

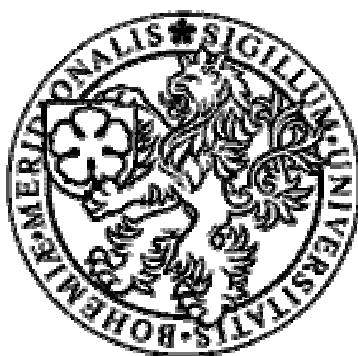
JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra cestovního ruchu

Studijní program: B 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch



BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Produkt cestovního ruchu v turistickém informačním centru Tábor

Vedoucí bakalářské práce:
RNDr. Blažena Gehinová

Autor bakalářské práce:
Michaela Svobodová

Čestné prohlášení:

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

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

10.5.2007

Poděkování:

Ráda bych touto cestou vyjádřila svůj dík vedoucí práce RNDr. Blaženě Gehinové za odbornou pomoc, trpělivost a vedení při zpracování této bakalářské práce.

OBSAH:

1 ÚVOD	8
2 METODIKA A ZPRACOVÁNÍ	9
2.1 Cíl práce	9
2.2 Metodika práce	9
2.3 Struktura práce	10
3 LITERÁRNÍ PŘEHLED	12
3.1 Odborná literatura	12
3.2 Propagační materiály a prospekty	12
3.3 Internetové stránky	12
3.4 Rešerše	13
4 SITUAČNÍ ANALÝZA ZKOUMANÉ OBLASTI.....	15
4.1 Vymezení zkoumaného regionu.....	15
4.1.1 Jihočeský kraj	15
4.1.2 Území okresu Tábor	16
4.2 Geografická charakteristika	16
4.3 Lokalizační předpoklady cestovního ruchu	16
4.3.1 Hydrologické podmínky	17
4.3.2 Klimatické podmínky	18
4.3.3 Fauna a flóra	18
4.4 Realizační předpoklady cestovního ruchu	19
4.4.1 Dopravní předpoklady	20
4.4.2 Materiálně-technické předpoklady	20
4.5 Selektivní předpoklady cestovního ruchu	21
4.5.1 Obyvatelstvo a sociodemografické ukazatele	22
4.5.2 Ekonomická vybavenost ve vztahu k cestovnímu ruchu.....	23
4.6 Pohled do historie.....	23
5 TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM V TÁBOŘE	26
5.1 Turistické informační centrum v Táboře ve zkratce	26
5.2 Služby Infocentra Města Tábor	27
5.3 Analýza produktů cestovního ruchu.....	28
5.4 Druhy a formy cestovního ruchu v oblasti	29
6 VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	33
6.1 Vlastní vyhodnocení dotazníkového šetření	33

6.2 Profil návštěvníka Táborska.....	45
6.3 Návrhy ke zvýšení atraktivity regionu	46
6.4 Návrh nového produktu.....	48
6.4.1 Nový produkt „Tábor bez bariér“	48
6.4.2 Návrh propagačního materiálu	49
7 ZÁVĚR.....	51
SUMMARY	53
SEZNAM LITERATURY A POUŽITÉ ZDROJE	54
SEZNAM GRAFŮ A TABULEK.....	56
PŘÍLOHY	57

1 ÚVOD

Cestovní ruch je významným hospodářským odvětvím, přináší prospěch nejen jednotlivým zemím, ale také regionům, městům a obcím. Jeho vývoj s ohledem na jeho důležitost nemůže být ponechán náhodě, a proto musí být alespoň minimálně odpovídajícím způsobem marketingově řízen.[23]

Na problematiku regionu, jako destinace cestovního ruchu, je potřeba nahlížet z několika podhledů, především z pohledu návštěvníků, z pohledu města jako celku, které vytváří nabídku produktů v regionu, z pohledu rezidentů a pracujících v daném regionu a z pohledu podnikatelů a průmyslu v regionu.

Účastí na cestovním ruchu dochází k uspokojování různých potřeb, které souvisejí s cestováním a pobytem účastníků cestovního ruchu mimo místo jejich trvalého bydliště. Cestovní ruch se obvykle uskutečňuje ve volném čase a za účelem získávání komplexního zážitku, který zahrnuje odpočinek, poznávání, společenský kontakt, zdraví, rozptýlení, zábavu a také kulturní a sportovní vyžití. Uspokojování těchto potřeb umožňuje vytváření vzájemných vztahů na trhu cestovního ruchu mezi těmi, kdo kupují, tedy poptávkou po produktech cestovního ruchu a těmi, kdo prodávají, tedy nabídkou produktů cestovního ruchu.[3]

Málokdo si uvědomuje, že k tomu, aby se určitý region stal skutečně přitažlivou turistickou destinací, nestačí jen vytisknout barevné propagační materiály, účastnit se několika veletrhů, vyhotovit internetové stránky. Vybudovat z místa turistickou destinaci není nijak jednoduché. Jedná se o složitou, dlouhodobou práci, jež vyžaduje značné úsilí, schopnost týmové práce, kooperace a koordinace.

Návštěvníci nepřijíždějí do turistické destinace proto, že si oblíbili určitý hotel nebo restauraci, ale přijíždí na určité místo, kde se tento hotel nebo restaurace nacházejí. Je pro ně rozhodující souhrnná nabídka služeb a produktů cestovního ruchu pro jimi požadovanou dovolenou. Hodnotí destinaci podle toho, jaké potřeby a přání, a v jaké kvalitě, je destinace schopna uspokojit. Při svém rozhodování nejprve vybírají určitý druh cestovního ruchu podle svých představ a zálib – odpočinkový, sportovní, vzdělávací nebo kulturní, případně různé kombinace těchto druhů. Teprve potom se začnou zajímat o atraktivitu místa, o ubytování, stravování a dodatečné služby, dopravní spojení, bezpečnost, přístup hostitelské populace aj. Všechny tyto faktory představují pro potenciálního návštěvníka jeden produkt a definují turistickou destinaci právě z hlediska návštěvníka.[23]

2 METODIKA A ZPRACOVÁNÍ

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem práce je analýza kulturních a společenských atraktivit v Táboře a jeho blízkém zázemí. K tomu je potřeba provést základní vymezení zkoumaného území a analýza cestovního ruchu v tomto území. Dalšími cíly je provedení analýzy současné nabídky produktů cestovního ruchu a zjištění poptávky po produktech cestovního ruchu.

Tento rozbor umožní navrhnout možnosti zlepšení nabídky produktů a sestavení doporučení pro zvýšení poptávky po produktech cestovního ruchu a také případné vytvoření nového produktu pro vybraný segment návštěvníků ve sledovaném území.

2.2 Metodika práce

Zpracování bakalářské práce bylo rozděleno do několika logicky na sebe navazujících fází. V první fázi zpracování práce byla shromážděna potřebná data a informace, hlavně odborná literatura zaměřená na problematiku cestovního ruchu a témata s tímto úzce související a regionální literatura vztahující se k danému území. Jako velice podstatný zdroj informací sloužily různé propagační materiály, brožury a internetové stránky. V další fázi bylo potřeba získaná data analyzovat, zhodnotit, protřídit a sestavit v logické návaznosti. Veškerá literatura a použité prameny jsou uvedeny v kapitole Seznam literatury a použité zdroje na konci práce.

Primární data byla získána marketingovým výzkumem, který byl realizován metodou dotazování za použití dotazníku. Sběr dat proběhl v období od července do listopadu v roce 2006. Výzkum byl realizován u domácích i zahraničních návštěvníků města Tábor a tábořského regionu. Toto dotazníkové šetření sloužilo jako nástroj k vytvoření doporučení na zlepšení produktů cestovního ruchu a návrhu nového konkrétního produktu cestovního ruchu.

V další fázi bylo potřeba charakterizovat tuto řešenou destinaci. Na základě studia literatury a zdrojů byla zpracována situační analýza sledovaného území z hlediska geografie, hydrologie, klimatických podmínek, biologických podmínek, ale také z hlediska dopravní dostupnosti, demografie a předpokladů rozvoje cestovního ruchu, charakteristik atraktivit a produktů cestovního ruchu a z hlediska preferencí a profilu návštěvníků této lokality. Podstatnou roli v této fázi zaujímá turistické

informační centrum města Tábor, díky kterému bylo možno snadněji zpracovat údaje a informace pro sestavení této části práce.

Hlavní fází práce byla analýza atraktivit cestovního ruchu v táborském regionu a ve městě Tábor a analýza produktů cestovního ruchu nabízených právě již zmíněným turistickým informačním centrem města Tábor.

S těmito atraktivitami a produkty cestovního ruchu velice úzce souvisejí také možnosti ubytování a stravování v této lokalitě, které jsou podstatnou součástí služeb v cestovním ruchu a bez kterých není možná realizace produktů cestovního ruchu.

2.3 Struktura práce

Celá bakalářská práce je rozdělena do sedmi hlavních kapitol a některé hlavní kapitoly do podkapitol a jejich dílčích částí, které na sebe postupně logicky navazují.

Úvodní kapitola seznamuje s tématem bakalářské práce, zabývá se obecnou charakteristikou cestovního ruchu a tvorbou produktu cestovního ruchu s návazností na turistické informační centrum.

Druhá kapitola se věnuje popisu toho, co bylo cílem práce, metodiky zpracování a celkové struktury práce.

Třetí kapitola je věnována definici a vymezení základních pojmů a souvislostí, které se týkají cestovního ruchu, destinace, účastníků cestovního ruchu a produktu cestovního ruchu.

Čtvrtá kapitola se zabývá zpracováním situační analýzy zkoumané oblasti a podkapitoly charakterizují základní podmínky regionu z hlediska historie, geografického vymezení oblasti, socioekonomického a z hlediska charakteru cestovního ruchu a také podmínky zahrnující primární, sekundární a terciální potenciál v cestovním ruchu.

Do následující páté kapitoly byly shrnuty informace o turistickém informačním centru v Táboře a službách, které poskytuje. Je zde provedeno zpracování analýzy atraktivit a produktů cestovního ruchu na Tábořsku a to zejména kulturních, společenských, přírodních, sportovních a rekreačních. Uvedeny jsou také informace o možnostech ubytování a stravování v regionu. Tyto služby neméně podporují rozvoj atraktivnosti pro návštěvníky tohoto území z hlediska cestovního ruchu.

V šesté kapitole jsou uvedeny výsledky marketingového výzkumu návštěvníků řešeného území, sestaven profil potenciálního návštěvníka, navržena jednotlivá

doporučení pro zvýšení atraktivnosti regionu a zvýšení návštěvnosti domácími i zahraničními turisty z krátkodobého i dlouhodobého hlediska. V závěru kapitoly je sestaven návrh nového regionálního turistického produktu.

Sedmá závěrečná kapitola shrnuje poznatky ze zpracovávání daného tématu bakalářské práce. Součástí práce je také shrnutí v anglickém jazyce, a dále seznam literatury a použitých zdrojů, seznam grafů a tabulek a dalších příloh.

3 LITERÁRNÍ PŘEHLED

Zdroje primárních informací pro zpracování této práce byly různé. Můžeme je rozdělit do několika skupin. Podrobně jsou charakterizovány níže.

3.1 Odborná literatura

Pro sepsání této práce bylo použito odborných publikací, knih, sborníku a zpráv státních, krajských a městských úřadů. Odborný podklad a teorie cestovního ruchu byly čerpány z knih Geografie cestovního ruchu [11] a Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy [3]. Zdrojem pro vytvoření rešerše byl Výkladový slovník cestovního ruchu [13]. Ke zmapování zkoumané oblasti byly použity Jihočeský kraj - Průvodce na cesty [1], Jihočeský kraj – Průvodce po České Republice [2]. Pro realizování marketingového výzkumu formou dotazníkového šetření návštěvnosti turistických atrakcí a spokojenosti turistů posloužila kniha Marketingový výzkum [10].

3.2 Propagační materiály a prospekty

Tyto materiály byly převážně získány v turistickém informačním centru města Tábor (které je vydává) a posloužily k vytvoření si celkového obrazu o tomto regionu, jeho propagaci a možnosti získávání informací a to především z řad turistů a návštěvníků. Každý jednotlivý materiál má svoji podobu, velikost a rozsáhlost informací vztahujících se ke konkrétní atraktivitě cestovního ruchu regionu a nabídce služeb. Pro sestavení situační analýzy území byla použita publikace Vítejte na Táborsku [9] a informační letáky, například Botanická zahrada [24] a další [25-32].

3.3 Internetové stránky

V současné době patří internet mezi hlavní informační zdroje, i když někdy ne mezi ty spolehlivé z hlediska správnosti a úplnosti informací. V této práci sloužily informace získané tímto způsobem spíše jako doplňující materiál, ale v některých částech práce nebylo jiné možnosti než je použít za hlavní zdroj. Mezi více používané stránky patřily internetové stránky města Tábor [15], Informační systém cestovního ruchu Jihočeského kraje [21], Oficiální server Krajského úřadu Jihočeského kraje [18], internetový server Cestovní ruch [23] a také další stránky pro turisty [16,17]. Statistické údaje jsou čerpány ze stránek Českého statistického úřadu [22] a Českého statistického úřadu – České Budějovice [20]. Zde uváděné informace jsou především z posledního

průzkumu z roku 2005, ale někdy i výjimečně z roku 2001 z důvodu zatím neaktualizovaných průzkumů některých oblastí.

3.4 Rešerše

Tato část je věnována vymezení důležitých odborných pojmů, které jsou v této práci dále uváděny a nemusí být zcela jasné. Pro jejich definici byla použita odborná literatura [3,8,12,13].

Cestovní ruch (dle WTO) je činnost osoby, cestující ve volném čase na přechodnou dobu do místa mimo její trvalé bydliště, a to za jiným účelem, než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

Volný čas je čas, v němž člověk nevykonává činnosti pod tlakem závazků či nutnosti zachování svého biofyziologického či rodinného systému. Často je charakterizován svobodnou volbou, očekáváním příjemných prožitků apod. Spojují jej následující funkce: rekreační, zábavní, sociální kontakty, rozvoj vlastní osobnosti i fyzická a psychická regenerace.

Účastník cestovního ruchu je každá osoba, která pobývá přechodně mimo místo svého běžného pobytu, přičemž motivací pro cestu není výdělečná činnost v tomto místě, a účastní se tedy některého druhu nebo formy cestovního ruchu.

Návštěvník může být vnímán více způsoby.

Podle WTO (World Tourism Organisation = Světová organizace cestovního ruchu) je to jakákoli osoba, která cestuje do jiného místa než je místo jejího obvyklého pobytu na dobu nepřevyšující 12 po sobě jdoucích měsíců, přičemž účel návštěvy je jiný než výkon činnosti odměňované z navštíveného místa.

Pojetí v návrhu normy Evropské Unie je to cestující, který přijel na jiné místo, než je místo jeho bydliště a nebo osoba, která navštíví určité místo (muzeum, galerii, hrad, zámek,...).

Turista (dle WTO) je cestující, který se zdrží v navštíveném místě alespoň 24 hodin za účelem využití volného času a v tomto místě též přespí v hromadném nebo soukromém ubytovacím zařízení.

Výletník je dočasný návštěvník, který se v navštíveném místě nebo zemi zdrží pouze jeden den, tedy bez přenocování.

Rezident je fyzická osoba jakékoli národnosti, sídlící v dané zemi více než jeden rok. Jsou to tedy občané státu i cizinci. Občané žijící v zahraničí rezidenty nejsou.

Zájezd je předem sestavená kombinace alespoň dvou z následujících služeb (doprava, ubytování, jiné služby CR, jež nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří alespoň 20 % souhrnné ceny zájezdu), je-li prodána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a je-li služba poskytována po dobu přesahující 24 hodin, nebo když zahrnuje ubytování přes noc.

Atraktivita cestovního ruchu je zajímavá součást přírody a přírodní podmínky (klíma, léčivé prameny, krajinná scenérie, jeskyně, moře, ledovce, propasti, vodopády, skalní města, gejzíry, atd.), sportovní, kulturní nebo jiná událost, přitahující účastníky cestovního ruchu.

Produkt cestovního ruchu je souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu podnikajícího v CR nebo CR koordinujícího. Jedná se o zboží (suvenýry, knižní průvodce, mapy, apod.) či služby (ubytování, stravování, doprava, služby průvodců, apod.).

Turistické informační centrum (zkratka TIC) je účelové zařízení poskytující informace a případně i služby ze všech oblastí souvisejících s cestovním ruchem pro potřeby návštěvníků a rezidentů včetně postupně realizovaných rezervací služeb CR s využitím informačních technologií. Součástí služeb TIC je prodej informačních materiálů, map, průvodců a upomínkových předmětů.

4 SITUAČNÍ ANALÝZA ZKOUMANÉ OBLASTI

Vymezení zkoumaného území a jeho charakteristika jsou nezbytné pro uvědomění si všech předpokladů a podmínek formujících cestovní ruch a jeho rozvoj. Předpoklady, jinými slovy podmínky či faktory, se obvykle člení na lokalizační, selektivní a realizační předpoklady rozvoje cestovního ruchu [11,12]. Zmíněna je také stručná historie, protože tato oblast je pro turisty zajímavá především díky bohaté historii.

