



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

## **Rekreační cestovní ruch na Táborsku**

Vypracoval: Jan Wagner

Vedoucí práce: Mgr. Vladimír Dvořák

České Budějovice: 2014

**ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**  
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jan WAGNER**  
Osobní číslo: **E11371**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**  
Název tématu: **Rekreační cestovní ruch a jeho využití na Táborsku**  
Zadávací 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:**

Zhodnotit současný stav rekreačního cestovního ruchu ve vybrané oblasti. Analyzovat strukturu současných návštěvníků. Identifikovat témata vhodná k optimalizaci využití oblasti cestovním ruchem a rekreací.

**Metodický postup:**

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Příprava a realizace terénního šetření
3. Situační analýza zkoumané oblasti
4. Syntéza výsledků a poznatků
5. Návrh témat k optimalizaci

**Rámcová osnova:**

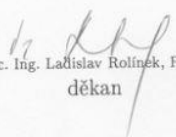
1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**  
Seznam odborné literatury:


GOELDNER, Ch. R. J. R. B. RITCHIE. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th Edition. New York: Wiley 2008. ISBN 978-0-470-08459-5.  
HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší a odborné školy a vysoké školy*. 2. upravené vydání. Praha: Fortuna Praha, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.  
HORNER, S. a J. SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9.  
ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. Vyd. 2. Praha: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.  
PALATKOVÁ, M. a J. ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu*. Praha: Grada, 2012. ISBN 24774305.  
RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha : Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Vladimír Dvořák**  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **11. ledna 2013**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2014**

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

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentická 13 (20)  
370 05 České Budějovice

  
Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 1. března 2013

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že svoji bakalářskou/diplomovou práci 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/diplomové 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.

Dne.....

.....

Jan Wagner

## **Poděkování**

Rád bych poděkoval panu Mgr. Vladimírovi Dvořákovi, vedoucímu bakalářské práce, za vedení, cenné rady, odbornou pomoc a trpělivost při vypracování mé bakalářské práce.

<b>1 Úvod .....</b>	<b>8</b>
<b>2 Literární přehled.....</b>	<b>9</b>
2.1 Cestovní ruch .....	9
2.1.1 Druhy cestovního ruchu .....	10
2.1.2 Formy cestovního ruchu .....	11
2.2 Trh cestovního ruchu.....	12
2.3 Ekonomika cestovního ruchu .....	13
2.3.1 Vliv cestovního ruchu na hrubý domácí produkt .....	15
2.3.2 Satelitní účet cestovního ruchu (TSA) .....	16
2.4 Politika cestovního ruchu .....	17
2.4.1. Koncepce státní politiky cestovního ruchu.....	18
2.5 Služby v cestovním ruchu .....	19
2.5.2 Ubytovací služby .....	20
2.5.3 Stravovací služby.....	21
2.6 Marketing a jeho aplikace v cestovním ruchu.....	22
2.6.1 Marketingový mix .....	23
<b>3 Metodika .....</b>	<b>26</b>
3.1 Cíl práce .....	26
3.2 Pracovní hypotézy .....	26
3.3 Metodický postup.....	26
<b>4 Situační analýza .....</b>	<b>28</b>
4.1 Geografické vymezení oblasti.....	28
4.1.1 Infrastruktura zkoumané oblasti .....	28
4.1.2 Horopis .....	30
4.1.3 Vodopis.....	30
4.2 Demografické vymezení .....	31
4.3 Přírodní předpoklady.....	32

4.4 Kulturní a společenské akce .....	33
4.4.1 Sportovní akce .....	35
4.4.2 Hudební festivaly.....	35
4.5 Historické předpoklady a památky.....	36
<b>5 Terénní šetření .....</b>	<b>38</b>
5.1 Dotazník ke zjištění stavu rekreačního cestovního ruchu na Tábořsku .....	38
5.2 Doplnkové šetření .....	49
5.3 Diskuze výsledků dotazníkových šetření .....	54
5.4 Řízené rozhovory .....	55
5.5 Vyhodnocení pracovních hypotéz.....	56
<b>6 Návrhy a opatření .....</b>	<b>58</b>
6.1 Představení návrhu .....	58
6.2 Kalkulace návrhu .....	61
6.3 Přínosy návrhů .....	62
<b>7 Závěr .....</b>	<b>64</b>
<b>I Summary .....</b>	<b>66</b>
<b>II Použité zdroje.....</b>	<b>67</b>
<b>III Seznamy .....</b>	<b>72</b>
Seznam tabulek .....	72
Seznam obrázků .....	72
Seznam grafů.....	72
Seznam schémat .....	73
Seznam příloh.....	73
<b>IV Přílohy .....</b>	<b>75</b>

# 1 Úvod

Cestovní ruch je světovým fenoménem, jeho význam neustále roste. Má velký ekonomický význam, pro některé destinace znamená většinu příjmů.

V současné době, kdy jsou lidé neustále vystavováni stresovým situacím, nabývá cestovní ruch na své důležitosti. Rekreace a s ní spojený rekreační cestovní ruch je jedním z nejčastějších motivů účasti turistů na cestovním ruchu. Je spojen především s odpočinkem ve zvoleném prostředí, ale i s aktivním trávením volného času.

Oblast Táborska je významná pro rekreační cestovní ruch. Nabízí nádhernou přírodu, bohatou historii, velké množství památek, ale i širokou nabídku kulturních akcí. Pro ty, kdo se rozhodnou trávit čas aktivně, nabízí širokou síť kvalitně značených turistických tras a cyklotras, pomocí kterých mohou návštěvníci objevovat krásy této oblasti. Hlavním centrem této oblasti je město Tábor, do kterého směřuje největší část turistů.

Cílem práce je zhodnotit současný stav rekreačního cestovního ruchu v regionu Táborsko. Prostřednictvím terénního šetření navrhnout produkt, který zlepší podmínky pro jeho poskytování. Součástí terénního šetření jsou dva dotazníky a řízené rozhovory s představiteli města Tábora.

Práce je zaměřena na cyklostezky, na které je v Táboře a okolí kladen v současné době velký důraz. Je nutné si uvědomit, že cykloturistika zažívá v posledních letech obrovský rozkvět. Vybudování kvalitních cyklostezek a infrastruktury v Táboře má mnoho kladných přínosů. Nejen že se mohou místní lidé bezpečně dopravit na kole do svého zaměstnání a tím šetřit životní prostředí, ale také se návštěvníci snadno dostanou do centra města, ke kulturním atraktivitám, ale i do okolní přírody bez toho, aby museli riskovat jízdu na rušných komunikacích. Právě snadná dostupnost centra města a místních atraktivit může znamenat značný ekonomický přínos nejen pro místní podnikatele, ale i pro samotné město Tábor.



## 2 Literární přehled

### 2.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je velmi složitý jev, který lze obtížně definovat. V odborných publikacích lze najít velké množství definic, které cestovní ruch popisují. Během vývoje cestovního ruchu se měnil i přístup k jeho definování a vymezení.

Hesková, Beránek, Dvořák, Novacká, & Oriška (2011, p. 9) souhlasí s oficiálním vymezením UNWTO (dříve WTO), že cestovní ruch je *„činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě.“* (World Tourism Organization, n.d.)

Podle Gúčika (2004, p. 18) je cestovní ruch soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Jejich cílem je odpočinek, poznání, zdraví, rozptýlení a zábava, kulturně sportovní vyžití, služební cesty, tj. získání komplexního zážitku.

Horner & Swarbrooke (2003, p. 53) definuje cestovní ruch jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Definice zní jednoduše, ale není plně výstižná. Nezahrnuje například lukrativní oblast služebních cest, kde hlavním smyslem cestování je práce, nikoli zábava.

Indrová, Malá, Mlejnková, Netková, & Vaško (2004, p. 7) dodává, že cestovní ruch je nejen stále výraznější složkou spotřeby obyvatelstva, ale stále více se stává i výrazným ekonomickým fenoménem. Aby účast na cestovním ruchu mohla být vůbec realizována, je jí třeba zabezpečit širokou škálou ekonomických činností (služeb a zboží). To vyplývá ze skutečnosti, že účast na cestovním ruchu je realizována mimo trvalé bydliště. Do míst cestovního ruchu se lidé musí přepravit, musí jim být vytvořeny podmínky pro jejich pobyt, i pro samotné využití volného času, které je vlastním motivem účasti na cestovním ruchu. Tím se cestovní ruch stává i důležitou oblastí podnikatelských příležitostí a zároveň i faktorem rozvoje regionálních celků, národních ekonomik i ekonomiky světové.

### 2.1.1 Druhy cestovního ruchu

Odborná literatura poukazuje na různá pojetí forem a druhů cestovního ruchu. Často jsou tyto pojmy v literatuře navzájem zaměňovány. Proto je charakteristika těchto dvou pojmů relativní. Někteří autoři se těmito pojmy ve svých publikacích záměrně vyhýbají. Bylo zvoleno takové pojetí, které je považováno za správné.

Druh cestovního ruchu znamená účel cestování nebo motiv přechodného pobytu v cílovém místě. (Gúčík, 2004, p. 28).

**Rekreační cestovní ruch** představuje nejširší účast obyvatelstva na cestovním ruchu. Je spojen s obnovou fyzických a duševních sil člověk a je uskutečňován ve vhodném rekreačním prostředí. Obvykle je spojován s provozováním různých aktivit, ať už se jedná o sportovní činnost, procházky či koníčky. (Malá, Indrová, Mlejnková, Netková, & Vaško, 2002, p. 16). V poslední době nabývá tento druh cestovního ruchu na významu a to kvůli zhoršování životního prostředí.

**Kulturně poznávací cestovní ruch** je zaměřený na poznávání historie, kultury, zvyků a tradic vlastního i jiných národů. Plní důležitou vzdělávací funkci v kulturní a společenské oblasti. Zahrnuje především sakrální i světské stavební a architektonické památky, umělecká díla, kulturní zařízení, kulturní akce a další. (Foret & Foretová, 2001, p. 17).

**Sportovně orientovaný cestovní ruch** můžeme rozdělit na pasivní a aktivní. Aktivní znamená, že účastník sám vykonává nějakou sportovní činnost. Sportovních činností máme velké množství, jako je cykloturistika, lyžování, vodní sporty, vysokohorská turistika apod. V případě pasivního sportovně orientovaného cestovního ruchu jde o účast na nějaké sportovní akci v roli diváka. Za zmínku stojí především návštěvy Olympijských her či Mistrovství světa v míčových hrách apod.

**Zdravotní (lázeňsko-léčebný) cestovní ruch** souvisí s rekreačními a léčebnými pobyty v lázních. Zaměřuje se hlavně na preventivní, zdravotní a léčebné činnosti. Lázeňská města jsou často kulturním a společenským centrem. V České republice je tento druh cestovního ruchu velmi významným, neboť nabídka českého lázeňství patří mezi hlavní atraktivitu českého cestovního ruchu. (Čertík, 2001, p. 18).

**Náboženský (poutní) cestovní ruch** je součástí kulturního cestovního ruchu, spojený s tradicemi světových náboženství. Nejčastějším projevem jsou poutě na poutnická místa. Jako poutnická místa mohou být brány města, obce, osady či krajinné

prvky. Účastník náboženského cestovního ruchu odmítá označení turista. Tím a náboženskými motivy se liší náboženský cestovní ruch od kulturního cestovního ruchu. (Gúčík, 2004, p. 83).

**Kongresový cestovní ruch** se nejčastěji spojuje s organizováním kongresů, konferencí, symposií, seminářů, výstav a veletrhů. Hlavním cílem účastníků kongresového cestovního ruchu je výměna vědeckých a odborných poznatků a zkušeností. Kongresové akce jsou pořádány ve velkých městech, které nabízí dostatečnou infrastrukturu. Kongresový cestovní ruch je velmi významný, protože většina kongresových akcí je pořádána v mimosezónním období a ty tak vykrývají prázdný prostor mezi hlavními sezónami. Dalším specifíkem je skutečnost, že účastníci utratí v průměru dvakrát až třikrát více peněz než účastníci jiného druhu cestovního ruchu. (Hesková et al., 2011, p. 23-24).

**Nákupní cestovní ruch** je uskutečňován hlavně z důvodu rozdílnosti cenových hladin zdrojové a cílové destinace. Běžně se jedná o zahraniční cestovní ruch mezi sousedními zeměmi. Účastníci však často volí i vzdálenější destinace z důvodu velké cenové rozdílnosti nebo nákupu produktů specifických pro danou zemi. (Palátková & Zichová, 2011, p. 26).

V různých pramenech můžeme nalézt **další druhy cestovního ruchu**, které jsou buď součástí jiného druhu cestovního ruchu, nebo samostatným druhem. Jedná se například o tematický cestovní ruch, dobrodružný cestovní ruch, cestovní ruch se společenskými motivy, incentivní cestovní ruch, politický cestovní ruch apod. (Malá et al., 2002, p. 17-20).

### **2.1.2 Formy cestovního ruchu**

Formy cestovního ruchu pomáhají lépe zjistit podstatu cestovního ruchu z hlediska cílů a potřeb jeho účastníků. Díky tomu je možné lépe připravit produkt a nabízet ho na trhu cílové skupině účastníků cestovního ruchu. (Hesková et al., 2011, p. 25).

V odborné literatuře je možno nalézt různé členění forem cestovního ruchu. Palátková & Zichová (2011, p. 19-24) je rozčlenili do těchto kategorií: viz příloha.

## 2.2 Trh cestovního ruchu

V rozvinutých zemích se většina ekonomických otázek řeší prostřednictvím trhu. Trh je mechanismus, jehož prostřednictvím se kupující a prodávající střetávají, aby určili cenu zboží a množství, jež se nakoupí a prodá. (Samuelson & Nordhaus, 2013, p. 26). Zájmy obou tržních stran jsou vlastně stejné. Kupující i prodávající se snaží maximalizovat svůj užitek při vynaložení co nejmenších nákladů.

Výsledkem střetávání tržních sil je cena. Ta je nositelem základních informací o uspokojování potřeb. Tržní cenu lze charakterizovat jako výsledek dohody výrobce a spotřebitele prostřednictvím vyjádřené nabídky a poptávky, bez zásahu třetí strany. Konečná cena je taková, která zajistí oběma stranám tu nejvyšší možnou míru užitku v daných podmínkách. Pro výrobce to obvykle znamená vyšší realizovaného zisku, pro spotřebitele uspokojení. (Kučerová, 1997, p. 9).

Výše uvedené vymezení trhu je platné i pro cestovní ruch. Je nutné si však uvědomit, že trh cestovního ruchu má řadu specifíků. Pro trh cestovního ruchu je charakteristický výrazný převis nabídky nad poptávkou. Jasným důkazem tohoto jevu je široká nabídka zájezdů na poslední chvíli. Existuje zde závislost ceny na množství poptávaného zboží, která říká, že cena zboží klesá s jeho nabízeným množstvím. (Hesková et al., 2011, p. 60).

Hesková et al. (2011, p. 61) dále dodává, že trh cestovního ruchu je trh, který se velmi dynamicky mění. Působí na něj řada objektivních i subjektivních faktorů: politické a společenské změny, právní úpravy, vývoj ekonomiky a ekonomická situace různých společenských skupin atd.

V souvislosti s trhem cestovního ruchu bývá často používán pojem „systém cestovního ruchu“. Systém je možné chápat jako určitý rámec pro vzájemné interakce mezi nabídkou dané destinace, poptávkou a spojovacími články mezi nabídkou a poptávkou. (Palátková & Zichová, 2011, p. 30).

Tabulka 1: Komponenty trhu cestovního ruchu

Poptávka	↔	Spojovací články	↔	Nabídka
<ul style="list-style-type: none"> <li>• motivační faktory</li> <li>• limitující faktory</li> <li>• spotřební chování</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• doprava</li> <li>• cestovní kanceláře, agentury</li> <li>• marketingové kanály</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• atraktivita</li> <li>• služby zboží</li> <li>• suprastruktura</li> <li>• infrastruktura</li> </ul>

Zdroj: vlastní zpracování dle Palátkové a Zichové (2011, p. 30)

Trh cestovního ruchu je charakteristický sezónností. Ta se nejčastěji spojuje s volbou vhodného období pro dovolenou s ohledem na počasí. Většinou se setkáváme s pojmy letní a zimní sezona a v ostatních částech roka se jedná o předsezónu, posezónu a mimosezónu. Právě sezónností je výrazně ovlivněna cena produktů v cestovním ruchu. Pokud se pořádá např. zájezd v hlavní sezóně, tak bývá patrně dražší než zájezd v mimosezóně. Proto se objekty cestovního ruchu snaží nalákat zákazníky i mimo hlavní sezónu. Jako nástroj používají vhodnou cenovou politiku a vytvářejí mimosezónní balíčky. (Hesková et al., 2011, p. 60).

### 2.3 Ekonomika cestovního ruchu

Ekonomie souvisí s pojmem vzácnost. Vzácnost znamená, že společnost neposkytne každému vše, co by si přál. Ekonomie se pak zabývá studiem, jak společnost své vzácné zdroje obhospodařuje. Ve většině společností jsou zdroje alokovány kombinací jednání milionů domácností a firem. Ekonomové tedy studují, jak se lidé rozhodují, jak na sebe lidé vzájemně působí a jaký je výsledek této interakce a v neposlední řadě analyzují tlaky a tendence, které ovlivňují ekonomiku jako celek. (Mankiw, 1999, p. 31).

Cestovní ruch představuje z ekonomického hlediska souhrn aktivit s cílem prodat služby a zboží, které jsou jako výsledek promítnuté v produktech cestovního ruchu. Produkt cestovního ruchu je nabízen za účelem tvorby zisku podniku cestovního ruchu

na jedné straně a za účelem spotřeby konkrétním účastníkem cestovního ruchu na straně druhé. (Hesková et al., 2011, p. 166).

Goeldner & Ritchie (2009, p. 380) dodávají, že cestovní ruch je silným ekonomickým odvětvím poskytujícím pracovní místa, devizové prostředky a daňové výnosy. Návštěvníci, jejich výdaje a multiplikační efekt jsou tvůrci ekonomického dopadu pro města, státy nebo destinace. Kvůli ekonomickému významu cestovního ruchu sleduje Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) statistiky cestovního ruchu. Tyto statistiky sledují počet návštěvníků v jednotlivých zemích, výdaje zemí na cestovní ruch a příjmy z cestovního ruchu. Turistické destinace jsou stále více konkurenceschopné, protože stále více destinací si uvědomuje ekonomickou důležitost cestovního ruchu.

Pozice cestovního ruchu v národní ekonomice je spojena s pozitivními a negativními efekty. Mezi **pozitivní efekty** patří schopnost vyvolat ekonomický růst vytvářením nových pracovních příležitostí a snižováním nezaměstnanosti, koncentrace další výroby související s cestovním ruchem apod. Jako **negativní efekt** lze uvést vliv nadměrné koncentrace cestovního ruchu na životní prostředí dané oblasti. V souvislosti s pozitivními a negativními vlivy cestovního ruchu na rozvoj oblasti se velmi často hovoří o „udržitelném cestovním ruchu“, který má uspokojovat potřeby současných turistů a hostitelských regionů, ale zároveň chránit a zvyšovat tyto možnosti do budoucna. (Petrů, 1999, p. 43).

Palátková & Zichová (2011, p. 85) uvádějí, že cestovní ruch je heterogenní a průřezové odvětví, které lze velmi obtížně definovat a uchopit. Cestovní ruch zasahuje do řady dalších ekonomických a neekonomických činností a oborů. Z důvodu obtížné definovatelnosti je cestovní ruch často nedostatečně politicky a ekonomicky doceněn. Cestovní ruch jako součást národní ekonomiky realizuje tři typy **ekonomických efektů**:

- **Přímé efekty** cestovního ruchu
- **Nepřímé efekty** cestovního ruchu
- **Indukované efekty** cestovního ruchu

**Přímé efekty** cestovního ruchu souvisí bezprostředně s účastí na cestovním ruchu. Můžeme sem zařadit např. výdaje na ubytování, dopravu, stravování apod. (Petrů, 1999, p. 40).

Podle Palátkové & Zichové (2011, p. 85-86) bývají **nepřímé efekty** cestovního ruchu také označovány jako vyvolané nebo multiplikované. Dochází k nim zejména u dodavatelských odvětví. Nejedná se tedy o přímý kontakt účastníka cestovního ruchu a poskytovatele či zprostředkovatele služby, ale o směnu a její efekty v oblasti tzv. dodavatelsko-odběratelských vztahů. Nepřímé efekty cestovního ruchu jsou tedy spojeny s jeho multiplikační funkcí. Existuje množství multiplikátorů cestovního ruchu, a to multiplikátor příjmový, multiplikátor zaměstnanosti či multiplikátor investic. Tyto multiplikátory vyjadřují, o kolik vzroste určitá veličina, změní-li se určitý vstup o dodatečnou jednotku. Hesková et al. (2011, p. 170) dodává, že čím více jsou podniky poskytující služby cestovního ruchu financovány mezinárodními subjekty, tím více je omezen v daném státě multiplikační efekt.

