

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

DIPLOMOVÁ PRÁCE

2012

Bc. Jana Kopecká

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: 6208 N Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

**Vliv cestovního ruchu na místní rozvoj ve
zvoleném regionu - Tábořsko (Chýnov)**

Vedoucí diplomové práce
Mgr. Vladimír Dvořák

Autor
Bc. Jana Kopecká

2012

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Vliv cestovního ruchu na místní rozvoj ve zvoleném regionu - Táborsko (Chýnov)“ vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích dne

.....

Jana Kopecká

Poděkování

Velké poděkování patří vedoucímu mé diplomové práce Mgr. Vladimíru Dvořákovi za odborné rady a připomínky. Ráda bych poděkovala i městskému úřadu a Městské knihovně v Chýnově za poskytnuté informace a umístění dotazníku na webové stránky města. Dále mé poděkování patří Správě Chýnovské jeskyně za spolupráci a poskytnuté informace.

Obsah

1. Úvod.....	1
2. Literární rešerše.....	3
2.1 Trh cestovního ruchu	3
2.1.1 Poptávka cestovního ruchu.....	5
2.1.2 Nabídka cestovního ruchu.....	6
2.2 Význam cestovního ruchu	9
2.2.1 Multiplikační efekt cestovního ruchu.....	12
2.2.2 Satelitní účet.....	16
2.3 Negativní dopady cestovního ruchu	17
2.4 Marketing destinace.....	20
2.4.1 Destinace	20
2.4.2 Marketing	21
2.4.3 Marketing destinace	22
2.4.4 Marketingový mix	23
2.4.5 Marketingový výzkum	26
3. Cíl a metodika práce	29
3.1 Cíl práce.....	29
3.2 Metodika	29
3.2.1 Analytická část	29
3.2.2 Syntetická část.....	29
3.2.3 Aplikační část.....	29
3.3 Zdroje informací	30
3.3.1 Primární zdroje dat	30
3.3.2 Sekundární zdroje dat.....	30
3.4 Hypotéza.....	30
4. Situační analýza.....	31
4.1 Geografická charakteristika oblasti	31
4.1.1 Tábořsko.....	31
4.1.2 Chýnovsko	32
4.2 Demografické vymezení oblasti	33
4.2.1 Ekonomická aktivita obyvatelstva	33
4.2.2 Nezaměstnanost.....	34
4.3 Hospodářská charakteristika.....	34
4.4 Historie	35
4.5 Cestovní ruch.....	37
5. Terénní šetření.....	38
5.1 Příprava a realizace terénního šetření	38
5.2 Vyhodnocení dotazníku	39
5.3 Shrnutí.....	39
5.4 Realizace terénního šetření	40
6. Nabídka a poptávka cestovního ruchu.....	41
6.1 Primární nabídka.....	41

6.1.1 Přírodní potenciál	41
6.1.2 Kulturně historický potenciál	48
6.1.3 Kulturně společenské akce	56
6.2 Sekundární nabídka	59
6.2.1 Suprastruktura cestovního ruchu	59
6.2.2 Infrastruktura	64
6.2.3 Všeobecná infrastruktura	65
6.3 Poptávka cestovního ruchu	67
6.3.1 Charakteristika účastníků cestovního ruchu	67
6.3.2 Četnost návštěv.....	70
6.3.3 Ubytování a stravování	73
7. Vliv cestovního ruchu	74
7.1 Vymezení dopadů cestovního ruchu na rozpočet obce.....	76
7.1.1 Přímé výdaje turistů	76
7.1.2 Daňové příjmy rozpočtů obcí	77
7.2 Multiplikátor cestovního ruchu.....	83
7.4 Vnímání dopadů cestovního ruchu na region	87
7.4.1 Pozitivní vlivy cestovního ruchu.....	87
7.4.2 Negativní vlivy cestovního ruchu.....	88
8. Návrhy opatření	90
8.1 Připravované projekty.....	90
8.2 Navrhované projekty	94
9. Závěr	100
10. Summary	102
11. Přehled použité literatury.....	104

1. Úvod

V současnosti se cestovní ruch stává nejenom neodmyslitelnou součástí životního stylu a potřeb lidí, ale také je stále významnějším a nepostradatelnějším jevem české ekonomiky. Je mnohostranným odvětvím národního hospodářství, které přináší společnosti v mnoha směrech značnou přidanou hodnotu. Jeho přínosy jako významného ekonomického odvětví se projevují v makroekonomických peněžích a měnových vztazích, v ekonomice mnoha podnikatelských odvětví spjatých s cestovním ruchem i ve vytváření nových pracovních míst, a to i v problémových regionech z hlediska zaměstnanosti (Ryglová, 2009, s. 7).

Česká republika ležící v centru Evropy, s bohatou historií, která zde zanechala architektonické dědictví prakticky všech stavebních slohů, s přírodou udivující svou rozmanitostí a hojností přírodních druhů a v neposlední řadě s přátelským a vzdělaným obyvatelstvem je přímo předurčena se stát turistickou destinací světového formátu. Vezme-li se v úvahu skutečnost, že cestovní ruch má multiplikační efekt na rozvoj národního hospodářství, zvyšuje zaměstnanost v regionech a stává se významným faktorem rozvoje oblastí, které prošly zásadní přeměnou spojenou s restrukturalizací ekonomiky. Lze plně pochopit jeho mnohonásobné zvýšení významu cestovního ruchu (Indrová a kol., 2009, s. 111).

Jižní Čechy v rámci České republiky patří k nejvyhledávanějším destinacím. Obecně je známo, že je to kraj rybníků a lesů. Mnozí si spojí kraj s řadou kulturních a historických památek ve městech. Dále jsou známy především pro svou krásu a nedotčenost krajiny, důkazem překrásné jihočeské krajiny jsou především chráněná území. Jihočeský kraj poskytuje rozmanité možnosti rekreace, odpočinku i veškerých forem turistiky po celý rok. Povrch zdejší krajiny je vhodný pro pěší turisty i cykloturisty. Nezanedbatelné jsou možnosti rybolovu i řada dalších sportovních aktivit - golf, jezdeckví nebo adrenalinové sporty.

Platí-li slogan, že Česká republika je srdcem Evropy, poté musí být jediné jižní Čechy srdcem České republiky. Ať již svou polohou, krajinou, kulturou či samotnými vhodnými a přívětivými podmínkami pro cestovní ruch.

Táborsko je jedním z jihočeských regionů, kde doposud zůstala zachována působivá přírodní a historická scenérie. V kraji se nachází řada vyhledávaných pamětihodností - hrady, zříceniny hradů, zámky, či unikátní technické památky. Jihozápadně od Tábora jsou rovinatá blata s typickou jihočeskou lidovou architekturou, rašeliništi a rozsáhlými lesními komplexy.

V kraji se nacházejí i zajímavé přírodní atraktivity jako Chýnovská jeskyně, Botanická zahrada v Táboře nebo naučná stezka Borkovická blata.

V jižních Čechách nedaleko zmíněného okresního města Tábora se nachází destinace Chýnov. Destinace byla vybrána z hlediska významu pro cestovní ruch. Chýnov podle Ústavu územního rozvoje Brno (2002) patří do oblasti s vysokým potenciálem pro cestovní ruch.

Diplomová práce částečně navazuje na bakalářskou práci *Analýza druhů a forem cestovního ruchu ve zvolené oblasti - Táborsko*.

Cílem diplomové práce je analyzovat cestovní ruch na Táborsku v destinaci Chýnov. Prostřednictvím analýzy sledovat nabídku a poptávku cestovního ruchu v dané oblasti. Následně stanovit vliv cestovního ruchu na místní rozvoj, vymezit multiplikátor cestovního ruchu pro danou oblast a určit dopady cestovního ruchu na rozpočet obcí.

Přínos diplomové práce spočívá v tom, že je jediná, která se zabývá hodnocením vlivů a dopadů cestovního ruchu na regionální úrovni v České republice. Výsledky práce mohou posloužit Jihočeskému kraji, Jihočeské centrále cestovního ruchu, Odboru cestovního ruchu v Táboře, informačním centřům v Táboře i v Chýnově, následně samotnému městu Chýnov, či Správě Chýnovské jeskyni.

2. Literární rešerše

2.1 Trh cestovního ruchu

Lednický (2004, s. 24) uvádí obecnou definici trhu, která se vztahuje i k samotnému trhu cestovního ruchu. Trh je místem, na kterém dochází ke směně zboží a služeb, což představuje výměnu činností mezi jednotlivými účastníky trhu. Je to konkrétní projev vztahů mezi producenty a spotřebiteli, mezi prodávajícími a kupujícími. Trh lze proto definovat jako místo setkání a střetu výrobců a spotřebitelů, prodávajících a kupujících, prodeje a nákupu, nabídky i poptávky a ceny.

Na trhu musí nabízející komunikovat se svými zákazníky, musí informovat o nabídce, ale zároveň musí získávat informace o potřebách a přáních (včetně nevyřčených přání) svých zákazníků a potenciálních zákazníků, aby mohli připravit nabídku, která zákazníky osloví (Johnová, 2008, s. 50).

Specifikace trhu cestovního ruchu vymezili Foret a Foretová (2001, s. 16 - 17), a to takto:

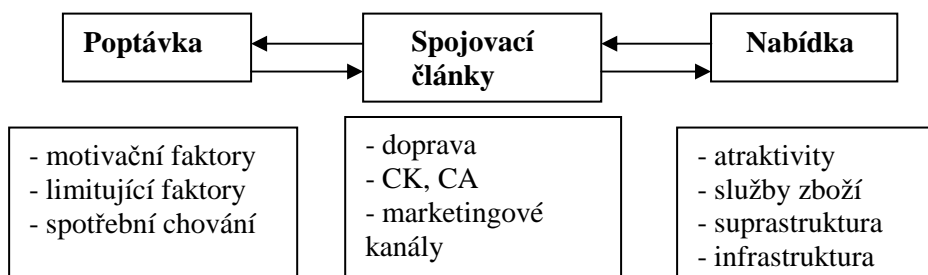
- rozvoj cestovního ruchu je podmíněn politicko-správními podmínkami,
- produkt cestovního ruchu nelze vyrábět na sklad,
- místní vázanost, bezprostřední spojitost s územím, ve kterém se realizuje, zejména s jeho kvalitou přírodního prostředí,
- výrazná sezónnost,
- trh je silně determinován přírodními faktory a dalšími nepředvídatelnými vlivy,
- vysoký podíl lidské práce,
- těsný vztah nabídky a poptávky (změny v cenách a příjmech se obvykle bezprostředně projeví i na trhu). Ryglová (2009, s. 16) navíc rozšiřuje specifiky trhu o to, že podnikání v cestovním ruchu není záležitostí jednoho roku, ale jedná se o dlouhodobé aktivity, tedy se musí počítat i se špatnou sezónou.

Významnou roli na trhu cestovního ruchu hraje i místní a časové oddělení nabídky, poptávky a spotřeby. Produkt v cestovním ruchu má především charakter služeb a je tedy založen na souboru užitečných efektů. Ale tyto užitečné efekty v podobě odpočinku, poznání, zážitků a podobně nedostává účastník cestovního ruchu v řadě případů okamžitě, ale získává je až později. Za své vynaložené peníze dostává jakýsi příslib k uspokojení svých potřeb. Znamená to, že účast na cestovním ruchu váže na sebe většinou výdaje předem (Malá, 1999, s. 44).

Petrů (1999, s. 83) uvádí, že trh cestovního ruchu se skládá z:

- turistických atraktivit,
- nabídky a poptávky po službách cestovního ruchu,
- věcné struktury nabídky, tj. produktů a služeb cestovního ruchu a jejich kvality,
- reálných příjmů obyvatelstva a cen,
- materiálně-technické základny cestovního ruchu,
- infrastruktury jako doplňku materiálně-technické základny.

Schéma 1: Komponenty trhu turismu



Zdroj: Palatková, Zichová (2011, s. 30)

Trh cestovního ruchu je oproti trhu zboží podstatně více ovlivňován mimoekonomickými faktory, jakými jsou např. počasí, přírodní katastrofy, vnitro i mezinárodní politická situace, válečné konflikty, jakož i řada společensky patologických jevů (kriminalita, terorismus, bezpečnost navštívených míst, prostituce). Na tyto vlivy je trh cestovního ruchu velmi citlivý a to jak na straně nabídky, ale především poptávky (Malá, 1999, s. 44).

Nositeli nabídky a poptávky jsou:

- **domácnosti** (návštěvníci), které přicházejí na trh za účelem uspokojení potřeb s cílem maximalizovat užitek,
- **firmy** (poskytovatelé široké škály služeb či výrobci zboží), jejichž cílem je maximalizace zisku z produkce zaměřené na účastníky turismu primárně, částečně nebo okrajově,
- **stát** (veřejná správa), který má na trhu specifické postavení, přichází na trh s cílem ovlivnit jej, odstranit negativní dopady tržního působení a stimulovat pozitivní vliv (Palatková, Zichová, 2011, s. 31).

Poptávka je sledována z pohledu návštěvníka, zatímco nabídku lze chápat jako soubor výrobních činností, které obstarávají podniky především pro účastníka cestovního ruchu (Dwyer, Forsyth, Dwyer, 2010, s. 9).

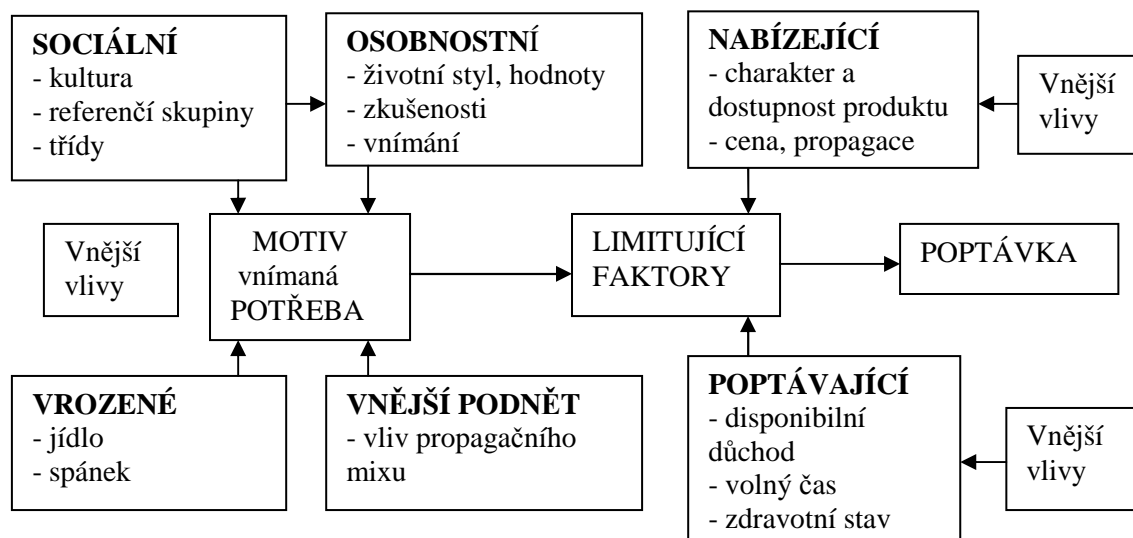
2.1.1 Poptávka cestovního ruchu

Podle Malé (1999, s. 65) představuje poptávka v cestovním ruchu ochotu účastníků cestovního ruchu směnit určité množství peněz za služby a statky cestovního ruchu. Podle Heskové a kol. (2011, s. 13) poptávku cestovního ruchu reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z pohledu ekonomického je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a to obvykle ve volném čase.

“Nositelem poptávky je účastník cestovního ruchu, který se účastní cestovního ruchu v zájmu reprodukce svých fyzických a duševních sil a za účelem uspokojení svých potřeb v oblasti rekreace, poznání a styku s lidmi. Dále uvádí, že poptávku v cestovním ruchu lze chápat jako projev potřeb účastníka cestovního ruchu podložený koupěschopností“ (Malá, 1999, s. 64).

Janečková, Vašítková (2003, s. 16) udává, že trh je na straně poptávky tvořen skupinami zákazníků se stejnými potřebami, vlastnostmi a chováním. Skupiny, které mají podobné chování a vlastnosti se nazývají tržní segmenty. Podle Palatkové a Zichové (2011, s. 51) je segmentace významným nástrojem pro provádění cíleného marketingu.

Schéma 2: Faktory ovlivňující formování poptávky



Zdroj: Palatková, Zichová (2011, s. 41)

Na proměnlivost poptávky v cestovním ruchu upozorňuje Jakubíková (2010, s. 49). Příčinou její změny může být módnost, ohrožení, počasí, politická situace, měnový kurz aj. Dále podotýká, že klienti jsou stále sebevědomější, zkušenější, vyžadují vysokou kvalitu za relativně nízkou cenu. Oceňují profesionalitu, dodržování etických norem, slušné chování, vstřícnost a také balíčky ušité na míru. Více dbají o své zdraví a dobrou tělesnou kondici.

Poptávka je výrazně ovlivňována důchody obyvatelstva, fondem volného času, cenovou hladinou nabízených služeb, spotřebitelskými preferencemi, motivací i módou, prestiží a celkovým způsobem života (Foret a Foretová, 2001, s. 17). Ryglová (2009, s. 99) souhlasí a doplňuje další aspekty, které ovlivňují poptávku. Jde především o kvalitu lidských zdrojů (služby), reklamu, marketingovou činnost, doporučení jiných, příspěvky na úhradu (lázně, sportovní, kulturní a náboženské akce), ekonomická a politická situace v zemi (bezpečnost) a v neposlední řadě dopravní dostupnost.

Charakteristické rysy poptávky shrnuje Jakubíková (2010, s. 49). Jedná se o komplexnost a sezonnost, jež určují její periodický charakter. Sezonnost je dána přírodními, klimatickými podmínkami, legislativními, zpřístupněním některých atraktivit v určitém času (zámky, hrady, bezplatný vstup v některých dnech). Sezonnost má velký vliv na zaměstnanost, spotřebu energií, rozsah služeb. Zařízení, která mají výslovně sezonní charakter, bývají často dlouhodobě mimo provoz, což není z ekonomického hlediska vzhledem k obvykle vysoké finanční náročnosti na jejich výstavbu a vybavení rentabilní. Proto sílí snaha o jejich celoroční využití.

K překonání sezonnosti tj. kolísavosti, nevyrovnanosti poptávky v cestovním ruchu se využívá techniky „*Yield Management*“. Cílem je rovnoměrnější využití stávající kapacity. Nástrojem je obvykle cenová diferenciacce založená na segmentaci trhu cestovního ruchu. Výnosový management může zlepšit ekonomické výsledky zvýšením obsazenosti sedadel ve vlaku, letadle či autobuse, zvýšením vytíženosti pokojů v ubytovacím zařízení (Ryglová, 2009, s. 50).

2.1.2 Nabídka cestovního ruchu

Nabídku cestovního ruchu tvoří všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu a hospodářství (Hesková a kol., 2011, s. 15). Předmětem nabídky jsou objekty cestovního ruchu. V konkrétní podobě jsou představované souhrnem atraktivit, služeb, hmotných statků a užitečných efektů, které jsou v určitém místě a čase k dispozici pro uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu, a které prodávající chtějí na trhu cestovního ruchu realizovat (Malá, 1999, s. 45).

„Nabídka by měla vznikat jen tam, kde existuje poptávka. Cena produktu je potom vyjádřením hodnoty produktu“ (Jakubíková, Ježek a Pavlák, 2000, s. 73). Ryglová (2009, s. 99) dodává, že nabídka v cestovním ruchu je reprezentována souhrnem všech komponentů nutných k realizaci účasti na cestovním ruchu a k naplnění očekávaných efektů.

Do komponentů nabídky cestovního ruchu patří **přírodní zdroje** (počasí, reliéf, fauna, flora, přírodní krásy, vodní plochy), **životní prostředí**, dále **vystavěné prostředí**, **provozní odvětví**, **pohostinství a kulturní zdroje**. Poslední složka prolíná všemi uvedenými komponenty. Jedná se především o kulturní zvyky, náboženství, tradici místa i chování místních obyvatel. Mimo uvedené sem patří i literatura, historie, hudba, tanec, nákup, sport a další aktivity (Goeldner, Ritchie, 2009, s. 335 - 336).

Palatková, Zichová (2011, s. 58) uvádí, že nabídka v turismu má dvě podstatné součásti, a to atraktivitu cílových míst a vybavenost cílových míst (infrastruktura, suprastruktura).

Pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci je důležitá kvalitní nabídka, která je schopna přilákat návštěvníky a následně uspokojit jejich potřeby a požadavky (Királová, 2003, s. 16).

Királová (2003, s. 16), Hesková a kol. (2011, s. 15) i Lednický (2004, s. 12) shodně rozdělují nabídku cestovního ruchu na **primární** a **sekundární**. Cílové místo musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, který se označuje jako **primární nabídka**. Ta umožňuje naplnit cíle účasti na cestovním ruchu (oddech, zdraví, poznávání, atd.). Prostředkem k dosažení vytyčeného cíle je různorodá infrastrukturní vybavenost, která se označuje jako **sekundární nabídka**. Jde především o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu (Hesková a kol., 2011, s. 15).

Podle názoru Lednického (2004, s. 12) je potenciál územního celku z hlediska turismu tvořen konkrétní podobou primární a sekundární nabídky. Jedná se v podstatě o potřebnou vybavenost území především **primární nabídkou**, kterou tvoří zajímavosti dané jednak přírodou a jednak vytvořené člověkem. **Sekundární nabídku** vytvoří materiálně technická základna, která je důležitým a nezbytným doplňkem primární nabídky. Takto chápaný potenciál územního celku lze označit i jako vybavenost turistickými atraktivitami a potřebnou turistickou infrastrukturou.

Hrabánková a Hájek (2002, s. 57) doplňují, že k rozvojovému potenciálu regionu patří i kulturně historické faktory, zejména kulturní dědictví, tradice, kulturnost obyvatel a jejich estetické cítění s kulturně historickým vývojem svého regionu. To vše vytváří soubor faktorů a vztahů ovlivňujících sociálně-ekonomickou úroveň regionu a konkurenceschopnost jeho výroby a aktivit, včetně předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu.

Tabulka 1: Nabídka destinace cestovního ruchu

Primární			Sekundární		
Přírodní potenciál	Kulturně historický potenciál	Kulturně-společenské akce	Suprastruktura CR	Infrastruktura CR	Všeobecná infrastruktura
geomorfologický	hrady, zámky	veletrhy, výstavy	ubytovací zařízení	cestovní kancelář	doprava
klimatický	muzea, skanzeny	kongresy, symposia	hostinská zařízení	informační kanceláře	dopravní dostupnost
hydrologický	národopisné rezervace	Festivaly		směnárný	půjčovny aut
fauna	rezervace lidové architektury	obchodní akce		sportovně-rekreační zařízení	komunální a veřejně prospěšné služby
flora	sakrální stavby	sportovní akce		rekreační doprava	technické sítě
chráněná území	městské památkové rezervace	náboženské akce		kulturně-společenská zařízení	zásobování vodou, elektřinou, plynem
				záchranná služba	likvidace odpadů

Zdroj: Királová, (2003, s. 88)

Podle Jakubíkové (2010, s. 55) jsou charakteristické rysy nabídky:

- různorodost a komplexnost (rekreační prostor, pracovní síly),
- vázanost nabídky na rozsáhlé investice,
- vysoký stupeň pohotovosti k výkonům.

Nabídka je silně podmíněna lidským faktorem, a to jak vysokým podílem živé práce při poskytování služeb cestovního ruchu, tak i nutnou přítomností zákazníka při jejich spotřebě Lednický (2004, s. 35).

Nabídku destinace ovlivňují možnosti úvěrování, výše úroku, kurz měny, daňová soustava, program podpory rozvoje cestovního ruchu, program podpory malého a středního podnikání Királová (2003, s. 50). Podle Foreta a Foretové (2001, s. 17) ovlivňuje nabídku také rozvoj a využívání techniky a technologií (internet, informační a rezervační systémy jako Galileo). Podle Ryglové (2009, s. 99) působí i kvalita přírodního prostředí, cenové nabídky dodavatelů, dopravní dostupnost, kontrakty se zahraničními partnery, distribuční a prodejní činitelé a v neposlední řadě relativně malá pružnost nabídky.

Ekonomické prostředí silně ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu v destinaci, a to jak z hlediska poptávky, tak z hlediska nabídky. Z hlediska poptávky jde o faktory, které ovlivňují kupní sílu návštěvníků a strukturu jejich výdajů. Chování návštěvníka ovlivňuje výše úroků, kurz měny, možnosti úvěru, velikost daně z přidané hodnoty, ekonomický růst a stabilita (Királová, 2003, s. 50).

2.2 Význam cestovního ruchu

Francová (2003, s. 13) zmiňuje důležitost a význam cestovního ruchu jak pro společnost, tak i pro každého osobně. Lze shrnout do následujícího přehledu:

- podílí se na rozvoji osobnosti,
- slouží k účelnému využití volného času,
- pomáhá utvářet životní styl lidí,
- slouží k poznání, k získávání jazykových znalostí,
- je prostředkem vzdělávání a výchovy lidí,
- má relaxační působení,
- ekonomický přínos.

Jakubíková, Ježek a Pavlák (2000, s. 30) dále doplňují, že faktory účasti obyvatelstva na cestovním ruchu - působí na růst - rozvoj výroby, urbanizace, růst počtu obyvatel, růst vzdělanosti a poznání, demografické faktory, sociální postavení, ekonomické postavení, ekologické faktory, růst volného času, psychologické faktory, zdravotní stav a způsob života.

Podle údajů mezinárodních organizací představuje cestovní ruch ve druhé polovině 20. století jedno z nedynamičtějších národohospodářských odvětví. Svou ekonomickou váhou se řadí na třetí místo za obchod s ropou a ropnými produkty a automobilový průmysl. Svými multiplikačními efekty zvyšuje zaměstnanost, vytváří pracovní příležitosti a podporuje investiční aktivity (Foret a Foretová, 2001, s. 46).

Cestovní ruch je jedním z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa. Má vliv na zaměstnanost, na tvorbu hrubého domácího produktu, vytváření devizových rezerv státu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek a zvyšuje všeobecnou vzdělanostní úroveň obyvatelstva. I když je ekonomický přínos cestovního ruchu pro stát jednoznačný, je třeba si uvědomit, že je víc než jen ekonomický fenomén (Királová, 2003, s. 9).

Mezi důležité a významné přínosy patří právě ekonomický přínos, proto budou dále rozebrány jeho přínosy a výhody, které přináší společnosti.

Ekonomický význam

Ekonomický význam lze rozdělit na *přímé zdroje* (zahraniční a domácí turisté) a *nepřímé zdroje* z cestovního ruchu. Mezi nepřímé zdroje patří:

- cestovní ruch vytváří pracovní příležitosti, a tedy i mzdy a tím umožňuje další spotřebu a investice,
- přináší příjmy FO a PO z prodeje zboží a služeb a umožňuje investovat, nakupovat nové informační technologie, provádět opravy a údržbu zařízení,
- přináší příjmy do veřejných rozpočtů z daní a poplatků a přispívá tak k dalšímu rozvoji města (Foret, Foretová, 2001, s. 47 - 48).

Cestovní ruch má výrazné ekonomické přínosy, je-li správně rozvíjen. Podílí se na růstu HDP země, pomáhá vytvářet pracovní místa, umožňuje zvýšení příjmů domácností, má výrazné multiplikační efekty (Jakubíková, 2010, s. 11).

Podle Indrové a kol. (2009, s. 8) je nutno chápat cestovní ruch v jednotě jeho dvou stránek:

- cestovní ruch jako způsob uspokojování potřeb, tedy jako *oblast spotřeby*,
- cestovní ruch jako *oblast podnikatelských příležitostí* v mnoho oborech lidské činnosti, a jako významnou součást ekonomiky.

Vaško (2002, s. 58) uvádí, že ve světě je považován cestovní ruch za odvětví budoucnosti s ohledem na multiplikační efekt doprovázející jeho rozvoj. Často bývá označován za nejvýznamnější odvětví, ve kterém vzniká nejvíce pracovních příležitostí. Mimo zaměstnanosti ovlivňuje podstatným způsobem dalších zhruba 5 oblastí:

- podílí se na tvorbě hrubého domácího produktu,
- pozitivně ovlivňuje platební bilanci státu,
- tvoří příjmy státního rozpočtu,
- má vliv na příjmy místních rozpočtů,
- jeho rozvoj podporuje investiční aktivity.

Přínosy cestovního ruchu pro českou ekonomiku zejména jako významný zdroj deviz, významný zdroj pracovních příležitostí, prostor pro umístění zahraničních investic, rostoucí oblast osobní spotřeby, podporuje zvyšování životní úrovně obyvatel a významný potenciální prvek rozvoje regionů a sociální aspekt (Ryglová, 2009, s. 8).

Cestovní ruch se také podílí **na rozvoji regionů**. Indrová a kol. (2009, s. 107) uvádí, že rozvoj jakéhokoliv územního celku v cestovním ruchu z pohledu cestovního ruchu je podmíněn především přírodními, kulturně historickými a ostatními atraktivitami, jakož i jeho vybaveností materiálně-technickou základnou. V řadě míst a oblastí, které nemají výraznější předpoklady pro rozvoj jiných ekonomických činností nebo u kterých jejich přírodní a kulturně historické atraktivity mají vysokou míru kvality či jedinečnosti, se cestovní ruch stává dominantním činitelem jejich rozvoje s významnými ekonomickými dopady, které plynou především z:

- výdajů účastníků cestovního ruchu a jejich přesunu z míst bydliště do míst cestovního ruchu,
- daňových příjmů a různých poplatků, které se stávají významnými zdroji místních rozpočtů,
- vytváření podnikatelských příležitostí a zaměstnanosti,
- vytváření investičních příležitostí,
- zlepšování celkové úrovně infrastruktury a vybavenosti nejen pro účastníky, cestovního ruchu, ale i pro místní obyvatelstvo,
- podněcování pro rozvoje řady ekonomických aktivit včetně místních řemesel.

Malá (1999, s. 77) souhlasí s výše uvedeným a uvádí, že tímto cestovní ruch ekonomicky zhodnocuje přírodně a kulturně historický potenciál daných míst, který by bez cestovního ruchu zůstával v převážené míře nevyužit. Podle Palatkové, Zichové (2011, s. 89) je regionální rozvoj turismu úzce spjat s vlivem turismu na veřejné rozpočty, zejména na krajské a místní.

Komunikační význam

Význam cestovního ruchu pro obec je spatřován nejen ve známých přínosech ekonomických, ale také obvykle méně uvědomovaných komunikačních. Velmi dobře uvedli komunikační přínos pro cestovní ruch Foret a Foretová (2001, s. 48). „Druhotným produktem propagace cestovního ruchu je budování image města v očích návštěvníků i domácích obyvatel. Dobře připravená propagace území, znalost jeho silných stránek a posilování povědomí o málo známých a zajímavých skutečnostech neprospívá jenom cestovnímu ruchu. Image by měl stavět na přírodních a historických zvláštěnostech, ale v současné době by měl především vycházet z vědomostního, inovačního a myšlenkového potenciálu území.“

Cestovní ruch současně pomáhá oslovit potenciální investory prostřednictvím místních památek, událostí a kulturních hodnot, činí z těchto hodnot významné nástroje hospodářského rozvoje a tím je vlastně ekonomicky zhodnocuje. Navíc prostřednictvím cestovního ruchu dochází k realizaci a prosazení řady rozvojových aktivit i projektů (Lednický, 2004, s. 48).

2.2.1 Multiplikační efekt cestovního ruchu

Multiplikační efekt vyjadřuje vztah cestovního ruchu k řadě odvětví. Jde o dvoustranný charakter. Na základě druhotného vlivu cestovního ruchu na rozvoj ostatních odvětví lze hovořit o multiplikačním efektu cestovního ruchu v národním hospodářství (Petrů, 1999, s. 42).

Hrabánková a Hájek (2002, s. 69) souhlasí s druhotným vlivem cestovního ruchu a vidí, že pozitivně ovlivňuje řadu dalších odvětví a sektorů, jako jsou zejména doprava, obchod, stavebnictví, bankovníctví, telekomunikace, kultura a sport. V některých zahraničních studiích je uváděna propojenost a statistická sledovatelnost vlivu cestovního ruchu (tzv. satelitní - odvětvový účet cestovního ruchu) na více než 20 odvětví.

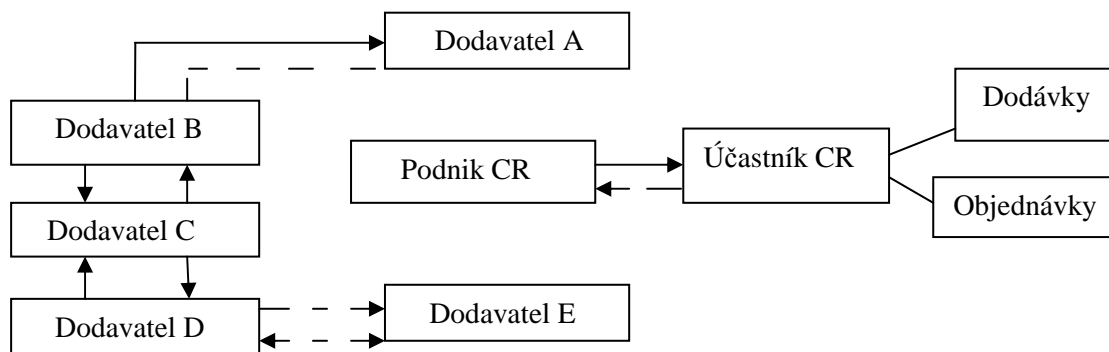
Zprostředkovaná účinnost cestovního ruchu na ekonomiku státu spočívá v následném působení cestovního ruchu na ekonomický rozvoj celé řady dalších odvětví národního hospodářství, a to především *multiplikátoru příjmového, multiplikátoru zaměstnanosti, multiplikátoru investic a multiplikátoru mzdového*“ (Indrová a kol., 2009, s. 109). Palatková, Zichová (2011, s. 86) doplňují multiplikátory výrobní, vládní i daňový multiplikátor.

Cestovní ruch jako ekonomický multiplikátor vystupuje v souvislosti s budováním technické základny ubytovacích, stravovacích zařízení s rozvojem dopravy a zařízení doplňkových služeb. Tyto je možné zabezpečit pouze s dodávkami surovin, materiálu, zařízení, technologií, služeb a pracovních sil, nebo v konečném důsledku představuje rozvoj, resp. alespoň existenci komplexu jednotlivých dodavatelských odvětví, které participují na budování cestovního ruchu. Ve zpětné vazbě se tato odvětví rovněž rozvíjí (Hesková a kol., 2011, s. 171).

Správné fungování zařízení v cestovním ruchu vyžaduje další komplementární služby. Působí tzv. „nabalující efekt“, který se projevuje ve větší potřebě služeb peněžních institucí, kulturních a sportovních zařízení, obchodů atd. Vyvolaná produkce posiluje ekonomický růst regionu a zvyšuje životní úroveň obyvatel (Lednický, 2004, s. 10).

Vzájemné vztahy cestovního ruchu a dalších hospodářských odvětví, které připravují v tzv. multiplikačním efektu, je možné znázornit následujícím způsobem:

Schéma 3: Vztahy cestovního ruchu a odvětví národního hospodářství



Zdroj: Hesková a kol. (2011, s. 171)

Podle Goeldner a Ritchie (2009, s. 396) je výsledný efekt určen součtem tzv. **přímých** a **nepřímých efektů**. Výdaje účastníka cestovního ruchu v dané oblasti se nejprve stanou příjmem pro místního podnikatele a později se stanou znovu výdajem. Tento koloběh se opakuje tak dlouho, dokud multiplikační efekt úplně nezmizí. V každém kole nastane následující situace. Ne všechny příjmy se opět stanou výdaji - část z nich totiž slouží jako úspory. V každém případě bude platit, že čím větší část získaných příjmů bude vynaložena ve formě výdajů v daném místě, tím vyšší bude výsledný multiplikační efekt.

Palatková, Zichová (2011, s. 85 - 86) a Dwyer, Forsyth, Dwyer (2010, s. 217 - 218) rozdělují turismus na tři ekonomické efekty, a to:

Přímé efekty turismu jsou realizovány v odvětvích přímo spojených s turismem, tedy v odvětvích, kde dochází k přímému kontaktu poskytovatele/zprostředkovatele služby turismu a účastníka turismu. Tedy zakoupením pobytu v hotelu, je realizován přímý efekt turismu. **Nepřímé efekty turismu** bývají označovány jako tzv. vyvolané nebo multiplikované a k jejich realizaci dochází zejména u dodavatelských odvětví. Realizace nepřímých efektů turismu není spojena s přímým kontaktem účastníka turismu a poskytovatele služby, ale jedná se o směnu a její efekty v oblasti tzv. dodavatelsko-odběratelských vztahů. Příkladem může být poskytování účetních, marketingových služeb pro hotel, či nákup potravin pro restauraci. Nepřímé efekty nejsou na první pohled zřejmé proto, že k jejich realizaci dochází v rámci dodavatelsko-odběratelských vztahů. Za **indukované efekty turismu** jsou považovány takové, které představují další realizaci příjmů z turismu ze strany soukromého sektoru, veřejného sektoru i domácností (zaměstnanců). Příkladem může být zvýšení výdajů sektoru domácností na základě zvýšení příjmů ze zahraničního turismu v destinaci.

Cestovní ruch vytváří příležitosti bez velkých investic. Díky vysokému multiplikačnímu efektu každé pracovní místo v cestovním ruchu otevírá možnost vzniku v průměru dalším třem pracovním příležitostem. Tam, kde se úspěšně rozvíjí, na sebe cestovní ruch nabaluje mnoho dalších činností (řemesel, uměleckých řemesel, provozování nejrůznějších sportovních i kulturně-uměleckých činností, apod.), je schopen zaměstnat drobné místní provozovny všeho druhu. Oživuje kulturní, historické, technické, či přírodní atraktivity (např. hrady, zámky, muzea, galerie, skanzeny apod.), (Ryglová, 2009, s. 7).

Typy multiplikátorů

Multiplikační účinek je jev, kdy přírůstek určité investice působí na zvýšení produktu (vyjádřeného např. zvýšením daňových příjmů obce v několikanásobně vyšším rozsahu, než činil původní objem investice). Dochází k tzv. sekundární expanzi výsledné veličiny (Janečková, Vašítková, 1999, s. 48).

Multiplikátory obecně udávají, o kolik vzroste určitá veličina (např. zaměstnanost v cestovním ruchu), změní-li se určitý vstup (většinou výdaje návštěvníků) o dodatečnou jednotku. Multiplikátor příjmový vyjadřuje změnu příjmů z turismu, multiplikátor zaměstnanosti zvýšení zaměstnanosti, atd. (Palatková, Zichová, 2011, s. 86).

Existuje několik typů multiplikátoru a také metod pro jeho výpočet. Archer dělí multiplikátory na transakční, zaměstnanosti a multiplikátor výstupu:

1. **Multiplikátor transakční** (prodejní) - měří celkové množství obchodních příjmů vytvořených v ekonomice v důsledku zvýšení výdajů účastníků cestovního ruchu.
2. **Multiplikátor výstupu** umožňuje měření množství dostatečných ekonomických výstupů, které vznikají v důsledku zvýšení výdajů účastníků cestovního ruchu.
3. **Multiplikátor zaměstnanosti** představuje měření buď celkového množství práce vytvořené další jednotkou turistických výdajů, nebo poměr celkové zaměstnanosti generované stejnými výdaji na přímou zaměstnanost (Sharpley, Telfer, 2002, s. 95).
4. **Multiplikátor příjmový** měří, jak se změní dostatečné příjmy (mzdy a platy, nájemné, úroky i zisky), které se vytváří v ekonomice v důsledku toho, že se zvýší výdaje účastníků cestovního ruchu (Goeldner a Ritchie, 2009, s. 398).

Multiplikátor zaměstnanosti je velmi odlišný v závislosti na regionu, v kterém se nachází, a to především díky jeho ekonomickému základu (Goeldner a Ritchie, 2009, s. 398).

Významný je multiplikátor zaměstnanosti, který vytváří pracovní pozice v cestovním ruchu přímo v zařízeních cestovního ruchu, nebo nepřímo v zařízeních služeb, které v rámci komplementárních vazeb aktivně působí jako dodavatelé daných služeb. Na důležitost zaměstnanosti upozorňují Sharpley a Tefler (2002, s. 102).

Indrová a kol. (2009, s. 107) i Sharpley a Tefler (2002, s. 167) se k tématu zaměstnanosti vyjádřili, že se dělí na přímou, doplňkovou a nepřímou. **Přímá zaměstnanost** v podnicích, jejichž služby jsou určeny výhradně, či převážně účastníkům cestovního ruchu (ubytovací, stravovací, dopravní, cestovní kanceláře, turistická informační střediska, organizace cestovního ruchu, profesní svazy, apod.), ale i zaměstnanost v podnicích **doplňkových služeb**, kde účastníci cestovního ruchu tvoří jen malou část klientely (pojišťovny, obchodní síť, servisní a opravárenské služby, apod.). Zcela samostatný problém je tzv. **vyvolaná zaměstnanost**, tj. zaměstnanost v odvětvích, které zajišťují chod podniků s přímou zaměstnaností (dodavatelé hotelů a restaurací, stavební firmy, dodavatelé dopravních zařízení, apod.).

