



Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko

2022–2030

Rok zpracování: 2021

Obsah

| | | | | | |
|-------|----------------------------------------------------------------------------|----|------|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. | Úvod | 3 | 7. | Návštěvnost turistických cílů | 24 |
| 2. | Metodika zpracování | 4 | 7.1 | Jemnice | 24 |
| 3. | Hlavní cíle strategie | 6 | 7.2 | Jaroměřice nad Rokytnou | 25 |
| 4. | Analytická část | 7 | 7.3 | Náměšť nad Oslavou | 26 |
| 4.1 | Charakteristika území destinace z hlediska cestovního ruchu | 7 | 7.4 | Třebíč | 27 |
| 4.2 | Obyvatelstvo | 7 | 7.5 | Moravské Budějovice | 28 |
| 4.3. | Analýza primární nabídky | 7 | 7.6 | Hrotovice | 29 |
| 4.3.1 | Příroda | 8 | 7.7 | Návštěvnost zámků na Třebíčsku | 30 |
| 4.3.2 | Kulturní a historické památky | 9 | 7.8 | Muzeum Vysočiny Třebíč | 30 |
| 4.3.3 | Technické a průmyslové památky a místa s využitím energie | 11 | 7.9 | Nejnávštěvovanější místa dle dat Czech Tourism | 32 |
| 4.3.4 | Zábavní centra | 11 | 8. | Restaurace a kavárny | 35 |
| 4.3.5 | Koupaliště a aquaparky | 11 | 9. | Ubytování | 39 |
| 4.3.6 | Sportovně-zážitkové areály | 11 | 9.1 | Třebíčsko | 39 |
| 4.3.7 | Zvířecí farmy | 11 | 9.2 | Náměšťsko | 40 |
| 4.4 | Územní rozdělení destinace | 12 | 9.3 | Moravskobudějovicko | 40 |
| 4.5 | Třebíčsko jako jeden celek | 14 | 9.4 | Jaroměřicko | 40 |
| 5. | Turistika a cykloturistika | 14 | 9.5 | Hrotovicko | 40 |
| 5.1 | Seznam pěších tras | 15 | 9.6. | Jemnicko | 40 |
| 5.2 | Naučné stezky a poznávací trasy | 15 | 10. | Turistická informační centra | 41 |
| 5.3 | Cyklostezky | 16 | 10.1 | Přehled TIC v destinaci | 41 |
| 5.4 | Přehled cyklostras na Vysočině | 16 | 11. | Kulturní turismus a významné kulturní akce Třebíčska | 42 |
| 6. | Sekundární nabídka | 18 | 12. | Systém řízení cestovního ruchu a analýza zájmového sdružení Rozvoj Třebíčska | 43 |
| 6.1 | Kapacita ubytování a ekonomický potenciál destinace | 18 | 12.1 | Destinace Třebíčsko a její vnitřní procesy a fungování | 44 |
| 6.2 | Rozdělení hromadných ubytovacích kapacit podle kategorií v destinaci | 20 | 13. | Propagační materiály | 45 |
| 6.3 | Kapacita ubytování v Kraji Vysočina a v jednotlivých okresech | 21 | 14. | Webová prezentace | 46 |
| 6.3 | Počty hostů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních | 21 | 15. | Sociální sítě | 47 |
| 6.4 | Kongresová turistika | 22 | 16. | SWOT analýza | 48 |
| 6.5 | Ekonomický potenciál destinace | 23 | 17. | Návrhová část | 50 |
| | | | 17.1 | Vize rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko | 51 |
| | | | 17.2 | Prioritní osy | 52 |
| | | | 17.3 | Opatření | 52 |
| | | | 17.4 | Definování cílů | 54 |
| | | | 17.5 | Projektové listy | 55 |
| | | | 18. | Implementační část | 73 |
| | | | 19. | Závěr | 76 |

1. Úvod

Současný svět pod vlivem globalizačních procesů prochází proměnou.

To se propisuje do různých odvětví včetně cestovního ruchu. Lidé žijící v 21. století touží poznávat nové kultury a zážitky, chtějí atraktivně trávit volný čas, jejich motivací je poznání i dobrodružství. Cestovní ruch se za poslední roky stal velmi produktivní oblastí hospodářství. Vytváří pracovní místa a poskytuje podnikatelské příležitosti. Toto uvědomění se z celostátní úrovně přesouvá do turistických oblastí, do regionů. Města a obce se sdružují, aby společně využily potenciál.

Stejně jako Koncepce státní politiky cestovního ruchu vychází ze skutečnosti, že cestovní ruch je citlivým odvětvím národního hospodářství s významným přesahem do ekonomického, sociálního i environmentálního prostředí, tak i tato strategie zohledňuje tento aspekt. Oblast cestovního ruchu je na vzestupu a ekonomická situace výrazně přispívá k cestování a trávení volného času mimo domov. Přestože do této oblasti v roce 2020 zasáhla pandemie covid-19, jeví se, že zájem o cestování a naplnění volného času stále zůstává u veřejnosti vysoký. Třebíčsko jako turistická oblast tak může uchopit potenciál lokality a nastavit pravidla udržitelného rozvoje cestov-

ního ruchu. O tom, že města v regionu si právě toto uvědomují, svědčí existence zájmového sdružení právnických osob s názvem Rozvoj Třebíčska. Od roku 2017 je jednou z jeho náplní poslání dle stanov právě činnost destinační kanceláře za účelem rozvoje regionu se zvláštním zaměřením na cestovní ruch. Tento dokument je prvním strategickým rámcem pro rozvoj řízení destinace a také DMO Třebíčsko-moravská Vysočina.

Koncepce rozvoje cestovního ruchu jsou programy, které jsou především zpracovávány pro větší územní celky, jako jsou kraje nebo turistické oblasti. Hlavní strategický dokument, který je všem nadřazený, je Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice. Vydává ho, respektive aktualizuje, každých šest let Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Rozvoj cestovního ruchu pro destinaci Třebíčsko dále podléhá krajským strategickým rozvojovým dokumentům: Strategie rozvoje cestovního ruchu v Kraji Vysočina na období 2017–2025, Marketingová strategie cestovního ruchu Kraje Vysočina na období 2017–2025.



Foto: Budišov – zámek

2. Metodika zpracování

Strategie se skládá z několika částí, a to části analytické, SWOT analýzy, části návrhové (projektové listy) a implementační (akční plán).

Analytická část zahrnuje analýzu současného stavu destinace z pohledu cestovního ruchu – charakteristiku území a analýzu nabídky cestovního ruchu, která popisuje možnosti cestovního ruchu v destinaci a také dostupná data o návštěvnosti památek, turistických informačních centrech a také kapacity ubytování. V části věnované systému řízení cestovního ruchu je popsán vývoj a také současný stav včetně vymezení vztahů a kompetencí jednotlivých subjektů, jako je veřejný, podnikatelský či neziskový sektor. Nedílnou součástí strategie je SWOT analýza. Zobrazuje příležitosti a silné stránky destinace, které jsou konkurenční výhodou pro toto území. Naopak ohrožení a slabé stránky představují faktory, které by se destinace měla snažit zlepšovat a postupně odstraňovat. Všechny získané informace vedly ke zpracování návrhové části. V té byly nejdříve stanoveny hlavní priority a poté následovalo stanovení cílů strategie. Poslední částí je Akční plán sestavený z doporučených aktivit pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu na Třebíčsku.

Strategie rozvoje cestovního ruchu v destinaci Třebíčsko-moravská Vysočina 2021-2031



Analytickou část jsme vypracovali s použitím několika metod.

- Strukturované rozhovory se zástupci měst, turistických informačních center a referentů cestovního ruchu.
- Analýza získaných dat z jednotlivých měst.
- Analýza dat z Českého statistického úřadu.
- Analýza Strategických plánů rozvoje měst.

Schéma 1: Postup zpracování Strategie rozvoje cestovního ruchu v destinaci Třebíčsko-moravská Vysočina 2021-2031.

Při přípravě analytické části jsme absolvovali strukturované rozhovory s lidmi, kteří mají na starost cestovní ruch a věnují se mu dlouhodobě. Jednalo se převážně o pracovníky kulturních středisek a turistických informačních center, dále pak o starosty měst. Podněty a informace, které jsme získali, jsme zapracovali do analytické i návrhové části strategie.

Děkujeme jim za jejich spolupráci a vstřícnost při poskytnutí informací.

Přehled expertů v oblasti cestovního ruchu, se kterými jsme vedli strukturované rozhovory:

Luděk Strašák, vedoucí MKS Náměšť nad Oslavou
 Lubomír Tomek, vedoucí oddělení rozvoje, MěÚ Náměšť nad Oslavou
 Hana Škodová, starostka Hrotovic
 Karel Müller, starosta Jaroměřic nad Rokytnou
 Kateřina Dyksiňská, vedoucí MKS Jaroměřice nad Rokytnou
 Miloň Slabý, starosta Jemnice
 Zdeněk Hopián, vedoucí TIC Jemnice
 Lucie Floriánová, referent cestovního ruchu, MěÚ Třebíč
 Denisa Noiles, vedoucí kanceláře vedení města, MěÚ Třebíč
 Pavel Pacal, starosta Třebíče
 Václav Prchal, vedoucí TIC Třebíč, manažer destinační kanceláře Třebíčsko-moravská Vysočina
 Dagmar Pacalová, projektová manažerka destinační kanceláře Třebíčsko-moravská Vysočina
 Jana Kiese Wetterová, místostarostka Moravských Budějovic
 Kamila Havlíčková, Městský úřad Moravské Budějovice

Základní pojmy

Akční plán strategie – krátkodobý dokument prováděcího charakteru. Obsahuje harmonogram, způsob financování apod.

Cíle – popisují, co konkrétně a měřitelně musíme splnit na cestě k naplnění vize. Cíl chápeme jako žádoucí stav a lze ho měřit nastavenými parametry.

Návštěvník je účastník cestovního ruchu. Návštěvníci se dělí na jednodenní návštěvníky a turisty. Jednodenní návštěvník se účastní cestovního ruchu bez přenocování.

Overturismus – Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) definuje overtourism jako „dopad cestovního ruchu na místo určení, nebo jejich části, který nadměrně ovlivňuje vnímanou kvalitu života obyvatel a/nebo kvalitu návštěvníků zkušeností v negativním slova smyslu“. Definice popisuje vnímání turismu místními obyvateli jako nadměrný a omezující jejich každodenní život.

Strategie – dlouhodobý koncepční dokument, který určuje základní linie

rozvoje dané oblasti ve všech základních tematických oblastech a na dlouhé období.

Strategický plán rozvoje města (SPRM) – Představuje hlavní koncepční dokument rozvoje města na dané období.

Turista je účastník cestovního ruchu, který alespoň jednou přenocuje mimo své obvyklé prostředí.

Udržitelný rozvoj cestovního ruchu – Cestovní ruch se stal jedním z celosvětově nejvýznamnějších průmyslových odvětví a s tím jsou spojené také negativní dopady na životní prostředí. Oblasti cestovního ruchu se dostává v posledních letech pozornosti právě z pohledu udržitelnosti. Ta je chápána tak, že aktivity CR vedou k rozvoji regionu, šetrnému využívání přírodních a kulturních hodnot a minimalizaci negativních dopadů na přírodu i společnost. Na nutnost trvalé udržitelnosti poukazuje skutečnost mohutného rozvoje cestovního ruchu v posledních letech spojeného s růstem životní úrovně

ve vyspělých zemích. Odvětví cestovního ruchu je významným dílem národních ekonomik a lze předpokládat, že tato situace bude pokračovat i nadále. Cílem udržitelného rozvoje je koordinovat přínosy CR, jako je vytváření nových pracovních příležitostí, poznávání přírodního a kulturního dědictví jiných národů a v důsledku toho lépe pochopit mentalitu různých kultur, zajistit příjem pro místní ekonomiky a eliminovat poškozování životního prostředí a vznik konfliktních situací mezi místními občany a turisty.

Výletník je účastník cestovního ruchu, který navštíví dané místo minimálně jednou a bez přespání.

ZKRATKY

| | |
|-----|-------------------------------------|
| CR | cestovní ruch |
| MKS | Městské kulturní středisko |
| DT | destinace Třebíčsko |
| DMO | organizace destinačního managementu |
| TIC | turistické informační centrum |

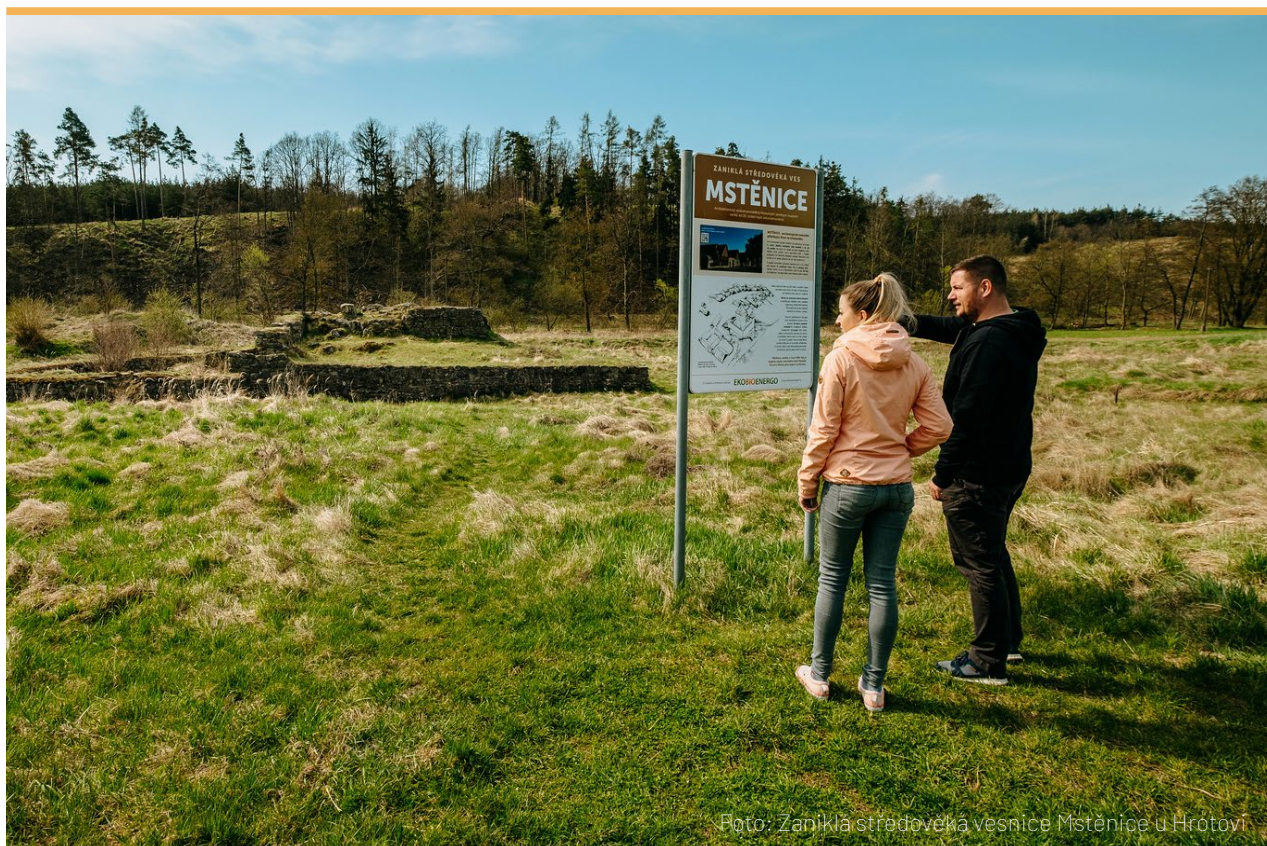


Foto: Zaniklá středověká vesnice Mstěnice u Hrotovi

3. Hlavní cíle strategie

1. Zmapovat turistickou nabídku destinace Třebíčsko
2. Provést analýzu nabídky turistického ruchu destinace Třebíčsko
3. Navrhnout strategii udržitelného rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko



Foto: Zámek Police



Foto: Zámek Police



Foto: Zámek Náměšť nad Oslavou

4. Analytická část

Pro stanovení rozvoje cestovního ruchu na Třebíčsku je nejprve zapotřebí zmapovat prostředí a také nabídky z pohledu cestovního ruchu. V analytické části se zaměříme na primární nabídku, což je přírodní a kulturně-historický potenciál destinace. Dále pak na sekundární nabídku, což je infrastruktura vybavení, jako jsou ubytovací zařízení, restaurace a další atraktivita.

4.1 Charakteristika území destinace z hlediska cestovního ruchu

Jihovýchodní část Českomoravské vrchoviny je typická pro svou kopcovitou krajinu. Území leží částečně v Křižanovské vrchovině a částečně v Jevišovické pahorkatině. Destinace Třebíčsko-moravská Vysočina pokrývá svým zájmem působení rozlohu okresu Třebíč. Nachází se v jihovýchodní části Kraje Vysočina, sousedí s Jihomoravským krajem a Jihočeským krajem

(Jihlava, Žďár nad Sázavou, Jindřichův Hradec, Znojmo a Brno - venkov jsou sousedící okresy s Třebíčskem). Napojení na dálnici D1 je po částečně modernizované silnici na Velké Meziříčí. Významným dopravním spojením je silnice Brno - České Budějovice (I/23) a Znojmo-Jihlava (I/38). Železniční spojení je tvořeno tratěmi Okříšky-Znojmo, Jihlava-Brno a lokálními spoji na trase

Studeneč-Křižanov a Moravské Budějovice-Jemnice.

Celý region je protkán značenými stezkami pro milovníky pěší turistiky i cykloturistiky. Nechybí ani hipotrasy.

4.2 Obyvatelstvo

Destinace Třebíčsko-moravská Vysočina je složena ze správních obvodů ORP Třebíč, Moravské Budějovice a Náměšť nad Oslavou.

Destinace Třebíčsko pokrývá okres Třebíč, má 167 obcí (z toho 6 měst: Třebíč, Moravské Budějovice, Jaroměřice nad Rokytnou, Náměšť nad Oslavou, Jemnice, Hrotovice) a žije zde 110 337 obyvatel.

4.3 Analýza primární nabídky

Primární nabídka cestovního ruchu v sobě obsahuje přírodní a kulturně-historický potenciál. Často je to hlavní důvod pro výběr trávení volného času, dovolené a místa pro výlet. Přírodní potenciál destinace je charakteristický faunou, flórou, přírodními a klimatickými podmínkami. Kulturně-historický potenciál v sobě obsahuje významná místa, města či jejich centra, jednotlivé památkové objekty.

Počet obyvatel v Kraji Vysočina a jeho okresech k 1. 1. 2021

| KRAJ | muži | ženy |
|------------------|---------|---------|
| celkem | 253 153 | 255 699 |
| V TOM OKRESY: | | |
| Havlíčkův Brod | 46 986 | 47 626 |
| Jihlava | 56 593 | 57 071 |
| Pelhřimov | 36 040 | 36 258 |
| Třebíč | 54 793 | 55 544 |
| Žďár nad Sázavou | 58 741 | 59 200 |

Zdroj: ČSÚ

4.3.1 Příroda

Třebíčsko poskytuje celoroční vyžití. Terén je vhodný k výletům, procházkám, trempování, rybaření a k fyzickému i mentálnímu odpočinku. Najdeme zde Přírodní park Rokytňá a Přírodní park Třebíčsko, pro které jsou typické remízky, balvanité ostrůvky, skály a písčité pole s mezemi. Významné jsou zdejší přírodní památky Syenitové skály u Pocoucova a Ptáčovský kopeček s hojným výskytem chráněného koniklece velkokvětého. Pro své přírodní bohatství s ojedinělou faunou a flórou je Mohelenská hadcová step zařazena do chráněných oblastí. Do mírně zvláště krajiny se zařezávají řeky Jihlava, Oslava, Rokytňá, Želetavka, Brtnice, Jevišovka a další. Na řece Jihlavě se nachází vodní nádrže Dalešice a Mohelno. Sypaná hráz Dalešické přehrady je se svou výškou sto metrů nejvyšší v České republice. Přecherpávací vodní elektrárna Dalešice je součástí významného energetického komplexu a slouží jako zdroj vody pro výrobu elektřiny v Jaderné elektrárně Dukovany. Okolí těchto řek lemují turistické trasy. Oblíbeným místem pro trávení volného času je Dalešická přehrada, a to jak rybáři, tak lidmi trávícími dovolenou v kempu Wilsonka. Na Dalešické přehradě je za finančního příspěví ČEZu provozována od roku 2007 výletní lodní doprava. Nejvyšším vrcholem Třebíčska je hora Mařenka (711 m) a nejnižše položeným bodem místo, kde na jihu protíná říčka Rokytňá hranice území.

| Typ přírodní atraktivity / počet | Název |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Národní přírodní rezervace (2) | Mohelenská hadcová step Divoká Oslava |
| Přírodní parky (4) | Přírodní park Třebíčsko Přírodní park Střední Pojihlaví Přírodní park Rokytňá Přírodní park Želetavka |
| Přírodní rezervace (16) | Blatná hráz Bílá skála Dukovanský mlýn Habrová seč Havran Hošťanka Jedlový les a údolí Rokytňé Mohelnička Opatovské zákopy Suchá hora U Hájenky Suché skály U Jezera U Trojáku V Jedlí Velká skála |
| Přírodní památky (22) | Černá blata Habří Hájky Hluboček Jalovec Kamenný vrch Klučovský kopec Kobylinec Kozének Maršovec a Čepička Náměšťská obora Na Kopaninách Na Skaličce Obora Olšoveček Pazderna Ptáčovské rybníky Ptáčovský kopeček Suché skály Syenitové skály u Pocoucova Špilberk U Lusthausu |
| Významné geologické útvary (9) | Bitovánky z Želetavy Březník-Lamberk Královec- Jaroměřice n. Rokytňou Kamenná Naloučany Pokojovice Paralulová vrása u M. Budějovic Rouchovany Říпов u Třebíče |
| Rozhledny (7) | Mařenka Na Pekelném kopci Babylon Ocmanice Městská věž Třebíč Vodojem Kostelíček - Třebíč Rubačka |
| Parky a obory (5) | Arboretum Jemnice městský park Moravské Budějovice Obora zv. Kralická, Náměšť nad Oslavou Zámecký park, Dukovany Zámecký park Jaroměřice n. Rokytňou Zámecký park Náměšť nad Oslavou |

4.3.2 Kulturní a historické památky

Mezi nejcennější historické památky patří ty, které jsou na Seznamu světového a kulturního dědictví UNESCO - bazilika sv. Prokopa a Židovské město se hřbitovem v Třebíči. Turisty oblíbený je zámek v Jaroměřicích nad Rokytnou, kde v 18. století vznikla a byla uvedena první původní česká opera, nebo zámek v Náměšti nad Oslavou. V blízkosti Hrotovic se nachází významná archeologická lokalita - zaniklá středověká osada Mstěnice. Novinkou v oblasti cestovního ruchu je Muzeum Hrotovicka, otevřené v roce 2018, a také Muzeum Mohelenska otevřené ve stejném roce v Mohelně díky skupině nadšenců. Dále zrekonstruovaný větrný mlýn v Třebíči, do kterého se návštěvníci poprvé podívali v roce 2021.

Zámek v Hrotovicích je využíván jako sídlo městského úřadu a také poskytuje prostory pro podnikatelskou činnost. Nově je zde prohlídková trasa pro turisty, kterou zájemce provedou pracovníci Muzea Hrotovicka.

Církevních památek najdeme na Třebíčsku hodně, téměř každá vesnice má kostel nebo kapli. Ve výčtu církevních památek však uvádíme jen ty nejvýznamnější z pohledu cestovního ruchu.

Vedle přístupných zámků pro turisty se na Třebíčsku nacházejí zámky také v Dalešicích (soukromé vlastnictví, velmi špatný stav), Myslbořicích (středisko Diakonice ČCE), Jinošově (přístupný při zvláštních příležitostech), lovecký zámeček Vlčí kopec u Kladerub.

| Typ | Název |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Památky UNESCO (1) | Bazilika sv. Prokopa a židovská čtvrť v Třebíči |
| Zámky (8) | Státní zámek Jaroměřice n. Rokytnou Státní zámek Náměšť nad Oslavou zámek v Budišově zámek v Dukovanech zámek v Polici zámek v Jemnici zámek Moravské Budějovice zámek Valeč zámek Hrotovice |
| Židovské památky (4) | Židovská čtvrť a židovský hřbitov - Třebíč židovský hřbitov - Jemnice židovský hřbitov - M. Budějovice synagoga - Police |
| Významné církevní památky (11) | kostel sv. Víta a hřbitov, Jemnice chrám sv. Jiljí, M. Budějovice kaple sv. Anny, M. Budějovice chrám sv. Markéty, Jaroměřice nad Rokytnou kaple sv. Josefa, Jaroměřice nad Rokytnou kaple sv. Kateřiny ve Špitálu (odsvěcená), Jaroměřice nad Rokytnou Servitský klášter (fara) v Jaroměřicích nad Rokytnou (nepřístupná, obydlená) kostel sv. Jana Křtitele, Náměšť nad Oslavou hřbitov v Hluboké - nejmenší hřbitov v ČR kaple sv. Jana Nepomuckého, Moravské Budějovice kaple sv. Michala, Moravské Budějovice farní areál s hradební zdí a baštou, Moravské Budějovice |
| Muzea (15) | Muzeum Otokara Březiny, Jaroměřice nad Rokytnou Hasičské muzeum Heraltice Řeznické muzeum v Náměšti nad Oslavou Muzeum lidových kapel v Lesonicích Památník Bible Kralické fara Lukov Muzeum Hrotovicka Muzeum Jemnice Muzeum rakousko-uherského pivovarnictví, Dalešice Muzeum staré zemědělské techniky, Třebíč Rolnické muzeum manželů Kopečkových, Příložany (soukromé) Letecké muzeum Radarka, Koněšín Městské muzeum (Atelier náměšťského fotografa Ondřeje Knolla a Papírníkova tiskárna), Náměšť nad Oslavou Muzeum řemesel Moravské Budějovice Masné krámy, Moravské Budějovice |

| | |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Rodné domy (10) | <p>rodný dům Jana Kubiše s expozicí, Dolní Vilémovice rodný dům Ralfa Benatzkého, Moravské Budějovice rodný dům Jaroslava Hlužka, Jackov rodný dům Vincence Lesného, Komárovice rodný dům Václava Kosmáka, Martínkov</p> <p>nepřístupné rodné domy: Bedřicha Václavka, Čáslavice Jana Zahradníčka, Mastník Ludvíka Svobody, Hroznaťín Petra z Mladoňovic, Mladoňovice Bohumíra Šmerala, Třebíč</p> |
| Pomníky (2) | Tři pomníky napoleonských vojáků v Jaroměřicích n. Rokytinou sousedí Tvůrce a jeho sestra Bolest na hrobu básníka Otokara Březiny v Jaroměřicích nad Rokytinou |
| Nemovitě národní kulturní památky (4) | Jaroměřice nad Rokytinou - areál zámku Třebíč - zámek s bazilikou sv. Prokopa Třebíč - židovský hřbitov Náměšť nad Oslavou - zámek |
| Městské památkové zóny (5) | Náměšť nad Oslavou Moravské Budějovice Jemnice Jaroměřice nad Rokytinou Třebíč |
| Vesnická památková zóna (1) | Boňov |
| Vesnická památková rezervace (1) | Dešov |
| Hrady/zříceniny (11) | Březník - Lamberský Kufštein Kuroslepy - Kraví Hora Sedlec - Nový Hrad Sedlec - letohrádek Gloriet Lesní Jakubov - Hrádek Holoubek, Kozlov Čalounice Rabštejn Dub |
| Zaniklé tvrze (4) | Mstěnice v Pyšeli v Jínošově v Jasenici |

4.3.3 Technické a průmyslové památky a místa s využitím energie

Na řece Jihlavě se nachází vodní nádrže Dalešice a Mohelno. Sypaná hráz Dalešické přehrady je se svou výškou sto metrů nejvyšší v České republice. Přečerpávací vodní elektrárna Dalešice je součástí významného energetického komplexu a slouží jako zdroj vody pro výrobu elektřiny v Jaderné elektrárně Dukovany.

4.3.4 Zábavní centra

Na Třebíčsku se nacházejí čtyři zábavní centra, z toho dvě jsou přímo v Třebíči a třetí v těsné blízkosti Třebíče. Dětský zábavní park Střítež a Zábavní park Labyrint v Třebíči jsou určeny především pro děti. Mozkoherna přípravu je programy pro děti i pro dospělé, je to jediné centrum tohoto druhu v České republice.

4.3.5 Koupaliště a aquaparky

4.3.6 Sportovní a zážitkové areály

Sportovní vyžití spojené se zábavou najdou turisté v Jemnici - paintball a v Outdoor resortu Březová u Třebíče.