**Indukované efekty** cestovního ruchu představují další realizaci příjmů z cestovního ruchu ze strany soukromého sektoru, veřejného sektoru i domácností. (Palátková & Zichová, 2011, p. 86).

### **2.3.1 Vliv cestovního ruchu na hrubý domácí produkt**

*„Hrubý domácí produkt je peněžním vyjádřením celkové hodnoty statků a služeb nově vytvořených v daném období na určitém území.“* (Český statistický úřad, 2013, Hrubý domácí produkt (HDP) - Metodika).

Vzájemný vztah cestovního ruchu a HDP je třeba chápat ve dvou rovinách – vliv výše HDP na cestovním ruchu a vliv cestovního ruchu na výši HDP. **Vliv úrovně HDP na cestovní ruch** znamená, že v zemích s vysokým HDP na obyvatele lidé více cestují než v zemích s nižším HDP na obyvatele. **Vliv cestovního ruchu na HDP** zahrnuje tvorbu HDP v přímých a nepřímých odvětvích průmyslu a ekonomicky cestovního ruchu i vlivy indukované v ekonomice v časovém intervalu. (Palátková & Zichová, 2011, p. 88).

Tabulka 2: Vybrané ukazatele národního hospodářství a cestovního ruchu v ČR v letech 2008 - 2011

<b>Ukazatel</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
Produkce celkem (zc)	9 677 283	8 786 554	9 309 944	9 687 945
Mezispotřeba celkem (zc)	6 352 285	5 524 956	5 901 646	6 221 861
Hrubá přidaná hodnota celkem	3 324 998	3 261 598	3 408 298	3 466 084
Hrubý domácí produkt	3 692 622	3 629 511	3 778 880	3 845 020
Produkce CR (zc)	251 543	238 257	238 634	248 022
Mezispotřeba CR (kc)	165 116	149 815	151 272	159 286
<b>Podíl cestovního ruchu na hrubé přidané hodnotě (v %)</b>	<b>2,6</b>	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>	<b>2,6</b>
Hrubá přidaná hodnota CR	86 427	88 442	87 362	88 735
HDP CR	103 451	104 293	100 253	102 275
<b>Podíl cestovního ruchu na hrubém domácím produktu (v %)</b>	<b>2,8</b>	<b>2,9</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

v mil. Kč/CZK mil. 1%  
(zc) Základní ceny  
(kc) Kupní ceny

### 2.3.2 Satelitní účet cestovního ruchu (TSA)

Satelitní účet cestovního ruchu poskytuje informace a data o ekonomickém postavení odvětví cestovního ruchu. Snaha přiřadit k tomuto odvětví podobné charakteristiky jako k ostatním, která jsou definována mezinárodní klasifikací NACE Rev 1.1, je dlouhodobá, touto problematikou se zabývala řada institucí, pracovních skupin, zemí i jednotlivců. Problémy při přiřazování byly jednak metodického charakteru a také souvisely s nedostatkem zdrojů informací. Metodické otázky byly v zásadě vyřešeny v roce 2000, kdy se instituce OSN, OECD, WTO a Eurostat dohodly na znění manuálu TSA-RMF. (Český statistický úřad, 2014, Metodika satelitního účtu České republiky).

Podle Heskové et al. (2011, p. 174-175) je turistický satelitní účet způsob statistického výkaznictví, který umožňuje získat celkový přehled o vlivu cestovního ruchu na ekonomiku státu v rovnováze s dalšími odvětvími národního hospodářství.

Sestavit TSA znamená naplnit deset tabulek, na kterých se tvůrci metodického návodu dohodli. Tyto tabulky jsou odvozeny od tabulek ESA 95 týkajících se dodávek a užití výrobků a služeb. (Český statistický úřad, 2013, Hrubý domácí produkt (HDP) - Metodika).

Český statistický úřad (2013, Hrubý domácí produkt (HDP) – Metodika) dodává, že úplný turistický satelitní účet má poskytovat:



- makroekonomické agregáty, pomocí kterých bude možné popsat rozsah a ekonomický význam cestovního ruchu, např. hrubý národní produkt cestovního ruchu a přidanou hodnotu cestovního ruchu, a které budou odpovídat obdobným agregátům v ekonomice jako celku,
- podrobné údaje o spotřebě návštěvníků a o tom, jak této spotřebě odpovídá domácí nabídka a dovoz,
- podrobné výrobní účty jednotlivých odvětví cestovního ruchu včetně údajů o zaměstnanosti a jejich propojení s dalšími výrobními ekonomickými aktivitami a tvorbou kapitálu,
- základní informace požadované pro rozvoj modelů ekonomického dopadu cestovního ruchu,
- vztah mezi ekonomickými údaji a dalšími nepeněžními informacemi o cestovním ruchu jako např. o počtu výletů, délce pobytu, účelu cesty, atd.

## 2.4 Politika cestovního ruchu

Goeldner & Ritchie (2009, p. 414) definuje politiku cestovního ruchu jako soubor předpisů, pravidel, směrnic, příkazů a strategií, které tvoří rámec, v němž dochází k přijímání kolektivních a individuálních rozhodnutí přímo ovlivňující dlouhodobý rozvoj cestovního ruchu a každodenní aktivity.

Podle Palátkové & Zichové, (2011, p. 174) lze politiku rozdělit na tzv. přímou a nepřímou politiku. **Přímá politika** zahrnuje opatření, která podstatným a významným způsobem vycházejí z cestovního ruchu a jsou namířena na utváření jeho podoby. **Nepřímá politika** jako opatření, která se cestovního ruchu prioritně netýkají, ale mají pro cestovní určité důsledky. Mezi tyto důsledky můžeme zařadit devizovou politiku, zahraničněobchodní politiku, sociální politiku, proexportní politiku, kulturní politiku apod.

Politiku cestovního ruchu v národní ekonomice je nutné chápat ve dvou rovinách – ve vazbě na hospodářskou politiku a ve vazbě na konkrétní koncept podpory rozvoje cestovního ruchu.

1. **Politika cestovního ruchu jako součást hospodářské politiky.** Hospodářská politika je přístup administrativy k ekonomice. Součástí hospodářské politiky jsou činnosti, kdy nositelé hospodářské politiky využívají svých nástrojů

a kompetencí k ovlivnění sociálního a ekonomického vývoje při dosažení sociálních a ekonomických cílů, a to při těsném propojení ekonomické a politické sféry. Politika cestovního ruchu pak znamená vytváření podmínek pro nepřetržitý rozvoj cestovního ruchu při propojení s dalšími sektory národní ekonomiky.

2. **Časově omezený koncept rozvoje a podpory cestovního ruchu** zpravidla na národní či lokální úrovni (např. Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014-2020) jako strategický dokument se stanovenými cíli. (Palátková & Zichová, 2011, p. 174).

#### **2.4.1. Koncepce státní politiky cestovního ruchu**

Koncepce státní politiky cestovního ruchu je základním strategickým střednědobým dokumentem v oblasti cestovního ruchu. Na koncepci státní politiky cestovního ruchu na období 2007-2013 navazuje koncepce na období 2014-2020 schválená vládou dne 27. března na základě usnesení č. 220. Období platnosti koncepce je totožné s programovacím obdobím Evropské Unie. Jejím hlavním cílem je zvyšovat konkurenceschopnost celého odvětví cestovního ruchu na národní i regionální úrovni, udržení jeho ekonomické výkonnosti i jeho pozitivních dopadů na socio-kulturní a environmentální rozvoj České republiky. (Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2013).

Strategická vize cestovního ruchu značí Českou republiku jako „Destinace Česká republika – jednička v srdci Evropy.“ Při formulaci výše zmíněného hlavního cíle Koncepce se vycházelo z toho, že moderní politika cestovního ruchu by měla usilovat o:

- růst konkurenceschopnosti cestovního ruchu České republiky v evropském prostoru a kontextu,
- udržení relativního ekonomického postavení cestovního ruchu v národním hospodářství,
- odstraňování regionálních disparit zejména v hospodářsky slabých problémových regionech,
- podporu využívání kulturního a přírodního dědictví pro rozvoj cestovního ruchu, avšak s garancemi zachování jejich kvality,

- posílení role cestovního ruchu v hospodářských a sektorových politikách státu, včetně posílení monitoringu, vyhodnocování a odstraňování negativních vlivů vzniklých cestovním ruchem na přírodní i socio-kulturní prostředí a veřejné zdraví. (Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2013).

## 2.5 Služby v cestovním ruchu

Obecně lze službu definovat „jako činnost, která v sobě má určitý prvek nehmatatelnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem. Výsledkem služby není převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem.“ (Payne, 1996, p. 14).

Služby mají čtyři charakteristické znaky. Kotler & Armstrong (2009, p. 269) vyjmenovává tyto:

- nehmotnost,
- nestálost,
- nedělitelnost,
- neskladovatelnost.

Tabulka 3: Znaky služeb

Znaky služeb	
Obecné znaky služeb (včetně služeb v cestovním ruchu)	Speciální znaky služeb (pouze služeb cestovního ruchu)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nemateriální charakter služeb</li> <li>• Vysoká spotřeba živé práce při poskytování služeb</li> <li>• Začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb</li> <li>• Soulad poskytování služeb s jejich spotřebou</li> <li>• Pomíjivost služeb</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Časová a místní vázanost služeb na primární nabídku cestovního ruchu</li> <li>• Komplexnost a komplementárnost služeb</li> <li>• Zastupitelnost služeb</li> <li>• Mnohooborový charakter služeb</li> <li>• Nezbytnost zprostředkování služeb</li> <li>• Dynamika a sezónnost poptávky po službách</li> <li>• Neanonymita spotřebitele služby</li> </ul>

Zdroj: vlastní zpracování dle Orišky (2010, p. 9)

Velmi složitou problematikou v cestovním ruchu je komplexnost služeb. Potřeby účastníků cestovního ruchu vystupují zpravidla jako soubor vzájemně se podmiňujících potřeb, jejichž uspokojení vyžaduje komplexní zajištění služeb. Komplexnost služeb cestovního ruchu zahrnuje nutnost koordinace činnosti podnikatelských subjektů při

poskytování služeb v daném rekreačním prostoru, v daném čase a z hlediska funkcí služeb cestovního ruchu. (Němčanský, 1995, p. 12).

Orieška (2010, p. 20) dodává, že stupeň komplexnosti by měl odpovídat charakteru střediska a jeho vybavenosti potřebnými zařízeními cestovního ruchu.

Služby v cestovním ruchu můžeme dělit podle několika hledisek, avšak nejpoužívanější rozdělení je druhové členění. Toto členění vyjadřuje vztah k podnikům cestovního ruchu a také jejich strukturu v závislosti na druzích a formách cestovního ruchu. Druhové členění zahrnuje informační, dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, průvodcovské, asistenční, animátorské, organizátorské a zprostředkovatelské služby. (Orieška, 2010, p. 13). V bakalářské práci se bude stručně věnováno ubytovacím a stravovacím službám, které jsou obsahem dotazníkového šetření.

### 2.5.2 Ubytovací služby

Jakubíková (2009, p. 27) uvádí, že funkcí ubytovacích služeb je umožnit ubytování mimo místo obvyklého pobytu účastníka cestovního ruchu včetně uspokojení jeho dalších potřeb, které s přechodným pobytem nebo přenocováním souvisejí.

Indrová et al. (2004, p. 31) doplňuje, že rozvoj ubytovacích zařízení je silně závislý na politických, hospodářských a sociálních změnách, které mají zprostředkovaně vliv na pohyb obyvatelstva mimo místo trvalého bydliště a působí na vznik různých druhů ubytovacích zařízení.

Do materiálně-technických podmínek poskytování ubytovacích služeb patří veřejně přístupné ubytovací zařízení, ubytování v soukromí a ubytovací prostředky. Veřejně přístupné ubytovací zařízení fungují na principu vytváření zisku nebo na principu neziskovém a obvykle se budují společně se stravovacími úseky nebo jako samostatná ubytovací zařízení. (Orieška, 2010, p. 116-117).

Ubytovací zařízení lze členit dle nejrůznějších hledisek. Orieška (2010, p. 118-120) uvádí toto členění:

- podle **způsobu výstavby** na pevné, částečně pevné a pohyblivé,
- dle **doby provozu** na celoroční, dvousezónní a jednosezónní,
- podle **druhu** ubytovacího zařízení na tradiční, doplňková a ostatní,

- podle **druhu cestovního ruchu** na ubytovací zařízení volného nebo vázaného cestovního ruchu,
- podle **doporučení UNWTO** na hromadná ubytovací zařízení a individuální ubytování.

Ubytovací zařízení se člení druhu do kategorií a podle vybavenosti, kvality a rozsahu služeb do tříd. Třídy mohou být označeny jednou až pěti hvězdičkami:

- \* Tourist
- \*\* Economy
- \*\*\* Standard
- \*\*\*\* First Class
- \*\*\*\*\* Luxury

Ubytovacím zařízením kategorie typu hotel garni, penzion, motel, hotel a deparance mohou být přiděleny maximálně čtyři hvězdičky. Ubytovací zařízení, která splňují v rámci jednotlivých tříd klasifikace více než jen povinná kritéria a minimální počet nepovinných kritérií, mohou získat kromě „hvězdičkového“ označení navíc ještě označení „Superior“. (Hotelstars, 2013).

### 2.5.3 Stravovací služby

Stravovací služby jsou nedílnou součástí produktu cestovního ruchu. Jsou poskytována v zařízeních, které jsou pro tyto účely cíleně budována, v ubytovacích zařízeních, školách, firmách, apod. Nejsou určena pouze turistům, ale široké veřejnosti. Často jsou stravovací zařízení primárně budována pro uspokojování potřeb místního obyvatelstva. (Jakubíková, 2012, p. 28).

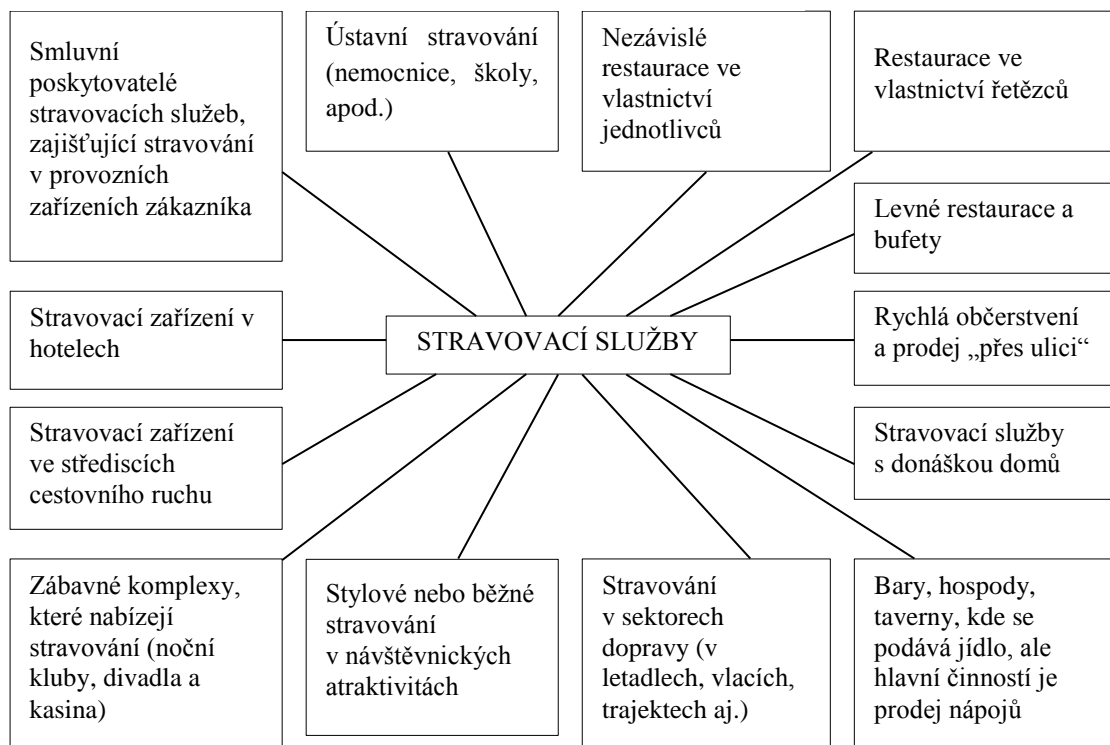
Indrová et al. (2004, p. 41) zmiňuje dvě formy stravování. **Individuální stravování** znamená, že účastník si sám připravuje pokrmy a nápoje ve zvoleném čase a prostoru s vynaložením vlastních sil a prostředků, které odpovídají jejich okamžitým možnostem a potřebám. **Společným stravováním** rozumíme hromadnou přípravu pokrmů a nápojů pro velké skupiny osob, kdy výroba, odbyt i konečná spotřeba jsou ve většině případů místně i časově velice úzce propojeny. Společné stravování lze realizovat jako veřejné – restaurační, nebo jako veřejné – uzavřené. V restauračním stravování není obvykle klientela předem známa, zákazník platí plnou cenu produktu

a nabídka vyráběného sortimentu je poměrně široká. V případě účelového stravování se jedná o specificky vymezenou skupinu osob, tj. stravování školní, závodní, nemocniční, tedy o uzavřenou formu společného stravování, která nemá vztah k cestovnímu ruchu.

Stravovací zařízení se dle jejich funkce a ve vztahu k uspokojování potřeb hostů člení na:

- zařízení převážně se **stravovací funkcí**,
- zařízení s **funkcí doplňkového stravování a občerstvení**,
- zařízení se **společensko-zábavní funkcí**. (Orieška, 2010, p. 139).

Schéma 1: Různé typy stravovacích služeb



Zdroj: vlastní zpracování dle Jakubíkové (2012, p. 29)

## 2.6 Marketing a jeho aplikace v cestovním ruchu

Odborné publikace uvádějí velké množství definic marketingu. Kotler (2001, p. 24) definuje marketing jako „sociální proces, při kterém jednotlivci a skupiny získávají to, co si přejí a co potřebují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných produktů a služeb s ostatními.“

Foret, Procházka, & Urbánek (2003, p. 8) souhlasí s oficiální definicí Americké marketingové asociace z roku 1988, podle níž „*marketing představuje proces plánování a realizace koncepcí, tvorby cen, propagace a distribuce myšlenek, výrobků a služeb s cílem dosáhnout takové směny, která uspokojí požadavky jednotlivců a organizací.*“

Marketing v cestovním ruchu je podle Morrisona (1995, p. 16) plynulý proces probíhající v dílčích krocích, prostřednictvím něhož management v odvětví cestovního ruchu plánuje, zkoumá, naplňuje, kontroluje a vyhodnocuje činnosti navržené k zajištění jak zákaznických skrytých potřeb a přání, tak i cílů své organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnost se může dále zvýšit či snížit činnostmi jiných komplementárních organizací.

Hesková et al. (2011, p. 133-134) uvádí definici J. Krippendorfa (1971), že marketing cestovního ruchu je „*systematická a koordinovaná orientace podnikatelské politiky cestovního ruchu, jakož i soukromé a státní politiky cestovního ruchu na místní, regionální, národní a mezinárodní úrovni na co nejlepší uspokojování potřeb určitých skupin zákazníků při dosažení přiměřeného zisku.*“

### 2.6.1 Marketingový mix

Beránek & Kotek (2003, p. 127) chápou marketingový mix jako „*soubor marketingových nástrojů, které firma využívá k tomu, aby usilovala o dosažení svých marketingových cílů na cílovém trhu.*“

Zamazalová (2009, p. 39) dodává, že marketingový mix můžeme popsat jako souhrn vnitřních činitelů podniku, které umožňují ovlivňovat chování spotřebitele. Tyto nástroje marketingu musí být vzájemně harmonizovány a kombinovány tak, aby co nejlépe odpovídali vnějším podmínkám, tj. trhu.

Klasický marketingový mix tvoří 4 prvky:

- **produkt** (product),
- **cena** (price),
- **distribuce** (place),
- **propagace** (promotion). (Srpová et al., 2010, p. 198).

Základní marketingové nástroje neboli marketingový mix 4P byl označen podle počátečních písmen anglických názvů těchto nástrojů. Produkt vyjadřuje celkovou

nabídku zákazníkovi, cena musí být koncipována tak, aby měl zákazník zájem. Distribuce zahrnuje dvě dimenze, místo a čas, což znamená nabídnout produkt ve správný čas, na správném místě a prostřednictvím dobře zvolených distribučních cest. A aby se zákazník o produktu dozvěděl, musí se přidat i propagace. (Johnová, 2008, p. 16).