Mezi přínosy cestovního ruchu pro zaměstnanost patří i skutečnost, že vytváří pracovní místa v široké škále profesí a různorodé náročnosti, od méně kvalifikovaných, přes středně až po vysoce kvalifikovaná místa (Malá, 1999, s. 75).

Hesková a kol. (2011, s. 172) doplňují, že vznik nových pracovních příležitostí a rozvoj zaměstnanosti vytváří cestovní ruchu především v procesu budování technické základny při eventuálním rozvoji dodavatelských odvětví, dále v procesu realizace jednotlivých služeb, které jsou součástí produktu cestovního ruchu. Pracovní příležitosti vznikají hlavně v následujících zařízeních, která poskytují základní nebo doplňkové služby cestovního ruchu:

- ubytovací a stravovací zařízení, dopravní služby, turistické atrakce, regionální sdružení a turistické agentury, cestovní kanceláře, turistické informační kanceláře, prodej suvenýrů a dalšího doplňkového zboží.

Pro podnikání v cestovním ruchu jsou typické malé a střední podniky s menším počtem zaměstnanců. Většinou jde o flexibilní podnikatelské jednotky, které se musí přizpůsobovat potřebám trhu (Lednický, 2004, s. 15).

2.2.2 Satelitní účet

Jde o ekonomický účet odvětví cestovního ruchu, který je vytvářen celou soustavou ukazatelů zachycujících a kvantifikujících ekonomické a sociální aspekty cestovního ruchu. Vymezuje mezinárodní standardy pro měření ekonomických přínosů cestovního ruchu. Metodikou satelitního účtu je tedy možno identifikovat a prokázat podíl cestovního ruchu na výkonu jednotlivých odvětví a celkové přínosy cestovního ruchu pro národní ekonomiku (Rygllová, 2009, s. 12).

Podle Heskové a kol. (2011, s. 176 - 177) je využíván pro měření efektů cestovního ruchu. Jedná se o systém národních účtů, který byl přijatý v roce 1993 statistickou komisí OSN. Systém doporučuje využití nové koncepce výkaznictví v oblasti cestovního ruchu. Turistický satelitní účet je způsob statistického výkaznictví, který umožňuje získat celkový přehled o vlivu cestovního ruchu na ekonomiku státu v rovnováze s jinými odvětvími národního hospodářství.

Francová (2003, s. 61) i Goeldner, Ritchie (2009, s. 404 - 405) dodávají, že satelitní účet umožňuje zjištění, resp. vyčíslení HDP tvořeného „odvětvím průmyslu cestovního ruchu“, tj. těmi odvětvími, které přímo zabezpečují služby a zboží pro účastníky cestovního ruchu a dále v širším slova smyslu definovanou „ekonomikou cestovního ruchu“. Tj. navíc o efekty vyvolanými CR ve všech dalších odvětvích ekonomiky, např. ve stavebnictví, průmyslu.

Účelem a cílem tedy je:

- prezentovat údaje o cestovním ruchu, které se opírají o zásady systému národních účtů a jsou kompatibilní s doporučeními OSN/UNWTO,
- poskytovat soustavu mezinárodně porovnatelných ukazatelů,
- komplexně analyzovat cestovní ruch,
- určit vliv základních činností cestovního ruchu na ostatní odvětví ekonomiky,
- zvýraznit multiplikační efekt,
- vyjádřit hodnotově jeho přínosy pro tvorbu HDP, příjmy státu, státních a místních rozpočtů i pro rozvoj zaměstnanosti.

Metodika satelitního účtu turismu je oproti jiným odvětvím složitější v tom, že nemůže vycházet z prostých rozdílů vstupů a výstupů či ze zjišťování stavu určitých veličin (např. zaměstnanosti) v daném časovém intervalu. Komplikované zjišťování ekonomických efektů turismu je zapříčiněno heterogeností odvětví turismu, a tedy i nesnadným měřením vstupů a výstupů v různých odvětvích. Turismus se podílí na vstupech a výstupech různých odvětví, a to v různé míře, což je další komplikující faktor. Míru podílu turismu v daném odvětví není

možné stanovit univerzálně v rámci základní metodiky, ale je potřebné přihlédnout k řadě faktorů jako charakter a typ turismu v dané ekonomice, k sezonním výkyvům, k charakteru čerpaných služeb ubytovacích, stravovacích, dopravních, ale i k obchodním zvyklostem (Palatková, Zichová, 2010, s. 106).

Királová (2003, s. 152) definuje satelitní účet cestovního ruchu jako globální standardy, které umožňují skutečný přínos odvětví pro národní hospodářství, a to především:

- procentní podíl cestovního ruchu na tvorbu hrubého domácího produktu,
- podíl cestovního ruchu na tvorbu pracovních míst,
- objem kapitálových investic vyvolaných cestovním ruchem,
- daňový přínos vyplývající z aktivit cestovního ruchu,
- vliv cestovního ruchu na platební bilanci.

Satelitní účet lze sestavit i ve zjednodušené podobě. Pak poskytuje informace o vlivech na vývoj některých národohospodářských ukazatelů (např. podíl cestovním ruchem vyvolané poptávky na celkových výdajích - na spotřebě domácností, na spotřebě vlády, na investicích, na hodnotě vývozu, HDP či vytváření pracovních míst), (Ryglová, 2009, s. 12).

2.3 Negativní dopady cestovního ruchu

Cestovní ruch kromě výhod s sebou přináší i nevýhody. Bylo by krátkozraké tvrdit, že rozvoj cestovního ruchu a příliv návštěvníků mají jen pozitivní vliv na ekonomiku, a nebrat v úvahu jeho možný negativní vliv na přírodní prostředí, na supra a infrastrukturu apod. V této souvislosti je nutná určitá regulace rozvoje cestovního ruchu tak, aby byl dlouhodobě udržitelným (Királová, 2003, s. 9).

Foret a Foretová (2001, s. 18) i Francová (2003, s. 14) uvádí, že se jedná o cestovní ruch, který s sebou přináší řadu problémů, označují ho za sociálně nežádoucí. Zaměřuje se na snadnější dostupnost alkoholu, drog, hazardních her a prostituce. Dochází také ke zneužívání místních výhod pramenících z lokálních nedostatků ekonomických (nízké ceny), sociálních (nezaměstnanost, nízká životní úroveň), legislativních (chybějících nebo špatné zákony v zemi).

Horner a Swarbrooke (2003, s. 135) upozorňují na nebezpečí virtuální reality, která by mohla zničit cestovní ruch. Mohla by vzít lidem motivaci cestovat pro potěšení. Argumentuje se, že virtuální realita nabídne lidem tak neuvěřitelné simulovat zážitky, které budou moci prožít doma nebo ve specializovaných centrech, že nebudou chtít nikam cestovat a za autentickými zážitky.

Jakubíková (2010, s. 11) doplňuje další nevýhody cestovního ruchu: „Má charakter sezonní, znamená zátěž pro životní prostředí, podílí se na procesu akulturace. Lidé jezdí do těch míst, která jim mají co nabídnout. Hledají odpočinek, rozptýlení, zábavu, kulturní a sportovní využití, upevnění zdraví. Jsou informovanější i náročnější a za své peníze očekávají stále větší hodnotu.“

Ryglová (2009, s. 159) zmiňuje negativní dopady rozvoje cestovního ruchu v regionu. Tyto dopady působí problémy zejména v těchto důležitých oblastech: *životní prostředí*, *sociálně-kulturní* a *ekonomické oblasti*. Királová (2003, s. 26) vidí *negativní ekonomické dopady* rozvoje cestovního ruchu v destinaci, které se projevují prostřednictvím: skrytých nákladů, které vznikají jako následek rozvoje cestovního ruchu, a to na infrastrukturu (výstavba dálnic, letišť a jiné infrastruktury může markantně snížit výsledný finanční efekt z cestovního ruchu). Dále v důsledku daňových prázdnin vyžadovaných investory (což může značně omezit možnosti vlády investovat do jiných důležitých odvětví jako školství, zdravotnictví).

Francová (2003, s. 14) určila další negativní dopady, a to v oblasti životního a kulturního prostředí. Jedná se o zvýšenou úroveň znečištění a znehodnocení životního prostředí, změnu v charakteru přírodního prostředí v důsledku necitlivé výstavby a v neposlední řadě náklady na zajištění ochrany kulturních a historických památek.

Dwyer, Forsyth, Dwyer (2010, s. 629) upozorňují na paradox související s životním prostředím. Kvalitní prostředí je jedním z důvodů návštěvy destinace, ale zároveň vyšší návštěvnost poškozují ráz krajiny i samotné prostředí.

Királová (2003, s. 24 - 25) s výše uvedeným souhlasí, jen doplňuje, že negativní dopad cestovního ruchu na *životní prostředí* se projevuje především v případě, kdy počet návštěvníků destinace překročí míru únosnosti a životní prostředí ztratí schopnost vypořádat se s nadměrným využíváním bez znatelných změn. Toto může vést nejen k jeho oslabení, ale i k jeho zničení. Nejmarkantnější se v této souvislosti projevuje neúměrné využívání přírodních zdrojů, znečišťování přírodního prostředí či fyzické znečišťování a to např. erozí půdy způsobenou odlesňováním nebo zamoření ovzduší především zplodinami vznikajícími v letecké a silniční dopravě. Horner, Swarbrooke (2003, s. 438) správně podotkli, že tyto negativní dopady, které mají vliv na životní prostředí, nutí výrobce upravovat produkty tak, aby se vyhnuli kritice.

Ryglová (2009, s. 159) k negativním ekonomickým dopadům a dopadům na životní prostředí, doplňuje negativní dopady cestovního ruchu v oblasti *sociálně-kulturní*. Ty se projeví v případě, kdy se změní systém hodnot a chování místních obyvatel, čímž je ohrožen původní způsob života. Změny často nastávají i ve struktuře komunity, rodinných vztazích, v tradičním životním stylu a morálce. Cestovní ruch může způsobit změny v místní lokalitě a hodnotách prostřednictvím přímého a nepřímého kontaktu návštěvníků s obyvateli destinace.

Williams (1998, s. 158) uvádí *Doxeyho iritační index*, který popisuje vývoj vztahů plynoucí ze setkání místních obyvatel a návštěvníků. Nejprve jde o euforii (nadšení z návštěvníků), poté dochází k apatii, která vyúsťuje v nepřijemnosti mezi návštěvníky a domácím obyvatelstvem. Až v konečném důsledku dochází k nespokojenosti místních obyvatel, až k podrážděnému chování místních obyvatel k návštěvníkům.

Horner a Swarbrooke (2003, s. 402) vidí řešení v použití marketingové techniky *demarketingu*, která se snaží odradit zákazníky od kupování určitého produktu. Týká se to především míst, kde jsou počty turistů příliš velké a jejich chování může mít škodlivé následky, se tradičně vyvíjela snaha usměrňovat a minimalizovat jeho negativní dopady. S takovým přístupem se setkáváme v historických městech. Většinou se jedná o snahu snížit počty lidí navštěvující určitá místa, snahu snížit počty lidí v určitou dobu a v neposlední řadě o snahu odradit určitou skupinu lidí od návštěvy.

Petrů (1999, s. 43) uvádí v souvislosti s pozitivními a negativními vlivy cestovního ruchu na rozvoj oblastí o „*udržitelném rozvoji cestovního ruchu*“, který má uspokojovat potřeby současně turistů a hostitelských regionů a zároveň chránit a zvyšovat tyto možnosti do budoucna. Vaško (2002, s. 4) doplňuje dle UNWTO, že udržitelný rozvoj turistiky uspokojuje potřeby současných turistů a hostitelských regionů a zároveň chrání a zvyšuje tyto možnosti do budoucna. Má vést k řízení všech zdrojů, a to tak, aby byly uspokojeny ekonomické, sociální a estetické potřeby při zachování kulturní integrity, nejdůležitějších procesů, biologické různorodosti a procesů, které umožňují život.

Pokud má odvětví cestovního ruchu přinášet žádoucí efekty, je nezbytné ho účinně a na všech úrovních koordinovat, řídit a vytvářet pro něj potřebné podmínky a současně vhodnými nástroji podněcovat jeho udržitelný rozvoj. Tuto odpovědnost má v České republice na úrovni státní správy na základě kompetenčního zákona zejména Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (Ryglová, 2009, s. 163).

2.4 Marketing destinace

2.4.1 Destinace

Királová (2003, s. 15) zmiňuje definici destinace cestovního ruchu, a to v širším a užším smyslu. V užším smyslu lze chápat jako cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu. V širším smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.

V souladu s definicí UNWTO uvádí Palatková (2006, s. 16) pojem destinace. Ta je chápána jako geografický prostor (stát, místo, region), který si návštěvník (segment) vybírá jako svůj cíl cesty. Destinace nabízí služby jako ubytování, stravování, sportovní aktivity a zábava.

V souladu s odbornou literaturou shrnuje Ryglová (2009, s. 153) komponenty destinace tzv. „6A“, a to:

- *attractions* - primární nabídka cestovního ruchu, která množstvím, kvalitou a atraktivitou vyvolává návštěvnost (přírodní, kulturně-historický potenciál),
- *accessibility a ancillary services* - všeobecná infrastruktura, která umožňuje přístup do destinace, pohyb za atraktivitami destinace, patří sem také služby využívané především místní obyvatelstvem (telekomunikační, zdravotnické, bankovní, poštovní),
- *amenities* - suprastruktura a infrastruktura cestovního ruchu, které umožňují pobyt v destinaci a využití jejích atraktivit (ubytovací, hostinská, sportovně-rekreační, kulturně-společenská a jiná zařízení),
- *available packages* - připravené produktové balíčky,
- *activities* - rozmanité atraktivity.

Dwyer, Forsyth, Dwyer (2010, s. 760) uvádí zdroje destinace, a to původní a vytvořené. Do původních zdrojů destinace se řadí přírodní (počasí, vodstvo, atd.) a kulturní dědictví (řemesla, zvyky, tradice). Vytvořené zdroje tvoří atributy jako ubytování, stravovací zařízení, doprava, či zábavná zařízení. Tyto zdroje sami o sobě nepostačují, důležitá je i infrastruktura destinace, dostupnost destinace, kvalita poskytovaných služeb a pohostinnost v destinaci.

Města a obce neexistují ve vzduchoprázdnu, ale nacházejí se v konkurenčním prostředí, soupeří o návštěvníky a ucházejí se o přízeň investorů s mnoha dalšími obcemi, městy, regiony zároveň. Proto by měla ve své činnosti využívat marketingového přístupu, sledovat své zároveň slabé a silné stránky, snažit se využívat příležitostí a eliminovat hrozby tržního prostředí. K tomu potřebují získávat a sdělovat informace (Foret a Foretová, 2001, s. 91).

2.4.2 Marketing

Palatková (2006, s. 81) zmiňuje definici marketingu podle Kotlera, který formuluje marketing jako společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují a požadují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných výrobků s ostatními.

Horáková (2000, s. 14) spojuje marketing s trhem a jeho rozvojem. Jako soubor metod, přístupů a činností umožňující efektivně řešit problémy spojené s podnikatelskými aktivitami na trhu, je vystaven vlivu změn související s vývojem lidské společnosti a jejího myšlení.

Horner a Swarbrooke (2003, s. 29) uvádí ve své knize Levitta, který vidí roli marketingu takto: „Pochtivě pojatý marketing se snaží vytvořit hodnotné, uspokojivé zboží a služby, které zákazníci budou kupovat.“ Fyall a Garrod (2005, s. 27) upozorňují na důležitou roli zákazníka. Bez zákazníka nebudou zisky a bez zisku nemůže společnost existovat.

Cíl marketingu podle Johnové (2008, s. 16): „Dodat produkt správným skupinám zákazníků, v pravý čas, na správném místě, za odpovídající ceny a s přiměřenou propagací, lépe než konkurence.“ S touto definicí souhlasí i zahraniční autoři Fyall a Garrod (2005, s. 27).

Petrů (1999, s. 82) definuje odlišnost marketingu v oblasti cestovního ruchu. Vyplývá především ze zvláštností služeb cestovního ruchu, z:

- kratší expozitury služeb,
- výraznějšího vlivu psychiky a emocí na nákup služeb cestovního ruchu,
- většího významu vnější stránky poskytování služeb cestovního ruchu,
- větší důraz na kvalitu a image,
- složitější a proměnlivějších distribučních cest,
- větší závislost na dodavatelských firmách,
- možnosti snadnějšího kopírování služeb,
- větší důraz na propagaci v období mimo hlavní sezonu.

2.4.3 Marketing destinace

Marketing destinace cestovního ruchu podle Palatkové (2006, s. 78) bývá označován za duši marketingu v turismu. Destinace je katalyzátorem, který stimuluje všechny ostatní obory - ubytování, dopravu, atraktivitu cestovního ruchu, stravování, zábavu, sportovní využití.

Horner a Swarbrooke (2003, s. 290) uvádí cíle marketingu destinací:

- zlepšit pověst oblasti, a tak přilákat investory, kteří tam postaví své továrny a zřídí své kanceláře,
- rozšířit počet a vybavení zařízení, které mohou používat i místní občané. Příjmy z cestovního ruchu mohou pomoci udržet při životě místní obchody, divadla a restaurace, které by zbankrotovaly, kdyby se musely spoléhat pouze na místní zákazníky. Cestovní ruch také může být důvodem i zdrojem financí pro rozvoj infrastruktury, kterou využijí místní občané, například nových silnic. Totéž platí o nových atraktivitách, např. o muzeích.
- vzbudit v občanech hrdost na svou oblast. K tomu přispívají projevy zájmu turistů o danou oblast,
- získat odůvodnění a financování pro zlepšení místního životního prostředí,
- snaha zlepšit politickou přijatelnost destinace pro lidi z vnějšku tím, že uvidí destinaci i takovou, jaká skutečně je, nebo takovou, jakou ji vláda chce ukazovat turistům.

Foret a Foretová (2001, s. 39) poukazují na důležitost prezentací regionů. „Výzkumy ukázaly, že u nás se lépe prezentují regiony, které spojuje nějaký dobře známý přírodní, geografický útvar, který je i přes určité vnitřní nejasnosti a organizační nedostatky schopen potencionální návštěvníky jasně a srozumitelně oslovit. K oslovení je možné využít historických zajímavostí, místa, významných osobností či dokonce místních pověstí, ale dá se také účelově vytvořit i zcela nová identita.“

Destinace je produktem složeným zároveň z bezpočtu dalších produktů. Marketing destinace lze označit jako vědomou i nezáměrnou kooperaci, protože všechny subjekty v destinaci, ať chtějí nebo nechtějí, spoluvytvářejí její charakter (Palatková, 2006, s. 25). Foret a Foretová (2001, s. 25) souhlasí a zmiňují, že marketing obce či regionu nemůže dělat jen jedna instituce. Naopak velmi důležitá je spolupráce všech zainteresovaných FO i PO. Zde nastupuje klíčová role místní veřejné správy, která je schopna iniciovat vzájemnou komunikaci a úspěšně vyjednání zúčastněných stran. Veřejná správa v obci reprezentuje celou komunitu a musí tudíž usilovat o dlouhodobé hledání a řešení společných problémů, dosažení společných cílů.

V rámci destinace je velmi důležitá spolupráce. V marketingu cestovního ruchu je jedním z nástrojů spolupráce podnikatelů, místní komunity a místní samosprávy v destinaci při vytváření regionálního produktu a jeho promotion. Spolupráce je podmínkou pro dosahování synergických efektů (Hesková a kol., 2011, s. 154).

Velmi důležité je zapojení občanů do projednávání rozvojových aktivit. Občané musí znát plány a záměry veřejné správy, aby se mohli do těchto plánů zapojit a přispět svými názory i aktivitami. Zapojování občanů nemůže být jednorázovou akcí. Musí jít o celou škálu způsobů, jakými radnice v průběhu roku iniciuje zapojování občanů do rozhodování o budoucnosti jejich města, o jeho vzhledu, pohostinnosti, pestrosti nabídky služeb (Foret a Foretová, 2001, s. 27).

Hrabánková a Hájek (2002, s. 51) dodávají, že marketingové řízení je procesem plánování a provádění koncepce, tvorby cen, propagace a distribučních myšlenek, zboží služeb s cílem vytvářet směny, které uspokojují cíle jednotlivce i organizací.

Lednický (2004, s. 43) uvádí, že v důsledku rostoucí konkurence dochází k neobvyklému růstu uplatňování marketingových přístupů v cestovním ruchu. Z toho důvodu a s ohledem na určitá specifika cestovního ruchu dochází podle Morrisona k následujícím 5 typickým přístupům k využívání marketingu:

- používání rozšířeného marketingového mixu, kde vedle základních „4P“ - product, place, promotion, price, vstupu do systému další „4P“ - people, packaging, programming, partnership,
- větší význam ústní reklamy,
- používání emotivních přitažlivostí propagace,
- složitější ověřování inovací,
- rostoucí význam dobrých vztahů s komplementárními firmami.

2.4.4 Marketingový mix

Podle Foreta a Foretové (2001, s. 66) je marketingový mix vlastně soubor taktických nástrojů, které může poskytovatel určitých služeb využívat pro získání konkurenceschopnosti svého produktu a pro jeho prosazení se na trhu.

Horáková (2000, s. 111) dodává, že je to soubor nástrojů, které musí podnik kombinovat tak, aby dosáhl ve zvolených tržních segmentech stanovených cílů. Cíle sledované realizačními programy jsou dosažitelné více způsoby. Vhodnou kombinací nástrojů je možné docílit uspokojení zákazníka.

Marketingový mix představuje čtyři klíčové oblasti, dle kterých se řídí manažeři při svém rozhodování, tak aby splnili požadavky zákazníků lépe než konkurence (Fyall, Midleton, Morgan, 2009, s. 137). Marketingový mix zmiňuje Palatková (2006, s. 133) podle profesora McCarthyho. Zahnuje ve své původní podobě 4 základní složky - produkt, cenu, místo, propagaci.

Pro určité oblasti jsou 4 výše uvedené základní nástroje úzkým rámcem, a proto dochází k jejich rozšíření. Většinou se to týká oblastí služeb (Horáková, 200, s. 113). S tímto souhlasí Jakubíková (2010, s. 183) a přiřazuje k základním prvkům marketingového mixu v oblasti služeb cestovního ruchu následující prvky: lidé (people), balíčky služeb (packaging), tvorba balíčků (programming), spolupráce (partnership), procesy (processes), politická moc (political power).

Podle Johnové (2008, s. 20) moderní přístup marketingové komunikace bere zřetel i na model „C“, jenž navazuje na předchozí model 4P a doplňuje ho a další dimenze. Zdůrazňuje především roli zákazníka, nutnost komunikace se zákazníkem oběma směry a klade důraz na spokojenost zákazníka.

S níže uvedeným srovnáním základních prvků marketingového mixu 4P a 4C souhlasí i Fyall a Garrod (2005, s. 105).

Tabulka 2: Srovnání základních prvků marketingového mixu 4P, 4C

4P	4C
Produkt	potřeby a přání spotřebitele
Cena	náklady na uspokojení potřeb a přání spotřebitele
komunikace na trhu	komunikace tvořící dialog mezi producentem a spotřebitelem
Distribuce	pohodlí nákupu

Zdroj: Lednický (2004, s. 44)

Produkt

Produkt je cokoliv, co lze nabídnout trhu k prozkoumání, získání, užívání nebo ke spotřebě, a co může uspokojit nějakou potřebu nebo požadavek. Mohou to být hmotné předměty, služby, osoby, místa, organizace i myšlenky (Kotler, Bowen, Makens, 2010, s. 230).

Cooper uvádí, že produktem může být cokoliv, ať již atraktivita cestovního ruchu, či doplňkové služby, ale musí splňovat společnou vlastnost, a to uspokojit potřeby účastníků cestovního ruchu (Fyall, Garrod, 2005, s. 284). Produkt je jedním ze 4 základních marketingových nástrojů, ale ze své podstaty má specifické postavení. Při neexistenci produktu by nemělo smysl používat další nástroje, cenu, distribuci a propagaci (Johnová, 2008, s. 134).

Cena

Z hlediska návštěvníka podle Királové (2003, s. 105) je cena nejvyšší sumou peněz, kterou je ochoten zaplatit za určitý produkt při poznání nabídky konkurence. Pro návštěvníka tak neexistuje vysoká nebo nízká cena, jenom dobrá (kterou je ochoten zaplatit) a špatná cena (kterou není ochoten zaplatit). Horáková (2000, s. 113) dodává, že cenu, kterou platí zákazník za výrobek, musí být přiměřená hodnotě nabídky. Jak správně podotýká Fyall a Garrod (2005, s. 109) určit vhodnou cenu je stále obtížnější, a to především díky stále komplikovanějším trhům.

Na úrovni destinace se cena stává velmi významným nástrojem kontroly poptávky po destinaci, jelikož umožňuje zvýšit prodej destinace, omezit prodej destinace, regulovat poptávku po destinaci v čase. Klienti požadují za danou cenu stále větší hodnotu (Palatková, 2006, s. 145).

Cena jako jediná ze složek marketingového mixu působí přímo na zisk podniku. Všechny ostatní tvoří náklady firmy (Kotler, Bowen, Makens, 2010, s. 291). Podle Johnové (2008, s. 264) má cena mezi 4 základními marketingovými nástroji zcela specifickou pozici. Produkt, jeho výzkum, vývoj a uvádění na trh, stejně jako distribuce a propagace generují náklady firmy. Cena na druhé misce vah musí všechny tři převážit. Pro neziskový sektor nebude cena tak významným faktorem, jeho financování je ve velké míře závislé na jiných zdrojích, především na veřejných rozpočtech, grantech, sponzorech.

Distribuce

Distribuce je proces, jehož cílem je doručit zákazníkovi produkt (hodnotu, která mu přináší užitek a uspokojení) v místě a čase, které zákazníkovi vyhovují. Na distribuci lze pohlížet ze dvou úhlů. První si všímá fyzického pohybu zboží od výrobce přes velkoobchod a maloobchod ke konečnému spotřebiteli. V různých úrovních řetězce je distribuce doplňována o další zprostředkovatele, obchodní zástupce, velkosklady a dopravce, případně o podpůrné články, banky, pojišťovny, reklamní agentury. Druhý přístup se orientuje na konečnou distribuci, atmosféru a přidanou hodnotu ve vztahu maloobchodu a zákazníka (Johnová, 2008, s. 180).

Királová (2003, s. 107) konstatuje, že distribuční cesty představují způsob, jakým se produkt dostává k cílovému segmentu. Uskutečňuje se prostřednictvím distribučních cest, které mohou být přímé či nepřímé.

Propagace

Királová (2003, s. 110) uvádí, že vytvoření dosažitelného a cenově přístupného produktu pro návštěvníky destinace nestačí - chtějí být informováni a motivováni ke koupi. Sdružení cestovního ruchu může pomoci návštěvníkům při rozhodování o koupi tím, že je bude o destinaci pravdivě informovat. Prostřednictvím komunikačního mixu může do určité míry jejich chování modifikovat, aby byli motivováni ke koupi. To znamená, že musí:

- vyvolat návštěvníkovu pozornost,
- vyvolat v něm zájem o destinaci,
- vyvolat v něm touhu navštívit destinaci,
- aktivizovat návštěvníka ke koupi.

Komunikační mix, dříve označovaný termínem propagace, je soubor nástrojů, který jméno a image organizace dostane do podvědomí zákazníků (Johnová, 2008, s. 196). Komunikační mix tvoří reklama, podpora prodeje, public relations a direkt marketing (Kotler, Bowen, Makens, 2010, s. 358).

2.4.5 Marketingový výzkum

Účinný marketingový výzkum se skládá z posloupnosti několika kroků. Je nutné definovat problém, který má výzkum vyřešit, tedy stanovit si cíl výzkumu. Dobře definovaný cíl výzkumu je základním předpokladem úspěchu. Druhým krokem je stanovení plánu výzkumu. Ten specifikuje informační zdroje, typ výzkumu, plán výběru respondentů a metody kontaktování respondentů. Třetím krokem je sestavení dotazníku, následuje vlastní sběr a analýza dat. Závěrečná fáze se skládá z přípravy výzkumné zprávy, její případné prezentace zadavateli. Závěry musí být správně vyhodnoceny a výsledky použity v praxi (Johnová, 2008, s. 106).

Podle Kozla a kol. (2006, s. 48) jsou charakteristikami marketingového výzkumu na jedné straně jedinečnost, vysoká vypovídací schopnost a aktuálnost takto získaných informací, na straně druhé vysoká finanční náročnost získaných informací, dále vysoká náročnost na kvalifikaci pracovníků, čas a použité metody. Janečková, Vašítková (2000, s. 44) uvádí, že marketingový výzkum pomáhá vybrat cílové trhy, marketingové mixy a přístupy na umístění na trhu. Existuje mnoho možností a výzkum pomáhá vybrat nejlepší.

Vašítková (2008, s. 85) uvádí, že cíl výzkumu bývá zpravidla vyjadřován formou vědecké hypotézy nebo soustavou několika hypotéz.

Marketingový výzkum v cestovním ruchu podle Horner a Swarbrooke (2003, s. 295) se tradičně soustřeďuje na dosavadní zákazníky, kteří jsou snadněji dosažitelní. Je třeba se soustředit i na ty, kdo destinaci nenavštěvují, a na důvody, proč ji nenavštěvují. Budoucí úspěch může záviset na schopnosti přesvědčit tuto skupinu, aby destinaci navštěvovala.

Výzkum může probíhat na základě analýzy informací sekundárních či primárních, kvantitativních nebo kvalitativních, interních nebo externích. Sekundární informace jsou takové, které již byly shromážděny pro nějaký jiný účel a jsou i nadále k dispozici. Zdroje sekundárních informací se dělí na externí (státní publikace, databázové informace, periodika, knihy, komerční informace a interní zdroje (vnitřní informační systémy podniků - rozpočty, bilance zisků a ztrát, atd.). K získání primárních informací se přistupuje poté, když jsou vyčerpány zdroje sekundárních informací, nebo nejsou vůbec k dispozici. Primární informace bývají vzhledem k řešenému problému daleko významnější než sekundární (Vašítková, 2008, s. 86).

Tabulka 3: Výhody a nevýhody sekundárního a primárního výzkumu

Typ výzkumu	Výhody	Nevýhody
Sekundární výzkum	<i>levný v porovnání s cenami primárního výzkumu</i>	<i>zastaralý (údaje byly původně výsledky primárního výzkumu asi realizovaného pro někoho jiného, za jiným účelem a mohl proběhnout dříve, než byly zveřejněny výsledky)</i>
	<i>dostupný (např. interní zdroje údajů jsou k dispozici zpravidla ihned a ušetří se tak časové zdroje)</i>	<i>nespolehlivý (není kontrola toho, jak byly údaje zajištěny, zda byly dodrženy zásady správného postupu, nedošlo-li ke zkreslení)</i>
	<i>využitelný ihned v porovnání s primárním výzkumem je jednodušší a méně namáhavý na lidské zdroje</i>	<i>neaplikovatelný (získané údaje mohou být příliš obecné, příp. nemusí odpovídat specifikům firmy, problému)</i>
Primární výzkum	<i>aplikovatelný (zjišťované údaje odpovídají přesně potřebám firmy)</i>	<i>drahý (náklady na primární výzkum bývají zpravidla desetnásobně vyšší než u výzkumu sekundárního)</i>
	<i>přesný (při dodržení systematického postupu je zajištěna přesnost a spolehlivost údajů)</i>	<i>delší (kvalitní primární výzkum trvá měsíce nebo roky)</i>
	<i>akutální</i>	<i>nevyužitelný ihned (primární výzkum je náročnější než výzkum sekundární)</i>

Zdroj: Kozel a kol., 2006, s. 78

Primární informace lze získat různými výzkumnými přístupy a většinou bývají shromážděny v souvislosti s řešením aktuálního problému. Jedná se o tyto výzkumné přístupy: pozorování, dotazování a experimentální výzkum. Experimentální výzkum je vědecky nejhodnotnější (Vašítková, 2008, s. 87 - 88).

Primární marketingový výzkum prováděný v terénu lze členit na kvantitativní a kvalitativní. Kvalitativní výzkum je oproti kvantitativnímu rychlejší a méně nákladný. Má ale významná omezení, protože soubor respondentů je velmi malý a jeho výsledky není možné zobecnit na celou populaci (Foret, Stávková, 2003, s. 44).

Kvantitativní výzkum zjišťuje počty návštěvníků, kdy přijeli, odkud přijeli, co dělají v destinaci a kolik utratí. Zatímco kvalitativní výzkum zkoumá, proč přijeli do destinace a jejich názory na různé stránky destinace (Horner, Swarbrooke, 2003, s. 295).

Kvantitativní výzkum se zabývá získáváním údajů o četnosti výskytu něčeho, co již proběhlo, nebo se děje právě nyní. Účelem kvantitativního výzkumu je získat měřitelné číselné údaje. Zatímco kvalitativní výzkum pátrá po příčinách, proč něco proběhlo nebo se děje. Účelem je zjistit motivy, mínění a postoje vedoucí k určitému chování (Kozel a kol., 2006, s. 120).

Foret a Stávková (2003, s. 16) uvádí jako základní techniky marketingového výzkumu. Mezi techniky kvantitativního výzkumu se zařazují osobní rozhovory, pozorování, experiment a písemné dotazování. Do základních technik kvalitativního výzkumu patří individuální hloubkové rozhovory a skupinové rozhovory (tzv. focus group).

Dotazování je nejrozšířenější metodou sběru údajů, který je realizační fáze procesu marketingového výzkumu. Dotazování může probíhat různými způsoby. Každý typ dotazování má své výhody i nevýhody a využívají se v závislosti na mnoha faktorech, jako jsou téma a doba dotazování, cílová skupina respondentů (Kozel a kol., 2006, s. 150).

Šetření pomocí techniky dotazování se provádí v zásadě třemi způsoby, a to písemným dotazováním (dotazník zaslán poštou, e-mailem), osobním dotazováním (prostřednictvím rozhovoru tazatele s respondenty), a také telefonickým dotazováním (Vašítková, 2008, s. 88).

3. Cíl a metodika práce

3.1 Cíl práce

Hlavním cílem práce je analyzovat cestovní ruch na Táborsku v destinaci Chýnov. Prostřednictvím analýzy sledovat nabídku a poptávku cestovního ruchu v dané oblasti. Vedlejším cílem práce je stanovení vlivu cestovního ruchu na místní rozvoj, vymezení multiplikátoru cestovního ruchu pro danou oblast a určení dopadů cestovního ruchu na rozpočet obcí.

3.2 Metodika

Zpracování diplomové práce lze rozdělit na 3 na sebe navazující kroky.

3.2.1 Analytická část

V této části práce nejprve došlo k prostudování odborné literatury. Následně bylo přistoupeno k situační analýze zkoumané oblasti, díky které byla zjištěna nabídka cestovního ruchu v uvedené destinaci. Byl popsán multiplikační efekt cestovního ruchu. Dále následovala příprava a realizace terénního šetření. Byl proveden pilotážní výzkum.

3.2.2 Syntetická část

V následující části bylo realizováno terénní šetření. Poté následovalo vyhodnocení terénního šetření. K získání potřebných informací jako nástroj posloužilo dotazníkové šetření. Dotazník patří mezi nejpoužívanější nástroje při sběru primárních dat. Následně byla vymezena poptávka cestovního ruchu na Chýnovsku.

3.2.3 Aplikační část

V poslední části práce byly vyhodnoceny hypotézy. Došlo k vymezení dopadů cestovního ruchu na zvolený region. Na základě analýzy a terénního šetření, byly stanoveny možnosti dalšího rozvoje dané oblasti.

Ke stanovení multiplikátoru produkce cestovního ruchu bylo využito strukturální analýzy. Pomocí symetrické input-output tabulky ve vztahu produkt x produkt byly stanoveny multiplikátory pro jednotlivé produkty. Za využití takto stanovených multiplikátorů a struktur výdajů turistů v regionu je určena produkce cestovního ruchu v destinaci.

3.3 Zdroje informací

3.3.1 Primární zdroje dat

Jde o nově získaná data pomocí terénního šetření. Tato data mají velmi důležitý význam pro prováděný výzkum. Jedná se o informace týkající se daného problému. V práci byla využita technika osobního dotazování i technika elektronického dotazování. Výhoda osobního dotazování spočívá v okamžitém kontaktu s respondentem. Dalším zdrojem dat byly řízené rozhovory. Došlo k oslovení významných a zainteresovaných osob (např. starosta města Chýnov, správce Chýnovské jeskyně, vedoucí Odboru kulturního a cestovního ruchu v Táboře, atd.). Po realizační fázi dotazníkového šetření bylo nutné přistoupit k vyhodnocení získaných dat. Získaná data byla statisticky zpracována a shrnuta do konkrétního závěru.

3.3.2 Sekundární zdroje dat

Jedná se o data, která byla již jednou publikována. Sekundární informační zdroje se dělí na interní a externí. V práci byly použity převážně externí zdroje informací, pocházející především z městské knihovny v Táboře, Chýnově. Dále byla sekundární data získána na MÚ Chýnov, Správě Chýnovské jeskyni, Správě jeskyní ČR, galerii GHMP, informačních center Tábora i Chýnova, na webových stránkách statistického úřadu, z propagačních materiálů, Občasníku Chýnovska, a nakonec z internetových zdrojů.

3.4 Hypotéza

Obecně lze hypotézu definovat jako výpověď (tvrzení) o dosud neprokázaném (možném, nepřezkoušeném, předpokládaném, pravděpodobném, atd.) stavu dvou nebo více jevů (proměnných) ve zkoumané oblasti (Foret, Stávková, 2003, s. 21).

Podle Kozla a kol. (2006, s. 75) spočívá hlavní význam hypotéz v ověřování souvislostí mezi proměnnými. Tím omezují výzkum na zkoumání možného. Díky hypotézám je také snazší vytvořit nástroje šetření (dotazník, scénář). Smyslem hypotéz je totiž jejich potvrzení nebo vyvrácení následným zkoumáním.

Byly stanoveny následující hypotézy:

Hypotéza č. 1

Chýnovsko disponuje značným rozvojovým potenciálem v oblasti cestovního ruchu.

Hypotéza č. 2

Cestovní ruch ovlivňuje příjmy obecního rozpočtu.

4. Situační analýza

4.1 Geografická charakteristika oblasti

4.1.1 Táborsko

Poloha

Město Tábor leží na severním okraji jižních Čech na rozhraní Třeboňské pánve a Vlašimské vrchoviny, 83 km jižně od hlavního města Prahy, 60 km severně od Českých Budějovic (centra jižních Čech). Tábor je se svými 36 tisíci obyvateli druhým největším městem v jižních Čechách.

Mapa 1: Vymezení Tábora



Zdroj: www.taborsko.cz/cs/turista/zakladni-informace/poloha/, [on-line 8. 9. 2011]

Geografie

Táborsko je jedním z jihočeských regionů, kde doposud zůstala zachována působivá přírodní a historická scenérie. Převážnou část zde zaujímá Táborská pahorkatina a Třeboňská pánev. Celé oblasti vévodí řeka Lužnice. Táborská pahorkatina dosahuje nejvyšších výšek přes 700 m n. m. a její lesy jsou převážně smíšené a smrkové. V oblasti Třeboňské pánve je vybudována soustava rybníků a kanálů, lesy jsou zde nivní a je zde spousta rašelinišť. Nadmořská výška se pohybuje okolo 430 - 530 m n. m. Zbytek tvoří kulturní krajina - pole, louky, komunikace a osídlené oblasti. Rozloha táborského regionu je 1300 km². Nejvyšší bod města Tábora - Žižkovo náměstí - leží v nadmořské výšce 450 m n. m. (www.taborc.eu/geograficke-informace/d-1098/p1=1195, 2011)

V kraji se nachází řada vyhledávaných pamětihodností - hrady (Hrad Kotnov v Táboře), v okolí zříceniny hradů Kozí hrádek, Starý zámek u Borotína, Šelmberk, Choustník, Příběnice, Dobronice u Bechyně), zámky (Zámek Bechyně, na rozhraní táborského a jindřichohradeckého regionu zámek Červená Lhota), unikátní technická díla (Stádlecký řetězový most). Jihozápadně od Tábora jsou rovinatá blata s typickou jihočeskou lidovou architekturou, rašeliništi a rozsáhlými lesními komplexy.

Příroda kolem Tábora skýtá dobré podmínky pro pěší turistiku, cyklistiku nebo projížďku na koni. K návštěvě lákají i přírodní zajímavosti - Chýnovská jeskyně, Botanická zahrada v Táboře nebo naučná stezka Borkovická blata. Řeka Lužnice, která se proplétá celým regionem, přímo vybízí k výletu na kánoji či rybaření. Táborská krajina je plná rybníků, které jsou využívány k rekreaci (koupání). Na březích řeky a mnoha rybníků se nacházejí autokempy, chatové osady a vodácká tábořiště (ubytování).