4.1 Vymezení zkoumaného regionu

Pro zpracování této práce bylo nutné vymezit zkoumané území a to v širším celku jako území Jihočeského kraje a v užším celku jako území bývalého okresu Tábor, na který je práce zaměřena.

4.1.1 Jihočeský kraj

Jihočeský kraj se rozkládá v jižní části Čech. Hraničí s krajem Plzeňským na západě, Středočeským na severu, Vysočinou na východě a na jihu se státními hranicemi s Rakouskem a Německem. Z osmi bývalých okresů územního vymezení starého Jihočeského kraje se jich sedm stalo součástí i kraje nového, a to okres České Budějovice, Český Krumlov, Jindřichův Hradec, Písek, Prachatice, Strakonice a Tábor. Pouze Pelhřimovsko dnes patří do kraje Vysočina. Pojem „Jihočeský kraj“ se z praktických důvodů ztotožňuje se spojením „Jižní Čechy“, ač to není zcela přesné, protože nejvýchodnější část Jihočeského kraje, okolí Dačic a Slavonic, patří totiž historicky k Moravě a nachází se východně od historické česko-moravské hranice.[2]

Jihočeský kraj má sídlo v Českých Budějovicích. Jeho rozloha je 10 056 km², tj. 12,8% rozlohy České republiky. Nadmořská výška na převážné části území se pohybuje mezi 400 – 600 m nad mořem. Nejvyšším místem je šumavský vrchol Plechý s 1 378 m a nejnižším místem je pak hladina Orlické přehrady 350 m. Počet obcí v kraji je 623, statut města má 43 obcí. Počet obyvatel v kraji celkem dosahuje 625 267 obyvatel s hustotou osídlení 62 obyvatel na km², což je nejnižší v České republice (údaje jsou k 1.3.2001).[22]

4.1.2 Území okresu Tábor

Okres Tábor (pro potřeby práce také nazýván jako Táborsko) se rozkládá v severní části Jihočeského kraje. Vedle okresů vlastního kraje jako Písek, České Budějovice a Jindřichův Hradec sousedí na západě s krajem Vysočina s okresem Pelhřimov a na severu se Středočeským krajem s okresy Benešov a Příbram. Svou rozlohou 1 327 km² se řadí na páté místo v kraji, ale počtem obyvatel 103 tis. osob, stejně jako hustotou osídlení, na místo druhé. Ze správního pohledu se jeho území člení do 111 obcí, z nichž 8 má statut města (údaje aktualizovány 1.10.2004).[22]

4.2 Geografická charakteristika

Jihočeský kraj, který patří mezi nejatraktivnější turistické oblasti Čech. Okres Tábor představuje druhou hospodářsky nejvýznamnější oblast tohoto kraje. [2] Střediskem tohoto regionu je město Tábor ležící na samotném severním okraji jižních Čech na rozhraní Třeboňské pánve a Vlašimské vrchoviny, 83 km jižně od hlavního města Prahy, 57 km severně od Českých Budějovic (centra jižních Čech). Tábor je druhým největším městem v jižních Čechách s počtem obyvatel 36 182 (údaj je platný k 1. 11. 2004). Rozloha města činí 6221 ha.

Nejvyšším bodem města Tábor podle nadmořské výšky je Žižkovo náměstí v historickém centru (450 m n. m.), dále kaplička Svatá Anna (476 m n. m.) a Rozhledna Hýlačka v obci Větrovy (522 m n. m.). Nejnižší položeným místem je řeka Lužnice v místě, kde se nachází čistička vody Na Papírně, mezi Švehlovým mostem a Harrachovkou (384 m n. m.).[15]

4.3 Lokalizační předpoklady cestovního ruchu

Tyto předpoklady umožňují umístění (lokalizaci) aktivit cestovního ruchu do určité oblasti či lokality. Jejich příznivé hodnoty určují místo, kde se cestovní ruch může rozvíjet. Dělí se na předpoklady přírodní (přírodní atraktivity) jako povrch, podnebí, vodstvo, flóra, fauna, atd., a na kulturní (kulturně-municipální-historické), které vyplývají z výsledků tvořivé činnosti člověka a souvisejí s historickým vývojem území.[11,12]

4.3.1 Hydrologické podmínky

Členitá oblast Táborska s množstvím rybníků, je rájem pro pěší turisty, rybáře i cyklisty. Osou regionu je řeka Lužnice, která si zachovává svůj přírodní ráz a patří k nejvyhledávanějším místům v Čechách [16]. Po celém svém toku je poměrně mělká (průměrná hloubka kolísá mezi 0,8 – 1,2 m) a její dno je většinou písčité a kamenité. Nejlepší místa na koupání jsou obvykle nad jezy, např. v Plané nad Lužnicí nebo na Soukeníku v Sezimově Ústí.[15] Řeka vytváří jakýsi velký oblouk, když prvně teče od jihu přes Veselí nad Lužnicí k Táboru a pak se stáčí k jihozápadu k Bečyni. Do Lužnice se vlévají od východu Nežárka, Černovický, Dírenský a Hrobský potok, dále od severu Kozský, Košínský a Pilský potok na Táborsku a říčka Smutná na Bechyňsku. Střed regionu je skryt v zákrutě Lužnice, přičemž k ní přivádí levé přítoky od západu Bechyňský a Maršovský potok a od jihovýchodu Třebelický, Všechlapský potok a Židovu strouhu. Do severovýchodní části regionu u Mladé Vožice patří povodí Sázavy jako pravý přítok Vltavy, vody odvádí Vlašimská Blanice s přítoky a u Libenic Sedlecký přítok s přítoky, který vede do Mastníku a ten do Vltavy.[17]

K Táboru patří i patrně nejstarší umělá vodní nádrž ve střední Evropě, která má rovněž biblické jméno - Jordán. Tato nádrž byla zbudována jako zásobárna vody pro město Tábor v roce 1492. Dnes slouží také jako rekreační centrum, ale je i hojně navštěvována rybáři. Z nádrže přepadá část vody do Tismenického potoka tzv. Jordánským vodopádem, který je 18 metrů vysoký. Jordán má rozlohu 50 ha a maximální hloubku 14 metrů.[16]

Blízko Táboru najdeme také rybník Malý Jordán, pěkné koupání poskytuje i Knížecí rybník. Častým cílem místních je i rybník Košín nebo Rytířský rybník u obce Hlavatce. V blízkosti obce Roudná se nacházejí menší písková jezera. A komu nevádí, že si udělá z Tábora výlet za koupáním dále na jih směrem do Veselí nad Lužnicí (30 km od Táboru), určitě si přijde na své na „Vlkovských pískovnách“. Velká jezera, která vznikla zatopením vodou po těžbě písku, jsou nejlepším místem pro lenošení u vody. Svou pláž si zde najdou i nudisté. Jako další možnosti koupání jsou zde rybníky Kozák a Budař u Pojbuk, Nový rybník u Jistebnice, rybníky Podhradní a Obecní u Mladé Vožice, Starozámecký rybník u Borotína, Kadoch u Mozolova, Mlýnský u Nadějkova, Mlýnský u Stádlce, Trubný u Bechyně, Pokoj u Tučap, Zámecký u Budislavi, Nový rybník u Soběslavi, Zámecký u Dírné a Velký Vyhnanický rybník u Vyhnanic, veřejné koupaliště v Chýnově.[15] Významným krajinným prvkem jsou i mnohé malé i větší

rybníky jako např. rybník Nečisto u Turovce, rybníky Hejtman a Koberný u Plané nad Lužnicí a řada rybníků u Veselý nad Lužnicí.[9]

4.3.2 Klimatické podmínky

Podnebí Táborska patří podle klimatické klasifikace ČR do mírně vlhké a teplé oblasti, záleží ovšem i na nadmořské výšce. Průměrné roční teploty zde dosahují 8°C, průměrná červencová teplota je 16°C, průměrné lednové teploty se pohybují kolem – 4°C. Od června do srpna jsou obvyklé teploty převyšující 20°C, mnohdy vyšplhají i přes 30°C. Od prosince do ledna lze čekat teploty pohybující se od 10°C do –10°C, výjimkou nejsou i mrazy kolem –20°C. V zimních měsících, při dobrých sněhových podmínkách (15 – 30 cm sněhu), poskytuje Tábořsko výborné podmínky pro běžecké lyžování.[15]

4.3.3 Fauna a flóra

Na Tábořsku je krajina kromě rovinného teplého jihu spíše pahorkatinného rázu v níž se střídají mozaikovitě lesy, pole, louky, rybníky a sídla. Střední část je více zalesněná, jižní má větší rybníky a zmokřelá území, sever patří pestré krajině s množstvím chráněných stromů a stromořadí. Do jižní části regionu zasahuje Chráněná krajinná oblast (CHKO) Třeboňsko, která byla však vyhlášena r.1979 poté, co tato oblast získala statut biosférické rezervace v roce 1977 jako první v ČR. Chráněny jsou zamokřelé louky, rašeliniště a ptactvo.

Kromě této CHKO zde není žádné jiné velké chráněné území ani velký počet rezervací, ale najdete tu šest přírodních parků: Černická obora uprostřed regionu mezi Sudoměřicemi a Komárovem, Jistebnická vrchovina na severozápadě regionu mezi Borotínem, Jistebnicí a obcí Libenice, Kukle v okolí Třebelického potoka na levém břehu Lužnice západně od obce Malšice, Plziny na západě regionu západně od Bechyně, Polánka na severovýchodě regionu mezi obcemi Dolní Hořice, Rodná, Bradáčov a Vodice, a Turovecký les uprostřed regionu mezi obcemi Planá nad Lužnicí, Turovec, Radenín a Košice.

Z významných rezervací zde leží vodní tok Židova strouha jižně od Bechyně, území s těžbou rašeliny Borkovická blata západně od Veselí nad Lužnicí, Písečný přesyp u Vlkova, Granátová skála v Táboře a Chýnovské jeskyně [17] v krasové oblasti jihozápadně od Dolních Hořic a asi 3 km severovýchodně od Chýnova. Jsou nejstarší zpřístupněnou jeskyní v České republice, která byla objevena roku 1863 náhodně při práci v jednom lomu na jižním svahu Pacovy hory. Zcela unikátní je nevídaná barevnost

stěn a fantastická modelace jeskynních prostor.[9] Mezi dalšími lze zmínit Soběslavská blata, kde naleznete naučnou stezku a Veselské pískovny s naučnou stezkou jižně od Veselí.[17]

Mezi další přírodovědné zajímavosti Tábora patří městské parky, zvláště Holečkovy sady, park Pod Kotnovem či park na Husově náměstí, dále naučná stezka začínající nedaleko za Švehlovým mostem přes Lužnici a příměstský les Pintovka ležící na levém břehu řeky Lužnice. K dalším zajímavostem patří památné stromy. Jsou to staré stromy dotvářející zdejší krajinu. Dominantou jsou dva kaštany (jírovce maďaly) na Žižkově náměstí, Holubova lípa ve Vlásenici, Lípa u ústějovické kapličky, Lípa u jistebnické kapličky, Klokotská lipová alej, Kolářův dub v Turovci, Šmejkalovy kleny v Pejšově Lhotě, Dub u Boreckého rybníka východně od Plané nad Lužnicí, Jilm drsný v Malšicích a mnohé další.[9]

Skutečným skvostem je pak jedinečná jihočeská Botanická zahrada nazývaná také jako „Zelená perla v srdci Tábora“.[24] Zahrada se nachází v bezprostřední blízkosti Vyšší odborné školy a Střední zemědělské školy Tábor, která je také jejím zřizovatelem. Je to druhá nejstarší botanická zahrada v České republice a jediná v jižních Čechách. Její současná rozloha je 2,5 ha. Byla založena již v roce 1866 a na svém nynějším místě je od roku 1904. Pro svůj historický význam zahrada spolu s budovou školy nese od roku 2000 označení „kulturní památka“.[9,24]

Dalším častým cílem návštěvníků je přírodní rezervace Choustník, která se nachází v blízkosti stejnojmenné obce asi 15 km jihovýchodně od Tábora. Od tohoto významného vrcholu se zříceninou středověkého hradu se severovýchodním směrem táhne asi 400 m dlouhá a 10 – 40 m široká skalní hradba. Celý vrchol je tvořen lesními porosty a to především buky a ve vrcholné části borovicemi a břízami.[9]

4.4 Realizační předpoklady cestovního ruchu

Realizační předpoklady umožňují uskutečnit (realizovat) nároky účastníků cestovního ruchu v oblastech (střediscích) s příznivými lokalizačními podmínkami. Umožňují dopravit se do těchto míst a využívat je k pobytu, k rekreaci a k dalším aktivitám. Dělí se na předpoklady dopravní a materiálně-technické.[11,12]

4.4.1 Dopravní předpoklady

O přitažlivosti území rozhoduje nejen možnost dopravního spojení, ale zejména hustota a kvalita dopravní sítě, proto patří tyto předpoklady mezi základní. Jižní Čechy sice nemají dosud dálnice ani vysokorychlostní železnice, ale přesto je dopravní dostupnost poměrně dobrá. Hlavním dopravním uzlem jsou České Budějovice a výhodnou polohu na křižovatkách hlavních tras má i Tábor. Plánovaná dálnice z Prahy do Českých Budějovic a dále do Lince by dopravní obslužnost značně vylepšila. Řídká komunikační síť je zejména v Novohradských horách a na Šumavě. Státní hranice s Německem a Rakouskem je dnes možné překročit na desítkách hraničních přechodů a mnohé z nich jsou i pouze pro pěší turisty či cyklisty.[2]

Stěžejní komunikací na Tábořsku jsou silnice první třídy I/3 (E55) směr sever-jih (Praha – Tábor – České Budějovice – Linec), kterou v Táboře kříží silnice I/19 směr západ-východ (Klatovsko – Domažlicko – Strakonice – Písek – Tábor – Vysočina).[18] Důležitá je v této oblasti také železniční doprava.

Městem Tábor prochází jedna z hlavních tratí č. 220 Praha – Benešov – Tábor – České Budějovice a dále je Tábor napojen na další 3 železniční tratě: č. 201 Tábor – Ražice, č. 202 Tábor – Bechyně a zpět a č. 224 Tábor – Horní Cerekev.[19]

Letecké spojení je možné na mezinárodní letiště Praha-Ruzyně, které zajišťuje spojení se všemi významnými letišti Evropy i světa. Vzdálenost Tábora od letiště Praha-Ruzyně je 110 km.[15]

4.4.2 Materiálně-technické předpoklady

Jde o předpoklady, které vyjadřují vybavení území ubytovacími, stravovacími, zábavnými, kulturními, sportovními a dalšími zařízeními, která uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu. Kapacita těchto zařízení je do jisté míry určující pro množství návštěvníků, kteří mohou dané území využít.

V Táboře, jako i v jiných velkých městech, během několika let vyrostla dostatečně rozsáhlá obchodní zóna nejen potravinářského charakteru, ale i nepotravinářského charakteru, spotřebního zboží, elektroniky a potřeb pro dům a zahradu. Velká koncentrace je hlavně mezi Tábořem a Sezimovem Ústím. Mimo tyto supermarkety a hypermarkety tu stále existují menší prodejny rozmístěné po městech. V Táboře je většina malých obchodů a to ve vlastnictví velkých firem i drobných podnikatelů soustředěna na hlavní turistickou trasu mezi nádražím a Žižkovým náměstím, tedy na třídě 9.května, v Palackého ulici a v Pražské ulici.

Velkým předpokladem pro cestovní ruch je také technická základna, tedy ubytovací, stravovací, kulturní, sportovní a jiná zařízení. Přímo v Táboře se nachází 3****hotely s kapacitou 223 lůžek, 2****hotely se 165 lůžky a další 3 hotely dohromady s 141 lůžky. Mimo město Tábor najdeme v tomto regionu další 2****hotely dohromady s kapacitou až 190 lůžek a 9 hotelů bez uvedení kategorie, které mohou poskytnout až 946 lůžek. Dále jsou zde 2 motely dohromady s kapacitou 27 lůžek, asi 39 penzionů různých kategorií, které nabízejí dohromady 857 lůžek, 20 privátů s kapacitou až 150 lůžek, 8 kempů, 11 ubytoven dohromady s kapacitou až 1098 lůžek a 11 dalších rekreačních zařízení nabízejících minimálně 534 lůžek. Z toho je celkem patrné, že rozsah ubytovacích zařízení je v tomto regionu dostatečně rozsáhlý, dohromady činí počet lůžek 4331, některá ubytovací zařízení kapacity ale v materiálech neuvádí, a proto je skutečný počet lůžek ještě vyšší.. Podobné je to i u stravovacích zařízení, kde nabídka a různorodost na území města Tábor i celého okresu je značně široká. Najdeme zde přes 60 restaurací, 4 pizzerie, jídelny, bary, vinárny, asi 16 kaváren, čajovnu, cukrárny a také fast foody nebo-li rychlá občerstvení a na některých místech i zahraniční kuchyně jako např. čínskou a italskou.[15]

Co se týče sportovních aktivit najdeme na území okresu Tábor malé sportovní letiště, jízďárny, 3 bowlingové herny, kuželny, plavecký stadion v to vnitřní i venkovní, relax centra, sauny, tenisové kurty a tenisové haly, střelnice, 2 lyžařské areály, sokolovnu, sportcentra a fitness centra, půjčovny jízdních kol, lodí a lyží a v neposlední řadě také zimní stadion. Město Tábor také pořádá pravidelné akce jako např. Večerní běh Tábořem, O pohár starosty města, Běh Terryho Foxe a Běh Starým městem.

