondentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Z posledního grafu vyplývá, že 66% dotázaných jsou zaměstnaní, 16% studuje, 8% byli lidé v důchodu, 6% dotázaných jsou osoby samostatně výdělečně činné a pouze 3% respondentů bylo na rodičovské dovolené a 1% nezaměstnáno.

4.6 Vyhodnocení řízeného rozhovoru

Další důležitou částí analýzy byl řízený rozhovor, který se uskutečnil s Ing. Janou Lorencovou, vedoucí Odboru kultury a cestovního ruchu v Táboře. Část otázek byla shodná s otázkami v dotazníku, část odlišná.

První dvě otázky se zaměřovaly na vnímání destinace Táborsko na trhu cestovního ruchu, a jaký je záměr destinace Táborsko se na trhu cestovního ruchu prezentovat. Cílem destinace je prezentovat se jako tradiční, která je ale v mnoha ohledech moderní. Tento fakt potvrzuje i motto města Tábor – hrdé město s hravou tváří. Následující otázka pojednávala o prezentování destinace jako destinace vhodné pro poznávání a výlety do přírody nebo spíše poznávání kultury a historie. Ing. Lorencová uvedla, že město Tábor jako takové, je spíše spojováno s historií a kulturou, destinace Táborsko pak je vhodná pro poznávání a výlety do přírody. Snahou města Tábor je, aby město Tábor, potažmo destinace Táborsko byla chápána jako destinace, která spojuje poznání historie s kulturou, sportovním vyžitím i poznáváním přírody.

Následující otázky se zaměřovaly na sezónnost. Ing. Lorencová uvedla, že cestovní ruch v destinaci samozřejmě sezónnost ovlivňuje, ale destinace Táborsko je i přesto schopna nabídnout celoročně turisticky zajímavou nabídku. Mimo hlavní sezonu pořádá město Tábor zajímavé kulturní akce, vytváří celoroční produkty (např. hra na bázi geocachingu Kačeři v Táboře), důležitou roli hrají také galerie a expozice Táborský poklad. Za důležitou kulturní akci v Táboře považuje Ing. Lorencová Táborská setkání, mezinárodní festival pouličního divadla Komedianti v ulicích a dále také gastronomické akce Slavnosti piva a minerálních vod a Festival vína. Podle Ing. Lorencové má destinace Táborsko i dostatečnou nabídku letních hudebních akcí pro mladé lidi. V Táboře se koná řada koncertů různých žánrů. Tábor je zároveň místem konání festivalu Mighty Sounds, který představuje známé zahraniční skupiny v oblasti ska, reggae apod.

Další otázky se zaměřovaly i na výstavbu aquaparku, případně rekonstrukci stávajícího vnitřního a venkovního bazénu, výstavbu většího nákupního centra, kde by

se mohlo nacházet prostornější a modernější kino a na výstavbu většího wellness centra. O výstavbě aquaparku město Tábor výhledově uvažuje, vše záleží na možnosti dotačních programů. Výstavba nákupního centra se realizovat nebude, i když byl obdobný soukromý projekt již v úvaze, nedošlo k jeho realizaci. Ani výstavba většího wellness centra se konat nebude, protože služby wellness center jsou již nyní dostupné při největších tábořských hotelech.

Jedna z otázek pojednávala o vhodnosti destinace Tábořsko pro fakultativní výlety do sousedních destinací, a zda jsou okolní destinace, především Českobudějovicko, Písecko a Jindřichohradecko vnímány jako konkurence nebo naopak jako příležitost a výhoda pro rozvoj cestovního ruchu v Táboře. Podle Ing. Lorencové je Tábořsko vhodné pro fakultativní výlety jak v rámci jižních Čech, tak z Prahy. Okolní destinace jsou svým způsobem konkurenční z důvodu obdobné základní nabídky, jako celek má ovšem destinace Tábořsko podle Ing. Lorencové na rozdíl od jiných částí republiky výhodu. Spolupráce s ostatními konkurenčními destinacemi je pouze nahodilá.

V závěru rozhovoru byly položeny otázky zabývající se marketingovou komunikací, hlavními nedostatky, které má destinace Tábořsko na trhu cestovního ruchu a jaké jsou plány a cíle v oblasti rozvoje cestovního ruchu v Táboře. Podle Ing. Lorencové je stávající komunikace k potenciálním klientům odpovídající, ale cílenou celorepublikovou nebo zahraniční kampaň si město Tábor bohužel dovolit nemůže. Hlavní nedostatky spatřuje město Tábor v ne zcela sjednocené spolupráci a koordinaci mezi subjekty působícími v cestovním ruchu. Otázkou je i kvalita poskytovaných služeb a ne zcela využitý potenciál, například vodácká turistika na Lužnici. Jako plán a cíl v oblasti rozvoje cestovního ruchu v Táboře uvedla Ing. Lorencová vybudovat stabilní postavení Tábořska jako turisticky přitažlivé destinace s dostupnými kvalitními službami.

4.7 Syntéza výsledků, poznatků a vyhodnocení hypotéz

4.7.1 Syntéza výsledků, poznatků

Destinace Tábořsko se prezentuje jako tradiční turistická oblast s bohatou nabídkou kulturně-historických atraktivit, ale i krásnou přírodou vhodnou pro výlety za poznáváním okolí. Nejvíce navštěvovaným místem v této destinaci je město Tábor, které má poměrně vysoký potenciál v kulturně-historických památkách.

Naopak, destinace jako celek nabízí vysoký přírodní potenciál ideální pro poznávání okolí. Tyto skutečnosti vyplývají z dotazníkového šetření, kde bylo potvrzeno, že návštěvníci sem jezdí primárně za návštěvou kulturních akcí, kulturně-historických památek a poznáváním přírody, ale i z informací získaných od Ing. Jany Lorencové, vedoucí odboru kultury a cestovního ruchu v Táboře v rámci řízeného rozhovoru. Ing. Lorencová uvádí, že město Tábor jako takové, je spíše spojováno s historií a kulturou, Táborsko pak je vhodné pro poznávání a výlety do přírody. Snahou města je, aby Tábor, potažmo Táborsko, bylo chápáno jako destinace, která spojuje poznání historie s kulturou, sportovním vyžitím i poznáváním přírody.

Velká výhoda destinace Táborsko je její poloha, leží na severu Jihočeského kraje. Jak uvádí Ing. Lorencová, Táborsko je vhodné pro fakultativní výlety jak v rámci jižních Čech, tak zejména z Prahy.

Mezi nejčastěji uváděnými pojmy, které si respondenti vybaví v souvislosti s destinací Táborsko, byly především konkurenční výhody destinace, a to historie města společně s Janem Žižkou, husitstvím a kulturní akcí Táborská setkání. Tento fakt potvrdilo jak dotazníkové šetření, tak i vedoucí odboru kultury a cestovního ruchu v Táboře v řízeném rozhovoru.

Z dotazníkového šetření také vyplynulo, že v destinaci Táborsko zůstávají návštěvníci především na 1 – 2 přenocování a jako nejvíce atraktivní místa uvádějí náměstí v Táboře, Staré město a historické podzemí. Zároveň uvedli, že destinaci navštěvují především v letním období za účelem poznávání památek, přírody a návštěvy kulturních akcí. Celoročně navštěvují destinaci převážně návštěvníci, kteří sem jezdí v rámci návštěvy svých příbuzných nebo známých. Z těchto výsledků lze konstatovat, že destinaci velmi ovlivňuje sezónnost. Tuto skutečnost potvrdila i Ing. Lorencová. Uvedla ale také, že Táborsko je schopno nabídnout celoročně určitou turisticky zajímavou nabídku, a to např. vytvořením celoročních produktů, např. hra na bázi geocachingu, otevření galerií a festival Slavnosti piva a minerálních vod, který se koná každoročně v zimní sezóně po dobu 5 dnů. Podle dotazníkového šetření se ale s problémem sezónnosti potýkají i všechny konkurenční destinace - Českobudějovicko, Písecko a Jindřichohradecko.