4.1.2 Chýnovsko

Vymezení území

Destinace cestovního ruchu Chýnov se nachází nedaleko okresního města Tábor (11 km). Chýnov má v současné době 5 místních částí, a to Chýnov, Záhostice, Kloužovice, Velmovice a Dobronice u Chýnova. Podle čísel popisných je v Chýnově 538, v Záhosticích 56, v Kloužovicích 72, ve Velmovicích 30 a v Dobronicích 71 domů. Rozloha destinace činí 3051 ha. Celkový počet trvale hlášených obyvatel k 7. 10. 2011 je 2364. Nadmořská výška destinace stoupá od 445 do 560 metrů nad mořem (www.chynov.cz/soucasnost/d-60291/p1=2051, 2011).



Zdroj: Portál veřejné správy ČR, [on-line 7. 8. 2011]

Klima

Podle klimatické rajonizace České republiky patří území do oblasti mírně teplé, klimatického okrsku MT - 5, který je charakterizován kratším, mírně chladným a mírně suchým létem a mírně chladnou suchou zimou. Průměrná roční teplota se pohybuje od 5,5 do 6,7 °C, průměrný roční úhrn srážek 600 - 800 mm. V relativní četnosti jednotlivých směrů větru převládá severozápadní a jihovýchodní proudění. V druhové skladbě přilehlých lesů převládá monokultura borovice lesní (atelier M. A. A. T., 2006, s. 3).

4.2 Demografické vymezení oblasti

Celkový počet trvale hlášených obyvatel k 7. 10. 2011 je 2364 obyvatel.

Tabulka 4: Počet obyvatel v letech 2000 - 2011 k 31. 12.

Rok	2000	2002	2004	2006	2008	2011
Počet mužů	985	1011	1047	1056	1089	1127
Počet žen	1046	1095	1116	1146	1200	1236
Stav obyvatel k 31. 12.	2031	2106	2163	2202	2289	2364
Průměrný věk	39,3	39,7	40,1	39,9	40,1	39,8

Zdroj: MÚ Chýnov, 2011

Počet obyvatel ve městě rok od roku roste. V roce 2008 bylo na Chýnovsku zaznamenáno 2289 obyvatel. V roce 2009 tento počet stoupl na 2292 obyvatel, z toho přímo na Chýnov spadá 1870 obyvatel. V roce 2011 došlo opět k navýšení, a to 2357 obyvatel. Roste i průměrný věk obyvatelstva.

4.2.1 Ekonomická aktivita obyvatelstva

Město Chýnov poskytuje dostatek pracovních příležitostí, a to jak pro veřejný, tak soukromý sektor. 50 % obyvatel pracuje přímo ve městě. Zbývající obyvatelé pracují v blízkosti města, a to převážně ve městě Táboře, dále v okolních městech Pacov, Sezimovo Ústí a Planá nad Lužnicí.

Pracovní příležitost ve městě podporují i místní rozvíjející firmy, a to například ve firmě Hora, s. r. o. pracuje 150 zaměstnanců, Dřevotvar - řemesla a stavby, s. r. o. zaměstnává 69 lidí, Delta B+B zaměstnává 30 pracovníků, Škrobárna Chýnov zaměstnává 25 stálých pracovníků a 10 sezonních.

4.2.2 Nezaměstnanost

Tabulka 5: Míra nezaměstnanosti 2001 - 2010

Rok	2001	2006	2009	2010
Počet osob	37	38	62	89
Míra nezaměstnanosti	4,10 %	3,90 %	6,23 %	9,20 %

Zdroj: MÚ Chýnov, 2011

S tabulky lze vyčíst, že nezaměstnanost roste. Počet lidí bez zaměstnání je relativně nízký k celkovému počtu obyvatel. V roce 2010 opět vzrostla nezaměstnanost na 9,2 %. Podle údajů ČSÚ ve Statistické ročence Jihočeského kraje 2011 se ve městě nachází 963 ekonomicky aktivních obyvatel a 89 uchazečů o práci registrovaných na úřadě práce, nejvíce uchazečů o práci je mezi mladými, kteří ukončili školu.

4.3 Hospodářská charakteristika

Tabulka 6: Počet podnikatelských subjektů a odvětví ve městě v roce 2010

Hospodářská činnost			
Podle převažující činnosti	Údaj	Podle právní normy	Údaj
Zemědělství, lesnictví, rybolov	47	Státní organizace	4
Průmysl	81	Akciová spol.	2
Stavebnictví	71	Obchodní spol.	32
Doprava a spoje	16	Družstevní organizace	1
Obchod, prodej a opravy motorových vozidel a spotřebního zboží, pohostinství	146	Živnostníci	391
Ostatní obchodní služby	77	Zemědělské podnikatelé	20
Veřejná správa, obrana	4	Svobodná povolání	19
Školství a zdravotnictví	9	Peněžní organizace	0
Ostatní veřejné, soc. a osobní služby	58	Ostatní právní normy	40
Počet podnikatelských subjektů celkem			509

Zdroj: www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/detail?Zuj=552496, [on-line 29. 8. 2011]

Podle ČSÚ ve Statistické ročence Jihočeského kraje 2011 se ve městě nachází 509 podnikatelských subjektů a 1 hromadné ubytovací zařízení. Počet podnikatelských subjektů je uveden bez ohledu na to, zda podnikatelské subjekty provozují činnost. Ve městě převažují živnostníci. Nejvíce je rozšířen obchod, prodej a opravy motorových vozidel a také spotřebního zboží a v neposlední řadě pohostinství. Na Chýnovsku se aktuálně nachází 10 restaurací.

Mezi významné podniky ve městě patří:

- stavební firma Hora, s. r. o.
- Dřevotvar - řemesla a stavby, s. r. o. - stavební a nábytkové truhlářství
- Plachý EMZET, s. r. o. - servis chladícího a gastronomického zařízení
- HES-HAT-SERVIS - autorizovaný servis firmy VAILLANT - servis topné techniky
- Kolovrat, s. r. o. - výroba žakárských tkanin (potahové tkaniny, dekorační látky)
- Delta B+B - prodej hutního materiálu
- Škrobárna Chýnov

Ve městě se nachází i mnoho podnikatelů:

- P. Papež - Autoservis
- J. Buřič - Pohřebnictví
- J. Betáková - Cukrářství
- kadeřnický salon FANTAZIE
- L. Jura - Zelené zdraví (prodej zdravé výživy)
- L. Stejskal - Pneuservis pneumatiky
- L. Drápala - Signalizace.cz

4.4 Historie

Svůj název odvozuje město od osobního jména Chýna (tedy Chýnov = Chýnův hrad). Kdy a jak vznikl Chýnov, není známo. Žádná zakládací listina neexistuje, také archeologové jsou příliš skoupí, a tak jsme pouze odkázáni na zmínku v Kosmově kronice. Když kronikář Kosmas píše o smrti knížete Slavníka v roce 981, při popisu jeho panství na jižní straně jmenuje tři pomezí hrady: Chýnov, Doudleby a Netolice (Prášek, 2006, s. 11).

Po vyvraždění Slavníkovců se majiteli Chýnova stávají Přemyslovci. Od roku 1250 patřil Chýnov pražskému biskupství a konaly se zde trhy. Za arcibiskupa Arnošta z Pardubic byla přestavěna tvrz na nový hrad a založeno mnoho rybníků. Roku 1413 se Chýnov dostal z církevního majetku a dostává se tak trvale do držení světských feudálů.

Ve druhé polovině 15. století získali Chýnov Malovci z Malovic. Obnovili hrad a jejich nejvýznamnějším počinem bylo přizvání slavného rybníkáře Jakuba Krčína z Jelčan ke stavbě vodovodu. Voda se přiváděla otevřenou struhou ze vzdálenosti více než dvou kilometrů do Návozkého rybníka a odtud sosnovými rourami do několika městských kašen a studní. Současně se stavbou vodovodu byl roku 1581 postaven pivovar, který sloužil až do roku 1948.

Roku 1719 pak celé panství připadlo rodu Schwarzenberků. Příslušníci tohoto rodu zároveň byli posledními feudálními pány Chýnova. Schwarzenberkové vystavěli z Maloveckého hradu roku 1729 barokní zámek. Horní část byla nahrazena novým poschodím, dolní zůstala s mohutnými zdmi uchována. Od nepaměti měl Chýnov též právo trestní a hrdelní. Šibenice stávala na vrchu Oboře, roku 1708 byla vystavěna v místech, kde se dnes říká "Na spravedlnosti". Až do roku 1761, kdy byla zbořena, se zde popravovalo.

V únoru roku 1833 postihl Chýnov velký požár, kterému padlo za obětí 13 domů a 12 stodol včetně radnice. Téhož roku byla vystavěna silnice od Tábora k Pacovu. O půl století později se začalo i se stavbou železnice. K tomuto účelu postavili italsí dělníci v okolí Chýnova několik kamenných mostů na způsob antických akvaduktů.

25. září 1903 císař František Josef I. povýšil městys Chýnov na město a udělil mu znak, který navrhl prof. August Sedláček. Chýnov byl městem nepřetržitě až do roku 1951, kdy mu byl titul města odebrán. Město získalo titul zpět v roce 1994. (www.chynov.cz/historie-mesta/d-60293/p1=2050, 2010)

Významné osobnosti

- Bílek Antonín - sochař (1881 - 1937)
 - Bílek František - sochař, keramik (1872 - 1941)
 - Gabriel Karel - sochař (1884 - 1966)
 - Nekut František - přírodovědec (1840 - 1909)
 - dr. Jindřich Vančura - dějepisec (1855 - 1936)
 - Zatěrandá Ludvík - stavitel drah (1861 - 1912)
 - Steiner Karel - básník (1915 - ? Osvětim)
 - Guolfinger - rytíř ze Steinsberku, herec a režisér Národního divadla (1860 - 1929)
- (Prášek, 2006, s. 169 - 176)

Chýnov v literatuře

První zmínka o Chýnově se objevila v roce 981 v Kosmově Kronice české. Město Chýnov nebylo opomenuto ani v kronice Dalimilově, a to v legendě Styr. Touto legendou se zabýval mimo jiné i J. Šrůtek ve své publikaci *Táboři, Táboráci a přespólní*, také A. Jirásek ve *Starých pověstech českých*, či J. Zeyer v dramatu *Neklan*. Jihočeský spisovatel H. Klimek vložil děj svého románu *Hadí příkop* právě do města Chýnov, jenž nazývá ve své publikaci Hájov.

Rozsáhlá literatura se váže k rodákovi a slavnému sochařovi F. Bílkovi, např. *Cesta F. Bílka* od L. Svobodové a další (Prášek, 2006, s. 73 - 79).

Současná literatura Chýnova

- František Bílek a Chýnov - J. Novotný, 2000
- Čítanka z chýnovské historie - J. Prášek, 2006
- Židé na Chýnovsku - K. Vošta, 2010

4.5 Cestovní ruch

Přírodní atraktivita

V uvedené destinaci se nachází několik zajímavých míst. Za zmínku stojí Pacova a Kladrubská hora. Pacova hora je pozoruhodná tím, že v rámci jedné lokality, se nachází několik druhů minerálů. Dnes je jich známo více než šedesát a význam naleziště vysoko překračuje měřítko regionu. Za zmínku stojí vzorky granátů, diopsidu, dravitu, arzenopyritu nebo titanitu z Pacovy hory (Krejča, 2008, s. 10).

Dále je tu Kladrubská hora, přírodní rezervace, kde se vyskytují rostliny vratičky měsíční, krušík tmavočervený a hrušice jednostranná. Obě hory jsou významnými pro své historické artefakty, ať již pro bývalou úzkokolejku, křížení tratí, starou strojovnu, valy, relikty z těžby, nebo pro Rothbauerovy úly, Rutický vývěr či samotný Penzion Pacovka - Schwarzenberská architektura. O těchto zajímavostech není příliš veřejnost informovaná. Pro lepší informovanost by zde mohla vést poznávací stezka.

Kulturně historické atraktivita

Destinace cestovního ruchu Chýnov nabízí několik architektonických památek. Nejvýznamnější pro město je samozřejmě Bílkova vila. V domě se nachází několik děl sochaře Františka Bílka. Některá díla F. Bílka lze shlédnout na místním hřbitově. Kromě náhrobků F. Bílka, se na místním hřbitově nachází i náhrobky umělcova bratra Antonína Bílka a jeho žáka Karla Gabriela. Mezi sakrální atraktivita bezesporu patří kostel Nejsvětější Trojice. Jednou ze zajímavostí je i technická památka železniční trať Obrataň - Tábor s několika pozoruhodnými kamennými mosty po vzoru antických viaduktů. V okolí Chýnova se nachází na Močítkách.

5. Terénní šetření

5.1 Příprava a realizace terénního šetření

Terénní šetření probíhalo jednak osobním dotazováním a jednak elektronickou formou. Nástrojem k získání potřebných informací byl použit dotazník. Důvodem jeho použití byla nízká nákladovost a dobrá vypovídací schopnost.

Dotazníkové šetření bylo zaměřeno na všechny věkové skupiny. V úvodu dotazníků byl vysvětlen účel dotazníku, jeho smysl a jakým způsobem má být vyplněn. Závěr dotazníku obsahoval poděkování. Dotazník se skládal z 16 otázek. Cílem otázek bylo zjistit poptávku cestovního ruchu v destinaci Chýnov, ochotu navštívit uvedenou destinaci a také kolik jsou ochotni účastníci cestovního ruchu utratit v uvedené destinaci. Závěrečné otázky se týkaly osobních údajů. Otázky použité v dotazníku byly uzavřené i otevřené.

Osobní dotazování proběhlo na veletrhu MOBIL SALON v Českých Budějovicích dne 15. 4. 2011. Slovo „*mobilita*“ vyjadřuje pohyb, tedy pohyb jako sport, automobily, ale i cestování. Počet dotazovaných činil 52 respondentů. Výběr respondentů probíhal náhodným výběrem. Veletrhu se mimo jiné zúčastnila i Správa Chýnovské jeskyně. Elektronické dotazování proběhlo v měsíci srpen - září. Elektronická forma dotazníku byla vytvořena na vyplnTo.cz a google.cz. Z toho na vyplnTo.cz činil počet respondentů 92 a na google.cz 108 respondentů.

Bylo osloveno 30 informačních center v různých částech turistických regionů České republiky se žádostí o umístění elektronického dotazníku na jejich osobní stránky. Z toho se ozvalo s negativní odpovědí 9 a ostatní informační centra byla bez reakce. Někteří pracovníci informačního centra (např. hl. město Praha, Zlín, ČB) vyplnili dotazník a dále ho rozeslali k vyplnění. Dále byly osloveny elektronické portály Kudy z nudy, Czech Tourism a Správa jeskyní ČR. Ozvala se kladně pouze Správa jeskyní ČR, zbylé bez odpovědi. Dotazník byl také umístěn na samotných stránkách vyplnTo.cz.

Celkem bylo vyplněno elektronických i osobních dotazníků **252**, z toho 52 osobním dotazováním a 200 elektronickou formou.

5.2 Vyhodnocení dotazníku

Tabulka 7: Počet respondentů

Věková kategorie	Pohlaví		Celkový počet respondentů
	Muž	Žena	
15 - 25	26	74	100
26 - 35	18	62	80
36 - 45	10	20	30
46 - 55	8	14	22
56 - 65	6	6	12
66 a více	4	4	8
Celkem	72	180	252

Zdroj: vlastní výzkum, 2011

Celkově dotazník vyplnilo 72 mužů a 180 žen. Nejvíce odpovídajících patřilo do věkové kategorie 15 - 35. Nejméně respondentů tvořila skupina 66 a více.

Část výsledků z prováděného šetření byly použity v kapitole 6.3 Poptávka cestovního ruchu, a také v Příloze 1: Správa jeskyní ČR a komparace jeskyní.

5.3 Shrnutí

Povědomí o destinaci Chýnov mají hlavně respondenti z krajů Jihočeského, Vysočina a Plzeňského. Ve vzdálenějších krajích jako Jihomoravský, Zlínský, ale i hl. město Praha se vyskytuje nevědomost o možnosti návštěvy destinace Chýnov. Nejčastěji se respondenti dozvěděli o možnosti návštěvy od příbuzných, či známých, ale i z internetu a tisku. Ve spojení s městem Chýnov se převážně většině nic nevybaví. Jako cíl návštěvy v destinaci volila převážná většina dotazovaných Chýnovskou jeskyni, kterou zatím nenavštívili. Respondenti mají přehled o ostatních zpřístupněných jeskyních ČR, hlavně o Koněpruské jeskyni a Punkevní. Valná většina dotazovaných by velmi ráda navštívila destinaci Chýnov i Chýnovskou jeskyni. Nejčastějším návštěvníkem destinace Chýnov je žena ve věku 15 - 35, která je ochotna utratit 350 - 500 Kč.

Na základě výsledků prováděného šetření a analýzy poptávky lze odvodit profil typického návštěvníka destinace Chýnovska.

Typický návštěvník Chýnovska

- Je žena ve věku 15 - 35 let,
- přijela z Jihočeského kraje, Vysočiny a hlavního města Prahy
- o možnosti navštívit destinaci se dozvěděla od známých či příbuzných,
- v destinaci navštíví přírodní atraktivitu Chýnovskou jeskyni,
- je ubytována v okolí destinace Chýnov, a to v Zárybnické Lhotě, či Táboře,
- je ochotna utratit v destinaci 500 Kč.

5.4 Realizace terénního šetření

Druhé terénní šetření probíhalo v destinaci Chýnov. Nástrojem k získání potřebných informací byl elektronický dotazník, jenž byl podán místnímu obyvatelstvu, popřípadě obyvatelstvům žijícím v blízkém okolí Chýnovska. Byl umístěn na webových stránkách města www.chynov.cz (od 28. 11. do 31. 12. 2011). Dotazníkové šetření bylo zaměřeno na všechny věkové kategorie.

V úvodní části dotazníku byl vysvětlen účel, jeho smysl a jakým způsobem má být vyplněn. Závěr dotazníku obsahoval poděkování. Dotazník se skládal z 19 otázek. Závěrečné otázky se týkaly osobních údajů. Otázky použité v dotazníku byly převážně uzavřené.

Cílem výzkumu bylo zjistit vliv cestovního ruchu na místní obyvatelstvo. Elektronický dotazník vyplnilo celkem 50 lidí, z toho 60 % mužů a 40 % žen. 92 % respondentů pochází z města Chýnov a blízkého okolí. 80 % respondentů bylo ve věku 26 - 45 let. Vyhodnocení dotazníku bylo použito v kapitole 7.4 Vnímání dopadů cestovního ruchu na region.

6. Nabídka a poptávka cestovního ruchu

Nabídku cestovního ruchu tvoří atraktivity daného místa, ať již přírodní, či kulturně historické atraktivity, ale i samotná vybavenost místa. Jedná se především o materiálně technickou základnu, která tvoří předpoklady pro realizaci služeb cestovního ruchu. S tímto rozdělením souhlasí Királová (2003, s. 16), která dělí nabídku cestovního ruchu na *primární* a *sekundární*.

Királová (2003, s. 16) dále zmiňuje, že komponenty primární nabídky cestovního ruchu jsou utvářejícími podmínkami pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace. Struktura, rozmístění a úroveň sekundární nabídky cestovního ruchu je určujícím faktorem využitelnosti destinace pro aktivity cestovního ruchu.

6.1 Primární nabídka

6.1.1 Přírodní potenciál

Horopis

Popis Chýnovska velmi dobře vystihl ve své publikaci Prášek (2006, s. 27). „Chýnovsko leží průměrně 480 m nad mořem. Vedle Dubských hřbetů lze nalézt v blízkém okolí vrch „*Hůrka*“ (567 m), „*Kladrubská hora*“ (617 m), „*Pacova hora*“ (589 m), z nichž poslední dvě jsou známé svými velkými ložisky vápencovými, pak vrch „*Hradní*“, na jehož ostrohu ční zámek a na jehož planině se nalézá nejstarší část města s kostelem. Z údolí zasluhuje zmínku „*Močítka*“. Údolí je nejpěknější, vyznačuje se lesnatými stráněmi, listnatými stromy okolo potoka, pěkně vinutými cestami a především vysokým železničním viaduktem (9 římských oblouků, vysoký 32 metrů).“

Okolí Chýnova tvoří mírná pahorkatina přecházející na jihu téměř v rovínu, místy přerušovanou drobnými údolními potoky a příkrými stráněmi. Na severovýchodě a severu je město uzavřeno Dubskými vrchy (700 metrů nad mořem), jimiž počíná Českomoravská vrchovina. Na východě ohraničují Chýnovsko Lažanské lesy, na jihu a jihovýchodě Záhostické lesy a polesí Doubrava, na západě směrem k okresnímu městu Tábor rozsáhlé lesy zvané Bory. Chýnov se tak ukrývá v lesích, jež jsou pozůstatkem obrovského pralesa, který v minulosti odděloval Čechy od Moravy (atelier M. A. A. T, 2006, s. 3).

Vodstvo

Chýnovem protéká „*Chotčinský potok*“ a vlévá se do rybníka „*Podhradského*“. Po svém výtoku z rybníka dostává jméno „*Chýnovský potok*“. V Chýnově se také nachází rybník „*Valchář*“, který se nalézá poblíž nádraží a má jméno po soukenické valše. Také se zde nalézá rybník „*Návozký*“ (Prášek, 2006, s. 28).

Podzemní voda Chýnovské jeskyně proniká z okolních nekrasových hornin, protéká vápencovou zónou a vytéká na povrch v místě Rutické vyvěračky, která je dnes podchycena pro vodovodní síť města Chýnov (Krejča, 2008, s. 8).

Klimatické podmínky

Podnebí mírně teplé, mírně vlhké, s mírnou zimou

Atmosférické srážky: necelých 600 mm

Průměrná roční teplota: 7 °C

Nejteplejší měsíc: červenec (průměrná teplota 17,1 °C)

Nejchladnější měsíc: leden (průměrná teplota - 2,9 °C)

Srážkově nejbohatší: červenec - 85 mm

Srážkově nejchudší: únor - 29 mm (atelier M. A. A. T., 2006, s. 3)

Ochrana krajiny a přírody

Na Chýnovsku lze nalézt vzácné druhy rostlin, jako například d'áblík bahenní, samorostlík klasnatý, kosatec sibiřský, žindava evropská, vachta trojlistá, pryšec sladký, tolije bahenní (Prášek, 2006, s. 27). Na Chýnovsku se nachází velmi rozmanitý přírodní potenciál. Nejdůležitější je samozřejmě národní přírodní památka Chýnovská jeskyně. V okolí jeskyně se nachází přírodní rezervace bývalý lom vápence na Pacové a Kladrubské hoře.

Chýnovská jeskyně

Chýnovská jeskyně leží v jižním úbočí Pacovy hory (589 m n. m.) poblíž Dolních Hořic, 2 km SV od města Chýnov. Byla objevena roku 1863 při těžbě vápence v jednom z bývalých selských lomů, od roku 1868 je první veřejnosti zpřístupněnou jeskyní na území Čech a Moravy. Dodnes zůstává zachován původní romantický ráz jejího zpřístupnění.

Jeskyně je velmi složitým krasovým systémem vytvořeným v hrubozrnných krystalických vápencích a částečně i v nekrasových horninách - amfibolitech, erlanech, převážně korozní činnosti vod podzemního toku. Postrádá klasickou krápníkovou výzdobu, je však naprosto unikátní svéráznou modelací jeskynních prostor a mimořádně pestrým zbarvením stěn a stropů. Díky tomu je jeskyně velmi významnou geologickou a mineralogickou lokalitou. V r. 1992 byla zařazena do kategorie národní přírodní památka a v r. 2005 do národního seznamu Evropsky významných lokalit systému Natura 2000 (Krejča, 2009, s. 3).

Délka návštěvnického okruhu činí 260 m s převýšením 42 m, průměrná doba prohlídky 45 minut. Celková délka dosud objevených částí činí 1400 m s výškovým rozdílem 74 m; téměř čtvrtina známých chodeb jeskyně je trvale zatopena vodou. Teplota vzduchu na turistické trase je 5 - 9 °C, vlhkost 96 - 100 %; v některých nepřístupných prostorech klesá teplota v zimním období až pod bod mrazu (Krejča, 2009, s. 3).

V dnešní době se v jeskyni lze setkat se zástupci hned několika živočišných skupin. Z bezobratlých jsou to zejména některé druhy plžů, koryšů a hmyzu. Od konce 20. st. se v chodbách blízko povrchu úspěšně rozmnožuje pavouk křížák temnostní. Bezesporu nejvhodnějšími živočichy jsou netopýři. V Chýnovské jeskyni bylo dosud zjištěno 10 druhů těchto zástupců v řadě letounů. V posledních letech se výrazně zvyšuje celkový počet přezimujících netopýřů v lokalitě. Chýnovskou jeskyni lze právě z hlediska množství hibernujících jedinců považovat za dosud největší známé přirozené zimoviště netopýra řasnatého v Evropě. K pravidelným obyvatelům patří netopýr velký, vodní, ušatý a v posledních letech netopýr černý. Nepravidelně jeskyni navštěvuje netopýr vousatý (Krejča, 2009, s. 19).

Majitel: Správa jeskyní ČR

Adresa: Dolní Hořice 54, Chýnov

Kontakt: 381 299 034

Email: chynov@caves.cz

Webové stránky: www.volny.cz/jeskynechynov/

Provozní doba:

- otevřeno denně mimo pondělí

Otevírací doba: duben - říjen (v měsíci listopad - březen zavřeno)

- duben - červen, září: Út - Ne: 9:00 - 15:30
- červenec - srpen: Út - Ne: 9:00 - 17:00
- říjen: Út - Ne: 10:00, 12:00, 14:00

Vstupné: základní: 90Kč

Někdy při návštěvě Chýnovské jeskyně se naskytne návštěvníkům příležitost vidět svět z velbloudího hřbetu. Nedaleko Chýnova v obci Bítov (3 km) se nachází farma s velbloudy. Majitelka Žaneta Fabiánová chová velbloudy, příležitostně navštíví se svými miláčky i Chýnovskou jeskyni a umožní návštěvníkovi se projet.

Obrázek 1: Kamenný čert



Zdroj: www.jeskynecr.cz,

[on-line 27. 8. 2011]

Obrázek 2: Purkyňovo oko

Pro Chýnovskou jeskyni byla vydána díky Správě Chýnovské jeskyně v roce 2009 publikace s názvem „Chýnovská jeskyně“, kde lze nalézt podrobné informace o jeskyni, týkající se historie, současnosti, mineralogie, hydrologie a geologie, atd.



Zdroj: www.jeskyne.cz, [on-line 27. 8. 2011]

Tabulka 8: Návštěvnost Chýnovské jeskyně v letech 2007 - 2011

Rok	2007	2008	2009	2010	2011
Počet návštěvníků	47 696	37 067	36 490	30 690	30 295

Zdroj: Správa Chýnovské jeskyně, 2012

Na webových stránkách je možnost 3D prohlídky Chýnovské jeskyně, a to na stránkách Kudy z nudy na internetovém odkazu: www.kudyznudy.cz/Foto-a-video/3D-Prohlidky/Chynovska-jeskyne.aspx, nebo přímo na domovských stránkách: www.caves.cz/cz/jeskyne/chynovska-jeskyne/. Podrobnější informace ohledně Chýnovské jeskyně jsou k dispozici v Příloze 1: Správa jeskyně a komprace jeskyň.

Pacova hora

Lokalita Pacova hora (589 m n. m.) se nachází na Tábořsku přibližně 2 km SV od města Chýnov. Zřejmě od 15. století se zde krystalické vápence a dolomity, které se nacházely v blízkém okolí, zpracovávaly v mnoha vápenných pecích. Odtud též dnešní název, který vznikl z původního „hora Pecová“.

Obrázek 3: Pacova hora - lom



V roce 1857 bylo místní ložisko vápence otevřeno lomovou stěnou v celé výšce kopce a tím byl dán základ lomu na Pacově hoře. Díky těžbě byla v jednom ze selských lomů na jižním úbočí kopce v roce 1863 objevena Chýnovská jeskyně. O sto let později byla těžba vápenců zastavena a v lomu se až do roku 1998 těžily suroviny na výrobu drceného kameniva. Po ukončení prací zůstal ve východní stěně zachován instruktážní řez horninami pestré skupiny moldanubika.

Zdroj: autor, 2010

Mineralogický výzkum lokality, zahájený již v době těžby, navíc prokázal zastoupení několika typů minerálních paragenezí. Zejména z těchto důvodů byl prostor dnes již opuštěného lomu v roce 2002 vyhlášen přírodní rezervací. Z hlediska ochrany přírody tak logicky navazuje na Chýnovskou jeskyni, která se nachází východně, v těsné blízkosti lomu.

Z minerálů lze v oblasti nalézt kromě křemene, kalcitu, albitu, ilmenitu a stilbitu zejména granáty ugranditové. Výčet minerálů z Pacovy hory včetně Chýnovské jeskyně je samozřejmě mnohem rozsáhlejší. V současné době zahrnuje 62 minerálních druhů. Dá se však předpokládat, že ani toto číslo nebude konečné, přestože těžba v lomu již byla ukončena.

(www.casopis.ochranaprirody.cz/clanky/minerally-chynovske-jeskyne-a-pacovy-hory.html?action=print; 2008)

Mapa 3: Pacova hora a Chýnovská jeskyně



Zdroj: www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par%5Bid_v%5D=1368&par%5Blang%5D=, [on-line 28. 8. 2011]

Kladrubská hora

Kladrubská hora je masiv krystalického vápence s opuštěným velkolomem a okolními malými selskými lomy. Hlavním předmětem ochrany je zdejší vápnomilná květina a neobyčejně bohatá mykoflóra. Díky výskytu celoevropsky chráněného střevíčníku pantoflíčku patří Kladrubská hora i mezi evropsky významné lokality. Je zde zaznamenán také výskyt výra velkého, zmije obecné, motýla bělopáska topolového či brouka svižníka polního.

Předpokládá se, že v budoucnu by zde mohla vzniknout také naučná stezka z Kladrubské hory do nedaleké Chýnovské jeskyně. To vše by mohlo turisticky zatraktivnit také okolí Chýnovské jeskyně a nabídnout návštěvníkům další zajímavý program. Hora je chráněna od roku 1990. Nyní bude mít zdejší přírodní rezervace další omezení. Nebudou sem moci hromadně výpravy,

zakázáno bude stanování, rozdělávání ohně, přístup na kolech a těžba dřeva. (<http://tabordnes.cz/?p=6823>, 2010)

Mapa 4: Kladrubská hora



http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par%5Bid_v%5D=1368&par%5Blang%5D=, [on-line 28. 8. 2011]

Zajímavou přírodní atraktivitou pro milovníky přírody je cyklus výletů s názvem „**Přírodou krok za krokem**“. Jedná se o bližší poznání přírody okresu Tábor, Příbram a Benešov v měsících duben - říjen 2011. Akci pořádají Blatské muzeum v Soběslavi, Hornické muzeum Příbram a občanské sdružení Danar Mladá Vožice ve spolupráci s dalšími partnery Česká společnost ornitologická, Správa Chýnovské jeskyně a další.

Na Chýnovsku proběhl z výše uvedeného cyklu v měsíci květnu výlet „**Za jarními houbami na Kladrubskou a Pacovu horu**“, kde účastníci na trase vedoucí od Chýnovské jeskyně do přírodních rezervací Kladrubské a Pacovy hory měli možnost sběru jarních hub.

Obrázek 4: netopýr řasnatý



Zdroj: www.jeskynecr.cz, [on-line 27. 2. 2012]

Dále proběhla akce na Chýnovské jeskyni s názvem „**Evropská noc pro netopýry v Chýnovské jeskyni**“, kde se návštěvník zúčastní přednášky o ochraně a životě netopýrů, kterou vede RNDr. Vladimír Hanzal z Agentury ochrany přírody a krajiny ČR. Přednáška je spojena s ukázkami živých netopýrů, praktickou ukázkou odchyty do sítí a prohlídkou Chýnovské jeskyně. Vstup na konanou akci je zdarma. Chýnovská jeskyně se pyšní tím, že je největším známým přirozeným zimovištěm netopýra řasnatého v Evropě. V Chýnovské jeskyni přezimuje téměř 200 netopýrů, z toho polovinu tvoří právě netopýr řasnatý.

Další zajímavou možností na Chýnovsku jsou pořádané hromadné pěší výlety po okolní přírodě pod názvem „*Poutník 2011*“ pod vedením Evy Štokingerové. Jedná se o procházky v okolí Chýnova. Bližší informace o konaných výletech lze vyhledat na webových stránkách města.

Plánované trasy pěších výletů:

1) *Chýnov - Bítov - Doubrava - Chýnov* (celkem 10 km)

- datum konání: 10. 9. 2011 (odchod v 7:30 od ZŠ Chýnov)

- plánovaný čas příchodu: 10:00 - 10:30

2) *Chýnov - Chýnovská jeskyně - Kladruby - Chýnov* (celkem 9 km)

- datum konání: 8. 10. 2011 (odchod 8:30 od ZŠ Chýnov)

- plánovaný čas příchodu: 11:00 - 11:30 (bez zastávek v jeskyni a Kladrubech)

3) *Knížecí rybník - Smyslov - Stříbrné hutě - Chýnov* (celkem 9 km)

- datum konání: 5. 11. 2011 (odjezd vlakem v 7:26 z vlakového nádraží v Chýnově)

- plánovaný čas příjezdu: 10:00 - 10:30

Mezi další plánované výlety patří zajímavá místa jako nedaleký hrad Choustník, Šelemberk u Mladé Vožice a Stádlecký most.

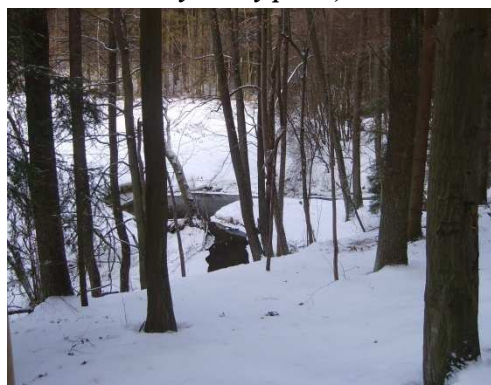
Naučná stezka

Naučná stezka vede od ZŠ Chýnov, přes místní hřbitov, kde lze spatřit díla sochařů Františka a Antonína Bílka, ale také díla Karla Gabriela. Dále pokračuje stezka kolem viaduktu na Močítkách, podél Chýnovského potoka a končí u Chýnovské jeskyně a Pacovy hory. Celková délka trasy činí 3,8 km. Oficiální otevření naučné stezky proběhlo 20. dubna 2009, a to především díky ZŠ Chýnov, a to za pomoci sponzorů: Hora s. r. o., Dřevotvar řemesla a stavby s. r. o., VIVID a díky grantu z Jihočeského kraje.

Trasa naučné stezky

1. ZŠ Chýnov
2. místní hřbitov
3. viadukt na Močítkách
4. luční rostliny
5. lesy
6. Chýnovský potok
7. lesní mravenec
8. včela medonosná
9. Chýnovská jeskyně
10. lom Pacova hora

Obrázek 5: Chýnovský potok, autor 2010



Močítka

Močítka se nachází v JV části města Chýnov v údolí podél Chýnovského potoka, jenž je sevřené z jedné strany lesem a z druhé křovinatou stráň. Zmíněné území se pyšní velmi starou historií, která dala údolí i jméno. Bylo zde místo, kde se máčelo prádlo, podle jiných také len. Později se Močítka stala klidným místem pro občany města, kteří sem chodili na procházky, sedávali na lavičkách, na malém hřišti pod skálou hráli míčové hry a chodili se koupat do studeného avšak křišťálově čistého potoka, ve kterém dle pamětníků dříve žila spousta raků. Močítka si i v současnosti zachovala svou tradici klidného místa vhodného pro procházky. Proto není divu, že malebným údolím vede naučná stezka na Chýnovskou jeskyni.

6.1.2 Kulturně historický potenciál

Destinace cestovního ruchu Chýnov nabízí několik architektonických památek. Nejvýznamnější pro město je samozřejmě Bílkova vila. V domě se nachází několik děl sochaře Františka Bílka. Některá z děl F. Bílka lze shlédnout na místním hřbitově. Kromě náhrobků F. Bílka se na hřbitově nachází i náhrobky umělceva bratra Antonína Bílka a jeho žáka Karla Gabriela. Mezi další zajímavosti patří sakrální stavba kostel Nejsvětější Trojice. Mezi další atraktivitu se řadí technická památka železniční trať Obrataň - Tábor s několika pozoruhodnými kamennými mosty po vzoru antických viaduktů. V okolí Chýnova se nachází na Močítkách.

Seznam chráněných kulturních památek:

- čp. 1 - zámek, nyní domov seniorů
- čp. 133, 30, 33, 34, 35, 97
- kostel Nejsvětější Trojice
- kašna, Gabrielovo náměstí
- kašna, na předměstí
- náhrobky od F. Bílka a K. Gabriela, hřbitov
- pomník padlých, Gabrielovo náměstí
- železniční most devítiobloukový - viadukt

(atelier M. A. A. T., 2006, s. 34)

Na Chýnovsku se nachází i nezapsané stavby, které zaslouží svou pozornost, převážně se jedná o stavby sakrálního charakteru, a to kapličky, kříže a boží muka.

Barokní zámek Chýnov

První zmínka o Chýnově pochází z roku 981 a je uvedena v Kosmově kronice. Panství postupně vlastnili Slavníkovci, Přemyslovci, Malovci a Schwarzenbergové. Důkladná přestavba knížecího sídla na barokní zámek byla provedena v letech 1730 - 1732. Poslední majitelé Schwarzenbergové opustili sídlo v roce 1945. Z původních staveb se zachovalo pramálo. Od roku 1950 zde bylo umístěno rybářské učiliště, jediné toho druhu v Čechách. Učni z celé republiky zde setrvali až do roku 1958. Ústav sociální péče začal pro potřeby seniorů sloužit 19. září 1958. V roce 1963 byl Domov důchodců Chýnov zapsán do Ústředního seznamu kulturních památek ČR. (www.dschnov.cz/historie-domova.html, 2010)

V letech 2007 - 2008 proběhla rekonstrukce bývalého zámeckého areálu a současně byl prováděn i první archeologický výzkum, jak uvádí Krajíc (2010, s. 6 - 7) v Občasníku Chýnovska. K výzkumu vedly nálezy zlomků slovanské a vrcholně středověké užitkové keramiky. První archeologický výzkum potvrdil skutečnost dvou zaniklých sídel staršího a mladšího. Starší s kulturními vrstvami a slovanskou keramikou (příslušelo okrajovým partiím chýnovského hradiště), mladší nálezy kamenné zdivo na jižní straně stávajících staveb a kolem něho probíhající příkop příslušející vrcholně středověkému šlechtickému sídlu, které zde bylo založeno již ve 14. st.. Archeologické nálezy prokázaly, že po slovanském hradišti následovalo využití chýnovského ostrohu k vybudování příkopem opevněného kamenného šlechtického sídla, a pak po několika staletích došlo i k jeho přestavbě na novověký zámek.

K zámku se také vztahuje pověst, že u kamenného stolce s lavicí, jenž se nachází na nádvoří, posvětil samotný husitský vůdce Jan Žižka z Trocnova. Barokní zámek v dnešní době slouží jako domov důchodců.

Bílkova vila

Bílkův dům postavený roku 1898 byl první architektonickou realizací slavného chýnovského rodáka Františka Bílka (1872 - 1941), který zaujímá v českém umění epochy symbolismu a secese výrazné postavení jako sochař, architekt, kreslář, grafik, ilustrátor, keramik, autor užitého umění, náboženský myslitel a mystik s literárními schopnostmi. Umělec dům situoval do rámce stávající přírodní situace na pozemku své rodiny, v bezprostřední blízkosti rodného domu. V jeho řešení usiloval skloubit svůj výtvarný názor s chýnovskou stavební tradicí i požadavkem na prostorný, světlý, moderní ateliér. Myšlení, cítění i práce Františka Bílka byly prostoupeny především hlubokou vírou v Krista. Svoji tvorbu chápal jako poslání vykonat

uměním "obět' k ozdravení bratří". Sochařský ateliér učinil proto ideově i architektonicky základní a největší prostorou domu. (www.chynov.cz/bilkuv-dum/d-60303/p1=2095, 2010)

Chýnovský dům, který Bílek něžně nazýval "chaloupka", je historicky spjat především s jeho ranným dílem, v němž se tříbily a ustalovaly celoživotní umělecké postoje přátelskými styky s duchovně spřízněnými osobnostmi Juliem Zeyerem, Zdeňkou Braunerovou, Otakarem Březinou a dalšími. František Bílek se narodil 6. listopadu 1872. Jeho zájem o výtvarné umění vyvrcholil studiem sochařství u profesora Maudra. Po ročním studiu na pařížské akademii, kde vznikla jeho dvě stěžejní díla "Golgota" a "Orba", se vrátil do rodného Chýnova. Mezi jeho práce patří mimo jiné například "Slepčí", "Krucifix" v Chrámu sv. Víta v Praze, Husův pomník v Táboře. Blahoslavův pomník v Přerově a nový chýnovský hřbitov - to jsou galerie Bílkových děl. Umělec zemřel 13. října 1941 v Chýnově.

(www.chynov.cz/bilkuv-dum/d-60303/p1=2095, 2010)

Obrázek 6: Bílkův dům

Majitel: od roku 1990 dům vlastní Galerie hlavního města Prahy

Adresa: Údolní 133, Chýnov

Otevírací doba: od 15. 5. - 15. 10.