4.3.7 Zvířecí farmy

Na Třebíčsku najdeme pět farem přístupných veřejnosti. Dvorní zookoutek U Pipinga, Popovice, Kozí farma Račiborice, Včelařská farma v Račicích a v Náměšti nad Oslavou malou zoofarmu v areálu restaurace Na Statku.

| Typ | Název |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dopravní stavby (1) | barokní most v Náměšti nad Oslavou |
| Elektrárny (2) | JE Dukovany – Informační centrum PVE Dalešice – Informační centrum |
| Větrné mlýny (2) | větrný mlýn v Třebíči torzo větrného mlýna v Budišově |
| Průmyslové památky (3) | areál továrny BOPO v Borovině, Třebíč + ekotechnické centrum Alternátor Schulzovy filtry, Náměšť nad Oslavou městský středověký vodovod - vzdušník, Jemnice |

| Typ | Název |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Zábavní centra nejen pro děti (4) | Alternátor - ekotechnické centrum, Třebíč Mozkoherna, Třebíč Dětský zábavní park Střítež Zábavní park Labyrint, Třebíč |

| Typ | Název |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Aquapark (1) | Laguna, Třebíč |
| Koupaliště | Polanka, Třebíč Moravské Budějovice Rouchovany, rybník Stejskal Jaroměřice nad Rokytnou Chlístov Kdousov Kojetice Hrotovice rybník Rathan u Náměště nad Oslavou rybník v Jackově rybník na Kosové rybník Hrachovec Iom Vápenka, Nová Ves |
| Biotop (1) | Jemnice |
| Přehrada (1) | Dalešice |

4.4 Územní rozdělení destinace

Pro potřeby strategie rozdělíme územní destinace do osmi celků, které odpovídají sdružení dobrovolného svazku obcí – osmi mikroregionů:

Mikroregion Třebíčsko

Mikroregion Náměštsko

Mikroregion Hrotovicko

Ekologický mikroregion Rokytná

Moravskobudějovický mikroregion

Mikroregion Jemnicko

Ekologický mikroregion Horácko

Mikroregion Chvojnice

| Mikroregion | počet obcí |
|---------------------------------|------------|
| Mikroregion Třebíčsko | 9 |
| Mikroregion Náměštsko | 15 |
| Mikroregion Hrotovicko | 17 |
| Ekologický mikroregion Rokytná | 21 |
| Moravskobudějovický mikroregion | 24 |
| Jemnicko | 10 |
| Ekologický mikroregion Horácko | 33 |
| Mikroregion Chvojnice | 12 |

1. Třebíčsko – Dobrovolný svazek obcí Mikroregion Třebíčsko leží v jihovýchodní části Kraje Vysočina v České republice. Sdružuje celkem devět samostatných obcí: Čechočovice, Kožichovice, Krahulov, Mastník, Okřešice, Stařeč, Střítež, Trnava, Třebíč. Největším městem svazku i celé destinace Třebíčsko je právě město Třebíč, kde jsou soustředěny významné kulturní a historické památky a také zde funguje turistická infrastruktura.

2. Náměštsko – Mikroregion Náměštsko sdružuje 15 obcí: Náměšť nad Oslavou, Hartvíkovice, Kladeruby, Kramolín, Ocmanice, Okarec, Sedlec, Studenec, Vícenice u Náměště nad Oslavou, Čikov, Naloučany, Popůvky, Kozlany, Mohelno a Lhánice. Na území regionu se nachází nebo do něj zasahuje Národní přírodní rezervace Mohelenská hadcová step, Krajinná památková zóna Náměštsko, Přírodní rezervace Náměštská obora, Přírodní památka Špilberk (koniklec velkokvětý), Národní přírodní rezervace Divoká Oslava, Přírodní park Střední Pojhlaví a také mnoho chráněných stromů či alejí. Turisty oblíbené jsou rozhledny Babylon, Rozhledna u Ocmanic, Gloriet, zříceniny hradů Levnov, Kraví hora a Lamberský na řece Oslavě. Z historických památek to je zámek v Náměšti nad Oslavou, Vlčí kopec, památník Bible kralické v Kralicích. K technickým atraktivitám patří Informační středisko JE Dukovany, Přecherpaná vodní elektrárna Dalešice a také 22. letecká základna Vícenice u Náměště nad Oslavou.

3. Hrotovicko – Mikroregion Hrotovicko zahrnuje 17 obcí: Bačice, Biskupice-Pulkov, Dalešice, Dukovany, Hrotovice, Krhov, Litovany, Odunec, Přešovice, Račice, Radkovice u Hrotovic, Rouchovany, Slavětice, Stropešín, Třebeňice, Valeč a Zárubice. Zařizovaná údolí řek Jihlavy, Rokytné a Rouchovanky jsou vhodná pro turistiku. Potenciál údolí řeky Rokytné není dostatečně využit. Významným archeologickým nalezištěm je osada Mstěnice, ke které vede z Hrotovic naučná stezka. Ze dvou zámků – Valeč a Dukovany se staly hotely s restaurací. Nepřístupné jsou zámky v Dalešicích a Krhově. V Dalešicích ve staronovém pivovaru se nachází kromě restaurace a ubytování také Muzeum rakousko-uherského pivovarnictví, v Hrotovicích naleznete Muzeum Hrotovicka.

4. Jaroměřicko – Ekologický mikroregion Rokytná je dobrovolný svazek obcí. Byl ustanoven na schůzi konané dne 16. 12. 1999 v Jaroměřicích nad Rokytnou. Členské obce jsou: Blatnice, Bohušice, Dolní Lažany, Dolní Vilémovice, Horní Újezd, Jaroměřice nad Rokytnou, Klučov, Kojetice, Kožichovice, Lesůňky, Lipník, Loukovice, Mikulovice, Myslibořice, Ostašov, Petrůvky, Přístpo, Slavičky, Šebkovice, Výčapy, Zárubice.

5. Moravskobudějovicko – Moravskobudějovický mikroregion – Babice, Cidlina, Častohostice, Dědice, Dešov, Domašil, Hornice, Jakubov u Moravských



Foto: Větrný mlýn v Třebíči



Foto: Jemnicko

Budějovic, Kojatice, Komárovice, Láz, Lesná, Lesonice, Lukov, Litohoř, Martínkov, Meziříčko, Moravské Budějovice, Nimpšov, Nové Syrovce, Radkovice u Budče, Vícenice, Zvěrkovice, Želetava. Území města Moravské Budějovice nespadá do žádné velkoplošné chráněné oblasti regionálního či nadregionálního významu, není zde ani žádný přírodní park. Nejbližším územím obdobného typu je Národní park Podyjí. Město není městskou památkovou rezervací, ale území současného historického jádra bylo v roce 1990 vyhlášeno městskou památkovou zónou zahrnující městské renesanční domy.

6. Jemnicko - Mikroregion Jemnicko se nachází na rozhraní tří krajů, největší část se rozprostírá v Kraji Vysočina. Některé obce spadají do Jihomoravského a Jihočeského kraje. S ohledem na vzdálenost od okresních a krajských měst lze říct, že se jedná o periferní region v rámci České republiky. Nelze opomenout, že v těsné blízkosti se nachází Rakousko, a tím se Jemnicko stává vstupní branou pro rakouské turisty. Toto území zároveň patří do Regionu Renaissance (společně s Dačic-

kem, Telčskem a Třeštskem). V Jemnici se nachází jediný přírodní biotop na Třebíčsku, vyhledávanou aktivitou pro rodiny s dětmi je Pohádková cesta Panenská. Jemnice je proslulá festivalem Barchan. V létě provozuje Spolek pro veřejnou dopravu na jihozápadní Moravě výletní vlak na trati Jemnice - Moravské Budějovice.

7. Horácko - Mikroregion Horácko je rozdělen na 28 obcí a 33 katastrálních území: Budišov, Čiměř, Dalešice, Hodov, Hroznatín, Kamenná, Kojatín, Koněšín, Kozlany, Kramolín, Nárameč, Nový Telečkov, Ocmanice, Okarec, Oslavička, Pozdatín, Přecov, Pyšel, Rohy, Rudíkov, Slavičky, Smrk, Stropěšín, Studenec, Studnice, Tasov, Třebenice, Třesov, Trnava, Valdík, Vladislav, Vlčatín, Zahrádka. Protékají zde řeky Jihlava a Oslava, v krajině jsou hojně vybudované rybníky. Největší vodní plochou je vodní nádrž Dalešice (480 ha). Byla zbudována pro potřeby nedaleké Jaderné elektrárny Dukovany. Slouží k rekreaci a rybaření. Na území mikroregionu se nachází 3 přírodní památky: Kobylínek nedaleko Trnavy (ko-

niklece), Pazderna nedaleko obce Přecov (komplex pastvin a mokřých luk), Přírodní park Třebíčsko. V Budišově se nachází zámek, kde jsou umístěny bohaté zoologické sbírky brněnského muzea. V Dalešicích je pivovar s Muzeem rakousko-uherského pivovarnictví.

8. Mikroregion Chvojnice tvoří obce Březník, Hluboké, Jasenice, Jinošov, Kralice nad Oslavou včetně místní části Horní Lhotice, Krokočín, Kuroslapy, Lesní Jakubov, Pucov, Rapotice, Sudice a Újezd u Rosic. Je to vlastně dvanáct obcí východního cípu okresu Třebíč a západního okraje okresu Brno-venkov, ležících na rozhraní mezi krajem Jihomoravským a Krajem Vysočina. Svůj název si mikroregion zvolil podle jednoho z nejkrásnějších koutů České republiky, a to podle říčky Chvojnice (přítoku řeky Oslavy), která ve svém dolním toku vytváří nádherné hluboké skalnaté údolí. Říčka Chvojnice protéká středem mikroregionu, jehož všechny obce se rozprostírají v překrásné, ekologicky jedné z nejčistších oblastí republiky, ve zvlněné krajině porostlé smíšenými lesy.

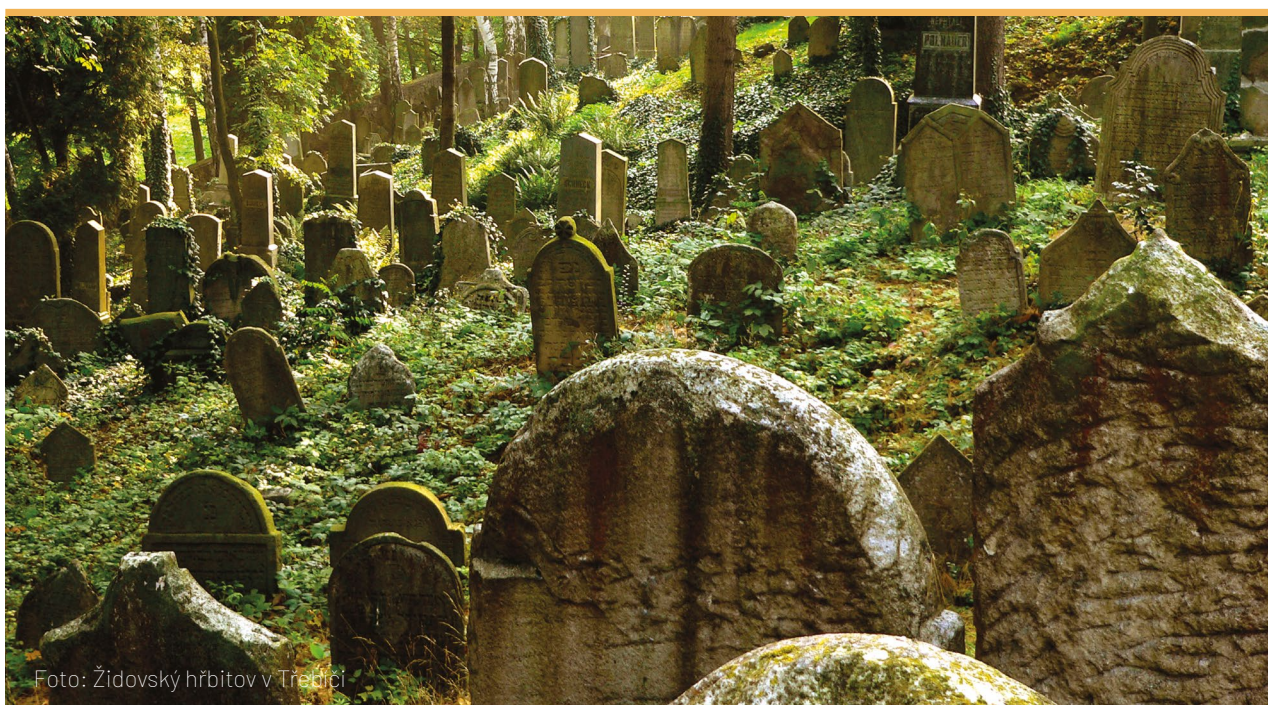


Foto: Židovský hřbitov v Třebíči

4.5 Třebíčsko jako jeden celek

Z pohledu marketingu není dosud etablovaná značka destinace Třebíčsko-moravská Vysočina. Určitou výhodou pro řízení cestovního ruchu je to, že destinace přesně kopíruje okres Třebíč a nezasahuje do jiných krajů. Sousedí se dvěma kraji – Jihomoravským a Jihočeským, což vybízí ke spolupráci se sousedními mikroregiony. Z rozhovorů vyplynulo, že jednotlivé mikroregiony se necítí být součástí Třebíčska jako celku z pohledu cestovního ruchu. Zaměřují se na své okolí, přitom přesah spolupráce v sobě ukrývá značný potenciál.

Jednotlivá města se věnují cestovnímu ruchu na svém území, přestože zajímavá místa se nacházejí i v jejich blízkosti. Jedná se především o vesnice, které nemají kapacity řešit cestovní ruch a potřebují podporu od větších měst. I to je důvod určité roztržitosti ve vnímání destinace. V rozhovorech bylo upozorněno na to, že chybí společné setkání pracovníků v cestovním ruchu z celé destinace. Komunikace, která je realizována formou e-mailů, je nedostatečná. Pracovníci TIC v jednotlivých městech nemají vždy ucelený přehled o novinkách v ostatních městech a částech regionu. Pro návštěvníky je vytvořen společný web destinace www.trebicsko-moravskavysocina.cz, který nabízí kalendář akcí v regionu. Pracovníci destinační kanceláře zveřejňují informace o akcích, které jim jsou zaslány. S ohledem na velmi nízkou časovou dotaci pro jejich práci není možné, aby sami vyhledávali akce v destinaci. Zde je nutná aktivita ze strany jednotlivých členů. Z rozhovorů také vznikl podnět na vytvoření společného informačního centra destinace. (Informační centrum pro Vysočinu neexistuje ani v Jihlavě, Vysočina Tourism žádné takové zařízení neprovozuje). Zajímavým nápadem je iniciovat miniprezentaci po destinaci, kdy by se například jednou za dva roky konalo představení atraktivit celé destinace vždy pod patronátem jednoho z členů.

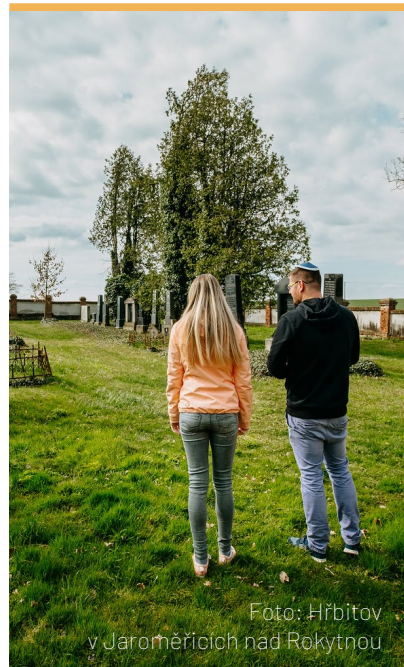


Foto: Hřbitov
v Jaroměřicích nad Rokytnou

ZÁKLADNÍ FORMY CESTOVNÍHO RUCHU JSOU:

- rekreační – u vody, v lese, na horách, kdy dochází k celkové regeneraci účastníků
- kulturně-poznávací – je zaměřená na historii, kulturu, tradice
- sportovně-turistická – aktivní odpočinek při sportovních činnostech
- léčebný a lázeňský – léčba, prevence a relaxace vedoucí k obnově mentálních a fyzických sil
- nové trendy – cestovní ruch zaměřený na seniory, rodiny, gastronomický, náboženský, agroturistika atd.

Destinace Třebíčsko nabízí tři ze čtyř základních forem cestovního ruchu, a to jak rekreační, kulturně-poznávací, tak i sportovně-turistický.

5. Turistika a cykloturistika

Turistika je nenáročný způsob pohybu a poznávání přírody. Lidé o ni projevují stále větší zájem, který pramení z touhy po návratu k přírodě a mentálnímu odpočinku od rušného světa. Trendem, zvláště u seniorů, je pohyb s pomocí hůlek, tzv. nordic walking.

Třebíčsko je pro pěší turistiku i nenáročnou cykloturistiku ideálním prostředím. V kombinaci s historickými památkami je destinace Třebíčsko spojením přírody s historií.

5.1 Seznam pěších tras

| číslo | trasa | km |
|-------|--------------------------------------------------|------|
| 0503 | JAROMĚŘICE N. ROK. → ŽELETAVA → KRASONICE | 27 |
| 0507 | VELKÁ BÍTEŠ → NÁMĚŠŤ N. OSL. → SENORADSKÝ MLÝN | 31,3 |
| 0532 | TŘEBÍČ → DOLNÍ SMRČNÉ | 22,5 |
| 0545 | SKÁLY → KRAMOLÍN → BOUZANOV → TŘEBÍČ | 52,9 |
| 2018 | KRALICE → MOHELNO → SENORADSKÝ MLÝN → KRALICE | 33 |
| 2033 | ZÁTIŠÍ → DOLNÍ SMRČNÉ | 7,5 |
| 2033 | BRTNICE → ČÍCHOV → ČÍCHOV | 11 |
| 2034 | MOR. BUDĚJOVICE → RÁCOVICE → DEŠOV | 17,5 |
| 2035 | KRAHULOV → ŽELETAVA | 20 |
| 2068 | TASOV → BUDIŠOV → TŘEBÍČ | 22 |
| 2070 | KYNIČKY → PŘÍŠTPO | 5,5 |
| 4501 | TŘEBÍČ → KOJETICE → MOR. BUDĚJOVICE | 26 |
| 4508 | KAMENNÁ → NÁMĚŠŤ N. OSL. → SENORADSKÝ MLÝN | 30,4 |
| 4532 | KRAHULOV → ČERNÉ LESY → MALÍN | 23 |
| 4537 | STUDENEC → KUCHYŇKA → POD JELENÍ HLAVOU → TŘEBÍČ | 32 |
| 4568 | BISKUPICE → RABŠTEJN → DUKOVANY | 28,1 |
| 4574 | JEMNICE → ŽELETAVA | 20 |
| 4585 | DOBNAVKA → DOBRÁ VODA | 2 |
| 4603 | CHROUSTOV → DOLNÍ VILÉMOVICE → KLUČOVSKÁ HORA | 12,5 |
| 4609 | BOUZANOV → VLADISLAV | 12 |
| 7501 | PŘIBYSLAVICE → OPATOV → HLADOV | 19,5 |
| 7523 | NÁMĚŠŤ N. OSL. → BÁBA | 3 |
| 7533 | BRANSOUZE → BRTNICE | 6,5 |
| 7545 | VLADISLAV → KOJETICE → KRAHULOV → VLADISLAV | 49 |
| 7546 | STUDENEC → OSLAVA | 11 |
| 7567 | KRAMOLÍN → ZELENÝ LES | 2 |
| 7576 | HARTVÍKOVICE → HARTVÍKOVICE | 3,1 |
| 7600 | POD KOPANINAMI → KOBYLINEC | 13 |
| 7601 | POD JELENÍ HLAVOU → ZÁTIŠÍ | 9,6 |
| 7625 | TŘEBÍČ → TŘEBÍČ | 1 |
| 7668 | BISKUPICE → PŘÍŠTPO → JAROMĚŘICE N. ROK. | 14,5 |

5.2 Naučné stezky a poznávací trasy

Naučné stezky a poznávací trasy seznamují návštěvníky s kulturními a přírodními zajímavostmi daného území. Po trase si mohou zájemci na infopanelech přečíst zajímavosti z místa, kterým procházejí.

Na Třebíčsku se nachází celkem sedmnáct v celkové délce zhruba 123 km, jak v přírodě, tak ve městech. Jsou vhodná pro procházky s kočárkem, s malými dětmi, pro seniory, ale i pro další zájemce. Nejdelší naučná stezka se nazývá Po Mlýnech (26 km), výchozím bodem je zámek Sádek. Trasa vede po současných i zaniklých mlýnech a končí v obci Chlístov. Podobně dlouhá je naučná stezka Otokara Březiny, která přesahuje hranice Třebíčska. Nejkratší naučnou stezkou je Mařenka (1,8 km), která turisty přivede od obce Dašov až na vrchol kopce Mařenka (nejvyšší vrchol Třebíčska).

| Název naučné stezky | délka |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Graselova naučná stezka | 9 km |
| Naučná stezka Mohelenská hadcová step | 3,3 km |
| Naučná stezka Mařenka | 1,8 km |
| Naučná stezka Po mlýnech | 26 km |
| Lesní naučná stezka Chaloupky | 6 km |
| Nábřežní promenáda Náměšť nad Oslavou | 1,6 km |
| Naučná stezka Bažantnice | 2 km |
| Naučná stezka Hrotovicko | 5 km |
| Naučná stezka K Novým Rybníkům | 1,2 km |
| Naučná vinařská stezka Sádek | 2 km |
| Naučná stezka po Jaroměřicích nad Rokytnou | 3 km |
| Kulturní promenáda Náměšť nad Oslavou | 3 km |
| Stezka na Pekelný kopec Třebíč | 4,5 km |
| Stezka po stopách opatů a rabinů - Třebíč | 2 km |
| Naučná stezka Jinošovské studánky | 15,5 km |
| Naučná stezka Otokara Březiny | |
| Jaroměřice nad Rokytnou | 25 km |
| Přírodním parkem Rokytná - od zámku Jaroměřice n. Rokytnou k Pulkovskému mlýnu | 12 km |
| Celkem naučných stezek 17, délka | cca 123 km |

5.3 Cyklostezky

Na Hrotovicku vedou tematické cyklostezky vhodné pro horské nebo trekingové kolo. Jedná se o pivovarskou a energetickou cyklostezku. Ty doplňují cyklostezky hornickou a templářskou, které jsou vyznačeny v sousedství Hrotovicka. Po pivovarské se lze projet z Oslavan do Dalešic a po energetické taktěž z Oslavan a dále do Dukovan. Kromě těchto tematických stezek vede regionem cyklostezka č. 401 z Třebíče do Moravského Krumlova, dále č. 5107, která je značena z Trnavy u Třebíče do Kramolína, 5106 z Třebíče do Náměště nad Oslavou a 5175 – okruh kolem Dukovan.

Od roku 2014 je v plánu realizovat cyklostezku Třebíč-Dukovany. Nyní je hotová I. a II. etapa v délce 3,5 km z Hrotovic do Valče a Dalešic.

V okolí Náměště podél řeky Oslavy je možné se napojit na **Mlynářskou stezku**. Jedná se o tematickou nadregionální cyklistickou trasu dlouhou přes sto osmdesát kilometrů začínající v Novém Městě na Moravě na Žďársku a končící v rakouském příhraničním městečku Hardegg.

Cyklotrasa Jihlava–Třebíč–Raabs prochází Třebíčskem, začíná v centru Jihlavy a vede údolím stejnojmenné řeky až do Třebíče přes architektonické perly měst Jaroměřice nad Rokytnou, Moravské Budějovice a Jemnice až do rakouského městečka Raabs. Zdolání trasy lze rozdělit do více dnů s využitím ubytování právě na Třebíčsku. Přes Třebíčsko prochází Mlynářská cyklotrasa, která začíná v Novém Městě na Moravě a končí u zbytků zelené opony za Čížovem na Znojemsku.

V letošním roce vznikl web www.trebicnakole.cz, který informuje o možnostech cykloturistiky v Třebíči a napojení na cyklotrasy v okolí. Letos město Třebíč přistoupilo k zavedení cyklistických opatření po městě, aby podpořilo tento druh dopravy a volnočasové aktivity.

5.4 Přehled cyklostras na Vysočině

| číslo | km | trasa | číslo | km | trasa |
|-------|-----|---------------------------------------|-------|----|--------------------------|
| EV4 | 72 | Rychtářka-Nedvědice (rozc. s CT 5086) | 1217 | 9 | Pacov-Vyklantice |
| 1 | 38 | Herálec-Smrček | 1218 | 21 | Pacov-Želiv |
| 16 | 92 | Rychtářka rozc.-Zadní Vydří | 1219 | 22 | Pacov-Pelhřimov |
| 19 | 107 | Lísek-Jedlá | 1220 | 11 | Milotičky-Buřenice |
| 26 | 120 | Jihlava-Bačkovice | 1223 | 13 | Pelhřimov-Smrdov |
| 103 | 69 | Kadov-Třebíč | 1224 | 8 | Kojčice-Červená Řečice |
| 104 | 29 | Bystré-Kadov | 1239 | 7 | Nová Včelnic-Žirovnice |
| 161 | 52 | Bystrá-Lukavec | 4022 | 10 | Kadov-Březiny |
| 321 | 37 | Mezilesí-Kamenice n. Lipou | 4025 | 37 | Borovnice-Nedvědice |
| 401 | 36 | Třebíč-Dukovany | 4122 | 23 | Přibysla-Rychtářka rozc. |
| 481 | 17 | Lipník-Hostim | 4153 | 51 | Štoky-Spačice |
| 1114 | 20 | Kamenice n. Lipou-Jihlávka (žst.) | 4155 | 48 | Vilémov-Humpolec |
| 1181 | 8 | Pacov-Vodice | 4156 | 67 | Ledeč-Sázava |
| 1182 | 8 | Černovice-Mnich | 4157 | 54 | Rušínov-Polná |
| 1183 | 9 | Černovice-Psárov | 4335 | 19 | Dobronín-Přibyslav |
| 1184 | 28 | Horní Hořice-Psárov | 4336 | 22 | Dobronín-Sázava |
| 1185 | 14 | Černovice-Pacov | 4340 | 6 | Krátká-Milovy |
| 1186 | 12 | Brožkův Mlýn-Střítež | 4341 | 5 | Sněžné-Roviny-Koníkov |
| 1211 | 21 | Senožaty-Lipnice n. S. | 4342 | 4 | Odranec-Michov |
| 1213 | 18 | Horní Cerekev-Popelín | 4343 | 2 | Dolní Líšná-Věcov |
| 1214 | 8 | Bystrá-Hadina | 4344 | 6 | U Kolonie-Jimramov |
| 1215 | 13 | Kamenice n. L.-Mnich | 4345 | 2 | Unčín-Ubušín |
| 1216 | 5 | Vodn.-Betlém | 4369 | 12 | Rosička-Žďár n. S. |

| číslo | km | trasa |
|-------|----|---------------------------------------|
| 5021 | 19 | Kostelní Myslová–Roštejn |
| 5061 | 67 | Bystřice n. Pernštejnem–Vojnův Městec |
| 5090 | 23 | Třešť–Rohozná |
| 5091 | 16 | Třešť–Telč |
| 5092 | 40 | Batelov–Knínice |
| 5103 | 19 | Mastník–Moravské Budějovice |
| 5106 | 46 | Třebíč–Skřípský Mlýn |
| 5107 | 39 | Trnava–Kramolín |
| 5108 | 16 | Kramolín–Náměšť n. O. |
| 5109 | 35 | Nárameč–Náměšť n. O. |
| 5111 | 34 | Čichov–Přibyslavice–Čichov |
| 5112 | 12 | Benetice–Nárameč |
| 5123 | 25 | Kostelní Myslová–Doupě |
| 5124 | 58 | Javořice–Moravské Budějovice |
| 5125 | 38 | Telč–Jaroměřice n. Rokytou |
| 5126 | 16 | Telč–Jihlava |
| 5127 | 50 | Radostín–Golčův Jeníkov |
| 5128 | 15 | Nový Dvůr–Jihlava |
| 5129 | 30 | Třešť–Pelhřimov |
| 5130 | 27 | Petrovice–Pernštejn |
| 5180 | 12 | Bystřice n. Pernštejnem–Dalečín |
| 5181 | 21 | Velká Bíteš–Skřípský Mlýn |
| 5182 | 8 | Velkopolský Dvůr–Rapotice |
| 5183 | 8 | Naloučany–Demáčky |
| 5184 | 8 | Bělizna–Lesní Jakubov |

| číslo | km | trasa |
|-------|----|-------------------------------------|
| 5200 | 11 | Třešť (rozc.)–Aleje |
| 5206 | 13 | Oslava–Hostákov |
| 5207 | 11 | Vladislav–Kozlany |
| 5208 | 11 | Vaneč–Valdík |
| 5208A | 3 | Pyšel–Častotice |
| 5209 | 13 | Naloučany–Koněšín |
| 5211 | 9 | Kletečná–Bystrá |
| 5212 | 25 | Pokojuvce–Dobrá Voda |
| 5213 | 13 | Ptáčov–Klučov |
| 5214 | 23 | Hvězdoňovice–Trnava |
| 5215 | 66 | Štoky–Štoky |
| 5216 | 24 | Pavlov–Čáslavice |
| 5217 | 15 | Okříšky–Kojetice |
| 5233 | 14 | Moravské Budějovice–Zblovce (rozc.) |
| 5234 | 20 | Blížkov–Velké Meziříčí |
| 5235 | 34 | Velká Bíteš–Zvole |
| 5240 | 37 | Tasov–Bohdaleč |
| 5241 | 34 | Čikov–Krčma |
| 5242 | 25 | Osová Bitýška–Netín |
| 5243 | 16 | Radešín–Na Rohách |
| 5246 | 6 | Radkov (rozc.)–Strážek |
| 5256 | 24 | Slavkovice–Pikarec |
| 5257 | 5 | Řečice–Bohdalec |
| 5261 | 10 | Telč–Praskolesy |

† Zdroj: 2021, KČT Třebíč



Foto: archiv Amulet

6. Sekundární nabídka

Sekundární potenciál nabídky cestovního ruchu obsahuje všechny druhy zařízení a služeb, které slouží návštěvníkům k ubytování a stravování.