Na území Tábora se nachází i kulturní atraktivity jako divadlo Oskara Nedbala, množství muzeí, galérií a výstavních síní. V Táboře a jeho okolí můžeme navštívit 3 kina a jedno letní kino, diskotéky a music bary, barokní zámek Tábor-Měšice, Expozici tábořský poklad a hvězdárnu. Město také zabezpečuje a pořádá množství kulturních akcí jako např. Husitské dny, Reprezentační slavnosti piva a minerálních vod, Tábořská setkání, Masopust v Táboře, Mezinárodní konference „Cestovní ruch a regionální rozvoj“, Festival Pintovka a plno dalších menších i větších akcí.[15]

4.5 Selektivní předpoklady cestovního ruchu

Selektivní předpoklady vyjadřují způsobilost společnosti dané oblasti či země podílet se na cestovním ruchu aktivně i pasivně, to znamená přijímat účastníky

cestovního ruchu i stávat se jimi. Umožňují vybrat ty obyvatele nebo ty oblasti, které mají nejlepší předpoklady pro účast na cestovním ruchu. Člení se na předpoklady objektivní a subjektivní. Objektivní předpoklady zahrnují soubor faktorů, které ovlivňují cestovní ruch v území. Patří mezi ně zejména politická a bezpečnostní stabilita oblasti, ekonomická a životní úroveň jejich obyvatel, stav životního prostředí apod. Subjektivní předpoklady ovlivňují rozhodování lidí o účasti na cestovním ruchu. Jejich účast závisí na příslušnosti k sociální a profesní skupině, na rodinných poměrech, ale také na četných psychologických faktorech. Často v rozhodování hrají významnou roli módnost návštěvy určitého střediska nebo oblasti, vliv reklamy a propagace cestovních kanceláří nebo středisek cestovního ruchu, ale i znalost jazyků.[11,12]

4.5.1 Obyvatelstvo a sociodemografické ukazatele

V Jihočeském kraji žije 626 766 obyvatel, což představuje přibližně polovinu obyvatel hlavního města Prahy. Počtem obyvatel je druhým okresem v Jihočeském kraji, po okrese České Budějovice (180 036 obyvatel), právě okres Tábor, kde žije 102 215 obyvatel, přímo ve městě Tábor pak 36 013 obyvatel. Mezi větší města a obce tohoto okresu patří Sezimovo Ústí (7 375 obyvatel), Soběslav (7 286 obyvatel), Veselý nad Lužnicí (6 569 obyvatel), Bechyně (5 695 obyvatel), Planá nad Lužnicí (3 227 obyvatel), Mladá Vožice (2 779 obyvatel), Chýnov (2 163 obyvatel), Jistebnice (2 003 obyvatel), Malšice (1 703 obyvatel), Chotoviny (1 620 obyvatel) a Opařany (1 373 obyvatel).[20]

Díky rozvinutému podnikatelskému prostředí má město Tábor dlouhodobě nízkou nezaměstnanost přibližně 3,29 % a to v porovnání s Českou republikou i Jihočeským krajem. Počet registrovaných podnikatelských subjektů v Táboře stoupl podle Českého statistického úřadu v roce 2005 na 9 448, což představuje nárůst od roku 2000 asi o 25 %.[15]

Demografický vývoj města Tábor kopíruje celospolečenské tendence v České republice. Vysoká reprodukce v 70. a 80. letech podpořená sociálními podporami a existencí sociálních jistot byla v 90. letech vystřídána zásadní změnou reprodukčního chování. Demografické chování mladé generace se přizpůsobilo novým podmínkám, rodičovství ztratilo prioritní postavení, nové možnosti seberealizace a na druhé straně negativní důsledky ekonomických změn vedly ke snižování počtu narozených dětí, zvyšování průměrného věku rodiček a celkovému stárnutí obyvatelstva. Podle prognóz

demografického vývoje bude tento trend pokračovat včetně výrazného stárnutí naší populace.[15]

Věková struktura obyvatel v Táboře je výsledkem vývoje porodnosti, úmrtnosti a migrace v uplynulých přibližně sta letech. Nejvyšší podíl obyvatel je v produktivním věku mezi 15 až 60 lety (24 058 osob), následují obyvatelé v poproduktivním věku nad 60 let (6 715 osob) a nejméně je obyvatel v předproduktivním věku od narození do 15 let (5 240 osob). Z obyvatelstva staršího 15 let je přibližně 33,7 % vyučených nebo majících střední odborné vzdělání bez maturity a 29,9 % s maturitou. Vyšší odborné a nástavbové vzdělání má 4,3 % a vysokoškolské 12,4 %. Ale ještě stále o něco více než právě vysokoškoláků je zde 18,1 % obyvatel se základním nebo nedokončeným vzděláním. Zbylá procenta tvoří lidé s nezjištěným vzděláním nebo bez vzdělání.[15]

4.5.2 Ekonomická vybavenost ve vztahu k cestovnímu ruchu

Přírodní prostředí Jihočeského kraje s vysokou lesnatostí, vodními plochami a velkým počtem kulturních památek dosahujících téměř 6 tisíc objektů je využíváno k návštěvám a rekreaci a to nejen občany z České republiky, ale v hojné míře i zahraničními turisty.[21]

Kraj se stává významnou rekreační a turistickou oblastí. Cestovní ruch se stává novým podnikatelským odvětvím s největším nárůstem podílu na podnikatelských aktivitách v kraji. Města a obce kraje navázala řadu partnerských vztahů především se západoevropskými partnery. Zvláště velký význam má spolupráce s městy v sousedních zemích jako např. v Rakousku a Německu. Tak například partnerskými městy Tábora jsou města Konstanz v Německu, Dole ve Francii, Orinda v USA v Kalifornii a Wels v Rakousku [9]. Tyto vztahy jsou dobrým základem pro rozvoj regionální spolupráce mezi Jihočeským krajem a sousedními zahraničními regiony.[21]

4.6 Pohled do historie

Protože město Tábor láká své návštěvníky převážně svou historií a památkami, byla do práce zařazena krátká část o jeho historii. Pro zpracování výtahu historie byly použity knihy Špalíček turistických zajímavostí Česka [14], Tábor – Kniha o městě [4] a publikace Vítejte na Táborsku [9].

Město Tábor je bráno jako hospodářské, správní, společenské a kulturní středisko celého okresu. Historické jádro města, přibližně 17,4 ha, bylo v roce 1961

prohlášeno městskou památkovou rezervací a v roce 1962 hrad Kotnov s Bechyňskou bránou a starou radnicí národními kulturními památkami.

Opevněné město s biblickým názvem Tábor bylo založeno husity v roce 1420 v místech původního přemyslovského hradu Hradiště. Ti sem přivedli obyvatelstvo z vypleněného Sezimova Ústí. Po porážce husitů roku 1437 udělil císař Zikmund Lucemburský městu Tábor statut královského města, obdrželo nový znak a potvrzení privilegií. Půdorys starého města má charakter husitské pevnosti jako například křivolaké uličky, dvorce a sklepy, které mohou návštěvníci vidět dodnes. Většina stavebních památek je z doby po husitských válkách, původní husitské stavby byly dřevěné a nedochovaly se. Městské opevnění souvisí se založením města, takže dnešní Tábor je převážně z renesančního období 16. století na středověkých základech. Hrad Kotnov byl patrně založen ve 2. polovině 13. století za vlády Přemysla Otakara II., nejstarší písemná zmínka však pochází z roku 1370. Z původních 4 okrouhlých a 1 čtverhranné věže se zachovala pouze jediná, je přístupná a umožňuje kruhový rozhled na město a okolí. K hradní věži přiléhá jediná dosud stojící městská brána, zvaná Bechyňská, dobře zachovaná stavba z původního opevnění. Radnice na Žižkově náměstí je významná gotická stavba z let 1440 – 1516, novogoticky upravená J. Niklasem v roce 1878. V radnici, spojené se sousedním domem, je umístěno Muzeum husitského hnutí (je otevřeno celoročně). Komplex podzemních prostor a chodeb pod jednotlivými domy Starého Města vznikl od 15. století hloubením a propojováním sklepů ve 2-3 patrech až 16 m pod dnešní úrovní terénu. Sloužili k uskladnění potravin, především piva a jako úkryt v případě ohrožení města. Část podzemních prostor pod Žižkovým náměstím byla zpřístupněna, a to vstupem z Husitského muzea. Na Žižkově náměstí stojí gotické a renesanční domy. K významným památkám patří stará renesanční vodárna s obloučkovými štíty, kam byla od 16. století čerpána voda z Jordánu a rozváděna po městě, dále Městské divadlo z let 1886-87 se dvěma hledišti, Děkanský kostel Proměnění Páně na hoře Tábor na Žižkově náměstí, který je gotickou stavbou z let 1440 – 1512, a také síňové trojlodí se sít'ovou klenbou pocházející z roku 1512 od Mistra Staňka. Raně barokní kostel Narození Pany Marie na náměstí Mikuláše z Husi z let 1642-66, patrně od A. Alfieriho, byl původně součástí augustiniánského kláštera. Pod bývalým hradem Kotnov stojí původně gotická hřbitovní kaple sv. Filipa a Jakuba z roku 1388, která byla pobořena v husitských válkách. Její barokní přestavba je z roku 1746. Na místě zrušeného hřbitova, na kterém je pohřben např. manžel spisovatelky Boženy Němcové Josef Němec, vznikl v letech 1969-73 městský park.

Rybník Jordán z roku 1492, slouží k zásobování města vodou. Železobetonový jednoobloukový most přes údolí řeky Lužnice vznikl roce 1935 a celkovou rekonstrukcí prošel roku 1992.

V roce 1990 byl postaven při stavbě silničního obchvatu přes Jordán nový, zavěšený most o délce 212 m a výšce centrálního pilotu 77 m. město Tábor je také rodištěm hudebního skladatele Oskara Nedbala (1874 - 1930) a literárního kritika Václava Tilleho (1867 - 1937). Z pomníků jsou pozoruhodné socha rytíře na kašně, pomníky Jana Žižky a Jana Husa, a také pomníky Obětem války a Osvobození. Na místě, kde bylo za stanného práva v roce 1942 popraveno 156 mužů a žen, stojí dnes památník. U čelkovického mostu se nachází přírodní památka Granátová skála (0,1 ha) - naleziště českých granátů v rulovém útesu.

5 TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM V TÁBOŘE

Následující text poskytuje souhrnně sepsané informace o turistickém informačním centru v Táboře a jeho službách, které poskytuje. Pro zpracování této kapitoly posloužily informace a propagační materiály poskytnuté v Infocentru Města Tábor [25-32] a informace získané na internetových stránkách.[15]

5.1 Turistické informační centrum v Táboře ve zkratce

Oficiální název tohoto informačního centra je Infocentrum Město Tábor se sídlem Žižkovo náměstí 2, 390 01 Tábor v budově radnice. Vzdálenost od vlakového a autobusového nádraží je přibližně 1200 metrů. Od nádraží je možné jet autobusy městské hromadné dopravy.

Infocentrum bylo založeno roku 1994 a patří pod odbor kultury a cestovního ruchu Města Tábor. Jeho hlavním posláním je poskytovat kvalitní servis turistických informací a koordinovat marketingové aktivity na podporu cestovního ruchu v regionu. Je zařazeno do seznamu Oficiálních turistických informačních center České republiky zaregistrovaných u státní příspěvkové organizace Czech Tourism. Je také členem Asociace turistických informačních center České republiky a Jihočeské centrály cestovního ruchu prostřednictvím Svazu měst a obcí Táborska (se zkratkou SMOOT). Tomuto Infocentru byl udělen Certifikát B dle kategorizace A.T.I.C. Infocentrum je zároveň tzv. Jihočeskou pohádkovou kancelář, provozuje expozici Táborský poklad a pobočku v centru Českých Drah (ČD) na vlakovém nádraží v Táboře, kde můžete získat mapku a základní informační materiály o Táboře. Partnerem Infocentra je Jaderná elektrárna Temelín.

Infocentrum má otevřeno celoročně, pouze se liší otevírací doba v sezóně a mimo ni. V sezóně od května do září je otevírací doba od pondělí do pátku od 8:30 hodin do 19:00 hodin a v sobotu a neděli od 10:00 hodin do 16:00 hodin. V období mimo sezónu je otevřeno od října do dubna od pondělí do pátku od 9:00 hodin do 16:00 hodin. Mimo otevírací dobou mohou turisté využít informačního koutku s infoboxem a mapami na Žižkově náměstí vedle sídla městské policie nebo několika audiovizuálních infomap, a to na Křižkově náměstí a na náměstí T.G.Masaryka. Tyto infomapy informují o pamětihodnostech formou zvukových spotů a to v češtině, angličtině a němčině.

Infocentrum získalo i ocenění, a to 1. místo v soutěži vydavatelství C.O.T. media „Náš kraj 2006“ za Nejlepší informační centrum v České republice zřizované městem a 2. místo v kategorii Nejlepší cizojazyčný propagační materiál města v soutěži „Náš kraj 2006“.

5.2 Služby Infocentra Města Tábor

Mezi služby, které Infocentrum poskytuje patří:

- bezplatný informační servis – informace o památkách, zajímavostech, přírodních lokalitách, pěších stezkách a cyklotrasách na Tábořsku
- informace o dopravním spojení – z jízdních řádů vyhledání autobusových i vlakových spojení po celé střední Evropě
- kulturní nabídka – získání přehledu kulturních akcí a řady informačních materiálů o kulturním dění ve městě
- provozování pobočky Infocentra v ČD-centru na vlakovém nádraží – poskytování bezplatného turistického informačního servisu o ubytování, stravování, službách cestovního ruchu, a dále prodej pohlednic a upomínkových předmětů; tato pobočka byla otevřena v roce 2006 s provozem od června do září od pondělí do pátku od 8:00 hodin do 16:00 hodin
- prodej: map, průvodců, suvenýrů, pohlednic, turistických známek, plakátů, videokazet, CD a jiných upomínkových předmětů
- průvodcovská služba – na objednávku zajištění průvodce po městě po historické části. Základní prohlídka 1,5 hodiny, bez zahrnutého vstupného do památkových objektů, stojí v českém jazyce přibližně 500 Kč a v cizím jazyce 700 Kč bez ohledu na počet osob ve skupině, maximálně je však povolen počet 45 osob na skupinu. V prosinci 2006 byla zavedena i prodloužená prohlídka 2 hodiny, která zahrnuje kromě okruhu základní prohlídky také výklad a prohlídku nově otevřené expozice Tábořský poklad. Tato prohlídka v češtině stojí cca 625 Kč a v cizím jazyce 900 Kč. Průvodcovskou službu je třeba minimálně 1 týden předem objednat, nejlépe však 1 měsíc, obzvláště pokud se jedná o prohlídku v cizím jazyce. Prohlídka města se platí hotově v Infocentru nebo je možné vystavit ji na fakturu. Historické jádro Tábořa si však turisté mohou prohlédnout i sami bez najatého průvodce. Mohou se zastavit v infocentru a zdarma obdrží mapku "prohlídkového okruhu" s popisem jednotlivých památek v češtině, angličtině nebo němčině.

- půjčování zvukových průvodců městem (nebo-li audioguides) – půjčování těchto průvodců je nabízeno individuálním turistům, rodinám s dětmi, menším skupinám, školním kolektivům, apod.; k dispozici je 10 kusů průvodců s namluvenými spoty o pamětihodnostech historického centra Tábora v češtině, angličtině, němčině, ale i francouzštině a holandštině; půjčování je v roce 2007 zdarma, pouze je potřeba složit vratnou kauci, která činí 500 Kč na přístroj
- předprodej vstupenek – zajišťování předprodeje vstupenek na kulturní akce v Táboře a nejbližším okolí
- radý a doporučení – například jak strávit aktivní dovolenou V Táboře, kam zajít s dětmi, co stojí za shlédnutí, a další
- úschovna kol – provozování úschovy kol s kapacitou 8 – 12 kol; uskutečňuje se na základě vyplnění předávacího protokolu cyklistou, jehož originál si ponechá cyklista a kopie se pak zakládá v Infocentru; kolo je možno uschovat po dobu provozu Infocentra a musí být vyzvednuto minimálně 15 minut před ukončením provozní doby daného dne; uschování do druhého dne nebo více dní není možné; cena úschovy 1 kola je do 2 hodin 10 Kč, nad 2 hodiny 20 Kč
- zprostředkování ubytování a stravování – zprostředkování probíhá dle požadavků zákazníků a jejich představ; je možné doporučení dobré restaurace i s požadovanou kapacitou pro danou příležitost

V tomto Infocentru a nebo na oficiálních internetových stránkách města (www.tabor.cz) můžete získat i mnoho dalších informací o informačních centrech v regionu, nebo zajímavé kontakty na Agenturu Czech Tourism, Jihočeskou centrálu cestovního ruchu, Husitské muzeum v Táboře, Klub českých turistů Tábor a další. Na internetových stránkách Infocentra najdete další internetové odkazy například na vlakové a autobusové jízdní řády České republiky, turistický server Turistik.cz nebo na internetové stránky vítějte v České republice.