Otevřeno denně mimo pondělí

Otevírací doba: 10 - 12 h a 13 - 17 h



Zdroj: www.chynov.cz, [on-line 28. 8. 2011]

Tabulka 9: Počet návštěvníků v Bílkově vile v letech 2007 - 2010

Rok	2007	2008	2009	2010
Počet návštěvníků	1042	1263	1397	976

Zdroj: GHMP, Lénská, 2011

Současná výstava v Bílkově domě

Datum konání: 1. 5. - 31. 10. 2011

Vstupné: 50,- / 30,- Kč

V chýnovském domě Františka Bílka je od 1. 5. 2011 otevřena nová stálá expozice „*Chýnovská vize Františka Bílka*“. Jejím záměrem je představit pozoruhodné, secesně symbolistní dílo umělce, který si v rodném Chýnově vytvořil zázemí pro svou tvorbu v podobě originální autorské varianty rodinného domu s ateliérem.

Obrázek 7: Expozice v Bílkově domě

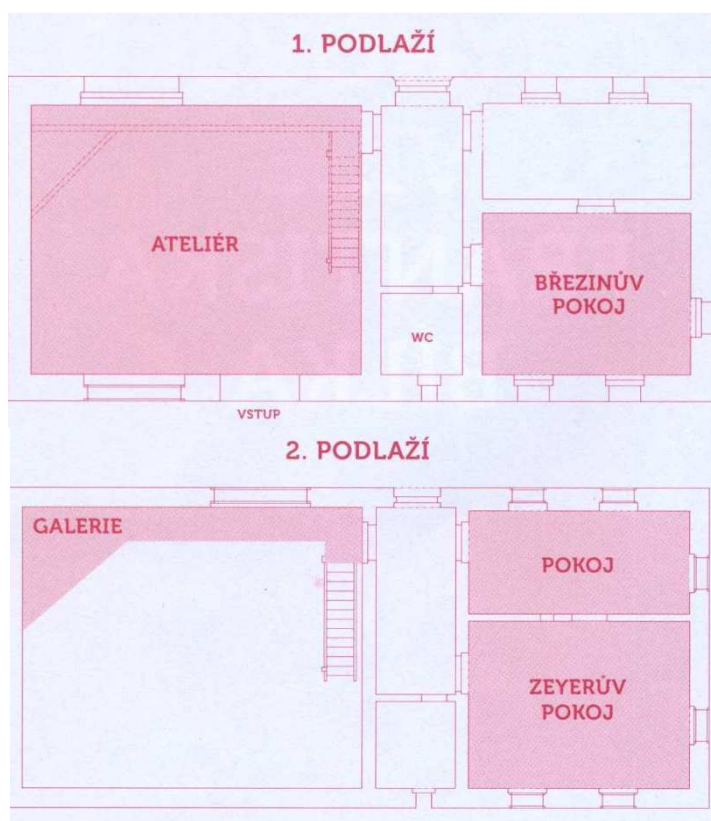


Zdroj: www.ghmp.cz, [on-line 28. 8. 2011]

Architektura domu, postaveného Bílkem v roce 1898 z režného cihlového zdiva s dobovými "lidovými" dřevěnými prvky a dřevořezbami, odkazuje k tradici chýnovského stavitelství. Nezaměnitelný ráz ale dodávají domu především štukové figurální reliéfy na fasádě se symbolickými tématy Boží ochrany a duchovního růstu člověka, dotvářené verši z Janova evangelia v štukových ostěních oken.

Nová expozice nabízí jedinečnou příležitost seznámit se s díly, která mají z větší části přímý vztah k chýnovskému domu. Většinu z nich tu Bílek ke konci devadesátých let a počátkem prvního desetiletí 20. století vytvořil, jiná se stala během jeho života součástí původního interiéru. V reprezentativním výběru děl, kde se Bílek představuje především jako sochař, jsou zastoupeny také práce, odkazující k národní duchovní tradici českého národa, která má kořeny právě v tomto regionu. Patří k nim i dva návrhy nerealizovaných pomníků; desetinový model monumentálního *Národního pomníku pro Bílou horu* (1908), vyjadřující vzestup a pád českého národa a návrh pro *Pomník Jana Žižky pro pražský Vítkov* (1913), oslavující dobu husitství. (www.ghmp.cz/expozice.php?page=expozicechynov#skryty1, 2011)

Mapa 5: Současná výstava v Bílkově vile v Chýnově



Zdroj: www.ghmp.cz/prilohy/chynov.pdf, [on-line 29. 8. 2011]

Pro Bílkův dům byl vydán speciální průvodce "*František Bílek / Dům v Chýnově*", který je k zakoupení v pokladně objektu a v pražském Trojském zámku. Průvodce obsahuje podrobnosti a zajímavosti o životě Františka Bílka a stavbě a historii chýnovského domu.

Kostel Nejsvětější Trojice

Ať už přijíždíte k Chýnovu od Pelhřimova nebo od Tábora, první, co při pohledu na městečko zaujme, je silueta kostela, s věží jako prstem zapíchnutým do nebe. Zvenčí opravený kostel nezapře jihočeské baroko, ale jeho historie má kořeny v 10. století (Prášek, 2006, s. 43).

Na návrší, kde dnes stojí kostel, bývalo staroslovanské obětiště boha Triglava a pohřebiště - při přestavbě budov se zde našly popelnicové hroby. První kostel, který byl postaven před rokem 995, byl románský. Z tohoto kostela se nic nezachovalo. Ve 14. st. došlo k přestavbě a to v gotickém stylu. Dispozice kostela byla pravděpodobně stejná, jako dispozice kostela dnešního.

Obrázek 8: Kostel



Zdroj: www.chynov.cz, [on-line 28. 8. 2011]

Kostel byl do dnešní podoby přestavěn - barokizován - a rozšířen v 17. století italským stavitelem Pietrem Spinettim. Inventář je však mladší: kostel vyhořel a byl několikrát vykraden. Věž, dominanta Chýnova i okolí, byla ke kostelu přistavěna až roku 1727 Adamem knížetem ze Schwarzenbergu. Kostel prošel v letech 1999 až 2004 rozsáhlou generální opravou, od střech až po vnitřní omítky. Kostel je spravován Římskokatolickou farností v Chýnově.

(<http://www.chynov.cz/kostel/d-60302/p1=2094>, 2010)

Bohoslužby během roku

- Všední dny: čtvrtek v 18:00, první pátek v měsíci v Domově seniorů 14:00
- Neděle: 8:30

Hřbitov

Nový hřbitov, podle zvonu zvaný U sv. Vojtěcha, je malou sochařskou galerií. Byl vysvěcen 8. září 1890. Prvním pochovaným zde byl turovecký výměnkář Jakub Kepka. Na hřbitově lze nalézt náhrobky zdejších sochařů Františka Bílka, jeho bratra Antonína a také Karla Gabriela. F. Bílek je reprezentován 8 náhrobky, především svou monumentální „*Modlitbou nad hroby*“, pod níž je sám pochován, dále zajímavě pojatým náhrobkem prof. Františka Nekuta, pomníkem nad hrobem svých rodičů a jinými.

Také bratr Antonín zde zanechal dva náhrobky a nejpłodnějším byl K. Gabriel, který je podepsán na 13 pomnících, včetně vlastního náhrobku. Jedním z nejpůsobivějšího je hned poblíž hlavního vchodu jeho dílo „*Odcházím*“. Představuje muže, odcházejícího z tohoto světa, naprosto odpoutaného od pozemských starostí a plačící ženu, kterou opouští bytost nejbližší (Prášek, 2006, s. 182).

Náhrobky na místním hřbitově

Obrázek 9: F. Bílek - Modlitba nad hroby, autor 2010



1) František Bílek

Bílek je nejslavnějším rodákem. Později se Bílek přestěhoval do Prahy a do chýnovského ateliéru jezdil s rodinou pouze na letní byt. V roce 1939 se do Chýnova trvale přestěhoval. Bílek byl pochován na místním hřbitově pod své monumentální dílo „*Modlitba nad hroby*“, které vztyčil v r. 1905 nad hrobem svého dědečka. Na chýnovském hřbitově zanechal jedinečnou ukázkou svého přebohatého díla. Jeho autorství poměrně hladce rozeznáme na 8 náhrobcích, z nichž nejvýznamnější - pomineme-li vzkříšeného Krista tedy „*Modlitbu nad hroby*“- je reliéf „*Poslední večeře Páně*“ nad hrobem přírodovědce Františka Nekuty. Dále náhrobek rodiny Svobodovy s reliéfem „*Vzkříšení dcery Jairovy*“ (Prášek, 2006, s. 157).

2) Antonín Bílek

A. Bílek je bratr F. Bílka. Antonín byl také sochař a malíř, který působil v Praze na Vinohradech. Z děl lze uvést množství pomníků padlým v I. světové válce (ve Strakoncích, v Písku), Boží hrob ve skále na Křešněšniku (Prášek, 2006, s. 169).

Obrázek 10: Reliéf na hrobě F. Nekuty, autor



3) Karel Gabriel

V Chýnově, Pacově, Třeboni stojí jeho pomníky padlých v I. světové válce. Na chýnovském hřbitově, vedle děl Antonína a Františka Bílkových jsou také jeho práce, celkem 13 pomníků. K nejhezčím patří „*Odcházím*“ a zmenšená lidská postava, odlitá do bronzu, nazvaná „*Poutník*“, vyjadřující tíhu pozemské pouti člověka. Další z jeho děl je například pamětní deska pro rodný dům Jaroslava Kvapila v Chudenicích (Prášek, 2006, s. 170).

Obrázek 11: Gabrielovo sousoší - Odcházím, autor

Pivovar

Schwarzenberský pivovar v Chýnově byl postavený současně s výstavbou vodovodu v roce 1581 majitelem hradu Zdeňkem Malovcem z Chýnova. Pivovar často měnil majitele. Nějakou dobu jej vlastnili Vencelíkové z Vrchovišť, po nich královská komora, od které jej získala knížata z Eggenberku. Lepší časy pivovaru přichystali Schwarzenbergové v letech 1877 až 1880, kdy pivovar prošel rozsáhlou přestavbou, při které bylo vystavěno nové chladné hospodářství a varna. Rod jej vlastnil do druhé světové války - posledním majitelem byl Adolf kníže Schwarzenberg.

Poté byla na pivovar uvalena národní správa a poslední pivo v něm bylo uvařeno tři dny před koncem roku 1948. Poté sloužil jako sklad třeboňského piva. Od 70. let byla jeho část využívána JZD na sklady a kanceláře.

V roce 1989 existovalo několik projektů na rekonstrukci bývalého pivovaru, ale žádná z nich se neuskutečnila. V roce 2009 zakoupila pivovar společnost Walboria, která přišla s návrhem využít prostory bývalého pivovaru a zřídit *wellness centrum*.

Wellness studio poskytuje celou řadu masáží, ať již klasickou, havajskou, či shiatsu. Masáže se používají k utišení bolesti, k uklidnění, ke zbavení pocitu napětí, poskytují celkové uklidnění a uvolnění od stresu a navozují příjemné pocity a pohodu.

Tabulka 10: Ceník a doba masáží

Masáž	Doba masáže v min.	Cena
Breussova	20	200
Celková harmonizační	60	610
Celková masáž shiatsu	60	710
Indická antistresová masáž	30	250
Havajská masáž zad	30	230
Klasická	30	230
Masáž lávovými kameny	45	400
Meridiánová	30	230
Reflexní	30	190
Sportovní	30	210
Diagnostické vyšetření	40	220
Výživové poradenství	40	220

Zdroj: www.walboria.cz, [on-line 30. 8. 2011]

Viadukt na Močítkách

V roce 1883 vybudovali italští dělníci železniční dráhu Tábor-Pelhřimov-Horní Cerekev. Na této trati jsou postaveny kolem Chýnova čtyři pozoruhodné obloukové kamenné mosty po vzoru antických viaduktů. První z nich je u Dobronic, druhý mezi Chýnovem a Kloužovicemi, ten je zvláštní tím že není rovný, ale vede do oblouku. Třetí vede přes údolí Močítka v Chýnově a je největším kamenným mostem v Čechách. Další most je za Pořínským vlakovým nádražím a má půdorys do tvaru S.

Obrázek 12: Viadukt na Močítkách, autor

Viadukt u Chýnova na Močítkách je vysoký 27 m. Tento devíti obloukový železniční most postavil v 19. století italský inženýr Giacomo Ceconi. Jako stavební materiál posloužil neopracovaný kámen z nedalekého lomu. Mostní pilíře zůstaly duté a byly vyplněny sutí. (www.naucnoustezkou.cz/naucna-stezka-chynov, 2011)



Zaniklá úzkokolejka Pacova a Kladrubská hora

Lomy v Pacové a Kladrubské hoře byly s vápenkou propojeny úzkorozchodnou dráhou. Tradice vápenictví na Chýnovsku se udržela do r. 1964, kdy bylo lámání vápence ukončeno. Poslední vápenka v Pacové hoře byla zbourána v r. 1972, vápenka v Chýnově asi o 10 let později. Tou dobou již úzké koleje mezi nimi dávno neexistovaly. V současné době lze nalézt na Pacové a Kladrubské hoře pozůstatky zaniklé úzkokolejky, například opuštěnou výtopnu v lomu Pacova hora, zbytky propustek na trati, či staré výhybky.

Mapa 6: Zaniklé úzkokolejky na Pacové a Kladrubské hoře



Zdroj: www.pshzd.cz/chynov-pacova-hora.html, [on-line 29. 8. 2011]

Kašny

Nejstarší dochovanou chýnovskou kašnou je kašna na předměstí, kde byla zakomponována do křižovatky - původně stála v parčíku před kostelem vedle pivovaru. Byla postavena v roce 1800 jako pivovarská kamenickým mistrem V. Poplem z Lipnice. Stála 60 zlatých a 52 krejcarů. Zmíněná kašna je čtvercového půdorysu s prostým středověkým jehlancem a vyrobili ji, jako ostatní chýnovské kašny z milevské žuly. Druhá nejstarší kašna je umístěna na nádvoří zámku. Byla postavena v roce 1824 kamenickým mistrem A. Chomoutem z Borotína za 414 vídeňské měny. Nejmladší kašna se nachází v parku naproti škole. Je opatřena centrálním sloupem a kruhovými terčí na plášti. V jednom je vysekán letopočet 1865, ve druhém tehdejší užívaný znak Chýnova (Prášek, 2006, s. 58 - 59).

6.1.3 Kulturně společenské akce

Rok 2011 byl pro Chýnovsko významnou událostí. Jednak uplynulo 1030 let, kdy kronikář Kosmas psal ve své kronice o osadě Chýnov, jednak uběhlo přesně 150 let od otevření prvního poštovního úřadu v Chýnově. V neposlední řadě uběhlo 70 let od úmrtí slavného rodáka, sochaře Františka Bílka. K této příležitosti byl vydán i tematický kalendář zaměřený na život umělce F. Bílka. Z těchto důvodů město Chýnov pořádalo různé oslavy, které probíhaly v různých termínech během léta a podzimu. K těmto příležitostem byl vytvořen program akcí a výstav pro rok 2011, který byl umístěn na webových stránkách města.

Program akcí 2011

ČERVEN

24. 6. - Akce SPOZ - Přijetí nejúspěšnějších žáků ZŠ Chýnov u starosty Pavla Eyberta

24. 6. - Akce SPOZ - Vítáníčko nových „Občánků“

24. 6. - *SVATOJÁNSKÁ NOC* - oslavy 1030 let od první zmínky o Chýnovu

25. 6. - oslava 100. výročí založení SBORU DOBROVOLNÝCH HASIČŮ v DOBRONICÍCH

27. 6. - Akce SPOZ - Rozloučení dětí s MŠ

do 18. 7. - Měk Chýnov - každé pondělí od 19. do 21. hodiny KURZY ALFA

ČERVENEC

1. - 16. 7. - letní tábor „Šumavský put'ák“ www.najednelodi.cz

9. 7. - *Vernisáž výstavy 150 let pošty v Chýnově* v Infocentru MěÚ

11. - 17. 7. - *Hudební kurzy* - organizátor Radek Hruška

22. - 30. 7. - speciální tábor pro děti 6-9 let „Kouzelný les“

30. 7. - XI. ročník turnaje v kopané „O pohár starosty Města Chýnova“

do 18. 7. - Měk Chýnov - každé pondělí od 19. do 21. hodiny KURZY ALFA

SRPEN

7. - 13. 8. - letní tábor na faře v Borotíně

27. 8. - *Neckyáda*

28. 8. - *koncerty Jaroslava Svěceného v Chýnovské jeskyni* (od 19.00 a od 20.30 hodin)

ZÁŘÍ

3. 9. - *Setkání s Armádou ČR*

3. 9. - Mezinárodní koncert dechových hudeb z jižních Čech a Moravy

3. 9. - Fotbalový turnaj rodin E-on cup, fotbalový areál

ŘÍJEN

14. 10. - v 17.00 h v infocentru *vernisáž výstavy k 70. výročí úmrtí chýnovského rodáka Františka Bílka*

Každoroční aktivity

Destinace Chýnov nabízí rozličné aktivity, ať již sportovní, tak i odpočinkové, kulturní či náboženské.

Sportovní aktivity

Na Chýnovsku se nacházejí 2 cyklotrasy č. 1181 Pacov - Chýnov a č. 1174 Tábor - Chýnov

a) cyklotrasa č. 1181 Pacov - Chýnov, která vede na Chýnovskou jeskyni

- délka trasy: 21 km

- trasa: Pacov, Bedřichov, Brožkův mlýn, Vodice, Malešín, Oblajovice, Lejčkov, Horní Hořice, Chýnovská jeskyně, Chýnov rozcestí, Chýnov (železniční stanice)

- Komunikace: silnice III. tř.

b) cyklotrasa č. 1174 Tábor - Chýnov, žel. stanice

- délka trasy: 14 km

- trasa: Tábor (železniční stanice), Smyslov, Dobronice u Chýnova, Kloužovice, Chýnov

- Komunikace: silnice III. tř., účelové komunikace

Pravidelně se konají ve městě závody horských kol na 35 km. V Chýnově se nachází sportovní areál s venkovním bazénem a tenisovým hřištěm. V blízkosti areálu se nachází restaurace se saunou a vřivkou.

Pro rybáře lze využít možnosti rybolovu v Podhradském rybníce. Pro mladé rybáře je zde nabídka dětských závodů na rybníce Valchář.

Atraktivní podívaná pro milovníky motosportu je každoroční *závod do Strmého vrchu*, jenž pořádá Motosport Chýnov. Hlavní akcí klubu je každoroční pořádání populárních závodů do Strmého vrchu na domácí trati v Chýnově, kam si na závěr sezóny pravidelně přijížděly zazávodit špičky motoristického sportu. Právě akce závod do Strmého vrchu se může pochlubit nejdelší tradicí a dnes již také ojedinělostí v celé České republice.

Kulturní akce

- výstava a rodný dům sochaře Františka Bílka (květen - říjen)
- koncert Jaroslava Svěceného v Chýnovské jeskyni
- pouť
- Neckyáda
- mezinárodní koncert dechových hudeb Z jižních Čech a Moravy

Mezinárodní koncert dechových hudeb "*Z jižních Čech a Moravy*", kterého se zúčastnily české dechové skupiny jako Keramička, Krajanka, Gloria, Babouci, a zahraniční skupiny ze Slovenska Drietomanka a z Rakouska Míschí Band, se konal 3. 9. 2011 v parku před školou. Akce byla spolufinancována EU z Evropského fondu pro regionální rozvoj za přispění partnerů, jako Město Chýnov, Jihočeský kraj, Dřevotvar - řemesla a stavby, E-on, obec Radenín, Partner a další. O konání akce byla veřejnost informována jednak v tisku (Partner), jednak na webových stránkách (města Chýnov, Kudy z nudy), jednak na informačním centru a také na vývěsných tabulích, či malých letáčích.

Městská knihovna pořádala během roku několik výletů a akcí pro občany města. Jednak šlo o divadelní a muzikální představení, jako např. muzikál „*Noc na Karlštejně*“ v Karlínském divadle v Praze, divadelní představení „*Jesus Christ Superstar*“ Karlín v Praze, nebo představení „*Kytice*“ v divadle Kočébr a další představení. Dále se jednalo o výlet do Vídně na adventní trhy, či návštěva zrekonstruované vily F. Bílka v Praze. Také proběhly různé výstavy a akce pro občany v Městské knihovně, a to například šperkařská a drátenická dílna. Akce se konala v Městské knihovny za podpory a dotace Jihočeského kraje.

Město Chýnov informuje o konaných akcích na webových stránkách města: www.chynov.cz/aktualne/ds-2837/archiv=0. Mimo jiné je zde umístěn turistický průvodce, který informuje o atraktivitách a památkách nacházející se v okolí Chýnova, a to v okolí 50 km. Tento průvodce je také umístěn v informační tabuli na náměstí.

Náboženské akce

Římskokatolická farnost Hartvíkov, Chýnov a Hroby pořádá různé náboženské akce, či zábavné programy pro celou rodinu. Jedná se např. o „*Poutní procházku ke kapli na Pacovu horu*“ k příležitosti svátku sv. Vojtěcha. O kapličku pečuje Správa Chýnovské jeskyně jako o jednu z posledních památek na slavnou éru chýnovského vápenictví. Pravidelně probíhá koncem června mše v Kapli sv. Vojtěcha přímo v jeskyni. Dále farnost připravuje různé programy pro občany města. Například v měsíci srpnu na faře v Chýnově proběhla akce „*Batikování*“. Akce byla finančně podpořena z grantu Renovabis (Německo). Farnost připravuje zábavné programy i pro nejmladší, v letním měsíci se konal křesťanský dětský tábor na faře v Borotíně.

Dvakrát do roka vychází „*Zpravodaj farností*“, který informuje o náboženských akcích, které proběhnou, např. „*Noc kostelů*“ (jde o připomenutí kulturní hodnoty kostelů), Chýnovská pouť, či o Velikonočních bohoslužbách. I farnost Chýnov nabízí různé rozptýlení pro své občany. Jednalo se např. o akci „*Velikonoční dílna*“, kde si mohli účastníci malovat kraslice, plést pomlázky či vyrobit ozdoby do oken a květináčů. I tato akce byla finančně podpořena z grantu Jihočeského kraje.

6.2 Sekundární nabídka

6.2.1 Suprastruktura cestovního ruchu

Přímo v Chýnově je několik možností k ubytování jako bungalov Vachta (bungalov a 2 apartmány), dále Penzion Bowle (kapacita 28), restaurant U Bazénu a v neposlední řadě v nedalekém penzionu Pacovka (kapacita 20) v blízkosti Chýnovské jeskyně. V případě potřeby více lůžek se nachází v blízkosti Autocamping Knížecí rybník, který je vzdálen 4 km od destinace Chýnov.

Možnost ubytování:

1. Bungalov Vachta Chýnov

- **adresa:** Spojovací 350, Chýnov
- **kontakt:** 724 874 276
- **odkaz:** <http://web.hpl.cz/~bungalowvachta/>
- **majitelé:** Jiří a Dana Vachtovi
- **provoz:** celoroční
- **parkování:** 1 místo v uzavřeném pozemku

Obrázek 13: Bungalow Vachta



Zdroj: <http://web.hpl.cz/~bungalowvachta/>, [on-line 1. 9. 2011]

Bungalow

- kapacita 4 lůžka
- umístění na zahradě u rodinného domku
- možnost posezení s grilem

Cena na týden: 5600 Kč

Cena při pobytu kratší než týden: 250 Kč/na osobu

Apartmán Terežka (kapacita 2 lůžka)

Cena na týden: 2800 Kč

Cena při pobytu kratší než týden: 250 Kč

Apartmán Andrejka (kapacita 3 lůžka)

Cena na týden: 4200 Kč

Cena při pobytu kratší než týden: 250 Kč

Společné pro apartmány:

- umístění v 1. patře rodinného domu
- mají společnou kuchyňku a koupelnu s toaletou
- před domem umístěn venkovní gril s posezením

2. Restaurant U Bazénu

- **adresa:** Údolní ulice 486, Chýnov
- **odkaz:** www.ubazenu.wz.cz/bazen.htm
- **majitel:** MÚ Chýnov
- **ubytování:** 2 dvoulůžkové, 1 jednolůžkový pokoj
- velké parkoviště

Zdroj: www.ubazenu.wz.cz/bazen.htm, [on-line 1. 9. 2011]

- **Zábava:** suchá sauna, rohová vířivá vana, venkovní bazén, tenisové kurty, volejbal

Provozní doba tenisového kurtu:

- duben, květen, září, říjen
 - všední dny 14.00 - 18.00 h
 - sobota, neděle, svátek 10.00 - 18.00 h
- červen, červenec, srpen
 - všední dny 14.00 - 20.00 h
 - sobota, neděle, svátek 10.00 - 20.00 h

cena za KURT: 100 Kč/h bez ohledu na počet hrajících

Obrázek 14: Restaurant U Bazénu



3. Pension Bowle

- **adresa:** Nádražní 316, Chýnov
- **kontakt:** 776 012 541
- **odkaz:** www.pensionchynov.cz/index.php
- **provozovatel:** TJ SOKOL Chýnov
- **kapacita:** 28
- **ubytování:** dvoulůžkové, čtyřlůžkové pokoje
- možnost virtuální prohlídky

Cena: 266 Kč za osobu na noc

Zábava: bowling, kuželky

Obrázek 15: Pension Bowle



Pronájem 2 bowlingových drah

Zdroj: www.pensionchynov.cz, [on-line 1. 9. 2011]

ceny neděle - čtvrtek

- **100 Kč** na dráhu a na hodinu v čase od 10:00 do 18:00
- **140 Kč** na dráhu a na hodinu v čase od 18:00 do 22:00

ceny pátek - sobota

- **140 Kč** na dráhu a na hodinu v čase od 10:00 do 18:00
- **160 Kč** na dráhu a na hodinu v čase od 18:00 do 22:00

4. Pension Pacovka

- **adresa:** Chýnov 137
- **kontakt:** 775 230 970
- **odkaz:** www.penzionpacovka.cz/?lang=cs&page=ubytovani
- **Kat.:** ***
- **majitel:** soukromý rodinný penzion
- parkovací plocha
- **ubytování:** 20 lůžek z toho 14 pevných a 6 přistýlek

Cena: 370 Kč osobu/noc

Zdroj: www.penzionpacovka.cz, [on-line 1. 9. 2011]

Zábava: dětský koutek - pískoviště, skluzavka, stolní tenis, ruské kuželky, líný tenis, badminton, petanque, stolní hry, úschovna kol, posezení u ohniště, zahradní gril, půjčovna kol (60 Kč/kolo/den)

Nabídka služeb, které zajistí penzion:

- tenis, bowling, vyjížďky na koních a v kočáře, jízdy na velbloudech

Obrázek 16: Pension Pacovka



Letní aktivity: Okolí penzionu je ideální jak pro cyklisty, tak pro pěší turistiku. Množství značených tras a cyklostezek se spoustou historických památek a zajímavostí. V těsné blízkosti se nachází Chýnovská jeskyně. Okolní lesy jsou lákadlem pro houbaře.

Zimní aktivity: možnost lyžování v nedalekém ski areálu Koninec (26 km od destinace)

Ubytování: 3 apartmány

Všechny apartmány jsou vybaveny: koupelnou se sprchovým koutem, toaletou a kuchyní.

Apartment č. 1

- manželská postel, jednolůžko, 1x přistýlka

Apartment č. 2

- manželská postel, 3x jednolůžko, možnost až tří přistýlek

Apartment č. 3 (dvojlůžkový)

- 1. pokoj: manželská postel, 2x jednolůžko, 1x přistýlka

- 2. pokoj: dvojlůžko, 1x přistýlka

Historie hostince v Pacově Hoře

První zmínka o hostinci souvisí s těžbou vápna, která probíhala v blízkém lomu pod Pacovou horou. Mezi dělníky v lomu se rozmohl tzv. kořaleční mor. Veškerou mzdu dělníci utratili za lihovinu, proto v hostinci byl proveden zákaz čepovat kořalku. První zmínka pochází z roku 1901. Koncem 70. let minulého století přestal hostinec fungovat. V roce 1991 prošel nyní již penzion Pacovka kompletní rekonstrukcí, která zachovala původní Schwanzenberský hostinec.

V roce 2012 nově otevřeno ubytování v bývalé kartáčovně, které provozuje Ing. Jaroslav Jankovský. Majitel mimo jiné plánuje v bývalé kartáčovně zprovoznit pivovar a obnovit tradici piva na Chýnovsku.

Možnost stravování:

V destinaci Chýnov se nachází hned několik restaurací. Přímo ve městě lze nalézt Pension Bowle, restaurace U Radnice, nebo v blízkosti Chýnovské jeskyně Penzion Pacovka. Dále v blízkosti Chýnova je restaurace v Dolních Hořicích (vzdálena necelých 6 km od města Chýnov a necelé 2 km od Chýnovská jeskyně), či Restaurace a penzion U Vaňků v Kladrubech (3 km od Chýnova).

1. Pension Bowle (u vlakového nádraží)

- **kontakt:** 720 526 213
- **počet míst:** cca 50
- jídla hotová a na objednávku

Otevírací doba:

- pondělí - pátek: 10:30 - 22:00
- sobota: 15:00 - 24:00
- neděle: 15:00 - 22:00

Stravování: česká kuchyně

Zdroj: www.pensionchynov.cz, [on-line 1. 9. 2011]

- možnost jídelního lístku na webu: www.pensionchynov.cz/restaurace.php
- možnost pořádání svateb, rautů, školení či podnikových oslav

Obrázek 17: Pension Bowle



2. Restaurace U Radnice (na náměstí)

- **adresa:** Gabrielovo náměstí 47, Chýnov
- **kontakt:** 776 069 955
- **počet míst:** cca 100
- jídla hotová a na objednávku
- **jídelní lístek na webu:** www.diskochynov.cz/files/jidelak_radnice2.rtf

Otevírací doba:

- pondělí - čtvrtek : 9:00 - 22:00
- pátek: 9:00 - 24:00
- sobota: 10:00 - 24:00
- neděle: 10:00 - 22:00

Obrázek 18: Restaurace U Radnice, autor



3. Restaurace Pacovka (Pacova hora)

- **kontakt:** 775 230 970
- **email:** info@penzionpacovka.cz
- **počet míst:** 30 (v letních měsících venkovní posezení na terase)
- jídla hotová a na grilu
- **otevírací doba:** denně 11:00 - 22:00

Obrázek 19: Restaurace Pacovka



Zdroj: www.penzionpacovka.cz, [on-line 1. 9. 2011]

4. Pizzerie Bistro na Masně

Jedná se jednak o pizzerii s dětským koutkem v nekuřáckém prostředí (kapacita 20 osob), s předzahrádkou (kapacita 20 osob) a jednak o Habánské sklepy s částí vyhrazenou pro kuřáky (kapacita 20 osob).

Obrázek 20: Bistro na masně, autor



- **adresa:** Nádražní 122, Chýnov
- **kontakt:** 776 660 138
- **email:** namasne@seznam.cz
- **druhy jídel:** pizza, italská kuchyně, palačinkárny
- nabídka menu pro pizzerii: pizza, teplá kuchyně po celý den
- nabídka pro sklepy: koktejly, 10 druhů piv

Otevírací doba:

Úterý - čtvrtek: 11:00 - 21:00

Pátek - sobota: 11:00 - 23:00

Neděle: 11:00 - 21:00

5. Restaurace Na Křivé

- **adresa:** Nádražní 132, Chýnov
- **kontakt:** 777 573 007
- **email:** nakrive.email.cz

Obrázek 21: Restaurace Na Křivé



Otevírací doba:

Pondělí - čtvrtek: 12:00 - 22:00

Pátek: 12:00 - 1:00

Sobota: 10:00 - 1:00

Neděle: 10:00 - 22:00

- po dohodě lze zajistit ubytování

Zdroj: <http://nakrive.webnode.cz/>, [on-line 20. 9. 2011]

6.2.2 Infrastruktura

Chýnovské informační centrum bylo otevřeno v říjnu 2007, zároveň proběhla i rekonstrukce knihovny. Poskytuje informace pro turisty o Chýnově a okolí, má k dispozici různé propagační předměty, mapy, pohlednice a drobné upomínkové předměty. Společně s knihovnou pořádá různé výstavy, přednášky a zájezdy pro občany za kulturou. Návštěvníkům nabízí připojení na internet (1 h denně zdarma), kopírovací služby apod. Provoz informačního centra probíhá přímo v knihovně. Je nutné podotknout, že ač je informační centrum v provozu, nemá oficiálně status informačního centra.

Otevírací doba Městské knihovny a informačního centra v Chýnově

Pondělí: 12:00 - 16:00

Úterý: 9:00 - 11:30 12:00 - 17:00

Středa: 9:00 - 11:30 12:00 - 16:00

Čtvrtek: 9:00 - 11:30 12:00 - 17:00

Pátek: 9:00 - 11:30 12:00 - 14:30

Obrázek 22: Městská knihovna a informační centrum v Chýnově, autor 2011



Mezi kulturně společenská zařízení patří především Kulturní dům v Chýnově, kde se pravidelně pořádají diskotéky. Sál je možné pronajmout i na divadelní představení (kapacita 500 osob, popřípadě na jiné akce (dětský karneval, školní akademie, koncerty, výstavy, atd.). Další možností je využití sportovního areálu. Zde se nachází bazén, tenisové a volejbalové hřiště a mimo jiné restaurace U Bazénu. V Penzionu Chýnov je možnost zahrát si bowling a kulečnick.

6.2.3 Všeobecná infrastruktura

Vybavenost v oblasti obchodní sítě je přímo v Chýnově na velmi dobré úrovni a vzhledem k tomu, že vzdálenost z ostatních místních částí není velká, jejich obyvatelé chodí nebo jezdí na nákupy do Chýnova. Přímo v Chýnově se nachází 3 prodejní jednotky, a to prodejna COOP TUTY, FLOP a Večerka. Dokonce je možnost nákupu každý den, a to v prodejně Večerka, která je otevřena denně 6:00 - 19:00. Nacházejí se zde i velkoobchody stavebnin, hutního a nerezového materiálu a zemědělských potřeb.

Instituce

Z institucí, které slouží občanům a nacházejí se přímo na území destinace Chýnov, je mateřská škola, základní škola, zdravotní středisko, lékárna, služebna policie ČR, městský úřad s matrikou a stavebním úřadem, městská knihovna, informační centrum, pošta, domov pro seniory, pečovatelská služba a sbor dobrovolných hasičů. V oblasti služeb města se zde nachází Chýnovská majetková s.r.o., které patří pod správu města.

Zvláštností Chýnova je vodovod. Severně od města na lukách zvaných Rutice vyvěrají ze země prameny, které koncem 16. století svedl věhlasný stavitel třeboňských rybníků Jakub Krčín z Jelčan do otevřené stoky a tou do rybníka "Návozkýho", z něhož pak byla voda vedena rourami do městských kašen. Vodovod byl nákladně upraven v letech 1895 a 1930, poté v letech 1938 - 1939 přestavěn na litinový (atelier M. A. A. T., 2006, s. 36).

Zdrojem pro vodovod je výše zmíněné prameniště Rutice, vydatnost je $Q = 6 \text{ l/s}$. Voda je odkyselována a průběžně hygienicky zabezpečována chlornanem sodným. Z prameniště je voda gravitačně dovedena do vodojemu Skalice, ze kterého je gravitačně zásoben Chýnov - cca 2/3 obyvatel, 1/3 obyvatel je zásobena přes AT stanici. Provozovatelem vodovodu je město (atelier M. A. A. T., 2006, s. 36).

Město je zásobováno elektrickou energií, kterou spravuje společnost E.ON Česká republika. Pro město Chýnov je položen středotlaký rozvod plynu. Regulační stanice se nachází v Záhosticích a v Chýnově-jih. Vytápění v sídlech je zejména kombinací plynových a tuhých paliv (atelier M. A. A. T., 2006, s. 34 - 35).

Chýnov má vybudovanou jednotnou kanalizaci. Kanalizace, která je ve správě města, byla vybudovaná převážně z betonových trub profilů DN 300, 400, 500, 600, 800 a 900 mm. Odpadní vody jsou touto kanalizací přiváděny na stávající čistírnu odpadních vod. Jedná se o mechanicko-biologickou ČOV. Provozovatelem kanalizace i ČOV je město Chýnov. Mimo odpadních vod běžného komunálního charakteru se v Chýnově vyskytují ještě následující producenti většího množství odpadních vod, jako firmy Kolovrat, Hora, Tagrea, atd. Jižně od obce Chýnov, ve vzdálenosti cca 0,50 km, se nachází vnější pásmo hygienické ochrany II. stupně (vývěr - OP Rutice), (atelier M. A. A. T., 2006, s. 37).

Doprava

Ve středu města je hlavní tah silnice č. I/19 ve směru Tábor-Chýnov-Pelhřimov. Komunikační kostru obce tvoří již zmíněná silnice I. třídy č. 19 směr Tábor-Pelhřimov, silnice II. třídy č. 409 směr Černovice a silnice III. třídy č. 01910 směr Pohánek, III/0336 - směr Kloužovice, III/4091 - směr Planá nad Lužnicí a III/01911 - železniční stanice. Dopravu zajišťuje jednak železnice, a to tratí č. 224 Tábor - Horní Cerekev, a jednak autobusové linky Comett Plus Tábor (linka 390840 Smilovy Hory, Velký Ježov - Smilovy Hory - Bradáčov - Chýnov - Tábor; linka 390140 Tábor - Chýnov - Pohnání - Dolní Hrachovice, Mostek) a ICOM transport, a. s. a dálkové linky ve směru Brna.

V Chýnově na začátku města ze směru Tábora v ulici Bílkova se nachází čerpací stanice PAP OIL.

Otevírací hodiny čerpací stanice

Pondělí - pátek: 5:30 - 21:00

Sobota: 6:00 - 21:00

Neděle: 7:00 - 21:00

6.3 Poptávka cestovního ruchu

Poptávka je projev potřeb účastníka cestovního ruchu podložený koupěschopností, v podstatě ochotu účastníka cestovního ruchu vyměnit své peníze za určité množství služeb a statků cestovního ruchu.

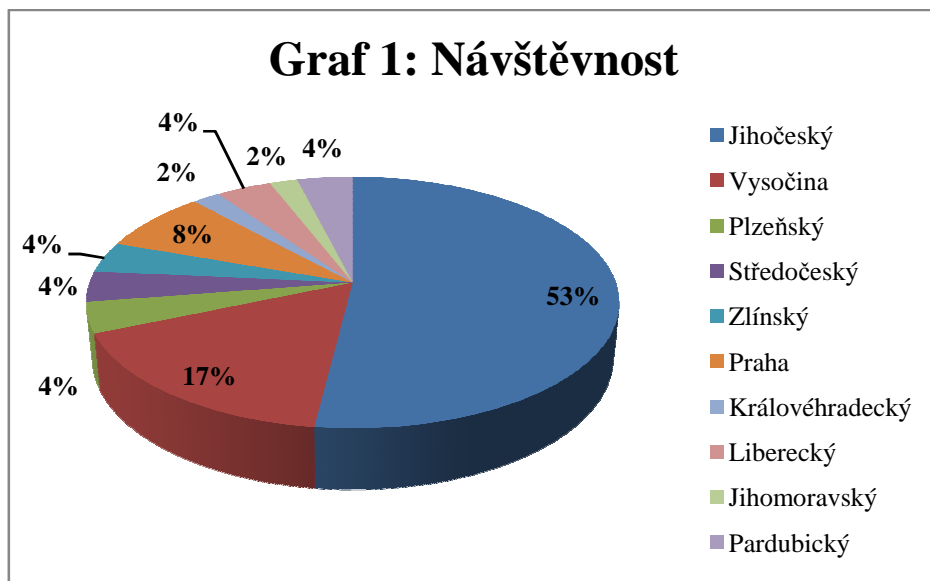
Poptávka v sobě obsahuje vždy tři součásti, a to:

- motiv účasti na cestovním ruchu vycházející z potřeb účastníka cestovního ruchu,
- požadované služby a zboží nezbytné pro naplnění motivace, tj. potřeb účastníka turismu,
- požadavky na místo a prostředí, v němž má dojít k uspokojování potřeb.