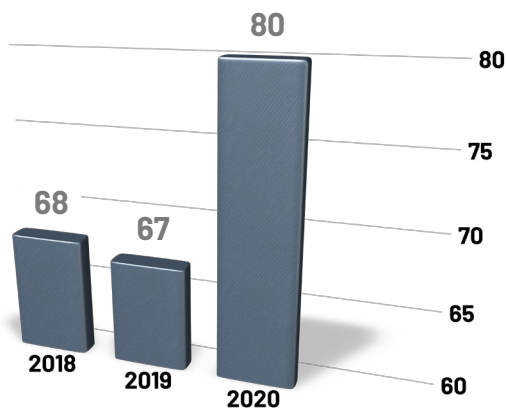
6.1 Kapacita ubytování a ekonomický potenciál destinace

Z údajů Českého statistického úřadu vyplývá, že se v roce 2020 nachází v Kraji Vysočina 485 hromadných ubytovacích zařízení. Z toho 80 jich je na Třebíčsku, disponují kapacitou 5 121 lůžek v celkem 1 821 pokojích. Počet míst pro karavany a stany je 707. V roce 2019 se na Vysočině nacházelo 434 hromadných ubytovacích zařízení, z toho se v destinaci Třebíčsko nacházelo 67 hromadných ubytovacích zařízení, která disponovala kapacitou 4 240 lůžek v celkem 1 514 pokojích. Počet míst pro karavany a stany bylo 723. Téměř stejný počet hromadných ubytovacích zařízení v destinaci vykazuje rok 2018, a to celkem 68, počet pokojů 1 537 pokojů s kapacitou 4 310 lůžek.

Z dat Českého statistického úřadu vyplývá, že se oproti roku 2019 navýšil počet hromadných ubytovacích zařízení o třináct a zvedl se také počet lůžek o 881. Klesl počet míst pro místa a karavany o 16.

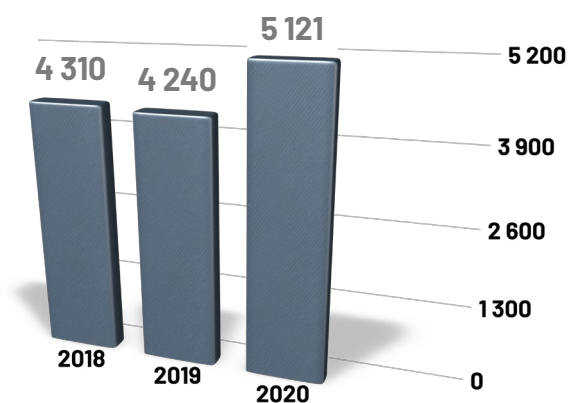
Graf 1:

Vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) v destinaci Třebíčsko



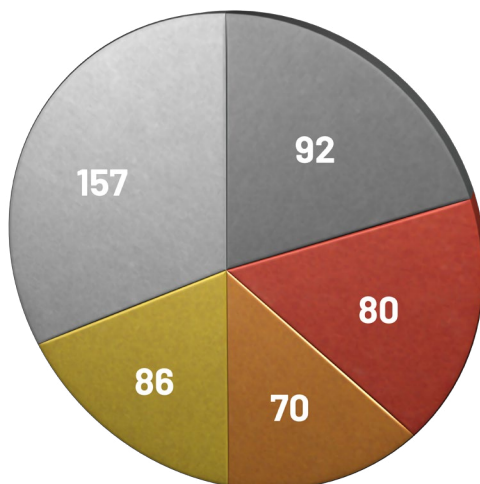
Graf 2:

Vývoj počtu lůžek hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) v destinaci Třebíčsko



Graf 3: Srovnání počtu HUZ v roce 2020

- hromadných ubytovacích zařízení na Jihlavsku
- hromadných ubytovacích zařízení na Třebíčsku
- hromadných ubytovacích zařízení na Havlíčkovsku
- hromadných ubytovacích zařízení na Pelhřimovsku
- hromadných ubytovacích zařízení na Žďársku



Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie

kraj

Období: 2020

Území: Kraj Vysočina

| | Počet zařízení | Pokoje | Lůžka | Místa pro stany a karavany |
|------------------------------------|----------------|--------|--------|----------------------------|
| Hromadná ubytovací zařízení celkem | 485 | 9 244 | 26 677 | 2 670 |
| v tom | | | | |
| Hotel ***** | 2 | i.d. | i.d. | . |
| Hotel, motel, hotel **** | 22 | 738 | 1 715 | 2 |
| Hotel, motel, hotel *** | 68 | 2 115 | 5 087 | 80 |
| Hotel, motel, hotel ** | 9 | i.d. | i.d. | . |
| Hotel, motel, hotel * | 8 | 181 | 511 | 5 |
| Hotel garni ****,***,**,* | 7 | 126 | 306 | . |
| Penzion | 175 | 1 908 | 5 340 | 20 |
| Kemp | 30 | 402 | 1 396 | 2 487 |
| Chatová osada | 26 | 628 | 2 623 | 32 |
| Turistická ubytovna | 52 | 686 | 2 372 | 3 |
| Ostatní HUZ | 86 | 2 218 | 6 676 | 41 |

Kód: CRU01/10

Značky použité v tabulkách

- ležatá čárka (pomlčka) na místě čísla značí, že se jev nevyskytoval
 . tečka na místě čísla značí, že údaj není k dispozici nebo je nespolehlivý
 x ležatý křížek (malé písmeno x) na místě čísla značí, že zápis není možný z logických důvodů
 0 nula se používá pro označení číselných údajů menších než polovina zvolené měřicí jednotky
 i. d. individuální (důvěrný) údaj

Zdroj: ČSÚ

Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie

turistický region

Období: 2019

Území: Vysočina

| | Počet zařízení | Pokoje | Lůžka | Místa pro stany a karavany |
|------------------------------------|----------------|--------|--------|----------------------------|
| Hromadná ubytovací zařízení celkem | 434 | 8 343 | 24 034 | 2 447 |
| v tom | | | | |
| Hotel ***** | 1 | i.d. | i.d. | . |
| Hotel, motel, hotel **** | 19 | 501 | 1 116 | . |
| Hotel, motel, hotel *** | 65 | 2 036 | 4 839 | 80 |
| Hotel, motel, hotel ** | 12 | i.d. | i.d. | . |
| Hotel, motel, hotel * | 5 | 115 | 329 | . |
| Hotel garni ****,***,**,* | 4 | 80 | 205 | . |
| Penzion | 133 | 1 378 | 3 772 | 10 |
| Kemp | 29 | 382 | 1 267 | 2 292 |
| Chatová osada | 22 | 495 | 2 019 | 5 |
| Turistická ubytovna | 47 | 573 | 2 015 | 3 |
| Ostatní HUZ | 97 | 2 527 | 7 784 | 57 |

Kód: CRU01/10

Značky použité v tabulkách

- ležatá čárka (pomlčka) na místě čísla značí, že se jev nevyskytoval
 . tečka na místě čísla značí, že údaj není k dispozici nebo je nespolehlivý
 x ležatý křížek (malé písmeno x) na místě čísla značí, že zápis není možný z logických důvodů
 0 nula se používá pro označení číselných údajů menších než polovina zvolené měřicí jednotky
 i. d. individuální (důvěrný) údaj

Zdroj: ČSÚ

6.2 Rozdělení hromadných ubytovacích kapacit podle kategorií v destinaci

V destinaci se nenachází žádný pětihvězdičkový hotel. Od roku 2018 stoupl počet turistických ubytoven z deseti na třináct. Počet kempů se drží na stejném čísle, a to devíti. Výrazně přibýly penziony, nárůst od roku 2018 představuje jedenáct penzionů.

6.3 Kapacita ubytování v Kraji Vysočina a v jednotlivých okresech

Na hlubší analýzu počtu hromadných ubytovacích zařízení, lůžek a míst pro karavany a stany jsme zvolili necovidový rok 2019. Nejvyšší počet HUZ nabízí Žďársko, následuje Pelhřimovsko, poté Jihlavsko, na předposledním místě je Třebíčsko a těsně za ním Havlíčkovobrodsko. V počtu lůžek je Třebíčsko na 3. místě. O příčku výše je Třebíčsko v oblasti počtu míst pro karavany a stany – po Žďársku nabízí druhý nejvyšší počet.

| území | HUZ | lůžka | místa pro karavany a stany |
|-------------------|------------|---------------|----------------------------|
| Vysočina | 434 | 24 034 | 2 447 |
| Třebíčsko | 67 | 4 240 | 723 |
| Žďársko | 148 | 8 204 | 870 |
| Havlíčkovobrodsko | 63 | 3 007 | 257 |
| Pelhřimovsko | 84 | 4 624 | 403 |
| Jihlavsko | 72 | 3 959 | 194 |

Tabulka počtu HUZ, lůžek a míst pro karavany a stany v Kraji Vysočina

Zdroj: ČSÚ

Pro porovnání uvádíme stejné údaje z vybraných destinací, které sousedí s Třebíčskem. Je patrné, že v počtu HUZ nemůže Třebíčsko konkurovat, a to ani v počtu míst pro karavany a stany. Na druhou stranu lze konstatovat, že Třebíčsko je regionem, kde se turisté vyhnou davům a mohou si užít klid.

Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie

Období: 2020
Území: okres Třebíč

| okres | Počet zařízení | Pokoje | Lůžka | Místa pro stany a karavany |
|------------------------------------|----------------|--------|-------|----------------------------|
| Hromadná ubytovací zařízení celkem | 80 | 1 821 | 5 121 | 707 |
| v tom | | | | |
| Hotel ***** | - | - | - | - |
| Hotel, motel, hotel **** | 5 | 306 | 741 | - |
| Hotel, motel, hotel **** | 8 | 303 | 678 | - |
| Hotel, motel, hotel *** | 1 | i.d. | i.d. | - |
| Hotel, motel, hotel ** | 1 | i.d. | i.d. | - |
| Hotel garní ****,***,**,* | 2 | i.d. | i.d. | - |
| Penzion | 27 | 322 | 796 | - |
| Kemp | 9 | 125 | 399 | 707 |
| Chatová osada | 1 | i.d. | i.d. | - |
| Turistická ubytovna | 13 | 226 | 816 | - |
| Ostatní HUZ | 13 | 432 | 1 287 | - |

Kód: CRU01/10

Značky použité v tabulkách

- ležatá čárka (pomlčka) na místě čísla značí, že se jev nevyskytoval
 . tečka na místě čísla značí, že údaj není k dispozici nebo je nespolehlivý
 x ležatý křížek (malé písmeno x) na místě čísla značí, že zápis není možný z logických důvodů
 0 nula se používá pro označení číselných údajů menších než polovina zvolené měřicí jednotky
 i. d. individuální (důvěrný) údaj

Zdroj: ČSÚ

Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie

Období: 2019
Území: okres Třebíč

| okres | Počet zařízení | Pokoje | Lůžka | Místa pro stany a karavany |
|------------------------------------|----------------|--------|-------|----------------------------|
| Hromadná ubytovací zařízení celkem | 67 | 1 514 | 4 240 | 723 |
| v tom | | | | |
| Hotel ***** | - | - | - | - |
| Hotel, motel, hotel **** | 3 | 134 | 325 | - |
| Hotel, motel, hotel **** | 8 | 301 | 666 | - |
| Hotel, motel, hotel ** | 2 | i.d. | i.d. | - |
| Hotel, motel, hotel * | - | - | - | - |
| Hotel garní ****,***,**,* | 2 | i.d. | i.d. | - |
| Penzion | 16 | 194 | 456 | - |
| Kemp | 9 | 123 | 388 | 723 |
| Chatová osada | 2 | i.d. | i.d. | - |
| Turistická ubytovna | 11 | 166 | 590 | - |
| Ostatní HUZ | 14 | 442 | 1 330 | - |

Kód: CRU01/10

Značky použité v tabulkách

- ležatá čárka (pomlčka) na místě čísla značí, že se jev nevyskytoval
 . tečka na místě čísla značí, že údaj není k dispozici nebo je nespolehlivý
 x ležatý křížek (malé písmeno x) na místě čísla značí, že zápis není možný z logických důvodů
 0 nula se používá pro označení číselných údajů menších než polovina zvolené měřicí jednotky
 i. d. individuální (důvěrný) údaj

Zdroj: ČSÚ

Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie

Období: 2018
Území: okres Třebíč

| okres | Počet zařízení | Pokoje | Lůžka | Místa pro stany a karavany |
|------------------------------------|----------------|--------|-------|----------------------------|
| Hromadná ubytovací zařízení celkem | 68 | 1 537 | 4 310 | 723 |
| v tom | | | | |
| Hotel ***** | - | - | - | - |
| Hotel, motel, hotel **** | 4 | 213 | 492 | - |
| Hotel, motel, hotel *** | 9 | 255 | 588 | - |
| Hotel, motel, hotel ** | 2 | i.d. | i.d. | - |
| Hotel, motel, hotel * | - | - | - | - |
| Hotel garní ****,***,**,* | 2 | i.d. | i.d. | - |
| Penzion | 16 | 194 | 455 | - |
| Kemp | 9 | 121 | 380 | 723 |
| Chatová osada | 2 | i.d. | i.d. | - |
| Turistická ubytovna | 10 | 161 | 546 | - |
| Ostatní HUZ | 14 | 440 | 1 364 | - |

Kód: CRU01/10

Značky použité v tabulkách

- ležatá čárka (pomlčka) na místě čísla značí, že se jev nevyskytoval
 . tečka na místě čísla značí, že údaj není k dispozici nebo je nespolehlivý
 x ležatý křížek (malé písmeno x) na místě čísla značí, že zápis není možný z logických důvodů
 0 nula se používá pro označení číselných údajů menších než polovina zvolené měřicí jednotky
 i. d. individuální (důvěrný) údaj

Zdroj: ČSÚ

| území | HUZ | lůžka | místa pro karavany a stany |
|-------------------|-----|--------|----------------------------|
| Jindřichův Hradec | 272 | 12 432 | 3 373 |
| Znojmo | 153 | 6 214 | 1 139 |
| Brno-venkov | 100 | 4 645 | 1 634 |
| Třebíčsko | 67 | 4 240 | 723 |

Tabulka počtu HUZ, lůžek a míst pro karavany a stany v sousedních destinacích

Zdroj: ČSÚ

6.3 Počty hostů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

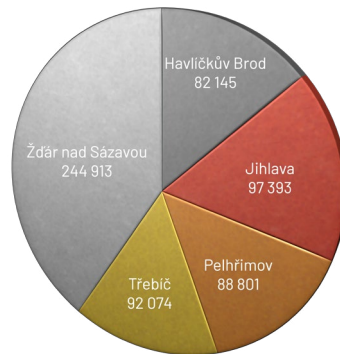
Vývoj počtu hostů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních demonstrujeme na číslech od roku 2012 do roku 2020. Z dostupných údajů je zřejmé, že dochází k nárůstu počtu hostů a přenocování, a to jak na Vysočině, tak v destinaci Třebíčsko a konkrétně i v jednotlivých územích. Průměrný počet přenocování na Třebíčsku je o něco vyšší než na území Kraje Vysočina. Nicméně čísla za osm let ukáží mírný pokles počtu strávených nocí v hromadných ubytovacích zařízeních.

**Průměrný počet nocí na Třebíčsku
v roce 2019 = 2,5**

**Průměrný počet nocí na Vysočině
v roce 2019 = 2,2**

Graf 4: Ubytování hostů na Vysočině v roce 2019

● Havlíčkův Brod ● Jihlava ● Pelhřimov ● Třebíč ● Žďár nad Sázavou



605 326 ubytovaných hostů
na Vysočině

Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

| rok | Hosté celkem | v tom | | Přenocování celkem | v tom | | Průměrný počet přenocování (noc) |
|------|--------------|-----------|-------------|--------------------|-----------|-------------|----------------------------------|
| | | rezidenti | nerезidenti | | rezidenti | nerезidenti | |
| 2012 | 61 313 | 53 279 | 8 034 | 164 197 | 142 479 | 21 718 | 2,2 |
| 2013 | 64 914 | 57 073 | 7 841 | 186 213 | 167 533 | 18 680 | 2,9 |
| 2014 | 57 115 | 49 363 | 7 752 | 159 278 | 142 695 | 16 583 | 2,8 |
| 2015 | 62 605 | 55 522 | 7 083 | 159 102 | 141 829 | 17 273 | 2,5 |
| 2016 | 72 532 | 64 385 | 8 147 | 178 082 | 160 570 | 18 112 | 2,5 |
| 2017 | 77 241 | 68 622 | 8 619 | 188 993 | 170 494 | 18 499 | 2,4 |
| 2018 | 91 466 | 78 095 | 13 371 | 221 798 | 190 202 | 31 596 | 2,4 |
| 2019 | 92 074 | 78 449 | 13 625 | 233 086 | 200 594 | 32 492 | 2,5 |
| 2020 | 74 219 | 68 809 | 5 410 | 219 054 | 206 170 | 12 884 | 3,0 |

Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

| rok | Hosté celkem | v tom | | Přenocování celkem | v tom | | Průměrný počet přenocování (noc) |
|------|--------------|-----------|-------------|--------------------|-----------|-------------|----------------------------------|
| | | rezidenti | nerезidenti | | rezidenti | nerезidenti | |
| 2012 | 2 546 | 2 213 | 333 | 5 747 | 5 030 | 717 | 2,3 |
| 2013 | 2 464 | 2 140 | 324 | 6 198 | 5 512 | 686 | 2,5 |
| 2014 | 3 913 | 3 448 | 465 | 9 230 | 8 090 | 1 140 | 2,4 |
| 2015 | 4 222 | 3 748 | 474 | 9 280 | 8 366 | 914 | 2,2 |
| 2016 | 5 124 | 4 620 | 504 | 10 577 | 9 376 | 1 201 | 2,1 |
| 2017 | 5 913 | 5 170 | 743 | 13 735 | 12 000 | 1 735 | 2,3 |
| 2018 | 6 709 | 6 144 | 565 | 14 505 | 13 224 | 1 281 | 2,2 |
| 2019 | 7 222 | 6 415 | 807 | 16 481 | 14 771 | 1 710 | 2,3 |
| 2020 | 4 830 | 4 579 | 251 | 11 849 | 11 335 | 514 | 2,5 |

Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

| rok | Hosté celkem | v tom | | Přenocování celkem | v tom | | Průměrný počet přenocování (noc) |
|------|--------------|-----------|-------------|--------------------|-----------|-------------|----------------------------------|
| | | rezidenti | nerезidenti | | rezidenti | nerезidenti | |
| 2012 | 860 | 673 | 187 | 1 795 | 1 409 | 386 | 2,1 |
| 2013 | 1 117 | 880 | 237 | 2 114 | 1 657 | 457 | 1,9 |
| 2014 | 1 201 | 954 | 247 | 2 088 | 1 554 | 534 | 1,7 |
| 2015 | 684 | 579 | 105 | 989 | 798 | 191 | 1,4 |
| 2016 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |
| 2017 | 1 731 | 1 352 | 379 | 3 583 | 2 745 | 838 | 2,1 |
| 2018 | 1 664 | 1 326 | 338 | 3 508 | 2 802 | 706 | 2,1 |
| 2019 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |
| 2020 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |

Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

| rok | Hosté celkem | v tom | | Přenocování celkem | v tom | | Průměrný počet přenocování (noc) |
|------|--------------|-----------|-------------|--------------------|-----------|-------------|----------------------------------|
| | | rezidenti | nerезidenti | | rezidenti | nerезidenti | |
| 2012 | 1 625 | 1 518 | 107 | 4 236 | 3 915 | 321 | 2,6 |
| 2013 | 1 398 | 1 311 | 87 | 3 500 | 3 266 | 234 | 2,5 |
| 2014 | 948 | 896 | 52 | 2 173 | 2 023 | 150 | 2,3 |
| 2015 | 825 | 777 | 48 | 2 447 | 2 309 | 138 | 3,0 |
| 2016 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |
| 2017 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |
| 2018 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |
| 2019 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |
| 2020 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |

Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

| rok | Hosté celkem | v tom | | Přenocování celkem | v tom | | Průměrný počet přenocování (noc) |
|------|--------------|-----------|-------------|--------------------|-----------|-------------|----------------------------------|
| | | rezidenti | nerезidenti | | rezidenti | nerезidenti | |
| 2012 | 18 130 | 13 842 | 4 288 | 56 546 | 43 176 | 13 370 | 3,1 |
| 2013 | 17 510 | 13 158 | 4 352 | 50 295 | 39 659 | 10 636 | 2,9 |
| 2014 | 17 861 | 13 385 | 4 476 | 47 111 | 37 023 | 10 088 | 2,6 |
| 2015 | 19 583 | 15 689 | 3 894 | 50 794 | 40 604 | 10 190 | 2,6 |
| 2016 | 23 153 | 18 241 | 4 912 | 56 493 | 45 687 | 10 806 | 2,4 |
| 2017 | 23 285 | 18 816 | 4 469 | 58 078 | 48 631 | 9 447 | 2,5 |
| 2018 | 24 343 | 19 323 | 5 020 | 58 957 | 47 181 | 11 776 | 2,4 |
| 2019 | 27 008 | 21 338 | 5 670 | 64 448 | 51 814 | 12 634 | 2,4 |
| 2020 | 16 039 | 13 972 | 2 067 | 41 583 | 36 597 | 4 986 | 2,6 |

Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

| rok | Hosté celkem | v tom | | Přenocování celkem | v tom | | Průměrný počet přenocování (noc) |
|------|--------------|-----------|-------------|--------------------|-----------|-------------|----------------------------------|
| | | rezidenti | nerезidenti | | rezidenti | nerезidenti | |
| 2012 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |
| 2013 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |
| 2014 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |
| 2015 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |
| 2016 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |
| 2017 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |
| 2018 | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. | i.d. |
| 2019 | 885 | 777 | 108 | 1 789 | 1 623 | 166 | 2,0 |
| 2020 | | | | | | | |

Hrotovice
2018 11 929 osob
2019 13 504 osob
2020 5 327 osob

Zdroj: MěÚ Hrotovice

Zdroj: ČSÚ

6.4 Kongresová turistika

Specializovaná forma cestovního ruchu je kongresová turistika. Konference a kongresy nejsou jenom o odborném programu v hotelu či kongresovém centru, ale jsou s nimi spojeny i doprovodné programy zaměřené na využití volného času. Data z ČSÚ ukazují, že v počtu pořádaných konferencí vede jednoznačně hlavní město Praha. Podíváme-li se na roky 2018 a 2019, které nebyly poznamenány pandemií covid-19, čísla jasně ukazují, že Vysočina se v počtu pořádaných konferencí řadí na 4. místo (1. místo je Praha, 2. místo je Jihomoravský kraj, 3. místo je Středočeský kraj).

Konference v hromadných ubytovacích zařízeních¹

| Počet konferencí | Hlavní město Praha | Středočeský kraj | Jihočeský kraj | Plzeňský kraj | Karlovarský kraj | Ústecký kraj | Liberecký kraj | Královéhradecký kraj | Pardubický kraj | Kraj Vysočina | Jihomoravský kraj | Olomoucký kraj | Zlínský kraj | Moravskoslezský kraj |
|------------------|--------------------|------------------|----------------|---------------|------------------|--------------|----------------|----------------------|-----------------|---------------|-------------------|----------------|--------------|----------------------|
| 2009 | 3 545 | 747 | 196 | 427 | 71 | 49 | 194 | 328 | 314 | 615 | 1 608 | 227 | 318 | 772 |
| 2010 | 4 283 | 748 | 317 | 334 | 125 | 85 | 233 | 286 | 263 | 505 | 1 692 | 226 | 339 | 710 |
| 2011 | 4 030 | 631 | 255 | 415 | 82 | 141 | 291 | 392 | 387 | 667 | 1 659 | 357 | 286 | 1 008 |
| 2012 | 4 264 | 712 | 320 | 430 | 68 | 267 | 365 | 304 | 351 | 630 | 1 947 | 325 | 486 | 1 078 |
| 2013 | 3 427 | 532 | 373 | 518 | 52 | 272 | 258 | 303 | 427 | 940 | 1 579 | 401 | 345 | 613 |
| 2014 | 3 667 | 427 | 462 | 458 | 47 | 211 | 269 | 319 | 409 | 835 | 1 453 | 577 | 568 | 744 |
| 2015 | 4 187 | 772 | 526 | 546 | 83 | 483 | 349 | 339 | 460 | 951 | 2 107 | 789 | 576 | 620 |
| 2016 | 4 437 | 743 | 471 | 389 | 70 | 478 | 249 | 370 | 541 | 1 102 | 1 976 | 617 | 532 | 614 |
| 2017 | 4 388 | 820 | 520 | 618 | 74 | 265 | 369 | 329 | 451 | 907 | 2 082 | 639 | 460 | 620 |
| 2018 | 4 534 | 1 039 | 427 | 464 | 71 | 413 | 300 | 352 | 447 | 900 | 1 960 | 715 | 425 | 620 |
| 2019 | 5 668 | 1 009 | 479 | 462 | 120 | 400 | 403 | 313 | 524 | 983 | 2 453 | 872 | 339 | 701 |
| 2020 | 1 135 | 298 | 94 | 136 | 52 | 168 | 144 | 76 | 158 | 340 | 873 | 495 | 250 | 217 |

Kód: CRU07a/9

¹ Údaje v tabulce jsou souhrnem zpracovaných údajů pouze za předložené dotazníky. Jsou započteny akce od 50 účastníků.

Zdroj: ČSÚ

NA TŘEBÍČSKU SE NACHÁZÍ 15 MÍST VHODNÝCH PRO POŘÁDÁNÍ KONFERENCÍ



Foto: Zámek v Jaroměřicích nad Rokytnou

Akciový pivovar Dalešice
Zámek Dukovany
CETT, Náměšť nad Oslavou
Grand hotel, Třebíč
Hotel Atom, Třebíč
Pasáž, Třebíč
Hotel Opera, Jaroměřice nad Rokytnou
Hotel Zámek Valeč
Penzion Grasel, Nové Syrovce
Penzion Pohoda, Nárameč
Sport-V-hotel Hrotovice
Muzeum Vysočiny Třebíč
velký sál Městského kulturního střediska
Beseda, Moravské Budějovice
zámek Jaroměřice nad Rokytnou
zámek Náměšť nad Oslavou

6.5 Ekonomický potenciál destinace

Kvalifikovaný odhad výše výdajů návštěvníků v destinaci Třebíčsko lze provést za použití průměrného výdaje návštěvníků a turistů Vysočiny a dat o návštěvnosti území.

ROČNÍ PRŮMĚRY VÝDAJŮ ZA OBDOBÍ 2018–2019. DOMÁCÍ A PŘÍJEZDOVÝ CESTOVNÍ RUCH - TRACKING A GSM DATA 2019

Výdaje osoba/den:

946 Kč

DOMÁCÍ
TURISTÉ

907 Kč

DOMÁCÍ
VÝLETNÍCI

1 604 Kč

(1 406 během cesty)

ZAHRANIČNÍ
TURISTÉ

Malý vzorek
respondentů
pro analýzu

ZAHRANIČNÍ
VÝLETNÍCI

Počet ubytovaných hostů v HUZ na Třebíčsku v roce 2019: 92 074 hostů

Průměrný výdaj turisty na den: 946 Kč

Průměrný počet přenocování na Třebíčsku: 2,5 dne.

92 074 x 946 x 2,5 = 217 691 155 Kč

Velmi zajímavá zjištění vycházejí z dat, která má k dispozici město Třebíč.

Z analýzy mobilních operátorů z roku 2019 pro město Třebíč jsme vytáhli pro představu data, která operátoři uvádějí, a porovnali je s čísly od Českého statistického úřadu.

| POČTY PŘENOCOVÁNÍ V HUZ 2019: | TŘEBÍČ | TŘEBÍČSKO |
|-------------------------------|---------------------|---------------------|
| ČSÚ uvádí: | 64 448 přenocování | 233 086 přenocování |
| Mobilní operátoři uvádějí: | 177 378 přenocování | 640 987 přenocování |

Realitou tedy je, že v Třebíči přenocuje 2,75 x více reálných turistů než uvádí Český statistický úřad.

| TŘEBÍČ | TŘEBÍČSKO |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 177 378 přenocování x 946 Kč = 167 799 588 Kč | 640 987 přenocování x 946 Kč = 606 373 702 Kč |

Kvalifikovaným odhadem tedy docházíme k číslu 168 milionů korun, které turisté zanechali v roce 2019 v Třebíči.

Data mobilních operátorů pro město Třebíč z roku 2019 vykazují celkem 529 239 výletodnů (výletník, který v Třebíči nepřenocoval).

| TŘEBÍČ | TŘEBÍČSKO |
|------------------------------------------|----------------------------------------------|
| 529 239 výletníků x 907 Kč = 480 019 773 | 1 911 305 výletníků x 907 Kč = 1 733 553 635 |

Kvalifikovaným odhadem tedy docházíme k číslu 480 milionů korun, které zanechali výletníci v roce 2019 v Třebíči.

7. Návštěvnost turistických cílů

Údaje o návštěvnosti turistických informačních center (TIC) a turistických cílů jsme získali od pracovníků v turistickém ruchu při vedení strukturovaných rozhovorů. Každá instituce je vede jiným způsobem. TIC Jaroměřice nad Rokytnou eviduje počty turistů teprve od roku 2019. Pro úplnost uvádíme také data o návštěvnosti státních zámků Jaroměřic nad Rokytnou a Náměště nad Oslavou, dále pak návštěvnost Muzea Vysočiny Třebíč, které je zřizováno Krajem Vysočina.