Existuje mnoho struktur marketingového mixu. Podle Singha (2008, p. 245) je nejvhodnějším modelem pro odvětví cestovního ruchu model 8P, který obsahuje základní, výše popsané 4 prvky, ale rozšiřuje je o další:

**People** – pracovníci, lidé. Lidský faktor hraje v cestovním ruchu velmi důležitou roli. Na jedné straně jsou pracovníci, kteří jsou nositeli, poskytovatelé služeb, a na straně druhé hosté, kteří tyto služby spotřebovávají. Při výběru pracovníků je proto nutné zvažovat nejenom kvalifikaci, ale také komunikační schopnosti, odolnost vůči stresu, schopnost řešit krizové situace, apod. (Beránek & Kotek, 2003, p. 127).

**Partnerships** – spolupráce. Spolupráce v cestovním ruchu se může odehrávat na různých úrovních – při plánování cestovního ruchu, při tvorbě produktů, při jejich prodeji, a to nejenom na místní, ale také na mezinárodní úrovni. (Rygllová, Burian, & Vajčnerová, 2011, p. 136).

**Packaging** – balíček služeb. Jedná se o konkrétní sestavení vzájemně se doplňujících služeb do komplexní nabídky obvykle prodávané za jednotnou cenu (Palátková, Mráčková, Kittner, Kašťák, & Šesták, 2013, p. 130-131). Hesková et al. (2011, p. 146) dále zmiňuje, že tvorba balíku pomáhá firmám zmírňovat výkyvy v nabídce a poptávce po službách a zohledňuje individuální přání zákazníka.

**Programming** – tvorba programů. Úzce souvisí s tvorbou balíčků služeb. Přidáním speciálních akcí či aktivit lze vytvořit produkt více rozmanitý a působivý a tím zajímavější pro spotřebitele. (Singh, 2008, p. 245).

Zamazalová (2009, p. 41) dodává, že klasický marketingový mix 4P postrádá respekt k přání zákazníka. Proto někteří autoři doporučují zvýraznit vnější, zákaznický pohled a pro zviditelnění zákaznické orientace 4P nahradit označením 4C.



Tabulka 4: Vztah mezi 4P a 4C

<b>4P</b>	<b>4C</b>
Produkt (product)	Customer value (hodnota z pohledu zákazníka)
Cena (price)	Cost (náklady pro zákazníka)
Místo (place)	Convenience (pohodlí)
Propagace (promotion)	Communication (komunikace)

Zdroj: vlastní zpracování podle Fyalla a Garroda (2005, p. 105)

## **3 Metodika**

### **3.1 Cíl práce**

Hlavním cílem je prostřednictvím analýzy zhodnotit současný stav rekreačního cestovního ruchu ve vybrané oblasti. Vedlejším cílem je analyzovat strukturu současných návštěvníků ve vybrané oblasti. Dále pak identifikovat témata vhodná k optimalizaci využití oblasti cestovním ruchem a rekreací.

### **3.2 Pracovní hypotézy**

Pro potřeby práce byly vytvořeny celkem 2 hypotézy:

**H<sub>1</sub>**: Mezi nejčastější návštěvníky regionu Tábořsko patří rodiče s dětmi.

**H<sub>2</sub>**: Více jak polovina respondentů využila v regionu Tábořsko značených turistických tras nebo cyklotras.

### **3.3 Metodický postup**

Analytická část

Cílem analytické části bylo získání informací ze sekundárních dat. Sekundární data byla získávána z odborných publikací, statistických dat a internetových zdrojů. Tato data se poté stala podkladem pro vypracování literární rešerše a situační analýzy.

Syntetická část

V syntetické části byly provedeny kvantitativní a kvalitativní výzkumy. Kvantitativní výzkum byl realizován formou dotazníkového šetření. Dotazník se skládal z 22 otázek, z čehož 3 byly identifikační. Jednotlivé otázky byly tvořeny jako uzavřené a polouzavřené. Před spuštěním dotazníku byl realizován pilotní výzkum, kde odpovídalo 25 respondentů, na základě kterého byly jednotlivé otázky upraveny do konečné podoby. Terénní šetření probíhalo jak osobním dotazováním v historickém centru Tábořa, tak formou internetového dotazníku. Ten byl umístěn na stránky

docs.google.com a dále byl šířen pomocí sociální sítě facebook.com a emailu. Z 257 dotazníků jsem získal 205 odpovědí, tudíž návratnost byla 80 %.

Následně byl na žádost města Tábora vytvořen doplňkový dotazník, jehož cílem bylo zjistit stav a nedostatky cyklostezek v Táboře. Dotazník se skládal z 8 otázek, které byly tvořeny jako uzavřené a polouzavřené. Zde byla použita metoda osobního dotazování v centru města a na cyklostezkách v Táboře. Výhodou této metody je zejména přímý kontakt s respondentem. Respondent se může v případě nejasností dotázat a dotazovatel má možnost pokládat doplňující otázky. Dotazování probíhalo výhradně s návštěvníky, kteří se pohybovali na kole. Celkem bylo získáno 52 odpovědí.

Pro získání více informací o problematice cyklostezek v Táboře a jejich dopadu na cestovní ruch byl proveden kvalitativní výzkum ve formě řízených rozhovorů s představiteli města Tábora. Jmenovitě byly řízené rozhovory uskutečněny se starostou města Tábora Ing. Jiřím Fišerem, s vedoucí odboru kultury a cestovního ruchu Ing. Janou Lorencovou a s vedoucím odboru investic a strukturálních fondů a cyklokoordinátorem pro město Tábor Ing. Karlem Hotovým.

#### Aplikační část

V aplikační části byla vyhodnocena dotazníková šetření i standardizované rozhovory. Na základě získaných dat bylo navrženo doporučení na zlepšení infrastruktury pro cykloturisty v Táboře.

## 4 Situační analýza

### 4.1 Geografické vymezení oblasti

Za oblast Táborsko považujeme z historických důvodů oblast bývalého okresu Tábor. Rozkládá se v severní části Jihočeského kraje a vedle okresů vlastního kraje sousedí také na západě s krajem Vysočina a na severu se Středočeským krajem.

Obrázek 1: Vymezení oblasti



Zdroj: [www.mesta.obce.cz](http://www.mesta.obce.cz)

Táborsko se se svou rozlohou 1326 km<sup>2</sup> řadí na páté místo v kraji za okres Jindřichův Hradec, České Budějovice, Český Krumlov a Prachatice. Pouze okresy Strakonice a Písek jsou svou rozlohou menší. V regionu se nachází 101 obcí, 8 měst a jeden městys. Největším městem v regionu je Tábor, který se rozkládá na ploše 62,21 km<sup>2</sup>. (Český statistický úřad, 2012, Charakteristika okresu Tábor).

#### 4.1.1 Infrastruktura zkoumané oblasti

V regionu Táborsko se nachází celkem 110 obcí, z toho je 8 měst a jeden městys. V následujících řádcích jsou krátce charakterizována jednotlivá města s pověřeným obecním úřadem.

## **Tábor**

Město se slavnou historií a s velkým množstvím architektonických památek i přírodních krás. Historicky je neodmyslitelně spojeno s husitstvím, zejména s Janem Žižkou z Trocnova, spoluzakladatelem Tábora. Město bylo založeno roku 1420. Leží na severním okraji jižních Čech, na rozhraní Třeboňské pánve a Vlašimské Vrchoviny. Jedná se o druhé největší město v Jižních Čechách. Celková katastrální výměra je 6221 ha. (Tábor, 2014, Geografické informace).

## **Bechyně**

Město známé svými lázněmi, výrobou keramiky a také zámek Bechyně. Bylo založeno Janem Lucemburským v roce 1323. Z Tábora vede do Bechyně první elektrifikovaná železnice v bývalém Rakousku-Uhersku. K 31.12.2012 mělo podle ČSÚ 5255 obyvatel a celková katastrální výměra je 2127 ha. (Bechyně: Oficiální stránky, n.d.).

## **Mladá Vožice**

Mladá Vožice leží asi 18 km od Tábora. Zdejší krajina je velmi podobná okolí rakouského Salzburgu, proto bývá město nazýváno Český Solnohrad. Historie tohoto města sahá až do 13. století. Ve městě stojí původní renesanční zámek z 16. století, který ovšem není přístupný veřejnosti. V roce 2012 žilo v Mladé Vožici 2709 obyvatel. (Jižní Čechy a Šumava: Spolek pro popularizaci jižních Čech, n.d., Mladá Vožice).

## **Sezimovo Ústí**

Sezimovo Ústí je město se 7299 obyvateli k 31.12.2012. Rozkládá se na ploše 845 ha. Mezinárodní silnice E55 rozděluje město na dvě části. Na historickou, zvanou Sezimovo Ústí I a na část novější, zvanou Sezimovo Ústí II. V Sezimově Ústí I se nachází vila Edvarda Beneše, na jejímž pozemku je také 2. československý prezident pochován. V blízkosti Sezimova Ústí se také nachází zřícenina Kozího Hrádku. (Oficiální web města Sezimovo Ústí, n.d.).

## **Soběslav**

První zmínka o tomto městě je z roku 1293. Leží na soutoku řeky Lužnice a Černovického potoka v malebné krajině uprostřed Soběslavských blat v nadmořské výšce 405 m. Nejvýznamnější památkou je zde kostel sv. Petra a Pavla z let 1493-1518. K 31.12.2012 zde žilo 7201 obyvatel. (Město Soběslav, 2008).

## **Veselí nad Lužnicí**

Město se nachází na soutoku řek Lužnice a Nežárky na okraji CHKO Třeboňsko. V roce 1947 se spojilo souměstí Veselí nad Lužnicí a Mezimostí nad Nežárkou do jednoho města se společným jménem Veselí nad Lužnicí. V okolí města se nalézají vytěžené pískovny, kolem kterých vede naučná stezka Veselské pískovny. Většina památek je soustředěna na protáhlém náměstí. V roce 2012 mělo město 6432 obyvatel. (Jižní Čechy a Šumava: Spolek pro popularizaci jižních Čech, n.d., Veselí nad Lužnicí)

### **4.1.2 Horopis**

Region náleží provincii Česká vysočina. Nachází se zde Vlašimská pahorkatina, Táborská pahorkatina, Třeboňská pánev a Křemešnická vrchovina. Převážnou část zaujímá Táborská pahorkatina, která se charakterizuje méně zalidněnou lesnatou zvlněnou krajinou s výškami 400-550m a Třeboňská pánev, která je charakteristická rybníky, zmokřelými loukami, vodními toky a sídly s výškami 400-450 m. Nadmořská výška se v regionu pohybuje od 354 m v jižní části do 724 m na severu v oblasti Mladovožicka a Jistebnicka. (Trasovník, n.d.).

### **4.1.3 Vodopis**

Hlavním vodním tokem v oblasti a osou regionu je řeka Lužnice, která protéká od jihu k severu a v Táboře mění směr na Jihozápad. Dalším významným vodním tokem je řeka Nežárka. Obě řeky jsou vyhledávanými vodáckými cíli. V oblasti se nachází velké množství rybníků, z nichž některé nabízí rekreační možnosti. Mezi nejvýznamnější patří Horusický jižně od Veselí nad Lužnicí, který je rovněž třetím největším v ČR, Knížecí u Zárybnické Lhoty, Rytíř mezi obcemi Svince a Hlavatce a Sudoměřický nedaleko Sudoměřic u Tábora. K rekreaci a jako zdroj pitné vody slouží přehradní nádrž Jordán, která byla vybudována roku 1492. V současné době je Jordán vypuštěn a probíhá jeho čištění. (Český statistický úřad, 2012, Charakteristika okresu Tábor).

## 4.2 Demografické vymezení

Počet obyvatel k 1.1.2013 v regionu Tábořsko je 102 557 obyvatel. Z toho v Táboře trvale žije 35 024 obyvatel.

Tabulka 5: Počet obyvatel v letech 2007-2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Počet obyvatel k 31.12.</b>	102 587	102 778	103 015	103 070	102 768	102 683
Počet mužů	50 361	50 496	50 607	50 652	50 400	50 372
Počet žen	52 226	52 282	52 408	52 418	52 368	52 311
<b>Průměrný věk</b>	41,0	41,2	41,5	41,7	41,9	42,1
Ve věku 0 – 14 (%)	14,1	14,0	14,0	14,1	14,3	14,5
Ve věku 15 – 64 (%)	70,1	69,9	69,6	69,2	68,3	67,4
Ve věku 65 a více (%)	15,8	16,1	16,4	16,8	17,4	18,1

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

Z tabulky vyplývá, že počet obyvatel až do roku 2010 neustále rostl, v roce 2011 začal pozvolna klesat. Zajímavé je, že průměrný věk obyvatel neustále roste, každým rokem o přibližně 0,2 roku. Neustále se také zvyšuje podíl obyvatel ve věku 0 – 14 let a starších 65 let, naopak podíl nejproduktivnějšího obyvatelstva ve věku 15 – 64 let se každoročně snižuje.

V následující tabulce je znázorněn pohyb obyvatelstva s údaji k 31.12. daných roků.

Tabulka 6: Pohyb obyvatelstva v letech 2007-2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Živě narození	1083	1099	1107	1086	988	1038
Zemřelí	1083	1048	1046	1062	1054	1090
Přistěhovalí	1250	1194	1116	1077	1114	1058
Vystěhovalí	985	1054	940	1046	984	1091
<b>Celkový přírůstek</b>	265	191	237	55	64	-85

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

Z tabulky lze vyčíst, že do roku 2011 se počet obyvatel na Tábořsku zvyšoval. V roce 2012 nastal rok, kdy zemřelo více lidí, než se narodilo a také se více lidí vystěhovalo. To znamená, že poprvé od roku 2007 se počet obyvatel snížil. Zajímavý je také fakt, že se od roku 2009 neustále zvyšuje úmrtnost.

### 4.3 Přírodní předpoklady

Oblast Táborska nabízí velké množství přírodních krás a památek. Krajina je zde velmi různorodá. Na severu se vyskytuje velké množství chráněných stromů a stromořadí, jižní část je typická velkými rybníky, střední část je více zalesněná. Do jižní části regionu také zasahuje CHKO Třeboňsko, která byla vyhlášena roku 1979. V regionu nalezneme šest přírodních parků:

- Černická obora – mezi Sudoměřicemi u Bechyně a Komárovem
- Jistebnická vrchovina – na severozápadě regionu, mezi Borotínem, Jistebnicí a obcí Libenice
- Kukle – okolí Třebelického potoka nedaleko Malšic
- Plziny – západně od města Bechyně
- Polánka – mezi obcemi Dolní Hořice, Rodná, Bradáčov a Vodice
- Turovecký les – nedaleko Tábora, mezi obcemi Planá nad Lužnicí, Turovec, Radenín a Košice (Trasovník, n.d.)

Mezi nejvýznamnější přírodní památky na Táborsku patří **Chýnovská jeskyně**, která je součástí Chýnovského krasu. Byla objevena roku 1863 a roku 1868 se po úpravách stala první turisticky zpřístupněnou jeskyní na území České republiky. Jeskyně nevyniká krápníkovou výzdobou, ale barevností stěn a stropů, kde žluté, hnědé a bílé polohy mramorů střídají tmavé vrstvy amfibolitů. Chodby dosahují až do hloubky 41 metrů. Délka turistické trasy je 220 metrů s převýšením 42 metrů. Celková délka jeskynního systému je více než 1200 metrů. (Správa jeskyní České republiky, n.d.).

Přírodní rezervace **Borkovická blata** se nachází asi 5 km od Soběslavi. Borkovické rašeliniště začalo vznikat již před více než 10 000 lety. Jako přírodní rezervace byla Borkovická blata vyhlášena roku 1980, respektive jejich nejzachovalejší část o rozloze 54,5 ha. S Borkovickými blaty se mohou turisté seznámit především díky přírodovědné naučné stezce, která měří 5,5 km. Stezka je atraktivní po celý rok, turisté zde mohou poznat ojedinělou blatskou přírodu a dozvědět se informace o těžbě rašeliny a rekultivaci této oblasti. (Soběslav, 2001).

Přírodní památka **Židova strouha** patří mezi nejromantičtější místa na Táborsku. Jedná se o kaňonovité údolí potoka, 3 km od Bechyně. Pramení u obce Bzí, pod Bechyní vytváří kaňon s rozeklanými skalami a jeskyněmi a vlévá se do Lužnice. Je přístupná



pouze při nižším stavu vody. Přírodní památkou byla Židova strouha vyhlášena roku 1988. (Kulturně turistický informační server Bechyňska, 2010).

**Granátová skála** v Táboře je dnes trochu pozapomenutá přírodní zajímavost. Nachází se poblíž mostu přes Lužnici vedoucího do Čelkovic. Granátová skála se skládá ze živce, slídy a granátů. Větší zrna granátů dosahují velikosti až okolo 5 cm a mají na povrchu hnědou a uvnitř ohnivě červenou barvu. Menší zrnka mají barvu světlejší. V dnešní době je velikost granátové skály mnohem menší než dříve vlivem eroze. (Augusta & Klínková, 2001, p. 133-134).

Významnou přírodní atraktivitou jsou také **Veselské pískovny**. Nacházejí se v Chráněné krajinné oblasti a biosférické oblasti Třeboňsko mezi městem Veselí nad Lužnicí a obcemi Horusice a Vlkov. Pět oddělených jezer vzniklo po těžbě šterkopísku v letech 1952 až 1986. Veselskými pískovnamy vede 7 km dlouhá naučná stezka. Součástí naučné stezky je přírodní rezervace **Písečný přesyp**. Jedná se o písečnou dunu o rozměrech 80×60 metrů, tyčící se nad terénem do výšky čtyř metrů. Vznik duny sahá až do doby ledové. Tato lokalita je významná také kvůli vzácné floře a fauně. Rostou zde vzácné suchomilné rostliny a žijí teplomilné druhy blanokřídlého hmyzu. (Košinová, 2008).

**Botanická zahrada** Střední zemědělské školy v Táboře vznikla jako jedna z prvních v Čechách v roce 1866. Nachází se mezi náměstím T. G. Masaryka a přehradní nádrží Jordán. V současné době zde lze nalézt na 4000 rostlin. (Šmíd, 2008, p. 262)

Nádhernou přírodní atraktivitou je také **údolí Lužnice**. Především okolí řeky z Tábora do Bechyně. Malebná zákoutí řeky skrývají nejedno geologické tajemství. Nejstarší horninou je rula, ale v okolí lze nalézt i amfibolit, granulit či kersanton. Údolí je vyhledávaným cílem turistů, cykloturistů, ale i vodáků. (Augusta & Klínková, 2001, p. 127)

#### **4.4 Kulturní a společenské akce**

V oblasti Táborsko se každoročně koná řada zajímavých událostí, které přilákají velké množství návštěvníků. Některé se každoročně opakují, jiné jsou k příležitosti určitých výročí. Nejvýznamnější akce a události se tradičně konají v centru kulturního dění, v Táboře.

Nejznámější kulturní akcí na Táborsku jsou **Táborská setkání**. Konají se každoročně v září v centru Tábora. V roce 2014 se bude konat již 23. ročník. Festival přiláká každoročně tisíce návštěvníků nejen z České republiky. Hlavním cílem festivalu je přiblížit návštěvníkům slavnou husitskou historii města. V ulicích města mohou návštěvníci vidět průvody v historických kostýmech, koncerty středověké i současné hudby, řemeslné trhy divadla pod širým nebem, výstavy, hry pro děti a mnoho dalšího. Nechybí zde ani středověké pokrmy. Součástí festivalu je také velkolepý ohňostroj.

Další významnou akcí, v posledních letech s velmi vzrůstající oblibou, jsou **Slavnosti piva a minerálních vod** v Táboře. Akce zahrnuje odbornou degustační soutěž o Zlatou pivní pečeť. Veřejnost zde může ochutnat desítky druhů piva, ochutnat gastronomické speciality a užít si zdejší atmosféru. Akce se koná každoročně v hotelu Palcát.

V Táboře se také pořádají **Slavnosti vína**. Festival vína je nejdelší festival vína a gastronomie ve střední Evropě a také největší přehlídkou českých, moravských a zahraničních vín na jihu Čech. Součástí jsou nejen řízené degustace, ale také různé přednášky, výstavy, divadla, vzdělávací akce a gastronomické večery. (Táborský festival vína, 2013).