6.3.1 Charakteristika účastníků cestovního ruchu

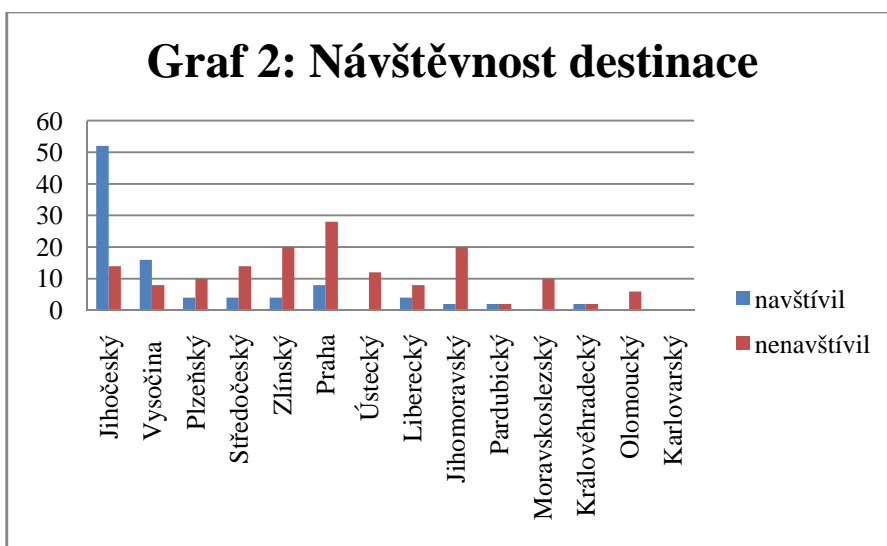
Z provedeného vlastního šetření vyplývá, že převážná část návštěvníků destinace pochází z České republiky. Toto potvrzuje i informační centrum Tábor, které v loňském roce navštívilo 66 854 turistů, z toho 2/3 Čechů a 1/3 cizinců. Z české klientely se jednalo nejčastěji o návštěvníky ze Středočeského kraje, a to Prahy, zatímco ze zahraniční klientely se jednalo především o Němce a Holanďany.

Místní atraktivity Bílkův dům i Chýnovská jeskyně jsou navštěvovány, jak domácími turisty, tak i zahraničními. Momentálně převažují u obou atraktivit domácí turisté. Co se týká zahraniční klientely, jedná se především o Němce, Holanďany a Angličany, u domácí klientely převažují návštěvníci z krajů Jihočeského, Prahy a Vysočiny.



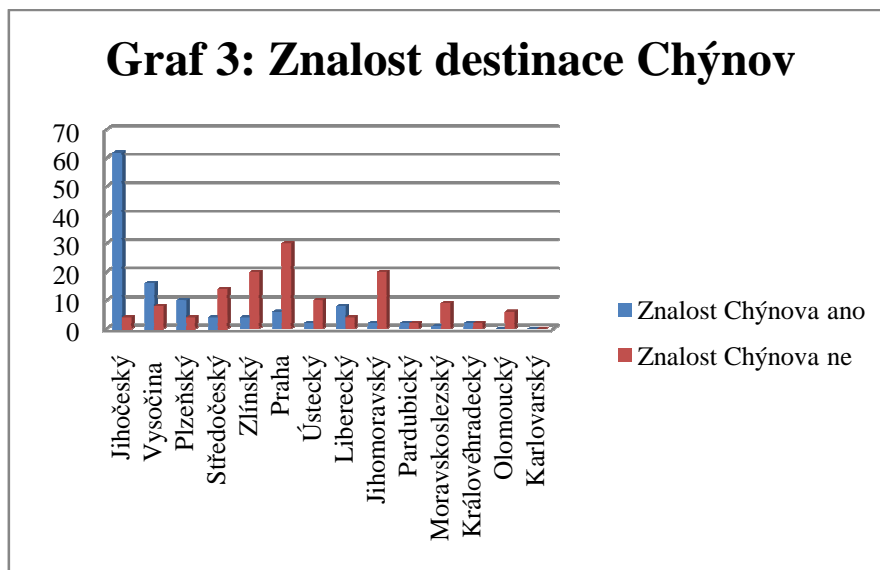
Zdroj: vlastní výzkum, 2011

Prováděný výzkum se shoduje s daty Správy Chýnovské jeskyně. Nejčastěji navštěvují destinaci Chýnov z české klientely Jihočeský kraj (53 %), kraj Vysočina (17 %) a v neposlední řadě kraj hlavní město Praha (8 %). Ostatní kraje jako Plzeňský, Pardubický, Liberecký, Zlínský a Středočeský jsou zastoupeny v menší míře.



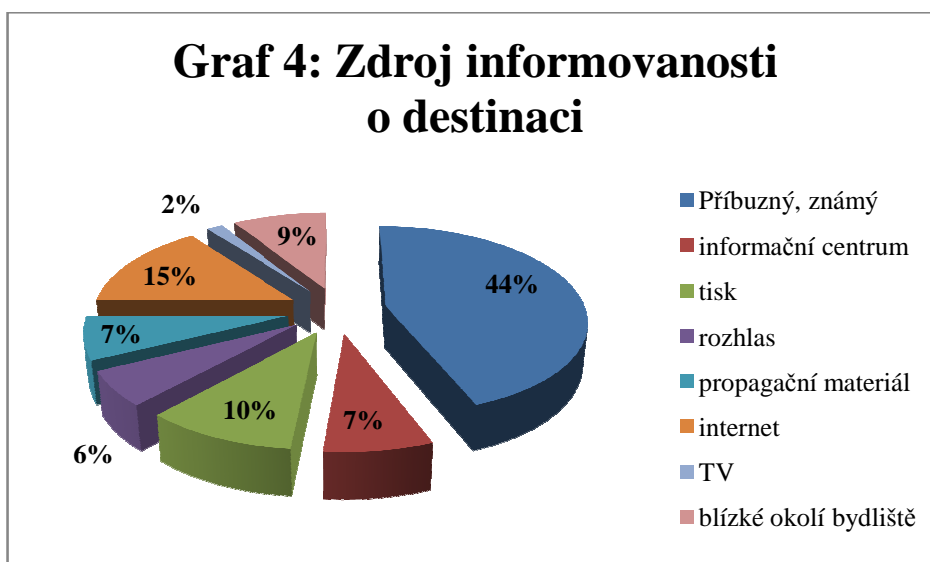
Zdroj: vlastní šetření, 2011

Pro lepší orientaci je ve výše uvedeném grafu č. 2 přehledně znázorněn podíl návštěvnosti krajů v destinaci Chýnov. Z provedeného výzkumu vyplývá, že destinaci Chýnov navštěvují nejčastěji samotní Jihočeši, také ze sousedního kraje Vysočiny. Ze vzdálenějších krajů Praha (18 %), Jihomoravský (13 %), Zlínský (13 %) a Moravskoslezský (7 %) respondenti zatím nenavštívili destinaci. Převážná část těchto respondentů, by chtělo destinaci Chýnov navštívit.



Zdroj: vlastní výzkum, 2011

V provedeném šetření bylo zjištěno, že regiony Jihočeský, Vysočina, Plzeňský i Liberecký znají destinaci Chýnov. Zatímco regiony Praha, Zlínský, Jihomoravský, Moravskoslezský, Olomoucký destinaci Chýnov neznají. Více než polovina respondentů (56 %) zná město Chýnov. Znalost destinace projeví samozřejmě Jihočeši, Středočeši i účastníci z Vysočiny. Destinaci neznají především z těchto krajů Ústecký (5 % z celkového počtu), Zlínský (5 % z celkového počtu), Jihomoravský (6 % z celkového počtu) a překvapivě i hl. město Praha (10 % z celkově dotazovaných).



Zdroj: vlastní výzkum, 2011

V uvedené otázce mohli respondenti uvést více možností. Většina respondentů, kteří znají destinaci, získali informace o možnosti návštěvy od známých a příbuzných (44 %), dále byl čteně zastoupen internet (15 %). Ostatní informační zdroje jako tisk, informační centrum i propagační materiál jsou velmi vyrovnané.

6.3.2 Četnost návštěv

Z provedeného výzkumu vyplývá, že více než polovina respondentů (60 %) destinaci ani Chýnovskou jeskyni zatím nenavštívilo. 76 % z dotazovaných respondentů uvedlo, že by chtělo navštívit destinaci Chýnov a 92 % respondentů projevilo zájem o návštěvu přírodní atraktivity Chýnovské jeskyně.



Zdroj: vlastní výzkum, 2011

Pokud návštěvník navštívil Chýnovskou jeskyni, převážně se nejednalo o první návštěvu. 27 % z dotazovaných navštívilo jeskyni opakovaně.

Destinace je navštěvována účastníky cestovního ruchu převážně na 1 den za účelem poznání místních památek. Nejčastěji v destinaci kromě návštěvy Chýnovské jeskyně využijí turisté možnosti stravování.

Podle výzkumu prováděného Správou Chýnovské jeskyně většina návštěvníků navštíví přírodní atraktivitu Chýnovskou jeskyni poprvé. Pevážně se jedná o projíždějící turisty, kteří zároveň během svého pobytu navštíví i jiné atraktivity v okolí (cca 2 - 3 atraktivity během cesty). Dle výzkumu jeskyně se jedná především o zámek Červená Lhota, historické centrum města Tábor, zříceninu hradu Choustník a hrad Kámen. V níže uvedené tabulce č. 11 je přehledně znázorněna komparace uvedených atraktivit.

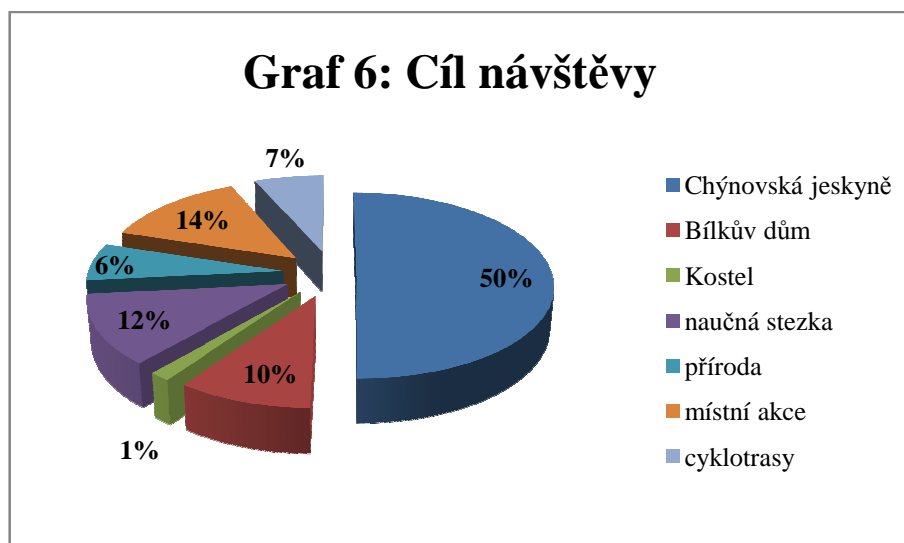
**Tabulka 11: Komparace návštěvnosti atraktivit
v letech 2010 - 2011**

Atraktivita	2010	2011
Červená Lhota	81 950	79 426
hrad Kámen	19 026	17 624
Husitské muzeum	75 896	-
Chýnovská jeskyně	30 609	30 295

Zdroj: SCHJ, zámek ČL, hrad Kámen, Husitské muzeum

Nejnavštěvovanější z výše uvedených atraktivit je jednoznačně zámek Červená Lhota, který v roce 2011 navštívilo 79 426 návštěvníků. S porovnáním s Chýnovskou jeskyní je to dvakrát více návštěvníků.

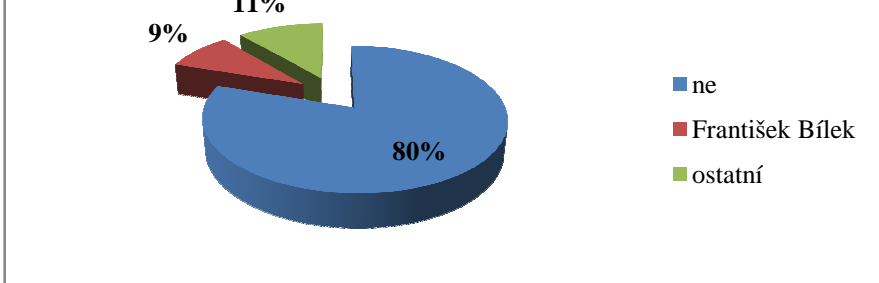
Z výzkumu Správy Chýnovské jeskyně vyplývá, že polovina návštěvníků, kteří navštíví atraktivitu Chýnovskou jeskyni, navštíví i město Chýnov. Nejčastějším důvodem návštěvy města je stravování, dále ubytování, návštěva známých či příbuzných. V menší míře jde o návštěvu Bílkova domu, místního hřbitova (sochařská díla) či využití možnosti nákupů.



Zdroj: vlastní výzkum, 2011

Důvody k návštěvě Chýnovska jsou především poznání *místních památek*, ale i samotná *příroda*. Z prováděného výzkumu vyplývá, že polovina dotazovaných by v uvedené destinaci navštívila Chýnovskou jeskyni. Dále byl projevěn zájem o místní akce (koncert dechové hudby, závod do Strmého vrchu, Den armády, Neckyáda), (14 %). Poté respondenti projevíli zájem o naučnou stezku (12 %). Překvapivě nízký zájem byl o kulturní atraktivitu Bílkův dům (10 %).

Graf 7: Jiná osobnost, zajímavost ve spojení s městem Chýnov

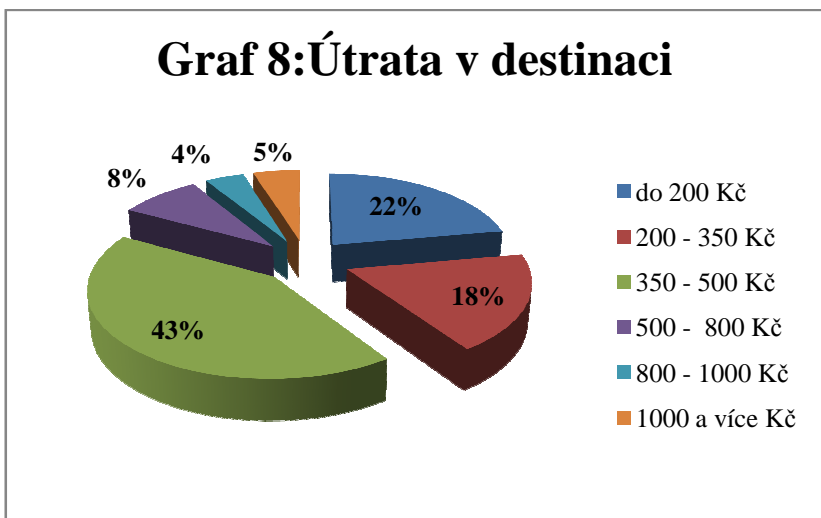


Zdroj: vlastní výzkum, 2011

Valné většině respondentů se ve spojení s Chýnovem nevybavilo vůbec nic (80 %). Převážně Jihočechů si vybavilo rodáka a umělce Františka Bílka (9 %). Středočeši si vybavili hlavně odlišnou strukturu Chýnovské jeskyně a přítomnost netopýrů v jeskyni (2 %). Ostatní odpovědi nebyly v přílišném zastoupení, někteří spojují město Chýnov se starostou Mgr. Eybertem, poutí, tradicí piva, či závodu do Strmého vrchu.

Velmi překvapivé je opomenutí slavného umělce a rodáka Františka Bílka. Ani celková návštěvnost není příliš vysoká. Vedoucí Odboru kulturního a cestovního ruchu Ing. Jana Lorencová konstatovala, že by si Bílkův dům zasloužil větší pozornost návštěvníků. Stálo by za zjištění, zda i obyvatelstvo z blízkého okolí (Tábor, Sezimovo Ústí, Bechyně, atd.) ví o možnosti návštěvy Bílkova domu. Popřípadě zda není chybná propagace. Galerie GHMP opomenula výročí 70. let od úmrtí umělce Františka Bílka.

Graf 8: Útrata v destinaci



Zdroj: vlastní výzkum, 2011

Téměř 83 % respondentů by v uvedené destinaci utratilo do 500 Kč, z toho do 200 Kč (22 %), 200 - 350 Kč (18 %), 350 - 500 Kč (43 %).

Tato částka se shoduje s odborným odhadem vedoucí Odboru kulturního a cestovního ruchu Ing. Lorencové. Průměrná útrata turisty v destinaci Tábor činí cca 500 Kč na osobu (stravné 100 Kč, vstupné 100 Kč, doprava a ubytování 300 Kč). Podle marketingové strategie cestovního ruchu a kultury města Tábor z roku 2009 činí průměrná útrata neubytovaného turisty ve městě Táboře 421,59 Kč, a průměrná částka ubytovaného hosta je 561,12 Kč.

Průměrná útrata turisty na Chýnovsku činí 246,11 Kč, z toho 100 Kč připadá na stravné, 86,11 Kč za vstupné a upomínkové předměty na Chýnovské jeskyni a 60 Kč za vstupné a upomínkové předměty v Bílkově domě.

6.3.3 Ubytování a stravování

Podle výzkumu Správy Chýnovské jeskyně jsou návštěvníci jeskyně ubytováni spíše v okolí destinace Chýnov než v samotné destinaci. Jedná se především o ubytování v hotel-campingu Knížecí rybník, dále ve městě Táboře a Sezimově Ústí. Někteří z návštěvníků jsou pouze projíždějící bez ubytování v okolí. Někteří z návštěvníků se zastaví na oběd v okolních restauracích (restaurace Dolní Hořice, Penzion Pacovka, Restaurace u Vaňků, atd.).

7. Vliv cestovního ruchu

Turismus je heterogenní a průřezové odvětví, někdy bývá označován dokonce jako „jev“, který je obtížně definovatelný a uchopitelný. Turismus není ekonomicky a statisticky uzavřené odvětví a zasahuje do řady dalších ekonomických i neekonomických činností a oborů. S obtížnou definovatelností turismu často souvisí i jeho nedostatečné politické a ekonomické docenění. Každý si pod pojmem „turismus“ dokáže představit hotely, cestovní kanceláře, ale vymezit turismus přesně tak, aby bylo možné s údaji o jeho ekonomické výkonnosti pracovat, není jednoduché. Turismus jako součást národní ekonomiky realizuje tři typy ekonomických efektů, a to přímé, nepřímé a indukované efekty turismu (Palatková, Zichová, 2011, s. 85).

Vliv cestovního ruchu na území je jednoznačně vidět, jednak na rozvoji území, jednak v rozšíření služeb cestovního ruchu (např. wellness služby, naučná stezka) i na rozvoji místní infrastruktury (růst podnikatelských jednotek, oprava místních budov - kostel, radnice, oprava infrastruktury, atd.).

V roce 2000 se na území Chýnovska nacházela 1 ubytovací kapacita (Turistická ubytovna TJ SOKOL) a 3 stravovací jednotky (restaurace Na Radnice, restaurace Aneta a restaurace Na Křivé). Ubytovna TJ SOKOL byla využívána celoročně na 30 %. V současnosti se na Chýnovsku nachází následující možnosti ubytování (Pension Bowle, Pension Pacovka, Restaurant U Bazénu a soukromé ubytování v bungalovu Vachta), a tyto stravovací možnosti (restaurace na Radnici, Pension Bowle, restaurace Pacovka, Restaurace Na Křivé), ale také pizzerie Bistro na Masně, atd.

Rekonstrukcí a úpravami prošla i Chýnovská jeskyně. Dle výzkumu z roku 2003 a připomínek samotných návštěvníků, došlo k úpravě místní infrastruktury. Při rekonstrukci došlo k prodloužení prohlídkové trasy, zpřístupnění dalších prostorů a k úpravě elektroinstalace, která umožnila kvalitnější nasvícení stěn. Některé příjezdové cesty, které jsou ve vlastnictví obce Dolní Hořice, byly na jaře roku 2007 opraveny. Aktuálně probíhá přístavba správy Chýnovské jeskyně, která slouží k archivaci dokumentů.

Následně jsou zpracovány odpovědi z provedeného řízeného rozhovoru týkající se vlivu cestovního ruchu na rozvoj města. Podle vedoucí Odboru kulturního a cestovního ruchu Ing. Lorencové: „Je vliv cestovního ruchu těžko vyčíslitelný na úrovni regionální, ale jedná se především o vliv na rozpočet města. Jde o poplatky, které se promítnou přímo, pocházejí z lázeňství, rekreace a ubytovací kapacity. Dále se jedná o poplatky jako daně z příjmů

právnických i fyzických osob (ubytovatelů a poskytovatelů služeb, např. restaurace). Dalším činitelem ovlivňující okolí a přinášející zisk do rozpočtu jsou samozřejmě kulturní akce, i když mají někdy přínos jen pro místní obyvatele. V neposlední řadě se jedná o služby, které přímo nesouvisejí s cestovním ruchem, ale mohou být účastníkem cestovního ruchu využívány. Jedná se o poskytovatele služeb jako kadeřník, prádelna, banka, autoservis. Příjmy z cestovního ruchu jsou zpětně použity mimo jiné k ochraně a úpravě památek“. Na Chýnovsku se jedná především o rekonstrukci kapliček, božích muk, či kostela.

Starosta města Chýnova Mgr. Eybert vidí velmi malý přínos cestovního ruchu do rozpočtu města. Jde především o propagační materiál. Cestovní ruch více ovlivňuje místní podnikatele. Jde o takový koloběh výdajů. Běžný turista na Chýnovsku navštíví Chýnovskou jeskyni, popřípadě Bílkův dům (může zakoupit propagační materiál), zajde na oběd, možná využije místní obchod. Pokud necestoval vlastním dopravním prostředkem, využije i místní dopravní prostředek, tedy autobus, nebo vlak.

Celkové příjmy rozpočtu města Chýnov za rok 2010 činily 36 470 183 Kč, z toho příjmy týkající se cestovního ruchu se podílely 0,1132 % (41 281 Kč). Příjmy z činnosti cestovního ruchu pro obec za rok 2010 činily 41 281 Kč, výdaje za cestovní ruch 36 919 Kč. Přímo z činnosti cestovního ruchu má město Chýnov zisk ve výši 4 362 Kč. Příjmy jsou především z činnosti informačního centra, tedy prodeje pohlednic, samolepek města Chýnova, atd. Najdou se i činnosti, které nějakým způsobem souvisí s cestovním ruchem, ale v rozpočtu se nalézají pod jinými názvem, než je cestovní ruch. Jedná se především o platbu za pronájem objektů k využití cestovního ruchu (např. KD, Bistro na Masně).

V roce 2012 stanovilo město výdaje v cestovním ruchem ve výšce 110 000 Kč a příjmy ve výši 22 000 Kč. Město v roce 2012 očekává následující investice a ostatní výdaje (rekonstrukce, opravy) v oblasti cestovního ruchu:

- výstavba brouzdaliště	1 000 000 Kč,
- rekonstrukce přízemí restaurace Na Radnici	400 000 Kč,
- fasáda na restauraci Na Radnici	50 000 Kč,
- příspěvek na fasádu fary	120 000 Kč,
- oprava Bistro na hřišti	50 000 Kč.

Celkové předpokládané investice a ostatní výdaje činí 4 580 000 Kč, z toho připadá na cestovní ruch 1 620 000 Kč, (tedy 35,37 %). Jedná se především o investice a ostatní výdaje do místní infrastruktury (fasády budov, chodníky, atd.).

7.1 Vymezení dopadů cestovního ruchu na rozpočet obce

7.1.1 Přímé výdaje turistů

V následující tabulce č. 12 je přehledné srovnání průměrné útraty dle původu návštěvníka. Převážná část zahraničních i domácích turistů utratí v destinaci Tábor 200 - 500 Kč. Jak je patrné z tabulky, v destinaci o něco více utratí zahraniční návštěvník. Průměrná útrata návštěvníků v destinaci činí 533,5 Kč.

Tabulka 12: Průměrná útrata turisty v destinaci Tábor

Částka	Destinace Tábor			JČ [%]	ČR[%]
	Rezident [%]	Nerezident [%]	celkem Tábor [%]		
do 200 Kč	26,45	8,97	19,6	16,72	20,22
201 - 500 Kč	39,67	44,87	41,71	33,27	36,4
501 - 1000 Kč	28,1	37,18	31,66	32,55	27,92
1001 - 2000 Kč	4,96	7,69	6,03	13,01	10,87
více než 2000 Kč	0,83	1,28	1,01	4,42	4,12
Průměrná útrata na 1 den [Kč]	493,6	595,16	533,5	677,83	622,9

Zdroj: Marketingová strategie CR a kultury města Tábora (2009, s. 41)

Dále uvádí Marketingová strategie CR a kultury města Tábora (2009, s. 41) rozdíl mezi útratou ubytovaného a neubytovaného návštěvníka destinace Tábor. Průměrná útrata ubytovaného účastníka cestovního ruchu činí 561,12 Kč a neubytovaného účastníka cestovního ruchu 421,59 Kč.

Tabulka 13: Průměrná útrata turisty v destinaci Chýnov

Průměrná útrata [Kč]	do 200	200 - 350	350 - 500	500 - 800	800 - 1000	1000 a více
Počet účastníků [%]	22	18	43	8	4	5

Zdroj: vlastní šetření, 2011

Podle výsledků vlastního šetření by téměř 83 % respondentů v destinaci Chýnov utratilo do 500 Kč, z toho do 200 Kč (22 %), 200 - 350 Kč (18 %), 350 - 500 Kč (43 %). Jak je patrné z tabulky č. 13, výsledná částka se shoduje s šetřením Marketingové strategie CR a kultury města Tábora.

Na základě vlastního šetření byla zjištěna průměrná útrata turisty v destinaci Chýnov, a to ubytovaného turisty ve výši 246,11 Kč a neubytovaného turisty ve výši 496,11 Kč. Následující data byla zjištěna díky Správě Chýnovské jeskyně, správce Bilkova domu a vedoucí Odboru kulturního a cestovního ruchu Ing. Lorencové.

Průměrná útrata *neubytovaného turisty* na Chýnovsku činí **246,11** Kč, z toho:

- stravné 100 Kč,
- vstupné 63,88 Kč a upomínkové předměty 22,23 Kč na Chýnovské jeskyni,
- vstupné a upomínkové předměty 60 Kč Bílkův dům.

Průměrná útrata *ubytovaného turisty* na Chýnovsku činí **496,11** Kč, z toho:

- stravné 100 Kč,
- celkem vstupné a upomínkové předměty 146,11 Kč,
- ubytování 250 Kč.

7.1.2 Daňové příjmy rozpočtů obcí

Příjmy obce jsou tvořeny daňovými příjmy, příjmy organizací obcí, dále správními a místními poplatky, ale i nejrůznějšími typy dotací a grantů od různých subjektů. Každá z uvedených položek může i nemusí souviset s cestovním ruchem.

Žádná z výše uvedených daní nesouvisí přímo s cestovním ruchem. V podstatě není možné přesně vysledovat, jaká část daně pochází z příjmů z cestovního ruchu, proto jsou následně uvedeny pouze navýšení obecního rozpočtu za předpokladu, že objekty zdanění jsou součástí cestovního ruchu. V tabulce č. 14 jsou přehledně znázorněny daňové příjmy rozpočtu města Chýnov.

Tabulka 14: Daňové příjmy rozpočtu města Chýnov za rok 2010 - 2012

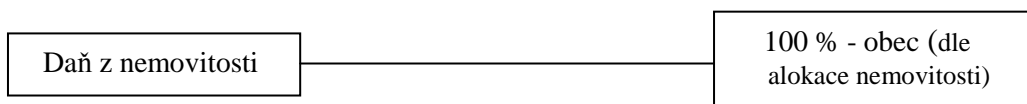
Popis	2010		2012
	Schválený	Výsledný	Schválený
daň z nemovitosti	2 350 000	2 927 100	2 350 000
daň z přidané hodnoty	5 750 000	7 887 442	8 000 000
daň z příjmů PO	3 800 000	3 655 487	4 300 000
daň z příjmů PO za obce	1 900 000	1 559 200	2 200 000
daň z příjmů FO	3 000 000	3 500 752	3 300 000
daň z příjmů FO ze SVČ	500 000	665 890	575 000
správní poplatky	200 000	201 050	170 000
místní poplatky	1 250 000	1 297 262	1 285 000

Zdroj: rozpočet města Chýnov, 2012

Daň z nemovitosti

Příjemcem daně z nemovitosti je dle zákona č. 243/2000 Sb.: „Obec, na jejímž území se nemovitost nachází“. Pokud se ve městě nachází nemovitost, která je zakoupena v souvislosti s cestovním ruchem, lze ji pokládat za příjem z cestovního ruchu. Jedná se např. o druhé bydlení, či provozování služeb cestovního ruchu, např. hotely, sportovní zařízení a jiné.

Schéma 4: Rozdělení daně z nemovitosti



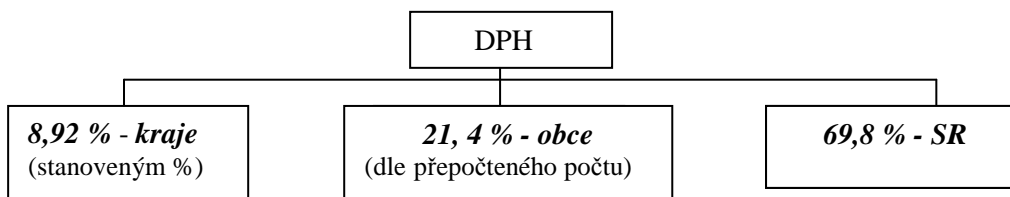
Podle zákona č. 338/1992 vydává zastupitelstvo města Chýnova Obecně závaznou vyhlášku č. 2/2008 o stanovení místního koeficientu pro výpočet daně z nemovitosti. Vyhláška stanovuje místní koeficient ve výši **2**, kterým se násobí daňová povinnost poplatníka za jednotlivé druhy pozemků, staveb, samostatných nebytových prostorů a za byty, případně jejich soubory.

Na základě výše uvedeného zákonu č. 338/1992 Sb. a vyhlášky č. 2/2008 byl stanoven příjem do rozpočtu města Chýnova z Penzionu Bowle na **4 600 Kč**. Rozloha penzionu dle katastru nemovitosti činí přibližně 200 m² (2 nadzemní podlaží).

Daň z přidané hodnoty

Podle zákona č. 243/2000 Sb. se obce podílí na celostátním výnosu daně z přidané hodnoty 21,4 %.

Schéma 5: Rozdělení daně z přidané hodnoty



Podle zákona č. 243/2000 Sb. se obce podílí na celostátním výnosu daně z přidané hodnoty 21,4 %. Dle Vyhlášky č. 259/2011 Sb., o podílu jednotlivých obcí na stanovených procentních částech celostátního hrubého výnosu daně z přidané hodnoty a daní z příjmů, která navazuje na zmíněný zákon, připadá na Chýnov **0,013881 %**. Na základě toho z celostátního hrubého výnosu daně z přidané hodnoty dostane Chýnov **0,0029 %**.

Tabulka 15: Podíl města Chýnov na stanovených procentních částech celostátního hrubého výnosu daně z přidané hodnoty v letech 2010 - 2011

Rok	Počet obyvatel	Katastrální výměra obce	Koeficienty postupných převodů	Procentní podíl obce na výnosu daní	Počet zaměstnanců
2010	2229	3050	1,064	0,013764	563
2011	2325	3050	1,064	0,013881	562

Zdroj: vyhláška č. 245/2010 a č. 259/2011 Sb.

Průměrná útrata turistů v destinaci činí přibližně 500 Kč, z toho 350 Kč připadá na vstupné, dopravu, nákup potravin a ubytování (patří do snížené sazby daně 10 %), a 150 Kč připadá na stravování, nákup dárků (základní sazba daně 20 %).

DPH 10 % 0,010

DPH 20 % 0,087

Ze stanoveného regresního koeficientu a provedené analýzy výdajů turistů, vyplývá, že turista během svého pobytu navýší rozpočet města o **0,187** Kč.

Daně z příjmů

Rozpočty obcí se podílí na celostátním hrubém výnosu daní z příjmů 21,4 %, a to dle zákona č. 243/2000 Sb., výjimka výnosů z daně z příjmů fyzických osob ze samostatné výdělečné činnosti. Dle toho je regresní koeficient pro město Chýnov 0,0297 %. Na výnosu se podílí daň ze samostatné výdělečné činnosti 12,84 % (tedy 0,0178 %). Příjmem obcí je také 1,5 % z celostátního hrubého výnosu daně z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti a funkčních požitků. Podíl jednotlivých obcí opět udává Vyhláška č. 259/2011 Sb., jenž je pro město Chýnov uveden v tabulce č. 15.

Schéma 6: Rozdělení daně z příjmů ze samostatné výdělečné činnosti

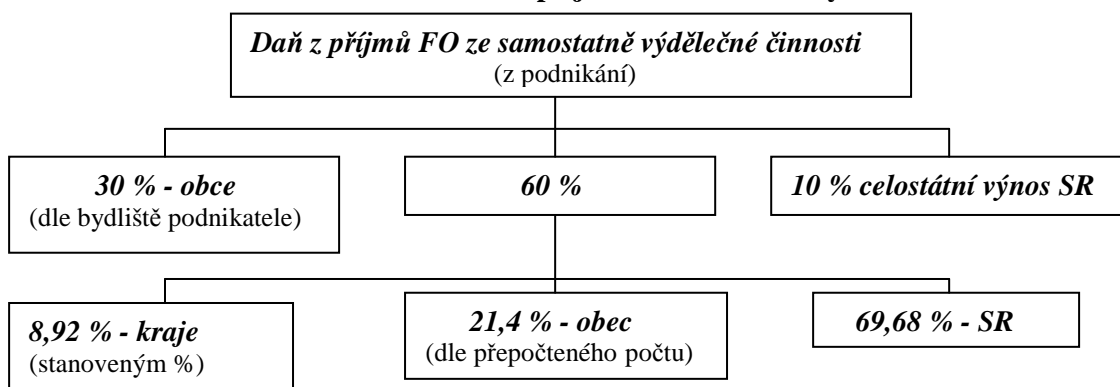
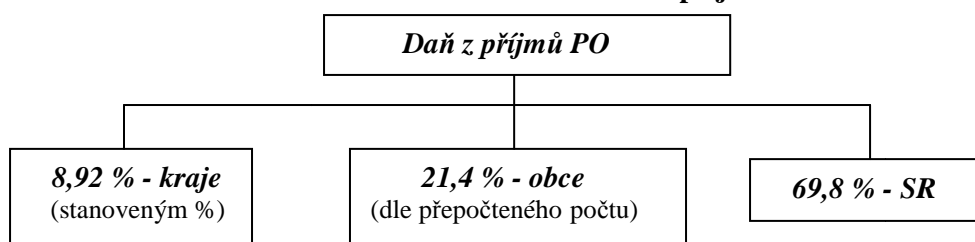
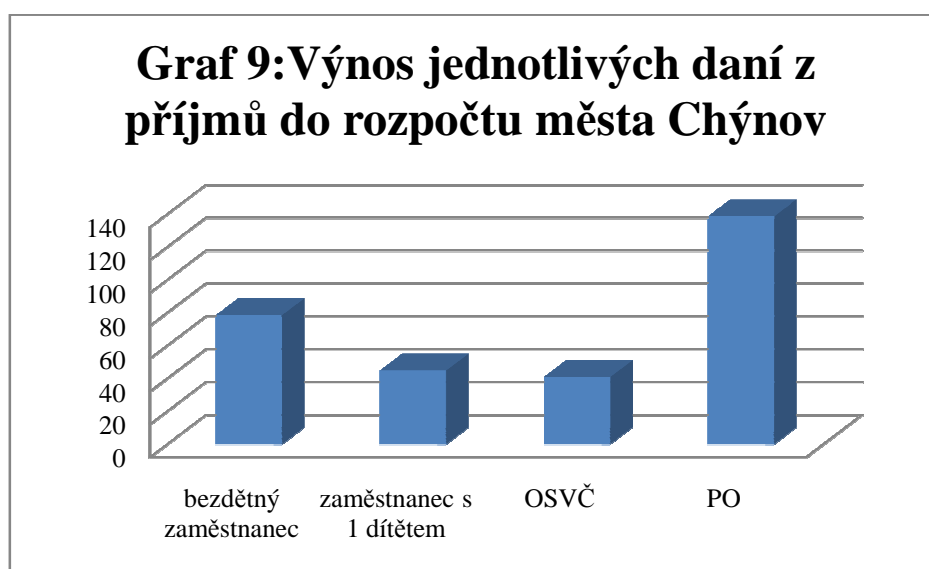


Schéma 7: Rozdělení daně z příjmů PO



Příjem do obecního rozpočtu z daně fyzické osoby vychází z předpokladu průměrné mzdy pro JČ ve výšce 21 000 Kč. Za předpokladu hrubé mzdy 21 000 Kč u bezdětného zaměstnance by roční příjem do rozpočtu činil 78,65 Kč, u zaměstnance s 1 dítětem by činil 45 Kč. Roční příjem u osoby výdělečně činné, za předpokladu ročního základu daně 252 000 Kč, by byl 41,06 Kč. Společnost, jejíž zisk před zdaněním je 252 000 Kč, zprostředkovane přispěje do rozpočtu města 138,85 Kč.



Zdroj: vlastní zpracování, 2012

Příjmy organizací obcí

Jde o příjmy, které vytváří organizace zřízené obcí (příspěvkové organizace nebo obchodní společnosti). Jedná se o společnosti, které obec vlastní, nebo v nich má alespoň členský podíl. Město Chýnov zřídilo následující organizace: Městská knihovna, ČOV, Chýnovská majetková, s. r. o., Místní hospodářství města Chýnova, SDH Chýnov, Sběrný dvůr a také mateřskou i základní školu.

Město Chýnov jak je vidět nezaložilo žádnou organizaci přímo v oblasti cestovního ruchu, která by zvyšovala příjmy obce. Lze podotknout, že výše uvedené organizace se podílejí na zlepšování místní infrastruktury, kterou využívají místní obyvatelé i návštěvníci města Chýnova.

Správní a místní poplatky

Správní poplatky jsou upraveny zákonem č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích. Žádný z poplatků není zaměřen přímo na cestovní ruch, ale mohou ho platit podnikatelé nebo organizace cestovního ruchu. V roce 2011 vybralo město Chýnov na správních poplatcích 201 050 Kč. Místní poplatky stanovuje obec dle zákona č. 565/1990 Sb., o místních poplatcích. V oblasti cestovního ruchu může město vybírat následující poplatky, a to poplatek z ubytovací kapacity, poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt. S cestovním ruchem může souviset i poplatek za využívání veřejného prostranství.

Město Chýnov OZV č. 3/2010, o místních poplatcích stanovuje následující poplatky v oblasti cestovního ruchu, a to poplatek za využívání veřejného prostranství. Poplatek je vybírán za využívání veřejného prostranství v oblasti cestovního ruchu v těchto oblastech, zařízení pro poskytování prodeje a služeb, pro umístění reklamních zařízení, zařízení cirkusů, lunaparků a jiných obdobných atrakcí, využití prostranství pro kulturní, sportovní a reklamní akce nebo filmových a televizních děl.

Následující poplatky za využívání veřejného prostranství dle OZV č. 3/2010:

- a) paušální částka ve výši 50 Kč za každý i započatý m² a každý i započatý týden,
- b) paušální částka ve výši 200 Kč za každý i započatý m² a měsíc,
- c) paušální částky ve výši 2 000 Kč za každý i započatý m² a rok.

V roce 2010 činil poplatek za využívání veřejného prostranství 31 190 Kč a poplatek za provozování herních přístrojů 96 556 Kč. Poplatek za provozování herních přístrojů zrušen dle OZV č. 1/2012.

Granty a dotace

Obecní rozpočet lze navýšit různými typy dotací a grantů, o které město požádá. Dotaci lze nejčastěji získat ze státního fondu, z EU, od kraje, z ministerstev, nebo jiných organizací. Jak je patrné, destinace Chýnov čerpala dotace z Jihočeského kraje i z ministerstev. Dále obdržela dar od firmy ČEZ.

V roce 2011 obdrželo město Chýnov následující dotace:

Z JČK:

- na vybavení jednotek SDH ve výši 29000 Kč
- na provozuschopnost jednotek SDH ve výši 26 600 Kč
- na podporu terénních sociálních služeb ve výši 140 000 Kč, vlastní podíl 7368 Kč
- na "Vydání historické publikace " ve výši 30 000 Kč, vlastní podíl 13 377 Kč
- "Technické zhodnocení účelové nástavby u vozidla CAS24LIAZ" - pro SDH ve výši 70 000 Kč, vlastní podíl 30 000 Kč

Z MZE:

- "Prodloužení kanalizace k Močítčkům" ve výši 551 000 Kč, vlastní podíl 367 000 Kč

Z MPSV:

- přes ÚP Tábor na veřejnoprospěšné práce na 4 pracovní místa půl roku, měsíčně max. 7000/1 pracovní místo. Spolufinancování podílem 85 % EU, 15 % národní financování.

Z MF:

- "Místní komunikace v Chýnově" ve výši 5 000 000 Kč, vlastní podíl min. 712 000 Kč

Dar od firmy ČEZ:

- na Víceúčelové hřiště v Chýnově ve výši 2 000 000 Kč

Z výše uvedených dotací se k cestovnímu ruchu vztahuje pouze výstavba víceúčelového hřiště, propagační materiál a publikace o Chýnovsku. Poslední dotace byla čerpána na magnetku o Chýnovu, na které je zobrazena Chýnovská jeskyně, Bílkův dům i díla sochaře na místním hřbitově a kostel. Další dotace se týkají úprav místní komunikace, která prospěje především místním obyvatelům, ale je využívána i účastníky cestovního ruchu.

7.2 Multiplikátor cestovního ruchu

Pro zjištění multiplikátoru odvětví je velmi vhodná input-output analýza, která disponuje nástroji pro kvantifikaci vzájemných vazeb mezi subjekty (odvětvími či sektory) v ekonomice. Input-output analýza má kořeny ve 30. letech 20. století.