7.1 Jemnice

Údaje o návštěvnosti nejen jemnického muzea, biotopu, kostela sv. Víta a zámku, ale také zámku v Polici a Pohádkové stezky v Panenské eviduje TIC Jemnice. Z čísel vyplývá vzrůstající zájem turistů o tuto část Třebíčska. Za povšimnutí stojí návštěvnost přírodního koupaliště-biotopu, které je otevřené v době letní sezóny, a zavítá sem přes 10 000 návštěvníků. Nutno podotknout, že se jedná o jediné přírodní koupaliště na Třebíčsku. U rodin s dětmi se těší oblíbené Pohádková cesta v Panenské, kterou si ročně odhadem projde kolem 4 000 osob.

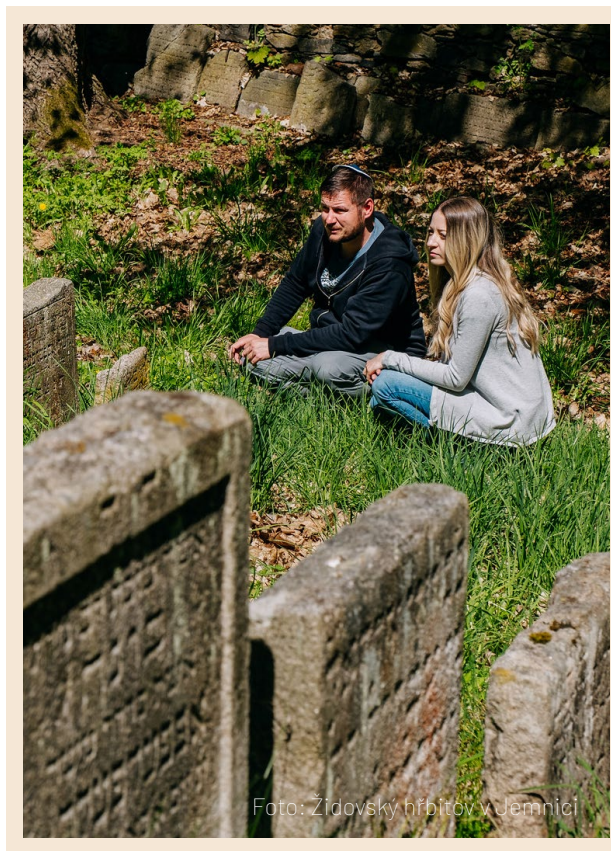


Foto: Židovský hřbitov v Jemnici

NÁVŠTĚVNOST TURISTICKÝCH CÍLŮ ZA ROK 2020

| Obec | Turistické místo / atraktivita | Návštěvnost za rok |
|----------|--------------------------------|--------------------|
| Jemnice | Muzeum | — |
| Jemnice | Biotop | 11 610 |
| Police | Zámek | 4 091 |
| Panenská | Pohádková stezka | odhad 4 000-5 000 |
| Jemnice | Kostel sv. Víta | 337 |
| Jemnice | Zámek | 470 |

NÁVŠTĚVNOST TURISTICKÝCH CÍLŮ ZA ROK 2019

| Obec | Turistické místo / atraktivita | Návštěvnost za rok |
|----------|--------------------------------|--------------------|
| Jemnice | Muzeum | 933 |
| Jemnice | Biotop | 10 374 |
| Police | Zámek | 2 850 |
| Panenská | Pohádková stezka | cca 3 000-4 000 |
| Jemnice | Kostel sv. Víta | 441 |
| Jemnice | Zámek | 322 |

NÁVŠTĚVNOST TURISTICKÝCH CÍLŮ ZA ROK 2018

| Obec | Turistické místo / atraktivita | Návštěvnost za rok |
|----------|--------------------------------|-------------------------------------|
| Jemnice | Muzeum | 1 156 |
| Jemnice | Biotop | Z důvodu rekonstrukce bylo zavřeno. |
| Police | Zámek | 2 772 |
| Panenská | Pohádková stezka | cca 3 000 |
| Jemnice | Kostel sv. Víta | 685 |
| Jemnice | Zámek | 373 platících + cca 100 neplatících |

7.2 Jaroměřice nad Rokytnou

V Jaroměřicích nad Rokytnou jsou provozována dvě TIC, která evidují návštěvnost turistů od roku 2019. Z dostupných dosavadních dat lze vyčíst, že největší zájem turistů je v letní sezóně, v období letních prázdnin. Vzhledem k tomu, že rok 2020 byl poznamenán pandemií covid-19, lze vidět i úbytek zahraničních turistů v tomto roce.

NÁVŠTĚVNOST TIC ŠPITÁL PRO ROK 2020

| | Turista ČR | Turista zahraničí |
|---------------|-------------|-------------------|
| leden | 10 | – |
| únor | 21 | – |
| březen | 9 | – |
| duben | zavřeno | zavřeno |
| květen | 55 | – |
| červen | 167 | – |
| červenec | 492 | 2 |
| srpen | 540 | 6 |
| září | 137 | – |
| říjen | zavřeno | zavřeno |
| celkem | 1431 | 8 |

NÁVŠTĚVNOST TIC RADNICE PRO ROK 2019

| | Turista ČR | Turista zahraničí |
|---------------------------------|-------------|-------------------|
| červen | 206 | 16 |
| červenec (8.-19. 7. zavřeno) | 125 | 20 |
| srpen | 530 | 13 |
| září | 191 | 8 |
| říjen | 85 | 7 |
| listopad | 25 | 1 |
| prosinec | 56 | 9 |
| celkem | 1218 | 74 |

NÁVŠTĚVNOST TIC ŠPITÁL PRO ROK 2019

| | Turista ČR | Turista zahraničí |
|---------------|-------------|----------------------------------------------|
| červen | 146 | 7-4 (DE), 3 (AJ) |
| červenec | 444 | 11-4 (POL), 7 (SVK) |
| srpen | 547 | 18-8 (AJ), 4 (DE), 2 (SVK), 2 (UKR), 2 (EST) |
| září | 162 | 6-2 (DE), 2 (SVK), 2 (RUS) |
| říjen | 58 | 4 |
| listopad | 26 | 2 |
| prosinec | 25 | 0 |
| celkem | 1408 | 48 |



Foto: Jaroměřice nad Rokytnou, - spítál

7.3 Náměšť nad Oslavou

V Náměšti nad Oslavou evidují pracovníci TIC data o návštěvnosti od roku 2014. Koronavirový rok 2020 nelze považovat za vypovídající. Z údajů za rok 2019 lze vyčíst, že se návštěvnost zvyšuje s letními měsíci. První kvartál roce 2019 má poměrně stabilní návštěvnost, ve srovnání s návštěvností TIC Jaroměřice nad Rokytnou je vyšší.

NÁVŠTĚVNOST TIC 2020

| | Turista ČR | Turista zahraničí |
|----------------------------------|---------------------|---------------------|
| leden | 403 | 1 |
| únor | 448 | 0 |
| březen | | |
| částečně uzavřeno kvůli covid-19 | 237 | 0 |
| duben | | |
| uzavřeno kvůli covid-19 | 34 | 0 |
| květen | 403 | 0 |
| červen | 657 | 4 |
| červenec | 1279 | 23 |
| srpen | 1346 | 10 |
| září | 666 | 0 |
| říjen | | |
| uzavřeno kvůli covid-19 | 256 | 1 |
| listopad | uzavřeno - covid-19 | uzavřeno - covid-19 |
| prosinec | | |
| částečně uzavřeno kvůli covid-19 | 682 | 0 |
| celkem | 6 450 | |

NÁVŠTĚVNOST TIC 2019

| | Turista ČR | Turista zahraničí |
|---------------|--------------|-------------------|
| leden | 606 | 0 |
| únor | 594 | 0 |
| březen | 485 | 0 |
| duben | 514 | 7 |
| květen | 894 | 3 |
| červen | 961 | 19 |
| červenec | 1804 | 34 |
| srpen | 1481 | 33 |
| září | 675 | 18 |
| říjen | 389 | 3 |
| listopad | 437 | 2 |
| prosinec | 383 | 1 |
| celkem | 9 343 | |



Foto(2x): Muzeum v Náměšti nad Oslavou

7.4 Třebíč

Město Třebíč prostřednictvím Městského kulturního střediska realizuje řadu činností, souvisejících se zajištěním a podporou cestovního ruchu. Všechny provozy jsou rozděleny pod tři hlavní střediska zastřešená turistickými informačními centry. Podle územní příslušnosti je v Třebíči Středisko Národní dům, které sleduje návštěvnost TIC Národní dům, TouristPointu, Městské věže, Expozice Kaiserpanorama a Vodojemu Kostelíček. Středisko Synagoga zahrnuje TIC Synagoga, Zadní synagogu, Dům Seligmanna Bauera a Pamětní síň Antonína Kaliny. Středisko Synagoga realizuje také stále využívanější průvodcovské služby po Židovském městě a hřbitově. Poslední Středisko Bazilika spravuje TIC Bazilika, baziliku sv. Prokopa, Interaktivní expozici Cesty časem, Expozici Za řemesly minulosti a Zámeckou ledovnu.

NÁVŠTĚVNOST PODLE STŘEDISEK 2015–2020

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| Středisko Národní dům (TIC, věž, vodojem ad.) | 38 627 | 40 697 | 37 537 | 39 406 | 43 840 | 21 179 |
| Středisko Synagoga (TIC, synagoga, D. S. Bauera ad.) | 39 541 | 40 379 | 37 032 | 39 203 | 43 468 | 20 646 |
| Středisko Bazilika (TIC, bazilika, Cesty časem ad.) | 46 345 | 46 272 | 57 604 | 69 050 | 44 759 | 37 693 |
| celkem | 124 513 | 127 348 | 132 173 | 147 659 | 132 067 | 79 518 |

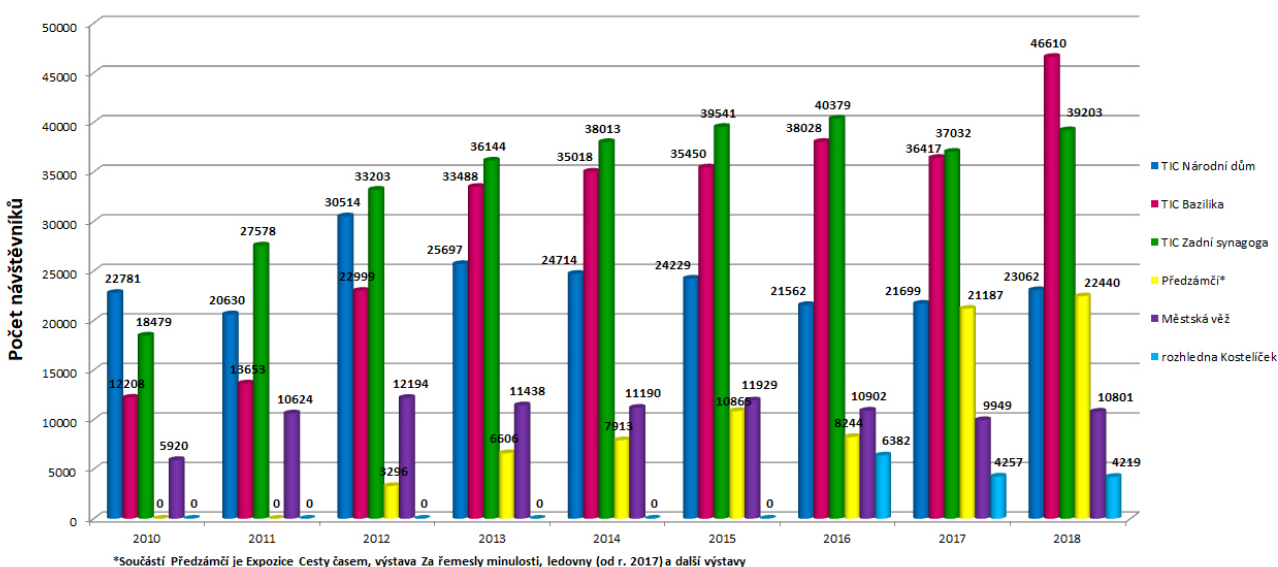
Zatímco v roce 2017 navštívilo uvedené provozy města Třebíče celkem 132 000 turistů, v roce 2018 jich bylo již téměř 148 000. Návštěvnost tedy meziročně stoupla o 11,7 %.

Z podrobných čísel je patrné, že nejvíce vzrostla návštěvnost Střediska Bazilika v zámeckém areálu. Zatímco v případě Střediska Bazilika je evidovaná zahraniční návštěvnost 4 446 turistů, tj. 9,5 % z celkového počtu 47 tis. osob navštěvujících infocentrum a samotnou baziliku.

Nejvíce cizinců (779 osob) se hlásilo k německé státní příslušnosti. Středisko Synagoga evidovalo v roce

Zdroj: MKS Třebíč

2018 celkem 6452 zahraničních návštěvníků, což činí 16,4 % z celkového počtu 39 tis. osob. Z nich byl zaznamenán největší podíl Američanů (1 376 osob).



7.5 Moravské Budějovice

V Moravských Budějovicích se nachází jedno Turistické informační centrum, které vede přesná data o své návštěvnosti od roku 2018. Dle posbíraných dat lze vidět, že návštěvnost rok od roku stoupá. Nejvíce turistů zavítá do Moravských Budějovic v období letních měsíců. Rok 2020 poznamenala epidemie Covid-19, která se propsala také do návštěvnosti.

JEDNOTNÁ TABULKA NÁVŠTĚVNOSTI TIC V ROCE 2018

| TIC Moravské Budějovice | návštěvníci |
|-------------------------|--------------|
| leden | 144 |
| únor | 344 |
| březen | 287 |
| duben | 264 |
| květen | 564 |
| červen | 612 |
| červenec | 1116 |
| srpen | 1523 |
| září | 756 |
| říjen | 512 |
| listopad | 438 |
| prosinec | 205 |
| celkem | 6 765 |

JEDNOTNÁ TABULKA NÁVŠTĚVNOSTI TIC V ROCE 2019

| TIC Moravské Budějovice | návštěvníci |
|-------------------------|---------------|
| leden | 368 |
| únor | 648 |
| březen | 955 |
| duben | 982 |
| květen | 986 |
| červen | 1056 |
| červenec | 2 412 |
| srpen | 2 156 |
| září | 1 390 |
| říjen | 687 |
| listopad | 519 |
| prosinec | 482 |
| celkem | 12 641 |

JEDNOTNÁ TABULKA NÁVŠTĚVNOSTI TIC V ROCE 2020

| TIC Moravské Budějovice | návštěvníci |
|-------------------------|-----------------------------|
| leden | 418 |
| únor | 532 |
| březen | 287 |
| duben | zavřeno - epidemie covid 19 |
| květen | 34 |
| červen | 1030 |
| červenec | 1450 |
| srpen | 2 048 |
| září | 1 546 |
| říjen | zavřeno - epidemie covid 19 |
| listopad | zavřeno - epidemie covid 19 |
| prosinec | zavřeno - epidemie covid 19 |
| celkem | 7 345 |

KOUPALIŠTĚ MORAVSKÉ BUDĚJOVICE:

v roce 2019

| | |
|----------|--------------------|
| červen | 10 433 návštěvníků |
| červenec | 8 299 návštěvníků |
| srpen | 6 630 návštěvníků |

v roce 2020

| | |
|----------|--------------------|
| červen | 810 návštěvníků |
| červenec | 8 946 návštěvníků |
| srpen | 12 519 návštěvníků |

v roce 2021

| | |
|----------|-------------------|
| červen | 5 647 návštěvníků |
| červenec | 6 896 návštěvníků |

7.6 Hrotovice

V Hrotovicích poskytuje služby informačního charakteru turistům Muzeum Hrotovicka.

JEDNOTNÁ TABULKA NÁVŠTĚVNOSTI
MUZEA HROTOVICKA V ROCE 2020

| Muzeum Hrotovicka | návštěvníci |
|-------------------|-------------|
| leden | 97 |
| únor | 100 |
| březen | 13 |
| duben | 0 |
| květen | 28 |
| červen | 46 |
| červenec | 215 |
| srpen | 309 |
| září | 79 |
| říjen | 82 |
| listopad | 0 |
| prosinec | 57 |

JEDNOTNÁ TABULKA
NÁVŠTĚVNOSTI TIC V ROCE 2020

| TIC Hrotovice | návštěvníci |
|---------------|-------------|
| leden | 29 |
| únor | 32 |
| březen | 15 |
| duben | 0 |
| květen | 22 |
| červen | 33 |
| červenec | 170 |
| srpen | 224 |
| září | 39 |
| říjen | 43 |
| listopad | 0 |
| prosinec | 26 |

JEDNOTNÁ TABULKA
NÁVŠTĚVNOSTI TIC V ROCE 2019

| Muzeum Hrotovicka | návštěvníci | cizinci |
|-------------------|-------------|-----------|
| leden | 76 | 1(DE) |
| únor | 54 | - |
| březen | 121 | - |
| duben | 67 | 2(EN) |
| květen | 133 | - |
| červen | 154 | 2(EN) |
| červenec | 109 | 1(RU) |
| srpen | 197 | 4(PL) |
| září | 76 | - |
| říjen | 118 | - |
| listopad | 48 | - |
| prosinec | 54 | - |
| celkem | 1207 | 10 |



Foto: Muzeum v Hrotovicích

7.7 Návštěvnost zámků na Třebíčsku

Pod správou Národního památkového ústavu se na Třebíčsku nachází dva zámky – Jaroměřice nad Rokytnou a Náměšť nad Oslavou. Více navštěvovaný je jaroměřický zámek, který značně přesahuje roční návštěvnost přes 30 000. V roce 2017 jeho návštěvnost dosáhla 38 315 osob. Zámek Náměšť nad Oslavou je méně navštěvovaný, přesto se jedná o vysoké číslo, v roce 2017 sem zavítalo na 17 322 zájemců.

NÁVŠTĚVNOST ZÁMKŮ V JAROMĚŘICÍCH NAD ROKYTNOU A NÁMĚŠTI NAD OSLAVOU

Zdroj: NPÚ

| | návštěvníci |
|-------------------------------|-------------|
| 2019 | |
| zámek Jaroměřice nad Rokytnou | 33 039 |
| zámek Náměšť nad Oslavou | 17 335 |
| 2018 | |
| zámek Jaroměřice nad Rokytnou | 35 724 |
| zámek Náměšť nad Oslavou | 16 494 |
| 2017 | |
| zámek Jaroměřice nad Rokytnou | 38 315 |
| zámek Náměšť nad Oslavou | 17 322 |

7.8 Muzeum Vysočiny Třebíč

Muzeum Vysočiny Třebíč je příspěvkovou organizací Kraje Vysočina – pod jeho gesci spadají expozice v zámeckém areálu v Třebíči a také pobočky v Jemnici a v Moravských Budějovicích (Muzeum řemesel Moravské Budějovice). Návštěvnost, kterou si muzeum eviduje, zahrnuje účast na akcích, vernisážích, koncertech apod. V Třebíči je zahrnutý do návštěvnosti zámku také depozitář na ul. Kosmákova a od roku 2019 i Centrum tradiční lidové kultury. Naprostá většina je ale ze zámku.

| | návštěvníci |
|---------------------|--------------------------------------------------------|
| 2016 | 52 752 |
| Třebíč | 46 427 |
| Moravské Budějovice | 5 292 |
| Jemnice | 1 033 |
| 2017 | 49 803 |
| Třebíč | 43 409 |
| Moravské Budějovice | 4 883 |
| Jemnice | 1 511 |
| 2018 | 50 207 |
| Třebíč | 43 426 |
| Moravské Budějovice | 5 624 |
| Jemnice | 1 157 |
| 2019 | 40 572 |
| Třebíč | 39 538 |
| Moravské Budějovice | 101 <small>(od roku 2019 v MB rekonstrukce)</small> |
| Jemnice | 933 |
| 2020 | 35 542 |
| Třebíč | 34 770 |
| Moravské Budějovice | 6 |
| Jemnice | 766 |



Foto: Jaroměřice nad Rokytnou - špitál

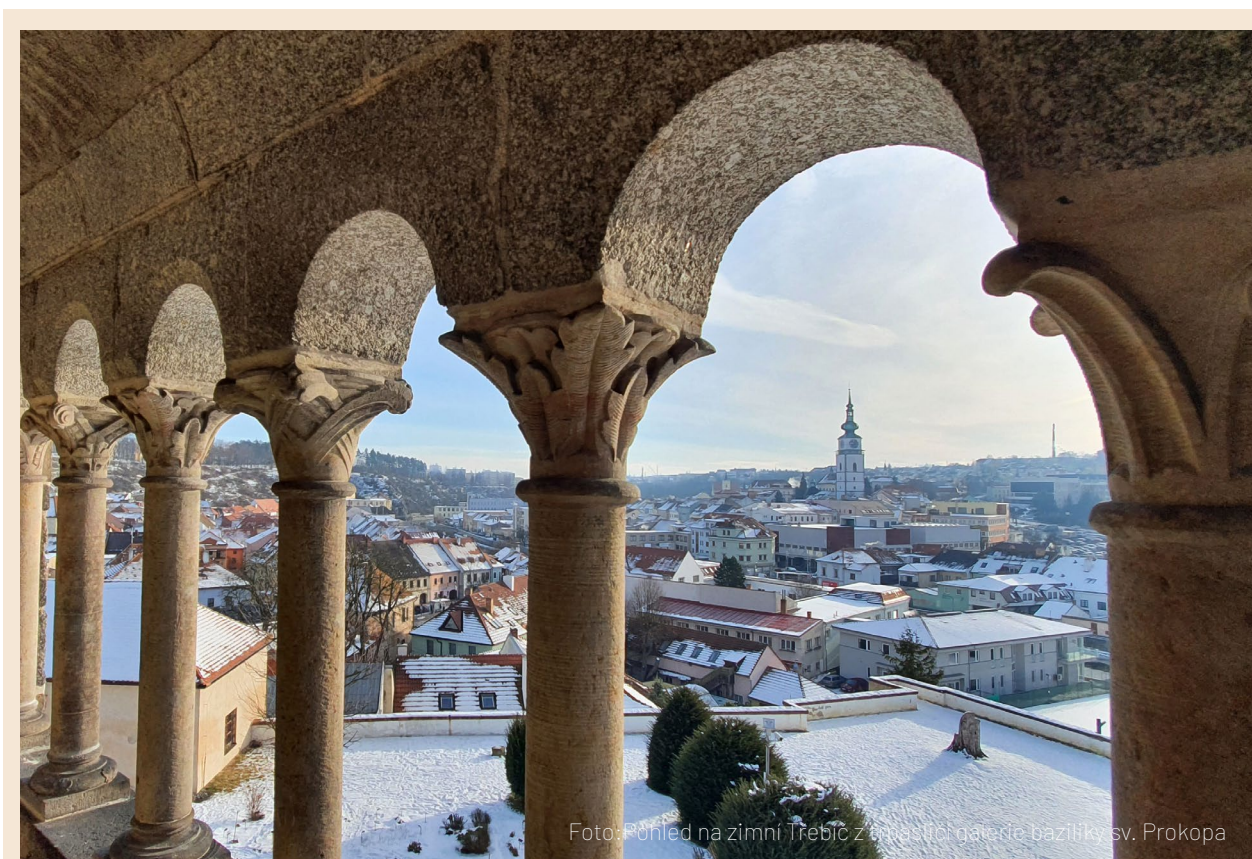


Foto: Pohled na zimní Třebíč z masličkové galerie baziliky sv. Prokopa

7.9 Nejnavštěvovanější místa dle dat CzechTourism

CzechTourism zpracovává své přehledy o návštěvnosti turistických cílů v jednotlivých krajích. Tabulka nejnavštěvovanějších turistických cílů pracuje s těmi, které jsou v této databázi uvedeny, proto je potřeba k tomuto přehledu přistupovat s touto informací. Nicméně je zajímavé se podívat na tuto statistiku, která zohledňuje turistické cíle za Vysočinu. Dlouhodobě se na prvních příčkách drží Zoologická zahrada Jihlava a Vodní ráj v Jihlavě. Mezi deseti nejnavštěvovanějšími místy se za Třebíčsko objevuje Bazilika sv. Prokopa v Třebíči, Zámek Třebíč, Zadní synagoga a dům Seligmanna Bauera v Třebíči a také Informační centrum Jaderné elektrárny Dukovany.