#### **Mezi další významné akce patří:**

- **Husitské dny v Táboře** – program určený zejména žákům základních škol a rodinám s dětmi, odehrává se v historickém areálu Housova mlýna
- **Táborské kulturní léto** – cyklus zahrnující promenádní koncerty, divadelní představení pro děti, mezinárodní jazzový festival Bohemia Jazz Fest a mnoho dalšího
- **Festival Léto nad Lužnicí** - festival zahrnující různé sportovní akce, koncerty a další
- **Komedianti v ulicích** – mezinárodní festival pouličního divadla
- **Táborské Vánoce** – slavnostní nasvícení vánočního stromu, kulturní akce, vánoční trhy a mnoho dalšího

Město Tábor pořádá nepřehledné množství kulturních akcí během roku. Veškeré akce jsou shrnuty v brožuře, kterou si mohou lidé vyzvednout v informačním centru či prohlédnout a stáhnout na internetu.

#### 4.4.1 Sportovní akce

Město Tábor pořádá mnoho oblastních, regionálních, národních i mezinárodních sportovních akcí. Mezinárodní sportovní akce se většinou neopakují pravidelně každý rok, avšak přitáhnou obrovské množství fanoušků a turistů.

Nejvýznamnějším sportem v Táboře z pohledu prestižnosti sportovních akcí je **cyklokros**. Jelikož Tábor disponuje jednou z nejlepších cyklokrosových tratí v Evropě, proto se zde pořádají závody Světového poháru, Mistrovství České republiky, ale i Mistrovství světa. Právě Mistrovství světa v cyklokrosu bude Tábor pořádat v roce 2015.

Velmi prestižní závody se v Táboře pořádají také v **atletice**. V roce 2013 hostil Tábor Mistrovství České republiky mužů a žen. Každoročně se zde pořádá Velká cena Tábora a Memoriál Ing. Jana Pána. Jedná se o mezinárodní atletický mítink za účasti nejlepších českých a zahraničních závodníků.

**Mezi další sportovní akce patří:**

- **Večerní běh Tábořem** – tradiční běh městem
- **Táborské okruhy** – závod silničních kol v areálu Komora v Táboře
- **Betonový muž a žena** – rekreační triatlonový závod v atraktivní oblasti veselských pískoven
- **O štít města Tábora** – slalomový závod kajaků v údolí táborské Harrachovky
- **Sudoměřický triatlon** – triatlonový závod v Sudoměřicích u Tábora

#### 4.4.2 Hudební festivaly

Na Táborsku se pořádá řada hudebních festivalů. Mezi nejznámější lze zařadit:

- **Mighty Sounds** – mezinárodní třídenní hudební festival konající se každoročně na táborském letišti na Čáповě Dvoře, vystupují světově známé kapely
- **Bohemia Jazz Fest** – jeden z největších evropských hudebních jazzových festivalů
- **Táborská rocková mapa** – tradiční open-air festival konající se v přírodním amfiteátru na Pintovce v Táboře

#### 4.5 Historické předpoklady a památky

Prvně je třeba napsat, že celá historie Tábořska, hlavně pak historie města Tábořa je silně spjata s husitským hnutím a zejména s osobou **Jana Žižky z Trocnova**. Jan Žižka je zároveň spoluzakladatel města Tábořa.

Jelikož oblast Tábořska skýtá velké množství kulturně-historických památek, technických památek, tak zde budou popsány jen ty, které považují za nejvýznamnější.

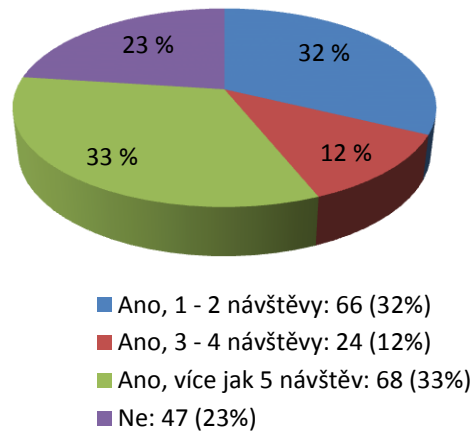
- **Děkanský kostel Proměnění Páně na hoře Táboř** – na místě dnešního kostela stával do 15. století dřevěný kostel, připomínající stodolu, na konci 15. století se přistoupilo ke stavbě nového kostela, kterému dominuje gotická věž  
*Otevírací doba:* Květen-srpen - po-pá: 10:00 – 17:00  
*Vstupné:* základní 30Kč, zlevněné 25Kč
- **Hrad Kotnov** – z původního hradu je dochována pouze válcová věž, k níž přiléhá Bechyňská brána  
*Otevírací doba:* Květen-září: 9:00 – 17:00; říjen – so-ne: 13:00 – 17:00  
*Vstupné:* Muzeum: základní 64Kč, zlevněné 32Kč  
Věž: základní 32 Kč, zlevněné 16 Kč
- **Kostel sv. Petra a Pavla** – raně gotický kostel z let 1493 – 1518 nacházející se v Soběslavi
- **Kozí hrádek** – zřícenina gotického hradu, na kterém od roku 1413 – 1414 sídlil a kázal mistr Jan Hus  
*Otevírací doba:* květen-září - út-ne: 10:00 – 16:30  
*Vstupné:* základní 30 Kč, zlevněné 20 Kč
- **Měšťanské domy** – představují zajímavý mix architektonických slohů, zastoupeno je zde baroko, gotika, renesance, rokoko i empír
- **Pomník Jana Žižky** – původní bronzová socha z roku 1877 musela být kvůli vadě v roce 1884 nahrazena pískovcovou sochou, nachází se na Žižkově náměstí v Táboři
- **Poutní kostel Panny Marie a klášter v Klokotech** – postaven na začátku 18. století, významné poutní místo, na konci léta se zde konají bohoslužby
- **Stádlecký řetězový most** – technická památka mostního stavitelství, původně přemostoval Vltavu v Podolsku, v roce 1974 byl rozmontován a v roce 1975 byl postaven přes řeku Lužnice

- **Radnice** – jedna z nejvýznamnějších památek pozdní gotiky v českých městech, nachází se na Žižkově náměstí v Táboře
- **Táborské středověké podzemí** – komplex podzemních prostor a chodeb, vznikající od 15. století hloubením sklepů v historickém centru Tábora  
*Otevírací doba: duben-září: 9:00 – 17:00; říjen-březen - st-so: 9:00 – 17:00*  
*Vstupné: základní 60 Kč, zlevněné 40 Kč, rodinné 230 Kč*
- **Vila Edvarda Beneše** – letní sídlo druhého československého prezidenta, postavené v letech 1930 – 1931, v roce 2000 byl na pozemku vily zřízen památník Edvarda Beneše  
*Otevírací doba: květen-srpen – út-ne: 10:00 – 17:00, září: 10:00 – 15:00*  
*Vstupné: základní 40 Kč, zlevněné 20 Kč, rodinné 100 Kč*
- **Zámek Bechyně** – původně hrad z 13. století, z kterého se nezachovaly téměř žádné stavební pozůstatky, v současnosti nejnavštěvovanější zámek na Táborsku  
*Otevírací doba: červen a září – čt-ne: 10:00 – 15:00*  
*červenec a srpen – út-ne: 10:00 – 15:00*  
*Vstupné: základní 150 Kč, zlevněné 110 Kč, cizojazyčné: 220 Kč*
- **Zámek Chotoviny** – klasicistní zámek z 13. století, který obklopuje vzácný anglický park a pro svou dendrologickou hodnotu je chráněn jako památka I. kategorie
- **Zřícenina hradu Borotín** – zřícenina, jejíž historie sahá do 14. století, je považována za jednu z nejromantičtějších v Čechách
- **Zřícenina hradu Dobronice** – zřícenina hradu, který byl postaven kolem roku 1320, tyčící se nad řekou Lužnice
- **Zřícenina hradu Choustník** – zříceniny hradu postaveného v druhé polovině 13. století na vrcholu Choustník  
*Otevírací doba: duben, květen, červen, září, říjen – so-ne: 9:00 – 17:00*  
*červenec a srpen: 9:00 – 17:00*  
*Vstupné: základní 25 Kč, zlevněné 10 Kč*
- **Zřícenina hradu Šelmberk** – zřícenina gotického hradu, kde se zachovala pouze věž, která byla v 19. století upravena na rozhlednu

## 5 Terénní šetření

### 5.1 Dotazník ke zjištění stavu rekreačního cestovního ruchu na Táborsku

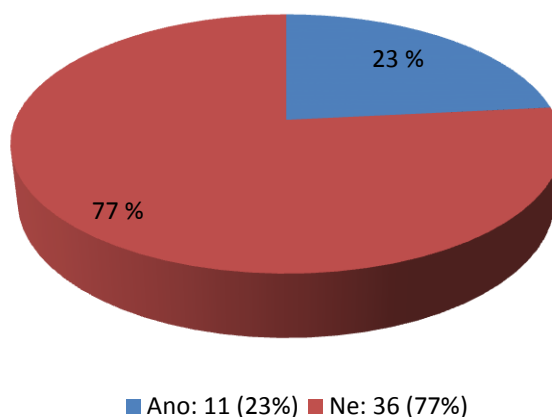
**Graf 1: Navštívil/a jste v minulosti region Táborsko?**



Zdroj: vlastní zpracování

Z otázky je patrné, že 77 % respondentů navštívilo alespoň jednu oblast Táborska. Z výsledků je zřejmé, že se do oblasti návštěvníci rádi vrací, protože 68 respondentů navštívilo Táborsko více jak pětkrát (33 %) a 24 respondentů přijelo na 3-4 návštěvy (12 %). Třetina respondentů pak navštívila region jedenkrát až dvakrát (32 %). Podstatné je zjištění, že pouhých 47 respondentů nikdy Táborsko nenavštívilo (23 %).

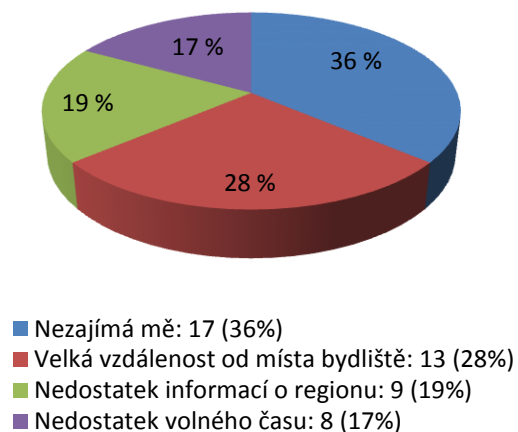
**Graf 2: Chystáte se Táborsko navštívit?**



Zdroj: vlastní zpracování

Z těch, kteří nikdy oblast Táborska nenavštívili, pouhých 11 respondentů (23 %) se chystá v budoucnu oblast navštívit, naopak 36 odpovídajících návštěvu neplánuje (77 %).

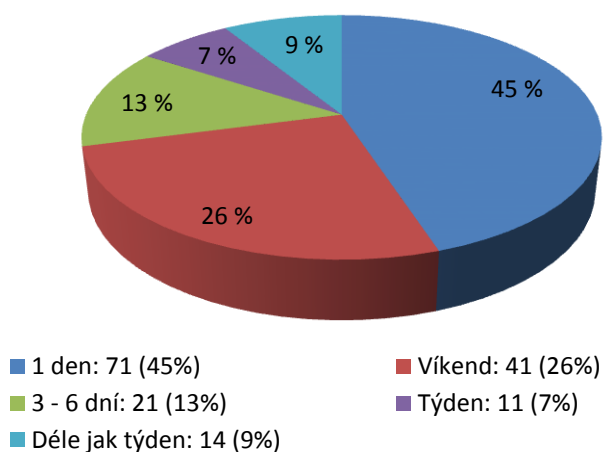
**Graf 3: Proč jste doposud nenavštívil/a Táborsko?**



Zdroj: vlastní zpracování

Nejčastějším důvodem, proč dotazovaní doposud nenavštívili Táborsko, je nezájem o tuto oblast (36 %). Souvisí to s tím, že lidé nemají dostatek informací (19 %), a proto nemají důvod ani potřebu tuto oblast navštívit. Častým důvodem je také velká vzdálenost od bydliště (28 %) a nedostatek volného času (17 %).

**Graf 4: Jak dlouho trvala Vaše návštěva?**

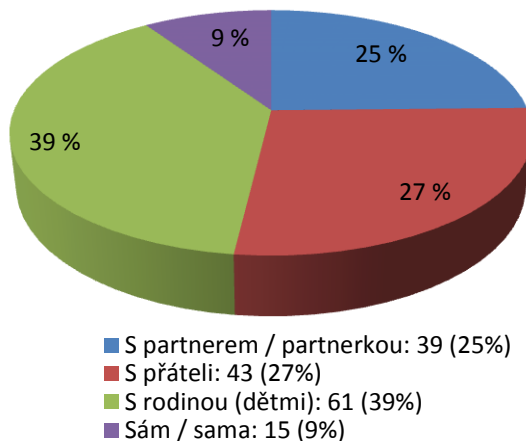


Zdroj: vlastní zpracování

Z dotazníkového šetření vyplývá, že nejvíce lidí přijelo na jeden den (45 %). To je dané tím, že velká část respondentů přijíždí do oblasti za účelem navštívit známé či příbuzné či na krátkodobou prohlídku kulturních a historických atraktivit. Druhá

nejpočetnější skupina respondentů zvolila možnost, že zde strávila víkend (26 %). Zde se může jednat o navštěvované víkendové akce, jako Táborské slavnosti, kde návštěvníci poznají kulturu i památky. Následovala návštěva na 3-6 dní (13 %), na déle jak týden (9 %) a nejméně návštěvníku zde strávilo týden (7 %).

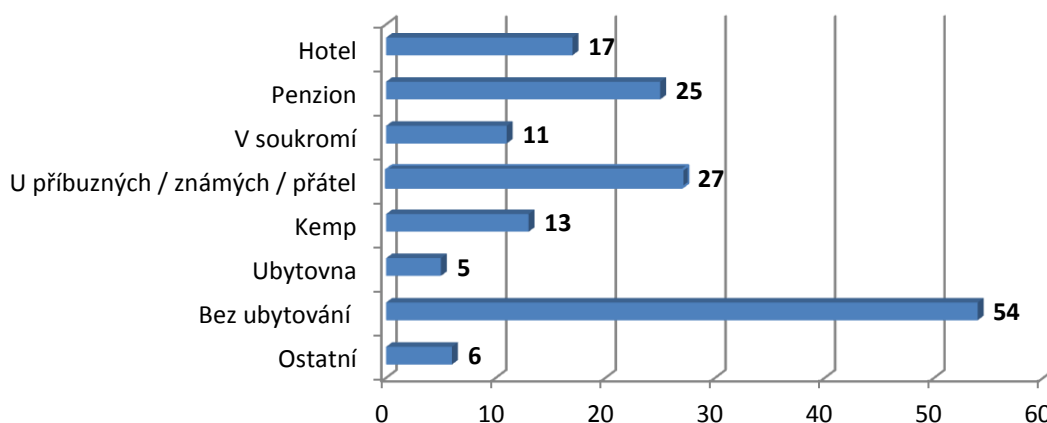
**Graf 5: S kým jste Táborsko navštívil/a?**



Zdroj: vlastní zpracování

U další otázky se zjišťovalo, s kým návštěvníci do oblasti přijeli. Naplnilo se očekávání, že Táborsko je ideální oblast pro rodiny s dětmi. 61 respondentů přijelo právě s rodinou (39 %), následovala možnost s přáteli (27 %) a s partnerem či partnerkou (25 %). Jen 15 respondentů přijelo do oblasti samo (9 %).

**Graf 6: V jakém ubytovacím zařízení jste byl/a ubytován/a?**



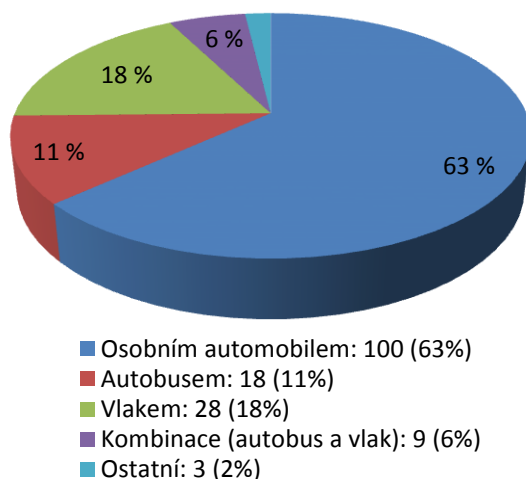
Zdroj: vlastní zpracování

Výsledné hodnoty souvisí se zjištěním, že velká část respondentů přijela do oblasti na jeden den. Proto nejpočetnější skupina zvolila možnost bez ubytování (34 %). Překvapivě druhá nejvíce volená odpověď byla ubytování u příbuzných, známých či



přátel (17 %). Z „klasických“ ubytovacích zařízení dávali návštěvníci nejvíce přednost penzionu (16 %), což vyplývá za předpokladu, že penzion je vhodnější pro rodiny s dětmi. Následoval hotel (11 %), kemp (8 %) a ubytování v soukromí (7 %).

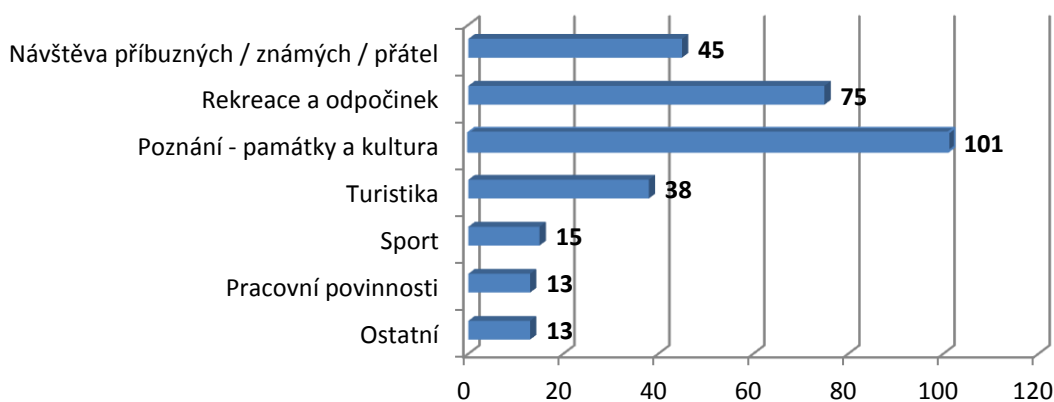
**Graf 7: Jakým dopravním prostředkem jste se do regionu Tábořsko dopravil/a?**



Zdroj: vlastní zpracování

Bylo potvrzeno, že lidé dávají obecně nejvíce přednost dopravě osobním automobilem (63 %), která nabízí komfort, neomezenost a v dosti případech je levnější než ostatní typy dopravy. To, že neustále upadá obliba železniční dopravy z důvodu vysoké ceny a nízkého komfortu se potvrdilo i v tomto dotazníkovém šetření, kde dopravu vlakem označila jen 28 respondentů (18 %). Ještě hůře dopadla doprava autobusem (11 %), což souvisí s omezenou nabídkou autobusových dopravců, pro které není tato oblast významná.

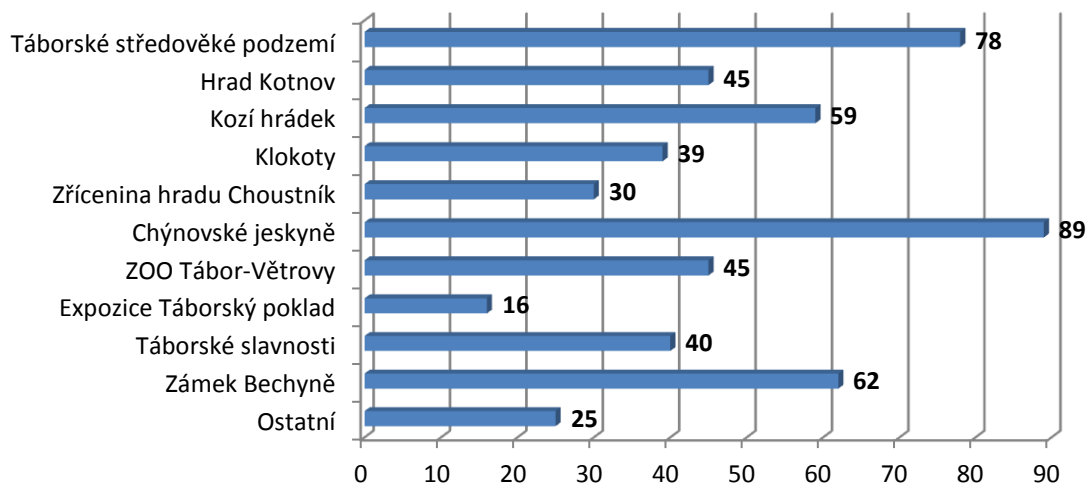
**Graf 8: Za jakým účelem jste na Tábořsko přijel/a? (možnost více odpovědí)**



Zdroj: vlastní zpracování

Táborsko je oblast, která nabízí mnoho velmi zajímavých historických památek a kulturních akcí, lidé mají zájem poznat slavnou husitskou historii. Tento předpoklad byl potvrzen, protože více jak 2/3 respondentů přijelo do Táborska za poznáním památek a místní kultury (64 %). Častým motivem návštěvy této oblasti je také rekreace a odpočinek (47 %), což můžeme přisoudit nádherné přírodě na Táborsku. Následuje návštěva příbuzných (28 %) a turistika (24 %).