Input-output tabulky ukazují kompletní vztahy mezi jednotlivými odvětvími ekonomiky. Pomocí nich lze určit, jaké typy vstupů využívá každé odvětví. Nepřímý (multiplikační) efekt je způsoben tím, že výstup jednoho odvětví je zároveň vstupem dalších odvětví národního hospodářství a naopak. Změna požadavku na vstupy jednoho odvětví „roztáčí spirálu“ změn ve vstupech jiných odvětví. Meziodvětvová tabulka tedy explicitně zachycuje vztahy mezi

jednotlivými odvětvími a poskytuje detailní statistický obraz ekonomiky v daném roce.

(<http://www.culturenet.cz/res/data/013/001466.pdf>, 2010)

Tabulka 16: Symetrická input-output tabulka v členění produkt x produkt

		Výrobky	Konečné užití			Celkem	
			Konečná spotřeba	Tvorba hrubého fixního kapitálu	Změna stavu zásob		Vývoz
Výrobky	1	mezispotřeba	výdaje na konečnou spotřebu	tvorba hrubého fixního kapitálu	změna stavu zásob	vývoz	užití celkem dle výrobků
Celkem	2	celková mezispotřeba v základních cenách	celkem podle jednotlivých typů konečného užití				celkové užití v základních cenách
Čisté daně	3	čisté daně dle produktu	čisté daně na výrobky dle jednotlivých typů konečného užití				celkové čisté daně
Celkem (1+ 3)	4	celková mezispotřeba v kupních cenách	celkové konečné užití dle typů jednotlivých vstupů v základních cenách				celkové užití v kupních cenách
složky přidané hodnoty	5	složky přidané hodnoty					
celkem (4 + 5)	6	produkce v základních cenách					
dovoz	7	dovoz					
celkem (6 + 7)	8	dodávky celkem v základních cenách					

Zdroj: <http://panda.hyperlink.cz/cestapdf/pdf06c1/vavrla.pdf>, [on-line 18. 3. 2012]

Jádro symetrické input-output tabulky tvoří čtvercová matice mezispotřeby, která má v řádcích a ve sloupcích stejné členění, a sice produkt na produkt nebo odvětví na odvětví. V matici mezispotřeby reprezentuje každý sloupec strukturu vstupů. To znamená, že udává, kolik produktů bylo na výrobu konkrétního výrobku spotřebováno. Každá změna v poptávce po daném výrobku vede současně k proporcionální změně poptávky po produktech, které tvoří vstupy ve výrobním procesu.

(http://apl.czso.cz/nufile/sut/Symetricke%20tabulky%20input_text_2.pdf, 2010)

Celkové dopady turistů v regionu

Nepřímé dopady výdajů turistů na ekonomiku oblasti hodnotí multiplikátory získané ze symetrické input-output tabulky. Vybrané hodnoty jsou znázorněny v tabulce č. 17 a zaokrouhleny na 2desetinná místa.

Tabulka 17: Vybrané hodnoty multiplikátorů ze SIOT 2009

Služba	Multiplikátor
Ubytovací služby	1,94
Stravovací služby	2,13
Energie elektrická, tepelná	1,9
Voda a její úprava, rozvod	1,97
Výstavba budov	2,82
Poštovní služby	1,66
Velkoobchod, maloobchod	1,89
Výzkum a vývoj	1,44
Doprava pozemní, potrubní	1,97
Vedlejší pomocné služby v dopravě	2,12
Zdravotní péče	1,68
Rekreační činnost	2,2
Kulturní činnosti a služby	1,74
Veřejná správa a obrana	1,59

Zdroj: vl. zpracování na základě údajů z ČSÚ, [on-line 15. 3. 2012]

Ze strukturální analýzy a provedených výpočtů ze symetrické input-output tabulky vyplývá vztah mezi jednotlivými produkty. Například hodnota multiplikátoru služeb v ubytovacích zařízeních je 1,94. To znamená, že každý výdaj v této oblasti se projeví v národní ekonomice 1,94krát, a to následovně každých 500 Kč výdajů zvýší národní produkci o 970 Kč. Efekty kulturní činnosti s multiplikátorem 1,74 Kč zvýšením poptávky o 500 Kč, navýší celkovou produkci o 870 Kč.

Nepřímé dopady turistů v regionu

Nepřímé efekty podle výdajů turistů na Chýnovsku uvádí tabulka č. 18, která pomocí hodnoty multiplikátorů dokládá dopady turistických výdajů na celkovou produkci. Průměrné výdaje jednoho turistu během jeho pobytu v destinaci Chýnov za ubytování na Chýnovsku zvýší národní produkci o 485 Kč. Výdaje jednoho turistu během jeho pobytu v destinaci za stravování zvýší produkci o 212,57 Kč a výdaje za vstupné zvýší produkci o 302,95 Kč. Tedy celkové efekty cestovního ruchu na Chýnovsku činí **1000,52 Kč**, z toho přímé efekty 496 Kč a nepřímé efekty 504,52 Kč.

Tabulka 18: Nepřímé efekty cestovního ruchu na Chýnovsku 2009

	Přímé efekty	Multiplikátor	Nepřímé efekty	Celkové efekty
Ubytování	250	1,9400	235	485
Stravování	100	2,1257	112,57	212,57
Vstupné	146	2,0750	156,95	302,95
Celkem	496		504,52	1000,52

Zdroj: vlastní zpracování, 2012

Na základě jednotlivých položek celkových výdajů turistů je sestaven multiplikátor cestovního ruchu v oblasti Chýnovska. Získaná data pochází především z expertního odhadu vedoucí Odboru kulturního a cestovního ruchu Ing. Lorencové, potvrzené vlastním výzkumem i Marketingovou strategií CR a kultury města Tábora z roku 2009.

$$\frac{\text{celkové efekty}}{\text{přímé efekty}} = \frac{1000,52}{496} = 2,017$$

Hodnota multiplikátoru pro oblast Chýnovska pro rok 2009 činí **2,017**.

Je důležité podotknout, že stanovení nepřímých dopadů výdajů cestovního ruchu na produkci bylo založeno na předpokladu, že dopady cestovního ruchu na Chýnovsku se promítnou do zvýšení celkové produkce ČR. Multiplikační efekty cestovního ruchu jsou vázány především do příslušného regionu. Z toho lze předpokládat, že celkové zvýšení produkce ČR je způsobeno zvýšením produkce v regionu, tedy že zvýšení produkce ČR je způsobeno zvýšením produkce v regionu Chýnovsko. Závěrem lze podotknout, že stanovený multiplikátor, ovlivňuje produkci na Chýnovsku.

7.3 Vymezení dopadů cestovního ruchu na okolní prostředí

Defertova funkce

Defertova funkce neboli *turistická funkce* vyjadřuje intenzitu turistické aktivity v dané destinaci poměrem počtu dvou populací: navštěvující a navštěvované. Turistická funkce je vyjádřena vzorcem:

$$T(f) = \frac{N * 100}{P}$$

N počet stálých lůžek

P počet rezidentů

Výhodou ukazatele je snadná dostupnost dat, ale jejich interpretace vyžaduje přihlídnutí k dalším skutečnostem, jednak k míře využití lůžkové kapacity, a jednak k sezónnosti v destinaci. Tedy ukazatel nezohledňuje sezónnost, ani nezachycuje návštěvníky, kteří v destinaci stráví 1 den, proto ukazatel bývá alternativně vyjadřován *iritačním indexem*.

(http://ucr.uhk.cz/page.aspx?page_id=31&mode=1&letter=21).

Turistická funkce může nabývat hodnot od 0 do nekonečna. Čím je vyšší hodnota funkce, tím lze oblast považovat za oblast s vyšší turistickou aktivitou. Defertova funkce se stala standardně používaným ukazatelem relativní turistické zatíženosti území cestovním ruchem.

Ve výzkumu z roku 2001 prováděném samostatným oddělením Ministerstva životního prostředí byly intervaly turistické funkce rozděleny následovně:

T (f) = 0 - 4 téměř žádná turistická aktivita

T (f) = 4 -10 nevýrazná turistická aktivita

T (f) = 10 - 40 území s významnou, avšak nepřevažující funkcí cestovního ruchu

T (f) = 40 - 100 převážně turistické území

T (f) = 100 - 500 významné středisko cestovního ruchu

T (f) = nad 500 hyperturistické středisko

(http://fzp.ujep.cz/Veda/Edice/StudiaOecologica/SO_1-2011_web.pdf).

Výpočet pro destinaci Chýnov:

- Kapacita lůžek na Chýnovsku: 62
- Počet obyvatel k 7. 10. 2011: 2364

$$T(f) = \frac{62 * 100}{2364} = 2,62$$

Podle Defertovy funkce v destinaci Chýnov není téměř žádná turistická aktivita. V roce 2010, kdy činil počet obyvatel 2234, byla v destinaci Defertova funkce 2,78. Jak je vidět s růstem obyvatelstva klesá Defertova funkce. Nízký počet lůžek vypovídá o tom, že destinace si je vědoma faktu, že je navštěvována účastníky cestovního ruchu krátkodobě.

Výpočet pro destinaci Tábor:

- Kapacita lůžek v destinaci Tábor: 1181
- Počet obyvatel 2010: 35 344

$$T(f) = \frac{1181 * 100}{35344} = 3,34$$

Podle Defertovy funkce lze stanovit, že v destinaci Tábor není téměř žádná turistická aktivita. Zde je důležité podotknout, že je index zkreslen vysokým počtem obyvatel k lůžkové kapacitě.

7.4 Vnímání dopadů cestovního ruchu na region

Vnímání dopadů cestovního ruchu bylo zjišťováno prostřednictvím elektronického dotazníku umístěného na webových stránkách města Chýnov. Terénní šetření probíhalo od 28. 11. do 31. 12. 2011. Dotazník vyplnilo celkem 50 obyvatel města Chýnov, z toho 60 % mužů a 40 % žen. 80 % respondentů ve věku 26 - 45 let.

7.4.1 Pozitivní vlivy cestovního ruchu

Podle provedeného výzkumu vyplývá, že pozitivní dopady cestovního ruchu v oblasti Chýnovska nejsou příliš výrazné. 56 % respondentů se domnívá, že cestovní ruch nepůsobí příliš na posílení místní identity ani sounáležitosti. Cestovní ruch se příliš nepodílí na zvyšování rekreačních kapacit, ani zlepšení chátrajících budov, z kterých by mohli mít prospěch i místní obyvatelé.

Tabulka 19: Vnímání pozitivních dopadů cestovního ruchu na Chýnovsko (v %)

	Dopady nejsou příliš výrazné	Žádné dopady	Velmi výrazné dopady	Dopady v budoucnosti
Zaměstnanost	48	20	12	20
Zvýšení příjmů města	68	20	6	6
Nárůst rekreačních kapacit	60	32	4	4
Zlepšení stavu chátrajících budov	48	20	8	24
Posílení místní identity a sounáležitosti	56	8	24	12

Zdroj: vlastní zpracování, 2011

V budoucnosti očekávají respondenti pozitivní vlivy především v oblasti zaměstnanosti (20 %), také očekávají zlepšení chátrajících objektů a budov cestovního ruchu (24 %). Naopak nepředpokládají výrazný vliv v nárůstu rekreačních kapacit (4 %).

7.4.2 Negativní vlivy cestovního ruchu

Podle provedeného šetření na Chýnovsku převažuje názor, že cestovní ruch nepůsobí negativně ve všech zkoumaných oblastech. Ve městě se nepotýkají se zvýšenou kriminalitou, s nadměrným odpadem, ani s problémem ničení subjektů cestovního ruchu. V budoucnu vidí respondenti jako hrozbu nadměrné množství odpadu (12 %), nadměrnou hlučnost (12 %) a komercionalizaci (20 %). Nepředpokládají nárůst kriminality ani zábor půdy.

Tabulka 20: Vnímání negativních dopadů cestovního ruchu na Chýnovsko (v %)

	Žádný dopad	Negativní, ale zatím bez problémů	Výrazné negativní dopady	Dopady v budoucnu
nadměrné množství odpadů	60	28	0	12
nadměrná hlučnost	56	20	12	12
zvýšená kriminalita	76	16	0	8
komercionalizace	56	20	4	20
využívání a zábor půdy	76	12	4	8
ničení subjektů CR	72	12	4	12

Zdroj: vlastní zpracování, 2011

Vnímání škod na přírodním a kulturním prostředí

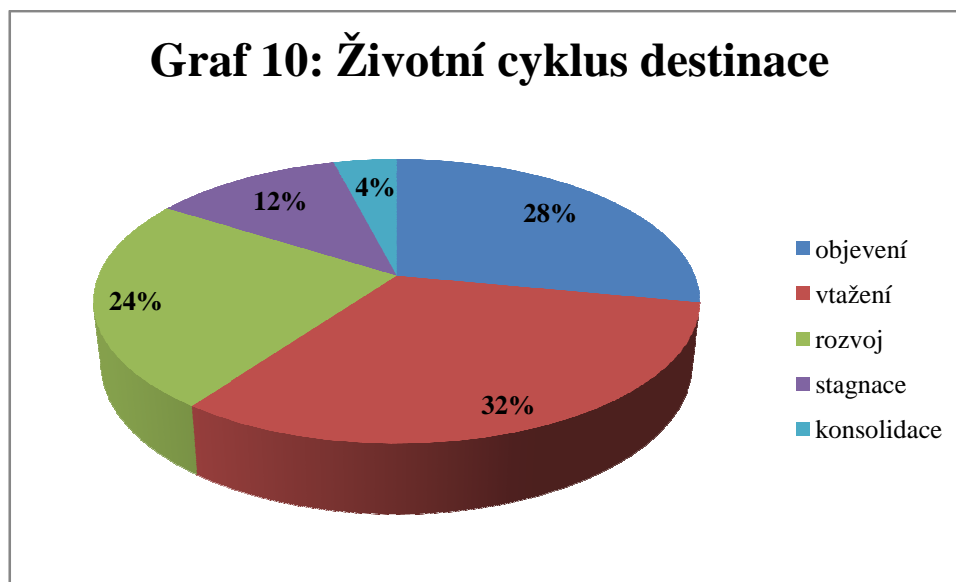
Působení cestovního ruchu na přírodní a kulturní prostředí je chápáno a vnímáno obyvateli velmi pozitivně. Respondenti nepocítují škody způsobené návštěvníky na přírodním prostředí ani na kulturním prostředí. Negativně vnímají škody na přírodním prostředí (16 %) a 24 % respondentů spatřuje škody na kulturním prostředí.

Iritační index

Na stupnici od 0 (bez iritace) do 10 (silná iritace) hodnotili respondenti vztah k návštěvníkům města. Celkově hodnotí vztah k návštěvníkům velmi pozitivně, a to v průměru 1,84. Postoj obyvatel k turistům je jednoznačně kladný (76 %), ostatní respondenti (24 %) chovají k návštěvníkům neutrální vztah. Dle *Doxeyho iritačního indexu* jde o euforii, tedy nadšení z návštěvníků.

Životní cyklus destinace

Převážná část respondentů se domnívá, že se destinace Chýnov nachází ve fázi vtažení (32 %). Někteří respondenti předpokládají, že destinace je ve fázi objevení (28 %), či dokonce ve fázi rozvoje (24 %).



Zdroj: vlastní šetření, 2011

Ve fázi **objevení** jde o novou destinaci, která je navštěvována malým počtem návštěvníků, nemá téměř žádnou suprastrukturu cestovního ruchu. Ve fázi **vtažení** dochází k rozvoji suprastruktury cestovního ruchu. Ve fázi **rozvoje** dosahuje míra růstu intenzity cestovního ruchu měřená počtem návštěvníků nejvyšších hodnot, počty návštěvníků převyšují počet obyvatel. Ve fázi **konsolidace** se zpomaluje nárůst návštěvníků, převažuje zde typ návštěvníka bez zájmu o místní obyvatele.

8. Návrhy opatření

Na základě vlastního šetření bylo zjištěno, že se na Chýnovsku nacházejí plánované projekty v oblasti cestovního ruchu. Jedná se především o rekonstrukci starých budov, jako např. rekonstrukce kartáčovny. Tyto plánované projekty v oblasti cestovního ruchu plánují především místní podnikatelé, bližší informace o připravených projektech jsou v kapitole 8.1 Připravované projekty.

8.1 Připravované projekty

Samotná destinace Chýnov plánuje rozšíření sportovního areálu s bazénem o dětské brouzdaliště (odhad investice na výstavbu brouzdaliště 1 000 000 Kč). Více projektů v oblasti cestovního ruchu se nachází spíše u místních podnikatelů (např. rekonstrukce pivovaru, rekonstrukce bývalé kartáčovny).

Například nový majitel pivovaru do budoucna počítá s rozšířením ubytovacích služeb, výstavbou malého biokrámků s čajem a kávou a konání pravidelných měsíčních českých jarmarků před pivovarem. Dokonce by majitel jednou rád obnovil i chýnovskou tradici vaření piva. Traduje se, že chýnovské pivo bylo vyhlášené široko daleko pro svoji chuť a říz. To bylo způsobené především díky místnímu zdroji vody, která byla získávána z vápencových jeskyní.

Prozatím bylo využito sklepení k prodeji lahvového piva jako například Platan, Samson, Lobkowitz. Plánovaná rekonstrukce pivovaru by měla probíhat postupně. V další etapě oprav je plánována úprava objektu bývalých lednic na penzion s asi 20 pokoji a vlastním sociálním zařízením. Vše by mělo odpovídat industriálnímu charakteru objektu. Řešení úprav vnějšího vzhledu budovy by mělo respektovat podobu schwarzenberského pivovaru druhé poloviny 19. st.

Obrázek 23: Plánovaná výstavba pivovaru



Zdroj: www.walboria.cz/blog/Byvale-pivovary-budou-slouzit-cestovnimu-ruchu/, [on-line 22. 9. 2011]

Ačkoliv bylo vybudováno v bývalých kancelářích JZD wellness centrum, celkový vzhled budovy zvenku nepůsobí příliš přívětivě. Zbylé části bývalého pivovaru jsou v destruktivním stavu a hrozí jejich zhroucení. Starosta města tento celkový projekt vidí jako nereálný. Oprava by vyšla odhadem na 100 mil. Kč a majitel bývalého pivovaru nereaguje na výzvy povinné stavební údržby a stále jen slibuje. Spadlá střecha u zchátralé části pivovaru ohrožuje kolemjdoucí. V blízkosti této ruiny se nachází dětské hřiště. Je málo pravděpodobné, že se podaří celý areál zachránit. Přežijí hospodářské budovy, které jsou docela zachovalé a v jejichž části už funguje kadeřnictví a masáže. Samotný objekt pivovaru nejspíš skončí demolicí.

Obrázek 24: Pivovar v současnosti



Zdroj: autor, 2011

Na obrázku č. 24 zleva lze vidět horší část bývalého pivovaru, uprostřed je část pivovaru s propadnutou střechou a vpravo na obrázku lze spatřit část, ve které bylo zřízeno wellness a kadeřnický salón.

Obrázek 25: Holešovna, autor

Jako reálnější a splnitelnější projekty chystané v blízké době vidí starosta města Mgr. Pavel Eybert níže uvedené projekty. Jedním z těchto projektů je otevření nové restaurace. Dům zvaný „Holešovna“, prošel již velkou rekonstrukcí. Majitel zde plánuje otevřít restauraci a



zbylé prostory pronajmout jako bytové jednotky. Byty již byly nabídnuty k prodeji. Druhým projektem je rekonstrukce bývalé kartáčovny, kde by chtěl majitel obnovit tradici piva na Chýnovsku a zřídit malý pivovar. Nyní se nabízí možnost ubytování v bývalé kartáčovně.

Dalším projektem pro město přispěje Chýnovská jeskyně. Jedná se o poznávací stezku, dále o Návštěvnické centrum s kinosálem.

Projekt Chýnovská jeskyně

Zvláštní pozornost věnuje Správa Chýnovské jeskyně budoucím investičním plánům v areálu a bývalém kamenolomu. Přípravné projektové práce probíhaly jak na akci „Přístavba Správy Chýnovské jeskyně“, která je vyvolána potřebou rozšíření technického zázemí správy, tak na akci „Návštěvnické centrum Pacova hora“. Tato akce se týká bývalé technické budovy Kamenolomů a šterkoven, kde v první budově by mohla být muzeální expozice a v druhé 3D sál.

První z budov je výtopna parních lokomotiv bývalé průmyslové železnice a druhou je budova kanceláří a šaten personálu. Výtopna lokomotiv představuje poslední památkou na slavnou éru chýnovského kamenolomu a byla postavena na přelomu 19. a 20. století. Záměrem je tuto budovu rekonstruovat do původní podoby a umístit do ní muzeální expozice přírody, speleologie a historie těžby vápence na Pacově hoře.

Druhá budova šaten a kanceláří je slepencem z 60. let 20. století se nachází v dezolátním stavu. Tato budova bude zlikvidována a na jejím místě vyroste nízká budova organicky propojená s výtopnou. Zde bude sociální a technické zázemí, ale především sál pro cca 60 osob s audiovizuálním 3D programem prezentujícím historii lokality od hvězdného období Země, přes sedimentace vápenců, jejich přeměny, tvorbu jeskyně, historii objevování až po současnost. Obě práce jsou ve stavu diskuse nad architektonickou studií. (ROČENKA SPRÁVY JESKYNÍ ČESKÉ REPUBLIKY, 2010)

Obrázek 26: Bývalá výtopna parních lokomotiv



Zdroj: autor, 2011

Na základě řízeného rozhovoru se správcem Chýnovské jeskyně Ing. Karlem Drbalem je aktuálně projekt poznávací stezky dočasně odložen. Správa Chýnovské jeskyně do budoucna uvažuje, ale nyní probíhá přístavba budovy správy Chýnovské jeskyně. Přístavba bude sloužit jako informační systém jeskyně a zároveň archivace dokumentů. Přístavba bude hrazena z vlastních zdrojů (tržby ze vstupného a Ministerstvo). Předpokládaná cena přístavby 4 mil. Kč.

Co se týká projektu opravy staré výtopny lokomotiv v lomu na rekonstrukci muzea, projekt zatím není zpracován architektem.

Lze použít myšlenku o rekonstrukci historických budov „*Návštěvnické centrum Pacova hora*“, jenž zahrnuje rekonstrukci bývalých technických projektů Kamenolomů a štěrkoven. Díky plánované přestavbě by mělo v budoucnu vzniknout muzeální expozice a 3D sál.

V současné době je mimo jiné trendem environmentální cestovní ruch. Proto by plánovaná rekonstrukce objektů cestovního ruchu v okolí Chýnovské jeskyně měla být esteticky sladěna s okolním přírodním prostředím. Zároveň by měla být ke svému okolí, co nejšetrnější. Jednalo by se například o to, že by připravované centrum při přestavbě mohlo být vybaveno plastovými třídlílnými okny, budova by měla být celá zateplena. Na sociálních zařízeních by měla obsahovat úsporné baterie šetřící vodu, atd. Navrhované objekty by tím pádem měly bezesporu konkurenční výhodu a mohly by vzbudit zájem spotřebitele.

V podstatě by šlo zatraktivnit nabídku a získat pro návštěvnické centrum ekologické značení EU tzv. Květinu, po splnění daných kritérií. Za značku se platí registrační poplatek 9000 Kč, a dále se musí platit roční poplatek. Jednotlivé požadavky na splnění podmínek jsou schvalovány Komisí EU, která zveřejňuje kritéria na svých internetových stránkách. Jednotlivá kritéria, která jsou nutná k získání Květiny, zahrnují mnoho oblastí. Jsou jimi například oblasti: čištění (univerzální čisticí prostředky a čisticí prostředky pro hygienická zařízení), elektronická zařízení (osobní počítače, přenosné počítače, televizory), podlahové krytiny (dřevěné, textilní, tvrdé), dřevěný nábytek, domácí spotřebiče (světelné zdroje, tepelná čerpadla), papír (kancelářský a grafický, hygienický).

Dále jsou připravované další oblasti jako budovy, potištěný papír a novinový papír. Právě připravovaná oblast pro budovu by mohla být konkurenční výhodou pro plánovaný areál.



Obrázek 27: Ekologické značení,
www.cenia.cz, [on-line 10. 3. 2012]

8.2 Navrhované projekty

Město Chýnov disponuje velkým množstvím přírodních i kulturních památek, skrývá tak velký potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. I přesto zde není cestovní ruch příliš výrazný. Někteří návštěvníci, kteří navštíví Chýnovskou jeskyni, se nezastaví ve městě Chýnov, ale pouze projíždí za účelem návštěvy okolních atraktivit (hrad Kámen, zámek Červená Lhota, atd.).

Tedy úkolem je pokusit se účastníkovi pobyt prodloužit a nabídnout mu netradiční zážitek. Jednou z možností by mohla být environmentální turistika - ekoturistika, též přírodní turistika. Ta nabízí možnost navštívit nerušeně přírodní oblasti, scénické průhledy, a pozorovat rostliny a volně žijící zvířata.

Na Chýnovsku se nachází několik přírodních zvláštností, ať již samotná přírodní atraktivita Chýnovská jeskyně, tak i okolní krajina - chráněná krajinná oblast na Pacově a Kladrubské hoře, kde se vyskytuje neobyčejná flóra i fauna. Vyskytuje se zde celoevropsky chráněný střešiček pantoflíček. Dále se zde nachází výr velký, zmije obecná, atd. Z minerálů lze v oblasti nalézt kromě křemene, kalcitu, albitu, ilmenitu a stilbitu zejména granáty ugranditové. V neposlední řadě i naučná stezka, vedoucí přes údolí Močítek, kolem Chýnovského potoka, končící u Chýnovské jeskyně.

Tyto přírodní atraktivity by se daly propojit a připravit environmentální a vzdělávací produktový balíček. Enviromentální balíček by byl připraven a zaměřen především pro školní zájezdy. Velmi vhodné by bylo i plánované návštěvnické centrum, kde by měli návštěvníci možnost lépe poznat přírodu kolem sebe, včetně atraktivity Chýnovské jeskyně. Do projektu by se mohli zapojit i místní žáci základní školy. Především proto, že děti se rádi vrací tam, kde se setkají se svými kamarády z minulého roku. Popřípadě v dospělosti chtějí navštívit místo, kde se jim v dětství líbilo. V tomto případě by byl připravený program v rámci soutěže (např. poznávačka rostlin, zvířat, stop zvěře, atd.).

Segment: děti - školáci, středoškoláci

Účel: seznámení se s přírodou kolem nás, škola v přírodě

Ubytování, stravování: Penzion Pacovka

Propagace: webové stránky www.kudyznudy.cz, www.ceskem.cz, www.chynov.cz, informační centra, regionální tisk, oslovení nabídkou přímo ZŠ

Eviromentální balíček by mohl být školám nabízen v období duben, květen (obvyklá doba pro školní výlety) popřípadě září, říjen. Zároveň by došlo k vyrovnání výkyvů v návštěvnosti Chýnovské jeskyni. Správce Chýnovské jeskyně při řízeném rozhovoru podotkl, že na celkové návštěvnosti je znát právě absence návštěv škol právě v měsících květen, červen.

Program:

- **1. den:** naučná stezka, prohlídka Chýnovské jeskyně, ubytování a stravování v Penzionu Pacovka (oběd, večeře - možnost využít táborový oheň a pečení buřtů)
- **2. den:** dle přání objednavajícího (prohlídka Pacové a Kladrubské hory, lezení v Chýnovské jeskyni, návštěva Bílkova domu, terénní exkurze „Historie chýnovského vápenictví“, soutěž (poznávačka rostlin a zvířat, fotbalový zápas se žáky ZŠ Chýnov), atd.), oběd v Penzionu Pacovka)
 - o Zapojení do místních programů - dětský den pořádaný ZŠ Chýnov, Den armády, atd.

Cena: dle vybraného programu

Příklad vybraného programu:

- **1. den:** naučná stezka, prohlídka Chýnovské jeskyně (pro dobrovolníky lezení v Chýnovské jeskyni), ubytování a stravování v Penzionu Pacovka (oběd, večerní táborák)
- **2. den:** prohlídka Pacové a Kladrubské hory, oběd, návštěva Bílkova domu

Cena navrhovaného programu: 590 Kč bez dopravy

Uvedená cena zahrnuje vstupné do Bílkova domu (30 Kč) i Chýnovské jeskyně (40 Kč), ubytování a stravování (520 Kč).

Dále z výzkumu vyplývá, že povědomí o destinaci Chýnov a atraktivitě Chýnovské jeskyni mají především kraje Jihočeský, Vysočina a Plzeňský. Ve vzdálenějších krajích jako Jihomoravský, Zlínský, ale i hl. m. Praha, se vyskytla nevědomost o možnosti návštěvy. V podstatě ani v blízkém okolí není příliš povědomí o návštěvě některých místních atraktivit, konkrétně Bílkovy vily. Samotná Bílkova vila opomněla 70. výročí od úmrtí sochaře F. Bílka.

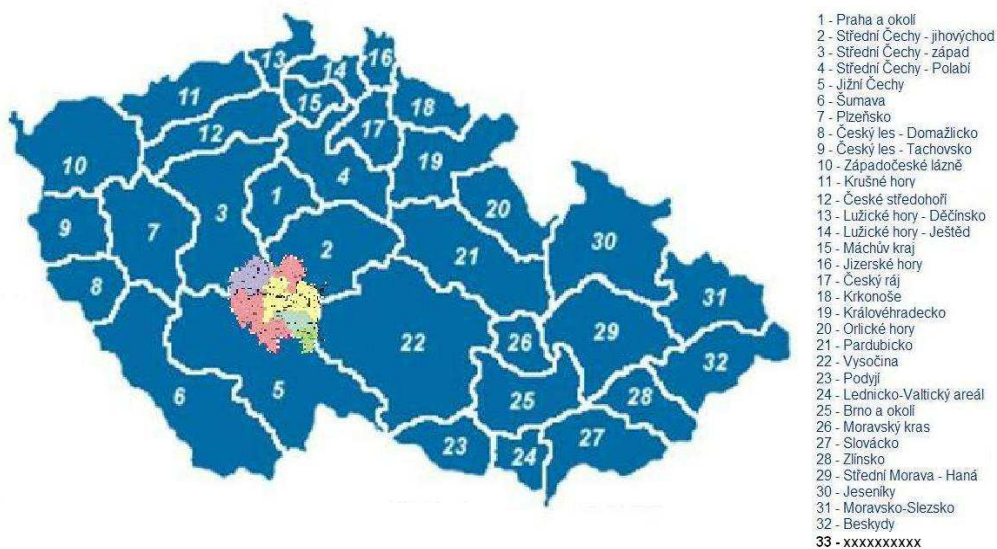
V informačním centru v Táboře se nacházelo velmi málo propagačních materiálů týkající se destinace Chýnov i atraktivity Chýnovská jeskyně, konkrétně se jedná o jediný leták a nástěnnou mapu. To je smutné, protože destinace Chýnov, má návštěvníkovi, co nabídnout. Jen by chtělo návštěvníka informovat a přesvědčit o návštěvě.

Ke zlepšení informovanosti návštěvníka by značně mohlo přispět schválení nového *turistického regionu*. Vznik nového turistického regionu by byl velmi přínosný především pro menší destinace. Správce Chýnovské jeskyně Ing. Karel Drbal se vyjádřil, že by byl nový region velmi prospěšný a výrazně by pomohl v propagaci Chýnovské jeskyně (veletrhy, internet, přednášky, atd.). Velmi dobře funguje v Moravském krasu.

V současné mapě turistických regionů, vévodí již tradiční silné oblasti jako Český ráj, Šumava, Slovácko, Kokořínsko, Krkonoše. Tam také převážně plynou peníze na propagaci a rozvoj. Současný region byl úředníky lakonicky pojmenovaná jako „Střední Čechy - jihovýchod“. Pro turistu nic vypovídajícího, nic lákavého.

Jaroslav Krejčí jako místopředseda Místní akční skupiny Krajina srdce oslovil se svojí vizí nejprve občanské sdružení MAS KRAJINA SRDCE a její předsedkyni Ing. Moniku Hienlovou. Byla vytvořena užší pracovní skupina, která začala pracovat na strategickém plánu spolupráce. Byli osloveni starostové měst a obcí a předsedové společenství obcí s nabídkou spolupráce (Sedlčanska, Milevska, Mladovožicka, Bechyňska, Táborska, Voticka, atd).

Mapa 7: Vymezení nového regionu v rámci ČR



Zdroj: www.maskrajinasrdce.cz/2011/06/turisticka-destinace, [on-line 30. 8. 2011]

Postupně se začal rýsovat region, který by měl postihnout současně tři kraje, a to Středočeský, Jihočeský kraj a okrajem by se dotýkal i kraj Vysočina.

Jedná se o oblast, která může návštěvníkovi nabídnout nejen horskou turistiku (jako Česká Sibiř, Český Merán), ale také lyžování (Monínec, běžkařské trasy Čertovo břemeno a Polánka), vodu (řeky Vltava, Lužnice), lázeňství (Bechyně), historii (Tábor, Sedlec-Prčice, Vrchotovy Janovice, Choustník, Jistebnice, Milevsko), přírodní krásy a zajímavosti (Chýnov, Povltaví), ekoturistiku, atd.

V současné době probíhá příprava nového zákona o cestovním ruchu, díky němuž by se mělo zefektivnit financování cestovního ruchu. Nový zákon se týká nově vznikající turistické oblasti. Tato oblast je vytvářena na základě kritérií uvedených v návrhu zákona o cestovním ruchu (*turistická oblast musí dosáhnout určitého počtu informačních center, počtu návštěvníků, počtu turistických lůžek a podobně*), jenž by měl vejít v platnost na začátku roku 2013. Jedná se o oblast, která se rozkládá na cca 2 500 km², zahrnuje cca 10 měst a cca 150 obcí. Oblast nového regionu zahrnuje i destinaci Chýnov.

Mapa 8: Vymezení nového regionu



Zdroj: www.maskrajinasrdce.cz/2011/06/turisticka-destinace, [on-line 30. 8. 2011]

Z hlediska konkurenceschopnosti je nutné dát nové oblasti správný název, který bude snadno zapamatovatelný (i pro zahraničního turistu). Cílem oblasti je přilákat více turistů do oblasti a získat přímou finanční podporu od státu. Název by měl být krátký, výstižný a snadno zapamatovatelný. Musí se s ním ztotožnit všechna území nové turistické destinace. (www.maskrajinasrdce.cz/2011/06/turisticka-destinace, 2011)

Další možností jak zlepšit informovanost návštěvníků o destinaci Chýnov by mohla být podpora vlastní *image destinace*. Vytvořit vlastní slogan destinace v jednotné vizualizaci. Jedná se o vlastní komunikaci, která by destinaci jednoznačně identifikovala a odlišila od ostatních destinací. Města většinou používají ke své prezentaci znak města. V podstatě z pohledu turistů je znak města nic zajímavého, nic o destinaci vypovídajícího.

Symbol by měl být sladěn barevně s propagačním materiálem města, ať již s webovými stránkami, letáky, pohlednicemi, atd. Nový symbol by spojoval region Chýnovsko s přírodní atraktivitou Chýnovskou jeskyní. Chýnovská jeskyně je zajímavá nejen tím, že je první zpřístupněnou jeskyní v České republice, a ale také tím, že je jedinou zpřístupněnou jeskyní v jižních Čechách.

Dle terénního šetření vplývá, že více než polovina respondentů (60 %) destinaci ani Chýnovskou jeskyni zatím nenavštívilo, ale 76 % z dotazovaných respondentů uvedlo, že by chtělo navštívit destinaci Chýnov a 92 % respondentů projevilo zájem o návštěvu této přírodní atraktivity.

Nejprve bylo navrženo několik variant pro symbol města Chýnov. Následně navržené symboly byly podány k posouzení respondentů. Nejčastěji dotazovaní vybrali níže uvedené obrázky, ostatní návrhy jsou v Příloze 2: Návrhy symbolů pro město Chýnov. Ve většině případů si respondenti spojili tvary loga s jeskyní, skálou či horou.

Význam symbolu města

- **Zelená barva:** vztah k životnímu prostředí, příroda
- **Netopýr:** Chýnovská jeskyně

Obrázek 28: Návrhy symbolu pro město Chýnov



Symbol města Chýnov by měl destinaci odlišit od ostatních destinací. Měl by návštěvníka zaujmout a přilákat do destinace, aby viděl a vyzkoušel na vlastní kůži. Destinace Chýnovsko nabízí účastníkovi cestovního ruchu nejen překrásnou okolní přírodu, ať již chráněná území, naučnou stezku, či samotnou přírodní atraktivitu Chýnovskou jeskyni, ale i kulturní zážitek, jako Bílkův dům. Samotné město pořádá zajímavé kulturní akce jako mezinárodní koncert dechových hudeb "*Z jižních Čech a Moravy*", Den armády či závod do Strmého vrchu.

Samotná atraktivita Chýnovská jeskyně pořádá mimořádné akce jako například koncert J. Svěceného, či mši v Kapli sv. Vojtěcha při příležitosti svátku sv. Vojtěcha. Kdy zároveň probíhá „*Poutní procházka ke kapli na Pacovu horu*“. Jedná se o zajímavosti, které by mohly zaujmout.

Aktuálně (28. 3. - 13. 5. 2012) pořádá Správa jeskyní ČR v zámku Pacově mezinárodní výstavu "*Světové dědictví v hloubkách země*". Jde o společný maďarsko-slovenský projekt, který má za cíl seznámit veřejnost s unikátním krasovým územím ležícím na hranici Slovenska a Maďarska. Uvedeného projektu se mimo jiné zúčastní i Chýnovská jeskyně.

9. Závěr

Cílem diplomové práce je prostřednictvím analýzy vymezit cestovní ruch na Táborsku v destinaci Chýnov. Prostřednictvím analýzy sledovat nabídku a poptávku cestovního ruchu v dané oblasti. Následně stanovit vliv cestovního ruchu na místní rozvoj, vymezit multiplikátor cestovního ruchu pro danou oblast a určit dopady cestovního ruchu na rozpočet obcí.

Cestovní ruch patří mezi nejvýznamnější odvětví v ekonomice. V souvislosti s rostoucí úrovní obyvatelstva je cestovní ruch pokládán za odvětví budoucnosti. Destinace Chýnov disponuje vhodnými přírodními pozoruhodnostmi a kulturně-historickými památkami, ale z hlediska ubytovacích služeb má Chýnovsko značné nedostatky.

Nevýhodou je, že ve zkoumané oblasti není žádná hotelová kapacita. Ve městě Chýnov je sice možnost ubytovat se hned v několika penzionech, ale žádný z nich nemá dostatečně velkou kapacitu, aby poskytl ubytování většímu počtu turistů (nejvyšší lůžková kapacita - Penzion Bowle 28 lůžek). Toto může být jeden z důvodů proč je lokalita Chýnov volena turisty pouze na krátkodobý pobyt za účelem návštěvy místních atraktivit.

Z toho důvodu byl navržen environmentální produktový balíček, který by propojil místní přírodní atraktivitu se vzdělávacím programem pro školní zájezdy. Jednalo by se o zábavný program pro školu v přírodě.

Z vlastního výzkumu vyplývá, že povědomí o destinaci Chýnov a atraktivitě Chýnovské jeskyni mají především kraje Jihočeský, Vysočina a Plzeňský. Ve vzdálenějších krajích jako Zlínský, Jihomoravský, ale i hl. m. Praha, se vyskytla nevědomost o možnosti návštěvy.

Ke zlepšení informovanosti návštěvníka by značně mohlo přispět schválení nového turistického regionu. Vznik nového turistického regionu by byl velmi přínosný především pro menší destinace. Další možností je zaměřit se na vlastní image města. Jednalo by se o vlastní komunikaci, která by destinaci jednoznačně identifikovala a odlišila od ostatních destinací. Mohlo by se jednat o zelené logo s obrázkem netopýra, které by sjednotilo destinaci s její nejzajímavější atraktivitou.

Na závěr je možné zhodnotit stanovené hypotézy.

Hypotéza č. 1

Chýnovsko disponuje značným rozvojovým potenciálem v oblasti cestovního ruchu.

Chýnovsko disponuje vhodnými přírodními pozoruhodnostmi a kulturně-historickými památkami, ale jak je uvedené výše, z hlediska ubytovacích služeb má Chýnovsko značné nedostatky.

Nejvyhledávanějším turistickým cílem na Chýnovsku je jednoznačně Chýnovská jeskyně. Z vlastního provedeného šetření vyplývá, že 92 % respondentů by navštívilo právě atraktivitu Chýnovskou jeskyni. Za zmínku stojí i samotná příroda.

Podle starosty města Chýnova Mgr. Eyberta je stav kulturně-historických památek na velmi dobré úrovni (ať již kostel, Bílkův dům, či kapličky a křížky), vše naprosto v pořádku s výjimkou bývalého pivovaru, který je v dezolátním stavu. Bohužel město nemůže nijak zasáhnout a nic pro pivovar udělat, protože pivovar vlastní soukromá osoba.

Vybavenost službami je také na dobré úrovni. Jediné co by se dalo vytknout, je absence bankomatu. Město se pokoušelo bankomat obstarat, ale bohužel bezvysledně. Požadavky bankovních institucí jsou příliš vysoké.