S tím vším ale samozřejmě souvisí i fungování všech služeb na co nejlepší úrovni. V dotazníku respondenti hodnotili také kvalitu ubytovacích, stravovacích, dopravních

a informačních služeb, turistické značení a kulturní a sportovní vyžití. U ubytovacích služeb byl průměr hodnocení 2,15, žádný z respondentů nehodnotil známkou 5, tedy nikdo nebyl s ubytovacími službami vyloženě nespokojen. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že stravovací služby jsou v destinaci na poměrně dobré úrovni, více jak polovina ze všech dotázaných uvedla hodnocení 2. Nejhůře dopadly dopravní služby, výsledná známka je v průměru 2,94. Respondenti uváděli, že kladně hodnotí dostupnost autobusů městské hromadné dopravy po celém městě, minibusy dokonce zajíždějí i na náměstí. Co ale známku podstatně snižuje, je skutečnost, že město je přeplněno auty. Problémem je tedy parkování. Informační služby byly hodnoceny průměrem 2,28. I u těchto služeb nebyl žádný respondent, který by hodnotil nejhorší známkou. Poměrně spokojeni byli respondenti také s turistickým značením, výsledná hodnota je 2,13. Nejlepší hodnocení mělo kulturní a sportovní vyžití, v průměru 2,08. Stejný názor má i Ing. Lorencová, která v rozhovoru uvedla, že destinace Tábořsko nabízí řadu zajímavých kulturních akcí.

Jako nedostatek ovšem odbor kultury a cestovního ruchu v Táboře spatřuje ne zcela sjednocenou spolupráci a koordinaci mezi subjekty působícími v cestovním ruchu nejen v destinaci, ale i v regionu. Otázkou podle nich stále zůstává i kvalita poskytovaných služeb a také ne zcela využitý potenciál, např. vodácká turistika na řece Lužnici.

4.7.2 Vyhodnocení hypotéz

H1: Destinace Tábořsko je na trhu cestovního ruchu vnímána jako kulturní destinace.

Z výsledků dotazníkového šetření vyšlo, že pro 42% respondentů je hlavním důvodem návštěvy kulturní akce nebo poznávání kulturně-historických památek.

Zároveň respondenti hodnotili na škále 1 až 5, zda vnímají tuto destinaci z hlediska přírody nebo z hlediska kultury a historie. Hodnota 1 znamenala přírodu, hodnota 5 kulturu a historii. Destinace Tábořsko byla ohodnocena číslem 3,75, vnímají ji tedy spíše z pohledu kultury a historie. Současně ji srovnávali s konkurenčními destinacemi a z tohoto pohledu je dokonce ze všech čtyř konkurenčních destinací vnímána nejvíce jako kulturně-historická.

Ing. Jana Lorencová, vedoucí odboru kultury a cestovního ruchu v Táboře také uvádí, že především město Tábor, jako takové, je spíše spojováno s historií a kulturou.

První hypotéza byla potvrzena.

H2: Nejčastějším důvodem návštěvy destinace Tábořsko jsou sportovně-rekreační aktivity.

Sportovně-rekreační aktivity uvedlo v dotazníkovém šetření jako svůj hlavní důvod návštěvy pouze 16% dotazovaných. Častějšími motivy byly kulturní akce, kulturní památky nebo návštěva příbuzných a známých.

Destinace je také vnímána spíše pro poznávání okolí než k odpočinku nebo regeneraci, na škále 1 (poznávání) až 5 (odpočinek a regenerace) má hodnocení 3,52.

Jak také uvedla Ing. Lorencová, za nedostatek destinace Tábořsko na trhu cestovního ruchu spatřuje v ne zcela využitém potenciálu destinace, např. vodácká turistika na Lužnici. **Tato hypotéza byla tedy vyvrácena.**

H3: Destinace Tábořsko je vnímána spíše jako tradiční než moderní.

Tato hypotéza byla potvrzena na základě dotazníkového šetření, kde se jako první pod tímto pojmem respondentům vybaví historie, Husité a Jan Žižka (58%). Kvůli nákupům a zábavě sem přijelo pouhých 8% respondentů.

Destinace Tábořsko je i ze všech čtyř konkurenčních destinací (Českobudějovicko, Písecko a Jindřichohradecko) nejvíce vnímána jako tradiční. Na škále od 1 do 5, kdy 1 byla tradičnost a 5 modernost, má destinace Tábořsko hodnocení 1,99.

V případě názoru Ing. Lorencové v řízeném rozhovoru je cílem města Tábor destinaci prezentovat jako tradiční město, které je ale v mnoha ohledech moderní. Tento fakt potvrzuje motto města Tábor – hrdé město s hravou tváří.

4.8 Návrhová část

Návrh č. 1: Vytvoření průvodce destinací

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že informační služby hodnotili respondenti v destinaci Tábořsko nejčastěji známkou 2, následně 3. Podle Ing. Lorencové, vedoucí Odboru kultury a cestovního ruchu v Táboře, je snahou města, aby Tábor i celé Tábořsko bylo chápáno jako destinace, která spojuje poznání historie s kulturou, sportovním vyžitím i poznáváním přírody.

Proto navrhuji sjednotit veškeré kulturní akce, kulturně-historické památky a sportovní aktivity dohromady pro lepší orientaci obyvatel i návštěvníků. Jednalo by se jak o tištěného průvodce destinací s podrobným kalendářem akcí, tak o doplnění internetových stránek, například oficiálních stránek města Tábor. Tištěný průvodce by mohl vycházet čtvrtletně a sloužil by především pro obyvatele destinace Tábořsko, mohl by jim chodit například do schránek zdarma. Internetové stránky by sloužily hlavně pro návštěvníky, ať už stávající nebo potenciální, kteří teprve o návštěvě destinace Tábořsko uvažují.

Tabulka 18: Průvodce destinací

 <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Za poznáním a kulturou</p> <ul style="list-style-type: none"> • Výstavy • Galerie U Radnice • Galerie 140 • Výstavy v divadle • Muzea • Husitské muzeum • Muzeum Lega • Muzeum čokolády a marcipánu • Muzeum Kodet • Výlet do tábořských muzeí (viz. návrh č. 5) • Festivally • Tábořská setkání • Oslavy výročí upálení Mistra Jana Husa (viz. návrh č. 3) • Husitské dny • Tábořské kulturní léto • Léto nad Lužnicí • Tábořské Vánoce • Divadlo Oskara Nedbala • Hrady a zámky • Městská knihovna Tábor • Hvězdárna 	 <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Krásnou přírodou jinak</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cyklotrasy • Husitským městem na kole • Naučné stezky • Za poznáním Mistra Jana Husa • Kolem řeky Lužnice • Borkovická blata • Pintovka • Odpočinkový areál Komora • Rybáři na Lužnici • Vodáci na Lužnici • Vodácký tábor pro děti (viz. návrh č. 2) • Botanická zahrada • Chýnovská jeskyně • Sportovní zařízení • Aquapark (viz. návrh č. 4) • Wellness a lázně • Tenisové kurty • Zimní sporty • Atletická zařízení 	 <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Zážitky nejen pro mladé</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hudební festivaly • Mighty Sounds • Housův mlýn • Žižkův vraždící palcát fest • Festivally • Slavnosti piva a minerálních vod • Festival vína • Tábořská setkání • Tábořské kulturní léto • Oslavy výročí upálení Mistra Jana Husa (viz. návrh č. 3) • Léto nad Lužnicí • Kino • Kino Svět • Kino Spektrum • Letní kino • Hudební kluby • Music klub Kotnov • Milenium Tábor • Recykle music bar • Sportovní zařízení • Aquapark (viz. návrh č. 4) • Wellness a lázně
---	--	---

Zdroj: Vlastní zpracování

Návrh č. 2: Vodácký tábor pro děti

Z řízeného rozhovoru s Ing. Lorencovou vyplynulo, že v destinaci Tábořsko není zcela využitý přírodní potenciál, a to hlavně vodácká turistika na řece Lužnici. Tento nedostatek byl potvrzen i v dotazníkovém šetření, kdy jako hlavní důvod návštěvy destinace Tábořsko uvedlo sportovně-rekreační aktivity pouze 16% dotazovaných.

Proto navrhuji založit dětský tábor převážně zaměřený na vodáckou turistiku, pobyt v přírodě, výlety na kole a v neposlední řadě seznámení s vodáctvím. Tábor zaručí

dětem aktivně prožitou část prázdnin u vody bez každodenních samozřejmostí, jako je internet, televize a mobilní telefony.

Vodácký tábor by mohl provozovat Junák - svaz skautů a skautek ČR, středisko Kalich Tábor a prostory pro tábor by mohlo poskytnout tábořiště Suchomelův ostrov, s nímž by Junák Tábor spolupracoval. Tábořiště má výhodnou polohu přímo pod historickým centrem města.