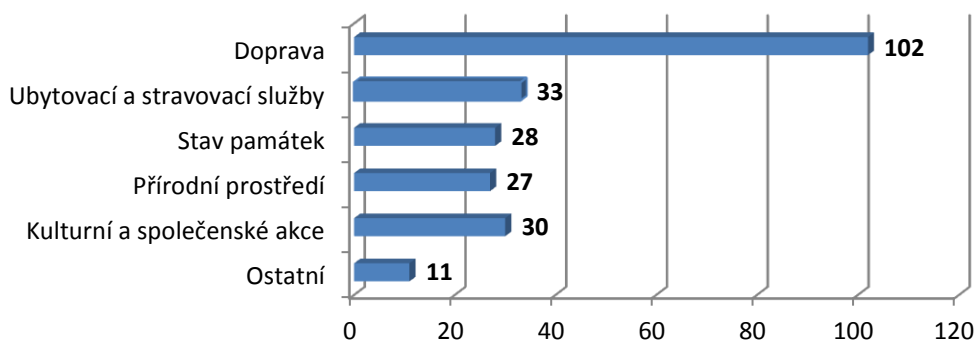
**Graf 9: Jaké turistické cíle jste na Táborsku navštívil/a? (možnost více odpovědí)**



Zdroj: vlastní zpracování

V této otázce mohli respondenti uvést více odpovědí. Je patrné, že Táborsko není pouze o návštěvě Tábora. Mezi třemi nejnavštěvovanějšími atraktivitami, je pouze jedna v Táboře. Nejvíce navštěvované jsou Chýnovské jeskyně (56 %), následované Táborským středověkým podzemím (49 %), Zámekem Bechyně (39 %) a Kozím Hrádkem (37 %). Právě Kozí hrádek může v budoucnu negativně doplatit na postavení dálnice přímo vedle památky. Zajímavým zjištěním je také fakt, že nedávno vzniklou ZOO Tábor-Větrovy (28 %) navštívil obdobný počet lidí jako významné památky Hrad Kotnov (28 %) a Klokoty (25 %)

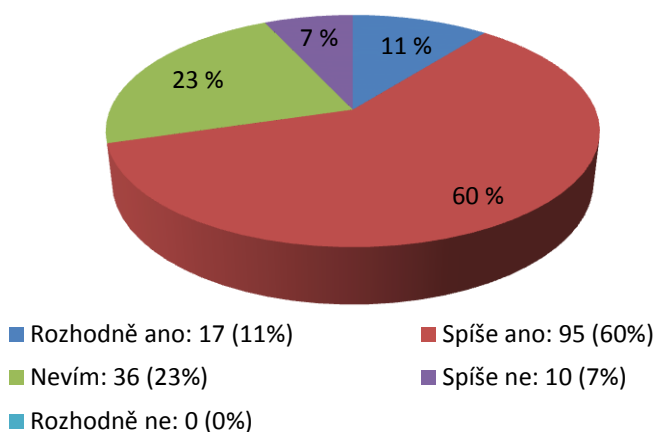
**Graf 10: Co by se podle vás mělo na Táborsku úrovňově zlepšit? (možnost více odpovědí)**



Zdroj: vlastní zpracování

I v této otázce mohli respondenti uvést více odpovědí. Potvrdilo se, že největším problémem oblasti je doprava (65 %). V roce 1999 byla schválena výstavba dálnice D3 z Prahy na státní hranici s Rakouskem. Bohužel v této době je hotový pouze úsek začínající za obcí Miličín a končící ve Veselí nad Lužnicí. Stejný problém provází železniční koridor z Prahy do Českých Budějovic. Na tomto úseku navíc dochází k častým výlukám a snižuje se tak přepravní komfort. Nutné je také zmínit velmi špatný stav silnic. Všechny ostatní možnosti získaly obdobný počet hlasů.

**Graf 11: Myslíte si, že vstupné do turistických cílů na Táborsku jsou cenově přijatelné?**



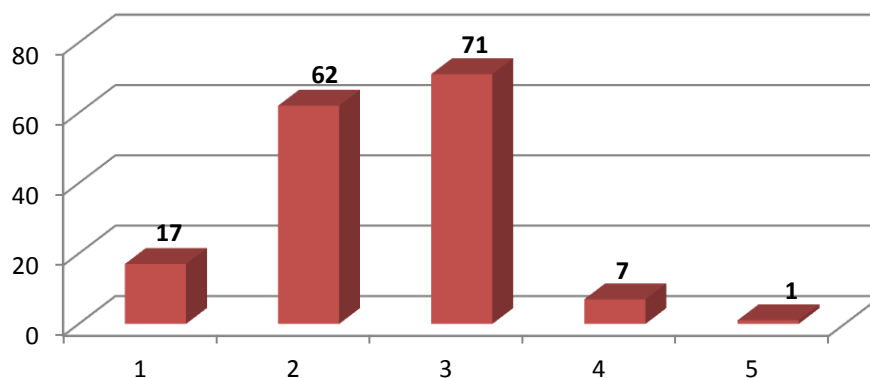
Zdroj: vlastní zpracování

Z šetření je zřejmé, že ceny vstupného do turistických cílů jsou dobře nastaveny. Ve většině turistických cílů je možné využít studentských slev, slev pro děti a důchodce, ale také rodinných slev. Nejvíce dotázaných je s výší vstupného spíše spokojena (60 %). Více jak 1/5 si není jistá (23 %). Malá skupina dotázaných je naprosto spokojena

(11 %). Důležitý je také fakt, že ani jeden respondent nepovažuje výši vstupného do turistických cílů za přehnané.

V následujících 3 otázkách známkovali respondenti systémem jako ve škole. Ještě před výsledky je významné podotknout, že výsledky následujících otázek byly porovnány s výzkumem, který nechalo vypracovat Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky v roce 2009. To zjišťovalo spokojenost českých a zahraničních turistů s poskytovanými službami v cestovním ruchu České republiky (Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2009). Z porovnání vyplývá, že výsledky jsou velmi podobné. V obou výzkumech byla nejhůře hodnocena doprava a naopak nejlépe stravovací služby. Nicméně všechny sledované služby na Táborsku dopadly hůře než průměr České republiky.

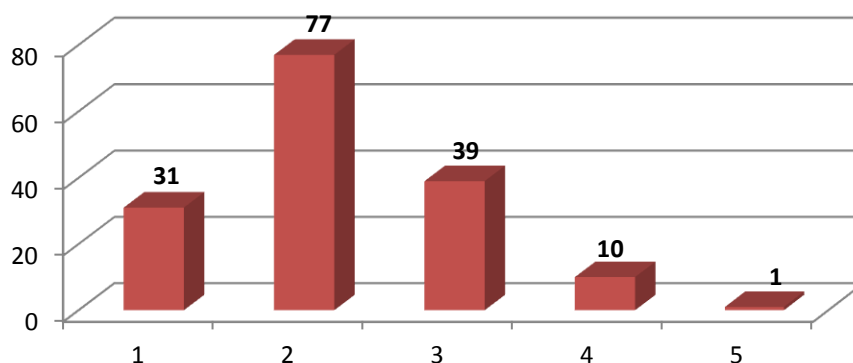
**Graf 12: Jak byste ohodnotil/a ubytovací služby na Táborsku z hlediska cestovního ruchu?**



Zdroj: vlastní zpracování

Na Táborsku existuje velké množství ubytovacích kapacit. Škála nabízených služeb je široká. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že většina respondentů oznámkovala ubytovací služby jako dobré (45 %) nebo chvalitebné (39 %). Důležité je, že jen malá část respondentů vidí ubytovací služby jako dostatečné (4 %) a pouze jeden respondent jako nedostatečné (1 %). Znamkový průměr ubytovacích služeb je 2,51.

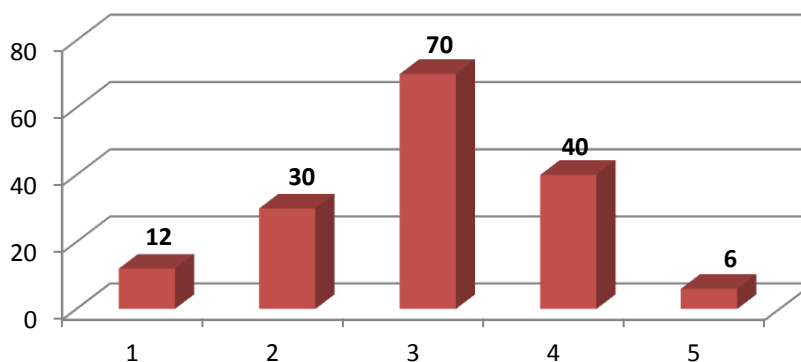
**Graf 13: Jak byste ohodnotil/a stravovací služby na Táborsku z hlediska cestovního ruchu?**



Zdroj: vlastní zpracování

Předpoklad, že stravovací služby dosáhnou nejlepšího výsledku, se potvrdil. Jen v Táboře na Žižkově náměstí si mohou turisté vybrat z velkého počtu restauračních zařízení. Nejvíce respondentů označilo tyto služby jako chvalitebné (49 %). Na druhou stranu v porovnání s ubytovacími službami více respondentů označilo stravovací služby jako dostatečné (6 %). Celkově byly však stravovací služby hodnoceny lépe a dosáhly průměru 2,20.

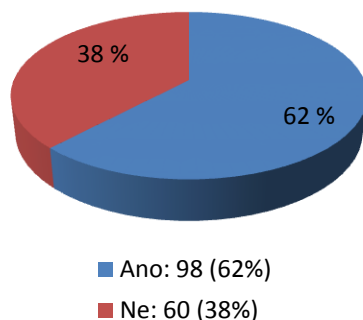
**Graf 14: Jak byste ohodnotil/a dopravní infrastrukturu a dopravní dostupnost Táborska?**



Zdroj: vlastní zpracování

Problémy dopravní infrastruktury byly již popsány v otázce číslo 10. V této otázce se tyto problémy pouze potvrdily. Dopravní infrastruktura byla hodnocena v porovnání s předešlými otázkami jednoznačně nejhůře. Nejvíce respondentů označilo dopravní infrastrukturu za dobrou (44 %) a dostatečnou (25 %). Pouhých 12 respondentů vidí dopravu jako výbornou (8 %). Výsledná průměrná známka dopravní infrastruktury je 2,99.

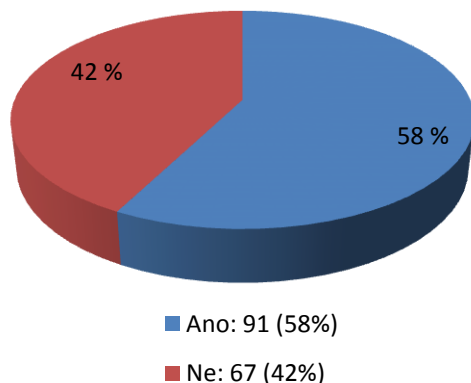
**Graf 15: Využil/a jste některých nabízených sportovních služeb na Táborsku během návštěvy?**



Zdroj: vlastní zpracování

V současné době se lidé často chtějí odpoutat od pracovního stereotypu a svůj volný čas tráví aktivně. Nemusí to znamenat velké sportovní výkony, ale alespoň rekreačně dělá sport čím dál více lidí. Tento předpoklad se potvrdil, sportovních služeb využilo 98 respondentů (62 %), naopak pouze 60 dotázaných uvedlo, že během návštěvy žádných sportovních služeb nevyužilo (38 %).

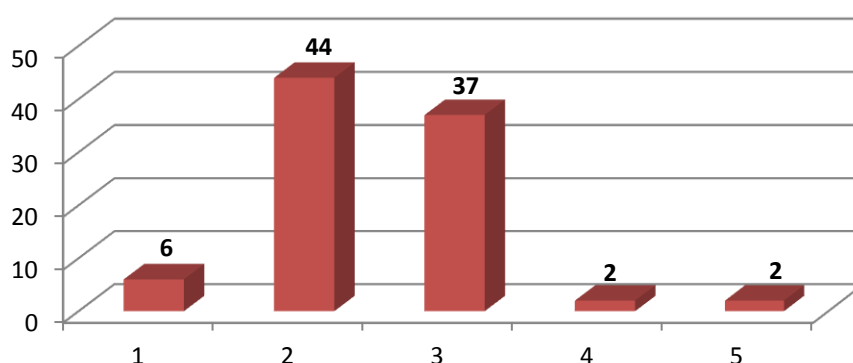
**Graf 16: Využil/a jste v regionu značených turistických tras nebo cyklotras?**



Zdroj: vlastní zpracování

Z otázky vyplývá, že značení turistických tras a cyklotras je stále velmi důležitým orientačním prvkem. Tyto trasy využívá přes polovinu dotázaných (58 %) a to přesto, že stále více lidí má ve svém mobilním zařízení mapy či navigace. Menší část respondentů značených turistických tras a cyklotras nevyužívá (42 %).

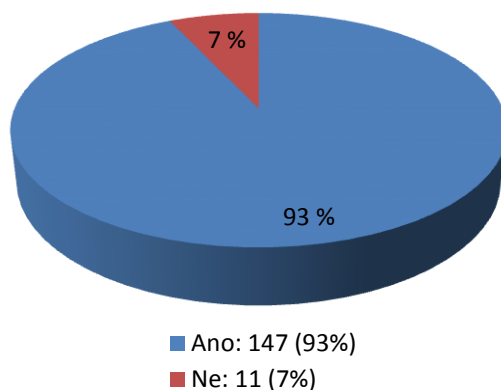
**Graf 17: Jak byste ohodnotil/a stav turistických tras a cyklotras?**



Zdroj: vlastní zpracování

Na tuto otázku odpovídali pouze respondenti, kteří značených turistických tras a cyklotras využili. Ti vidí stav těchto tras jako poměrně kvalitní. Horší známky lze přičíst tomu, že starání se o turistické trasy má na starost Klub českých turistů, který však za tuto činnost není finančně odměněn. Přesto nejvíce respondentů označilo stav turistických tras a cyklotras za chvalitebné (48 %) a dobré (41 %). Znamkový průměr se pohyboval kolem 2,52.

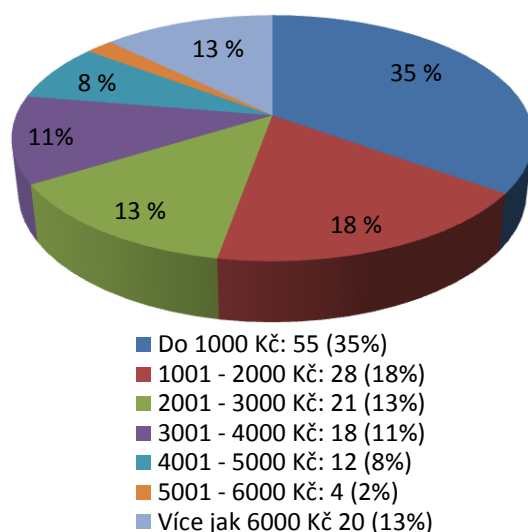
**Graf 18: Doporučil/a byste návštěvu regionu Tábořsko svým známým / příbuzným?**



Zdroj: vlastní zpracování

Velké množství lidí dá při výběru návštěvy nového místa na doporučení svých známých či příbuzných, proto je výsledek této otázky velmi důležitý. Tábořsko je velmi atraktivní oblast a lidé si zde pobyt velmi pochvalují. 93 % dotazovaných by proto Tábořsko doporučila svým známým/příbuzným.

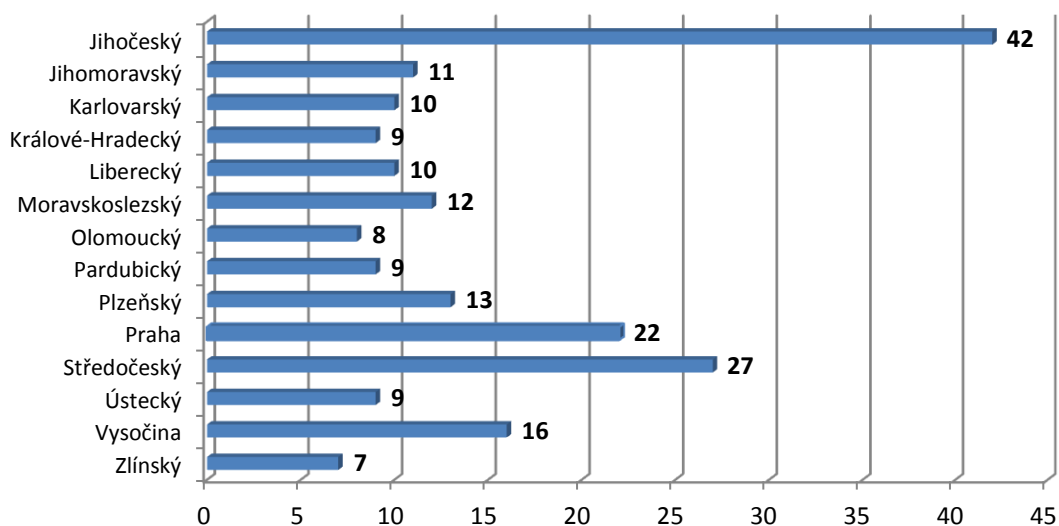
**Graf 19: Kolik jste v regionu utratil/a peněz?**



Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce návštěvníků přijelo na Táborsko na jeden den. S tím souvisí fakt, že nejpočetnější skupina respondentů utratila v oblasti do 1000 Kč (35 %) nebo 1000-2000 Kč (18 %). Významné je zjištění, že obdobné množství respondentů utratí v oblasti 2001-3000 Kč (13 %), ale také více jak 6000 Kč (13%).

**Graf 20: Z jakého kraje pocházíte?**



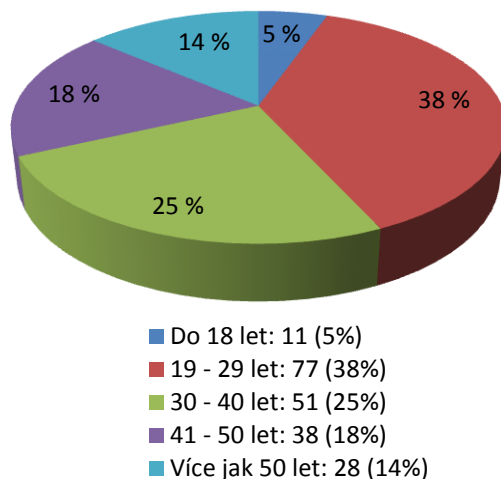
Zdroj: vlastní zpracování

Pro výzkum se podařilo získat respondenty ze všech krajů České republiky. Nejvíce respondentů bylo z kraje, na jehož území se Táborsko rozkládá, a to z Jihočeského (20 %). Velký počet dotázaných bylo také ze Středočeského kraje (13 %),



z hlavního města Prahy (11 %) a z kraje Vysočina (8 %). Ostatní kraje měly velmi podobné zastoupení.

**Graf 21: Do jaké věkové skupiny patříte?**



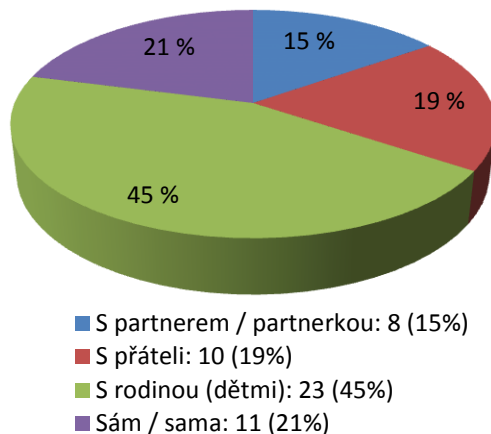
Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce dotázaných bylo z věkové skupiny 19-29 let (38 %). Následovala skupina 30-40 let (25 %), 41-50 let (18 %) a více jak 50 let (14 %). Nejméně respondentů bylo ze skupiny do 18 let (5 %).