Hypotéza č. 2

Cestovní ruch ovlivňuje příjmy obecního rozpočtu.

Daňové příjmy jsou určeny zákonem č. 243/2000 Sb., o rozpočtovém určení daní. Turisté, prostřednictvím svých výdajů zatížených DPH (10 %, 20 %), přispívají nepřímo do rozpočtu města. Vztah mezi výdaji a rozpočtem kraje určuje regresní koeficient (**0,0029 %**).

Za předpokladu průměrné útraty 500 Kč v destinaci, z toho 350 Kč ve snížené sazbě a 150 Kč v základní sazbě, vyplývá, že turista během svého pobytu navýší rozpočet města o **0,187 Kč**.

10. Summary

My graduation thesis is aimed at the definition of the examined tourist destination Tábor, precisely the Chýnov, and to do analysis of the offers and demand of tourism in selected area. Then determine the impact of tourism on local development, to define the multiplier of tourism for the area and determine the impact of tourism on the budget of municipalities.

Tourism is one of the most important sectors in the economy. In context of the increasing level of the population tourism is seen to have a future. Destinations Chýnov has adequate natural sights and cultural-historical monuments, but in terms of accommodation service Chýnovsko has lack of opportunities. In the Chýnov there is insufficient accommodation capacity.

In the town called Chýnov there is possibility to be accommodated in several boarding houses, but none of them have a enough capacity to provide housing for bigger groups of tourists (the highest capacity - Pension Bowle 28 beds). This may be one of the reasons why the locality Chýnov, is chosen by tourists only for short-term visits to see local attractions.

On the basis of fieldwork and situational analysis in the destination Chýnov environmental product package was designed, with an educational program for school tours. It would be a funny program for schools.

Research shows that awareness about the destination Chýnov and attraction Chýnovská cave have mainly South Bohemia, Highlands County and Pilsen Bohemia. There is an occurred ignorance about the possibility of the visit in remote regions like a South Moravia, Zlin, but also the capital city- Prague.

Approval of a new tourist region could improve visitor's awareness. The emergence of new tourist region would be very beneficial especially for smaller destinations. Another option is to focus on the image of the city. We should focus on a private communication which could clearly identify the destination and distinguish it from other destinations. It could be a green logo with a picture of a bat which could unite the destination with its most interesting attraction.

In conclusion, it is possible to evaluate these hypothesis.

Hypothesis No. 1

Chýnovsko has a considerable development potential in tourism.

Destinations Chýnov has adequate natural sights and cultural-historical monuments, but in term of accommodation service Chýnovsko has lack of oportunities. In the Chýnov there is insufficient accommodation capacity.

The most popular tourist destination in Chýnov is Chýnovská cave. My own investigation showed that 92 % would like to visit this attraction- Chýnov cave. The nature is noteworthy too.

Cultural and historical monuments are at very good level (like a church, Bílek house, chapels, and crosses) as Mayor of Chýnov - Mr. Eybert has mentioned. Everything is perfectly fine with the exception of a former brewery, which is in bad condition. Unfortunately, private person owns the brewery, so the city can't intervene and do nothing for the brewery.

Availability of services is also good. The only thing you could criticize is the absence of ATM. The city tried to get an ATM, but it wasn't successful. The requirements of banking institutions are too high.

Hypothesis No. 2

Tourism affects the revenues of the municipal budget.

Tax revenues are determined by law No. 243/2000 Coll, about budgetary determination of taxes. Tourists, by their costs, which are burdened by taxes (10 %, 20 %), contribute indirectly to the city budget. The relationship between costs and county budget determines the regression coefficient (0.0029 %).

If the tourist spend 500 CZK in the destination (350 CZK at a reduced rate and 150 CZK in the basic rate) during their stay in the city, he will increase the city's budget by 0.187 CZK.

11. Přehled použité literatury

Odborné publikace

- [1] BOWEN, J. T., Philip KOTLER a J. C. MAKENS. *Marketing for hospitality and tourism*. Boston: Pearson, 2010. 683 s. ISBN 978-0-13-245313-4.
- [2] DWYER, Larry, Peter FORSYTH a Wayne DWYER. *Tourism Economics and Policy*. Bristol: Chanel View Publication Data, 2010. 855 s. ISBN 978-1-84541-152-7.
- [3] FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2001. 178 s. ISBN 80-247-0207-X.
- [4] FORET, Miroslav a Jana STÁVKOVÁ. *Marketingový výzkum: Jak poznávat své zákazníky*. Praha: Grada Publishing, 2003. 160 s. ISBN 80-247-0385-8.
- [5] FRANCOVÁ, Eva. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003. 119 s. ISBN 80-244-0719-1.
- [6] FYALL, Alan a Brian GARROD. *Tourism Marketing : A Collaborative Approach*. Clevedon, Buffalo, Toronto: Channel View Publications, 2005. 383 s. ISBN 1-873150-89-x.
- [7] FYALL, Alan, V. T. C. MIDDLETON a Michael MORGAN. *Marketing in travel and tourism*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2009. 502 s. ISBN 978-0-7506-8693-8.
- [8] GOELDNER, Ch. R. a J. R. B. RITCHIE. *Tourism*. New Jersey: Copyright, 2009. 624 s. ISBN 978-0-470-08459-5.
- [9] HESKOVÁ, Marie, et al. *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2011. 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.
- [10] HORÁKOVÁ, Helena. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2000. 204 s. ISBN 80-7169-996-9.
- [11] HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [12] HRABÁNKOVÁ, Magdalena a Tomáš HÁJEK. *Management cestovního ruchu*. České Budějovice: JU v ČB, 2002. 82 s. ISBN 80-7040-580-5.
- [13] INDROVÁ, Jarmila, et al. *Cestovní ruch (základy)*. Praha: Oeconomica, 2009. 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.
- [14] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2010. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.
- [15] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, Jiří JEŽEK a Miroslav PAVLÁK. *Cestovní ruch*. Plzeň: Západočeská univerzita, 2000. 268 s. ISBN 80-7082-185-x.
- [16] JANEČKOVÁ, Lidmila a Miroslava VAŠTÍKOVÁ. *Marketing měst a obcí*. Praha: Grada Publishing, 1999. 184 s. ISBN 80-7169-750-8.

- [17] JANEČKOVÁ, Lidmila a Miroslava VAŠTÍKOVÁ. *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 2000. 180 s. ISBN 80-7169-995-0.
- [18] JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Praha: Grada Publishing, 2008. 288 s. ISBN 978-80-247-2727-0.
- [19] KIRÁLOVÁ, Alžbeta. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
- [20] KOZEL, Roman, et al. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-x.
- [21] LEDNICKÝ, Václav. *Technické památky v cestovním ruchu*. Ostrava: VŠB-TU , 2004. 126 s. ISBN 80-248-0611-8.
- [22] MALÁ, Vlasta. *Cestovní ruch (vybrané kapitoly)*. Praha: VŠE, 1999. 83 s. ISBN 80-7079-443-7.
- [23] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.
- [24] PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.
- [25] PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: Turismus ČR*. Praha: Grada Publishing, 2011. 208 s. ISBN 978-80-247-3748-5.
- [26] PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 1999. 107 s. ISBN 80-85970-29-5.
- [27] RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Ostrava: KEY Publishing, 2009. 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.
- [28] SHARPLEY, Richard a David J. TELFER. *Tourism And Development: Concepts and Issues*. Clevedon, Buffalo, Toronto: Channel View Publications, 2002. 397 s. ISBN 1-873150-34-2.
- [20] VAŠKO, Martin. *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. Praha: Oeconomica, 2002. 96 s. ISBN 80-245-0445-6.
- [30] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: Efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-27216-9.
- [31] WILLIAMS, Stephen. *Tourism Geography*. London: Routledge, 1998. 212 s. ISBN 0-415-14215-6.

Ostatní publikace

- [1] KRAJÍC, Rudolf. Archeologická překvapení na chýnovském hradišti. *Občasník Chýnovska*. 2010, 87, s. 6-7.
- [2] KREJČA, František. *Chýnovská jeskyně*. České Budějovice: Inpress, 2009. 23 s. ISBN 978-80-87309-01-8.
- [3] PRÁŠEK, Jiří. *Čítanka z chýnovské historie*. Chýnov: město Chýnov, 2006, 303 s.
- [4] Správa jeskyní ČR. *Zpřístupněné jeskyně ČR*. Průhonice: Point cz, 2007

Internetové zdroje

- [1] *Oficiální web města* [online]. 2011 [cit. 2011-08-29]. Dostupné z WWW: www.chynov.cz/soucasnost/d-60291/p1=2051
- [2] JIROVSKÝ, Martin. *atelier M. A. A. T.* [online]. 2001 [cit. 2010-01-17]. Dostupný z WWW: <http://www.chynov.cz/html/plan/data/pruzkum/pr.pdf>
- [3] ČSÚ [online]. 2010 [cit. 2011-08-12]. Demografická ročenka. Dostupný z WWW: [www.czso.cz/csu/2010ediciplan.nsf/publ/4018-10-\(2000_az_2009\)](http://www.czso.cz/csu/2010ediciplan.nsf/publ/4018-10-(2000_az_2009))
- [4] *Pardubický spolek železniční dopravy* [online]. 2009 [cit. 2011-08-29]. Zaniklá úzkokolejka Chýnov. Dostupné z WWW: www.pshzd.cz/chynov-pacova-hora.html
- [5] *RIS* [online]. 2011 [cit. 2011-08-29]. Chýnov. Dostupné z WWW: www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/detail?Zuj=552496
- [6] *COT Business* [online]. 2009 [cit. 2011-08-31]. Návštěvnost Moravského krasu. Dostupné z WWW: <http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=1040812541&srchtxt=ch%FDnovsk%E1+jeskyn%EC>
- [7] *Chýnovská jeskyně* [online]. 2011 [cit. 2011-08-29]. Dostupné z WWW: www.volny.cz/jeskynechynov/
- [8] *Správa jeskyní ČR* [online]. 2011 [cit. 2011-08-29]. Dostupné z WWW: www.caves.cz/cz
- [9] *Kudy z nudy* [online]. 2011 [cit. 2011-08-29]. Dostupné z WWW: <http://www.kudyznudy.cz/Vyhledavani/Fulltext.aspx?searchtext=ch%c3%bdnov&searchmode=anyword>
- [10] *Ochrana přírody* [online]. 2008 [cit. 2011-08-29]. Minerály Chýnovské jeskyně a Pacovy hory. Dostupné z WWW: www.casopis.ochranaprirody.cz/clanky/mineraly-chynovske-jeskyne-a-pacovy-hory.html?action=print
- [11] *Jihočeský kraj* [online]. 2011 [cit. 2011-08-29]. Dostupné z WWW: www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par%5Bid_v%5D=1368&par%5Blang%5D=

- [12] *TáborDnes* [online]. 2010 [cit. 2011-08-29]. Kladrubská hora. Dostupné z WWW: <http://tabordnes.cz/?p=6823>
- [13] *Muzeum Příbram* [online]. 2011 [cit. 2011-08-29]. Přírodou krok za krokem. Dostupné z WWW: www.muzeum-pribram.cz/akce/11akce/11prirodou/prirodou_program.pdf
- [14] *Přírodou krok za krokem* [online]. 2011 [cit. 2011-08-29]. Dostupné z WWW: www.centrumselmberk.cz/images/events/exkurze_2011.doc
- [15] *Domov pro seniory* [online]. 2010 [cit. 2011-08-29]. Dostupné z WWW: www.dschnov.cz/historie-domova.html
- [16] *GHMP* [online]. 2011 [cit. 2011-08-29]. Dostupné z WWW: www.ghmp.cz/expozice.php?page=expozicechynov#skryty1
- [17] *Walboria wellness* [online]. 2010 [cit. 2011-08-30]. Dostupné z WWW: www.walboria.cz
- [18] *Web o naučných stezkách* [online]. 2011 [cit. 2011-08-30]. Naučná stezka Chýnov. Dostupné z WWW: www.naucnoustezkou.cz/naucna-stezka-chynov
- [19] PELTÁN, David. *Pivní.info* [online]. 2010 [cit. 2011-08-30]. Tábořskýdeník.cz. Dostupné z WWW: pivni.info/news/5692-zlatavy-mok-se-mozna-vrati-do-chynova.html
- [20] *MAS krajina srdce* [online]. 2011 [cit. 2011-08-31]. Dostupné z WWW: <http://www.maskrajinasrdce.cz/2011/06/turisticka-destinace>
- [21] *Koněpruské jeskyně* [online]. 2011 [cit. 2011-08-31]. Dostupné z WWW: jeskyne.cesky-kras.cz/okoli/naucna-stezka
- [22] *Cyklotrasy* [online]. 2009 [cit. 2011-08-30]. Cyklotrasy Chýnov. Dostupné z WWW: cyklotrasy.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=138283
- [23] *Motosport Chýnov* [online]. 2010 [cit. 2011-08-30]. Dostupné z WWW: www.motosportchynov.cz/historie.html
- [24] *Římskokatolické farnosti* [online]. 2011 [cit. 2011-08-30]. Dostupné z WWW: farnost.katolik.cz/hartvikov/akce.htm
- [25] *Bungalow Vachta* [online]. 2010 [cit. 2011-08-31]. Dostupné z WWW: <http://web.hpl.cz/~bungalowvachta/>
- [26] *Restaurant U Bazénu* [online]. 2007 [cit. 2011-08-31]. Dostupné z WWW: www.ubazenu.wz.cz/bazen.htm
- [27] *Pension Chýnov* [online]. 2008 [cit. 2011-08-31]. Dostupné z WWW: www.pensionchynov.cz/index.php
- [28] *Pension Pacovka* [online]. 2008 [cit. 2011-08-31]. Dostupné z WWW: www.penzionpacovka.cz/?lang=cs&page=ubytovani
- [29] *Disko Chýnov* [online]. 2009 [cit. 2011-08-31]. Dostupné z WWW:

www.diskochynov.cz/files/jidelak_radnice2.rtf

[30] *Bistro Na Masně* [online]. 2011 [cit. 2011-08-31]. *Facebook*. Dostupné z WWW: <cs-cz.facebook.com/pages/Bistro-NA-MASN%C4%9A/216327881730653?v=info>.

[31] *Městská knihovna Chýnov* [online]. 2011 [cit. 2011-08-31]. Dostupné z WWW: <http://www.knihovnachynov.estranky.cz/>

[32] *Realit* [online]. 2011 [cit. 2011-08-31]. Bývalé pivovary budou sloužit cestovnímu ruchu. Dostupné z WWW: <www.realit.cz/clanek/byvale-pivovary-budou-slouzit-cestovnimu-ruchu>.

[33] *Hospůdka Na Křivé* [online]. 2009 [cit. 2011-08-31]. Dostupné z WWW: <http://nakrive.webnode.cz/>

[34] *Tábor* [online]. 2009 [cit. 2011-09-08]. Dostupné z WWW: <http://www.taborsko.cz/cs/turista/zakladni-informace/poloha/>

[35] RAABOVÁ, Tereza. *Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice* [online]. 2010 [cit. 2011-10-27]. Dostupné z WWW: www.culturenet.cz/res/data/013/001466.pdf

[36] Rojíček, Marek. *Klíčová odvětví v české ekonomice z pohledu input-output analýzy* [online]. 2010 [cit. 2011-11-27]. Dostupné z WWW: panda.hyperlink.cz/cestapdf/pdf07c2/rojicek.pdf

[37] *CZSO* [online]. 2010 [cit. 2011-11-27]. Dostupné z WWW: apl.czso.cz/nufile/sut/Symetricke%20tabulky%20input_text_2.pdf

[38] *Marketingová strategie cestovního ruchu a kultury*. [online]. 2010 [cit. 2011-07-20]. Dostupné z WWW: www.taborcz.eu/marketingova-strategie-cestovniho-ruchu-a-kultury/d-4592/query=turistick%C3%A1+karta

[39] *Udržitelný cestovní ruch*. [online]. 2007 [cit. 2011-02-20]. Dostupné z WWW: ucr.uhk.cz/page.aspx?page_id=31&mode=1&letter=21

[40] ANTOUŠKOVÁ, Michaela. *Studia.EOCOLOGICA* [online]. 2011 [cit. 2012-03-01]. Dostupné z: fzp.ujep.cz/Veda/Edice/StudiaOecologica/SO_1-2011_web.pdf

[41] *Cenia - o ekoznačení* [online]. 2011 [cit. 2012-03-01]. Dostupné z: [www.cenia.cz/_C12571B20041E945.nsf/\\$pid/MZPMSFGRIOAW](http://www.cenia.cz/_C12571B20041E945.nsf/$pid/MZPMSFGRIOAW)

Přehled ostatních zdrojů

- [1] Zákon č. 243/2000 Sb., o rozpočtovém určení výnosů některých daní územním samosprávným celkům a některým státním fondům
- [2] Zákon č. 338/1992 Sb., o dani z nemovitosti
- [3] Obecně závazná vyhláška č. 2/2008, o stanovení místního koeficientu pro výpočet daně z nemovitosti
- [4] Vyhláška č. 259/2011 Sb., o podílu jednotlivých obcí na stanovených procentních částech celostátního hrubého výnosu daně z přidané hodnoty a daní z příjmů
- [5] Vyhláška č. 245/2010 Sb., o podílu jednotlivých obcí na stanovených procentních částech celostátního hrubého výnosu daně z přidané hodnoty a daní z příjmů
- [6] Obecně závazná vyhláška č. 3/2010, o místních poplatcích
- [7] Zákon č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích
- [8] Zákon č. 565/1990 Sb., o místních poplatcích
- [9] Obecně závazná vyhláška č. 1/2012, o místním poplatku za provozovaný hrací přístroj nebo jiné herní zařízení povolené Ministerstvem financí

12. Příloha

Seznam tabulek

Tabulka 1: Nabídka destinace cestovního ruchu	s. 8
Tabulka 2: Srovnání základních prvků marketingového mixu 4P, 4C	s. 24
Tabulka 3: Výhody a nevýhody sekundárního a primárního výzkumu	s. 27
Tabulka 4: Počet obyvatel v letech 2000 - 2011 k 31. 12.	s. 33
Tabulka 5: Míra nezaměstnanosti 2001 - 2010	s. 34
Tabulka 6: Počet podnikatelských subjektů a odvětví ve městě v roce 2010	s. 34
Tabulka 7: Počet respondentů	s. 39
Tabulka 8: Návštěvnost Chýnovské jeskyně v letech 2007 - 2011	s. 44
Tabulka 9: Počet návštěvníků v Bílkově vile v letech 2007 - 2010	s. 50
Tabulka 10: Ceník a doba masáží	s. 54
Tabulka 11: Komparace návštěvnosti atraktivit v letech 2010 - 2011	s. 71
Tabulka 12: Průměrná útrata turisty v destinaci Tábor	s. 76
Tabulka 13: Průměrná útrata turisty v destinaci Chýnov	s. 76
Tabulka 14: Daňové příjmy rozpočtu města Chýnov za rok 2010 - 2012	s. 77
Tabulka 15: Podíl města Chýnov na stanovených procentních částech celostátního hrubého výnosu daně z přidané hodnoty v letech 2010 - 2011	s. 79
Tabulka 16: Symetrická input-output tabulka v členění produkt x produkt	s. 83
Tabulka 17: Vybrané hodnoty multiplikátorů ze SIOT 2009	s. 84
Tabulka 18: Nepřímé efekty cestovního ruchu na Chýnovsku 2009	s. 85
Tabulka 19: Vnímání pozitivních dopadů cestovního ruchu na Chýnovsko (v %)	s. 88
Tabulka 20: Vnímání negativních dopadů cestovního ruchu na Chýnovsko (v %)	s. 88
Tabulka 21: Počet návštěvníků v letech 2007 - 2011	Příl. 1
Tabulka 22: Otevírací doba Chýnovská jeskyně	Příl. 1
Tabulka 23: Otevírací doba Koněpruské jeskyně	Příl. 1
Tabulka 24: Silné a slabé stránky srovnávaných jeskyní	Příl. 1

Seznam schémat

Schéma 1: Komponenty trhu turismu	s. 4
Schéma 2: Faktory ovlivňující formování poptávky	s. 5
Schéma 3: Vztahy cestovního ruchu a odvětví národního hospodářství	s. 13
Schéma 4: Rozdělení daně z nemovitosti	s. 78
Schéma 5: Rozdělení daně z přidané hodnoty	s. 78

Schéma 6: Rozdělení daně z příjmů ze samostatně výdělečné činnosti	s. 79
Schéma 7: Rozdělení daně z příjmů PO	s. 80

Seznam grafů

Graf 1: Návštěvnost	s. 68
Graf 2: Návštěvnost destinace	s. 68
Graf 3: Znalost destinace Chýnov	s. 69
Graf 4: Zdroj informovanosti o destinaci	s. 69
Graf 5: Počet návštěv Chýnovské jeskyně	s. 70
Graf 6: Cíl návštěvy	s. 71
Graf 7: Jiná osobnost, zajímavost ve spojení s městem Chýnov	s. 72
Graf 8: Útrata v destinaci	s. 72
Graf 9: Výnos jednotlivých daní z příjmů do rozpočtu města Chýnov	s. 80
Graf 10: Životní cyklus destinace	s. 89
Graf 11: Návštěvnost Chýnovské jeskyně v letech 1991 - 2011	Příl. 1
Graf 12: Znalost Chýnovské jeskyně	Příl. 1
Graf 13: Zdroj informovanosti o Chýnovské jeskyni	Příl. 1
Graf 14: Návštěvnost Koněpruské jeskyně v letech 1991 - 2011	Příl. 1
Graf 15: Návštěvnost Chýnovské a Koněpruské jeskyně v letech 1991 - 2011	Příl. 1

Seznam map

Mapa 1: Vymezení Tábora	s. 31
Mapa 2: Vymezení destinace Chýnov	s. 32
Mapa 3: Pacova hora a Chýnovská jeskyně	s. 45
Mapa 4: Kladrubská hora	s. 46
Mapa 5: Současná výstava v Bílkově vile v Chýnově	s. 51
Mapa 6: Zaniklé úzkokolejky na Pacové a Kladrubské hoře	s. 55
Mapa 7: Vymezení nového regionu v rámci ČR	s. 96
Mapa 8: Vymezení nového region	s. 97
Mapa 9: Zpřístupněné jeskyně ČR	Příl. 1

Seznam obrázků

Obrázek 1: Kamenný čert	s. 43
Obrázek 2: Purkyňovo oko	s. 44
Obrázek 3: Pacova hora - lom	s. 44
Obrázek 4: Netopýr řasnatý	s. 46

Obrázek 5: Chýnovský potok	s. 47
Obrázek 6: Bílkův dům	s. 50
Obrázek 7: Expozice v Bílkově domě	s. 50
Obrázek 8: Kostel	s. 52
Obrázek 9: F. Bílek - Modlitba nad hroby	s. 53
Obrázek 10: Reliéf na hrobě F. Nekuty	s. 53
Obrázek 11: Gabrielovo sousoší - Odcházím	s. 53
Obrázek 12: Viadukt na Močítkách	s. 55
Obrázek 13: Bungalow Vachta	s. 59
Obrázek 14: Restaurant U Bazénu	s. 60
Obrázek 15: Pension Bowle	s. 61
Obrázek 16: Pension Pacovka	s. 61
Obrázek 17: Pension Bowle	s. 62
Obrázek 18: Restaurace U Radnice	s. 63
Obrázek 19: Restaurace Pacovka	s. 63
Obrázek 20: Bistro na masně	s. 64
Obrázek 21: Restaurace Na Křivé	s. 64
Obrázek 22: Městská knihovna a informační centrum v Chýnově	s. 65
Obrázek 23: Plánovaná výstavba pivovaru	s. 90
Obrázek 24: Pivovar v současnosti	s. 91
Obrázek 25: Holešovna	s. 91
Obrázek 26: Bývalá výtopna parních lokomotiv	s. 92
Obrázek 27: Ekologické značení EU	s. 93
Obrázek 28: Návrhy symbolu pro město Chýnov	s. 99
Obrázek 29: Vchod Chýnovská jeskyně	Příl. 1
Obrázek 30: Koněpruská jeskyně	Příl. 1

Seznam příloh

Příloha 1: Správa jeskyní ČR
Příloha 2: Návrhy symbolů pro město Chýnov
Příloha 3: Řízené rozhovory
Příloha 4: Hodnoty multiplikátoru ze SIOT 2009
Příloha 5: Dotazník - Vnímání dopadů cestovního ruchu na Chýnovsku
Příloha 6: Dotazník - Poptávka cestovního ruchu ve zvolené oblasti Táborsko

Příloha 1: Správa jeskyní ČR a komparace jeskyní

Správa jeskyní ČR byla zřízena 1. 4. 2006 jako státní příspěvková organizace, jejíž součástí se stalo 15 správ jeskyní i odborné oddělení péče o jeskyně. Přes své osamostatnění je SJ ČR nedílnou součástí aktivní struktury státní ochrany přírody a její odborné, personální a technické vybavení je zárukou kvalitní péče a prezentace jeskyní, ale také dalšího rozšiřování odborných činností ve sféře průzkumu, výzkumu, dokumentace a ochrany krasu, jeskyní i dalších podzemních prostor.

Účelem vzniku SJ ČR je zajišťování ochrany, péče a provozu zpřístupněných jeskyní České republiky a s nimi bezprostředně souvisejících podzemních prostor a zpřístupňování, ochrana a péče o podzemní prostory, pokud v nich budou prováděny činnosti na základě rozhodnutí místně příslušného orgánu ochrany přírody, nebo budou využívány k účelům podléhajícím doзору státní báňské správy. (www.caves.cz, 2001)

V ČR je dosud známo přes 2000 jeskyní z toho je veřejnosti zpřístupněno 14 jeskyní. Na území Čech se nacházejí pouze 3 jeskyně, zbytek se nachází na Moravě. Zpřístupněné jeskyně se nacházejí v péči Správa jeskyně ČR. Všechny jeskyně v ČR jsou chráněny podle zákona 114/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny ČR.

Mapa 9: Zpřístupněné jeskyně ČR



Zdroj: <http://www.bozkovske-jeskyne.cz/obecne-o-jeskynich.php>, [on-line 20. 9. 2011]

Zpřístupněné jeskyně v ČR

Moravský kras

- Kateřinská jeskyně, Sloupsko-šošůvské, Punkevní jeskyně, Jeskyně Balcarka, Jeskyně Na Turoldu, Výpustek

Severní Morava

- Javoříčské jeskyně, Mladečské jeskyně, Jeskyně Na Pomezí, Jeskyně Na Špičáku, Zbrašovské aragonitové jeskyně

Čechy

- Bozkovské Dolomitové jeskyně, Koněpruské jeskyně, Chýnovské jeskyně.

Tabulka 21: Počet návštěvníků v letech 2007 - 2011

Jeskyně	Počet návštěvníků		
	2007	2009	2011
Bozkovské dolomitové	77660	71794	68003
Koněpruské	101022	89617	79185
Chýnovské	47696	36490	30295
Zbrašovské aragonitové	62812	48997	46286
Javořické	49799	43868	38109
Mladečské	21721	18739	14914
Na Pomezí	60461	48333	43244
Na Špičáku	16323	15712	13146
Punkevní	226641	200460	199929
Balcarka	36705	24807	25930
Kateřinská	59989	47004	34515
Sloupsko-šošůvské	59099	42963	36805
Výpustek	4809	20677	19299
Na Turoldu	24997	28939	27820
Celkem	851741	740409	677553

Zdroj: Správa Chýnovské jeskyně, 2011

V tabulce je znázorněn přehled návštěvnosti zpřístupněných jeskyň. Nejnavštěvovanější jeskyní v ČR je Punkevní jeskyně, v roce 2011 ji navštívilo 199 929 účastníků cestovního ruchu. Druhou nejvíce navštěvovanou jeskyní u nás je právě Koněpruská jeskyně, v roce 2011 ji navštívilo 79 185 návštěvníků. Chýnovskou jeskyni navštívilo 30 295 návštěvníků. Lze vidět, že Chýnovská jeskyně se drží těsně pod průměrem návštěvnosti, jako třeba Kateřinská, Javořická či Zbrašovské aragonitové jeskyně. Nejméně návštěvníků navštívilo jeskyni Na Špičáku, a to 13 146 turistů.

Chýnovská jeskyně

Obrázek 29: Vchod Chýnovská jeskyně

Chýnovská jeskyně byla první veřejnosti zpřístupněnou jeskyní v ČR. Návštěvníkům byla otevřena už v roce 1868. Podzemní systém strmě upadajících chodeb a puklin prochází vrstvami mramorů a amfibolitů, které dávají stěnám nejen neobvyklou barevnost, ale i zcela unikátní modelaci. V jeskyni je dodnes zachován starobylý ráz prohlídkové trasy (Zpřístupněné jeskyně ČR, 2007).



Zdroj: autor, 2011

Vedoucí: Ing. Karel Drbal

Tel.: +420 381 299 034

E-mail: chynov@caves.cz

Webová stránka: www.volny.cz/jeskynechynov/

Charakteristika

- katastrální území: Dolní Hořice
- chráněná území: NPP Chýnovská jeskyně
- celková délka jeskyně: 1400 m
- teplota vzduchu/vody: 5 - 9 °C / 8,7°C
- objevena/zpřístupněna veřejnosti: 1863 / 1868
- zpřístupněná část jeskyně: 260 m
- délka prohlídky: cca 40 min
- výjimečnost jeskyně: největší česká jeskyně v krystalických vápencích a nejstarší zpřístupněná jeskyně (ROČENKA SPRÁVY JESKYNÍ ČESKÉ REPUBLIKY 2010)

Vstupné

- plné: 90 Kč
- senioři: 70 Kč
- zlevněné: 40 Kč

Kulturní akce

- Koncert J. Svěceného, 28.8.
- mše v Kapli sv. Vojtěcha

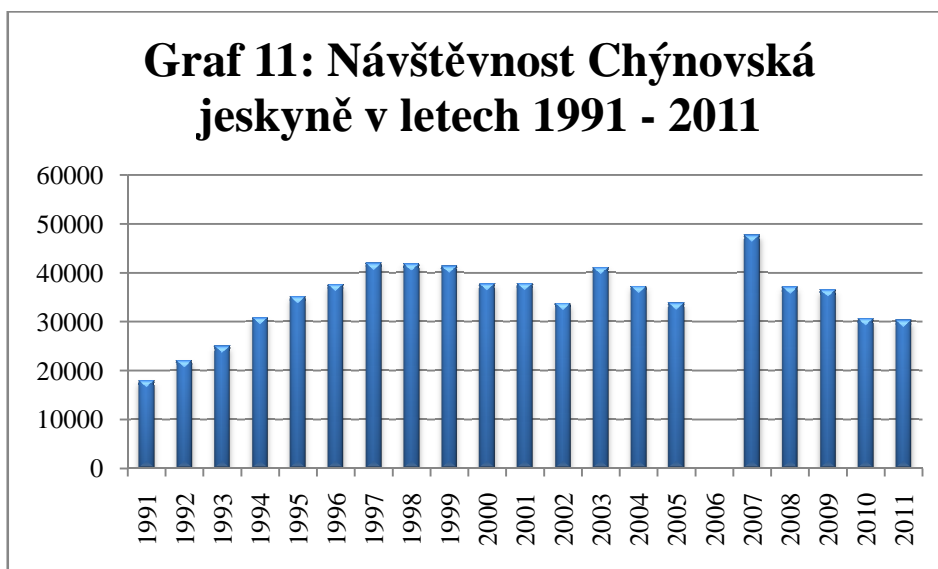
Blízké atraktivy: husitské centrum Tábor, zámek Červená Lhota, hrad Kámen, hrad Choustník, Bílkův dům

Tabulka 22: Otevírací doba Chýnovská jeskyně

Měsíc	Pondělí	úterý-pátek	sobota-neděle
Leden	zavřeno	zavřeno	zavřeno
Únor	zavřeno	zavřeno	zavřeno
Březen	zavřeno	zavřeno	zavřeno
Duben	zavřeno	9:00 - 15:30	9:00 - 15:30
Květen	zavřeno	9:00 - 15:30	9:00 - 15:30
Červen	zavřeno	9:00 - 15:30	9:00 - 15:30
Červenec	zavřeno	9:00 - 17:00	9:00 - 17:00
Srpen	zavřeno	9:00 - 17:00	9:00 - 17:00
Září	zavřeno	9:00 - 15:30	9:00 - 15:30
Říjen	zavřeno	10:00, 12:00, 14:00	10:00, 12:00, 14:00
Listopad	zavřeno	zavřeno	zavřeno
Prosinec	zavřeno	zavřeno	zavřeno

Zdroj: www.caves.cz/cz/jeskyne/chynovska-jeskyne/, [on-line 31. 8. 2011]

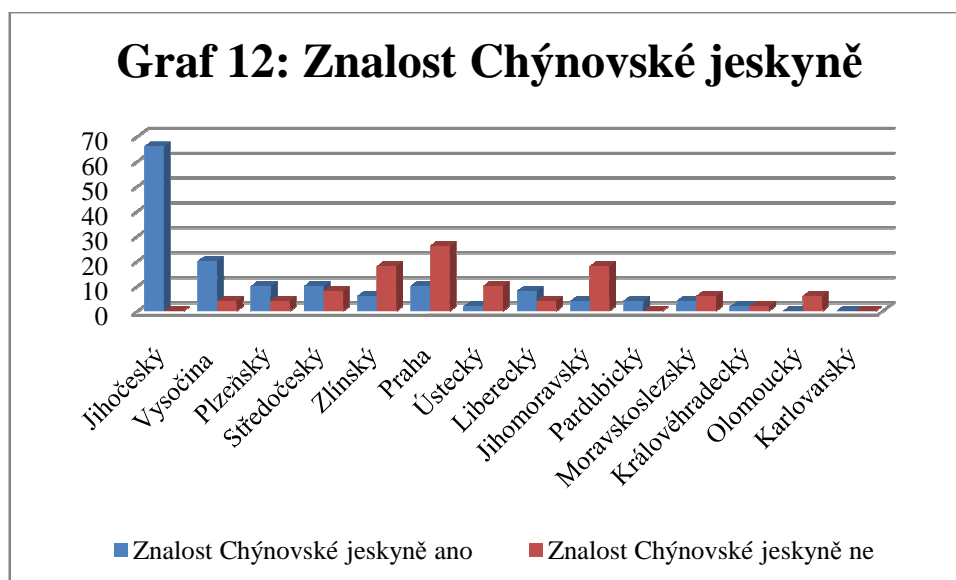
V roce 2006 proběhla v Chýnovské jeskyni rekonstrukce, proto je návštěvnost nulová. Nejvíce navštěvovaným rokem se stal rok 2007, kdy jeskyni navštívilo 47 696 turistů. Pravděpodobně zvýšenou návštěvnost způsobila zvědavost návštěvníků na provedené úpravy. Opět došlo k poklesu návštěvnosti, v roce 2011 navštívilo jeskyni 30 295 turistů.



Zdroj: Správa jeskyní ČR, 2011

Je zajímavé, že v roce 2007 měla Chýnovská jeskyně rekordní počet návštěvníků. Zatímco Moravský kras, jak uvedl časopis COT zaznamenala mírný pokles, ale přesto se jednalo o jednu z nejúspěšnějších sezón. V Moravském krasu se nachází 5 ze 14 veřejnosti přístupných jeskyní v Česku. Nejatraktivnější jsou Punkevní jeskyně s podzemní plavou, kterou v roce 2007 navštívilo 215 000 z celého světa.

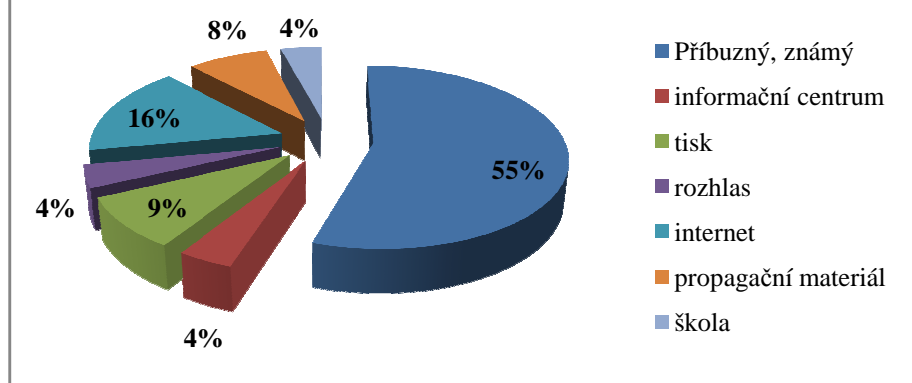
Dle správce Chýnovské jeskyně je návštěvnost ovlivněna především počasím. Prší-li, bývá většinou dobrá návštěvnost, je-li pěkné počasí, většinou to znamená menší počet návštěvníků. Pokud je dlouho pěkně, opět návštěvnost roste. Nejnavštěvovanější měsíc je červenec a srpen, dříve květen, červen - návštěvy základních škol (nyní absence je znát na celkové návštěvnosti). Průměrná návštěvnost je různá odvíjí se od počasí (300, 700 lidí za den), v měsíci říjen 3 - 4 lidí za den.



Zdroj: vlastní výzkum, 2011

Více než polovina oslovených respondentů (60 %) zná Chýnovskou jeskyni. Nejvíce jeskyni znají z Jihočeského kraje, Vysočiny a Středočeského kraje. Nejméně mají povědomí kraje Praha, Zlínský, Ústecký, Jihomoravský a Olomoucký.

Graf 13: Zdroj informovanosti o Chýnovské jeskyni



Zdroj: vlastní výzkum, 2011

V uvedené otázce mohli respondenti uvést více možností. Nejčastěji se dozvěděli respondenti o Chýnovské jeskyni od známých, či příbuzných (55 %), dále s internetu (16 %) a tisku (9 %). Toto potvrdila i Správa Chýnovské jeskyně, dle výzkumu navštíví nejvíce jeskyni na základě doporučení známých, příbuzných, dále potom propagační materiál.

Dojmy z návštěvy (24. srpna)

Velmi překvapivý byl nízký počet návštěvníků ve skupině (celkem 5). Byl způsoben přílišným horkem a pozdním časem prohlídky. Prohlídka o to byla zajímavější! Průvodce byl velmi milý a přívětivý. Dokonale se vyznal v současnosti i historie jeskyně. Jak nám sám sdělil je hrdý předek Rothbauera, jenž umožnil v roce 1868 první návštěvu jeskyně. Chýnovská jeskyně není tak rozsáhlá jako Koněpruská jeskyně, ale přesto má své kouzlo a půvab. Samotný starobylý ráz prohlídkové trasy se stává pro návštěvníka zajímavý a dobrodružný. Velmi působivá je melodie, která zní v prostorách jeskyně v Kapli sv. Vojtěcha. Jedná se o úvodní část Toccaty a fugy d moll od J. S. Bacha. Další zajímavostí jeskyně jsou Kamenný čert, Dračí hlava, Ohniště čarodějnic, Purkyňovo oko či Žižkova střelba.

Nepodařilo se zastihnout správce jeskyně, proto byl během návštěvy proveden rozhovor s průvodcem Petrem Kolářem. Chýnovská jeskyně je nejvíce navštěvovaná během letní sezóny červenec, srpen, kdy přibližně navštíví jeskyni i 500 lidí za den. Jedná se převážně o českou klientelu zastoupenou převážně rodinou s dětmi. Během sezóny je jeskyně převážně navštěvována skupinově než individuálně. Pokud se jedná o zahraniční klientelu, navštíví

jeskyni nejvíce Němci a Holanďané. Maximální počet lidí ve skupině činí 25 lidí. Nejvíce skupin je během poledne, kdy se stihnou do hodiny 4 výpravy.

Závěrem lze dodat, že ve stánku se suvenýry byla k dispozici kromě jiného i publikace o Chýnovské jeskyni. Na obhajobu Koněpruské jeskyně, zase Chýnovská jeskyně nemá rozkládací knížku s fotografiemi Chýnovské jeskyně.

Koněpruská jeskyně

Koněpruské jeskyně jsou nejrozsáhlejším krasovým jeskynním systémem Čech. Z třípatrového komplexu dómů, propastí a chodeb s krápníkovou výzdobou jsou dvě patra zpřístupněna veřejnosti. Návštěvníky zaujme ojedinělý sintrový útvar Varhany, pozoruhodně modelovaný profil Staré chodby, i největší prostora Proškův dóm s významnými nálezy prehistorických kosterních pozůstatků lidí i zvířat a s torzem největšího stalagmitu Čech. Ve svrchním patře jeskyní byla objevena tajná středověká penězokazecká dílna (Zpřístupněné jeskyně ČR, 2007).

Vedoucí: Alexandr Komaško

Tel.: 311 622 405

E-mail: koneprusy@caves.cz

V areálu Koněpruských jeskyní je pro návštěvníky k dispozici placené parkoviště, cca 300 metrů od pokladny, stánky se suvenýry a rychlé občerstvení.