NEJNAVŠTĚVOVANĚJŠÍ TURISTICKÉ CÍLE NA VYSOČINĚ V ROCE 2019

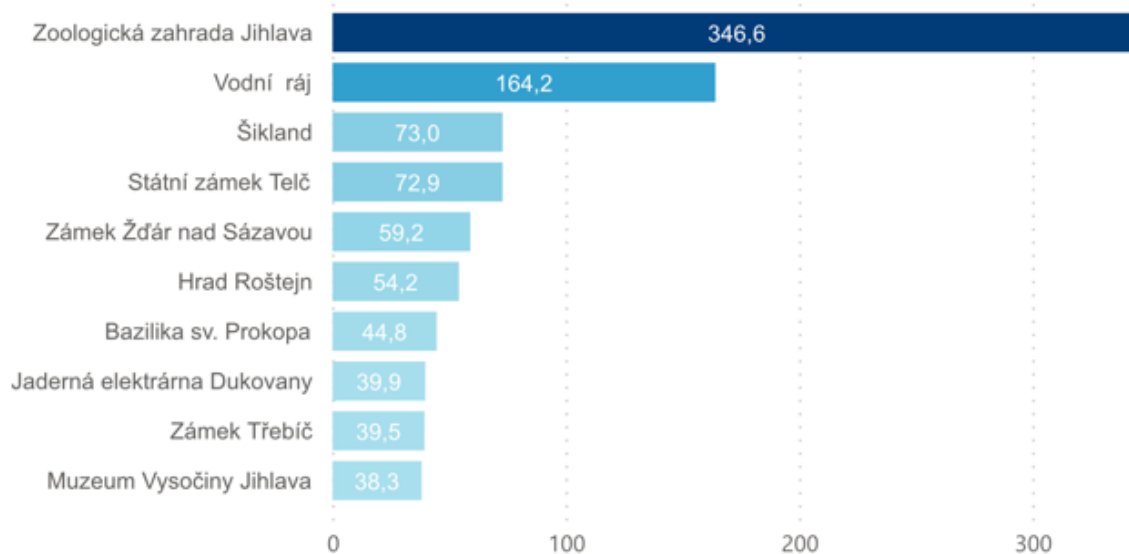
1 625 689

Počet registrovaných návštěvníků 2019

100

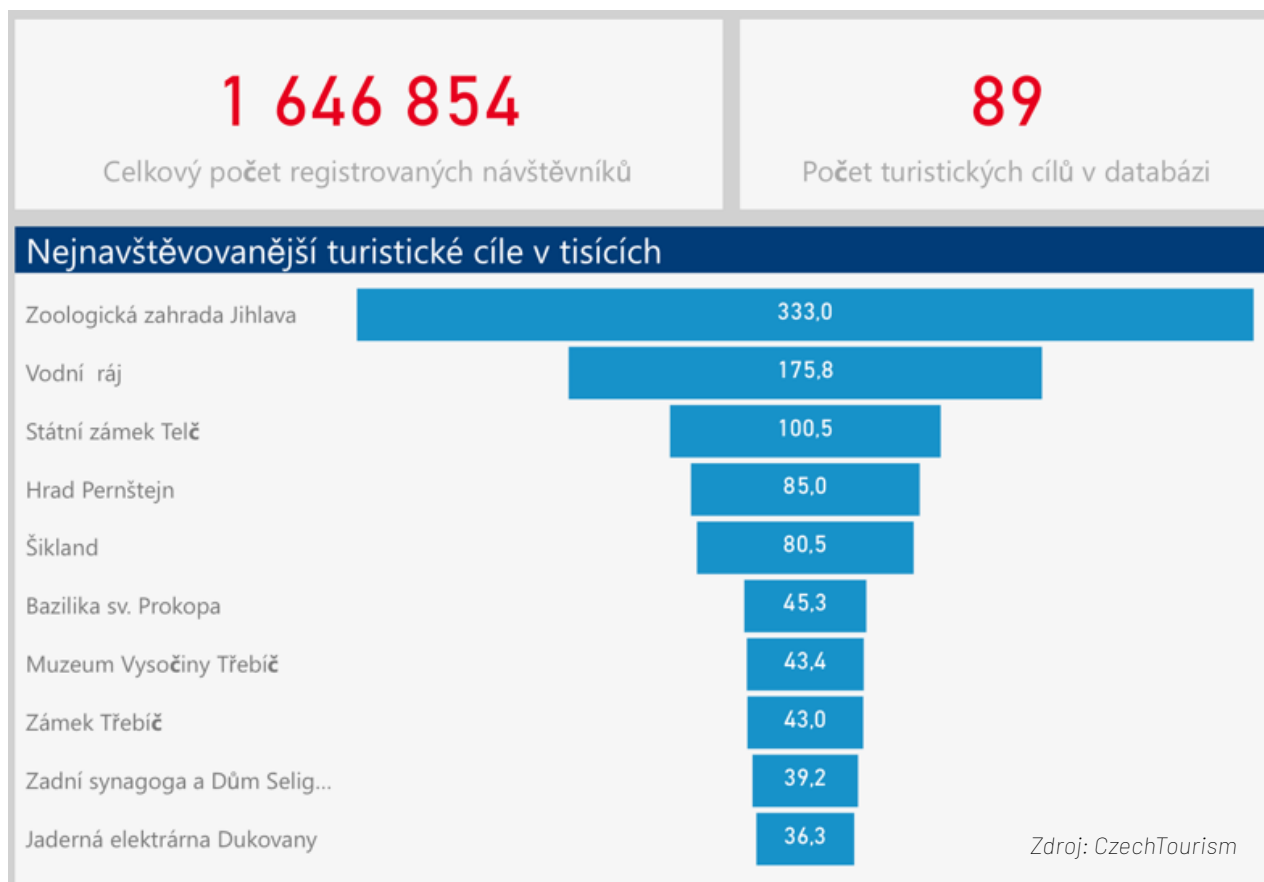
Počet turistických cílů v databázi

Nejnavštěvovanější turistické cíle v tisících

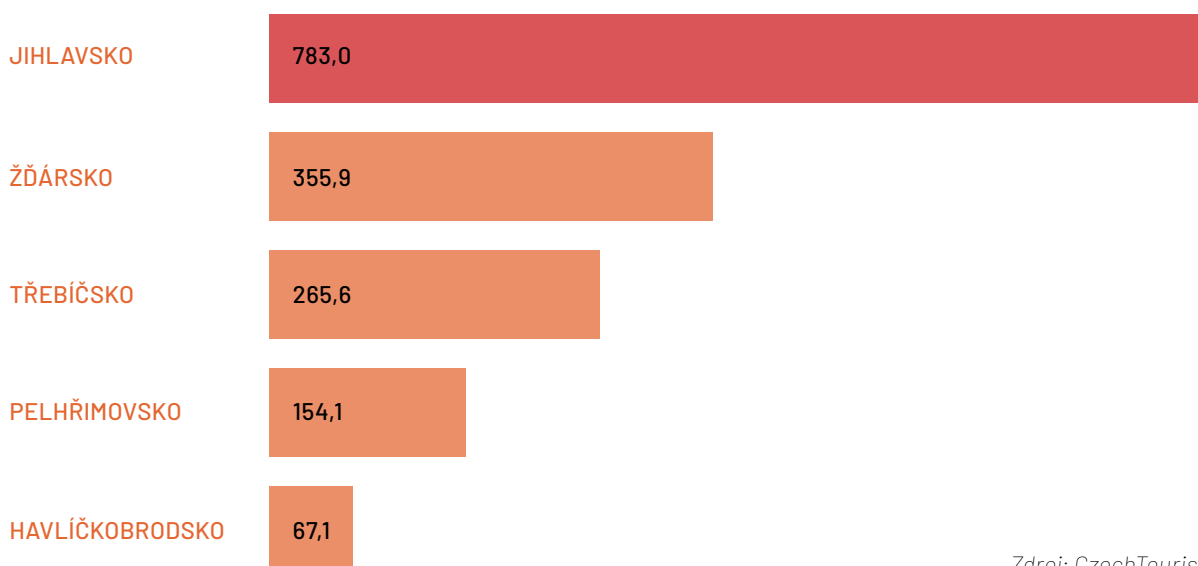


Zdroj: CzechTourism

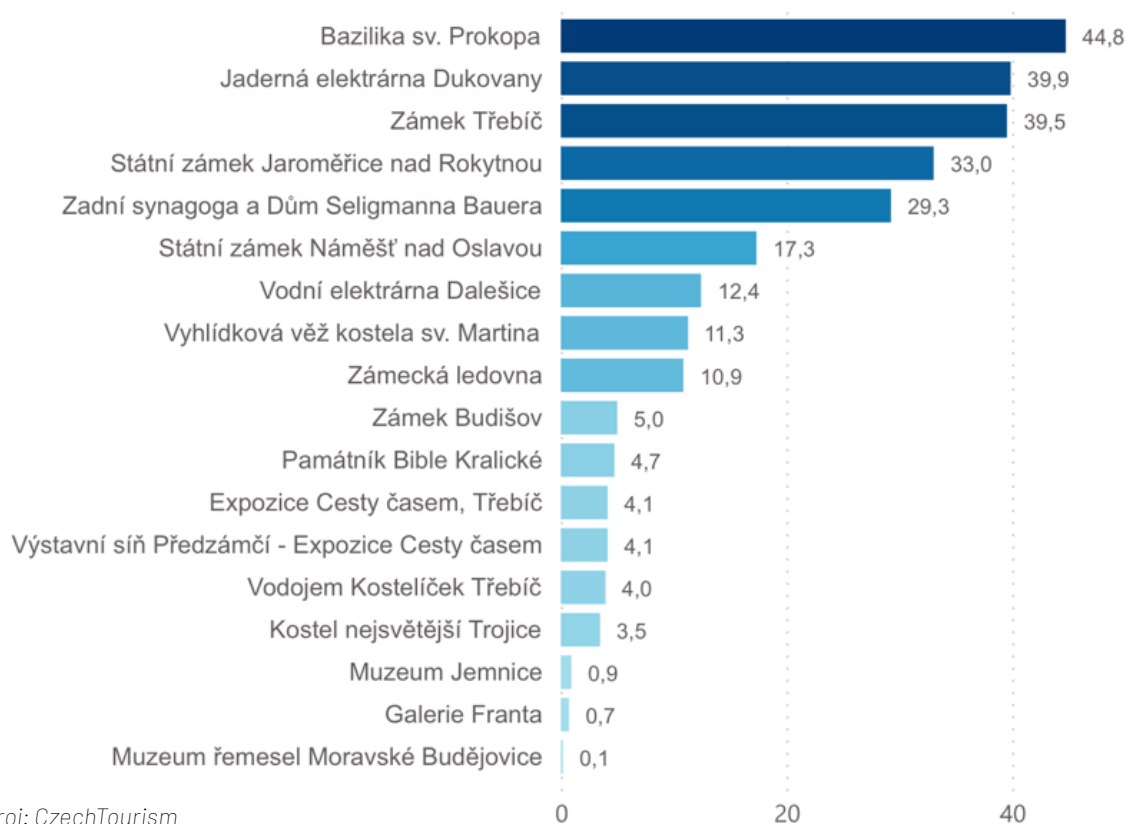
NEJNAVŠTĚVOVANĚJŠÍ TURISTICKÉ CÍLE NA VYSOČINĚ V ROCE 2018



POČET REGISTROVANÝCH NÁVŠTĚVNÍKŮ V ROCE 2019; ROZDĚLENÍ NÁVŠTĚVNOSTI DLE ÚZEMÍ



POROVNÁNÍ NÁVŠTĚVNOSTI TURISTICKÝCH CÍLŮ ZA TŘEBÍČSKO V ROCE 2019; ČÍSLA UVEDENA V TISÍCÍCH



Zdroj: CzechTourism



Foto: Třebíč, pohled na židovskou čtvrť a zámek s bazilikou sv. Prokopa

8. Restaurace a kavárny

Největší počet kaváren a restaurací nabízí největší město v destinaci, a to je Třebíč. Nejméně se jich nachází na Jaroměřicku.

| Území | Název | Adresa |
|-----------|------------------------------|--------------------------------------------|
| Třebíčsko | Obývák - bistro & káva | Karlovo náměstí 63/52, 674 01 Třebíč |
| | Pizzerie Café Bar La fabrika | Karlovo náměstí 17/11, 674 01 Třebíč |
| | Black House Třebíč | Karlovo náměstí 22/16, 674 01 Třebíč |
| | Třebíčanka | Karlovo náměstí 41/30, 674 01 Třebíč |
| | Adam's Bar & Bistro | Komenského náměstí 138/10, 674 01 Třebíč |
| | Hotel Kocour | Žerotínovo náměstí 19/17, 674 01 Třebíč |
| | Metropolis restaurace | Karlovo náměstí 13, 674 01 Třebíč |
| | Burger Bára | Zadní 9, 674 01 Třebíč |
| | BRAM Kitchen a Coffee | Bedřicha Václavka 71/6, 674 01 Třebíč |
| | JAK JINAK PUB | Smila Osovského 14/21, 674 01 Třebíč |
| | Rovnováha bistro | Bráfova třída 9/15, 674 01 Třebíč |
| | Centrum Lihovar | Nad Zámkem 7, 674 01 Třebíč |
| | Bowling U Kmotra | Lavického 406, 674 01 Třebíč |
| | Vinohrádek nad Babou | Cyrilova 430, 674 01 Třebíč |
| | Restaurace Fórum | Masarykovo náměstí 12, 674 01 Třebíč |
| | Restaurace Molekula | Velkomeziříčská 640/45, 674 01 Třebíč |
| | Restaurace Amadeus | Sadová 829/1, 674 01 Třebíč |
| | Restaurace Lucullus | Okrajová 1350, 674 01 Třebíč |
| | Zábavní centrum DON | Modřínová 599/7, 674 01 Třebíč |
| | Hostinec Podlipný | Nádražní 143/25, 674 01 Třebíč |
| | Restaurace U Kopečků | Nádražní 19/344, 674 01 Třebíč |
| | Restaurace U Vaignerů | Bedřicha Václavka 46/7, 674 01 Třebíč |
| | Pizzeria Harlekýn | Bráfova 471/58, 674 01 Třebíč |
| | Pizza Bar San Marco | Otmarova 91/5, 674 01 Třebíč |
| | Pizzerie Laguna | Mládežnická 1096 (u bazénu), 674 01 Třebíč |
| | Bowling Koule | Míčová 1134, 674 01 Třebíč |
| | Del Monte | Pražská 1056, 674 01 Třebíč |
| | Amici Pizza & Burgers | Komenského náměstí 141/5, 674 01 Třebíč |
| | Vyhlička Třebíč | Karlovo náměstí 22/16, 674 01 Třebíč |

| | |
|-------------------------------|-----------------------------------------|
| Lucky's Vege Bistro | Tiché náměstí 5/3, 674 01 Třebíč |
| Restaurace Bei Jing | Bedřicha Václavka 212/12, 674 01 Třebíč |
| Quan Viet | Chlumeckého 229/1, 674 01 Třebíč |
| Namaste Třebíč | Karlovo náměstí 103/54, 674 01 Třebíč |
| Wok Paradise | Vítězslava Nezvala 5/9, 674 01 Třebíč |
| Občerstvení Jordán | Karlovo náměstí 29/23, 674 01 Třebíč |
| Občerstvení Koruna | Jejkovská brána 119/4, 674 01 Třebíč |
| SUSHI | Komenského náměstí 141/5, 674 01 Třebíč |
| Sultan Kebab | Komenského náměstí 135/3, 674 01 Třebíč |
| Sultan Kebab House | Smila Osovského 39/12, 674 01 Třebíč |
| Kurdský kebab | Soukenická 38/1, 674 01 Třebíč |
| Sportbar Na Hvězdě | Na Hvězdě 1388, 674 01 Třebíč |
| Kavárna a vinárna Salsa | Karlovo náměstí 15/9, 674 01 Třebíč |
| Toscana bar | Blahoslavova 7, 674 01 Třebíč |
| Café Art | Blahoslavova 88/19, 674 01 Třebíč |
| Irish Pub Lucky's | Skalní 89/2, 674 01 Třebíč |
| Trebitsch whisky bar | Leopolda Pokorného 59/13, 674 01 Třebíč |
| Ježkovna | Modřínová 1/600, 674 01 Třebíč |
| Kozlovna Alfa | Znojemská 1235/29, 674 01 Třebíč |
| Chata Pivnice | Polní 260, 674 01 Třebíč |
| Na staré radnici | Žerotínovo náměstí 11, 674 01 Třebíč |
| Papi Café | Karlovo náměstí 59/48, 674 01 Třebíč |
| Caffe-farfalla | Karlovo náměstí 30/24, 674 01 Třebíč |
| Dobroty od farmářky | Karlovo náměstí 11/17, 674 01 Třebíč |
| Cukrárna V Uličce | Kotlářská 3, 674 01 Třebíč |
| Alacaffé | Přerovského 151/5, 674 01 Třebíč |
| Cukrárna Nad Skálou | Hasskova 98, 674 01 Třebíč |
| We Love Coffee | Hasskova 66/7, 674 01 Třebíč |
| Cafe Demaris | Hasskova 24, 674 01 Třebíč |
| Cukrárna U Řeky | Subakova 37, 674 01 Třebíč |
| Honkyponk cafe | U Barborky 90/1, 674 01 Třebíč |
| Cukrárna a kavárna Pod Lampou | Žerotínovo náměstí 20/16, 674 01 Třebíč |
| Nature Spot | Komenského náměstí 107/1, 674 01 Třebíč |
| Gelateria Roma | Vítězslava Nezvala 95/2, 674 01 Třebíč |
| Cukrárna U Cahů | Bedřicha Václavka 67/4, 674 01 Třebíč |

| | | |
|-----------|--------------------------------------|--------------------------------------------|
| | Cukrárna Míca | Kapitána Jaroše 748/8, 674 01 Třebíč |
| | Cukrárna Fontána | Znojemská 1235, 674 01 Třebíč |
| | Zelený drak | Vítězslava Nezvala 72/48, 674 01 Třebíč |
| | Za pecí | Žerotínovo náměstí 8, 674 01 Třebíč |
| | Farní kavárna u sv. Prokopa | Zámek 2, 674 01 Třebíč |
| | Restaurace a penzion Morava | Výčapy 200, 674 01 Třebíč |
| | U Lenina | Budíkovice 1, 674 01 Budíkovice |
| | Pivovarský hostinec ve Vladislavi | Vladislav 46, 675 01 Vladislav |
| | Motorest Golem | Vladislav 146, 675 01 Vladislav |
| | Vinařství a Hotel Sádek | Kojetice 171, 675 23 Kojetice na Moravě |
| | Penzion a restaurace Na Pilce | Petrovice 151, 675 21 Okříšky |
| | Restaurant - pizzerie "U mušketýrů" | Nádražní 109, 675 21 Okříšky |
| | Restaurace Bílý dům | Jihlavská 539, 675 21 Okříšky |
| | Bistro U Šárky | Boženy Němcové 344, 675 21 Okříšky |
| | Café dezert | Masarykova 113, 675 21 Okříšky |
| | Občerstvení Na dvorku | Svatoslav 52, 675 07 Svatoslav |
| | Pohoda Nárameč | Nárameč 128, 675 03 Nárameč |
| | Restaurace U Kazdů | Budišov 6, 675 03 Budišov |
| | Na jedno | Budišov 265, 675 03 Budišov |
| Náměšťsko | Restaurace Na statku | Bítešská 13, 675 71 Náměšť nad Oslavou |
| | Restaurace U Cafourků | Třebíčská 297, 675 71 Náměšť nad Oslavou |
| | Pizzerie Peperone | Nádražní 984, 675 71 Náměšť nad Oslavou |
| | Náměšťská pivnice | Mjr. Šandory 24, 675 71 Náměšť nad Oslavou |
| | Kavárna Pohodička | V. Nezvala 115, 675 71 Náměšť nad Oslavou |
| | Kafe pěší zona | Lipová 342, 675 71 Náměšť nad Oslavou |
| | Café Zappé | Habří 1006, 675 71 Náměšť nad Oslavou |
| | Motorest Na vyhlídce | Okarec 43, 675 02 Okarec |
| | Svatojakubský pivovar Hluboké | Hluboké 27, 675 71 Náměšť nad Oslavou |
| | U Kryštofů | Jinošov 12, 675 71 Náměšť nad Oslavou |
| | KEBAB POINT | Masarykovo nám. 94, Náměšť nad Oslavou |
| | Restaurace a penzion Mohelenský dvůr | Mohelno 29, 675 75 Mohelno |
| | Pohostinství U Staňků | Mohelno 89, 675 75 Mohelno |

| | | |
|---------------------|---------------------------------|------------------------------------------------|
| Hrotovicko | Hospoda Stodola | Dalešice 62, Dalešice |
| | Pivovar Dalešice | Dalešice 71, Dalešice |
| | Restaurant Sport V-Hotel | Náměstí 8. května 219, Hrotovice |
| | Penzion a restaurace u Floriánů | Brněnská 190, Hrotovice |
| | U Bohouše | Slavětice 37, Hrotovice |
| | Restaurace Lihovar Rouchovany | Rouchovany 197, Rouchovany |
| | Restaurace Radnice | Rouchovany 35, Rouchovany |
| | Restaurace Zámek Dukovany | Dukovany 1, Dukovany |
| | Restaurace Zámek Valeč | Valeč 1, Valeč |
| Jaroměřicko | Restaurace Corrida | K Ráji 486, Jaroměřice nad Rokytou |
| | Restaurace a cukrárna Viola | Komenského 34, Jaroměřice nad Rokytou |
| | Hostinec U Fišerů | F. V. Míči 558, Jaroměřice nad Rokytou |
| | Pohostinství Skucius | u autobusového nádraží, Jaroměřice nad Rokytou |
| | Restaurace Opera | Komenského 996, Jaroměřice nad Rokytou |
| | Tréninková kavárna Splněný sen | náměstí Míru 1, Jaroměřice nad Rokytou |
| Moravskobudějovicko | Café Restaurant Stern | Pražská 809, Moravské Budějovice |
| | Restaurace Bílý dům | Janáčkova 1331, Moravské Budějovice |
| | Bowling sport bar | Tyršova 682, Moravské Budějovice |
| | Restaurace Grand | náměstí Míru 12, Moravské Budějovice |
| | Cukrárna U Tří koček | Pražská 107, Moravské Budějovice |
| | MUFin kavárna | náměstí ČSA 38, Moravské Budějovice |
| | Caffee Matee | náměstí ČSA 38, ve dvoře, Moravské Budějovice |
| | Pizzeria | náměstí Míru 32, Moravské Budějovice |
| | Motorest U Nováků | Litohoř 204, 675 44 Litohoř |
| | Penzion Grasel | Nové Syrovice 141, Nové Syrovice |
| | Hostinec U Blahoudků | Dešov 19, Dešov |
| Jemnicko | Restaurace u sv. Víta | Topolová 899, 675 31 Jemnice |
| | U Templu - pizza bar | Zámecká 51, 675 31 Jemnice |
| | Restaurace U Divišů | náměstí Svobody 60, 675 31 Jemnice |
| | Restaurace Na Podolí | Na Podolí 305, 675 31 Jemnice |
| | Koko bar | náměstí Svobody 79, 675 31 Jemnice |
| | Restaurace a cukrárna Sluníčko | Na Parkáni 115, 675 31 Jemnice |
| | Kuželna a bar | Tyršova 624, Jemnice |

9. Ubytování

Do základních služeb cestovního ruchu patří ubytování. V tabulkách níže uvádíme jmenovitý přehled možností ubytování – hotely, penziony, ubytovny a kempy. Z rozhovorů vyplynulo, že kvalita ubytovacích služeb je značně rozdílná. Týká se to všech oblastí. Pracovníci MKS (a TIC) se snaží s ubytovateli komunikovat, ne vždy je však komunikace oboustranná. Na tomto poli je velký prostor pro zlepšování. Někteří ubytovatelé nemají zájem o spolupráci, konkrétní příklad – neúčastní se setkání, která jsou iniciována pro vzájemné informování. Je potřeba hledat cesty k vzájemné spolupráci.

Město Třebíč v letošním roce odstartovalo motivační program pro podnikatele v cestovním ruchu – ubytovatelé – s cílem připravit pro ně motivační podněty ke zkvalitňování služeb. Snahou je mít pro návštěvníky ucelený přehled možností ubytování na jednom místě (v případě Třebíče se jedná o web visittrebic.eu) i s hodnocením kvality služeb (pomocí jedné z aplikací, jako je například Google hodnocení nebo Trip Advisor). Podstatnou záležitostí jsou kulaté stoly, u kterých se vedení města s pracovníky cestovního ruchu a manažerem destinační kanceláře budou pravidelně setkávat a řešit podněty, nápady, případné problémy a především se budou vzájemně informovat, například o připravovaných marketingových kampaních. Pro ubytovatele v Třebíči radnice připravuje každý rok propagační materiály zdarma, které podnikatelé využívají pro své hosty (mapy, průvodce po památkách). Tento způsob je příkladem dobré praxe, který lze transformovat do celé oblasti destinace.

Trendem současného cestování (i vlivem koronavirové pandemie) je dovolená s karavánem či obytným vozem. Z rozhovorů vyplynulo, že je potřeba se zaměřit na vytvoření podmínek pro stellplatzy.

9.1 Třebíčsko

| | | | |
|----------------------|-------------------|------------------------------------------|---------------------|
| Hotel Kocour | hotel | Penzion Koplová | penzion |
| Apartmány Holiday | apartmán | Penzion Morava | penzion |
| Grand Hotel | hotel | Penzion Na pilce | penzion |
| Hotel Alfa | hotel | Penzion Padrtův mlýn | penzion |
| Hotel Atom | hotel | Penzion Pod Kostelíčkem | penzion |
| Hotel Okříšky | hotel | Penzion Rezkův Mlýn | penzion |
| Hotel Sádek | hotel | Penzion Sobotka | penzion |
| Hotel Solaster | hotel | Penzion Tenis HTK | penzion |
| Hotel U Černého orla | hotel | Penzion U Lenina | penzion |
| Hotel Zlatý kříž | hotel | Penzion U Synagogy | penzion |
| Kemp Poušov | kempy a tábořiště | Penzion Waldsteinovo zátíší | penzion |
| Klub IFRE | penzion | Penzion Zahrady | penzion |
| Pension Eliška | penzion | Restaurace a penzion na 13 | penzion |
| Penzion Vis á Vis | penzion | Restaurace Vladislav | ubytovna |
| Penzion Benz | penzion | Rekreační a turistické středisko Jalovec | rekreační středisko |
| Penzion Dvůr Střítež | penzion | Ubytovna Koněšín | ubytovna |

9.2 Náměšťsko

| | |
|--------------------------------------------|-------------------|
| Autocamp Wilsonka na Dalešické přehradě | kempy a tábořiště |
| CETT | penzion |
| Hotel Monaco | hotel |
| Hotel restaurant „Na Statku“ | hotel |
| Chalupa u Dalešické přehrady | chata/chalupa |
| Penzion Fontána | penzion |
| Mohelenský dvůr | penzion |
| Penzion Hájenka | penzion |
| Penzion Marie | penzion |
| Penzion Jízdárna | penzion |

| | |
|-----------------------------------|---------------------|
| Penzion Nad Hájkem | penzion |
| Penzion U Hostince | penzion |
| Penzion U Valěšů | penzion |
| Rekreační středisko Fiola | rekreační středisko |
| Rekreační středisko Kramolín | rekreační středisko |
| Rekreační středisko Pod Stepí | rekreační středisko |
| Zámecký penzion | penzion |
| Ubytovna FC Náměšť nad Oslavou | ubytovna |
| Ubytovna TJ Sokol Vícenice | ubytovna |

9.3 Moravskobudějovicko

| | |
|----------------------|-------------------|
| Beny penzion | penzion |
| Havlišův mlýn | kempy a tábořiště |
| Hostinec u Blahoudků | penzion |
| Motorest U Nováků | motel |
| Pacherův mlýn | penzion |
| Penzion Grasel | penzion |
| Ranch Babice | penzion |
| Niki MB Penzion | penzion |
| M Penzion | penzion |

9.4 Jaroměřicko

| | |
|-----------------------------|----------|
| Hotel Opera | hotel |
| Penzion Ferdinand | penzion |
| Penzion Leopold | penzion |
| Penzion Bednářův dvůr | penzion |
| Penzion U Zámku | penzion |
| Penzion V Lihovaru | penzion |
| Penzion Vejtasová | penzion |
| Ubytovna Jaroměřice n. Rok. | ubytovna |

9.5 Hrotovicko

| | |
|---------------------------|---------|
| Hotel Zámek Valeč | hotel |
| Pivovarský hotel Dalešice | hotel |
| U Floriánů | penzion |
| Penzion Zámek Dukovany | penzion |
| Penzion U Zámku | penzion |
| Penzion U Školy | penzion |
| Penzion Lihovar | penzion |

9.6 Jemnicko

| | |
|--------------------------------|----------|
| Penzion Pod Kaštany | penzion |
| Tříletý Mlýn | penzion |
| Penzion a restaurace Na Podolí | penzion |
| Ubytovna TJ Sokol Jemnice | ubytovna |

10. Turistická informační centra

Ke klíčovým službám v cestovním ruchu patří turistická informační centra (TIC) a široká nabídka ubytovacích a stravovacích služeb. TIC se nacházejí v Třebíči (3), v Náměšti nad Oslavou (1), v Jaroměřicích nad Rokytnou (2), v Jemnici (1 + v létě 1 v Polici), v Moravských Budějovicích (1). V Hrotovicích plní tuto funkci pracovník Muzea Hrotovicka.

10.1 Přehled TIC v destinaci

Třebíč

TIC Národní dům,
Karlovo nám. 58/47

TIC Zadní synagoga, Subakova 1/44
TIC Zámek 1

Náměšť nad Oslavou

TIC Náměšť nad Oslavou,
Masarykovo náměstí 100

Jaroměřice n. Rokytnou

TIC Špitál, F. V. Míči 726
TIC Radnice, nám. Míru 2

Moravské Budějovice

TIC Moravské Budějovice,
Purcnerova 62

Jemnice

TIC Jemnice,
Husova 2

+ v letní sezóně (červenec + srpen)
je otevřeno informační centrum
v Polici na zámku

Hrotovice

TIC - součást Muzea Hrotovicka,
nám. 8. května

Koněšín

Informační centrum v budově
obecního úřadu
Přístupné veřejnosti je každý den.

PŘEHLED CERTIFIKOVANÝCH TIC + TERMÍNY PLATNOSTI

mimo soboty a neděle.

Turistické informační centrum Národní dům

Karlovo nám. 47
674 01 Třebíč

Klasifikační třída: B

Datum certifikace: 10. 9. 2019

Platnost do: 9. 9. 2023

Turistické informační centrum Bazilika

Zámek 1
674 01 Třebíč

Klasifikační třída: B

Datum certifikace: 10. 9. 2019

Platnost do: 9. 9. 2023

Turistické informační centrum Zadní synagoga

Subakova 1/44
674 01 Třebíč

Klasifikační třída: B

Datum certifikace: 10. 9. 2019

Platnost do: 9. 9. 2023

Informační centrum Náměšť nad Oslavou

Masarykovo nám. 100
675 71 Náměšť nad Oslavou

Klasifikační třída: B

Datum certifikace: 10. 9. 2019

Platnost do: 9. 9. 2023

Turistické informační centrum Moravské Budějovice

Purcnerova 62
676 02 Moravské Budějovice

Klasifikační třída: C

Datum certifikace: 10. 9. 2019

Platnost do: 9. 9. 2023

Turistické informační centrum Jemnice

Husova 2
675 31 Jemnice

Klasifikační třída: B

Datum certifikace: 10. 9. 2019

Platnost do: 9. 9. 2023

Turistické informační centrum - Špitál

F. V. Míči 726
Jaroměřice nad Rokytnou

Klasifikační třída: C

Datum certifikace: 11. 8. 2020

Platnost do: 11. 8. 2023

11. Kulturní turismus a významné kulturní akce Třebíčska

Hlavní důvod pro cestování je změna prostředí, ve kterém se člověk nachází, a to s cílem uspokojit své potřeby – odpočinek, poznání, pohyb, kulturní zážitky. Kulturní cestovní ruch je volnočasová aktivita, která zahrnuje i městský cestovní ruch, kdy návštěvníci mají zájem o kulturní vybavenost – divadlo, muzea, galerie, festivaly atd. Je založen na tradicích, na různých formách umění, na slavnostech a zážitcích. Patří sem tedy významné kulturní eventy, které si návštěvník spojuje s danou destinací a vytváří si k ní vztah. Na Třebíčsku se koná několik tradičních a vyhlášených kulturních akcí, které přitahují pozornost návštěvníků. Je to příležitost, jak jim dále nabídnout další možnosti trávení volného času v destinaci.



Foto: Oživené židovské město v Třebíči

PŘEHLED VÝZNAMNÝCH KULTURNÍCH A SPORTOVNÍCH EVENTŮ

TŘEBÍČ:

Slavnosti Tří kápí
Šamajim / festival židovské kultury
Svatoprokopská pouť
Bramborobraní
Svátky hudby s Václavem Hudečkem
Oživené židovské město

JEMNICE:

Barchan
Jemnická bitva
Pívobraní

JAROMĚŘICE NAD ROKYTNOU:

Mezinárodní hudební festival
Petra Dvorského
Noční prohlídky zámku
Tradiční posvícení v Jaroměřicích
nad Rokytou
Vánoce na zámku

NÁMĚŠŤ NAD OSLAVOU:

Folkové prázdniny
Náměštská placka
Folkový špíz
Oživený zámek
Concentus Moraviae
Zámecký koncert
Zámecký vrch
(závody automobilů do vrchu)

MORAVSKÉ BUDĚJOVICE:

Ochutnávka jihomoravský vín
Císařské posvícení
Festival Miroslava Kratochvíla
Moravskobudějovické kulturní léto
Loučení s prázdninami
Horákův Horácký festival

HROTOVICE:

Hrotovicko tančí
Hrotovický koločas

12. Systém řízení cestovního ruchu a analýza zájmového sdružení Rozvoj Třebíčska

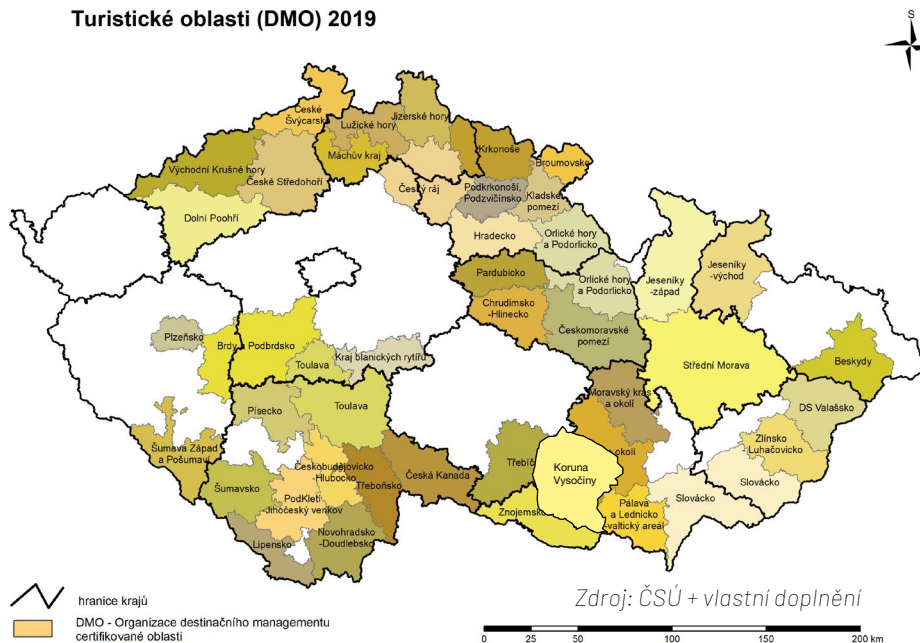
Mezi nejvýznamnější instituce v ČR, které zabezpečují organizaci a podporu cestovního ruchu na národní úrovni, patří Ministerstvo pro místní rozvoj a CzechTourism. Od roku 2001, kdy byly kraje schváleny jako nejvyšší samosprávné jednotky, agentura CzechTourism začala pracovat na krajských a regionálních programech rozvoje cestovního ruchu. Cílem těchto programů je především podpora spolupráce obcí v regionu a shromažďování prostředků pro naplnění potřeb jednotlivých subjektů.