Komunikovat vodácký tábor by mohl Junák Tábor na svých internetových stránkách. Potom by se tento tábor měl zařadit do tištěných katalogů dětských táborů a dále i do internetových katalogů dětských táborů, kam se nové tábory mohou zdarma registrovat. V neposlední řadě navrhuji sestavit propagační leták, který by se umísťoval hlavně do základních škol v Táboře a okolí, dále například rozeslat e-maily do škol ve vzdálenějších městech, zda by měly o letáky pro děti také zájem. Letáky navrhuji rozmístit i do prostředků hromadné dopravy. Finanční prostředky na marketingovou komunikaci by mohly poskytnout například město Tábor nebo Jihočeský kraj, jež podporují i svaz skautů Junák Tábor.

Vzhledem ke svému charakteru by byl určen pro děti a mládež od 10 do 18 let, pro zkušené i začátečníky. Délka tábora bude 12 dní. Děti se naučí samostatnosti, pobytu v kolektivu, tábornickým dovednostem, stavět stan, rozdělat oheň, vybrat tábořiště, poradit si s nepřízní počasí a zažijí neobvyklé zážitky. Také se naučí základy ovládání lodě na klidné i tekoucí vodě, jak se chovat na řece a co mohou od řeky očekávat. O všechno se budou starat školení instruktoři.

Trasa plavby bude z místa ubytování, Suchomelského ostrova v Táboře, do Bechyně. Jedná se o poměrně krátký a nenáročný úsek. Trasa je dlouhá 29 kilometrů. Celá řeka Lužnice je za normálního stavu vody vhodná i pro začínající vodáky.

Během letních prázdnin by se jely celkem 4 turnusy, první by byl v termínu 1. – 12. 7. 2014 (úterý – sobota násl. týdnu), další termíny by byly vždy od pondělí do pátku v následujícím týdnu: 2. turnus 14. – 25. 7. 2014, 3. turnus 28. 7. – 8. 8. 2014, 4. turnus 11. – 22. 8. 2014.

Po dobu plavby budou k dispozici dvě doprovodná vozidla, která budou přepravovat zavazadla a jídlo. Děti budou povinně vybaveny plovacími vestami.

Tabulka 19: Časový rozvrh vodáckého tábora

Den	Program
1.	Příjezd, stavba tábora, vybalení věcí, zahajovací táborák, seznamování a utužování kolektivu
2.	Osvojení táborových dovedností, vodácká příprava, rozdělení vodáckých hodností
3.	První zkouška pádlování ve vodě, pohybové a míčové hry
4.	Začátek plavby: tábořiště Suchomelův ostrov → tábořiště U Ježka → tábořiště Harrachovka (pauza na oběd) → tábořiště Matoušovský mlýn (7 km)
5.	Tábořiště Matoušovský mlýn → tábořiště v rekreačním areálu Řepeč → kemp Country Bečice → tábořiště Saloon Lužnice → kemp Na Staré papírně (11 km)
6.	Kemp Na Staré papírně → tábořiště Na Říhovkách → Bechyně (11 km), prohlídka města Bechyně, cesta vlakem zpátky do Tábora po první elektrifikované trati v ČR
7.	Klasický táborový program, odpočinkové aktivity
8. a 9.	Výlety na kolech po okolí
10.	Prohlídka města Tábor, sportovní hry
11.	Klasický táborový program, sportovní hry, bojovky
12.	Odjezd domů

Zdroj: Vlastní zpracování

Návrh č. 3: Kulturní akce zaměřená na 600. výročí upálení Mistra Jana Husa

Jednou z nejznámějších postav české historie je bezesporu Mistr Jan Hus, který byl v době rozkolu katolické církve 6. července roku 1415 na koncilu v Kostnici označen za kacíře a upálen na hranici. Datum jeho upálení se stalo českým státním svátkem. Narodil se v Husinci u Prachatic, ale většinu života prožil v Praze a po zákazu církevních obřadů a úkonů se Jan Hus odebral na venkov, žil např. na Kozím hrádku v Sezimově Ústí. Toto výročí v roce 2015 je vhodným okamžikem pro kulturní akci jak pro obyvatele, tak pro návštěvníky.

Z dotazníkového šetření zároveň vyplynulo, že do destinace Tábořsko návštěvníci přijíždí převážně v letním období, proto by tato událost mohla přilákat ještě více potenciálních návštěvníků.

Místo pro konání této akce považuji za nejvhodnější přímo areál Kozího hrádku a jeho okolí, protože se nachází v zajímavé krajině a je s Místrem Janem Husem neodmyslitelně spojen. Program zasazený do areálu zříceniny hradu přivede návštěvníky rovnou do středověku. Datum konání slavnosti bych zvolila příhodně na víkend 4. – 5. 7. 2015 (sobota a neděle). Jedná se zároveň o datum, který se podle oficiálních internetových stránek konkurenčních měst Písek, Jindřichův Hradec a České Budějovice, neshoduje s žádnou kulturní akcí, která by se konala ve stejném termínu alespoň pro letošní rok, protože kulturní akce pro rok 2015 zatím nejsou známy. Pravidelná událost, která se koná v Písku, je městská slavnost Dotkni se Písku, která se letos koná 13. – 15. 6. V Jindřichově Hradci uvádějí na oficiálních stránkách jako svůj Top týden plný kulturních akcí období od 26. 7. do 3. 8. 2014. Město České Budějovice žádnou akci v tomto termínu také nepořádá. Co se týká města Tábor, největší festival - Tábořská setkání, se každoročně koná o víkendu v polovině září. Festival Léto nad Lužnicí se koná 13. – 27. 6. 2014 a hudební festival Mighty Sounds o víkendu v polovině července. Předpokládám, že v roce 2015 se kulturní akce budou konat v podobných termínech.

Co se týká časového ohraničení, akce bude zahájena v sobotu v 10 hodin, její konec je stanoven na neděli v 18 hodin. Událost bude slavnostně zahájena divadelní scénkou, která poukáže na život ve středověku. Představení se odehraje na pódiu, které se nachází v těsné blízkosti zříceniny. Program na pódiu bude pokračovat představením dobových kostýmů, vystoupením kejklířů a tanečnic. V přestávkách mezi představeními bude hrát středověká hudba. V areálu zříceniny budou probíhat soutěže pro děti – střílení z kuší a katapultů na cíl, souboje na dřevěných koních, skákání v pytlích. V průběhu celého víkendu bude k dispozici velký stan s občerstvením. Podávat se budou bramboráky, halušky, vepřové pokrmy, zelňáky, bramboračka a česnečka v chlebu, buchty s povidly, lívance pro děti atd. Návštěvníci, kteří si z nabídky nevyberou, mohou navštívit místní stánek s občerstvením. Ve večerních hodinách se návštěvníci mohou přímo u zříceniny těšit na ohňovou show s fakíry a na ukázkou středověkého mučení. Až do zakončení sobotního večera ve 21 hodin bude hrát pozvaná česká kapela.

Nedělní program začne opět v 10 hodin. Začne přehlídkou tradičních řemesel, např. tkadlena, kovář, svíčkař, řezbář nebo kovolitec, kdy si děti budou moci odlévat šperky a drobné předměty do hliněných forem a svůj výrobek si následně nechat na památku. Děti se budou moci těšit i na přehlídku dravých ptáků s odborným výkladem. Během celého dne bude hrát opět středověká hudba a ukončení této akce bude v 18 hodin.

V případě marketingové komunikace bych zvolila plakáty, reklamu v tištěných médiích, např. Noviny tábořské radnice, časopis Novinky ze Sezimova Ústí, inzerce Partner, dále v rozhlase (rádio Blaník) a v Jihočeské televizi, na internetu a na sociálních sítích, např. Facebook. Hlavními partnery by mohly být Kovosvit Mas Sezimovo Ústí, Rumpold a Čevak, jenž sponzorují i Tábořská setkání.

Náklady na tuto akci budou kryty samozřejmě ze vstupného, potom ze smluv o propagaci s partnery akce a případné finanční dary. Část financí by také mohla být získána z poplatků za stánky s občerstvením. Pro tuto událost by bylo možné čerpat i dotaci z Evropské unie na podporu regionální a národnostní kultury. Je zaměřena na projekty na podporu kulturních aktivit spojených s významným výročním kulturně-historických událostí a s významným výročním význačných osobností českého původu působících v oblasti kultury. Výše dotace může být až 70% rozpočtových kalkulovaných nákladů.