## 5.2 Doplnkové šetření

Tento dotazník byl vytvořen na žádost města Tábora. Jedná se o krátký dotazník, který má za cíl zjistit stav a nedostatky cyklostezek v Táboře. Byl proto primárně zaměřen na cykloturisty. Důležité je upozornit, že tento terénní výzkum probíhal ještě před úplným dokončením cyklostezky kolem Tismenického potoka a před zpřístupněním a označením centra města pro cykloturisty.

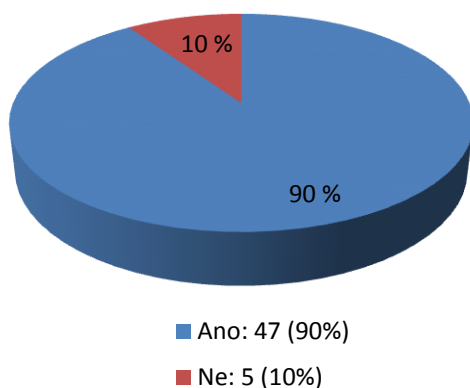
**Graf 22: S kým jste Tábořsko navštívil/a?**



Zdroj: vlastní zpracování

I v tomto dotazníku byla sledována věková struktura návštěvníků. Potvrdil se předpoklad, že i mezi cykloturisty bude nejvíce rodin (45 %). Z grafu lze také vyčíst, že cykloturisté často jezdí sami (21 %) a s přáteli (19 %). Nejméně dotazovaných pak přijelo s partnerem či partnerkou (15 %).

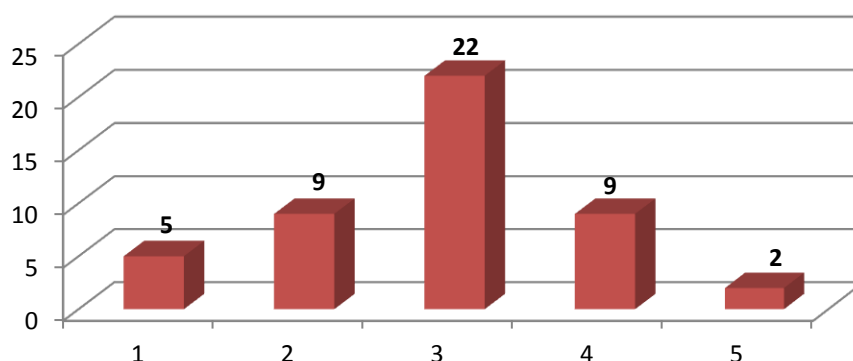
**Graf 23: Využil/a jste v Táboře cyklostezek?**



Zdroj: vlastní zpracování

90% cykloturistů využila v Táboře cyklostezek. Je to očekávaný výsledek, jelikož díky cyklostezkám se mohou návštěvníci dostat do centra města nebo projet město bez toho, aby museli riskovat jízdu na zdejších silnicích. Pouze 5 respondentů cyklostezek nevyužilo (10 %)

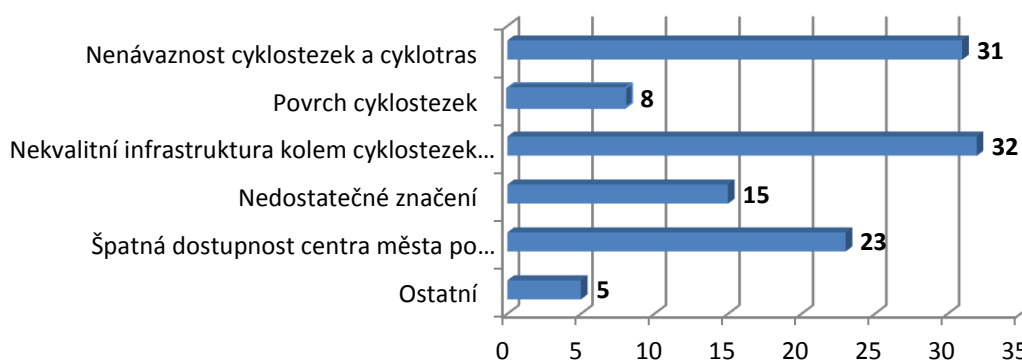
**Graf 24: Jak byste ohodnotil/a současný stav cyklostezek v Táboře**



Zdroj: vlastní zpracování

K této otázce je důležité poznamenat, že dotazování probíhalo v době, kdy ještě nebyla úplně dokončena cyklostezka kolem Tismenického potoka a dále nebylo označeno centrum města značkami pro cykloturisty. Potvrdilo se, že stav cyklostezek není ideální. Nejvíce respondentů označilo stav cyklostezek známkou 3 (47 %), dále známkou 2 a 4 (19 %). Celkový průměr známek je 2,87.

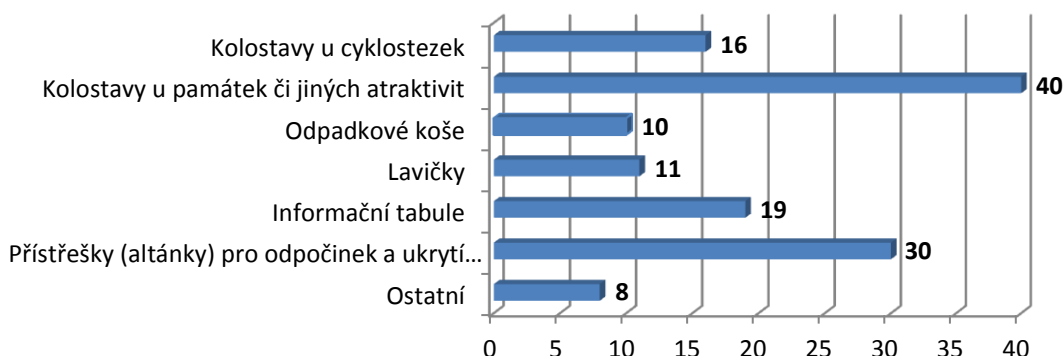
**Graf 25: Jaké jsou podle vás nedostatky cyklostezek v Táboře? (možnost více odpovědí)**



Zdroj: vlastní zpracování

Více jak polovina respondentů označila, že nedostatky cyklostezek jsou v nekvalitní infrastruktuře (68 %) a nenávaznosti cyklostezek a cyklotras (66 %). Výsledek je očekávaný, infrastruktura pro cykloturisty není v Táboře ideální, viz další otázka. Nenávaznost je velkým problémem, cykloturista najede na cyklostezku a ta často končí na silnici, kde však žádná cyklostezka nepokračuje. 49 % dotázaných vidí nedostatek ve špatné dostupnosti centra po cyklostezkách. Naopak nedostatečné značení označilo 32 % dotázaných a pouze 17 % vidí problém v povrchu cyklostezek.

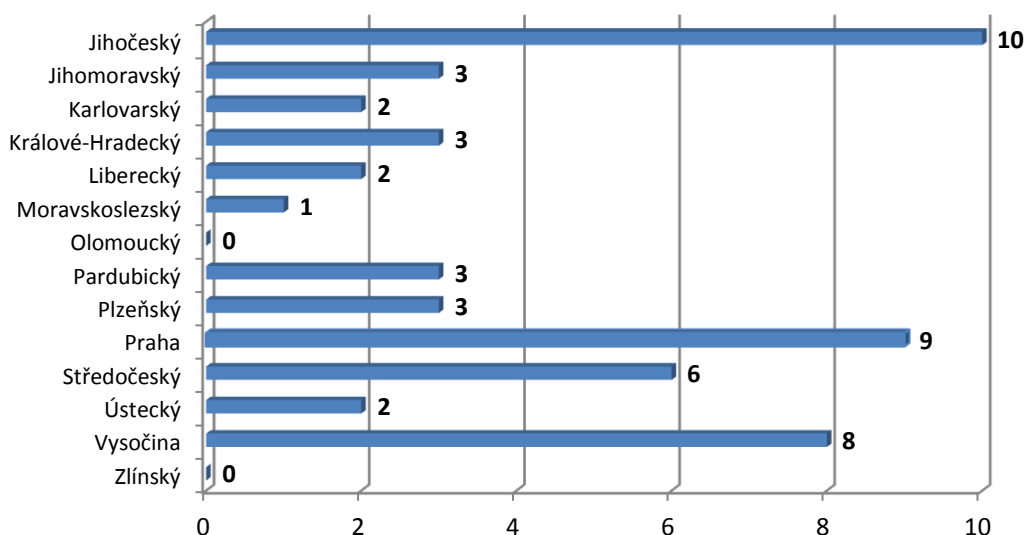
**Graf 26: Co Vám kolem cyklostezek chybí nebo čeho si myslíte, že je nedostatek? (možnost více odpovědí)**



Zdroj: vlastní zpracování

Z otázky vyplývá, že cykloturistům nejvíce chybí kolostavy u památek či jiných atraktivit (85 %). Kolem samotných cyklostezek je dostatek kolostavů, což potvrzuje výsledek této otázky (34 %), ale u většiny atraktivit v Táboře cyklostezky nejsou a cykloturisté pak z tohoto důvodu často atraktivitu vůbec nenavštíví. Návštěvníkům také chybí přístřešky či altánky (65 %), v kterých by se mohli v případě nepříznivého počasí schovat nebo pouze odpočinout. 40 % dotázaných vadí nedostatek informačních tabulí, které by mohly významně pomoci v orientaci při projíždění městem.

**Graf 27: Z jakého kraje pocházíte?**

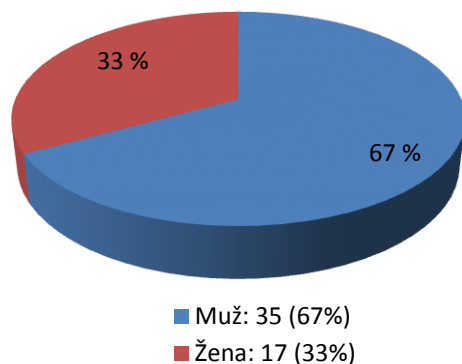


Zdroj: vlastní zpracování

I ve druhém dotazníku odpovídalo nejvíce respondentů z Jihočeského kraje (19 %). Větší část dotázaných byla také z hlavního města Prahy (17 %), z kraje Vysočina (15 %) a ze Středočeského kraje (12 %). Ostatní kraje měly nepatrné

zastoupení. V tomto dotazníku nebyly zastoupeny všechny kraje, což bylo dáno především menším vzorkem respondentů.

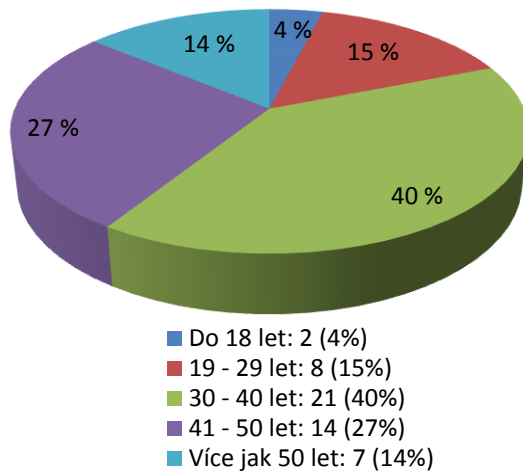
### Graf 28: Jaké je vaše pohlaví?



Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu vyplývá, že se dotazníkového šetření zúčastnilo více mužů (67 %) než žen (32 %).

### Graf 29: Do jaké věkové skupiny patříte?



Zdroj: vlastní zpracování

Dotazníkového šetření se zúčastnilo nejvíce respondentů ve věku 30-40 let (40 %) a 41-50 let (27 %). To souvisí s tím, že nejvíce dotázaných přijelo do oblasti s rodinou. Následovala věková skupina 19-29 let (15 %), více jak 50 let (14 %) a skupina do 18 let (4 %).

### 5.3 Diskuze výsledků dotazníkových šetření

Jak již bylo uvedeno, v rámci terénního šetření byly udělány dva kvantitativní výzkumy ve formě dotazníkového šetření. Celkem se jich zúčastnilo 257 respondentů. Z výzkumů vyplynulo, že návštěvníci se do regionu Táborsko velmi rádi vrací. Více jak třetina respondentů navštívila tuto oblast již více než pětkrát. Ti, kteří Táborsko doposud nenavštívili, uvedli jako nejčastější důvod nezájem o tuto oblast, což může být dáno špatnou propagací oblasti. Většina dotázaných zavítala do oblasti na jeden den či víkend, což koresponduje s trendem kratších dovolených. Jak bylo předpokládáno, nejvíce respondentů navštívilo oblast s rodinou.

Největší část dotázaných v oblasti nepřespávala, tudíž nevyužili služeb ubytovacích zařízení. Častým řešením bylo také ubytování u příbuzných či známých především z důvodu vynaložení menších finančních prostředků. Potvrdilo se, že ideálním ubytovacím zařízením pro rodiny s dětmi je penzion, který obvykle nabízí osobnější přístup. Co se týče způsobu dopravy, 63 % respondentů přijelo do oblasti osobním automobilem. Tento výsledek pro mne není překvapivý, jelikož se jedná o velmi komfortní, ale v mnoha případech také nejlevnější způsob dopravy. Ze situační analýzy je zřejmé, že Táborsko je oblast, která nabízí velké množství historických památek, kulturních akcí, ale také nádherné přírodní prostředí. Proto nejvíce dotázaných uvedlo jako motiv poznání památek a místní kultury, častým motivem byla také rekreace a odpočinek.

Dotazníkový výzkum se také zaměřoval na návštěvnost turistických cílů. Překvapivě nejnavštěvovanější jsou Chýnovské jeskyně. Častým cílem návštěvníků je také Táborské středověké podzemí, Zámek Bechyně či Kozí hrádek. S výší vstupného do památek a jiných atraktivit byli respondenti spokojeni. Naopak velmi nespokojeni byli s kvalitou dopravní infrastruktury a dopravní dostupností Táborska. Kvalita dopravní infrastruktury je problém celé České republiky. Táborsko doplácí především na velmi pomalý postup při stavbě dálnice D3, která má spojit Prahu s Rakouskem a umožnit tak pohodlnější dostupnost oblasti.

I přes velký rozvoj moderních technologií používá stále většina návštěvníků značených turistických tras a cyklostezek. Jejich stav nepovažují za ideální. Dále už jsem se zabýval cyklostezkami, jejichž význam na Táborsku a především v Táboře neustále roste. Drtivá většina cykloturistů, využívá právě značených cyklostezek.

Cyklostezky jsou v Táboře využívány jak rezidenty, tak i návštěvníky, kteří se rozhodnou poznat město na kole. Dotázaní si nejvíce stěžovali na nekvalitní infrastrukturu. Cyklostezek v Táboře neustále přibývá, často se však zapomíná na důležitost určitých prvků, které zvyšují cyklistům komfort. Nejvíce respondentům chybí kolostavy u turistických cílů, přístřešky či altánky a informační tabule, které mohou výrazně zlepšit orientaci návštěvníků. Častým problémem je také nenávaznost cyklostezek.

#### **5.4 Řízené rozhovory**

Řízené rozhovory byly provedeny se 3 představiteli města Tábora. Konkrétně se jednalo o Ing. Jiřího Fišera (starosta města), Ing. Janu Lorencovou (vedoucí odboru kultury a cestovního ruchu) a Ing. Karla Hotového (vedoucí odboru investic a strukturálních fondů, cyklokoordinátor).

Dotázaní se shodli, že cyklostezky v Táboře mohou zvýšit návštěvnost Tábora a okolí. Z rozhovorů vyplynulo, že celé jižní Čechy jsou cyklisty velmi oblíbené, jejich návštěvnost je srovnatelná s jižní Moravou. Díky novému označení města Tábora se cykloturisté dostanou snadno do centra města i k oblíbeným památkám a tím se zvýší zájem o jejich návštěvu. Navíc Tábořsko protíná oblíbená cyklotrasa Greenway z Prahy do Vídně.

Podle všech 3 dotázaných jsou cyklostezky v Táboře pro 2 skupiny lidí. Pro místní, tedy rezidenty, kteří se díky nim mohou bez rizika dostat do práce na kole. To patří také mezi hlavní cíle města Tábora, zvýšit podíl dopravy na kole na úkor automobilové dopravy. Druhou skupinou jsou rekreační cykloturisté, kteří chtějí poznat město, místní památky a kulturu a to bezpečně bez toho, aby museli jezdit po místních rušných silnicích, které jak Ing. Hotový dodává, jsou velmi úzké a pro cykloturisty nebezpečné.

Další řešenou problematikou byla návratnost investic. Zde se opět všichni jednohlasně shodli, že finančně nelze návratnost vyjádřit. Městský rozpočet nemá za cíl vydělat peníze, ale jeho cílem je vytvořit ideální podmínky pro rezidenty i návštěvníky. Starosta města dále zmiňuje, že tvorba veřejného prostoru pro kondiční sport a související duševní relaxaci je tou nejlepší investicí. Dále dodává, že podpora

cykloturistiky a bezpečnosti cyklistů je moderním evropským trendem. Podle Ing. Lorencové mají cyklostezky přínos pro životní prostředí.

Největší rozdíly v odpovědích vyvolala otázka, týkající se kvality infrastruktury. Ing. Jiří Fišer vidí problém v minulosti, kdy ani jeden z předchozích starostů a starostek cyklo dopravu ve městě a okolí nijak progresivně nepodporoval. V současnosti však nastala změna a situace se zlepšuje. Zároveň však dodává, že stav stále není ideální. Podle Ing. Lorencové chybí některé doplňkové prvky kolem cyklostezek. Konkrétně se jedná např. o stojany na kola u některých turistických cílů, nebo přístřešky či altánky u nově vzniklých cyklostezek. Zmínila také parkovací dům, avšak ten by představoval velkou investici. Podle Ing. Hotového bude po dokončení stávajících projektů vnitroměstská infrastruktura hotova a město se bude dále zabývat okolím Tábora.

V Táboře se chystají nebo už probíhají projekty, které mají zlepšit podmínky pro cykloturisty. Dokončuje se cyklostezka kolem Tismenického potoka, která vede krásným údolím a cykloturista se po ní dostane až na vyhledávaný turistický cíl Harrachovku. Také se dokončuje cyklostezka ze Zárubnické Lhoty do Tábora, která tak propojí město s Knížecím rybníkem. Chystá se výstavba cyklostezky, která spojí Horky u Tábora a Větrovy. Na tomto úseku vede také cyklotrasa Greenway z Prahy do Vídně. Brzy bude spuštěn cykloweb, dostupný na adrese [www.taborskemnakole.cz](http://www.taborskemnakole.cz). Bude sloužit všem cyklistům, kteří zavítají do oblasti nebo se o oblast jen zajímají. Lidé zde najdou veškeré informace o cykloturistice na Tábořsku, např. informace o opravnách a půjčovnách kol, chystaných akcích pro cyklisty. Na stránkách budou také uvedeny a neustále aktualizovány doporučené cykloturistické trasy po Tábořsku. Trasy budou všech obtížností a lidé si je budou moci stáhnout do svých mobilních či navigačních přístrojů.

## 5.5 Vyhodnocení pracovních hypotéz

Kutnohorská (2009, p. 50) definuje hypotézu jako „*domněnku, podle níž existuje určitá pravděpodobnost, že se stane pravdivým řešením postaveného problému.*“

**H<sub>1</sub>:** Nejčastějšími návštěvníky regionu jsou rodiny s dětmi.

První hypotéza se na základě obou dotazníkových šetření potvrdila. V obou dotazníkových výzkumech byla k této hypotéze vedena stejná otázka. Z celkových 210



respondentů, kteří odpovídali na tuto otázku, jich 84 přijelo právě s rodinou s dětmi (40 %). Pro srovnání, druhá nejvíce volená možnost byla s přáteli (25 %).

**H<sub>2</sub>:** Více jak polovina respondentů využila na Táborsku značených turistických tras nebo cyklotras.

Druhá hypotéza se na základě dotazníkové šetření taktéž potvrdila. Celkem 58 % návštěvníků využilo značených turistických tras nebo cyklotras. Navíc v doplňkovém dotazníkovém šetření, které se zaměřovalo na cyklostezky, využilo značených cyklostezek či cyklotras 90 % dotázaných. Proto je výstup této práce zaměřen právě na cyklostezky a cyklotrasy.

## 6 Návrhy a opatření

Město Tábor vložilo v posledním roce nemalé finanční prostředky do rozvoje infrastruktury pro cyklisty. Ve městě vznikly nové cyklostezky, díky novému značení se zlepšila dostupnost centra, vzrostl počet laviček, kolostavů, odpadkových košů atd. kolem cyklostezek. Je patrné, že počet návštěvníků, kteří s sebou na dovolenou berou jízdní kolo, neustále roste. Jedná se o globální trend, lidé za den objeví krásy oblasti a přitom vykonávají sportovní činnost, která má pozitivní účinky na jejich zdravotní stav. Důležité je podotknout, že se nejedná pouze o jednotlivce, ale nejčastější skupinou jsou rodiny s dětmi. Tento segment představuje velký potenciál.