Destinace Třebíčsko má své formální vymezení, které je dáno vznikem zájmového sdružení právnických osob Rozvoj Třebíčska, z. s. Sdružení vzniklo 30. listopadu 2011, od roku 2017 je jedním z jeho posláním dle stanov právě činnost destinační kanceláře za účelem rozvoje regionu se zvláštním zaměřením na cestovní ruch a vytvoření společensky i odborně uznávané a respektované organizace a platformy s cílem prosazování strategie a společného zájmu souvisejícího s rozvojem cestovního ruchu v regionu. Destinace Třebíčsko je dále vymezena z územního hlediska hranicí okresu Třebíč.

ČLENOVÉ ZÁJMOVÉHO SDRUŽENÍ PRÁVNICKÝCH OSOB ROZVOJ TŘEBÍČSKA

- MĚSTO HROTOVICE
- MĚSTO JAROMĚŘICE NAD ROKYTNOU
- MĚSTO JEMNICE
- MĚSTO MORAVSKÉ BUDĚJOVICE
- MĚSTO NÁMĚŠŤ NAD OSLAVOU
- MĚSTO TŘEBÍČ
- OKRESNÍ HOSPODÁŘSKÁ KOMORA TŘEBÍČ
- ZÁPADOMORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA TŘEBÍČ (v současné době již neexistuje)

Turistické oblasti (DMO) 2019



AKTUÁLNĚ (2021) JSOU PLATNÉ TYTO DOKUMENTY:

- Úplné znění stanov – 2017
- Strategie rozvoje ČR – 2019–2025
- Strategie cestovního ruchu ČR 2021–2030
- Strategie rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina na období 2017–2025
- Marketingová strategie ČR v kraji Vysočina na období 2017–2025

12.1 Destinace Třebíčsko a její vnitřní procesy a fungování

Z vývoje podpory cestovního ruchu ze strany státu je patrné, že připravená, zdravá a silná destinační kancelář je nejefektivnější nástroj pro získání zdrojů pro rozvoj CR v dané destinaci, a to dlouhodobě. Proto je logické, že všechny subjekty podnikající a zapojené v oblasti cestovního ruchu by měly mít zájem o stabilní a fungující destinační kancelář. Tato forma péče o rozvoj CR v destinaci má potenciál, který není v současné době zcela využíván. Spolupráce členů je limitovaná finančními a časovými zdroji. To má za následek nepravidelné komunikační toky a také absenci partnerských vztahů. Jednotliví členové se zapojují v různých úrovních aktivity.

VÝZNAMNÝM KROKEM JSOU JIŽ REALIZOVANÉ PROJEKTY SE ZÍSKÁNÍM PODPORY Z DOTAČNÍCH TITULŮ

Rok 2017-2018

- Kraj Vysočina - vytvoření webových stránek destinace

Rok 2019

- MMR Národní program podpory cestovního ruchu v regionech, podprogram Marketingové aktivity v cestovním ruchu (realizace v roce 2020).
- Kraj Vysočina – Marketingové aktivity v oblasti podpory cykloturistiky.

Rok 2020

- MMR Národní program podpory cestovního ruchu v regionech, podprogram Marketingové aktivity v cestovním ruchu (realizace v roce 2021).
- Kraj Vysočina – Soutěž Nejlepší dovolená.

Rok 2021

- Tvorba nového produktu 12 pokladů Třebíčska a následná komunikace + podpora komunikace jednotlivých členů, kteří se chtěli do projektu zapojit.
- Mediální a propagační kampaň na podporu cestovního ruchu destinační oblasti Třebíčsko–moravská Vysočina 2021

NA ZÁKLADĚ REALIZACE PROJEKTŮ SE PROJEVIL:

- Potenciál výsledků spolupráce
- Limity ve využití potenciálu spolupráce


PŘI ZAJIŠŤOVÁNÍ ZDROJŮ PRO ANALYTICKOU ČÁST STRATEGIE BYLY ZJIŠTĚNY TYTO SKUTEČNOSTI:

- Výkonný manažer destinace disponuje omezeným množstvím časové dotace na výkon práce.
- Jednotlivá TIC v městech mají různě nastavené sběry dat o počtech návštěvníků.
- Pro komunikaci a spolupráci s destinační kanceláři je v každém městě vybrán jeden zástupce. Tito zástupci se ale neúčastní jednání sdružení. (Jsou tam přítomni starostové, případně místostarostové měst.)
- Není nastaven systém pravidelné komunikace a vzájemného předávání informací.
- V Třebíči je vybudovaná vysoce funkční organizační struktura pro rozvoj a správu CR.
- Úroveň spolupráce a připravenost ke spolupráci a rozvoji ve struktuře jednotlivých členů je rozdílná.

13. Propagační materiály

Propagační materiály v jednotném vizuálním stylu jsou nedílnou součástí budování brandu. V současné době existuje několik promo materiálů, jedná se například o brožuru 12 pokladů Třebíčska, obecný promo leták o destinaci, DL letáček Turistický okruh Po cestě Václava Vlastníka atd.

1. OBECNÝ PROMO LETÁK O DESTINACI TŘEBÍČSKO



NÁMĚŠŤSKO

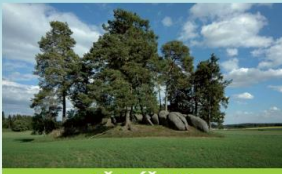
Hluboce zařiznutý romantický kaňon řeky Osavy tvoří nejatraktivnější součást členité kopcovité krajiny Náměšťska, poseté lesy a rybníky. Přírodné centrum oblasti tvoří samo město Náměšť nad Osavou, rozkládající se pod zdaleka viditelným rozsáhlým areálem renesančního zámku, původně významného gotického hradu. Město i zámek dosáhly největšího rozkvětu v dobách vlastnictví panství rodem Haugwitzů. Dokladem je zejména unikátní barokní záměcká knihovna, most se dvěma desítkami soch, kaple sv. Anny, kostel sv. Jana Křtitele nebo například objekt bývalé klášterní přádelny. Na záměcké parky pak navazuje přírodní památka Obora, zmíněná jako lovecký revír již v patnáctém století. Nádherné přírodní scenérie v okolí řeky Osavy lákají k pěším i cykloturistickým výletům, obohaceným o úchvatné výhledy na zříceniny hradů i objekty starobylých mlýnů.

Turistické cíle

- Zámek v Náměšti nad Osavou
- Barokní most přes řeku Osavu
- Historické centrum
- Záměcká obora
- Gotický kostel v Jinošově
- Památník Bible Kralické
- Osmanická rozhledna
- Zámek v Budišově

Kontakt

TIC Náměšť nad Osavou, Masarykovo náměstí 100
675 71 Náměšť nad Osavou
tel.: 568 620 493, 737 246 909
e-mail: info@namestnol.cz



TŘEBÍČSKO

Klasický vysokoúský krajinný ráz s políčky na úpatí kopců, se shluky balvanů, s rybníky i potoky, se smíšenými lesíky i osamělými pokroucenými borovicemi - to je typický obrázek přírody Třebíčska, zejména jeho severní části. Počátky nejvýznamnější sídla oblasti - města Třebíče - souvisí s dávnou průmyslovou kolonizací tehdy divokého kraje, kde byl v roce 1101 nad strategickým brodem přes řeku Jihlavu založen benediktinský klášter. Na obou březích řeky pak během staletí vyrostlo město, pyšníci se dnes nejen souborem historických památek, zapsaných v roce 2003 na prestižní seznam UNESCO, ale i řadou dalších pamětihodností. Zároveň je však dnešní Třebíč moderním sídlem s vyspělou kulturní, sportovní i ekonomickou infrastrukturou, připraveným vyhovět vysokým nárokům jak svých obyvatel, tak i návštěvníků, jejichž počty rok od roku výrazně rostou.

Turistické cíle

- Záměcký areál s bazilikou sv. Prokopa
- Muzeum Vysociny Třebíč
- Židovská čtvrť se zední synagogou a hřbitovem
- Městská věž, historické centrum a zbytky opevnění
- Ekotechnické centrum Alternátor
- Rozhledna a vodojem na vrchu Kostelíček
- Aquapark Laguna
- Rozhledna Pekelný kopec

Kontakt

TIC Národní dům, Karlovo nám. 47
674 01 Třebíč
tel.: 568 610 021, 775 707 503
e-mail: info@mkstrebic.cz



TŘEBÍČSKO
MORAVSKÁ VYSOČINA

www.destinace-trebic.cz
© Rozvoj Třebíčska

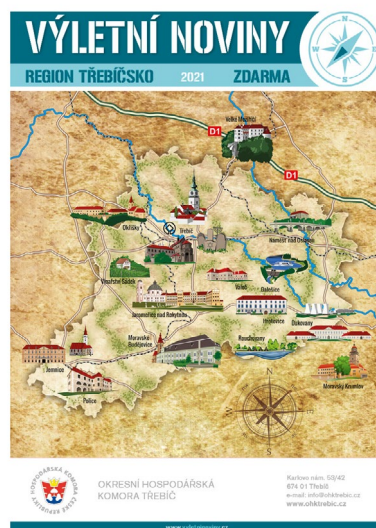
U NÁS SI TO ZAMILUJETE!

2. BROŽURA 12 POKLADŮ TŘEBÍČSKA

Před turistickou sezónou 2021 byla vydána informační brožura s představením 12 míst Třebíčska k navštívení. Jedná se o turistický produkt s názvem 12 pokladů Třebíčska, který je podpořen soutěží.

3. VÝLETNÍ NOVINY

Součástí pravidelně vydávaných Výletních novin (zajišťuje Okresní hospodářská komora Třebíč) je prezentace destinace.



VÝLETNÍ NOVINY
REGION TŘEBÍČSKO 2021 ZDARMA

OKRESNÍ HOSPODÁŘSKÁ KOMORA TŘEBÍČ

Karlovo nám. 47/42
674 01 Třebíč
e-mail: info@okhtrebic.cz
www.okhtrebic.cz

www.vyletniny.cz



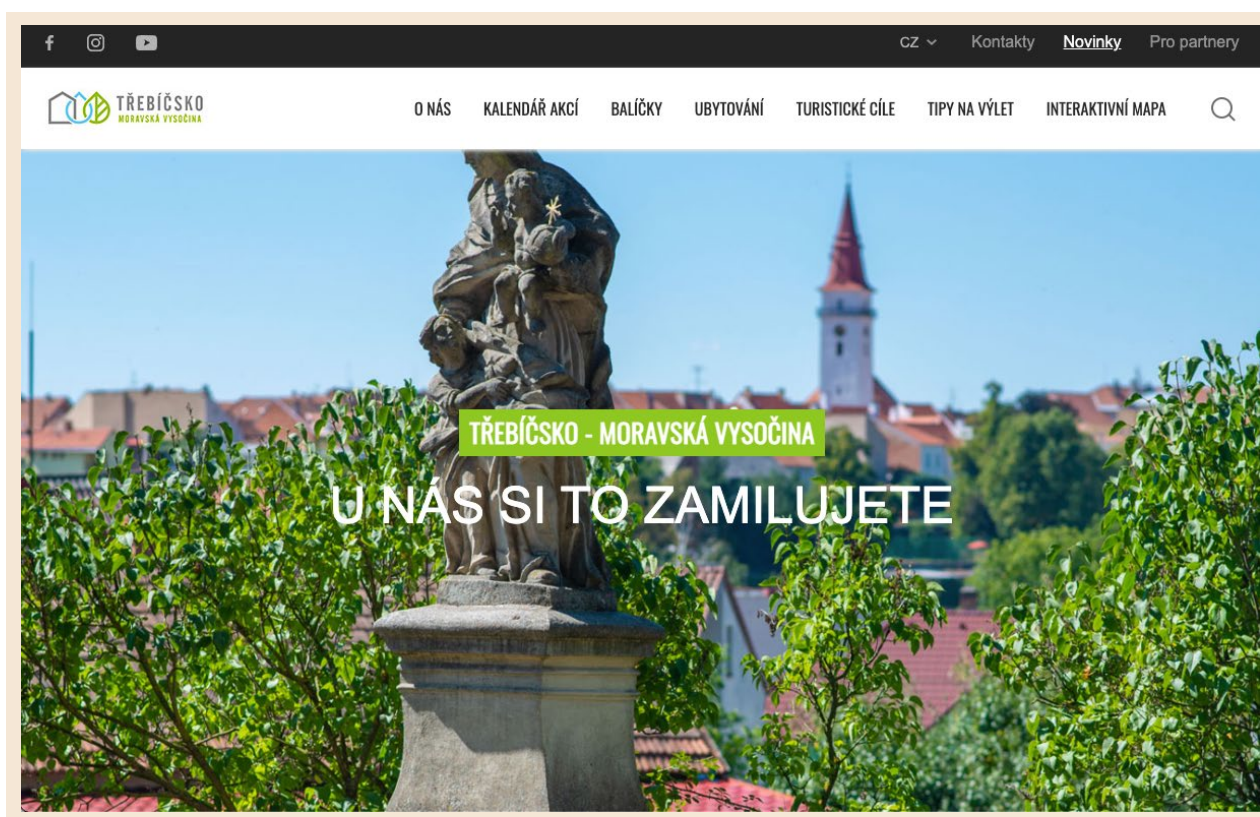
DVANÁCT POKLADŮ TŘEBÍČSKA

TŘEBÍČSKO
MORAVSKÁ VYSOČINA

14. Webová prezentace

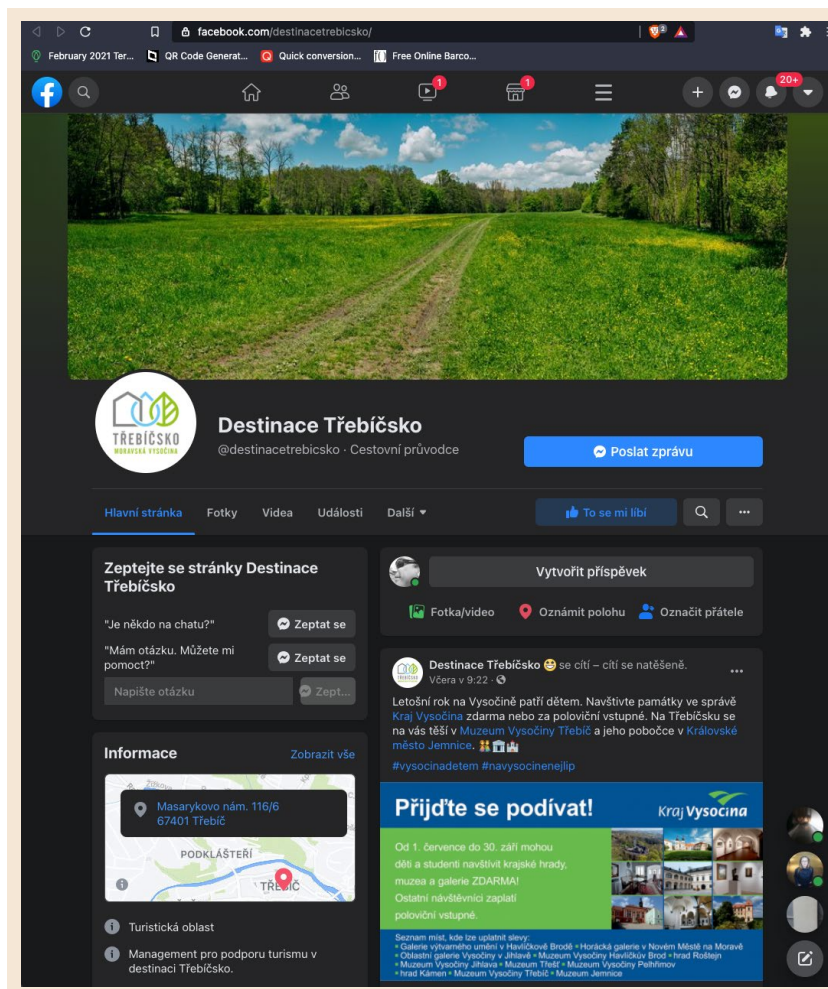
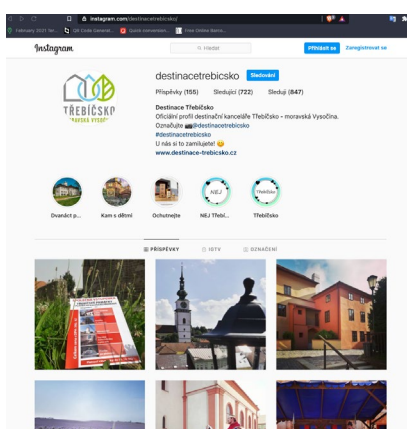
Destinační kancelář provozuje a spravuje web www.trebicko-moravskavysočina.cz. Na tento web míří marketingové kampaně DMO a měl by být vstupní branou pro turisty mířící na Třebíčsko. Vedle tipů na výlety obsahuje také kalendář akcí. Do kalendáře vkládají události pracovníci DMO na základě zaslaných informací (plakátů) od spolupracovníků v jednotlivých TIC. Z rozhovorů vyplynul požadavek na samostatné vstupy do kalendáře akcí tak, aby si každý zodpovědný pracovník TIC z jednotlivých měst mohl zveřejnit akce konané na jejich území.

Web má ve vyhledávacích nízkoú vizibilitu a jeho struktura neodpovídá aktuálním trendům. Zazněly požadavky na modernizaci celého webu a důraz na online kampaně podporující cestovní ruch na Třebíčsku.



15. Sociální sítě

Silným komunikačním kanálem jsou sociální sítě, které DMO aktivně využívá. Zaměřuje se na Facebook a Instagram (@destinacetrebitsko). Informace o akcích jsou vhodně proloženy fotkami, které lákají k návštěvě, a příslušným textem. Aktivní komunikace a správa těchto účtů se projevuje na interakci fanoušků a zvyšování dosahu příspěvků.



16. SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY

- Certifikovaná destinační společnost.
- Přírodní a kulturní bohatství destinace.
- Dosavadní získané zkušenosti s dotačními tituly.
- Na území destinace se nachází město s památkami UNESCO.
- Existující web www.trebicsko-moravskavysocina.cz.
- Existující a fungující sociální sítě.
- Nastavení hranice destinace je shodné s hranicemi okresu.
- Významné kulturní a hudební festivaly (Zámostí, Folkové prázdniny, Slavnosti Tří kápí, Barchan, Festival Miroslava Kratochvíla, Moravskobudějovické kulturní léto, Císařské posvícení atd.).
- Čistá příroda a spousta přírodních památek.
- Židovská stopa v několika městech (Třebíč, Police, Jemnice, Moravské Budějovice).
- Fungující síť TIC v jednotlivých městech.
- Výletní noviny pro turisty vydávané Okresní hospodářskou komorou Třebíč.
- Na vybraných místech stojany s letáky (tipy na výlety) – zajištěno Okresní hospodářskou komorou Třebíč.

SLABÉ STRÁNKY

- Nedostatečné časové kapacity pro realizaci rozvoje sdružení (na práci má každý pracovník 2,5 pracovního dne v měsíci, a to včetně projektového manažera, což je nedostatečné pro rozvoj).
- Nedostatečné finanční kapacity pro realizaci rozvoje sdružení (je zajištěn pouze základní provoz – nedostatečné pro rozvoj).
- Nízká úroveň angažovanosti jednotlivých členů.
- Úroveň podpory sdružení ve vnitřních procesech členů.
- Nízká úroveň připravenosti pro rozvoj (podklady pro dotační tituly).
- Nulová propojenost s poskytovateli služeb v cestovním ruchu.
- Nepřipravenost stanov a mechanismů pro „partnerství“ poskytovatelů služeb v cestovním ruchu.
- Marketingová značka destinace je spíše neznámá a není stále v povědomí.
- Web www.trebicsko-moravskavysocina.cz/ má nízkou vizibilitu.
- Propagační materiály jsou v každém městě v jiné vizuálu – chybí jednotící propojení s destinací Třebíčsko.
- Neexistuje žádný plán a strategie rozvoje webu – obsah, vývoj atd.
- Nejsou vtaženy ostatní obce na území destinace.
- Neexistuje marketingová a komunikační strategie destinace.
- Nízké využití lokálních produktů, gastronomie a tradic v propagaci.
- Nedostatečné využití potenciál atraktivity místních rodáků a významných osobností (O. Březina, J. Deml, J. Kubiš, A. Kalina, R. Benatzky, J. Palliardí).
- Na webu www.trebicsko-moravskavysocina.cz je kalendář akcí, do kterého nemají přístup jednotliví pracovníci v CR v destinaci (aby si mohli sami vkládat akce z jejich území).
- Dostatečně nevyužitý potenciál mezinárodní cyklostezky Jihlava-Raabs a dále Mlynářské cyklostezky.

PŘÍLEŽITOSTI

- Vzdávající možnosti získávání externích zdrojů pro realizace rozvoje (dotační tituly) a tím pádem efektivní využití certifikované destinační společnosti.
- Zvýšený zájem o vnitrostátní turistiku.
- Nová strategie rozvoje s následným aktivním „vtažením“ členů do rozvoje a také získání partnerů z řad poskytovatelů.
- Vznik nových produktů a služeb pro turisty ve spolupráci s poskytovateli služeb – partnery.
- Umístění hodnocení Tripadvisor do profilů poskytovatelů na webu destinace.
- Spolupráce se sousedními kraji (Jihomoravský a Jihočeský).
- Spolupráce nadregionálního významu (s Rakouskem – přeshraniční spolupráce).
- Zaměření se na nový trend – cestování v obytných vozech a karavanech.
- Rostoucí poptávka po aktivní dovolené (turistika, cykloturistika, sportování).

HROZBY

- Zpomalený rozvoj cestovního ruchu v destinaci vzhledem k organizačním a zdrojovým limitům – ztráta konkurenceschopnosti.
- Nevyhlášení dotačních titulů.
- Úbytek množství a kvality poskytovatelů služeb v CR – jako důsledek covid pandemie.
- Konkurence tuzemských turistických oblastí.
- Zkracování délky pobytu turistů s ohledem na změnu trávení volného času (nižší útrata peněz v destinaci).
- Poškození životního prostředí nekoordinovaným cestovním ruchem.
- Náročnost oprav a údržby památek a atraktivit.
- Zvyšující se nároky turistů na poskytované služby.
- Změna v politickém vedení měst, která nebudou spatřovat potenciál pro podporu cestovního ruchu.

Návrhová část

17. Návrhová část

Návrhová část „Strategie rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko“ navazuje na analytickou část a popisuje kroky, které jsou žádoucí v procesu udržitelného rozvoje cestovního ruchu. V této části byly využity výstupy a zjištění z analytické části. Jedná se o informace, které vyplynuly ze strukturovaných rozhovorů s aktéry v cestovním ruchu, z provedené SWOT analýzy a dalších zjištěných údajů a dat. Základní představa o směřování této oblasti je obsažena ve vizi. K jejímu naplnění jsou zapotřebí další kroky. Stanoveny byly prioritní osy.

krok 1 VIZE A ROZVOJ CR

**krok 2 PRIORITNÍ OSY
OPATŘENÍ**

**krok 3 GLOBÁLNÍ CÍL
STRATEGICKÉ CÍLE**

17.1 Víze rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko

Víze rozvoje CR obsahuje očekávaný stav v dlouhodobém časovém horizontu a v obecné rovině plánovaný budoucí vývoj. Snahou destinační kanceláře je vytvářet atraktivní region s významným geniem loci, který je vyhledávaný návštěvníky i turisty. K tomu je zapotřebí systematická finanční podpora a spolupráce členů a subjektů působících v cestovním ruchu. Destinační kancelář bude zaštiťovat, vytvářet a realizovat marketingové aktivity přispívající k budování značky destinace a zviditelnění produktů cestovního ruchu, což bude mít pozitivní dopad na celý region destinace.

Třebíčsko je atraktivní destinace, která v sobě spojuje historické, kulturní, přírodní i technické památky. Je otevřená návštěvníkům i turistům všech věkových kategorií a umí je uspokojit. Poskytuje kvalitní turistickou infrastrukturu a usiluje o to, aby se sem turisté i návštěvníci rádi vraceli. Třebíčsko je atraktivní turistický region pro trávení volného času, sportování, poznávání historie a místem pro setkávání rodiny a přátel.

» SPOLUPRÁCE

členů, partnerů a subjektů v cestovním ruchu.

» KVALITA

jako hodnota, která je uplatňována v řízení cestovního ruchu.

» UDRŽITELNÝ ROZVOJ

jako zásada při rozvoji cestovního ruchu.

» AUTENTICITA

regionu jako předpoklad pro rozvoj cestovního ruchu.

17.2 Prioritní osy

KLÍČOVÉ OBLASTI ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU JSOU ROZDĚLENY DO ČTYŘ PRIORITYCH OS

» ROZVOJ DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU

Destinační management, který má na starosti destinační kancelář, je základním prvkem rozvoje cestovního ruchu v regionu. Prostřednictvím efektivně fungující destinační kanceláře lze zajistit konkurenceschopnou turistickou destinaci. Dostatečně finančně zajištěný provoz včetně odpovídající kapacity lidských zdrojů je primárním předpokladem pro fungování a rozvoj destinační kanceláře.

» EFEKTIVNÍ ŘÍZENÍ A ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU

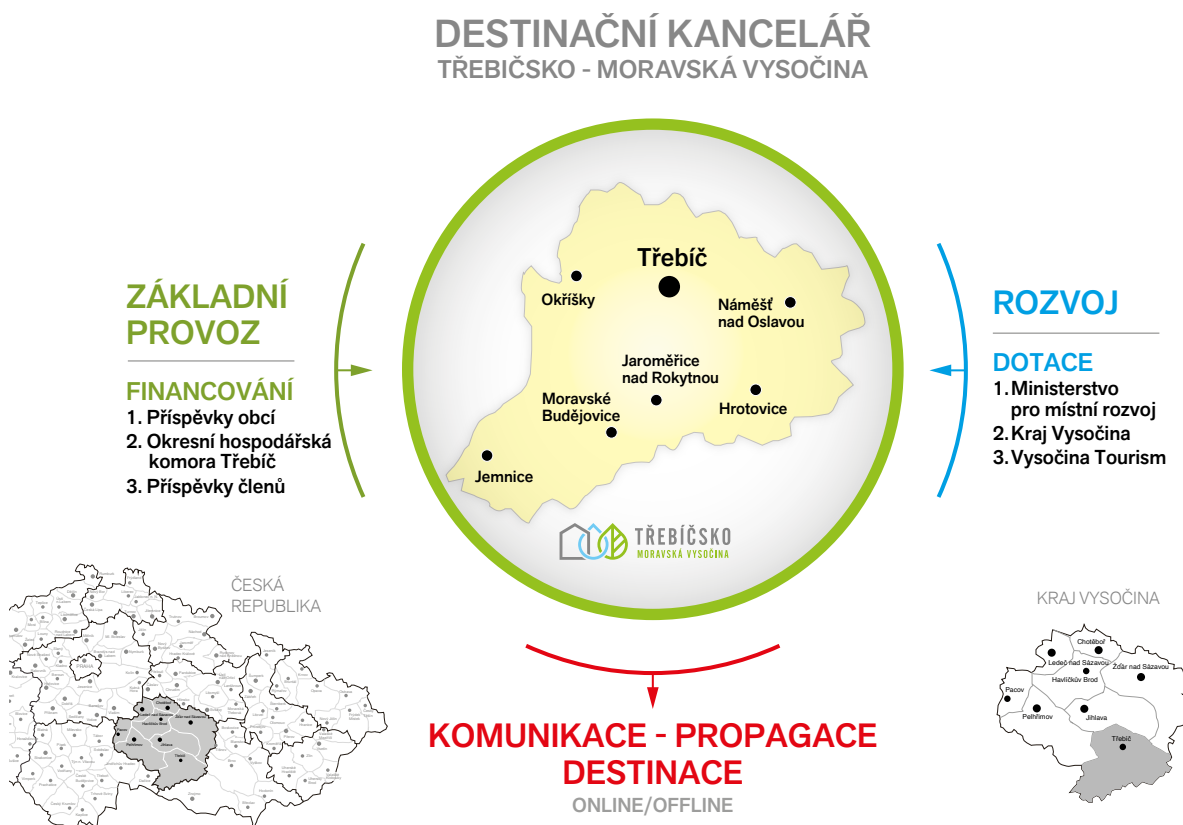
Stanovených cílů lze dosáhnout pouze strategickým řízením. To vyžaduje využití potenciálu území, lidských zdrojů a naplňování vytčených cílů. Na základě systematického plánování a vzájemné spolupráce se subjekty zainteresovanými v cestovním ruchu je možné směřovat k udržitelnému rozvoji a vytváření konkurenceschopné destinace. K tomu je důležitá dobře nastavená interní komunikace a vynikající znalost nabídky cestovního ruchu v této oblasti působících pracovníků.