5.3 Analýza produktů cestovního ruchu

Tvorba produktu a zejména jeho rozvoj je natolik složitý a je sestaven z tolika různých složek produkovaných často velmi odlišnými subjekty a sektory, že jeho řízení se neobejde bez spolupráce všech subjektů, tvořících produkt destinace nabízený například právě v turistických informačních centrech nebo na internetových stránkách města a regionu.

Produkt je sestaven z různých komponentů. Cílem je uspokojit nejen potřebu a přání návštěvníků, ale také jim nabídnout nevšední zážitek. Produkt lze také definovat jako komplex služeb, které si návštěvník nárokuje v určitém prostoru, tj. místě.

Produkt destinace má dvě úrovně, a to celkový produkt a specifický produkt. Celkový produkt destinace obsahuje kombinaci všech služeb, které návštěvník spotřebovává od té doby, kdy opustí domov až do doby svého návratu domů. Specifický produkt tvoří většinou komerční produkty, představující komponenty celkového produktu, například doprava, ubytování, stravování, atrakce, pronájem aut aj. Produkt destinace má různé stupně kvality, a to tzv. Tech Quality, tedy technickou kvalitu a Touch Quality (někdy nazvanou High Touch Quality), tedy dojemovou kvalitu. Pod pojmem Touch Quality se skrývá image, osobnost, atmosféra, vlídnost personálu, chování personálu, chování obyvatel, podnikatelů apod. Produkt destinace je také tvořen těžkými a měkkými faktory. Těžké faktory produktu destinace jsou ubytování, stravování (gastronomie), doprava, zařízení pro trávení volného času. Měkké faktory produktu destinace jsou pak přátelskost, pohostinnost, nálada, zábava, vkus, radost, zážitek aj.

Produkt cestovního ruchu je převážně nehmatatelný, neskladovatelný, neoddělitelný od osoby poskytovatele, heterogenní, relativně málo napodobitelný, má většinou sezónní charakter a je realizovatelný v místě nabídky, to znamená, že účastník cestovního ruchu se musí dostavit na místo jeho realizace. Na celkovém charakteru produktu se podílejí samotní účastníci, kteří se spolupodílejí na vytváření atmosféry navštíveného místa. Na produkt se musíme dívat očima návštěvníka. Výběr turistické destinace je často ovlivněn právě jeho očekáváním, podle kterého hodnotí image destinace. Image destinace je proto velmi významným komponentem produktu destinace. [23]

5.4 Druhy a formy cestovního ruchu v oblasti

Cestovní ruch se v každodenní praxi projevuje v různých druzích a formách. O druhy cestovního ruchu jde v případě, pokud za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci účastníků cestovního ruchu, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě. Z hlediska motivace účasti na cestovním ruchu je to například rekreační, sportovní a dobrodružný, kulturní, lázeňský a zdravotní, obchodní, kongresový a stimulační cestovní ruch. O formy cestovního ruchu se jedná, když jako

základ posuzování cestovního ruchu vezmeme různé příčiny, které cestovní ruch ovlivňují a také důsledky, které cestovní ruch přináší. Právě formy cestovního ruchu umožňují blíže určit podstatu cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů jeho účastníků, a tím toto poznání dovoluje lépe připravit produkt a nabízet ho na trhu cílové skupině účastníků CR.[3]

Mezi nejčastější druhy cestovního ruchu na Tábořsku patří hlavně kulturní cestovní ruchu. Ten se podílí na zvýšení společenské, kulturní a odborné úrovně lidí. Často se kombinuje s jinými druhy cestovního ruchu, a to zejména s rekreačním, lázeňským, zdravotním či sportovním cestovním ruchem. Druhým velmi častým druhem cestovního ruchu, který má na Tábořsku velmi dobrou nabídku produktů, je sportovní cestovní ruch, často kombinován s rekreací. Jde například o turistiku (pěší, vodní a cykloturistiku).

Město Tábor nabízí mnoho možností pro lidi, kteří se zajímají o kulturu, historii, architektonické památky, zajímavosti z historie i známé osobnosti, o sportovní využití volného času, cykloturistiku, výlety či aktivní dovolenou.

Návštěvníci si mohou vybrat ze široké nabídky turistických produktů Infocentra Města Tábor. Do této skupiny produktů patří například:

- Tábor jako historické město s husitskou minulostí – Návštěvníci se seznámí s historií města, pravidelnými kulturními akcemi a mohou si prohlédnout město. Na výběr mají ze dvou okruhů. Kratší okruh trvá cca 1,5 hodiny a zahrnuje turistické zajímavosti jako například Žižkovo náměstí, podzemní chodby, Děkanský kostel Proměnění Páně na hoře Tábor, kostel Narození Panny Marie, Holečkovy sady, vyhlídkovou věž Kotnov a další. Delší okruh trvá cca 3 hodiny a zahrnuje trasu kratšího okruhu a trasy další, kde jsou turistické zajímavosti jako například Granátová skála, Městské hradby, Divadlo Oskara Nedbala, Botanická zahrada, vodní nádrž Jordán, Jordánský vodopád, Tržní náměstí a další.
- Tábor, památky a zajímavosti historického centra – Tento produkt seznámí návštěvníky s architektonickými památkami a stavbami v historickém centru města. K vidění je přes 30 památek, například budova radnice, Škochův dům, Děkanský kostel Proměnění Páně na hoře Tábor, Klášterní kostel Narození Panny Marie, Stárkův dům, Kostnický dům, Tábořská škola, Střelnice, Divadlo a mnohé další.
- Po stopách osobností Tábořska - Tábořsko je spojeno s řadou významných osobností, jejichž působení ovlivnilo historii či kulturní a společenské dění ve zdejších

kraji. Po jejich stopách se můžete vydat s propagačním materiálem, který vám přiblíží život i dílo 13 známých a zajímavých osobností Táborska.

- Expozice Táborský poklad – Jedná se o nově vybudovanou expozici (stálou výstavu) Táborský poklad, kterou najdete v areálu bývalého hradu Kotnov, v budově renesanční sladovny. Hlavním tématem výstavy je poklad stříbrných mincí, který byl nalezen v roce 2001 při archeologických nálezech v domě čp. 308 ve Svatošově ulici v Táboře, mezi další nálezy patří gotické kachle, kuchyňská a stolní keramika a nápojové sklo.
- Husitství – Tento propagační materiál seznamuje návštěvníky s husitským hnutím a poskytuje přehled míst spojených s touto epochou našich národních dějin. Je možné navštívit Kozí hrádek, Sezimovo Ústí, Jistebnici, zříceninu hradu Příběnice, vrch Beránek a mnohé další.
- Architektura Tábora v 18. až 20. století - Město Tábor se pyšní celou řadou architektonicky zajímavých staveb, které se nacházejí za hranicemi historického centra. Tento nově vydaný průvodce vás seznámí s historií a architekturou těchto staveb, vybudovaných či upravených v 18. až 20. století.
- Kalendář kulturních, společenských a sportovních akcí – Najdete v něm události a akce, které nepořádá pouze město Tábor, ale i Sezimovo Ústí, Planá nad Lužnicí, dále neziskové organizace, spolky, soubory a další pořadatelé. Významnou akcí jsou například „Táborská setkání“ pořádaná každoročně v září. V roce 2007 se uskuteční již 16. ročník tohoto mezinárodního festivalu.
- Táborsko – tipy na výlety – Jedná se o propagační materiál, který turistům nabízí tipy na výlety v okolí Tábora. Skládaný prospekt s mnoha fotografiemi turistických atrakcí a mapou láká návštěvníky do všech koutů táborského regionu.
- Aktivní dovolená na Táborsku – Pro návštěvníky, kteří rádi tráví dovolenou aktivně je určen tento produkt, kde najdou sportovní zařízení a tipy na aktivity, při kterých se určitě nebudou nudit.
- Tábor jako místo vaší dovolené – Tento produkt, který sestavilo Infocentrum Město Tábor, nabízí všem návštěvníkům program na týdenní dovolenou v tomto jihočeském městě.
- Naučné stezky na Táborsku – Produkt určený pro milovníky přírody, kde mohou načerpat sílu a odpočinout si, je ideální kombinací relaxace a poznání. Najdete v něm 4 naučné stezky Táborska.

- Táborskem na kole – Tato cykloturistická mapa nabízí kromě značených cyklotras i 4 tipy na cyklistické výlety do okolí Tábora. Cyklomapa je také zajímavá tím, že je velmi podrobná (měřítko 1:37 500). Cyklista se podle ní může vydat i mimo značené cyklotrasy, aniž by zabloudil.
- Táborskem pěšky – Návštěvníků je zde nabídnuto 35 tipů na pěší výlety po táborském regionu. Můžete se vydat z Tábora pěšky po značených trasách, které vás přivedou k nejzajímavějším turistickým cílům Táborska, například ke zříceninám hradů, architektonickým památkám, přírodním zajímavostem, naučným stezkám, rybníkům apod.

Turistické informační centrum v Táboře nabízí i mnohé jiné produkty a propagační materiály mezi něž patří Táborskem po vodě, Vodní radovánky, Za sportem a rekreací, Kongresová turistika, Botanická zahrada, Táborský zdravotní a naučný okruh, Tábor – památky a zajímavosti, Táborsko – památky a zajímavosti, Ubytování na Táborsku, Kempy na Táborsku a další. Většina těchto materiálů je k dispozici, kromě češtiny i v dalších jazycích, jako angličtině a němčině, což je dobrým předpokladem pro vyšší návštěvnost z řad turistů ze zahraničí.

6 VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Dotazníkové šetření bylo provedeno za účelem zjištění informací o stavu poptávky po produktech cestovního ruchu, o turistech a jejich oblíbených aktivitách a k vytvoření pohledu na tuto problematiku. Důvodem šetření také bylo zjistit jak vidí oblast Tábořsko, turistické informační centrum města Tábor a služby cestovního ruchu v této oblasti turisté a návštěvníci.

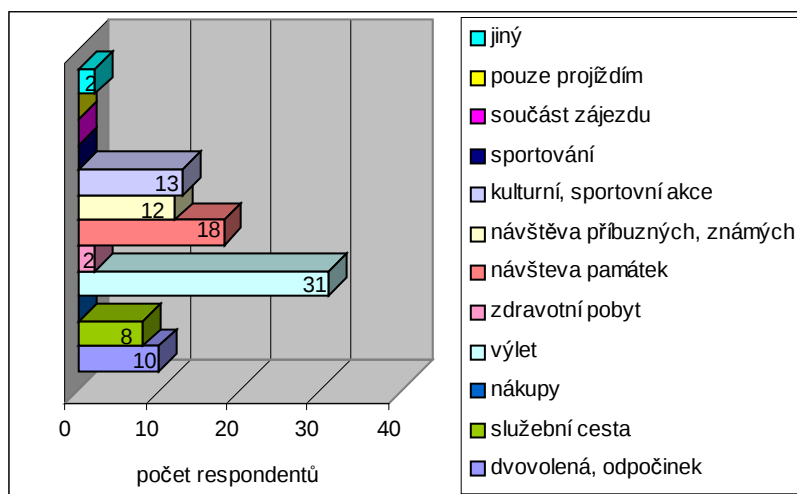
Dotazování probíhalo metodou přímého dotazování z části písemnou formou za použití dotazníku a z části osobním dotazováním, při kterém byl pro snadnější zpracování použit také stejný dotazník [10]. Šetření probíhalo v období od července do října roku 2006 v centru města Tábor na Žižkově náměstí. Toto místo bylo vybráno, protože se dá nazvat „centrem turistů“, je zde příjemné prostředí s lavičkami, kavárnami a restauracemi, a také se zde nachází Infocentrum Města Tábor, kde mohou turisté a návštěvníci využít jeho služeb. Výzkumu se zúčastnilo celkem 96 respondentů různých věkových skupin, různého stupně vzdělání, a to převážně z České republiky, ale malou částí i ze zahraničí. Respondenti byli vybíráni zcela náhodně.

6.1 Vlastní vyhodnocení dotazníkového šetření

Otázky jsou vyhodnoceny a seřazeny tak, jak byly uvedeny v dotazníku. V závěru kapitoly jsou uvedeny údaje o respondentech.

1. Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy Tábořska (táborského regionu)?

Graf č. 1: Hlavní důvody návštěvy Tábořska a táborského regionu



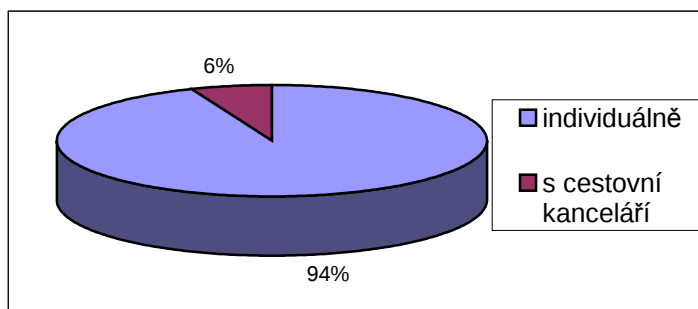
Zdroj: vlastní šetření

Z grafu č.1 je vidět, že návštěvníci do regionu přijíždějí hlavně za účelem výletu, což odpovídalo 31 dotázaných. Dalšími, nejčastěji uvedenými důvody byly návštěva

památek (18 dotázaných); kulturní, sportovní akce (13 dotázaných); návštěva příbuzných, známých (12 dotázaných) a také dovolená a odpočinek (10 dotázaných). Nikdo z dotázaných neuvedl, že je hlavním důvodem jejich návštěvy Tábora sportování či nákupy, a ani že to je součástí zájezdu nebo, že pouze projíždějí.

2. Jak jste přijel/a?

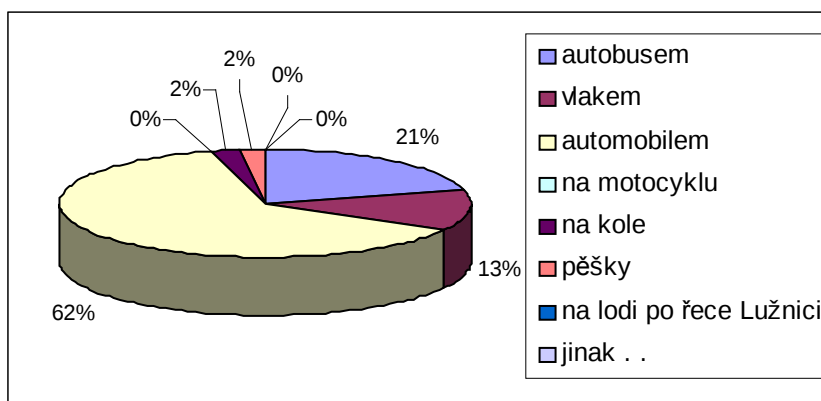
Graf č. 2: Způsob organizování příjezdu do regionu



Zdroj: vlastní šetření

Na tuto otázku dotázaní odpověděli s velkou převahou (94%), že přijeli do regionu individuálně, tedy dávají přednost vlastnímu zorganizování programu před programem vytvořeným cestovní kanceláří.

Graf č. 3: Zvolený dopravní prostředek pro cestu do regionu

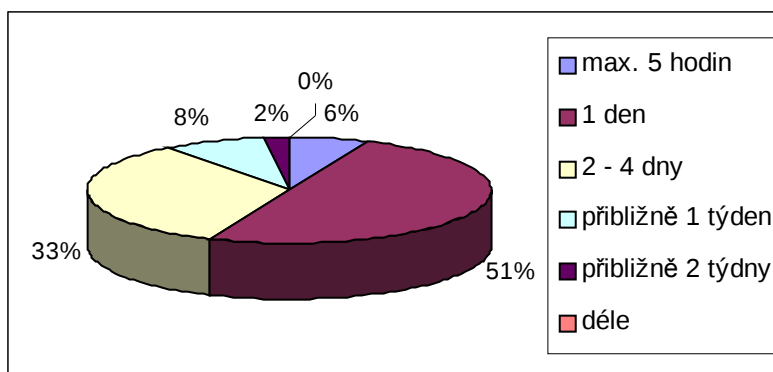


Zdroj: vlastní šetření

A z grafu č. 3 vidíme, že jako forma cestovního ruchu podle použitého dopravního prostředku převládá motorizovaný cestovní ruch, a to doprava automobilem (62%), dále pak doprava autobusem. Větší podíl také zaujímá železniční cestovní ruch, tedy doprava vlakem.