Navrhuji i spolupráci organizátorů s některými penziony, jak v Sezimově Ústí, tak v Táboře. Řešil by se tím z části i problém, který uvedla Ing. Lorencová v řízeném rozhovoru, že v destinaci Tábořsko není zcela sjednocená spolupráce a koordinace mezi subjekty působícími v cestovním ruchu. Návštěvníci by po předložení vstupenky z této akce dostali určitou slevu na ubytování. Ubytovací zařízení umožňují účastníkům cestovního ruchu strávit v cílové destinaci delší dobu pobytu. S delším pobytem účastník cestovního ruchu vynaloží více finančních prostředků za poskytované služby, a tím zvýší úroveň destinace a následně celého cestovního ruchu.

Další možná spolupráce by mohla být s německým městem Kostnice, kde byl Mistr Jan Hus upálen a zároveň se jedná o partnerské město města Tábor. Tato kulturní akce by mohla ucelit vztahy těchto dvou národů.

Tabulka 20: Vstupné na kulturní akci

Vstupné	
Základní	150 Kč
Důchodci/ ZTP	100 Kč
Děti do 3 let	zdarma
Děti do 12 let	80 Kč
Rodinné vstupné 2 + 2	350 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Vstupenky bude možné zakoupit na místě nebo v předprodeji v Informačním centru v Táboře se slevou 20 Kč.

Návrh č. 4: Výstavba aquaparku

Z výsledků dotazníkového šetření bylo zjištěno, že destinaci ovlivňuje sezónnost, tuto skutečnost potvrdila i vedoucí Odboru kultury a cestovního ruchu v Táboře Ing. Lorencová v řízeném rozhovoru. Jednou z možností, jak tento problém vyřešit, může být přestavba stávajícího plaveckého bazénu na větší aquapark. Z vlastního pozorování bývá v letní sezóně kapacita venkovního bazénu přeplněna, vyřešilo by se tak zkvalitnění koupání. Naopak v zimní sezóně není nabídka bazénu příliš přitažlivá, nabízí pouze plavecký bazén a dětský bazén. Jeho rozšíření a zkvalitnění služeb by mohlo pomoci v boji se sezónností.

Aquapark by kromě zábavního zařízení mohl fungovat jako wellness zařízení. Poskytoval by masáže (klasické, lávovými kameny, detoxikační medové, čokoládové, aromatické), dále např. solární studio a větší saunu.

Aquapark by byl jistě menší než např. Aquapalace v Čestlicích v Praze nebo Babylon v Liberci. Mohl by se blížit např. Vodnímu ráji v Jihlavě. Navrhují rozšířit i nabídku pro děti, protože z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že destinaci Tábořsko často navštěvují rodiny s malými dětmi.

Samozřejmě není zajištěno, že návštěvnost aquaparku bude dostatečná. Poměrně vysoká návštěvnost se dá očekávat hlavně v době po otevření především ze zvědavosti a touze po poznání nového areálu, a to jak ze strany návštěvníků, tak obyvatel. Ke zvýšení pravděpodobnosti návratu návštěvníků bude potřebné se od konkurence odlišit. Ve srovnání s konkurencí by tábořský aquapark nabízel podstatně nižší vstupné,

ale zároveň také omezenější nabídku (menší počet tobogánů, skluzavek, různých atrakcí a wellness služeb).

Aquapark v Táboře bude muset nabídnout takové služby, které ho odliší od konkurence. Jednat by se mohlo o zvýhodněné vstupné, např. každý návštěvník dostane k první zakoupené vstupence druhou volnou vstupenku pro dítě. Dále aquapark musí mít kvalitní propagační kampaň, různé tematické akce a soutěže pro děti. Navrhovala bych i lekce aquaerobicu v určité dny, dále wellness dny jenom pro ženy, kdy si užijí saunu, masáže apod. jenom pro sebe.

Ing. Lorencová v řízeném rozhovoru uvedla, že jedním z nedostatků destinace Tábor, které město spatřuje, je nedostatečná spolupráce a koordinace mezi subjekty působícími v cestovním ruchu. Aquapark by proto mohl spolupracovat s ubytovacími zařízeními v Táboře. Hosté by např. dostávali slevu na vstupné do aquaparku, sleva by byla stupňována podle počtu nocí strávených v ubytovacím zařízení. Hosté v ubytovacím zařízení dostanou potvrzení o délce pobytu a to následně předloží při vstupu do aquaparku. Mohl by se tak zvýšit počet návštěvníků aquaparku, ale zároveň prodloužit pobyt hostů v ubytovacích zařízeních, jelikož z dotazníkového šetření vyšlo, že doba pobytu strávená v této destinaci bývá nejčastěji 1 – 2 přenocování nebo jednodenní návštěva.

Návrh č. 5: Výlet do táborských muzeí

Podle řízeného rozhovoru s Ing. Lorencovou je destinace Tábořsko vhodná pro fakultativní výlety, zejména návštěvníků z Prahy. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že tuto destinaci nejméně navštěvují senioři, proto bych pro tento segment navrhovala produktový balíček, který by byl zaměřený na prohlídku táborských muzeí. Statistiky také uvádí, že se v dnešní době mění věková struktura obyvatelstva, dochází ke stárnutí populace.

Z marketingového hlediska bych navrhovala rozšířený produkt, něco, čím se produkt odliší oproti podobným produktům, kterých je na trhu cestovního ruchu vysoký počet. Navrhuji proto nabídku společné zlevněné vstupenky do dvou zajímavých muzeí v destinaci Tábořsko.

Jednalo by se o Husitské muzeum v Táboře, kde si budou moci prohlédnout expozici Husité s podrobným výkladem a také projít Středověké podzemí. A dále Muzeum čokolády a marcipánu, které na ploše přes 1000 m představí a zmapuje historii čokolády.

Husitské muzeum nabízí skupinovou slevu 10% pro skupinu nad 20 osob. Muzeum čokolády a marcipánu nabízí Senior balíček, kdy za cenu pouhých 90,- Kč získají vstupné do muzea a ještě teplou čokoládu k tomu. Základní vstupné je 130,- Kč bez ochutnávky čokolády. Tato nabídka platí pro seniory nad 60 let.

Z tohoto důvodu bude tento produkt pro zákazníky nad 60 let. Kapacita autobusu je 49 lidí, aby se výlet uskutečnil, minimální počet účastníků bude muset být 45 lidí.

Balíček bude nabízet jedna z cestovních kanceláří v Táboře. Produkt bude zahrnovat dopravu klimatizovaným autobusem z Prahy do Tábora a zpět, vstupné do Husitského muzea a do Muzea čokolády a marcipánu a oběd. Oběd bude po domluvě s restaurací zahrnovat výběr ze 4 jídel a 1 nealkoholický nápoj.

Délka trasy Praha – Tábor je přibližně 93 km a trvá přibližně 1 hodinu a 30 minut, proto bych odjezd z Prahy stanovila na 8. hodinu. Předpokládaný příjezd do Tábora bude v 9:30. Do Husitského muzea bude příchod přibližně v 9:45. Prohlídka expozice Husité a následně Středověkého podzemí zabere zhruba 2 hodiny. Oběd bude v restauraci Beseda, která se nachází na Žižkově náměstí, stejně jako Historické muzeum, a má poměrně vysokou kapacitu, která odpovídá počtu účastníků výletu. Přestávka na oběd bude v době 12:00 – 13:30. Poté se skupina přesune do Muzea čokolády a marcipánu. Prohlídka začne ve 14 hodin a skončí přibližně v 15:30. Poté bude rozchod v centru města a odjezd bude v 17 hodin. Předpokládaný příjezd do Prahy bude v 18:30.

Kalkulace výletu

Doprava

- cena za 1 km = 24,- Kč
- trasa celkem: 186 km + 10 km rezerva na objížďku (5%) = 196 km * 24 = **4 704,-**
- čekací doba za 1 hodinu = 180,- * 7,5 h = **1 350,-**
- doprava celkem: 4 704 + 1 350 = **6 054,-**

- kapacita autobusu = 49 lidí
- cena dopravy na 1 účastníka = $6\,054 : 49 = 124,-$

Vstupné + oběd

- vstupné do Husitského muzea (expoze Husité + Středověké podzemí):
60,- + 50,- = 110 - 10% sleva = **99,-**
- vstupné do Muzea čokolády a marcipánu (Senior balíček): **90,-**
- oběd v restauraci = **150,-**

Výsledná cena

- náklady: $124,- + 99,- + 90,- + 150,- = 463,-$
- přírůžka CK: $20\% * 463,- = 93,-$

Výsledná zaokrouhlená cena = 559,-

Celková cena za produktový balíček „Výlet do tábořských muzeí“ bude pro 1 účastníka 559 Kč.