» ZVÝŠENÍ ÚČINNOSTI MARKETINGU A PROPAGACE

Nezbytnou součástí rozvoje cestovního ruchu je efektivní marketingová komunikace a propagace za účelem zvýšení povědomí o značce destinace Třebíčsko, podpora zájmu turistů o tento region a zvyšování délky pobytu zde. K tomu jsou zapotřebí moderní komunikační marketingové kanály.

» ROZVOJ A ZKVALITNĚNÍ NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU

Nabídku cestovního ruchu vytvářejí různé subjekty s odlišnou úrovní kvality. Vytváření ucelené tematické nabídky produktů cestovního ruchu se neobjede bez vzájemné a kontinuální spolupráce subjektů napříč celou destinací.



17.3 Opatření

PRIORITNÍ OBLASTI (OSY) JSOU DÁLE ROZDĚLENY DO NĚKOLIKA DÍLČÍCH SKUPIN – OPATŘENÍ.

| Priorita A Rozvoj destinačního managementu | Priorita B Efektivní řízení a organizace cestovního ruchu | Priorita C Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | Priorita D Rozvoj a zkvalitnění nabídky v cestovním ruchu |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| A1 Zajišťování financí destinační kanceláře | B1 Pravidelné předávání informací | C1 Definování značky Destinace Třebíčsko | D1 Zavedení pokladního systému pro společné vstupenky |
| A2 Zvýšení povědomí o destinační kanceláři a spolupráce se subjekty CR | B2 Rozvoj lidských zdrojů v oblasti CR | C2 Vytvoření marketingové a komunikační strategie | D2 Tvorba nových turistických produktů |
| A3 Zajištění aktivní spolupráce s poskytovateli služeb CR | B3 Definice kompetencí a nastavení interní komunikace | C3 Rozvoj marketingových a komunikačních kanálů | D3 Vznik putovního festivalu destinace Třebíčsko |
| | | | D4 Sběr a vyhodnocování statistických dat o výkonech CR |

17.4 Definování cílů

PRO KAŽDOU PRIORITYNÍ OBLAST JSOU STANOVENY STRATEGICKÉ CÍLE. ZASTŘEŠUJE JE GLOBÁLNÍ CÍL.

GLOBÁLNÍ CÍL

Efektivní využití kulturně-historického a přírodního potenciálu destinace Třebíčska pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu jako základu konkurenceschopné destinace a kvalitní značky turistické oblasti s pestrou nabídkou turistických produktů. Nastavení funkční a přijímané interní komunikace, rozvoj kvalitních lidských zdrojů a posílení marketingových aktivit.

Strategické cíle

| | | | |
|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CA1 Stabilní provoz a udržitelný rozvoj CR | CB1 Efektivní spolupráce výkonných pracovníků DMO | CC1 Zvýšení povědomí o značce Třebíčsko | CD1 Propojení jednotlivých částí destinace za účelem zvýšení atraktivnosti destinace, prodloužení pobytu a vyššího ekonomického přínosu |
| CA2 Vzájemně prospěšná spolupráce se subjekty CR | CB2 Podpora znalostí nabídky CR v území | CC2 Funkční a aktualizovaná marketingová a komunikační strategie | CD2 Schopnost nabízet novinky pro opakovanou návštěvu destinace |
| CA3 Získání partnerů ze strany poskytovatelů CR | CB3 Přehledná a funkční organizační struktura vzhledem k vývoji | CC3 Moderní komunikace a propagace destinace Třebíčsko | CD3 Využití potenciálu cestovního ruchu v destinaci CD4 Uplatňování informací ze statistických dat |

17.5 Projektové listy

PROJEKTOVÝ LIST 01

| | |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Název dokumentu: | Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko |
| Prioritní osa: | A Rozvoj destinačního managementu |
| Strategický cíl: | CA1 Stabilní provoz a udržitelný rozvoj CR |
| Opatření: | A1 Zajišťování financí destinační kanceláře |
| Stručný popis: | Zajištění dostatečných lidských kapacit s sebou nese finanční náklady na mzdy. Na rozvoj cestovního ruchu v destinaci lze žádat z dostupných dotačních titulů a maximálně efektivně je vytěžit. Úhrady mezd většinou není možné financovat z dotačních titulů, proto je potřeba najít jinou cestu, a tou jsou finance z příspěvků členů a partnerů (partneři zatím nejsou). Z toho vyplývá, že je potřeba zahájit diskusi členů o možnostech navýšení příspěvků a zajistit možnost přijmout partnery, kteří by se finančně podíleli na provozu destinační kanceláře. Výkonný manažer na plný úvazek bude schopen realizovat další opatření v této strategii. |
| Současný stav: | Ze strukturovaných rozhovorů i SWOT analýzy vyplývá, že v současné době nejsou dostatečné lidské kapacity pro další rozvoj destinační kanceláře. |
| Předpokládané náklady: | 500 000 – 1 000 000 Kč / ročně |
| Možné zdroje financování: | <ul style="list-style-type: none"> • Rozpočty jednotlivých obcí • Fond Vysočiny – podpora destinačních společností • Podpora z rozpočtu MMR – NPPCRR (program Marketingové aktivity v cestovním ruchu) |
| Etapizace opatření: | <ol style="list-style-type: none"> 1. Zvýšení příspěvků členů 2. Příspěvky partnerů 3. Získání partnerů a následně jejich příspěvků 4. Vytvoření místa výkonného manažera na plný úvazek 5. Zajištění dostatečných kapacit výkonných pracovníků 6. Využívání všech dostupných dotačních titulů 7. Realizace strategie rozvoje CR 8. Pravidelná aktualizace akčního plánu |
| Přínosy: | Efektivní rozvoj destinačního managementu zaštitěný destinační kanceláří, vyhrazení lidských kapacit, které se mohou dostatečně věnovat rozvoji cestovního ruchu. |
| Rizika: | Nedostatek finančních prostředků. |
| Podmínky nutné pro realizaci: | Uvědomění si potenciálu rozvoje cestovního ruchu v destinaci v jednotlivých členských obcích. Aktivní a pozitivní přístup členů. |

PROJEKTOVÝ LIST 02

| | |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Název dokumentu: | Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko |
| Prioritní osa: | A Rozvoj destinačního managementu |
| Strategický cíl: | CA2 Vzájemně prospěšná spolupráce se subjekty CR |
| Opatření: | A2 Zvýšení povědomí o destinační kanceláři a spolupráce se subjekty CR |
| Stručný popis: | <p>Organizace kulatého stolu se subjekty a podnikateli v cestovním ruchu ve frekvenci jednou ročně v každém členském městě. Tím vznikne platforma pravidelného setkávání pro výměnu informací, řešení problémů, ale i vyhledávání nápadů k realizaci. Tento organizačně-procesní prvek má dvě roviny: 1. v každém členském městě vznikne platforma pro subjekty a podnikatele v cestovním ruchu pro lepší vzájemné poznání a výměnu informací na lokální úrovni, 2. kulatý stůl poskytne příležitost pro rozvoj cestovního ruchu s přesahem na celou destinaci (z analytické části vyplynulo, že se některé subjekty a podnikatelé v CR neznají, nemají možnost spolu komunikovat, není nastavena pravidelná platforma atd.).</p> <p>Tyto kulaté stoly umožňují jednotlivým lokálním TIC a MKS více rozvinout spolupráci s podnikateli v CR a platí to i naopak (ne všichni podnikatelé v CR znají možnosti turistické nabídky a vůbec celé destinace).</p> <p>Pro destinační kancelář je to stejná příležitost. Cílem je vzájemné propojení, spolupráce, předávání informací a rozvoj cestovního ruchu v destinaci. Na kulatých stolech představí destinační kancelář také marketingové kampaně a novinky, které se týkají celé destinace a které jsou realizovány za účelem vyššího zviditelnění regionu a přitáhnutí turistů (tedy i zákazníků).</p> |
| Současný stav: | Kulaté stoly v tomto stylu se zatím nepořádají. Existují určité snahy v některých městech o organizaci těchto setkávání, ale bez účasti destinační kanceláře. Ze strukturovaných rozhovorů vyplynulo, že kulaté stoly jsou dobrým zdrojem pro výměnu informací a pravidelné setkání – bez toho není možná spolupráce. |
| Předpokládané náklady: | 5 000–20 000 Kč na jeden kulatý stůl podle rozsahu. Počet kulatých stolů: 6 (Třebíč, Hrotovice, Moravské Budějovice, Jaroměřice nad Rokytnou, Jemnice, Náměšť nad Oslavou) |
| Možné zdroje financování: | <ul style="list-style-type: none"> rozpočet destinační kanceláře vlastní zdroje jednotlivých měst součást projektu v dotačním titulu |
| Etapizace opatření: | <p>V každém městě 1x ročně kulatý stůl (Třebíč, Hrotovice, Moravské Budějovice, Jaroměřice nad Rokytnou, Jemnice, Náměšť nad Oslavou).</p> <p>Termín konání: mimo hlavní turistickou sezónu</p> <p>Doporučený termín: říjen–listopad (vyhodnocení uplynulé sezóny a příprava další sezóny)</p> |
| Přínosy: | Zefektivnění předávání informací mezi destinační kanceláři, TIC, členy, subjekty a podnikateli v cestovním ruchu. Motivační prvek pro vzájemnou spolupráci („společně táhneme za jeden provaz“). |
| Rizika: | Neochota členů k organizaci kulatého stolu. Neochota a nezájem subjektů a podnikatelů v CR se zúčastnit (to však lze postupným procesem měnit k lepšímu). |
| Podmínky nutné pro realizaci: | Kapacita lidských zdrojů pro zajištění organizace kulatého stolu. |

PROJEKTOVÝ LIST 03

| | |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Název dokumentu: | Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko |
| Prioritní osa: | A Rozvoj destinačního managementu |
| Strategický cíl: | CA3 Získání partnerů ze strany poskytovatelů CR |
| Opatření: | A3 Zajištění aktivní spolupráce s poskytovateli služeb CR |
| Stručný popis: | Cestovní ruch je svým charakterem předurčen ke spolupráci s dalšími subjekty a organizacemi. Společné využívání zdrojů (například marketingové kampaně) umožňují být konkurenceschopní oproti ostatním destinacím. Společným cílem je získávání návštěvníků a turistů a budování pozitivního image značky destinace. Destinační kancelář je v této oblasti hybnou silou pro oslovování partnerů a aktivní práci s nimi. Podnikatelé v cestovním ruchu také potřebují partnera. |
| Současný stav: | V současné době není nastavený statut partnera destinační kanceláře. |
| Předpokládané náklady: | procesní záležitost |
| Možné zdroje financování: | procesní záležitost |
| Etapizace opatření: | <ol style="list-style-type: none"> 1. Svolání valné hromady 2. Projednání změny stanov – vytvoření statutu partnera (a vydefinování pozice) 3. Odsouhlasení valnou hromadou 4. Vytipování partnerů 5. Příprava prezentace a nabídky spolupráce 6. Jednání s potenciálními partnery 7. Získání partnerů 8. Aktivní práce s partnery |
| Přínosy: | Vytvoření nového zdroje pro financování provozu destinační kanceláře. Zapojení partnerů do rozvoje cestovního ruchu v destinaci. |
| Rizika: | Neochota potenciálních partnerů pro své zapojení se včetně finančních příspěvků. Nedostatečná kapacita pro práci s partnery. |
| Podmínky nutné pro realizaci: | Aktivní zapojení členů do procesu. |

PROJEKTOVÝ LIST 04

| | |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Název dokumentu: | Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko |
| Prioritní osa: | B Efektivní řízení a organizace cestovního ruchu |
| Strategický cíl: | CB1 Efektivní spolupráce výkonných pracovníků DMO |
| Opatření: | B1 Pravidelné předávání informací |
| Stručný popis: | <p>Nastavení pravidelného setkávání výkonných pracovníků DMO pracujících v jednotlivých turistických informačních centrech ve frekvenci 4x ročně. Svolavatelem a organizátorem pracovních setkávání je výkonný manažer destinační kanceláře. Základním cílem je osobní předávání informací z oblasti cestovního ruchu – požadavky turistů, plány a novinky, které TIC připravují (vzájemná informovanost povede ke zlepšení poskytování informací turistů v celé destinaci), diskuze nad trendy a nápady. Destinační kancelář bude informovat o své činnosti, o připravovaných projektech, marketingových kampaních, o stavu žádostí v dostupných dotačních titulech atd. Součástí bude hodnocení uplynulého kvartálu a nastavení opatření, která povedou k rozvoji.</p> <p>Na tato setkání je vhodné pozvat například i kastelány zámků Jaroměřice nad Rokytou a Náměšť nad Oslavou – pro vzájemné informování celé destinace o aktuální situaci a novinkách.</p> <p>Doporučujeme realizovat pracovní setkávání vždy na různých místech destinace, a to z důvodu lepšího poznání daného místa (možno setkání rozšířit o prohlídku památky, atraktivitu atd.).</p> |
| Současný stav: | Dosud neprobíhá žádné setkávání výkonných pracovníků DMO, což má za následek velmi slabou vzájemnou informovanost, ztížené vzájemné komunikační vztahy. Ze strukturovaných rozhovorů a SWOT analýzy vyplynula potřeba pravidelných pracovních setkávání. |
| Předpokládané náklady: | 40 000 Kč / ročně |
| Možné zdroje financování: | <ul style="list-style-type: none"> rozpočet destinační kanceláře rozpočet TIC/MKS |
| Etapizace opatření: | <ol style="list-style-type: none"> Stanovení ročního plánu setkávání (termíny + místo) Seznámení výkonných pracovníků DMO s plánem Organizace pracovního setkání Vyhodnocení výsledků pracovního setkání výkonným manažerem destinační kanceláře |
| Přínosy: | Zlepšení vzájemných pracovních vztahů, prohloubení motivace (jak to dělají jinde, inspirace, podpora uvědomění, že destinace táhne za jeden provaz) a především zkvalitnění předávání informací. |
| Rizika: | Neochota výkonných pracovníků DMO se účastnit pracovních setkávání. |
| Podmínky nutné pro realizaci: | Dostatečná lidská kapacita na organizaci pracovních setkání. |

PROJEKTOVÝ LIST 05

| | |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Název dokumentu: | Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko |
| Prioritní osa: | B Efektivní řízení a organizace cestovního ruchu |
| Strategický cíl: | CB2 Podpora znalostí nabídky CR území |
| Opatření: | B2 Rozvoj lidských zdrojů v oblasti CR |
| Stručný popis: | <p>Kvalita, znalostní kompetence pracovníků v jednotlivých TIC a jejich přístup ovlivňují turisty. Vnímání lokality a destinace jako takové. Destinaci je potřeba vnímat jako celek, nikoliv jako jednotlivé lokality. Cílem strategie rozvoje CR je právě turistům nabídnout ucelenou nabídku destinace, proto je nutné začít na jednotlivých TIC. Ta jsou vstupní branou turistů, zajímají se nejen o možnosti trávení volného času v dané lokalitě, ale také mají přesah na destinaci (často i za její hranice).</p> <p>Interní exkurze pracovníků TIC/MKS z jednotlivých měst po destinaci je efektivní způsob, jak zvýšit osobní zkušenost a znalosti nabídky pro turisty v lokalitách a propojit je tak do jednoho celku.</p> <p>Organizátorem interní exkurze ve frekvenci 1-2x ročně bude destinační kancelář, která ve spolupráci s jednotlivými pracovníky TIC připraví pestrou exkurzi po atraktivitách lokality.</p> |
| Současný stav: | <p>Z rozhovorů s aktéry v cestovním ruchu vyplynulo, že se liší úroveň znalostí o nabídce cestovního ruchu v jiných částech destinace. To znamená, že nejsou dostatečně seznámeni s atraktivitami v celé destinaci Třebíčsko a často s nimi nemají osobní zkušenost. Objevují se situace, kdy nejsou někteří pracovníci dostatečně schopni například popsat turistům cestu na určité místo apod.. Na sezónu některá TIC/MKS najímají brigádníky, kteří nedisponují dostatečnými znalostmi z oblasti nabídky cestovního ruchu.</p> |
| Předpokládané náklady: | 20 000-50 000 Kč |
| Možné zdroje financování: | <ul style="list-style-type: none"> rozpočet destinační kanceláře rozpočty TIC/MKS |
| Etapizace opatření: | <ol style="list-style-type: none"> Seznámení pracovníků TIC s interními exkurzemi Příprava interní exkurze Realizace interní exkurze |
| Přínosy: | <p>Zvýšení znalostí (osobní zkušenost) o nabídce cestovního ruchu v destinaci u pracovníků TIC napříč celou destinací. Výměna zkušeností, inspirace, podpora spolupráce. Zkvalitnění služeb pro turisty.</p> |
| Rizika: | <p>Neochota vedení TIC a představitelů měst.</p> <p>Neochota pracovníků TIC účastnit se.</p> <p>Ponechání současného stavu.</p> |
| Podmínky nutné pro realizaci: | <p>Zajištění atraktivního a pestrého programu.</p> <p>Lidské kapacity na přípravu a organizaci.</p> |

PROJEKTOVÝ LIST 06

| | |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Název dokumentu: | Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko |
| Prioritní osa: | B Efektivní řízení a organizace cestovního ruchu |
| Strategický cíl: | CB3 Přehledná a funkční organizační struktura vzhledem k vývoji |
| Opatření: | B3 Definice kompetencí a nastavení interní komunikace |
| Stručný popis: | <p>Cestovní ruch je bezpodmínečně závislý na kvalitě lidí, kteří se o něj starají. Pro dobře fungující řídicí organizaci, která má své spolupracovníky v jednotlivých TIC, je nezbytné věnovat se interní komunikaci. Ta se týká nejen pracovníků, kteří mají pracovní úvazek v destinační kanceláři, ale také těch, kteří rozhodují a ovlivňují cestovní ruch v jednotlivých městech (politici představitelé, úředníci atd.).</p> <p>Jasně nastavení kompetencí a podpora týmové spolupráce budou jednoznačnými pozitivy v rozvoji řízení cestovního ruchu v destinaci. (Re)definování kompetencí pracovníků obnáší osobní rozhovory se zúčastněnými. Všichni spolupracovníci destinační kanceláře by se měli vzájemně poznat a měla by být kladena pozornost na budování týmové spolupráce.</p> |
| Současný stav: | <p>Ze strukturovaných rozhovorů vyplynulo, že interní komunikace by měla být intenzivnější.</p> <p>Jedním z důvodů je nízká časová dotace na věnování se této oblasti.</p> |
| Předpokládané náklady: | 25 000 Kč |
| Možné zdroje financování: | <ul style="list-style-type: none"> rozpočet destinační kanceláře |
| Etapizace opatření: | <ol style="list-style-type: none"> Definování kompetencí Určení procesu interní komunikace Rozhovory / předání informací |
| Přínosy: | <p>Zlepšení interní komunikace.</p> <p>Vyjasněné kompetence pracovníků, a tím i lepší kontrola jejich práce.</p> <p>Podpora týmové spolupráce.</p> |
| Rizika: | Nevytvoření podmínek pro pozici výkonného manažera na plný úvazek. |
| Podmínky nutné pro realizaci: | Dostatečná kapacita lidských zdrojů – především výkonný manažer DMO na plný úvazek. |

PROJEKTOVÝ LIST 07

| | |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Název dokumentu: | Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko |
| Prioritní osa: | C Zvýšení účinnosti marketingu a propagace |
| Strategický cíl: | CC1 Zvýšení povědomí o značce Třebíčsko |
| Opatření: | C1 Definování značky Destinace Třebíčsko |
| Stručný popis: | <p>Ústředním prvkem koncepce značky (brandu) je její image zahrnující jak pocit značky, tak kvalitu i hodnoty. Její součástí je grafické ztvárnění a s tím související corporate identity. Povědomí o značce je marketingový pojem, který v sobě zahrnuje uznání a ukotvení značky na trhu. Právě povědomí o značce je jedním z rozhodujících faktorů při výběru destinace pro trávení volného času.</p> <p>Jednoduše řečeno – co se lidem vybaví (vám) při vyslovení pojmu Třebíčsko? Dokážou si lidé (dokážete to vy) vybavit grafický symbol Třebíčka? Toto jsou základní úkoly, které je nezbytné začít definovat a vytvářet. Jedná se o modernizaci/aktualizaci značky destinace v celé její šíři včetně corporate identity (grafický manuál). Značka destinace se musí propisovat do veškerých výstupů, například inzerce, reklamních předmětů atd.</p> |
| Současný stav: | <p>Není definována značka destinace Třebíčsko v celém jejím širokém pojetí. Existuje logo – grafický symbol pro Třebíčsko, který nemá příběh a je složité zapamatovatelný.</p> <p>Neexistují reklamní předměty.</p> |
| Předpokládané náklady: | <p>modernizace a vytvoření corporate identity 50 000 Kč reklamní předměty dle rozsahu 300–500 000 Kč</p> |
| Možné zdroje financování: | <ul style="list-style-type: none"> • dotační tituly (MMR, Kraj Vysočina) |
| Etapizace opatření: | <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategická diskuze nad definicí značky Třebíčsko 2. Aktualizace/modernizace corporate identity 3. Výroba reklamních předmětů, které představí destinaci a přispějí k upevnování povědomí o této značce. 4. Distribuce reklamních předmětů do TIC v destinaci |
| Přínosy: | <p>Silná značka, která je dobře definovaná, je rozhodujícím činitelem turistů a návštěvníků pro výběr destinace.</p> <p>Zvýšení konkurenceschopnosti destinace.</p> <p>Zlepšení povědomí o destinaci.</p> |
| Rizika: | Zachování stávajícího stavu. |
| Podmínky nutné pro realizaci: | Zajištění finančních zdrojů pro výrobu reklamních předmětů. |

PROJEKTOVÝ LIST 08

| | |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Název dokumentu: | Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko |
| Prioritní osa: | C Zvýšení účinnosti marketingu a propagace |
| Strategický cíl: | CC2 Funkční a aktualizovaná marketingová a komunikační strategie |
| Opatření: | C2 Vytvoření marketingové a komunikační strategie |
| Stručný popis: | <p>Marketingová komunikace ovlivňuje do značné míry rozhodování návštěvníků a turistů o volbě destinace pro trávení volného času. Marketingová strategie je ucelený způsob a systém vystupování a komunikace destinace vůči návštěvníkům a turistům. Definuje cílové skupiny a popis jejich chování, vybírá marketingové nástroje a komunikační kanály, určuje způsob propagace, PR a reklamy.</p> <p>Marketing a propagace destinace jsou společné pro celé území, vytváří vnímání jednotného celku a podporují pozitivní vnímání image značky. Jednotná a společná marketingová strategie v konečném důsledku usnadní jednotlivým členům-městům úsilí i finance vkládané do vlastních marketingových aktivit.</p> <p>Vytvoření marketingové a komunikační strategie je základ pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci. Následným krokem je realizace, vyhodnocení a další aktualizace ve smyslu přípravy dalších kampaní na jednotlivé turistické sezóny. Realizace marketingové komunikace je kontinuální proces, který vyžaduje systematickou práci, finance a lidské zdroje k výkonu.</p> |
| Současný stav: | Absence marketingové a komunikační strategie pro destinaci Třebíčsko. |
| Předpokládané náklady: | 100 000-150 000 Kč - marketingová a komunikační strategie 500 000 Kč/rok - realizace marketingové a komunikační strategie |
| Možné zdroje financování: | <ul style="list-style-type: none"> dotační tituly (MMR, Kraj Vysočina, Vysočina Tourism) |
| Etapizace opatření: | <ol style="list-style-type: none"> Vytvoření marketingové a komunikační strategie <ol style="list-style-type: none"> analýza současného stavu SWOT analýza stanovení priorit návrhová část rozpočet akční plán realizace Realizace marketingové a komunikační strategie Vyhodnocení Aktualizace na další rok(y) |
| Přínosy: | <p>Systematická práce v oblasti marketingu přináší efektivní vynaložení financí na propagaci.</p> <p>Destinace bude mít znalost cílových skupin a možnost následně lépe zaměřit propagační kampaně ke zvýšení návštěvnosti. Posílení povědomí o destinaci jako o atraktivním místě pro trávení volného času a dovolené.</p> |
| Rizika: | Nedostatek finančních prostředků. |
| Podmínky nutné pro realizaci: | Dostatek finančních prostředků na vytvoření, realizaci a aktualizaci marketingové a komunikační strategie. |

PROJEKTOVÝ LIST 09

| | |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Název dokumentu: | Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko |
| Prioritní osa: | C Zvýšení účinnosti marketingu a propagace |
| Strategický cíl: | CC3 Moderní komunikace a propagace destinace Třebíčsko |
| Opatření: | C3 Rozvoj marketingových a komunikačních kanálů |
| Stručný popis: | Upgrade webu destinace – nový moderní a funkční web destinace, který bude uživatelsky příjemný. Lidé se rozhodují o výběru destinace pro trávení volného času a dovolené také podle webové prezentace destinace a jejího obsahu. |
| Současný stav: | Existuje web destinace https://www.trebicsko-moravskavysocina.cz . Má nízkou vizibilitu v on-line prostředí, neodpovídá současným marketingovým trendům. Neumožňuje vstupovat výkonným pracovníkům DMO do kalendáře akcí. |
| Předpokládané náklady: | 600 000 Kč |
| Možné zdroje financování | <ul style="list-style-type: none"> • dotační tituly MMR |
| Etapizace opatření: | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kompletní aktualizace textového obsahu webové prezentace 2. Aktualizace nových programových komponent a funkcí 3. Vytvoření centrálního datového skladu na úrovni destinace 4. Automatický datový IMPORT a EXPORT kulturních a turistických akcí z oficiálního kalendáře Kraje Vysočina 5. Vytvoření automatizovaného-univerzálního kalendáře z datového skladu 6. Automatický datový zápis (EXPORT) kulturních a turistických akcí do oficiálního kalendáře www.kudyznudy.cz |
| Přínosy: | Moderní a funkční web destinace. Bohatý, sdílený a aktualizovaný obsah a video-obsah, který zájemcům o zážitek poskytne požadované informace a motivuje k návštěvě destinace. |
| Rizika: | Neúspěšná žádost o dotaci. |
| Podmínky nutné pro realizaci: | Zajištění finančních zdrojů. |

PROJEKTOVÝ LIST 10

| | |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Název dokumentu: | Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko |
| Prioritní osa: | D Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR |
| Strategický cíl: | CD1 Propojení jednotlivých částí destinace za účelem zvýšení atraktivnosti destinace, prodloužení pobytu a vyšší ekonomický přínos |
| Opatření: | D1 Zavedení pokladního systému pro společné vstupenky |
| Stručný popis: | Společná vstupenka (může být časová) podporuje a motivuje turisty k prodloužení doby návštěvy v destinaci. Pořízení a zavedení pokladního systému, který umožňuje prodej vstupenek, společných vstupenek, časově omezených vstupenek apod., je cestou ke zvýšení variability a atraktivity nabídky. Digitalizace procesů a jejich zjednodušení. Zapojení a motivace subjektů, které poskytují služby a produkty v cestovním ruchu. |
| Současný stav: | V současné době neexistuje společný pokladní systém, který by byl propojený s turistickými místy napříč destinací. Společný pokladní systém neexistuje ani v rámci například trebičských TIC. Záznamy jsou dělány ručně. |
| Předpokládané náklady: | 50 000-250 000 Kč |
| Možné zdroje financování: | <ul style="list-style-type: none"> • dotační tituly z MMR |
| Etapizace opatření: | <ol style="list-style-type: none"> 1. Příprava projektu a představení členům a pracovníkům v CR 2. Zmapování technických možností 3. Implementace systému 4. Zaškolení obsluhy 5. Pilotní provoz 6. Komunikace novinky směrem k turistům 7. Komunikace novinky směrem k poskytovatelům služeb a produktů CR 8. Dle zájmu rozšiřování |
| Přínosy: | Zkvalitnění služeb pro turisty. Digitalizace procesů při prodeji vstupenek. Zjednodušení práce pracovníků v CR (úspora časového fondu - nemusí řešit ručně, ale pomocí digitálních technologií). Získání dat o návštěvnosti a nákupním chování návštěvníků. |
| Rizika: | Nedostatek finančních zdrojů. Neochota zapojit se do společného pokladního systému v celé destinaci. |
| Podmínky nutné pro realizaci: | Zajištění finančních zdrojů pro zavedení společného pokladního systému. |