3. Jak dlouho se v tábořském regionu zdržíte?

Graf č. 4: Délka účasti na cestovním ruchu

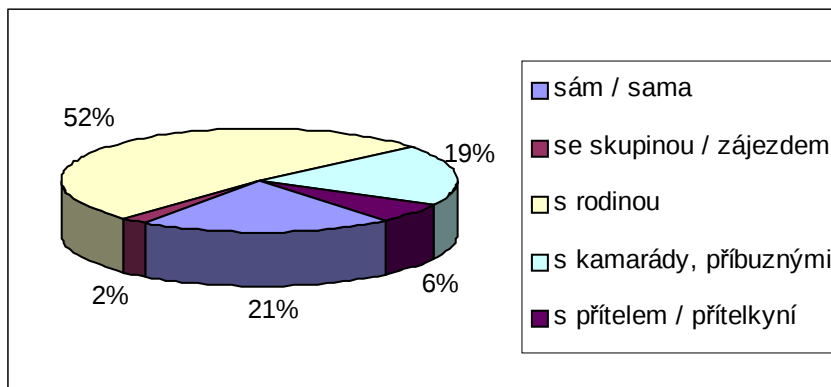


Zdroj: vlastní šetření

Z grafu č. 4 je patrné, že více jak polovina (51%) dotázaných se na Tábořsku zdrží 1 den, to znamená, že zde převládá výletní cestovní ruch. Co se týká delších pobytů, pak je to krátkodobý cestovní ruch, kdy dotázaní uvedli, že zůstanou po dobu 2 až 4 dny. Dlouhodobý cestovní ruch upřednostní pouze malá část dotázaných, kteří se zdrží přibližně 1 týden (8%).

4. S kým cestujete?

Graf č. 5: S kým návštěvníci cestují

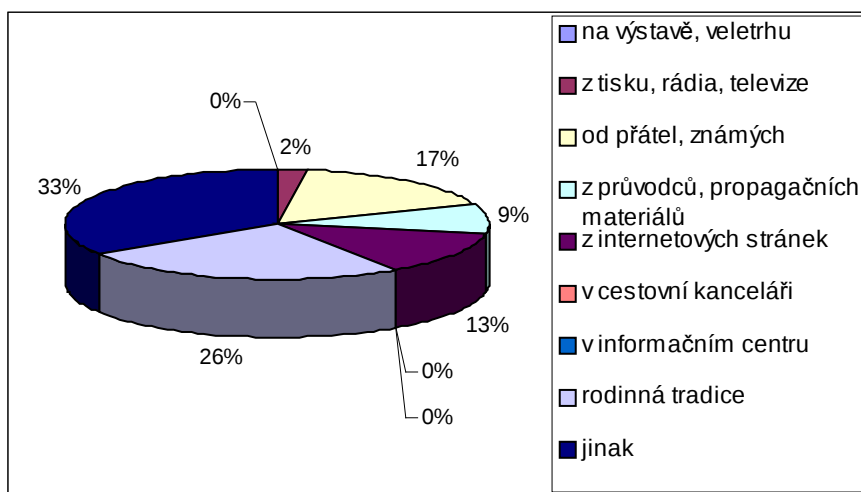


Zdroj: vlastní šetření

Graf č. 5 ukazuje, že 52% dotázaných cestuje s rodinou, což značí o převaze rodinného cestovního ruchu. Druhou příčku zaujímá z 21% cestování jednotlivce, tedy individuální cestovní ruch a na třetí příčce pak skupinový cestovní ruch, kdy dotázaní uvedli, že cestují s kamarády a příbuznými (19%).

5. Jak jste se o Táboře a tábořském regionu dozvěděl/a?

Graf č. 6: Zdroj informací o regionu

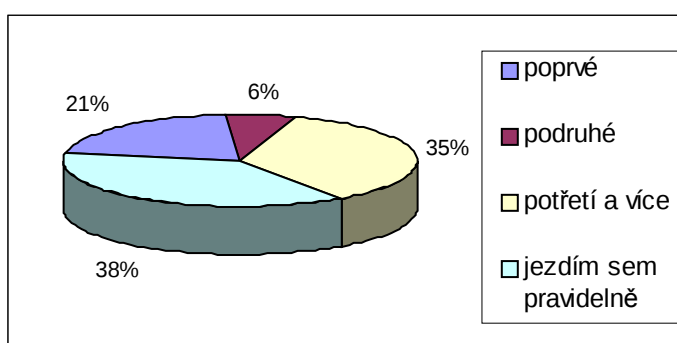


Zdroj: vlastní šetření

Jako zdroj informací, kde se o Táboře a tábořském regionu návštěvníci dozvěděli uvedli z 33% jinak, to znamená jinak než jim bylo nabídnuto dotazníkem. Uváděli například ve škole, v práci nebo toto místo znají z mládí. Dalšími zdroji informací byli z 26% rodinná tradice, že místo znají od svých předků a příbuzných. Ze 17% dotázaní uvedli, že mají informace od přátel a známých. Internet jako informační zdroj se dostal na 4. pozici s 13%, což ukazuje, že potenciální návštěvníci využívají ke zjištění informací internet poměrně hodně.

6. V Táboře jsem...?

Graf č. 7: Kolikrát návštěvníci zavítají do Tábora

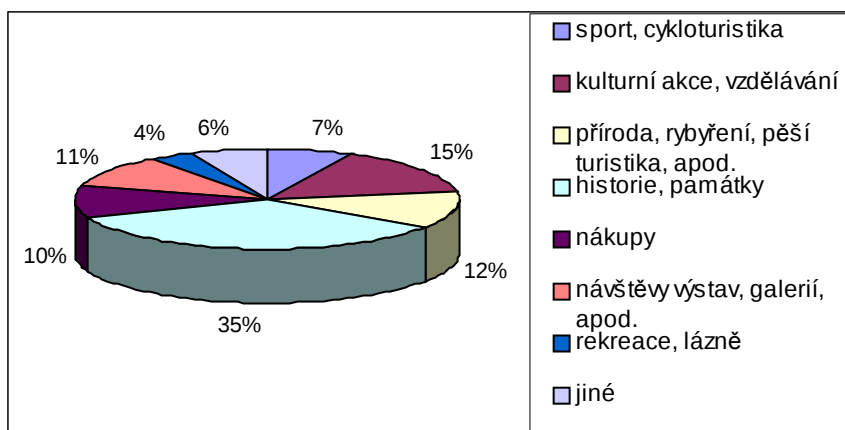


Zdroj: vlastní šetření

Největším počtem jsou zde zastoupeni návštěvníci, kteří jezdí do Tábora pravidelně (38%), dále pak ti, co jsou zde potřetí a více. Jedná se tedy o návštěvníky, kteří svou návštěvu opakují, což svědčí o atraktivnosti regionu. Velkým podílem jsou zde zastoupeni i návštěvníci, kteří sem přijeli poprvé (21%), což ukazuje, že město Tábor má dobré předpoklady návštěvnosti i do budoucna.

7. Jakým aktivitám se budete během pobytu věnovat?

Graf č. 8: Atraktivity, kterým se návštěvníci věnují

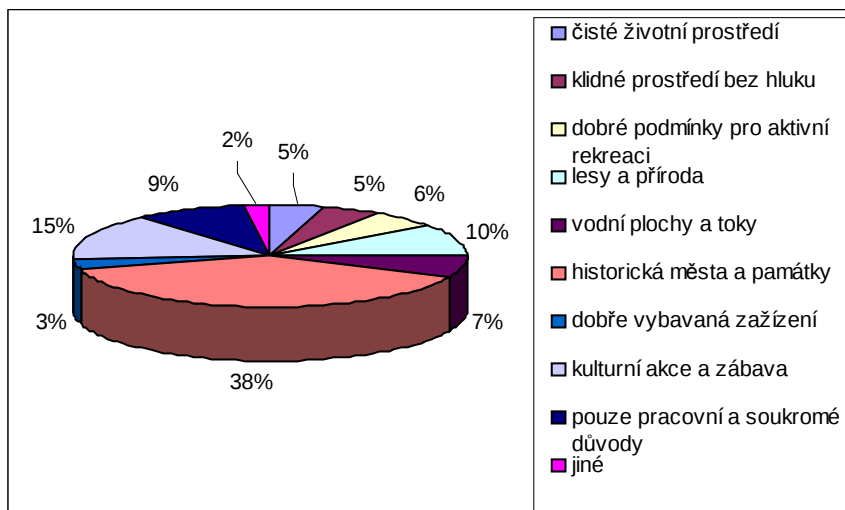


Zdroj: vlastní šetření

Z grafu č. 8 je vidět, že 35% z návštěvníků se věnuje poznávání historie a památek, 15% chce poznávat kulturu a vzdělávat se, a 12% rádo navštěvuje přírodu, rybaří nebo se věnuje pěší turistice. Nejmenší podíl 4% návštěvníků se věnuje rekreaci a návštěvě lázní. Souhrnně výsledky znázorňují, že návštěvníci chtějí trávit volný čas spíše aktivně, než že by se soustředili na rekreaci či lázeňské a ozdravné pobyty.

8. Jaké byly Vaše priority při výběru tohoto regionu?

Graf č. 9: Priority pro výběr regionu

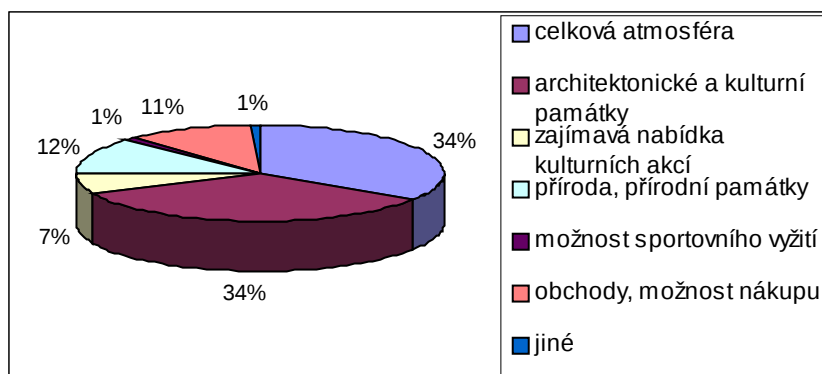


Zdroj: vlastní šetření

Největší prioritou pro výběr regionu je jednoznačně to, že Tábor je historické město a má mnoho památek (38%). To ukazuje, že město Tábor je návštěvníky vnímáno především jako město s bohatou historií a krásnými památkami. Mezi další priority výběru patří kulturní akce a zábava (15%) a také lesy a příroda (10%).

9. Co Vás v Táboře a regionu nejvíce zaujalo?

Graf č. 10: Čím Tábor a region zaujal

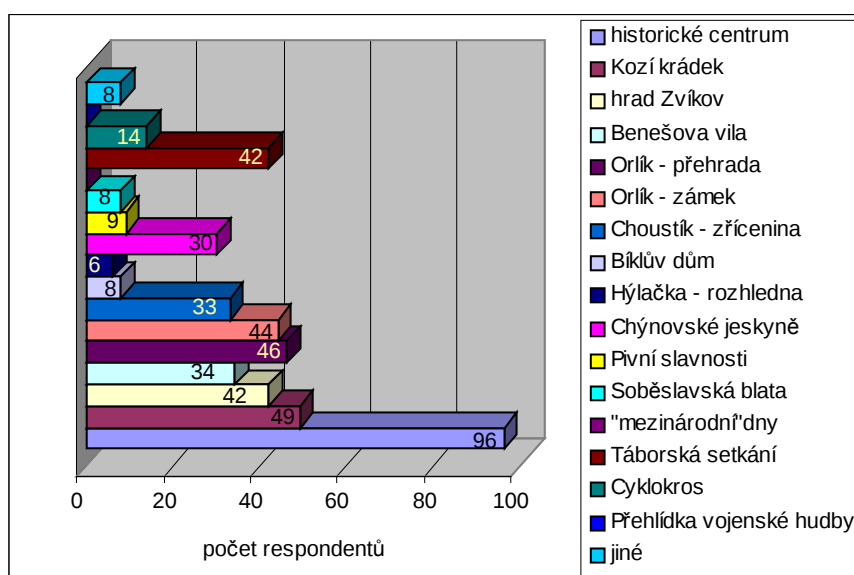


Zdroj: vlastní šetření

Návštěvníky nejvíce zaujaly architektonické a kulturní památky (34%) a celková atmosféra města (34%). To potvrzuje, že u návštěvníků jsou oblíbené právě památky z historie a město jako takové, jeho celkovou atmosférou. Dále pak příroda a přírodní památky (12%) a v neposlední řadě i obchody a možnost nákupu (11%).

10. Jaké památky a akce v Táboře a regionu jste navštívil/a?

Graf č. 11: Co v Táboře a regionu turisté navštěvují



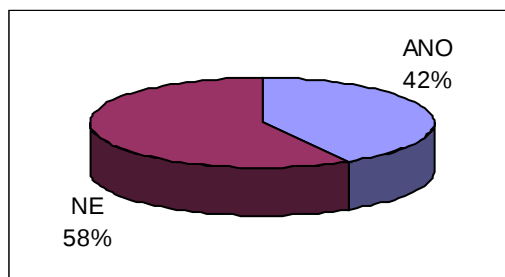
Zdroj: vlastní šetření

Graf č. 11 znázorňuje, které památky a akce návštěvníci navštívili po dobu jejich pobytu v regionu a době dotazování, ale i dříve, například minulou sezónu. Návštěvníci mohli uvést i více možností. Je vidět, že 96 dotázaných (tj. 100%) navštívilo historické centrum. Vysokou návštěvnost mají také Kozí hrádek a Táborská setkání. Méně než 10 návštěvníků navštívilo Soběslavská Blata, Bílkův dům, Pivní slavnosti a rozhlednu

Hýlačka. Což může naznačovat malý zájem o tato místa a akce nebo také malou informovanost o konkrétních možnostech.

11. Využil/a jste služeb místního turistického informačního centra v Táboře?

Graf č. 12: Využití služeb turistického informačního centra

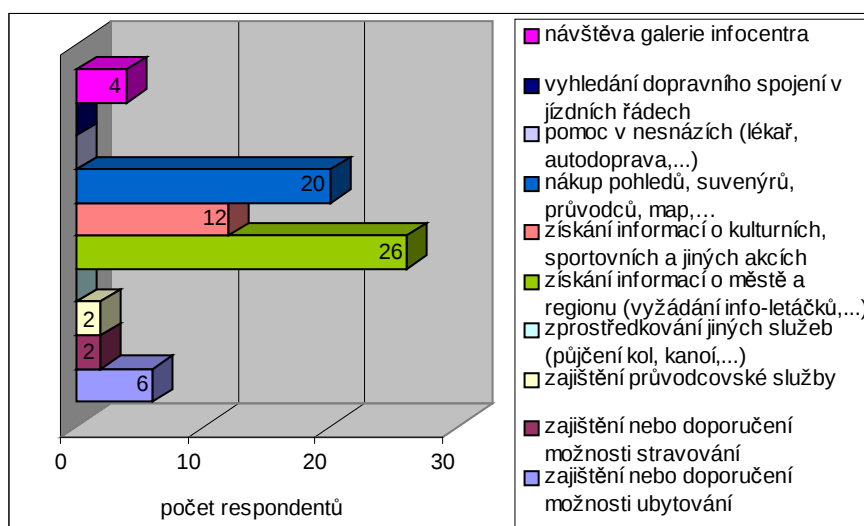


Zdroj: vlastní šetření

Služeb Infocentra Města Tábor více jak polovina návštěvníků nevyužívá. Služeb využilo pouze 42%. Je možné, že někteří návštěvníci alespoň Infocentrum navštívili, ale jeho služeb nevyužili, což by do budoucna bylo potřeba spíše obrátit, to znamená „naučit“ návštěvníky více se na Infocentrum obracet, ať už kvůli získání informací, nákupu suvenýru či využití dalších služeb. K tomu je potřeba zvýšit propagaci samotného Infocentra jako celku.

12. Jakých služeb jste využil/a v našem turistickém informačním centru?

Graf č. 13: Které služby Infocentra návštěvníci využívají



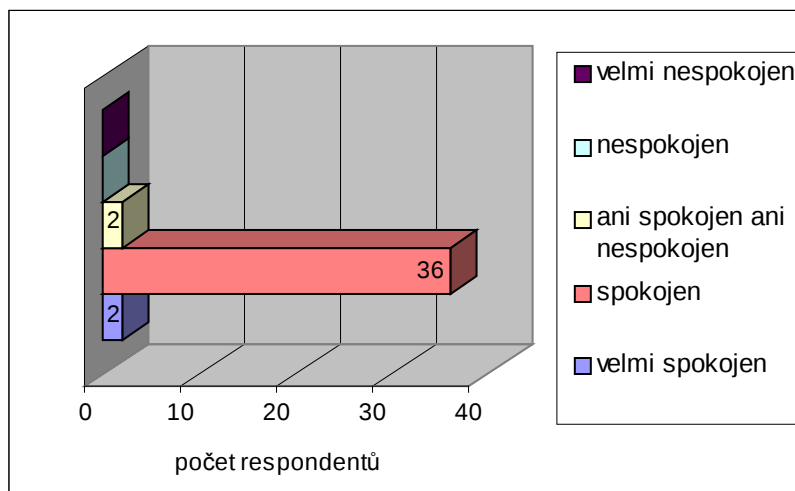
Zdroj: vlastní šetření

Na tuto otázku odpovídali pouze návštěvníci, kteří na předchozí otázku odpověděli kladně ANO, tedy využili služeb Infocentra. Nejvíce se návštěvníci zajímali o získání informací o městě a regionu, to zahrnuje i získání informačních materiálů. Dále pak v Infocentru nakoupili pohledy, suvenýry, průvodce, mapy a jiné předměty.

Ve větší míře se také zajímali o informace o kulturních, sportovních a jiných akcích, což značí zájem turistů o tyto akce.