Zdroj: Oficiální internetové stránky ČSAD [online], 3. 4. 2014

Muzeum čokolády a marcipánu [online], 3. 4. 2014

Husitské muzeum v Táboře [online], 3. 4. 2014

5. Závěr

Cílem práce bylo zhodnocení primární a sekundární nabídky destinace Tábořsko na základě situační analýzy, identifikace konkurenčních destinací a určení pozice na trhu cestovního ruchu. Následně identifikovat konkurenční výhodu a navrhnout způsob jejího prosazování.

Pro provedení situační analýzy destinace Tábořsko byla použita sekundární a primární data. Primární data byla získána dotazníkovým šetřením, jehož výsledky jsou v práci zpracovány. Dále byl proveden řízený rozhovor. Výsledky výzkumů a analýz jsou vyhodnoceny v syntéze výsledků a poznatků.

Na začátku práce byly sestaveny tři hypotézy, jejichž vyhodnocení se nachází v práci. První hypotéza „Destinace Tábořsko je na trhu cestovního ruchu vnímána jako kulturní destinace“ byla potvrzena. Z dotazníkového šetření vyšlo, že návštěvníci destinaci navštěvují především z důvodu poznávání kulturně-historických památek a ze všech konkurenčních destinací (Českobudějovicko, Písecko, Jindřichohradecko) je vnímána nejvíce jako kulturně-historická destinace. Druhá hypotéza „Nejčastějším důvodem návštěvy destinace Tábořsko jsou sportovně-rekreační aktivity“ byla vyvrácena. Z řízeného rozhovoru vyšlo, že jedním z nedostatků destinace Tábořsko na trhu cestovního ruchu je ne zcela využitý potenciál destinace (např. vodácká turistika). Dotazníkové šetření toto tvrzení potvrzuje, jako hlavní důvod návštěvy uvedl sportovně-rekreační aktivity malý počet respondentů. Třetí hypotéza „Destinace Tábořsko je vnímána spíše jako tradiční než moderní“ byla potvrzena. Na základě dotazníkového šetření bylo zjištěno, že destinace Tábořsko je ze všech konkurenčních destinací (Českobudějovicko, Písecko, Jindřichohradecko) nejvíce vnímána jako tradiční. Respondentům se také jako první pod pojmem destinace Tábořsko vybaví historie, Husité a Jan Žižka. Z řízeného rozhovoru rovněž vyplynulo, že cílem města Táboř je destinaci prezentovat jako tradiční.

Na základě výsledků dotazníkového šetření i řízeného rozhovoru byla navržena opatření, která by mohla přispět k větší atraktivitě destinace Tábořsko na trhu cestovního ruchu.

Tyto návrhy a provedená analýza by mohly sloužit jako inspirace pro subjekty cestovního ruchu v destinaci a následně vést ke zvýšení konkurenceschopnosti destinace na trhu cestovního ruchu.

I. Summary a keywords

The main target of this thesis was to evaluate the primary and secondary destination offers of Tábořsko based on situation analysis, identification of competitive destinations and determine the position of the tourism market. Then identify competitive advantage and propose methods of enforcement.

To perform the situation analysis of the destination Tábořsko was used secondary and primary data. Primary data were obtained by questionnaire survey, the results are in my work. Then was conducted controlled interview. The results of research and analysis are evaluated in the synthesis of the results and findings.

At the beginning of the thesis were compiled three hypotheses. The first hypothesis "Destination Tábořsko is perceived as a cultural destination at the tourism market" was confirmed. The survey was released that visitors visit the area mainly because of cultural and historical monuments and from all competitive destinations (Českobudějovicko, Písecko, Jindřichohradecko) is perceived as the most cultural and historical destination. The second hypothesis "The most common reason for visiting a destination Tábořsko are sports and recreational activities" has been refuted. The controlled interview came out that one of the short comings of Tábořsko destination at the tourism market is not fully exploited the potential of destination (rafting). The questionnaire survey confirms this assertion, as the main reason for the visit said the sports and recreational activities small number of respondents. The third hypothesis "Destination Tábořsko is perceived more likely traditional than modern" was confirmed. Based on the questionnaire survey, it was found that the destination Tábořsko is from the competitive destinations (Českobudějovicko, Písecko, Jindřichohradecko) most viewed as traditional. The controlled interview also revealed that the aim of Tabor is presented this destination as a traditional destination.

Based on the results of a questionnaire survey and controlled interview was made a suggestion that could contribute to better attractiveness of destination Tábořsko at the tourism market.

These proposals and conducted analysis could serve as an inspiration for subjects of tourism destination and consequently lead to an increase the competitiveness of the destination at the tourism market.

Keywords

Tourism, tourism market, tourism destination, primary destination offer, secondary destination offer, situation analysis, questionnaire survey

II. Seznam použitých zdrojů

Foret, M., Foretová, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. (2001) 1. vyd. Praha: Grada Publishing, spol. s r. o.

Foret, M., Foretová, V. *Marketing místního rozvoje a cestovního ruchu*. (2008) Znojmo: SVŠE.

Goeldner, Ch., Ritchie, J. *Tourism: principles, practices, philosophies*. (2009) 11th ed. Hoboken, N. J.: John Wiley & Sons.

Hesková, M. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. (2006) Praha: Fortuna.

Hesková, M. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. (2011) 2., upr. vyd. Praha: Fortuna.

Horejsková, L., Růžička, R. a kol. autorů. *Vítejte na Táborsku*. (2006) Město Tábor

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

Indrová, J. *Cestovní ruch: základy*. (2007) Oeconomica.

Jakubíková, D. *Marketing v cestovním ruchu*. (2009) 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s.

Kiráľová, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. (2003) 1. vyd. Praha: Ekopress, s.r.o.

Kotler, P. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. (2007) 1. vyd. Praha: Grada

Malá, V. *Cestovní ruch (vybrané kapitoly)*. (1999) 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze.

Middleton, V. *Marketing in Travel and Tourism*. (2001) 3. vyd. Oxford: Butterworth-Heinemann Linacre House.

Novacká, Ľ. *Cestovní ruch a Európska únia*. (2010) 1. vyd. Bratislava: Sprint dva.

Novacká, Ľ. *Cestovní ruch, udržateľnosť a zodpovednosť na medzinárodnom trhu*. (2013) 1. vyd. Bratislava: Ekonóm Bratislava.

Orieška, J. *Služby v cestovním ruchu*. (2010) 1. vyd. Praha: Idea servis.

Palatková, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. (2006) Praha: Grada Publishing, a.s.

Palatková, M. *Marketingový management destinací*. (2011) Praha: Grada Publishing, a.s.

Podhorský, M. *Jihočeský kraj*. (2003) 1. vyd. Praha: freytag & berndt.

Ritchie, J., Crouch G. *The Competitive Destination*. (2003) Cambridge: CABI Publishing.

Internetové zdroje:

Mapa okresu Tábor. *Obce města*. [online]. [cit. 2014-02-22]. Dostupné z: <<http://mesta.obce.cz/vyhledat2.asp?okres=3308>>

Destinace Tábořsko z pohledu statistické a územní jednotky. *Český statistický úřad*. [online]. [cit. 2014-02-21]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_ta>

Svazek obcí mikroregionu Tábořsko. *Oficiální informační systém města Tábořa*. [online]. [cit. 2014-02-21]. Dostupné z: <<http://www.taborsko.cz/cs/obcan/rozvoj/strategicky-plan-rozvoje-mikroregionu-taborsko>>

Město Táboř. *Oficiální stránky města Táboř*. [online]. [cit. 2014-02-21]. Dostupné z: <http://www.taborcz.eu/vismo/dokumenty2.asp?id_org=16470&id=1093&p1=1190>

Město Soběslav. *Oficiální stránky města Soběslav*. [online]. [cit. 2014-02-21]. Dostupné z: <<http://www.musobeslav.cz/zakladni-informace/2008-02-27.html>>

Město Veselí nad Lužnicí. *Oficiální stránky města Veselí nad Lužnicí*. [online]. [cit. 2014-02-21]. Dostupné z: <<http://www.veseli.cz/zakladni-informace/os-27547/p1=38410>>

Príměstské části města Táboř. *Oficiální stránky města Táboř*. [online]. [cit. 2014-02-21]. Dostupné z: <http://www.taborcz.eu/vismo/fulltext.asp?hledani=1&id_org=16470&query=m%C3%ADstn%C3%AD+%C4%8D%C3%A1sti&submit=Hledat>