Cykloturista, který bude spokojen s místními službami a kvalitou infrastruktury nejen že ve městě navštíví místní památky a jiné atraktivity, utratí zde finanční prostředky za stravování, ubytování a jiné služby, ale bude také místo doporučovat svým známým, kamarádům či kolegům. Proto je důležité, aby se kvalita infrastruktury pro cykloturisty neustále zlepšovala a tím rostla spokojenost návštěvníků.

### 6.1 Představení návrhu

#### Stojany na kolo

Z dotazníkových šetření i řízených rozhovorů bylo zjištěno, že návštěvníkům, kteří zavítali do města Tábor na kole, nejvíce chybí kolostavy (stojany na kolo). Kolem samotných cyklostezek jich je dostatek, avšak chybí u vyhledávaných turistických cílů. V současnosti neustále rostou krádeže jízdních kol a lidé se je bojí nechávat nezabezpečené. Kolo, které je přivázané ke stojanu, je lépe chráněno před krádeží a vandalismem než pouze zamčené, volně stojící kolo. Cykloturisté tak mnohdy raději dané památky či jiné atraktivity vůbec nenavštíví, pokud si nemají kde bezpečně nechat jízdní kolo. Navíc pokud není ve městě dostatek kolostavů, cykloturisté si pak opírají svá kola o domy, památky, předzahrádky restaurací apod. a mohou je tedy poškodit.

Nové kolostavy by byly nově umístěny celkem na 4 místech v Táboře. Konkrétně by se jednalo o tato místa:

- Žižkovo náměstí
- Bechyňská brána a hrad Kotnov
- Botanická zahrada

- Poutní kostel Panny Marie a klášter v Klokootech

Obrázek 2: Rozmístění kolostavů



Zdroj: [www.beta.mapy.cz](http://www.beta.mapy.cz)

Všechna 4 místa jsou mezi návštěvníky velmi oblíbená. Na Žižkově náměstí se kolostavy nacházejí, ale jejich kapacita je přibližně 10 kol a to je především v sezóně málo. Kolostavy by byly konkrétně umístěny před kostel Proměnění Páně a Husitské muzeum. U Botanické zahrady, Bechyňské brány a hradu Kotnov ani u Poutního kostela Panny Marie a kláštera v Klokootech se doposud žádný kolostav nenachází, přitom se jedná o velmi navštěvovaná místa.

Podstatná je také volba typu stojanu. Je důležité, aby se dalo jízdní kolo ke stojanu bezpečně přivázat a aby bylo možné dát do stojanu jakýkoliv typ kola. Zejména se jedná o horská kola s širšími plášti. Do některých stojanů také nelze dát kola s kotoučovými brzdami.

Obrázek 3: Návrh stojanu na kolo



Zdroj: [www.readyline.cz](http://www.readyline.cz)

Jako ideální byl vybrán stojan od společnosti READY LINE s.r.o., který je určen pro všechny typy kol, včetně horských. Jedná se o jednostranný stojan pro 6 kol. Byla

zvolena černá barva, která nejlépe zapadne v kontrastu s historickými památkami. Celkový počet na objednání by byl 5 kusů.

Tabulka 7: Počet kusů stojanů

Místo	Počet kusů
Žižkovo náměstí	2 kusy
Bechyňská brána a hrad Kotnov	1 kus
Poutní kostel Panny Marie v Klokotech	1 kus
Botanická zahrada	1 kus

Zdroj: vlastní zpracování

Na Žižkovo náměstí by byly umístěny dva stojany a to před Kostel Proměnění Páně a Husitské muzeum. Na ostatní místa by byl umístěn jeden stojan.

### Altán s informační tabulí

Z terénního šetření dále vyplynulo, že u tábořských cyklostezek naprosto chybí altán či přístřešek, kde se lidé mohou schovat ať už před nepříznivým počasím nebo letním sluncem. V altánu si navíc mohou odpočinout, občerstvit se, či prostudovat další cestu. Proto významně přispívá ke komfortu pro cykloturisty, ale i běžné turisty.

Dalším návrhem je stavba dřevěného altánu. Ten by byl umístěn vedle nové cyklostezky kolem Tismenického potoka.

Obrázek 4: Umístění altánu



Zdroj: www.beta.mapy.cz

V tomto místě již vznikla řada prvků, která se zaměřuje především na děti. Konkrétně se jedná o betonové „telefony“ a proutěné chýše. I proto by zde byla vhodná stavba altánu. Navíc se jedná o nádherné místo v údolí Tismenického potoka s výhledem na hrad Kotnov. Cyklostezka kolem Tismenického potoka není určena pouze pro cyklisty, ale i pro chodce, tudíž by mohl altán využívat kdokoliv. Altán by

byl pro lepší stabilitu postaven na betonovém podkladu a byl by vybaven stolem a lavičkami.

Obrázek 5: Návrh altánu



Zdroj: [www.vetas.cz](http://www.vetas.cz)

Pro ještě lepší využití by vedle altánu byla umístěna informační tabule, na které by byla detailní mapa města Tábora. Ta by obsahovala mapu cyklostezek, turistických tras a také popisy nejnavštěvovanějších atrakcí. Lidé by si tak mohli v klidu prostudovat jak se k atrakcím dopravit, zjistit jejich otevírací dobu a výši vstupného. Město plánuje podobné tabule umístit na vjezdová místa do Tábora, avšak i zde by byla velmi přínosná.

## 6.2 Kalkulace návrhu

Pro realizaci návrhu je velmi důležitá součást kalkulace. Kalkulace byla provedena v cenách vybraných dodavatelů. Ceny jsou včetně DPH. Do kalkulace není zahrnuta cena práce.

Tabulka 8: Kalkulace kolostavů

Produkt	Množství	Cena za ks
Stojan na kola jednostranný pro 6 kol na sloupku	5 ks	8 437 Kč
Doprava společností PPL		1150 Kč
<b>Cena celkem</b>		<b>43 335 Kč</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

U stavby altánu bylo počítáno také s nutností vytvoření betonového podkladu. Veškeré položky jsou uvedeny v následující kalkulaci.

Tabulka 9: Kalkulace altánu s informační tabulí

<b>Produkt</b>	<b>Množství</b>	<b>Cena</b>
Altán šestiboký (průměr 3 metry)	1 ks	43 450 Kč
Lavice po obvodě	1 ks	6 000 Kč
Stůl	1 ks	2 990 Kč
Nátěry altánu		7 000 Kč
Doprava altánu		1 500 Kč
Betonový podklad C 20/25	1 m <sup>3</sup>	2 378 Kč
Štěrk	1 m <sup>3</sup>	550 Kč
Kari síť 150×150×6 mm	1 ks	359 Kč
Informační tabule	1 ks	6 040 Kč
Tisk grafiky na informační tabuli	1 ks	1 800 Kč
<b>Cena celkem</b>		<b>72 067 Kč</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Ve výše uvedených tabulkách jsou uvedeny kompletní kalkulace návrhů. Celková cena by byla **115 402 Kč**. Podle vedoucího odboru investic a strukturálních fondů v Táboře Ing. Karla Hotového by byly finanční prostředky poskytnuty z rozpočtu města Tábora. Na druhou stranu peněžní prostředky by bylo možné získat také od Nadace Jihočeské cyklostezky, která podporuje rozvoj cyklistické infrastruktury v jižních Čechách.

### 6.3 Přínosy návrhů

Pro přilákání a udržení cykloturistů je nutné neustále zlepšovat kvalitu infrastruktury. První návrh se týkal nových stojanů na jízdní kola, které by byly dány k vybraným atraktivitám v Táboře. Stojany na většině těchto míst chybí. Návštěvníci, kteří přijedou do Tábora na kole, tak nemají často kam kolo odložit. V dnešní době, kdy neustále rostou počty krádeží jízdních kol, se lidé obávají nechat kola bez dozoru a pokud si ho nemají kde bezpečně zamknout, tak raději památku či jinou atraktivitu vůbec nenavštíví. Novými stojany by se proto mohla zvýšit návštěvnost daných atraktivit. Bez existence stojanů si navíc návštěvníci svá jízdní kola opírají přímo o památky, domy apod. Díky novým stojanům se tak zamezí poškozením, které mohou opíráním kol o památky vzniknout. Zejména pak na Žižkově náměstí si nebudou cykloturisté muset opírat svá kola o předzahrádky nebo zdi restaurací, čímž selepší

vzhled historického náměstí. Cykloturisté často vyhledávají takové restaurace či kavárny, kde si mohou kolo dát bezpečně do stojanů. Proto by se mohla zvýšit i návštěvnost stravovacích zařízení na Žižkově náměstí.

V druhém návrhu se jednalo o postavení altánu u nové cyklostezky kolem Tismenického potoka. Cyklostezka je důležitou spojkou mezi přehradní nádrží Jordán a řekou Lužnice, kde dále pokračuje cyklotrasa na oblíbený turistický cíl Harrachovku. Vzhledem ke krásnému a klidnému prostředí Tismenického údolí může toto místo být velmi oblíbeným cílem k odpočinku ať už cykloturistů, turistů nebo místních obyvatel. Kolem cyklostezky je sice řada laviček, ale žádná není zastřešená. Díky novému altánu se lidé budou moci skrýt před nepříznivým počasím či před letním sluncem. Součástí návrhu je i informační tabule, která bude umístěna vedle altánu. Lidé si tak budou moci detailně prostudovat, jak se dostat k jednotlivým atraktivitám, jaká je otevírací doba či výše vstupného. Tím se mohou nalákat do města návštěvníci, kteří ani původně neměli v úmyslu centrum města navštívit. Důležité je také podotknout, že toto místo je na cestě mezi významnými památkami, hradem Kotnov a Poutním kostelem Panny Marie v Klokotech.

## 7 Závěr

Význam cestovního ruchu ve světě neustále roste. V rámci cestovního ruchu existuje mnoho druhů. Jedním z nejvýznamnějších je rekreační cestovní ruch. Rekreační cestovní ruch nezahrnuje pouze odpočinek ve vhodném prostředí, ale také aktivní vykonávání určitých sportovních činností.

Cílem bakalářské práce bylo zhodnotit současný stav rekreačního cestovního ruchu v oblasti Tábořsko a na základě terénního šetření navrhnout produkt, který zlepší podmínky pro jeho poskytování.

Při vypracovávání bakalářské práce byla nejprve studována odborná literatura. Studium sloužilo jako podklad pro vypracování literární rešerše. V další fázi byla vypracována situační analýza, jejímž cílem bylo popsat oblast Tábořsko. Situační analýza byla zaměřena především na kulturní, přírodní a historické předpoklady oblasti.

Důležitou součástí bakalářské práce bylo terénní šetření. Probíhalo formou dotazníkových šetření a řízených rozhovorů. Celkem byly realizovány dva dotazníkové výzkumy. První dotazníkové šetření mělo za cíl především zjistit strukturu návštěvníků, spokojenost s nabízenými službami, ale i jaké jsou nejnavštěvovanější atraktivity a zda návštěvníci využívají značených turistických tras či cyklotras. Doplňkové dotazníkové šetření bylo vytvořeno na žádost města Tábora a mělo za cíl zjistit spokojenost návštěvníků s tábořskými cyklostezkami. Řízené rozhovory byly určeny pro představitele města Tábora, kteří se vyjadřovali k problematice tábořských cyklostezek a cykloturistiky na Tábořsku.

Rekreační cykloturistika je v současné době na velkém vzestupu. Stále více lidí si bere s sebou na dovolenou jízdní kolo. Podpora cykloturistiky a bezpečnosti cyklistů je moderním evropským trendem. Tuto skutečnost si uvědomilo i město Tábor, které od roku 2013 významně zvyšuje kvalitu infrastruktury pro cykloturisty.

Přestože se podmínky pro cykloturisty neustále zlepšují, některé prvky v Táboře stále chybí. V rámci terénního šetření bylo zjištěno, že lidem, kteří zavítají do Tábora na jízdním kole, chybí nejvíce stojany na kolo u místních atraktivit. Mnozí pak v důsledku toho tyto atraktivity nenavštíví. Proto bylo navrženo dovybavit stojany 4 místa v Táboře, kde je jich buď nedostatek, nebo kde doposud žádné nejsou. Druhým návrhem, který byl realizován na základě terénního šetření, je stavba altánu u nové cyklostezky kolem Tismenického potoka. Vedle altánu bude umístěna informační tabule



s detailní mapou Tábora obsahující cyklostezky a turistické trasy. Na informační tabuli budou také znázorněny tábořské atraktivity, jejich otevírací doba a výše vstupného. Lidé si tak budou moci v altánu nejen odpočinout, ale i zjistit informace o místních turistických atraktivitách. Popsané návrhy tak mohou zvýšit návštěvnost tábořských atraktivit, místních podniků a celkově přispět ke zkvalitnění cykloturistické infrastruktury. Návrhy budou financovány z rozpočtu města Tábora.

## I Summary

This bachelor thesis is dedicated to evaluation of current state of recreational tourist industry in Tábor region. The aim is to upon field research design a suitable product, which could improve the current situation. This thesis is focused mainly on cycle tracks in Tábor.

The theoretical part at the beginning is based on the study of the technical literature. Afterwards, a situational analysis was made in order to describe the Tábor region. The analysis focuses mainly on cultural, historic and natural features of the region.

An important role in this bachelor thesis plays a field research. It composes two questionnaires and controlled interviews with the representatives of Tábor. The first questionnaire was focused on detailing the demographic structure of the visitors and their satisfaction with the current services. Secondary objective of the questionnaire was to determine whether tourists follow the marked walking and cycling tracks. An additional questionnaire was issued by Tábor representatives, aiming to map the tourist satisfaction with cycle tracks.

Both questionnaires have confirmed the pre-set hypotheses. Controlled interviews were aimed at the municipal representatives. They expressed their opinion about the topic of cyclo-tourism in the city.

Based on the data gathered from the field research, suggestions for further improvement have been stated. It has been suggested to improve the supply of bike mounts at important sites of the city. The mounts are currently either missing or there is insufficient number of them. Another suggestion is to build a wooden cabin near a bike track, which goes through a beautiful valley of Tismecky creek. The wooden cabin could be used as a place to have a rest in or as a protection from bad weather. An information board with a detailed map of the city shall be placed next to it. The map shall include officially marked tourist and bike trails. A list of important tourist attractions and their opening hours will be stated as well. The project will be financed by the city budget.

**Key words:** recreational tourist industry, attractiveness, infrastructure, cycle tracks

## II Použité zdroje

### Použitá literatura

- Augusta, P., & Klínková, H. (2001). *Kniha o městě Tábor*. Praha: Milpo media.
- Beránek, J., & Kotek, P. (2003). *Řízení hotelového provozu* (3. vyd.). Praha: MAG Consulting.
- Čertík, M. (2001). *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF.
- Foret, M., & Foretová, V. (2001). *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada.
- Foret, M., Procházka, P., & Urbánek, T. (2003). *Marketing: základy a principy*. Brno : Computer Press.
- Fyall, A., & Garrod, B. (2005). *Tourism marketing: a collaborative approach*. Buffalo: Channel View Publications.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, B. J. (2009). *Tourism: principles, practices, philosophies* (11. vyd.). Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Gúčík, M. (2004). *Krátký slovník cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu.
- Hesková, M., Beránek, J., Dvořák, V., Novácká, L., & Oriška, J. (2011). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné a vysoké školy* (2. vyd.). Praha: Fortuna.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada.
- Indrová, J., Malá, V., Mlejnková, L., Netková, J., & Vaško, M. (2004). *Cestovní ruch I*. Praha: Oeconomica.
- Jakubíková, D. (2009). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada.
- Jakubíková, D. (2012). *Marketing v cestovním ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha: Grada.
- Johnová, R. (2008). *Marketing kulturního dědictví a umění: Art marketing v praxi*. Praha: Grada.
- Kotler, P. (2001). *Marketing Management*. Praha: Grada.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Principles of marketing* (13. vyd.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Kučerová, I. (1997). *Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch*. Praha: Idea Servis.
- Kutnohorská, J. (2009). *Výzkum v ošetrovatelství*. Praha: Grada Publishing.
- Malá, V., Indrová, J., Mlejnková, L., Netková, J., & Vaško, M. (2002). *Základy cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica.
- Mankiw, N. G. (1999). *Zásady ekonomie*. Praha: Grada.
- Morrison, A. M. (1995). *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria publishing.
- Němčanský, M. (1995). *Management cestovního ruchu*. Karviná: Slezská univerzita, Obchodně podnikatelská fakulta.
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea Servis.
- Palátková, M., & Zichová, J. (2011). *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada.
- Palátková, M., Mráčková, E., Kittner, M., Kašůák, O., & Šesták, J. (2013). *Management cestovních kanceláří a agentur*. Praha: Grada.
- Pásková, M., & Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky.
- Payne, A. (1996). *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing.
- Petrů, Z. (1999). *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis.
- Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2013). *Ekonomie: 19. vydání* (19. vyd.). Praha: NS Svoboda.
- Singh, L. (2008). *Marketing in service industry-Airline, Travel, Tours and Hotel*. Delhi: Isha Books.

- Srpová, J., Řehoř, V., Grančičová, K., Habrmanová, B., Jünger, J., Kešner, M., . . . Šubertová, E. (2010). *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada.
- Šmíd, Z. (2008). *Lužnice: Putování s řekou*. Litomyšl: Paseka.
- Zamazalová, M. (2009). *Marketing obchodní firmy*. Praha: Grada.