13. Se službami Infocentra jsem byl/a...?

Graf č. 14: Spokojenost se službami Infocentra

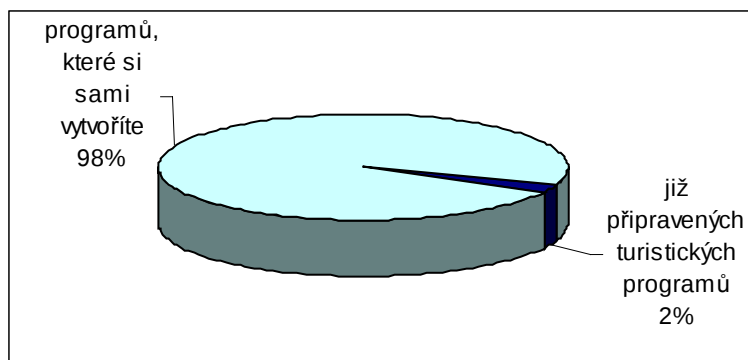


Zdroj: vlastní šetření

Na tuto otázku odpovídali pouze návštěvníci, kteří na otázku č. 11 odpověděli kladně ANO, tedy využili služeb Infocentra. Z grafu č. 14 je zcela jasné, že návštěvníci jsou s poskytovanými službami vcelku spokojeni, tedy Infocentrum funguje dobře.

14. Během dovolené raději využíváte...?

Graf č. 15: Způsob organizování dovolené účastníků

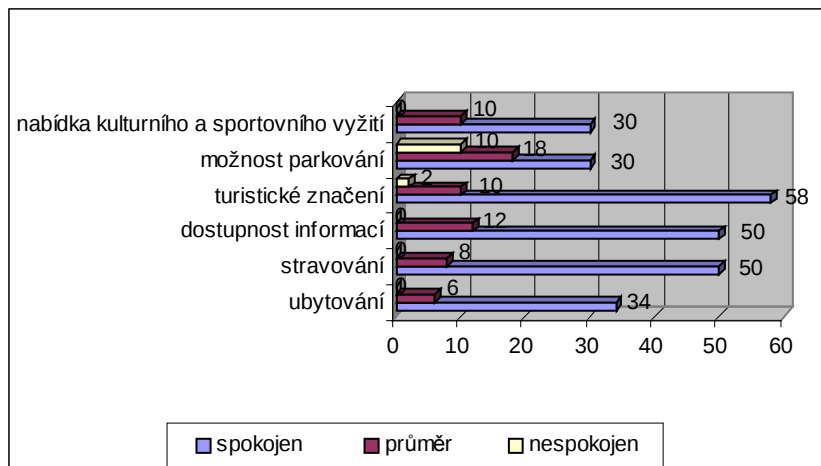


Zdroj: vlastní šetření

Graf č. 15 ukazuje, že převažující formou cestovního ruchu podle způsobu organizování jsou individuální cesty, tedy návštěvníci během dovolené z 98% dávají přednost programu, který si sami vytvoří a naplánují, před organizovaným zájezdem / pobytem, tedy programem již vytvořeným a nabízeným cestovními kancelářemi a agenturami a také informačními centry.

15. Jak jste spokojeni / nespokojeni se službami turistického regionu Táborsko?

Graf č. 16: Spokojenost se službami turistického regionu Táborsko

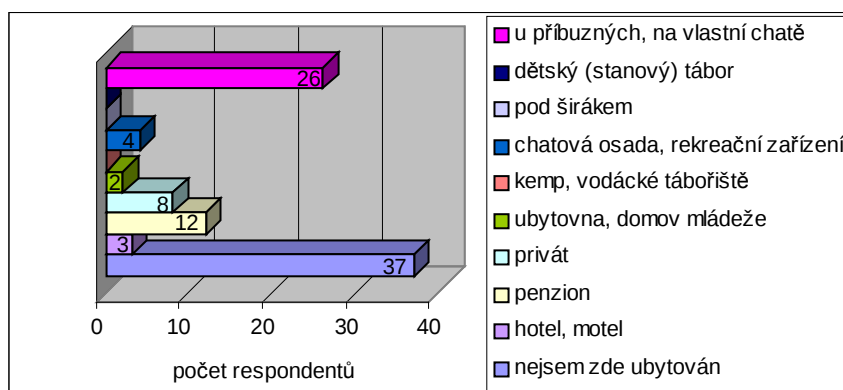


Zdroj: vlastní šetření

Tento graf znázorňuje, jak návštěvníci posoudili služby v regionu Táborsko. Na tuto otázku však nebyli ochotni odpovědět všichni dotázaní, protože nevěděli jak služby posoudit, nebo je posuzovat nechtěli. Výsledky ukazují, že vcelku jsou návštěvníci se službami spokojeni. Nejvíce pak s turistickým značením, dostupností informací a stravováním, i když právě turistické značení je pro některé nedostačující. Dále pak kolísavost odpovědí je u možnosti parkování, velká část dotázaných je s parkováním spokojena, ale menší část dotázaných odpověděla, že je s možností parkování nespokojena.

16. Kde jste zde v Táborském regionu ubytován?

Graf č. 17: Kde se účastníci ubytovávají



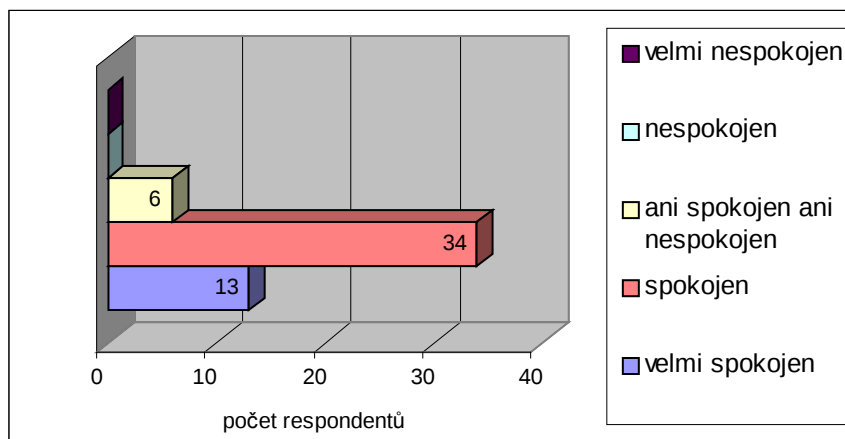
Zdroj: vlastní šetření

Jak vyplývá z grafu č. 17 návštěvníci zde nebývají ubytováni, to ukazuje převahu výletního cestovního ruchu tak, jak už bylo zjištěno otázkou č.3. U ubytovaných návštěvníků převládá ubytování u příbuzných, známých nebo na vlastní chatě či chalupě. Až mnohem menší počty návštěvníků se ubytují v penzionu, na privátě

nebo rekreačním zařízení či chatové osadě. Z uvedeného plyne, že účastníci spíše šetří na nákladech na ubytování.

17. S ubytováním jsem byl/a...?

Graf č. 18: Spokojenost s ubytováním



Zdroj: vlastní šetření

K posouzení ubytování byla určena otázka č. 18 a z tohoto grafu je vidět, že návštěvníci jsou s ubytováním spokojeni a někteří dokonce velmi spokojeni. Nikdo z dotázaných neodpověděl, že by byl nespokojen.

18. Co by jste změnil/a k plné spokojenosti?

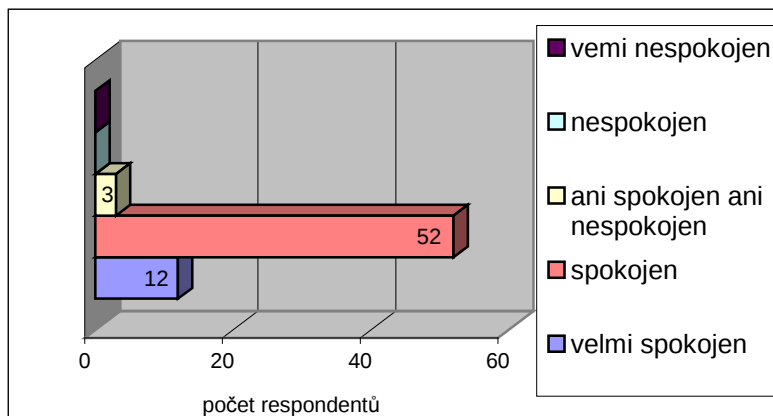
Tato otázka byla formulována, tak aby se mohli dotázaní vyjádřit, co by změnili k jejich plné spokojenosti, ale jak je vidět z předchozího grafu většina dotázaných byla spokojena s ubytováním a neměli tedy potřebu něco měnit. Na tuto otázku tedy odpovědělo jen několik dotázaných, a ti uvedli, že by uvítali více ubytovacích možností, lepší vybavení ubytovacích zařízení a komfortnější ubytování, což spíše ukazuje nedostatečnou informovanost o ubytovacích možnostech, protože nabídka ubytování v tomto regionu je poměrně vysoká.

19. Kde jste se stravoval/a?

Na tuto otázku měli dotázaní odpovědět jak a kde se stravovali. Vždy odpověděli obecně, nikdo neuvedl konkrétní místo. Většina návštěvníků se tedy stravuje v restauracích, někteří uvedli na privátě, na chatě nebo tak různě, podle situace, například občerstvení.

20. Se stravováním jsem byl/a...?

Graf č. 19: Spokojenost se stravováním



Zdroj: vlastní šetření

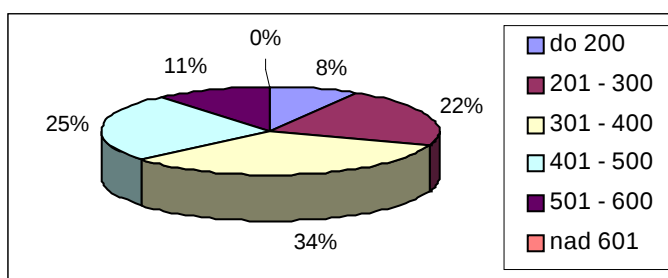
Dotázaní jsou spokojeni se stravováním, někteří i velmi spokojeni. Nikdo z dotázaných návštěvníků neodpověděl, že byl nespokojen. To ukazuje velmi dobrou úroveň stravovacích zařízení, a to hlavně restaurací, kde se návštěvníci, jak uvedli v předchozí otázce, převážně stravují.

21. Co by jste změnil/a k plné spokojenosti?

V této odpovědi mohli dotázaní uvést, co by chtěli změnit v souvislosti se stravováním. Na tuto otázku odpověděli pouze 2 dotázaní, a to, že by ve stravovacích zařízeních uvítali na jídelníčku více zeleniny a ovoce, a také by chtěli více možností posezení venku, například na terasách, zahrádkách, ale i jen na lavičkách. To opět značí nedostatečnou informovanost návštěvníků, protože v období letní sezóny má mnoho restaurací otevřenou i zahrádku či terasu. Možná by stálo za úvahu zvýšit vybavenost posezení i mimo restaurace a kavárny, tedy více laviček a odpočinkových zón.

22. Kolik peněz vydáte na osobu za den v Kč? (bez cestovného)

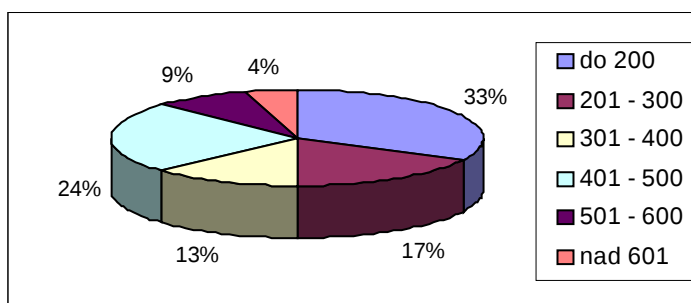
Graf č. 20: Výdaje za ubytování



Zdroj: vlastní šetření

Z grafu č.20 lze usoudit, že nejvíce dotázaných, tedy 34% utratí za ubytování 301 až 400 Kč za 1 den, 25% 401 až 500 Kč a 22% 201 až 300 Kč.

Graf č. 21: Výdaje za stravování a další drobné výdaje

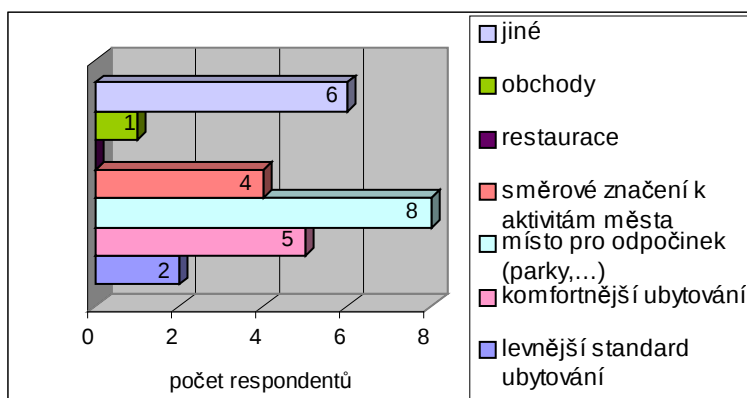


Zdroj: vlastní šetření

Graf č. 21 ukazuje, že největší podíl, tedy 33% dotázaných vydá za stravování a další drobné výdaje do 200 Kč za den. Další procentní podíl 24% dotázaných vydá 401 až 500 Kč za den a 17% 201 až 300 Kč za den, což ukazuje velké výkyvy, co se týče výdajů právě na stravování a další drobné výdaje.

23. Co Vám v Táboře nejvíce chybí?

Graf č. 22: Co v Táboře návštěvníci postrádají



Zdroj: vlastní šetření

Na tuto otázku dotázaní odpověděli, že jim nejvíce chybí místo pro odpočinek, jako například parky a odpočinkové zóny. Do možnosti jiné mohli uvést, co jim chybí, ale také co by chtěli změnit apod. Zde uvedli, že jim chybí například parkování zdarma, více parkovacích míst nebo kino. Chtěly by vyloučit parkování automobilů z historického centra.

24. Doporučíte návštěvu Tábora a tábořského regionu svým přátelům, známým a spolupracovníkům?

Většina dotázaných návštěvníků (98%) uvedla, že doporučí návštěvu města Tábor svým příbuzným, známým či spolupracovníkům. To znamená, že se jim v Táboře a regionu líbilo, a že je tento region pro turisty atraktivní.

Údaje o respondentech

V následující tabulce jsou znázorněny údaje o respondentech: Stát, ze kterého přijeli; rozložení návštěvníků na jednotlivé kraje v České republice; počet obyvatel jejich bydliště; pohlaví; věk a dosažené vzdělání. Tabulka je jasná a není potřeba k ní cokoli dodávat.

Tabulka č. 1: Údaje o respondentech

Stát		Pohlaví	
Česká republika	82	muž	42
Slovenská republika	10	žena	54
Rakousko	2	Věk	
Spojené státy americké	2	do 17 let	0
Kraj v ČR		18 - 25 let	16
Jihočeský	19	26 - 35 let	20
Středočeský	24	36 - 45 let	21
Praha	21	46 - 55 let	27
Jihomoravský	2	56 a více let	12
Zlínský	4	Vzdělání	
Východočeský	2	základní	0
Vysočina	3	vyučen/a	6
Liberecký	1	středoškolské	68
Moravskoslezský	6	vysokoškolské	22
Počet obyvatel bydliště			
do 3 000	16	50 - 100 000	10
3 - 10 000	20	100 000 - 1 mil.	4
10 - 50 000	25	nad 1 mil.	21

Zdroj: vlastní šetření

6.2 Profil návštěvníka Táborska

Z uvedeného průzkumu lze vyvodit profil návštěvníka Táborska. Typickými návštěvníky regionu jsou lidé, kteří sem přijíždějí hlavně za účelem návštěvy historické části města a památek (34% dotázaných) a rádi vnímají celkovou atmosféru města (34% dotázaných). Jsou to lidé vzdělaní (71% návštěvníků má středoškolské vzdělání a 23% vysokoškolské). Převažují u nich cesty výletní či krátkodobé, většinou jednodenní nebo 2 až 4 denní, ale vracejí se sem pravidelně. Cestují hlavně s rodinou (52% dotázaných), a to ze 62% automobilem. Návštěvníci dávají přednost vlastnímu sestavenému programu (98% dotázaných), tedy možnosti sami si rozvrhnout, jak strávit volný čas. Věková struktura návštěvníků nezaznamenává větší převahu jedné či druhé věkové skupiny, cestují mladí lidé, lidé středního věku i senioři. Místem jejich trvalého bydliště jsou v České republice převážně kraj Středočeský (30% dotázaných), Praha (26%

dotázaných) a Jihočeský (23% dotázaných). Ze zahraničí do regionu přijíždějí ze Slovenské republiky, Rakouska i Spojených států amerických. Protože převážná část návštěvníků přijíždí právě z blízkých, již zmíněných krajů, mnohdy ani nevyužívají služeb Infocentra (58% dotázaných), pokud ho navštíví, pak za účelem získání informací o městě a regionu (65% dotázaných) nebo k nákupu pohledů, suvenýrů, map a apod.(50% dotázaných). Návštěvníci, kteří zde nocují, si zvolí převážně přenocování u příbuzných a známých (28% dotázaných) nebo penzion či privát. Stravují se z velké většiny v restauracích nebo různě podle situace, například občerstvení, nákup v potravinách apod. Pokud v regionu, hlavně ve městě Tábor, něco postrádají jsou to místa pro odpočinek jako například parky a klidné zóny bez aut. Mnoho návštěvníků zavítá do regionu Tábor opakovaně, nebo se sem vrací pravidelně (38% dotázaných) a téměř všichni dotázaní (98%) chtějí doporučit návštěvu svým příbuzným, známým či spolupracovníkům.

6.3 Návrhy ke zvýšení atraktivity regionu

Návštěva každé destinace je spojena se zajištěním dopravy, ubytováním, stravováním, případně nákupem dalších služeb. Návštěvník si může zakoupit pobyt v destinaci v cestovní kanceláři, nakoupit jednotlivé části celkového produktu přímo u provozovatelů jednotlivých zařízení, uskutečnit nákup prostřednictvím internetu, či mnoha jinými způsoby.

Proto by bylo dobré vytvořit ucelenou nabídku produktů turistického informačního centra například formou katalogu, na místo jednotlivých propagačních letáčků. Cílem tohoto katalogu by bylo souhrnně informovat návštěvníky regionu, podpořit rozvoj a informovanost v okrese a propagovat oblast jako celek zahraničním návštěvníkům, kteří se soustředí především na oblast hlavního města Prahy a jejího okolí a o jiných regionech nemají přehled. Tento „Katalog atraktivit, produktů a služeb Táborska“ by mohl být v tištěné podobě poskytován k nahlédnutí, zapůjčení nebo ke koupi v Infocentru Města Tábor, dále například na autobusovém i vlakovém nádraží v Táboře, ale i v jiných nejbližších městech a obcích jako například v Sezimově Ústí, Plané nad Lužnicí, Chýnově, Opařanech, Jistebnici, Mladé Vožici apod., na místech, která jsou na očích návštěvníkům i místním obyvatelům. Nabídnout by ho mohla i další informační centra v regionu jako Veselí nad Lužnicí, Bechyně či Soběslav. Katalog by se mohl prezentovat i v jiných formách, například na internetových stránkách města

Tábor a dalších měst regionu, nebo jako elektronický panel s obrazovkou (ovládaný jen několika málo tlačítky) dobře situovaný ve městě tak, aby přilákal pozornost kolemjdoucích. Katalog by byl určen všem zájemcům, kteří mají zájem se informovat o možnostech strávení volného času a dovolené a nejsou nijak zaměřeni na určitý druh cestovního ruchu, a to turistům a návštěvníkům z České republiky, ale i ze zahraničí, kteří tak do ruky dostanou ucelenou nabídku místních atraktivit. Posloužit by mohl i místním obyvatelům, kteří v oblasti žijí, ale přesto nemají velký přehled o všech možnostech využití volného času, který region nabízí. Jako další alternativa tohoto souhrnného katalogu se nabízí rozčlenit ho na několik menších brožur podle zaměření atraktivit a produktů, například s kulturní, sportovní, historickou, přírodní a jinou tematikou.

Možností je také sestavit „produktové balíčky“ služeb. Na tvorbě balíčků služeb se podílí mnoho různých podniků a organizací, a také sám účastník cestovního ruchu. Každý z uvedených subjektů jak na straně nabídky, tak i na straně poptávky má své cíle a zájmy. Tvorba společných balíčků služeb má své výhody. Ty spočívají v tom, že lze například cíleně zvyšovat poptávku mimo sezónu, zvyšovat přitažlivost destinace pro specifické cílové trhy volbou vhodných druhů a forem cestovního ruchu, využívat komplementárních zařízení, společně budovat vztahy s veřejností, zvýšit průměrné tržby na jednoho zákazníka, prodloužit délku pobytu, nabízet tematicky zaměřené programy, apod. Mnoho destinací má problémy s tím, že nabízí větší množství celkových produktů pro velké množství segmentů. Úspěch turistické destinace nespočívá v této strategii nabídky, ale spíše v koordinaci nabídky pro vybrané segmenty trhu. Z toho důvodu je nutné, aby balíčky služeb byly sestaveny profesionálními firmami a organizacemi. Tvorba balíčků služeb nabízí hostům větší pohodlí, hospodárnost, možnost naplánovat si prostředky na zajištění kvality produktu [23]. Každý jednotlivý balíček by obsahoval informace o charakteru produktu, pro koho je určen (určitý segment návštěvníků, například pro rodiny s dětmi, pro seniory nebo zde se jedná o individuální turistiku či skupinovou), jak se návštěvníci na místo konání dostanou, přibližný počet účastníků, typ ubytování (hotel****, penzion***, aj.), počet noclehů, typ stravování (například snídaně nebo polopenze, aj.), popis produktu (zda je zaměřen historií a památky, na přírodní krásy, kulturní program, sportovní apod.), termíny konání (správně načasovat, pokud je do programu zahrnuta některá z pravidelných akcí města Tábor), program (itinerář), předpokládané výdaje návštěvníka a také služby, které lze připojit a doplnit (například dopravu, vstupenky na akce apod.).

6.4 Návrh nového produktu

Z dotazníkového šetření vyplývá, že návštěvníci přijíždějí do oblasti nejvíce za historickými a kulturními památkami, program si rádi sestavují sami, jako způsob dopravy volí automobil a zdržují se zde převážně jeden den. Jedním z cílů práce bylo po zmapování situace vytvořit nový produkt pro vybranou kulturní atraktivitu, ale jak analýza nabídky produktů, tak dotazníkové šetření ukázaly, že v této oblasti je nabídka dostačující a není potřeba ji v současnosti rozšiřovat. Jako chybějící či nedostatečné se ukázaly produkty cestovního ruchu pro lidi se sníženou pohyblivostí, a to jak informační a propagační materiály, tak i samotná dostupnost památek. Právě historické památky a kulturní atraktivity, jako například Husitské muzeum či podzemní chodby, jsou pro handicapované zatím nepřístupné a do budoucna by bylo potřeba pokusit se toto změnit. Poměrně nová expozice Tábořský poklad už bezbariérový přístup má, což svědčí o tom, že novější projekty tento poměrně malý segment návštěvníků berou v úvahu. Dalšími památkami, které si mohou prohlédnout i lidé handicapovaní, jsou ty, které se nacházejí venku ve volném prostoru jako budovy a kašna na Žižkově náměstí a ostatní objekty, které lze vidět zvenčí.

6.4.1 Nový produkt „Tábor bez bariér“

Jde o možnost vytvořit program pro handicapované, který by představoval soubor informačních a propagačních materiálů a internetové aplikace pro návštěvníky, turisty i místní občany s omezenou pohyblivostí. Cílem projektu by bylo systematicky a trvale vytvořit podmínky pro nezávislý pohyb a orientaci těchto návštěvníků a občanů v ulicích, objektech a dopravních prostředcích v Táboře, což patří mezi základní předpoklady pro možnosti skutečné integrace a nezbytné podmínky pro vyrovnání příležitostí pro tyto návštěvníky a občany.

Zahrnovalo by to úpravu vstupů a přístupových cest do objektů, u kterých by nebyla úprava složitá, protože velké stavební a jiné práce by pravděpodobně nebyly povoleny, právě proto, že se jedná o památky. U památek, u kterých by tato úprava nebyla možná, například vyhlídková věž Kotnov či Děkaný kostel Proměnění Páně na Žižkově náměstí, to vyřešit jiným způsobem, například malou informační tabulí před památkou, kde by byl popis této památky a fotografie z vnitřku objektu, apod.

V další části by šlo o zrealizování informačního systému barevného značení (navrženého níže pro potřeby informačních materiálů) pro handicapované po městě,

prohlídkových trasách, u objektů, ubytovacích a stravovacích zařízení a také u kulturních, sportovních a jiných zařízení využívaných ve volném čase. Předpokládaná realizace by se uskutečnila ve dvou etapách.

Etapa 1 by zahrnovala oblast historického centra a vytipované trasy, objekty a místa v blízkém okolí. Předpokládaná doba její realizace by trvala 3 až 5 měsíců. Následně po úspěšném zavedení a zprovoznění by se přikročilo k realizaci rozšíření. Tato Etapa 2 by pokryla oblast etapy 1 a rozšíření na východ k autobusovému a vlakovému nádraží přibližně o 800 metrů, na jih k Čelkovicím, na sever k Pražskému předměstí a na západ směr Klokoty přibližně o 450 metrů s dobou zrealizování další 4 až 7 měsíců. Bylo by nutné vzít v úvahu také značné náklady na vybudování systému, technických úprav a potřebu spolupráce všech zainteresovaných subjektů, kterými jsou město Tábor, Infocentrum, majitelé zařízení a objektů a ostatní zúčastnění.

6.4.2 Návrh propagačního materiálu

Jednalo by se o tištěné propagační materiály: „Tábor bez bariér“, tedy mapu se základními informacemi o dostupnosti jednotlivých míst. Projekt by se zaměřil na začlenění handicapovaných osob do života ve městě Tábor, podporu cestovního ruchu oblasti a zvýšení atraktivnosti města, a to jak pro potencionální návštěvníky z regionu, z celé České republiky, ale i ze zahraničí. Tento materiál by byl nabízen Infocentrem Města Tábor a turistickými informačními centry v okrese Tábor, která jsou ve Veselí nad Lužnicí, Bechyni a Soběslavi. Dále se předpokládá distribuce na vlaková a autobusová nádraží v okrese Tábor.

Cíl: Vytvoření uceleného propagačního materiálu, který:

- poskytuje informace v českém, anglickém a německém jazyce
- je slučitelný s internetovými stránkami města
- má zajímavý design, tedy formu, obsah, barevnost, velikost
- je uzpůsobený pro manipulaci v prostředí
- může být podkladovým materiálem pro úpravy a značení ve městě

Cílová skupina: Tělesně a zdravotně handicapovaní (dospělí i děti)

Rozsah lze pojmut podle oblasti:

- 1. propagační materiál, který rozsahem obsáhne historické centrum města a některá vytipovaná místa v blízkém okolí
- 2. propagační materiál s rozsáhlejším obsahem na celé město Tábor.

Rozsah lze vzít také podle dostupnosti míst a objektů pro handicapované. Dostupnost jednotlivých míst by bylo vhodné rozlišit barevně, například:

- dostupné - značené zelenou barvou
- dostupné s pomocí či doprovodem - značené žlutou barvou
- nedostupné - značené červenou barvou.

Informační a propagační materiál **pro etapu 1** by uváděl:

- základní informace o dostupnosti – jak se do Tábora dostat – silniční a železniční vzdálenosti + malou mapku České republiky s vyznačením města
- kontakt a adresu Infocentra Města Tábor, jeho otvírací dobu, vyznačení na mapce Tábora, internetovou adresu stránek města
- typy zařízení: ubytovací a stravovací zařízení, informace, internet, církevní památky, kulturní a sportovní zařízení, zdravotnická zařízení, lékárny, banky, pošty a ostatní instituce – u každého zařízení by byla uvedena adresa, telefon, e-mail, www stránky, poznámky a barevně rozlišené značky přístupnosti – tato část by mohla být zpracována formou přehledné tabulky
- přehlednou mapku historického centra a blízkého okolí formátu A4 s barevným vyznačením tras, zajímavých míst, památek, zařízení, silnic a pěších zón, apod.
- důležité informace jako telefonní spojení na hasiče, lékařskou pomoc, policii, úřady, Infocentrum či odtahovou službu
- rejstřík ulic s uvedením odkazu na čtverec mapky

Informační a propagační materiál **pro etapu 2** by obsahoval:

- aktualizované informace z předchozí etapy – dostupnost, kontakty, důležité informace, rejstřík ulic
- rozšířenou mapku města většího formátu opět s barevným rozlišením přístupnosti
- oblast rozšířenou o typy zařízení jako obchody, cestovní kanceláře a agentury, knihkupectví či školy
- další praktické informace o institucích, zastávkách autobusů městské hromadné dopravy, dálkových autobusů a vlaků, apod.

7 ZÁVĚR

Cestovní ruch je významným hospodářským odvětvím, které přináší prospěch nejen zemím, ale především jednotlivým regionům, městům a obcím. Na problematiku regionu, jako destinace cestovního ruchu, je potřeba nahlížet z několika podhledů. Především z pohledu návštěvníků, ale také z pohledu města jako celku, které vytváří nabídku produktů cestovního ruchu. Právě tato nabídka je rozhodující pro návštěvníky a turisty, kteří do regionu přijíždějí.

Oblast okresu Tábor a samotné město nabízí velké množství atraktivit kulturního, společenského, sportovního i přírodního zaměření, které jsou vyhledávány převážně v období od května do září. Vlastní dotazníkové šetření a analýza nabídky produktů potvrdily, že město Tábor je pro návštěvníky a turisty zajímavé především díky bohaté historii, počtem a krásou památek, množstvím kulturních a sportovních akcí. Dále, že návštěvníci přijíždějí do regionu nejvíce za historickými a kulturními památkami, program si rádi sestavují sami, jako způsob dopravy volí automobil a zdržují se zde převážně jeden den. Zároveň bylo vyvráceno, že Turistické informační centrum v Táboře nabízí nedostatečné množství produktů a služeb, protože výzkum ukázal spokojenost návštěvníků s touto nabídkou.

Hlavním cílem práce byla analýza kulturních a společenských atraktivit v Táboře a jeho blízkém okolí, a provedení analýzy současné nabídky produktů cestovního ruchu a zjištění poptávky po těchto produktech. Tento rozbor spolu s výsledky vlastního výzkumu umožnil navrhnout možnosti a doporučení na zlepšení nabídky produktů cestovního ruchu (jako sestavení ucelené nabídky produktů turistického informačního centra formou katalogu či tvorbu produktových balíčků) a vytvoření nového produktu pro vybranou cílovou skupinu návštěvníků ve sledovaném území.

Výsledkem nebyl nový produkt pro vybranou kulturní atraktivitu, protože nabídka v této oblasti je dobrá, ale byl to projekt zaměřen na handicapované, který by zahrnoval technické úpravy objektů a památek, soubor informačních a propagačních materiálů, rozšíření internetových aplikací (na webových stránkách města a turistického informačního centra) a informační systém značení po městě pro návštěvníky, turisty i místní občany s omezenou pohyblivostí. Technické úpravy a informační systém značení by předpokládaly realizaci ve dvou etapách, a to nejprve v historickém centru a blízkém okolí a následně po úspěšném zavedení by se přikročilo k realizaci rozšíření. Poté byl

podrobněji rozpracován návrh propagačního materiálu „Tábor bez bariér“ se základními informacemi o dostupnosti jednotlivých míst. Projekt může podpořit cestovní ruch v oblasti a zvýšit atraktivnost města, a to pro potencionální návštěvníky z regionu, z celé České republiky, ale i ze zahraničí.

Pokud má být území města Tábor a jeho okresu i nadále hojně navštěvovaným místem s rostoucím potenciálem je potřeba hledat nové produkty pro rozšíření či vylepšení stávající nabídky a také sledovat vybavenost a nabídku produktů v sousedních a konkurenčních okresech. Důležitá je také samotná propagace Infocentra Města Tábor, která by vedla ke zvýšení jeho návštěvnosti a tím informovanosti návštěvníků a turistů.

SUMMARY

The topic of this bachelor work is: “Product of tourism in the infocentre in Tábor”. There are three main aims in this work to fulfil. The first aim is to analyse cultural and social attractions in the town Tábor and his hinterland. The second aim is to make offer and demand survey of tourism products in the tourist infocentre in Tábor. And the last aim is to make up a new product for chosen cultural attraction.

The Tabor region lies on the south of the Czech republic and is located on the north of southern Bohemia. This bachelor work is focused mainly on the town Tábor and his nearest environs. There is made the approach of chosen attractions in this region, the approach of the services in the infocentre in Tábor and at the end of this work is suggested the new product for handicap visitors who attend cultural historic sights. They arrive with their family by their car and largely for one day in time period between the months May and September. This project include technical modification of enters to sights, information and promotional materials and a new system of marks for handicap people in the town. All these changes bring increase of attendance and make the Tábor region more attractive for new visitors from the Czech republic and from abroad too.

Key words

tourism product

tourist infocentra

the Tábor region

new product for handicap people

SEZNAM LITERATURY A POUŽITÉ ZDROJE

Knižní tituly:

- [1] PODHORSKÝ, M.: Jihočeský kraj - Průvodce na cesty. Praha, freytag&berndt 2003. ISBN 80-7316-074-9
- [2] CHROMÝ, P.: Jihočeský kraj – Průvodce po České Republice. Praha, KARTOGRAFIE PRAHA a.s. 2003. ISBN 80-7011-734-6
- [3] HESKOVÁ, M., a KOL.: Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha, FORTUNA 2006. ISBN 80-7168-948-3
- [4] AUGUSTA, P., KLÍNOVÁ, H.: Tábor – Kniha o městě. Praha, MILPO MEDIA s.r.o. 2001. ISBN 80-86098-18-4
- [5] HESKOVÁ, M. a kol.: Analýza destinačních managementů v cestovním ruchu na příkladech ČR a Rakouska. Bratislava, Kartprint 2004.
- [6] FORET, M., FORETOVÁ, V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha, GRADA Publishing 2001. ISBN 80-247-0207-X
- [7] KOPP, J.: Úvod do regionálního výzkumu. Plzeň, ZČU 2001.
- [8] HORNER, S., SWARBROOKE, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času – Aplikovaný marketing služeb. Praha, GRADA Publishing 2003. ISBN 80-247-0202-9
- [9] KOL.: Vítejte na Tábořsku. Tábor, Město Tábor 2006. ISBN 80-239-7075-5
- [10] FORET, M., STÁVKOVÁ, J.: Marketingový výzkum. Praha, GRADA Publishing 2003. ISBN 80-247-0385-8
- [11] HRALA, V.: Geografie cestovního ruchu. Praha, IDEA SERVICES 2002. ISBN 80-85970-36-8
- [12] DROBNÁ, D., MORÁVKOVÁ, E.: Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost. Praha, FORTUNA 2004. ISBN 80-7168-901-7
- [13] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha, Ministerstvo pro místní rozvoj 2002.
- [14] KOL.: Špalíček turistických zajímavostí Česka. Praha, KARTOGRAFIE PRAHA a.s. 2006. ISBN 80-7011-892 -X

Internetové stránky:

- [15] www.tabor.cz
- [16] www.vyletnik.cz
- [17] www.trasovnik.cz
- [18] www.kraj-jihocesky.cz
- [19] www.cd.cz
- [20] www.cbudejovice.czso.cz
- [21] www.jiznicechy.cz
- [22] www.czso.cz
- [23] www.cestovni-ruch.cz

Propagační materiály:

- [24] Botanická zahrada
- [25] Tábor, historické město s husitskou minulostí
- [26] Tábor, památky a zajímavosti historického centra
- [27] Tábor, místo vaší dovolené
- [28] Kalendář kulturních, společenských a sportovních akcí 2006
- [29] Ubytování na Táborsku
- [30] Táborský zdravotní a naučný okruh
- [31] Kempy na Táborsku
- [32] Táborskem na kole

SEZNAM GRAFŮ A TABULEK

Grafy:

Graf č.1: Hlavní důvody návštěvy Tábora a táborského regionu

Graf č.2: Způsob organizování příjezdu do regionu

Graf č.3: Zvolený dopravní prostředek pro cestu do regionu

Graf č.4: Délka účasti na cestovním ruchu

Graf č.5: S kým návštěvníci cestují

Graf č.6: Zdroj informací o regionu

Graf č.7: Kolikrát návštěvníci zavítají do Tábora

Graf č.8: Atraktivita, kterým se návštěvníci věnují

Graf č.9: Priority pro výběr regionu

Graf č.10: Čím Tábor a region zaujal

Graf č.11: Co v Táboře a regionu turisté navštěvují

Graf č.12: Využití služeb turistického informačního centra

Graf č.13: Které služby Infocentra návštěvníci využívají

Graf č.14: Spokojenost se službami Infocentra

Graf č.15: Způsob organizování dovolené účastníků

Graf č.16: Spokojenost se službami turistického regionu Tábořsko

Graf č.17: Kde se účastníci ubytovávají

Graf č.18: Spokojenost s ubytováním

Graf č.19: Spokojenost se stravováním

Graf č.20: Výdaje za ubytování

Graf č.21: Výdaje za stravování a další drobné výdaje

Graf č.22: Co v Táboře návštěvníci postrádají

Tabulky:

Tabulka č.1: Údaje o respondentech

PŘÍLOHY

Příloha č.1: Dotazník pro turisty

DOTAZNÍK PRO TURISTY

Pro návštěvníky města Tábor a tábořského regionu

Tento dotazník je podkladem pro zpracování bakalářské práce studentky Jihočeské university.
Děkuji předem za spolupráci.

1. Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy Tábora (táborského regionu)?

(zaškrtněte 1 možnost)

- | | |
|--|---|
| ☐ dovolená, odpočinek | ☐ návštěva příbuzných, známých |
| ☐ služební cesta | ☐ kulturní, sportovní akce |
| ☐ nákupy | ☐ sportování |
| ☐ výlet | ☐ součást zájezdu |
| ☐ zdravotní pobyt | ☐ pouze projíždím |
| ☐ návštěva památek | ☐ jiný |

2. Jak jste přijel/a? (zaškrtněte 1 možnost v části A i B)

A)

- ☐ individuálně
☐ s cestovní kanceláří
☐ jinak

B)

- | | |
|---------------------------------------|--|
| ☐ autobusem | ☐ na kole |
| ☐ vlakem | ☐ pěšky |
| ☐ automobilem | ☐ na lodi po řece Lužnici |
| ☐ na motocyklu | ☐ jinak |

3. Jak dlouho se v táborském regionu zdržíte? (zaškrtněte 1 možnost)

- | | |
|---------------------------------------|--|
| ☐ max. 5 hodin | ☐ přibližně 1 týden |
| ☐ 1 den | ☐ přibližně 2 týdny |
| ☐ 2 – 4 dny | ☐ déle |

4. S kým cestujete? (zaškrtněte 1 možnost)

- | | |
|---|---|
| ☐ sám / sama | ☐ s kamarády, příbuznými |
| ☐ se skupinou / zájezdem | ☐ jinak |
| ☐ s rodinou | |

5. Jak jste se o Táboře a táborském regionu dozvěděl/a? (zaškrtněte 1 možnost)

- | | |
|---|---|
| ☐ na výstavě, veletrhu | ☐ v cestovní kanceláři |
| ☐ z tisku, televize, rádia | ☐ v informačním centru |
| ☐ od přátel, známých | ☐ rodinná tradice |
| ☐ z průvodců, propagačních materiálů | ☐ jinak |
| ☐ z internetových stránek | |

6. V Táboře jsem (zaškrtněte 1 možnost)

- | | |
|----------------------------------|--|
| ☐ poprvé | ☐ potřetí a více |
| ☐ podruhé | ☐ jezdím sem pravidelně |

7. Jakým aktivitám se budete během pobytu věnovat? (zaškrtněte i více možností)

- | | |
|--|--|
| ☐ sport, cykloturistika | ☐ nákupy |
| ☐ kulturní akce, vzdělání | ☐ návštěvy výstav, galerií, apod. |
| ☐ příroda, rybaření, pěší turistika | ☐ rekreace a lázně |
| ☐ historie, památky | ☐ jiné |

8. Jaké byly Vaše priority při výběru tohoto regionu? (zaškrtněte i více možností)

Příroda

- | | |
|--|--|
| ☐ čisté životní prostředí | ☐ lesy a příroda |
| ☐ klidné prostředí bez hluku | ☐ vodní plochy a toky |
| ☐ dobré podmínky pro aktivní rekreaci | |

Kultura

- ☐ historická města a památky
☐ dobře vybavená zařízení
☐ kulturní akce a zábava

Ostatní

- ☐ pouze pracovní a soukromé důvody
☐ jiné

9. Co Vás v Táboře a regionu nejvíce zaujalo? (zaškrtněte i více možností)

- | | |
|---|---|
| ☐ celková atmosféra | ☐ možnost sportovního vyžití |
| ☐ architektonické a kulturní památky | ☐ obchody, možnost nákupu |
| ☐ zajímavá nabídka kulturních akcí | ☐ jiné |
| ☐ příroda, přírodní památky | |

10. Jaké památky a kulturní akce v Táboře a regionu jste navštívil/a?

(zaškrtněte i více možností)

- | | |
|--|---|
| ☐ historické centrum | ☐ Chýnovské jeskyně |
| ☐ Kozí hrádek | ☐ Pivní slavnosti |
| ☐ hrad Zvíkov | ☐ Soběslavská blata |
| ☐ Benešova vila | ☐ „Mezinárodní“ dny |
| ☐ Orlík – přehrada | ☐ Táborská setkání |
| ☐ Orlík – zámek | ☐ Cyklokros |
| ☐ Choustník – zřícenina | ☐ Přehlídka vojenské hudby |
| ☐ Bílkův dům | ☐ jiné |
| ☐ Hýlačka – rozhledna | |

11. Využil/a jste služeb místního turistického informačního centra v Táboře?

- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| ☐ ANO | ☐ NE |
|------------------------------|-----------------------------|

12. Jakých služeb jste využil/a v našem turistickém informačním centru?

(zaškrtněte i více možností)

- ☐ zajištění nebo doporučení možnosti ubytování
☐ zajištění nebo doporučení možnosti stravování
☐ zajištění průvodcovské služby
☐ zprostředkování jiných služeb (půjčovna kol, kánoí,...)
☐ získání informací o městě a regionu (vyžádání info-letáček)
☐ získání informací o kulturních, sportovních a jiných akcích
☐ nákup pohledu, suvenýru, průvodce, map,...
☐ pomoc v nesnázích (lékař, autodoprava, jednání s policií, ...)
☐ vyhledání dopravního spojení v jízdních řádech
☐ návštěva galerie infocentra

13. Se službami infocentra jsem byl... (zaškrtněte 1 možnost)

- | | |
|--|---|
| ☐ velmi spokojen | ☐ nespokojen |
| ☐ spokojen | ☐ velmi nespokojen |
| ☐ ani spokojen ani nespokojen | |

14. Během dovolené raději využíváte... (zaškrtněte 1 možnost)

- ☐ již připravených turistických programů
- ☐ programů, které si sami vytvoříte

15. Jak jste spokojeni / nespokojeni se službami turistického regionu Tábořsko?

(zaškrtněte vždy 1 možnost)

	spokojen	průměr	nespokojen
ubytování	☐	☐	☐
stravování	☐	☐	☐
dostupnost informací	☐	☐	☐
turistické značení	☐	☐	☐
možnost parkování	☐	☐	☐
nabídka kulturního a sportovního vyžití	☐	☐	☐
jiné	☐	☐	☐

16. Kde jste v Tábořském regionu ubytován? (zaškrtněte 1 možnost)

- | | |
|--|--|
| ☐ nejsem zde ubytován | ☐ kemp, vodácké tábořiště |
| ☐ hotel, motel | ☐ chatová osada, rekreační zařízení |
| ☐ penzion | ☐ pod širákem |
| ☐ privát | ☐ dětský (stanový) tábor |
| ☐ ubytovna, domov mládeže | ☐ u příbuzných, na vlastní chatě |

17. S ubytováním jsem... (zaškrtněte 1 možnost)

- | | |
|--|---|
| ☐ velmi spokojen | ☐ nespokojen |
| ☐ spokojen | ☐ velmi nespokojen |
| ☐ ani spokojen ani nespokojen | |

18. Co by jste změnil k plné spokojenosti?

19. Kde jste se stravoval?

20. Se stravováním jsem... (zaškrtněte 1 možnost)

- | | |
|--|---|
| ☐ velmi spokojen | ☐ nespokojen |
| ☐ spokojen | ☐ velmi nespokojen |
| ☐ ani spokojen ani nespokojen | |

21. Co by jste změnil k plné spokojenosti?

22. Kolik peněz průměrně vydáte na osobu za den v KČ? (bez cestovného)

(zaškrtněte vždy 1 možnost)

- | | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| za ubytování | |
| ☐ do 200 | ☐ 401 – 500 |
| ☐ 201 – 300 | ☐ 501 – 600 |
| ☐ 301 – 400 | ☐ nad 601 |
| za stravování a další výdaje | |
| ☐ do 200 | ☐ 401 – 500 |
| ☐ 201 – 300 | ☐ 501 – 600 |
| ☐ 301 – 400 | ☐ nad 601 |

23. Co Vám v Táboře nejvíce chybí? (zaškrtněte i více možností)

- | | |
|--|--|
| ☐ levnější standard ubytování | ☐ směrové značení k aktivitám města |
| ☐ komfortnější ubytování | ☐ restaurace |
| ☐ WC, sociální zařízení | ☐ obchody |
| ☐ místo pro odpočinek (parky,...) | ☐ jiné |

24. Doporučíte návštěvu Tábora a tábořského regionu svým přátelům, známým a spolupracovníkům?

- ☐ ano
☐ ne
☐ ještě nevím
-

Údaje o respondentovi:

Odkud jste do Tábora přijel/a?

Země:

Kraj:

Město:

Počet obyvatel bydliště:	do 3 tisíc	50 – 100 tis.
	3 – 10 tis.	100 tis. – 1 milion
	10 – 50 tis.	nad 1 milion

Pohlaví: muž x žena

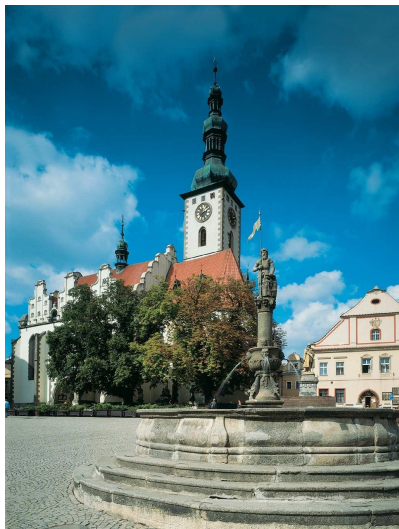
Věk: do 17 18 – 25 26 – 35 36 – 45 46 – 55 56 a více

Vzdělání: základní vyučen střední vysokoškolské

Děkuji za spolupráci.

Příjemný pobyt v tábořském regionu.

Příloha č.2: Fotografie z města Tábor (zdroj: www.tabor.cz)



< Děkanský kostel Proměnění Páně
na Žižkově náměstí

Husitské muzeum Tábor v budově táborské >
radnice a kašna na Žižkově náměstí



< Bechyňská brána
a vyhlídková věž Kotnov

Měšťanské domy >
na Žižkově náměstí





< Mezinárodní festival
Táborská setkání



Expozice >
Táborský poklad



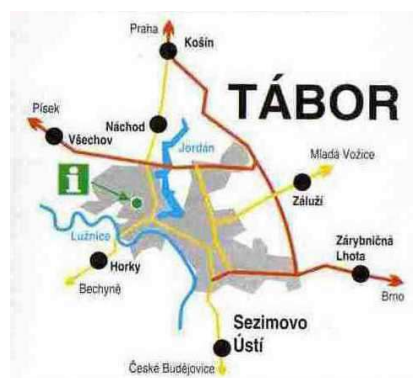
< Infocentrum >
města
Tábor



Příloha č.3: Mapky ukazující geografickou polohu města Tábor (zdroj: propagační materiály)

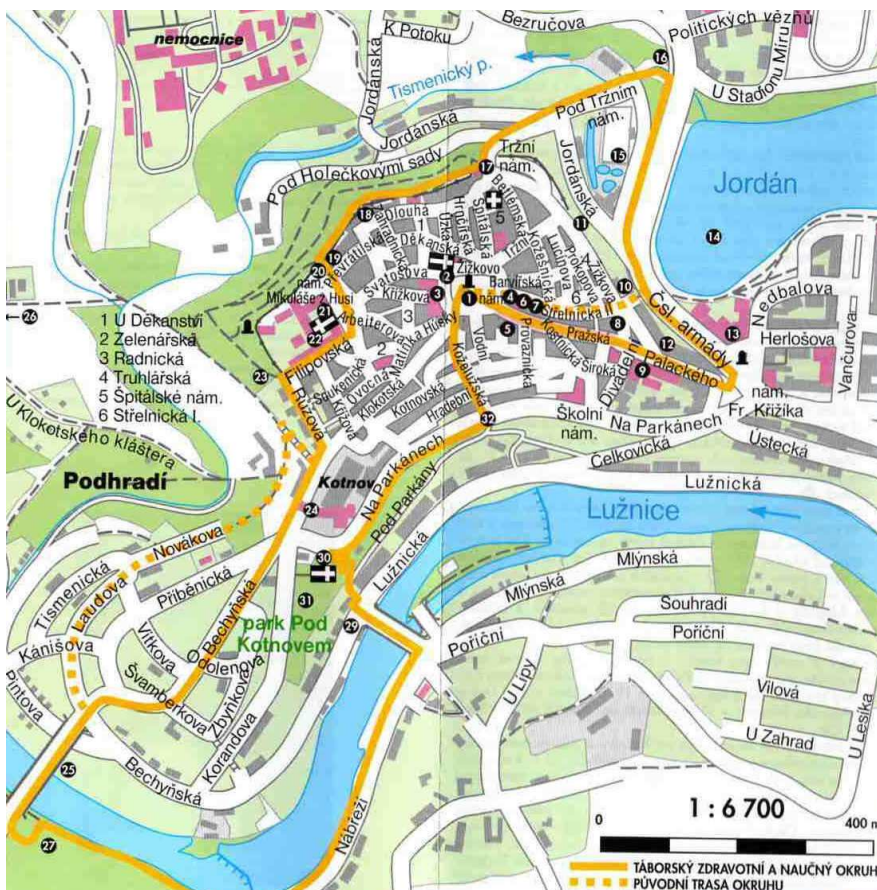


< Poloha města Tábor
v Jihočeském kraji



Hlavní silnice >
přes město Tábor

Historické centrum města Tábor s vyznačeným Táborským
zdravotním a naučným okruhem >



Príloha č.4: Mapa regionu Táborsko (zdroj: publikace „Vítejte na Táborsku“)