Přírodní potenciál města Tábor. *Oficiální stránky města Tábor*. [online]. [cit. 2014-02-22]. Dostupné z: <http://www.taborcz.eu/vismo/dokumenty2.asp?id_org=16470&id=1098&p1=1195>

Vodstvo v okrese Tábor. *Český statistický úřad*. [online]. [cit. 2014-02-22]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_ta>

Podnebí v okrese Tábor. *Český statistický úřad*. [online]. [cit. 2014-02-22]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_ta>

Podnebí v okrese Tábor. *Oficiální stránky města Tábor*. [online]. [cit. 2014-02-22]. Dostupné z: <http://www.taborcz.eu/vismo/dokumenty2.asp?id_org=16470&id=1096&p1=1193>

Kulturně-historický potenciál města Tábor. *Oficiální stránky města Tábor*. [online]. [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: <http://www.taborcz.eu/vismo/dokumenty2.asp?id_org=16470&id=1055&p1=1075>

Informace. *Husitské muzeum v Táboře*. [online]. [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <<http://www.husitskemuzeum.cz/search.php?rsvelikost=sab&rstext=all-phpRS-all&rstema=47>>

Informace. *Muzeum Lega Tábor*. [online]. [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <<http://www.muzeumlegatabor.cz>>

Informace. *Muzeum čokolády a marcipánu Tábor*. [online]. [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <<http://www.cokomuzeum.cz>>

Hrady a zámky. *Výletník.cz*. [online]. [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: <<http://www.vyletnik.cz/hrady-a-zamky/jizni-cechy/taborsko>>

Hrady a zámky. *Hrady.cz*. [online]. [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: <<http://www.hrady.cz/?OID=106>>

Informace. *Kozí hrádek*. [online]. [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: <<http://kozihradek.zde.cz>>

Informace. *Obec Choustník*. [online]. [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: <<http://www.obecchoustnik.cz/hrad-choustnik>>

Informace. *Centrum Šelmberk*. [online]. [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: <<http://www.centrumselmberk.cz/cs> >

Informace. *Atlas Česka*. [online]. [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: <<http://www.centrumselmberk.cz/cs>>

Informace. *Slavnosti piva Tábor*. [online]. [cit. 2014-02-25]. Dostupné z: <<http://www.slavnostipivatabor.cz>>

Husitské dny v Táboře. *Oficiální stránky města Tábor*. [online]. [cit. 2014-02-25]. Dostupné z: <http://www.taborcz.eu/vismo/akce.asp?id_org=16470&id=1516&p1=11450>

Informace. *Mighty Sounds*. [online]. [cit. 2014-02-25]. Dostupné z: <<http://mightysounds.cz/cz/info> >

Ubytovací zařízení v okrese Tábor. *Český statistický úřad*. [online]. [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr>

Kulturní zařízení v okrese Tábor. *Oficiální stránky města Tábor*. [online]. [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <http://www.taborcz.eu/vismo/o_utvar.asp?id_org=16470&id_u=1081&query=kulturn%C3%AD+za%C5%99%C3%ADzen%C3%AD>

Sportovně-rekreační zařízení v okrese Tábor. *Tělovýchovná zařízení města Tábor*. [online]. [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <<http://www.tzmt.cz/index.php>>

Sportovně-rekreační zařízení v okrese Tábor. *Letní koupaliště města Soběslav*. [online]. [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <<http://www.letnikoupalistesobeslav.cz> >

Dopravní dostupnost v okrese Tábor. *Český statistický úřad*. [online]. [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_ta>

Informace. *Regionální informační servis*. [online]. [cit. 2014-02-28]. Dostupný z: <<http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/jihocesky-kraj/okresy/>>

Informace. *Veřejná databáze ČSU*. [online]. [cit. 2014-02-28]. Dostupný z: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/maklist.jsp?kapitola_id=39&&expand=1>

Informace. *Jižní Čechy a Šumava*. [online]. [cit. 2014-02-28]. Dostupný

z: < www.jiznicechy.org>

Informace. *Výletník.cz*. [online]. [cit. 2014-02-28]. Dostupný z: www.vyletnik.cz

III. Seznam obrázků, tabulek a grafů

Seznam obrázků

Obrázek 1: Cestovní ruch jako systém

Obrázek 2: Vymezení okresu Tábor

Obrázek 3: Vymezení oblastí Českobudějovicko, Písecko a Jindřichohradecko

Seznam tabulek

Tabulka 1: Otevírací doba a vstupné v Botanické zahradě

Tabulka 2: Otevírací doba a vstupné v Chýnovské jeskyni

Tabulka 3: Otevírací doba a vstupné v Husitském muzeu v Táboře

Tabulka 4: Otevírací doba a vstupné na vyhlídkové věži

Tabulka 5: Otevírací doba a vstupné na vyhlídkové věži Kotnov

Tabulka 6: Otevírací doba a vstupné na Památník Dr. E. Beneše

Tabulka 7: Otevírací doba a vstupné na hrad Choustník

Tabulka 8: Návštěvnost Táborských setkání v letech 2008 – 2013

Tabulka 9: Otevírací doba a vstupné v galeriích

Tabulka 10: Návštěvnost výstav v letech 2008 – 2013

Tabulka 11: Počet hromadných ubytovacích zařízení a počet lůžek v Jihočeském kraji

Tabulka 12: Počet ubytovacích zařízení a počet lůžek v okrese Tábor

Tabulka 13: Počet ubytovacích zařízení podle kategorie v okrese Tábor

Tabulka 14: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v okrese Tábor

Tabulka 15: Otevírací doba a vstupné v Muzeu Lega

Tabulka 16: Otevírací doba a vstupné v Muzeu čokolády a marcipánu

Tabulka 17: Konkurenční destinace

Tabulka 18: Průvodce destinací

Tabulka 19: Časový rozvrh vodáckého tábora

Tabulka 20: Vstupné na kulturní akci

Seznam grafů

Graf 1: První asociace pod pojmem Táborsko

Graf 2: Rozdělení respondentů na návštěvníky a obyvatele

Graf 3: Frekvence návštěv respondentů

Graf 4: Nejvíce atraktivní místa v destinaci Táborsko

Graf 5: Období, ve kterém respondenti destinaci Táborsko navštěvují

Graf 6: Hlavní důvod návštěvy respondentů

Graf 7: Délka pobytu respondentů

Graf 8: Doprovod respondentů

Graf 9 – Percepční mapa: Vnímání destinace Táborsko ve srovnání s destinacemi Českobudějovicko, Písecko, Jindřichohradecko z hlediska letní/zimní období a poznávání destinace/odpočinek a regenerace

Graf 10 – Percepční mapa: Vnímání destinace Táborsko ve srovnání s destinacemi Českobudějovicko, Písecko, Jindřichohradecko z hlediska příroda/kultura a historie a tradiční/moderní destinace

Graf 11: Hodnocení služeb v destinaci Táborsko

Graf 12: Zajímavost destinace Táborsko z hlediska cestovního ruchu

Graf 13: Trvalé bydliště respondentů z České republiky

Graf 14: Trvalé bydliště respondentů ze zahraničí

Graf 15: Pohlaví respondentů

Graf 16: Věk respondentů

Graf 17: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů

Graf 18: Statut respondentů

IV. Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník

Příloha 2: Questionnaire

Příloha 3: Fragebogen

Příloha 4: Řízený rozhovor

V. Přílohy

Příloha 1: Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Petra Burianová a jsem studentka Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Provádím průzkum v rámci své bakalářské práce nazvané Destinace Táborsko na trhu cestovního ruchu. Tímto Vás chci požádat o vyplnění tohoto dotazníku. Veškeré informace budou použity pouze pro vypracování bakalářské práce a osobní údaje budou chráněny proti zneužití. Předem děkuji za vyplnění dotazníku, které Vám nezabere více než 10 minut.

1. Co se Vám vybaví jako první pod pojmem Táborsko?

.....

2. Pocházíte z Táborska? (Pokud ano, pokračujte otázkou č. 9)

- Ano
- Ne

3. Kolikrát jste navštívil/a region Táborsko?

- Jsem zde poprvé
- Nepravidelně (méně než jednou za rok)
- 1 krát až 3 krát za rok
- Více jak 3 krát za rok

4. Jaké místo, které jste v tomto regionu navštívil/a nebo hodláte navštívit, považujete za turisticky nejatraktivnější?

.....