### **Internetové zdroje**

- Altán šestiboký. (n.d.). *VETAS*. Retrieved March 22, 2014, from <http://www.vetas.cz/produkty/zahradni-altany/altan-sestiboky>
- Cestovní ruch očima turistů. (2013). *Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky*. Retrieved February 24, 2014, from <http://www.mmr.cz/getmedia/31a14e1c-d638-4f23-9e7a-d4cda0ad9f20/Sluzby-v-nasich-sluzbach.ppt>
- Charakteristika okresu Tábor. (2012, April 6). *Český statistický úřad*. Retrieved January 16, 2014, from [http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika\\_okresu\\_ta](http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_ta)
- Chýnovské jeskyně. (n.d.). *Správa jeskyní České republiky*. Retrieved January 18, 2014, from <http://www.jeskyne.cz/cz/jeskyne/chynovska-jeskyne/>
- Geografické informace. (2014). *Tábor*. Retrieved February 16, 2014, from <http://www.taborsko.cz/cs/turista/zakladni-informace/geograficke-informac>
- Hrubý domácí produkt (HDP) - Metodika. (2013, May 22). *Český statistický úřad*. Retrieved December 20, 2013, from [http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/hruby\\_domaci\\_produkty\\_\(hdp\)](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/hruby_domaci_produkty_(hdp))
- Informace pro návštěvníka města. (n.d.). *Bechyně: Oficiální stránky*. Retrieved January 16, 2014, from <http://www.mestobechyne.cz/cz/turistika/>
- Informační tabule. (2013). *Reklamní studio Nasvahu*. Retrieved March 22, 2014, from <http://nasvahu.net/grafika/informacni-tabule/>
- Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014 - 2020. (2013). *Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky*. Retrieved January 17, 2014, from <http://www.mmr.cz/getmedia/dac4627c-c5d4-4344-8d38-f8de43cec24d/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na-obdobi-2014-2020.pdf>

- Mapy.cz. (n.d.). *Mapy.cz beta*. Retrieved March 25, 2014, from <http://beta.mapy.cz/turisticka?x=14.6543602&y=49.4135117&z=15&l=0>
- Marie Košinová. (2008, May 23). Naučná stezka Veselské pískovny. *Třeboňsko*. Retrieved January 20, 2014, from <http://www.trebonsko.cz/naucna-stezka-veselske-piskovny>
- Město. (n.d.). *Oficiální web města Sezimovo Ústí*. Retrieved January 17, 2014, from <http://www.sezimovo-usti.eu/turisticke-informace-mesto>
- Metodika satelitního účtu České republiky. (2014). *Český statistický úřad*. Retrieved December 16, 2013, from [http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/metodika\\_tabulky\\_satelitniho\\_uctu\\_cestovniho\\_ruchu/\\$File/metod\\_tsa.pdf](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/metodika_tabulky_satelitniho_uctu_cestovniho_ruchu/$File/metod_tsa.pdf)
- Mladá Vožice. (n.d.). *Jižní Čechy a Šumava: Spolek pro popularizaci jižních Čech*. Retrieved January 16, 2014, from <http://www.jiznicechy.org/cz/index.php?path=mest/vozice.htm>
- Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2013-2015. (2013). *Hotelstars*. Retrieved December 21, 2013, from <http://www.hotelstars.cz/?do=methodology>
- Okres Tábor. (2014). *Města a obce*. Retrieved January 14, 2014, from <http://mesta.obce.cz/vyhledat2.asp?okres=3308>
- Počet obyvatel v obcích Jihočeského kraje k 31. 12. 2012. (2013, April 30). *Český statistický úřad*. Retrieved January 17, 2014, from [http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/pocet\\_obyvatel\\_v\\_obcich\\_jihoceskeho\\_kraje](http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/pocet_obyvatel_v_obcich_jihoceskeho_kraje)
- Přírodovědná naučná stezka - Borkovická Blata. (2001, January 2). *Soběslav*. Retrieved January 19, 2014, from <http://www.sobeslav.cz/blata/bstezka.htm>
- Stojan na kola jednostranný pro 6 kol na sloupku. (2009). *READY LINE s.r.o.* Retrieved March 21, 2014, from <http://www.readyline.cz/stojan-na-kola-jednostranny-pro-6-kol-na-sloupku-lakovany-na-pozin-povrchu/#stojan-na-kola-6mistny-nakres-492955ea58688>
- Táborsko. (n.d.). *Trasovník*. Retrieved January 17, 2014, from [http://www.trasovnik.cz/k\\_jihoc/tabor/tabor.asp](http://www.trasovnik.cz/k_jihoc/tabor/tabor.asp)

- Táborský festival vína. (2013). *Táborský festival vína*. Retrieved January 20, 2014, from <http://www.festival-vina.cz/>
- Understanding Tourism: Basic Glossary. (n.d.). *World Tourism Organization*. Retrieved November 25, 2013, from <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>
- Veselí nad Lužnicí. (n.d.). *Jižní Čechy a Šumava: Spolek pro popularizaci jižních Čech*. Retrieved January 16, 2014, from <http://www.jiznicechy.org/cz/>
- Vybrané ukazatele za okres Tábor. (2013). *Český statistický úřad*. Retrieved December 1, 2014, from [http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/casova\\_rada\\_vybrane\\_ukazatele\\_za\\_okres\\_tabor](http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/casova_rada_vybrane_ukazatele_za_okres_tabor)
- Základní informace. (2008, February 27). *Město Soběslav*. Retrieved January 17, 2014, from <http://www.musobeslav.cz/zakladni-informace/2008-02-27.html>
- Židova strouha. (2010, July 14). *Kulturně turistický informační server Bechyňska*. Retrieved January 19, 2014, from <http://www.bechynsko.cz/turisticke-cile/zidova-strouha/>

### **III Seznamy**

#### **Seznam tabulek**

Tabulka 1: Komponenty trhu cestovního ruchu .....	13
Tabulka 2: Vybrané ukazatele národního hospodářství a cestovního ruchu v ČR v letech 2008 - 2011 .....	16
Tabulka 3: Znaky služeb.....	19
Tabulka 4: Vztah mezi 4P a 4C .....	25
Tabulka 5: Počet obyvatel v letech 2007-2012.....	31
Tabulka 6: Pohyb obyvatelstva v letech 2007-2012.....	31
Tabulka 7: Počet kusů stojanů .....	60
Tabulka 8: Kalkulace kolostavů .....	61
Tabulka 9: Kalkulace altánu s informační tabulí .....	62

#### **Seznam obrázků**

Obrázek 1: Vymezení oblasti.....	28
Obrázek 2: Rozmístění kolostavů .....	59
Obrázek 3: Návrh stojanu na kolo .....	59
Obrázek 4: Umístění altánu .....	60
Obrázek 5: Návrh altánu .....	61

#### **Seznam grafů**

Graf 1: Navštívil/a jste v minulosti region Táborsko?.....	38
Graf 2: Chystáte se Táborsko navštívit? .....	38
Graf 3: Proč jste doposud nenavštívil/a Táborsko? .....	39
Graf 4: Jak dlouho trvala Vaše návštěva?.....	39
Graf 5: S kým jste Táborsko navštívil/a?.....	40
Graf 6: V jakém ubytovacím zařízení jste byl/a ubytován/a?.....	40
Graf 7: Jakým dopravním prostředkem jste se do regionu Táborsko dopravil/a? .....	41
Graf 8: Za jakým účelem jste na Táborsko přijel/a? (možnost více odpovědí).....	41
Graf 9: Jaké turistické cíle jste na Táborsku navštívil/a? (možnost více odpovědí).....	42
Graf 10: Co by se podle vás mělo na Táborsku úrovně zlepšit? (možnost více odpovědí) .....	43



Graf 11: Myslíte si, že vstupné do turistických cílů na Táborsku jsou cenově přijatelné? .....	43
Graf 12: Jak byste ohodnotil/a ubytovací služby na Táborsku z hlediska cestovního ruchu?.....	44
Graf 13: Jak byste ohodnotil/a stravovací služby na Táborsku z hlediska cestovního ruchu?.....	45
Graf 14: Jak byste ohodnotil/a dopravní infrastrukturu a dopravní dostupnost Táborska? .....	45
Graf 15: Využil/a jste některých nabízených sportovních služeb na Táborsku během návštěvy? .....	46
Graf 16: Využil/a jste v regionu značených turistických tras nebo cyklotras?.....	46
Graf 17: Jak byste ohodnotil/a stav turistických tras a cyklotras?.....	47
Graf 18: Doporučil/a byste návštěvu regionu Táborsko svým známým / příbuzným? ..	47
Graf 19: Kolik jste v regionu utratil/a peněz?.....	48
Graf 20: Z jakého kraje pocházíte?.....	48
Graf 21: Do jaké věkové skupiny patříte? .....	49
Graf 22: S kým jste Táborsko navštívil/a?.....	50
Graf 23: Využil/a jste v Táboře cyklostezek?.....	50
Graf 24: Jak byste ohodnotil/a současný stav cyklostezek v Táboře.....	51
Graf 25: Jaké jsou podle vás nedostatky cyklostezek v Táboře? (možnost více odpovědí) .....	51
Graf 26: Co Vám kolem cyklostezek chybí nebo čeho si myslíte, že je nedostatek? (možnost více odpovědí).....	52
Graf 27: Z jakého kraje pocházíte?.....	52
Graf 28: Jaké je vaše pohlaví? .....	53
Graf 29: Do jaké věkové skupiny patříte? .....	53

## **Seznam schémat**

Schéma 1: Různé typy stravovacích služeb.....	22
---	----

## **Seznam příloh**

Příloha 1 - Dotazník ke zjištění stavu rekreačního cestovního ruchu na Táborsku.....	75
Příloha 2 - Dotazník doplňkové šetření .....	79

Příloha 3 - Řízený rozhovor.....	81
Příloha 4 - Formy cestovního ruchu .....	82

## IV Přílohy

### Příloha 1 - Dotazník ke zjištění stavu rekreačního cestovního ruchu na Tábořsku

*Dobrý den,*

*jsem studentem Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity a provádím dotazníkové šetření na téma Rekreační cestovní ruch na Tábořsku, v rámci kterého se snažím zjistit aktuální stav a možnosti optimalizace tohoto druhu cestovního ruchu ve zkoumané oblasti. Výsledky dotazníku budou sloužit jako podklad pro bakalářskou práci. Prosím o vyplnění dotazníku, který Vám nezabere více jak 5 minut Vašeho času.*

*Děkuji Jan Wagner.*

#### 1. Navštívil/a jste v minulosti region Tábořsko?

- Ano, 1 - 2 návštěvy
- Ano, 3 – 4 návštěvy
- Ano, více jak 5 návštěv
- Ne

- **Odpověď NE:**

#### 2. Proč jste doposud nenavštívil/a Tábořsko?

- nezajímá mě
- velká vzdálenost od místa bydliště
- nedostatek informací o regionu
- nedostatek volného času

#### 3. Chystáte se Tábořsko navštívit?

- Ano
- Ne

- **Odpověď ANO:**

#### 4. Jak dlouho trvala Vaše návštěva?

- 1 den
- víkend
- 3 – 6 dní
- týden
- déle jak týden

**5. S kým jste Tábor navštívil/a?**

- s partnerem/partnerkou
- s přáteli
- s rodinou (dětmi)
- sám/sama

**6. V jakém ubytovacím zařízení jste byl/a ubytován/a?**

- hotel
- penzion
- u příbuzných/známých/přátel
- v soukromí (apartmán, chalupa aj.)
- kemp
- ubytovna
- bez ubytování
- ostatní

**7. Jakým dopravním prostředkem jste se do regionu Tábořsku dopravil/a?**

- osobním automobilem
- autobusem
- vlakem
- kombinace (autobus a vlak)
- ostatní

**8. Za jakým účelem jste na Tábořsku přijel/a? (můžete uvést více odpovědí)**

- návštěva příbuzných/známých/přátel
- rekreace a odpočinek
- poznání – památky a kultura
- turistika
- sport
- pracovní povinnosti
- ostatní

**9. Jaké turistické cíle jste na Tábořsku navštívil/a? (můžete uvést více odpovědí)**

- Tábořské středověké podzemí
- hrad Kotnov
- Kozí hrádek
- Klokoty
- zřícenina hradu Choustník
- zámek Červená Lhota
- Chýnovské jeskyně
- ZOO Tábor-Větrovy
- expozice Tábořský poklad
- Tábořské slavnosti
- zámek Bechyně
- ostatní

**10. Co by se podle Vás mělo na Tábořsku úrovňově zlepšit? (můžete uvést více odpovědí)**

- doprava
- ubytovací a stravovací služby

- stav památek
- přírodní prostředí
- kultura
- společenské akce
- ostatní

**11. Myslíte si, že vstupné do turistických cílů (hrady, zámky, výstavy, kulturní akce, muzea aj.) na Táborsku jsou cenově přijatelné?**

- rozhodně ano
- spíše ano
- nevím
- spíše ne
- rozhodně ne

**12. Jak byste ohodnotil/a ubytovací služby na Táborsku z hlediska cestovního ruchu? (známkování jako ve škole)**

- |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>1</b>              | <b>2</b>              | <b>3</b>              | <b>4</b>              | <b>5</b>              |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**13. Jak byste ohodnotil/a stravovací služby na Táborsku z hlediska cestovního ruchu? (známkování jako ve škole)**

- |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>1</b>              | <b>2</b>              | <b>3</b>              | <b>4</b>              | <b>5</b>              |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**14. Jak byste ohodnotil/a dopravní infrastrukturu a dopravní dostupnost Táborska? (známkování jako ve škole)**

- |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>1</b>              | <b>2</b>              | <b>3</b>              | <b>4</b>              | <b>5</b>              |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**15. Využil/a jste některých nabízených sportovních služeb na Táborsku během návštěvy?**

- Ano
- Ne

**16. Využil/a jste v regionu značených turistických tras?**

- Ano
- Ne

**17. Jak byste ohodnotil/a stav turistických tras? (známkování jako ve škole)**

- 1**      **2**      **3**      **4**      **5**

**18. Kolik jste v regionu utratil/a peněz?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> do 1000 Kč     | <input type="checkbox"/> 4001 – 5000 Kč   |
| <input type="checkbox"/> 1001 – 2000 Kč | <input type="checkbox"/> 5001 – 6000 Kč   |
| <input type="checkbox"/> 2001 – 3000 Kč | <input type="checkbox"/> více než 6000 Kč |
| <input type="checkbox"/> 3001 – 4000 Kč |   |

**19. Doporučil/a byste návštěvu regionu Tábořsko svým známým / příbuzným?**

- Ano                       Ne

**Identifikační otázky**

**20. Z jakého kraje pocházíte?**

- |   |  |                                      |
|---|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Jihočeský        | <input type="checkbox"/> Moravskoslezský | <input type="checkbox"/> Středočeský |
| <input type="checkbox"/> Jihomoravský     | <input type="checkbox"/> Olomoucký       | <input type="checkbox"/> Ústecký     |
| <input type="checkbox"/> Karlovarský      | <input type="checkbox"/> Pardubický      | <input type="checkbox"/> Vysočina    |
| <input type="checkbox"/> Králové-Hradecký | <input type="checkbox"/> Plzeňský        | <input type="checkbox"/> Zlínský     |
| <input type="checkbox"/> Liberecký        | <input type="checkbox"/> Praha           |                                      |

**21. Jaké je Vaše pohlaví?**

- Muž                       Žena

**22. Do jaké věkové skupiny patříte?**

- do 18 let  
 19 – 29 let  
 30 – 40 let  
 41 – 50 let  
 více než 50 let

## Příloha 2 - Dotazník doplňkové šetření

### 1. S kým jste Tábor navštívil/a?

- s partnerem/partnerkou
- s přáteli
- s rodinou (dětmi)
- sám/sama

### 2. Využil/a jste v Táboře cyklostezek?

- Ano
- Ne

- **Odpověď ANO:**

### 3. Jak byste ohodnotil/a současný stav cyklostezek v Táboře? (známkování jako ve škole)

- |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>1</b>              | <b>2</b>              | <b>3</b>              | <b>4</b>              | <b>5</b>              |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

### 4. Jaké jsou podle vás nedostatky cyklostezek v Táboře? (můžete uvést více odpovědí)

- nenávaznost cyklostezek a cyklotras
- povrch cyklostezek
- nekvalitní infrastruktura kolem cyklostezek (lavičky, koše, kolostavy, aj.)
- nedostatečné značení
- špatná dostupnost centra po cyklostezkách
- ostatní

### 5. Co Vám kolem cyklostezek chybí nebo čeho si myslíte, že je nedostatek? (můžete uvést více odpovědí)

- kolostavy u cyklostezek
- kolostavy u památek či jiných atraktivit
- odpadkové koše
- lavičky
- informační tabule
- přístřešky (altánky) pro odpočinek a ukrytí před nepříznivým počasím
- ostatní

## **Identifikační otázky**

### **6. Z jakého kraje pocházíte?**

- |   |  |                                      |
|---|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Jihočeský        | <input type="checkbox"/> Moravskoslezský | <input type="checkbox"/> Středočeský |
| <input type="checkbox"/> Jihomoravský     | <input type="checkbox"/> Olomoucký       | <input type="checkbox"/> Ústecký     |
| <input type="checkbox"/> Karlovarský      | <input type="checkbox"/> Pardubický      | <input type="checkbox"/> Vysočina    |
| <input type="checkbox"/> Králové-Hradecký | <input type="checkbox"/> Plzeňský        | <input type="checkbox"/> Zlínský     |
| <input type="checkbox"/> Liberecký        | <input type="checkbox"/> Praha           |                                      |

### **7. Jaké je Vaše pohlaví?**

- Muž                       Žena

### **8. Do jaké věkové skupiny patříte?**

- do 18 let  
 19 – 29 let  
 30 – 40 let  
 41 – 50 let  
 více než 50 let



### **Příloha 3 - Řízený rozhovor**

1. Myslíte si, že cyklostezky v Táboře můžou zvýšit návštěvnost Tábora a okolí?
2. Pro koho jsou cyklostezky v Táboře určeny?
3. Myslíte si, že je investice do cyklostezek pro město dlouhodobě návratná?
4. Myslíte si, že je v Táboře dostatečná infrastruktura pro cykloturisty, případně co si myslíte, že zde chybí?
5. Co dalšího město Tábor chystá v souvislosti se zlepšením podmínek pro cyklisty a turisty?

## **Příloha 4 - Formy cestovního ruchu**

Formy cestovního ruchu dle místa realizace

**Domácím cestovním ruchem** rozumíme cestování rezidentů ve vlastní zemi mimo místo jejich trvalého bydliště. Hesková et al. (2011, p. 25) dodává, že domácí cestovní ruch je v hospodářsky vyspělých státech základem rozvoje zahraničního cestovního ruchu. V případě rozvojových států je tomu naopak.

**Zahraníční cestovní ruch** je forma, při níž účastníci cestovního ruchu překračují hranice. V rámci zahraničního cestovního ruchu dále rozlišujeme výjezdový a příjezdový cestovní ruch. (Pásková & Zelenka, 2002, p. 327)

**Výjezdový cestovní ruch** znamená výjezd tuzemských obyvatel a jejich pobyt v zahraničí.

**Příjezdový cestovní ruch** je příjezd zahraničních návštěvníků do dané země.

**Vnitrostátní cestovní ruch** zahrnuje domácí cestovní ruch a příjezdový cestovní ruch.

**Národní cestovní ruch** je souhrn činností zahrnující veškerý cestovní ruch obyvatelstva dané země, tedy domácí cestovní ruch a výjezdový cestovní ruch.

**Mezinárodní cestovní ruch** představuje nejširší pojem z hlediska územní realizace cestovního ruchu. Jedná se o zahraniční cestovní ruch více států nebo regionů, neboť zahrnuje pohyby účastníků cestovního ruchu mezi státy, bez konkrétního teritoriálního určení. K tomuto pojmu se vztahují další dvě formy cestovního ruchu, a to **cestovní ruch světový**, kterým rozumíme všechen cestovní ruch na světě, při kterém dochází k překračování hranic, a to výjezdový cestovní ruch nebo příjezdový cestovní ruch a **cestovní ruch světa**, jenž znamená veškerý cestovní ruch, který je na světě realizován. Je to tedy souhrn domácího i zahraničního cestovního ruchu všech států světa. (Indrová et.al, 2004, p. 23)

Formy cestovního ruchu dle vztahu k platební bilanci státu

Pro toto rozdělení je důležité především jaký vliv má cestovní ruch na platební bilanci státu a skutečnost, že se rozdělení vztahuje pouze na zahraniční cestovní ruch.

**Aktivní cestovní ruch** znamená příjezdy zahraničních návštěvníků do dané země. Tito návštěvníci v zemi utrací peníze a tyto peníze se projevují jako aktiva na platební bilanci určitého státu.

**Pasivní cestovní ruch** jím rozumíme výjezdy obyvatelů určitého státu do zahraničí. Tito obyvatelé utrací své prostředky v zahraničí a působí tak pasivně na platební bilanci daného státu.

Formy cestovního ruchu dle plátce nákladů

**Komerční cestovní ruch** znamená, že veškeré náklady hradí domácnost ze svého disponibilního příjmu. (Palátková & Zichová, 2011, p. 21)

**Sociální cestovní ruch**, často také nazýván jako vázaný cestovní ruch je forma cestovního ruchu, kde si účastník hradí pouze část nákladů spojených s účastí. Tato účast je podmíněna splněním nějaké podmínky. Zbytek nákladů je hrazena zaměstnavatelem, zdravotní pojišťovnou apod. (Čertík, 2000, p. 18)

Formy cestovního ruchu dle způsobu zabezpečení cesty a pobytu

**Organizovaným cestovním ruchem** chápeme, že cesta a pobyt jsou obvykle zajišťovány cestovními kancelářemi či cestovními agenturami. Účastník cestovního ruchu si pak kupuje ucelený zájezd, který obsahuje nejméně dvě základní služby. (Indrová et al., 2004, p. 24)

U **neorganizovaného cestovního ruchu** si veškeré služby zajišťuje účastník sám. I zde si však může nakoupit jednotlivé služby u zprostředkovatelského subjektu.

Formy cestovního ruchu dle věku účastníků

**Cestovním ruchem dětí** chápeme organizované pobyty dětí do 15 let, a to bez rodičů. Jedná se například o dětské tábory, školy v přírodě, školní výlety apod.

**Cestovní ruch mládeže** je obvykle představován jako cestovní ruch mladých lidí ve věku 16-24 let, kteří jezdí na dovolené či prázdniny samostatně, ale stále nemají vlastní rodinu. (Palátková & Zichová, 2011, p. 23)

**Cestovní ruch osob v produktivním věku** je specifická forma, která se zaměřuje na skupinu lidí ve věku 40-50 let. Tito lidé mají obvykle již odrostlé děti a dostatek volného času i peněžních prostředků. Kvůli tomu je tento segment pro podniky v cestovním ruchu velmi významným.

**Cestovní ruch seniorů** je zaměřován na obyvatelstvo v postproduktivním věku. Tito lidé mají specifické potřeby, které musí podniky cestovního ruchu splňovat. Jde o segment velmi progresivní.

Palátková & Zichová (2011, p. 23-24) dále uvádí formy cestovního ruchu dle délky pobytu, dle převažujícího místa prostředí a dle převažujícího motivu, kde se ovšem již dostáváme do druhů cestovního ruchu. Existuje mnoho dalších členění forem cestovního ruchu dle různých hledisek, jako například dle geografického hlediska, počtu účastníků, způsobu organizování, převažujícího místa pobytu, ročního období, použitého dopravního prostředku, dynamiky a sociologického hlediska. (Hesková et al., 2011, p. 19-20)