Charakteristika

- katastrální území: Koněprusy
- chráněná území: NPP Zlatý kůň, CHKO Český kras
- celková délka jeskyně: 2050 m
- teplota vzduchu/vody: 9 - 10,5 °C / -
- objevena/zpřístupněna veřejnosti: 1950 / 1959
- zpřístupněná část jeskyně: 620 m
- délka prohlídky: cca 50 - 60 min
- výjimečnost jeskyně: největší jeskynní systém Čech a významná archeologická lokalita

(ROČENKA SPRÁVY JESKYNÍ ČESKÉ REPUBLIKY 2010)

Obrázek 30: Koněpruská jeskyně



Zdroj: autor, 2011

Tabulka 23: Otevírací doba Koněpruské jeskyně

Měsíc	Pondělí	úterý-pátek	sobota-neděle
Leden	Zavřeno	Zavřeno	Zavřeno
Únor	Zavřeno	Zavřeno	Zavřeno
Březen	Zavřeno	Zavřeno	Zavřeno
Duben	8:00 - 16:00	8:00 - 16:00	8:00 - 16:00
Květen	8:00 - 16:00	8:00 - 16:00	8:00 - 16:00
Červen	8:00 - 16:00	8:00 - 16:00	8:00 - 16:00
Červenec	8:00 - 17:00	8:00 - 17:00	8:00 - 17:00
Srpen	8:00 - 17:00	8:00 - 17:00	8:00 - 17:00
Září	8:00 - 16:00	8:00 - 16:00	8:00 - 16:00
Říjen	8:30 - 15:00	8:30 - 15:00	8:30 - 15:00
Listopad	9:00, 11:00, 14:00	9:00, 11:00, 14:00	Zavřeno
Prosinec	Zavřeno	Zavřeno	Zavřeno

Zdroj: www.caves.cz/cz/jeskyne/konepruske-jeskyne/, [on-line 31. 8. 2011]

Vstupné

- plné: 130 Kč
- senioři: 90 Kč
- studenti: 60 Kč
- individuální: 900 Kč

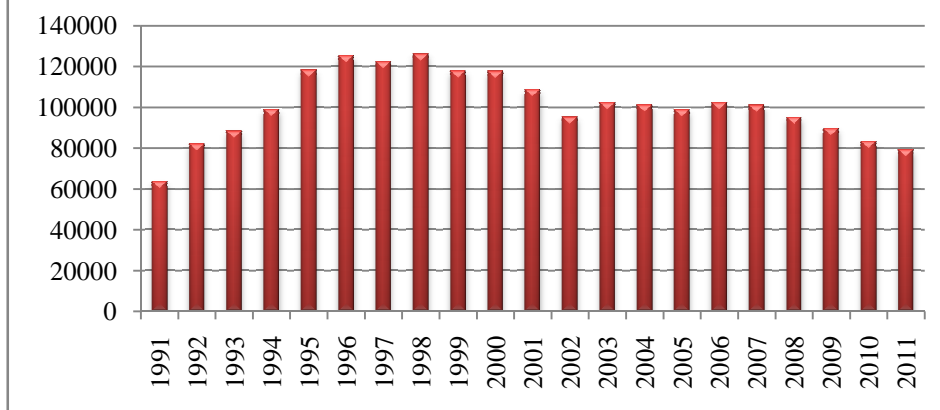
Kulturní akce

- Akordeonový koncert, 6. 8.

Blízké atraktivy: Karlštejn, Křivoklát, Žebrák, Trosky

U Koněpruské jeskyně se nachází naučná stezka Zlatý kůň. Naučná stezka začíná u východu z Koněpruských jeskyní a provede návštěvníky po zajímavostech v blízkém okolí jeskyní. Stezka prochází národními přírodními památkami Zlatý kůň a Lom na Kobyle a končí u parkoviště. Délka stezky činí necelé 3 km. Návštěvník nemusí projít celou trasu, stezku lze opustit po 200 metrech na vrcholu Zlatého koně či po návštěvě Houbova lomu.

Graf 14: Návštěvnost Koněpruská jeskyně v letech 1991 - 2011



Zdroj: Správa jeskyní ČR, 2011

Koněpruská jeskyně má obdobný vývoj návštěvnosti jako Chýnovská jeskyně, od roku 2007 nastává mírný pokles v návštěvnosti. Nejvíce návštěvníků navštívilo Koněpruské jeskyně v roce 1998, a to 126 147 turistů. Je vidět opravdu velký rozdíl v návštěvnosti oproti roku 2011, kdy jeskyni navštívilo pouze 79 185 turistů.

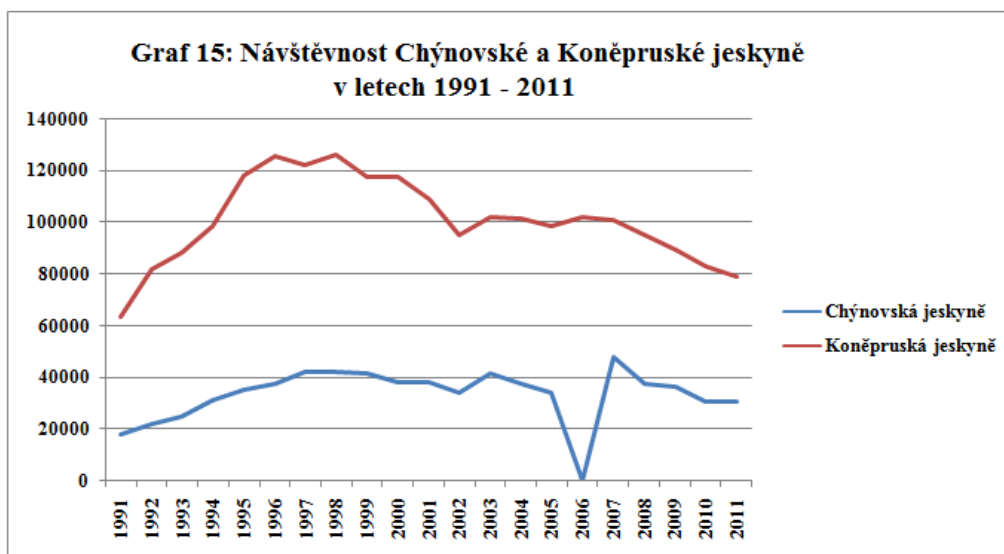
Dojmy z návštěvy (10. srpna)

Počet členů ve skupině činil při prohlídce (cca 40 lidí). Velmi překvapivý je rozsáhlý systém podzemních jeskyní, oproti Chýnovské jeskyni nekonečné bludišti. V jeskyni lze spatřit různé krápníkové zajímavosti jako Koněpruské růžice, síň U Varhan, v Próškově dómu krápník připomínající J. A. Komenského. Kromě krápníků lze vidět i reliktů pozůstatků pračlověka i kostry pravěkých zvířat (opice, nosorožec, atd.). K jeskyni se tradují různé pověsti, příběhy, které zpříjemňují návštěvu. Mimo jiné se traduje, že v jeskyni bývala penězokazecká dílna z 15. století. Ve stánku se suvenýry navázaly na tradici penězokazecké dílny a nabízí drobné mince návštěvníkům. Mimo jiné lze nakoupit pohlednice, rozkládací knížky, různé kameny, atd. K sehnání nebyl prospekt o Koněpruské jeskyni.

Během návštěvy nebyl zastižen správce jeskyně, ale bylo položeno pár otázek pokladní. Nejvíce návštěvníků je samozřejmě během prázdnin - červenec, srpen. V této špičce navštíví jeskyni cca 800 návštěvníků za den. Nejvíce návštěvníků je během poledního času, kdy se stihnou i 4 výpravy do hodiny. V červenci nejčetnější návštěvnost 32 výprav za den a celkově za měsíc navštívilo jeskyni 20 412 turistů. Prospekt také nebyl k nalezení.

Komparace Chýnovské a Koněpruské jeskyně

V následujícím grafu je přehledně znázorněna návštěvnost obou jeskyní během posledních let.



Zdroj: Správa jeskyní ČR, 2011

Jak je patrné z grafu č. 15 Koněpruská jeskyně je trojnásobně vícekrát navštěvovaná než Chýnovská jeskyně. Obě jeskyně jsou něčím zajímavé, každá má své kouzlo a půvab. Koněpruská jeskyně má více, co nabídnout. Na rozdíl od Chýnovské jeskyně má i krápníkovou výzdobu a delší návštěvnický okruh. Koněpruská jeskyně více počítá s návštěvníky, je plně vybavena a přizpůsobena návštěvníkům. Ať již areál (prodejna suvenýr, občerstvení, placené parkoviště, atd.), či samotná jeskyně, až to ruší romantiku krápníkové výzdoby. Chýnovská ač nemá tolik, co poskytnout návštěvníkovi, tak je více přirozenější a romantičtější.

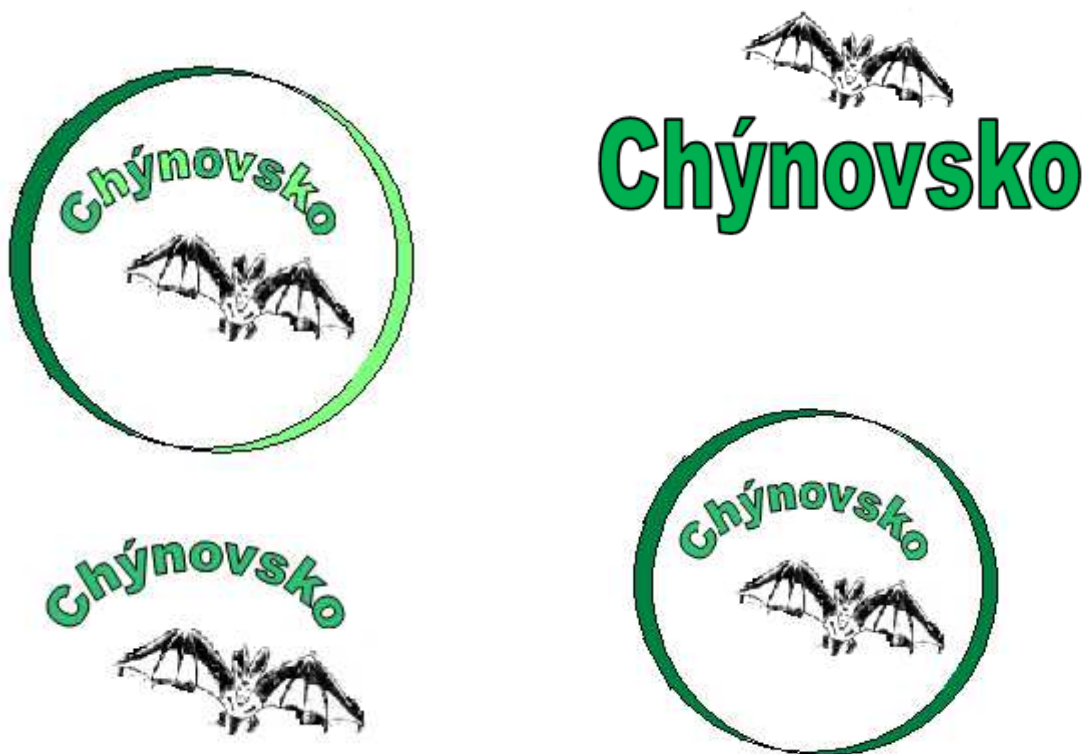
Koněpruská jeskyně oproti Chýnovské má delší provozní dobu, umožňuje návštěvu turistům i v pondělí. Chýnovské jeskyně uzavírají prostor návštěvníkům nakonci měsíce říjen, zatímco Koněpruská jeskyně je v provozu i v listopadu. Největší konkurenční výhodu Koněpruské jeskyně tvoří především její poloha. Koněpruské jeskyně leží ve středních Čechách v srdci krajiny Českého krasu plné malebných zákoutí a rozeklaných skal. Nachází se v blízkosti hlavního města Prahy, ve vzdálenosti 30 km. Osobním automobilem trvá cesta z okraje Prahy cca 20 - 30 minut. V okolí jeskyně lze nalézt i mnoho různých atraktivit jako hrad Karlštejn, Křivoklát, Žebrák, Točnick. I samotná příroda tvoří zajímavost, ať již Houbův lom, Lom na Kobyle, návrší Kotýz, či návrší Zlatého koně.

Tabulka 24: Silné a slabé stránky srovnávaných jeskyní

Koněpruská jeskyně		Chýnovská jeskyně	
Silné stránky	Slabé stránky	Silné stránky	Slabé stránky
nálezy prehistorických kosterních pozůstatků; středověká peněžokazecká dílna	zaměstnanost sezónní	první zpřístupněná jeskyně v ČR a jediná zpřístupněná jeskyně v JČ	malá kapacita parkoviště
nejzrůsáhlejší krasový jeskynní systém Čech	veřejná toaleta	největší přirozené zimoviště netopýra řasnatého v Evropě	absence krápníkové výzdoby
30 km od hl. města Prahy	propagace	15 km od husitského města Tábor	zaměstnanost sezónní
naučná stezka Zlatý kůň	nerovnoměrné vytižení kapacity	Kladrubská a Pacova hora	propagace
krápníková výzdoba	absence propagačních materiálů	zachován starobylý ráz prohlídkové trasy	absence stojanů na kola
blízkost atraktivit: Karlštejn, Žebrák, Křivoklát, Točnick		blízkost atraktivit: Kozí Hrádek, Bílkův dům, husitské centrum Tábor	nedostatečné občerstvení
Akordeonový koncert; Mikulášská akce		koncert J. Svěceného	nerovnoměrné vytižení návštěvní kapacity
místní infrastruktura		realizace poznávací stezky na Pacově a Kladrubské hoře	
dobrá image		bezplatné parkoviště	
dostatečná kapacita parkoviště		výklad průvodců na odborné úrovni	
výklad průvodců na odborné úrovni		vývěr na Rutici	

Velkou výhodou Chýnovské jeskyni oproti Koněpruské jeskyni je podzemní tok. Z dosavadních výzkumů vyplývá, že voda podzemního potoka Chýnovské jeskyně do krasového systému proniká z okolních nekrasových hornin. Protéká vápencovou zónou, která působí drenáž a na jejímž okraji v místě Rutické vyvěračky vytéká na povrch. Rutická vyvěračka je podchycena pro vodovodní síť a pro zachování její vysoké kvality bylo nad vápencovým masivem v roce 1992 vyhlášeno pásmo hygienické ochrany (Krejča, 2009, s. 8).

Příloha 2: Návrhy symbolů pro město Chýnov



Příloha 3: Řízené rozhovory

Starosta města Chýnov a senátor: Mgr. Pavel Eybert

1. Vyjádřete Váš vztah k městu Chýnov?

K městu mám velmi vřelý vztah. Ve městě bydlím, mám rodinu a žiju zde téměř 40 let.

2. Jakým způsobem vnímáte současnou situaci a postavení města z pohledu cestovního ruchu (péče a stav o kulturně-historické památky, přírodní atraktivity, vybavenost službami, infrastruktura, kulturní akce, informovanost, apod)?

Stav kulturně-historických památek je na velmi dobré úrovni (ať již kostel, Bílkův dům, či kapličky a křížky), vše naprosto v pořádku s výjimkou bývalého pivovaru, který je v dezolátním stavu. Bohužel město nemůže nijak zasáhnout a nic pro pivovar udělat, protože pivovar vlastní soukromá osoba. Majitel má sice velké plány s pivovarem, ale zatím stále jen slibuje. Přírodní památky reprezentuje především Chýnovská jeskyně, která je nejvyhledávanějším turistickým cílem na Chýnovsku. Také stojí za zmínku i samotná příroda, jedná se především o krajinu v okolí Chýnovského potoka. Město je obklopeno lesy, proto je vhodným místem pro sběr hub. Vybavenost službami je také na dobré úrovni. Jediné co by se dalo vytknout, je absence bankomatu. Město se pokoušelo bankomat obstarat, ale bohužel bezvysledně.

Požadavky bankovních institucí jsou příliš vysoké. Infrastruktura je také dobrá. Město má vlastní vodovod, elektřinu, rozvod plynu a kanalizace. Pro úpravu kanalizace se podařilo vyjednat dotaci. Co se týká dopravy, ve městě lze využít autobusové i vlakové dopravy. Město má dobré spojení všemi směry na Pacov, Tábor i na Mladá Vožice, a to dokonce i ve večerních hodinách. I když by někdo mohl oponovat, že nejezdí během noci, ale jedná se o 2 - 3 osoby. Poslední autobusová linka přijíždí z Tábora do Chýnova ve 22:30 h, obrací se a jede zpět do Tábora. Město pořádá různé akce a výlety během roku. Každý měsíc se pořádá výlet do divadla. Pořádají se výstavy v Městské knihovně a informačním centru. Letos je výročí 1030 let od první zmínky o Chýnově, 150 let od vzniku poštovního úřadu a také 70 let od úmrtí sochaře Františka Bílka k těmto příležitostem město pořádá výstavy v Městské knihovně, a to archiválie ze sbírek Poštovního muzea v Praze, výstavu fotografií ze života F. Bílka. Dále se budou konat tradiční akce jako Den s armádou a Neckyáda. Také proběhne mezinárodní koncert dechovek, tato akce jako jediná má vstupné. Koncert organizuje Radek Hruška. Bylo by dobré, kdyby se více angažovali při pořádání akcí i samotní občané, nejenom město. Pro mladší generace je v nabídce v kulturním domě diskotéka. Informovanost občanů probíhá díky „Občasníku Chýnovska“, který vychází cca pětkrát za rok. Článkem do občasníku může přispět kdokoli, většinou publikuje zastupitelstvo, informační centrum a knihovna, farnost, základní škola a ze sportu fotbal a Motosport. Dále je možnost získat informace z internetových stránek, informačního centra, nástěnek a klasického rozhlasu.

3. Jak hodnotíte v posledních letech rozvoj města včetně připravovaných projektů? Využíváte možnosti čerpání finančních dotací?

Více projektů je spíše v rukou podnikatelů než města. Jedná se např. o otevření nové restaurace v Holešovně. Dotace samozřejmě využíváme, jak z EU, tak z kraje. Byly vyjednány dotace pro úpravu ulic, také chodníků a kanalizace. Podařilo se získat dotaci na výstavbu nového sportovního hřiště v areálu u bazénu. Pro cestovní ruch se jedná především o dotace z kraje na propagační materiál a publikace o Chýnovsku. Poslední dotace byla na magnetku o Chýnovu, na které je vyobrazena Chýnovská jeskyně, Bílkův dům se hřbitovem a kostel.

4. Jaký vliv má cestovní ruch na město Chýnov (na rozpočet obcí, na okolí města)?

Cestovní ruch má velmi malý vliv přímo na město Chýnov. Jde především o propagační materiál. Cestovní ruch více ovlivňuje místní podnikatele. Jde o takový koloběh výdajů. Běžný turista na Chýnovsku navštíví Chýnovskou jeskyni, popřípadě Bílkův dům (může zakoupit propagační materiál), zajde na oběd, možná využije místní obchod. Pokud necestoval vlastním dopravním prostředkem, využije i místní dopravní prostředek, tedy autobus či vlak.

5. Jakým směrem by se mělo město ubírat v oblasti cestovního ruchu, v čem vidíte jeho rozvojový potenciál (např. využití pivovaru - wellness)?

Využití pivovaru nevidím jako přínosné, majitel příliš nechvátá na opravu pivovaru, dokonce pivovar nabízel k prodeji. Sice využil prostory bývalých kancelář JZD ke zřízení wellness centra, pronajímá část jako tělocvičnu a kadeřnický salón, ale celkový vzhled z venku budovy není příliš valný. Zbytek části budovy bývalého pivovaru je ruina, která ohrožuje kolemjdoucí. Město na základě stížností obyvatel zvažovalo objekt zakoupit a zřídit v objektu galerii, ale i tento projekt je nemožný, galerie by byla na Chýnovsku ztrátová. Celkový plánovaný projekt opravy pivovaru by vycházel na 100 mil. Kč, a zda se uskuteční, je jeden velký otazník. Jako reálnější bych viděl projekt, který chystá majitel bývalé kartáčovny. Chce v budově bývalé kartáčovny zřídit malý pivovar s ubytováním. Tím by obnovil tradici piva na Chýnovsku. Dalším reálným plánem je otevření zrekonstruované restaurace v bývalé Holešovně.

Informační centrum Tábor - vedoucí Odboru kulturního a cestovního ruchu Ing. Jana Lorencová

1. Vyjádřete Váš vztah k městu Tábor? Máte nějaký vztah k městu Chýnov?

K Táboru mám velmi dobrý vztah, chodila jsem zde do školy a na střední školu. Teď tu pracuji. Ve městě Chýnově mám velmi dobrou kamarádku a bývalou spolužačku Bc. Jiráskovou, která pracuje v Knihovně a informačním centru Chýnov.

2. a) Je město Tábor dle Vašeho názoru, v současné době vyhledávaným turistickým cílem? Jak hodnotíte současnou návštěvnost ze strany turistů? Co podle Vás nejvíce přitahuje návštěvníky do města?

Mohu hodnotit jen návštěvníky, kteří navštívili informační centrum v Táboře, oproti loňským rokům návštěvnost klesá. Současnou návštěvu hodnotím jako relativně dobrou. Byli bychom samozřejmě rádi, kdyby bylo návštěvníků více, ale ne vždy je to přínosné. Přímo informační centrum navštívilo v loňském roce 66 854 turistů, z toho 2/3 Čechů a 1/3 cizinců. Z české klientely se jednalo nejčastěji o návštěvníky ze Středočeského kraje, a to Prahy, zatímco ze zahraniční klientely se jednalo především o Němce a Holanďany. Nejvíce láká turisty do města památky (muzeum), historie (především tradice husitství), sport (hlavně cyklotrasy) a také festival Táborská setkání, který je největším historickým festival v ČR s husitskou tematikou. Jedná se o tradiční akci, která se letos koná již po dvacáté. Nesmím opomenout ani Expozici Táborský poklad a v neposlední řadě i samotná příroda.

2. b) Je město Chýnov a jeho přilehlé okolí dle Vašeho názoru, v současné době vyhledávaným turistickým cílem? Jak hodnotíte současnou návštěvnost ze strany turistů? Co podle Vás nejvíce přitahuje návštěvníky do města?

Současnou návštěvnost města Chýnova si nedokážu vůbec představit, mohu jen odhadovat. Dle mého laického názoru je Chýnov vyhledávaným turistickým cílem především pro Chýnovskou jeskyni a rodáka F. Bílka.

3. Jaký vliv má dle Vás cestovní ruch na město Tábor (na rozpočet města, na okolí města), lze porovnat s Chýnovem, co by mohlo město Chýnov vylepšit?

Vliv cestovního ruchu je někdy těžko zjistitelný, ale jedná se především o vliv na rozpočet města. Jde poplatky, které se promítnou přímo, ty pochází z lázeňství, rekreace a ubytovatelské kapacity. Poté jsou poplatky jako daně z příjmů právnických osob (ubytovatelů a poskytovatelů služeb, např. restaurace), kterou lze těžko vyčíslit. Další kdo činitel ovlivňují okolí a přinášející zisk do rozpočtu jsou samozřejmě kulturní akce, i když mají někdy přínos jen pro místní obyvatele. V neposlední řadě se jedná o poskytovatele služeb jako i kadeřník, prádelna.

Příjmy jsou zpětně použity k ochraně a úpravě památek. Informační centrum Tábor letos provádí rekonstrukci kapliček, božích muk, dále sochu sv. Anny pod Parkány, či restauruje kostel sv. Filipa a Jakuba.

4. Jakým směrem by se mělo město Tábor/Chýnov ubírat v oblasti cestovního ruchu (nový trend)? V čem vidíte jeho potenciál?

Potenciál města Tábor se skrývá ve využití sportovních příležitostí, především cyklotras a sportovního areálu Komora (inline bruslení, kola). Nový trendem v cestovním ruchu je využití nových technologií. Teď se nám podařilo získat Geogashing za příspěvku kraje. Jedná se o GPS, které jsou zadané souřadnice, podle kterých zákazník hledá poklad a zároveň projde zajímavé turistické atraktivity. Poslední souřadnice dovede turistu zpět do informačního centra, kde získá dle nálezu odměnu. Dalším novým systémem je program Klik, který turista může využít v případě, kdy je informační centrum zavřeno. Stáhne si pomocí svého telefonu tento program a v nabídce vidí různé informace a nabídku blízkých atraktivit. Město připravuje i nové webové stránky.

Potenciál města Chýnov vidím především v Chýnovské jeskyni, která je jednou z pozoruhodností a zajímavostí v okolí. Také ve vile F. Bílka, která by si zasloužila lepší propagaci i v blízkém okolí.

5. Spolupracujete s Chýnovským infocentrem, s atraktivitu Chýnovskou jeskyní, Bílkovou vilou?

Ano, jedná se především o informační materiál týkající se atraktivit.

Správce Chýnovské jeskyně: Ing. Karel Drbal

1. Vyjádřete Váš vztah k městu Chýnov?

Ve městě pracuje moje manželka. Můj kolega ve městě Chýnově bydlí, tedy má vřelejší vztah k městu.

2. Jaký je vztah mezi městem Chýnovem a přírodní atraktivitou Chýnovskou jeskyní? Ovlivňuje Chýnovská jeskyně okolí města, rozvoj města, rozpočet města?

Samozřejmě. Ačkoli Chýnovská jeskyně neleží v katastru města, byl název jeskyně odvozen právě od nedalekého města Chýnova. Jeskyně se nachází v katastru vesnice Dolní Hořice.

Jediný vliv, který se dá vyjádřit, je že návštěvníci jeskyně projedou městem.

3. Je Chýnovská jeskyně a její přilehlé okolí, dle Vašeho názoru, vyhledávaným turistickým cílem (lze srovnat s jinou jeskyní)?

Ano, Chýnovská jeskyně je vyhledávaným turistickým cílem. Je to dané tím, že se v okolí nenachází obdobná atraktivita. V okolí se nachází spíše zříceniny hradů Choustník, Kozi Hrádek, hrad Kámen. Ve městě Táboře by mohlo konkurovat Husitské muzeum, ale většina návštěvníků navštíví obě atraktivity zároveň. Co se týká jeskyní, zároveň si nekonkurujeme, v oblasti Čech se nacházejí pouze 3 zpřístupněné jeskyně.

4. Jak hodnotíte současnou návštěvnost jeskyně?

Návštěvnost by mohla být samozřejmě lepší. Od r. 1993 se jedná o nejhorší sezónu vůbec. Letos budeme rádi, dosáhne-li počet návštěvníků jeskyně na 30 000 lidí. Vzhledem k ekonomické situaci a také v porovnání se slovenskými jeskyněmi lze vyjádřit, že to zatím není tak špatné.

Galerie GHMP - Alice Lénská (styk s veřejností)

1) Jak hodnotíte v současné době návštěvnost Bílkova domu v Chýnově ze strany turistů?

Návštěvnost Bílkova domu bychom v současnosti hodnotili jako standardní.

2) Navštěvuje výstavu Fr. Bílka více domácích či zahraničních turistů, popřípadě jaký segment nejvíce navštěvuje výstavu (školní výlet, rodina s dětmi, senioři, ...)?

Na otázku 2) Vám nejlépe odpoví p. Pošvářová, která Bílkův dům spravuje (tel.: 608 004 241).

4) Jsou v současné době, nebo v blízké budoucnosti naplánované nějaké úpravy, popřípadě rozšíření výstavy Bílkovy vily v Chýnově?

Žádné úpravy současné expozice v dohledné době neplánujeme, neboť byla otevřena v nové podobě teprve v květnu letošního roku.

5) Spolupracujete s městem, popřípadě informačním centrem z důvodu zvýšení návštěvnosti?

S místním infocentrem spolupracujeme, např. v Táboře máme Bílkův dům na elektronické mapě, také někdy do infocentra umísťujeme naše propagační letáky.

Doplnění otázek: Správce Bílkova domu - p. Pošvářová

Bílkův dům je navštěvován, jak domácími turisty, tak i zahraničními. Momentálně převažují domácí turisté. Co se týká zahraniční klientely, jedná se především o Němci, Holanďany a Angličany. Nejde přesně určit, jaký segment přesně navštěvuje Bílkův dům, někdy jsou to školní výlety, jindy skupinové výlety seniorů, jindy individuální výlety - převážně cyklisti.

Městská knihovna a infocentrum Chýnov - Daniela Velasová

1. Vyjádřete Váš vztah k městu Chýnov?

Můj vztah k městu Chýnov je hluboký a dlouhodobý, neboť jsem se tu pře 55 lety narodila a prožila zde celý život včetně toho pracovního.

2. Je město Chýnov a jeho přilehlé okolí, dle Vašeho názoru, v současné době vyhledávaným turistickým cílem? Jak hodnotíte současnou návštěvnost ze strany turistů? Co podle Vás nejvíce přitahuje návštěvníky do města?

Vyhledávaným cílem je především Chýnovská jeskyně, kterou navštíví zhruba 40 000 turistů ročně. Druhou nejvyhledávanější atraktivitou je Bílkův dům a jeho díla na hřbitově. Jinak se v "i" zastaví několik turistů, kteří se zeptají co je v okolí zajímavého, jak se kam dostanou a co pro turisty prodáváme. Myslím, že Chýnovsko není zvláště vyhledávaným turistickým cílem kromě jeskyně.

3. Jak hodnotíte v posledních letech rozvoj města (včetně připravovaných projektů) z pohledu kvality poskytovaných služeb (ubytování, atraktivita, sportovní vyžití, kultura, wellness, pořádané akce)?

V posledních letech se v Chýnově značně rozrostl sportovní areál s bazénem, několika hřišti, restaurací a ubytováním. V současné době probíhá uzavírání smlouvy mezi Městem Chýnov a ČEZ, které městu právě na nová hřiště v tomto areálu věnuje 2 mil. Kč. V areálu je i částečně wellness - sauna, vířivka. Mimo tento areál je možno navštívit i ubytovnu TJ Sokol s restaurací a bowlingem. Do Chýnova začali přijíždět turisté i za dalšími již pravidelnými akcemi (festival dechových orchestrů), počátkem září (přijíždí i turisté z Rakouska a Německa) a koncem října sportovní akce závody do strmého vrchu.

4. Jaký vliv má cestovní ruch na město Chýnov (především na rozpočet obcí, na samotné okolí města)?

Samozřejmě město přispívá na tyto akce ze svého rozpočtu, ale jen částečně. Jinak jsou hrazené z grantů JČ kraje a sponzory. Přínos to má pro občany Chýnova a okolí jistě ten, že jsou to především oni, kteří těchto sportovních a kulturních podniků využívají.

Příloha 4: Hodnoty multiplikátorů ze SIOT 2009

	Elektrina, plyn	Přírodní voda; úprava a rozvod vody	Sl. související s odpadními vodami	VO, MO, kromě VO s mot.vozidly	Pozemní a potrubní doprava	Vodní doprava	Letecká doprava	Poštovní a kurýrní služby	Ubyt. služby	Strav. služby	Info. služby	Služby CA, CK	Bezpečnostní a pátrací služby	Veřejná správa a obrana	Sport., zábavní a rekreační služby	Sl. spol. organizací
Elektrina, plyn, pára a klimatizovaný vzduch	1,3649	0,0720	0,0327	0,0256	0,0441	0,0195	0,0271	0,0356	0,0888	0,0426	0,0107	0,0544	0,0072	0,0352	0,0429	0,0294
Přírodní voda; úprava a rozvod vody, obchod s vodou	0,0053	1,1218	0,0106	0,0017	0,0013	0,0003	0,0008	0,0009	0,0073	0,0029	0,0002	0,0017	0,0005	0,0016	0,0035	0,0027
Služby související s odpadními vodami; sběr, příprava k likvidaci a likvidace odpadu; sanační a podobné služby	0,0052	0,0020	1,3298	0,0030	0,0023	0,0006	0,0013	0,0007	0,0033	0,0023	0,0004	0,0027	0,0016	0,0020	0,0077	0,0034
VO, MO kromě obchod s mot. vozidly	0,0259	0,0211	0,0909	1,1169	0,0547	0,0173	0,0617	0,0163	0,0393	0,1119	0,0260	0,0882	0,0211	0,0228	0,0736	0,0800
Pozemní a potrubní doprava	0,0394	0,0089	0,0276	0,0394	1,0974	0,0681	0,0448	0,0451	0,0148	0,0193	0,0044	0,0981	0,0075	0,0056	0,0101	0,0239
Vodní doprava	0,0003	0,0002	0,0005	0,0010	0,0023	1,0142	0,0038	0,0011	0,0003	0,0003	0,0001	0,0217	0,0001	0,0001	0,0005	0,0014
Letecká doprava	0,0014	0,0006	0,0011	0,0014	0,0015	0,0018	1,0757	0,0032	0,0019	0,0013	0,0039	0,1633	0,0003	0,0006	0,0010	0,0016
Poštovní a kurýrní služby	0,0024	0,0060	0,0032	0,0068	0,0037	0,0014	0,0036	1,1646	0,0024	0,0054	0,0053	0,0070	0,0022	0,0342	0,0060	0,0120
Ubytovací služby	0,0010	0,0013	0,0018	0,0054	0,0106	0,0011	0,0039	0,0012	1,0151	0,0069	0,0013	0,1223	0,0058	0,0080	0,0100	0,0253
Stravovací služby, podávání nápojů	0,0037	0,0087	0,0100	0,0128	0,0255	0,0037	0,0251	0,0033	0,0107	1,0367	0,0017	0,0414	0,0138	0,0051	0,0280	0,0216
Informační služby	0,0013	0,0049	0,0041	0,0033	0,0046	0,0037	0,0063	0,0029	0,0094	0,0019	1,6064	0,0126	0,0029	0,0088	0,0298	0,0085
Služby cestovních agentur a kanceláří	0,0005	0,0012	0,0016	0,0009	0,0004	0,0001	0,0003	0,0001	0,0118	0,0003	0,0001	1,3564	0,0003	0,0020	0,0037	0,0047
Bezpečnostní a pátrací služby	0,0020	0,0061	0,0045	0,0109	0,0035	0,0019	0,0027	0,0052	0,0097	0,0041	0,0015	0,0041	1,1760	0,0012	0,0093	0,0028
Veřejná správa a obrana	0,0015	0,0084	0,0115	0,0009	0,0015	0,0017	0,0021	0,0008	0,0008	0,0011	0,0003	0,0057	0,0015	1,0329	0,0099	0,0180
Sportovní, zábavní a rekreační služby	0,0001	0,0003	0,0028	0,0003	0,0002	0,0001	0,0001	0,0001	0,0069	0,0002	0,0001	0,0010	0,0013	0,0007	1,3442	0,0844
Služby společenských organizací	0,0001	0,0001	0,0002	0,0010	0,0002	0,0001	0,0001	0,0001	0,0010	0,0003	0,0002	0,0004	0,0001	0,0001	0,0168	1,0404
Multiplikátory	1,9202	1,9715	2,2371	1,8870	1,9733	1,5790	2,1374	1,6599	1,9400	2,1257	1,9643	3,0350	1,6413	1,5894	2,2006	2,0750

Příloha 5: Dotazník - Vnímání dopadů cestovního ruchu na Chýnovsko

Dobrý den, jmenuji se Jana Kopecká, jsem studentkou JCU v ČB a píši diplomovou práci na téma "Vliv cestovního ruchu na místní rozvoj ve zvoleném regionu - Táborsko (Chýnov)". Tímto Vás žádám o vyplnění následujícího dotazníku, který se týká cestovního ruchu na Chýnovsku. Dotazník slouží pouze jako podklad k mé diplomové práci. Předem Vám děkuji za vyplnění.

1. Pociťujete škody způsobené návštěvníky na přírodním prostředí?

- a) ano, velmi intenzivně
b) spíše ano
c) spíše ne
d) vůbec ne

2. Pociťujete škody způsobené návštěvníky na lidmi vytvořeném prostředí?

- a) ano, velmi intenzivně
b) spíše ne
c) spíše ne
d) vůbec ne

3. Jaký máte postoj k turistům?

- a) pozitivní
b) negativní
c) neutrální

4. Jaké pociťujete pozitivní dopady cestovního ruchu na:

	velmi silně	nejdou příliš výrazné	zatím žádné, ale očekávám v budoucnu	nepociťuji ani neočekávám v budoucnu
zaměstnanost				
zvýšení příjmů obce				
nárůst rekreačních kapacit				
zlepšení stavu chátrajících budov				
posílení místní identity a sounáležitosti				

5. Jaké pociťujete negativní dopady cestovního ruchu na:

	velmi silně	zatím žádné, ale očekávám v budoucnu	pociťuji, ale zatím nezpůsobují problémy	nepociťuji, ani neočekávám v budoucnu problémy
nadměrné množství odpadů				
nadměrná hluchost				
zvýšená kriminalita				
komercializace				
postupné ničení objektů CR				
využívání a zábor půdy				

6. Pokud byste měli ohodnotit stupeň iritace obyvatel k návštěvníkům cestovního ruchu na stupnici 0 - 10, jakou hodnotu byste zvolili? (0 = bez iritace, 10 = silná iritace)

7. Odhadněte v jaké životní fázi turistické destinace, se nachází město?

Ve fázi objevení jde o novou destinaci, která je navštěvována malým počtem návštěvníků, nemá téměř žádnou suprastrukturu cestovního ruchu. Ve fázi vtažení dochází k rozvoji suprastruktury cestovního ruchu. Ve fázi rozvoje dosahuje míra růstu intenzity cestovního ruchu měřená počtem návštěvníků nejvyšších hodnot, počty návštěvníků převyšují počet obyvatel. Ve fázi konsolidace se zpomaluje nárůst návštěvníků, převažuje zde typ návštěvníka bez zájmu o místní obyvatele.

- | | | |
|----------------|-------------|-----------|
| a) objevení | b) vtažení | c) rozvoj |
| d) konsolidace | e) stagnace | |

8. Pohlaví?

- | | |
|--------|---------|
| a) muž | b) žena |
|--------|---------|

9. Věk?

- | | | |
|----------------|----------------|------------------|
| a) 15 - 25 let | b) 26 - 35 let | c) 36 - 45 let |
| d) 46 - 55 let | e) 56 - 65 let | f) 66 a více let |

10. Bydliště?

- | | | |
|---------------------------|--------------------|-------------|
| a) bydlím ve městě Chýnov | b) v blízkém okolí | c) nebydlím |
|---------------------------|--------------------|-------------|

Příloha 6: Dotaník - Poptávka cestovního ruchu ve zvolené oblasti Táborsko

Dobrý den, jsem studentka JCU v ČB, píši diplomovou práci na téma: "Vliv cestovního ruchu na místní rozvoj ve zvoleném regionu Táborsko". Tímto Vás žádám o vyplnění krátkého dotazníku. Tento dotazník slouží pouze jako podklad pro diplomovou práci. Předem děkuji za vyplnění.

1. Slyšeli jste někdy o městu Chýnov?

- | | |
|--------|-------|
| a) ano | b) ne |
|--------|-------|

2. Odkud jste se doslechli o městě Chýnov?

- | | | | |
|-----------------------|------------------------|---------|------------|
| a) známý, příbuzný | b) internet | c) tisk | d) rozhlas |
| e) informační centrum | f) propagační materiál | | |

3. Co byste v Chýnově navštívili nejraději?

- | | | |
|----------------------|---------------|-------------------------------|
| a) Chýnovské jeskyně | b) Bílkův dům | c) kostel Nejsvětější Trojice |
| d) naučná stezka | e) cyklotrasy | f) příroda |
- g) místní akce (koncert dechové hudby, vjezd do Strmého vrchu, Den armády)

4. Slyšeli jste o Chýnovské jeskyni?

- | | |
|--------|-------|
| a) ano | b) ne |
|--------|-------|

5. Odkud jste se doslechli o Chýnovské jeskyni?

- a) známý, příbuzný b) internet c) tisk d) rozhlas
e) informační centrum f) propagační materiál

6. Navštívili jste Chýnovskou jeskyni?

- a) ano b) ne

7. Kolikrát jste navštívili Chýnovskou jeskyni?

- a) jednou b) dvakrát c) vícekrát d) nenavštívil

8. Znáte jinou jeskyni, uveďte jakou?

- a) Bozkovské dolomitové b) Koněpruské c) Zbrašovské aragonitové
d) Javoříčské e) Mladečské f) Na Pomezí
g) Na Špičáku h) Punkevní i) Balcarka
j) Sloupsko-šošůvské k) Kateřinská l) Na Turoldu
m) neznám n) jiné

9. Navštívili jste jinou jeskyni, uveďte jakou?

10. Vybaví se Vám jiná atraktivita, zajímavost, či osobnost ve spojení s městem Chýnov, uveďte?

11. Navštívili byste uvedenou destinaci Chýnov?

- a) ano b) ne

12. Navštívili byste Chýnovskou jeskyni?

- a) ano b) ne

13. V případě návštěvy, kolik byste byli ochotni utratit v uvedené destinaci Chýnov?

- a) do 200 Kč b) 200 - 350 Kč c) 350 - 500 Kč
d) 500 - 800 Kč e) 800 - 1000 Kč f) 1000 a více Kč

14. Pohlaví?

- a) muž b) žena

15. Věk?

- a) 15 - 25 let b) 26 - 35 let c) 36 - 45 let
d) 46 - 55 let e) 56 - 65 let f) 66 a více let

16. Uveďte kraj, z kterého pocházíte?

- a) Jihočeský b) Vysočina c) Středočeský
d) Plzeňský e) Jihomoravský f) Královéhradecký
g) Karlovarský h) Olomoucký i) Zlínský
j) hl. m. Praha k) Pardubický l) Moravskoslezský