5. V jakém období destinaci Táborsko nejraději navštěvujete?

- Celoročně
- V zimním období
- V letním období
- Mimo sezónu

6. Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy? (uved'te max. 3 možnosti)

- Sportovně – rekreační aktivity
- Kulturně – historické památky
- Kulturní akce

- Návštěva příbuzných, známých
- Zábava, nákupy
- Služební cesta / firemní akce
- Jiný:

7. Jak dlouhý je Váš pobyt?

- Jednodenní
- 1 - 2 přenocování
- 3 - 5 přenocování
- Více než 5 přenocování

8. S kým jste přijel/a?

- sám
- s partnerem / partnerkou
- s rodinou (pouze dospělí)
- s rodinou s dětmi
- s přáteli / známými / kolegy
- se skupinou (přes CK)

9. Vnímáte následující destinace spíše jako letní nebo zimní regiony cestovního ruchu? (ohodnoťte pomocí následující škály 1 – 5, kde 1 = pouze letní, 5 = pouze zimní)

	Letní				Zimní
Táborsko	1	2	3	4	5
Písecko	1	2	3	4	5
Jindřichohradecko	1	2	3	4	5
Českobudějovicko	1	2	3	4	5

10. Vnímáte následující destinace spíše z hlediska přírody nebo z hlediska kultury a historie? (ohodnoťte pomocí následující škály 1 - 5, kde 1 = pouze příroda, 5 = pouze kultura a historie)

	Příroda				Kultura a historie
Táborsko	1	2	3	4	5
Písecko	1	2	3	4	5
Jindřichohradecko	1	2	3	4	5
Českobudějovicko	1	2	3	4	5

11. Vnímáte následující destinace spíše z hlediska odpočinku a regenerace nebo z hlediska poznávání? (ohodnoťte pomocí následujících škál 1 - 5, kde 1 = pouze odpočinek a regenerace, 5 = pouze poznávání)

	Odpočinek a regenerace				Poznávání
Táborsko	1	2	3	4	5
Písecko	1	2	3	4	5
Jindřichohradecko	1	2	3	4	5
Českobudějovicko	1	2	3	4	5

12. Vnímáte následující destinace spíše jako tradiční nebo moderní destinace? (ohodnoťte pomocí následujících škál 1 - 5, kde 1 = spíše tradiční, 5 = spíše moderní)

	Tradiční				Moderní
Táborsko	1	2	3	4	5
Písecko	1	2	3	4	5
Jindřichohradecko	1	2	3	4	5
Českobudějovicko	1	2	3	4	5

13. Jak hodnotíte služby v tomto regionu?

(1 = nejlepší, 5 = nejhorší)

- Ubytovací služby 1 2 3 4 5
- Stravovací služby 1 2 3 4 5
- Dopravní služby 1 2 3 4 5
- Informační služby 1 2 3 4 5
- Turistické značení 1 2 3 4 5
- Kulturní a sportovní vyžití 1 2 3 4 5

14. Myslíte si, že je region Táborsko dostatečně zajímavý z hlediska cestovního ruchu?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Určitě ne

15. Z jakého kraje pocházíte? (místo trvalého pobytu)

- Jihočeský kraj
- Středočeský kraj

- Jihomoravský kraj
- Hlavní město Praha
- Ústecký kraj
- Vysočina
- Karlovarský kraj
- Plzeňský kraj
- Liberecký kraj
- Olomoucký kraj
- Zlínský kraj
- Královéhradecký kraj
- Moravskoslezský kraj
- Pardubický kraj

16. Jste:

- Žena
- Muž

17. Do jaké věkové kategorie patříte?

- do 18 let
- 19 – 26 let
- 27 – 40 let
- 41 – 55 let
- 56 – 65 let
- 66 a více

18. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní
- Odborné střední s výučním listem
- Střední s maturitou
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

19. Jste:

- Student
- Zaměstnanec
- Podnikatel/OSVČ
- Důchodce
- Nezaměstnaný
- Na rodičovské dovolené

Příloha 2: Questionnaire

Hello,

my name is Petra Burianová and I am a student of the University of South Bohemia in České Budějovice. I am performing a research which is in my bachelor's work entitled Destination Táborsko at the tourism market. This way I want to ask you to fill out this questionnaire. All informations will be used only for preparation of bachelor's work and personal data will be protected against misuse. Thank you in advance for completing the questionnaire, which will not take you more than 10 minutes.

1. What do you think first about the term Táborsko?

.....

2. Do you come from Táborsko? (If yes, go on to the question 9)

- Yes
- No

3. How many times did you visit Táborsko?

- I am here for the first time
- Irregularly (less than once per year)
- From one times to three times per year
- More than three times per year

4. What kind of place, that you are visited or intend to visit in this region do you consider as the most attractive?

.....

5. In which season do you prefer visiting destination Táborsko?

- Year-round
- In wintertime
- In summertime
- Offseason

6. What is the main reason of your visit? (Please state at the maximum free options)

- Sports and recreation activities
- Cultural and historical sights
- Cultural events
- Visit of relatives or friends

- Fun and shopping
- Business trip
- Other:

7. How long is your stay?

- One day (without an overnight stay)
- 1 - 2 nights
- 3 - 5 nights
- More than 5 nights

8. With whom did you come?

- Alone
- With partner
- With family (only adults)
- With family with children
- With friends/colleagues
- With a group (across the Touroperator)

9. Do you perceive the following destinations more like summer or winter tourism regions? (rate using the following scale of 1 to 5, where 1 = only summer, 5 = only winter)

	Summer				Winter
Táborsko	1	2	3	4	5
Písecko	1	2	3	4	5
Jindřichohradecko	1	2	3	4	5
Českobudějovicko	1	2	3	4	5

10. Do you perceive the following destinations rather from the point of view of nature or culture? (rate using the following scale of 1 to 5, where 1 = only nature, 5 = only culture and history)

	Nature				Culture and history
Táborsko	1	2	3	4	5
Písecko	1	2	3	4	5
Jindřichohradecko	1	2	3	4	5
Českobudějovicko	1	2	3	4	5

11. Do you perceive the following destinations rather from the point of view of rest and recovery or recognition? (rate using the following scale of 1 to 5, where 1 = only rest and recovery, 5 = only recognition)

	Rest and recovery				Recognition
Táborsko	1	2	3	4	5
Písecko	1	2	3	4	5
Jindřichohradecko	1	2	3	4	5
Českobudějovicko	1	2	3	4	5

12. Do you perceive the following destinations more like traditional or modern destinations? (rate using the following scale of 1 to 5, where 1 = more like traditional, 5 = more like modern)

	Traditional				Modern
Táborsko	1	2	3	4	5
Písecko	1	2	3	4	5
Jindřichohradecko	1	2	3	4	5
Českobudějovicko	1	2	3	4	5

13. How do you evaluate the services in this region?

(rate using the following scale of 1 to 5)

- Accommodation services 1 2 3 4 5
- Eating services 1 2 3 4 5
- Transportation services 1 2 3 4 5
- Information services 1 2 3 4 5
- Touristic marketing 1 2 3 4 5
- Cultural and sport activities 1 2 3 4 5

14. Do you think that region Táborsko is sufficiently interesting from the point of view of tourism?

- Definitely yes
- Rather yes
- Rather no
- Definitely not

15. Where are you from?

.....

16. Are you:

- Female
- Male

17. To what age category do you belong?

- up to 18 years
- 19 – 26 years
- 27 – 40 years
- 41 – 55 years
- 56 – 65 years
- 66 and more

18. What is your highest level of education?

- Primary education
- Secondary education
- Higher education
- University education

19. Are you:

- Student
- Employee
- Businessman
- Retiree
- Unemployed
- On maternity leave

Příloha 3: Fragebogen

Guten Tag,

Ich heiße Petra Burianová und studiere an der Südböhmischen Universität in Budweis. Im Rahmen meiner Bachelor-Arbeit mit dem Titel „Destination Taborsko auf der Tourismus-Markt“ mache ich eine Untersuchung. Dies bitte ich Sie, diesen Fragebogen auszufüllen. Alle Angaben werden nur für die Vorbereitung dieser Bachelor-Arbeit verwendet. Alle persönlichen Daten werden vor Missbrauch geschützt werden.

Vielen Dank im Voraus für das Ausfüllen des Fragebogens, die nicht mehr als 10 Minuten in Anspruch nehmen wird.

1. Was kommt Ihnen in der Sinn, wenn man sagt Taborsko?

.....

2. Kommen Sie aus Tabor ? (Wenn ja, weiter mit Frage 9)

- Ja
- Nicht

3. Wie oft haben Sie das Region Taborsko besucht?

- Ich bin hier zum ersten Mal
- Selten (weniger als einmal pro Jahr)
- 1 oder 3 mal pro Jahr
- Mehr als 3 mal pro Jahr

4. Welcher Ort, des Sie schon indieser Region besucht haben / oder besuchen wollen, finden Sie am attraktivsten?

.....

5. In welcher Saison besuchen Sie Taborsko am liebsten?

- Das ganze Jahr
- Im Winter
- Im Sommer
- Außerhalb der Saison

6. Was ist der Hauptgrund für Ihren Besuch? (Führen Sie bitte max. 3 Möglichkeiten an)

- Sport - Freizeitaktivitäten
- Kulturell - historische Denkmäler
- Veranstaltungen
- Besuch von Verwandten , Freunden
- Spaß, Einkaufen

- Geschäftsreisen / Unternehmensereignisse
- Sonstiges:

7. Wie lange ist Ihr Aufenthalt?

- Nur eine Übernachtung
- 1-2 Nächte
- 3-5 Nächte
- Mehr als 5 Nächte

8. Mit wem sind Sie angekommen?

- Nur selbst
- Mit Partner
- Mit Familien (nur für Erwachsene)
- Familie mit Kindern
- Mit Freunden / Bekannten / Kollegen
- Eine Gruppe (durch Reisebüro)

9. Haben Sie betrachtet die folgenden Ziele mehr wie Sommer oder Wintertourismusregionen? (Bewerten Sie auf der folgenden Skala von 1 bis 5, wobei 1 = nur im Sommer, 5 = nur im Winter)

	Sommer				Winter
Taborsko	1	2	3	4	5
Pisecko	1	2	3	4	5
Jindrichohradecko	1	2	3	4	5
Budweiß	1	2	3	4	5

10. Aus welchen Grund finden Sie folgende Region eher attraktiv?

(Bewerten Sie auf der folgenden Skala von 1 bis 5, wobei 1 = nur die Natur, 5 = nur Kultur und Geschichte)

	Natur			Kultur und Geschichte	
Taborsko	1	2	3	4	5
Pisecko	1	2	3	4	5
Jindrichohradecko	1	2	3	4	5
Budweiß	1	2	3	4	5

11. Aus welchen Grund finden Sie folgende Region eher attraktiv?

(Bewerten Sie auf der folgenden Skala von 1 bis 5, wobei 1 = nur Ruhe und Erholung, 5 = nur Erkenntnis)

	Ruhe und Erholung			Erkenntnis	
Taborsko	1	2	3	4	5
Pisecko	1	2	3	4	5
Jindrichohradecko	1	2	3	4	5
Budweiß	1	2	3	4	5

12. Aus welchen Grund finden Sie folgende Region eher attraktiv?

(Bewerten auf der folgenden Skala von 1 bis 5, wobei 1 = etwas traditionell, 5 = mehr modern)

	Traditionell			Modern	
Taborsko	1	2	3	4	5
Pisecko	1	2	3	4	5
Jindrichohradecko	1	2	3	4	5
Budweiß	1	2	3	4	5

13. Wie finden Sie den Service in dieser Region?

(Bewerten auf der folgenden Skala von 1 bis 5)

• Unterkunft Dienstleistungen	1	2	3	4	5
• Catering	1	2	3	4	5
• Transport- Dienstleistungen	1	2	3	4	5
• Informationsdienste	1	2	3	4	5
• Tourist -Kennzeichnung	1	2	3	4	5
• Kultur -und Sportaktivitäten	1	2	3	4	5

14. Glauben Sie, dass Region Taborsko für Touristen genug interessant ist?

- Definitiv ja
- Eher Ja
- Wahrscheinlich nicht
- Auf jeden Fall nicht

15. Geben Sie bitte das Land an, in dem Sie dauernd leben?

.....

16. Sind Sie:

- Frau
- Mann

17. Zu welcher Altersgruppe gehören Sie?

- 18 Jahre
- 19-26 Jahre
- 27-40 Jahre
- 41-55 Jahre
- 56-65 Jahre
- 66 und mehr

18. Was ist Ihre höchste Schulbildung?

- Die Grundausbildung
- Die Fachmittel bildung mit Facharbeiterzeugnis
- Die Mittelschulausbildung mit Abitur

- Die höhere Fachausbildung
- Die Hochschulbildung

19. Sind Sie:

- Studenten
- Mitarbeiter
- Unternehmer / Freiberufler
- Senioren
- Arbeitslose
- Elternurlaub

Příloha 4: Řízený rozhovor

1. Je záměrem destinace Táborsko se na trhu cestovního ruchu prezentovat spíše jako tradiční nebo moderní destinace?

Naším cílem je destinaci prezentovat jako tradiční město, které je v mnoha ohledech moderní. Shrnuje to motto Tábor – hrdé město s hravou tváří.

2. Je záměrem destinace Táborsko se na trhu cestovního ruchu prezentovat jako destinace vhodná pro poznávání a výlety do přírody nebo spíše pro poznávání kultury a historie??

Město Tábor jako takové je spíše spojováno s historií a kulturou, Táborsko pak je vhodné pro poznávání a výlety do přírody. Naší snahou je, aby Tábor, potažmo Táborsko, bylo chápáno jako destinace, která spojuje poznání historie s kulturou, sportovním využitím i poznáváním přírody.

3. Táborsko by mohlo být vhodné pro fakultativní výlety do sousedních destinací. Vnímáte okolní destinace, především Českobudějovicko, Písecko a Jindřichohradecko jako konkurenci nebo spíše jako příležitost a výhodu pro rozvoj cestovního ruchu v Táboře? Spolupracujete nějak s okolními destinacemi? Jestli ano, jak?

Ano, Táborsko je vhodné pro fakultativní výlety jak v rámci jižních Čech, tak zejména z Prahy. Okolní destinace jsou svým způsobem konkurenční, protože základní nabídka je obdobná. Jako celek však máme oproti jiným částem naší republiky velkou výhodu. Spolupráce je pouze nahodilá.

4. Myslíte si, že ovlivňuje cestovní ruch na Táborsku sezónnost?

Ano, ale Táborsko je schopno nabídnout celoročně určitou turisticky zajímavou nabídku.

5. Jakým způsobem se Tábor snaží přilákat návštěvníky mimo hlavní turistickou sezonu?

Pořádáním zajímavých kulturních akcí, vytvoření celoročních produktů (např. hra na bázi geocachingu Kačeři v Táboře), otevření galerií a expozice Táborský poklad.

6. Co považujete na důležitou kulturní akci v Táboře?

Táborská setkání, která se letos konají již po 23., mezinárodní festival pouličního divadla Komedianti v ulicích, gastronomické akce Slavnosti piva a Festival vína.

7. Myslíte si, že má destinace Tábořsko dostatečnou nabídku letních hudebních akcí pro mladé lidi ve věku 15-30 let?

Ano, v Táboře se koná řada koncertů různých žánrů. Tábor je též místem konání festivalu Mighty Sounds, který představuje známé zahraniční skupiny v oblasti ska, reggae apod.

8. Uvažuje město Tábor do budoucna o výstavbě aquaparku? Případně rekonstrukci stávajícího vnitřního i venkovního bazénu a rozšíření atrakcí v něm? Jestli ano, kdy? Pokud ne, proč?

Výhledově ano, ale vše záleží na možnosti dotačních programů.

9. Uvažuje město Tábor do budoucna o výstavbě většího nákupního centra, kde by se třeba nacházelo i kino s více sály?

Ne, obdobný soukromý projekt již byl v úvaze, ale nedošlo k jeho realizaci.

10. Myslíte si, že je propagace města v komunikačních kanálech dostatečná?

Ano i ne, stávající komunikace k potenciálním klientům je odpovídající. Bohužel si však nemůžeme dovolit cílenou celorepublikovou či zahraniční kampaň.

11. V čem vidíte hlavní nedostatky, které má nyní destinace Tábořsko na trhu cestovního ruchu?

Ne zcela sjednocená spolupráce a koordinace mezi subjekty působícími v cestovním ruchu nejen v destinaci, ale i v regionu. Otázkou stále zůstává i kvalita poskytovaných služeb. A ne zcela využitý potenciál, např. vodácká turistika na Lužnici.

12. Jaké jsou plány a cíle v oblasti rozvoje cestovního ruchu v Táboře?

Vybudovat stabilní postavení Tábora jako turisticky přitažlivé destinace s dostupnými kvalitními službami.

13. Myslíte si, že by pomohla cestovnímu ruchu v Táboře např. výstavba wellness centra?

Ne, protože služby wellness center při největších tábořských hotelech jsou již nyní dostupné.