PROJEKTOVÝ LIST 11

| | |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Název dokumentu: | Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko |
| Prioritní osa: | D Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR |
| Strategický cíl: | CD2 Schopnost nabízet novinky pro opakovanou návštěvu destinace |
| Opatření: | D2 Tvorba nových turistických produktů |
| Stručný popis: | <p>Turistické produkty jsou pro uplatnění na poli cestovního ruchu základem. Při vytváření produktů je nesmírně důležité zapojení partnerů, spolupráce, koordinace, udržování kvality produktů a její kontrola. Rozvoj turistických produktů reaguje na potřeby měnícího se trhu a aktuální trendy.</p> <p>Nosný turistický produkt musí vycházet ze specifík destinace a z jejího potenciálu. Rezervy jsou skryté ve využití potenciálu cyklostezky Jihlava-Třebíč-Raabs (tendem jsou elektrokola, příprava programu v kombinaci s využitím cestování vlakem). Vytvoření prostředí pro vznik Stellsplatz je aktuální výzvou pro destinaci.</p> <p>Rozvinutím spolupráce s Regionem Renesance lze vstoupit do přeshraniční spolupráce (dotační program Interreg).</p> <p>Nové turistické produkty lze navázat na vytvořený produkt 12 pokladů Třebíčska v tom smyslu, že destinace bude pracovat s číslem dvanáct.</p> <p>Potenciál skrývají také významní rodáci (+ spojení s jejich rodnými domy), například J. Palliardi, R. Benatzky, O. Březina, A. Kalina atd. Pokud bude mít destinace vytvořené kvalitní produkty CR, je třeba s nimi dále pracovat, propagovat je a nabízet destinačním organizacím (Vysočina Tourism, CzechTourism).</p> |
| Současný stav: | Vytvořený produkt 12 pokladů Třebíčska. |
| Předpokládané náklady: | 200 000 Kč |
| Možné zdroje financování: | <ul style="list-style-type: none"> vlastní zdroje destinační kanceláře využití aktuálních dotačních titulů pro tuto oblast |
| Etapizace opatření: | <ol style="list-style-type: none"> Shromáždění podkladů k vytvoření nových turistických produktů Vytvoření nových produktů – každý rok jeden nosný turistický produkt pro danou sezónu Propagace nových (ale i stávajících produktů) – propagační materiály, on-line prezentace, interní propagace atd. |
| Přínosy: | <p>Zkvalitnění a rozšíření nabídek pro návštěvníky a turisty (vedoucí k opakované návštěvě).</p> <p>Možnost nabídnutí hotových produktů CzechTourism – propagace i na zahraničních trzích.</p> |
| Rizika: | <p>Nedostatečné využívání kvalitních produktů CR.</p> <p>Neochota subjektů zapojit se do tvorby a aktualizace produktů CR.</p> |
| Podmínky nutné pro realizaci: | Existence produktů CR. |

PROJEKTOVÝ LIST 12

| | |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Název dokumentu: | Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko |
| Prioritní osa: | D Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR |
| Strategický cíl: | CD3 Využití potenciálu cestovního ruchu v destinaci |
| Opatření: | D3 Vznik putovního festivalu destinace Třebíčsko |
| Stručný popis: | Putovní festival představující památky a atraktivitu Třebíčska přímo v destinaci zacílený na místní obyvatele, kteří mají své přátele a známé hledající tipy na trávení volného času a také na návštěvníky ze sousedních regionů. Podle rozpočtu a rozsahu lze uspořádat putovní festival (každý rok / jednou za dva roky) Poznejte Třebíčsko na místech, která se budou střídat (většinou se bude jednat o města v regionu). Minimalistická varianta je vytvoření minifestivalu Poznejte Třebíčsko, který bude součástí větších akcí v destinaci. |
| Současný stav: | V současné době neexistuje žádné ucelené představení památek a atraktivit destinace zacílené na místní a sousední regiony. Tento nápad vzešel ze strukturovaných rozhovorů s aktéry v cestovním ruchu. |
| Předpokládané náklady: | 500 000–900 000 Kč |
| Možné zdroje financování: | <ul style="list-style-type: none"> • dotační tituly • vlastní rozpočty členů • rozpočet destinační kanceláře • finance získané od partnerů |
| Etapizace opatření: | <ol style="list-style-type: none"> 1. Vytvoření koncepce festivalu Poznejte Třebíčsko 2. Příprava programu, výběr lokace 3. Organizační zajištění, vytvoření přípravného týmu 4. Propagace festivalu 5. Realizace festivalu 6. Vyhodnocení a stanovení dalšího plánu |
| Přínosy: | Posílení povědomí o destinaci Třebíčsko. |
| Rizika: | Nedostatek finančních a lidských zdrojů pro realizaci. |
| Podmínky nutné pro realizaci: | Ochota subjektů zainteresovaných v CR v destinaci se zapojit. Zajištění finančních zdrojů. |

PROJEKTOVÝ LIST 13

| | |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Název dokumentu: | Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko |
| Prioritní osa: | D Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR |
| Strategický cíl: | CD4 Uplatňování informací ze statistických dat |
| Opatření: | D4 Sběr a vyhodnocování statistických dat o výkonech CR |
| Stručný popis: | Pořízení, porovnání, následné vyhodnocení různých statistických dat a přijetí závěrů je základním kamenem k efektivnímu plánování a následnému exaktnímu vyhodnocení vykonaných aktivit v oblasti podpory CR. JEDNÁ SE O TYTO ZDROJE: 1) Data Českého statistického úřadu 2) Data o platbách ubytovacího poplatku 3) Statistiky návštěvnosti 4) Online data 5) Signalizační data z GSM/UMTS/LTE sítí mobilních operátorů za účelem analýzy cestovního ruchu v destinaci 6) Akviziční data (např. ze systému prodeje vstupenek) |
| Současný stav: | Jednotlivé TIC si vedou vlastní záznamy o návštěvnosti. Vzájemně si je nesdílejí. Dosud není pracováno s daty mobilních operátorů, která jsou přesným odrazem reality výkonu cestovního ruchu. |
| Předpokládané náklady: | 50 000–300 000 Kč / rok (v závislosti na aktuální nabídce operátorů) |
| Možné zdroje financování: | <ul style="list-style-type: none"> • dotační tituly • vlastní rozpočty členů • rozpočet destinační kanceláře • finance získané od partnerů |
| Etapizace opatření: | <ol style="list-style-type: none"> 1. Určení metodiky 2. Sběr/zajištění dat 3. Zpracování dat 4. Vyhodnocení 5. Přijetí opatření 6. Aktualizace jednou ročně |
| Přínosy: | Jednotná evidence návštěvníků (stejně formáty), která se bude sbíhat na jednom místě a bude přístupná pro členy. Umožní získat objektivní vhled do oblasti cestovního ruchu, chování cílových skupin a trendovosti odvětví. Tím pádem ovlivní schopnost efektivně reagovat na vývoj situace v segmentu CR. |
| Rizika: | Nedostatek finančních zdrojů a nedostupnost datových zdrojů pro realizaci. |
| Podmínky nutné pro realizaci: | Nastavení systému pro sběr dat. Specialista, který umí pracovat s daty. Finanční zdroj pro získání dat od mobilních operátorů. |

18. Implementační část

Implementační (akční plán) je součástí strategického řízení. Je nástrojem pro jeho vykonávání a vyžaduje manažerské dovednosti (schopnost vést, rozhodovat, plánovat a kontrolovat).

Součástí této strategie je tabulka Akčního plánu v editovatelném formátu, kterou bude mít destinační kancelář k dispozici.





Foto: Zámecký park v Třebíči

Akční plán STRATEGIE ROZVOJE CR DESTINACE TŘEBÍČSKO 2021-2031

| Číslo projektového listu | Prioritní osa | Priorita | Strategický cíl | Opatření název | Další krok | Aktuální aktivita | Požadovaný termín plnění |
|--------------------------|---------------|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 1 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA1 Stabilní provoz a udržitelný rozvoj CR | A1 Zajišťování financí destinační kanceláře | 0,5 | Pravidelná aktualizace akčního plánu | 1/rok |
| 1 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA1 Stabilní provoz a udržitelný rozvoj CR | A1 Zajišťování financí destinační kanceláře | 1 | Zvýšení příspěvků členů | 2022 |
| 1 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA1 Stabilní provoz a udržitelný rozvoj CR | A1 Zajišťování financí destinační kanceláře | 2 | Získání partnerů a následně jejich příspěvků | 2022-2031 |
| 1 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA1 Stabilní provoz a udržitelný rozvoj CR | A1 Zajišťování financí destinační kanceláře | 3 | Vytvoření místa výkonného manažera na plný úvazek | 2022 |
| 1 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA1 Stabilní provoz a udržitelný rozvoj CR | A1 Zajišťování financí destinační kanceláře | 4 | Zajištění dostatečných kapacit výkonných pracovníků | 2022-2024 |
| 1 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA1 Stabilní provoz a udržitelný rozvoj CR | A1 Zajišťování financí destinační kanceláře | 5 | Využívat všechny dostupné dotační tituly | 2022-2031 |
| 1 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA1 Stabilní provoz a udržitelný rozvoj CR | A1 Zajišťování financí destinační kanceláře | 6 | Realizace strategie rozvoje CR | 2022-2031 |
| 2 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA2 Vzájemně prospěšná spolupráce se subjekty CR | A2 Zvýšení povědomí o destinační kanceláři a spolupráce se subjekty CR | 1 | Plánování a realizace kulatého stolu | 2022-2031 |
| 3 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA3 Získání partnerů ze strany poskytovatelů CR | A3 Zajištění aktivní spolupráce s poskytovateli služeb CR | 1 | Svolání valné hromady | 2022 |
| 3 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA3 Získání partnerů ze strany poskytovatelů CR | A3 Zajištění aktivní spolupráce s poskytovateli služeb CR | 2 | Projednání změny stanov – vytvoření statutu partnera (a vydefinování pozice) | 2022 |
| 3 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA3 Získání partnerů ze strany poskytovatelů CR | A3 Zajištění aktivní spolupráce s poskytovateli služeb CR | 3 | Odsouhlasení valnou hromadou | 2022 |
| 3 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA3 Získání partnerů ze strany poskytovatelů CR | A3 Zajištění aktivní spolupráce s poskytovateli služeb CR | 4 | Vytipování partnerů | 2022-2031 |
| 3 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA3 Získání partnerů ze strany poskytovatelů CR | A3 Zajištění aktivní spolupráce s poskytovateli služeb CR | 5 | Příprava prezentace a nabídky spolupráce | 2022 |
| 3 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA3 Získání partnerů ze strany poskytovatelů CR | A3 Zajištění aktivní spolupráce s poskytovateli služeb CR | 6 | Jednání s potenciálními partnery | 2022-2031 |
| 3 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA3 Získání partnerů ze strany poskytovatelů CR | A3 Zajištění aktivní spolupráce s poskytovateli služeb CR | 7 | Získání partnerů | 2022-2031 |
| 3 | A | Rozvoj destinačního managementu | CA3 Získání partnerů ze strany poskytovatelů CR | A3 Zajištění aktivní spolupráce s poskytovateli služeb CR | 8 | Aktivní práce s partnery | 2022-2031 |
| 4 | B | Efektivní řízení a organizace cestovního ruchu | CB1 Efektivní spolupráce výkonných pracovníků DMO | B1 Pravidelné předávání informací | 1 | Stanovení ročního plánu setkávání (termíny + místo) | 1/rok |
| 4 | B | Efektivní řízení a organizace cestovního ruchu | CB1 Efektivní spolupráce výkonných pracovníků DMO | B1 Pravidelné předávání informací | 2 | Seznámení výkonných pracovníků DMO s plánem | 1/rok |
| 4 | B | Efektivní řízení a organizace cestovního ruchu | CB1 Efektivní spolupráce výkonných pracovníků DMO | B1 Pravidelné předávání informací | 3 | Organizace pracovního setkání | 4/rok |
| 4 | B | Efektivní řízení a organizace cestovního ruchu | CB1 Efektivní spolupráce výkonných pracovníků DMO | B1 Pravidelné předávání informací | 4 | Vyhodnocení výsledků pracovního setkání výkonným manažerem destinační kanceláře | 4/rok |
| 5 | B | Efektivní řízení a organizace cestovního ruchu | CB2 Podpora znalostí nabídky CR území | B2 Rozvoj lidských zdrojů v oblasti CR | 1 | Seznámení pracovníků TIC s interními exkurzemi | 2022 |
| 5 | B | Efektivní řízení a organizace cestovního ruchu | CB2 Podpora znalostí nabídky CR území | B2 Rozvoj lidských zdrojů v oblasti CR | 2 | Příprava interní exkurze | 1-2/rok |
| 5 | B | Efektivní řízení a organizace cestovního ruchu | CB2 Podpora znalostí nabídky CR území | B2 Rozvoj lidských zdrojů v oblasti CR | 3 | Realizace interní exkurze | 1-2/rok |
| 6 | B | Efektivní řízení a organizace cestovního ruchu | CB3 Přehledná a funkční organizační struktura vzhledem k vývoji | B3 Definice kompetencí a nastavení interní komunikace | 1 | Definování kompetencí | 2022 |
| 6 | B | Efektivní řízení a organizace cestovního ruchu | CB3 Přehledná a funkční organizační struktura vzhledem k vývoji | B3 Definice kompetencí a nastavení interní komunikace | 2 | Určení procesu interní komunikace | 2022 |
| 6 | B | Efektivní řízení a organizace cestovního ruchu | CB3 Přehledná a funkční organizační struktura vzhledem k vývoji | B3 Definice kompetencí a nastavení interní komunikace | 3 | Rozhovory/předání informací | 2022 |
| 7 | C | Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | CC1 Zvýšení povědomí o značce Třebíčsko | C1 Definování značky Destinace Třebíčsko | 1 | Strategická diskuze nad definicí značky Třebíčsko | 2022 |
| 7 | C | Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | CC1 Zvýšení povědomí o značce Třebíčsko | C1 Definování značky Destinace Třebíčsko | 2 | Aktualizace/modernizace corporate identity | 2022-2023 |
| 7 | C | Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | CC1 Zvýšení povědomí o značce Třebíčsko | C1 Definování značky Destinace Třebíčsko | 3 | Výroba reklamních předmětů, které podtrhnou destinaci a přispějí k upevnování povědomí o této značce | 2023 |
| 7 | C | Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | CC1 Zvýšení povědomí o značce Třebíčsko | C1 Definování značky Destinace Třebíčsko | 4 | Distribuce reklamních předmětů do TIC v destinaci | 2023 |
| 8 | C | Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | CC2 Funkční a aktualizovaná marketingová a komunikační strategie | C2 Vytvoření marketingové a komunikační strategie | 1 | Vytvoření marketingové a komunikační strategie | 2022-2023 |
| 8 | C | Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | CC2 Funkční a aktualizovaná marketingová a komunikační strategie | C2 Vytvoření marketingové a komunikační strategie | 2 | Realizace marketingové a komunikační strategie | 2023-2031 |
| 8 | C | Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | CC2 Funkční a aktualizovaná marketingová a komunikační strategie | C2 Vytvoření marketingové a komunikační strategie | 3 | Vyhodnocení | 1/rok |
| 8 | C | Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | CC2 Funkční a aktualizovaná marketingová a komunikační strategie | C2 Vytvoření marketingové a komunikační strategie | 4 | Aktualizace na další rok(y) | 1/rok |
| 9 | C | Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | CC3 Moderní komunikace a propagace destinace Třebíčsko | C3 Rozvoj marketingových a komunikačních kanálů | 1 | Kompletní aktualizace textového obsahu webové prezentace | 2022-2023 |
| 9 | C | Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | CC3 Moderní komunikace a propagace destinace Třebíčsko | C3 Rozvoj marketingových a komunikačních kanálů | 2 | Aktualizace nových programových komponent a funkcí | 2022-2023 |
| 9 | C | Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | CC3 Moderní komunikace a propagace destinace Třebíčsko | C3 Rozvoj marketingových a komunikačních kanálů | 3 | Vytvoření centrálního datového skladu na úrovni destinace | 2022-2023 |
| 9 | C | Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | CC3 Moderní komunikace a propagace destinace Třebíčsko | C3 Rozvoj marketingových a komunikačních kanálů | 4 | Automatický datový IMPORT a EXPORT kulturních a turistických akcí z oficiálního kalendáře Kraje Vysočina | 2022-2024 |
| 9 | C | Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | CC3 Moderní komunikace a propagace destinace Třebíčsko | C3 Rozvoj marketingových a komunikačních kanálů | 5 | Vytvoření automatizovaného univerzálního kalendáře z datového skladu | 2022-2024 |

| Číslo projektového listu | Prioritní osa | Priorita | Strategický cíl | Opatření název | Další krok | Aktuální aktivita | Požadovaný termín plnění |
|--------------------------|---------------|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 9 | C | Zvýšení účinnosti marketingu a propagace | CC3 Moderní komunikace a propagace destinace Třebíčsko | C3 Rozvoj marketingových a komunikačních kanálů | 6 | Automatický datový zápis (EXPORT) kulturních a turistických akcí do oficiálního kalendáře www.kudvznudy.cz | 2022-2024 |
| 10 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD1 Propojení jednotlivých částí destinace za účelem zvýšení atraktivnosti destinace, prodloužení pobytu a vyšší ekonomického přínosu | D1 Zavedení pokladního systému pro společné vstupenky | 1 | Příprava projektu a představení členům a pracovníkům v CR | 2023 |
| 10 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD1 Propojení jednotlivých částí destinace za účelem zvýšení atraktivnosti destinace, prodloužení pobytu a vyšší ekonomického přínosu | D1 Zavedení pokladního systému pro společné vstupenky | 2 | Zmapování technických možností | 2023 |
| 10 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD1 Propojení jednotlivých částí destinace za účelem zvýšení atraktivnosti destinace, prodloužení pobytu a vyšší ekonomický přínos | D1 Zavedení pokladního systému pro společné vstupenky | 3 | Implementace systému | 2024 |
| 10 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD1 Propojení jednotlivých částí destinace za účelem zvýšení atraktivnosti destinace, prodloužení pobytu a vyšší ekonomického přínosu | D1 Zavedení pokladního systému pro společné vstupenky | 4 | Zaškolení obsluhy | 2024 |
| 10 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD1 Propojení jednotlivých částí destinace za účelem zvýšení atraktivnosti destinace, prodloužení pobytu a vyšší ekonomického přínosu | D1 Zavedení pokladního systému pro společné vstupenky | 5 | Pilotní provoz | 2024 |
| 10 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD1 Propojení jednotlivých částí destinace za účelem zvýšení atraktivnosti destinace, prodloužení pobytu a vyšší ekonomického přínosu | D1 Zavedení pokladního systému pro společné vstupenky | 6 | Komunikace novinky směrem k turistům | 2024 |
| 10 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD1 Propojení jednotlivých částí destinace za účelem zvýšení atraktivnosti destinace, prodloužení pobytu a vyšší ekonomického přínosu | D1 Zavedení pokladního systému pro společné vstupenky | 7 | Komunikace novinky směrem k poskytovatelům služeb a produktů CR | 2024 |
| 10 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD1 Propojení jednotlivých částí destinace za účelem zvýšení atraktivnosti destinace, prodloužení pobytu a vyšší ekonomického přínosu | D1 Zavedení pokladního systému pro společné vstupenky | 8 | Dle zájmu rozšiřování | 2024-2031 |
| 11 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD2 Schopnost nabízet novinky pro opakovanou návštěvu destinace | D2 Tvorba nových turistických produktů | 1 | Shromáždění podkladů k vytvoření nových turistických produktů | 1/rok |
| 11 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD2 Schopnost nabízet novinky pro opakovanou návštěvu destinace | D2 Tvorba nových turistických produktů | 2 | Vytvoření nových produktů – každý rok jeden nosný turistický produkt pro danou sezónu | 1/rok |
| 11 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD2 Schopnost nabízet novinky pro opakovanou návštěvu destinace | D2 Tvorba nových turistických produktů | 3 | Propagace nových (ale i stávajících produktů) – propagační materiály, online prezentace, interní propagace atd. | 1/rok |
| 12 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD3 Využití potenciálu cestovního ruchu v destinaci | D3 Vznik putovního festivalu destinace Třebíčsko | 1 | Vytvoření koncepce festivalu Poznejte Třebíčsko | 2024 |
| 12 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD3 Využití potenciálu cestovního ruchu v destinaci | D3 Vznik putovního festivalu destinace Třebíčsko | 2 | Příprava programu, výběr lokace | 2024 |
| 12 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD3 Využití potenciálu cestovního ruchu v destinaci | D3 Vznik putovního festivalu destinace Třebíčsko | 3 | Organizační zajištění, vytvoření přípravného týmu | 2024 |
| 12 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD3 Využití potenciálu cestovního ruchu v destinaci | D3 Vznik putovního festivalu destinace Třebíčsko | 4 | Propagace festivalu | 2024-2031 |
| 12 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD3 Využití potenciálu cestovního ruchu v destinaci | D3 Vznik putovního festivalu destinace Třebíčsko | 5 | Realizace festivalu | 2024-2031 |
| 12 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD3 Využití potenciálu cestovního ruchu v destinaci | D3 Vznik putovního festivalu destinace Třebíčsko | 6 | Vyhodnocení a stanovení dalšího plánu | 1/rok |
| 13 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD4 Uplatňování informací ze statistických dat | D4 Sběr a vyhodnocování statistických dat o výkonech CR | 1 | Určení metodiky | 2022 |
| 13 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD4 Uplatňování informací ze statistických dat | D4 Sběr a vyhodnocování statistických dat o výkonech CR | 2 | Sběr/zajištění dat | 1/rok |
| 13 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD4 Uplatňování informací ze statistických dat | D4 Sběr a vyhodnocování statistických dat o výkonech CR | 3 | Zpracování dat | 1/rok |
| 13 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD4 Uplatňování informací ze statistických dat | D4 Sběr a vyhodnocování statistických dat o výkonech CR | 4 | Vyhodnocení | 1/rok |
| 13 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD4 Uplatňování informací ze statistických dat | D4 Sběr a vyhodnocování statistických dat o výkonech CR | 5 | Přijetí opatření | 1/rok |
| 13 | D | Rozvoj a zkvalitnění nabídky CR | CD4 Uplatňování informací ze statistických dat | D4 Sběr a vyhodnocování statistických dat o výkonech CR | 6 | Aktualizace 1xrok | 1/rok |

19. Závěr

Strategie obsahuje zmapovanou turistickou nabídku destinace, popisuje přírodní, historický i kulturní potenciál regionu. Najdete zde shromážděná čísla návštěvnosti, údaje o počtech přenocování a také přehled ubytovacích zařízení, restaurací a kaváren. Jedná se o první takto uceleně zpracovaný dokument, který nahlíží na Třebíčsko jako na turistickou destinaci.

Cestovní ruch významně ovlivňuje socioekonomický rozvoj destinace, zaměstnanost a má vliv na příjmy lokálních rozpočtů. Udržitelná forma cestovního ruchu v sobě zahrnuje vedle dostatečného počtu turistů a zvyšování objemu financí také optimalizaci všech procesů. Budoucnost českého cestovního ruchu je v turistických destinacích, které dokáží oslovit svojí nabídkou a poskytnout kvalitní servis od ubytování, stravování až po předání informací turistům přímo v regionu. S tím souvisí bezpodmínečná nutnost vzájemné spolupráce subjektů v cestovním ruchu v destinaci.

Hybným motorem, který určuje směr, pomáhá a zajišťuje základní informační servis pro subjekty a podnikatele v cestovním ruchu, může být destinační kancelář. Pro její provoz je potřeba zajistit finanční zdroje, což je základní předpoklad pro kvalitní práci, na kterou budou mít pracovníci vyhrazený dostatek času a budou ji vykonávat na plný úvazek (z počátku minimálně výkonný manažer).

V destinaci Třebíčsko existuje funkční síť spolupracujících turistických informačních center. Pro další rozvoj cestovního ruchu v destinaci bude potřebným krokem intenzivnější spolupráce, výměna informací a lepší interní komunikace.

Ze své podstaty se cestovní ruch neobejde bez spolupracujících partnerů. Na tomto poli je značný potenciál rozvoje. Základním prvkem spolupráce je uvědomění si společného cíle, tedy vytváření konkurenceschopné turistické destinace, kam se lidé rádi zpět vrací, a kontinuálního budování tohoto vědomí formou setkávání, poskytování informačního servisu, udržování stávajících a vytváření nových turistických produktů.

Změřit výkon cestovního ruchu lze s využitím dostupných dat a podle těchto údajů získávat zpětnou vazbu a dále plánovat nové turistické sezóny. Pro efektivní způsob práce s daty bude zapotřebí vytvořit jednotný systém, který se bude sbíhat v destinační kanceláři. Přestože jsou k dispozici údaje od Českého statistického úřadu, ukazuje se, že realitě odpovídají data poskytnutá mobilními operátory.

Propagace destinace jako celku formou marketingových kampaní zaštitěných destinační kanceláří je konkrétní způsob naplňování společné vize. Zde se více než kde jinde potvrzuje, že se vyplatí táhnout za jeden provaz.

Jsme si vědomi, že rozvoj cestovního ruchu v destinaci je dlouhodobou záležitostí, závisí na ochotě a aktivitě primárně členů DMO a také subjektů v cestovním ruchu. Není však realizovatelný bez finančních prostředků a strategického řízení. Tento dokument zanalyzoval primární a sekundární nabídku cestovního ruchu, shromáždil dostupná data odrážející současný stav, navrhl opatření a vytýčil strategické cíle v následujících deseti letech.

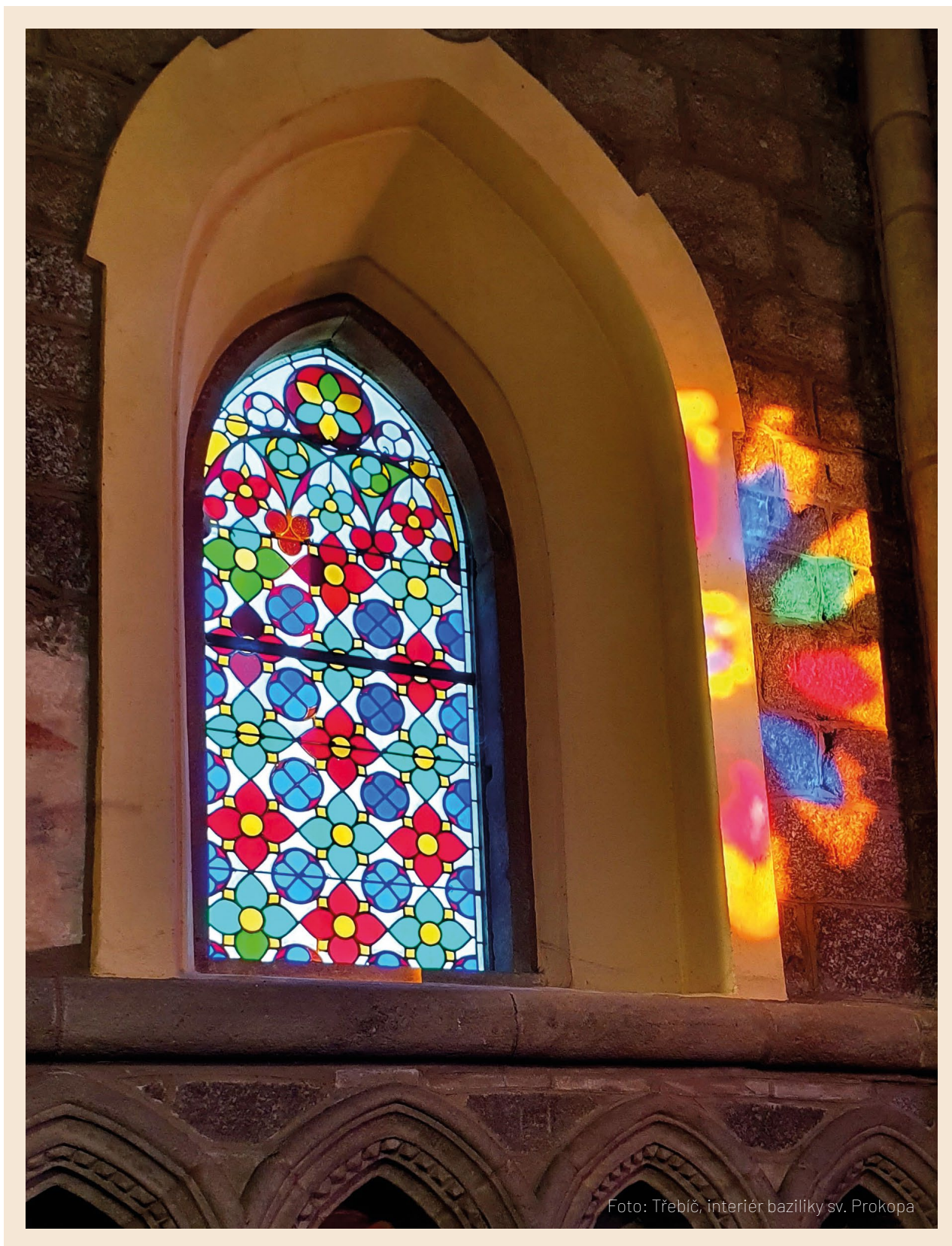


Foto: Třebíč, interiér baziliky sv. Prokopa

Strategický plán rozvoje cestovního ruchu destinace Třebíčsko



Zpracovatelský tým pod vedením
Mgr. Evy Fruhwirtové vyjadřuje poděkování všem
lidem, kteří se vždy ochotně podíleli na tvorbě tohoto
dokumentu, a tím na budoucnosti cestovního ruchu
v destinaci Třebíčsko-moravská Vysočina.



**MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR**

Projekt „DMO Třebíčsko - moravská Vysočina - řízení rozvoje a propagace destinace“ byl realizován za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj.